

自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

KaO

A photograph of three young children sitting on a light-colored wooden floor. The child on the left is wearing a white and brown striped long-sleeved shirt and is smiling. The child in the middle is wearing a white long-sleeved shirt with small dark spots and is looking upwards with an open mouth. The child on the right is wearing a pink long-sleeved shirt and is looking towards the camera. The background is a bright, green outdoor space with trees and a grassy area.

花王サステナビリティレポート 2013

目次

編集方針	3	社員とともに	84
トップメッセージ	4	人材開発	85
特集 1 超高齢社会へ向けた 健康年齢向上への取り組み	6	多様性の推進と人権の尊重	88
特集 2 エコケミカルを通じて 世界の環境問題解決に貢献する	9	社員との対話の推進	91
東日本大震災への対応	13	ワーク・ライフ・バランス	92
サステナビリティの考え方	17	社員の健康と生活への配慮	95
マネジメント体制	23	労働安全衛生・保安防災	98
コーポレート・ガバナンス	24	地域社会とともに	102
コンプライアンス	27	社会貢献活動の考え方	103
情報セキュリティ・個人情報の保護	31	教育	104
リスクマネジメント	32	コミュニティ	108
レスポンシブル・ケア活動	35	お客さま(法人顧客)とともに	112
お客さま(消費者)をもっともよく知る企業に	39	コンシューマープロダクツ事業	113
ユニバーサルデザインの取り組み	40	ケミカル事業	114
消費者とのコミュニケーション	45	プロフェッショナル用品事業	115
品質保証の取り組み	49	サプライヤーとともに	117
製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み	53	株主・投資家とともに	121
お客さまと“いっしょに eco” ～環境に配慮した製品の開発～	54	外部評価	123
製品ライフサイクルと環境負荷	58	独立保証報告書	124
実績と目標	60		
地球温暖化防止	62		
化学物質の適正管理	66		
廃棄物の適正管理	71		
水・土壌への対応	73		
生物多様性への対応	75		
環境コミュニケーション	78		
環境会計	82		

編集方針

編集方針

編集方針

花王グループでは、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の実現をめざすとともに、社会のサステナビリティに貢献することを使命としています。

この使命のもと、グループ全体でサステナビリティに関する明確な方針や重点領域を共有し、取り組みをさらに進めることをめざして「花王サステナビリティステートメント」を新たに策定しました。今回のレポートではこの「花王サステナビリティステートメント」を紹介するとともに、その中で取り組むべき分野としてあげた、高齢化や健康、環境問題などの社会の課題に対する花王グループの取り組み事例を特集記事として取り上げました。

そのほかにも、多様なお客さまに配慮したユニバーサルデザインの取り組みや、品質保証、製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組みなど、“よきモノづくり”に対する花王グループのこだわりをお伝えするとともに、消費者・顧客、社員、地域社会、サプライヤー、株主・投資家といったステークホルダーの皆さまに対する取り組みを報告しています。

なお、今年のサステナビリティレポートはウェブサイトのみの報告としています。

対象範囲

花王グループ(花王株式会社および子会社、関連会社)を基本としています。

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

花王グループ会社一覧

<http://www.kao.com/group/ja/group/gateway.html>

対象期間

2012年度から決算期を12月31日に変更したため、本レポートの対象期間は2012年度(2012年4月1日～2012年12月31日)です。ただし、環境・安全データを中心に、一部データは2012年(2012年1月1日～12月31日)で集計しています。集計期間が年度と異なるデータにはその旨を記載しています。また活動については、一部2013年度の内容も含まれます。

決算期の変更に関して

http://www.kao.com/jp/corp_news/2011/20111025_005.html

第三者保証

2003年から継続して第三者保証を受けています。2012年はKPMG あずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。なお、保証対象指標には★マークを表示しています。

発行時期

前回発行 2012年7月

次回発行予定 2014年6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(2012年版)」/「環境会計ガイドライン 2005年版」
- 一般社団法人日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」
- ISO26000(社会的責任に関する手引)

トップメッセージ

トップメッセージ



“利益ある成長”と“社会への貢献”の両立により、
社会のサステナビリティへの貢献をめざします。

花王株式会社
代表取締役 社長執行役員

澤田道隆

「利益ある成長」と「社会への貢献」の両輪により使命を果たす

国際社会は急速なスピードで変化・発展を続けていますが、それに伴って、地球環境、水や食料の問題、貧困、高齢化などの社会課題もより深刻になり、多様化・複雑化してきました。私ども企業も社会の一員として、より良い社会を築いていく責任があります。グローバルビジネスを担う企業であれば、その責任は地球規模で果たさなければなりません。

2010年に発行されたISO26000において、その幅広い社会的責任の範囲が明示されましたが、花王グループは自社の事業活動の強みを生かして、世界が抱える社会課題の解決に寄与していきたいと考えています。

花王グループは創業以来、清潔・美・健康の分野で暮らしをより快適で豊かにする家庭用商品・化粧品、および広く産業界の発展に寄与する工業用製品の開発・提供に努めてまいりました。私たちの事業活動の基本は、時代や地域のニーズを把握し、それに応える革新的な技術を盛り込んだ商品を提供すること、すなわち“よきモノづくり”の実践です。

将来にわたり、この企業としての使命を全うしていくためには、健全な事業活動を続けることで利益をあげ、雇用や納税の責任を果たすとともに、広く社会への貢献をめざしたものでなくてはならないと考えています。その両立が図られてこそ、社会のサステナビリティに貢献できるのだと思います。

社会のサステナビリティへの貢献をめざして

2013年2月、花王グループは、将来に向かってさらなる発展と利益ある成長をめざして、「花王グループ中期3カ年計画 K15」を策定し、2015年に向けた数値目標を発表しました。その達成に向け、研究開発・マーケティングなどのあらゆる分野でイノベーションを図り、新しい価値を提供する商品やサービスの開発にさらに努めていきます。

また、事業活動を通じた社会への貢献という側面においては、その具体的な方向性を社内外で共有するために、この度「花王サステナビリティステートメント」を策定しました。グローバルビジネスの拡大など急速に変化する事業環境の中で、消費者、社員、ビジネスパートナー、地域社会、株主などのステークホルダーに対する責任もまた、多様になり、拡大しています。そのさまざまな変化の中で、社会が抱える課題解決に向けて、花王グループは何に貢献できるのか、またどう貢献していきたいのか、関連するさまざまな部門での議論を重ね、外部の識者の方々の意見もうかがいながら、このステートメントをまとめました。

ステートメントでは、花王グループがグローバル社会へ貢献していくための大きな方向性を示すとともに、社会やステークホルダーの期待や要請に応えるため、現在展開する事業活動の強みを考慮し「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」の3分野を取り組みの柱とし、具体的な活動方針と目標を設定しました。

花王サステナビリティレポート2013

「エコロジー」では、2009年の「環境宣言」以来、環境を経営の中心に据え推進してきたさまざまな活動をさらに深化させ、事業活動による環境負荷をできる限り低減していくこと、社会全体と連携して地球保全に努めていくことを目標として掲げています。

「コミュニティ」では、事業を通じて関わるさまざまな社会や地域のコミュニティが抱える課題を、製品を通じて解決していくとともに、コミュニティとのパートナーシップを積極的に進めていくことを再確認しました。日本では高齢化や健康、アジアにおいては衛生意識向上などが社会課題としてあげられます。花王グループはそれらの解決に貢献する商品を提供するとともに、その普及啓発活動にも努めてまいります。

また、企業市民として、NPOと連携した社会貢献活動を推進し、社員ボランティアとして活動に参画することで、コミュニティとのパートナーシップを強化してまいります。

「カルチャー」では、「正道を歩む」という私たちが最も大切にしている基本となる価値観をベースに、事業活動の原動力であるすべての社員やビジネスパートナーなど、個人や組織が持つ多様な価値観を結集させ、誠実で健全な事業活動を遂行して社会に貢献していくことを、あらためて明記しています。

花王グループは、今後、このステートメントを軸に、ステークホルダーと積極的に関わり信頼と共感をいただける関係を築きながら、社会のサステナビリティに貢献する活動をさらに推進して、グローバルで存在感のある会社になることをめざしていきたいと考えています。

グローバルイニシアチブへの参画

花王グループは、グローバルな社会の中で共有されている原則や基準に則って、公正な事業活動を行なっています。2005年に人権、労働、環境、腐敗防止の4分野に関する10原則を定めた国連グローバル・コンパクトに支持を表明し、また2011年には、世界初の社会的責任のガイダンスISO26000に沿って取り組みの見直しを行ないました。今後も、これらのグローバルスタンダードに沿いながら、積極的にサステナビリティ活動を推進していきます。

また、サプライチェーンにおいても、グローバルに広がる原材料のお取引先に花王グループのサステナビリティの取り組みをご理解いただくよう努めるとともに、自らもRSPO、FSCなど持続可能性に配慮した認証原料を積極的に利用するなど、グローバルでサステナビリティへの貢献をめざす枠組みへの参画を進めていきたいと考えています。

花王グループは今後とも、国際社会において支持され、信頼される存在感のある会社になることをめざして、本業を通じて、また企業市民として、社会のサステナビリティの実現に貢献してまいります。

特集 1 超高齢社会へ向けた健康年齢向上への取り組み

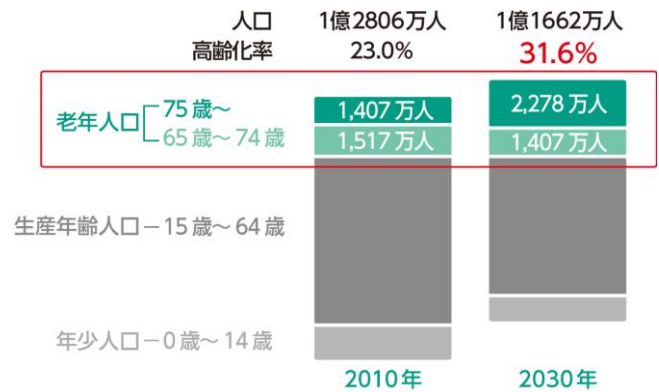
特集 1 超高齢社会へ向けた健康寿命向上への取り組み

超高齢社会をむかえた日本

いま、日本や欧米諸国を中心に高齢化が進行し、世界中に広がっています。なかでも日本の高齢化率は高く、2010年の人口に占める65歳以上の割合は23%と世界のトップをいき、さらに2030年には31.6%にまで達すると予測されています。また、日本では高齢化と同時に進行する少子化の影響で、15歳から64歳までの生産年齢人口の減少が予測されています。今後、社会が活力を維持していくためには、高齢になっても元気に働き続けられる環境をつくって、生産年齢の上限を実質的に引き上げていく必要があります。

一方、急激な高齢化が進む中、人々の間で「生涯健康でありたい」というニーズも高まってきています。国や企業の医療費負担の増大も深刻な社会問題となっており、病気になってからではなく、日常の予防によって、高齢者の健康を維持していくことの重要性が目立っています。健康で自立した生活を営める高齢者をいかにして増やしていくかが、大きな社会課題となっています。

■日本の高齢化と労働人口

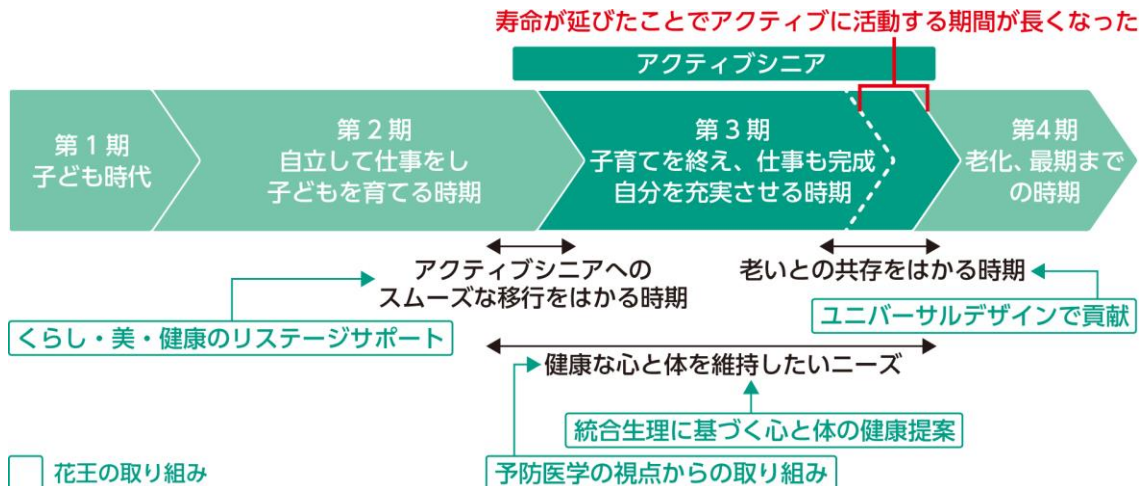


健康に歳をとることを科学する

アクティブシニアと花王の取り組み

高齢化問題を考えるうえで、花王は人生を4つの期に分けてとらえています。その中で、仕事や育児の期間を経て、自分自身のために時間を費やせるようになった第3期にあたる世代、特に健康を維持して自立した生活を送りながら、活動的に過ごしている方々を「アクティブシニア」と定義して、注目しています。個人差はありますが、おおよそ50歳から75歳ぐらいまでのこの期間では、人々は自身の人生をより充実させるため、趣味や新たな学び、地域などの新たな関係づくりにも前向きで、心身ともに健康を維持して過ごしたいという強い希望があります。

■花王のアクティブシニアの考え方と取り組み



自分のため、もしくは社会のためにイキイキと生き始めたこの世代を支援するため、花王は 2012 年にアクティブシニア事業センターを立ち上げました。センターでは、各事業ユニットで行なっている高齢者関連事業への情報提供や、ユニバーサルデザイン視点での商品開発への助言など、さまざまな取り組みを行なっています。

花王は、アクティブシニア事業センターの取り組みをはじめ、ヘルスケア研究、生活者研究など、さまざまなアプローチでの研究に基づいて開発されたヘルスケア商品や予防プログラムの提供などを通じて、アクティブシニアの健やかでこころ豊かな毎日を支援し、健康寿命の向上に貢献していきたいと考えています。

統合生理研究に基づいた予防の取り組み

高齢者の健康寿命を延ばすためには、それを阻害する大きな原因であるメタリックシンドローム(代謝症候群)やロコモティブシンドローム※(運動器症候群)を改善することが重要であると考えています。そのための取り組みとして、花王は、健康を心と体の両面から全身レベルでとらえ、人が本来持っている免疫力や治癒力など、自ら健康になる力を向上・維持するための「統合生理研究」を進めています。人間は加齢により、肥満や筋肉量の減少、腰や膝の痛み、頻尿や便秘などを訴えるようになります。こういった体の症状のいくつかは、心身のバランスが崩れることで表面化すると考えられています。そのバランスを整えれば、人が本来持っている健康になる力を高められるのではないかと。このような視点から、健康を心身両面からとらえて研究を行なっています。

特に、こころの健康にとっても関わりが大きい「歩行能力」や、転倒や骨折に関わる「姿勢維持」などを中心とした、運動能力や栄養状態の維持についての研究は、注力するテーマの一つです。

※ 加齢に伴って骨や関節、筋肉など体を支えたり動かしたりする運動器の機能が低下し、要介護になる危険性が高まっている状態、あるいはすでに要介護になっている状態

歩行能力の研究

歩行能力は高齢者の健康を図る重要な指標の一つです。東京都健康長寿医療センター研究所では、ADL^{※1} 低下のリスク要因を抽出するため、自立歩行可能な高齢者約 600 名の歩行速度を測り、5 年間追跡調査を行ないました。その結果、歩行速度と ADL に高い相関関係が見られることが分かりました。時速 5 km 以上で歩いていた人は、それ以下で歩いていた人よりも ADL の減少がゆるやかで、自立した日常生活を営む力に優れていることが判明しました。^{※2} この研究を踏まえ、花王では高齢者の歩行を研究し、健康増進に活かす試みを始めています。

これまでの研究では、蒸気温熱シートと運動の組み合わせにより膝の痛みが改善されて歩行速度が向上する、炭酸入浴とストレッチの継続により足首関節の可動域が広がり、歩行の支障や腰痛などの不調に結びつく可能性のある筋肉の柔軟性が改善される、などといった結果が報告されています。

※1 Activities of daily living の略。日常生活動作。日常生活を営むうえで、普通に行なっている動作、行動のこと。

※2 Geriatrics and Gerontology International 2003;3:s6-s14

・蒸気温熱による歩行速度向上の研究

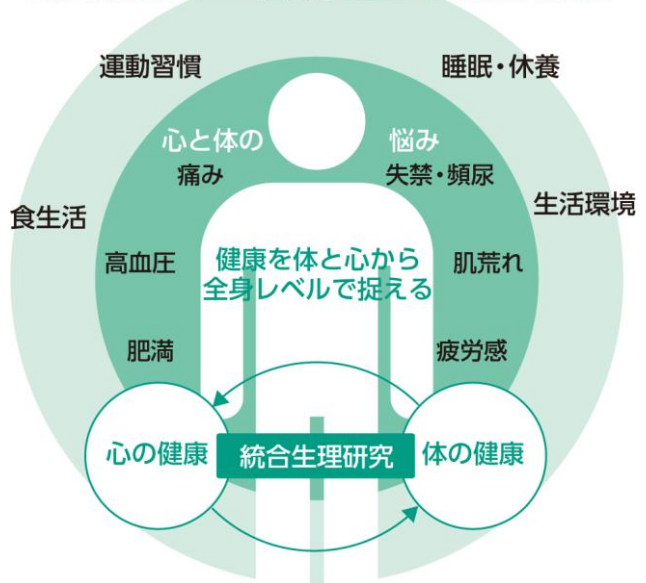
2012 年 アメリカ老年医学会 (American Geriatrics Society) で発表

・炭酸入浴と体の関節可動域の研究

発表資料: http://www.kao.com/jp/corp_news/2012/20121121_001.html

■花王の統合生理研究

人が本来持っている健康力を生かした QOL の向上



高齢者のおむつと姿勢維持や転倒予防の研究

高齢者の衣服の着脱に注目して、下着をはく際の筋力の負担や重心のブレの測定などから、「はきやすさ」を科学的に解析しました。研究結果は、花王の大人用パンツおむつ「リリーフ」に活かされ、転倒予防医学研究会の推奨品として登録されています。下着感覚で服の上からも目立たない超うす型のため、高齢者の外出に対する心の負担を減らして、社会との関わりを維持するサポートにもなっています。

・2007年10月 転倒予防医学研究会にて研究結果発表



リリーフ
はつらつパンツ
超うす型まるで下着

グッドデザイン賞受賞

いつもはトイレで排せつするが、時々間に合わない方に。おしっこ2回分吸収。
「超うす伸縮素材」を採用。生地自体が伸び縮みするので、まるで下着のはき心地。ズボンの上からも目立ちません。

統合生理研究を通して高齢者のこころ豊かな毎日に貢献する ヒューマンヘルスケア研究センター 主席研究員 仁木佳文



花王は創業以来、清潔で美しく健やかな暮らしに役立つものをつくり、お届けしてきました。それはたとえば、使ってみて心地よいもの、便利なもの、楽しくなるもの、美しくなるものなどです。こういった商品には、こころを豊かにする働きがあります。商品を使って気持ちいい、ラクになる、美しくなれた、その心の満足が体の中で反応して、免疫力や自律神経系に働きかけ、人が本来持っている健康力にも影響してくるのです。

たとえば、蒸気温熱シートを使うことで膝の筋肉の痛みが緩和します。その人はこれまで以上に体が動くようになり、外出ができるようになります。人ともふれあえるようになり、楽しい生活が送れるようになります。この心の変化が、さらに体にいい影響を与え、調子よくなっていくという、よい循環が生まれます。

人間は老化には逆えられません。しかし、健康を維持して老け込むのを遅らせることは可能です。薬にばかり頼らずに、自らの健康力を高めて予防する。「自然と調和する こころ豊かな毎日をめざして」というコーポレートメッセージにあるように、統合生理研究に基づくさまざまな商品と事業によって、花王は高齢者の健康寿命を延ばし、アクティブシニアのイキイキとした暮らしに貢献していきたいと考えています。

生活習慣病の予防医学からの取り組み

花王は、高齢者の健康を阻害する大きな要因となっている生活習慣病の早期からの予防にも取り組んでいます。花王(株)子会社で予防医学の専門家により構成されるヘルスケア・コミッティ株式会社(HCC)を通じて、健保組合等の加入者へ向けた予防プログラム「QUPIO」の提供を行なっています。

このプログラムは、健康診断を受けた一人ひとりに、健診データに基づいた健康ソリューションを提供するもので、個人の健康状況や取り組みへの意識に応じてカスタマイズされた健康冊子「QUPIO(クピオ)」や「Web-QUPIO」を通じて、生活習慣に対する自己認識や危機意識を高め、さまざまな解決策を提案しています。このような情報提供を実施したのち、メタボと診断された人にさらに専門職による特定保健指導を受けていただいた結果、4割の方の検査値が改善するという実績を上げました。



Web-QUPIO



ヘルシアコーヒー
無糖ブラック
微糖ミルク



高濃度のコーヒークロロゲン酸を含み、脂肪を消費しやすくする効果が認められた特定保健用食品。

習慣的に飲むことの多いコーヒーの健康機能とおいしさを両立しています。エネルギーとして脂肪を消費しやすくするので、体脂肪が気になる方に適しています。

特集 2 エコケミカルを通じて世界の環境問題解決に貢献する

特集 2 エコケミカルを通じて世界の環境問題解決に貢献する

花王のエコケミカル

ケミカル製品が社会で果たしている役割

20世紀後半から21世紀にかけて、新興国をはじめとする世界の国々で急速な経済成長が続いています。経済の発展と工業化の進展に伴い、ケミカル原料やそれらを用いたケミカル製品が社会で果たす役割は大きくなってきました。ケミカル製品は社会に欠かせないものとして人々の暮らしに快適さをもたらします。その一方で、社会の工業化は資源やエネルギーの消費、CO₂や廃棄物の排出などといった環境問題を生み出します。地球温暖化や、大気汚染、水質汚染、水不足、食糧問題など、今後世界の経済が順調に発展していくためには、環境問題の解決に前向きに取り組む必要があります。成長を続ける世界の国々で、ケミカル製品は経済と環境の両立という課題に深く関与しています。

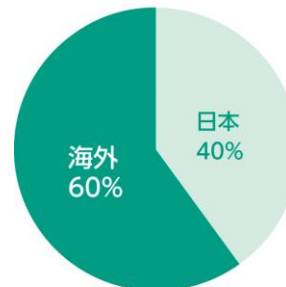
さまざまな素材を生み出す花王のケミカル事業

花王は、ケミカル事業を通じて幅広い産業分野にケミカル製品を供給しています。ケミカル事業は花王の中で最もグローバル化が進展した事業分野であり、売上の約6割を海外が占めています。その中でも、高級アルコールや複写機・プリンター用トナーパウダーは世界市場で1位のシェアを、界面活性剤もアジア市場でトップシェアを獲得するなど、世界の産業界で大きな役割を果たしています。

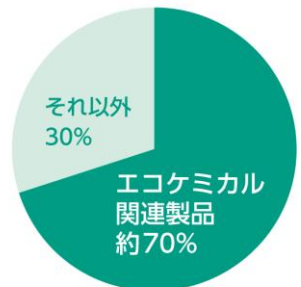
花王では、ケミカル製品の製造段階やケミカル製品の使用時に環境負荷を削減できる製品を「エコケミカル製品」と位置づけています。和歌山にエコイノベーション研究所を設立し、全社をあげて環境問題の解決に貢献する基盤研究を推進。その結果、現在ケミカル事業に占めるエコケミカル関連製品の比率は約7割に達しています。

今後は新興国を中心とする国々で、経済の成長と社会の発展に伴い、さらなる環境問題の深刻化が予想されます。花王はグローバルに展開するケミカル事業を通じて、世界の環境問題の解決と経済成長の両立に貢献していきます。

ケミカル事業の地域別売上高比率



ケミカル事業のエコケミカル関連製品比率



■花王ケミカル事業のグローバル展開



さまざまなアプローチで環境負荷削減に貢献する

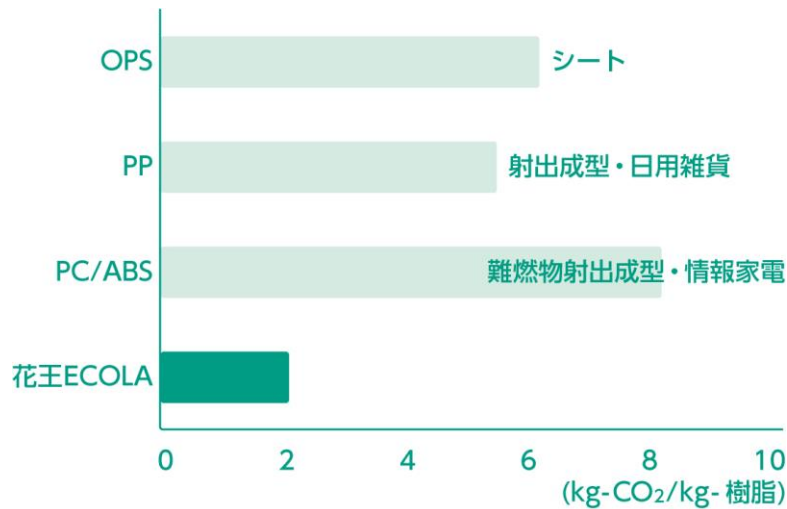
再生可能なケミカル原料への転換

花王のケミカル事業では、持続可能な社会の実現に貢献するために、再生可能な原料への転換を進めています。たとえば、花王で扱っている基本的なケミカル原料の一つに、パーム油・パーム核油があります。花王は、熱帯雨林の伐採による生態系破壊や農園の苛酷な労働環境等の課題解決をめざしている「持続可能なパーム油の円卓会議(RSPO)」に2007年に加盟し、2010年9月からは、認証パーム油の購入を開始しました。また、石油を使わずに植物由来のケミカル原料からつくるプラスチック、改質ポリ乳酸樹脂「ECOLA®(エコラ)」を開発。新規の結晶制御技術と軟質化技術の導入により、石油系プラスチックと比較しても遜色のない性能を発揮し、OA 機器や包装容器に活用されています。このほかにも、花王では高度なバイオマス利用を研究し、ケミカルのみならず家庭品の分野でも、再生可能な原料への転換を積極的に進めています。



植物由来プラスチック「ECOLA®(エコラ)」をフロント部分に使用したパソコン
(写真提供: 日本電気(株))

■ライフサイクル全体での CO₂ 排出量比較



生産効率の向上による投入エネルギーの削減

工場ではケミカル製品をつくる際には、さまざまなエネルギーを使います。花王ではケミカル製品の生産工程におけるエネルギー消費を見直し、省エネ・省資源への努力を続けています。たとえば、天然ガスへの燃料転換やボイラーの燃焼効率の向上、廃熱をヒートポンプで蓄熱して再利用するなど、さまざまな取り組みを行なっています。

また、ケミカル事業の主力製品である高級アルコールや三級アミンの製造過程で使う触媒の効率を高める研究も行なっています。新しい触媒技術によって生産効率を高めることで、より小さいエネルギーでより多くのケミカル製品をつくるのが可能になり、省エネルギーとCO₂排出の削減に寄与しています。



ファティケミカル(マレーシア)の高級アルコール製造プラント

顧客のケミカル製品使用時のエネルギーを削減する

花王では、ケミカル製品の環境性能を向上させ、お客さまがケミカル製品を使用する段階での省エネやCO₂排出の削減に取り組んでいます。その一つが、複写機やプリンターに使われる「低温定着トナーバインダー」です。複写機やコピー機が消費するエネルギーの約7割が、紙にトナーを定着させるための熱処理に使われます。花王では従来よりも低い温度で定着可能なトナーバインダーを開発し、お客さまの使用時の電力消費を大幅に削減しました。

また、新興国を中心に急伸する鉄鋼産業の分野でも、花王はエコケミカル製品を提供しています。鉄鋼の圧延時に付着する油を、従来よりも低い温度のお湯で落とせる洗浄剤とリンス剤を開発。鉄鋼生産時のエネルギー消費削減を実現しました。

さらに、花王独自の界面技術を応用し、セメントを微粉末状まで粉砕する工程の効率を高める「セメント粉砕助剤」を開発。セメント生産に必要なエネルギー消費を抑え、CO₂排出削減を実現しています。

■バインダーがすばやく溶けてより低い温度で定着する



これまで **170°C** → **135°C** **低温定着トナー**

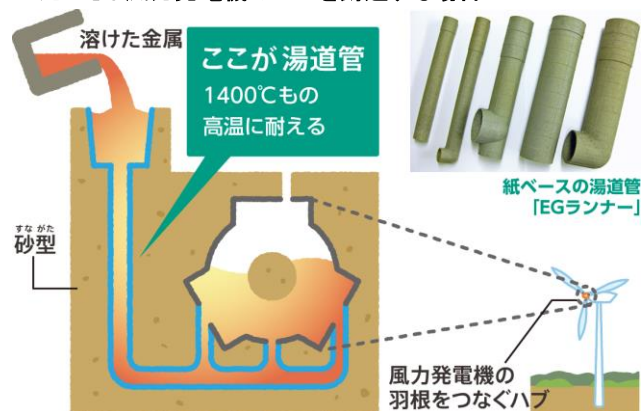


低温定着トナーバインダー

製造時の廃棄物を削減する

産業製品の製造時に出る廃棄物も、環境負荷の要因の一つです。特に鋳物の鋳造時に金属を流し込むために使う湯道管は陶器製のために重く、また、鋳造後の廃棄物量も多いことが課題でした。花王はリサイクル材の新聞古紙に、耐熱性樹脂や繊維などを複合化した紙ベースの湯道管「EGランナー」を開発。陶製のものに比べ約1/10の軽さで、切断加工が容易。廃棄物量（鋳造後に残る湯道管の燃えかすとして）も1/16に削減することができました。鋳造時の作業性の向上と環境負荷低減を同時に実現しています。

■たとえば風力発電機のハブを鋳造する場合



中国鋳物業界で環境保護と品質向上に貢献

EGランナーは、環境保護および鋳物の品質向上に重要な役割を果たしており、中国の鋳物業界全体のレベル向上に大きく貢献しています。環境保護という点では、陶器製の湯道管や砂型に発泡スチロールを埋め込んだ発泡湯道と比較して、粉塵や廃棄物、ガスの排出量が非常に少なくなります。鋳物の品質向上という点では、陶器製の場合に、模型との接合部の問題から生じていた欠陥や、発泡湯道の場合はガスの発生や残渣の発生に起因する欠陥を大幅に削減することができます。こうした理由から、中国の鋳物業界ではEGランナーの使用が拡大しています。多くの取引先から好評を得て、問い合わせや予約もどんどん増えています。2013年3月に上海で開催された、ある外資系自動車メーカーのサプライヤー大会の評価ランキングでは、上位三社はいずれもEGランナーを使用していました。これはまさに、EGランナーの優れた性能を証明していると思います。



上海花王化学 鋳造薬劑事業部
張 亦綺 (Zhang Yiqi)

エコケミカル事業体への飛躍を通じてグローバルな環境負荷低減と成長に貢献する

花王 ケミカル事業ユニット長 根来 昌一



花王のケミカル事業には3つの領域があります。油脂関連製品を安定的に供給する「オレオケミカル」、界面化学をもとに多様な機能を提供する「機能材料」、そして顧客のニーズに合わせて高付加価値製品を提供する「スペシャルティ」です。世界中にさまざまなケミカル製品を提供している花王は、「エコケミカル事業体への飛躍」を掲げ、環境戦略そのものを事業戦略として位置づけています。

今、新興国を中心に、世界経済はめざましい成長を続けています。工業化が進めば、そこには環境問題が発生します。花王のケミカル事業がつくり出すケミカル製品は、世界中で使われており、人々の暮らしを支えています。花王はケミカル事業のエコ化を通じて、地球温暖化、省エネ、省資源、人口問題、環境汚染などの社会課題に幅広く取り組み、社会のサステナビリティに貢献していきます。

たとえば、その一例が、ファティケミカル(マレーシア)の取り組みです。ボイラーの燃焼効率を高めることによる天然ガスの使用量の削減や、ボイラー熱の回収設備のさ

らなる拡張、4R (Reduce、Reuse、Recycle、Recovery) の継続的な実施による廃棄物のさらなる削減などが評価され、国内の企業を対象に優れた環境保全と改善活動を表彰する総理大臣賞「ハイビスカス賞」を2008年と2010年に連続で受賞しました。また、事業とは別に、花王はそれぞれの地域で社会貢献活動を行なっています。フィリピンのピリピナス花王では、マングローブを工場周辺に植樹する活動で、環境天然資源省から表彰を受けました。花王は世界の国々で事業を営むことにより、雇用や環境保全などの社会的な責任を意識し、地域との共生に取り組んでいきます。



マングローブを工場周辺に植樹(ピリピナス花王)



ピリピナス花王が環境天然資源省から受けた表彰盾

東日本大震災への対応

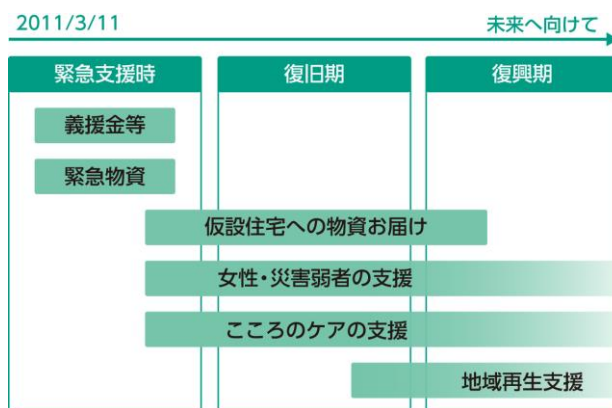
東日本大震災への対応

花王は、こころの復興に向けた暮らしの支援を行なっています。

方針 / 目標

これまでの取り組みと、これからの支援について

花王グループは 2011 年 3 月の東日本大震災発生を受けて、生活必需品メーカーとしての供給責任を果たすため、事業の正常化に全力を尽くすとともに、被災地には義援金や物資提供などの緊急支援を行ない、社員もボランティア活動等を実施してきました。その後の復旧期においても、仮設住宅への生活用品のお届け(夏・冬)、被災者のこころのケアなどの活動を継続してきました。しかし、被災地の復興には長い年月がかかります。今後も花王グループでは、「女性・災害弱者の支援」「こころのケアの支援」「地域再生支援」を中心とした、長期的な視点に立った支援を行なっていくとともに、震災を忘れないための機会をさまざまな場面を通じて提供してまいります。



女性・災害弱者

被災地でのピンクリボンキャンペーン

2012 年 11 月 24 日、ビッグパレットふくしま(福島県郡山市)にて、認定 NPO 法人乳房健康研究会が主催し、花王グループが特別協賛した「ピンクリボンカフェ in 郡山」が開催されました。花王グループでは 2007 年から、乳がんの早期発見の大切さを伝えるピンクリボンキャンペーンを実施しています。このイベントは、東日本大震災で被災された方の乳がん検診の支援などを行なう「ピンクリボンでつなぐ絆プロジェクト」の一環として、2011 年の宮城県に引き続き実施されたものです。

