

花王サステナビリティレポート 2011

— 詳細版 —

自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

KaO

花王の使命

私たちは、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、

世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、

社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命とします。

この使命のもと、私たちは全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ商品と、

産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、

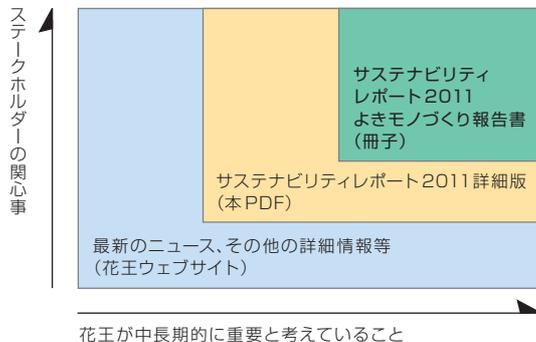
消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供します。



編集方針

- 花王のCSRは、本業を通じて企業価値を高める活動を「戦略的CSR」、事業活動の土台である活動を「基本的CSR」と位置づけ、これらをまとめて花王のサステナビリティ活動と呼んでいます。
- 「戦略的CSR」はグローバルな社会課題(環境問題、高齢化、健康など)に対する花王の3つの重点テーマ(「グローバル」「エコ」「人づくり」)別に、「よきモノづくりへの挑戦」としてまとめました。
- 「基本的CSR」は「CSRマネジメント」「ステークホルダーへの責任」「環境への取り組み」に大別し、活動内容を詳細に報告しています。
- 開示項目の決定にあたっては、「花王の中長期的な課題」と「ステークホルダーの関心事」の二軸で報告テーマの整理を行ない、双方にとってより重要と思われるテーマを掲載しています。重要テーマについては外部の専門家からもご意見をいただき、ステークホルダーの声として紹介しています。また、「戦略的CSR」を中心とした特にお伝えしたい活動については、『花王サステナビリティレポート2011 よきモノづくり報告書』として冊子にまとめています。

※ P69に「冊子・PDF掲載内容一覧」を掲載しています。



CONTENTS

花王の使命	1
編集方針	2
トップコミットメント	3
東日本大震災による被災地への対応	5
花王のサステナビリティの考え方	7
よきモノづくりへの挑戦1 グローバル	9
1. 消費者起点による現場主義の実践	
2. ユニバーサルデザイン	
よきモノづくりへの挑戦2 エコ	13
よきモノづくりへの挑戦3 人づくり	19
基本的CSR1 CSRマネジメント	21
コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス/ リスクマネジメント/RC(環境・安全)活動/品質保証	
■ Column よきモノづくりへの約束1: インテグリティ	
基本的CSR2 ステークホルダーへの責任	33
お客さま(消費者)への責任/お客さま(法人顧客)への責任/ 社員への責任/サプライヤーへの責任/ 株主・投資家への責任/地域社会のために	
■ Column よきモノづくりへの約束2: 仕事と家庭の両立の支援 よきモノづくりへの約束3: 地域社会との共生	
基本的CSR3 環境への取り組み	52
製品ライフサイクルと環境負荷/地球温暖化防止/ 化学物質の適正管理/廃棄物の適正管理/ そのほかの環境対応/生物多様性への対応/ 環境コミュニケーション/環境会計	
外部表彰一覧	66
グループ概要	67
冊子・PDF掲載内容一覧	69
第三者検証意見書	70
GRI対照表	71

対象範囲

対象範囲

花王グループ(花王株式会社、子会社および関連会社)を基本としています。ただし、環境データについては、国内グループ会社を対象としています。掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。本レポート中の「花王」は、花王グループを示しています。範囲を特定する必要がある場合は、個別に対象組織名で記載します。

対象組織名

P67-68に記載しています。

対象期間

実績データは、2010年度(2010年4月1日～2011年3月31日)。ただし、労働安全および海外グループ会社に関するデータは、2010年(2010年1月1日～12月31日)となります。また、活動は、一部2011年度の内容も含みます。

第三者検証

2003年から継続して第三者検証を受けています。2010年度は(社)日本化学工業協会レスポンスブルックア検証センターによる第三者検証を受けています。

対象分野

花王の事業分野に記載した事業内容に関わるCSR活動の内容。

発行時期

前回発行 2010年7月
次回発行予定 2012年7月

参考にしたガイドラインなど

- GRI-G3「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」「環境会計ガイドライン2005年版」
- (社)日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」
- ISO 26000(社会的責任に関する手引)

花王グループは、世界の人々が 快適に暮らせる社会に貢献します。



花王株式会社
代表取締役 社長執行役員

尾崎 元規

東日本大震災へのお見舞い

日本の観測史上最大級の規模の被害をもたらした「東日本大震災」で被災されました皆さまに対して心からお見舞い申し上げます。さらに、福島第一原子力発電所の事故により、被災地以外においても人々の生活に大きな不安、障害が起きています。花王グループとして、この震災からの一日も早い復旧・復興を願っております。

このような状況の中、花王グループが果たすべき責任は、生活必需品メーカーとして、皆さまの日々の暮らしにお役立ていただける製品を安定的に、そして需要をみたくに十分な量をお届けすることが第一だと考え、震災直後より事業の正常化に向け、努力してまいりました。

しかしながら、工場や物流拠点の被災による一時的な操業

停止や輸送網の寸断等で一部の製品では品薄の状態になり、ご不便をおかけいたしましたことを深くお詫び申し上げます。

花王グループにおいても、不幸にも社員やその家族、関係者の方々が少なからず被災し、また工場、物流センター、事務所が被害を受けましたが、全社員の努力の結果、現在ではほぼ平常どおりの体制で皆さまに製品を提供することが可能になっております。今後もこの供給体制を維持できるよう、万全を期してまいります。

このたびの未曾有の大災害は、今後、中長期にわたり、日本の経済・社会に大きな影響を及ぼしてくることが予想されますが、全社員で力を合わせて、困難に立ち向かい、日本経済の復興に寄与してまいります。



震災後の栃木工場視察



中国でのアタック瞬清の製品発表会



ベトナムの店頭訪問

“よきモノづくり”で社会の課題に貢献

花王は「花王石鹼」発売以来、今年で121年目を迎えました。私たちの事業活動のエッセンスは、消費者の目線を大切にして、「モノづくり」を行なってきたということです。時代とともに変化する人々の生活をよく観察し、技術開発をベースに消費者のニーズにお応えすることを通して豊かな生活文化の実現に貢献することをめざしてまいりました。

21世紀に入り、世界のさまざまな社会的課題が表面化してきました。とりわけ、「環境問題」「高齢化」「健康」は、私たちのビジネスにとって重要なテーマであると認識しています。

環境については、2009年6月に、環境宣言を行ない、2020年までの活動目標を掲げるとともに、お客さま、パートナー、社会とともに取り組む“いっしょにeco”を推進しています。私たちが提供する日用品の多くは、原料調達、生産、物流、販売までのモノづくりに係わる環境負荷低減はもちろんのこと、お客さまの使用時の節水や省エネが環境負荷低減に大きく影響します。そのため、環境配慮型製品の研究開発を進めるとともに、今後は環境意識の啓発にも積極的に取り組んでまいります。今年6月には、新たに環境関連技術の研究開発機能を集約した「エコテクノロジーリサーチセンター」を開設し、環境配慮型製品の開発をいっそう強力に推進していく所存です。また、環境意識啓発のためのエコラボミュージアムも併設しました。

一方、高齢化や健康意識の高まりについては、日本をはじめとする先進国が先行していますが、近い将来、アジアの国々にも波及していくことでしょう。そうしたニーズが一層高まっていくことが想定されます。花王がこれまでに日本でモノづくりで培った知見や技術を活かして、誰もが健康で快適に暮らすための製品やソリューションをグローバルに提案してまいります。

「グローバル」の時代こそ「現場主義」の実践

花王グループの考えるグローバル化とは、単に日本で成功した製品やサービスを海外に持ち込むことではありません。それぞれの国や地域で、どのような人々の、どのような暮らし

を実現したいのか、という私たちのビジョンを描くことが重要です。そのためには、「消費者起点」による「現場主義」の実践が欠かせません。私自身も海外視察の際に現地の方のお宅を訪問し、暮らしぶりを拝見させていただくのですが、考え方、習慣、これだけ違うのかという新鮮な驚きがあるとともに、清潔、美、健康を求める気持ちには変わりがない、私たちが貢献できることが必ずあるはずだ、と感じています。こうした視点は、企業風土として社員にも浸透しており、グローバル展開においても、実際に現地の一般家庭に訪問調査を行ない、地域の生活習慣を踏まえた商品開発を行なっています。

ダイバーシティ&インクルージョン(多様性の受容)

グローバル化が加速されていく中で、世界の消費者のための“よきモノづくり”に挑戦する社員を増やしていかなければなりません。現在、花王グループの海外社員比率は26%ですが、この比率は今後ますます上がってくるでしょう。また、今後は現地雇用の推進だけでなく、異なるバックグラウンドを持つ社員がさまざまな国や地域で働くようになります。そうした中で、多様な社員が互いの違いを認め、それぞれの個性が意味を持って響き合い、新たな創造を生み出すような風土づくりに取り組んでいきます。

信頼される企業であり続けるために

花王は、2005年、人権や労働、環境分野の10原則を定めたグローバル・コンパクトを支持することで、国際規範に則った公正な事業活動を行なう姿勢を表明しました。さらに、グローバル・コンパクトをベースに花王ビジネスコンダクトガイドラインをグループ全体に浸透させてきました。

また、グループ全体では半数強の女性社員が働いていることから、2010年9月には女性の社会参画のための国際的なガイドライン「女性のエンパワーメントのための指針^{*1}」にも署名しました。

事業規模が拡大し、社会的な情勢がどのように変化しようとも、私たちのなすべきことは“よきモノづくり”を続けることにほかなりません。世界の人々の快適な暮らしづくりに向け、お役に立つ製品を提供し続けることが私たちの願いです。

^{*}1 グローバル・コンパクトとUN Women(ジェンダー平等と女性のエンパワーメントのための国連機関)が共同で策定。

東日本大震災による被災地への対応 2011年6月1日現在

1 被災状況について

● 人的被害状況

グループ全体で1名が死亡、1名が安否不明。

● 物的被害状況

工場・研究所

花王(株)の東北関東地域の4工場、2研究所は地震・津波による被害等で一時的に業務を停止しましたが、現在全工場・研究所で業務を再開しています。

- 酒田工場 設備損傷なし。電力供給不安定により一時操業停止。
3月16日より生産開始。3月22日より全製品通常生産。
- 栃木工場 設備・建屋で一部破損により操業停止。
3月19日より一部生産開始。4月10日より全製品通常生産。
- 栃木研究所 地震による被害で、一時業務停止。4月1日より通常業務開始。
- 鹿島工場 津波と液状化による被害により操業停止。4月4日より暫定対応で順次生産開始。
なお、取り扱っている化学物質の漏洩、流出はありませんでした。
- 鹿島研究所 津波による被害で、一時業務停止。
3月28日より順次業務を開始。
- 川崎工場 製品自動倉庫での荷崩れ等の被害で一時的に操業停止。
3月15日より生産開始。3月29日より製品自動倉庫復旧。

ロジスティクス・販売

- 花王ロジスティクス(株) 仙台ロジスティクスセンター(以下LC)は地震・津波による被害で操業停止。
3月16日より順次、新潟LC、青森LC等からの代替出荷対応を開始。6月下旬より、通常操業開始見込。
- (株)KCロジスティクス 仙台南LCは地震による被害で操業停止。
3月24日より、石狩LC、すみだ北LCからの代替出荷対応を開始。7月初旬より、通常操業開始見込み。
- 花王カスタマーマーケティング(株) 岩手、仙台、福島、いわきオフィスは3月22日より順次業務再開。
- カネボウ化粧品販売(株) 岩手、宮城、福島、茨城支社は3月14日より順次業務再開。



液状化の被害を受けた鹿島工場

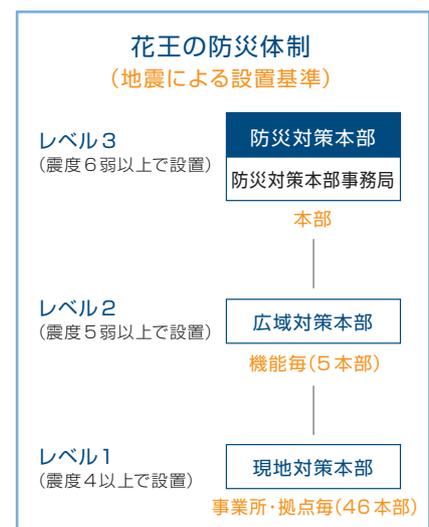


津波の被害を受けた仙台的ロジスティクスセンター

2 防災対策本部について

防災体制の基準に基づき、地震後の初動体制として社長を本部長とする防災対策本部を本社内(東京)に設置し、迅速に情報収集体制を構築。本部長の指揮のもとに、社員等の安否や被害状況の事実確認を実施しました。その後、生産、サプライチェーン、ロジスティクス等の社内外の状況把握を行ない、事業継続計画(BCP)に基づき、生活必需品メーカーとしての供給責任を果たすべく、代替措置や復旧対応に努めました。

- 3月11日(金) 14:50 ● 地震の揺れのおさまった後、防災対策本部および事務局を設置し、連絡体制を確保
- 15:15 ● 広域対策本部設置完了。衛星電話等で工場・各拠点の被災状況確認開始
- 安否確認システム等を通じ社員および同居家族、契約・パート社員、海外駐在員の留守宅家族の安否確認を開始
- 夜間 ● 帰宅困難により会社へ宿泊した社員に非常食、飲料、毛布、簡易寝袋を支給
- 3月12日(土) ● 各広域対策本部とTV会議で各工場・拠点の被災状況の詳細確認を開始
- サプライチェーン状況確認・緊急度に応じた製品供給を検討
- 3月14日(月)以降 ● 防災対策本部会議を連日開催(社長、専務、常務、事務局ほか)(3月は毎日、4月以降週1回)
- 社内外の支援体制について検討



3 被災地支援について

● 義援金・社員災害募金

国内グループからの義援金、海外グループからの寄付、国内外グループ社員からの災害募金で、計1億3千万円を被災地にお届けしています。

● 緊急物資

生活必需品を効率よく迅速にお届けできるよう、被災地の行政災害対策本部やNGO等と逐次連携をとり、必要な製品と数量を把握しながら、継続した支援を行なっています(総額1億円相当)。

- 紙おむつ、生理用品、石けん・洗剤、歯磨き・歯ブラシ・洗口液、マスク、除菌シート・おしりふき、手指消毒液、ハンドクリーム、シャンプー・リンス 等

● 社員ボランティア参加

経団連と現地災害ボランティアセンターにより企画された、各世帯に配付できるように袋詰めした救済物資への製品の提供を行ない、詰め合わせ作業に11人の社員がボランティアとして参加しました。また、被災地での泥の除去や家財道具の運び出しなどの復興支援のボランティアに22人が参加しました。

● 日本ユニセフ協会「ちっちゃな図書館プロジェクト」に参加

震災の被害を受けた子どもたちがいる避難所へ「絵本」と「笑顔」を届けるプロジェクトに、全国の社員からも約900冊の絵本や児童書を提供しました。



3月24日 NGOへの出荷風景



5月15日 岩手での復興支援作業

4 ステークホルダーへの対応

家庭品・化粧品のご販売店

花王カスタマーマーケティング(株)・カネボウ化粧品販売(株)では、翌週には製品を被災地へ最優先にお届けすることとした対応について、全国のご販売店に説明するとともに、現地のご販売店の店舗を個別に訪問し、店内の後片付けや陳列など営業再開に対するサポートを行いました。

ケミカル製品のお取引先

ケミカル事業ユニットでは、鹿島工場の被災により、製品の供給停止が避けられない状況であったため、3月14日には主要顧客・代理店に状況をお知らせするとともに、生産再開に向けた迅速な行動を開始しました。また、顧客への代替品供給対応として、和歌山工場、海外関係会社よりの応援を受けるとともに、花王グループで供給できない場合は、他社からの調達も行ないました。

一般消費者の皆さま

一時的な混乱がありました。3月15日より通常の相談対応が再開されました。窓口には、被災地への物資支援希望、店頭商品の品薄による生産・供給への不安、放射性物質による汚染に対する不安などの相談が寄せられました。生活必需品を滞りなく提供することが使命と考えており、その時点での状況や対応方針などについて真摯なコミュニケーションに努め、4月上旬には落ち着きを取り戻しています。

5 節電に関する対応

● 各事業所の節電状況

照明の間引き点灯、全体空調の運転時間短縮や温度管理、エレベーター運転台数の制限などによる節電を行なっています。また、社員に対しても、終業後の速やかな帰宅の推奨や階段の積極的利用、昼休みおよび不在エリアの消灯、離席・帰宅時のパソコンとモニター電源オフを呼びかけるなどの節電に努めています。

● 夏の電力使用制限への対応

製品の安定供給が行なえるよう、生産計画の精緻化や自家発電機の有効活用など、最大限の努力を行ってまいります。

● 節電のための家事情報の提供

店頭やホームページで、なおいっそうの節電を行なうための具体的なノウハウの提案や、節電しながらも快適に過ごすための情報を提供しています。



店頭やホームページでも節電を呼びかけ

6 放射線漏洩に関する対応

花王の製品は、国際的な品質管理基準に従った厳密な管理のもと、外部からのチリ、ホコリなどの影響を受けにくい屋内工場の清潔な環境で製造されています。また、日本政府ならびに地方自治体が取っている必要な予防措置などを遵守するとともに、公表されたモニタリングデータなどを確認して状況に応じた適切な対応を継続的行なっているため、花王が提供する商品の安全性および品質に問題はありせん。

製品の安全性および品質の確保を第一に、最大限の努力を続けております。

花王のサステナビリティの考え方

“よきモノづくり”を行ない、社会のサステナビリティに貢献していきます。

花王のCSR

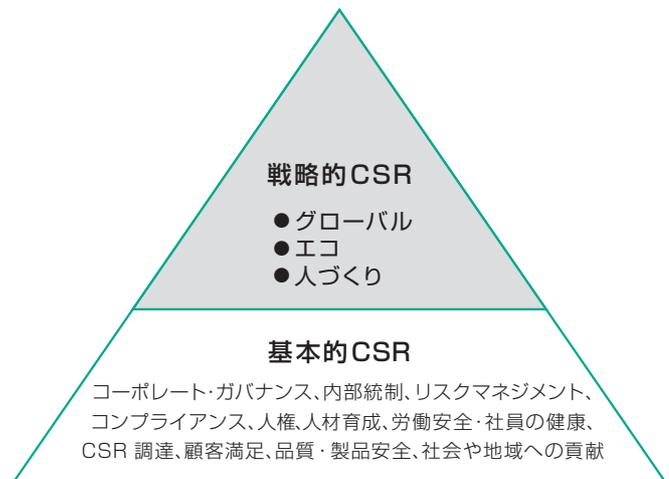
社会から期待される存在であるためには、広く社会の課題解決に貢献する取り組みを推進していくことが重要となります。

花王は、本業を通じて社会のサステナビリティに貢献する活動を「戦略的CSR」、また、事業活動の土台となる活動を「基本的CSR」として位置づけています。

「戦略的CSR」では、さまざまなステークホルダーが重視する社会課題と花王自身の中長期的な戦略を踏まえ、グループ全体で取り組む3つの重点テーマ「グローバル」「エコ」「人づくり」を定めています。

「基本的CSR」については、2010年11月に発行されたISO26000(世界のさまざまな組織が社会的責任を推進するうえで参考となるガイダンス規格)をもとに、外部の専門家によって活動内容を分析・検証し、2011年度以降の活動の中で改善を続けることにより、社会的責任を果たしていきます。

■ 花王の戦略的CSRと基本的CSR



戦略的CSRの重点テーマと進捗

テーマ1 ● グローバル

世界のより多くの人の現地の暮らしに寄り添い清潔で美しく健やかな毎日を提供します

- 多様な人々の生活の満足度を高める新たなユニバーサルデザインの推進



テーマ2 ● エコ

環境宣言をよりいっそう推進します

- 環境配慮型製品の提供とエコライフスタイルの定着化
- 環境負荷低減の中期目標への推進



テーマ3 ● 人づくり

多様な価値観・能力のある人材を育成します

- サステナブルなビジネスを実践する組織や制度、社内風土の形成



■ 「花王のサステナビリティの重点課題の活動目標」(2010年度策定)

2010年度：2015年に向け、活動方針の策定と推進体制を整備

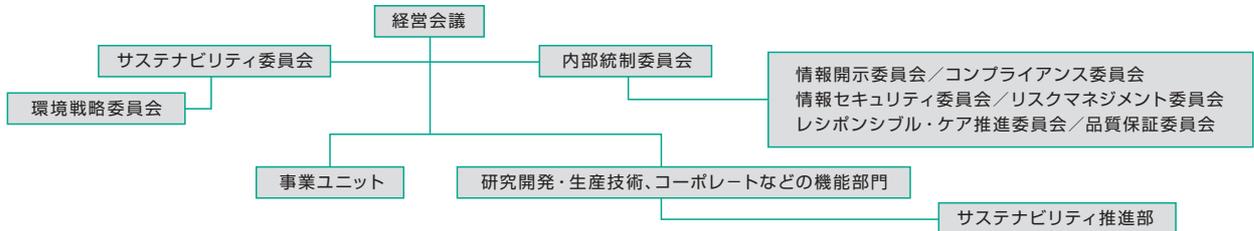
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
グローバル	ユニバーサルデザイン	接しやすさ・使いやすさの改善			新たなモノづくりへの取り組み		
	エコ						
中期目標 2009年 環境宣言にて 設定	CO ₂	2005年比 35%削減 [*] の達成(2020年)					
	製品使用時の水	2005年比 30%削減 [*] の達成(2020年)					
	化学物質	SAICAMに沿った化学物質管理					
	生物多様性	原材料の調達での保全					
	環境コミュニケーション	環境配慮型製品を通じた “いっしょにeco”活動の浸透／行政・流通・学校との連携					
人づくり	ダイバーシティ	社内啓発／グローバル花王での人材育成の施策・制度策定					

※エコのCO₂、製品使用時の水のデータは、国内花王グループのみ対象

推進体制

社長を委員長としたサステナビリティ委員会にて、戦略的CSRの方針、2015年までの取り組む方向性を策定しています。また、サステナビリティ委員会の下部組織の環境戦略委員会では、2009年に制定された環境宣言で掲げた目標達成に向けて活動を推進し、年3回のサステナビリティ委員会で状況を報告しています。

■ 花王のCSR推進体制(2011年3月31日現在)



コミュニケーション

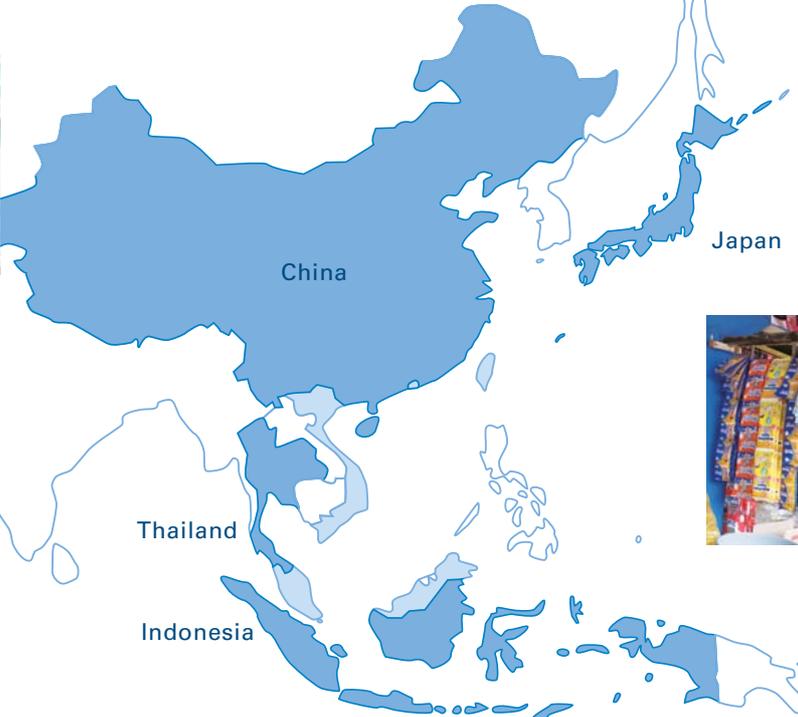
ステークホルダー・ダイアログなどを通じて、社会の要請を把握し、戦略的CSRの活動の方向性を策定するなど、ステークホルダーと双方向のコミュニケーションを実施しています。



生活文化に先端技術を調和させ、 世界の人々の清潔な暮らしづくりに貢献します。

花王は、世界9カ国・地域で「アタック」シリーズを販売しています。

日本をはじめ、中国、タイ、オーストラリア、香港、インドネシア、マレーシア、シンガポール、台湾で、それぞれの国や地域の生活文化を踏まえた製品をお届けしています。



中国の清潔意識に応えた「アタック瞬清」

2010年9月に発売された「アタック瞬清」の開発にあたり、花王が最初に行なったのは、中国の人々の「清潔意識」とは何かを知るために、家庭を訪問し、実際の洗濯行動を見せていただくことでした。

都市部の852世帯の調査*を通じて私たちが学んだことは、洗濯機での洗濯に加えて、肌に直接触れる下着や子ども服などは手洗いをし、非常に丁寧にすすぎをしているということでした。これは、すすぎが足りないと体や肌によくないという中国の清潔意識が現れた行動であり、花王の試算では、洗濯に使う水は、年間1世帯当たり約3万リットルのうちの約8割がすすぎで消費されることもわかりました。

花王は最新技術を応用し、すみやかに汚れを落とすことができ、しかも、すすぎの際に洗浄成分が残りにくい洗剤の開発に取り組みました。これにより、洗濯にかかる労力を減らし、中国都市部の家庭洗濯のニーズに応えるとともに、環境への意識が高まる中国社会において、節水で貢献しています。

*発表資料：2010年08月30日/
中国洗濯実態調査 第II報(都市部852世帯)～洗濯行動の詳細～
http://www.kao.com/jp/corp_news/2010/20100830_001.html



中国洗濯実態調査の様子



日本の生活者の変化に挑戦した「アタックNeo」

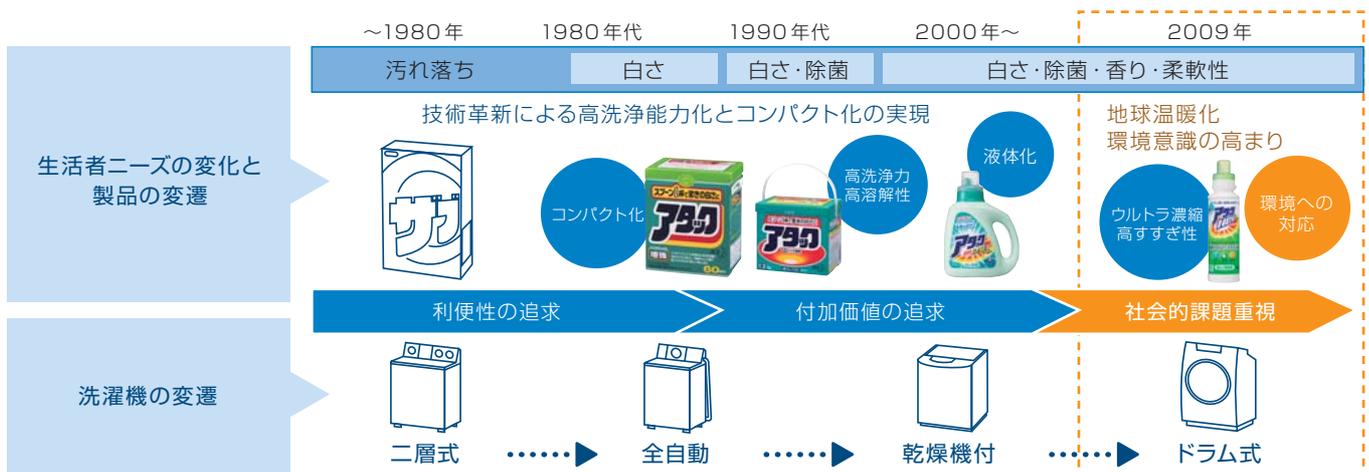
2009年8月に発売した「アタックNeo」は、液体洗剤の次世代製品として、日本の洗濯行動に革新を起こすことを目標に開発されました。洗濯機は大容量化が進み、節水や時短などの付加機能が搭載されるようになっていました。また、消費者の環境意識が高まりつつあるものの、自分の生活にメリットがないとエコ行動が習慣化されないことや、洗濯の担い手が主婦だけでなく有職女性や男性にも広がり、洗濯時間帯も変化していることもわかってきました。

「アタックNeo」は、汚れに集中的に作用することで、少量でも

高い洗浄力を発揮するとともに、繊維に残りにくい新洗浄成分の配合により、すすぎが1回ですむ「節水」を実現した洗剤です。これによって、洗濯時間が短縮＝「時短」され、気持ちの余裕が生まれると同時に、「節水・節電」というエコ行動に、消費者が負担なく参画できるようになりました。また、従来洗剤よりも含まれる水を極限まで減らして濃縮化することで、コンパクト化も図りました。これは、持ち運びの負担軽減だけでなく、容器の樹脂を削減し、環境負荷を低減することにもつながり、多くの方の支持を得ています。

