

自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

KAO



花王サステナビリティレポート 2014

目次

編集方針	3	お客さまとともに	83
トップメッセージ	4	消費者とのコミュニケーション	84
		ユニバーサルデザインの取り組み	89
グループ会社のカネボウ化粧品による「医薬部外品有効成分"ロドデノール"配合製品」に関する問題についてのおわびと対応	6	品質保証の取り組み	97
花王サステナビリティステートメント	12	バリューチェーンにおける取り組み	101
3つの重点領域	18	サプライヤーとの連携	102
エコロジー	19	コンシューマープロダクツ事業	106
「事業活動による環境負荷の低減」の取り組み	20	ケミカル事業	107
「ステークホルダーと連携した環境活動」の取り組み	23	プロフェッショナル用品事業	108
コミュニティ	25	社員とともに	110
「事業を通じたコミュニティへの積極的なかわり」の取り組み	26	人材開発	111
「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」の取り組み	28	多様性の推進と人権の尊重	114
カルチャー	31	社員との対話の推進	117
「健全な事業活動」の取り組み	32	ワーク・ライフ・バランス	118
「ダイバーシティ&インクルージョン」の取り組み	34	社員の健康と生活への配慮	121
ガバナンス	36	労働安全衛生・保安防災	124
コーポレート・ガバナンス	37	株主・投資家とともに	128
コンプライアンス	41	社会貢献の取り組み	131
情報セキュリティ・個人情報の保護	45	社会貢献活動の考え方	132
リスクマネジメント	46	教育	134
レスポンシブル・ケア活動	49	コミュニティ	140
環境	53	東日本大震災への対応	144
実績と目標	54	外部評価	147
環境に配慮した容器包装	55	独立保証報告書	149
CO ₂	58	第三者意見	150
水	61	GRI/ISO26000 対照表	151
化学物質の適正管理	63		
生物多様性への対応	68		
その他の環境負荷	72		
環境コミュニケーション	74		
製品ライフサイクルと環境負荷	79		
環境会計	81		

編集方針

編集方針

- ・花王グループでは 2013 年 7 月にサステナビリティに関するグローバルな方針「花王サステナビリティステートメント」を策定しました。グローバルな社会課題の解決に対し、花王グループが事業活動を通じて貢献するという方向性を明確にし、注力する分野を選定しています。本レポートでは「花王サステナビリティステートメント」の考え方、策定のプロセスや推進体制などを開示するとともに、花王グループにとっての重要課題(マテリアリティ)である 3 つの重点領域「エコロジー」、「コミュニティ」、「カルチャー」について、それぞれの分野における花王グループの現状認識、また具体的な活動事例を詳しく紹介しています。
- ・3 つの重点領域で取り上げた活動事例以外にも、花王グループでは社会のサステナビリティに向けたさまざまな取り組みを行なっています。取り組みの詳細情報は ESG(環境・社会・ガバナンス)で分類し、詳細なパフォーマンスデータとともに活動報告として記載しています。
- ・環境、労働安全衛生のデータに関する信頼性向上のための第三者による保証に加え、報告内容全体についての客観的な評価として、社外有識者からの第三者意見を掲載しています。
- ・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

2013 年度(2013 年 1 月 1 日～2013 年 12 月 31 日)。
なお、2012 年度に決算期を変更したため、環境・社会関連のデータを 2011 年度までは 4-3 月、2012 年度以降は 1-12 月で集計しており、2012 年 1-3 月が重複しています。集計期間が上記と異なるデータにはその旨を記載しています。
定性情報については、一部 2014 年度の活動内容を含みます。

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。2013 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 2013 年 7 月
次回発行予定 2015 年 6 月

参考にしたガイドラインなど

- GRI「G4 サステナビリティ・レポート・ガイドライン」
- 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



グローバルで存在感のある会社となるために

経済、社会のグローバル化が進む中で、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、社会課題を解決し、より良い社会を築くために果たすべき責任があり、特にグローバルビジネスを担う企業は地球規模でその責任を果たさなければなりません。

就任以来、「利益ある成長」と「社会のサステナビリティへの貢献」を両輪に、グローバルで存在感のある会社になることをめざして、事業活動を進めてきました。私たちの事業は、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製品・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・提供です。将来にわたり、健全な事業活動を続けることで利益を上げ続けるとともに、雇用や納税の責任を果たすのみならず、社会のサステナビリティに貢献することをめざし、2013年7月に「花王サステナビリティステートメント」を策定し、社内外に発表しました。

「花王サステナビリティステートメント」を策定

社会が変化し、事業活動もグローバルに拡大する中で、花王グループのステークホルダーは多様化しています。こうした変化の中で、花王グループはその社会的責任をどう果たしていくか、社会のサステナビリティにどんな貢献ができるのか、「花王サステナビリティステートメント」はその方向性と注力する活動を示しています。

注力する分野を特定するにあたっては、現在グローバル社会が直面している主要な社会課題を念頭に、国際的なイニシアチブや社会的責任投資に関する評価機関の調査項目、社外有識者とのインタビュー結果などを考慮し、社会にとっての課題解決の重要性、花王グループが持つリソース、花王グループの中長期の経営計画を加味し、3つの重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」を定めました。

「エコロジー」においては、気候変動や資源の枯渇などの環境問題への対応として、製品ライフサイクルのすべての段階を通じ、事業活動全体での環境負荷を低減させるとともに、さまざまなステークホルダーと連携して地球環境の保全に貢献していくことをめざしています。「コミュニティ」においては、それぞれのコミュニティにおけるさまざまな社会課題、たとえば高齢化、健康、衛生などに対して、革新的な製品やサービスを提供して解決に貢献することと同時に、社会的な活動によりコミュニティとのパートナーシップを強化していきます。「カルチャー」では、サステナビリティに向けた活動を支えるのは社員であるとの認識に立ち、創業以来受け継いできた企業文化である「正道を歩む」を基盤とし、グローバル社会から要請される健全なビジネスを推進すると同時に、多様な社員がその能力と熱意を最大限に発揮できるよう、「ダイバーシティ&インクルージョン」の取り組みを進めます。

そして、「花王サステナビリティステートメント」の社員への浸透を図るため、グループのマネジャー層に向けた説明会を20回以上、国内外で開きました。個々の社員が理解を深め、自ら社会のサステナビリティのために動きだすことが重要です。

“よきモノづくり”を通じて「社会のサステナビリティ」に貢献

花王グループの企業理念である花王ウェイには「私たちは、消費者・顧客の立場にたつて、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命とします」と明記しています。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やサービスを提供すること、すなわち“よきモノづくり”を実践することが、社会のサステナビリティへの貢献につながると考えています。

たとえば、超高齢化社会である日本の社会課題のひとつに、生活習慣病があげられます。さまざまな生活習慣病の要因となっているのが肥満ですが、私たちは茶カテキンやコーヒーに含まれるクロロゲン酸の働きで脂肪を消費しやすくする機能性飲料「ヘルシア」を販売するだけでなく、この商品をきっかけとし、毎日の歩きを積極的に健康づくりに活かすような生活習慣を提案しています。

中国で販売している液体衣料用洗剤「アタック瞬清」は、洗浄成分が繊維に残りにくい特長を持ち、すすぎにかかる回数や時間を軽減して節水に貢献できるため、大きな社会課題のひとつである水不足に対応できる商品となっています。また、粉末衣料用洗剤「アタック瞬清」は、地方ごとに水の硬度が異なる中国において、どの硬度の水でも高い洗浄力を発揮する洗浄成分が採用されています。

こうした“よきモノづくり”を体現する商品は、現地の社員がそれぞれのコミュニティの特性や課題を敏感にとらえ、花王グループ独自の技術を活かすことによって生まれました。このような発想・取り組みを推進するために、昨年来、国内外の事業所 30カ所以上で現場の従業員と直接ミーティングを行っており、対話を通じて花王の考え方を共有しています。

グローバル社会のステークホルダーからの信頼に向けて

株式会社カネボウ化粧品が製造販売したロドデノール配合製品を使用された方に肌がまだらに白くなる白斑様症状が確認され、その症状と当該製品との関連性が懸念されたため、2013年7月4日に自主回収を公表し、当該製品の回収を徹底的に行なってまいりました。発症されたお客さまはじめ関係各位の皆さまに多大なご迷惑とご心配をおかけしたことを心よりおわび申し上げます。カネボウ化粧品は、引き続き発症された方々の回復支援と補償対応に努めております。また、花王グループ一体となって再発防止に向けた取り組みに努めており、2014年4月により高いレベルでの安全性の確保をめざし、花王グループとしての新しい化粧品の安全基準を定め、運用を開始しました。

また、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の原則を定めた国連グローバル・コンパクトの支持を表明しました。また、2011年に発行された社会的責任に関するガイダンス ISO26000 に沿って取り組みの見直しを行なうなど、グローバルイニシアチブにも積極的に参画しております。社会的責任投資に関する評価機関等からの調査・アンケート等も社会からの要請を示す大切な指標ととらえて、活動を向上させるために活用しています。

企業に対する社会の要請が高まる中、花王グループは今後ともグローバル社会の一員として、多様なステークホルダーに信頼されるように、グローバルスタンダードに沿いながら、積極的に活動を推進し続けてまいります。

グループ会社のカネボウ化粧品による「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する問題についてのおわびと対応

グループ会社のカネボウ化粧品による「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する問題につきまして、関係の皆さまに多大なご迷惑とご心配をおかけし、心よりおわび申し上げます。

カネボウ化粧品では、直ちに自主回収を実施し、発症されたお客さまの回復、治療を最優先に対応を進めるとともに、花王グループとして原因究明および再発防止に関し、グループ一丸となって取り組んでおります。

自主回収(対象製品、返送・返金方法)および白斑様症状を発症されたお客さまへの対応等についてのお知らせは、カネボウ化粧品のウェブサイトに掲載しておりますので、最新の情報は下記アドレスをご覧ください。

カネボウ化粧品「お客さまへ 大切なお知らせ」

<http://www.kanebo-cosmetics.jp/information/>

(以下、対象製品の回収数および発症された方の人数、また補償についての記載内容等につき、2014年6月19日の本サステナビリティレポート公開以後のカネボウ化粧品の発表を受け、2014年8月28日に更新しました)

【概要と経緯】

株式会社カネボウ化粧品の製造販売する美白製品のうち、「医薬部外品有効成分“ロドデノール” 4-(4-ヒドロキシフェニル)-2-ブタノール」の配合された製品をご使用された方に、「肌がまだらに白くなった(白斑様症状)」ケースが確認されました。ロドデノールは、さまざまな安全性試験を実施して厚生労働省より薬事法に基づく承認を得た医薬部外品有効成分ですが、“ロドデノール”と上記症状との関連性が懸念されるため、自主回収が適切であると判断いたしました。

2013年7月4日に「お詫びと自主回収についてのお知らせ(第1報)」の報告を行ない、自主回収を開始いたしました。2014年7月31日時点で、お客さまから697,216個の製品を回収し、サンプルも2013年12月31日時点で4,403千粒を回収いたしました。今後も回収を継続してまいります。

白斑様症状を発症されたお客さまをカネボウ化粧品社員が訪問し、おわびと治療等のご相談をさせていただいています。1回目訪問時に白斑様症状が確認された方の合計人数は19,073人、その内、完治(医師の診断、あるいはご本人の申告に基づく)またはほぼ回復された方は8,137人です(2014年7月31日時点)。

外部専門家による第三者調査を行ない、“ロドデノール”の薬事法に基づく承認申請と、当該製品に寄せられた情報の取り扱いの妥当性について評価していただきました。その結果をもとに、再発防止に向けて社内体制を刷新いたしました。

●医薬部外品有効成分「ロドデノール」について

化学名称は「4-(4-ヒドロキシフェニル)-2-ブタノール」で、“ロドデノール”はカネボウ化粧品が付けた呼び方です。カネボウ化粧品が開発し、厚生労働省の承認を得た美白の有効成分です。ロドデノールは、メラニン生成反応にかかわる酵素「チロシナーゼ」と結合し反応を阻害するタイプの美白有効成分です。カネボウ化粧品の自主基準においてもさまざまな安全性の試験を実施して安全性を確認し、厚生労働省より承認を得ておりますが、「肌がまだらに白くなった(白斑様症状)」というケースとの関連性が懸念されるため、自主回収が適切であると判断しました。

●経緯

“ロドデノール”承認から事態の把握前	
日付	事象
2006年7月	ロドデノール配合の「カネボウ ホワイトニング エッセンス S」の製造販売について、厚生労働省 に承認申請
2008年1月	厚生労働省が「カネボウ ホワイトニング エッセンス S」を医薬部外品として承認(=ロドデノールを医薬部外品美白有効成分として承認)
2008年9月	ロドデノールを配合した初の医薬部外品「アクアリーフ MCT ホワイトニングエッセンス」を発売。同時に市販後調査開始
2009年1月	エコシステム導入。お客さまから寄せられた声を社員が共有できるツールとして運用
2010年3月	市販後調査終了。以降、トワニー、リサーチをはじめ複数製品に順次ロドデノールを配合
2011年4月	「カネボウ プランシール スペリア ホワイトディーブシリーズ」発売
白斑様症状発生を認識し、自主回収へ	
2013年5月13日	岡山県内の大学病院医師から、「カネボウ化粧品の製品を使用して白斑が生じた例が3例ある」と問い合わせ
2013年5月27日	上記医師を訪問し「化粧品使用と白斑の因果関係が疑われる」と指摘を受け、直後より徹底調査開始
2013年6月25日	医薬品医療機器総合機構(PMDA)に、症例に関する調査報告書を提出
2013年6月28日	カネボウ化粧品の臨時経営会議で「自主回収」を決定
2013年7月2日	花王の経営会議で「自主回収」を承認。自主回収発表までの間に39件の白斑様症状を把握
自主回収発表後	
2013年7月4日	【カネボウ化粧品広報発表(会見)】“ロドデノール”配合製品自主回収のお知らせ。ロドデノール対策本部を設置
2013年7月5日	全国紙・地方紙53紙に自主回収に関する社告を掲載
2013年7月10日	社員によるお客さま訪問開始
2013年7月17日	【日本皮膚科学会】ロドデノール含有化粧品の安全性に関する特別委員会を設置。ウェブサイトに医療者(皮膚科医)向けの診療の手引きを掲載(以降都度更新)
2013年7月23日	【カネボウ化粧品広報発表(会見)】自主回収状況、並びにカネボウ化粧品の対応(7月19日時点)。以降、随時更新情報を自社ホームページにて開示
2013年8月7日	【カネボウ化粧品広報発表】原因究明と再発防止に向けた今後の取り組み ①社内体制の刷新 ②第三者調査の実施
2013年9月11日	【カネボウ化粧品広報発表(会見)】①外部専門家による第三者調査結果報告 ②第三者調査報告を受けたカネボウ化粧品の対応について
2013年10月8日	【花王広報発表】花王が研究部門、生産部門の一体化を発表
2013年10月11日	【厚生労働省】「ロドデノール配合薬用化粧品による白斑症状の原因究明・再発防止に関する研究班の設置について」
2013年12月25日	【カネボウ化粧品ウェブサイト】製品およびサンプルの回収について再度のお願い。翌26日、全国紙・ブロック紙8紙に社告を掲載
2014年1月28日	【カネボウ化粧品広報発表】「化学物質(ロドデノール)による白斑研究基金」を設立