今回のイベントは、地元菓子店のスイーツとコーヒーを提供するカフェ形式で実施され、花王グループでは、お肌の健康セミナーや肌診断コーナーを提供しました。その他にも、医師による乳がんセミナーや講演会のほか、医師や薬剤師による相談コーナー、理学療法士のタッチ&アドバイスコナー、ハンドマッサージや運動指導などのブースが設置され、郡山市を中心に 200 名近い方々にご参加いただきました。

花王グループは今後も、ピンクリボン活動を通じて女性の健康を応援する活動を推進していきます。

女性・災害弱者

シングルマザーと震災の影響を受けた女性を応援する美容相談会

2012 年 6 月 15 日・16 日の 2 日間、(株)カネボウ化粧品は岩手県において、特定非営利活動法人インクルいわて主催によるイベント「インクルフェア」のプログラムのひとつとして美容相談会「ビューティ・カフェ」を実施しました。インクルいわては、ひとり親世帯

花王サステナビリティレポート2013

の親と子が、楽しく健康で文化的な生活を自ら歩むことができるよう、就業支援事業、生活支援事業、地域連携事業等を行なう団体です。

当日は、本社からスタッフを派遣し、シングルマザーを中心とした被災地の女性を対象に、肌測定や簡単ローションマスク、ハンドケアなどを実施し、2日間で約60名の方に参加いただきました。

今後も、化粧や美容を通じ、被災地の女性が前向きになれるような活動に取り組んでいきます。



被災地の女性を対象にハンドケア等を実施

こころのケア

「スマイルとうほくプロジェクト」 ～震災被災地に笑顔を～

花王グループは、東北3県の新聞社(岩手日報、河北新報、福島民報)が展開する「スマイルとうほくプロジェクト」に協賛しています。これは、被災地に花の種をまき、その花を咲かせることで笑顔を広げ、さらにその笑顔を日本中に届けるという活動です。2012年3月から9月には、主に岩手・宮城・福島の被災3県で行なわれた花の種まきや満開イベントに、合計15回、のべ150名を超える花王グループ社員が参加しました。

2012年6月からは、被災3県の子どもたちにひまわりの種を届ける活動も開始するとともに、この活動を日本中に広げるため、花王グループの全国53事業所を通じて、社員のほか、工場見学者やお取引先にひまわりの種を配布しました。また、それぞれの事業所内にプランターを設置して、ひまわりの花を育てました。夏には日本全国で20万本のひまわりが花を咲かせ、その様子は参加者の笑顔とともに新聞やウェブサイトを通じて、被災地および全国に発信されました。



岩手県宮古市で行なわれた種植イベント

こころのケア

「森のアート海のゲイジツ」 ～アートキャンプに社員ボランティア参加～

2012年8月16日～18日、「宮城県蔵王自然の家」にて、震災で心に大きな負担を抱えた子どもたちを対象に、「アート」や「ものづくり」を通じた心のケアに取り組む任意団体ARTS for HOPEとの共催による、東北の被災地の子どもたちを招いてのアートキャンプ「森のアート海のゲイジツ」を開催しました。

被災地では、笑顔が少なくなったり、絵を描いても暗い色ばかりを使ったりするなど、こころに大きな負担を抱えている子どもたちが多くいます。そうした子どもたちが、ゆったりとした自然の中でリフレッシュできる時間を過ごし、こころの元気を取り戻してもらえよう、自然探索と自然の素材を使ったアートワークのワークショップが行なわれました。3日間のプログラムには、宮城県と福島県から小学1～6年生の58名が、花王からはボランティアとして社員10名が参加しました。



「楽しかった!」「また会おうね」などの声がかかれたアートキャンプ

地域再生

「みちのく復興事業パートナーズ」への参画

花王は、被災地の復興に向けて活躍している現地リーダーや起業家などを支えるためのプラットフォーム「みちのく復興事業パートナーズ」※に参画しています。被災地の自立的な復興の流れを支援する目的で、特定非営利活動法人 ETIC.(エティック)によって設立されました。復興に向けては、中長期的な視点で多様な支援が求められるため、本プラットフォームを通じて現地のニーズを可視化、企業の持つ多様な経営資源とのマッチングを実施し、ニーズに合わせた支援を行なうことで、地域の自立的な復興を支えます。

この活動への参画を通じて多くの知恵を集め、情報の共有と協働をめざしながら、被災地での仕事づくり、コミュニティづくりなど、復興に向けた取り組みを継続的に支援し、被災地および被災された方々への支援の思いを共有していきます。

※ 花王を含め、5社参画(2013年3月現在)



南三陸復興アトリエプロジェクトの活動

地域再生

病院・介護施設での緊急時衛生対応マニュアル作成と共有

病院や介護施設でメディカルサポート&ケアサービスなどを行なう花王プロフェッショナル・サービス(株)は病院や介護施設で感染管理に従事される方々のための活動支援として「J感染制御ネットワークベストプラクティス部会」をサポートしています。同部会では、東日本大震災時の地震や津波で電気や水道が停止した時の衛生状態維持を課題に設定し、緊急時の水や医療、衛生等の管理方法について話し合い、対応イラストマニュアル(災害時のベスプラ事例集)を作成しました。

同部会の活動内容と対応イラストマニュアルは、2013年3月に横浜で開催された第28回日本環境感染学会総会で発表・配布し、看護師や介護士をはじめとする医療関係者に共有されました。分かりやすく有用でこれまでに例をみない手順書となっており、皆さまに活用していただけるものです。



J感染制御ネットワークベストプラクティス部会
災害時対応ワーキンググループ



対応イラストマニュアル

社員参画

社内での「東日本大震災 活動報告会」開催

2012年3月6日、すみだ事業場にて社員を対象とした「東日本大震災 活動報告会」を開催しました。「震災から1年～復興に向けて社員一人ひとりができることを考えよう」をテーマに、各事業場をTV会議中継で結び、合わせて150名以上の社員が参加しま

した。

花王グループの1年間の支援活動と今後の取り組みが報告された後、被災地ボランティアプログラムに参加した社員3名から活動体験報告、さらに特定非営利活動法人キッズドアから、NPOの取り組み事例として子どもたちへの学習支援ボランティアの活動が紹介されました。報告会は、花王グループの支援活動を社員に理解してもらうとともに、社員一人ひとりがこの震災を振り返り、記憶にとどめ、個人として復興に向けてどのようなことができるのかを考えるよい機会となりました。

社員参画

社員参加の被災地支援 ～事業場クリスマスパーティでの取り組み～

2012年12月19日、すみだ事業場においてクリスマスパーティを開催し、会場では被災地支援の一環として募金を行なうとともに、被災地の小学生あてに応援メッセージカードをお贈りしました。なお、集まった募金は、公益社団法人日本ユネスコ協会連盟を通じて、岩手県山田町の小学校の子どもたちへ国語辞典やノートとして寄贈しました。

2012年12月20日には、茅場町事業場でもクリスマスパーティを開催し、約810名の社員が参加しました。当日の参加費は全額、被災地支援にあてられました。また会場では、被災地の産業復興の一環として、宮城県にある蔵元の日本酒を提供しました。これは、被災地の物産品を購入することで遠隔地から復興を支援しようという取り組みの一環です。2013年3月4日には花王本社にて、「復興応援市」と題して被災地の蔵元との対談会と被災地物産の販売を行ないました。

社員参画

社員有志による被災地小学生へのクリスマスプレゼント

津波により校舎を流され、間借りした教室での学校生活を強いられている岩手県山田町の小学校の子どもたち151名に、全国の花王グループ社員有志からのクリスマスプレゼントとしてマフラーを贈りました。マフラーは、個人で購入したり、部署単位で募金を集めるなどして準備されたもので、社内ボランティアによりメッセージカードがそえられ、クリスマスラッピングをして贈りました。



集まった色とりどりのマフラー



マフラーのラッピング作業

サステナビリティの考え方

サステナビリティの考え方

花王グループ全体で明確な方針や重点領域を共有し、社会のサステナビリティへの貢献に向けて取り組みをさらに進めるため、グローバルな方針「花王サステナビリティステートメント」を新たに決めました。

社会のサステナビリティへの貢献に向けたグローバルな基本方針「花王サステナビリティステートメント」

花王グループではこれまで「豊かな生活文化の実現」をめざす花王グループのあらゆる企業活動、すなわち花王ウェイを実践する活動を「花王グループのCSR」と位置づけてきました。その中で本業を通じて社会に貢献する活動を「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、さまざまな取り組みを推進してきました。

2010年4月には、花王グループのCSRの取り組みは「社会のサステナビリティへの貢献」であることを明確にし、その旨を花王ウェイに明記しました。そしてこのたび、花王グループの社員一人ひとりの意識をさらに高め、明確な方針や重点領域を共有してグループ全体での取り組みをさらに進めるため、グローバルな基本方針「花王サステナビリティステートメント」を策定しました。

ステークホルダーの意見と中長期の経営戦略を踏まえ策定

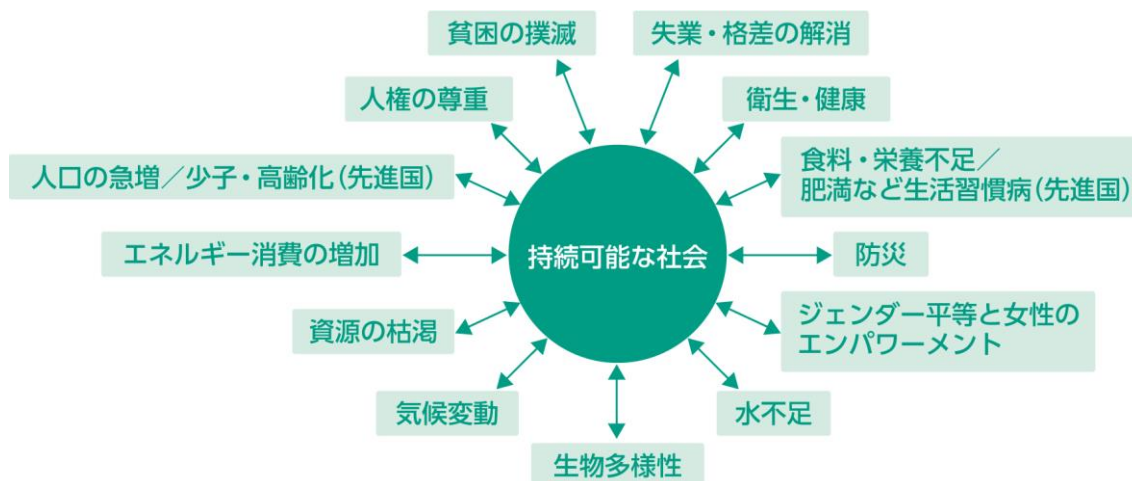
策定にあたっては、経営層、海外グループ会社のトップなどキーパーソンにインタビューを行ない、社会課題に対して花王グループとして進むべき方向、大事にすべきことを確認しました。また社外有識者へのインタビューも実施し、社外からの花王グループに対する期待や要請を把握しました。

「花王サステナビリティステートメント」でとりあげる重点領域や取り組むべき分野の選定においては、グローバルな社会課題を念頭に、下記のリストに記載している国際的なイニシアチブやSRI調査項目を考慮しつつ、中長期の事業戦略との整合性、課題解決に対する有効なリソースがあるか、また花王グループの持続可能性に不可欠か、などの視点から優先的に取り組むべき事項について議論を重ねました。事業を通じて貢献する取り組みとしては、節水型製品など環境負荷削減に貢献する製品の開発を継続するとともに、新興国において衛生・健康問題などの解決に貢献する製品の提供、また高齢化・健康が課題となっている社会への高付加価値商品の提供などがあげられました。



活動内容決定のための議論

■策定時に検討した社会課題



花王サステナビリティレポート2013

■策定までのあゆみ

2012年6月～8月	「花王サステナビリティステートメント」策定開始。 経営層および国内外の社内キーパーソン、社外有識者へのインタビュー実施。原案作成。
2012年9月	サステナビリティ委員会※に「花王サステナビリティステートメント」提案。
2012年10月～12月	3つの重点領域ごとに取り組むべき分野について社内関連部門で議論。ステートメント本文と重点領域ごとの取り組むべき分野での全体構成案策定。
2012年12月	サステナビリティ委員会で「花王サステナビリティステートメント」の全体構成について承認。
2013年1月～2月	社内関連部門で取り組むべき分野、取り組み内容や活動など詳細検討を継続。
2013年2月	サステナビリティ委員会で「花王サステナビリティステートメント」取り組み内容や活動の詳細を検討。
2013年4月	サステナビリティ委員会で「花王サステナビリティステートメント」最終承認。

※ サステナビリティ委員会

社長を委員長とし、経営会議メンバーを中心とするメンバーで構成

■参照した主な国際的イニシアチブや規範

- ・ISO26000(社会的責任規格)
- ・国連グローバル・コンパクト
- ・OECD 多国籍企業行動指針
- ・GRI「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン 2006」
など

ステートメントにしたがって取り組みを推進

花王グループでは、この「花王サステナビリティステートメント」にしたがって取り組みを進めることで、ステークホルダーの皆さまの期待や要請に応え、花王グループとしての社会のサステナビリティへの貢献を行なっています。

重点領域の中で定めた活動については、目標を設定し、PDCA サイクルの運用を通じて着実に取り組みを前進させていきます。

これらの活動については、サステナビリティレポートやその他の媒体を使い、実績や進捗状況を開示していきます。

また日々の業務や、グローバル社会において果たすべき基本的な社会的責任である基本的な活動については、これまでどおり、各担当部門が責任を持ち、グループ全体でグローバルなマネジメントを行なっています。

花王サステナビリティステートメント



花王サステナビリティステートメント

花王グループは、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ています。現在および未来において、革新的な製品やサービスを開発することで環境の保全や社会的課題の解決に努め、積極的にコミュニティにかかわり、人々の健やかな暮らしに貢献します。

これらを実現するために、私たちは、この活動を支える社員一人ひとりに、能力を最大限に発揮できる場を提供し、ステークホルダーとともに健全な企業文化を構築します。

私たちは、社会に対する責任を果たし、持続可能な形で事業活動を発展させるために、「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」に注力してまいります。

3つの重点領域と取り組むべき分野

●エコロジー

私たちは、環境宣言のもと、事業活動による環境負荷の低減を図るとともに、生物多様性に配慮し、社会全体と連携した環境活動を展開し、地球環境保全に努めます。

・事業活動による環境負荷の低減

私たちは、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品がかかわるライフサイクル全般にわたって、事業活動における環境負荷を把握し、その低減を図ります。

・ステークホルダーと連携した環境活動

私たちは、お客さま、ビジネスパートナー、社会と“いっしょに eco”をテーマにした環境活動を広く行なっていきます。

●コミュニティ

私たちは、事業活動や社会的活動を通じて、世界のコミュニティの課題の解決に貢献していきます。

・事業を通じたコミュニティへの積極的なかかわり

私たちは高齢化・健康、衛生等の社会の課題の解決にむけ、人々に健やかな暮らしを提案する製品を提供することで消費者とのきずなを築いていきます。

・社会的活動を通じたコミュニティとのパートナーシップ

私たちは、地域の人々により良い暮らしをもたらすことに社会といっしょに取り組みます。また社員のボランティア精神の醸成を促進し、それぞれの社員がコミュニティとかわることを支援していきます。

●カルチャー

花王のサステナビリティ活動を実行していくために最も大切な資源は人です。私たちは、ビジネスパートナーと共に誠実な事業活動を行ない、社員の多様性を尊重し、常に製品と仕事の改善・改革を推進し、社会に新たな価値をもたらします。

・健全な事業活動

私たちは、創業者から受け継がれた「正道を歩む」の精神を大切にしながら日々の業務に取り組むことで、グローバル社会で信頼を獲得することを目指します。そのために、経営者から全従業員および社外のビジネスパートナーにいたるまで、健全な事業活動を促進していきます。

・ダイバーシティ&インクルージョン

多様な社員一人ひとりを尊重し、全員の能力と熱意を最大限に発揮できる風土をつくります。

花王サステナビリティレポート2013

2012 年実績

■ エコロジー

取り組むべき分野	取り組み内容	主な活動	2012 年実績	2013 年目標	
事業活動による環境負荷の削減	環境宣言 中期目標	環境負荷に配慮した製品開発の推進 ・節水製品の充実 ・コンパクト化、濃縮化、容器包装の 4R ^{※1} の推進	17%削減 ・節水洗剤のアイテム数拡大 ・シャンプー、コンディショナーのつめかえパウチへのバイオポリエチレン導入の拡大	・節水製品の拡充 ・つめかえ製品の拡充	
		<CO ₂ > 2020年までに消費者向け製品で CO ₂ 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)	生産、物流、オフィスでの省エネ活動の推進	・工場へのコジェネレーションシステムの導入推進 ・環境配慮型ロジスティクスセンターの稼働(自家発電用太陽光パネル、LED 照明等の導入)	
		<水> 2020年までに製品使用時の水 30%削減(国内:売上高原単位、2005年基準)	節水製品の充実	・節水洗剤のアイテム数拡大	・節水製品の拡充
		<化学物質>	SAICM ^{※2} に沿ったライフサイクルでの適正管理	・SAICM 推進委員会を新設し、プロジェクトによる短・中期目標の策定および進捗管理を開始	・SAICM 推進ポリシーの体系化と公開 ・優先リスク評価物質の選定と中期リスク評価計画の策定 ・ライフサイクルでのリスク管理手法の検討・確立
ステークホルダーと連携した環境活動	環境啓発と保全活動	認証原料の使用拡大	・日本国内用に購入するパーム油につき、Book and Claim 方式 ^{※3} による認証比率 100%達成、パーム核油の認証油購入継続推進 ・RSPO の SCCS 認証を鹿島工場が取得	Book and Claim 方式から Mass Balance 方式 ^{※4} 認証油への切替推進	
		事業場での生物多様性の保全活動の推進	・和歌山事業場の防潮林について、植生調査、生物調査、雑木伐採を実施 ・すみだ事業場の活動指針の策定	・和歌山、すみだでの活動を推進 ・国内他事業場での保全評価を開始	
		学校・工場見学・店頭などの多様な接点での啓発活動の推進、および行政・NPO 等との連携	・いっしょにエコ日記配布校数: 350 校 ・環境出張講座実施校数: 45 校 ・エコラボミュージアム来校数: 43 校 ・花王・みんなの森づくり活動助成団体数: 23 団体 ・教員フェロシップ(アースウオッチャパンと協働): 10 校 ・店頭での啓発活動数: 216 件 ・国際こども環境絵画コンテスト応募数: 7,356 件 ・中国清潔・節水全国運動来場者数(中国政府機関と協働): 約 5 万人	すべての活動を引き続き推進	

※1 4R リデュース(削減)、リニューアブル(再生可能)、リユース(再利用)、リサイクル(再資源化)

※2 SAICM 国際的な化学物質管理に関する戦略的なアプローチ(Strategic Approach to International Chemicals Management)

※3 Book and Claim 方式 RSPO 認証パーム油のクレジットを取引するシステム

※4 Mass Balance 方式 RSPO 認証パーム油と非認証パーム油が混じることが許された認証システム

花王サステナビリティレポート2013

■ コミュニティ

取り組むべき分野	取り組み内容	主な活動	2012年実績	2013年目標
事業を通じたコミュニティへの積極的なかわり	高齢化／健康／衛生等の社会課題を解決	多様性に配慮した商品や情報開発の推進(UD 配慮や字幕CM 等)	<ul style="list-style-type: none"> UD 視点での配慮を新製品・改良品の63%で実施 啓発を目的とした社内 UD 情報サイトの設置 字幕付き TVCM トライアル放送を、TV 局、行政、他社とともに推進(TV 局 3 社で実施、他 2 社が参加) 	<ul style="list-style-type: none"> UD 視点での改良実施率の向上 啓発活動の継続(講演会など) 字幕 CM 本格放送の早期実現に向けた活動の継続
		肥満・生活習慣病の予防・改善	<ul style="list-style-type: none"> SNS 連携の健康習慣応援サイトで 12 週間健康チャレンジ キャンペーン実施: 参加者 7 千人 歩くキャンペーンで啓発活動: 参加者 7 万人 QUPiO 参加企業数: 60 社 	アクティブシニア社会実現への貢献をめざし、新しい健康スタイル提案を継続
		現地の生活環境・習慣にあった赤ちゃんの健康推進	赤ちゃん研究に基づいたベビー用紙おむつを開発し展開: 台湾、中国、香港、シンガポール、インドネシア、ロシア	ベビー用紙おむつの販売と現地生産の拡大、さらに国追加
		手洗い習慣の普及による衛生向上を推進	手洗い講座をアジア各国でも展開 展開学校数: 日本 95 校、アジア(台湾・インドネシア・タイ) 87 校	正しい手洗い習慣を身につける活動数を拡大
社会的活動を通じたコミュニティとのパートナーシップ	企業市民活動の活性化	グローバル各地域の企業市民活動に社員ボランティア参加促進	<ul style="list-style-type: none"> 社内サイトでボランティア活動情報発信数: 51 件 社員参加型イベントへの参加社員数: 12,810 人(延べ) 	社員ボランティア参加を推進する活動を拡大

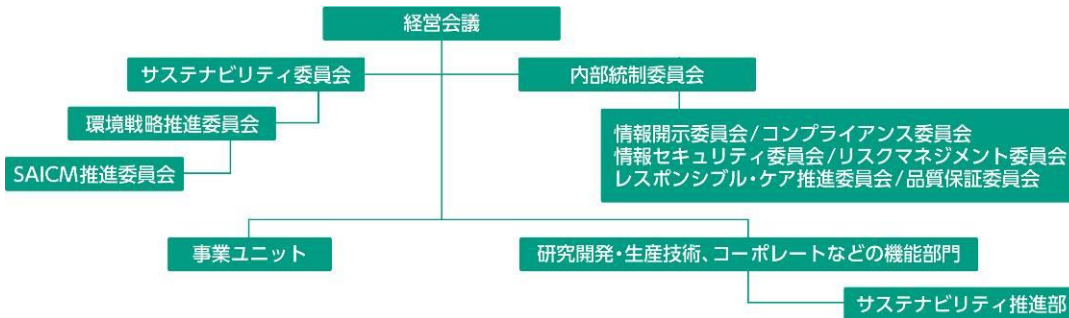
■ カルチャー

取り組むべき分野	取り組み内容	主な活動	2012年実績	2013年目標
健全な事業活動	「正道を歩む」の推進	ビジネスコンダクトガイドライン(BCG)の啓発活動の継続強化 コンプライアンス通報・相談窓口の適切な運営	BCG の改定実施 ・簡易 e ラーニングの実施 (16,813 人/全グループ対象社員の約 80%) ・窓口周知のための連絡先、相談にあたっての how to を明示した携帯用カードの配布(国内約 20,000 人、海外約 5,800 人)	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンス委員会での年次レビューによる BCG の改定の実施 花王グループ賄賂防止プログラムの体制構築 花王グループ国内外での定例コンプライアンス研修の計画・実施と拡充
	持続可能な調達の推進	環境・人権等により配慮した調達の強化	<ul style="list-style-type: none"> 新規取引先に対しての調査実施 基準未達成取引先に改善要請書の発行およびモニタリングの実施 購買部門転入者への 100%教育実施 	<ul style="list-style-type: none"> 基準達成のフォロー継続 モニタリングの充実 認証品の購入拡大
ダイバーシティ&インクルージョン	ダイバーシティ&インクルージョンの推進	多様な社員のマネジメント層育成強化	<ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率: 23.6%(海外を含むグループ全体) グローバルリーダーシップ開発研修への海外社員受講者数の維持 	<ul style="list-style-type: none"> 実績の向上 実施の継続

花王サステナビリティレポート2013

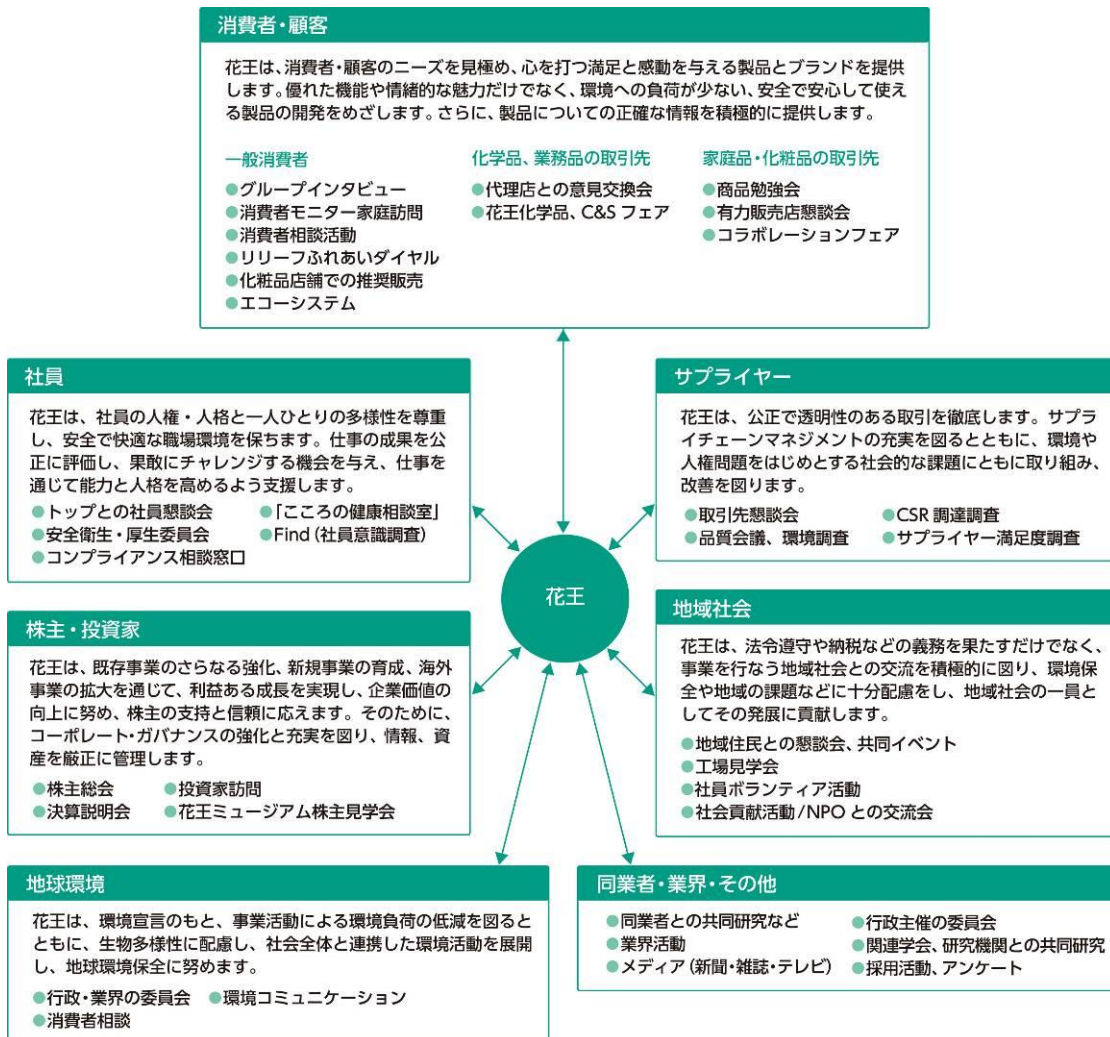
推進体制

社長を委員長としたサステナビリティ委員会にて花王グループのサステナビリティにかかわる方針の策定、課題や活動内容に関する議論を行なっています。



コミュニケーション

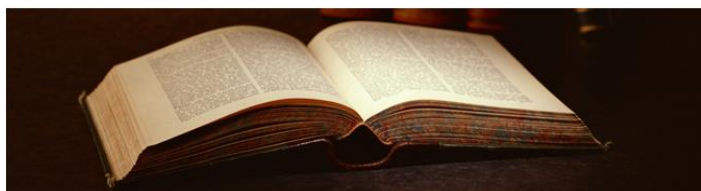
花王グループではステークホルダーの皆さまとの双方向のコミュニケーションを通じて社会の要請、課題を把握し、取り組みを進めています。



マネジメント体制

マネジメント体制

コーポレート・ガバナンス



企業価値の継続的な向上をめざし、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。

コンプライアンス



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。

リスクマネジメント



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

レスポンシブル・ケア活動



日々の安全と環境の保全を図るため、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。

コーポレート・ガバナンス

企業価値の継続的な向上をめざし、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。

方針 / 体制

コーポレート・ガバナンス

花王は、企業価値の継続的な増大をめざして、スピード感があり、効率が良く、健全で透明性の高い経営が実現できるよう、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を実施していくことが、当社のコーポレート・ガバナンスに関する取り組みの基本であると考え、経営上の最も重要な課題のひとつと位置づけております。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て上記経営課題の検証を毎年行ない、適宜必要な施策を実施しています。

花王では、社外取締役を含む取締役会と監査役会というガバナンスの枠組みの中で、監督と執行の分離を進めていく体制として、執行役員制度を導入しています。2013年3月の定時株主総会終結後の経営体制は、2012年に実施したコーポレート・ガバナンスの改革(社外取締役の増員、取締役人員の減少、執行役員体制の強化)を継続し、社外取締役3名を含む取締役10名、社外監査役3名を含む監査役5名、専任の役付執行役員4名を含む執行役員28名となりました。全社外取締役および全社外監査役は、経営陣から独立した中立性を保っています。取締役会の議長である取締役会会長は、代表取締役および執行役員を兼務しておりません。取締役および執行役員の任期は1年です。

2012年12月期において開催された取締役会は臨時取締役会を含めて12回であり、2012年12月期末における社外取締役の平均出席率は95.2%、社外監査役の平均出席率は100%となっています。社外取締役に対しては、取締役会における充実した議論に資するため、取締役会の議題の提案の背景、目的、その内容等につき、毎回取締役会の開催前に、取締役会の事務局より十分な説明が行なわれています。

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機関として、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。

報酬諮問委員会は、取締役会会長、全代表取締役および全社外取締役により構成され、取締役および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、少なくとも年1回の役員報酬改定時期に開催しています。2013年2月には、全委員の出席による報酬諮問委員会が開催され、取締役および執行役員に対する現行の報酬制度と報酬水準について妥当であるとの審査評価を受けており、その旨が2013年3月に開催された取締役会にて報告されています。

会長・社長選任審査委員会は、全社外取締役および全社外監査役だけで構成し、会長と社長の選任および再任の際に、その適正さについて、事前に同委員会の審査を経て、取締役会に意見具申をするものです。なお、会長・社長は、審査のために必要かつ十分な検討資料(審査対象者に関する資料のほか、取締役等の担当区分を含む新経営体制の概要を含む)を審査委員会開催前に各委員に提出し、審査の充実に供しています。2013年3月の定時株主総会における取締役改選後の会長・社長選任に際しては、それに先立ち全委員が出席し会長・社長選任審査委員会が開催され、取締役会に候補者の適正性に問題はない旨の意見が出されています。

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。

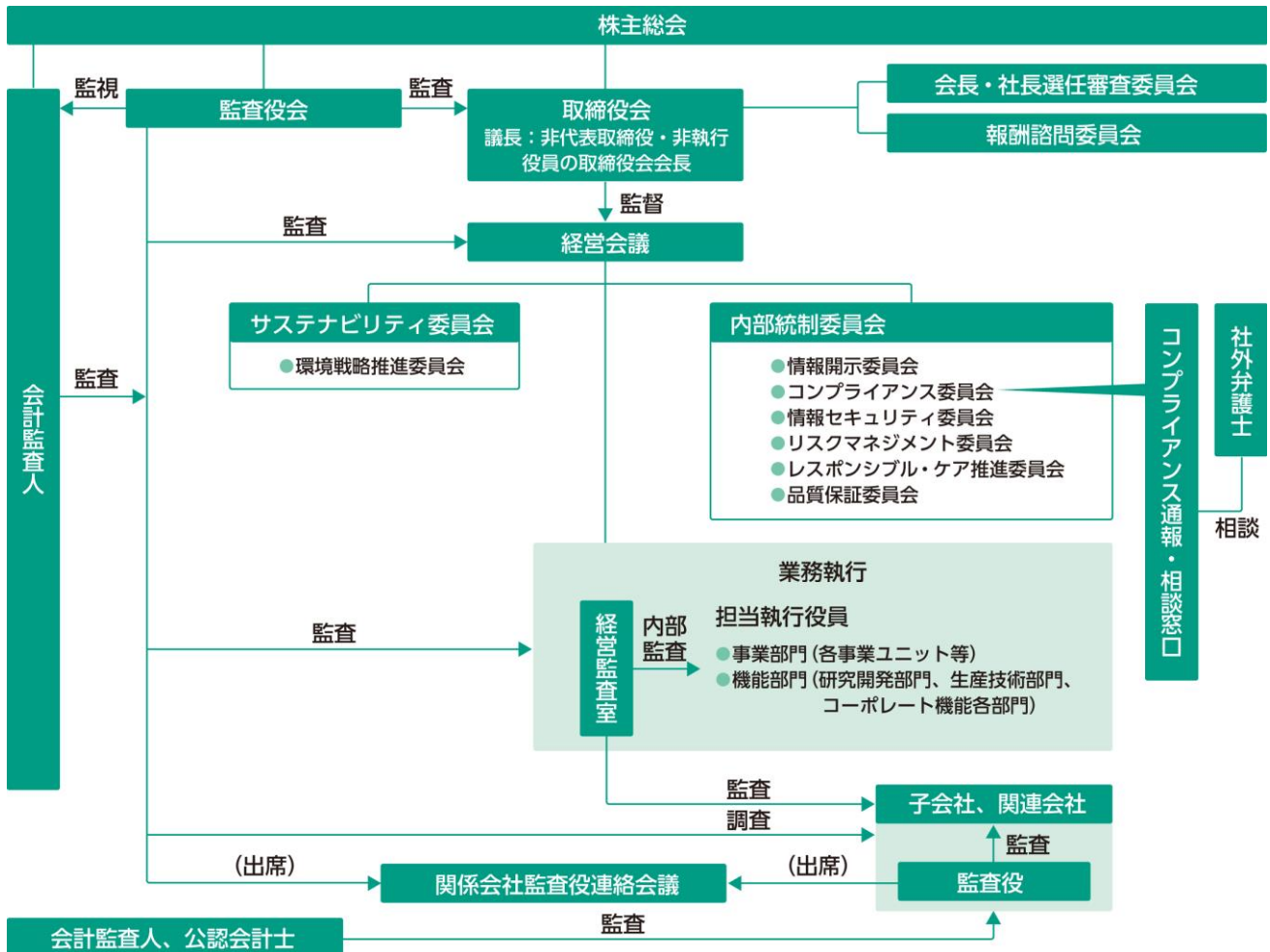
2012年12月期における社外取締役・社外監査役の取締役会への平均出席率
社外取締役 95.2%
社外監査役 100%