■ アタックの変遷

女性の労働人口の増加や洗濯機の大型化など、社会の変化とともに、アタックは進化してきました。



手洗い洗濯をよりラクに実現するタイやインドネシアの「Attack Easy」

タイでは、子どもたちの多くは白の制服を着用しており、一方、舗装されていない道路が多いため衣類にはドロ汚れが多く付着しています。調査では、タイには着たら洗うという習慣があるため1回の洗濯枚数が20～50枚と多く、そのうえ、中間所得層は手洗い洗濯が中心で、衣類1枚につき50～200回ももみ洗いして、洗濯にも30分～1時間を費やしていることがわかりました。2006年に発売した「Attack Easy」は汚れ落ちの良さや香りといった基本性能に加え、力を入れなくても、衣類をすべりやすくする新ポリマー技術で、手もみのしやすさにこだわりました。

現在、「Attack Easy」は、タイのみならず、手洗い洗濯が中心のインドネシアでも愛される製品に育っています。また、手軽に購入できるように小分け包装をしたパッケージを用意することで、より多くの方の清潔な暮らしに寄与しています。



タイの一般家庭での洗濯調査



オーストラリアの消費者の環境意識の高まりに対応する「Biozet Attack Liquid」

2011年2月には、オーストラリアで「Biozet Attack Liquid」の販売を開始しました。オーストラリアでも、消費者の環境意識の高まりや、政府による節水啓発施策もあり、高い洗浄力と

もに環境負荷の低い洗剤に対するニーズが高まっています。花王は、日本で開発された環境負荷の低い設計により、オーストラリアの環境問題に貢献しています。



グローバルな社会の期待に、 きめ細やかな気遣いで、こころの豊かさにふれる ユニバーサルデザインを深化させていきます。

花王の“よきモノづくり”の基本に「消費者起点」という考え方があり、我々は「誰にでも使いやすい」ということを大切にしてきました。

今では当たり前となった、触るだけでシャンプーとリンスが識別できる容器側面の「きざみ」も、そんな考えから生まれています。

近年日本では、高齢者や男性の家事・育児参加者、あるいは外国人の方の増加など、製品を使っていた人々が極めて多様になってまいりました。

ご利用いただく方の幅が広がるということは、誰にでも使いやすい、わかりやすいということが、製品にとって必須の要件と言えます。

私は常々、「誰にでも使いやすい」製品、言い換えれば、「ユニバーサルデザイン」を求めていくことが、結果的にお客さまにとっても、それを使うことや、使ったあとの喜びや楽しさにつながると考えております。

またこの視点は、花王がグローバルに事業を展開していく上でも、重要なキーワードとなりうるものです。国々に異なる生活文化の枠を超え「誰にでも使いやすい」製品を実現することは、私共、モノづくりの会社にとって、ますます重要な取り組みになってまいります。

日本人の心づかいや、おもてなしの心などのきめ細やかな感性は、ユニバーサルデザインとしてモノづくりにも活かされており、グローバル社会でも高く評価されています。

「ユニバーサルデザイン」はまさに、日本が誇れるものであります。

花王は今後、「ユニバーサルデザイン」に明確な方針も定めて、“よきモノづくり”を推進し、世界の皆さまの清潔で美しく健やかな暮らしに貢献してまいります。



花王株式会社
代表取締役 専務執行役員
神田 博至

ユニバーサルデザインの歴史と花王の取り組み

■ = 世の中の動き ■ = 花王の取り組み例

- 1950**
 - ノーマライゼーション(欧)
健常者と非健常者を隔離しないのがノーマルな社会
- 1970**
 - バリアフリーデザイン(米)
非健常者の社会生活上の障壁(バリア)を除去
 - 「メリット」に片手で開けられる押しボタン式のキャップを採用(1970年)
- 1980**
 - 持ち運びが容易な世界初のコンパクト洗剤「アタック」を発売(1987年)
- 1990**
 - ユニバーサルデザイン(米)
改造・特殊化なしで、すべての人に利用しやすい
 - 共用品デザイン(日)
身体特性や障がいの有無を問わず、より多くが共用しやすい
 - 触るだけでリンスと区別できる「きざみ」をシャンプー容器に採用(1991年)
 - 掃除機を使わず軽い力で手軽に掃除ができる「クイックルワイパー」を発売(1994年)
- 2000**
 - アクセシブルデザイン(欧)
健常者と同様に社会システムにアクセスできる
 - 簡単に開封できるブリリング機構を採用し、プラスチックの使用量も削減した「キュレル」の新デザイン容器を開発(2008年)
 - 軽くてコンパクトな超濃縮衣料用液体洗剤「アタックNeo」を発売(2009年)

障害を取り除く

より多くの人に使いやすい

専門家のご意見

地道な継続と、グローバルなリーダーシップに期待します。

「シャンプーのきざみ」での取り組みのように、視覚障がい者からの少数の声をも誠実に受け取め、子どもや高齢者など誰もが使いやすい機能として具現化させただけでなく、その考え方を会社全体の活動にしていった花王の姿勢は社会からも大きく評価されています。さらにこの取り組みは、国内の他の日用品メーカーでも取り入れられているだけでなく、初の日本主導の事例として国際的な規格にも採用される予定です。また、業界の垣根を越えた好例として、食品などの包装容器全体の見直しにも影響を与えています。

今後も、時好に影響されることなく、ユニバーサルデザインへの

取り組みを、進化させながら地道に継続していただきたいと思えます。さらには、新たな提案により、グローバルなリーダーシップを担っていかれることを期待しています。



財団法人共用品推進機構
専務理事
星川 安之氏

花王のユニバーサルデザインの考え方

花王は、製品としての機能を満たすだけでなく、ユニバーサルデザインの基本的要素として「接しやすさ(Accessibility)」、「安全(Safety)」、「使いやすさ(Usability)」に配慮したモノづくりを進めてきました。このような取り組みは、お客さまの感性に響き、使っていて楽しくなる気持ちや、手放せなくなる気持ちへとつながり、ひいては「こころの豊かさ」に貢献できるものと考えています。

社員への意識啓発活動

ユニバーサルデザインの考え方について社員の理解を深め、商品開発やコミュニケーションに反映できるよう、社内セミナーによる啓発活動を行なっています。2010年度は、ユニバーサルデザインの最新潮流の講義や、聴覚障がいを持つ講師によるセミナーを開催し、多くの部門からのべ300人を超える社員が参加しました。



1月20日 ユニバーサルデザインセミナー

■ 花王ユニバーサルデザイン指標



塗る場所が一目でわかりやすい

カテゴリーがわかりやすい

底が広くて倒れにくい

安全ストッパー

指1本で簡単に開けられる

開けやすく、詰め替えやすい

Accessibility

接しやすさへの配慮

- 表示がわかりやすいこと
- 選びやすいこと(識別性)
- 必要な製品情報が得やすいこと

Safety

安全への配慮

- 誤使用しても危険がないこと
- 手肌や身体を傷つけないこと
- 小さなお子様への配慮

Usability

使いやすさへの配慮

- 使い勝手が良いこと
- 力の弱い人でも使えること
- 操作が簡単であること

こころの豊かさ

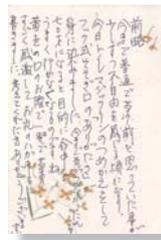
- 使っていて快適で楽しい
- 手放せなくなる
- 感性に響く

お客さまの声

花王の製品をご利用のお客さまから、さまざまな声をいただきました。

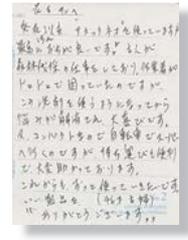
トイレマジックリンの詰め替えタイプ

70才になると、今まで普通にできたことに少しずつ不自由を感じます。(中略)トイレマジックリンの詰め替え用のフック式注ぎ口のありがたさが身にしみます。考えてくれた方ありがとうございます。



アタックNeo

46才の主婦です。発売以来、使っています。(中略)自転車ですーパーに行くのですが、コンパクトなので、持ち運びに便利で大変助かっています。これからも使っていきたいです。



花王は、2020 年中期目標の達成に向けて、“いっしょにeco”を推進しています。

花王は、2009年6月に「花王 環境宣言」を発表し、「2020年中期目標」を設定しました。「お客さまと“いっしょにeco”」「パートナーと“いっしょにeco”」「社会と“いっしょにeco”」の3つの“いっしょにeco”を掲げ、環境への取り組みを推進する姿勢を明確にしました。お客さまに使っていただく中でも環境負荷に配慮した製品を開発・提供し、より多くの方に啓発活動を行なっていくことが重要と考えています。また、原材料調達、生産、物流、販売などのビジネスパートナーの皆さまとの活動や、ひろく社会全体の環境活動と連携した活動も積極的に行ない、“いっしょにeco”を拡大することにも注力しています。さらに2011年6月には、次世代環境技術の研究開発拠点となる研究施設、「エコテクノロジー リサーチセンター」を開設しました。



エコテクノロジー リサーチセンター

2020 年中期目標と2010 年度実績のレビュー

花王の事業に関わりの深い「CO₂」「水」「化学物質」「生物多様性」を重要な取り組み項目に定め、下記のような目標を定めています。

「花王 環境宣言」2020 年中期目標

- 1 **CO₂**
消費者向け製品 35%削減[国内]
(全ライフサイクルベース、売上高原単位、2005年基準※)
- 2 **水**
製品使用時の水 30%削減[国内] (売上高原単位、2005年基準※)
- 3 **化学物質**
SAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って、
積極的に化学物質の管理に努めます。
- 4 **生物多様性**
原材料の調達などの面で、その保全に努めます。

※2006年3月期の数値。

1 CO₂

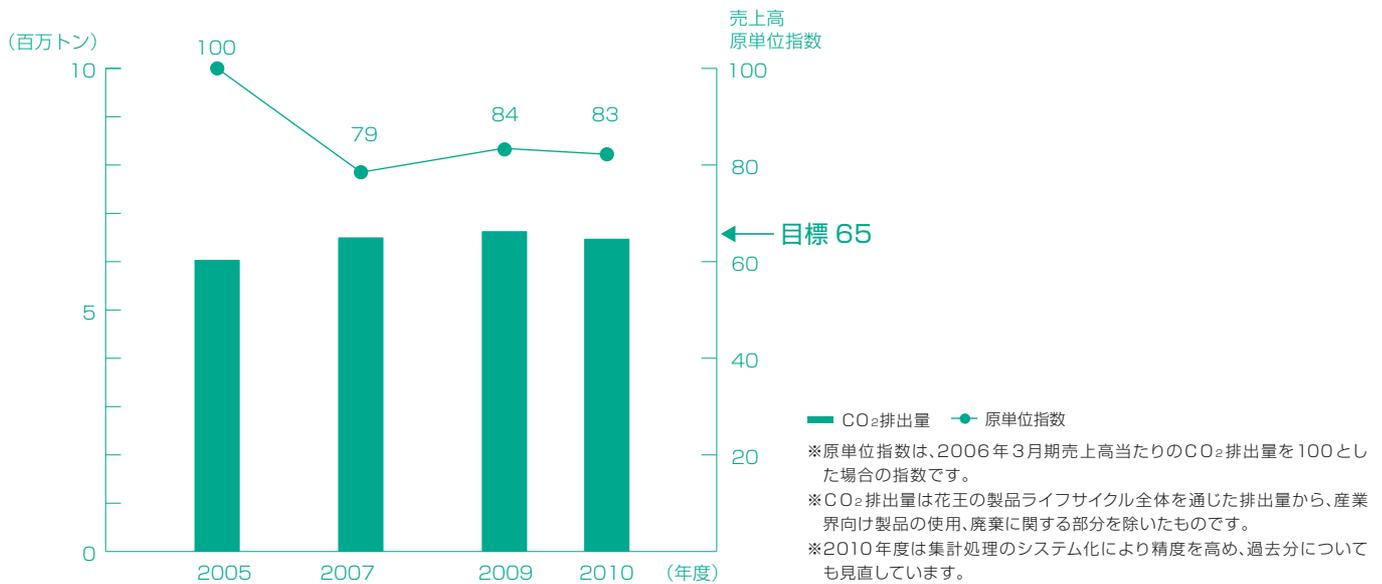
製品使用時の環境負荷削減や容器のコンパクト化などにより、2010年度は2005年度を基準として17%(売上高原単位)削減しています。

2010年度は、すすぎ1回を実現した「アタックNeo」「ニュービーズNeo」などのNeoシリーズや、すすぎ時の泡切れが良い処方を実現した「メリットシャンプー」などの節水・節電効果が使用時のCO₂排出量削減に貢献しつつあります。また、洗剤の濃縮化による容器のコンパクト化や、つめかえ・つけかえ用製品の品目

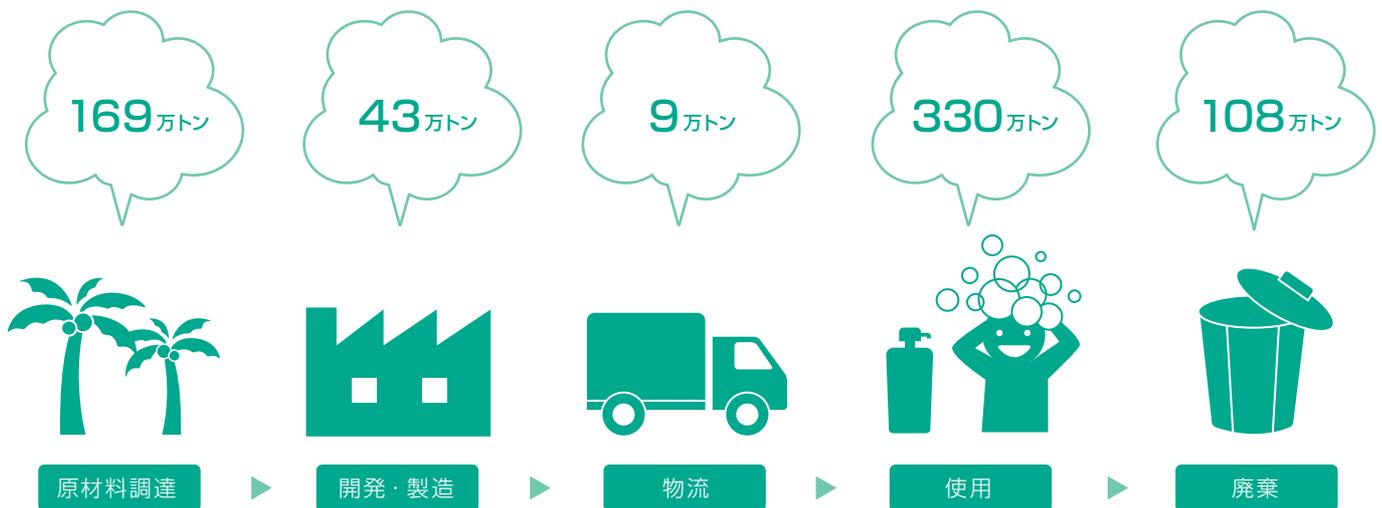
拡大などによって、容器包装のCO₂排出量も削減しています。

今後も、新素材・新原料の採用や新たな製造法などを用いた環境配慮型製品の開発による「よきモノづくりの革新」とともに、生産や物流、オフィスにおける「省エネの徹底追求」「再生可能エネルギーの採用」等に注力していきます。

■ 製品ライフサイクルにおけるCO₂排出量推移



■ 花王の製品ライフサイクルを通じて排出されるCO₂量* (国内2010年度)



*CO₂排出量：花王計算値(産業向け製品の使用、廃棄を除く)

CO₂の中期目標達成に向けたコンシューマープロダクツ事業の取り組み

2020年中期目標達成に向けて、各部門がCO₂発生の削減、製品使用時の水の削減に向けて活動しています。

コンシューマープロダクツ事業では、以下のような方針で製品の環境負荷低減に取り組んでいます。

まず、全製品の容器包装を見直し、材料の削減と素材の置換えを推進することで、包装容器由来のCO₂10%削減に取り組んでいます。(2008年度を基準として、2012年度までに実施)

あわせて、主要ブランド製品を対象に、製品ライフサイクル視

点でCO₂や製品使用時の水の削減手段を織り込んだ商品開発を推進しています。原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品がかかわるサイクルすべてを対象に、環境負荷軽減を図っていきます。

さらに将来的には、環境負荷の低減に加え、生活者を取り巻くさまざまな環境の変化を広く視野に入れ、安全や安心につながる価値を製品設計に盛り込んでいきたいと考えています。

容器包装のCO₂排出量削減

花王では、使い勝手の良い容器・包装の開発に取り組むとともに、積極的に材料の3R (Reduce, Reuse, Recycle) や素材の置換えを進めて、環境負荷の低減を図っています。

容器包装由来のCO₂を10%削減する取り組み(前ページ参照)は、2010年度までに約3.9%削減を達成しました。

クリアサック、ブリストアなど プラスチック製個別包装の削減

プラスチック使用量の少ない包装仕様に変更したり、CO₂排出量の少ない素材に変更することを進めています。



プラスチックのカバーを薄いフィルムに置き換えた新包装で、包装材料のCO₂を約80%削減します。



従来プラスチックだった外箱を紙製に変更しました。外箱のCO₂を約69%削減します。

容器包装材料使用量の推移

(単位/トン)

	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
プラスチック	55,700	55,700	55,000	56,500	53,600
紙	25,600	22,500	21,600	21,300	19,300
段ボール	67,700	73,700	71,700	70,600	70,500
ほか	3,600	3,400	2,700	2,300	2,000
計	152,600	155,300	151,000	150,700	145,400

つめかえ・つけかえ用製品の品目拡大

洗顔料や化粧水のような比較的小容量の製品にもつめかえ用製品を拡大しています。



プレステージ化粧品である「オリエナ」の化粧水にもつめかえ用容器を採用。本品のガラスボトルに比べ約31%のCO₂排出量を削減しました。最後の一滴までこぼさず、衛生的につめかえられるように本体、つめかえ品両方に工夫をしています。

使いやすさと環境負荷を同時に改善

「ブローネ泡カラー」などでは、ボトルを押すと染毛液が泡になって出てくる容器を採用しています。2011年春の改良で、フォーマー部品(液を泡にする部分)の再設計とボトルの厚みの見直しを行ない、押しやすさを向上させると同時にプラスチック使用量を削減して、容器のCO₂排出量を約32%削減しました。

Topics

グローバルな評価基準につめかえ・つけかえ容器の考慮を提案

花王は「CGF(The Consumer Goods Forum)」の一員として、大手流通、容器包装材メーカーと協働で、容器包装材のグローバルな評価基準*作りにも貢献しました。CGFは、世界の小売業・製造業が参加するグローバルなフォーラムで、より良い社会づくりに向けて、消費材業界全体のレベルアップを図ることを目的としています。花王はCGFの容器包装のプロジェクト「GPP(Global Packaging

Project)」の中で、欧米ではほとんど見られないながら、社会の持続可能性に与える影響が少ないつめかえ・つけかえ用製品が的確に評価できるような基準を提案し採用されました。

*原材料調達から製造、輸送、販売、使用、廃棄、再利用まで、製品のライフサイクル全てにおける環境評価、社会的影響、安全性、従事者の労働環境などを含め総合的に持続可能性についてその容器包装材に特化した評価基準。

2 水

節水型製品の開発により、
2010年度は2005年度を基準として19%(売上高原単位)削減しています。

すすぎ1回の超濃縮液体洗剤「アタックNeo」に続き、2011年1月には「ニュービーズNeo」が発売され、シリーズの充実を図っています。

また、2010年春に改良された「メリットシャンプー」は、すすぎ時に泡切れの良い処方を実現して、すすぎ水の約20%を削減できます。

■ 製品使用時の水使用量推移



■ 製品使用時の水使用量 ● 原単位指数

※原単位指数は、2006年3月期売上高当たりの製品使用時の水使用量を100とした場合の指数です。

※製品使用時の水使用量は、消費者向け製品の使用時のものです。

※2010年度は集計処理のシステム化により精度を高め、過去分についても見直しています。

一方、啓発活動のひとつとしてウェブサイトで「エコシャンプー」のページをオープン。お客さまと一緒に湯使用量の削減に取り組んでいます。



エコシャンプー術
<http://www.kao.co.jp/merit/eco/try.html>

3 化学物質

SAICMに沿って積極的に化学物質の管理に取り組むとともに、
製品の安全な使用につながる情報提供に努めています。

SAICM(国際化学物質管理戦略)に合わせて、EUのREACH^{*1}など各国で化学物質法規制の制定や改正が進んでおり、日本では2009年に改正化審法が公布されました。花王は独自のデータベース「化学物質総合管理システム」を運用して一貫した化学物質管理を行ってきましたが、2011年5月に、改正化審法に対応した用途別数量管理システムを新たに構築しました。これにより、2011年4~6月に実施される2010年度の数量報告に必要な用途別の物質数量データの自動集計管理が可能となりました。また、日本化学工業協会が2010年に開始した化学物質管理強化のための自主的活動(JIPS)^{**2}にも協力していきます。

2011年1月より、日本石鹼洗剤工業会では会員各社の一部の製品に関して、国連で提唱するGHS(化学品の分類および表示に関する世界調和システム)に基づくラベルを自主的に導入しました。花王でも対象商品である「キュキュット」や「ハイター」類

でGHS表示を実施しており、グローバルな動きに合わせ、消費者への安全性情報を充実させていきます。

*1 REACH(Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)は、EUの「化学物質の登録、評価、認可及び制限に関する規則」の略称。
*2 JIPS(Japan Initiative of Product Stewardship)は、SAICMの決定を受けて、国際化学工業協会協議会(ICCA)が推進している「グローバルな化学物質管理を強化する行動指針(GPS)」に基づいた取り組みです。



「ハイター」に表示されたGHSマーク。今後、花王では、業界ガイドンスに則って台所用洗剤(食器洗い乾燥機用洗剤を除く)、塩素系漂白剤、塩素系洗浄剤に対し、順次対応していく予定です。

4 生物多様性

原材料の持続可能な調達などを視野に入れ、2010年度は「生物多様性保全の基本方針」を策定しました。

生物多様性保全に向けて「持続可能なパーム油・パーム核油」の全量調達に着手しています。

花王は2007年、「持続可能なパーム油の円卓会議(RSPO : Roundtable on Sustainable Palm Oil)」に加盟し、2010年9月より、認証方式のひとつであるBook and Claim方式*で認証パーム油の購入を開始しました。パーム核油についても、認証方式と供給の安定性を確認しながら購入開始に向け準備を進めています。また十分な量を調達できる限りにおいて、2015年までには認証されたパーム油およびパーム核油のみを使用することをめざしていきます。

※ Book and Claim方式 : RSPO 認証のパーム油のクレジットを取引するシステムです。RSPOにより認証された農園が生産、登録したパーム油の量に応じて発行された「認証クレジット」を購入することで、クレジットに応じた量の認証パーム油を購入したと見なすことができます。本方式では、使用されるパーム油と同量の認証パーム油が生産されていることを厳密に保証し、農園での認証油の生産を促進することができます。



パーム油の原料であるアブラヤシ果房の収穫

社外の専門家とともに、生物多様性保全の基本方針を策定しました。

洗剤や化粧品などの原料として、パーム油・パーム核油や天然由来の成分などを使用している花王にとって、生物多様性の損失や生態系の破壊は事業活動の存続に密接にかかわっています。花王は、外部専門家による「花王の生物多様性に関わるリスク分析」を行ない、事業活動に関わる、生物多様性のリスクや課題を抽出しました。そして、これらを踏まえううえで「生物多様性保全の基本方針」を策定し、2011年4月に公表しま

した。この方針には、生物多様性の保全に資する独自の技術開発など、花王らしさを活かした取り組みを進めていく姿勢が示されています。今後は、グループ全体への基本方針の浸透を図り、再生可能な原材料の利用を促進する技術開発をはじめ、持続可能な原材料の調達や生物多様性への影響を把握・評価するための手法の開発などをより一層推進していきます。

■ 事業活動と生態系の関わり

花王の事業活動は、製品がかかわるライフサイクル全ての場面で生物多様性の恩恵を受けるとともに、影響を与えています。



■ 生物多様性保全の基本方針策定までの流れ



花王 生物多様性保全の基本方針

1. 事業と生物多様性の関わりを把握します。
2. 事業が生物多様性へ与える影響を低減します。
3. 生物多様性のもたらす恵みを大切に活用するため、独自の技術開発を進めます。
4. 国際的な取り決めに遵守します。
5. 地域の生態系に配慮した事業活動に努めます。
6. 生物多様性に関して、全ての社員の意識向上や部門間の情報共有を進めます。
7. 生物多様性の保全に関して、社外との連携を図ります。

■ 専門家のご意見

生物多様性保全への花王のチャレンジが、日本全体に大きな波及効果をもたらすことを期待しています。

花王が「生物多様性保全の基本方針」を策定したことを、まず大いに歓迎したいと思います。私自身も方針策定のプロセスの一部にかかわりましたが、パーム油などの生物資源を主原料とする企業であるだけに、方針策定にあたって非常に真摯な検討が行なわれる様子を拝見し、環境とお客さまの双方に対する、花王社員の強い責任感を感じました。

具体的な行動としても、基本方針の策定を先取りする形で、すでに昨年秋からはRSPOの認証パーム油の購入を始めており、今後は全量切り替えをめざしていることも高く評価できます。洗剤等の主原料であるパーム核油は、認証油の流通量が少なく、切り替えが困難な状況にあります。しかしこれについても、花王の高い調達力と現地生産者との連携で、ぜひ全量切り替えを実現していただきたいと思います。日本最大の洗剤メーカーである花王のこのようなチャレンジが、日本全体に大きな波及効果をも

たらすものと期待しています。

また、基本方針の3にある技術開発も、花王の強みとして特に注目します。花王では、水使用量を削減する洗剤やシャンプーをすでに開発しており、このことによって製品使用時の生態系への負荷を大きく低減することに成功しています。こうした技術開発を今後さらに重ねられること、さらには生物資源や生物の特性を製品に活かしていくことを期待しています。



株式会社レスポンスアビリティ
代表取締役社長
足立 直樹氏

グローバルな“よきモノづくり”に向けて、 企業風土づくりと人材育成に取り組んでいます。

各国・地域の社会からの期待に応える製品をお届けする“よきモノづくり”には、多様な人材が必要になります。花王は、「ダイバーシティ&インクルージョン(多様性の受容)」をキーワードに、さまざまな社員が活躍できる創造的な職場づくりの風土を推進するとともに、世界各地の現場の人材育成に取り組んでいます。



グローバルに活躍できる人材の育成に向けて——ダイバーシティ推進プロジェクト

2010年、さまざまな部門のメンバーで構成される「ダイバーシティ推進検討プロジェクト」を発足させ、花王においてダイバーシティを進めるうえでの課題の抽出を行いました。その結果、性別や国籍をはじめ、さまざまな価値観を持った人材が個の力を発揮しながら、グローバルに活躍できることが大切であり、それを推進する風土づくりとして、「ビジョン共有」や「コミュニケーションスキル向上」が重要な課題であることを確認しました。

これに基づき、2011年度は、グループ全体の方針のもと啓発活動や職場での実践などを推進していきます。



11月16日 ダイバーシティ推進プロジェクト会議

専門家のご意見

真のグローバル化をめざし、成長戦略としてのダイバーシティ推進を

企業のグローバル化に伴い、求められる人材のあり方は、従来とは大きく異なってきています。単に市場と社員の属性構成比の割合合わせをするだけでなく、その中で、異なる価値観を受け入れ、生き生きと活躍できる人材を育成していくことが不可欠です。

花王が、ダイバーシティを経営に大きくかかわる課題としてとらえ、取り組まれていることを評価します。

今後、プロジェクト活動によって明らかになった課題について議論を深めると同時に、その重要性を経営陣が熱意をもって表現しながら、現場マネジャーと一体になって、社員一人ひとりが納得性

をもって受け入れられるよう、社内のコミュニケーションを強化して欲しいと思います。そして、真のグローバル企業をめざしてってください。



NPO 法人
GEWEL 前代表理事
堀井 紀壬子氏

モノづくり現場の人材育成を推進——グローバルテクノスクール

「グローバルテクノスクール」は、生産現場のオペレーターを対象とした7カ月に及ぶ合宿研修です。和歌山工場に、国内外から選抜された30代を中心とした生産現場の社員が集まり、「心と技」をキーワードに研修を行なっています。

この研修は1989年4月、将来のモノづくりのリーダーの育成を目的として開始されました。「心」の研修では、茶道や座禅などで自己を見つめなおし、見識を身につけると同時に、花王の「よきモノづくり」の歴史や文化、仕事に対する心構えや先輩た

ちの仕事に対する思いを学びます。そのうえで生産技術に関わる基礎教育・専門教育など、「技」の研修を行なうことで、自ら課題を発掘し、改善できる人材を育成しています。

スクールの立ち上げ以来、修了生は841人(うち海外からは70人)となり、多くが職場の中核人材やリーダーとして活躍しています。2008年度からは英語クラスを開設し、日本国内だけでなく、広くグローバルに「よきモノづくり」を実践する心と技を備えた人材を育成することに注力しています。

■ 花王グローバルテクノスクール全体構成

ゼミナール活動	5ゲン*主義の実践・応用	ゼミほか47日	修了式 (三者面談)	12月
専門知識 プロセス(P)	専門知識 機械(K)	化学工学、プロセス制御、 機械工学、メカトロニクス	19科目(P) 22科目(K) 31日	7月
一般教養・専門基盤	プラントケア、安全防災、 環境品質、コスト、SCM	37科目42日	中間父兄会 (三者面談)	
資質素養学	花王生産スピリットの伝承	18科目20日	入校式 (生徒事前三者面談)	5月
		合計：96科目 140日7カ月		

海外工場からの参加者も、同時通訳で同じクラスで学ぶことが基本。専門知識の講義は日本語クラス、英語クラスの2クラス

*5ゲン：現場・現実・現物・原理・原則



電気実習の様子

社員の声

花王の「よきモノづくり」の心と技を、現場の仲間に伝えていきます。

中国からの参加者のコメント

生産技術部門の全員が夢見ている研修に参加できると知った時には、興奮して言葉に表せないほどでしたが、研修生活に適應できるかどうか不安も感じていました。

しかし充実した課程、先進技術を学ぶ緊迫感で不安はすぐに消えました。レベルの高い技術、仕事に対する積極的な態度、高い作業効率、常に研鑽を続ける精神というものを学びました。座禅や茶道など精神鍛錬の課程もあり、精神面でも非常に多くのことを学べたと思います。