【発症されたお客さまへの対応】

カネボウ化粧品では、「ロドデノール配合製品を使用し、白斑様症状を発症されたお客さまには、完治するまで責任を持って対応する」という基本方針のもと、全社をあげ、発症されたお客さま全員を訪問し、お詫びと治療等のご相談をさせていただき活動を行なっております。

日本皮膚科学会においては、診断法や治療法の早期確立に向けた取り組みが進められています。

白斑様症状を発症されたお客さまに対するサポート体制、補償、治療と原因究明などについて、以下に概要を報告いたします。最新の詳細情報はウェブサイトをご覧ください。

カネボウ化粧品「お客さまへ 大切なお知らせ」
<http://www.kanebo-cosmetics.jp/information/>

1. ご相談から訪問までの流れ

「お客さま窓口」では、白斑様症状発症に関するお問い合わせのあったお客さまに、まずは、ご使用製品、発症時期、症状等の確認をさせていただいております。その上で、お住まいの近隣のカネボウ化粧品から担当者が訪問し、お詫びとともに今後の治療に関するサポートなどについて、お一人おひとりにご相談させていただいております。

2. 発症されたお客さまへの継続的な対応

発症されたお客さま、治療が続けられているお客さまに対し、継続的に対応させていただくために、「お客さま対応室」を本社・全国の支社に設置いたしました。各地域の専任者が、治療についてのご相談、お肌の状態の確認をはじめ、ご希望があったお客さまへの「カバーメイクアップ専用品」の提供や、お一人おひとりのお肌の状態に合わせたメイクアドバイスなどを行っております。

3. 補償について

① 基本的な考え方

ロドデノール配合製品のご使用により白斑様症状を発症されたお客さまに対し、適正な内容の補償を行ないます。

② 補償内容

●医療費・交通費

白斑様症状の治療のために必要な医療費および交通費の実費をお支払いしております。医療費は健康保険適用の治療に係る医療費、交通費は公共交通機関のご利用代金とさせていただいております。

●精神的慰謝料

白斑様症状により受けられた精神的苦痛に対する補償として、過去の裁判例等を参考に法律専門家と相談のうえ基準を設定し、お客さまごとに、回復までの期間や症状等を考慮のうえ、個別に金額を算定しお支払いしております。

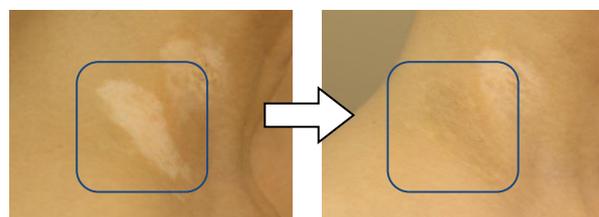
●「カバーメイクアップ専用品」について

【カバーメイクアップの考え方】

本来の素肌の色に近づけるための「カバーメイクアップ専用品」を開発いたしました。使う場所や範囲にあわせ、リキッドタイプとコンシーラータイプのファンデーションをご用意しております。肌の色が抜けている部分を本来の素肌の色に近づける黒褐色（ダークカラー）と、治療過程で肌の色が濃くなる状態に対応する、やや明るめの色をそろえました。お客さまの症状や用途にあわせて提供いたします。



【カバーメイクアップ専用品の仕上がり】



●休業補償

白斑様症状により休業しなければならなかったことで生じた収入の減少に対する補償をしております。通院のための休業の場合には、ご提出いただいた通院されたことおよび通院日に休業されたことを証する書面をもとに、カネボウ化粧品基準にしたがいお支払いしております。

通院以外の理由による休業の場合には、お客さまの症状やお仕事の内容から休業の必要性を確認させていただき、ご提出いただいた休業日および収入減少額を証する書面をもとに実際の収入の減少額をお支払いしております。

③ 支払時期

医療費・交通費は随時お支払いしております。精神的慰謝料・休業補償は、回復時にお支払いしております。なお、治療の長期化が想定されるお客さまには、ご希望に応じ、回復前に精神的慰謝料の一部をお支払いするとともに、それまでの休業補償の清算をいたします。

④長期にわたって回復傾向が見られないお客さまへの対応

長期にわたって回復傾向が見られないお客さまについては、現在のところ、ロドデノール配合製品と白斑様症状発症の関係、回復可能性が完全に明らかになってはおりませんが、裁判基準・労災基準に基づいて後遺症慰謝料相当の補償をお支払いさせていただくことを検討しております。現在、引き続きお客さまのご訪問を行い、回復状況や症状を確認させていただいておりますので、この情報が集まったのちに改めてご案内させていただきます。

【海外のお客さまへの対応】

カネボウ化粧品の美白製品は日本以外の国でも多くのお客さまにご愛用いただいております。当該商品を販売していた各国・地域の薬事行政にしたがって、ロドデノール配合製品の回収を行ないました。白斑様症状を発症されたお客さまに対しては日本と同様に、回復されるまで責任を持って対応しています。

【日本皮膚科学会の取り組み】

日本皮膚科学会では、2013年7月17日に松永佳世子教授(藤田保健衛生大学)を委員長とする「ロドデノール含有化粧品の安全性に関する特別委員会」が設置されました。発症されたお客さまの治療を最優先に、診療可能施設や皮膚科医と患者の方に向けた情報などを、日本皮膚科学会のウェブサイトを通じて提供。病態解明、治療方法を早急に確立する活動が進められています。

カネボウ化粧品からは日本皮膚科学会が必要とするデータの提供を行なっています。

診断および治療に関する最新情報 日本皮膚科学会ウェブサイト よくある質問はこちら

<http://www.dermatol.or.jp/news/news.html?id=174>

診療対応可能施設 日本皮膚科学会ウェブサイト 診療対応可能施設一覧

<http://www.dermatol.or.jp/info/news.html?id=108>

【「化学物質(ロドデノール)による白斑研究基金」の設立】

カネボウ化粧品では、病態解明と治療法等の早期確立を目的とした「化学物質(ロドデノール)による白斑研究基金」設立のために、助成金を支出いたしました。2014年1月23日～2016年3月31日の約2年間、1年ごとに3,000万円、2年間で総額6,000万円の助成金を予定しております。基金の運営にあたっては、中立性を確保するために、河上裕氏(慶應義塾大学 医学部教授)を委員長とする運営委員会に、独立した立場で研究の公募・審査・助成金交付等を行なっていただいております。

【外部専門家による第三者調査】

今回、白斑様症状の発症者被害が拡大したのは、お客さまの声や専門家のご意見、社員の声を集約し、迅速に対応することができなかったことが原因であると考え、外部専門家(弁護士)による第三者調査を実施しました。報告書の全文はウェブサイトをご覧ください。

第三者調査結果報告書(調査報告日:2013年9月9日)

<http://www.kanebo-cosmetics.co.jp/company/pdf/20130911-01.pdf>

【再発防止に向けた取り組み】

1. 再発防止に向けた社内体制の刷新

花王グループとして「安全・安心」をより一層高いレベルで確保すべく、社内の体制を以下のように刷新しています。

① 品質保証に関連する部門の花王(株)への統合(2013年8月12日付)

カネボウ化粧品の品質保証に関連する部門を、花王株式会社の品質保証本部に統合し、花王グループの品質保証一体運営の中で、品質課題に対処しております。これにより、発売前のプロセスの社内審査、発売後のお客さまなどからの情報の精査、日本皮膚科学会や皮膚科医などの専門家との情報共有、関係省庁との連携強化など、安全基準、品質保証機能の強化を図っております。

② お客さま相談窓口の花王㈱への統合(2013年8月12日付)

カネボウ化粧品のお客さま相談窓口であるコンシューマーセンターを、花王株式会社の生活者コミュニケーションセンターに統合しました。これにより、コールセンター機能の強化を図り、お客さまからの化粧品にかかわるご相談に対し、迅速かつ適切に対応するとともに、関係省庁などとの連携を一層強化しております。

2. 「新安全基準」による製品づくり

2014年4月、花王グループではより厳しく、かつ広範囲に安全性を確認する化粧品の「新安全基準」を導入しました。カネボウ化粧品でもこの新しい基準に基づき、製品づくりを行なっています。

花王グループの新しい安全基準

http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_03.html

カネボウ化粧品 新安全基準

<http://www.kanebo-cosmetics.co.jp/company/csr/quality.html>

カネボウ化粧品の「新安全基準」の概要は以下の通りです。

① **安全な原料を厳選**

幅広い分野の安全性情報、これまでよりも厳しい条件と試験方法により、原料の安全性を徹底的に見極めます。また、人にも環境にもやさしい原料を選定します。

② **処方の安全性確認**

開発したすべての製品は、パッチテストなどで肌への刺激がないことを確認します。

③ **さまざまな使用テストによる確認**

製品の発売前に、これまでよりも大規模×長期間でのモニター実使用テストを行ない、肌にトラブルが起きないことを確認します。

④ **お客さまへのカウンセリング**

お客さまお一人おひとりの肌悩みや、お肌の状態を確認しながら、おすすめの商品やその使用方法、お手入れ方法などをアドバイスいたします。化粧品の使用に不安をお持ちのお客さまには、ご自身でできる「肌と化粧品の相性チェック」もご紹介しています。

⑤ **販売後も常に安全性を点検**

お客さま、医療機関からいただいた情報は一件一件詳細を確認し、安全性点検に活かします。店頭では「お客さまの声聴き活動」を行なっています。お客さまからのご意見、ご要望を改善活動につなげます。

3. 全社員による品質保証体制

お客さま、医療機関から寄せられた情報には、お客さまの立場にたって、全社員で真摯に対応します。すべてのご相談内容は、経営トップも参加する全社「品質向上検討会」で確認し、対策検討を行なっています。

花王サステナビリティステートメント

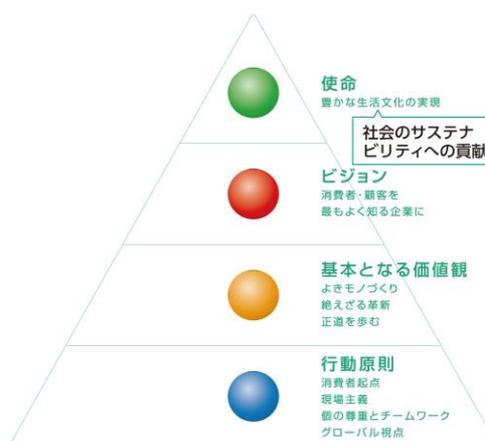
花王サステナビリティステートメント

花王では2013年7月にサステナビリティに関する新しい方針「花王サステナビリティステートメント」を策定し社内外に発表しました。事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献という方向性を明確にし、活動を注力する領域として「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」の3つを重点領域として選定しています。

花王ウェイと花王サステナビリティステートメント

企業理念である花王ウェイの“よきモノづくり”が花王のサステナビリティ活動の原点です。花王ウェイでは「心をこめた”よきモノづくり”を行い、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献すること」を花王の使命としています。この使命のもと、私たちは全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しくすやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供していくことを宣言しています。

これらに基づき、社会のサステナビリティへの貢献に向けた花王としての考え方、取り組むべき重要課題を明確にしたのが花王サステナビリティステートメントです。



花王ウェイ

花王にとっての重要課題(マテリアリティ)

事業を通じた社会のサステナビリティへの貢献を進めるためには、花王にとっての重要課題(マテリアリティ)を特定する必要があります。下記の「重要課題特定プロセス」を通じて、取り組むべき3つの重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」を選定しました。

■重要課題特定プロセス

- 1) 現状の把握
花王グループとして認識している社会課題、またそれらに対するグループ全体での取り組み状況をサステナビリティ推進部が中心となり、確認、把握しました。
- 2) ステークホルダーの意見、社会の要請の把握
社外有識者へのインタビュー、消費者や従業員からの意見などステークホルダーの意見を検討、また国連グローバル・コンパクトやISO26000などの国際的な原則・基準、グローバルなSRI(社会的責任投資)評価機関の調査などから花王グループに対する要請を把握しました。
- 3) 事業戦略の視点からの重要性検討
右記の5つの視点から花王グループの事業における優先順位を議論しました。
- 4) 重要課題の決定
サステナビリティ委員会にて、右記の3つの重点領域のそれぞれから2項目ずつを選定し、重点的に取り組むことを最終決定しました。

■5つの視点

- 1) 花王ウェイとの適合
- 2) 中長期の経営計画との連動
- 3) 社会にとっての課題解決の必要性
- 4) 課題解決に向けて花王グループに有効なリソースがあるか
- 5) 花王グループの持続可能性への影響度

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関わり、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関わり

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関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。

社員への浸透に向けて

花王サステナビリティステートメントに基づいた活動を進めるためには、グループ社員全員がその考え方を十分に理解する必要があります。2013年7月の花王サステナビリティステートメント発表以来、社員へのさまざまな啓発活動を行なっています。

・各部門やグループ会社に向けて説明会を実施

花王(株)各部門や国内外のグループ会社のマネジャー層に向け、説明会を実施しています。花王サステナビリティステートメント策定の背景、各重点領域の具体的な活動事例などを紹介し、質疑応答を行なっています。2013年中に花王(株)の各部門、会議などで15回、国内グループ会社3社で実施しました。また、海外グループ会社での説明会も4社実施しました。この説明会は2014年も継続して実施していきます。



花王(台湾)での説明会

・イントラ上で啓発

2013年7月の発表以降、国内花王グループ社員に対してはイントラを利用して、花王サステナビリティステートメントの理解を助ける資料を掲載しています。花王サステナビリティステートメントに関するFAQ集を掲載したり、また重点領域の活動に関連する部門の担当者による「サステナビリティリレーエッセイ」を毎月掲載するなどしています。