(参考)「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」

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

花王サステナビリティレポート2013

■内部統制システムを含むコーポレート・ガバナンス体制



※ 花王は、企業経営および日常の業務に関して、必要に応じて、弁護士などの複数の専門家から経営判断上の参考とするためのアドバイスを受ける体制をとっています。
(コーポレート・ガバナンス報告書より)

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。また2012年7月には、(株)東京証券取引所の上場規程等の一部改正に伴い、同基準を一部改訂しました。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ており、同証券取引所に独立役員として届け出ています。

(参考)「社外役員の独立性に関する基準」

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

方針 / 体制

内部統制

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。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、定期的に評価し、必要に応じて改善しています。

さらに「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っています。「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執行役員も参加して、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、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。

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

国内花王グループ

反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方およびその整備状況

花王では、反社会的勢力排除に向けた取り組みについて、「内部統制体制の整備に関する方針」においてその体制の整備を掲げるとともに、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)においても反社会的行為を行わないことを宣言しています。そして、これらを花王グループ全社員に周知徹底するとともに、ウェブサイトに掲載しています。

また、上記規定に基づき、外部専門機関との連携、反社会的勢力に関する情報の収集・管理および社内体制を整備・維持しています。

さらに、花王グループ全体で継続的な取引先と反社会的勢力排除に関する覚書を締結するなど契約上のリスクマネジメントにも取り組んでいます。

グローバル

内部統制のグローバルな一体運営

事業運営のグローバル一体推進に対応し、内部統制委員会傘下の6委員会をはじめ、それぞれの会社機関で、各担当分野についてグローバルな一体運営に向けた活動を行なっています。

レスポンシブル・ケア推進委員会では、「花王レスポンシブル・ケア方針」を制定、この方針に基づいた活動の展開をグローバルに進めています。

品質保証委員会では、グローバル一体運営における品質保証マネジメント体制を構築し、海外関連会社との品質保証会議を2回開催しました。

コンプライアンス

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。

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。

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。なお、2012 年度の花王グループの事業運営において、重大な法令違反はありませんでした。

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。

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、国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とっています。

●経営監査室による監査

経営監査室により、定期的に全社・全部門に対し業務監査が行なわれており、その監査の項目に、接待・贈答に関するガイドラインに基づいた行動の有無確認など、コンプライアンスにかかわるものがあります。

●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、自己診断を実施しています。

●社員意識調査

2 年に 1 回、全社で実施される社員意識調査「Find」の設問を通じて、コンプライアンス遵守状況をチェックしています。

●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」を実施し、花王が自らの態度行動について振り返る機会を設けています。

[>P117「サプライヤーとともに」](#)

花王サステナビリティレポート2013

●研修でのセルフチェック

コンプライアンス研修の参加者に「コンプライアンス意識のセルフチェック」を実施しています。

- 花王は、「重大な」法令違反については、公表することを原則としています。ただし、法令・契約等により秘密保持義務がある場合、公益を損なうおそれのある場合、プライバシーに配慮が必要な場合、そのほかにこれに類するような制限があるときには、公表できない場合があります。

「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)

http://www.kao.com/jp/corp_info/compliance.html

グローバル

BCG の改定とその周知、および次年度に向けた見直し実施

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、花王ではコンプライアンス委員会において、公務員との付き合い方、接待・贈答、政治献金に対する会社の姿勢等を規定している「花王ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」やコンプライアンスに関連する規程の内容を定期的に見直し(少なくとも年 1 回)しており、必要に応じて改定を行なっています。

2012 年度は、1) 通報・相談者がより安心して通報・相談できるように、通報・相談者に対する報復行為禁止を BCG の基本精神に明記、2) 社会貢献活動の重点テーマの一部変更に伴い、その内容を BCG へ反映する改定を行ないました。BCG は、日本語、英語でウェブサイト公開するほか、中国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、ドイツ語、スペイン語、フランス語、イタリア語、ロシア語の翻訳版を作成し、グループ会社社員で共有しています。また、国内花王グループにおいては、イントラネットを利用して、改定版 BCG の閲覧確認(12 月末時点で約 1 万 1 千名が閲覧したことを確認)や、定例会議での BCG 周知啓発を行ないました。海外花王グループ会社においても、アジア・欧米ケミカルの各社では 5 問の簡易テスト、欧州では署名の取得、米州ではイントラネットでの閲覧確認により、社員に BCG の理解の確認をしてもらいました。

また、BCG の年次レビューでは、昨今の賄賂防止に対する米国、中国、英国の法律等の規制・取締強化を受けて、2013 年に改定すべく BCG の内容の見直しを行ないました。また、2014 年を目標に、各国グループ会社・各部門に求められる賄賂防止に向けた必要な対応を定めた社内規程や会計承認のしくみ、自己点検などの PDCA サイクルの体制構築を検討していく予定です。

グローバル

コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用

●国内・海外グループ会社

花王グループ会社では、社内窓口と、社外窓口の 2 つの窓口を設置し、運営しています。

いずれの窓口も、通報・相談者のプライバシーを保護し、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、本人の承諾を得て行なっています。

2012 年度は、月平均約 13 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。

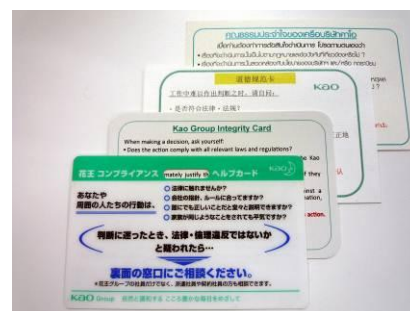
●国内グループ会社

国内の花王グループ会社では、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。社内・社外窓口の一部では、社員だけでなく、お取引先など社外の方からの通報・相談も受け付けています。

花王サステナビリティレポート2013

●海外グループ会社

海外グループ会社においては、各社の社長や人事部長などに相談できる社内窓口と、社外のプロバイダーが受ける社外窓口の2つの窓口を設置し、運営しています。社外窓口である Integrity Line は、2007 年以降、順次各国グループ会社に設置され、24 時間 365 日、母国語で相談できる窓口です。匿名の相談も受け付けていますが、調査に限界もあることからできるだけ実名で相談することを奨励しています。海外各社におけるコンプライアンス通報・相談窓口の周知啓発を行なうために、2012 年度は日本国内の関係会社社員全員が携行しているコンプライアンスヘルプカードと同様に、困ったときに振り返ることができる4つの質問と社内・社外の窓口を併記した「インテグリティカード」を各社で英語または現地語にて作成し、社員全員に対して配布を始めました。2013 年度も継続して展開していきます。



コンプライアンスヘルプカード(インテグリティカード)

グローバル

インテグリティワークショップをグローバルに展開

2008 年の BCG 改定以降、「インテグリティワークショップ」の展開を継続しています。2012 年度もグループ各社が継続して実施し、主にベトナム、中国、欧州、米国、カナダ、日本の各国を中心に 1,092 人が受講し、2008 年研修開始からの受講者総数は、7,013 人となりました。

研修では、BCG に記載された 11 項目にかかわる、実務の中でとるべき対応や注意すべき場面を具体的にケーススタディとして提示し、グループディスカッションを行ないながら受講者が気づきを得る内容となっています。具体的には、独禁法、賄賂防止、接待・贈答ルール、各国公務員との付き合い方、商品のリコール対応、機密情報・個人情報の取り扱い、会社との利害対立、上司への報告、環境保護、人権の尊重、児童労働、著作権対応、ソーシャルメディアの利用等にかかわる場面を扱いました。ワークショップでは 15~20 ケースを学びながら、半日かけて BCG の内容を理解できるようにしています。



花王ベトナムのセールスプロモーションチーム向けインテグリティワークショップ

■インテグリティワークショップ実施状況(2012 年 12 月末までの累計)

地域	実施数(回)	受講者数(人)
日本	10	248
アジア	212	4,887
欧米	87	1,878
合計	309	7,013

グローバル

「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)」に7年連続選定

花王は、米国のシンクタンク「Ethisphere Institute(エシスフィア・インスティテュート)」が 2013 年 3 月に発表した「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)2013」に選定されました。これは 2007 年の初回選定以来、7 年連続となります。7 年連続の選定は日本の企業では唯一であり、世界の日用消費財企業・化学企業の中でも唯一です。

花王サステナビリティレポート2013

選定企業は、「企業倫理と法令遵守に関する取り組み」「レピュテーション、リーダーシップ、イノベーション」「CSR 関連活動(企業の責任ある活動・市民活動)」「企業統治」「倫理的企業風土」の5軸における評価で選定されます。その中で「企業倫理と法令遵守に関する取り組み」に関しては、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の制定・改定と、インテグリティワークショップの実施によるグループ会社社員への浸透、法令や倫理に反するおそれがある行為について社員が通報・相談する「相談窓口」をグループ全社に設け、社員が疑問を解決し、安心して責任ある行動ができるようサポートしている体制が評価されました。

2013年3月に発表された今回は、1,000社を超える企業が評価に参加し、最終的に世界で36業種、140社が選定されました。



World's Most Ethical Companies 授賞式

国内花王グループ

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・改正動向をフォローしており、必要に応じて社内説明会等の情報発信・啓発を行なっています。

また国内の花王グループでは、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (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。

2012年度にエキスパートにより改正の対応がされた法令等

- 確定拠出年金法
- 確定給付企業年金法
- 健康保険法施行令
- 高年齢者等の雇用の安定等に関する法律
- 放射性同位元素等による放射線障害の防止に関する法律など

2012年12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 337 法令
社内規程登録数: 536 件

グローバル

知的財産の保護

花王では、新しい技術や商品コンセプト、パッケージデザイン、商品・ブランド名などを特許権、意匠権、商標権などの「産業財産権」として確保し、事業活動を推進しています。

これらのうち、技術開発力という重要な企業価値への指標となる特許権については、知的財産センターが中心となり、幅広い分野で戦略的出願を進めています。意匠権や商標権については、ブランド法務部(意匠権の一部は知的財産センター)が事業部門と密接に協力し、費用対効果を勘案しながら出願や管理を担当しています。海外でも積極的な権利取得を進め、国内外ともに他社による権利の侵害があった場合は、法令に則り厳正に対処しています。近年は、アジア地域を中心とした模倣品対策にも注力しています。

一方で、研究開発の初期段階から他社の産業財産権を侵害しないように開発を進める、新製品の発売前に再度他社特許などを確認して必要に応じ対応する、商品パッケージを事前にチェックして権利関係を確認するなど、他社の権利を尊重し、侵害しないくみを国内外ともに強化しています。

情報セキュリティ・個人情報の保護

方針 / 目標 / 体制

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」をベースとする「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トレードシークレット (TS) 推進委員、個人情報管理責任者がそれぞれの役割に応じて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、トレードシークレット (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。

個人情報保護に関しては、経済産業省等のガイドラインに則り厳格に管理し、業務を外部委託する場合には、委託先に対して契約の締結、監査の実施などを徹底しています。社員の個人情報保護についても、厚生労働省のガイドラインに則り、適切に管理しています。

国内花王グループ

自主パトロールを実施

毎年 4、5 月に、各部門のトレードシークレット (TS) 推進委員と個人情報管理責任者が、自部門の機密情報や個人情報の管理状態を「自主パトロール」しています。パトロールによって浮かび上がった課題は、9 月に開催する「TS・個人情報保護推進会議」で共有化して、不十分な箇所を次年度の解決目標としています。

国内花王グループ

「第 19 回 TS・個人情報保護推進会議」を開催

国内の花王グループでは、各部門の TS 推進委員と個人情報管理責任者が出席する TS・個人情報の保護を目的とした会議を定期的で開催しています。2012 年度の「第 19 回 TS・個人情報保護推進会議」では、海外事業を幅広く展開している大手製造業グループ会社の講師による講演を実施し、グローバル視点での情報セキュリティ管理の啓発にも取り組み始めています。

リスクマネジメント

リスクマネジメント

「リスクマネジメントポリシー」に基づき、事業活動全般にかかわ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、事業活動を進めるうえでかかわってくるさまざまなリスクを想定し、リスクの発生頻度や事業活動への影響を低減させる諸々の対策を実施することでリスクを適切に管理するとともに、万が一リスクが現実にも起こった場合に被害・損害をできるかぎり小さくするための平時からの備えが必要です。こうした認識を持ち、「リスクマネジメントポリシー」に定められている対応の優先度(1. 人命尊重、2. 環境保護、3. 操業の維持、4. 資産保持)に基づいて、リスク管理や対応の優先順位づけを行ないながら、リスクマネジメント活動に取り組んでいます。

花王はリスクマネジメント担当役員を委員長とし、委員長が指名する委員で構成する「リスクマネジメント委員会」を設けています。リスクマネジメント委員会は、全社のリスクマネジメント活動を推進・促進するために、(1)リスクマネジメント活動の基本方針の審議・決定、(2)リスクマネジメント活動の整備・運営計画の審議・決定、(3)リスクマネジメント活動の考え方や組織活動の花王および子会社への展開支援、(4)各部門のリスクマネジメント活動状況の共有、を行なっています。

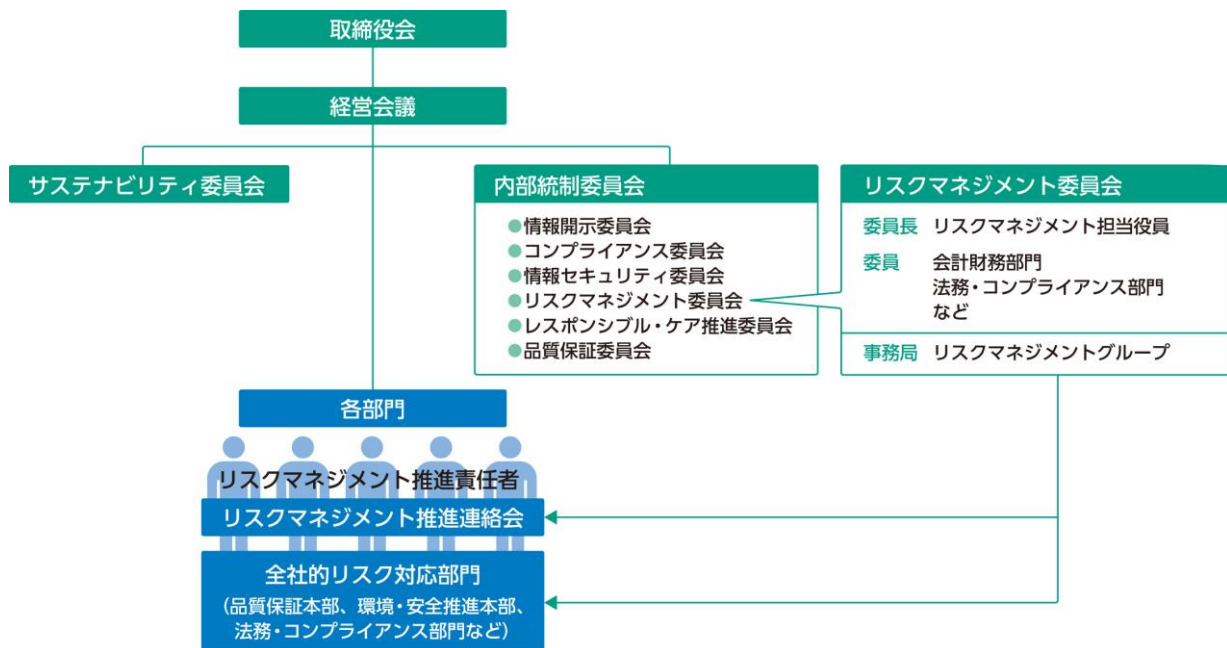
また、取締役会にて全社横断的なリスク管理体制を確認・監督しており、特に重大なリスクへの管理や対応について基本的な方針を確認しています。

事業活動全般にかかわ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、事業活動に応じて関連部門で事業機会に影響を与える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、部門ごとにリスクマネジメント推進責任者を定め、業務に沿ったリスクの洗い出し、評価、回避・低減策の検討といったリスク管理を日常的に行なっています。

「経営戦略室 リスクマネジメントグループ」は、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のPDCAサイクルを推進しています。またリスクマネジメントグループはリスクマネジメント委員会の事務局の役割を担っています。

■リスクマネジメント体制



目 標

花王は、各部門の「事業活動を継続し、事業目標を達成する」妨げとなる直接・間接的な事象やその発生要因をリスクととらえ、そのリスクを適切に管理するために活動目標を定め、リスクマネジメントグループはその活動の推進を行なっています。

1. 「よきモノづくり」「業務継続」に影響を与えるリスクをグローバルで洗い出し、対応策を強化

国内の事業にかかわる主要部門や海外グループ会社にてリスク調査を行ない、特に「よきモノづくり」「業務継続」に重大な影響を与える可能性のある事象やその発生要因については、リスクに対応すべき部門が優先的に事前の対応を図ることで、事業活動への影響を軽減させるよう活動しています。

2. 緊急事態対応体制の強化

災害・事故や製品品質トラブルなどについては、人命尊重や人に対する危害の予防を最優先に考えながら、常に対応体制の見直しを行なっています。事業のグローバル化や市場ニーズの多様化、ネットワークの発達など事業環境の急速な変化に伴い、災害・事故による一拠点での操業中断や、グローバルで販売されている商品の品質トラブルなどによる顧客への影響は、その規模やスピードの点で大きさを増してきており、そのような影響に対応できる体制の強化を進めています。

3. 事業継続計画(BCP)[※]の整備・強化

「大規模地震による操業停止」や「感染症の蔓延」など、事業活動の継続に大きな影響が生じる事象について、計画内容の見直しを行ない、課題を再度洗い出しました。そのうえで、お客さまに商品を確実に届け続けるための業務の強化を進めています。

※ 事業継続計画(BCP)

さまざまな事象とその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

「よきモノづくり」「業務継続」に影響を与えるリスクの把握と対応策の強化

2012 年度に実施したリスク調査では、「業務継続」に影響を及ぼすリスクの把握に注力しました。全社的に議論が必要なリスクについては、リスクマネジメント委員会で対応方針の検討を行ない、リスク所管部門が中心となって、リスク低減などの具体的な対応を図っています。また、各部門がリスク管理の進捗をリスクマネジメント推進連絡会で報告し、低減策を相互に検証することで、リスク管理の有効性の向上に努めました。

一方、変化する時代に合わせたグローバルでの「よきモノづくり」を実践していくためには、事業活動に密接に結びつくリスクの把握と対応策のさらなる強化が必要であり、リスク調査方法の見直しも行なっています。

2013 年度においては、新たなリスク調査方法により、グローバルでの「よきモノづくり」「業務継続」に影響を及ぼすリスクの管理を行ない、安定した事業活動に貢献していきます。

また、海外グループ会社も含め、花王グループ各社間のリスク情報交換の機会を設け、リスク低減活動のレベルアップを図るよう、リスクマネジメントグループが中心となって支援していきます。

グローバル

緊急事態への初期対応の強化

2012 年度は、グローバルでビューティケア事業の活動を行なっている欧米拠点において、製品トラブル発生時の緊急・重大性の判

花王サステナビリティレポート2013

断などの対応に関する想定訓練を行ない、初期対応の実効性を高めました。

2013 年度においては、中国・アセアンを事業基盤とするファブリック&ホームケア事業、ヒューマンヘルスケア事業における緊急事態に対しても、組織的な初期対応のさらなる強化を進めていきます。

グローバル

事業継続計画(BCP)の整備・強化

2012 年度も引き続き、東日本大震災の経験から得られた課題に対して、原材料調達や生産・物流体制の見直しを行なうなど、より強いサプライチェーンを確立し、「お客さまに商品を確実に届ける」ための体制強化を行ないました。

原材料調達については、複数業者からの購買や仕様標準化を進め、状況に応じた柔軟な購買が行なえるよう、海外グループ会社を含む全社で対応を進めています。

生産体制の強化については、災害・事故に強い工場をめざした建屋の耐震補強や液状化対策などのハード対応とともに、優先商品に対応するためのグローバルでの生産拠点の再構築を進めています。

また、首都直下地震(東京)をはじめとする自然災害で本社が被災した場合も、「本社機能を維持する」ために、緊急事態のもとで継続すべき業務の選定や業務方法の検討を行ないました。

2013 年度においては、東西間の広域訓練などを行なうことで課題対応の強化を図り、より強固な事業継続体制の確立をめざします。

レスポンシブル・ケア活動

レスポンシブル・ケア活動

日々の安全と環境の保全を図るため、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

花王は、商品の開発・生産・流通・消費・廃棄までの事業の全段階において、人の安全と環境の保全に十分配慮し、サステナブルな社会の実現に貢献していくことを目標に掲げています。そのため、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[※]の考え方に則ったグローバルな「花王レスポンシブル・ケア方針」を定め、毎年目標を策定し、年間計画に基づいた活動を継続的に行なっています。

具体的な活動としては、毎年2回「RC推進委員会」を開催しています。2011年度までは毎年12月と3月に開催していましたが、2012年の決算期変更によりRC活動も活動期間の区切りを1月から12月までに変更し、毎年9月・12月開催としました。RC推進委員会は、環境・安全推進本部の担当役員が委員長を務め、RC活動を推進する10の代表部門・事業会社からの「RC推進委員」と、環境・安全推進本部、品質保証本部の担当を加えた12名の委員で構成しています。

9月の委員会では、活動方針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、花王グループの中期目標と8月に行なうRC事務局監査の結果をもとに次年の活動目標を審議します。

12月の委員会では、この活動目標をもとに各推進部門のRC推進委員が次年の計画案を発表し、ひとつひとつ審議します。この会議で承認された内容は、RC推進委員が各推進部門に持ち帰り、推進部門ごとにより細かく設けた活動ユニットへ伝えることで現場に密着した活動の継続的な改善・レベルアップを図っています。

[※] RC(レスポンシブル・ケア)活動の基本項目

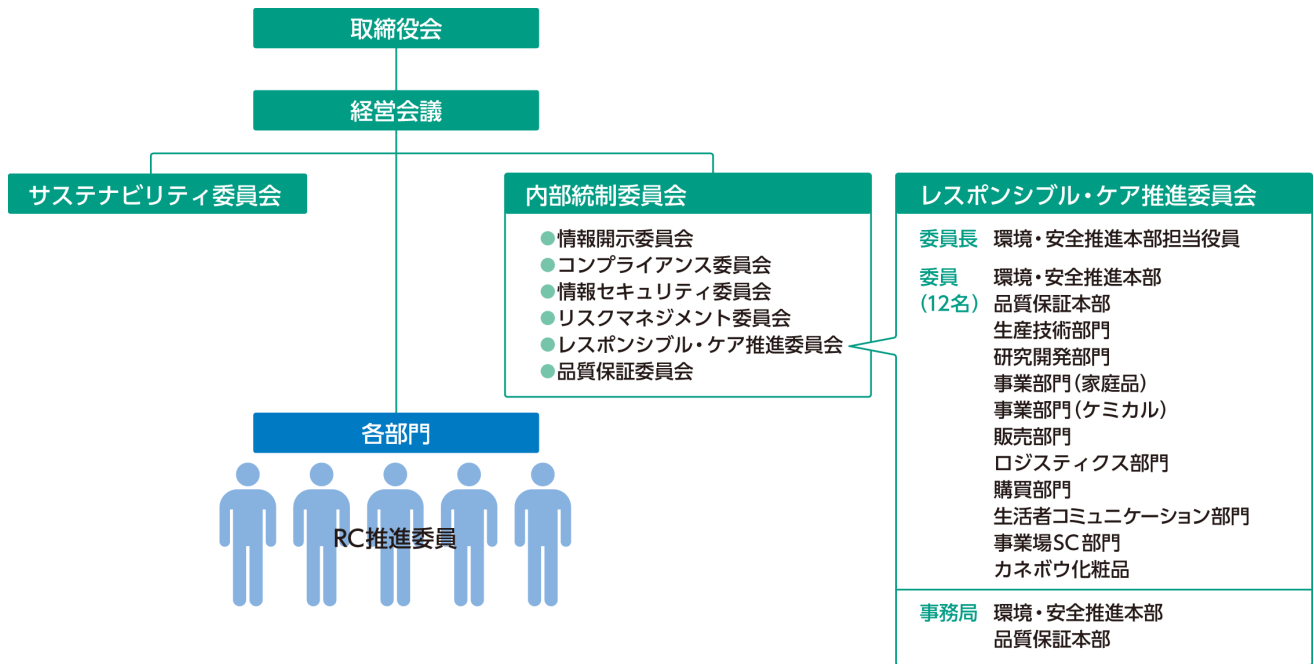
「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」の5つの推進項目と「社会とのコミュニケーション」。

花王レスポンシブル・ケア方針

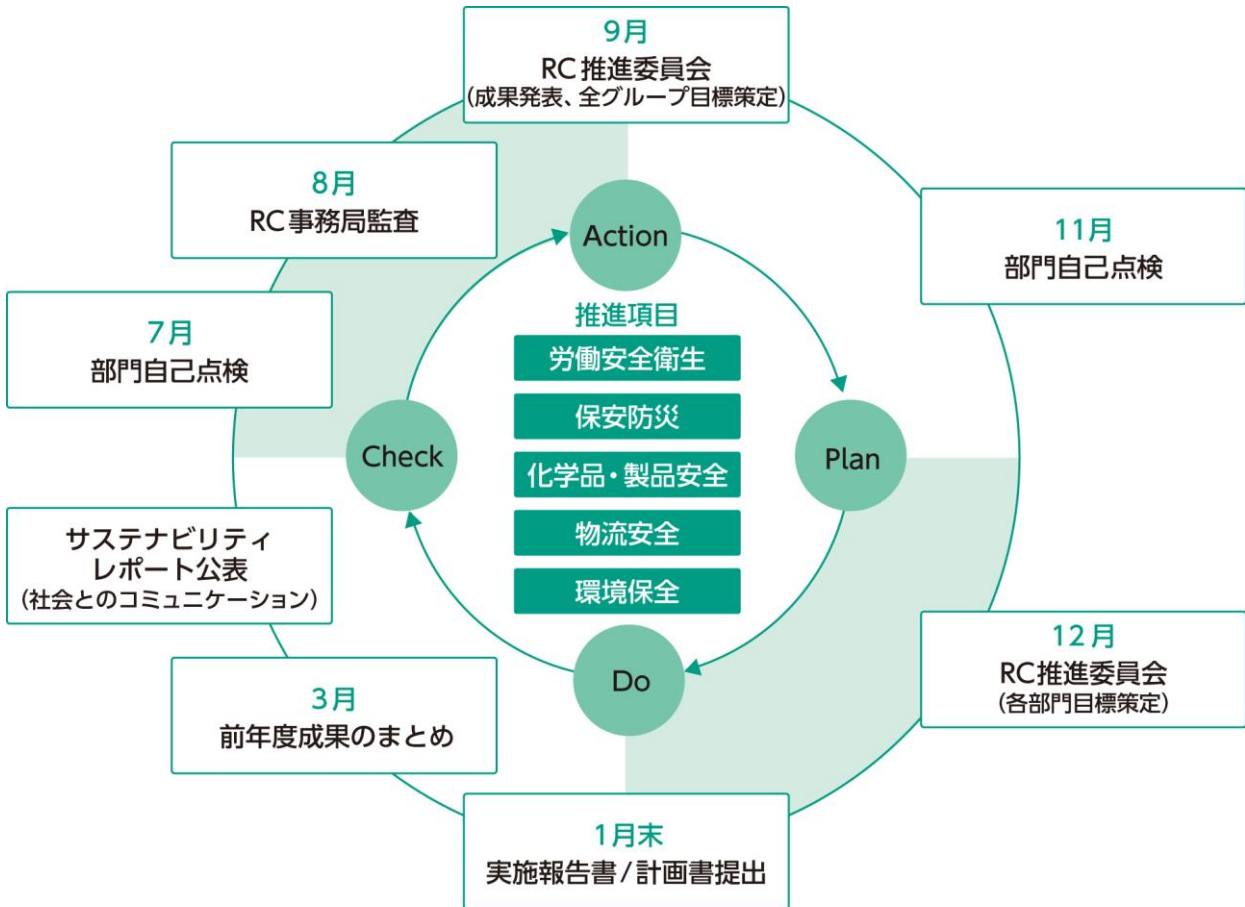
- 労働安全衛生
労働災害の撲滅、潜在的危険性の低減を図るとともに、快適な職場環境の形成と従業員の健康増進に努める。
- 保安防災
火災、爆発及び化学物質漏洩を防止し、安全で安定な操業を維持するとともに、自然災害やセキュリティ強化に配慮して、設備対応と定期的訓練を行い、緊急時に備える。
- 化学品・製品安全
製品の全ライフサイクルにわたり化学物質のリスクの評価を行い、その低減を図るとともに、環境負荷が小さく、消費者・顧客が安心して使用できる製品の技術開発とその提供に努める。
- 物流安全
化学品・製品の物流安全におけるリスクを軽減し、事故・災害の防止と環境汚染の予防に努める。
- 環境保全
事業活動において、節水等を含めた省資源、省エネルギーを推進するとともに、廃棄物の削減・再使用・再生利用や廃水・廃ガスの適正処理を行い、環境影響を継続的に改善する。
- 法規制、自主基準の遵守
各国の法規制、国際ルール、各国化学工業協会の方針等を遵守するとともに、自主的取り組みのレベルアップに努める。
- 社会とのコミュニケーション
環境・安全・健康に係わる方針及び活動状況を積極的に開示し、消費者・顧客、従業員、地域社会等とコミュニケーションを行って、全てのステークホルダーの支持と信頼を得るよう努める。

花王サステナビリティレポート2013

■RC 推進体制



■RC 活動の年間サイクル



花王サステナビリティレポート2013

グローバル

RC 活動の標準化

花王グループのコーポレート・ガバナンスの一つとして、RC 活動のグローバル展開を推進しています。これまで個別に進めていた海外子会社の環境・安全活動を、花王グループの RC 活動としてまとめ、標準化を図っています。

2012 年は「レスポンシブル・ケア推進委員会規則」の運用範囲に海外子会社を加えることを明記するとともに、活動の基本である「環境・安全の基本理念と基本方針」の下に、RC 活動の内容を項目別に明記したグローバル共通の「花王レスポンシブル・ケア方針」を制定しました。

また、アジアの生産工場および欧米のケミカル工場を有するグループ会社を中心に、工場だけでなく全社活動としての体制づくりと活動の推進を継続して行なっています。2012 年 3 月に花王インドネシア化学、9 月にファティケミカル(マレーシア)が RC 推進委員会(日本で開催)で活動報告を行ないました。2015 年までに欧米を含めたグローバル全体の活動として定着させていく予定です。

グローバル

環境・安全データベースなどを活用

花王は、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」[※]の海外版を構築して海外子会社を対象に運用を拡大しています。現在は、工場を持つ事業場でデータを入力しており、さらに、オフィスや研究所へも展開しています。

また、2012 年の決算期変更に対応するため、2012 年より統計データの集計期間を 1 月から 12 月までに変更しました。

このシステムでは、花王全体の温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率・強度率などを自動算出することができ、環境負荷低減や労働災害防止に活用しています。

[※] 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、水使用量、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・移動量、廃棄物等の発生量・排出量・最終埋込処分量、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。

国内花王グループ

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、2012 年からは 8 月に、RC 推進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部門自己点検も実施しており、これらの結果を 9 月の RC 推進委員会で委員長である担当役員に報告するとともに、次年の重点活動項目や目標の策定に活かしています。2012 年は、7 月に各推進部門が部門自己点検を、8 月に RC 推進事務局が各推進部門の監査を実施しました。その結果、数値目標の未達成はいくつかありましたが、重大な指摘事項に結びつくものではありませんでした。

■RC 事務局監査実績(2012 年)

	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	47	25	76	65	150
継続観察が必要な項目	4	3	7	14	19
評価平均点(5 点満点)	4.81	4.96	4.89	4.77	4.75

[※] 関係会社

(株)カネボウ化粧品、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)

国内花王グループ

RC 教育を継続的に実施

RC 推進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 教育を定期的に実施しています。

2012 年に RC 推進事務局が社員を対象に実施した教育は 22 回、のべ 371 人が参加しました。

■RC 教育実績(2012 年)

	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	合計
開催回数(回)	10	1	3	5	3	22
参加人数(人)	124	10	124	92	21	371

※ 集計範囲:国内花王グループ

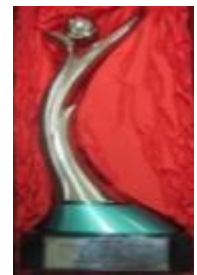
参考)「ISO 等認証取得一覧」

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

TOPICS 花王インドネシア、インドネシア環境省「PROPER」制度のグリーン表彰受賞

インドネシアでは国をあげて環境改善を進めるため、環境省が主要企業の環境活動の評価を行なう PROPER※という制度を実施しています。その結果は社会に公表され、環境大臣が表彰を行なっています。評価結果は 5 つの色で 5 段階に示されます。花王インドネシアは上から 2 番目のグリーン(優良)表彰をめざして、2010 年から活動を開始し、3 年目にして取得することができました。

グリーン表彰を受賞するには、環境基準を 100% 満たし、良好な CSR 活動を 3 年以上継続していることが条件となっています。花王インドネシアでは、他社に先駆けて洗剤を無リン化したほか、ISO14000 の取得と継続、省エネ・省資源活動、廃棄物削減などの取り組みを行なってきました。また、近隣の学校に加え街の緑化活動や、生ごみ破砕機の設置、幼稚園への手洗い指導等も継続して行なっています。これらの取り組みが総合的に評価されての受賞であり、インドネシアの主要企業、約 1,300 社の環境活動レベル評価で上位約 10% 以内となりました。2013 年末にはカラワンの第 2 工場も完成します。新工場もあわせて、地域に開かれたエコファクトリー化を進め、3 年後には最上位のゴールド表彰受賞をめざし、さらに取り組みを進めていきます。



グリーン表彰のトロフィー

※ PROPER(Performance Level Evaluation Program)

インドネシア環境省が実施する、主要企業における大気・水質保全、有害廃棄物管理などの環境活動を 5 段階で評価する制度。5 段階はゴールド(最高)、グリーン(優良)、ブルー(良)、レッド(不良)、ブラック(最悪)で表現される。

お客さま(消費者)をもっともよく知る企業に

お客さま(消費者)をもっともよく知る企業に

ユニバーサルデザインの取り組み



多様な消費者に配慮し、誰にでも使いやすい「人にやさしいモノづくり」を推進すると同時に、製品を通じて人と人、人と社会をつなぐことができる「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。また、消費者の多様性に配慮した情報発信にも努めています。

消費者とのコミュニケーション



電話、E-mail、対面でのコミュニケーションなどを通して、製品の改良やサービスの向上をめざすとともに、必要とされる生活情報を提供することで、豊かな生活文化の実現とサステナビリティ(持続可能性)に貢献します。

ユニバーサルデザインの取り組み

ユニバーサルデザインの取り組み

多様な消費者に配慮し、誰にでも使いやすい「人にやさしいモノづくり」を推進すると同時に、製品を通じて人と人、人と社会をつなぐことができる「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。また、消費者の多様性に配慮した情報発信にも努めています。