上海花王有限公司
技術開発部
張 亮

上司のコメント

2009年に研修に参加した張亮さんに対しては、最先端の技術、仕事のやり方などを学び、研修後の業務に活かしてくれることを期待していました。

その年の7月、私は和歌山を訪問し、研修中の彼と面談しましたが、うれしい変化が起きているのがすぐにわかりました。生産技術、技能の知識や能力は長足の進歩を遂げ、もともと内気で人との交流が苦手だった彼が非常に活発になり、コミュニケーション能力も伸びていました。

研修を終えた彼は期待どおり、学んだことを職場で発揮し、他の社員にも良い影響を与えています。



上海花王有限公司
技術開発部
毛 建権

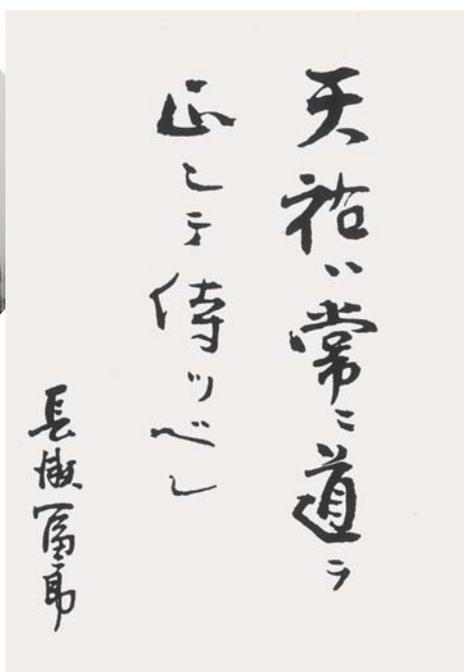
CSR マネジメント

花王の原点、「正道を歩む」

1887年に洋小間物商「長瀬商店」を開設した創業者・長瀬富郎は、「天祐は常に道を正して待つべし」という遺言を残しました。これは法と倫理を遵守し、誠実で健全な事業活動を行なうことを意味しており、社員一人ひとりが、消費者や取引先に誠実に対応し、より大きな満足を実現するための拠り所となっています。「正道を歩む」という企業行動の原点は、グローバルな事業の広がりと共に“Integrity”という言葉に翻訳され、世界の花王グループに浸透しています。



創業者 長瀬富郎



天祐は常に道を正して待つべし(初代富郎遺言書から抜粋)

CONTENTS

コーポレート・ガバナンス	22
コンプライアンス	23
リスクマネジメント	26
RC(環境・安全)活動	28
品質保証	30

■ Column

よきモノづくりへの約束1： インテグリティ	25
--------------------------------	----

健全で透明性の高い経営の実現

企業価値を継続的に向上していくために
経営体制と内部統制システムの整備・維持に努めています。

コーポレート・ガバナンス

方針/体制

花王は、企業価値を継続的に向上していくために、効率が高く、健全で透明性の高い経営を実現する経営体制および内部統制システムを整備することを基本的な考え方としています。コーポレート・ガバナンスの継続的な強化を重要な経営課題と位置づけ、株主をはじめとするステークホルダーからの要請、社会動向などを踏まえた検証を毎年行ない、適宜必要な施策を実施しています。

花王は、社外取締役2名を含む取締役会と社外監査役2名を含む監査役会という枠組みの中で、監督と執行を分離するため、執行役員制度を導入しています。

また、委員会設置会社における報酬委員会および指名委員会と同様の機能を果たすものとして、「報酬諮問委員会」および「会長・社長選任審査委員会」を設置しています。前者は、全代表取締役、取締役会会長、全社外取締役により構成され、代表取締役が、取締役と執行役員の報酬制度や水準について意見を求めるもので、毎年1回役員報酬改定時期に開催し、審査結果を取締役に報告するものです。後者は、全社外取締役および全社外監査役のみで構成し、会長と社長の選任や再任の際、その適正さにつき、事前審査を経て、取締役会に意見具申をするものです。

2名の社外監査役を含む4名の監査役は、監査の実効性の向上と機能の強化のため、代表取締役との定期的な意見交換会、取締役会・経営会議等の重要会議、国内グループ会社の監査役との定例連絡会議に出席するほか、内部監査部門や会計監査人との情報交換や、社内各部門や子会社などへのヒアリングを、定例的かつ必要に応じて行なっています。

コーポレート・ガバナンス

国内花王グループ

社外役員の独立性を確保

花王は、2010年2月に「社外役員の独立性に関する基準」を制定し、公表しています。現任の社外取締役および社外監査役の全員が同基準を満たし、独立役員として(株)東京証券取引所に届け出ています。また、取締役会における充実した議論がコーポレート・ガバナンス上重要と考え、社外取締役に対して、議題の提案の背景、目的およびその内容等につき、毎回取締役会の開催前に事務局より十分な説明を行なっています。

内部統制

方針/体制

花王は、2006年5月に、「内部統制整備に関する基本方針」を策定し、毎年遵守状況等を確認のうえ、必要に応じて見直しています。この方針に則り、代表取締役社長執行役員を委員長とする「内部統制委員会」が体制整備や運用計画を審議・決定しているほか、これらを定期的に評価し、必要に応じて改善しています。

「内部統制委員会」の傘下に、右記のような6つの委員会を置き、それぞれがPDCAサイクルを回しながら、内部統制の状況の把握と必要に応じた改善を行なっています。また、「内部統制委員会事務局」会議には、各委員会の主要メンバーである役員も参加して、各委員会の活動状況を含めた内部統制体制の整備・推進状況の確認等を行なっています。

花王は、「内部統制報告制度(J-SOX)」に対応するため、「J-SOX事務局」を設置し、内部統制の整備・運用と効率的な評価を推進し、財務報告の信頼性の向上に努めています。今後も継続して内部統制の改善を図っていきます。

詳細は

http://www.kao.com/jp/ja/corp_imgs/corp_info/governance_001.pdf

「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」

詳細は

http://www.kao.com/jp/ja/corp_imgs/corp_info/governance_002.pdf

「社外役員の独立性に関する基準」

2011年3月期における社外取締役・社外監査役の取締役会への平均出席率

社外取締役 **89.2%**
社外監査役 **96.4%**

内部統制委員会 傘下の6委員会

- 情報開示委員会
- コンプライアンス委員会
- 情報セキュリティ委員会
- リスクマネジメント委員会
- レスポンシブル・ケア推進委員会
- 品質保証委員会

「正道を歩む」を実践

法と倫理に則って行動し、誠実で清潔な事業活動を行なうため、グローバルでコンプライアンスの浸透・定着を進めています。

コンプライアンス

方針/目標/体制

花王は、企業理念「花王ウェイ」の「基本となる価値観」の中で、創業者が遺した「正道を歩む」という言葉を掲げています。「正道を歩む」とは、法と倫理に則って行動し、誠実で清廉な事業活動を行なうことです。花王は、この言葉をコンプライアンスの原点と位置づけ、すべてのステークホルダーの支持と信頼に応えていくための指針としています。

また、これを日々実践していくために、①企業行動指針「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の制定・改定、②社員一人ひとりのBCGの理解促進のための教育啓発活動の実施(受講確認としての誓約書の署名)、③法律・倫理違反への適時・適切な対応を行なうための通報・相談窓口の整備・運用を、コンプライアンスの重要事項と位置づけ、以下の3つを主とする推進体制を整え、花王全体で活動を進めています。

1 「コンプライアンス委員会」を設置

花王は、取締役・常務執行役員を委員長とし、各部門や関係会社からの代表者で構成する「コンプライアンス委員会」を設けています。コンプライアンス委員会は、BCGの制定・改定の審議、企業倫理の浸透・定着のための国内外での推進活動、コンプライアンス通報・相談窓口の運営・対応状況の確認などを実施し、重要事項や決定事項、活動概要を適宜取締役会に報告・提案しています。なお、2010年度の花王の活動において、重大な法令違反はありませんでした。

2 「コンプライアンス委員会」の「事務局会議」を開催

「コンプライアンス委員会」では事務局を置き、毎月、「事務局会議」を開催しています。会議では、社内外の相談窓口に寄せられた相談の対応状況を確認するほか、コンプライアンスに関する新たな取り組みの検討や、教育啓発の企画立案などを行なっています。

3 監査やモニタリングを実施

花王では、経営監査室による内部監査を行なっているほか、以下のようなモニタリングを定期的実施し、社員の声を吸い上げ、必要と思われる対応を行なっています。

● 自部門診断

毎年1回、各部門のコンプライアンス委員が、所属部門におけるBCGに反する行為の有無やコンプライアンス啓発活動状況について、自己診断を実施。

● 社員意識調査

2年に1回、社員意識調査「Find」を実施し、コンプライアンス遵守状況をチェック。

● サプライヤー満足度調査

定期的に社外購買先(サプライヤー)や取引先などを対象に「お取引先満足度調査」を実施。

● 研修でのセルフチェック

研修参加者に「コンプライアンス意識のセルフチェック」を実施。

詳細は

http://www.kao.com/jp/corp_info/compliance.html「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン
(花王企業行動指針)」

コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用

国内の花王では、法律・倫理違反をはじめ、コンプライアンスに関する通報・相談窓口として、コンプライアンス委員会事務局メンバーが運営する「社内通報・相談窓口」と、弁護士、カウンセラーなど外部の専門家に委託している「社外通報・相談窓口」を設けています。

いずれの窓口も、社員だけでなく、お取引先など社外の方からの通報・相談も受け付けており、通報・相談者のプライバシー保護や通報・相談したことで不利益を被ることがないように努めるとともに、第三者に確認が必要な場合も、本人の承認を得て行なっています。また、通報・相談者の心情を鑑みて、メール受信の場合、24時間(営業日)以内に一次回答(通報・相談の受付と今後のフォロー予定方針の連絡)するよう努めています。

海外の花王では、「社内通報・相談窓口」、およびサービスプロバイダーを起用した24時間365日、母国語で相談できる「社外通報・相談窓口(インテグリティライン)」を設置しています。

2010年度は、月平均約19件(海外グループ会社含む)の通報・相談がありましたが、重大なものはありませんでした。

日常業務におけるコンプライアンス徹底のしくみ

花王では、「法令エキスパート」と呼ばれる社内担当者が、業務に関連する法令等の施行・改正動向を注意深く見守り、必要に応じて社内説明会等の情報発信・啓発活動を推進しています。

また、国内の花王グループでは、BCG実践のため各種の社内規程をイントラネットで参照できるようになっています。

花王は、法令に則った活動を推進するために、「情報セキュリティポリシー」のもとに「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」を制定しています。情報セキュリティ委員会や各部門のTS(トレードシークレット)推進委員、個人情報管理責任者がそれぞれの役割に応じ情報セキュリティ管理を徹底。委員や責任者、担当者への教育、啓発も継続的に行なっています。情報のグローバル共有に対応し、TS・個人情報管理のレベルをグループ全体で高めるよう取り組んでいます。

情報資産の保護領域を見直し

2010年度より、機密情報および個人情報の情報資産だけでなく、その具体的な保護のためのハードウェア、ソフトウェア、各種データファイル等の情報技術の検証等もTS・個人情報保護推進委員会の担当領域とし、あわせて委員会名を情報セキュリティ委員会と改称しました。

2010年度に改正され、対応した法令等

消防法、労働安全衛生法、エネルギーの使用の合理化に関する法律、中国特許法、企業内容等の開示に関する内閣府令、外為法、薬事法、化審法、毒物及び劇物取締法、など

2011年3月末現在の「法令エキスパート」登録法令数、社内規程登録数の状況

「法令エキスパート」登録法令数

のべ336法令

社内規程登録数

504件

よきモノづくりへの約束 ① **インテグリティ**

時代とともに企業行動指針を進化させ、グローバルな浸透を図っています。

花王は、創業者の時代より「インテグリティ(正道を歩む)」の考え方を重視してきました。グローバルを進める現在においても、社員一人ひとりが正しい行動を行なうため、2003年から企業行動指針である「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」を採用しています。

インテグリティ研修をグローバルに展開

2008年のBCGの改定に伴い、それまで国内向けに行なってきた「コンプライアンス研修」を世界共通の「インテグリティ研修」へと発展させ、インドネシア、タイ、中国、ベトナムなどアジア各国で実施しました。2010年度は、アメリカ、イギリス、メキシコ、スペインなど欧米にも展開し、海外グループ社員の約11,300人のうちこれまでに約4,600人が受講しました。

研修は、海外のグループ各社のキーパーソンとなる社員がトレーナーとなり、文化や社会的背景の違いを考慮した各国・地域で想定されるケーススタディを盛り込むことで、インテグリティをより身近な課題として認識できるようにしています。また、マネジャーレベルから一般社員レベルへと、段階的に研修の対象者を拡大することで、全社員への浸透を図っています。

■ 海外グループ インテグリティ研修実施状況 (2011年3月末)

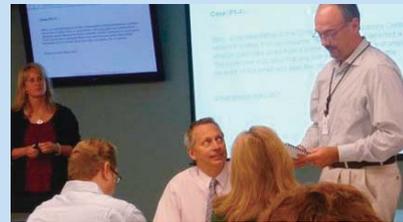
地域	実施数(回)	受講者数(人)
アジア/オセアニア	141	3,833
欧米	40	783
合計	181	4,616

花王マレーシア、ピリピナス花王、花王香港、花王台湾、花王シンガポール、花王オーストラリアでは、研修を完了。

企業行動指針を継続的に見直し

社会から求められる企業像は、社会のサステナビリティに対する認識とともに常に変化しています。こうした変化を受けて、花王は2009年の「環境宣言」で、より積極的に環境視点での企業活動に取り組んでいく姿勢を明確にしました。また、国際社会の動きとして、2010年に社会的責任の包括的ガイドラインであるISO26000が発行され、企業の社会的責任がますます広がっています。

これらを背景に、グループ全体でのグローバル標準版の採用をめざして、2011年4月にBCGの改定を行ないました。国内ではアジア・欧米で実施したインテグリティ研修を日本版インテグリティ研修として開始するとともに、グループ全体でのさらなる共有を図っていきます。



5月14日 花王フランスで実施されたインテグリティワークショップ



5月10日 花王スペシャルティーズアメリカズで実施されたインテグリティワークショップ

2011年4月 BCG改定の背景

- 花王ウェイの改定(2010年4月) 社会のサステナビリティへの貢献とダイバーシティの尊重の強化
- 環境宣言(2009年6月)、生物多様性(2010年10月COP10)への対応
- 経団連による 企業行動憲章の改定(2010年9月)
- ISO26000 (社会的責任に関するガイダンス文書)発行(2010年11月)

全社横断的なリスクマネジメントを実施

「リスクマネジメントポリシー」に基づき、事業活動全般で生じ得るさまざまなリスクに適切に対応していきます。

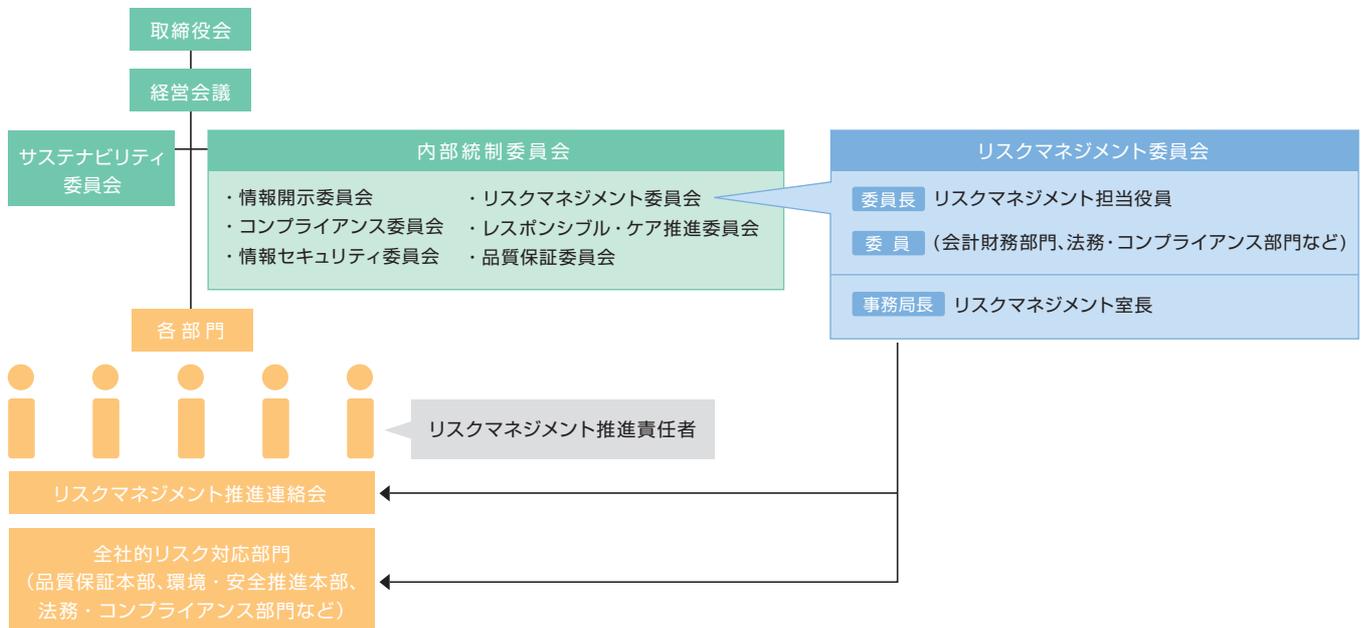
方針/体制

花王の企業理念である“よきモノづくり”を実践していくためには、事業活動全般にわたって生じ得るさまざまなリスクを想定した対策をたて、リスクの発生頻度や影響の低減を図るなど、適切な管理を行なうとともに、万一発生した場合の被害・損害を極小化する必要があります。こうした認識を持ち、「リスクマネジメントポリシー」に基づき、1. 人命尊重、2. 環境保護、3. 操業維持、4. 資産保持など、リスク管理・対応の優先順位づけを明確にしてリスクマネジメント活動に取り組んでいます。

また、取締役会で定期的に全社横断的なリスク管理体制を確認・監督しており、重大なリスクについての基本方針を定めています。

事業活動全般で生じ得るさまざまなリスクのうち、経営戦略上のリスクについては、事前に関連部門でリスクの分析や対応策を検討し、必要に応じて経営会議や取締役会で確認、監督しています。業務運営上のリスクについては、各部門でリスクマネジメント推進責任者を定め、日頃からリスクの確認、評価、回避・低減策の検討といったリスク管理を行なっています。こうした各部門のリスクマネジメント活動状況を把握し、改善をサポートするために、また全社横断的な見地からリスク管理を強化するために、「リスクマネジメント室」を設置し、リスクマネジメントのPDCAサイクルを推進しています。

リスクマネジメント体制



目標

花王は、各部門の事業活動や業務に影響を与え、「事業を継続し、事業目標を達成する」妨げとなる事象や要因をリスクととらえ、その事象や要因を適切に管理するために、次ページの活動目標を定め、リスクマネジメント室はその活動の推進を行なっています。

1 全社重要リスクの把握と対応策の強化

国内の事業部門、機能部門や海外グループ会社におけるリスク調査を行ない、その中で、起こりうる可能性や起こった場合に影響度が高い事象を重要リスクとしてとらえ、その対応策を常に全社視点で見直し、整備しています。

2 緊急対応体制の整備

事故・災害や製品品質トラブルなどの中から緊急・重大リスクを定め、人に対する危害の予防や人命尊重を最優先に考えながら、事業環境の変化に合わせてリスク管理体制の強化を図っています。

3 事業継続計画(BCP)^{※1}の整備

「大規模地震発生による操業停止」や「感染症の蔓延」など、事業活動の維持や継続に大きな影響が生じる事象について、被害の程度や自社に及び影響を想定した実効性のある対応策を準備しています。

※1 事業継続計画(BCP)

さまざまな事象・要因により事業活動の中断や停止が引き起こされる場合を想定し、その状況に応じてどの業務、機能をどのような方法で維持・継続させるかを事前に決めておき、会社としての重要業務を継続させるための計画。



グローバル

リスク調査を実施し対応策を強化

2010年度に実施したリスク調査では、「品質トラブル」や「操業中断」が事業活動に大きな影響を及ぼす事象であるととらえ、国内各部門や海外グループ会社で要因の洗い出しを行ない、事象への備えや要因の管理を強化してきました。

2011年度はさらに、事業環境の変化や動きを注視しながら、事業目標や部門目標の達成にマイナスの影響を与える要因をリスクととらえ、その把握と低減を図っていきます。国内に関しては、「リスクマネジメント推進連絡会」を通して、事業活動に影響を及ぼすリスク情報や、企業を取り巻く新たなリスク情報を共有することで、リスクに対する意識の向上を図ります。



グローバル

海外における緊急時の対応体制を改善

2010年度は、海外における品質トラブルや操業中断が発生した場合の緊急対応体制の中で、緊急・重大性を伴うような事態の場合には、日本本社並びに国内の所管機能部門が迅速かつ効率的にかかわれる対応体制をとれるように見直しを行ないました。

2011年度には、ビューティケア事業を中心とするグローバルでの研究・生産・販売体制に合わせて、緊急時における責任・指示系統を明確にし、より迅速かつ的確にグローバルレベルでの緊急対応ができるように体制の強化を図ります。



国内花王グループ

東日本大震災の発生と事業継続計画(BCP)の整備

3月11日に東日本大震災が発生し、花王も東北・関東に位置する工場、物流、販売の拠点が地震・津波により大きな被害を受け、操業の中断を余儀なくされました。このような生産、物流、販売のサプライチェーンの寸断に直面し、どの製品を優先して供給するのか、被害状況に合わせてどのような代替措置を講じながら復旧させるかなどについて、平時に議論してきた事業継続計画(BCP)が機能しました。しかしながら、想定外の事象が起きたり、新たな課題が見つかるなどBCPをさらに強化する必要があります。

2011年度は、震災で得た経験を活かし東京湾北部地震を想定し、原料調達の障害対応や重要なITシステムの機能維持など災害時のサプライチェーン寸断への対応強化に取り組む予定です。

詳細は

P5「東日本大震災による被災地への対応」

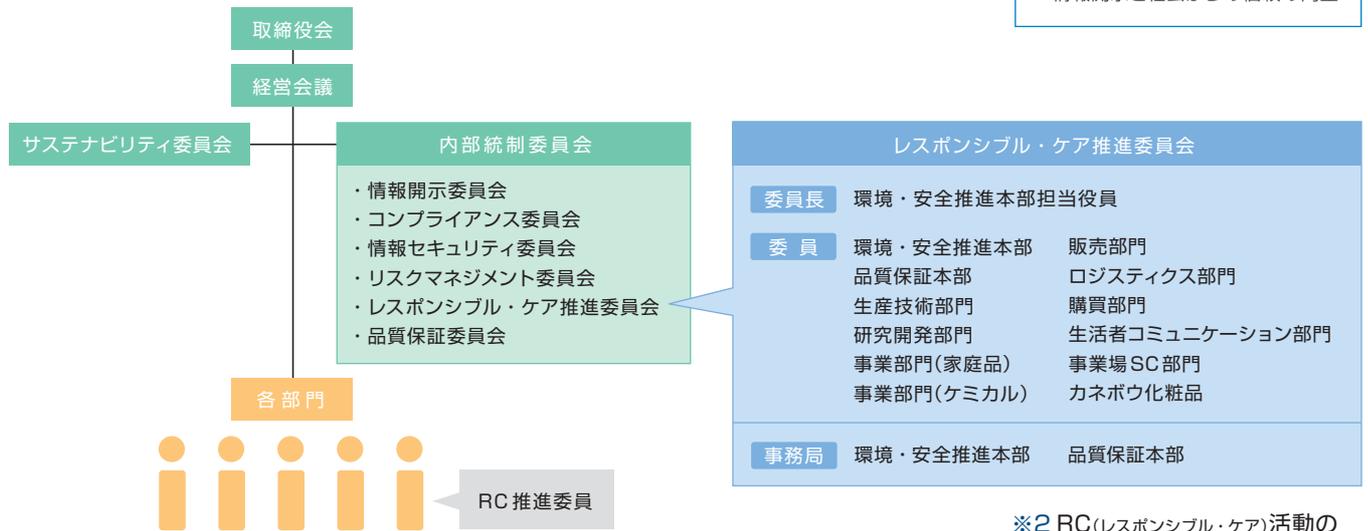
化学物質を扱う企業として 環境・安全活動を推進

消費者の安全と環境の保護を図るため、化学産業界の自主管理活動「RC(レスポンシブル・ケア)活動」に取り組んでいます。

方針/目標/体制

花王は、製品の開発、原材料調達、生産、物流、販売、使用、廃棄までの製品がかかわるサイクルの中で、消費者をはじめステークホルダーの皆さまの安全を確保し、地球環境に配慮した活動を推進していくことを目標に掲げています。その実現のため、環境・安全推進本部を設け、化学産業界の「環境・安全・健康」に関する自主管理活動「RC(レスポンシブル・ケア)活動」の基本項目※2の考え方に則った基本方針を策定し、年間計画に基づいた活動を推進しています。

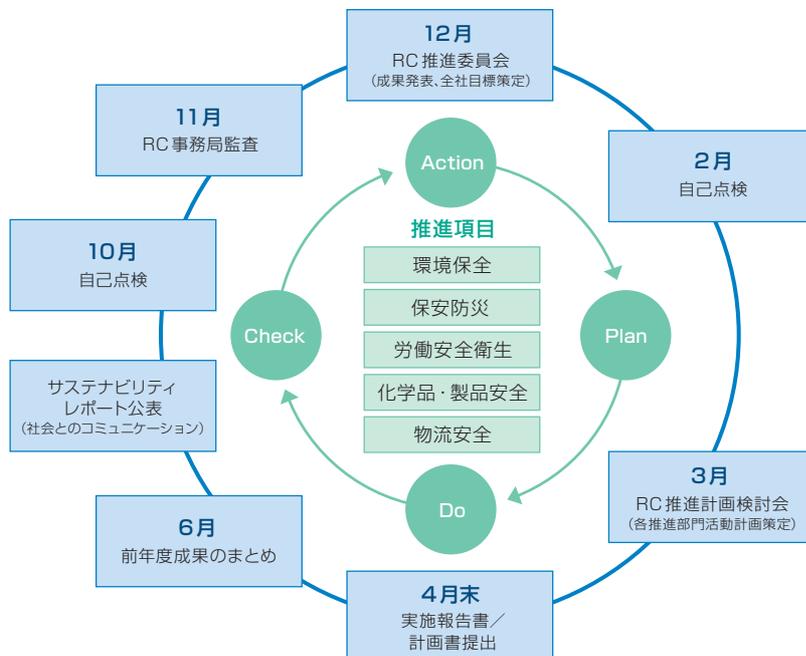
RC 推進体制



RC 活動の基本方針

- 従業員の健康・安全と操業の安全
- 環境・安全に配慮した製品の開発
- 省資源・省エネルギー・廃棄物削減
- 地域の人々の安全と環境保全に責任ある対応
- 法規制、自主基準の遵守
- 教育の充実
- 自主評価の実施
- 情報開示と社会からの信頼の向上

RC 活動の年間サイクル



※2 RC(レスポンシブル・ケア)活動の基本項目

「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」の5つの推進項目と「社会とのコミュニケーション」。

具体的な活動としては毎年12月に「RC推進委員会」を開催しています。これは、国内の花王でRC活動を推進する10の部門・事業会社から選ばれた「RC推進委員」と、環境・安全推進本部、品質保証本部の代表を加えた12人の委員で構成されており、環境・安全推進本部の担当役員が委員長を務めています。委員会では、活動理念の徹底やマネジメント体制の強化に関する施策を討議するほか、毎年11月に行なうRC事務局監査の結果をもとに次年度の活動目標を審議しています。また、毎年3月には「RC推進計画検討会」を開催し、各推進部門から出される計画案をひとつひとつ審議しています。これらの会議で審議された内容は、RC推進委員が各推進部門に持ち帰り、推進部門ごとに設けた活動ユニットが中心となって活動の改善・レベルアップを図っています。

なお、グローバル展開については、現在、工場からデータ収集を進めており、2013年頃をめどに花王全体での活動へと強化していく予定です。



環境・安全データベースなどを活用

花王は、化学物質を適正に管理するための「化学物質総合管理システム」、環境負荷の低減や労働災害・事故発生数の低減を図っていくための環境・安全データベースである「環知安システム」※1などを構築してグループ全体で運用しています。

これらを活用することで、PRTR※2法に則った管理業務やMSDS※3の発行・管理業務をより正確・迅速に行なうことができます。また、花王全体の環境負荷データや労働災害・事故報告の情報を活用することで、温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率や強度率などを自動算出することができます。



RC事務局監査を実施

花王は、RC活動の進捗状況や課題を把握するために、毎年11月にRC事務局が各推進部門に対して監査を実施しています。また、活動ユニットごとに自己点検も実施しており、これらの結果を12月のRC推進委員会で経営層に報告するとともに、次年度の方針や目標の策定に活かしています。2010年度は、10月に各推進部門が自己点検を、11月にRC事務局が各推進部門の監査を実施しました。その結果、重大な指摘事項はありませんでした。

RC事務局監査実績(2010年度)

	生産技術部門	研究開発部門	事業部門	コーポレート部門	関係会社*
設問数	51	35	79	65	67
継続観察が必要な項目	3	1	6	12	11
評価平均点(5点満点)	4.94	4.97	4.90	4.83	4.76

*関係会社：カネボウ化粧品(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王ロジスティクス(株)