社内報 KAO FAMILY での紹介

・社内報で紹介

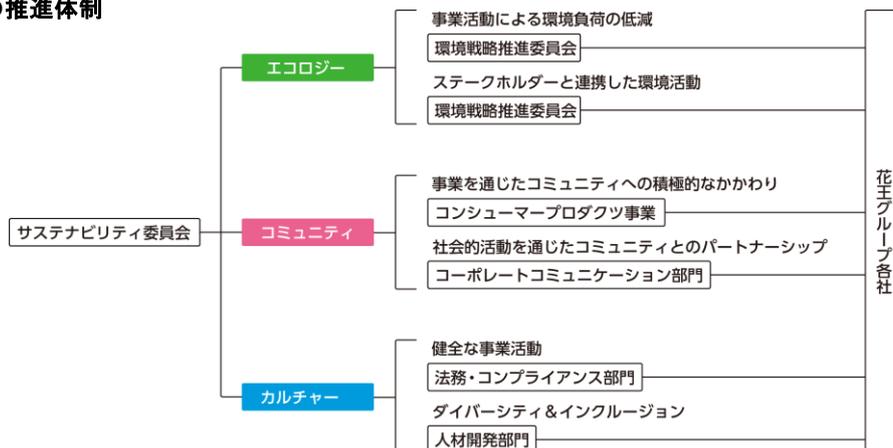
花王グループの全社員向けに日本語・英語併記で年4回発行している社内報「KAO FAMILY」でも、社員が花王サステナビリティステートメントを理解するのに役立つ記事を掲載しています。2013年10月発行号では策定の背景や内容を説明するとともに、具体的な活動事例を紹介しました。今後も継続して活動事例を紹介していきます。

推進体制

・重点領域の活動

重点領域の活動については下の図に示すとおり、各担当部門が責任を持ち、目標を設定し、PDCAサイクルの運用により、グループ全体の活動をマネジメントしています。

■重点領域活動の推進体制



2013 年実績と 2014 年目標

■エコロジー

重要課題: 事業活動による環境負荷の低減

取り組み内容		主な活動	2013 年目標	2013 年実績		2014 年目標
環境宣言 中期目標	<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)	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	・節水製品の拡充 ・つめかえ製品の拡 充	17% 削減	・ウルトラアタック Neo の 発売 ・粉末アタックのつめかえ 品発売 ・ヘルシア緑茶ラベルへ ポリ乳酸導入	・節水製品の拡充 ・つめかえ製品の拡充 ・容器へのバイオプラスチ ック導入の拡大
		生産、物流、オフ イスでの省エネ活 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)		・自社排出量 22%削減 (国内、1990 年基準) ・工場: コジェネレーショ ンシステムの導入(鹿島) ・物流: 環境配慮型ロジ スティクスセンター厚木 LC の 稼働 ・物流: 生産体制と配荷エ リアの適正化による輸送 距離の短縮	・エネルギー高効率利用 (コジェネの高効率運用、 熱回収率アップ)の推進 ・工場およびロジスティ クスセンター照明の LED 化 推進 ・他社との共同配送およ び工場からの直送の推進
	<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	・節水製品の拡充	22% 削減	・ウルトラアタック Neo の 発売	・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	・SAICM 推進ポリシーの体系化と 『SAICM 推進の基本方針』の公開 (花王ウェブサイトにて 2013 年 5 月 27 日公開) ・優先リスク評価物質の決定と中期 リスク評価計画の策定 ・生産場面でのリスク評価ツールの 決定とリスク懸念作業の抽出 & 対 応	・中期計画に沿った優先 評価物質のリスク評価と リスク評価書の作成 ・化学物質ライフサイク ル管理システムの開発着手 ・生産での管理物質決定 と取扱現場でのリスク評 価 ・SAICM 活動成果の一元 的公開法と地域とのコミュ ニケーション手法の検討	
<生物多様性>	認証原料の使用 拡大	Book and Claim 方 式 ^{※3} から Mass Balance 方式 ^{※4} 認 証油への切り替え推 進	・Mass Balance 認証パーム油の 購入開始 ・RSPO の SCCS 認証を和歌山工 場が取得 ・FSC 認証マーク入り製品を販売 開始	・Book and Claim 方式 から Mass Balance 方式 認証油への切り替え推進 ・RSPO の SCCS 認証を 海外工場へ拡大		
	事業場での生物 多様性の保全活 動の推進	・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	・松林内の遊歩道の整備および案 内看板の設置(和歌山) ・要注意外来種の伐採(すみだ) ・現状評価の実施(川崎、豊橋)	・和歌山、すみだ等での活 動を推進 ・国内他事業場での保全 評価を開始		

※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 認証パーム油の環境価値をクレジットとして取引するシステム

※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2014

重要課題：ステークホルダーと連携した環境活動

取り組み内容	主な活動	2013 年目標	2013 年実績	2014 年目標
環境啓発と保全活動	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、NGO 等との連携	2012 年実施のすべての活動を引き続き推進	<ul style="list-style-type: none"> ・いっしょにエコ日記配布校数：541 校 ・環境出張講座実施校数：54 校 ・エコラボミュージアム来校数：70 校 ・花王・みんなの森づくり活動助成団体数：38 団体 ・教員フェロウシップ（アースウォッチジャパンと協働）：10 校 ・店頭での啓発活動数：189 件 ・国際こども環境絵画コンテスト応募数：8,516 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 10 万人 	すべての活動を引き続き推進

■ コミュニティ

重要課題：事業を通じたコミュニティへの積極的なかかわり

取り組み内容	主な活動	2013 年目標	2013 年実績	2014 年目標	
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 	<ul style="list-style-type: none"> ・新製品改良品における UD 視点での改良実施率 79% ・社外向け UD 情報サイトの設置 ・社員を対象にした啓発活動(講演会 1・高齢者体験会 9) ・字幕 CM の本格放送に向けた活動 (TV 局 3 社で同時トライアル放送を実施し、他企業や関係団体とも情報共有) 	<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 の本格放送に向けた活動(他企業との共同トライアル放送の実現をめざす) 	
	肥満・生活習慣病の予防・改善	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	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘルシアクラブの開設：参加者 8 万人 ・ウォーキングイベントへの協賛：11 万人が参加 ・健保組合などに生活改善プログラム「QUPiO」を提供 60 社 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘルシアクラブへ新規会員の継続誘引 ・ウォーキングイベントへの協賛(目標参加人数：10 万人) ・QUPiO 参加企業数：60 社 	
	現地の生活環境・習慣に合った赤ちゃんの健康推進	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		<ul style="list-style-type: none"> ・中国合肥での現地工場稼働し販売開始 ・紙おむつ新規展開アジア(タイ、マレーシア、2014 年ベトナム)、CIS 諸国(2014 年ウクライナ、カザフスタン)で開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベビー用紙おむつの現地生産の拡大と展開国追加 ・母親学級・両親学級等による啓発活動と使用見本サンプリング(日本：68 万人) ・メリーズ新生児、S のサンプル配布(日本：111 万個)
	手洗い習慣の普及による衛生向上を推進	正しい手洗い習慣を身につける活動数を拡大		<ul style="list-style-type: none"> ・手洗い講座を日本+アジア各国で展開 展開学校数：日本 106 校(前年 95 校) ・新規取り組みとして、ベネッセ教材とのコラボ 2-3 歳児の啓発 17 万個 	<ul style="list-style-type: none"> ・小学校出張講座による啓発活動(日本：110 校) ・手洗い啓発用のサンプル配布(日本：幼児・小学生ほか 60 万個) (台湾・タイ：小学生 5 万個)

花王サステナビリティレポート2014

重要課題: 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

取り組み内容	主な活動	2013年目標	2013年実績	2014年目標
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	社員ボランティア参加を推進する活動を拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの基準づくりのための、調査の見直し、情報収集のしくみづくりを実施 ・社員へのボランティア情報提供件数: 49件 ・社員ボランティア参加数: 19,255名 ・社内外情報発信件数: 127件 	<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの基準づくり ・情報収集と情報共有のしくみづくり ・社員が興味を持てる活動や講座の企画、提案

■ カルチャー

重要課題: 健全な事業活動

取り組み内容	主な活動	2013年目標	2013年実績	2014年目標
「正道を歩む」の推進	<p>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</p> <p>コンプライアンス通報・相談窓口の適切な運営</p>	<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 ・花王グループ贈収賄防止プログラムの体制構築 ・花王グループ全体での定例コンプライアンス研修の計画・実施と拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・BCGの改定実施(2013年7月) ・花王グループ贈収賄防止プログラムの検討(贈収賄防止ガイドラインのグローバルひな形検討) ・花王グループ全体での定例コンプライアンス研修の計画・実施 <ol style="list-style-type: none"> 1) 花王グループ全社員対象に毎年実施する BCG テスト⇒実施率 86.5% 2) 国内花王グループ管理職対象コンプライアンス研修⇒実施率 71.1% 3) 海外グループ会社社員を対象とするインテグリティワークショップ⇒2009年からの累積で実施率 65.1% 	<ul style="list-style-type: none"> ・贈収賄防止ガイドラインの導入 ・利害の対立の回避に関するガイドライン(グローバル版)の導入検討 ・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 <ol style="list-style-type: none"> 1) 花王グループ全社員対象に毎年実施する BCG テスト⇒実施率 90% 2) 国内花王グループ管理職対象コンプライアンス研修⇒2013年からの累積実施率 95% 3) 海外グループ会社社員を対象とするインテグリティワークショップ⇒2009年からの累積実施率 75% ・2015年に向けたBCGの改定検討 <ul style="list-style-type: none"> - BCGハンドブックの作成 - BCGの見直し
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"> ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・調達先ガイドライン策定 <ol style="list-style-type: none"> 1) 新規取引先に対して調査実施 2) 基準未達成取引先に改善要請書の発行および現地モニタリングの実施 ・原材料調達ガイドライン策定 <ol style="list-style-type: none"> 1) ガイドライン品目(パーム油・紙)の認証品購入拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・調達先ガイドライン、原材料調達ガイドラインに基づく調達実施 ・購買部門転入者への100%教育実施

重要課題: ダイバーシティ&インクルージョン

取り組み内容	主な活動	2013年目標	2013年実績	2014年目標
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育成強化	<ul style="list-style-type: none"> ・実績の向上 ・実施の継続 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性管理職比率の向上 27.7%←23.6%(海外を含むグループ全体) 10.5%←9.6%(国内グループのみ) ・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維持達成 	<ul style="list-style-type: none"> ・実績の向上 ・調査を実施し、推進加速のための課題を探索

3つの重点領域

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。

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。

カルチャー



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。

重点領域：エコロジー

DATA 1

今世紀末までに世界の平均気温が最も大きく上がる場合

最大気温上昇

+4.8°C

IPCC 第5次評価報告書では世界の気温上昇について予測しており、このまま地球温暖化が進んだ場合、2100年までに現在(1986-2005年)と比較して最大で4.8°Cのプラスとなる。

DATA 2

日本における生活用水の使用量増加率

1975年→2010年

+35.1%

国土交通省水資源部の推計による取水量ベースの値。1975年の114億m³に対し、2010年は154億m³と増加している。※農業用水、工業用水は減少



気候変動や資源の枯渇、生物多様性の損失など、地球規模の環境問題が深刻化しています。毎日の生活の中で使っていただく製品を製造し、また、化学物質を扱う企業である花王は、中・長期的な経営戦略として、製品の高い品質を確保しながら、同時に環境への負荷低減をベースとしたモノづくりを進めています。

2009年の「花王 環境宣言」では、原材料調達から生産、物流、販売、使用、廃棄に至るまでの製品のライフサイクル全体にわたり、多様なステークホルダーと連携して積極的に取り組みを進めることを宣言しました。植物原料など再生可能な原料の使用、生産工程における省エネ活動、効率的な製品配送、容器包装の削減などさまざまな取り組みを行なっています。特に花王製品のライフサイクル全体を通じたCO₂排出量が最も多いのは使用時であるため、使用時の水を減らせる節水型製品など、環境配慮型の製品の開発を推進しています。また、2020年に向けた、ライフサイクルCO₂排出量や製品使用時の水使用量などの中期目標を設定しています。

地球規模の環境問題に対応するには企業だけでなく、NPO/NGO、消費者、行政など多様なステークホルダーが広く協働する必要があります。花王では、製品を使っていただくお客さまをはじめ、取引先や販売店などのビジネスパートナー、また広く社会全体と連携して、地球環境保全のための活動を行なっています。

「事業活動による環境負荷の低減」の取り組み

「花王 環境宣言」による 2020年に向けた取り組み

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、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。



花王 環境宣言

「花王 環境宣言」2020 年中期目標

1. CO₂

消費者向け製品 35%削減[国内]
(全ライフサイクルベース、売上高原単位、2005 年基準)

2. 水

製品使用時の水 30%削減[国内]
(売上高原単位、2005 年基準)

3. 化学物質

SAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って、積極的に化学物質の管理に努めます。

4. 生物多様性

原材料の調達などの面で、その保全に努めます。

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、以下のページで詳しく紹介しています。

[P63「化学物質の適正管理」](#)

[P68「生物多様性への対応」](#)

CO₂ 排出量をライフサイクルで削減する

●17%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。2013 年は、17%の削減となりました。

各工場での省エネ活動や、節水型の衣料用洗剤の発売、粉末衣料用洗剤のつめかえ製品の発売、生産体制と配荷エリアの適正化による製品輸送距離の短縮など、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。

また2013 年には、原料の CO₂ データを一部更新しました。サプライヤーから提供されたデータを増やし、より正確な数値の集計に努めています。

■製品ライフサイクル全体の CO₂ 排出量の推移★



※ 製品ライフサイクルを通じた CO₂ 排出量は、日本国内の消費者向け製品 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 排出量は含んでいません。

※ 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。

製品を使う時の水使用量を減らす

●22%の削減

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。2013年は22%の削減となりました。

●節水型製品の充実

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。

2013年8月には新洗浄成分を活用した「ウルトラアタック Neo」を発売しました。洗浄時間たったの5分で汚れもニオイもしっかり落とす高性能のスピード洗たくが可能となりました。

また、「メリットシャンプー」は2010年から泡切れがよい洗浄成分を採用し、従来品より約20%少ない水ですすげます。さらに、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。

「エコシャンプー術」

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

環境負荷の少ない製品に“いっしょにeco”マークを表示

●マークをつける厳しい基準

花王では、上記の節水型衣料用洗剤「ウルトラアタック Neo」やつめかえ製品など、独自の厳しい認定基準をクリアした“環境負荷の少ない製品”に“いっしょにeco”マークを表示しています。原則として、花王の従来品あるいは併売品に対して以下の二つの条件を満たした場合に“いっしょにeco”マークを表示しています。