方針 / 目標 / 体制

花王の“よきモノづくり”の基本は消費者起点であり、常に「誰にでも使いやすい」製品をお届けすることを考えて事業を行ってきました。近年、高齢化や男性の家事・育児参加など、人口構成や生活スタイルの変化により、花王が提供する日用品・消費財を利用される消費者像も多様化しています。また、日本だけでなく、グローバルにビジネスを展開していくうえで、多様な価値観や文化を持つ世界各国の人々に対して「誰にでも使いやすい」製品の提供は非常に重要であると考えています。

花王は、この思想をさらに社内で共有・浸透させるため、2010年12月、関連部門の担当者が全社横断的に参加する「コンシューマープロダクツユニバーサルデザイン推進プロジェクト」を発足させました。プロジェクトではユニバーサルデザインに関して、花王の製品が抱えている課題やそれに対する取り組み状況を各部門間で共有するとともに、実際に多様な消費者の現場を訪問して、人々が何を思い、何を感じているのかを直接うかがいました。その結果をもとに議論を深め、花王ユニバーサルデザイン指針を策定しました。

■ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制



■花王ユニバーサルデザイン指針

人にやさしいモノづくり

多様なお客さまに、ふつうにわかりやすく、ふつうに使いやすく安心して使っていただけることをめざします。

「うれしい」をかたちにするモノづくり

毎日お使いいただく製品だからこそ、使うことの先にある“うれしさ”や“感動”を創りだしていくことに努めてまいります。

人や社会とつながるモノづくり

豊かな生活体験を提供していくことで、人と製品の関係性の中だけでなく、人と人、人と社会の関係性の中に価値を広げてまいります。

花王ユニバーサルデザイン指針では、消費者の多様性に配慮して「接しやすさ」「安全」「使いやすさ」などの視点から、人にやさしく、うれしいと感じていただけるモノづくりを推進しています。また同時に、人や社会との関係性に着目し、人と人、人と社会をつなぐことができるモノづくりを通じて、すべての人々に豊かな暮らしを実感していただく、ソーシャルインクルージョンをめざしています。

花王では、イントラネットなどを利用して指針の社内浸透を図るとともに、指針に沿って製品の改良や情報発信方法の改善を進めています。その一環として、特にシニア向け事業の商品開発を事業部横断で進めるため、2012年にアクティブシニア事業センターを設置しました。

TOPICS 「第4回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2012 in 福岡」事業戦略部門 金賞を受賞

花王は、国際ユニヴァーサルデザイン協議会 (IAUD) が主催する「第4回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2012 in 福岡」の「IAUD アワード 2012」において「事業戦略部門 金賞」を受賞しました。IAUD は年齢、国籍、障がいの有無などを問わず、一人でも多くの方が使いやすいデザインの普及を推進する団体で、2010年から、ユニバーサルデザイン社会の実現に向けて、特に優れた活動や提案を行なう団体や個人を表彰しています。今回、花王は「シャンプーとリンスの識別のためのきざみ」や「字幕付きテレビコマーシャル」に代表されるような、幅広い消費者に配慮した「よきモノづくり」を長年行なってきた点が高く評価され受賞しました。

花王は、同会議への出展も行ない、展示ブースでは、識別性や使いやすさなどにきめ細かく配慮した商品に実際に触れて実感していただいたり、加齢などにより聴力が低下した際の「字幕付きテレビコマーシャル」の有用性を体験していただいたりしました。



IAUD アワード 2012 表彰式



多くの方に来場いただいた花王ブース

国内花王グループ

お客さまからの声をフィードバックし、製品改良につながった最近の事例を紹介します。

改善事例 1. つめかえ用製品の注ぎ口改良

柔軟剤や液体洗剤のつめかえ作業において、できるだけこぼさずに作業ができるよう、パウチ注ぎ口付近に切り欠きを設け、パウチの注ぎ口がボトルの口に安定して固定されるようにしました。また、固定する箇所が一目でわかるように、色で目印もつけています。さらに、シャンプーやコンディショナー、ボディークリームなどのつめかえ用パウチの注ぎ口の形状も本体容器の口にピッタリとはまるよう設計し、つめかえの最後に中身を絞り出す際にも、外れにくいよう工夫をしました。



パウチ注ぎ口付近に切り欠きを設けたことで、パウチの注ぎ口がボトルの口に安定して固定。固定する箇所は色で目印をつけています。

改善事例 2. ヘアカラー容器上の表示改良

「ブローネ 泡カラー」は、2つの液を混合して使用するため、使用方法を読んで正しくお使いいただく必要があります。そこで、ボトルの曲面にも貼れる特殊なラベルを開発することで、表示面積を約2倍にしました。これにより、使用上の注意などの文字が大きく読みやすくなりました。また、お問い合わせが多かった、強く振りすぎでうまく泡にならないケースをイラストで表示し、正しく使っていただけるよう配慮しました。



左: 従来品
右: 表示面積が約2倍になった新製品

改善事例 3. 大人用おむつのパッケージ表示の改良

大人用おむつのパッケージに商品の対象者をイラストと文章で表示し、対象者をわかりやすくしました。間違いやすい商品のサイズも、Mサイズはピンク、Lサイズは青と色を変えて見やすく表示し、文字の書体にはUDフォントを採用しました。さらに、次回購入時に同じ商品を購入しやすいよう、パッケージ上部に、切り抜いて販売店に持っていくための、商品名やサイズなどの書かれた製品のパッケージイラストつき情報も入れています。



国内花王グループ

字幕付きテレビコマーシャル

テレビのデジタル化によりほとんどの番組は字幕表示ができるようになりましたが、放送時間の約 2 割を占めるテレビコマーシャルにおいては、まだ試みが始まったばかりであり、花王は、その字幕化の推進に取り組んでいます。字幕付きテレビコマーシャルは、聴覚に障がいのある方に製品の情報を伝えるだけでなく、テレビコマーシャルの内容がわかることで家族や友人との共通の話題を提供するなど、社会とのつながりを強化する役割も果たします。そのほかにも、高齢で聞こえにくい方や、公共施設内での視聴など、さまざまな生活環境において必要とされるサービスです。

放送にあたっては、聴覚に障がいのある方とご家族へのヒアリング、関連団体へのアンケート等を実施して、伝わりやすい字幕表示を研究し、ガイドラインを作成しました。また、実際に複数のテレビ局において提供番組の中で放映しています。

今後も、花王は誰にでもわかりやすく情報を伝える手段として、字幕付きテレビコマーシャルの導入に積極的に取り組んでいきます。

国内花王グループ

高齢者にも配慮した売場づくりと売り方の工夫

製品を購入いただく店頭においても、より買いやすい売場づくりのための取り組みを行なっています。特に 2011 年度からは、高齢者にも対応した売場づくりと売り方の工夫を販売店と進めています。店頭で高齢者の買物行動を調査し、見やすい棚の高さ・場所を測定して、その棚に高齢者の購入頻度の高い商品を陳列しました。また、店頭のショーカードや情報ボードの文字・フォントの大きさや形状についても改善を行ない、その売場を「ユニバーサル対応型売場」として、住居用洗剤を中心に多くの販売店と協働して展開しました。「大変見やすく買いやすくなった」との声を数多くいただいているだけでなく、多くの販売店の売り上げ拡大や、購入経験率の拡大にもつながっています。



住居用洗剤の「ユニバーサル対応型売場」

国内花王グループ

商品の識別用の点字シール

視覚障がいのある方が似たような形状の容器の識別がつきやすくなるよう、容器貼付用の点字シールを準備し、ご希望の方に提供しています。点字に加え、白地に大きな墨字の印字もあり、視覚障がいのある方だけではなく、高齢者にも幅広くご利用いただいています。

家庭品では「全身洗淨料」、「シャンプー」、「リンス」、「洗顔」、「メイク落とし」、「ハミガキ」、「トイレ」、「お風呂」、「塩素系」などのシールがあります。化粧品では、製品の種類別、使用場面別、悩み別や、口紅等の色の区別に使えるシールを用意しています。



点字シールの使用例(化粧品)



点字シール(家庭品用)

国内花王グループ

音声読み上げソフトに配慮した製品カタログサイト

成分や使い方を紹介する製品カタログサイトのページでは、音声読み上げソフトを利用することに配慮し、図や表にも聞いてわかる説明文を加えています。

洗濯機 水30Lに10g (10ml)

一般タイプの洗たく機の場合

水量 65L ⇒ キャップ 1杯 (24g)

水量 55L ⇒ キャップ 0.8杯 (上の目盛り・20g)

水量 45L ⇒ キャップ 0.6杯 (太い部分の真ん中・16g)

水量 30L ⇒ キャップ 0.4杯 (下の目盛り・10g)

ドラム式洗たく機の場合

洗たく物量 6.0kg ⇒ キャップ 1杯 (24g)

洗たく物量 5.0kg ⇒ キャップ 0.8杯 (上の目盛り・20g)

洗たく物量 4.0kg ⇒ キャップ 0.6杯 (太い部分の真ん中・16g)

洗たく物量 2.0kg ⇒ キャップ 0.4杯 (下の目盛り・10g)

ドラム式 洗たく物量の 目安	一般タイプ 水量の 目安	使用量の目安	
		(キャップの目安)	1g=約1ml
6.0 kg	65 L	1 杯 (24 g)	
5.0 kg	55 L	0.8 杯 (20 g)	
4.0 kg	45 L	0.6 杯 (16 g)	
2.0 kg	30 L	0.4 杯 (10 g)	

製品カタログ: 表を文章化した例

表の内容を文章化(文章が読み上げられる)

国内花王グループ

日本点字図書館が発行する音声情報誌への情報提供

花王は、社会福祉法人 日本点字図書館が毎月発行する会員向け音声情報誌「ホームライフ」に生活情報を提供しており、6,500 名以上の会員に利用いただいています。2012 年 6 月には、クールビズや家庭でできる省エネ方法、紫外線対策などを、12 月には、年末の大掃除やお正月の後片付けなどの生活情報を、社員がナレーターとなって録音した音声情報で提供しました。



花王社員がナレーターとなって生活情報を提供

消費者とのコミュニケーション

消費者とのコミュニケーション

電話、E-mail、対面でのコミュニケーションなどを通して、製品の改良やサービスの向上をめざすとともに、必要とされる生活情報を提供することで、豊かな生活文化の実現とサステナビリティ(持続可能性)に貢献します。

方針

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」としての思いや生活習慣といった実際の場面までくみ取りながら、ご相談いただいた方々のお役にたてるよう「正確・迅速・親切」をモットーに対応することをめざしています。

目標

花王は、消費者からいただくご相談・ご意見に真摯に耳を傾け、きめ細かなコミュニケーションを図ることを通じて、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、多様な啓発活動を実施するとともに、2010年度からは、学校の授業カリキュラムに連動させた環境講座や手洗い講座、おそうじ講座などの出張授業を主体とした学校教育支援活動にも注力しています。これからも、多くの消費者の皆さま方と直接触れ合う機会を広げていきます。

体制

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、5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その改良履歴から生活情報に至るまで、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、相談のあった翌朝には全社で閲覧・共有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、品質向上活動などに活かしています。

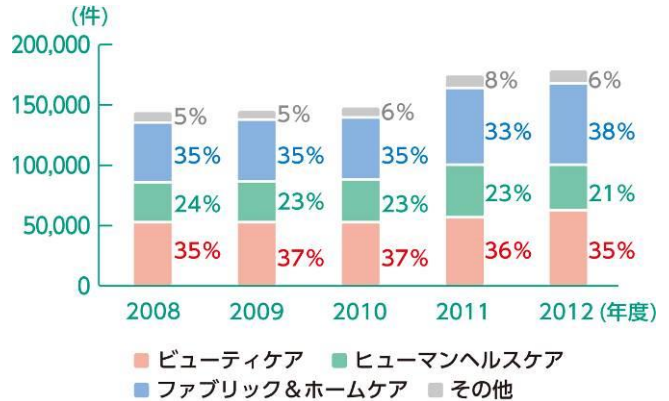
■消費者の声を製品に活かすしくみ



2012年度に電話やメールなどで寄せられた相談件数

約 17 万 6,000 件
(前年度比 101%)

■消費者相談件数の推移(花王+ニベア花王)



※ 2012年度は決算期変更により9カ月(4-12月)のため、1-3月を重複し、2012年1月-12月で集計しています。

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、きめ細かくタイムリーな情報発信を行なっています。近年、特に注力しているのは、個々の製品に記載されている表示情報をウェブサイトで公開することです。

製品カタログサイトでは、成分や使い方、使用上の注意などを公開することで、消費者のご要望に合った製品選びをサポートしています。特に製品を改良して発売する際は、ご愛用者のために改良点を明記するようにしています。また、視覚障がいのある方が音声読み上げソフトを利用することに配慮し、図や表にも聞いてわかる説明文を加えています。

消費者の安全・安心を守ることに重点を置いており、ヘアカラー使用前の皮膚アレルギー試験(パッチテスト)の重要性や、エアゾール製品の取り扱い上の注意、製品の誤飲・誤食などに対する応急処置方法などの情報もウェブサイトで公開しています。

これらの情報は携帯機器で見られるモバイルサイトでも同時に公開しています。

お問い合わせ:

お客さまの問い合わせ窓口のサイトで、各種お問い合わせ先を掲載しています。また、その時々で多く寄せられる問い合わせ内容をトピックス的に掲載したり、Q&A サイトのバナーを掲載したりするなど、お客さまの疑問をウェブ上で解決に導くようにしています。2012年11月~12月には、ノロウイルスによる食中毒が増加したため、感染予防対策に関連したQ&Aの閲覧数が急増しました。



お問い合わせ

PC版: <http://www.kao.com/jp/soudan/>

モバイル版: <http://m.kao.com/jp/soudan>

花王サステナビリティレポート2013

製品 Q&A:

お客さまから多く寄せられる問い合わせに対する回答集です。

2012 年度は、ヘアカラーによる皮膚アレルギーの予防情報をより詳細な内容にブラッシュアップし、ヘアカラー工業会のウェブサイトともリンクするなど、情報の充実を図っています。

製品カタログサイトにもリンクしており、製品表示より、さらに詳しい情報を知りたい場合の情報データベースになっています。

製品 Q&A

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



製品 Q&A の例

製品カタログ:

花王の家庭品カタログサイトです。パッケージに記載している情報は、お客さまに届けるべき情報が最も簡潔にまとまっているため、約 1,100 アイテムのパッケージ表示情報を順次掲載しています。

ヘアカラーやエアゾール製品の注意事項の Q&A や、製品を誤食した際の応急処置方法をまとめた「応急処置 SOS」等ともリンクしており、安心してお使いいただけるよう配慮しています。

また、ファブリック&ホームケア製品では、業界団体と連携して、製品表示よりもさらに詳しい成分情報も公開しています。香りが重視される柔軟剤では、香りの強さ一覧の Q&A とリンクして、お客さまのニーズにお応えしています。

新製品のご案内だけでなく、製造終了品についても終了 2 カ月前に案内文を掲載しています。



製品カタログの例

製品カタログ

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

製造終了品のご案内:

製造終了後も、愛用されていたお客さまからの問い合わせが長く続く製品があります。それらの製品をまとめて公開し、お客さまに情報提供しています。製品カタログのフォロー版です。

製造終了品のご案内

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



製造終了品のご案内の例

国内花王グループ

さまざまな交流活動

花王は、さまざまなステークホルダーとのかかわりの中で、消費者との交流により相互理解を深める活動は特に重要であると認識し、主要な消費者団体、消費者行政、各地の消費生活センターを訪問し、情報交換を行なっています。また、消費者団体の皆さまを工場やミュージアムにお招きし、意見交換会を開催しています。さらに、NPO や行政からの要請に基づき、各種の消費者向けイベントに参加しています。2012 年度も、行政機関主催の各種セミナーや消費者啓発のイベント(東京都主催「くらしフェスタ東京 2012」、墨田区主催「すみだ消費生活展 2012」など)に出展しています。

今後も社会に貢献できる活動を継続していきます。



くらしフェスタ東京 2012



すみだ消費生活展 2012

グローバル

消費者対応活動をグローバルに推進

日本国内で培ってきた消費者対応のスキルを、海外のグループ会社の活動にも活かしています。2005 年からは、アジアのグループ会社 9 社の担当者が一堂に会し、消費者対応のスキル向上と相談情報の共有を図り、親切で的確な対応につなげています。2009 年には、各国の相談対応の支援強化を図るため、日本のエコシステムの機能をシンプルにした新システム(グローバルエコ-)の導入を推進しており、消費者対応の迅速化につなげるとともに、各国の連携強化を図っています。

商品もグローバルな販売展開が進められているため、グローバルエコシステムの導入は海外グループ会社の消費者対応力向上に役立っています。

品質保証の取り組み

品質保証の取り組み

消費者・顧客起点の“よきモノづくり”の精神に基づき、消費者・顧客と感動を共有できる商品をご提供するために、開発から生産、物流、販売までのすべての段階において、厳しい基準やルールを定め品質を管理しています。

方針

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なっています。

詳細は「品質保証活動の基本方針」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_00.html

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

花王は、全社的な品質保証体制の信頼性と有効性を確認するために、品質保証委員会を開催しています。品質保証委員会は「内部統制委員会」を構成する委員会のひとつで、品質保証本部の担当役員を委員長として、事業部門、消費者部門、研究、生産、購買などの関係各部門から選任された品質保証委員が参加し、品質に関わる全社的な重要方針・施策を決定します。

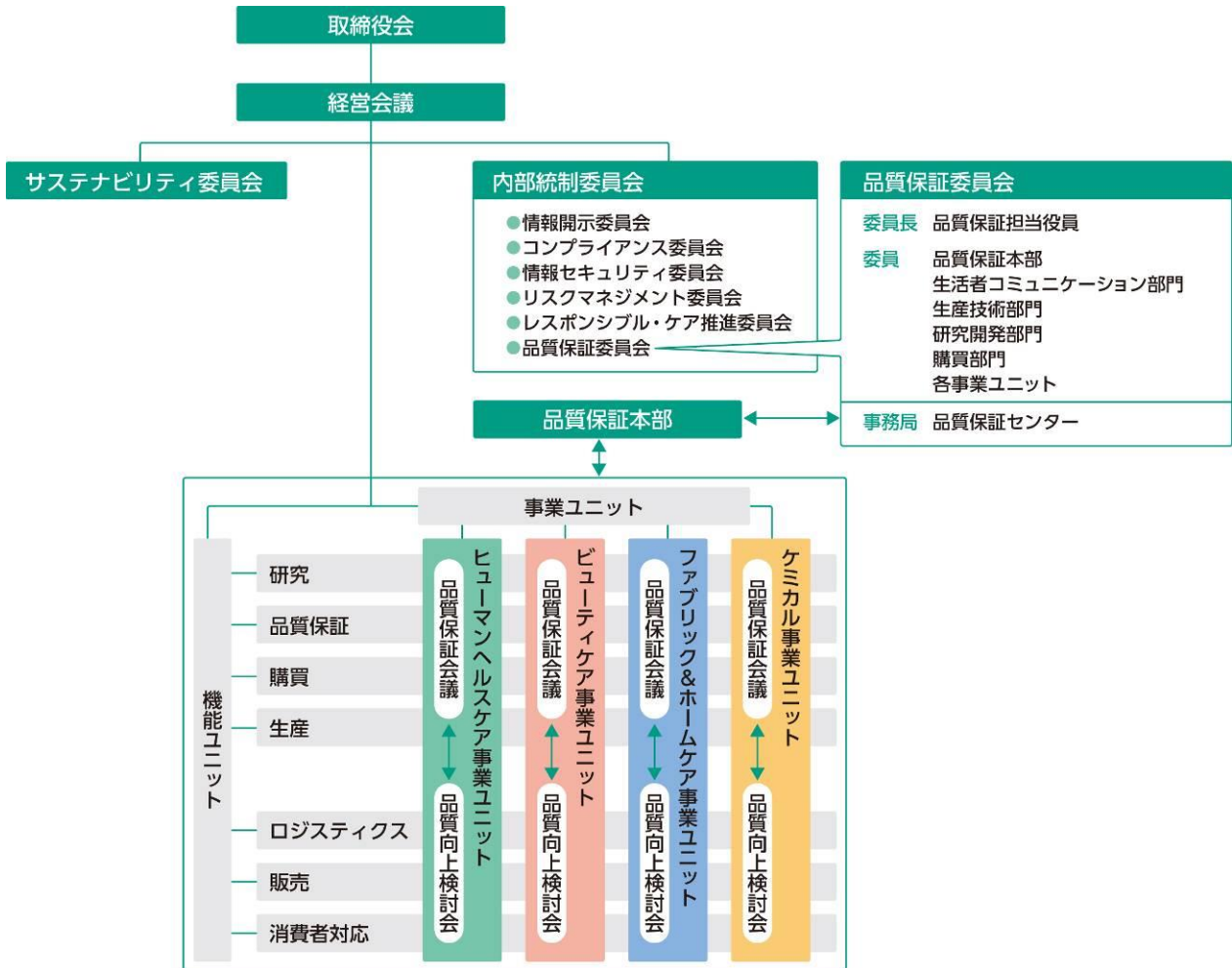
品質保証委員会の方針を受けて 4 つの事業ユニットごとに、「品質保証会議」を開催して、各事業ユニット別に品質保証方針や品質課題、品質保証活動の進捗などを確認しています。

さらに毎月の活動として各事業ユニットごとに「品質向上検討会」を開催し、新製品や改良品の品質確認や発売後の品質向上について検討し実行しています。

なお、どの会議にも事業ユニットとコーポレート部門が参加し、事業・コーポレートの双方の視点から議論するマトリックス運営を推進しています。品質保証本部がこれらの品質保証活動全体の推進と統括をしています。

花王は、日々“よきモノづくり”に努めていますが、予期せぬ事故やトラブル、事件性のある品質問題が発生する可能性はあります。そうした事態に備えて、消費者、外部機関・団体、流通からの情報を生活者コミュニケーションセンターが収集し、消費者視点で緊急・重大性のある品質トラブルは品質保証本部に緊急連絡するしくみを構築しています。また、品質保証本部では、危害性と拡大性を迅速に判断し、緊急・重大品質トラブルとして経営トップ、関連部門に連絡し、メーカーとしての社会的責任と品質責任、説明責任を明確かつ迅速に果たせるよう社内関連部門だけでなく、行政や関連機関、流通との連携も含めた体制の確立に努めています。

品質保証体制



グローバル

安全性の評価と保証体制

花王は、より豊かな生活文化の創造をめざし、最先端の技術開発により、高い商品価値の創造に取り組んでいます。その実現においては、花王が提供するすべての製品の安全性確保は何よりも重要な社会的責務と考えており、安全性情報、動物実験代替法、ヒトでの最終確認を基本とする安全性保証を行なっています。花王は、製品の人体に対する安全性、環境への影響について厳格な自社基準を設け、安全性研究部門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。

また、製品の成分・特性、用法、注意表示、広告表現に関しては間違いなく安全に使用できるよう、各担当部署が責任を持って確認します。新しい用途など新規性の高いものは、品質保証部門、消費者部門、研究開発部門等が連携し、お客さまが商品選びや使用の際にどのような問題が生じるかや、国や人種、環境によるリスクの違いなど、社会科学的視点も入れて協議しています。

グローバル

動物実験を代替する安全性評価方法の確立

花王ではすでに 1980 年代後半から現在に至るまで約 20 年にわたり、動物実験代替法の技術開発に積極的に取り組んできています。化粧品の研究開発を行なう花王(株)と(株)カネボウ化粧品は、動物実験代替法を活用しています。さらに技術を進展させる研究を行なっています。具体的には、皮ふ感作試験については、(株)資生堂と共同で開発した細胞を用いる試験法(h-CLAT)の検証研究が欧州の代替検証センターで2010年に開始され、2012年に終了、2012年12月現在査読の準備中です。また、細胞を用いた眼刺激性試験(STE 試験:短期間暴露試験)に関しては、日本での検証研究が終了し、2013年、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(Cosmetics Europe)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。

今後も国内外の業界団体、競合他社等とも共同し、代替法の技術開発の進展をめざし、グローバルな取り組みを積極的に進めていきます。

※ Cosmetics Europe(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

グローバル

消費者起点の品質保証活動

花王は、「品質を評価するのは消費者・顧客である」という消費者起点の考えを基本とする「品質保証活動の基本方針」を定め、品質保証本部が、品質保証体制を統括しています。また、研究から製品開発、生産、物流、販売、お客さまの使用、保管、廃棄に至る各段階で厳しい基準を定めて、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。

研究から製品開発では、研究開発部門や商品開発部門が製品の技術面や安定性の検討を、生産部門が実際の製造設備で設計通りの性能の製品が量産できるか等についての確認を行ないます。

商品包装容器や使用説明書などの表示・表現に関しては、「安全性」「法適合性」「わかりやすさ」などの観点で検証を行ない、検証にあたっては、確実性を考慮して、消費者相談や商標、薬事などに関係する部門すべてが製品ごとに承認するシステムを導入しています。消費者が店頭で商品を手にとって購入される際に、誤購入がないように商品内容が明確にわかりやすく表示されているか、また、ご家庭等で保管される際に問題がないか、最後まで使い切ることができるか、つめかえが容易にできるかなど、幅広い項目について検証を行ないます。

広告宣伝については、広告宣伝部門や商品開発部門、マーケティング部門などが参加する広告検討会を実施。さらに商談活動、店頭活動においても広告宣伝活動が適正に行なわれるよう、販売担当者に関連法の適正運用などを啓発しています。

国内花王グループ

品質課題総点検の実施

2012年度も引き続き、品質課題総点検を行ない、過去4年間のお客さまからの指摘を見直し、対応が不十分だった課題への対策を講じました。具体的には、ファブリックケア製品のすすぎ性の改善、柔軟剤や消臭剤などの香り製品の香り改善、浴槽用洗剤による浴槽栓劣化への対策を講じました。生産部門も、引き続き品質リスク総点検、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。

グローバル

品質保証監査／自己点検を実施

品質保証本部では、花王グループの品質保証にかかわる監査活動を把握するとともに、品質保証監査／自己点検を実施しています。また外部監査は、薬事法にかかわる製造業・販売業の許可更新、許可申請や製造業の監視に伴う各都道府県からの査察を受け、合格の審査結果を受けました。また、国内のほかアジアや欧米のグループ会社も、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、品質会議を行なっています。

国内花王グループ

食品事業における品質管理の徹底

花王の健康食品は、おいしく、より健康な生活習慣に貢献するために、脂質栄養代謝などの研究から生まれました。これらの製品がお客さまの健康に貢献できるよう、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、発売後も幾度も評価を重ねています。
2. 原料から製造に至る品質管理の徹底、海外で調達する基原原料※¹ から製品の出荷先までのトレーサビリティ※² 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、製造後一定期間を経過したものは出荷できないシステムになっています。

特定保健用食品ヘルシアシリーズについては、2011 年から実施中の原料茶葉の放射線検査に加えて、2012 年から食品衛生法の新基準値に対応した管理基準を策定し、ヘルシア製品全ロットの放射線検査を実施し、検査結果をウェブサイトに掲載しています。

※『エコナ』に関する詳細はこちらをご覧ください。

<http://www.kao.co.jp/econa/>

※¹ 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。

※² トレーサビリティ

製品や原料などの基原、使用、製造履歴、所在などを記録して把握すること。

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。



ヘルシア緑茶の製品情報ページ

製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み

製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み

お客さまと“いっしょに eco”～環境に配慮した製品の開発～



製品のライフサイクル全体を通じて環境負荷を低減するため、さまざまなステークホルダーの方と共に実行できる“いっしょに eco”活動を推進しています。

製品ライフサイクルと環境負荷



花王では製品のライフサイクル全体を通して資源をムダなく使用するとともに、さらなる省資源・省エネルギーを実現する技術を追求しています。

実績と目標



3つの重点推進項目「地球温暖化防止」「廃棄物削減」「CSR 調達」の目標達成に努めています。

地球温暖化防止



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。

化学物質の適正管理



花王は、SAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って、積極的に化学物質の適正管理を推進しています。

廃棄物の適正管理



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。

水・土壌への対応



花王の事業活動は水と密接に関連しており、水は貴重な資源の一つと認識しています。水使用量を減らしつつ、自然に還す際の環境負荷が少なくなるよう努めています。

生物多様性への対応



花王は、生物多様性の恵みによって事業が支えられていることを認識し、事業活動と社会活動の両面において生物多様性の保全を推進します。

環境コミュニケーション



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皆さまの声を経営に取り入れ、環境活動をブラッシュアップしています。

環境会計



花王は、環境への取り組みを効率的かつ効果的に推進するために、環境保全活動にかかる費用とその効果を数値化しています。

お客さまと“いっしょに eco”～環境に配慮した製品の開発～

お客さまと“いっしょに eco”～環境に配慮した製品の開発～

製品のライフサイクル全体を通じて環境負荷を低減するため、さまざまなステークホルダーの方と共に実行できる“いっしょに eco”活動を推進しています。

目 標

「花王 環境宣言」の考え方

花王は 2009 年に「花王環境宣言」を発表、2020 年に向けた中期目標を設定し、その達成に向けて取り組みを進めています。原材料調達・生産・物流・販売・使用・廃棄までの、製品のライフサイクル全体において環境負荷を低減するため、お客さま、ビジネスパートナー、社会といったさまざまなステークホルダーの方々とともに取り組む、3 つの“いっしょに eco”を推進しています。

なお、4 つの中期目標のうち、化学物質の管理と生物多様性の保全については、こちらのページで詳しく紹介しています。

[>P66「製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み」](#)

[>「化学物質の適正管理」](#)

[>P75「製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み」](#)

[>「生物多様性への対応」](#)

「花王環境宣言」2020 年中期目標

- 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)
- 水
製品使用時の水 30%削減 [国内]
(売上高原単位、2005 年基準)
- 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。
- 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。

中期目標の達成に向けて、環境戦略推進委員会が中心になり活動を推進しています。

国内花王グループ

1. CO₂

●製品ライフサイクル全体を通じた CO₂ 排出量の削減

CO₂ 排出量については、2020 年までに国内の消費者向け製品で 35%削減(売上高原単位、2005 年基準)をめざしています。2012 年は、17%の削減となりました。CO₂ 排出量削減に向けて原材料調達・生産・物流・販売・使用・廃棄など、製品のライフサイクル全体でさまざまな取り組みを行なっています。

※ 製品ライフサイクルを通じた CO₂ 排出量は、製品 1 個当たりの製品ライフサイクル(ただし、生産工程、物流工程を除く)を通じた CO₂ 排出量に当該製品の年間の売上個数を乗じて算定した値に、自社の生産工程、物流工程を通じた CO₂ 排出量の実績値を集計したものです。ただし、産業界向け製品の使用および廃棄に関する CO₂ 排出量を除いたものです。

※ 2011 年までは 4-3 月で集計。2012 年は決算期変更により、1-12 月の集計としています。

2012 年 1-3 月が重複しています。

※ 一部データを見直し、2005 年までさかのぼって修正しています。

■製品ライフサイクルにおける CO₂ 排出量推移★



● 容器包装の取り組み

容器包装の分野では、より環境負荷の少ない商品開発をめざし、リデュース(削減)、リニューアブル(再生可能)、リユース(再利用)、リサイクル(再資源化)の4Rの視点から技術開発に取り組んでいます。

リデュースでは、ボトルの薄肉化など徹底した軽量化を基本とし、製品の濃縮によるコンパクト化など、小型化による包装材料の使用量削減を進めています。

リニューアブルでは、ポリ乳酸やバイオポリエチレンなど再生可能な植物を原料とした素材を導入し、石油由来の樹脂からの転換を図っています。

リユースでは、ボトルなどの製品容器を繰り返してお使いいただけるよう、つめかえ・つけかえ用商品の開発を積極的に推進しています。

リサイクルでは、再生紙や再生樹脂等の再生材料の導入・活用を積極的に推進しています。

コンシューマープロダクツ事業では、2009年より容器包装由来のCO₂を削減する取り組みを進めています。全製品の容器包装を見直しプラスチック使用量の少ない包装に変更、紙などCO₂排出量の少ない素材への切り替え、つめかえ・つけかえ用製品の品目を洗顔料のような比較的小容量の製品にも拡大するなどの取り組みを実施してきました。また段ボールの紙の使用量削減により、年間約5,000トンのCO₂削減をめざしています。化粧水のつめかえ用製品の発売、口紅の外包材をプラスチックから紙へ変更するなどの取り組みも行なっています。

これらの活動の結果、容器包装由来CO₂を2013年に10%削減(2008年度比)の目標に対して、2012年12月末までに約6%削減しました。

■ 容器包装材料使用量の推移

(単位/トン)

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
プラスチック	55,000	56,500	53,600	53,100	54,300
紙	21,600	21,300	19,300	17,900	17,400
段ボール	71,700	70,600	70,500	69,300	69,700
その他	2,700	2,300	2,000	2,000	1,900
合計	151,000	150,700	145,400	142,300	143,300

※ 集計範囲:花王(株)

※ 2011年までは4-3月で集計。2012年は決算期変更により、1-12月の集計としています。2012年1-3月が重複しています。

TOPICS 粉末タイプの衣料用洗剤にもつめかえ用を発売

2013年4月、花王は粉末タイプの衣料用洗剤「アタック高活性バイオEX つめかえパック」を発売しました。箱とスプーンを再利用することで、本体と比べて容器のCO₂排出量は約60%削減、ごみの重量は約90%削減できます。環境への負荷削減だけでなく、袋ごと箱に入れるのでつめかえやすく、つめかえ時に粉が飛び散らないという、新しい発想による提案です。



アタック高活性バイオEX つめかえパック



箱とスプーンを再利用することで、本体と比べて、ごみ重量を約90%削減

TOPICS

2012 日本パッケージングコンテストでクイックルワイパーが日用品・雑貨部門賞を受賞

優れたパッケージとその技術を開発普及することを目的として公益社団法人日本包装技術協会が主催する「2012 日本パッケージングコンテスト」において、クイックルワイパーが「日用品・雑貨部門賞」を受賞しました。材質変更とコンパクト化により、従来包装に比べて CO₂ 排出量を約 40%削減し、廃棄の際には紙とプラスチックに分別しやすくなっています。同時に大きな透明窓により、店頭で製品特長を理解しやすいパッケージであり、ワンタッチで開封できる大型ツマミを採用して開けやすさに配慮しました。



クイックルワイパー

国内花王グループ

2.製品使用時の水

花王では、節水型製品の開発を通じて水の使用量を削減することをめざし、2020 年までに国内の消費者向け製品で製品使用時の水使用量 30%削減(売上高原単位、2005 年基準)を目標としています。2012 年は 20%の削減となりました。

節水型製品としては、超濃縮技術によりすすぎが 1 回ですみ、節水だけでなく節電や時短にもつながる衣料用濃縮液体洗剤「アタック Neo」を 2009 年に発売。その後、「アタック Neo バイオ EX パワー」「アタック Neo 抗菌 EX パワー」「ふんわりニュービーズ Neo」などシリーズの充実を図っています。また泡切れがよい洗浄成分を採用した「メリットシャンプー」は、従来品よりすすぎ水を約 20%削減できることを店頭などでご紹介するとともに、より少ない水でシャンプーできる「エコシャンプー術」の啓発も行なっています。