RC教育を継続的に実施

RC事務局や各推進部門のRC担当者は、社員や協力会社の社員を対象に、ISOや労働安全衛生活動などのRC教育を定期的に行なっています。

2010年度はRC事務局が社員を対象に実施した教育は22回、のべ298人が参加しました。

RC教育実績(2010年度)

	生産技術部門	研究開発開発	事業部門	コーポレート部門	関係会社	計
開催回数(回)	6	1	3	4	8	22
参加人数(人)	132	8	13	30	115	298

*集計範囲：国内花王

※1 環知安システム

エネルギー使用量、温室効果ガス排出量、ばい煙排出量、排水量、排水濃度測定結果、土壌・地下水測定結果、PRTR法対象化学物質の取り扱い量および排出量、廃棄物の発生量・排出量・最終処分量、労働災害統計、交通事故統計など、多様なデータを共有している。

※2 PRTR

(Pollutant Release and Transfer Register)

環境汚染物質排出移動登録の略。PRTR法は、事業者による化学物質の自主的な管理の改善を促進し、環境保全上の支障を未然に防止することを目的としている。

※3 MSDS

(Material Safety Data Sheet)

製品安全データシートと呼ばれる。化学製品を安全かつ適切に取り扱うために、製品に含まれる物質名、危険有害性情報、取り扱い上の注意などに関する情報を記載した書類のこと。

詳細は

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_02_11.html

「ISO等認証取得一覧」

消費者起点で製品の品質管理を徹底

開発から生産、物流、販売までの各段階で
 厳しい基準やルールを定め品質を管理しています。

方針/目標

花王の品質保証活動の基本は、「花王ウェイ」にある消費者・顧客起点の心を込めた“よきモノづくり”です。創業以来、これを拠り所とし、研究から商品開発、生産、物流、販売に至るすべての段階で、基本方針の実現を目標に社員全員参加による品質保証活動を行っています。

品質保証活動の基本方針

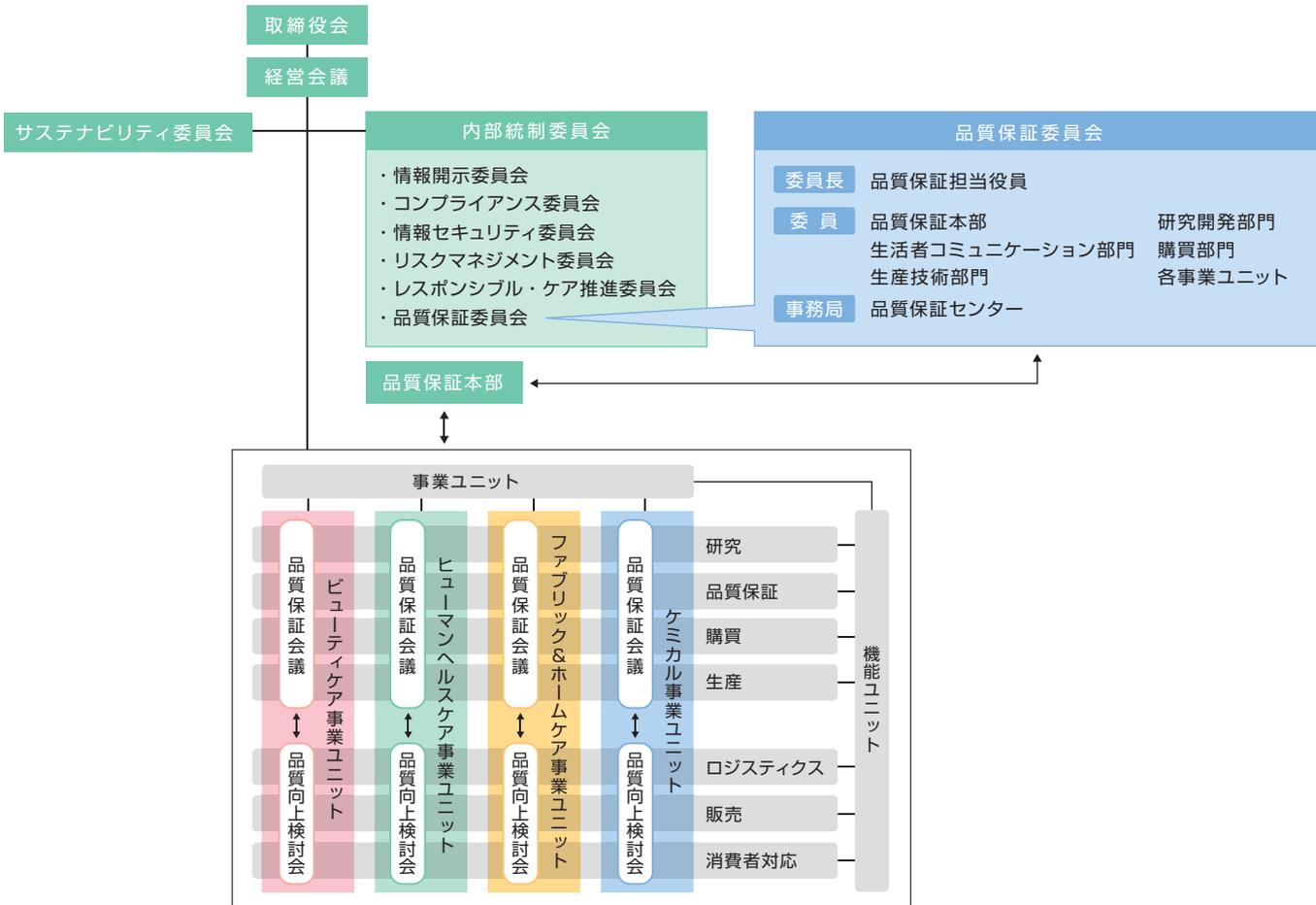
- 品質を評価するのは「消費者・顧客」
- 「使い続けていただける」商品の提供
- 「安心して使える」商品づくり
- 「法規制の遵守」
- 「透明性の高い」企業活動と説明責任

体制

品質保証担当役員を委員長として事業部門、消費者部門、研究、生産、購買などから選任された品質保証委員から成る品質保証委員会によって、全社の基本方針の決定や品質保証活動の確認を行なっています。また、事業ユニットごとに、事業部門、研究、生産、購買、消費者部門などが、新製品・改良品の発売前の品質最終確認や発売後の品質向上など、個々の製品について検討する「品質向上検討会」や、品質保証委員も交えて重要施策や課題の進捗を確認する「品質保証会議」を通して、消費者起点で総合的な品質保証のマネジメント体制を敷いています。

詳細は
http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_00.html
 「品質保証活動の基本方針」

品質保証体制





科学的観点と使い手の立場の両面から安全性を追求

花王は、製品の人体に対する安全性、環境への影響、食品の安全性について厳格な自社基準を設け、安全性評価研究所ですべての原材料と製品の科学的な安全性を評価しています。

花王とカネボウ化粧品は、動物実験を代替できる安全性評価技術の確立に取り組んでいます。皮膚感作性試験については、(株)資生堂と共同で開発した細胞を用いる試験法の検証研究が、欧州の代替検証センターで開始されました。また、細胞を用いた眼刺激性試験に関しては、日本での検証研究が終了し、今後、国際審査が行なわれる予定です。そのほかにも、欧州化粧品工業会(COLIPA※1)が推進する動物試験代替法のプロジェクトにも参加し、推進メンバーとして重要な役割を果たしています。

製品の成分・特性、用法、注意表示、広告表現に関しては、各担当部署が責任を持って確認し、新しい用途など新規性の高いものは、安全性検討会で社会科学的視点も入れて協議しています。

一方、品質問題など万一の事態には、品質保証本部が「危害性」「拡大性」を迅速に判断し、メーカーとしての社会的責任や品質責任、説明責任などを迅速・確実に果たすよう、行政や流通パートナーなど社外とも連携して、的確に対応するよう努めています。

※1 COLIPA (The European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association)

欧州化粧品工業会。1962年設立。16社以上の企業と25カ国以上の団体が加盟。



製品サイクルを通じた品質保証活動

花王は、すべての製品に対し、研究から製品開発、生産、物流、販売、お客さまの使用、保管、廃棄に至るまで、製品サイクル全体を通じた品質保証活動を推進しています。また、包装容器や使用説明書などの表示・表現を、「安全性への配慮」「法適合性」「わかりやすさ」などの観点で検証しています。検証にあたっては確実性を考慮し、消費者相談、商標、薬事などの関係部門すべてが製品ごとに承認するシステムとしています。



品質課題総点検の実施

2010年度は品質課題総点検を行ない、過去3年間のお客さま指摘を見直し、対応が不十分だった課題の対策を講じました。生産部門では、品質リスク総点検、製造設備の洗浄・殺菌チェックおよび防菌活動を行ないました。また、開発部門における品質確保のしくみ強化を図りました。



品質保証監査を実施

2010年度は、研究、生産など12件の品質保証監査を実施しました。外部監査としては、薬事法にかかわる製造販売業、製造業の許可更新に伴う各都道府県からの査察を受け、更新許可を受けました。そのほかにも、ISO9001の外部監査、内部監査、委託製造先や原材料メーカーに対する監査、品質会議も行なっています。

品質保証活動役員表彰を実施

花王は、品質保証活動の活性化を図るために、アジアの花王も含めて「品質保証活動役員表彰」を実施しています。また、地道な活動に対しては「感謝状」を贈呈しています。

国内花王グループ

超濃縮洗剤・柔軟剤に識別性向上のカテゴリー表記を導入

お客さまの高齢化などで、「使い方がわからない」「表示が見えにくい」などの声が増加しています。それに対し花王では、誰もが一目でわかる識別表示の導入を超濃縮洗剤・柔軟剤などから進めています。

国内花王グループ

食品事業における品質管理の徹底

花王では、脂質栄養代謝などの研究から生まれた健康機能食品を通して、おいしく、より健康な生活習慣に貢献できるよう、以下のような品質保証活動に取り組んでいます。

1. 製品の安全性・有効性の評価は、社内のみならず、社外の専門家との共同研究も含め、発売後も幾度も重ねています。
2. 原料から製造に至る品質管理を徹底し、基原原料*2から消費までのトレーサビリティ*3を確保しています。
3. おいしく召し上がっていただくために、原料の賞味期限管理も含め、生産・物流段階での鮮度管理に注力しています。

国内花王グループ

食品原料の原産地やアレルギー情報などをウェブサイトで開示

花王は、食品の安全性に関する情報を積極的に発信しています。ウェブサイトでは、製品ごとに「成分情報」として原材料名や成分分析、アレルギー物質などを開示。消費者からのお問い合わせに対しては、代表的な原料や基原原料の原産地情報をすぐにお答えできるようにしています。特にご質問の多い原産地情報は、ウェブサイトでも公開しています。

2010年度の表彰

- 「ビオレ洗顔料製造品質の向上」
- 「衣料用粉洗の品質向上に向けた取り組みケーキング抑制」

2010年度の感謝状

該当なし

※2 基原原料

第一次農畜水産品そのものを指す。たとえば、食用油における大豆など。

※3 トレーサビリティ

製品、原料などの基原、使用、製造履歴、所在などを記録して把握すること。



エコナについての最新状況と今後

2009年7月、エコナ油にほかの食用油より多くのグリシドール脂肪酸エステル(GE)が含まれていることがわかりました。食品としての安全性に問題はないものの、不純物のGEをほかの食用油と同程度に低減すべきと考え、エコナ関連製品の製造・販売を一時中止いたしました。その後、食品安全委員会に専門家の先生方によるワーキンググループが設置され、エコナ関連製品の食品健康影響評価が始まりました。花王では、分析法の開発や評価に関する資料の提出など、食品安全委員会に対し協力してまいりました。また、社外の専門家、有識者の皆さまとも連携を図りながら、販売中止に至った経緯や食品安全委員会、ワーキンググループでの審議の

状況をウェブサイト、小冊子、説明会を通して報告しております。

現在、すでにGEの含有量低減のめどが付き、再発売に向けた取り組みを進めております。再び消費者の皆さまの健康な暮らしに貢献できる商品の提供ができるよう、GEを低減したうえで、商品としての安全性と有効性に関して再度知見を整理し、トクホの新規申請を行なう予定です。

花王は機能性食品の提供に加え、皆さま一人ひとりに向けた食生活提案を中心とする新しい情報サービスを通して、現代の日本人が抱える生活習慣病の予防や改善に貢献できるよう、これからも全力で取り組んでまいります。

ステークホルダーへの責任

Kao よきモノづくり Story

消費者起点の“よきモノづくり”

花王の社名の由来は、1890年に高級化粧石けん「花王石鹼」を発売したことにあります。これは、日本の清潔な暮らしへの新たな提案でもありました。また1934年には、家事を通じて生活を研究する「花王家事科学研究所」(旧 長瀬家事科学研究所)を設立しています。花王は、心を込めた“よきモノづくり”を行ない、人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現することを使命としてきました。科学的に根拠のあるアプローチを通じて、新しいライフスタイルを提案するという私たちの姿勢は、世界の人々に製品をお届けするようになっても変わることはないのです。



講習会風景

CONTENTS

お客さま(消費者)への責任	34
お客さま(法人顧客)への責任	36
社員への責任	38
サプライヤーへの責任	46
株主・投資家への責任	47
地域社会のために	48

■ Column

よきモノづくりへの約束2： 仕事と家庭の両立の支援	41
よきモノづくりへの約束3： 地域社会との共生	50

消費者起点で“よきモノづくり”を追求

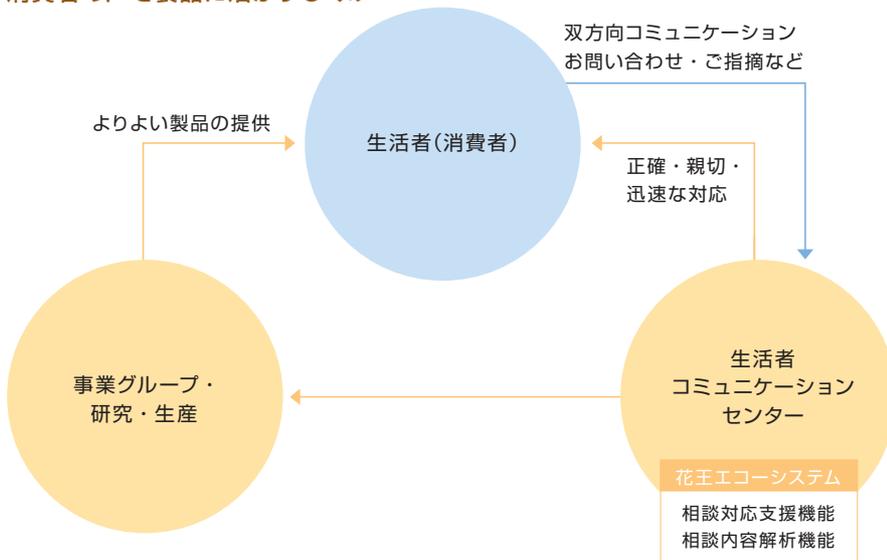
きめ細かなコミュニケーションを通して
必要とされる製品やサービスを提供します。

方針/体制

花王の消費者窓口である生活者コミュニケーションセンターは、製品に関するご意見やご要望をうかがうだけでなく、その背景にある「生活者」としての意識までくみ取りながら「正確・親切・迅速」をモットーに対応することをめざしています。

また、消費者と花王のコミュニケーションを支援し、消費者の声を全社で共有・活用する基盤になっているのが、1978年に開発して以来、6度にわたるバージョンアップを重ねてきた「花王エコシステム」です。このシステムには、花王の全製品の情報や改良の履歴から生活情報まで、多岐にわたる情報が蓄積されており、相談に対する迅速で的確な対応を支えています。また、相談内容は、個人情報の取り扱いに十分配慮しながら逐次データベース化し、翌朝には全社で閲覧できるようにしています。これらのデータをもとに、各部門が製品別の相談傾向や発現率(出荷個数に対する相談件数の割合)などを解析し、商品開発やマーケティング、生産活動などに活かしています。

消費者の声を製品に活かすしくみ



目標

花王は、消費者からいただくご意見・ご相談に真摯に耳を傾け、きめ細かなコミュニケーションを図ることで、皆さまの声を製品の改良や新製品の開発、サービスの向上などに活かすことを目標としています。

また次世代を担う子どもたちからご高齢の方々まで、皆さまのお役にたてる幅広い生活情報をさまざまな形でご提供することを心がけています。

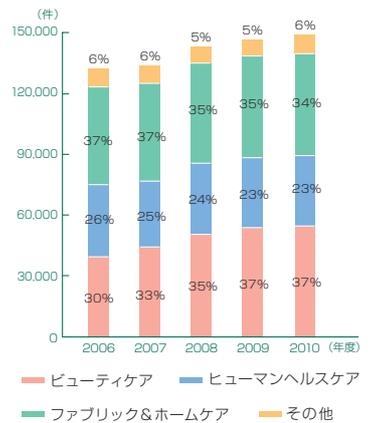
各種セミナーの開催、行政機関主催のイベントへの参画など、啓発活動を実施し、2010年度からは、授業カリキュラムに連動させた環境講座や手洗い講座、お掃除講座などの教育支援活動を開始したのもその一環です。これからも幅広い部門の社員が参加できるプログラムをめざしていきます。

2010年度に電話やメールなどで
寄せられた相談件数

約14万8,000件

(前年度比102%)

消費者相談件数の推移
(花王+ニベア花王)



国内花王グループ

「お掃除講座」による豊かな生活文化への貢献

2010年度は、新たに小学校低学年の「生活科」カリキュラムに合わせた「お掃除講座」のプログラムを始めました。この講座を通して「家事の大切さ」や「道具の使い方」を学ぶとともに、「家族への思いやり」や「家族の役にたつことの喜び」を知ってほしいと願っています。花王社員が講師を担当する授業では、「お皿洗い」などで子どもたちが洗剤の役割も学びながら、環境への負担が少ない洗いを身につけ、また楽しみながら体験できるよう工夫をしています。



「お皿洗い」体験

国内花王グループ

手洗いの大切さを伝える小学校での出前授業

2010年度は前年度の活動をさらに拡大して、全国32の小学校で実施しました。実際に手の汚れ落ちを確認しながら正しい手洗いを指導する授業を行なうことで、子どもたちは熱心に講師の話の聴き、楽しんで実習に取り組んでいました。先生や保護者からは、「体験を通して理解させる授業なのでわかりやすい」「他の学年でも行ないたいと思った」等の声が寄せられており、今後も積極的に拡げていく予定です。



小学生を対象とした出前授業

国内花王グループ

ウェブサイトを活用した情報の発信

消費者からのお問い合わせに答えるために、花王はウェブサイトを活用したきめ細かくタイムリーな情報発信に努めています。特に、消費者の安全・安心を守ることに重点を置き、ヘアカラー使用前の皮膚アレルギー試験(パッチテスト)の必要性や、エアゾール製品の取り扱い上の注意などの情報を発信しています。また、製品の誤飲・誤食などに対する応急処置方法をご紹介する「応急処置SOS」はモバイル版でも公開しています。

2010年度は、製品に記載されている表示情報の公開を始め、製造終了予定の製品も2カ月前から一覧できるようにしました。

応急処置 SOS

花王製品(食品を除く)を誤って飲んだり、製品が目に入った場合の応急処置方法をご案内します。

すぐに応急処置をすることで被害を小さくすることができますので、ぜひポイントをおぼえておきましょう。

- 誤って製品を飲んだ・食べた時
- 製品が目に入った時
- 不快感や皮膚の異常がおきた時
- 応急処置や受診で迷った時

■ 誤って製品を飲んだ・食べた時

- ・塩素系の漂白剤・洗剤
- ・衣類や住まい・食器のお手入れ品(塩素系以外)
- ・膝・からだ・髪のお手入れ品
- ・ハジキ・洗口剤
- ・紙おむつ・生理用ナギキ

[このページのTOPへ](#)

■ 製品が目に入った時

- ・塩素系の漂白剤・洗剤
- ・その他製品全般

[このページのTOPへ](#)

モバイル版「応急処置 SOS」

WEB

お問い合わせ

<http://www.kao.com/jp/soudan/>



製品Q & A

<http://www.kao.com/jp/qa/index.html>



製品カタログ

<http://www.kao.com/jp/products/>



製造終了品のご案内

<http://www.kao.com/jp/products/haishihin/>



対話を通じて信頼関係を構築

相互の繁栄と環境負荷の低減を図っていくために、情報交換や協働活動を積極的に実施しています。

コンシューマープロダクツ事業

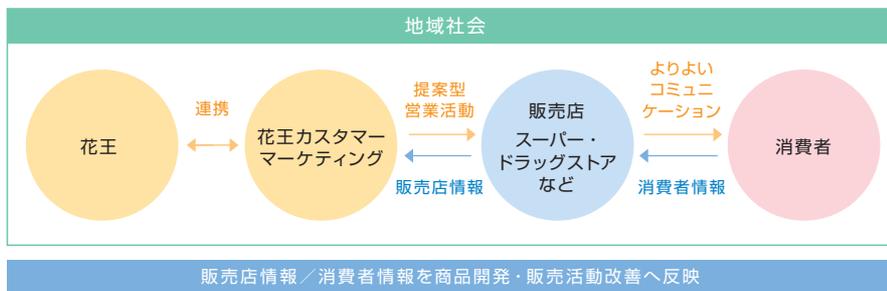
方針/目標/体制

花王製品の販売を担う花王カスタマーマーケティングでは、提案型営業活動を通じてスーパーやドラッグストアなど販売店との連携強化に努めるとともに、花王フィールドマーケティングと連携し、お客さまが買物しやすい売場づくりを支援しています。化粧品では、クオリティの高いカウンセリングをめざし、アドバイザーが直接お客さまへの推奨活動を行なっています。

2010年度からは、環境配慮型製品を中心に、地域行政や販売店と連携した環境イベントを推進しています。活動を通じて得られた販売現場の情報を商品開発部門にフィードバックし、より選びやすく使いやすい製品づくりに活かすなど、グルーブ体となって“よきモノづくり”を推進しています。

花王カスタマーマーケティングと販売店の連携

製品と消費者の接点である販売店の繁栄と環境負荷低減活動の推進



コンシューマープロダクツ事業

国内花王グループ

販売店へ花王のサステナビリティへの取り組みを紹介

花王カスタマーマーケティングは、毎年早春に「有力販売店様懇談会」を開催しています。2011年2月の開催時には、花王の事業・ブランド・販売活動の方向性をご紹介する中で、環境負荷低減やユニバーサルデザインなどの取り組みについて展示品やパネルを交えてご説明しました。「継続可能な社会の重要性がよくわかった」「一緒に取り組みを進めたい」など、多くの販売店から高い関心の声をいただきました。



サステナビリティへの取り組み紹介

ケミカル事業

方針/目標/体制

花王のコア事業の一つであるケミカル事業は、オレオケミカル(油脂関連製品)、機能材料(界面活性剤)、スペシャルティ(情報材料、香料)の各分野で、世界の幅広い産業界のお客さまに中間原料としてのケミカル製品を提供しています。本事業では製品にかかわる法規制や安全性情報を、サプライチェーンを通して迅速に顧客企業に提供することが求められており、顧客企業や販売代理店との緊密なコミュニケーションの推進をめざしています。

ケミカル事業

国内花王グループ

販売代理店との情報交換会を継続的に実施

花王は、販売代理店との相互発展をめざし、2010年度も主要な代理店10社とケミカル製品の法規制や環境・安全への取り組みなどについての情報交換会を実施しました。花王からは世界各地の化学物質規制の動向、サプライチェーンにおける代理店の情報伝達の役割など最新の情報を紹介。代理店からは、CSRや環境対応などへの取り組みについて、年度目標とその進捗状況をPDCA視点でご紹介いただき、相互理解を深めました。

プロフェッショナル用品事業

方針/目標/体制

花王プロフェッショナル・サービス(KPS)は、フードサービス(外食産業、食品加工業)、レクリエーション(ホテル、理美容等)、メディカルサポート&ケア(病院介護施設)の各分野で、特別な洗浄と衛生管理が必要なプロのお客さまに向けて、独自の業務用製品とシステムを提案しています。

フードサービスでは食中毒の予防や清潔な店舗の実現を、レクリエーションでは「快適」「美」のための衛生管理を、メディカルサポート&ケアでは感染管理の情報支援と業種・業態別のソリューション提案を行ない、お客さまにとって最適な衛生管理の実現と、オペレーションコストの低減をめざしています。

プロフェッショナル用品事業

国内花王グループ

医療・介護従事者への感染管理支援活動

KPSは病院や介護施設で感染管理に従事される方々の活動支援として、「感染管理ベストプラクティス」を実施しています。これは、医療介護処置の手順の中で感染対策上重要な部分のリスク分析を行ない、それに対する科学的根拠のある解決策を検討した手順書とチェックリストを作成・実践することで職員の行動変容をめざすもので、2010年度は東北地区で168施設、近畿地区では149施設にて行ないました。

また、東北(仙台)と近畿(大阪)で関連の研修・発表会を実施し、合計1,160名の医療・介護従事者が参加しました。



近畿「感染管理ベストプラクティス研究会」の様子

顧客企業・代理店との連携体制



個人と企業が共に成長できる 環境・風土づくり

あらゆる差別を排除するとともに、社員一人ひとりの尊厳を守り、力を最大限に発揮し合える職場づくりを進めています。

人材開発

方針/目標

花王では、社員それぞれが能力と個性を最大限に発揮して個の成果を追求することが、組織としての成果に結びつき、企業の総合力となっていくと考えており、そのような環境や風土づくりをめざしています。そのため、こうした考えを「人材開発基本方針」として定めるとともに、「ありたき組織像」「求められる人材像」を掲げています。また、これらの実現を目標に、社員の意欲や個性、組織の目標に応じた能力開発の機会をさまざまな手法で提供し、社員それぞれの成長を支援しています。

人材開発基本方針

- 花王グループが“よきモノづくり”を行ない永続的に発展するために、組織的な創造革新の活動によって、全体としての効果・効率が常に向上することを目指します。
(効果・効率性の追求)
- 創造革新の源泉は、限りなく叡智を発揮したいという全社員の熱意にある、という考え方にに基づき、個々の人間としての尊厳が尊重され、自主性と多様性が活かされる環境をつくります。
(人間性の尊重)
- 社員一人ひとりが現場で思う存分叡智を発揮することが、花王グループの発展につながるよう、諸施策の改善に努め、創造革新の活動を通じて組織と個人の統合を図ります。
(統合への努力)

人材開発のビジョン

ありたき組織像

自由闊達な絶えざる革新の風土を継承し、透明性の高い役割責任体制のもとに花王ウェイに基づいた組織運営を行います。そして、常に変化に柔軟かつ機敏に対応する「生体機能的組織」の考え方にに基づき、グループ全社が一体的に運営される組織を目指します。

求められる人材像

1. 挑戦意欲を持ち続ける人材
▶ (Challenge & Change)
2. 高い専門性を持つ人材
▶ (Professional Capabilities)
3. グローバルな視点を持つ人材
▶ (Global Perspective)
4. 協働により高い成果を生み出す人材
▶ (Communication & Collaboration)
5. 倫理観に富む人材
▶ (Integrity)

人材開発

グローバル

グローバル人材開発会議の実施

花王は、世界中の労働市場で、グローバルなキャリアを求める人材が集まる魅力的な会社となることをめざしており、国籍、人種、性別等にかかわらず優秀な人材が活躍できるよう、グループ一体となって取り組んでいます。グローバル人材開発会議では国・会社を超えた人材開発のため、人材マネジメントの方向性と人事業務の標準化、そしてその実現に向けた連携・協働のあり方について議論し、グループ全社で推進していく体制としています。2010年度は7月に実施し、欧米やアジア14カ国から20社、47名が参加しました。

人材開発

グローバル

グローバルで共通のさまざまな研修を実施

2010年4月より「花王クリエイティビティ・キャンプ」という社員教育体系をスタートしました。グローバル一体運営を推進するため、プログラムを国内外で統一し、価値観・目標・仕事の進め方などの共有を図っています。また、ビジネス戦略達成と花王ウェイ実践を軸にプログラムを企画し、各国と連携して運営しています。

2010年度は、グローバルリーダーシップ開発※1・マネジメント・グローバル仕事力・英語スキル※2・ファシリテーション・インテグリティ・入社オリエンテーションをはじめとする「グローバル共通プログラム」をアジア・日本・欧米の各国で順次実施しました。

人材開発

グローバル

マネジャー研修のグローバル展開をスタート

各国で現場を束ねるマネジメント力を強化するため「マネージング・ヒューマン・パフォーマンス・プログラム(MHPP)」のグローバル展開を開始し、各国の管理職が人材開発基本方針やパフォーマンス・マネジメントの基本について学んでいます。アジアでは6名の社内講師が、本社と連携をとりながら研修を一体運営しています。2010年には、日本を含むアジア7カ国で同様の研修を実施し、今後は社内講師育成を進めながら、欧米へも展開していきます。



ベトナムでのMHPP参加者

人材開発

グローバル

「花王ウェイ」のグループ全体での共有と実践

企業理念「花王ウェイ」を実践していくために、2005年から、各職場での仕事と「花王ウェイ」のつながりについて議論する「花王ウェイワークショップ」を実施しています。2010年度は右記の部門および関連会社で実施しました。

また「花王ウェイ」の実践を職場のメンバーで認め合い、事例を共有する「花王ウェイリコグニションプログラム」を、各職場主導で実施。その事例の主だったものを「花王ウェイニュースレター」に掲載し、グループ全体でグローバルに共有しています。

人材開発

国内花王グループ

公正かつ納得性の高い評価と処遇

花王は、社員の職務や役割、職責を明確にするとともに、一人ひとりの実績を公正に評価し、処遇・報酬に反映させるしくみづくりに注力しています。

公正かつ納得性の高い評価を実現するには、「印象評価」を排除することが重要です。そのために、明確な基準に基づく具体的な目標設定、評価者・被評価者の面談を通じたコミュニケーション、多段階・多面的プロセスによる評価決定を行なっています。