- 1) ライフサイクル CO₂ 排出量が低減されていること
- 2) 当社で定めた環境主張の認定基準を一つ以上クリアしていること
 - ・省エネルギー
 - ・省資源
 - ・節水
 - ・廃棄物削減
 - ・リサイクル原材料の使用
 - ・植物由来原料の使用
 - ・CO₂ 排出量の削減
 - ・カーボンオフセット

“いっしょにeco”マーク表示基準の詳細

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_01.html

■製品使用時の水使用量の推移★



※ 製品使用時の水使用量は、日本国内の消費者向け製品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。

※ 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。



“いっしょにeco”マーク

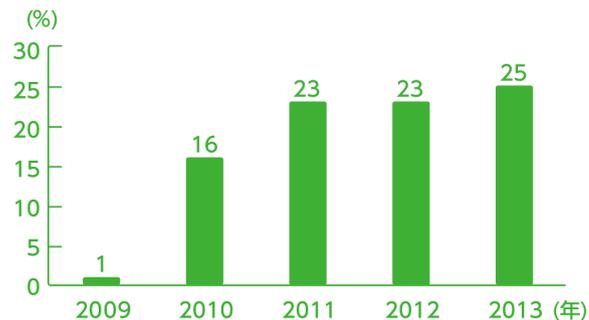
●25%に拡大

2009年度の表示開始以来、“いっしょに eco”マーク表示製品の売上高に占める比率は年々上昇し、2013年現在25%となっています。

“いっしょに eco”マーク表示製品一覧

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_02.html

■”いっしょに eco”マーク表示製品売上高比率



※ 日本国内消費者向け製品の売上高における比率

TOPICS

CDP 開示優秀企業に 5 回目の選定

CDP(旧カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)は、ロンドンに本部を置く国際的な非営利団体です。世界の企業に気候変動への戦略や温室効果ガス排出量の開示を求め、その開示結果を公表しています。

花王は、CDP が日本の時価総額上位 500 社を対象に行なった調査において、情報開示の内容が評価され、2013 年 11 月 6 日に東京都内で開催された「CDP2013 日本報告会」にて、「開示優秀企業」に選定されました。

2003 年に CDP が調査を開始して以来、花王は毎年回答を行っており、「開示優秀企業」の選定は今年で 5 回目となります。この評価は、花王の環境に対する活動が、日本のみにとどまらず、グループをあげてグローバルに取り組んできたこと、ステークホルダーへの情報開示の姿勢などが評価されたものと考えます。

「ステークホルダーと連携した環境活動」の取り組み

多様なステークホルダーと連携した“いっしょにeco”

花王では、2009年の環境宣言より、ビジネスパートナーや消費者、地域・行政、NPO団体などのステークホルダーの皆さまとともに、企業と地域社会が協働して環境負荷を減らす取り組み“いっしょにeco”を進めています。

写真：愛媛県の店舗で「節水・節電・ごみ削減」を啓発する環境イベント



ライフサイクルの視点でつながりを広げる

●環境負荷が多いのは「使う」「捨てる」

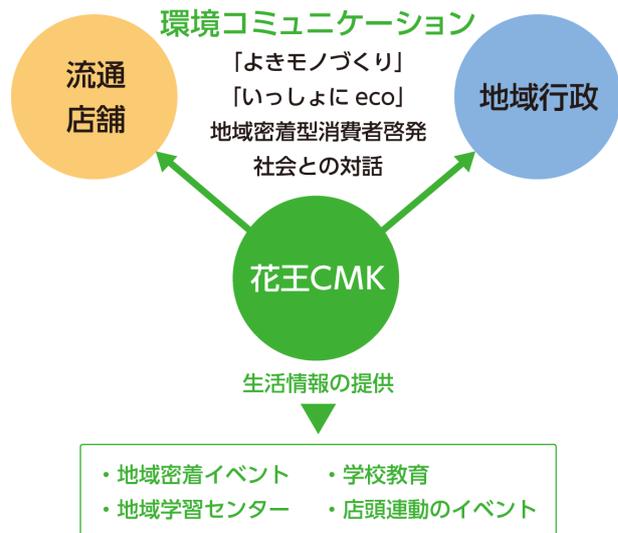
花王は、1987年のコンパクト衣料用洗剤「アタック」発売以来、環境配慮商品の開発にLCA(ライフサイクルアセスメント)の考えを取り入れています。当初は個々の商品についての部分で環境負荷を下げたらよいかという視点でしたが、現在はすべての商品でどのくらいの環境負荷をかけているかを集計するようになってきました。ここで見てきたことは、花王が扱う商品の環境負荷(二酸化炭素の排出量)の約7割は、お客さまの「使用時」と「廃棄時」に発生しているということです。

そこで、「使用時」や「廃棄時」の負荷低減を進めるために、お客さまに行動していただけるような環境をつくる取り組みを進めています。

●販売の立場からお店や地域とつながる

花王製品の販売会社である花王カスタマーマーケティング(以下花王CMK)では、日本全国にある拠点を通じて、お客さまと接点の多い販売店と地域・行政を巻き込んだ啓発活動を進めるのが効果的と考えました。そこで各地の販売店や地域・行政の皆さんといっしょに、店頭や行政環境イベントの中で「節水・節電・ごみ削減」を訴えています。

■ご販売店さま・行政と連携した環境コミュニケーション



生活者の家庭内でのエコに対する意識改革をめざし、エコ行動を促進する啓発キットを紹介

環境キャンペーン「ラク・トク・エコ」の取り組み

●楽しんで得してエコにもなる

花王CMKは、流通や店舗といっしょに、環境配慮商品の普及を目的に2010年から店頭で環境キャンペーンを実施しています。2013年は、効率よく使える環境配慮商品に「ラクして、トクになって、結果としてエコになる」というメッセージを込めて「ラク・トク・エコ」のキャンペーンを実施しました。

●全国約1万7千店で開催

このキャンペーンは、6月の環境月間と10月の3R推進月間を中心に全国の、のべ約1万7千店舗で開催しました。すすぎ1回で節水・節電・時短ができる衣料用洗剤の「アタックNeo」シリーズや、ごみが削減できるつめかえ・つけかえ商品を集めて「節水・節電・ごみ削減」商品の普及に努めました。



環境キャンペーンのイメージ

行政と連携して省エネルギーに取り組む

●富山県 夏の節電キャンペーン

富山県では2013年度に、節電の定着・拡大を図るため「とやまメガ節電所プロジェクト」を実施しました。これは、県民が楽しみながら節電に取り組む県民参加型のプロジェクトです。県内の家庭や事業者の皆さんが、取り組もうとする節電行動（省エネ型の電球や冷蔵庫への買い替え、高効率な生産設備への更新、太陽光発電の設置等）をウェブサイトに登録すると、仮定の「メガ節電所」が建設され、稼働するというものです。

●県内の200店舗とお客さまといっしょに

花王CMKは、このプロジェクトの趣旨に賛同して2013年7月と8月の2カ月間、夏の節電キャンペーンに協賛しました。県内200店舗の店頭でこのプロジェクトの告知をしていただくとともに、プロジェクトに参加されたお客さまには「ウルトラアタックNeo」をお配りしました。また、キャンペーン期間中に前年と比較してより大きく節電した節電優秀者に対して富山県が賞品をプレゼントするのに合わせ、「ウルトラアタックNeo」ギフトセットをお贈りしました。

行政およびその地域の販売店と花王CMKとの連携が生まれ、地域の環境課題に協力して取り組むことができました。このように、地域のステークホルダーと連携した環境活動を通じて、社会のサステナビリティに今後も貢献していきます。



「とやまメガ節電所プロジェクト」のポスター



店頭での環境啓発イベントで「とやまメガ節電所プロジェクト」を紹介

重点領域：コミュニティ

DATA 1

石けんを用いた手洗いで減らせる 感染リスク

下痢
肺炎など
急性呼吸器感染症

約**50%**^{※1} 約**20%**^{※2}

世界では下痢と肺炎が5歳未満の多くの子どもの命を奪っている。せっけんを使った正しい手洗いはこれらの病気に対する最もシンプルで効率的な予防の一つであり、正しい手洗いを行なうことで世界中の多くの子どもたちの命を救うことができる。

DATA 2

日本におけるNPO法人の数

2013年12月31日現在
48,611 団体

平成10年12月施行の特定非営利活動促進法に基づき法人格を取得した法人の数。広義のNPOとしては認証や法人格の有無にかかわらず、ボランティア団体や市民活動団体など営利を目的としない民間の組織。

※1 Cairncross S, Hunt C & Boisson S et al. (2010) Water, sanitation and hygiene for the prevention of diarrhoea. *International Journal of Epidemiology* 39(Suppl 1), i193-i205

※2 Rabie T & Curtis V (2006) Handwashing and risk of respiratory infections: a quantitative systematic review. *Tropical Medicine & International Health* 11, 258-267



貧困や衛生、高齢化などグローバル社会のさまざまな社会的課題はますます深刻化、多様化しています。社会のサステナビリティを脅かすこうした課題の解決には、さまざまなセクターの協働が必要であり、特に近年では、企業の持つ資源やノウハウなど、企業の力が強く求められるようになってきました。

花王はその創業以来、世界の人々の豊かな生活文化の実現に貢献することを使命としてきました。特に衛生や健康などの分野において、培ってきた技術を活かした製品やサービスを通じて、人々のすこやかな暮らしを支援しています。それぞれの国や地域の異なる文化や習慣、社会課題をきめ細かく研究し、消費者ニーズに合った製品やサービスを提供すると同時に、関連したさまざまな生活文化の提案を行なうなど、事業を通じたコミュニティへの積極的なかかわりを進めています。

一方で、会社としての社会貢献活動の実施や社員のボランティア活動を支援することで、コミュニティ、NPO や市民活動団体などとの連携を深める努力も行なっています。社員のボランティア精神の醸成を促し、それぞれの社員がコミュニティとのかかわることを支援しています。

社会的活動を通じてコミュニティとのパートナーシップを構築し、多様化、複雑化する社会課題の解決への貢献を図っていきます。

「事業を通じたコミュニティへの積極的なかかわり」の取り組み

正しい手洗いで子どもたちが健康に暮らせるように

花王は、「よきモノづくり」を通じて、世界の人々の「豊かな生活文化の実現」に貢献することを、使命としています。そのために、画期的な製品を生み出すと同時に、さまざまな生活文化の提案を行なってきました。

その一つが、出張授業プログラム「手洗い講座」です。この授業は、泡で出てくるハンドソープを使って、子どもたちに正しい「手洗い」の衛生習慣を身につけてもらう講座で、花王社員が講師として実施しています。

写真：小学校での手洗い講座。歌を歌いながら正しい手洗いのポイントを覚える



楽しく正しい手洗い習慣を身につける

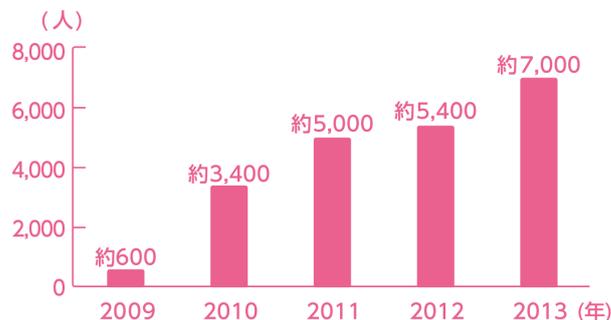
●正しい手洗い方法を楽しく教える「手洗い講座」

花王は、2009年から小学校低学年の児童を対象に「手洗い講座」を行なっています。「ビオレu 泡ハンドソープ」はポンプを押すだけで泡で出てくるので、泡を上手く立てられない子どもでも、手洗いがきちんとできます。「手洗い講座」では、子どもたちに手洗いの大切さを伝え、「あわあわ手あらいのうた」を歌いながら、正しい手の洗い方を楽しく習得できます。

●花王社員が講師として、手洗い講座を実施

「手洗い講座」は、2013年に34都道府県の小学校106校で約7,000名の児童に実施しました。2009年の開始以来、累計で2万人以上の子どもたちに正しい手の洗い方を教えています。花王グループのさまざまな部門から多くの社員が講師として参加、子どもたちとのふれあいを通して、社員も社会貢献活動を実施するよい機会になっています。

■手洗い講座を受けた児童の数(日本国内)



ビオレu 泡
ハンドソープ

TOPICS キッズデザイン賞の受賞

花王の「手洗い講座」は、社会から高く評価され、2013年7月には「未来を担う消費者デザイン部門」(小中学生対象)で「第7回キッズデザイン賞」を受賞しました。この賞は子ども向けの製品・サービスに限らず、大人向けでありながら子ども目線を持った、良質な商品や施設、プログラム、調査研究活動を対象として顕彰するものです。

花王の「手洗い講座」は、「未来の自立した消費者となるべき子どもを育む取り組みでの新しい発想、工夫、手法である」活動として高く評価されました。



KIDS DESIGN
AWARD 2013

手洗いを通じてすこやかな生活を世界に広げる

●タイでの手洗い習慣の普及へ

タイは、1年を通じて高温多湿な気候のために、5才以下の幼児が手足口病や下痢、インフルエンザといった感染症にかかるリスクが高い国です。花王コマーシャル(タイランド)では感染症低減に向けた活動を行っています。

2011年のバンコク大洪水の際には、住居用洗剤「マジックリン」や漂白剤「ハイター」、「ビオレ フォーミングハンドソープ」を被災地に提供し、衛生状態の改善に貢献しました。

学校の再開後には、タイ教育省や大手スーパーマーケットチェーンと協力し、各地の学校で製品を配布するとともに手洗い講座を行いました。

正しい手洗い習慣を楽しく身につけてもらえるように、日本での活動を参考に、6つの正しい手洗いのポーズやタイ語の「あわあわ手あらいのうた」を紹介しました。子どもたちが学んだことが家族に伝わることで、手洗い習慣はさらに広がっています。