アタック Neo バイオ EX パワー

「エコシャンプー術」

<http://www.kao.co.jp/merit/eco/>

■製品使用時の水使用量の推移★



※ 製品使用時の水使用量は、消費者向け製品 1 個当たりの製品使用時の水使用量に、当該製品の年間の売上個数を乗じて算定した値を集計したものです。
 ※ 2011 年までは 4-3 月で集計。2012 年は決算期変更により、1-12 月の集計としています。2012 年 1-3 月が重複しています。

TOPICS 中国政府機関と共同で節水キャンペーンを実施

近年、中国では水資源の不足が深刻な社会問題の一つとなっています。花王(中国)は2012年、2013年と継続して中国環境保護部宣伝教育センターと共同で「中国清潔・節水全国運動」を実施しました。

この活動は、中国の全家庭に「一世帯一年間一万リットルの節水」を呼びかけるもので、節水の大切さを喚起したい中国政府と、洗たくのすすぎにかかる回数や時間を軽減し節水に貢献できる衣料用液体洗剤「アタック瞬清」を中国で発売するなど、お客さまといっしょにできるエコ活動を推進している花王の考えが一致し、実現したものです。

2012年には3月に北京と上海、4月に成都と3都市でそれぞれ2日間ずつ、また2013年も同じく3月に北京、4月に広州、上海と3都市でそれぞれ2日間ずつ、節水や水の大切さを紹介するイベントを開催しました。2012年は約5万人、2013年は約10万人のお客さまが来場され、パネル展示や親子で参加できるゲーム、花王国際こども環境絵画コンテストの作品展示、そして「アタック瞬清」の実演などを通して、節水に関する知識を楽しく、またわかりやすく学んでもらいました。イベントは学生ボランティアと社員ボランティアが協力して設営に当たりました。来場した参加者からは「家庭の中でも節水できることがたくさんあることがよくわかった。自分たちも節水のためにぜひ貢献したい」という声が多く聞かれました。

花王ではこうした活動を通じて、製品だけでなく日常生活の清潔、節水活動を推進し、中国社会における「エコな生活文化」の実現に貢献していきたいと考えています。



北京で行なわれた2013年節水キャンペーンの開幕式



節水知識を真剣に学んでいるお客さま

花王サステナビリティレポート2013

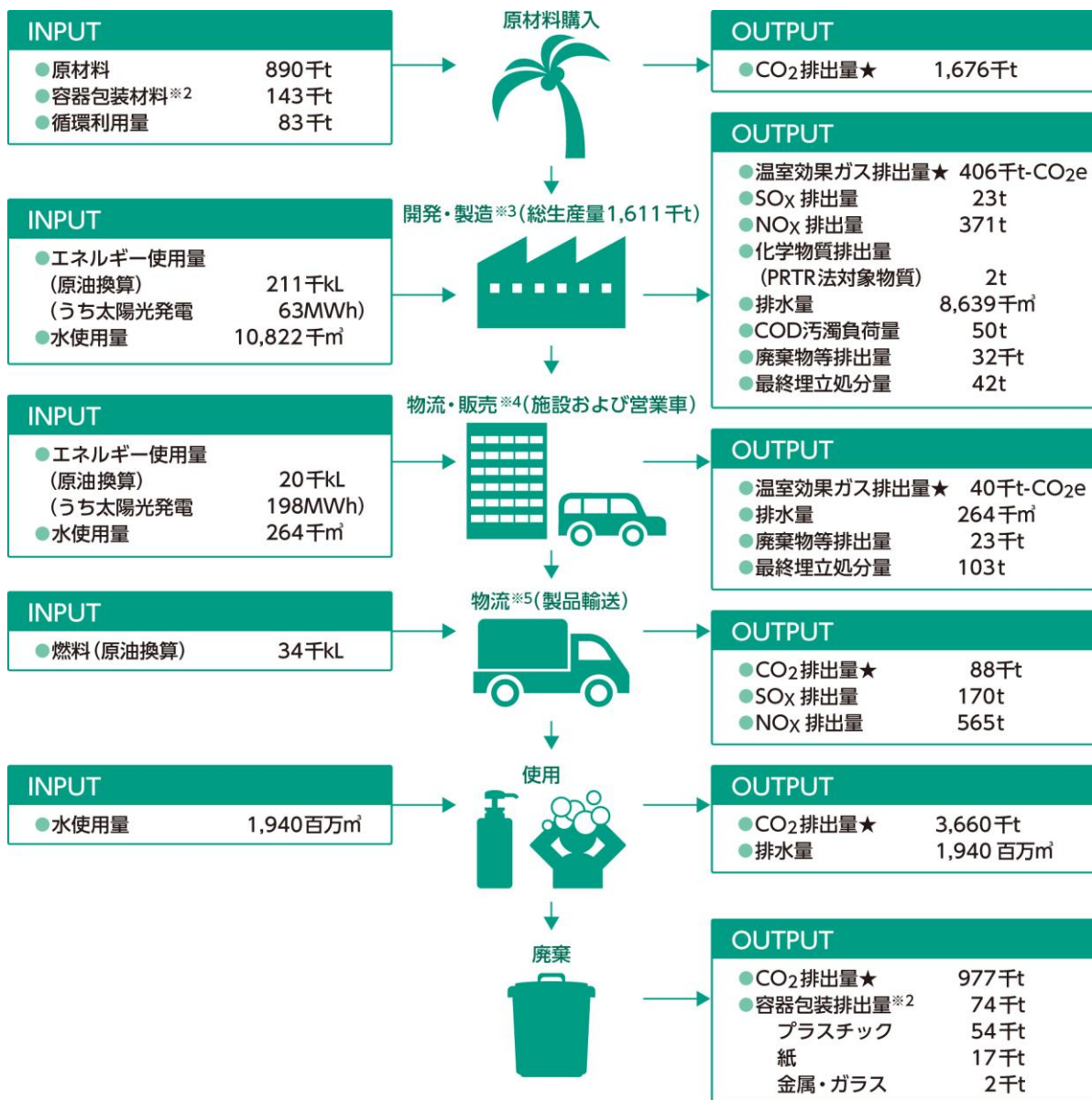
製品ライフサイクルと環境負荷

製品ライフサイクルと環境負荷

花王では製品のライフサイクル全体を通して資源をムダなく使用するとともに、さらなる省資源・省エネルギーを実現する技術を追求しています。

国内花王グループ

2012年事業活動と環境負荷(国内花王グループ)^{※1}



※1 集計期間は2012年1-12月。

※2 集計範囲は花王(株)。

※3 国内花王グループの全生産事業場が対象。

※4 国内花王グループの全非生産事業場(研修所、寮等を含む)が対象。

※5 消費者向け製品と、工業用製品および原材料その他の輸送が対象。

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の量(段ボールを含む)

▼循環利用量

生産および研究活動により発生した廃棄物等のうち、
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および自動車
(営業用)で使用したエネルギー量

▼燃料[物流(製品輸送)]

消費者向け製品と工業用製品および原材料その他の輸送量で使
用したエネルギー量

▼水使用量

工業用水、上水、井戸水、雨水の使用量

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(CO₂換算値)

▼SO_x 排出量

各ばい煙発生施設および輸送からの排出量

▼NO_x 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
消費者向け製品使用に伴い排出された量

▼COD 汚濁負荷量

排水中の COD 汚濁負荷量

▼廃棄物等排出量、最終埋立処分量

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埋立処分量

▼CO₂ 排出量

原材料の製造、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材の量(段ボールは含まない)

実績と目標

実績と目標

3つの重点推進項目「地球温暖化防止」「廃棄物削減」「CSR 調達」の目標達成に努めています。

目 標

国内花王グループ

2012年の実績と今後の目標(RC 活動項目)

2015年目標をバックキャストして策定した2012年目標に対して活動しました。

●2012年実績

温室効果ガス排出量は、1990年度比20%削減となり、目標の16%削減、京都議定書での国の削減目標(6%削減)についてはクリアしました。ただし、生産事業場における原単位指数は、購入電力の排出係数の悪化や付加価値生産高の減少等により目標46%削減に対し45%削減にとどまりました。

廃棄物削減に関しては、発生量削減目標、最終埋立処分量削減目標ともに、目標をクリアすることができました。特にゼロエミッション(最終埋立処分率)については、活動を全社に広げており、全社評価では2011年度の0.12%から0.10%となり2020年の全社目標0.1%以下をすでに達成することができました。今後はこのレベルを維持していくように活動を推進していきます。

■環境目標と実績(2012年)*1

項目	指標		対象部門	2012年目標		2012年実績	
地球温暖化防止 (温室効果ガス排出量)	排出量**2(90年度比)		生産事業場	▲16%	排出量 16%削減	▲22%	排出量 20%削減
			本社・販売・物流拠点 (施設および営業車)	▲17%		▲19%	
	原単位(90年度比)		生産事業場(付加価値 原単位**3)	▲46%		▲45%	
			製品輸送(売上重量原 単位**4)	▲17%		▲20%	
廃棄物削減	発生量	原単位**5 (05年度比)	生産事業場・物流拠点	≤▲11%		▲15%	
		発生量 (09年度比)	本社・販売拠点等	≤▲12%		▲12%	
	最終埋立処分量**6		生産事業場・物流拠点	ゼロエミッション (最終埋立処分率**7 0.1%以下)		0.06%	
			本社・販売拠点等	≤199トン		84トン	
CSR 調達**8	グリーン調達比率		花王(株)	100%	95% (花王グループと しての目標)	99%	98%
			カネボウ化粧品(株)	調査対象 拡大		原材料メー カーにまで 拡大	

*1 集計期間

2012年1月1日～12月31日(決算期変更により期間変更。1月～3月の実績が2011年度と重なっています)。

*2 排出量

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。

花王のゼロエミッション目標値

最終処分場に埋め立てることになった量が廃棄物等発生量の0.1%以下になれば、ゼロエミッション達成となります。

(最終埋立処分量÷廃棄物等発生量×100=最終埋立処分率…0.1%以下がゼロエミッション達成)

花王サステナビリティレポート2013

※3 付加価値原単位

付加価値生産高当たりの温室効果ガス排出量。付加価値生産高とは売価ベースでの生産高から製造変動費を除いた金額。

※4 売上重量原単位

売上重量当たりの製品輸送に伴う温室効果ガス排出量。

※5 発生量原単位

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。

※6 最終埋立処分量

廃棄物のなかでも最終的に利用できず安全に埋め立てるものの量。

※7 最終埋立処分率

最終埋立処分量÷廃棄物等発生量×100によって求められる。

※8 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(環境マネジメントシステム)を運用している工場の比率のこと。

■環境目標(2013年・2020年)

社会に対して花王全体としての目標を示すべきとの考えから、これまで部門ごとに設定していた目標を全社目標に変更しました。また、2020年の中期目標を定め、バックカスティングの考えで2013年の目標を設定しました。

温室効果ガス排出量は対1990年比で2020年に25%削減(絶対量)することを目標とし、2013年の目標を20%削減としました。廃棄物については発生量削減とゼロエミッション(最終埋立処分量の削減)を目標とし、発生量は2020年に38%削減(売上高原単位で対2005年比)。ゼロエミッションは2013年以降、最終埋立処分量0.1%以下を維持すると設定しました。

CSR 調達は、グリーン調達比率を2020年に100%、2013年は98%とすることを目標としました。なお、活動を効果的に評価するため、社内管理指標・目標値を部門ごとに定めています。

項目	指標	2013年目標	2020年目標
地球温暖化防止 (温室効果ガス排出量)	排出量※ ¹ (90年度比)	20%削減	25%削減
廃棄物削減	発生量原単位※ ² (05年度比)	33%削減	38%削減
	最終埋立処分率※ ³	0.1%以下	0.1%以下
CSR 調達	グリーン調達比率※ ⁴	98%	100%※ ⁵

※1 排出量

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。

※2 発生量原単位

売上高当たりの廃棄物等発生量

※3 最終埋立処分率

最終埋立処分量÷廃棄物等発生量×100によって求められる。

(最終埋立処分量:廃棄物のなかでも最終的に利用できず安全に埋め立てるものの量。)

※4 グリーン調達比率

環境保全調査において、対象取引先工場のうち、EMS(環境マネジメントシステム)を運用している工場の比率。

※5 グリーン調達の基準に地球温暖化防止、生物多様性、保安防災の視点を追加し、その新たな基準が2020年に100%達成されることをめざす。

地球温暖化防止

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。

方針 / 体制

地球温暖化の最大の原因とされ、エネルギー使用量とも密接な関係にある温室効果ガスの排出量を削減するために、花王はすべての事業活動において、次の2つの方向から活動を推進しています。

1. エネルギーの効率を向上する
(省エネ活動、配送ルート見直しなど)
2. より温室効果ガス排出量の少ないエネルギーを使用する
(エネルギーのグリーン化、モーダルシフトなど)

国内花王グループ

2012 年生産事業場における取り組み

エネルギーの効率を向上する活動として、2008 年度から高効率ターボ冷凍機の導入、2010 年度からヒートポンプの導入を進めています。2012 年は、高効率ターボ冷凍機を栃木工場に2台導入しました。これらの取り組みを実施したものの、生産事業場における2012年のエネルギー総使用量は、原油換算で前年より0.5千kL増加し、原単位指数(付加価値生産高)も0.1ポイント悪化しました。これは電力会社の要請により、自家発電を長期間運転したことが最大の原因です。

より温室効果ガス排出量の少ないエネルギーを利用する活動としては、都市ガス利用のインフラが整備された豊橋工場と鹿島工場において、2012年から都市ガス利用を開始しました。これで、国内10工場のうち8工場で都市ガスを利用していることとなります。しかしながら、購入電力の温室効果ガス排出係数が大幅に悪化したことを受け、温室効果ガス排出量(CO₂換算)は18.0千トン増加し、原単位指数(付加価値生産高)は2.4ポイント悪化しました。

国内花王グループ

オフィスでの環境負荷削減

花王は、環境省「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温室効果ガス排出量の削減に努めています。

2005年度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削減、照明のLED化、BEMS*導入によるムダ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。また、2012年には社員寮においてもヒートポンプを導入しました。これらの活動によって、2011年度と比較して、エネルギー使用量を原油換算で0.6千kL削減することができました。しかしながら前述の購入電力の温室効果ガス排出係数の悪化により、CO₂換算で3.0千トン増加となりました。

* BEMS

Building Energy Management System: 建物のエネルギー使用量を見る化し効率利用するシステム

グローバル

温室効果ガスの排出状況

エネルギー使用量・温室効果ガス排出量の算定にあたり、国内花王グループにおいては省エネ法・温対法に定められた係数を用い、海外生産事業場においては現地の実績値または IPCC や IEA などにより公表されている係数を用いています。

■エネルギー使用量の推移(国内花王グループ)★



■温室効果ガス排出量の推移(国内花王グループ)★



※ 2011年までは4-3月で集計。2012年は決算期変更により1-12月の集計としています。2012年1-3月が重複しています。
 ※ 原単位(付加価値生産高)削減率は、生産事業場のエネルギー使用量を対象としています。

■エネルギー使用量の推移(花王グループ)★



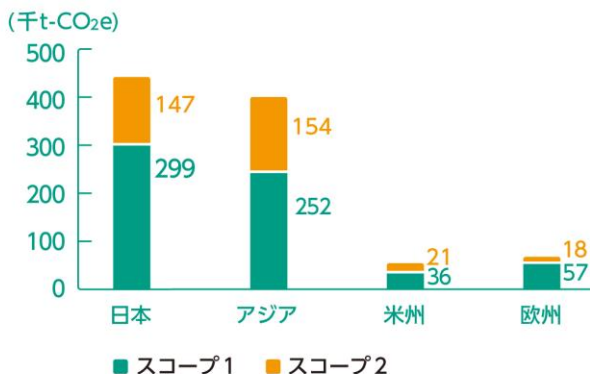
■温室効果ガス排出量の推移(花王グループ)★



※ 集計対象: 花王グループの全生産事業場、日本国内の非生産事業場(営業車含む)

※ 集計対象: 花王グループの全生産事業場、日本国内の非生産事業場(営業車含む)

■スコープ別・地域別温室効果ガス排出量(花王グループ)★



※ 集計対象拠点: 花王グループの全生産事業場、日本国内の非生産事業場(営業車含む)
 ※ 対象ガス: 京都議定書で定める6ガス(日本以外はCO₂のみ)
 ※ スコープ別排出量は GHG プロトコル(イニシアチブ)の定義に従う。
 スコープ1: 企業・組織が自ら排出する GHG 排出
 スコープ2: 購入電力等の間接的な GHG 排出

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、花王ではモーダルシフト、物流の効率化と燃費の向上等の取り組みを進めています。

モーダルシフトの取り組みについては、2005年に「エコルールマーク」認定企業に選定、2010年に花王(株)川崎工場と愛媛サニタリープロダクツ(株)が「エコシップマーク」認定事業者を選定されたことに加え、今年はアタック Neo、ビオレ u の2品が「エコルールマーク」商品認定を受けました。

物流の効率化の取り組みとして、工場から物流拠点への積送車両の大型化、従来利用できていなかった荷台の空間活用による積載率の改善や発注単位や納品回数の適正化を進めています。後者の活動は車両台数の削減のみならず物流拠点内での作業量の低減にも貢献しています。また、他社との共同配送も推進しています。

燃費の向上等の取り組みとして、ハイブリッド車の特性に合わせた市街地配送への重点配車やセーフティレコーダー[※]の活用による燃費の向上など従来からの活動を強化しています。

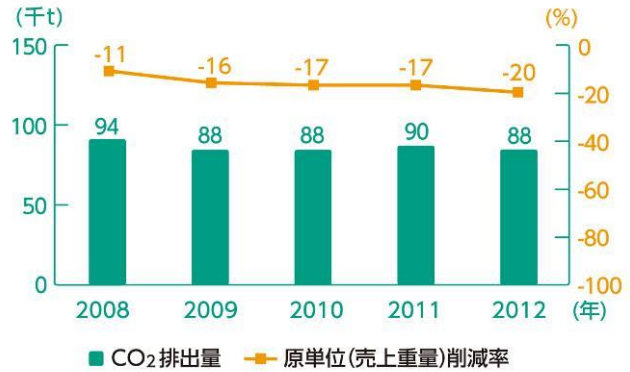
これらの活動の結果に加え、東日本大震災による影響も薄らいだ結果、輸送時のCO₂排出量は2011年度に比べ改善し、CO₂排出量原単位は90年度比で20%削減し、2012年目標(17%削減)を達成しました。

さらに、物流活動での輸送エネルギー削減にとどまらず、店頭販促物の削減や店舗への直送化(物流ルートの短縮)、営業車の小型化など営業部門での省資源・省エネ活動も推進しています。

2013年秋には環境配慮型配送センターである厚木ロジスティクスセンターが稼働します。今後もサステナブル社会の実現をめざして一層の活動を継続していきます。

[※] セーフティレコーダー
ドライバーの運転特性を監視するシステム

■輸送に伴うCO₂排出量の推移★



[※] 2011年までは4-3月で集計。2012年は決算期変更により1-12月の集計としています。2012年1-3月が重複しています。

[※] 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。

海外花王グループ

海外生産事業場における活動(マレーシア)

2012年1月、ファティケミカル(マレーシア)が、マレーシア国内全分野を対象として優れた環境改善活動を行なっている企業を国レベルで証明するハイビスカス賞(国家環境賞、2年おきに表彰)を2回連続で受賞しました。同社は積極的にレスポンシブル・ケア活動に取り組み、日常活動として省エネ、省資源への取り組みも継続しています。

また2012年初め、同社において環境保全に配慮したマレーシアの建築基準であるGBI(グリーンビルディングインデックス)に沿った、新しい事務所が完成しました。太陽光の活用や室内照明の自動調整、雨水の活用(トイレ、散水等)、屋上緑化等の省エネ・省資源化に役立つ機能を取り入れています。今後も、環境負荷低減活動に積極的に取り組んでいきます。



ハイビスカス賞受賞式



ファティケミカル(マレーシア)の新事務所

化学物質の適正管理

花王は、SAICM^{※1}(国際化学物質管理戦略)に沿って、積極的に化学物質の適正管理を推進しています。

方針

花王は、新たに「SAICM 推進の基本方針」を定め、2013年5月に花王ウェブサイトにて公開しました。本方針は、花王の全社的な管理方針を規定したものであり、花王の化学物質管理のベースになるものです。今後、花王は下記方針に従って、SAICM に沿った化学物質管理を強化・推進していきます。

SAICM 推進の基本方針

- (1) より安全性にすぐれ、価値のある化学物質の開発と使用、環境負荷の少ない製造プロセスの開発
花王は、ヒト健康や環境へのリスクが少なく、社会にとってより価値のある化学物質の開発や使用を推進するとともに、環境負荷の少ない製造プロセスの開発を推進します。
- (2) 科学的なリスク評価とライフサイクル全体を通じた化学物質管理
花王が取り扱う化学物質のリスク評価は、科学的かつ広く社会で受け入れられる評価手法を採用し、ライフサイクル全体を通じたリスク評価を進めます。また、得られたリスク評価結果に基づき適切に化学物質を取り扱い、自主的な化学物質管理の推進に努めます。
- (3) 化学物質に関わる法規制・自主基準の遵守と国際協力・国際協調の推進
花王は、化学物質に関わる各国の法規制、国際ルール、関連する各国業界団体の自主基準等を遵守するとともに、ICCA^{※2}が提唱するSAICM に貢献する化学産業界の自主的な取り組みであるGPS^{※3}への積極的な参加、国連のGHS^{※4}などの国際的な安全性情報伝達の仕組みの採用および展開を行い、国際協力・国際協調を推進します。
- (4) ステークホルダーとのリスクコミュニケーションの推進
花王は、顧客、消費者、作業員等が化学物質に関わる安全を確保し、適切に使用・対応できるように、様々な伝達手段を通じて、安全性情報を伝え、事故防止や環境保全をより一層推進します。また、関連するステークホルダーが必要とする情報の公開に努めるとともに、対話を通して相互理解を深め、ステークホルダーの支持と信頼の獲得に努めます。

※1 SAICM(国際的な化学物質管理に関する戦略的なアプローチ。Strategic Approach to International Chemicals Management)

※2 ICCA(国際化学工業協会協議会。International Council of Chemical Associations)

※3 GPS(国際的な化学品管理戦略。Global Product Strategy)

※4 GHS(化学品の分類および表示に関する世界調和システム。Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals)

体制

「SAICM」とは、地球規模で2020年までに有害化学物質による人の健康や環境への影響を可能な限り小さくするための取り組みです。「SAICM」のゴールは「予防的取り組み方法に留意しつつ、透明性のある科学的根拠に基づくリスク評価手順と科学的根拠に基づくリスク管理手順を用いて、化学物質が人の健康と環境に及ぼす著しい悪影響を最小化する方法で使用、生産されることを2020年までに達成する」ことにあります。

日本政府は2012年9月11日にSAICM国内実施計画を公表しており、この中で事業者には化学物質に関する法令の遵守だけでなく、自主的な化学物質管理への取り組みが期待されています。

花王は国内主要化学品メーカーと比べても管理すべき化学物質数が多く、SAICMの観点から整理すべき課題もあります。そこで、SAICMのゴールに向けた取り組みをより具体的に加速させるため、2012年7月1日にケミカル事業ユニット、研究開発部門、

花王サステナビリティレポート2013

生産技術部門を主導部門とする「SAICM 推進委員会」を環境戦略推進委員会の下部組織として新たに発足させました。

さらに、(1)化学物質のリスク評価&リスクマネジメント、(2)化学物質のライフサイクルでの管理、(3)ステークホルダーとの化学物質リスクコミュニケーション、の3つを花王における SAICM 活動の主な課題として掲げ、それぞれに対応するプロジェクトを委員会内に設置し、推進しています。

これらの取り組みを通して、これまでの花王の化学物質管理内容を整理して“見える化”し、SAICM の考え方に沿った化学物質管理を再構築していきます。また得られた成果をさまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを通して発信し、顧客や消費者に花王製品をより一層信頼していただけるよう、取り組んでいきます。

SAICM 推進委員会の活動

2012年8月23日に「第1回 SAICM 推進委員会」を開催し、化学物質のライフサイクルに沿って、研究開発や生産技術部門から顧客の使用・廃棄にかかわるケミカル事業ユニットまで、多くの化学物質管理に関連する部門が参加しました。当日は、SAICM 推進委員会の設立主旨説明や花王における SAICM 推進の3つの課題に対する活動提案がなされました。

花王はケミカル製品だけでなく、一般消費者向け製品も扱っているメーカーであることから、製造者としての社会的説明責任や、企業単独でなく、業界・官公庁等も含めてリスクについて議論する必要性も示唆されました。

また、化学物質リスクコミュニケーションの外部有識者としてリテラジャパン(株式会社リテラシー)の西澤真理子氏をお招きし、「戦略的ステークホルダーコミュニケーション」と題して日本におけるリスクコミュニケーションの難しさ等についてご講演いただきました。

SAICM 推進委員会は定期的開催されており、全社化学物質管理の方針決定や施策実施の中心となる委員会として重要な役割を果たしています。



第1回 SAICM 推進委員会

管理システム

独自の化学物質総合管理システムを構築し、製品の品質、コンプライアンスや安全性の確保を実現しています。

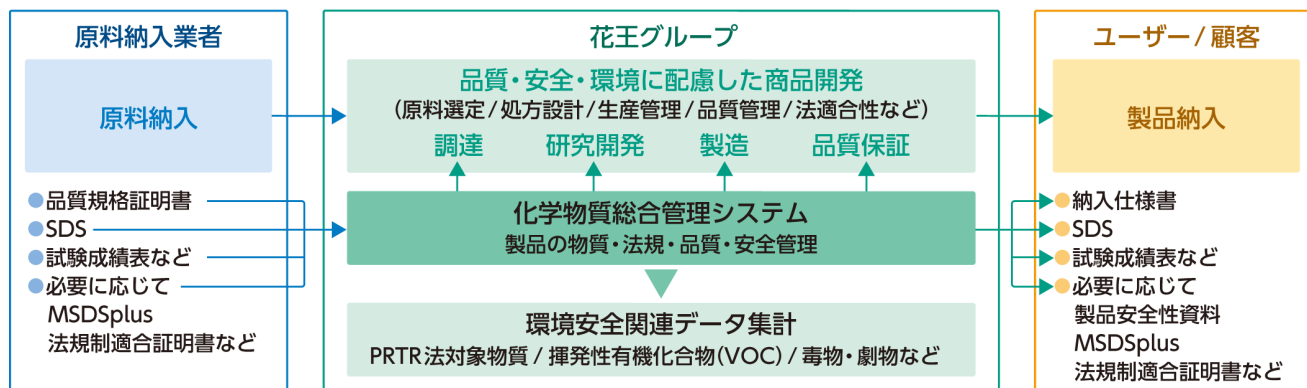
花王は、2001年から個々の製品や原料・成分に、グループ共通コード(Master Index)をつけてデータベース化した自社開発の「化学物質総合管理システム」を運用しています。

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、万が一、品質等に問題が発生した場合も、影響範囲を直ちに特定でき、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。

2012年度も引き続き、改正化審法への対応として、「化学物質総合管理システム」に追加した製造・輸入物質数量、社内外の用途情報を一括管理するシステムを用いて、2011年度に花王が製造・輸入した化学物質の用途別数量を集計し、2012年6月に当局に届け出ました。花王では幅広いカテゴリーの製品を製造していることから取扱物質数も多く、用途も多岐にわたっています。今後、こうしたシステムで集計された数量や用途をベースに、より厳密なリスクアセスメントを実施し、化学物質の適正管理を継続していきます。

■花王化学物質総合管理システム



グローバル

EU 化学品規制 REACH^{※1} への適合

花王グループでは欧州に直接・間接に輸出しているケミカル製品について、その輸出数量や登録期限に応じて、欧州 REACH 登録を進めています。すでに REACH フェーズ 1 物質 (EU 内で年 1,000 トンを製造・輸入するものが中心) に関しては、登録期限である 2010 年 11 月までに本登録を終了させました。また、2013 年 5 月末期限のフェーズ 2 物質 (年 100~1,000 トンを製造・輸入) についても、日本花王およびアジア・米国関連会社の代理人である欧州花王化学 (KCE) との緊密な連携のもと、期限通りに REACH 本登録を終了させています。

次のステップであるフェーズ 3 物質 (年 1~100 トンを製造・輸入) に関しては、登録期限である 2018 年 5 月末までに、それぞれの物質の欧州でのビジネスの状況や将来展開などを考慮して登録物質を選定し、本登録作業を進めていきます。

一方、REACH 規制の遵守のためには、登録に加え唯一の代理人 (OR) と EU 輸入者の間で、サプライチェーンを通して REACH 対応に必要な輸入者情報や登録情報などを交換する必要があります。2012 年度は、前年度導入した OR²IS^{※2} システムを用いて、輸入者情報や登録情報を暗号化し、サプライチェーン間で機密情報に配慮した効率的な情報伝達を開始しました。また、販売代理店経由で顧客に OR²IS の紹介やアンケートを実施し、普及に努めました。

※1 REACH (EU の化学物質の登録、評価、認可および制限に関する規則。Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)

※2 OR²IS (オーリス。OR Related REACH Information Sheet)

欧州にて 2007 年 6 月 1 日に施行された REACH 規制に対し、欧州域外サプライチェーン上の事業者が唯一の代理人 (OR: Only Representative) と呼ばれる代理登録者を利用する制度を使って、EU 域外サプライチェーンにて REACH 情報伝達に取り組むために開発されたしくみ (標準化された情報シート)。

グローバル

化学物質の情報管理の強化に向けた活動

1. SDS^{※1} およびラベルの GHS 対応

ケミカル製品では、世界各国で導入された GHS に対応した SDS の発行、製品ラベルの貼付を推進しています。

日本およびアジア関連会社を含むケミカル事業では、GHS に対応した SDS および製品/輸入国言語でのラベルの作成、化学物質総合システムによる管理での一体運用を 2008 年から開始しています。2012 年度には、日本、台湾、韓国、中国、EU に加えシンガポールへ販売する製品への各国対応ラベル貼付をするとともに、タイ、インドネシアでは現地製造品目へのラベル貼付を推進しています。さらにマレーシア語、ベトナム語を SDS 作成システムへ追加し、SDS 作成準備を進めました。タイについても、2013 年の法改正に対応した国連 GHS 文書改訂 3 版に準拠した SDS への更新を開始しました。

2. 含有化学物質の情報提供

ケミカル製品について、JAMP の設立メンバーとして、「MSDSplus^{※2}」による含有化学物質の情報提供を積極的に進めています。2012 年度は 7 月に改訂版(物質リスト Ver.3.010)を発行し、販売代理店を通じた顧客への配布やホームページによる公開を行いました。また、MSDSplus の効率的な情報伝達を促進するため、JAMP-IT^{※3} 登録製品の充実や改訂版への更新、並びに JAMP-IT の利用について販売代理店に積極的な紹介を行いました。

3. 化学物質リスクコミュニケーション

化学業界による SAICM への貢献活動として、国際化学工業協会協議会 (ICCA) が提唱し、日本化学工業協会 (日化協) が 2009 年から進めているプロダクトステewardシップに基づく化学物質管理強化のための自主的活動 (JIPS^{※4}) に、花王は積極的に参画し、顧客との化学物質に関するコミュニケーションを推進しています。

2012 年度は、従来からの SDS、MSDSplus の公開をさらに進めるとともに、欧州対応の eSDS^{※5} の公開、および油脂アルコール 6 物質については、危険有害性情報、人・環境への暴露に関する情報、リスク管理措置などをわかりやすく記述した GPS 安全性要約書^{※6} を花王ウェブサイトおよび ICCA の GPS ケミカルポータルサイトに掲載しました。

花王はこの GPS 安全性要約書の公開による「ステークホルダーとの化学物質リスクコミュニケーション」活動を、花王における SAICM 活動の重要な要素の一つとして位置づけ、今後、対象製品の拡大や海外子会社での公開についても実施し、日本国内のみならず、海外事業拠点においても積極的に顧客・社会とのリスクコミュニケーションを推進していきます。

※1 SDS (Safety Data Sheet)

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。旧称：製品安全データシート (MSDS) が 2012 年 3 月制定の JIS Z 7253 で安全データシート (SDS) に名称変更された。

※2 MSDSplus: 特定の化学物質の情報伝達シート。

※3 JAMP-IT: JAMP が開発した MSDSplus の含有化学物質情報をインターネットを利用して効率よく情報入手・提供を行なうシステム。

※4 JIPS (化学物質管理強化のための自主的活動。Japan Initiative of Product Stewardship)

SAICM の合意を受けて、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。

※5 eSDS: 拡張安全データシート。従来の SDS にリスク評価やリスク管理にかかわる記載が追加されたもの。

※6 GPS 安全性要約書

一般社会へ化学物質の安全性情報の概要を提供する書類。物理化学的特性のほか、リスクが適切に管理される使用・加工の取扱条件、リスク管理措置などが記載された書類で、川下ユーザーへの情報伝達に利用される。

国内花王グループ

国内法規制遵守に向けた活動

1. 改正化審法対応

2011 年 4 月に施行された改正化審法では、人や環境に与える影響を段階的に評価するために、「優先評価化学物質」が新設されました。

花王は、2012 年 3 月に追加された優先評価化学物質についても、対象となるケミカル製品の SDS を改訂して、顧客や販売代理店へ含有情報を提供しました。

2. SDS および製品ラベルの改訂

2012 年 4 月、労働安全衛生法と化学物質排出把握管理促進法 (PRTR 法) において、それぞれの法で定められている危険有害性情報の伝達方法について改正が行なわれました。また、これらの改正に先立ち、同年 3 月には国連 GHS 文書改訂 4 版に基づいた JIS Z 7253 が新たに制定され、SDS と表示に関する従来の JIS は廃止されました。

上記関連法令や新 JIS に対応するため、ほとんどのケミカル製品について SDS および製品ラベルの改訂が必要になります。そこで、2013 年から順次改訂を実施するにあたって、販売代理店に改訂の背景を理解していただき、顧客への対応をお願いするために、SDS および製品ラベルの改訂説明会を、大阪と東京で 2012 年 12 月に開催しました。

国内花王グループ

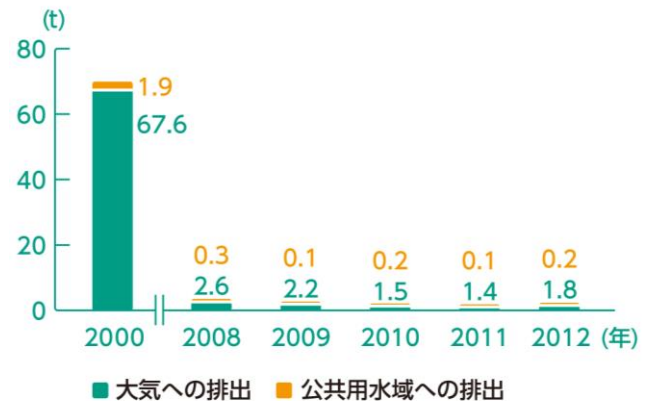
PRTR 法対象化学物質の排出を把握・管理

花王が2012年に取り扱ったPRTR法対象化学物質は75種であり、大気および公共用水域への総排出量は2.0トンでした。昨年に継続して2012年も「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。また、一般社団法人 日本化学工業協会(日化協)が自主調査対象として定めた化学物質についてもPRTR法対象化学物質と同様に排出量や移動量等を把握し管理しています。