また、報酬施策の一環として、高い目標に挑戦し顕著な実績をあげた人材には、より高い水準で処遇を設定しています。

※1 グローバルリーダーシップ開発(GLDP)I・II

国内外の花王各社から選抜されたメンバーが、より大きな視点から花王の経営課題を研究し経営幹部に提案するという花王初の世界共通プログラム。2010年度は合わせて70名が参加。



GLDP II 修了式

※2 英語スキル

英語基礎スキルの向上をめざし、2010年7月から2011年6月の1年間、ニーズの高い日本、中国、台湾、インドネシア、タイ、ベトナムの6カ国でeラーニングプログラムを実施。合計130名が受講中。

2010年度MHPP実施状況

- タイ ●中国 ●マレーシア
- インドネシア ●ベトナム ●香港
- 日本

「花王ウェイワークショップ」実施状況(2010年度)

国内

- 情報システム部門
- 品質保証本部
- 生物科学研究所
- 加工・プロセス開発研究所
- 包装容器開発研究所
- 総合美容技術研究所
- SCM戦略企画室
- 安全性評価研究所
- 法務部(花王・花王CMK・カネボウ化粧品合同)

関連会社

- カネボウ化粧品
- 花王ブランド
- KPSS
- 花王商事

多様性を活かす職場の実現へ向けた推進活動

多様性を活かすマネジメントの実践に向けて、新任マネジャーやキャリア入社者を対象に講義を行なっています。2010年度はのべ14回実施、311名が受講しました。また、人材開発部と各地の事業場、グループ会社の人事担当者などをメンバーとする「EPS※3推進ネットワーク」を組織。7月と12月にミーティングを実施し、取り組み状況の報告、啓発情報の共有、議論を行いました。また多様性尊重にかかわる関連法規をまとめ10分類、80項目にわたる自主点検シートを作成し、毎年チェックをしています。禁止事項の遵守はもちろん、努力義務事項も達成していくように努めています。



EPS推進ネットワーク会議

世界・地域別社員比率(正社員)

	10年度	比率
日本	26,194人	75.4%
アジア(日本を除く)	4,855人	14.0%
米州	1,099人	3.2%
欧州	2,595人	7.5%
合計	34,743人	100%

- 女性社員比率： 56.7%
- 女性管理職比率： 22.2%

社員関連データ(国内連結)

		08年度	09年度	10年度
正社員(人)※4	女性	12,086	13,885	13,562
	男性	9,881	9,887	9,797
契約社員(人)※4	女性	3,569	2,483	2,020
	男性	162	183	199
女性管理職比率 [正社員のみ](女性社員比率)	国内グループ 全体※4	5.5% (55.0%)	6.7% (58.4%)	7.6% (58.1%)
障がい者雇用率 [6月1日時点]	国内グループ 全体※5	1.90%	1.90%	1.98%
	●花王(株)単体	1.93%	1.91%	1.93%

※3 EPS(イコール・パートナーシップ) 推進活動

多様な個を尊重し、差別のない明るく風通しのよい職場、働きがいを持って生き生きと働ける職場の実現をめざして、国内の花王で2000年から活動を進めています。主なテーマは「多様性の尊重」、「ワーク・ライフ・バランスの推進」など。

※4 集計範囲

花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)、(株)ジョゼ、(株)プライヴ、カネボウコスミリオン(株)、(株)リサーチ、(株)エキップ

※5 集計範囲

雇用義務のある国内関係会社9社(花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王ロジステイクス(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株))および花王ピオニー(株)

障がい者雇用を促進

花王では、障がいも個性の一つとしてとらえ、意欲と能力のある人材の採用と働きやすい職場づくりに取り組み、通常職場では積極的に職務の拡大を行なうとともに、特例子会社・花王ピオニー(株)を設立し活躍の場が広がるように努めています。また、9月を障がい者雇用の啓発月間として定め、ニュースレターのイントラネットでの発行に加え、花王ピオニー(株)の見学会を通じ、障がい者雇用を理解するイベントも3回開催しました。



「花王ピオニーに学ぶ会」見学風景

花王の障がい者雇用の基本方針

- 障がいのある人もない人も共に働き、共に生きる社会を目指して、障がいのある人たちの社会人としての自立を支援する
- ※障がいの状況と意欲・能力に合わせて、「通常職場」「特例子会社」での雇用を積極的に推進しています。

定年後の再雇用制度を運用

花王では、「人材の安定的確保」「熟練スキルや技術・技能の伝承」の観点から、2006年度に高度な専門知識やノウハウ等を有する管理職クラスの定年退職者を契約社員として再雇用する「シニアパートナー制度」を導入。2008年度からは管理職クラス以外の社員にも対象者の範囲を拡大しました。今後も、意欲と能力のあるシニア層社員が生き生きと働きながら、事業に貢献できるような制度運用と環境づくりに努めていきます。

特例子会社・花王ピオニー(株)

特例子会社とは、障がい者の雇用を進める目的で設立する子会社です。花王ピオニー(株)は2006年4月に操業を開始し、2011年4月現在、知的障がいのある社員19名を含む総勢23名が勤務。主に化粧品やパーソナルケア製品のセット・梱包を、ベルトコンベアの流れ作業で工程を分担して行なうことにより、個人の能力の最大化を図りつつ、チームワークによる“よきモノづくり”を実践しています。

花王(株)再雇用者数推移

年度	定年退職者数	うち、再雇用者数	比率
2006	58人	3人	5.2%
2007	68人	10人	14.7%
2008	77人	21人	27.3%
2009	98人	31人	31.6%
2010	102人	39人	38.2%

※定年退職者数=定年退職者+再雇用者数

よきモノづくりへの約束 ② 仕事と家庭の両立の支援

誰もが働きやすい職場づくりに努めています。

花王は、社員一人ひとりが、それぞれの能力を発揮できる職場風土づくりとともに、仕事と家庭生活の両立支援に努めています。

国内の取り組みとしては、「ワーク・ライフ・バランス」を推進するため、育児や介護支援制度の拡充や、社員一人ひとりの意識啓発や職場風土の醸成に努めています。また、海外でも各国の事情に合わせ、さまざまな支援制度の充実など、働きやすい職場づくりを推進しています。

国内グループ会社の取り組み

育児支援

仕事と育児の両立には、支援の仕組みづくりと同時に、心理面のサポートも重要です。花王では、ワーキングマザーの対話の場として「マミーズ・ランチ」を開催し、悩みを語り合う場を提供したり、育児経験のある女性役員を囲む座談会を行ったりしています。また、育児休職からのスムーズな復帰を支援する復職前セミナーの他、男性社員の育児参加を進める「パパの育児マネジメント講座」を開催し、「育児は男女で協力しあうもの」という啓発を行なっています。



8月27日に開催された「マミーズ・ランチ」の様子と「イクメン」を特集した「イコールパートナーシップ通信+」

介護支援

将来的に、社員の5~6人に1人が介護支援を必要とするという予測分析に基づき、支援の仕組みづくりを進めています。ヒアリング調査からは、介護の負担感は各人各様に大きく異なることや、心理的な負担が大きいことが明らかになってきました。そこで、誰にでも起こりうる介護に備え、介護支援の方針を策定しました。これに沿って「介護講演会」やニュースレターなどによる啓発活動を通じて、誰もが介護の基本情報や社内外の相談窓口を知っており、介護支援制度を利用しやすい風土づくりに努めるとともに、制度の拡充を図っていきます。



社員に配布している「イコールパートナーシップ通信+」では、介護をテーマに特集を組み、啓発や理解を促している

海外グループ会社の取り組み

花王インダストリアル(タイランド)社

2010年度より「ハッピーワークプレイス」活動を推進しています。組織にとって最も大切なものは「人」であり、社員が心身ともに健康であることが重要であるという考えから、健康管理や福利厚生の充実、社会貢献などさまざまな取り組みを行なっています。2010年度は、ダイエットコンテスト、スポーツ大会、リラクゼーションエリアの拡大などを実施しました。これらの活動については、投書箱「ハッピーツリー」で意見を受け付けたり、アンケートで社員の反応を確認し、改善に役立てています。

花王ブランド社

ワーク・ライフ・バランスに関するさまざまなプログラムがあり、多くの社員が利用しています。フレックスタイム制や週当たりの労働時間を減少させずに出勤日を減らす集中労働日、サテライトオフィスで働くテレワーク制度など柔軟な就業形態や労働時間が短縮できるパートタイム制度も設けられています。また、出産や育児に伴う休暇として、女性の出産休暇・男性の父親休暇があり、男性社員も積極的に取得しています。

「女性のエンパワメントのための指針」に署名

花王は、女性の社会参画のための国際的なガイドライン「女性のエンパワメントのための指針^{*}」への支持を表明し、2010年9月に社長の尾崎元規が署名を行ないました。この署名をビジネスの原動力として活用するとともに、すべての人々が能力を発揮できる社会を実現するべく、広く社会にも働きかけていきます。

^{*}グローバル・コンパクトとUN Women(ジェンダー平等と女性のエンパワメントのための国連機関)が共同で策定。



社員意識調査「Find」実施による職場環境の改善

花王は、自社の組織風土・機能が持つ強みを伸ばしつつ、課題を発見・改善していくため、社員意識調査「Find」を国内外で実施しています。調査の結果から各部門がアクションプランを作成し、その実行を通じて職場環境の整備や風土づくりを推進しています。

現在は、「よきモノづくり」のための業務プロセスの見直しと改善」「日々の業務の実践(OJT)と研修(OFF-JT)を通じた、能力開発の環境づくり」などのアクションプランに取り組んでいます。次回の調査は2012年度の予定です。

「Find」調査項目



経営層と社員との相互理解を推進

花王は、経営層と社員との相互理解を図るため、国内外でさまざまな対話の機会を設けています。

国内では、社長が社員代表に対して事業状況や人材開発の重点課題などについて説明し、社員からの質問にも答える意見交換の場を設けています。2011年度以降は「花王フォーラム」として、参加対象を国内グループ会社に拡大しています。

そのほか、国内各事業場では「労使懇談会」や「厚生委員会」を、海外では欧州地域の「花王ヨーロッパフォーラム」や、中国の「工会」「職工代表大会」などを開催しています。

男性社員の育児への取り組み支援

花王では女性社員の育児休職取得率は常に90%以上で、仕事と育児の両立は当たり前のこととなっています。そして、「育児は男女が協力し合うもの」と考え、男性社員も積極的に育児に取り組めるようさまざまな啓発活動を行なっています。

2010年10月、育児期の男性社員を対象に「パパの育児マネジメント講座」を実施し、3事業場でのべ40名が参加しました。NPO法人ファザーリングジャパンの講師を迎え、仕事も育児も楽しむ視点にたった講義や参加者同士の語り合いにより、育児のヒントを学びました。今後も社員が仕事と育児を両立しやすい環境づくりをめざして、啓発活動を推進していきます。



「パパの育児マネジメント講座」(茅場町)実施風景

男性社員の育児支援制度の利用状況

- 2011年2月鹿島事業場が神栖市から「平成22年度男女共同参画推進事業場表彰」を受賞。男性社員の育児休職取得が他企業より進んでいることが評価されました。

育児支援制度利用実績

		08年度	09年度	10年度
育児休職取得者数(人) ^{*1}	女性	421	469	534
	男性	89	93	76

^{*1} 集計範囲

花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)、(株)ジョゼ、(株)プライヴ、カネボウコスミリオン(株)、(株)リサーチ、(株)エキップ

ワーク・ライフ・バランス 国内花王グループ

メリハリのある業務の推進

人的リスク管理の観点から、在場時間・就業期間・残業申請時間を管理する「就業マネジメントシステム」を導入しています。2008年度からは、各部門や会社で計画を立て、仕事の見直しによるメリハリのある働き方の促進や有給休暇取得率向上に取り組んでいます。2010年度は全社員から標語を募集。931点の中から最優秀賞となった標語を使ってポスターを作成し、全事業場に掲示しました。また、2009年度からワークスタイルの革新をめざして効率的な働き方を検討、2011年2月から各部門から推薦された推進リーダーによる活動を開始しています。



標語を募集して製作した啓発ポスター

有給休暇取得率

取得率	08年度	09年度	10年度
	57.0%	61.5%	61.0%

※花王(株)正社員のみ

ライフプランセミナー参加者数
(1992年度～2010年度)

累計1,783人

(内夫婦コース132組)

ライフキャリア・デザインセミナー参加者数
(2010年度)

147人

ワーク・ライフ・バランス 国内花王グループ

主体的な将来設計をサポート

1992年度から、社員の定年後の生活設計を支援するため、55～58歳を対象に「ライフプランセミナー」を実施しています。花王の企業年金制度や国の社会保険制度説明、外部講師による年金生活のシミュレーションやライフワークに関する提案・アドバイス等も行なっています。また、2007年度から、45歳を対象に「ライフキャリア・デザインセミナー」を実施しています。「人生90年時代の折返しの節目」を機に、自己理解を通じて将来計画を主体的に考えることを目的としています。

社員の健康と人権への配慮 国内花王グループ

『2010年度花王グループ健康白書』発行

花王は、「セルフケア意識の高い、心身ともに健康な社員を増やす」ことを目標に、2005年度から健康づくり活動「KAO健康2010」を推進しています。2008年には「花王グループ健康宣言」を策定し、花王健康保険組合と協働してより積極的な支援を行なうことを宣言し、取り組んでいます。『花王グループ健康白書2010』を発行し、「健康の見える化」を行なうことで、PDCAサイクルを回していくことをめざしています。今年の白書では、2008年度と2009年度の社員の健康診断と問診、就業、レセプト等のデータを集計・分析しました。今後経年変化を観察していきます。

社員の健康と人権への配慮 国内花王グループ

差別やハラスメントのない職場づくりを推進

職場でのハラスメント(嫌がらせ)に関する意識が高まる中、花王ではさまざまな啓発活動を実施しています。

2010年度は、「ハラスメントの防止」をコンプライアンス啓発活動のメインテーマに掲げ、花王の各事業場、花王グループ会社において管理監督者を対象に研修を実施し、自分たちの職場でハラスメント問題を起こさぬよう意識づけを促進しています。こうした取り組みを通じ、ハラスメントが許されない行為であることは社内の共通認識になっています。

「花王グループ健康宣言」 5つの支援

- 1 生活習慣病対策**
 - 予防のための保健指導
 - 生活習慣改善への支援
- 2 メンタルヘルス対策**
 - 問診システム導入による早期対応体制の構築
 - マネジャーのメンタルヘルス対応研修
- 3 禁煙対策**
 - 「花王グループ禁煙マラソン」開催
 - 2010年度で計293名参加、136名禁煙達成
- 4 がん対策**
 - 法定健診にがん検診項目を付加
- 5 女性の健康対策**
 - 啓発と婦人科健診の受診率向上



茅場町「女性の健康セミナー」実施風景

2010年度の健康診断実績
(花王(株)および国内関連会社※1)

健康診断受診率 **99.9%**

健康診断後の保健指導率※2 **93.7%**

※1 花王ロジスティクス(株)および(株)カネボウ化粧品とその子会社6社を除く。

※2 健康診断受診者のうち、保健指導を受けた社員の比率。

ハラスメント防止の取り組み

- 社内ガイドライン「セクシュアルハラスメント防止のために」「パワーハラスメント防止のためのガイドブック」をイントラネットにて公開
- 社内外の相談窓口による各種ハラスメントの相談受け

花王は、「従業員の健康・安全と操業の安全」をRC(レスポンシブル・ケア)活動基本方針に定め、事業活動に伴う災害や事故から社員の安全を守るため、災害・事故の発生状況や原因を把握・分析し、再発防止に役立てています。また、社員・非正規社員問わず、入社時の教育や配置先での安全教育を徹底することで、労働災害防止と個人の安全意識の向上に努めています。

日常の労働安全・保安防災活動は、RCの推進体制に基づいて行なっています。特に、災害・事故が発生した場合には、海外グループ会社を含めた社内緊急連絡網を通じて把握するしくみを構築しています。さらに、大規模な地震などが発生した場合には、社長を本部長とする防災対策組織を立ち上げる体制をつくっています。

2010年の国内花王の重点目標として、「労働災害の撲滅」「防災体制の強化」「火災・爆発事故の撲滅」の3点を掲げ活動を実施しています。

活動の具体的項目は、「労働災害の撲滅」では、機械・作業のリスクアセスメント、化学設備のセーフティアセスメント、交通事故の削減、労働衛生の推進、協力会社・派遣社員の災害減少、3Sの徹底、化学物質のリスクアセスメントなどを掲げています。

また「防災体制の強化」では、防災訓練の充実と事業継続計画(BCP)、「火災・爆発事故の撲滅」では、保安管理体制の強化、定期点検、パトロールの強化を項目に掲げて、各推進部門においてさらに詳細な内容と計画を策定して活動しています。

2010年の労働災害発生状況

国内花王全体(派遣社員を含む)の労働災害による被災者総数は、2009年の156人から95人に減少しました。また、そのうち休業になった被災者数も、2009年より若干減少しました。

被災者総数の減少を内容別に見ると、「転倒・転落」の災害が最も減少し、次いで「交通事故」・「腰痛」の災害が主なものでした。「転倒・転落」と「交通事故」は総数は減ったものの、依然休業となることが多いため、継続して削減活動が必要な状況です。

また、大きな災害につながりやすい製造設備等の作業に携わる生産技術部門・研究開発部門(カネボウ化粧品の生産・研究部門含む)の被災者数は、2009年の35人から24人に減少しました。生産技術部門において「有害・高低温接触」と「転倒・転落」が減少し、機械設備での災害もありませんでした。なお、休業については梯子を降りる際の転落事故が1名発生しました。

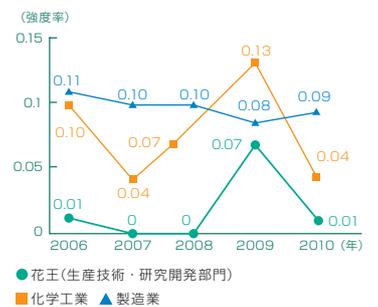
今後も、休業ゼロ、全災害の削減をめざし、「転倒・転落」「交通事故」の低減対策や、リスクアセスメントの実施、残留リスクの削減などの活動を継続していきます。

生産技術・研究開発部門の度数率



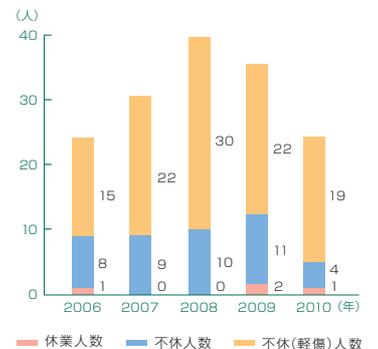
度数率：100万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数(休業1日以上および体の一部または機能を失ったもの)
 ※2008年から(株)カネボウ化粧品の生産・研究部門も対象に加えました。

生産技術・研究開発部門の強度率



強度率：1,000のべ実労働時間当たりの労働損失日数
 ※2008年から(株)カネボウ化粧品の生産・研究部門も対象に加えました。

生産技術・研究開発部門の被災者数



※2008年からカネボウ化粧品の生産・研究部門も対象に加えました。

労働安全・保安防災

国内花王グループ

大規模災害に備えた訓練と東日本大震災での対応

2011年3月11日に東日本大震災が発生しました。防災対策組織の初動対応は安否確認・物的被害状況の把握、被災地や被災者への救援物資等の支援など、ほぼ訓練や規程どおりに機能しました。

また、安否確認システムには地震発生後の3日間で対象地域の78%の社員が入力し、被災状況や不明者の早期確認に活用されました。

なお、今回の地震および津波の被害は甚大で広範囲に及び、加えて頻発する余震や原発事故により、一部情報収集に混乱が生じました。今後、迅速性と確実性の向上をめざして、現地対策本部・広域対策本部と共に安否確認の手順等の課題抽出とその対応を検討していきます。

詳細は

P5「東日本大震災による被災地への対応」

労働安全・保安防災

グローバル

安全防災・環境管理の研修を実施

花王は、安全防災・環境管理のレベルを向上していくために、担当責任者向けのさまざまな教育を実施しています。

特に、海外については、2010年度も日本のスタッフが、8月にフィリピン工場、2月にマレーシア工場、3月にタイ工場へ出張し、大規模火災や地震を想定した総合防災消防訓練(消火訓練、避難訓練、通報訓練など)の内容確認と提案を実施しました。

労働安全・保安防災

グローバル

2010年の小規模な火災の発生について

国内外で重大な事故はありませんでしたが、国内で小規模な火災(ボヤ)が2件発生。いずれも、けが人はいませんでした。

- 6月／花王(株)和歌山工場

触媒濾過施設の使用済の触媒(粉末状の鉄など)が発熱し、残っていた油分から発火。

- 7月／花王(株)和歌山工場

廃材置き場で油分のしみ込んだ廃保温材から蓄熱発火。

上記2件の火災を踏まえて、類似施設および廃材置き場の点検を実施し、異常がないことを確認しました。今後も設備の定期点検・整備・パトロール等を継続的に実施し、保安管理を徹底していきます。

パートナーシップの強化

サプライヤーとの相互理解を深めることで、公正・公平な取引や持続可能な調達活動につなげています。

方針/体制

花王は、サプライヤーの皆さまと良好なパートナーシップを築いていくために、花王の理念や事業目的をお伝えするとともに、「原材料・機材調達基本方針」に則った「公正・公平」「遵法・倫理性」「社会的責任性」を基本姿勢とする調達活動を推進しています。

また、基本方針に含まれる「社会」「環境」面に関する対応については、サプライヤーと一体になって改善に努めているほか、花王が求める品質・規格を満たすために必要な技術情報についても迅速に情報交換するなど、パートナーシップの強化を図っています。

目標

「グリーン調達」に加え、2007年からは法令や社会規範の遵守、労働・人権問題の取り組みなどを含む「CSR調達基準」を制定し、サプライヤーにご理解いただきながら、その遵守状況のセルフアセスメントをモニタリングしています。基準に満たないサプライヤーには、訪問して課題を共有するとともに、改善に向けた取り組みを実施しています。

また、CSRアセスメントの結果はデータベース化し、調達先の評価を支援するオンラインシステムを構築しています。これらの活動は、アジア花王グループでも行なっています。

国内花王グループ

サプライヤー満足度調査を実施

花王は、公正・公平な調達活動が行なわれているかを確認するため、「サプライヤー満足度調査」を3年ごとに実施しています。調査は無記名で外部機関に委託して行なわれ、「サプライヤー選定」「要求品質」「接客」「コミュニケーション」などの評価をいただいています。

2010年度は、調査結果を踏まえて1.採用・不採用を明確に伝える、2.見積条件の明確化に努める、3.発注について改善する、などの施策を実施しました。

グローバル

お取引先懇談会を実施

花王は、毎年お取引先との意見交換の場として「お取引先懇談会 (Vendor summit)」を開催し、パートナーシップの強化に努めています。

グローバル

持続可能な原材料の調達

花王は、バイオマス素材や認証された素材を積極的に採用するなど、生物多様性に配慮した持続可能な原材料調達に取り組んでいます。2010年度は、熱帯雨林の保全に配慮したパーム油の調達を開始したほか、グループ内で使用するOA用紙を森林の保全に配慮したFSC森林認証※紙に切り替えました。2011年度は、製品パッケージに認証紙の採用を開始します。また、植物由来の樹脂を活用することで、化石資源への依存度を低下させていきます。今後もサプライヤーや関係団体と協働しながら責任ある調達を進めていきます。

詳細は

http://www.kaio.com/jp/corp_csr/csr_procurement_00.html

「原材料・機材調達基本方針」

CSR調達基準(社会面)モニタリング
企業数と基準を達成している企業比率

	花王(株) 取引先企業数	アジア花王グループ 取引先企業数
2008年度迄	925社(97%)	353社(98%)
2009年度迄	934社(99%)	380社(98%)
2010年度迄	947社(99%)	461社(98%)

CSR調達基準(環境面)モニタリング
企業数と基準を達成している企業比率

	花王(株) 取引先工場数	アジア花王グループ 取引先工場数
2008年度迄	1,247工場(96%)	215工場(94%)
2009年度迄	1,256工場(98%)	242工場(95%)
2010年度迄	1,286工場(99%)	283工場(95%)

お取引先懇談会出席会社数の推移



※ FSC 森林認証

FSC(Forest Stewardship Council、森林管理協議会)は、木材を生産する世界の森林と、その森林から切り出された木材の流通や加工のプロセスを認証する国際機関で、その認証は、森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなない、経済的にも持続可能な形で生産された木材とその紙・木材製品に与えられる。

現在、震災の影響で、FSC森林認証紙の調達ができず、使用を中断しています。調達可能になり次第、再度使用を開始する予定です。

株主還元を重視したIR活動を推進

積極的な情報開示やコミュニケーション活動を図り
株主や投資家の信頼と期待に応えます。

方針/目標

花王は、株主や投資家の皆さまと共に成長していくために、株主還元の重視を基本方針とし、中長期の経営視点から設備投資や買収を行なうための内部留保の確保、および安定的・継続的配当を重視しています。また、資本効率の向上を勘案した自己株式の取得・消却についても弾力的に考えています。

情報開示に関しては、「情報開示指針」に則り、適時適切かつ公平に情報開示することを基本方針としています。決算発表に際しては、(株)東京証券取引所の開示基準に基づきTDnet^{※1}に公開すると同時に、自社ウェブサイト上の「投資家情報」ページにも、日本語・英語の資料を同時に掲載しています。

今後も「個人投資家向けIR活動の強化」「国内外機関投資家との対話強化」など戦略的な情報発信の強化をめざし、IR活動のさらなる向上を図っていきます。

国内花王グループ

株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進

国内外の株主の皆さまが株主総会の議案を十分に審議いただけるよう、花王は毎年、株主総会の約1カ月前に招集通知を発送しています。また、より多くの皆さまに議決権を行使していただくため、電磁的方法による議決権行使を導入しています。

さらに、全株式の半数近くを所有する外国人株主の皆さまに迅速かつ公平に情報開示を行なうため、招集通知の英訳(要約)を日本語版と共にその発送後、速やかにウェブサイトから閲覧できるようにしているほか、株主総会での説明内容や議決権行使結果の内容についても和英両文で掲載しています。

国内花王グループ

株主・個人投資家との対話を実践

花王は、株主や投資家の皆さまとの双方向のコミュニケーションに努めています。

2010年度は、株主向け「花王ミュージアム見学会」を9月に4日間、計8回実施し、約250人の方々に参加していただきました。

11月には、個人投資家向け会社説明会を開催し、経営トップと商品開発マネジャーがプレゼンテーションしたのち、参加者との質疑応答を行ないました。



個人投資家向け説明会の様子

詳細は

http://www.kao.com/jp/corp_ir/investors.html

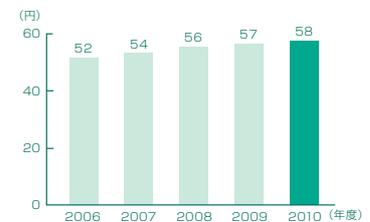
「投資家情報」

http://www.kao.com/jp/corp_ir/disclosure.html

「情報開示指針」

P66「世界の代表的なSRIインデックスへの組み入れ状況」

1株あたりの配当金の推移



2010年度の利益配分

当期純利益 **467億円**

年間配当金 **58円/1株**
(前年比1円増配)
(21期連続増配)

連続配当性向 **66.1%**

自己株式の市場から買付 **299億円**

IR活動の概況

●決算説明会 **年2回**
(決算発表同日)

●海外IRツアー **年4回**
(米州、欧州およびアジアの3地域)

●事業説明会・施設見学会 **年13回**

●個別取材 国内・海外で **年250件以上**

- スモールミーティング
- ウェブサイト上での情報開示
- 中間・期末報告書「株主のみなさまへ」(日本語版)の発行
- アニュアルレポート(英語版)の発行
- RSS配信^{※2}によるIR情報の提供

※1 TDnet (Timely Disclosure network)

適時開示情報伝達システム。上場会社の情報を投資者などにリアルタイムで配信する(株)東京証券取引所のサービス。

※2 RSS配信

ウェブサイトで情報更新があるたびに、新着情報を配信するしくみ。

2010年度定時株主総会

出席株主数 **986人**

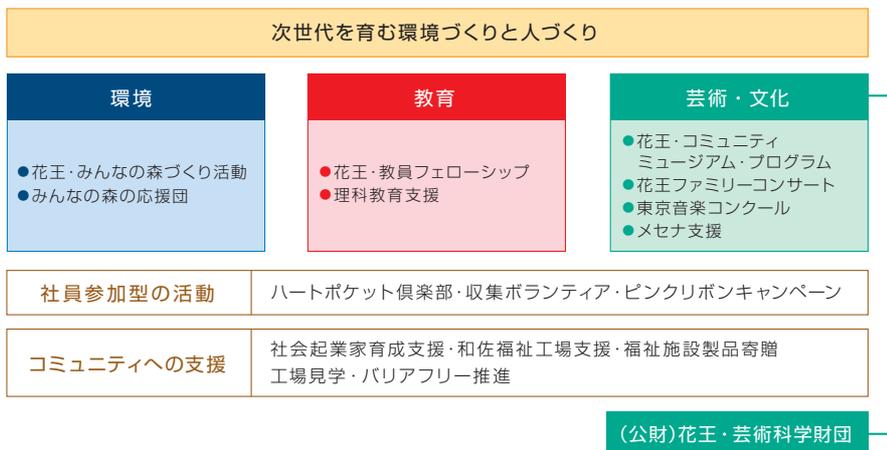
共存共栄をめざした活動をグローバルに展開

「環境」「教育」「芸術・文化」の3つの分野で
自社の経営資源を活かした体系的な取り組みを展開しています。

方針/体制

花王は、2007年度から、「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに掲げ、「環境」「教育」「芸術・文化」の3分野を重点分野として、地域社会との共存共栄をめざした活動を推進しています。