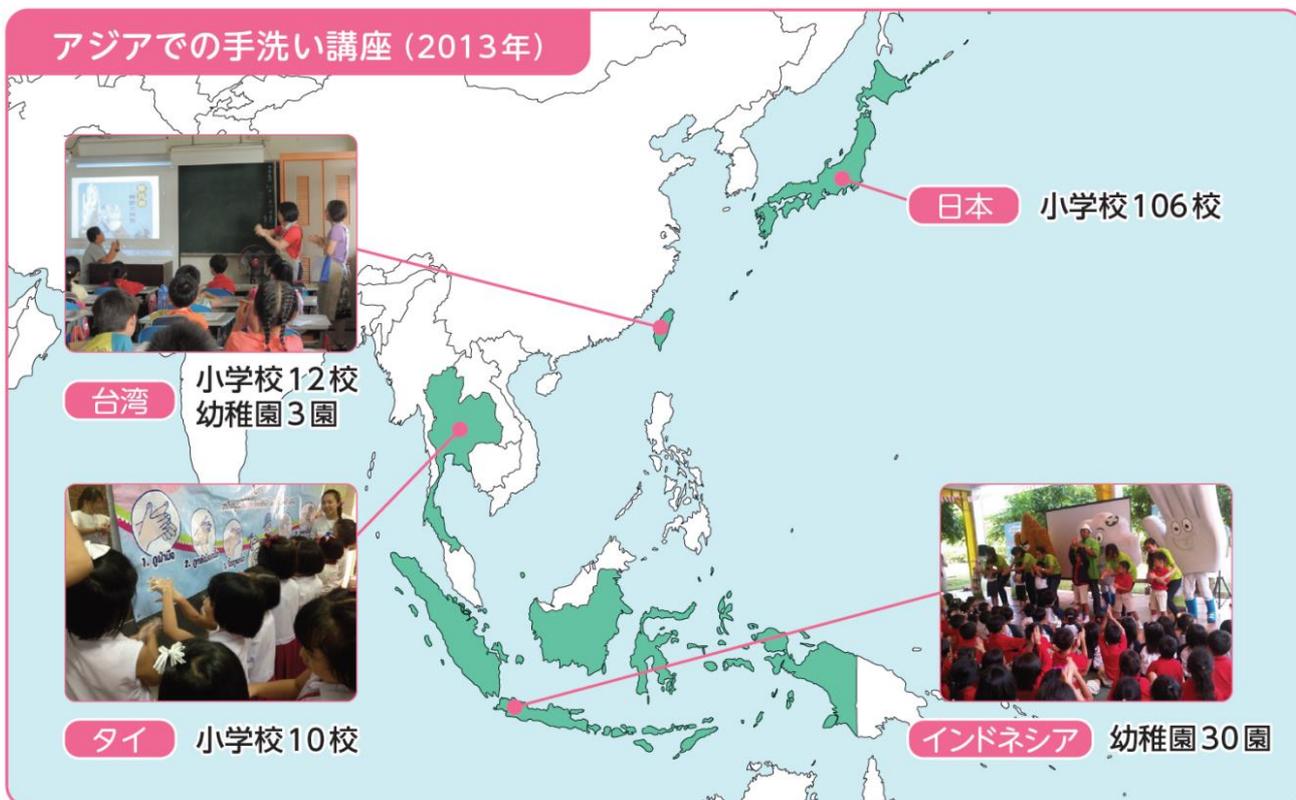
↑洪水により被災した150カ所以上の幼稚園・小学校の児童に泡のハンドソープを配布

←正しい手洗いのポーズを示したカード「衛生のために毎日手洗いしましょう」

●アジアに手洗いの習慣を

日本やタイのほか、インドネシアや台湾でも手洗い講座を行っています。今後、この活動をアジア各国に広げていきます。

アジアでの手洗い講座 (2013年)



「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」の取り組み

NPO や市民団体との連携 ハートポケット倶楽部 10周年

「社会に役立つことを何かしたい」という社員の思いを形にする社員参加型活動として始まり2014年で10周年。ハートポケット倶楽部は、よりよいコミュニティづくりに向け、NPO や市民団体との連携を深めてきました。主旨に賛同した社員が会員となり、毎月の給与から積み立てた基金を、NPO や市民団体へ寄付するほか、会員社会貢献活動実施にかかわる助成、広域災害発生時の支援などに役立っています。社員の寄付に対して、原則として花王（株）が同額のマッチングを行なっています。



市民団体とともにコミュニティづくりを行なう「地域助成」

●地域コミュニティづくりのお手伝い

ハートポケット倶楽部は、社会福祉、自然環境、国際協力、文化教育の4分野で活動するNPO/NGOを支援しているほか、基金の一部を活用し「地域助成」として事業所が立地する栃木・和歌山・茨城の各県で地域に根ざして活動する団体を支援しています。

これは、各地域でそれぞれの地域の市民団体などの情報を持ち、NPO活動、市民活動を支援するNPO（中間支援組織）と連携して、地域のコミュニティづくりを行なう団体を支援するものです。選考に当たっては、社員投票で決定しています。

●地域社会との良き関係性をめざして

助成を通じてNPO や市民団体の活動が活性化され、地域コミュニティの発展につながります。NPO や市民団体の皆さまとともに事業場地域のコミュニティの発展につながればと考えています。資金だけでなく、関係性も大切にと、社員から団体への応援メッセージを届けています。

地域助成のしくみ



和歌山地域助成の例

わかやま楽落会

紀伊風土記の丘、県立図書館などでの寄席の開催、またお笑い福祉士として出前寄席を開催しています。こども落語家の養成も4年前から行なっており、毎月、県立図書館で「こども落語ワークショップ」を開催しています。

今後も他のボランティア団体と協力して、地域づくり、高齢者福祉、子どもの健全教育に取り組んでいきます。



ワーク・カフェ☆オーナーズ

若者のより良い未来のため、基盤となる“労働”に焦点を当てた活動をしています。若者が働くことに関して、さまざまな価値観に触れ、職種や業種の異なる多様な人と会うことで、自身の理想像を確立してもらえるような取り組みをしています。

少しでも多くの若者が働くことに希望を感じられる社会をめざして今後も取り組んでいきたいと思えます。



VOICE

連携先より(和歌山地域助成)

6年前、地域で地道に活動している団体を応援したいとの声をいただき、和歌山県での地域助成事業が始まりました。企業の風が吹き込む事で、地域のNPOにもとても刺激となったようです。「企業の皆さんから認められたことで、活動に自信がもて、他の団体と協働で事業を行なえるようになった」などの声をいただいています。

NPOへのニーズの多様化により、NPOは新たな事業の展開を求められています。単体ではできないことも企業、行政、他のNPO等と協働することで実現できる、と実感しています。ともにこの取り組みを発展させていきたいと考えています。

特定非営利活動法人わかやまNPOセンター
(指定管理)和歌山県NPOサポートセンター主任 植田 祐起代氏



グローバルな課題にも貢献

● 貧困問題を解決するために

「2015年までに世界の貧困を半減する」ことなどをめざす国連ミレニアム開発目標(MDGs)の達成に向けた活動を支援しています。たとえば、インドの児童労働撤廃に向けた認定特定非営利活動法人ACE、ベトナムでHIV/エイズ孤児への差別・偏見をなくす活動に取り組む公益財団法人ケア・インターナショナルジャパンなどへの支援を通じて、NPO/NGOとともに、グローバルな社会課題解決へに向けた取り組みを行っています。

ミレニアム開発目標について詳しくは「国連開発計画(UNDP)駐日事務所ウェブサイト」

<http://www.undp.org/content/tokyo/ja/home/mdgoverview/mdqs.html>



インド「こどもにやさしい村」プロジェクト子ども村議会の様子

(写真提供: 認定特定非営利活動法人 ACE)

● 理解を深めるワークショップ

これらのグローバルな課題への理解を深めるために「MDGsってなに? ~途上国の子どもたちに私たちができること」という、特定非営利活動法人国際協力NGOセンター(JANIC)によるワークショップを開催しました。途上国の現状を知り、社員一人ひとりに何が出来るかを考える機会になりました。参加した社員からは「社会貢献を自分ごととして体感できたのでとてもよかった。もっと何かできることがあればと前向きに考えられた」などの感想が聞かれました。

支援実績(2013年までの合計)

395 団体、6,240 万円

会員数(2013年12月現在)

2,576 人

VOICE

ハートポケット倶楽部で活動して

この活動を通じて環境・社会・国際協力などさまざまな分野の団体とかがかわることができました。支援団体の活動に参加させていただいたことで、社会問題の多様性を学ぶとともに、自分自身も社会課題に対して何かアクションを起こしたいという意識が芽生えました。今後は得られた知識や視点を業務内外で活かしていけたらと考えています。

ハートポケット倶楽部 2013年度運営委員
購買部門 西田 喜美代



TOPICS 絵本づくりに社員や社員の家族が参加

ハートポケット倶楽部では、公益社団法人シャンティ国際ボランティア会の主催する「絵本を届ける運動」に 2005 年より参加しています。

この運動は、絵本がほとんど出版されていない、読み書きができない、絵本を読んでもくれる人がいない途上国の子どもたちへ、絵本を手にする機会をもってもらおうと進めている活動です。日本で出版された絵本に、各国の言語の翻訳シールを貼り付け、子どもたちが母語で読める絵本として届けます。

社員たちは、各言語の翻訳シールを絵本に貼り付け、絵本をつくる作業に協力しています。2005 年～2013 年までに、のべ 1,506 名の社員が参加し、カンボジア語とラオス語の絵本 1,680 冊を贈りました。

絵本は、現地の子どもたちにとって、楽しいだけでなく、読み書きを習得する助けにもなります。地雷原の看板が読めずに地雷を踏む事故、薬の処方箋を読めずに薬を誤用することなど、読み書きができないことによる弊害はたくさんあり、識字は命を守ることに繋がっています。社員たちは、この活動を通じて現地の現状を知る機会にも繋がっています。



絵本づくりを行なう社員と家族



現地で絵本を楽しむ子どもたち
(写真提供：公益社団法人シャンティ国際ボランティア会)

重点領域：カルチャー

DATA 1

世界の腐敗認識指数50位以下の国の割合

177カ国の
70%

国際 NGO トランスパレンシー・インターナショナルによる「腐敗認識指数 2013」によると、各国の CPI (腐敗認識指数) は、0 (腐敗度が高い) から 100 (腐敗度が低い認識) までの得点で表すと、世界 177 カ国のうちの 3 分の 2 の国が 50 点以下である。

DATA 2

世界のジェンダー・ギャップ指数における日本の順位

136カ国中
105位

世界経済フォーラムによる「国際男女格差レポート 2013」では、世界のジェンダー・ギャップをランキングしており、2013 年、日本は 136 カ国中 105 位と昨年の 101 位よりさらに順位を下げた。

Kao's View

花王の視点

花王では、社会のサステナビリティへの貢献を推進するために最も重要な資源は社員だと考えています。そのために、企業行動の原点である価値観「正道を歩む」、法と倫理を遵守し、誠実で健全な事業活動を行なうことを社員全員に浸透させるよう、さまざまな取り組みを行なっています。社員だけでなく、ビジネスパートナーを含むバリューチェーン全体にわたり、健全な事業活動を推進するよう努めています。

花王ではこの価値観を日々実践するために、企業行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を制定、世界各国の特性や事例を踏まえた研修を実施して、世界のグループ社員への浸透を図っています。また、サプライチェーンにおいても、環境面や社会面における規範の遵守や取り組みを求める調達活動を行なっています。

同時に、ダイバーシティから生まれる活力が事業の発展をささえるとの認識に立ち、多様な社員がその能力と熱意を最大限に発揮できるようダイバーシティ&インクルージョンの取り組みを進めています。特に女性社員の活躍、外国人社員の活躍に注力し、支援に向けたさまざまな取り組みを実施しています。女性社員の役割の拡大に努め、国内花王グループにおいても女性管理職比率は向上しています。

「健全な事業活動」の取り組み

企業として、正道を歩み、持続可能な調達を推進する

社会は常に変化し、社会における「サステナビリティ」と「企業への期待」も常に変化しています。花王は、こうした社会からの期待の変化に対応し、さまざまな取り組みを進めています。



写真：花王ドイツでのインテグリティワークショップ。BCGの11項目に関して、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ます。

社会の変化に合わせ、企業行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を改定しました

●社会の変化に対応する

社会のサステナビリティに対して企業はどうあるべきか、人々が企業に求める社会的役割は日々変化しています。花王では、企業として「正道を歩む」ために2003年に企業行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン(BCG)」を制定し、さらにコンプライアンスに関連するさまざまな社内規程を設けています。これらの内容は、常に変化する社会からの期待に応えるため、コンプライアンス委員会でも毎年見直しを行ない、必要に応じて改定しています。

●贈収賄の防止に向けて

2013年7月にはBCGの5回目の改定を行ない、花王グループとしての贈収賄防止に対する強い姿勢を明確にし、公務員や民間企業等、相手先の属性を問わず贈収賄を行なわないこと、所定の公的手続きを早めるために公務員個人に支払う少額の支払いである「円滑化のための支払い」を行なわないことを明記しました。

●世界各国の社員と共有し啓発する

花王は日本語、英語版のBCGをウェブサイトで公開するほか、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、韓国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。

BCGの啓発活動として、従来より、新入社員、新任マネジャー、海外グループ会社社員を対象に事例のディスカッションを交えた研修等を実施してきました。2013年度はこれらに加え、右の3つのテーマに取り組みました。

■3つの研修テーマの実績(2013年度)

- 1) 国内外花王グループ全社員を対象として毎年実施するBCGテスト
対象社員 31,737名のうち、27,471名が受講。
実施率 **86.5%**
- 2) 国内花王グループ会社の管理職を対象とするコンプライアンス研修
対象社員 2,550名のうち、1,811名が受講。
実施率 **71.0%**
- 3) 海外グループ会社全社員を対象とするインテグリティワークショップ
対象社員 11,000名のうち、2009年からの累積で7,170名が受講。
実施率 **65.1%**

調達活動でアフリカの女性の自立を支援する

●天然シアバターを持続可能な形で調達する

花王 USA では、2006 年から高い保湿力で輝く肌をもたらすスキンケア製品「ジャーゲنز シアバター」を米国で発売しています。アフリカ産の天然シアバターを原料とするこの商品は、女性の肌の輝きだけでなく、自立と美の象徴です。

西アフリカで採れるシアの実は、収穫から加工まで女性だけで行なわれ、「女性のゴールド」と呼ばれています。花王 USA では、西アフリカ各地からのシアの実の持続可能な調達を行い、女性の生活向上へ貢献しています。

●事業を通じて西アフリカの女性を支援する

収穫・加工に携わる 1600 万人以上の女性の教育と地位向上をめざす団体 Global Shea Alliance への支援も行なっています。

2013 年 9 月には、西アフリカの女性支援および Global Shea Alliance との連携を記念して「輝く女性」キャンペーンを始めました。現地取材による収穫風景の映像を用いたキャンペーンで、多くの方に「女性のゴールド」の話や西アフリカの女性およびその家族の生活向上を支援するジャーゲنزブランドの役割を理解していただきました。

ジャーゲنز製品の売上げも伸び、原料購入の増加で西アフリカの女性への支援増加につながりました。ある消費者から「肌と心をやわらかくすることができるすばらしい方法。ジャーゲنزありがとう！」とお声をいただきました。