詳細は「PRTR法対象化学物質排出量リスト」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_02_07.html

■PRTR法対象化学物質の総排出量の推移★



※ 2011年までは4-3月で集計。2012年は決算期変更により1-12月の集計としています。2012年1-3月が重複しています。

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排出量の削減に取り組んでいます。

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、花王が2012年に取り扱った化学物質は32種であり、大気中への総排出量は7.9トンでした。また、昨年に継続して「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

PCBを適正に保管・処理

ポリ塩化ビフェニル(PCB)入り絶縁油を使用した変圧器、コンデンサ、蛍光灯安定器などのPCB廃棄物は、和歌山工場および東京工場、川崎工場、カネボウ化粧品小田原工場、廃棄物処理法およびPCB特措法の基準に従って処分されるまで厳重に保管しています。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式会社(JESCO)に登録を済ませたPCB廃棄物は、順次PCB処理施設に移送しています。2012年に処理したPCB廃棄物はありませんでしたが、2013年には111台の機器がPCB廃棄物として処理される予定です。

廃棄物の適正管理

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。

グローバル

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、3R への取り組みとして、廃棄物等の発生量削減の活動と、最終埋立処分量をゼロに近づけるゼロエミッションの取り組みを実施しています。

廃棄物等発生量の削減活動として、生産事業場においては、生産方法の変更による製品ロスや端材の発生抑制、設備の洗浄工程見直しによる廃水の削減などを実施しました。物流拠点では物流資材の再利用を実施しました。本社・販売拠点等では紙の使用枚数管理などを実施しました。

これらの活動の結果、2012 年の廃棄物等発生量は、前年より 1 千トン削減することができました。また、生産事業場と物流拠点の廃棄物等の発生量原単位^{※1}と本社・販売拠点等の廃棄物等発生量については、それぞれ 2005 年度比 15%削減(目標値: 11%)、2009 年度比 12%削減(目標値: 12%)となりました。

発生した廃棄物等は、社内で循環的に再利用に努めた上で他社での原材料としての利用に積極的に切り替えたり、セメント原料としての利用、焼却処理後の燃え殻を道路の材料に利用する方法により、埋立処分となる廃棄物量の削減を積極的に行ないました。これらの活動の結果、2012 年の最終埋立処分量は 145トンとなりました。生産事業場と物流拠点の合計では、84トン(目標値: 199 トン以下)で最終埋立処分率^{※2}が 0.06%。本社・販売拠点等では 61トン(目標値: 64トン以下)となりました。

また、海外グループ会社においても生産事業場を中心に廃棄物等発生量の把握を行なうとともに、その削減や適正な処理に向けた活動を進めています。

■廃棄物等発生量の推移(国内花王グループ)★



※ 2011 年までは 4-3 月で集計。2012 年は決算期変更により 1-12 月の集計としています。2012 年 1-3 月が重複しています。

■最終埋立処分量と最終埋立処分率の推移★
(国内花王グループ)



※ 2011 年までは 4-3 月で集計。2012 年は決算期変更により 1-12 月の集計としています。2012 年 1-3 月が重複しています。

■廃棄物等発生量の推移(花王グループ)★



※ 集計対象: 花王グループの全生産事業場、日本国内の非生産事業場

花王サステナビリティレポート2013

※1 発生量原単位

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。

※2 最終埋立処分量

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

※3 集計期間は2012年1-12月。

※4 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)。

※5 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を含む)。

※6 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。

※7 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。

※8 外部リサイクル量

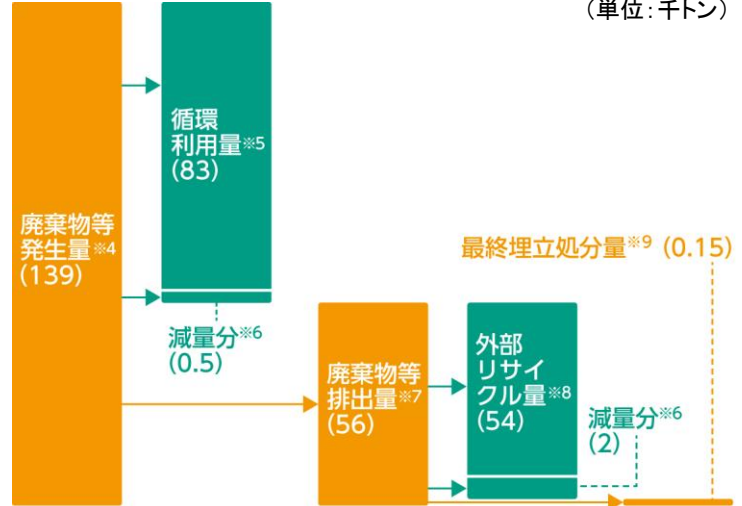
再使用されるものや資源として利用するもの(サーマルリサイクルを含む)。

※9 最終埋立処分量

最終的に利用できないもので安全に埋め立てるもの。

■廃棄物等の発生量と処理の流れ(2012年)(国内花王グループ)※3

(単位:千トン)



国内花王グループ

カネボウ化粧品での廃棄物削減の取り組み

カネボウ化粧品でも、廃棄物等発生量削減の取り組みを強化・推進しました。

生産事業場の小田原工場では、廃棄物についての教育を行ない、一人ひとりの意識を高め分別やりサイクルを促進しました。さらに、廃棄物が発生する工程や廃水処理工程の見直しを実施。その結果、廃棄物等の発生量は前年比で13%削減することができました。

物流拠点や本社・販売拠点等では、拠点での作業方法や製品の配荷方法の見直しにより、廃棄物等の発生量がそれぞれ前年比19%、18%と大幅に削減することができました。

今後も、啓発活動の継続による意識の向上と作業工程の見直しを行ない廃棄物発生量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。2012年は関係会社にこのシステムの普及を進め、花王プロフェッショナル・サービスおよびモルトンブラウンジャパンでシステムの利用を開始しました。

このシステムは、データの透明性を高め法令遵守を徹底することができる「電子マニフェストシステム」とも接続されています。花王では2006年から順次導入を開始し、2012年には花王株式会社の全7工場が「電子マニフェストシステム」を利用することとなりました。

また、委託した廃棄物が適切に処理されたことを確認するために、従来から、廃棄物の処理を直接委託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す。2012年は81社に協力をいただき、126施設の現地確認を行ないました。

さらに、2010年からは、事業活動に関係する幅広い廃棄物を確実に適正処理するため、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、2012年は15社確認しました。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。

水・土壌への対応

水・土壌への対応

花王の事業活動は水と密接に関連しており、水は貴重な資源の一つと認識しています。花王は、使用する水の量を少なくするとともに、自然に還す際の環境負荷が少なくなるよう努めています。

グローバル

水資源の有効利用と排水管理

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利用するなど、一部で排水の有効利用を進めています。また、すみだ事業場では、雨水を溜めて緑地の散水などに活用しています。2012年の水使用量と排水量は、国内花王グループでは前年比それぞれ50千m³、56千m³の削減となりました。また、花王グループではそれぞれ92千m³、94千m³の削減となりました。

■水使用量の推移(国内花王グループ)★



※ 2011年までは4-3月で集計。2012年は決算期変更により1-12月の集計としています。2012年1-3月が重複しています。
 ※ 原単位(付加価値生産高)削減率は、生産事業場の水使用量を対象としています。

■排水量の推移(国内花王グループ)★



※ 2011年までは4-3月で集計。2012年は決算期変更により1-12月の集計としています。2012年1-3月が重複しています。
 ※ 原単位(付加価値生産高)削減率は、生産事業場の排水量を対象としています。

■水使用量の推移(花王グループ)★



※ 集計対象:花王グループの全生産事業場、日本国内の非生産事業場

■排水量の推移(花王グループ)★



※ 集計対象:花王グループの全生産事業場、日本国内の非生産事業場

花王サステナビリティレポート2013

国内花王グループ

排水・排ガス基準値への対応

花王の各工場では、法令および周辺自治体との協定に基づき、排水・排出ガス中の汚濁・汚染状況を監視しています。2012年は、各規制基準値を超過した例はありませんでした。

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。2012年は、和歌山工場、酒田工場、栃木工場で自主調査を行ないました。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行ないましたが、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。

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、汚水処理施設や河川などに生息する微生物によって分解され、河川や湖沼から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、幅広い分野の専門家が集まり、製品使用後の水環境に配慮した製品づくりを心がけています。

たとえば、汚水処理場や河川水を用いて原料の生分解性能を調べる試験や、生態系への影響を調べる試験を通じて、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開発や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の把握にも目を向け、独自の環境モニタリングなどのフィールド調査の実施や、化学物質の環境中の存在状態を予測する数理モデルの活用を進めています。

さらに、日本石鹼洗剤工業会の環境・安全専門委員会において、界面活性剤の環境モニタリングを実施しています。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、生態系に及ぼす影響リスクを評価しています。これまでの調査において、これらの界面活性剤の水生物に対するリスクは定常的に低いことが示されています。

TOPICS 中国の水環境研究

使用後の製品が自然環境に与える実態の把握の一環として、事業展開国において、現地の大学などと共同で環境モニタリングなどの水環境研究に取り組んでいます。河川環境や下水処理施設の機能は、各国や各地域の状況によって異なるため、事業展開国の実態を十分に理解することが大切です。

中国では、大学を共同研究のパートナーとし、花王が蓄積してきた環境研究に関するノウハウや技術、そして中国の大学の持つ各地域の水環境に関する詳細な知見を共有し、実態の把握を進めています。上海交通大学とは中国の都市河川の環境モニタリング調査を実施し、大連理工大学とは河川水中での界面活性剤の分解挙動解析を実施しました。LASなどの界面活性剤が中国の水環境においても環境適合性を有することがわかり、中国の学会にて発表しました。

今後は、日本以外の国や地域における水環境研究をさらに発展させ、現地の環境に配慮した事業活動につなげていく予定です。また、研究成果は、日本や欧米の学会などに発表し、知見を共有していきます。



中国での環境モニタリング調査

生物多様性への対応

生物多様性への対応

花王は、生物多様性の恵みによって事業が支えられていることを認識し、事業活動と社会活動の両面において生物多様性の保全を推進します。

方針 / 体制

花王は、製品ライフサイクルのさまざまな場面で、生物多様性の恵みを受けているとともに、影響を与えていることを認識しています。

これを踏まえ、2011年に、右記の7項目から成る「生物多様性保全の基本方針」を公表しました。

社員一人ひとりが、生物多様性の保全に配慮し、持続可能な原材料の調達など事業活動における取り組みはもちろん、国内外の森林保全など、社会活動にも取り組んでいます。

生物多様性保全の基本方針

1. 事業と生物多様性と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、社外との関係者と連携を図ります。

国内花王グループ

「持続可能なパーム油・パーム核油」の全量調達に向けての取り組み

花王では、生物多様性への影響を低減するため、持続可能な原材料の調達を推進しています。

花王で扱っている基本原料の一つに、パーム油・パーム核油があります。花王は、熱帯雨林の伐採による生態系破壊や農園の苛酷な労働環境等の課題解決をめざしている「持続可能なパーム油の円卓会議:RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)」に2007年に加盟し、2010年9月からは、認証方式の一つであるBook and Claim方式^{※1}で認証パーム油の購入を開始しました。さらに、花王では、“十分な量を調達できるかぎり、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購入することをめざしていきます”という目標を掲げました。2011年度に引き続き、2012年度も国内用に購入するパーム油に関して、認証パーム油比率100%を達成しています。2012年3月には、鹿島工場がRSPO SCCS認証^{※2}の審査に合格し、認証パーム油を使用した製品の生産・加工・出荷が可能な工場として認証を受けました。現在、他の工場についても認証取得に向けて準備を進めています。また、パーム核油についても、供給の安定性や認証方式について検討し、認証品の購入開始に向けて準備を進めています。

※1 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み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。

※2 SCCS(Supply Chain Certification System) 認証

生物多様性保全のための厳しい条件をクリアして RSPO から認められた農園で生産されたパーム油を使用して製品をつくる際の、「製造・加工・流通過程」に関する認証制度。

国内花王グループ

他企業と連携した取り組みを推進

生物多様性に関するビジネス・イニシアティブの先駆けといえる「企業と生物多様性イニシアティブ」[※](Japan Business Initiative for Biodiversity:JBIB)」に、花王は2008年の発足当初から参加しています。花王は、JBIB内の複数のワーキンググループに参加し、多様な業種の企業と一緒に、企業が生物多様性の保全において有効に活用できるツールやガイドラインの作成等の研究活動に

花王サステナビリティレポート2013

取り組んでいます。

※ 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

「花王・みんなの森づくり活動」を実施

花王は、緑豊かな環境を引き継いでいくことを目的として、2000年より10年以上にわたり、「花王・みんなの森づくり活動」を継続してきました。この活動は、(財)都市緑化機構と花王が推進する緑化プログラムであり、身近な緑を守り育てる活動を行なうNPOや市民団体を支援するものです。

2011年度より、社会環境の変化に対応してプログラムをリニューアルしました。「森づくり活動」分野の助成は、長期的な視点で市民団体が環境保全に取り組めるよう、支援期間を単年度助成から3年間の継続助成に変更しました。さらに、市民による子どもたちに身近な緑とのふれあいの機会を創出する「環境教育活動」分野の助成を新設しました。「環境教育活動」分野も支援期間は3年間です。

2012年3月より、森づくり活動分野11団体、環境教育活動分野12団体の計23団体が活動を行なっています。

2012年度は、8月～10月に募集を行ない、172団体(森づくり活動分野111団体／環境教育活動分野61団体)からの応募がありました。2013年2月に支援先を決定、新たに15団体を支援します。

支援先一覧へのリンク

http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_00_15.html

海外花王グループ

タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

2012年、花王は、急速な森林減少や土壌の劣化が社会問題となっているタイで、森林の回復と持続可能な保全をめざす「タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト」を開始しました。このプロジェクトは、2012年から2017年の5年間にわたり公益財団法人オイスカと取り組むもので、合計35haの土地に、地域の植生に配慮した種を植林します。また同時に、環境保全の重要性に対する地域の人々の理解を深め、自分たちで植林を継続していただけるように、環境教育を実施します。

2012年8月には、プロジェクト開始を記念し、地域住民の方々、学校関係者、環境省の方など、活動に参加する関係者が一堂に会してミーティングで活動の意義を共有した後、総勢700名により約4,000本を植林しました。

プロジェクト紹介ページへのリンク

http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_00_14.html



支援先団体活動



植樹の様子

花王サステナビリティレポート2013

国内花王グループ

「富士山生物多様性研究イニシアティブ」への社員参加

特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンが主催する、富士山周辺地域での生物多様性保全にかかわる野外調査研究に、社員をボランティアとして派遣しています。2012 年は、富士山北麓に生息する絶滅の危機に瀕した草原性チョウ類の保全のための調査に 5 名の社員が参加しました。



富士山麓での野外調査

国内花王グループ

和歌山工場 生物多様性への取り組み

①松林保全活動などにより「平成 24 年度和歌山県緑化功労賞」受賞

和歌山工場は、2012 年4月に施行された「和歌山の森林及び樹木を守り育てる条例」による第1回目の「和歌山県緑化功労賞」を受賞しました。長年にわたる工場緑化への取り組みと、工場敷地内にある江戸時代初期寛永年間(1624~1644)からの松林(防潮林)が良好な緑地景観の形成に貢献していることなどが評価されました。

また、和歌山工場では 2011 年から、生物多様性保全の視点を取り入れ、工場内緑地の保全から地域の生態系の保全へと活動を深化させています。その一環として、松林に生息する動物や樹木のモニタリング調査を行っており、20 種類以上の野鳥を確認しています。こうした調査結果をベースに、地域の生態系に適した緑地の保全を行なっていきたいと考えています。

この林は工場敷地から外部へ約 2km 続いており、地元 NPO による自然保護活動も活発で、地域と連携した活動を行なっていく予定です。

現在、社員が身近に自然環境に触れるとともに、地域社会との環境コミュニケーションの場として活用していくために、松林内の遊歩道整備を進めています。完成後は、周辺住民の皆さまや地元小中学生の招待、工場見学にこられたお客さまへのご案内などを検討しています。



江戸時代から続く防潮林



和歌山県緑化功労賞表彰状

②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)から無償で借り受け、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す。花王は 2007 年から海草郡紀美野町の 0.7ha の森林において保全活動を実施しています。

2007 年度に植樹したヤマザクラは順調に生長し、春には花を咲かせるようになりました。2012 年度も、5 月に 106 名の社員とその家族が参加し、除草や下草刈りなどに取り組みました。



除草や下草刈りなどの森林保全活動に取り組む

環境コミュニケーション

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皆さまの声を経営に取り入れ、環境活動をブラッシュアップしています。

方針 / 体制

花王は、環境宣言で述べたとおり、3つの“いっしょに eco”をスローガンに環境負荷の低減を進めています。お客さま、ビジネスパートナー、そして社会の理解があってこそ環境保全活動が進むと認識しているからです。そのためにはステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションが非常に重要です。“お客さまといっしょに eco”においては、花王の製品をお使いいただくお客さまの一人ひとりが、製品の特長とともに、使い方や包装等についてもよく知っていただき、“いっしょに eco”を実践していただければと考えています。花王では関連部署が相互に協力し、さまざまな機会を通じて、未来を担う子どもたちも含めたステークホルダーの皆さまと積極的に対話を行ない、環境活動をさらに進化させていきます。

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。

2012年度は、国内の花王グループ6工場が作成し、近隣地域の皆さまや工場見学の方々に配付しました。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2008年に、また花王スペシャルティーズアメリカズが2011年に「CSRレポート」を発行しました。上海花王は「環境報告書」を2008年から発行していましたが、2011年からは報告対象範囲を拡大するとともに社会面の報告も充実させ、「花王(中国)社会責任報告」と名称を変更して発行しています。



花王(中国)社会責任報告

花王(中国)社会責任報告書

http://www.kao.com/cn/corp_csr/csr_reports.html

カネボウ化粧品 環境への取り組み

<http://www.kanebo-cosmetics.co.jp/environment/>

国内花王グループ

花王エコラボミュージアム 来館者2万人を達成

2012年10月5日、「花王エコラボミュージアム」は来館者2万人を達成しました。2011年5月10日の社内オープン、7月4日の一般オープン以降、多くの皆さまにご来館いただきました。ほとんどの来館者にはミュージアムと和歌山工場の両方を見学していただき、原材料調達から廃棄まで製品のライフサイクル全体で環境に配慮した花王のモノづくりやエコ技術に触れていただいています。

花王サステナビリティレポート2013

2012年10月末までの来館者数は、花王グループ社員約6,500人、社外約14,900人。社外のお客さまの内訳は、企業・行政(ビジネスパートナー、一般企業、官公庁など)約4,700人、教育(学生、教員など)約4,500人、一般(一般団体、一般個人など)約5,700人と、幅広い年齢層の方々が来館されています。また、小学生のために学校の見学授業を支援するプログラムを独自開発し、児童や先生方から好評を得ています。

さらに前年に続き、2012年11月5日、第2回「花王“いっしょにeco”フォーラム」を開催しました。このフォーラムは、サステナブルな未来の実現に向けて幅広い専門家と情報交換を行なう場です。今回は「自然に学び、モノづくりを考える。」がテーマです。より多くの方にご参加いただくため、和歌山市内のホテルで開催し、あわせてミュージアムや工場も見学いただきました。第3回のフォーラムは2013年秋を予定しています。



熱心に説明を聞く来館者の皆さん



第2回 花王“いっしょにeco”フォーラム

国内花王グループ

「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」に、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フェアは、自治体の環境月間と連動して開催しています。2012年度は約1万5千店の販売店が参加し、回を重ねるごとにお客さまのエコに対する認知・関心も高まっています。



店頭での環境フェア

国内花王グループ

「エコプロダクツ 2012」に出展

2012年12月13日(木)～15日(土)の3日間、東京ビッグサイトで開催された環境展示会「エコプロダクツ 2012」に出展しました。期間中は多くの来場者でにぎわい、花王のブースには、約1万人のお客さまにご来場いただきました。

今回は、「製品がかかわるライフサイクル全体で考える花王のモノづくり」をテーマとして、花王の環境に対する考え方を紹介するとともに、代表的なエコ製品を通して日常的に無理なく続けていただく eco や容器包装での工夫など、花王の取り組みをご紹介します。

花王のブース内に設けた参加型のステージでは、衣料用濃縮液体洗剤「アタック Neo バイオ EX パワー」の「汚れ落ちの科学教室」や、「とっても簡単! eco つめかえ教室」によるつめかえ製品の紹介、「エコシャンプー術」による節水提案、全ライフサ



来場者でにぎわう花王のブース

花王サステナビリティレポート2013

イクルで考えるモノづくりを伝える「製品のライフサイクル劇場」を楽しみながら体験していただきました。

パネルなどを使った展示コーナーでは、持続可能な社会への貢献をめざした原材料調達や「アタック Neo バイオ EX パワー」や「メリットシャンプー」などのエコ製品、リデュース(削減)、リユース(再利用)、リサイクル(再資源化)といった従来の 3R に、リニューアブル(再生可能)を加えた「4R」による容器包装に関する活動をご紹介します。産業分野向け製品については、再生可能原料をもちいた「改質ポリ乳酸樹脂」や「鋳造砂型用バインダー」などについてご紹介しました。

また、広く社会全体の環境活動と連携した、「社会と“いっしょにeco”」の活動がグローバルに広がりつつある様子などについてもご紹介しました。

グローバル

「第3回花王国際子ども環境絵画コンテスト」を開催

“いっしょにeco”をテーマにした「第3回花王国際子ども環境絵画コンテスト」を開催しました。日本およびアジア地域のグループ会社 5 社が学校や小中学生に広く応募を呼びかけたところ、世界 42 カ国・地域の小中学生から、昨年を上回る 7,356 点（国内 3,630 点、海外 3,726 点）の作品応募がありました。

「エコプロダクツ 2012」会場内花王ブースにて上位入賞者 7 名を招待し表彰式を行いました。入賞者より地球環境について考えていること、作品を通じて訴えたいことなどを語っていただきました。

また、より多くの方々に作品をご覧いただくため、海外を含む各事業場や環境イベント会場などで入賞作品の回覧展示を行いました。



審査員の久保先生(後列中央)、社長の澤田(後列左)と上位入賞の子どもたち((前列左より)、台湾、スリランカ、日本、ベラルーシ、タイ、ルーマニア、(後列右)日本)

「第3回花王国際子ども環境絵画コンテスト」受賞作品・審査会・表彰式

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_04_05.html

【いっしょにeco 地球大賞】

Angeli T. Fernando W. A. さんが作品に込めた思い

世界の急速な科学技術の発展に伴って、環境が破壊されています。したがって、環境を保護するためには、世界の国々が技術開発を活用して協力していく必要があります。ポリエチレンやプラスチックをリサイクルして、緑を豊かにしましょう。水を守りましょう。環境を保護して世界の貴重な資源を確保するために、もっと堆肥、バイオガス、太陽エネルギー、そして風力を使いましょう。



Angeli T. Fernando W. A. さん
(9歳 スリランカ)の作品

国内花王グループ

花王と味の素が共同でフォーラムを開催

花王(株)は味の素(株)、環境・CSRコンサルティングの(株)イースクエアと連携して「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」を2011年に設立しました。生活者がよりサステナブルなライフスタイルを実現するために、生活者が企業や専門家と共に考える場の提供や、生活者への情報発信を目的とした活動を行なっています。研究会の活動の一つとして2012年12月15日、「エコプロダクツ2012」会場において「食とくらしがつくる 地球の未来 ～いっしょにつくろう、私たちのサステナブル・ライフスタイル～」フォーラムを開催し、約550名の方にご来場いただきました。第1部では、東北大学大学院の石田秀輝教授から「次世代につなぐ暮らしと食のか・た・ち」というテーマで基調講演があり、2030年の地球環境とありたい暮らしを考え、そのためになすべきことに取り組むという、バックキャスティングで考えることの重要性について事例を交えながらお話しいただきました。第2部では、東京都市大学大学院の中原秀樹教授をファシリテーターに「一みんなて描く、食と暮らしの未来」と題したトークセッションが行なわれました。トークセッションでは「大学生」「ワーキングマザー」「味の素・花王の社員」の3チームから、2030年のエコライフについての提案があり、会場の参加者を含め、それぞれの立場や世代を超えてコミュニケーションが図られました。参加者からは「今回のテーマである“いっしょにつくろう”というメッセージの通り、エコについていろいろと気づかせてくれることがあった」などの声をいただいています。多くの皆さまとサステナブルな未来の実現に向けて、さまざまな角度から交流をさせていただき、盛況のうちにフォーラムを終えることができました。



2030年の食とくらしについて発表する3チーム

花王サステナビリティレポート2013

環境会計

環境会計

花王は、環境への取り組みを効率的かつ効果的に推進するために、環境保全活動にかかる費用とその効果を数値化しています。

国内花王グループ

2012年の環境会計報告

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、一般社団法人日本化学工業協会「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、花王株式会社および下記の国内子会社*です。
3. 期間は2012年1月1日から2012年12月31日までです。2011年までは4月1日から3月31日までの集計期間ですが、2012年の決算期変更に合わせて、変更しました。2012年1-3月は重複しています。

* 花王クエーカー(株)、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)、(株)カネボウ化粧品(含む子会社5社)、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)、モルトンブラウンジャパン(株)、ニコー製紙(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、花王ロジスティクス(株)、KCロジスティクス(株)、花王システム物流(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王クリエイティブハウス(株)、(株)消費生活研究所、花王ピオニー(株)、ヘルスケア・コミッティー(株)

■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		1,753	4,120
内訳	① 公害防止	849	1,804
	② 地球環境保全	453	352
	③ 資源循環	451	1,964
(2) 上・下流コスト	環境対応製品生産設備、容器包装リサイクル	738	3,264
(3) 管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	8	1,194
(4) 研究開発コスト	環境対応研究開発	1,128	3,797
(5) 社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	83
(6) 環境損傷コスト		0	0
合計		3,627	12,458

*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)	2011年度	2012年	増減
事業活動に投入する資源	エネルギー投入量(原油換算:千kL)	231	231	0
	水資源投入量(百万m ³)	11.1	11.1	0.0
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-CO ₂ e) ^{**2**3}	425	446	21
	SO _x 排出量(t)	43	23	-20
	NO _x 排出量(t) ^{**2}	362	371	9
	排水量(百万m ³)	9.0	8.9	-0.1
	COD汚濁負荷量(t)	58	50	-8
	廃棄物等の排出量(千t)	58	56	-2
	廃棄物等の最終埋立処分量(千t)	0.2	0.1	-0.03
	PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	1	2	1

*2 見直しの結果、修正しました。

*3 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.3.3)平成24年5月環境省/経済産業省」に基づいて計算しています。

花王サステナビリティレポート2013

■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 ^{※4}	
有価物等の売却 ^{※5}	有価物、固定資産の売却金額	306
費用節減 ^{※6}	省エネルギーによる費用節減金額	321
	省資源による費用節減金額	1,197
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	164
合計	1,988	

※4 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。

※5 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。

※6 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	397	344
②オゾン層保護対策に関するコスト	代替フロンへの切り替え	62	48
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	512	564
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	6
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	331	1,192
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	1,189	5,214
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	1,128	3,801
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	83
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	8	1,206
合計		3,627	12,458

■環境会計要約情報の直近3期間の推移表

	2010年度	2011年度	2012年
①環境保全コスト			
投資額(百万円)	9,936	5,326	3,627
費用額(百万円)	10,362	11,813	12,458
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: 千 kL)	238	231	231
水資源投入量(百万 m ³)	11.6	11.1	11.1
温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算: 千 t-CO ₂ e) ^{※2}	426	425	446
SOx 排出量(t)	27	43	23
NOx 排出量(t) ^{※2}	365	362	371
排水量(百万 m ³)	9.2	9.0	8.9
COD 汚濁負荷量(t)	64	58	50
廃棄物等の排出量(千 t)	54	58	56
廃棄物等の最終埋立処分量(千 t)	0.2	0.2	0.1
PRTR 法対象物質の大気への排出量(t)	2	1	2
③環境保全対策に伴う経済効果			
実質的効果(百万円)	2,437	2,442	1,988

※2 見直しの結果、修正しました。

社員とともに

社員とともに

人材開発



多様な社員一人ひとりの力を集めてより大きな力とするために、個人と企業が共に成長する環境と風土づくりを実践しています。

多様性の推進と人権の尊重



あらゆる差別を排除して社員の尊厳を守りながら、一人ひとりが最大限に力を発揮し合える職場づくりを進めています。

社員との対話の推進



花王では、良好な社員関係は会社の最も重要な資産の一つという認識のもと、さまざまなコミュニケーションの機会を確保するとともに、定期的な社員意識調査を実施しています。

ワーク・ライフ・バランス



仕事と生活の調和がとれるように、社員と会社が協調しながら、働きやすい職場環境づくりに努めています。

社員の健康と生活への配慮



「花王グループ健康宣言」に基づき「KAO 健康 2015」に向けて健康づくり支援を積極的に推進しています。

労働安全衛生・保安防災



事業活動に伴う災害や事故から社員の安全を守るため、RC(レスポンスブル・ケア)の基本方針に基づいて労働安全衛生、保安防災活動を行なっています。

人材開発

多様な社員一人ひとりの力を集めてより大きな力とするために、個人と企業が共に成長する環境と風土づくりを実践しています。

方針 / 体制

花王では、多様な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、これらを実現するために、社員の意欲や組織の目標など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・効率性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ないます。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。

求められる人物像

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

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・性別など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に向けて、人材マネジメントの方向性と人事業務の標準化、連携のあり方について議論し、グループ全社での協働をこれまで以上に推進していく体制を整えてきています。2012年の会議は7月に開催し、欧米やアジア 12カ国から 19社、63名が参加しました。主な議題の1つとして、2013年1月から国内、欧米、アジアの関係会社の評価制度を標準化し、同じ基準・しくみで公正な評価を行なうためのインフラ整備について議論しました。

花王サステナビリティレポート2013

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に、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主軸にプログラムを企画し、各国・各社と連携して運営しています。

2012年度は、昨年に引き続き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、Mini-MBA^{※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などの「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するとともに、新たに各国の社内講師育成に力を入れました。

※1 グローバルリーダーシップ開発 (GLDP)

国内外の花王グループ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世界共通プログラム。2010年度より開始し、2012年度は74名が参加。累計214名が修了。

※2 Mini-MBAプログラム(eラーニング)

グローバル一体運営促進のための共通言語となるビジネスフレームワークの習得をめざし、2013年度の本格展開に向けて2012年度はパイロットを実施。経営戦略、マーケティング、アカウントリング、ロジカルシンキングなど基礎的なビジネスフレームワーク4科目を展開。



GLDP スイス・ローザンヌセッション

グローバル

マネジャー研修をグローバルに展開

世界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」をグローバルに展開しており、各国の管理職が花王ウェイに基づいた「人材開発基本方針」や花王の「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。アジアとヨーロッパで24名の社内講師を育成し、本社と連携をとりながら研修を一体運営しています。すでに日本を含むアジア・ヨーロッパの8カ国で研修を実施しました。今後はまだ導入していないグループ各社へのさらなる展開や、社内講師が他国での実施を支援する事例を増やしていきます。



社内講師による花王コーポレーション(スペイン)での研修実施

グローバル

ファシリテーション研修のグローバル展開

グローバルスタンダードのミーティングマネジメント手法習得によるチームでの問題解決力向上のため、管理職を対象とした「ファシリテーション研修」をグローバルに展開しています。2012年度は引き続き、6名の社内講師(5名:アジア、1名:ヨーロッパ)による研修を4カ国で実施しました。今後も社内講師育成を進めながら、日本・米国へも展開していきます。



ドイツでのファシリテーション研修参加者

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。2012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「花王ウェイニューズレター」に掲載し、グループ全体でグローバルに共有しています。

「花王ウェイワークショップ」実施状況(2012年度)

国内

- 購買部門
- 人材開発部門
- スキンビューティ研究所
- サニタリー研究所
- MK 開発センター
- 作成センター
- メディア企画部門
- フード&ビパレツジ事業グループ

関連会社

- (株)カネボウ化粧品
- 花王ロジスティクス(株)

グローバル

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。

グローバルな組織マネジメントの面では、2012年1月からのグローバル一体運営実施に伴い、日本から欧米リージョンへとマネジメントラインがつながりました。日本本社の組織目標をKPI※(Key Performance Indicator)として設定し、各リージョンのKPIを各リージョン責任者の個人目標としてブレイクダウンすることで、本社・リージョンのさらなる一体運営強化を図っています。会社ごとに制度や文化、話す言葉の違い、さまざまな課題があるものの、「一人ひとりの社員の目標に対する達成度を評価する」という原理・原則を着実に実行しています。公正かつ納得性の高い評価を実現するために、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。

2013年1月からは日本、欧米、アジアの一部の関係会社の評価制度を標準化し、同じ基準・しくみで公正な評価を行なうためのインフラを整備しました。花王グループが真のグローバル企業に成長していくという目的に向かって、制度設計や導入方法、運用のあり方を徹底して考え、めざす姿に一步でも近づけるよう取り組んでいきます。

※ KPI(Key Performance Indicator)

実績(Performance)を評価するために重要な鍵(Key)となる指標(Indicator)

多様性の推進と人権の尊重

多様性の推進と人権の尊重

あらゆる差別を排除して社員の尊厳を守りながら、一人ひとりが最大限に力を発揮し合える職場づくりを進めています。

方針 / 体制

ダイバーシティから生まれる活力が事業の発展を支えるという認識に立ち、企業の総合力を高めるために、一人ひとりの多様な能力・個性・価値観を受容・結集できる組織の実現をめざしています。

グローバルで存在感のある会社をめざしていくなか、ダイバーシティ推進の重要性が高まっています。ダイバーシティ推進に向けた課題を整理し、取り組みの強化を検討しています。

国内花王グループ

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、新任マネジャーなどを対象に講義を行なっています。2012年度はのべ9回実施、204名が受講しました。

人材開発部と各事業場、グループ会社の人事担当者などをメンバーとする「EPS[※]推進ネットワーク」による会議は2012年度も継続し、事務局からの啓発に関する情報提供とそれぞれの組織で実施した啓発活動の有効事例を共有しました。またトピックスとして、パワーハラスメント防止に関する最新情報の共有や人権啓発の研修を行ないました。この会議をうけてそれぞれの事業場に応じた啓発活動が実施されてきていますが、さらにグループ全体で啓発活動を強化していくために、2013年度から問題意識の共有と取り組み計画の立案を徹底する予定です。

また、多様性尊重に関連する法規をまとめた10分類・67項目にわたる自主点検シートによるチェックを継続しています。禁止事項の遵守はもちろん、努力義務事項についてもほとんど達成しています。