社会貢献活動の全体像



活動方針

- 次世代の育成に役立つ活動を行います。
- 地域の社会・文化の発展に貢献することを旨とした活動を行います。
- 持続可能な社会に向けて、環境を守り育てる活動を行います。
- 社会的支援として、バリアフリー社会を推進する活動を行います。
- 花王の持つ資源を有効に活かせる活動を行います。
- 一人ひとりの社員が良き市民として、社会的活動に参加できるような風土をつくります。

詳細は

- P61「生物多様性への対応」
- P63「環境コミュニケーション」

目標

花王は、次世代を育む環境づくりと人づくりをテーマに、「NPO、NGOとの連携」「事業領域へ貢献する活動」「社員参加型の活動」の3つを重点目標として取り組んでいます。

2011年度は、「花王・みんなの森づくり活動」をリニューアルするとともに、各プログラムを継続していきます。

国内花王グループ

理科教育・キャリア教育を支援

花王は、理科教育を支援するために、生活の身近にある製品を題材とした、社員による実験講座や授業を開催しています。また、子どもたちの生きる力を育むキャリア教育を支援するために、教育機関・団体へ社会人講師を派遣したり、企業訪問研修を受け入れたりしています。

2010年度は、17の教育機関・団体に協力しました。



日本科学未来館にて開催された実験講座「界面の科学 ～スキンクリームをつくってみよう～」

2010年度の理科教育・キャリア教育支援活動実績

- 日本科学未来館 友の会
- 日本化学会 化学だいすきクラブ
- サイエンス・パートナーシップ・プロジェクト事業協力
- 福島県立安積高等学校
- 福島県立福島高等学校
- 東京都立戸山高等学校
- 大阪府立天王寺高等学校
- 広島県立福山誠之館高等学校
- 島根県立益田高等学校
- 慶應義塾女子高等学校
- 村田女子高等学校
- 東京電機大学中学校・高等学校
- 市川学園 市川中学校・高等学校
- 芝浦工業大学柏中学高等学校
- 聖徳大学附属女子中学校・高等学校
- 千代田区立九段中等教育学校
- 神栖市立深芝小学校

国内花王グループ

「花王・教員フェローシップ」を継続

花王・教員フェローシップは、小・中学校の教員の方々を対象に、夏休みの2週間程度、生物多様性の保全をテーマとした海外の野外調査研究へ、ボランティアとして参加する機会を提供するものです。現地で得た体験や感動を、地域や学校での環境教育の実践に結びつけていただくことを目的としており、参加した先生から生徒、教員同士、地域社会へと伝え広がっていくことを期待しています。

国内花王グループ

「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」を実施

花王は、地域の文化の発展に寄与することをめざし、ミュージアムを拠点とした市民活動を支援する公募型助成プログラム「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」を実施しています。このプログラムでは、全国の市民活動を活性化するため、助成対象団体が集まって経験や知識を交換する交流プログラムも開催しています。

グローバル

「ピンクリボンキャンペーン」を実施

花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)は、グループ合同の社会貢献活動として、2007年から「花王グループ ピンクリボンキャンペーン」を実施しています。このキャンペーンは、乳がんの早期発見の大切さを伝えるため、花王ソフィーナ・エストとカネボウ化粧品の店頭で、美容部員がピンクリボンバッジを着用し、啓発用のリーフレットを配布するものです。2009年度からは、上海、香港のソフィーナ・エストコーナーにて、同キャンペーンを実施しています。

国内花王グループ

「花王社会起業塾」を開始

花王は、よりよい社会を次世代に引き継いでいくために、社会の課題をビジネスの手法で解決しようとする社会起業家の育成を支援しています。

2010年度からNPO法人ETIC.の協力を得て、「花王社会起業塾」を開始し、特に家族を取り巻く課題を解決しようとする起業家5組を支援しています。

グローバル

グループ統一基準をもとに災害支援を実施

花王は、2007年に制定した「花王グローバル寄付ガイドライン」において、災害支援を行なう基準を以下のように定めています。

1. 日本国においては、災害対策本部が設置される規模の災害
2. 海外においては、グループ企業のある国、地域エリアで社会的に支援が要請されている災害
3. 世界で発生した大規模災害

日本国内で災害が発生した場合は、原則として花王製品による支援を行なうこととしており、災害対策本部と協議して迅速に製品を提供していきます。



花王・教員フェローシップの様子

花王・教員フェローシップ実績

2010年度

5プロジェクト

(教員10人)

これまでの累積

41プロジェクト

(教員79人)



「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」贈呈式

2010年度の花王社会起業塾支援先

スタートアップ

これから事業を始める段階の起業家

- 子育て支援×子育てを通じた学生の学び支援「(株)スリール」
- 仕事と介護の両立支援「NPO法人キャトルリーフ」
- がん患者のQOL向上をめざした美容支援「Happy Beauty Project」

インベーション

新たな社会的インパクトの創造を図ろうとする起業家

- 児童養護施設の子どもの自立支援「NPO法人ブリッジフォースマイル」
- シングルマザーの仕事マッチング支援「NPO法人Wink」

よきモノづくりへの約束 ③ 地域社会との共生

花王は地域社会にとってなくてはならない存在感のあるパートナーになることをめざしています。



花王株式会社
代表取締役 専務執行役員
後藤 卓雄

花王は1964年、初の海外生産拠点をタイに設立しました。その時以来、海外事業を展開する際には次の3つを指針としています。1. 事業を通じてその国の経済発展に貢献し、国民生活の向上に役立つこと、2. 最先端の技術を移転し、相手国の技術水準の向上と産業の振興に役立つこと、3. その国で上げた利益は、できる限りその国に再投資すること、です。また、私たちの生産活動が雇用や安全防災、環境保全など地域社会にもたらす影響、社会的責任を常に認識し、地域との共生に真摯に取り組んできました。

1977年、世界一のヤシ油生産国であるフィリピンに、ピリピナス花王(PKI)を設立しました。フィリピンでは、1983年の干ばつの影響でヤシ油の価格高騰など、

事業環境の大きな変化に見舞われましたが、花王はPKIの生産する高級アルコール工場の雇用を維持するために、日本の工場のアルコールを減産してまで、PKIはフル稼働を維持するという経営判断を行ないました。それが、花王の使命だと考えたからです。その結果、社員やその家族だけでなく、合併相手のアボイテス社やフィリピン政府などからの高い信頼につながりました。

今後、私たちは資源を大切に使い、環境に負荷をかけない生産活動を進めることはもちろん、モノづくりの技術やノウハウなどを惜しみなく投入して、工場働く人々や地域社会の成長に貢献していきたいと考えています。私たちは地域社会にとってなくてはならない存在感のあるパートナーになることをめざしています。

雇用機会の提供と地域の生活文化の向上【フィリピン】

社員向けシャトルバスサービス事業の支援

ピリピナス花王(PKI)の工場は、多くの社員が住むカガヤンデオロ市内から35km離れた場所にあり、公共交通手段も十分には整っていません。そこで、より快適で利便な通勤のために、シャトルバスサービスを提供しています。このサービスは、社員のよりよい生活をサポートするために、社員が運営する協同組合によって運営されており、利用者の満足度が高いだけでなく、バスの運転手を地域住民から採用するなど雇用の創出にもつながっています。



PKIの社員ボランティアと現地の行政職員



子どもの内科検診の様子



歯科検診ではPKIの社員がアシスタントを務める

歯科・内科検診の支援

ピリピナス花王(PKI)では、2008年より、工場の近隣住民のために歯科・内科の無料検診を実施しています。PKIは、ボランティアの歯科医や医師の派遣を行政に要請するとともに、抗生物質や風邪薬などの医薬品の提供を行なっています。また、検診に際しては、社員がボランティアとして参加して、薬剤師の資格を持つ社員の監督のもとで受診者に医薬品を配布したり、受付業務などのサポートを行なっています。2010年は、約700人の方々の検診を実施しました。

アジアの女性の健康な暮らしづくりの支援【アジア各国・地域】

花王は1978年の生理用品の発売当初から、初経を正しい知識に基づいて自信を持って迎えていただくため、お子さまとその保護者、小学校に対して、さまざまなサポートを行なってきました。この活動は、現在では日本のみならず、アジア各地域に広がり、現地の小中学校と連携した初経教育により、女性の健康支援に貢献しています。



ベトナム

ベトナムでは、地域の病院と連携し、安心して初経を迎えるための医師や心理学者からのアドバイス、ゲーム、生理用品の使用法の説明などで構成されるワークショッププログラムを提供しており、2010年には9,500人が参加しました。

ベトナムの教育行政の初経教育の実施時期が、対象となる学生がすでに初経を迎えている場合が多く、インターネット・口コミをはじめとした情報源では、初経や生理に関する知識を正しく伝えていないこともあります。花王ベトナムがホーチミン市の小中学校で実施する初経以前の学生を対象としたプログラムは学校関係者からも評価されています。また、初経教育の場としてだけでなく、学校の課外活動の場として、生徒たちが1つにまとまる機会を提供したことも評価をされています。



医師によるアドバイス



生理用品の説明の様子



インドネシア

インドネシアでは地方自治体による初経教育プログラムは、一部の私立学校でしか行なわれておりません。花王インドネシアでは、NPOなどと協力し、2000年から現地の中学2年生を対象に初経教育を行なっています。紙芝居を使っての月経についての説明や、初経教育パンフレット、月経カレンダーなどを提供しています。2010年は、約2,200校で実施し、約24万人が参加しました。



VTRによる初経教育



タイ

タイは1997年から現地の女子校を中心に初経教育を実施しています。現在までに参加者は100万人に達しています。冊子、ビデオやゲーム等を通して、月経のメカニズムや月経期の過ごし方についての情報を提供しています。参加者からは「よい活動だ」「情報が役に立った」等の声が寄せられています。



月経のメカニズムを解説



マレーシア

マレーシアでは1992年から現地の中学校を対象に啓発ポスター、初経教育の教材を配布しています。現在では、専任の社員が、年間約200校を巡回して訪問しています。



講義を聞く生徒たち



香港

香港では5年以上前から初経教育を行っています。他社と協力して、学校に看護師を派遣し、月経についての講演を実施し、月経についてのパンフレットを配布しています。2010年は145校で実施し、現在までに700校以上で初経教育を実施しました。



パンフレットを手にする生徒たち

環境への取り組み

KaoよきモノづくりStory

大切なのは、
意識せずお使いいただくだけで、
エコにつながること

1960年代、高度経済成長と共に、生活排水による河川の汚染が社会問題となりました。洗剤の洗浄力を高めるために添加していた「りん」が、河川の富栄養化を招いていました。花王は、「無りん化」などの環境対応を進める一方で、洗浄力など機能の向上にも努め、性能向上と環境負荷低減の両立に取り組みました。その思想は現在も続き、意識せずにお使いいただくだけで、製品自身にご満足いただくとともに、環境保全にもつながる製品づくりを進めています。



「無りんザブ酵素」1981年発売

CONTENTS

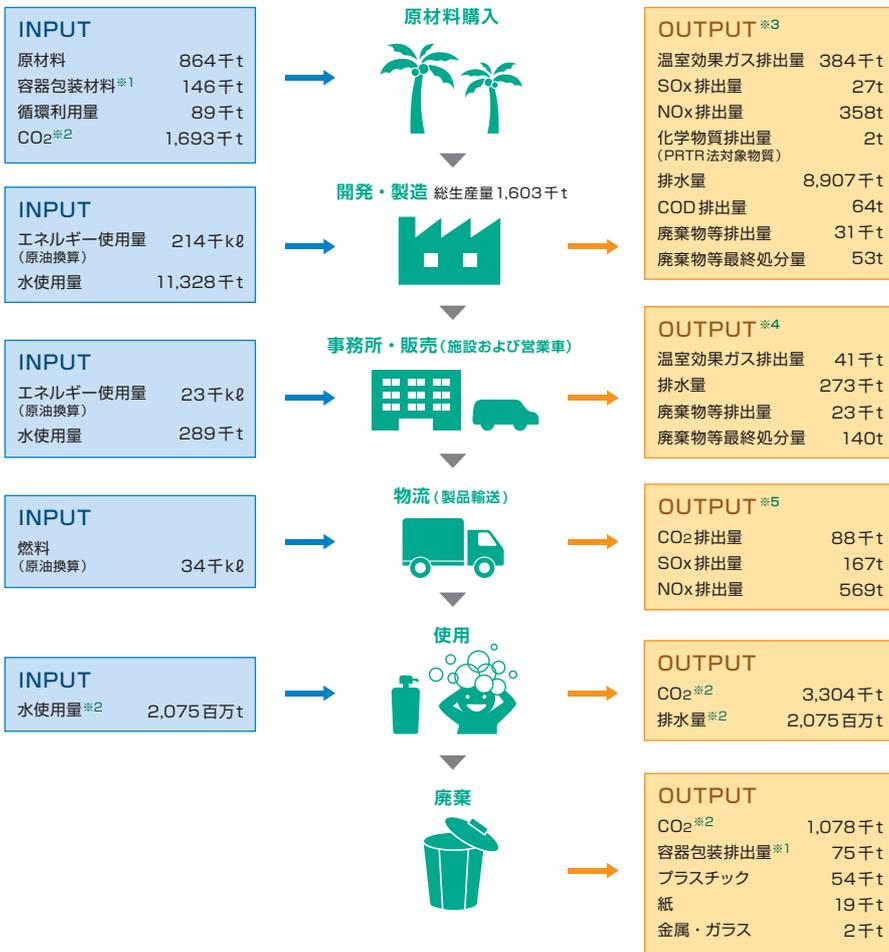
製品ライフサイクルと環境負荷	53
地球温暖化防止	55
化学物質の適正管理	57
廃棄物の適正管理	59
そのほかの環境対応	60
生物多様性への対応	61
環境コミュニケーション	63
環境会計	65

製品ライフサイクル全体での環境負荷低減を推進

花王は、事業活動のあらゆる側面から地球や社会の持続可能性実現に取り組むため、生産活動における製造プロセスの合理化などによる省エネや廃棄物のリサイクルに加え、オフィスや物流部門においても従来から積極的な環境負荷低減活動を展開しています。

国内花王グループ

2010年度事業活動と環境負荷



※1 花王(株)のみ。

※2 花王(株)算出分。

※3 国内花王グループの全工場が対象です。エネルギーは事務所などの生産に寄与しないエネルギーや廃棄物を含む全エネルギーです。

※4 国内花王グループの全事業場(研修所、寮等を含む)が対象です。

※5 家庭用製品(工場から物流拠点まで)と、工業用製品および原材料そのほかの輸送量値から求めたCO₂、SOx、NOx排出量の推算値です。

INPUT
▶ 原材料 製品を製造するために直接使用した原材料の量 (ただし、容器包装材料、燃料などは除きます)
▶ 容器包装材料 販売された製品に使用した容器包装材と段ボールの量の合計
▶ 循環利用量 生産および研究活動により発生した廃棄物などのうち、花王の内部で再資源化している量
▶ エネルギー使用量【開発・製造】 生産事業場で使用したすべてのエネルギー量
▶ エネルギー使用量【物流・販売(施設および営業車)】 物流・販売部門における事務所などの施設内および自動車(営業用)で使用したエネルギー量
▶ 燃料(原油換算)【物流・販売(製品輸送)】 家庭用製品と工業用製品および原材料その他の輸送量から求めたエネルギー量
▶ 水使用量 工業用水、上水、井戸水の使用量

OUTPUT
▶ 温室効果ガス排出量 事業活動で排出する温室効果ガス(京都議定書で定められた6ガス)の量(CO ₂ 換算値)
▶ SOx排出量 各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
▶ NOx排出量 各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
▶ 化学物質排出量 PRTR法対象化学物質の大気および公共水域への排出量
▶ 排水量 各生産事業場および物流・販売の事務所などからの排水量と家庭用製品使用に伴い消費された量
▶ COD排出量 排水中のCOD量
▶ 廃棄物等排出量、最終処分量 各生産事業場および物流・販売の事務所などから発生した廃棄物等のうち、廃棄物、再資源化物として外部に処理委託あるいは売却した量および最終処分量
▶ CO₂ エネルギーの使用と成分分解等に伴い排出した量
▶ 容器包装排出量 販売された製品に使用した容器包装の量(段ボールは含まない)

2010年度の実績と今後の目標(RC活動項目)

2010年度は、2008年度に調査対象を拡大したCSR調達の項目で、前年度より改善したものの、目標に達することはできませんでした。2009年度より実施している評価が低かったお取引先を訪問し確認するという活動を継続し、改善を図ります。そのほかの重点推進項目については、目標を達成しました。

また、今年度はこれまでの中期目標の最終年度であることから、「花王環境宣言」2020年中期目標と歩調を合わせつつ、活動を確実に推進するための新たな2015年度目標を作成しました。

環境目標と実績(2010年度)

重点推進項目	対象部門	2010年度目標	2010年度実績	
省エネルギー	生産事業場	全使用エネルギー 原単位指数*6を62*7とする	達成	59
	生産事業場を除く	エネルギー使用量を3%削減(対2007年度)	達成	10%削減
輸送エネルギー削減	生産技術部門 ロジスティクス部門 ケミカル	輸送エネルギー原単位*8を4%削減(対2006年度)	達成	7%削減
地球温暖化防止	生産事業場	温室効果ガス排出量*9原単位指数を56*7とする	達成	51
	生産事業場を除く	温室効果ガス排出量を86とする (1990年排出量を100として)	達成	74
化学物質の排出削減 PRTR法対象化学物質	生産事業場	各工場からの物質ごとの 排出量を1t以下に維持する	達成	最大0.6t
		VOC*10対象物質	各工場からの物質ごとの排出量を1t以下にする	達成
廃棄物削減	生産事業場	最終処分量を150t以下 かつ、最終処分率を0.1%以下にする (全生産事業場の合計)	達成	53t 0.04%
		廃棄物発生量を生産量原単位で0.5%削減 (対2009年度)	達成	2.0%削減
CSR調達*11	花王	100%(グリーン調達比率)	未達成	99%

環境目標(2011年度と2015年度)

重点推進項目	指標	対象部門	2011年度目標	2015年度目標	
地球温暖化防止	付加価値原単位	生産事業場	45%削減(90年度比)	排出量22%削減 (90年度比)	
	排出量		15%削減(90年度比)		
	排出量	本社・販売・物流拠点 (施設および営業車)	16%削減(90年度比)		
	売上重量原単位	製品輸送	16%削減(90年度比)		
廃棄物削減	最終処分量	生産事業場・物流拠点	最終処分率0.1%以下	最終処分率0.1%以下	
		本社・販売拠点	215t以下	150t以下	
	発生量	原単位*12	生産事業場・物流拠点	10%削減(05年度比)	15%削減(05年度比)
		絶対量	本社・販売拠点	8%削減(09年度比)	25%削減(09年度比)
CSR調達	グリーン調達比率	花王	100%	地球温暖化防止 生物多様性保全 保安防災の視点の追加	
		カネボウ化粧品	活動開始		

※6 原単位指数

付加価値生産高当たりの量をいい、1990年度を100とした時の指数。付加価値生産高は売価ベースでの生産高から製造変動費を除いた金額。

※7 2008年度に、従来よりも高いレベルの数値目標を設定した箇所。

※8 輸送エネルギー原単位

売上げ重量当たりの輸送エネルギー。

※9 温室効果ガス排出量

京都議定書で定められた6種類の温室効果ガスの排出量を、CO₂に換算した値。

※10 VOC

(Volatile Organic Compounds)

環境省環境管理局长通知(平成17年6月17日)別紙1の100物質を対象。

※11 CSR調達

生産活動に必要な物品を購入する際、環境や社会的責任に配慮する取引先を優先する活動のこと。グリーン調達比率とは、環境保全調査において、対象取引先工場のうちEMSを運用している工場の比率のこと。2008年度から機材調達先の調査を開始。

※12 原単位

生産事業場における総生産量と物流における売上重量の和に対する廃棄物等発生量の比に100を乗じた値。

あらゆる工程でのCO₂排出量を削減

生産、物流、オフィスワークなど

さまざまな場面で省エネ活動に取り組んでいます。

国内花王グループ

省エネ機器の導入や製造プロセスの合理化を推進

2010年度は吸収式冷凍機からターボ冷凍機への転換を継続し、川崎工場への導入を行ないました。また、すみだ事業場の減菌温水製造設備に、空気の熱を利用してお湯を沸かすヒートポンプを導入するなど、新たな取り組みにもチャレンジしています。

また、エネルギー使用量のうち大きなウェイトを占める、蒸気と圧縮空気に関する活動にも注力しています。蒸気に関しては、高効率ボイラーへの転換を進める一方、スチームトラップの点検の徹底や、使用済み蒸気からの熱回収などによる合理化を進めています。圧縮空気に関しては、工程の無駄を省くとともに、コンプレッサーの台数制御など運用方法の改善を行ないました。

これらの取り組みの結果、生産事業場における2010年度のエネルギー総使用量は原油換算で前年度から8千kℓ削減しました。またエネルギー原単位指数は前年度比で2ポイント、1990年度比で41ポイント改善と、日本化学工業協会の目標(20ポイント改善)を大きく上回りました。

国内花王グループ

オフィスでの環境負荷低減

花王は、「チャレンジ25キャンペーン」に参加し、オフィスにおいてもCO₂排出量の削減に努めています。

2005年から実施しているクールビズ、ウォームビズ活動に加え、2010年度からは、出勤時を除く時間帯でのエレベーターの稼働台数の低減、BEMS(Building Energy Management System)導入による無駄の発見とこまめな対応など、さまざまな施策を推進してきました。

これらの活動によって、2010年度の電力使用量は、活動開始前の2004年度と比較して1,899千kWh(10.5%)減少しました。空調等で使用している都市ガス分も含めると原油換算で548kℓ、CO₂換算で1,706トンの削減になります。

国内花王グループ

物流段階での環境負荷低減を推進

物流段階での環境負荷を低減するために、花王では効率的なシステムの構築と運用、モーダルシフト、他社との共同輸送などに取り組んでいます。

2010年度は、家庭品およびケミカル製品の輸送において、生産拠点のリアロケーション※や製品の直送化による輸送距離の短縮、輸送容器の大型化、積載率の向上に努めました。さらに、モーダルシフトへの取り組み活動が評価され、川崎工場と愛媛サニタリーブロダクツがエコシップマーク認定事業者に選定されました。

花王ロジスティクスでは、「ドライブレコーダー」によるエコドライブ実践やハイブリッド車の導入を継続する一方で、花王カスタマーマーケティングとの連携により、お取引先様の発注単位や納品頻度の見直しを進めたり、他社との共同取り組みにより配送での積載率向上をめざしています。

しかし、これらの取り組みにもかかわらず、配送での備車比率の増大に伴うエネルギー

エネルギー使用量の推移



※付加価値原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

温室効果ガス排出量の推移

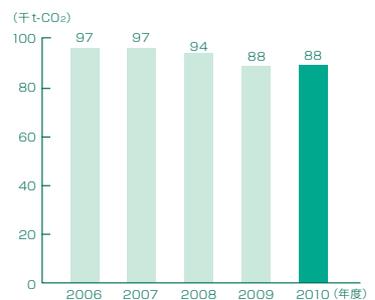


※付加価値原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

※ リアロケーション

複数工場での生産を行なうこと。消費地に近い工場での生産を行なうことで輸送距離を短縮できる。

輸送に伴うCO₂排出量の推移



※地球温暖化対策推進法に基づく省令に規定されている排出係数、温室効果ガス排出量算定マニュアル(環境省・経済産業省)に記載されている排出係数を用いて算出しています。

使用量の増加により輸送エネルギー原単位は2009年度比0.3ポイントの改善にとどまりました。2006年度実績を基準とした削減率では7%となり目標(4%削減)を達成していますが、さらなる効果を上げるため、一層の輸送効率向上に努めていきます。

海外花王グループ

海外生産事業場における活動(中国)

上海花王では、CO₂排出量の削減をはじめとして、水使用量や廃棄物発生量の削減など、さまざまな面から環境負荷低減を進めています。CO₂削減活動では、排熱回収を積極的に推進するだけでなく、工場内のすべての蛍光灯をLEDに変更しました。また、政府による省エネ活動の奨励金で、太陽光発電式街灯を一部導入しました。

この結果、2010年のCO₂排出量は32%削減(生産高当たり・2005年比)できました。今後も、さらなる削減活動に取り組んでいきます。



新たに導入した太陽光発電式街灯

海外生産事業場のCO₂排出量の推移



グローバル

CDP2010の開示優良企業に選定

「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト(CDP)」とは、ロンドンに事務局を置くNPO団体が、500を超える機関投資家を代表して世界各国の1,800の企業に対し、気候変動に関する戦略と温室効果ガスの排出状況を報告するよう促している取り組みです。

花王は、2003年の第1回から報告を継続しており、2008年、2009年に開示優良企業として選定されています。2010年度は、日本で最も情報開示が進んでいる企業の一つとして選定されました。

これは、花王がグローバルに進めている環境活動が、SRIの視点からも認められた結果であると考えています。

また、気候変動に対する活動はサプライチェーン全体で管理することが重要であるとし、2008年より、サプライチェーンプロジェクトに参加し、取引先に対し気候変動に関する戦略の報告等を求めています。

国内花王グループ

物流部門に2基目の太陽光発電パネル設置

花王は、2009年6月に発表した「環境宣言」の一環として、より環境に配慮した物流センターや配送システムの構築を検討しています。

このほど、すみだロジスティクスセンター(東京都墨田区、鐘ヶ淵)に、2基目の太陽光発電パネルを設置しました。これにより発電能力は、197kWとなり、需要の約15%をカバーします。今後も積極的に再生可能エネルギーの導入・検討を進め、環境への対応を最優先に取り組んでいきます。



2基目の太陽光発電パネル

グローバルな化学物質管理を推進

独自の情報管理システムを構築し

化学物質の品質や安全性の確保を図っています。

方針/目標/体制

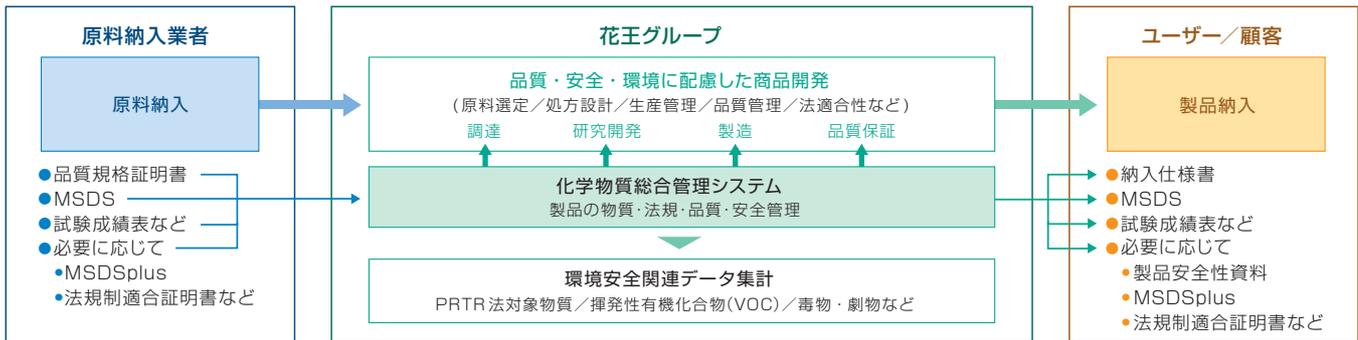
花王は、2001年から個々の製品や原料、成分に、グループ共通コードをつけてデータベース化した「化学物質総合管理システム」を運用しています。

このシステムを活用することで、製品・原料・成分グループごとに安全性や防腐蚀性、関連法規などの情報が瞬時に確認できるため、万一品質等に問題が発生した場合も、影響範囲を即座に特定でき、迅速な対応が可能になります。

またこれらの情報は、購買、研究開発、生産、品質保証、環境・安全などの各部門で共有・活用しており、“よきモノづくり”を支えるバックボーンとなっています。

2010年度は、改正化審法への対応として、物質情報、製造・輸入量や社内外の用途情報を一括管理するシステムの構築を進め、2011年5月には用途別の物質数量を自動集計するシステムを稼働させました。今後も、化学物質総合管理システムの拡充を通じ、グローバルでの関連法規適合性の迅速な確認、原料トレーサビリティの確保、想定される各用途でのリスクアセスメントへの活用など、「より安全・安心なモノづくり」を目標に活動を推進します。

化学物質総合管理の体制



海外花王グループ

EUでの化学品規制への適応

花王では数量管理システムを化学物質総合管理システムと連動する形で導入し、EUでの化学品規制REACH※1への対応を進めています。

EUの花王関連会社が製造・輸入している物質、および顧客を通して間接的にEUに輸出している物質のうち、花王で対応が必要な物質については、すでに2008年に予備登録を完了しました。

次のステップである本登録については、フェーズ1物質(EU内で年1,000トン以上を製造・輸入するものが中心)のうち花王で登録を予定していた物質に関して、昨年11月末の期限に遅れることなくREACH本登録を終了しました。

今後は、フェーズ2物質(年100~1,000トンを製造・輸入)を2013年5月末までに、フェーズ3物質(年100トン以下を製造・輸入)を2018年5月末までに、それぞれの物質のグローバルでのビジネスの状況や将来性などを考慮して登録物質を選定し、本登録を進めていきます。

※1 REACH

(Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)

EUの「化学物質の登録、評価、認可及び制限に関する規則」の略称。

化学物質の情報管理の強化に向けた活動

ケミカル製品では、GHS※2に対応したMSDSと製品／輸出国ラベルを、海外の関連会社を含めて各国の言語で作成し、提供できるシステムを構築しています。

2010年度は、台湾に続き、韓国、中国、EUへ販売する単一物質の製品に関して、GHS対応MSDSの発行と、製品へのGHSラベル貼付を開始しました。また、JAMP※3の設立メンバーとして、「MSDSplus※4」のしくみづくりにも積極的に参画し、今年度は2010年4月に改訂版Ver.3.1、2011年1月には改訂版Ver.3.1bを速やかに発行し、販売代理店を通して顧客へ配布しています。さらに、2010年11月にはよりスピーディな情報交換を目的としJAMP-IT※5においてもMSDSplusの提供を開始しました。