シアの実を収穫するアフリカの女性たち



限定パッケージの商品

VOICE 西アフリカの伝統と美を大切に女性の地位向上へつなげる

花王 USA ジャーゲنز US ブランドマネジャー リサ・マクリントン

「女性のゴールド」の話は、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に貢献するという、花王の使命に密接に関係していて、ブランド担当として本当にすばらしいと思いました。西アフリカの伝統と美による女性の地位向上の活動は、まさにジャーゲنزブランドがめざすところとも一致しています。

シアバターを配合した商品が売れるほど、その支援は大きくなりますが、消費者もそれを理解して、商品を買って、私たちの活動を支援してくれています。何世紀もの間、シアバターは、美の秘密として知られてきましたが、世界中の女性へその伝統を広めることができ、誇りに思っています。



「ダイバーシティ&インクルージョン」の取り組み

多様な人材が能力を発揮できる企業になる

花王は、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の認識に立ち、多様な社員がその能力と熱意を最大限に発揮できる職場づくりにつとめています。



写真：花王コンシューマープロダクツ(タイランド)のマネジャー研修

花王のダイバーシティ&インクルージョンとは

●イコール・パートナーシップの推進

花王は、多様性を理解し、お互いを尊重しあう風土の中で、一人ひとりの能力が一層発揮されると考えています。そんな職場づくりをめざして2000年から「イコール・パートナーシップ(EPS)推進活動」に取り組んでいます。2008年からは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ネットワークを発足させ、EPSに関する基本の徹底と多様性を受け入れる風土の醸成を推進しています。

●重点的な取り組み

一方で、2013年に発表した「花王グループ中期3カ年計画K15」の達成には、グローバルな「よきモノづくり」を推進する必要があります。そのために、特に「女性社員の活躍」と「外国人社員の活躍」に重点を置き、さまざまな取り組みを進めています。



EPS 啓発活動会議

女性社員が活躍する花王

●女性の力が不可欠

1934年に家庭の主婦に向けた啓発やマーケティングを行なう、女性社員を中心とした長瀬家事科学研究所を設立したことに始まり、花王では事業の推進に女性の力は不可欠、という認識がすでに定着しています。2010年9月には国連機関のUN Womenと国連グローバル・コンパクトによる女性の社会参画のための国際的なガイドライン「女性のエンパワーメントのための指針」に署名しました。

重点領域：カルチャー

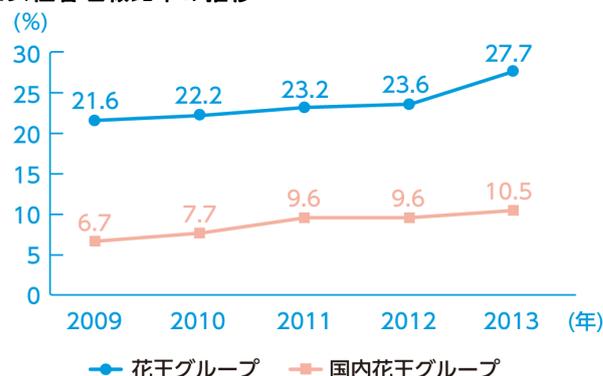
●女性管理職の拡大

属性によらない、意欲・能力に応じた評価と登用の推進が、女性社員の役割拡大につながっており、2010年には品質保証担当役員として女性が就任し、現在も在任中です。

女性管理職比率も向上し続けており、海外グループ会社を含めたグループ全体では2013年12月時点で27.7%となりました。日本国内の花王グループにおいても10.5%と、5年前の6.5%に比べて大きく増加しています。

今後も女性の積極採用、配置拡大から上司への意識付けの徹底等を強化すると同時に、両立支援施策を継続させて女性が働きやすい環境整備を進め、女性社員の活躍の場をさらに広げていくよう努めていきます。

■女性管理職比率の推移



TOPICS

なでしこ銘柄、ダイバーシティ経営企業100選に選定

2013年2月、花王は経済産業省と東京証券取引所が共同で始めた「なでしこ銘柄」第1回の17銘柄の一つとして選定されました。これは女性が働き続けるための環境整備を含め、女性の活用を積極的に進めている企業を各業種1社ずつ選定するものです。

また、同3月には「ダイバーシティ企業100選」にも選定されました。これは経済産業省が多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することでイノベーションを生み出し価値創造につなげている企業100社を選定するものです。



外国人社員が活躍するために

●グローバルに同じ制度で運営

グローバルな「よきモノづくり」を推進するために、花王では業務の標準化や仕事の連携、企業理念「花王ウェイ」の共有化などグローバル一体運営を進めています。人事評価制度などをグローバルに標準化すると同時にグローバルな人材選抜による異動・登用・研修等を実施し、国籍によらない社員の活躍につなげています。

●世界から人材を集める

「グローバルリーダー開発プログラム(GLDP)」は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です。2010年から実施しており、日本人・外国人がほぼ同数参加し、活発な議論を行なっています。

なお、このほかにもファシリテーション研修やマネジャー研修など、世界で共通の研修を展開しています。



GLDP スイス・ローザンヌセッション

ガバナンス

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 【34, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 51, 52, 53】

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

・当社の基本的な考え方

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的な考え方であり、経営上の最も重要な課題のひとつと位置づけています。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。

・体制の概要

花王では、半数の社外取締役を含む取締役会と過半数の社外監査役を含む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。2014年3月の定時株主総会終結後の経営体制は、社外取締役3名を含む取締役6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26名となりました。また、当社は多様な人材の登用を進めており、女性の社外監査役および執行役員を各1名選任しております。社外取締役3名中2名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た独立役員であります。取締役会の審議の透明性の向上等を目的とし、2014年3月の定時株主総会後から、独立社外取締役が取締役会の議長を担っております。取締役および執行役員の任期は1年です。

・取締役会

2013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17回であり、2013年12月期末における社外取締役の平均出席率は98.0%、社外監査役の平均出席率は98.0%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。

・報酬諮問委員会と会長・社長選任審査委員会

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(2014年2月に、「取締役・執行役員選任審査委員会」に改組されました)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、審議を実施するもので、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。その審査結果については、取締役会にて報告するものとしております。2014年2月には、全委員の出席による委員会が開催され、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2014年3月に開催された取締役会にて報告されています。なお、2014年2月開催の取締役会の決議により、委員に全社外監査役を新たに追加しました。

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。2014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て委員会が開催され、取締役会会長の退任(後任会長は置かず、独立社外取締役が取締役会の議長を務める)と社長執行役員の再任について、適正である旨の意見が出されました。なお、2014年2月開催の取締役会の決議により、委員会はその審査対象を全取締役および全執行役員に拡大し、取締役・執行役員選任審査委員会に改組しました。

・監査役の機能強化に向けた取組状況

監査役会は、当社の経営陣から独立した中立の存在である女性 1 名を含む 3 名の社外監査役と 2 名の常勤監査役で構成しています。監査役は、監査の実効性の向上と機能の強化・維持のため、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。

・役員報酬等の額の決定に関する方針

当社の役員報酬は、(1)競争優位の構築と向上のため、多様で優秀な人材を引きつけることができる報酬制度であること、(2)企業価値の継続的な向上を進め、株主と利害を共有できる報酬制度であること、(3)報酬の決定プロセスが客観的で透明性の高いものであること、を基本的な考え方としています。

取締役および監査役の報酬については、外部調査機関による役員報酬調査データをもとに、当社と規模や業種・業態の類似する大手製造業を同格企業として、毎年ベンチマークを実施し、その報酬制度や報酬水準について当社現行制度・水準と比較検証を行ない、決定しています。

社外取締役を除く取締役の報酬は、以下のとおりで構成され、取締役としての役割と役位に応じて定めています。

- ① 月額固定報酬
- ② 短期インセンティブ報酬としての賞与
役位ごとに年間標準予定報酬額の 20%～35%程度とし、EVA(経済的付加価値)と売上高・営業利益のそれぞれの目標達成状況に応じて 0%～200%で変動することとしています。
- ③ 長期インセンティブ報酬としてのストックオプション(株式報酬型)
役位ごとに年間標準予定報酬額の 10%～20%程度としています。

業務執行から独立した立場である社外取締役の報酬は、月額固定報酬およびストックオプションのみで構成しています。

監査役の報酬は、月額固定報酬のみとしています。

取締役および監査役について、退職慰労金の制度はありません。

なお、2013 年度における取締役および監査役の報酬等の総額については、「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」に記載していますので、そちらをご参照ください。

詳細は「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

方針 / 体制 内部統制

花王は、2006年5月に「内部統制体制の整備に関する方針」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なっています。「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な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。

各委員会において、グローバルに達成すべき目標を定め、活動を推進するために必要なルールを制定し、活動をグローバルに展開しています。

コンプライアンス 【57, 58, DMA】

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

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。

目標

上記方針を日々実践していくために、以下の3つの項目を活動目標として掲げ、花王グループ全体で活動を進めています。

- (1)「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関連規程の制定・改定
- (2)法律・倫理違反等の早期発見・早期解決を実現するための通報・相談窓口の整備・運用
- (3)社員のBCGに対する理解促進のための教育啓発活動の実施

※「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_01.html

体制

1. コンプライアンス推進体制

花王は、代表取締役・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。同委員会では、BCG等コンプライアンス関連社内規程の制定・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・対応状況の確認等を半年に1回実施し、重要事項や活動概要を適宜取締役会に提案・報告しています。

また、同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。事務局会議では、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。

2. 監査やモニタリング体制

花王では、以下のような監査およびモニタリングを定期的実施し、社員の声を吸い上げ、必要と思われる対応を行なっています。

・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」の設問回答を通じて、社員へのコンプライアンス意識の浸透状況を確認しています。

・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。

>P102「サプライヤーとの連携」

・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。

グローバル

BCG改定を踏まえた贈収賄防止ガイドラインを検討

2013年7月に5回目のBCGの改定を行ない、公務員や民間企業等、相手先の属性を問わず贈収賄を行なわないこと、所定の公的手続きを早めるために公務員に支払う少額の支払いである「円滑化のための支払い」を行なわないことを明記しました。この改定を踏まえて、2013年は花王グループ共通の贈収賄防止の方針と個社ごとの接待・運用手続きを含む贈収賄防止ガイドラインの項目や内容の検討を行ないました。

2014年は、グローバルひな形に沿って、贈収賄防止ガイドラインを各社・各事業地域単位で導入することを計画しています。なお、花王グループにおいては、BCGの考え方にに基づき政治献金は行なっていないことを確認しています。

グローバル

コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用

・花王グループの運営方針

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・運営しています。

いずれの窓口の利用に際しても、会社は通報者・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。

2013年は、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、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。

・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いずれか一方または双方の窓口を設置し、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。



花王 USA の Integrity Line 告知ポスターとインテグリティカード

2013年は、米国地域のグループ会社において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、困った時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」を作成し、2014年1月に社員全員に対して配付を行いました。2014年も同カードの配付等を継続して展開していきます。

グローバル

2013年の花王グループにおける重大な法令違反について

花王は、花王グループの事業運営において、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、そのほかこれに類するような制限がある時には、公表できない場合があります。

2013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。

なお、国内において、軽微な違反(道路交通法等)が発生しましたが、それに対して改善対応を社内で行ないました。

グローバル

「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)」に8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2014年3月に発表した「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)2014」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、8年連続となります。8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。

この賞は、「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軸において評価を行ないます。今回も、1,000社を超える企業が評価に参加し、最終的に世界で41業種、144社(うち、米国以外の企業は38社)が選定されました。この受賞は、花王グループの社員一人ひとりが、日々の業務を遂行するにあたって、創業から伝わる「正道を歩む」の精神を、「花王ウェイ」やBCGの理念に沿って実践してきた姿勢が高く評価されたものと受け止めています。

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、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。

2013年度にエキスパートにより
改正の対応がされた法令等

- 電信及びインターネットユーザー個人情報保護規定
- 地方税法
- 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
- 麻薬及び向精神薬取締法
- ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針
など

2013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 340 法令
社内規程登録数: 586 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、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、侵害しないしぐ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。2013年のパトロールで浮かび上がった課題である各部門の新入社員や転入者等に対するTS・個人情報保護に関する教育実施の徹底などは、2013年7月に開催した「TS・個人情報保護推進会議」で共有化して、2014年の改善目標としています。

国内花王グループ

「第20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。2013年7月開催の「第20回TS・個人情報保護推進会議」では、大手IT企業の講師による、変化が著しいSNSにおけるリスクや脅威、セキュリティ対策についての講演を実施しました。関連部門を中心に、これらに関して適切な対応が準備できるように取り組んでいます。

国内花王グループ

「機密情報取扱いガイドライン」を改定

トレードシークレット (TS) の取扱いについて、社員一人ひとりのTSへの意識向上とともに、厳格な管理を維持しながら花王グループ内におけるさらなる情報の共有化などをねらいとして、機密情報としての取扱期間の新規表示と機密情報の区分等の変更など「機密情報取扱いガイドライン」の改定を2013年10月に実施しました。