EPS 推進ネットワーク会議

※ 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、国内花王グループで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。

■世界・地域別社員比率(正社員)

	2012年度	比率
日本	22,203人	66.6%
アジア(日本を除く)	7,417人	22.2%
米州	1,313人	3.9%
欧州	2,417人	7.3%
合計	33,350人	100%

●女性社員比率:57.0%

●女性管理職比率:23.6%

2012年12月31日時点

花王サステナビリティレポート2013

■社員関連データ(国内)※

		2010 年度	2011 年度	2012 年度
正社員(人)	女性	13,562	13,254	12,570
	男性	9,797	9,748	9,633
契約社員(人)	女性	2,020	1,696	1,505
	男性	199	206	235
女性社員比率	国内グループ全体	58.1%	60.0%	58.8%
女性管理職比率[正社員のみ]	国内グループ全体	7.6%	9.6%	9.6%

※ 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)リサージ、(株)エキップ

※ 2011 年データは見直しの結果、修正

方針 / 体制

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
障がいある社員も働きやすく、働きがいのある職場環境をつくる

国内花王グループ

障がい者雇用の促進と活躍できる職場環境づくり

障がいによらず意欲と能力のある人材の採用と、障がいの状況や本人の意向に合わせて「通常職場」と「特例子会社」での雇用を積極的に推進しています。

全社員が障がい者雇用への理解を深めるために、9 月を障がい者雇用の啓発月間と定め、イントラネットでのニュースレターの発行や、特例子会社である花王ピオニー(株)の見学会などを行なっています。

さらに 2012 年度は、障がいのある社員のマネジメントや職場における課題を把握するために、上長を対象にアンケートや座談会形式で個別ヒアリングを実施しました。まず、聴覚障がいのある社員を対象とし、働きやすく働きがいのある職場を実現するための施策づくりにつなげます。

今後も、基本方針の実現をめざして取り組んでいきます。

■花王グループ 障がい者雇用率※



2012 年 6 月 1 日時点

※ 集計範囲

障がい者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)、花王ロジスティクス(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))および特例子会社花王ピオニー(株)

国内花王グループ

特例子会社 花王ピオニー(株)

特例子会社とは、障がい者の雇用を促進す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、2013 年 1 月現在、知的障がいのある社員 19 名を含む総勢 23 名が、化粧品やパーソナルケア製品のセット梱包業務に従事しています。ベルトコンベアを用いた流れ作業の中で、一人ひとりが最大の能力を発揮できる工程を担い、明るく元気に、チームワークと協働に基づく“よきモノづくり”を実践しています。

国内花王グループ

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など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 年度に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。

■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
2010	102 人	39 人	38.2%
2011	106 人	39 人	36.8%
2012	94 人	55 人	58.5%

※ 定年退職者数＝定年退職者＋再雇用者数

※ 対象期間

2010 年度、2011 年度：4 月 1 日～3 月 31 日

2012 年度：2012 年 1 月 1 日～12 月 31 日(会計年度変更により期間変更。1 月～3 月の実績が 2011 年度と重なっています。)

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

近年、職場でのパワーハラスメント(パワハラ)に関する意識が高まってきており、厚生労働省でもワーキンググループによるパワハラへの取り組みの提言を 2012 年 3 月に行なっています。これを受け、花王では 2012 年度に管理者層を中心として、花王ロジスティクス(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、花王(株)川崎工場、EPS 推進ネットワーク会議メンバーなどを対象に、のべ 170 名の研修を実施しました。9 月には、外部より弁護士を講師に迎え、コンプライアンス委員を対象にパワハラの講演を行ないました。さらに、コーポレート研修にもパワハラを含むハラスメント防止のプログラムを取り入れています。

また、12 月を人権啓発月間と定め、個を尊重し人権を尊重することに関する情報を掲載したニュースレターの発行や、ハラスメント防止ポスターの掲示による意識啓発を行ないました。

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付

社員との対話の推進

社員との対話の推進

花王では、良好な社員関係は会社の最も重要な資産の一つという認識のもと、さまざまなコミュニケーションの機会を確保するとともに、定期的な社員意識調査を実施しています。

方針 / 目標

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り、グループ全体の一体感の醸成と、社員のモチベーションの向上をねらいとして、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、社長および経営層から社員代表に対して事業状況や人材開発の重点課題などを説明し、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順次拡大しています。そのほか、国内各社・各事業場では「労使懇談会」や「厚生委員会」を開催し、海外においては欧州地域での「花王ヨーロッパフォーラム」や中国での「工会」など労使の対話の場を設けています。

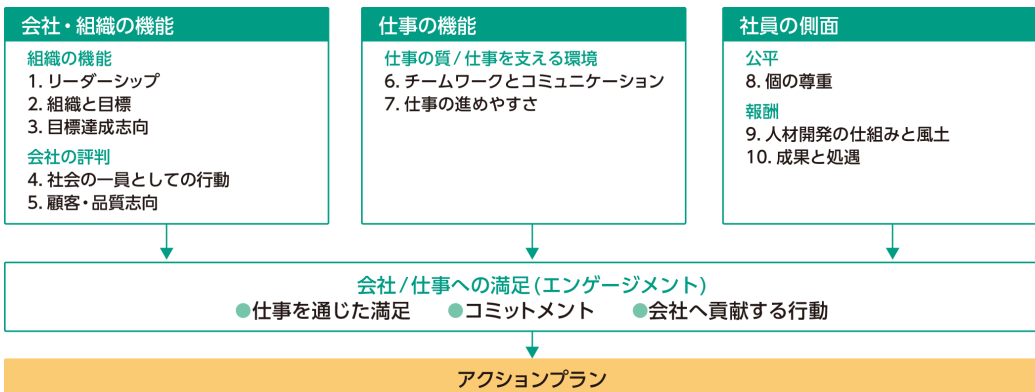
グローバル

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」を原則として2年ごとに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。

2012年に実施した第6回の調査では、海外関係会社の調査対象者の拡大と一部設問の見直しを行ない、よりグローバルな視点で組織風土・機能の改善に向けた取り組みが可能な調査としました。また、よりよい職場づくりのため、これまで以上に社員一人ひとりが主体的に参画していくためのしくみづくりにも継続的に取り組んでいきます。

■「Find」の調査項目



ワーク・ライフ・バランス

ワーク・ライフ・バランス

仕事と生活の調和がとれるように、社員と会社が協調しながら、働きやすい職場環境づくりに努めています。

方針 / 体制

国内では、「ワーク・ライフ・バランス」を推進するため、育児・介護支援策の拡充や、社員一人ひとりの意識啓発と職場風土の醸成に努めています。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。

国内花王グループ

育児支援

花王では、仕事と育児を両立するためのしくみづくりとともに、自助努力支援に力を入れています。

社内のワーキングマザーによる、効率的な仕事の進め方から小学生の夏休み対策といったさまざまな悩みや解決策を共有できるランチミーティングや、育児経験のある女性マネジャーを囲んで実際の体験談やアドバイスをうかがう座談会などを開催し、新しい気づきや同じような環境の社員同士の出会いの場を提供しています。

また、育児休職者のための復職前セミナーを開催し、復職にあたっての準備や心構えを学ぶ機会を提供することで、育児休職からのスムーズな復職を支援しています。このセミナーでは、男性向けのプログラムも実施するなど、パートナー同伴での参加を奨励しており、「育児は男女が協力し合うもの」という啓発も行なっています。

2011年9月には、深刻な待機児童問題が続いている首都圏において、社員の早期復職を支援するため、社内託児施設「メリーズガーデン」を開設しました。2012年12月までに、のべ19人がこの施設を利用して希望の時期に復職しました。



女性マネジャーを囲んでの座談会



メリーズガーデン

国内花王グループ

男性社員の育児への取り組み支援

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。新たに子どもが生まれた社員とその上長に啓発リーフレットを配布し、育児支援制度の周知と職場の理解促進を図っています。2012年10月には育児中の男性社員向けの「ワーク・ライフ・マネジメント講座」を全国4カ所で開催し、講義や参加者同士の語り合いから仕事も育児も楽しむ視点を学びました。子どもが生まれた男性社員へのアンケートも毎年実施し、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います。



和歌山で開催された育児中の男性社員向け「ワーク・ライフ・マネジメント講座」

花王サステナビリティレポート2013

国内花王グループ

育児支援制度

花王では、子どもを育てながら仕事をしている社員のために、育児休職をはじめとしたさまざまな支援制度があります。制度の整備だけでなく、当たり前のように職場の理解促進と支援体制の充実に努めることにより、現在では制度の利用が定着しています。

育児休職は、女性社員の取得率、復帰率はともにほぼ 100%です。男性社員の 2012 年度の取得率は 37.2%でした。

■ 育児支援制度利用実績

		2010 年度	2011 年度	2012 年度
育児休職取得者数(人)*	女性	534	576	581
	男性	76	89	78

※ 集計期間

2012 年度は決算期変更により 9 カ月(4-12 月)のため、1 月-3 月を重複し、2012 年 1-12 月で集計しています。

※ 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

国内花王グループ

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、アンケートとヒアリングを通じて社員の介護実態を詳しく把握し、中期的な取り組み計画を立案、支援のしくみづくりを進めています。策定した介護支援の方針に沿って、全国の事業場で有識者による「介護講演会」の実施や全社員向けのニュースレターの発行などを行ない、自助努力の支援と基本情報の啓発に努めています。

2010 年から 2012 年までの 3 年間で介護講演会をのべ 11 回開催し、毎回多くの社員から「参考になった」「今から準備しておく必要性を感じた」などの感想が寄せられています。2011 年度からは新任マネージャー向け研修の中で介護に関するケーススタディを取り上げ、職場における仕事と介護の両立を考える機会を提供しています。2012 年度のニュースレターの閲覧数は約 5,600 件でした。

また、互助組織である花王ファミリー会が新たに遠距離介護支援の団体と契約し、介護に関するさまざまな相談、介護サービスや医療機関、自治体などへの対応の代行を依頼できるようになりました。一方、社内の相談窓口の対応力向上のために、人事勤労担当者向けに対応マニュアルを作成し、説明会を行なうとともに活用を促進させています。2012 年度は、社内カウンセラー会議での説明や情報交換を行ない、社員が相談するさまざまな窓口での介護相談体制の整備・強化を進めています。

これらの取り組みは新聞、雑誌などで紹介されました。また、仕事と介護の両立を考える外部委員会への参加などを通じて、社会での問題解決にも貢献するように努めています。

これからも仕事と介護の両立に直面しても就業継続ができる“お互い様”な環境づくりをめざします。

国内花王グループ

メリハリのある業務の推進

社員の健康とワーク・ライフ・バランスの観点から、在場時間・就業時間・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。

各社、各部門ごとに計画を立て、仕事のやり方の見直しや、早帰りデー・有給休暇取得推進日の設定などによるメリハリのある働き方の促進に取り組んでいます。

また、社員からワーク・ライフ・バランス標語を募集し、応募作品の中から最優秀賞に選出された標語を使って作成したポスターを全事業場に掲示するなど、職場の意識啓発にも努めています。

2012年は、公益財団法人日本生産性本部が行なった第6回ワーク・ライフ・バランス大賞の標語部門で、花王グループ社員が考えた「仕事の時間と 家庭の時間 どちらも大事な“あなた”の時間」という標語が入選しました。

■有給休暇取得率

	2010年度	2011年度	2012年度
取得率(%)※	61.0	66.4	67.8

※ 花王(株)正社員のみ

※ 集計期間

2012年度は決算期変更により9カ月(4-12月)のため、1-3月を重複し、2012年1-12月で集計しています。



標語を募集して製作した啓発ポスター

社員の健康と生活への配慮

「花王グループ健康宣言」に基づき「KAO 健康 2015」に向けて健康づくり支援を積極的に推進しています。

方針 / 体制

「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
- 健康保険組合と連携した特定保健指導



食生活改善イベントで生活習慣病の予防を呼びかけ

2 メンタルヘルス対策

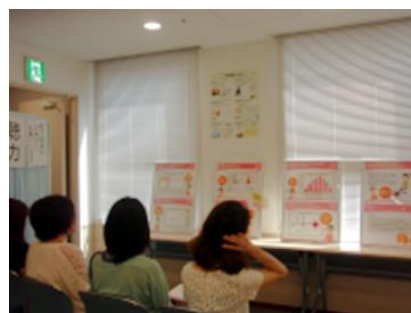
- 問診システム導入による早期対応体制の構築
- マネジャーのメンタルヘルス対応研修、一般社員向けのメンタルセルフケア研修

3 禁煙対策

- 「花王グループ禁煙マラソン」開催
2012年度 109人参加 33人禁煙達成
- 喫煙対策実態調査実施
- 禁煙推進プランの策定
- 喫煙状況と職場の喫煙対策について社員アンケート実施

4 がん対策

- 法定健診にがん検診項目を付加



がん検診の大切さを社内で告知

5 女性の健康対策

- 啓発と婦人科検診の受診率向上

国内花王グループ

健康意識(ヘルスリテラシー)の高い社員づくりをめざして

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、健診・問診データにレセプトデータ(診療報酬明細書)も加味して策定した中期計画の「KAO 健康 2015」を推進しています。

また、健診の前後に、生活習慣を振り返り生活習慣改善に取り組めるしくみづくりを継続して行ない、健康状態を知り、改善目標を立て、実行し、振り返るという健康づくりサイクルをさらに推進します。

花王の考える、ヘルスリテラシーの高い社員とは

- ① 健康診断結果を見て、自分の生活習慣を見直し改善を図る社員
- ② 産業医だけでなく、必要に応じて健康データを見てアドバイスをもらえる医師を持つ社員
- ③ 自分の心の状況を確認し、必要に応じて相談できる人を持つ社員

であることをめざしています。

国内花王グループ

健診前キャンペーンでヘルシア“12週間健康チャレンジ”に社員参加

花王は、2012年3月から6月にかけて、特定保健用食品「ヘルシア」とともに健康行動意識を高める“12週間健康チャレンジ”プロジェクトを開催しました。このプログラムを社員の生活習慣病予防や食習慣の見直しなどの健康づくりにも役立てるため、3月12日より社員に向けても健診前キャンペーンとして実施しました。

839人が参加し、参加者の43%、360人が1日1万歩以上歩きました。

国内花王グループ

特定保健指導の推進

2008年度に始まった特定健診・特定保健指導は、その実施が健保組合に義務づけられています。花王では、花王健保から花王が委託を受け、特定保健指導を推進しています。

特定保健指導対象者のうち「積極的支援」に該当する方に対して、花王は関連会社のヘルスケア・コミッティー(株)の支援を受け、特定保健指導を実施しています。

国内花王グループ

メンタルヘルス対策の推進

心の健康づくりとして、セルフケア、ラインによるケア(上司によるケア)、事業場内産業保健スタッフなどによるケア、事業場外資源によるケア(事業所外のさまざまな機関や専門家によるケア)を推進しています。

2012年度は、ラインによるケアでは、管理職を対象に、企業がメンタルヘルス対策に取り組む意義と管理職の役割、働く人のメンタルヘルスの現状と動向を主としたベーシック研修を9回実施しました。また、部下とのコミュニケーションのとり方や復職してきた部下への対応を学ぶロールプレイを実践し、休・復職者への対応やさまざまな事例への対応を学ぶアドバンス研修を6回実施しました。

また、メンタルヘルス課題を全社で共有するため、人事担当と看護職、カウンセラーが集まりメンタルヘルス対策会議を開催しました。さらに、具体的な事例に対応するためCOCOOHN(コクーン)会議を立ち上げ、看護職とカウンセラーが相互連携について話し合いを始めました。COCOOHN(コクーン)とは、CO(協同で)+CO(カウンセラー)+OHN(看護職)という意味です。

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、55～57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・アドバイスなども行なっています。

2012年度から主催が花王(株)から花王グループ企業年金基金に移管されました。受講対象者は確定給付企業年金(キャッシュバランスプラン)加入者となり、花王(株)以外の関係会社にも拡大されました。また、2012年度から個別相談コーナーを設け、23人の方からのべ39件の相談がありました。

花王サステナビリティレポート2013

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年時代の折り返しの節目」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。ツールとしてバリューカードを導入し自らの価値観の理解を深め、ワークキャリアを中心にデザインするようにしました。

ライフプランセミナー参加者数

【1992年度～2012年度】

当年度：153人(うち夫婦コース52組)

累計：2,075人(うち夫婦コース220組)

ライフキャリア・デザインセミナー参加者数

【2007年度～2012年度】

当年度：139人

累計：788人

労働安全衛生・保安防災

事業活動に伴う災害や事故から社員の安全を守るため、RC(レスポンシブル・ケア)の基本方針に基づいて労働安全衛生、保安防災活動を行なっています。

方針 / 体制

花王は「労働安全衛生」「保安防災」の活動内容を、花王レスポンシブル・ケア方針に明確に定めています。事業活動に伴う災害や事故から社員を守り、安全で安定した操業を維持するため、災害・事故の発生状況や原因を把握・分析し、再発防止に役立っています。また、社員・非正規社員を問わず、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。日常の労働安全衛生・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、人命を第一とした初動対応をはじめ、事業継続計画(BCP)などの対応をグループ一丸となして行ないます。

花王レスポンシブル・ケア方針からの抜粋

●労働安全衛生

労働災害の撲滅、潜在的危険性の低減を図るとともに、快適な職場環境の形成と従業員の健康増進に努める。

●保安防災

火災、爆発及び化学物質漏洩を防止し、安全で安定な操業を維持するとともに、自然災害やセキュリティ強化に配慮して、設備対応と定期訓練を行い、緊急時に備える。

目標

2012年の国内花王グループの重点目標として、「労働災害の撲滅」「労働衛生」「安全な操業の維持(保安上の事故撲滅、防災活動)」の3点を掲げ、活動を実施しています。

具体的には、「労働災害の撲滅」として、機械・作業のリスクアセスメントの推進、3S^{※1}の徹底、交通事故の防止、転倒転落防止、熱中症防止などに注力し活動しています。

「労働衛生」では、労働疾病情報の整備、化学物質のリスクアセスメントを推進しています。

「安全な操業の維持(保安上の事故撲滅、防災活動)」では、変更管理^{※2}の徹底、化学設備のセーフティアセスメント、定期点検、パトロール強化、防災訓練の充実と事業継続計画(BCP)の継続を項目にあげて、各推進部門においてさらに詳細な実行内容と計画を策定して活動しています。

※1 3S

整理・整頓・清掃

※2 変更管理

変更に伴うリスクを事前に想定して対策を講じ、障害や不具合、事故などを防止するマネジメント活動のこと。

花王サステナビリティレポート2013

■労働安全・保安防災の目標と実績(国内花王グループ)

重点推進目標	対象部門	指標	2012年		2011年実績 (参考)
			目標	実績	
労働災害の防止	花王グループ全体 派遣含む	休業災害被災者数(人)	0	14	24
		全災害千人率※1	2.1以下	3.2	3.4
		全災害被災者数(人)※2	75以下	107	119
交通事故の防止	販売 配送	【過失100%】 人身事故(件)	0	18	22
		過失0%以外百台率※3	8.3以下	11.0	10.4
		過失0%以外(件)	369以下	421	420
事故	花王グループ全体	【火災・爆発・漏洩など】 国内(件)	0	4	2

※1 全災害千人率
全災害被災者数(人)÷従業員数(人)×1000

※2 全災害被災者数
休業災害と不休業災害の被災者数の合計

※3 過失0%以外百台率
過失0%以外の交通事故件数(件)÷保有車両台数(台)×100

グローバル

2012年の労働災害発生状況

国内花王グループ(派遣社員を含む)の労働災害による被災者総数は、2011年の119人から2012年は107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、24人から14人(うち、5人は交通事故過失0%の休業)になりました。

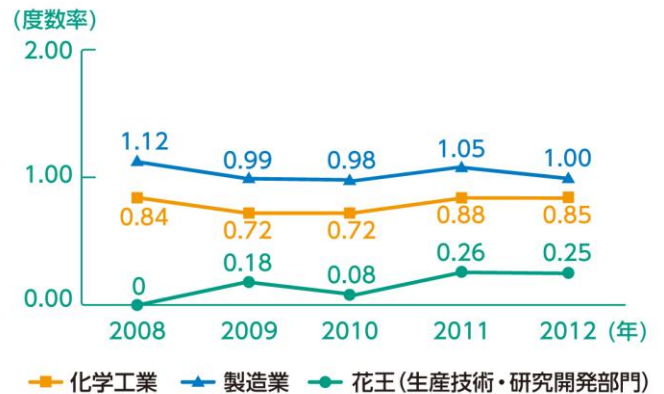
被災の主な要因は、2011年同様、不注意や確認不足による「転倒・転落」23人、次いで「交通事故(被害)」によるもの15人、「はさまれ・巻き込まれ」15人で、ほぼ半数を占めました。製造設備などの作業に携わる生産技術・研究開発部門の被災者数は29人(うち、休業3人)で、2011年(29人)と比較すると削減することができず、さらに、回転体への巻き込まれによる被災者も発生しました。

2011年に発足した、安全対策強化組織による設備安全対策を全社展開し、リスクアセスメントの実施や残留リスクの削減を図ることで再発防止に努めます。

なお、海外グループの生産技術・研究開発部門の労働災害による2012年の被災者総数は75人、そのうち休業になった被災者数は29人でした。

海外を含めた花王グループ全体の生産技術・研究開発部門の度数率は1.55、強度率は0.02でした。

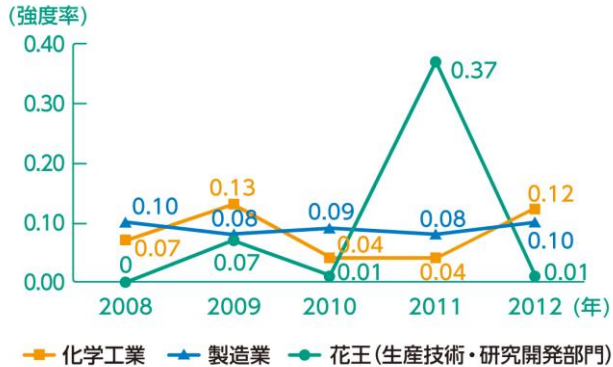
■生産技術・研究開発部門の度数率(国内花王グループ)★



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)

※ 化学工業と製造業の数値は、厚生労働省の「平成24年労働災害動向調査」より

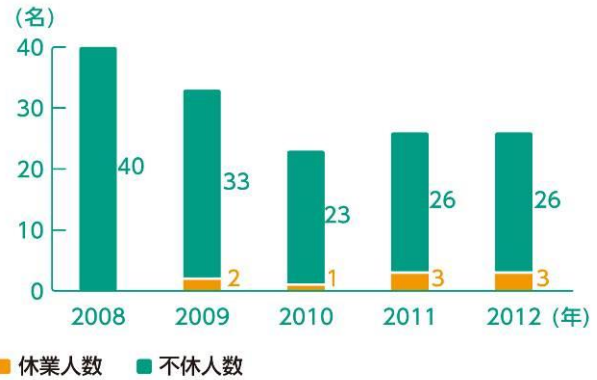
■生産技術・研究開発部門の強度率(国内花王グループ)★



強度率:1,000 のべ実労働時間当たりの労働損失日数

※ 化学工業と製造業の数値は、厚生労働省の「平成24年労働災害動向調査」より

■生産技術・研究開発部門の全災害被災者数(国内花王グループ)



国内花王グループ

大規模災害に備えた訓練

地震を想定した安否確認システムへの全社入力訓練は、これまで年1回9月に実施してきましたが、東日本大震災の発生に続き、首都直下型地震や南海トラフ地震が懸念されており、発生時確実に入力できるように2012年から年2回とし、3月と9月に実施しました。また、防災対策組織の通報訓練も年1回10月に実施してきましたが、2013年から年2回実施するように計画を変更し、地震が首都圏で発生した際にも、迅速かつ確実に活動が行なえるよう訓練を重ねていきます。なお、2012年2月に導入したWeb方式による新安否確認システムも順調に稼働しています。

茅場町事業場では、(株)カネボウ化粧品、花王カスタマーマーケティング(株)の本社が花王(株)の本社ビル周辺(茅場町)へ移転したため、2012年7月27日に、3社合同で首都圏地震を想定した訓練を実施しました。訓練では、3社それぞれの現地対策本部に加え合同本部を設置し、相互連絡等を行ない、防災体制の機能を確認しました。

なお、今後も課題を洗い出し、さらなる体制強化を図ります。

グローバル

防災の研修

2012年も、高圧ガス設備を保有するピリピナス花王およびファティケミカル(マレーシア)の現地工場の安全防災監査と防災訓練(現地の公設消防隊との合同訓練)における各隊・各班の活動状況を確認しました。

訓練は、工場のメンバーのほか、協力会社の従業員も参加して実施しており、災害に対する意識づけができていましたが、さらなる高度な訓練の実施を予定しています。

グローバル

2012年の小規模な火災の発生について

公設消防機関が消火活動した火災が国内と海外で各1件、小規模な火災(ボヤ)が国内で3件発生しましたが、いずれも、けが人はいませんでした。(設備火災4件、車両火災1件)

上記の火災に対しては原因調査を実施し、設備火災に関しては設備の安全強化や作業手順変更と周知徹底、車両火災に関しては車内での喫煙禁止と3Sの徹底を周知し、再発防止に努めています。今後も設備の定期点検・整備・パトロール・職場の3Sなどを継続的に実施し、保安管理を徹底していきます。

<国内>

- 2月/花王株式会社 和歌山工場/乾燥塔送風機電気盤
経年劣化したマグネットスイッチが発煙。
- 4月/花王株式会社 和歌山工場/高圧実験室
実験装置のコック部分から液が漏れ、ヒーターで発火。
- 4月/カネボウ化粧品販売株式会社/営業車
営業車運転中の喫煙で、車内の品物に引火し炎上。
- 8月/花王株式会社 鹿島工場/水素ホルダー
検査準備で、ホルダー内の残水素を放出作業中に、金属性の網(鳥の侵入防止)が吹き飛んだ際の火花で水素に着火。

<海外>

- 7月/ファティケミカル(マレーシア)/アルコール蒸留塔
プラント停止後、塔内で火災。
*一部自然発火温度を超えている状態でマンホールを開け、酸化→蓄熱→自然発火に至ったものと推定。

地域社会とともに

地域社会とともに

社会貢献活動の考え方



「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに、「環境」「教育」「コミュニティ」の3つの領域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。

教育



自社の経営資源を活かし、それぞれの年代に応じたプログラムを展開して、取り組みを進めています。

コミュニティ



社会・文化の発展に貢献することをめざして、地域との交流を図りながら、グループ全体で社会貢献活動を展開しています。

社会貢献活動の考え方

社会貢献活動の考え方

「環境」「教育」「コミュニティ」の3つの領域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領域を重点分野として活動してきましたが、2012年度より、グループ全体で社会貢献活動を一層推進していくため、より「コミュニティ」を重視し、重点領域としました。今後も、より地域社会との共存共栄をめざした活動を推進してまいります。

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目指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。

社会貢献活動の全体像

次世代を育む環境づくりと人づくり

環境

- 花王・みんなの森づくり活動
- みんなの森の応援団

教育

- 花王・教員フェロースhip
- 理科教育支援
-JSEC、理科実験講座
- 出張授業

コミュニティ

- 花王ファミリーコンサート
- 社会起業家育成支援
- バリアフリー推進
- 福祉施設製品寄贈
- 工場見学

社員参加型の活動

ハートポケット倶楽部、ピンクリボンキャンペーン

メセナ支援

東京音楽コンクール、オペラ・大型美術展協賛

公益財団法人 花王芸術・科学財団

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」をリニューアルし、国内における環境保全活動の新たな展開を始めました。2012年度は、グローバルでの環境分野のプログラムの見直しと、5年間の計画でタイ北部での環境保全活動を始めました。

「環境」分野にかかわる取り組みは、下記のページに紹介しています。

[>P75「製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み」>「生物多様性への対応」](#)

[>P78「製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み」>「環境コミュニケーション」](#)

教育

教育

「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに、重点分野の一つを「教育」とし、自社の経営資源を活かし、それぞれの年代に応じたプログラムを展開して、取り組みを進めています。

国内花王グループ

社員が学校を訪問する出張授業を推進

子どもたちの「生きる力」の向上につながることを願い、花王の事業にかかわりの深い「清潔」「健康」「環境」分野で、「手洗い講座」「おそうじ講座」「環境講座」の3つのプログラムを実施しています。これらは、製品開発の過程で生まれる生活に役立つ知見を活かした、実習や実験を重視する体験型のプログラムとなっています。

2012年は、3講座合わせて、32都道府県の183校・約1万2千名の児童に、花王グループの社員、のべ約900名が講師として参加して実施しました。2009年度の活動開始から、累計約2万3千名の児童が受講しています。

講座に参加した社員からは「自らこの活動に携わることで、会社の社会貢献活動を実感できた」等の声が寄せられ、社員が社会と触れ合い、社会貢献活動を知るよい機会となっています。2012年は参加部門が拡大するとともに、経営幹部も講座の講師を努めるなど、全社活動として定着してきました。

2013年度以降も、講座の質をより高めていくとともに、実施校も拡大し、多くの社員が参加していく予定です。

1. 「手洗い講座」

子どもたちが手洗いの大切さに気づき、洗い方を習得してもらう小学校低学年向けのプログラムを2009年度から実施しています。

手の洗い方を「あわあわ手あらいのうた」を使って練習する時間も設け、正しい手洗いへの動機づけを行なっています。

2012年は、31都道府県の小学校87校・約5,400名の児童に、のべ約440名の社員が講座を実施し、先生からは「特殊な器材を使った実験など、学校ではなかなかできないことをしていただき大変よかった」等の声が寄せられています。

2. 「おそうじ講座」

小学校低学年の「生活科」のカリキュラムに連動して、食器洗いとふき掃除の実習を通じ、家事の大切さや、それらの上手なやり方・コツを学ぶプログラムを2010年度から実施しています。また同時に、子どもたちが家族における自分の役割を考えることで、「家族の役に立つ喜び」や「感謝の心」の大切さに気づいてもらうこともめざしています。

2012年は、17都道府県の小学校47校・約3,100名の児童に、のべ約270名の社員が実習を交えた講座を行ないました。先生や保護者からは、「何より日常の掃除が劇的に変わった」「家事の大変さをわかってくれたようだ」という評価をいただきました。さらに子どもたちからも「今まではそうじがいやだったが、そうじがすきになった」といった感想も寄せられ、児童の生活力の向上に貢献しています。



「手洗い講座」の授業



「手洗い講座」の授業



「おそうじ講座」の授業

花王サステナビリティレポート2013

今後も、基本的な家事スキルや“家族への思いやり”の大切さを伝え続けるために、より多くの社員が参加して「おそうじ講座」を継続・拡大していく予定です。

3. 「環境講座」

未来を担う子どもたちと共に、企業が考える環境を考えたモノづくりについて、講義や実験を通じて学ぶ体験型の環境教育プログラムです。身近な商品を通して節水について考えることで、子どもたちが日々の生活で環境に配慮した行動に取り組むきっかけになるよう、2009年度から開始しました。

授業では、すすぎ効率に優れた「アタック Neo」(衣料用濃縮液体洗剤)を題材に、製品の使用場面で「すすぎ 1 回」を選択すると節水効果が得られることを紹介しながら、企業が環境に配慮した商品の開発や製造に努めていることを理解してもらうとともに、使用場面での行動が環境に及ぼす影響も大きいことをお伝えしています。

2012 年は小学生、中学生、高校生を対象に、出張授業を 19 都道府県 49 校で実施しました。

出張授業を体験した児童からは、「身近な生活の中で、節水や節電をもっと心がけると、地球にも環境にもいいことがあるとわかりました」等の感想が寄せられ、児童の意識・行動の変化を促す活動になっています。



小学校での「環境講座」の授業

国内花王グループ

理科教育の支援

花王グループは、小学生から高校生まで幅広い年代に対し、身近にある製品を題材とした社員による実験講座の実施、教育機関・団体への講師の派遣、企業訪問研修受け入れなどの活動を通じ、理科教育を支援しています。

2012 年度は、理科教育・キャリア教育の支援を合わせて、15 の教育機関・団体に協力しました。

1. 日本油化学会オレオサイエンスフェア 小中学生のための実験講座に協力

花王は、2001 年より理科教育支援を目的に、身近にある製品を題材とした、社員による実験講座を開催しています。

2012 年は、創立 60 周年を迎える日本油化学会の記念事業であるオレオサイエンスフェアに協力し、「スキนครリームをつくってみよう!! ～暮らしの中の乳化～」と題した実験講座を開催しました。実験会場は「全国高校化学グランプリ 2011」の二次選考会場にもなった慶應義塾大学理工学部の本格的な実験室で、子どもたちは化学者気分で実験ノートをとりながら、親子で楽しく課題に取り組んでいました。

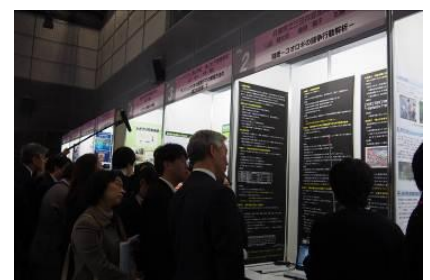


オレオサイエンスフェア 小中学生のための実験講座

2. 科学技術の自由研究コンテスト(JSEC)に協賛

2005 年から高校生を対象とした科学技術の自由研究コンテスト(JSEC)に協賛し、毎年優れた作品に花王賞を贈呈しています。また 2012 年からは、キャリア教育への貢献も視野に入れ、新たに花王特別奨励賞を設け、副賞として花王の研究関連施設を見学するスタディーツアーを授与して、受賞者と研究員との交流を行なうことにしました。

2012 年の花王賞は、兵庫県立三田祥雲館高等学校の山田健太郎さん、藤原霧子さん、加藤由佳さんの「闘蟋ーコオロギの闘争行動解析ー」、花王特別奨励賞は、学校法人静岡理工科大学静岡北高等学校の伏見華奈さん、大上弘奈さん、内野貴文



第 10 回高校生科学技術チャレンジ(JSEC2012)最終審査会

花王サステナビリティレポート2013

さんの「ハイドロタルサイトによる吸着と二酸化チタンおよび水素による還元除去を組み合わせさせた硝酸イオン除去リアクターの開発」に決定しました。

国内花王グループ

キャリア講座の支援

(株)カネボウ化粧品では、横浜国立大学が推進する“早期キャリア教育”に協力し、神奈川県立小田原高等学校にて、研究員による理科をテーマにしたキャリア講座を実施しました。1年生約320名を対象に、肌のしくみや化粧品の役割、さまざまな処方技術について、簡単な実験を交えながら解説。また、学生時代に打ち込んだ研究が仕事での製品開発に活かされるまでのエピソードを交え、将来の目標を掲げることの大切さや目標へ向かう道筋の多様性など、将来の進路を主体的に考えてもらうための講演を行ないました。