国内花王グループ

包装材料情報の一元管理の推進

ケミカル製品に使用する包装材料について、含有する化学物質の情報を適正に管理する取り組みを開始し、サプライヤー各社を対象にした説明会を東京と和歌山の2会場で実施しました。

説明会では、化学物質管理の国際動向やサプライチェーンでの含有化学物質情報流通の重要性を説明するとともに、AIS※6に関する情報提供をお願いしました。今後もサプライヤー各社と協力して化学物質管理を推進していきます。

国内花王グループ

PRTR法対象化学物質の排出を削減

花王が2010年度に取り扱ったPRTR法政令改定の新規PRTR法対象化学物質は75種で、大気および公共水域への総排出量は1.7トンでした。また、PRTR法政令改定前のPRTR法対象化学物質では49種で、大気および公共水域への総排出量は1.4トンでした。

これらについて「各工場からの物質ごとの年間排出量1トン以下を維持する」という目標を達成しました。

国内花王グループ

自主活動目標を定めてVOCの排出量管理を実施

花王には、大気汚染防止法におけるVOC排出規制の対象となる設備はありませんが、年度ごとに独自の自主活動目標を定めて、VOCの排出量の削減に取り組んでいます。

2010年度は、環境省環境管理局长通知100種類のVOC対象物質を調査したところ、大気中への総排出量は8トンで、「各工場からの物質ごとの年間排出量1トン以下を維持する」という目標を達成しました。

国内花王グループ

PCBを適正に保管・処理

絶縁油にポリ塩化ビフェニル(PCB)を使用した変圧器などは、和歌山工場、東京工場、川崎工場およびカネボウ化粧品小田原工場で適正に保管・管理しています。すでにPCB廃棄物の処理委託先である日本環境安全事業(株)(JESCO)に登録を済ませたPCB廃棄物は、順次処理を行なっています。2010年度は32台の機器(1.8トン)の処理をPCB処理施設に移送しました。

※2 GHS

(Globally Harmonized System of Classification and Labeling of Chemicals)

世界的に統一されたルールに従って、化学品を危険有害性の種類と程度により分類し、その情報が一目でわかるよう、ラベルで表示したり、安全データシートを提供したりするシステム。2006年に日本で実施されたのははじめ、台湾、中国、韓国、シンガポール、EU諸国において実施開始。

※3 JAMP

(Joint Article Management Promotion-consortium)

アークティック(部品や成形品などの別称)が含有する化学物質情報を適切に管理し、サプライチェーンの中で円滑に開示・伝達するための業界横断の活動推進主体として2006年9月に発足。

※4 MSDSplus

特定の化学物質の情報伝達シート。

※5 JAMP-IT

サプライチェーンでの含有化学物質情報の入手・提供を促進するために整備された、ITシステムを利用した情報基盤。



熱心に説明に聞き入る説明会参加者(東京会場)

※6 AIS

(Article Information Sheet)

JAMPが提案する成形材料用情報伝達シート。

詳細は

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_02_08.html
「PRTR法対象物質排出量リスト」

循環型社会の実現をめざして

サプライチェーン全体で廃棄物の削減や適切な処理に取り組み、事業活動に伴う環境負荷を低減していきます。

国内花王グループ

ゼロエミッションの取り組みを推進

花王は、循環型社会の形成に向けて、リデュース、リユース、リサイクルの優先順位のもと、プロジェクトを推進して廃棄物の発生量削減や最終埋立処分量をゼロに近づけるよう努めています。生産事業場全体で最終処分量150トン以下、最終処分率^{※1}0.1%以下とした2010年度の目標は、すでに2009年度に前倒しで達成していますが、さらに取り組みを強化し、生産事業場全体の最終処分量は53トン、最終処分率は0.04%となりました。また、発生量原単位^{※2}は前年度比98.0%となり、目標の99.5%以下を達成しました。

今後、販売拠点や物流拠点へも取り組みの範囲を拡大し、廃棄物の分別強化や処理先の見直しを行なうことで、ゼロエミッションの取り組みをさらに強化していきます。

国内花王グループ

愛媛サニタリープロダクツでの廃棄物削減の取り組み

花王は、生産事業場における排水や廃液などの削減、生産計画の精緻化、製品や原材料を運搬する際の部材を繰り返し利用できるものに変更するなどの取り組みにより、廃棄物の削減を図っています。

2010年度、グループ会社の愛媛サニタリープロダクツでは、これまで廃棄物として焼却処分していた製造工程で発生する不要物を、固形燃料の原料等に有価物として売却、あるいは処理業者で再資源化するなどし、廃棄物の削減を進めた結果、同社の焼却炉を停止することができました。今後も物質の性状などを考慮し、取引先と協力しながら適切な方法で処理を行なうことで、廃棄物の削減に努めていきます。

国内花王グループ

廃棄物・リサイクルガバナンスの強化

花王では、「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」を開発し、契約情報や産業廃棄物管理票(マニフェスト)の運用、数量データおよび適正処理調査結果などを統合管理しています。このシステムは法令遵守やデータの透明性をさらに高めるために導入を進めている「電子マニフェストシステム」にも対応しています。酒田工場、川崎工場、栃木工場に続き、2010年度は和歌山工場でもこのシステムの利用を開始しました。

また、従来から、直接取引をしている処理業者については定期的に処理現場を確認していましたが、2010年度からは、事業活動に関係する幅広い廃棄物の適正処理を確実にするため、製造委託先から発生する廃棄物の処理状況の確認を開始しました。今後もサプライチェーン上の取引先と連携・協力し、適正処理を強化する取り組みを進めていきます。

廃棄物等の推移



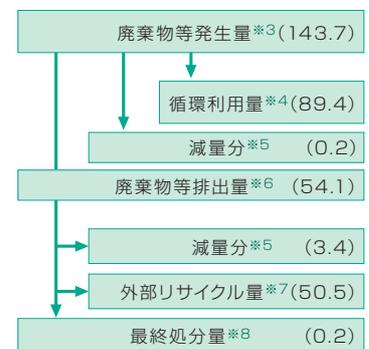
※1 最終処分率

最終処分量 ÷ 廃棄物等発生量 × 100。
花王は最終処分率0.1%以下をゼロエミッションと定義しています。

※2 発生量原単位

総生産量当たりの廃棄物等発生量。

廃棄物等の発生量と処理の流れ (2010年度) (単位:千t)



※3 廃棄物等発生量

製品をつくる段階で出てくる不要なものや不良品など(古紙や金属などの有価物やほかの工場で利用できるものも含む)。

※4 循環利用量

工場の中で再使用されたり、リサイクルされたりしたもの(サーマルリサイクル含む)。

※5 減量分

脱水、濃縮、破砕などの処理と単純焼却することで減量した分。

※6 廃棄物等排出量

不要なものや不良品、焼却後の灰、古紙、金属などで工場の外に出したもの。

※7 外部リサイクル量

再使用されるものや資源として利用するもの(サーマルリサイクル含む)。

※8 最終処分量

最終的に利用できないもので安全に埋め立てるもの。

環境負荷の小さい事業活動を推進

水資源の有効利用や土壌汚染対策など
さまざまな環境保全活動を展開しています。

国内花王グループ

水の有効活用と排水管理

花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄、冷却などに水資源を利用していますが、洗浄などで使用した水を浄化して再使用するなど、一部で有効利用を進めています。また、すみだ事業場では、雨水を貯めて緑地の散水などに活用しています。

2010年度の水使用量と排水量は、前年度比、それぞれ825千トン、764千トン削減しました。これらは、和歌山工場において、冷却水の効率的利用を推進したことなどが寄与しています。

国内花王グループ

排水・排ガス基準値への対応

2011年2月、すみだ事業場で、一部の設備異常に伴い、n-ヘキサン抽出物の値が基準値を上回る排水規制値超過が、1件発生しました。

排ガス規制に関しても、2010年9月、川崎工場で一時的なSOxの排出基準値の超過が、1件発生しました。

両件とも、管轄の行政に報告するとともに、設備面・管理面での改善を図り、再発の防止に努めています。

国内花王グループ

地下水・土壌汚染の調査・測定を実施

花王は、過去の化学物質の使用履歴を踏まえ、毎年、各工場敷地内の地下水中の環境基準物質を測定しています。2010年度は、和歌山工場、酒田工場、栃木工場で自主調査を行いました。その結果、いずれの測定項目も定量下限値以下であることを確認しました。また、川崎工場では、土壌汚染対策法や条例などに応じて事業活動に起因する土壌汚染調査をした結果、いずれの測定項目も汚染が認められませんでした。

国内花王グループ

製品使用後の排水が環境に与える影響について

生活排水に含まれる有機物は、污水处理施設や河川などに生息する微生物によって分解され、河川、湖沼、海など自然の循環に戻されます。そこで花王は、「製品のライフサイクル全体を通じて環境負荷の低減を推進する」ことを環境適合設計の基本指針とし、微生物によって生分解されやすく、生態系に影響の少ない原料の使用に努めています。

また、使用後の製品が河川などの自然環境に与える実態把握にも目を向け、日本石鹼洗剤工業会の環境・安全専門委員会で、界面活性剤の環境モニタリング調査を実施しています。具体的には、年4回、都市部を流れる代表的な4つの河川で、製品に含まれるLASなど4種の界面活性剤濃度を測定し、生態系に与える影響リスクを評価しています。これまでの調査の結果、モニタリング調査の範囲では、これらの界面活性剤の水生生物に対するリスクは定常的に高くないことが示唆されました。^{※9}

水使用量の推移



※付加価値原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

排水量の推移



※付加価値原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

※9 日本石鹼洗剤工業会「環境年報」Vol.35 2010年度版より。

生物多様性の保全活動～社会との取り組み

花王は自らの事業活動が生物多様性に与える影響を理解し、さまざまな地域で、多様な手法を用いながら、その保全に取り組んでいます。

方針

花王は、事業の主要原料であるパーム油やヤシ油の調達をはじめ、製品のライフサイクルのあらゆる段階において、生物多様性の恵みを受取る一方で、影響も与えています。

花王では事業活動がかかわる生物多様性の課題やその保全のために花王が取り組むべき内容などについて、外部の専門家を交えて社内で議論を重ねてきました。関連部門のヒアリングやワークショップなどを通じて抽出したリスクや課題を踏まえて「花王 生物多様性保全の基本方針」を策定し、2011年4月に公表しました。

今後、基本方針に基づき、持続可能な原材料の調達や生態系への負荷を低減する技術開発など、事業活動において生物多様性の保全に積極的に取り組むことはもちろん、社会貢献活動や他企業と連携した活動等による生物多様性の保全にも取り組んでいきます。

詳細は P17「よきモノづくりへの挑戦2(生物多様性)」

国内花王グループ

他企業と連携した取り組みを推進

花王は、「企業と生物多様性イニシアティブ^{*1}(Japan Business Initiative for Biodiversity: JBIB)」に、2008年の発足当初より参加しています。花王は、JBIB内のワーキンググループにおける共同研究(企業の事業活動と生物多様性との関係性を分析する評価ツールの開発)や、JBIB主催のセミナーで講演するなど、さまざまな取り組みを他企業と合同で進めています。

※1 企業と生物多様性イニシアティブ

生物多様性の保全をめざして積極的に取り組む企業が集まり、2008年に発足した団体。

国内花王グループ

生物多様性交流フェアに出展

花王は、2010年10月23～29日の7日間、生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)で併催された「生物多様性交流フェア^{*2}」に出展しました。同フェアでは、「花王 環境宣言」や花王の事業活動における具体的な取り組みとして「節水・コンパクト型洗剤の開発」「持続可能な原材料の調達」「生物多様性支援プログラム：花王・教員フェローシップ」などの展示を行ないました。

期間中、花王ブースにご来場されたお客さまのうち約1,300人の方とは、直接の対話をさせていただき、花王の取り組みをご説明いたしました。特に節水型超コンパクト洗剤「アタックNeo」については、お客さまのご家庭で使用されるすすぎ水を減らすことで、生態系への影響にも配慮した洗剤であることをご理解いただきました。

※2 生物多様性交流フェア

COP10の会期中、会場に隣接する白鳥地区で開催された、生物多様性をテーマとした国際的な発表・交流展示会。国内外の政府や自治体、市民、NGOやNPO、学術団体、企業など200を超える団体が参加した。



持続可能な原材料に関心が集まった花王ブース

「花王・みんなの森づくり活動」を実施

花王は、生活の身近な場所に緑豊かな環境を引き継いでいくことを目的として、2000年度から「花王・みんなの森づくり活動」に取り組んでいます。この活動は、(財)都市緑化基金と花王が推進する緑化プログラムで、身近な緑づくり活動を推進するNPOや市民活動団体を支援するものです。

2010年度は活動が10年目を迎えたことを契機に、10月にシンポジウム「みんなの森づくり10周年記念フォーラム～子どもたちに贈るみんなの森を考えよう～」を開催しました。これまでの支援団体は336件、活動面積は3,035ha、参加者数は17万1,042人となりました。



支援団体「困いやま森の会」活動の様子

「企業の森」活動に参画

花王は、和歌山県が取り組んでいる「企業の森」事業に参画しています。これは県内の森林資源を所有者（自治体、個人）から無償で借り、さまざまな環境活動のフィールドとして活用するもので、花王は2007年度に海草郡紀美野町の森林0.7haを借り受け、森林保全活動に取り組む協定を県および町と結んでいます。

2010年度も、地元森林組合からの支援をいただきながら、100名以上の花王社員とその家族が除草や下草刈りなどの保全活動に取り組みました。



花王社員と家族による下草刈りの風景

「地球の森プロジェクト in タイ」へ協賛

花王では、2007年に開始された、「地球の森プロジェクト in タイ」(主催：地球環境平和財団、共催：国連環境計画)のプロジェクトに協賛しています。この活動は、5年間でタイ国内に50万本を植樹することをめざすプロジェクトです。

12月には、シリントーン女王国際環境公園(タイ南部ペチャブリア県チャム)にて、植樹フォーラムが開催され、主催者から花王に感謝状と盾が授与されました。その後、現地法人である花王インダストリアル(タイランド)社の社員とその家族約90名が、公園内でマングローブの植樹活動に参加しました。



花王インダストリアル(タイランド)社員による植樹の様子

フィリピンで「マングローブ再生プロジェクト」を継続

ピリピナス花王(PKI)では、工場周辺の沿岸域等を対象とした「マングローブ再生プロジェクト」を発足し、2010年2月にフィリピンで開催された「世界湿地デー」のイベントで、フィリピンの環境天然資源省と協働でマングローブを植樹しました。イベント後も社員が中心になって植樹活動を継続し、また沿岸部の環境保護と保全に取り組むことで、マングローブは現在も順調に生育しています。

こうした取り組みが評価されて、2010年9月に環境天然資源省より表彰盾が授与されました。



ピリピナス花王の工場に近い海岸に植樹されたマングローブの苗

コミュニケーションを通して環境活動を推進

さまざまな手法や機会を活用することで
ステークホルダーの声をエコロジー経営に取り入れています。

方針/目標

花王は、環境コミュニケーションにあたり、短期、中期、長期に分けて目標設定を行ない、RPDCA※サイクルを回しながら対話を進め、ステークホルダーの皆さまと双方向のコミュニケーションを継続することが大切であると考えています。環境宣言のスローガンである「いっしょにeco」に対してステークホルダーの皆さまから共感をいただくことを短期目標とし、子どもやお客さまとの対話、社内の啓発に重点を置いて活動しています。「いっしょにeco」の認知や共感については定期的に測定や評価を行ない、環境コミュニケーション活動にフィードバックしていきます。中・長期的には「環境のkao」レピュテーションの確立をめざしています。

※ RPDCA

一般的なP(Plan:計画)D(Do:実行)
C(Check:評価)A(Act:改善)に、
R(Research:調査)を加えたマネジ
メント手法のこと。

グローバル

グループ会社や各工場が環境・安全レポートを発行

花王は、各工場の環境保全活動や安全活動をより多くの方々にご理解いただき、皆さまの声を今後の活動に活かしていくためのコミュニケーションツールとして、2005年度からグループ会社や工場ごとに「環境・安全サイトレポート」を発行しています。

2010年度は、国内の花王グループ8工場が作成し、近隣地域の皆さまや工場見学の皆さまに配布しました。また、カネボウ化粧品も2008年から「環境への取り組み」を作成し、自社のウェブサイトで公開しています。海外では、欧州花王化学が「CSRレポート」を、上海花王が「環境報告書」を2008年から発行しています。



環境・安全レポート

国内花王グループ

「環境・安全・防災交流会」を開催

すみだ事業場では、事業場の環境保全や安全防災に関する状況や取り組みについて、近隣住民の方々に理解を深めていただき、意見交換する場として、毎年「環境・安全・防災交流会」を開催しています。2011年3月に実施した交流会では、近隣6町会から17人の方々にご参加いただきました。

また、鹿島工場では、レスポンスブル・ケア鹿島地区地域対話に参加しました。

学校や工場で環境教育を実施

花王は消費者啓発の一環で環境関連の出前授業を行なっています。2010年度も「エコプロダクツ2010」への出展と連動させた「環境講座」を、2つの高校で実施しました。

また2010年度からの新しい試みとして、川崎工場と和歌山工場では工場見学に参加した児童を対象に「環境講座」を実施したところ大変好評でした。今後も、工場見学者に対して積極的に「環境講座」をプラスした学習を提案していきます。



川崎工場での環境講座「環境にやさしい洗剤のふしぎ」

「環境フェア・キャンペーン」を全国で開催

花王カスタマーマーケティングは、エコロジー貢献活動の一環として、環境負荷低減につながる情報と環境配慮型製品をセットにした売場づくりを行なう「環境フェア・キャンペーン」を、販売店と一緒に取り組んでいます。全国規模で開催しているこのフェアは2010年10月には約8,000店の販売店が参加。2011年1月には約1万5,000店が参加し、回を重ねるごとに賛同される販売店が増えています。



店頭での環境フェアの様子

「エコプロダクツ2010」に出展

花王は、2010年12月に東京ビッグサイトで開催された「エコプロダクツ2010」に出展しました。ブースでは「アタックNeo」やエコシャンプー術による節水の提案を中心に、3Rなど容器包装の省資源への取り組みや、産業分野におけるCO₂の削減・リサイクルに貢献するエコケミカル製品を紹介しました。展示だけでなく簡単な実験やミニ講座、クイズラリーなどを実施したことで、子どもから大人まで多くの方に興味を持っていただき、3日間で1万2000人以上の方にご来場いただきました。

今後も、無理なく取り組めるエコ活動を、楽しみながら学べる工夫と共に提供していきます。



多くの方にご来場いただいた花王のブース

「第1回花王国際子ども環境絵画コンテスト」を開催

花王は地球環境平和財団と共催で、「いっしょにeco」をテーマにした「第1回花王国際子ども環境絵画コンテスト」を開催しました。小中学生を対象に世界中から作品を募集したところ、4,339点(国内1,505点、海外2,834点)が集まりました。

上位入賞者を招き「エコプロダクツ2010」会場内にて表彰式を行ない、環境について考えていること、作品を通じ訴えたいことなどを語っていただきました。

花王はこのような活動を通じ、今後も広く社会全体の環境活動と連携した「いっしょにeco」活動を推進していきます。



絵に込めた思いや環境について考えていることを話す受賞者の子どもたち

2010年度の環境会計報告

1. 環境省「環境会計ガイドライン2005年版」に準拠しています。

また、(社)日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」も参考にしています。

2. 集計範囲は、2010年度から花王ロジスティクス(株)、(株)KCロジスティクスを新たに加え、花王(株)および国内子会社10社です。(株)カネボウ化粧品、花王カスタマーマーケティング(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、ゴールドウェルジャパン(株)、ニコー製紙(株)、ヘルスケア・コミティー(株)、花王ロジスティクス(株)、(株)KCロジスティクス

3. 期間は、2010年4月1日から2011年3月31日までです。

4. 事業活動から排出する環境負荷と廃棄物は、従来の生産活動における量から花王グループ(花王+子会社)のすべてのデータとしました。

環境保全コスト(事業活動に応じた分類)

(単位:百万円)

分類	主な取り組み内容	投資額	費用額*1
(1)事業エリア内コスト		816	3,716
内訳	①公害防止 大気汚染防止、水質汚濁防止	282	1,586
	②地球環境保全 省エネルギー	209	274
	③資源循環 省資源、廃棄物処理・処分	325	1,856
(2)上・下流コスト	環境配慮型製品生産設備、容器包装リサイクル	1,444	3,088
(3)管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	11	1,116
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	9,683	2,375
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	67
(6)環境損傷コスト		-	0
合計		11,954	10,362

*1 費用額には減価償却費を含んでいます。

環境保全効果(物量効果)

効果の分類	環境パフォーマンス指標(単位)	2009年度	2010年度	増減*2
事業活動に投入する資源	エネルギー投入量(原油換算:kℓ)	245,912	237,645	-8,267
	水資源投入量(千t)	12,443	11,618	-825
事業活動から排出する環境負荷、および廃棄物	温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算:千t)	446	425	-21
	SOx排出量(t)	30	27	-3
	NOx排出量(t)	362	358	-5
	排水量(千t)	9,944	9,180	-764
	COD排出量(t)	66	64	-3
	廃棄物等の排出量(千t)	56	54	-2
	廃棄物等の最終処分量(千t)	0.3	0.2	-0.1
	PRTR法対象化学物質の大気への排出量(t)	1	2	1

*2 温室効果ガス排出量(CO₂換算)は、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル(Ver.3.0)平成22年6月 環境省/経済産業省」に基づき計算しています。

環境保全対策に伴う経済効果

(単位:百万円)

効果の内容	金額*3	
有価物等の売却	243	
費用節減	省エネルギーによる費用節減金額	212
	省資源による費用節減金額	1,820
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	162
合計	2,437	

*3 費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額です。

* 経済効果は有価物および固定資産の売却金額と費用節減金額を計上し、リスク回避等の仮定に基づく経済効果、いわゆる「みなし効果」は計上していません。

* 有価物および固定資産の売却については、環境省のガイドラインでは収益となっていますが、正確な収益の算出が困難なため、当社は売却金額としています。

* 費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額を当該年度のみ計上し、複数年度にわたって計上はしていません。

環境保全コスト(環境保全対策分野に応じた分類)

(単位:百万円)

分類	主な取り組み内容	投資額	費用額
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	209	267
②オゾン層保護対策に関するコスト		63	32
③大気環境保全に関するコスト	大気汚染防止、粉塵防止、悪臭防止	37	448
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	7
⑤水環境・土壌環境・地盤環境保全に関するコスト	水質汚濁防止	148	1,110
⑥廃棄物・リサイクル対策に関するコスト	省資源、産業廃棄物の減容化、リサイクル	1,770	4,930
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	9,716	2,379
⑧自然環境保全に関するコスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	67
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	11	1,122
合計		11,954	10,362

環境会計要約情報の直近3期間の推移表

	2008年度	2009年度	2010年度
①環境保全コスト			
投資額(百万円)	1,328	4,095	11,954
費用額(百万円)	9,100	10,428	10,362
②環境保全効果に関する環境パフォーマンス指標			
エネルギー投入量(原油換算:kℓ)	265,050	245,912	237,645
水資源投入量(千t)	13,166	12,443	11,618
温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算:千t)	518	446	425
SOx排出量(t)	27	30	27
NOx排出量(t)	375	362	358
排水量(千t)	10,508	9,944	9,180
COD排出量(t)	73	66	64
廃棄物等の排出量(千t)	55	56	54
廃棄物等の最終処分量(千t)	0.2	0.3	0.2
PRTR法対象化学物質の大気への排出量(t)	3	1	2
③環境保全対策に伴う経済効果			
実質的効果(百万円)	3,564	2,192	2,437

2010年度の外部表彰一覧

花王グループの2010年度の代表的な外部からの表彰をご紹介します。

	受賞年月	表彰対象	表彰名／内容	実施団体
国内	2010年4月12日	花王(株)栃木工場	厚生労働省労働基準局長より「第3種無災害記録証」を授与	厚生労働省労働基準局
	2010年5月28日	花王(株)	改質PLA樹脂の開発が近畿化学協会第10回「環境技術賞」を受賞	(社)近畿化学協会
	2010年7月8日	花王(株)	PRTR物質の管理と排出量の削減が評価され第4回「レスポンシブル・ケア賞」を受賞	日本レスポンシブル・ケア協議会
	2010年10月7日	花王(株)	「アタックNeo」が2010日本パッケージングコンテストで「ジャパンスター賞」(経済産業省製造産業局長賞)受賞	(社)日本包装技術協会
	2010年10月18日	花王(株)	カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト2010の日本報告会で「開示優秀企業」に選定	カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト(CDP)
	2010年11月15日	花王(株)	「アタックNeo」が第7回エコプロダクツ大賞「環境大臣賞」を受賞	エコプロダクツ大賞推進協議会
	2011年1月5日	花王(株)	食器用洗剤「キュキュット ハンドビューティ」が日経優秀製品・サービス賞の日経MJ賞で最優秀賞受賞	(株)日本経済新聞社
	2011年2月3日	花王(株)	平成22年度(第16回)「ディスクロージャー表彰」を受賞	(株)東京証券取引所 上場会社表彰選定委員会
	2011年2月4日	花王(株)川崎工場 愛媛サニタリープロダクツ(株)	平成22年度「エコシップマーク認定事業者」に選定	エコシップ・モーダルシフト 優良事業者選定委員会
	2011年2月11日	花王(株)鹿島工場	平成22年度神栖市「男女共同参画推進事業場表彰」を受賞	茨城県神栖市
2011年3月16日	花王(株)	「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)2011」に5年連続選定	Ethisphere Institute	
海外	2010年4月27日	モルトンブラウン	Cancer Research UKの Business Supporter's Celebration Awards で "Best Gift in Kind Supporter" を受賞	Cancer Research UK
	2010年7月5日	上海花王化学	上海市「省エネ賞」を受賞	上海市 (上海市経済とINFORMATION委員会)
	2010年9月25日	ピリピナス花王	「マンガローブ再生プロジェクト」が環境天然資源省より表彰	フィリピン環境天然資源省

世界の代表的なSRIインデックスへの組み入れ状況

花王は、イギリスのFTSE社の「FTSE4Good Global Index」をはじめ、世界の代表的なSRI(社会的責任投資)指標に継続的に組み入れられています。



FTSE4Good指数シリーズ：http://www.ftse.com/japanes/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp

MS-SRIモーニングスター社会的責任投資株価指数：<http://www.morningstar.co.jp/sri/index.htm>

グループ概要

花王株式会社

会社概要 (2011年3月31日現在)

商号：花王株式会社 (Kao Corporation)
 本店所在地：東京都中央区日本橋茅場町一丁目14番10号
 創業：1887年6月(明治20年)
 設立：1940年5月(昭和15年)
 資本金：854億円
 従業員数：5,924人(連結対象会社合計 34,743人)
 代表者：代表取締役 社長執行役員 尾崎元規

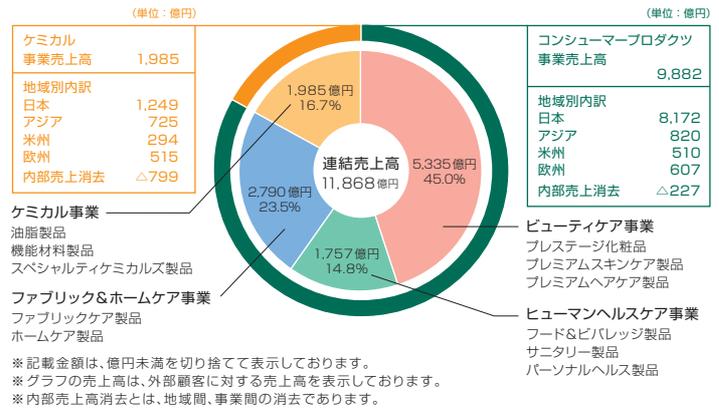
※記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しております。

連結業績(2011年3月期)

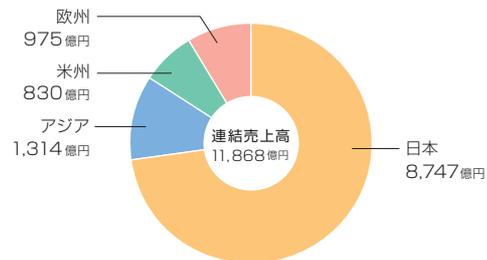
連結売上高：11,868億円
 連結営業利益：1,045億円
 連結経常利益：1,033億円
 連結当期純利益：467億円

※記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しております。

セグメント別売上高(2011年3月期)



所在地別売上高(2011年3月期)



主要関係会社

オランダ

KPSS Nederland B.V. ■

イギリス

Kao Brands Europe Ltd. ■
 KPSS (UK) Ltd. ■
 Molton Brown Ltd. ■

ドイツ

KPSS-Kao Professional Salon Services GmbH ■
 Guhl Ikebana GmbH ■
 Kao Corporation GmbH ■
 Kao Chemicals GmbH ■

スペイン

Kao Chemicals Europe, S.L. ■
 Kao Corporation S.A. ■

スイス

KPSS AG ■
 Kanebo Cosmetics (Europe) Ltd. ■

中国

花王(中国)投資有限公司 ■ ■ ■ ■ ■
 上海花王有限公司 ■ ■ ■ ■ ■
 花王(上海)产品服务有限公司 ■ ■ ■ ■ ■
 上海佳麗宝化粧品有限公司 ■ ■ ■ ■ ■
 上海花王化学有限公司 ■ ■ ■ ■ ■
 花王(上海)貿易有限公司 ■ ■ ■ ■ ■
 花王(香港)有限公司 ■ ■ ■ ■ ■