リスクマネジメント 【2, 14, 45, 46, 49】

「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

企業理念である「花王ウェイ」に明記された「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。

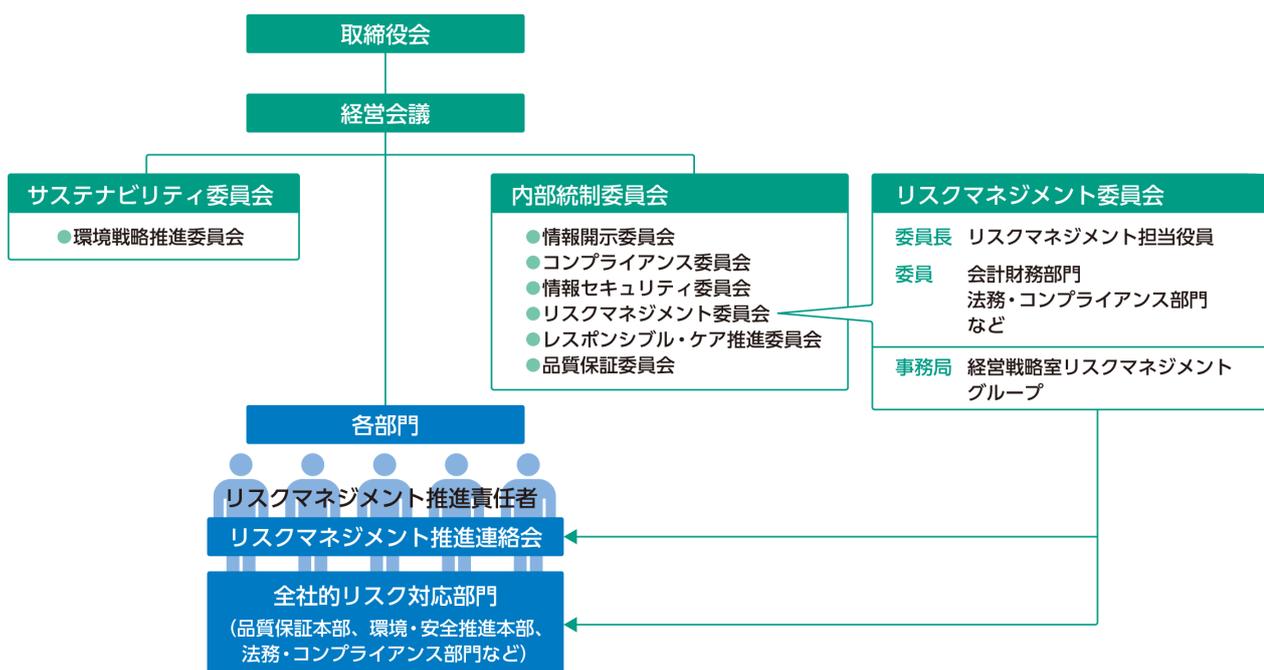
花王はリスクマネジメント担当役員を委員長とし、委員長が指名する委員で構成する「リスクマネジメント委員会」を設けています。リスクマネジメント委員会は、全社のリスクマネジメント活動を推進・促進するために、（1）リスクマネジメント活動の基本方針の審議・決定、（2）リスクマネジメント活動の整備・運営計画の審議・決定、（3）リスクマネジメント活動の考え方や組織活動の花王および子会社への展開支援、（4）各部門のリスクマネジメント活動状況の共有、を行なっています。

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定めています。

そのような体制の下で、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審議・監督しています。また、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、改善を提案、さらに全社横断的な見地からリスク管理を強化する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、経営戦略室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下記の重点テーマを定め、経営戦略室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. 事業活動に重大な悪影響を及ぼすリスクの把握と対応策の強化

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、「よきモノづくり」「業務継続」に影響するリスク調査を行ない、花王グループの事業活動に重大な悪影響を及ぼす可能性のある事象やその発生要因を把握し、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きます。

2. 緊急事態対応体制の整備と強化

事業のグローバル化に伴い、対応すべき緊急事態は国内・国外の事故・災害、政治・社会情勢の混乱、労働争議など広範囲にわたっており、また、緊急事態発生時の事業への影響は、その規模とスピードがともに増してきています。このような国内・国外の事態に対応できるよう、緊急事態対応体制を整備・強化しています。

3. 事業継続計画(BCP)[※]の強化

「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継続的に進め、お客さまに必要な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

事業活動に重大な悪影響を及ぼすリスクの把握と対応策の強化

2013年に実施したリスク調査では、国内花王グループにおける「よきモノづくり」「業務継続」に影響を及ぼすリスクを事業活動に重大な悪影響を及ぼすリスクとしてとらえ、業務を行なう上でのリスクと対応策の洗い出しに注力しました。さらにリスク所管部門による対応策の評価も行ない、対応策の強化に努めました。洗い出されたリスクと対応策については、取締役会等に報告されています。

2014年は、花王グループ全体に拡大して、「よきモノづくり」「業務継続」に影響するリスク調査を行ない、事業活動に重大な悪影響を及ぼすリスクを把握するとともに、リスク対応策評価の範囲を広げ、リスク管理方針に従って対応の強化を図ります。

そのような活動を通じて、経営戦略室リスクマネジメントグループが中心となって、花王グループ全体のリスクマネジメントのPDCAサイクルを推進し、リスク管理レベルの向上を図っていきます。

グローバル

緊急事態対応体制の整備と強化

2013年は、これまでの国内の事故・災害を中心とする防災体制を見直し、国内・海外の事故・災害、政治・社会情勢の混乱、労働争議などを対象とするグローバルでの緊急事態対応体制を新たに整備しました。また、海外拠点における安全・危機管理のための基本行動要領を新たに定め、緊急事態発生時の初期対応力の強化を図りました。

2014年は、首都直下地震(東京)等による被災で本社・東京地区が一時的に機能しない場合を想定し、代替拠点となる関西地区(和歌山、大阪)を中心とする広域初動対応訓練を重ねて、前年度課題の改善評価を行なうなど、初動対応力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)の強化

2013 年も引き続き、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」ための体制強化を進めています。

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。

2014 年は、首都直下地震(東京)による被災を想定し、要員が確保できない、あるいは主要拠点が使用できない状況下で、本社機能、サプライチェーン機能をどのように維持するかを検討し、計画の強化を図ることで、お客さまに必要な商品を確実に届け続けるための業務の強化を進めていきます。

レスポンシブル・ケア活動 【14, DMA】

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 / 体制

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こなしています。

具体的な活動としては、毎年2回、9月と12月に「RC推進委員会」を開催しています。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、品質保証本部の担当を加えた11名の委員で構成しており、環境・安全推進本部、品質保証本部が事務局を務めています。

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。

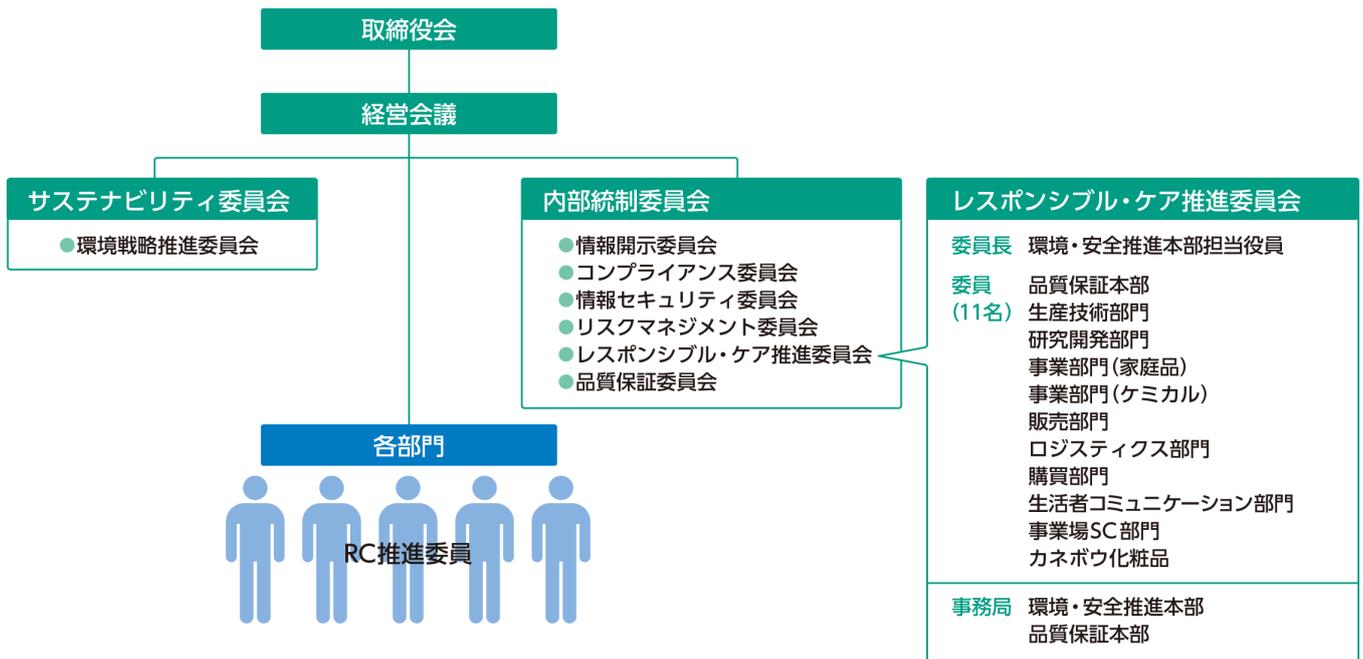
12月の委員会では、この活動目標をもとに各推進部門のRC推進委員が次年の計画案を発表し、ひとつひとつ審議します。この会議で承認された内容は、RC推進委員が各推進部門に持ち帰り、推進部門ごとにより細かく設けた活動ユニットへ伝えることで現場に密着した活動の継続的な改善・レベルアップを図っています。

※ 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」

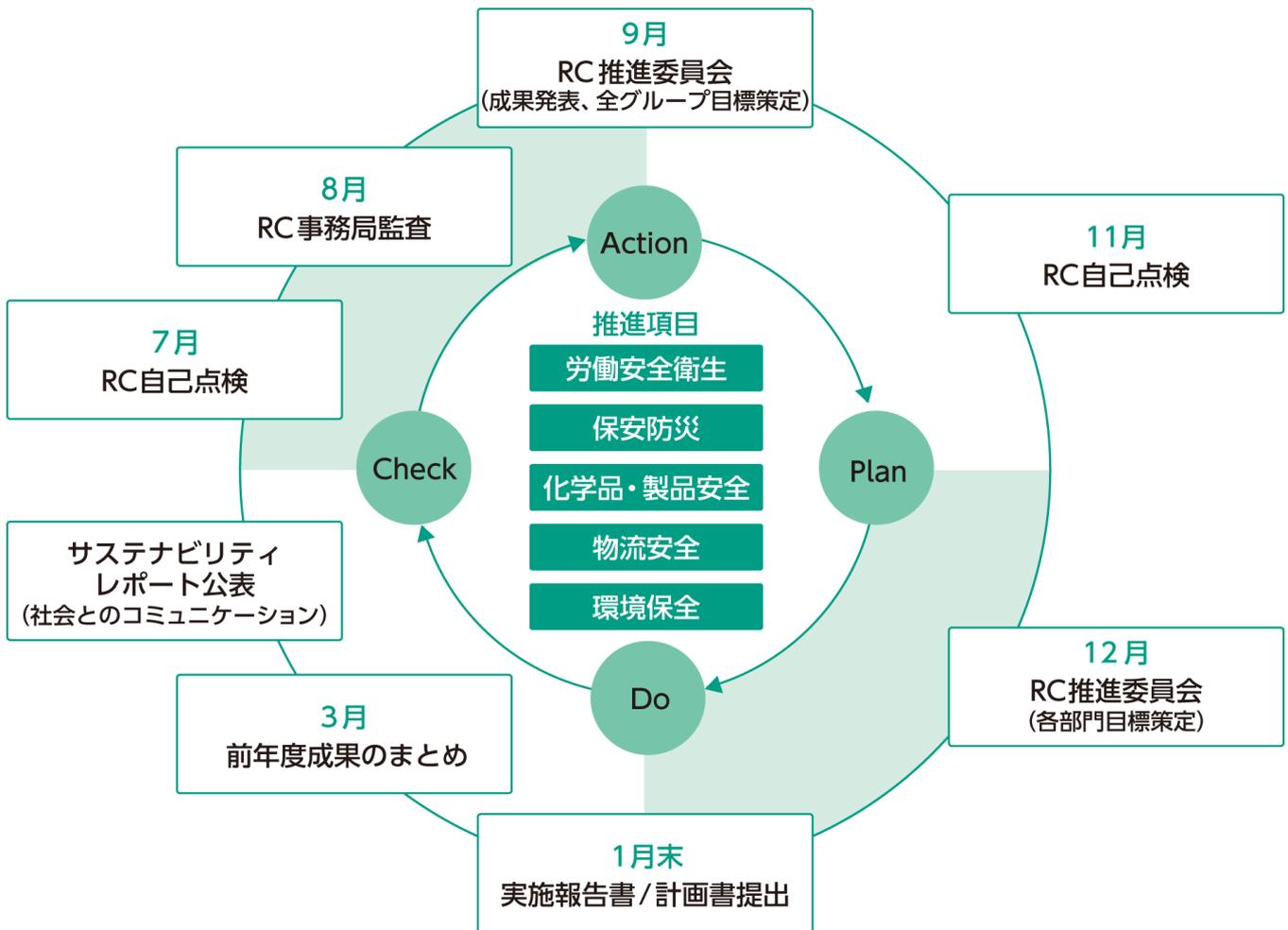
花王レスポンシブル・ケア方針

- 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うことで、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。

■RC 推進体制



■RC 活動の年間サイクル



グローバル

RC 活動の標準化

2013年9月のRC推進委員会では、2014年の国内目標に加えて、グローバル目標も掲げました。

2013年12月の委員会では、グローバル展開に対応した年間活動スケジュールとグローバルな新推進体制およびその運用について議論し、了解を得て2014年から順次対応していくことになりました。

花王では2011年から委員会で海外子会社も活動を報告しています。2013年9月は花王スペシャルティーズアメリカズ、12月は花王インダストリアル(タイランド)が報告しました。

また2012年から、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RCのグローバル展開をスタートし、2013年は花王RC方針の項目に則した規程類の見直しと新しいチェックリストの作成など、新監査に向けた準備を進めてきました。さらに、幹部からRC推進を書簡で各国に依頼し、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のためロジスティクスやオフィス部門にも説明しました。

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。



花王スペシャルティーズアメリカズのRC活動報告(2013年9月)



花王インダストリアル(タイランド)のRC活動報告(2013年12月)

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。

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、7 月に各推進部門が活動ユニットに対して RC 自己点検を、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、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。2013 年は、カネボウ化粧品の監査が遅れて 12 月に実施しました。その結果、数値目標の未達成がいくつか見られました。また、カネボウ化粧品で RC 推進に関する規程の不備では是正が1つありました。これらは是正や観察事項として各推進部門で対応していますが、一部は 2014 年の計画に盛り込まれています。

■RC 事務局監査実績(2013 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	65	66	137
継続観察が必要な項目	2	3	3	12	16
評価平均点(5点満点)	4.83	4.80	4.92	4.82	4.74

※ 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。

2013 年に RC 推進事務局が社員を対象に実施した教育は 24 回、のべ 356 人が参加しました。

■RC 教育実績(2013 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)	9	2	3	5	5	24
参加人数(人)	113	28	16	163	36	356