カネボウ化粧品のキャリア講座

国内花王グループ

「花王・みんなの森の応援団」

「花王・みんなの森づくり活動」の助成先市民団体と協働した、大学生に環境への意識や関心を高めてもらうことを目的としたプログラムです。公募で選ばれた大学生が、「花王・みんなの森づくり活動」の助成先市民団体の活動に参加。団体の方々へ取材を行ない、レポート記事を執筆作成して、新たな認識や知識を深めます。

さらに、大学生の記事を通して、森づくり活動の意義を広く社会に伝え、活動を行なう市民団体の支援の輪を広げ、世代間のコミュニケーションやコミュニティづくりを促し相互理解を深めています。机上の知識や学問だけでなく、フィールドを体験することにより、大学生に現場の大切さを理解してもらい、「聞いたこと」「思ったこと」を自分自身の言葉で伝える技術の習得もサポートしています。

2012年度は10名の大学生が10団体へ訪問、記事を執筆しました。

2006年度にスタートしてから2012年度までに56名の大学生が57団体へ訪問、記事を執筆しています。

このプログラムは、特定非営利活動法人日本NPOセンターとの協働で運営しており、大学生が執筆した記事は、日本NPOセンターの「NPOひろば」にも掲載しています。



花王・みんなの森の応援団

国内花王グループ

工場見学を通じた次世代教育

花王は、日本国内に9つの工場があり、2012年度は約4万5千名の皆さまに工場見学にご来場いただいています。見学者の約3分の1が小学生、中学生、高校生の生徒です。特に小学生の工場見学では、地域の身近にある企業がどのように“よきモノづくり”に取り組んでいるのかを理解していただいています。

2010年度より、川崎工場では小学生5年生を対象とした見学プログラムに、学校教育視点を取り入れた独自のプログラムによる見学を行っており、先生や児童の理解



鹿島工場での原料のはたらき確認実験

花王サステナビリティレポート2013

が向上し、好評を得ています。来場者数が2012年度は2010年度の約3倍と顕著に増加するなど、その成果が現れています。

2012年度は、鹿島工場、和歌山工場と花王エコラボミュージアムを中心に、小学校の対象学年に応じた社会科単元と連動させた新しい工場見学プログラムを導入しました。各地域にある花王工場、ミュージアムの特徴をわかりやすく伝える内容とし、原料のはたらきや環境への配慮を知る実験を取り入れ、「自ら知り、学ぶ楽しさ」を実感していただいています。



花王エコラボミュージアムでの水量調べ実験

グローバル

アジアでの次世代教育

次世代を担う子どもたちに向けた出張授業を、国内だけでなく海外でも実施しています。

「手洗い講座」を、インドネシアの幼稚園で2011年度に開始しており、2012年は25園・約3千名の園児を対象に、日本と同じく手洗い歌を活用した指導法で実施しました。

また台湾では、日本の活動をベースにした小学生向けの「おそうじ講座」を2011年度に開始。2012年は、台湾花王の社員が講師となり12校で講座を実施し、子どもたちに掃除の大切さや正しいやり方を教えました。また「おそうじ講座」の中で正しい手洗いを伝える活動も始めました。

次世代を担う児童に、正しい手洗いの習慣を身につけてもらう「手洗い講座」や、掃除の大切さを理解し正しいやり方を身につけてもらう「おそうじ講座」を、今後も引き続き、アジアで広げていきます。



台湾でのおそうじ講座



インドネシアでの手洗い講座

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(国際 NGO アースウォッチ主催)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、地域社会へ環境保全や生物多様性保全の大切さを伝え、広がっていくことを期待しています。

花王・教員フェローシップ実績

2012年度 4プロジェクト(教員10名)

これまでの累積 50プロジェクト(教員99名)



野外調査

コミュニティ

コミュニティ

「次世代を育む環境づくりと人づくり」のために、重点分野の一つを「コミュニティ」とし、地域との交流を図りながら活動を展開しています。

国内花王グループ

「花王ファミリーコンサート」を開催

花王は、事業場立地地域の皆さまに質の高い音楽に触れることで芸術に親しんでもらいたいとの願いを込めて、「花王ファミリーコンサート」を開催しています。会場整理、アナウンス、切符切り等の運営はすべて社員の手づくりで行ない、チケット収益は、地域の音楽教育などに役立てていただくよう、全額を寄付しています。

2012年度は、6月3日(日)に栃木県益子町の益子町民会館で「花王ファミリーコンサート in 栃木」を、12月2日(日)に山形県酒田市の酒田市民会館希望ホールで「花王ファミリーコンサート in 酒田」を開催しました。栃木地区には、木嶋真優さん(ヴァイオリン)、中野翔太さん(ピアノ)、山田美也子さん(お話)をお迎えし、700名のお客さまにご来場いただきました。酒田地区には、ヴァイオリンとピアノのユニット TSUKEMEN の皆さんをお迎えし、1,100名のお客さまにご来場いただきました。



「花王ファミリーコンサート in 栃木」



「花王ファミリーコンサート in 酒田」

国内花王グループ

世界文化遺産和歌山県「熊野古道保全ボランティア」を実施

10月20日(土)、和歌山県の世界文化遺産「熊野古道」の保全ボランティア活動に和歌山事業場総勢92名で参加しました。

熊野古道とは、紀伊山地の霊場を結ぶ総延長が300km超にも及ぶ参詣道で、2004年7月に霊場とともに世界文化遺産に登録されました。この熊野古道がある紀伊山地は年間を通して雨量が多く、台風などの災害にもたびたび見舞われる地域でもあり、道の傷みも随所で確認されています。そのため、和歌山県では「道普請(みちぶしん)ウォーク」と題し、参詣道の環境保全活動に参加する企業・団体を募集。今回、和歌山事業場も初めて参加することになりました。

作業内容は、土のう袋を補修場所まで運び、傷んだ部分を埋めて固めるというのですが、女性6名を含む総勢92名が参加し、総量で2トンの土を運びました。

参加者からは、「世界文化遺産の修復にかかわれる貴重な機会だった」「熊野古道の魅力を実感できた」「次回は家族で来たい」など、前向きな意見が多数寄せられました。

今後も、この貴重な世界文化遺産の保全のため、熊野古道保全ボランティアを継続していく予定です。



土のうづくり

国内花王グループ

「ハートポケット倶楽部」による NPO・NGO 支援

社員主体の寄付組織「ハートポケット倶楽部」では、社員の毎月の給与の一部を基金として積み立て、NPO・NGO への支援や大規模災害時の支援を行なっています。寄付を通じて社会との交流を図ることを目的に設立され、1口50円から参加できます。基金の用途は運営委員による運営委員会にて決定しています。

また、寄付だけでなく、運営委員が自主的に社員参加プログラムの企画や運営も行なっています。2012年度は、和歌山事業場とすみだ事業場で「世界の現状と課題に気づく」をテーマに映画上映会を開催しました。

さらに、事業場地域のコミュニティづくりに寄与するため、地域に根ざした活動を行なう市民団体を支援する地域助成プログラムを、2007年より栃木県、2008年より和歌山県にて実施しています。それぞれ、地域の間接支援組織である、とちぎボランティアネットワーク、わかやま NPO センターと連携して推進しています。



インド「子供にやさしい村プロジェクト」
(写真提供: 認定 NPO 法人 ACE)

2012 年度実績

- 会員数: 2,515 名 (2012/12/20 現在)
- NPO・NGO 団体活動支援: 24 件 (4~12 月決定数)
- 大規模災害時支援: 3 件 (同上)
- 地域助成プログラム支援件数: 栃木 6 団体、和歌山 7 団体

国内花王グループ

「花王社会起業塾」を実施

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。

プログラムは、事業開始直前直後の若手起業家を支援する「スタートアップ部門」と、すでに事業実績のある起業家による新たなチャレンジを支援する「イノベーション部門」があります。2012 年度からは、過去にスタートアップ部門で支援した団体をイノベーション部門の支援対象とし、事業のさらなる飛躍をめざした取り組みを継続発展的に支援するしきみを整えました。

●スタートアップ部門

- 事業開始直前直後の若手起業家を支援
- ・今井紀明さん、朴基浩さん
特定非営利活動法人 D×P (ディーピー)
ニート・フリーター予防に向けたキャリア教育支援
 - ・染矢明日香さん
ビルコン
正しい性の知識とコミュニケーションスキルの啓発
 - ・渡辺大地さん
株式会社アイナロハ
産前産後の子育て・家事サポート

●イノベーション部門

- すでに事業実績のある起業家による新たなチャレンジを支援
- ・堀江敦子さん
スリール株式会社
仕事と子育てを家庭で学ぶ「ワーク&ライフ・インターンシップ」事業
 - ・森山誉恵さん
特定非営利活動法人 3Keys
児童養護施設の子どもたちへの学習を通じた自立支援

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。

海外では、上海花王と花王(香港)、花王(台湾)で同キャンペーンを実施しています。グループ会社も啓発活動に協力しており、たとえば花王(マレーシア)では乳がん早期発見の啓発活動を行なう団体と協力し、ドクターや元患者が参加して乳がんの正しい知識を伝えるイベントを開催しました。

また、東日本大震災で被災した方が乳がんで悲しむことがないようにと、検診受診機会の支援などを行なう「ピンクリボンでつなぐ絆プロジェクト」(主催:認定NPO法人乳房健康研究会)に協力し、ハミング Neo を通じたクリック募金を実施したほか、2012年11月には福島県郡山市で「ピンクリボンカフェ in 郡山」を開催し、乳がんへの理解を深める活動を実施しました。



啓発用リーフレットをお渡し

グローバル

地域の子どもたちのために

花王グループ各社では、地域の子どもたちのための活動を行なっています。たとえば、児童養護施設へ製品寄贈を行ったり(日本、インドネシア)、学用品や学校備品を支援したり(ドイツ、メキシコ)、クリスマスプレゼントなどを行なう場合もあります(イギリス、アメリカ、メキシコ)。

2012年には、花王タイランドやピリピナス花王(フィリピン)では、学校の修繕に社員が協力したり、修繕用の塗料などを寄付するとともに、奨学金の提供を行ないました。



地域の学校に修繕用の塗料を寄付(ピリピナス花王)



5人に奨学金を授与(ピリピナス花王)

グローバル

社員が地域活動に参加

花王 USA では、地域活動に社員が積極的に参加しています。2012年は、アースデイに100名の社員が地域の清掃活動に参加したほか、乳がんの啓発活動にも社員のべ70名が協力しました。



乳がん啓発活動に協力する社員



地域の清掃活動に参加する社員

グローバル

2012 年度の災害支援

花王は、2007年に制定した「花王グループ寄付ガイドライン」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。

2012年度に行なった災害支援は表のとおりです。



フィリピン大雨洪水における支援活動
(写真提供: 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム)

■災害支援の実績

災害	支援時期	会社	支援内容
平成 24 年 7 月九州北部豪雨災害	2012 年 7 月～9 月	花王(株)	花王(株)、社員有志を合わせて 40 万円と、救援物資として 110 万円相当の製品を寄付しました。
フィリピン大雨洪水	2012 年 8 月	花王(株)	花王(株)、社員有志を合わせて 100 万円の寄付をしました。
米国ハリケーン「サンディ」	2012 年 11 月	花王(株) 花王 USA 花王スペシャルティーズアメリカズ	花王(株)、社員有志を合わせて 40 万円の寄付をしました。 花王 USA が 7,000 ドルの寄付をしました。 花王スペシャルティーズアメリカズが 580 ドルの寄付と、被災者のための支援品を詰め合わせたバケツを寄贈しました。
フィリピン台風「ポーファ」	2012 年 12 月	花王(株)	花王(株)、社員有志を合わせて 40 万円の寄付をしました。



花王スペシャルティーズアメリカズから被災者に寄贈された支援品詰め合わせバケツ

東日本大震災への支援活動についてはこちらで紹介しています。

[>P13「東日本大震災への対応」](#)

お客さま(法人顧客)とともに

お客さま(法人顧客)とともに

コンシューマープロダクツ事業



価値ある商品や情報を、販売店といっしょにご提案・ご提供することで、生活者の皆さまの暮らしにおける「清潔」「美」「健康」の向上に貢献することをめざしています。

ケミカル事業



世界の幅広い産業界のお客さまとともに、相互の繁栄と環境負荷の低減を図っていくため、情報交換や協働活動を積極的に実施しています。

プロフェッショナル用品事業



外食産業、病院介護施設、ホテルなどのプロフェッショナルなお客さまへ、製品とソリューションシステムのトータル提案で、現場の衛生管理向上と安心安全、環境負荷削減に貢献することをめざします。

コンシューマープロダクツ事業

コンシューマープロダクツ事業

価値ある商品や情報を、販売店といっしょにご提案・ご提供することで、生活者の皆さまの暮らしにおける「清潔」「美」「健康」の向上に貢献することをめざしています。

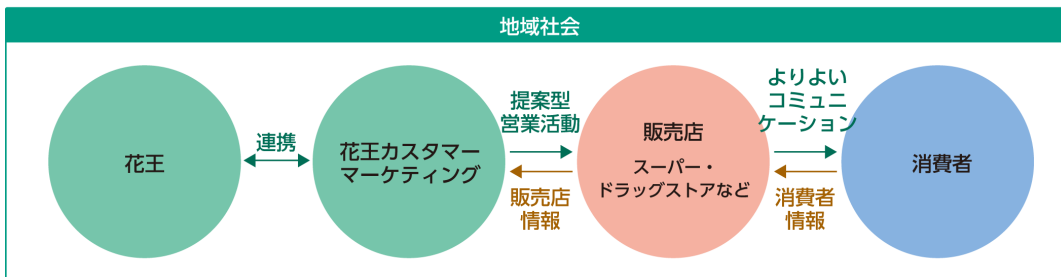
方針 / 目標 / 体制

花王製品の販売を担う花王カスタマーマーケティング(株)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、商品陳列を担う花王フィールドマーケティング(株)と連携し、お客さまが買い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、ビューティアドバイザーが直接お客さまへの推奨活動を行っています。

今後も市場や消費者の変化を的確にとらえた売場・売り方づくりを推進します。

花王カスタマーマーケティング(株)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



販売店情報 / 消費者情報を商品開発・販売活動改善へ反映

国内花王グループ

販売店へ花王の環境・ユニバーサルデザインへの取り組みを紹介

花王カスタマーマーケティング(株)は、販売店向けに「有力販売店様懇談会」を毎年開催しています。2012年11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、自治体など地域と密着した環境啓発活動の提案や、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。「商品を環境視点とユニバーサルデザイン視点で設計することは良い」「一緒に環境に対する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。



環境にも人にもやさしい商品を販売店へ紹介

ケミカル事業

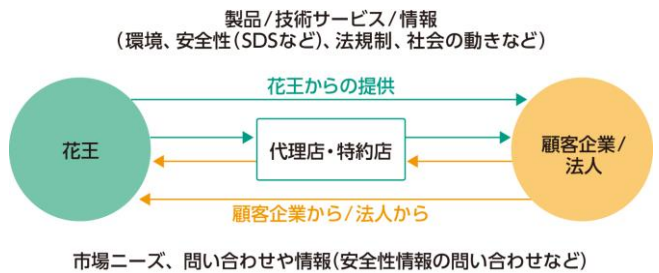
ケミカル事業

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。

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じ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を推進しています。

■顧客企業・代理店との連携体制



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

化学物質管理におけるサプライチェーンでの情報伝達、輸出入時の法令の遵守や震災等の災害時における商流[※]対応など、花王の販売代理店の役割はますます拡大し、重要になってきています。

花王では、2012年度もケミカル事業における主要な販売代理店9社と、ケミカル製品に関係する国内外の各種法規制の動向や環境・安全の取り組みなどの情報交換会を実施しました。今回は、総合安全に関する2011年度PDCA活動の結果と2012年度の活動計画について、販売代理店からご紹介いただきました。花王からは、年々増加している化学物質に関するさまざまな情報伝達業務への対応のお願いや効率的な情報伝達システムの紹介、さらにはGHSに関する国内外の最新状況と花王の取り組みについて紹介し、サプライチェーンにおけるお互いの役割を再確認しました。

※ 商流

製品そのものの流れである「物流」に対して、受注・発注・代金の決済などを通じて情報や所有権が移動する流れのこと。物的流通に対する商的流通。

国内花王グループ

販売代理店新人研修会

花王のケミカル製品の品質・安全性を理解し、顧客企業に継続的に協力していただくために、花王は販売代理店の新人を対象に、2年に一度「代理店新人研修会」を開催しています。前回は2011年度に60名近い方々に参加していただき開催しました。次回は2013年度に開催する予定です。

プロフェッショナル用品事業

プロフェッショナル用品事業

外食産業、病院介護施設、ホテルなどのプロフェッショナルなお客さまへ、製品とソリューションシステムのトータル提案で、現場の衛生管理向上と安心安全、環境負荷削減に貢献することをめざします。

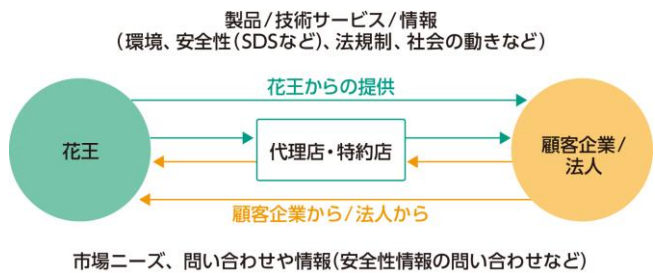
方針 / 目標 / 体制

花王プロフェッショナル・サービス(株)は、フードサービス(外食産業、食品加工業)、メディカルサポート&ケアサービス(病院、介護施設)、レクリエーションサービス(ホテル、理美容、クリーニング等)の各分野で、専門的な洗浄や衛生管理が必要なプロフェッショナルなお客さまに向けて、業務用製品とソリューションサービスを提供しています。

フードサービス分野では、総合的な衛生管理を通じて食の安心安全や快適な環境づくりを、メディカルサポート&ケアサービス分野では、専門的な感染管理で感染危害のリスク回避を、レクリエーション分野では、清潔による快適さをめざしています。

お客さまのニーズに合った効果的な製品、環境に配慮した製品の開発・提供に加えて、お客さまの状況に合わせた“クレンリネス&サニテーション”オペレーションシステムを提案することで、衛生管理課題のトータルな解決を図ります。

■顧客企業・代理店との連携体制



国内花王グループ

食品衛生管理のトータル・システムの提案

花王プロフェッショナル・サービス(株)は、外食産業や食品加工業などのお客さまと共に現場での衛生管理向上に取り組み、総合的な衛生管理を通じて食の安心安全や快適な環境づくりをめざしています。

製品の提供に加え、実際に使用される現場に合わせた衛生管理オペレーションを提案。お客さまごとの現場に合わせたわかりやすいマニュアルによって、バラツキのない標準化されたオペレーションを推進します。

提案にあたっては、ケースに応じて店舗の現場診断を行ない、それに基づく改善ソリューション提案～成果検証～マニュアル化を通じて、新たな衛生管理のしぐみを共同で推進することもあります。

また、継続的な衛生管理レベル維持向上のため、実際に作業される方々に向けた衛生講習会も実施。店舗の衛生診断とあわせてステップアップを図ります。

2012年度は、店舗診断 209 店(88 社)、衛生講習会 174 回を実施しました。



厨房現場での衛生管理講習



オペレーションマニュアルを掲示した飲食店厨房

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

花王プロフェッショナル・サービス(株)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」研究会やセミナーを実施しています。

感染管理ベストプラクティスとは、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し実践することで、感染管理レベルの向上をめざす手法の一つです。

2012年度は、感染管理ベストプラクティス研究会(ワーキンググループ)を計48回実施し、522病院・108介護施設の看護師・介護福祉士などの医療従事者に参加いただきました。

近畿地区研究会ではセミナーも開催し、977名(363病院・施設)に参加いただきました。

また、病院・介護施設の職員・関係者と情報共有するために、製品の適正な使い方や院内感染防止についての勉強会を実施しています。2012年度は、合計109回の勉強会を実施しました。



J感染制御ネットワークフォーラム ベストプラクティスセミナー



感染管理ベストプラクティス ワーキンググループ

サプライヤーとともに

サプライヤーとともに

花王は法を遵守し高い倫理観を持って、公正・公平な購買活動を行います。持続的発展可能な社会の実現をめざし、資源保護・環境保全や安全、人権などに配慮し、企業としての社会的責任を果たします。

方針 / 体制

花王は、企業の社会的責任を果たすため、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きます。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資源保護・環境保全や安全、人権などへの配慮については、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を随時交換するなど、パートナーシップの強化を図っています。

サプライヤーとの間で締結する取引基本契約書においては、環境・人権・労働などに関する条文を明記し、契約の新規締結時や改定時に締結しています。

詳細は「原材料・機材調達基本方針」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_00.html

目標

環境、安全、法令と社会規範の遵守、人権・労働問題の取り組みなどを定めた「CSR 調達基準」を制定し、サプライヤーにご協力いただきながら、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共に実施しています。

国際的な社会的責任規格「ISO26000」の発行や「OECD 多国籍企業行動指針」の改定など、企業のサプライチェーンにおけるリスクに基づくデューデリジェンスが一層求められてきています。花王では、CSR アセスメントの結果をデータベース化し、調達担当者の調達先評価を支援するオンラインシステムを構築しています。

詳細は「CSR 調達基準」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_04.html

グローバル

■社会面の CSR 調達基準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%)
2011 年度迄	962 社 (99.7%)	551 社 (98%)
2012 年度迄*	989 社 (97%)	631 社 (95%)

* 2012 年度より、新基準を採用しています。

■環境面の CSR 調達基準モニタリング工場数と基準を達成している工場比率

	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%)
2011 年度迄	1,303 工場(99.6%)	331 工場(95%)
2012 年度迄	1,326 工場(99%)	374 工場(95%)

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ており、調査結果を踏まえて施策を実施しています。2013年度に新たに調査を実施する予定です。

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。

花王の事業概況をお知らせするとともに、情報の共有を図っています。

上海花王では、社会的な責任に関する国際規格 ISO26000 について情報の共有を図り、「CSR 調達基準」についてあらためてご理解をいただきました。



お取引先懇談会

■お取引先懇談会出席会社数の推移

	国内開催	海外開催	合計
2008 年度	178 社	129 社	307 社
2009 年度	180 社	139 社	319 社
2010 年度	169 社	219 社	388 社
2011 年度	183 社	187 社	370 社
2012 年度	-	205 社	205 社

※ 花王(株)の決算期変更により、2012年度国内お取引先懇談会の開催はありませんでした。

従業員研修や啓発を実施

花王では、新たに購買部門に配属された従業員に対し、「公正・公平」「遵法・倫理性」「社会的責任性」などの購買基本姿勢について教育しています。教育を通じて「ISO26000」や「国連グローバル・コンパクト」で求められている、人権・労働などグローバルな社会的課題についての認識を持つようになっています。

TOPICS eco 検定受験の推進

購買部門では、持続可能な開発のための教育^{※1}として、2012年度より、購買部門の社員に対し環境社会検定試験[®](eco検定^{※2})の受験推進を開始しました。現在、31%の社員がeco検定合格者となっています。2015年までに購買部門社員の50%以上がeco検定合格者となることをめざしています。

※1 持続可能な社会の実現に向けて、一人ひとりが社会や環境との関係を認識し、行動を変革するための教育を「持続可能な開発のための教育(ESD: Education for Sustainable Development)」といい、2002年に日本が国連に提案しました。2005年から2014年までの10年間を「国連持続可能な開発のための教育の10年」として、国際的に取り組んでいます。

※2 eco検定

環境に関する幅広い知識をもとに率先して環境問題に取り組む「人づくり」を通して、環境と経済を両立させた「持続可能な社会」の促進をめざした検定試験。

グローバル

持続可能な原材料の調達

花王は、資源制約や環境問題、人権課題など、持続可能な開発におけるリスクを認識し、持続可能な原材料の調達に取り組んでいます。これらの取り組みは、サプライチェーン全体で管理することが重要であり、気候変動抑制については、CDP のサプライチェーンプロジェクト^{※1}に参加し、主要な取引先に、温室効果ガス排出量の開示と削減をお願いしています。また、取引先との協働により、物流合理化や調達物品の環境負荷削減に取り組んでいます。

事業が自然資本に依存していることを認識し、中長期的に制約がある資源に依存する原材料については、使用量削減や他の原材料への転換に取り組むとともに、グローバル化により顕在化してきた倫理的な課題にも配慮した調達にも取り組んでいます。

具体的な活動としては、以下のような取り組みを進めています。

1. 「持続可能なパーム油・パーム核油」の調達

持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)に加盟し、持続可能なパーム油・パーム核油の全量調達をめざしています。

日本国内で購入するパーム油に関しては、100%RSPO 認証クレジットを取得しています。十分な量を調達できるかぎりにおいて、2015年までに認証されたパーム油およびパーム核油のみを購入することをめざします。

詳細は

[>P75「製品のライフサイクル全体を通じた環境への取り組み」>「生物多様性への対応」/「『持続可能なパーム油・パーム核油』の全量調達に向けての取り組み」](#)

2. 森林資源に配慮した「持続可能な紙」の調達

文具・事務用品などについては「グリーン購入基準」を定め、環境に配慮した物品を優先的に購入しています。容器包装についても、調達方針を新たに定め、FSC 認証紙などの基準に沿った購入を行なっています。従来から進めている再生紙の積極的な利用と

ともに、循環型社会形成に貢献する“よきモノづくり”を推進していきます。

日本国内のオフィスで使用する紙や文具類に関するグリーン購入基準適合品比率は75%です。コピー用紙については、FSC認証紙を100%使用しています。容器包装についても順次、FSCなどの認証紙や再生紙の採用を進めています。

十分な量を調達できるかぎりにおいて、2020年までに認証品または再生品を使用することをめざします。

3. 天然植物資源の持続可能な調達

天然植物資源の枯渇問題の顕在化に伴い、自然環境やコミュニティに配慮しながら、調達ルートの多様化・変更や天然品から人工栽培品への切り替えに取り組んでいます。

4. 化石資源への依存低下をめざした容器包装の取り組み

プラスチック容器のコンパクト化やつめかえ用パック化など、従来から進めているプラスチック使用量の削減とともに、植物由来ポリエチレンなどバイオマス素材を利用した容器包装の採用を進めています。

※1 CDP サプライチェーンプロジェクト

CDPとは、機関投資家が連携して、世界の主要企業の気候変動に対する取り組みや温室効果ガス排出状況の報告を促す取り組み。サプライチェーンプロジェクトは、CDPが企業と連携し、企業が自社のサプライヤーに気候変動に関する情報開示を求めることで、サプライチェーン全体での取り組みを進めるプロジェクト。

※2 FSC 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。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、経済的にも継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。

株主・投資家とともに

株主・投資家とともに

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

方針 / 体制

花王は、株主還元を重視することを基本方針とし、利益ある成長を達成するために、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を確保し、配当については安定的かつ継続的に行なうことを重視しています。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)東京証券取引所の有価証券上場規程に基づき日本語・英語の資料を TDnet[※]に公開するとともに、自社ウェブサイト上の「投資家情報」ページにも、同時に掲載しています。

今後も「経営トップのメッセージ発信の強化」「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図っていきます。

※ 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。

詳細は「投資家情報」

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

「情報開示指針」

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

[>P123「外部評価」/「世界の代表的な SRI インデックスへの組み入れ状況」](#)

グローバル

株主還元

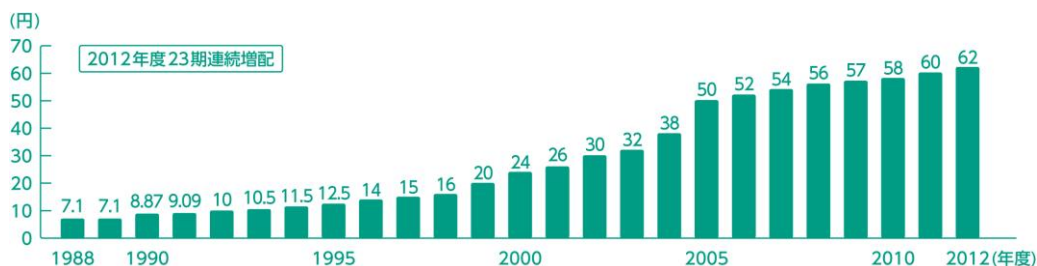
2012 年度の利益配分は以下のとおりです。

2012 年度の利益配分

当期純利益 528 億円[※]
年間配当金 62 円/1 株
(前年比 2 円増配・23 期連続増配)

※ 2013 年 12 月 5 日に訂正しました。
詳しくは[こちら](#)をご覧ください。

■ 一株当たりの配当金の推移



※ 株式分割の影響を補正しています。

花王は、資本効率の向上と株主への一層の利益還元のため、2013 年 2 月 5 日開催の取締役会の決議に基づき、2013 年 2 月 6 日から 2013 年 4 月 5 日の期間に、当社普通株式 10.0 百万株を取得価額の総額 300 億円にて市場買付を実施しました。これまでに取得した自己株式の総数は、累計で 147.6 百万株・取得価額の総額は、3,938 億円となりました。

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

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、同時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。

第 107 期定時株主総会
(2013 年 3 月開催)
出席株主数 1,512 人

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。

2012 年度は、株主向け「花王ミュージアム見学会」を 9 月に 5 日間、計 10 回実施し、303 人の皆さまに参加していただきました。

出席された皆さまからは「花王の歴史を知り、どういう思いで製品を開発しているのかわかり、より花王に愛着を感じた」「製品への信頼が高まった」「もう一度来てみたい」という好意的なご意見を多くいただきました。

今後も株主の皆さまの意見を取り入れながら、さらに満足いただける企画を実施していきます。



花王ミュージアム見学会

グローバル

IR 活動の概況

- 決算説明会、年 2 回(中間・期末決算発表同日)
- 海外 IR ツアー、年 3 回(米州、欧州およびアジアの 3 地域)
- 社長スモールミーティング、年 2 回
- 事業説明会・施設見学会、年 2 回
- 個別取材国内・海外で年約 250 件
- 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※による IR 情報の提供

※ 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

花王サステナビリティレポート2013

外部評価

外部評価

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/japanese/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>

2012 年度外部表彰一覧

花王グループの 2012 年度の代表的な外部からの表彰をご紹介します。

■ 2012 年 4 月～12 月の外部表彰一覧

受賞年月	表彰対象	表彰名 / 内容	実施団体
2012/4	花王(株)	厚木ロジスティクスセンター(2013 年秋稼働)が、神奈川県が推進する「建築物温暖化対策計画書制度(CASBEE かながわ)」の A ランクを取得	神奈川県
2012/5	花王(株)	長年の工場環境緑化と工場内の「防潮林」保全活動が評価され、和歌山工場が「平成 24 年度和歌山県緑化功労賞」を受賞	和歌山県
2012/6	花王(株)	「WorldStar Packaging Awards 2011-2012」において、「ビオレ さらさら UV パーフェクトミルク」が、環境に配慮した包装容器と外観の美しさが評価され、「ワールドスター賞」を受賞	世界包装機構 (WPO: World Packaging Organisation)
2012/8	ファティケミカル (マレーシア)	環境保全に配慮したマレーシアの建築基準である GBI(グリーンビルディングインデックス)に、ペナン事務所が認証	マレーシア政府
2012/10	(株)カネボウ化粧品	「2012 日本パッケージングコンテスト」において、「カネボウ トワニー基礎化粧品(エイジングケア)シリーズ」が、ユニバーサルデザインへの対応とデザイン性が評価され、「化粧品包装部門賞」を受賞	(公社)日本包装技術協会
2012/10	花王(株)	「2012 日本パッケージングコンテスト」において、「クイックルワイパー」が、環境とユニバーサルデザインへの対応が評価され、「日用品・雑貨部門賞」を受賞。また、「置き型リセッシュデザインコレクション」が、機能性とユニバーサルデザインへの対応が評価され、「公益財団法人共用品推進機構理事長賞」を受賞	(公社)日本包装技術協会
2012/10	花王(株)	「IAUD アワード 2012」において、幅広い消費者に配慮した「よきモノづくり」が評価され、「事業戦略部門金賞」を受賞	国際ユニヴァーサルデザイン協議会(IAUD)
2012/11	花王(株)	産業・文化国際短編映像祭「映文連アワード 2012」において、花王 120 年の社史 DVD『花王 120 年「よきモノづくり」の系譜』が、コーポレート・コミュニケーション部門で、「優秀賞」を受賞	(公社)映像文化製作者連盟
2012/12	花王インドネシア	環境活動の評価を行なう「PROPER」制度で、「グリーン(優良)表彰」を受賞	インドネシア環境省

独立保証報告書




独立保証報告書

2013年6月7日

花王株式会社
代表取締役 社長執行役員 澤田 道隆 殿

KPMG あずさサステナビリティ株式会社
東京都千代田区大手町1丁目9番7号

代表取締役社長 斎藤 和彦 

目的及び範囲

当社は、花王株式会社（以下、「会社」という。）からの委嘱に基づき、会社が会社のウェブサイトの <http://www.kao.co.jp/corp/sustainability-reports/ja/> ディレクトリ以下に作成した花王サステナビリティレポート 2013（以下、「レポート」という。）に対して限定的保証業務を実施した。本保証業務の目的は、レポートに記載されている 2012 年 1 月 1 日から 2012 年 12 月 31 日までを対象とした★マークが付されている環境・社会パフォーマンス指標（以下、「指標」という。）が以下に示す会社の定める基準に従って作成されているかについて保証手続を実施し、その結論を表明することである。レポートの記載内容に対する責任は会社であり、当社の責任は、限定的保証業務を実施し、実施した手続に基づいて結論を表明することにある。

判断基準

会社は GRI の「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン 2006」及び環境省の「環境報告ガイドライン（2012 年版）」等を参考にして定めた指標の算定・報告基準（以下、「会社の定める基準」という。）に基づいてレポートを作成しており、当社はこの会社の定める基準を指標についての判断基準として用いている。

保証手続

当社は、国際監査・保証基準審議会の国際保証業務基準 (ISAE) 3000「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」(2003 年 12 月改訂) 及びサステナビリティ情報審査協会（以下、「J-SUS」という。）のサステナビリティ情報審査実務指針(2012 年 4 月改訂) に準拠して本保証業務を実施した。本保証業務は限定的保証業務であり、主としてレポート上の開示情報の作成に責任を有するもの等に対する質問、分析的手続等の保証手続を通じて実施され、合理的保証業務ほどには高い水準の保証を与えるものではない。当社の実施した保証手続には以下の手続が含まれる。

- レポートの作成・開示方針についての質問
- 会社の定める基準の検討
- 指標に関する算定方法並びに内部統制の整備状況に関する質問
- 集計データに対する分析的手続の実施
- 会社の定める基準に従って指標が把握、集計、開示されているかについて、試査により入手した証拠との照合並びに再計算の実施
- リスク分析に基づき選定した和歌山工場及び鹿島工場における現地往査
- 指標の表示の妥当性に関する検討

結論

上述の保証手続の結果、レポートに記載されている指標が、すべての重要な点において、会社の定める基準に従って作成されていないと認められる事項は発見されなかった。

当社及び本保証業務に従事したものと会社との間には、サステナビリティ情報審査協会の倫理規程に規定される利害関係はない。

以上

KaO

自然と調和する と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>