ベトナム

Kao Vietnam Co.,Ltd. ■ ■ ■ ■ ■

タイ

Kao Industrial(Thailand) Co.,Ltd. ■ ■ ■ ■ ■
 Kao Commercial(Thailand) Co.,Ltd. ■ ■ ■ ■ ■
 Kao Consumer Products (Southeast Asia) Co.,Ltd. ■ ■ ■ ■ ■

マレーシア

Kao Soap(Malaysia) Sdn. Bhd. ■ ■ ■ ■ ■
 Kao(Malaysia) Sdn. Bhd. ■ ■ ■ ■ ■
 Fatty Chemical(Malaysia) Sdn. Bhd. ■ ■ ■ ■ ■
 Kao Plasticizer(Malaysia) Sdn. Bhd. ■ ■ ■ ■ ■
 Kao Oleochemical (Malaysia) Sdn. Bhd. ■ ■ ■ ■ ■

シンガポール

Kao (Singapore) Private Ltd. ■ ■ ■ ■ ■

■ ビューティケア事業 ■ ヒューマンヘルスケア事業 ■ ファブリック&ホームケア事業 ■ ケミカル事業

ビューティケア事業

ビューティケア事業では、お客さま一人ひとりが求める“美しさ”に、先端の技術でお応えする、プレステージ化粧品をはじめ、洗顔料や全身洗浄料などのプレミアムスキンケア製品、シャンプー・リンスなどのプレミアムヘアケア製品をお届けしています。

ファブリック&ホームケア事業

ファブリック&ホームケア事業では、清潔でこころ豊かな暮らしを実現するために、衣料用洗剤や洗濯仕上げ剤といったファブリックケア製品や、台所用洗剤、住居用洗剤などのホームケア製品の分野で、品質と機能、使いやすさを追求した製品をお届けしています。

ヒューマンヘルスケア事業

ヒューマンヘルスケア事業では、花王独自の技術から生まれたサニタリー製品や新たな価値を提案する健康機能飲料、さらに入浴剤や歯みがきなど、より快適で健やかな毎日をサポートするための製品をお届けしています。

ケミカル事業

ケミカル事業では、世界の産業界のさまざまなニーズに対応するため、天然油脂原料からつくる油脂製品や、界面活性剤、トナー・トナーバインダー、香料など、多岐にわたるケミカル製品をグローバルにお届けしています。



冊子・PDF掲載内容一覧

「花王 サステナビリティ レポート2011 詳細版(本PDF)」では、グループ各社さまざまな活動の詳細な情報を掲載しています。冊子「花王 サステナビリティレポート2011 よきモノづくり報告書」は、詳細版から主な内容をまとめたダイジェスト版です。

章タイトル	項目	PDF版/ 掲載ページ	冊子版/ 掲載ページ	
編集方針	●編集方針 ●報告対象範囲	● P1-2	● P1-2	
トップコミットメント	トップコミットメント	● P3-4	● P3-4	
東日本大地震による被災地への対応		● P5-6	● P5-6	
花王のサステナビリティの考え方	●花王のCSR ●戦略的CSRの重点テーマと進捗 ●推進体制 ●コミュニケーション	● P7-8	● P7-8	
挑 戦 の こ と を し る こ と	1: グローバル	1. 消費者起点による現場主義の実践 2. ユニバーサルデザイン	● P9-10 ● P11-12	
	2: エコ	2020年中期目標と2010年度実績のレビュー(CO ₂ /水/化学物質/生物多様性)	● P13-18	
	3: 人づくり	ダイバーシティ推進プロジェクト グローバルテクノスクール	● P19-20	
コ ン プ ラ イ ア ン ス	コーポレート・ガバナンス	コーポレート・ガバナンス ●方針/体制 ●社外役員の独立性を確保 内部統制 ●方針/体制	● P22	
	コンプライアンス	コンプライアンス ●方針/目標/体制 ●コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用 ●日常業務におけるコンプライアンス徹底のしくみ 情報セキュリティ・個人情報の保護 ●方針/目標/体制 ●情報資産の保護領域の見直し	● P23-24	
		[コラム] よきモノづくりへの約束1: インテグリティ	● P25	
	リスクマネジメント	●方針/体制 ●目標 ●リスク調査を実施し対応策を強化 ●海外における緊急時の対応体制を改善 ●東日本大震災の発生と事業継続計画(BCP)の整備	● P26-27	
	RC(環境・安全)活動	●方針/目標/体制 ●環境・安全データベースなどを活用 ●RC事務局監査を実施 ●RC教育を継続的に実施	● P28-29	
品質保証	●方針/目標 ●体制 ●科学的観点と使い手の立場の両面から安全性を追求 ●製品サイクルを通じた品質保証活動 ●品質課題総点検の実施 ●品質保証監査を実施 ●品質保証活動役員表彰を実施 ●超濃縮洗剤・柔軟剤に識別性向上のカテゴリー表記を導入 ●食品事業における品質管理の徹底 ●食品原料の原産地やアレルギー情報などをウェブサイトにて開示 ●エコナについての最新状況と今後	● P30-32		
ス テ ー ク ホ ル ダ ー へ の 責 任	お客さま(消費者)への責任	●方針/体制 ●目標 ●「お掃除講座」による豊かな生活文化への貢献 ●手洗いの大切さを伝える小学校での出前授業 ●ウェブサイトを活用した情報の発信	● P34-35	
	お客さま(法人顧客)への責任	コンシューマープログラム事業 ●方針/目標/体制 ●販売店へ花王のサステナビリティへの取り組みを紹介 ケミカル事業 ●方針/目標/体制 ●販売代理店との情報交換会を継続的に実施 プロフェッショナル用品事業 ●方針/目標/体制 ●医療・介護従事者への感染管理支援活動	● P36-37	
	社員への責任	人材開発 ●方針/目標 ●グローバル人材開発会議の実施 ●グローバルで共通のさまざまな研修を実施 ●マネージャー研修のグローバル展開をスタート ●「花王ウェイ」のグループ全体での共有と実践 ●公正かつ納得性の高い評価と処遇 ●多様性を活かす職場の実現に向けた推進活動 ●障がい者雇用を促進 ●定年後の再雇用制度を運用 [コラム] よきモノづくりへの約束2: 仕事と家庭の両立の支援	● P38-40 ● P41	
		社員との対話の推進 ●社員意識調査「Find」実施による職場環境の改善 ●経営層と社員との相互理解を推進 ワーク・ライフ・バランス ●男性社員の育児への取り組み支援 ●メリハリのある業務の推進 ●主体的な将来設計をサポート	● P42-45	
		社員の健康と人権への配慮 ●「2010年度花王グループ健康白書」発行 ●差別やハラスメントのない職場づくりを推進 労働安全・保安防災 ●方針/体制 ●目標 ●2010年の労働災害発生状況 ●大規模災害に備えた訓練と東日本大震災での対応 ●安全防災・環境管理の研修を実施 ●2010年の小規模な火災の発生について	● P46	
	サプライヤーへの責任	●方針/体制 ●目標 ●サプライヤー満足度調査を実施 ●お取引先懇談会を実施 ●持続可能な原材料の調達	● P47	
	株主・投資家への責任	●方針/目標 ●株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進 ●株主・個人投資家との対話を実践	● P48-49	
	地域社会のために	●方針/体制 ●目標 ●理科教育・キャリア教育を支援 ●「花王・教員フェロウシップ」を継続 ●「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」を実施 ●「ピンクリボンキャンペーン」を実施 ●「花王社会起業塾」を開始 ●グループ統一基準をもとに災害支援を実施 [コラム] よきモノづくりへの約束3: 地域社会との共生	● P50-51 ● P23-24	
	環 境 へ の 取 組 み	製品ライフサイクルと環境負荷	●2010年度事業活動と環境負荷	● P53
		環境目標と実績	●2010年度の実績と今後の目標(RC活動項目)	● P53
地球温暖化防止		●省エネ機器の導入や製造プロセスの合理化を推進 ●オフィスでの環境負荷低減 ●物流段階での環境負荷低減を推進 ●海外生産事業場における活動(中国) ●CDP2010の開示優良企業に選定 ●物流部門に2基目の太陽光発電パネル設置	● P55-56	
化学物質の適正管理		●方針/目標/体制 ●EUでの化学品規制への適応 ●化学物質の情報管理の強化に向けた活動 ●包装材料情報の一元管理の推進 ●PRTR法対象化学物質の排出を削減 ●自主活動目標を定めてVOCの排出量管理を実施 ●PCBを適正に保管・処理	● P57-58	
廃棄物の適正管理		●ゼロエミッションの取り組みを促進 ●愛媛サニタリープログラムでの廃棄物削減の取り組み ●廃棄物・リサイクルガバナンスの強化	● P59	
そのほかの環境対応		●水の有効活用と排水管理 ●排水・排ガス基準値への対応 ●地下水・土壌汚染の調査・測定を実施 ●製品使用後の排水が環境に与える影響について	● P60	
生物多様性への対応		●方針 ●他企業と連携した取り組みを推進 ●生物多様性交流フェアに出展 ●「花王・みんなの森づくり」を実施 ●「企業の森」活動に参画 ●「地球の森プロジェクト in タイ」へ協賛 ●フィリピンで「マングローブ再生プロジェクト」を継続	● P61-62	
環境コミュニケーション		●方針/目標 ●グループ会社や各工場が環境・安全レポートを発行 ●「環境・安全・防災交流会」を開催 ●学校や工場で環境教育を実施 ●「環境フェア・キャンペーン」を全国で開催 ●「エコプロダクツ2010」に出展 ●「第1回花王国際こども環境絵画コンテスト」を開催	● P63-64	
環境会計			● P65	
2010年度の外部表彰一覧			● P66	
グループ概要	●会社概要 ●連結業績 ●事業概要 ●主要関係会社	● P67-68		
冊子・PDF掲載内容一覧		● P69		
第三者検証意見書		● P70		
GRI対照表		● P71-76		

サステナビリティレポートに関するご意見・ご感想は、右記のサイトにアクセスしてお寄せ下さい。▶ http://www.kao.com/jp/corp_csr/pdf_reports.html

第三者検証意見書



レスポンシブル・ケア

「花王 サステナビリティ レポート2011 詳細版」

第三者検証 意見書

2011年6月24日

花王 株式会社
代表取締役 社長執行役員
尾崎 元規 殿

一般社団法人 日本化学工業協会
レスポンシブル・ケア検証センター長

本田 三郎



■ 検証の目的

本検証は、花王株式会社が作成した「花王 サステナビリティ レポート2011 詳細版」(以後、報告書と略す)に記載されている、下記の事項について、レスポンシブル・ケア検証センターが化学業界の専門家の意見を表明することを目的としています。なお、検証範囲は環境・安全・健康に係る事項に限定しています。

- 1) パフォーマンス指標(数値)の算出・集計方法の合理性及び数値の正確性
- 2) 数値以外の記載情報の正確性
- 3) レスポンシブル・ケア活動の評価
- 4) 報告書の特徴

■ 検証の手順

- ・本社において、各サイト(事業所、工場)から報告される数値の集計方法の合理性、及び数値以外の記載情報の正確性について調査を行いました。調査は、報告書の内容について各業務責任者及び報告書作成責任者に質問すること、並びに彼らより資料提示・説明を受けることにより行いました。
- ・和歌山工場において、本社に報告する数値の算出方法の合理性、数値の正確性、及び数値以外の記載情報の正確性の調査を行いました。調査は、各業務責任者及び報告書作成責任者に質問すること、資料提示・説明を受けること、並びに証拠物件との照合することにより行いました。
- ・数値及び記載情報の調査についてはサンプリング手法を適用しました。

■ 意見

- 1) パフォーマンス指標(数値)の算出・集計方法の合理性及び数値の正確性について
 - ・数値の算出・集計方法は、本社及び和歌山工場において調査した結果、合理的な方法を採用しています。環境・労働安全の数値は、花王グループ共通の「環知安システム」を構築し、自動集計されています。
 - ・調査した範囲に於いて、パフォーマンスの数値は正確に算出・集計されています。
- 2) 数値以外の記載情報の正確性について
 - ・報告書に記載された情報は、正確であることを確認しました。原案段階では表現の適切性あるいは文章の分かり易さに関し、若干問題があることを指摘しましたが、現報告書では修正されており、現在修正すべき重要な事項は認められません。
- 3) レスポンシブル・ケア活動の評価について
 - ・国内花王グループ会社は、レスポンシブル・ケア(RC)活動の PDCA(計画、実行、評価、改善)サイクルを着実に廻し、エネルギー使用量、温室効果ガス排出量及び廃棄物の最終処分量を削減し、それぞれ2010年度の削減目標を達成していることを評価します。今後は、海外グループ会社での RC 活動のさらなる充実が望まれます。
 - ・消費者向け製品の CO₂ 排出量をライフサイクルアセスメントの観点から定量的に把握し、お客様の使用時及び使用後の廃棄処理で、全ライフサイクルの約65%を占めていることに着目し、お客様と“いっしょに eco”をスローガンに、この工程の CO₂ 排出量の削減に積極的に取り組んでいることを評価します。
 - ・和歌山工場では、県の取り組む「企業の森」事業への参画など各種の地域貢献活動を積極的に行っていること、そして花王の主力工場として、CO₂の排出量及び廃棄物の最終処分量の削減に大きな成果を上げていることを評価します。
- 4) 報告書の特徴について
 - ・本報告書よりさらに詳細な情報及び最新ニュースは花王ウェブサイトで参照が可能であり、本報告書のダイジェスト版としては、冊子「花王 サステナビリティレポート2011 よきモノづくり報告書」があり、読者の要望が十分に配慮されています。

以上

GRI 対照表

この対照表は、「GRI サステナビリティ レポートガイドライン 2006」の各指標に対して、当社の解釈に基づいて該当および関連のある報告を特定しています。

「花王 サステナビリティレポート2011 詳細版」で報告の内容を中心に、一部花王ウェブサイト内の関連ページを参照先としています。

また、GRIガイドラインと国連グローバル・コンパクトの各項目の関連を表している「MAKING THE CONNECTION -The GRI Guidelines and the UNGC Communication on Progress」を参考に、「国連GC」の欄には関連原則を付しています。

1. 戦略および分析				
項目	指標	該当ページ	該当項目・備考	国連 GC
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者 (CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明	P4	「よきモノづくり」で社会の課題に貢献	
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	P7 P9~12 P13~18 P19~20	花王のサステナビリティの考え方 よきモノづくりへの挑戦1 グローバル よきモノづくりへの挑戦2 エコ よきモノづくりへの挑戦3 人づくり	

2. 組織のプロフィール				
項目	指標	該当ページ	該当項目・備考	国連 GC
2.1	組織の名称	P67~68	企業概要	
2.2	主要なブランド、製品および/またはサービス	P67~68	企業概要	
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	P67~68	企業概要	
2.4	組織の本社の所在地	P67~68	企業概要	
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	P67~68	主要関係会社	
2.6	所有形態の性質および法的形式	P67	企業概要	
2.7	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む)	P67~68	企業概要/主要関係会社	
2.8	以下の項目を含む報告組織の規模 ・従業員数 ・純売上高(民間組織について)あるいは純収入(公的組織について) ・負債および株主資本に区分した総資本(民間組織について) ・提供する製品またはサービスの量	P67~68	企業概要	
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 ・施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 ・株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務(民間組織の場合)	—	該当なし	
2.10	報告期間中の受賞歴	P66	2010年度の外部表彰一覧・SRI	

3. 報告要素				
項目	指標	該当ページ	該当項目・備考	国連 GC
報告書のプロフィール				
3.1	提供する情報の報告期間(会計年度/暦年など)	P2	対象期間	
3.2	前回の報告書発行日(該当する場合)	P2	発行時期	
3.3	報告サイクル(年次、半年ごとなど)	P2	発行時期	
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	—	WEB お問い合わせフォーム(全社共通) http://www.kao.com/jp/soudan/index.html	
報告書のスコープおよびバウンダリー				
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス ・重要性の判断 ・報告書内のおよびテーマの優先順位付け ・組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	P2 P7	編集方針 花王のCSR、戦略的CSRの 重点テーマと進捗	
3.6	報告書のバウンダリー(国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー(供給者)など)	P2 P67~68	対象範囲、対象組織名 企業概要	
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	P2 P40 P42 P67~68	対象範囲、対象組織名 人材開発 ワーク・ライフ・バランス 企業概要	
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび/または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	—	該当なし	

3.9	報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	P14 P16 P44 P46 P53～54 P55～56 P59 P60 P65	CO ₂ 水 労働安全・保安防災 持続可能な原材料の調達 製品ライフサイクルと環境負荷 地球温暖化防止 廃棄物の適正管理 そのほかの環境対応 環境会計	
3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明、およびそのような再記述を行う理由(合併/買収、基本となる年/期間、事業の性質、測定方法の変更など)	P14 P16 P54 P60	CO ₂ 水 2010年度の実績と今後の目標(RC活動項目) そのほかの環境対応	
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	P14 P16	CO ₂ 水	
GRI内容索引				
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	P71～76	GRIガイドライン対照表	
保証				
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	P70	第三者検証意見書	

4. ガバナンス、コミットメントおよび参画				
項目	指標	該当ページ	該当項目・備考	国連GC
ガバナンス				
4.1	戦略の設定または全組織の監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造(ガバナンスの構造)	P8 P22	推進体制 コーポレート・ガバナンス	原則1-10
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す(兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す)	P22	コーポレート・ガバナンス	原則1-10
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび/または非執行メンバーの人数を明記する	P22	コーポレート・ガバナンス	原則1-10
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	P8 P42 P47	コミュニケーション 社員との対話の促進 株主・投資家への責任	原則1-10
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬(退任の取り決めを含む)と組織のパフォーマンス(社会的および環境的パフォーマンスを含む)との関係	P22	コーポレート・ガバナンス	原則1-10
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	P22	コーポレート・ガバナンス	原則1-10
4.7	経済的、環境的、社会的テーマに関する組織の戦略を導くための、最高統治機関のメンバーの適性および専門性を決定するためのプロセス	P22	コーポレート・ガバナンス	原則1-10
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則	P1 P18 P23 P38	花王の使命 花王 生物多様性保全の基本方針 コンプライアンス 人材開発	原則1-10
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	P4 P8 P22	トップコミットメント 推進体制 内部統制	原則1-10
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	P8 P22	推進体制、コミュニケーション コーポレート・ガバナンス	原則1-10
外部のイニシアティブへのコミットメント				
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	P13 P26 P28	戦略的CSR2:エコ リスクマネジメント RC活動	原則7
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	P4 P16 P28 P55 P57 P61	トップコミットメント 化学物質 RC活動 オフィスでの環境負荷低減 化学物質の適正管理 他企業と連携した取り組みを推進	原則1-10
4.13	組織が以下の項目に該当するような、(企業団体などの)団体および/または国内外の提言機関における会員資格 ・統治機関内に役職を持っている ・プロジェクトまたは委員会に参加している ・通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている ・会員資格を戦略的なものとして捉えている	P15 P17 P56	つめかえ・つけかえ容器のグローバルな 評価基準づくりへの提案 生物多様性 CDP2010の開示優良企業に選定	原則1-10

ステークホルダー参画				
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	P8 P11 P18 P19	コミュニケーション 専門家のご意見 専門家のご意見 専門家のご意見	
4.15	参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	P8 P11 P18 P19	コミュニケーション 専門家のご意見 専門家のご意見 専門家のご意見	
4.16	種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	P8 P34～35 P36～37 P42 P46 P47	コミュニケーション お客さま(消費者)への責任 お客さま(法人顧客)への責任 社員意識調査「Find」実施による 職場環境の改善 経営層と社員との相互理解を推進 サプライヤーへの責任 株主・投資家への責任	
4.17	その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	P11 P18 P19 P35 P42 P46 P47	専門家のご意見 専門家のご意見 専門家のご意見 ウェブサイトを活用した情報の発信 社員意識調査「Find」実施による 職場環境の改善 サプライヤー満足度調査を実施 株主総会の活性化と議決権行使の 円滑化を推進	

5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標				
項目	指標	該当ページ	該当項目・備考	国連GC
経済				
	マネジメント・アプローチの開示	P7	花王のサステナビリティの考え方	原則 1.4.6.7
経済パフォーマンス指標				
側面：経済的パフォーマンス				
中核 EC1.	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	—	WEB 有価証券報告書 http://www.kao.com/jp/corp_ir/securities.html	
中核 EC2.	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	P13	よきモノづくりへの挑戦 2 エコ	原則 7
中核 EC3.	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	—	WEB 有価証券報告書 http://www.kao.com/jp/corp_ir/securities.html	
中核 EC4.	政府から受けた相当の財務的支援	—	—	
側面：市場での存在感				
追加 EC5.	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した標準的新入社員賃金の比率の幅	—	—	原則 1
中核 EC6.	主要事業拠点での地元のサプライヤー(供給者)についての方針、業務慣行および支出の割合	—	—	
中核 EC7.	現地採用の手順、主要事業拠点で現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	P40	多様性を活かす職場の実現へ向けた 推進活動	原則 6
側面：間接的な経済的影響				
中核 EC8.	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	P6 P48～49	被災地支援について 理科教育・キャリア教育を支援、 「花王・教員フェロシップ」を継続、 「花王社会起業塾」を開始、 グループ統一基準をもとに 災害支援を実施	
追加 EC9.	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	—	—	
環境				
	マネジメント・アプローチの開示	P7 P13～18 P25 P28 P54	花王のサステナビリティの考え方 花王は、2020年中期目標の達成に向けて、 「いっしょにeco」を推進しています インテグリティ RC活動 2010年度の実績と今後の目標	原則 7.8.9
環境パフォーマンス指標				
側面：原材料				
中核 EN1.	使用原材料の重量または量	P53	2010年度事業活動と環境負荷	原則 8
中核 EN2.	リサイクル由来の使用原材料の割合	P53	2010年度事業活動と環境負荷	原則 8.9
側面：エネルギー				
中核 EN3.	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	P53	2010年度事業活動と環境負荷	原則 8
中核 EN4.	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	—	—	原則 8
追加 EN5.	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	P55	地球温暖化防止	原則 8.9

追加 EN6.	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための優先取り組み、およびこれらの優先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	P13~15 P55~56	CO ₂ 海外生産事業場における活動、物流部門に2基目の太陽光発電パネル設置	原則 8.9
追加 EN7.	間接的エネルギー消費量削減のための優先取り組みと達成された削減量	P55	地球温暖化防止	原則 8.9
側面：水				
中核 EN8.	水源からの総取水量	P53 P60	2010 年度事業活動と環境負荷 水の有効活用と排水管理	原則 8
追加 EN9.	取水によって著しい影響を受ける水源	—	—	原則 8
追加 EN10.	水のリサイクルおよび再利用量が総使用水量に占める割合	—	—	原則 8.9
側面：生物多様性				
中核 EN11.	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積	—	該当する地域はない	原則 8
中核 EN12.	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	P61~62	生物多様性への対応	原則 8
追加 EN13.	保護または復元されている生息地	P62	「企業の森」活動に参画、「地球の森プロジェクト in タイ」へ協賛、フィリピンで「マングローブ再生プロジェクト」を継続	原則 8
追加 EN14.	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	P17~18 P61~62	生物多様性 生物多様性への対応	原則 8
追加 EN15.	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	—	該当なし	原則 8
側面：排出物、廃水および廃棄物				
中核 EN16.	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	P53 P55~56	2010 年度事業活動と環境負荷 地球温暖化防止	原則 8
中核 EN17.	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	P53	2010 年度事業活動と環境負荷	原則 8
追加 EN18.	温室効果ガス排出量削減のための優先取り組みと達成された削減量	P13~15 P55~56	CO ₂ 地球温暖化防止	原則 7.8.9
中核 EN19.	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	—	—	原則 8
中核 EN20.	種類別および重量で表記するNO _x 、SO _x およびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	P53 P57 P60	2010 年度事業活動と環境負荷 化学物質の適正管理 排水・排ガス基準値への対応	原則 8
中核 EN21.	水質および放出先ごとの総排水量	P53 P60	2010 年度事業活動と環境負荷 水の有効活用と排水管理	原則 8
中核 EN22.	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	P53 P59	2010 年度事業活動と環境負荷 廃棄物の適正管理	原則 8
中核 EN23.	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	P60	そのほかの環境対応	原則 8
追加 EN24.	バーゼル条約付属文書 I、II、IIIおよびVIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出、あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合	—	—	原則 8
追加 EN25.	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する	P60	そのほかの環境対応	原則 8
側面：製品およびサービス				
中核 EN26.	製品およびサービスの環境影響を緩和する優先取り組みと影響削減の程度	P15~16	よきモノづくりへの挑戦 2 エコ	原則 7.8.9
中核 EN27.	カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	P15	容器包装のCO ₂ 排出量削減	原則 8.9
側面：遵守				
中核 EN28.	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	P60	排水・排ガス基準値への対応	原則 8
側面：輸送				
中核 EN29.	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	P55	物流段階での環境負荷低減を推進	
側面：総合				
追加 EN30.	種類別の環境保護目的の総支出および投資	P65	2010 年度の環境会計報告	原則 7.8.9
社会				
労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)				
	マネジメント・アプローチの開示	P23 P25 P28~29 P38 P41	コンプライアンス インテグリティ RC 活動 人材開発 仕事と家庭の両立の支援	原則 1.3.6
労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)パフォーマンス指標				
側面：雇用				
中核 LA1.	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	P40	多様性を活かす職場の実現へ向けた 推進活動	
中核 LA2.	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	—	—	原則 6

追加 LA3.	主要な業務ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利	—	—	
側面：労使関係				
中核 LA4.	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	—	—	原則 1.3
中核 LA5.	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	—	—	原則 3
側面：労働安全衛生				
追加 LA6.	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	P28~29	RC(環境・安全)活動	原則 1
中核 LA7.	地域別の、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	P44	2010年の労働災害発生状況	原則 1
中核 LA8.	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	P29 P43	RC教育を継続的に実施 社員の健康と人権への配慮	原則 1
追加 LA9.	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	P28	方針/目標/体制(RC活動の基本項目)	原則 1
側面：研修および教育				
中核 LA10.	従業員のカテゴリー別の、従業員あたりの年間平均研修時間	—	—	
追加 LA11.	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	P38~40	人材開発	
追加 LA12.	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	P39	公正かつ納得性の高い評価と処遇	
側面：多様性と機会均等				
中核 LA13.	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体(経営管理職)の構成およびカテゴリー別の従業員の内訳	—	—	原則 1.6
中核 LA14.	従業員のカテゴリー別の、基本給与の男女比	—	—	原則 1.6
人権				
	マネジメント・アプローチの開示	P23	コンプライアンス	原則 1.2.3.4.5.6
人権パフォーマンス指標				
側面：投資および調達への慣行				
中核 HR1.	人権条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた重大な投資協定の割合とその総数	—	—	原則 1.2.3.4.5.6
中核 HR2.	人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー(供給者)および請負業者の割合と取られた措置	P46	サプライヤーへの責任	原則 1.2.3.4.5.6
追加 HR3.	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権の側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	P25 P40	インテグリティ 多様性を活かす職場の実現へ向けた 推進活動	原則 1.2.3.4.5.6
側面：無差別				
中核 HR4.	差別事例の総件数と取られた措置	—	—	原則 1.2.6
側面：結社の自由				
中核 HR5.	結社の自由および団体交渉の権利行使が著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務と、それらの権利を支援するための措置	—	—	原則 1.2.3
側面：児童労働				
中核 HR6.	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策	—	—	原則 1.2.5
側面：強制労働				
中核 HR7.	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策	—	—	原則 1.2.4
側面：保安慣行				
追加 HR8.	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合	—	—	原則 1.2
側面：先住民の権利				
追加 HR9.	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	—	該当なし	原則 1.2
社会				
	マネジメント・アプローチの開示	P23 P50	コンプライアンス 地域社会との共生	原則 10
社会パフォーマンス指標				
側面：コミュニティ				
中核 S01.	参入、事業展開および撤退を含む、コミュニティに対する事業の影響を評価し、管理するためのプログラムと実務慣行の性質、適用範囲および有効性	P50~51	地域社会との共生	
側面：不正行為				
中核 S02.	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	P23	監査やモニタリングを実施	原則 10
中核 S03.	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	P24 P25	日常業務におけるコンプライアンス 徹底のしくみ インテグリティ	原則 10
中核 S04.	不正行為事例に対応して取られた措置	P23~24	コンプライアンス 重要な法令違反はない	原則 10
側面：公共政策				
中核 S05.	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加およびロビー活動	—	ロビー活動はしていない	原則 1-10
追加 S06.	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	—	政治献金はしていない	原則 10

側面：反競争的な行動				
追加 SO7.	反競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	—	—	
側面：遵守				
中核 SO8.	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	P23	「コンプライアンス委員会」を設置	
製品責任				
	マネジメント・アプローチの開示	P9～12 P28～29 P30	よきモノづくりへの挑戦 ¹ グローバル RC 活動 品質保証	原則1.8
製品責任のパフォーマンス指標				
側面：顧客の安全衛生				
中核 PR1.	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	P30～32	品質保証	原則1
追加 PR2.	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	—	—	原則1
側面：製品およびサービスのラベリング				
中核 PR3.	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	P31	製品サイクルを通じた品質保証活動	原則8
追加 PR4.	製品およびサービスの情報、ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	—	重大な違反なし	原則8
追加 PR5.	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	P34	お客さま(消費者)への責任	
側面：マーケティング・コミュニケーション				
中核 PR6.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	—	—	
追加 PR7.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	—	重大な違反なし	
側面：顧客のプライバシー				
追加 PR8.	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	—	該当なし	原則1
側面：遵守				
追加 PR9.	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	—	重大な違反なし	

kaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10

<http://www.kao.com>