※ 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

環境

実績と目標



「CO₂」「水」「化学物質」「生物多様性」と「その他環境負荷」に関する目標を掲げ、活動を推進しています。

環境に配慮した容器包装



リデュース、リニューアブル、リユース、リサイクルの4Rの視点から“いっしょにeco”活動の一つとして、環境に配慮した容器包装の取り組みを推進しています。

CO₂



製品のライフサイクル全体にわたるCO₂排出量削減を、そのステージごとに取り組んでいます。

水



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。

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。

生物多様性への対応



花王は、事業が生物多様性の恵みによって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。

その他の環境負荷



花王は、廃棄物をはじめとするさまざまな環境負荷についても、その影響を少なくするよう努めています。

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。

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、環境負荷を低減する技術を追求しています。

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。

実績と目標

「CO₂」「水」「化学物質」「生物多様性」と「その他環境負荷」に関する目標を掲げ、活動を推進しています。

目 標 グローバル 2013 年の実績と今後の目標

2013 年の目標(国内花王グループ)は、全項目達成しました。

1) 生産等事業活動関連

国内花王グループ

項目	指標	対象	2013 年目標	2013 年実績	2014 年目標	2020 年目標
温室効果ガス排出量※ ¹	排出量 (1990 年比)	全事業場 + 製品輸送	20%削減	22%削減	21%削減	25%削減
廃棄物	売上高原単位 (2005 年比)	全事業場	33%削減	36%削減	34%削減	38%削減
	最終埋立処分率※ ²		0.1%以下	0.1%	0.1%以下	0.1%以下
CSR 調達	グリーン調達比率※ ³	全取引先 工場	98%	99%	98%	100%※ ⁴

花王グループ

項目	指標	対象	2013 年実績	2014 年目標	
エネルギー／ CO ₂	エネルギー使用量	売上高原単位 (2005 年比)	全事業場	28%削減	29%削減
	CO ₂ 排出量			27%削減	28%削減
水	水使用量			33%削減	35%削減
廃棄物	廃棄物等発生量			28%削減	30%削減

2) 製品関連

国内花王グループ※⁵

項目	指標	対象	2013 年実績	2020 年目標
CO ₂	CO ₂ 排出量	製品ライフサイクル全体	17%削減	35%削減
水	水使用量			

※¹ 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 廃棄物等発生量に対する最終埋立処分量の割合

※³ 対象取引工場のうち、環境マネジメントシステムを運用している工場の比率

※⁴ グリーン調達の基準に、地球温暖化防止、生物多様性保全、保安防災の視点を追加し、その新たな基準が 100%達成されること

※⁵ 日本国内消費者向け製品が対象

環境に配慮した容器包装 【EC2, EN1, EN27】

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“いっしょにeco”活動の一つとして、環境に配慮した容器包装の取り組みを推進しています。

国内花王グループ

容器包装の取り組み

容器包装は、運搬時における中身の保護や品質の保持、使用時のさまざまな情報提供など、中身を使い切るまでは、製品の一部としての重要な役割・機能を担っています。花王では、より環境負荷の少ない容器包装をめざし、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お使いいただけるよう、つめかえ・つけかえ用製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。

国内花王グループ

容器包装材料の削減

容器包装の材料削減は環境負荷低減と同時にコスト削減にもつながります。2013年の事例では、衣料用濃縮液体洗剤「アタックNeo」本体容器の薄肉化により1本当たりの樹脂量を約29%削減しました。こうした環境負荷低減につながった容器包装材料のコスト削減事例は2013年全体で43件あり、CO₂削減量、コスト削減額はそれぞれ年間で約2,800トン、約3.5億円となっています。

2013年の容器包装材料使用量は、プラスチック、紙、段ボールについては、2012年とほぼ変わらない数値となっています。その他については、約2,400トンの増加となりました。これは、ヘルシアコーヒーの販売開始に伴い、金属缶の使用量が増えたためです。

■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	2013年
プラスチック	55,000	56,500	53,600	53,100	54,300	54,600
紙	21,600	21,300	19,300	17,900	17,400	16,000
段ボール	71,700	70,600	70,500	69,300	69,700	69,600
その他	2,700	2,300	2,000	2,000	1,900	4,300
合計	151,000	150,700	145,400	142,300	143,300	144,500

※ 集計範囲:花王(株)

TOPICS

軽量容器の採用

●アタック Neo

2013年8月、アタック Neo の本体容器を軽量化しました。容器は、薄肉化による強度低下を補強するリブを配置し、1本当たりの樹脂量とライフサイクルで生じるCO₂の排出量を約29%削減しました。また、ビジブルラインを追加することで中身の量が見やすくなりました。



ビジブルライン
中身の量が
確認できる

強度を保つリブ

●ビオレ メイク落としふくだけコットン うるおいリッチ

2013年8月、「ビオレふくだけコットン」から『ビオレ メイク落としふくだけコットン うるおいリッチ』を新発売しました。

容器には、気密性を3倍にアップした新設計の軽量容器を採用しました。新容器は、内面に耐油性樹脂を使った多層構造で、広口でシートが取り出しやすくなっています。容器1個当たりの樹脂量を約54%、ライフサイクルで生じるCO₂の排出量を約42%削減しました。



広口でシートが
取り出しやすい

国内花王グループ

つめかえ・つけかえ製品の推進

花王が最初のつめかえ用製品を発売したのは1991年のことですが、その品数は年々増え、2013年12月時点で201品目にのぼっています。私たちは、消費者がつめかえやすいように、ボトルの大きさや内容物の粘度などに合わせた、さまざまな改良を加えています。

つめかえ用製品の比率は1997年から急速に増え、現在ではほぼ80%強で推移しています(本数ベース)。たとえばハミング(濃縮タイプ)のつめかえ用の比率は97%です。2013年に販売されたつめかえ・つけかえ用製品が、すべて本体容器(プラスチック容器に入った製品)だった場合と比べると、7万トン強のプラスチック使用量を削減したことになります。

また、2013年4月に粉末衣料用洗剤において、袋ごと箱につめかえるタイプも開発しました。

TOPICS

環境に配慮した化粧水をつめかえ容器が、日本包装技術協会「第 37 回木下賞 包装技術賞」を受賞

環境に配慮し、化粧水をこぼさずに安心して使える「化粧水をつめかえ容器」の開発により、公益社団法人日本包装技術協会の「第 37 回木下賞 包装技術賞」を受賞しました。環境配慮の視点から、日用品においてつめかえ用製品は一般的ですが、高価な化粧品におけるつめかえ用製品の普及はやや遅れていました。簡単に短時間でつめかえられることに加え、化粧品は日用品に比べ高価なため、「こぼさずにつめかえられること」「化粧品らしいデザイン」が強く求められていました。

独自で開発した“斜めノズルのプルリング・キャップ”の化粧水つめかえ容器によって、本品と比較して約 52%も樹脂量を削減できる環境対応や、若い方からご年配の方まで、こぼすことなく簡単につめかえることができるユニバーサルデザインの設計が高く評価されました。「ソフィーナ ポーテ」「グレイスソフィーナ」「オリエナ」の化粧水で採用しており、約 7 割がつめかえ用を購入されるところまで普及してきました。

斜めノズルのプルリング・キャップ

こぼさず簡単につめかえられる



国内花王グループ

再生可能原料への転換

プラスチック使用量を削減するだけでなく、バイオマス素材の使用も推進しています。2012 年 2 月に発売された「メリットシャンプー」「メリットリンス」「メリット リンスのいないシャンプー」のつめかえ用パックには、植物由来ポリエチレンを 10%使用しました。サトウキビから作られた植物由来ポリエチレンのため、カーボンニュートラルにより焼却時に発生する CO₂ をゼロとみなすことができます。フィルムの薄肉化と合わせ、ライフサイクルで生じる CO₂ の排出量を約 12%削減しました。「メリット」に続いて、「エッセンシャル」「アジエンス」「セグレタ」「メンズビオレ」にも展開を進めました。また、ヘルシア緑茶 350ml のラベルにポリ乳酸を 50%以上含んだシュリンクフィルムを採用しました。これにより CO₂ の排出量を約 38%削減しました。

今後、こうしたバイオマス素材の利用を拡大していきます。

CO₂ 【EC2, EN3, EN5, EN6, EN7, EN15, EN16, EN18, EN19, EN30】

製品のライフサイクル全体にわたる CO₂ 排出量削減を、そのステージごと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、原材料使用量やエネルギー使用量とも密接な関係にある CO₂ 排出量を削減するための活動を、製品のライフサイクルの全ステージで推進しています。

グローバル

原材料購入段階における取り組み

原材料購入段階の環境負荷を低減するために、花王では製品のコンパクト化による購入原材料そのものを削減する取り組みが重要であると考え、各国でさまざまなコンパクト化商品を提案しています。また、天然原料の積極的採用や、容器包装の 4R なども推進しています。

[>P104「サプライヤーとの連携／持続可能な原材料の調達」](#)

[>P55「環境に配慮した容器包装」](#)

グローバル

製造段階における取り組み

エネルギーの効率を向上する活動として、草の根の省エネ活動とともに、BAT (Best Available Technology) の導入を積極的に進めています。

2013 年の取り組みとしては、和歌山工場において、他工場でも積極的に展開してきているヒートポンプを使った温水製造法を導入することで蒸気量の低減を図りました。また、酒田工場では、余剰蒸気を活用した吸収式冷凍機を導入することで電力量の低減を図りました。

こうしたコスト削減にもつながった省エネ活動事例は 2013 年全体で 161 件あり、CO₂ 削減量、コスト削減額はそれぞれ年間で約 3,700 トン、約 1.4 億円となっています。

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、天然ガス(都市ガス)利用を積極的に推進しています。花王 USA(アメリカ)では、2012 年に石炭ボイラーから天然ガスボイラーへの転換を実施し、CO₂ 排出量が大幅に削減しました。また、2013 年から稼働した花王インドネシア化学の新工場においては、天然ガスインフラが未整備ですが、圧縮天然ガス(CNG)をポンペで購入し利用しています。

グローバル

オフィスにおける取り組み

国内花王グループは、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 年から実施しているクールビズ、ウォームビズ活動をベースとし、オフィスの統廃合、セールスカーのハイブリッド車への変更など、さまざまな施策を推進しています。

海外においても、昼食時の消灯をはじめ、照明の自動調整や LED 化など、日本における活動の横展開を推進しています。

グローバル

輸送段階における取り組み

輸送段階での環境負荷を低減するために、花王では生産工場の適正化、モーダルシフト、輸送の効率化と燃費の向上などの取り組みを進めています。

日本においては、生産体制と配荷エリアの適正化により輸送距離の短縮などの取り組みにより輸送によるエネルギー削減を進めています。

また、2013 年秋、環境配慮型配送センターである厚木ロジスティックセンターが稼働しました。太陽光パネル、LED 照明、断熱建材の導入などにより“CASBEE かながわ”の A ランク評価を取得しました。

ヨーロッパでは、2013 年、ヘアケアブランド「ジョン フリーダ」のパッケージ仕様の見直しを開始しました。これは、工場からの製品輸送の効率化、小売店での製品補充のしやすさ等を考慮したものであり、年間で使用する段ボールなどの紙の量を約 3 分の 2 に削減できました。

グローバル

使用段階における取り組み

花王製品の CO₂ 排出量の 50% 以上を使用段階からの排出が占めています(日本国内の消費者向け製品)。そこで花王は、使用段階の環境負荷を低減できる製品の開発に努めています。

2013 年には、洗浄時間たった 5 分で驚きの白さに洗い上がる衣料用洗剤「ウルトラアタック Neo」を上市しました。洗浄時間の短縮とすすぎ 1 回により、電力使用量と水使用量が削減でき、使用時の CO₂ 削減に貢献する製品です。

またケミカル分野では、複写機やコピー機に使用される「低温定着トナー」や、鉄鋼の圧延時に付着する油をより低い温度のお湯で落とせる洗浄剤とリンスなどの商品があります。

グローバル

廃棄段階における取り組み

花王では、使用后製品の環境負荷を下げる取り組みも実施しています。容器包装を削減するために、製品のコンパクト化・つめかえ製品の積極的な提案や、植物由来樹脂をつめかえ用パックや飲料ボトルのラベルへ使用、プラスチック使用量の少ない包装の積極的な採用等を推進しています。

また、廃棄される製品の重量を少なくするために、たとえば紙おむつでは軽量化・薄型化を継続的に行なっています。

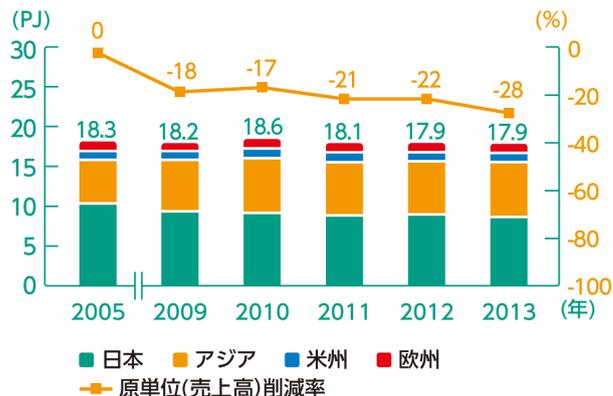
[>P55「環境に配慮した容器包装」](#)

グローバル

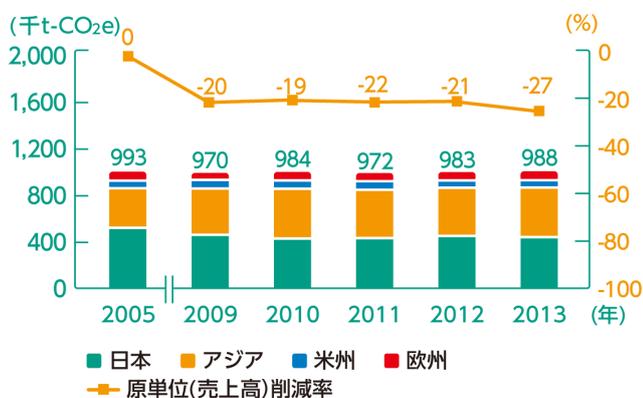
温室効果ガスの排出状況

エネルギー使用量・温室効果ガス排出量の算定に当たり、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。

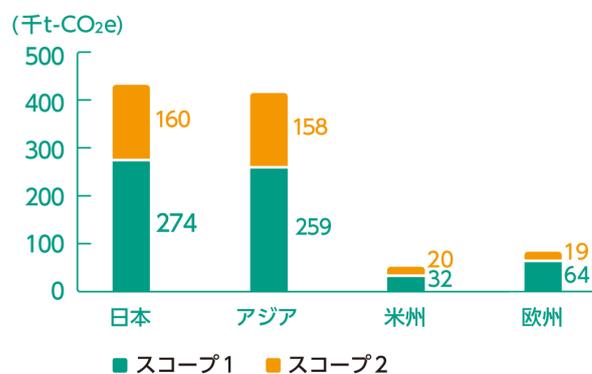
■エネルギー使用量の推移★



■温室効果ガス排出量の推移★



■スコープ別・地域別温室効果ガス排出量★



※ 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

※ 保証対象はエネルギー使用量と温室効果ガス排出量

※ 2005年の温室効果ガス排出量は見直しの結果、修正しました。

水

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

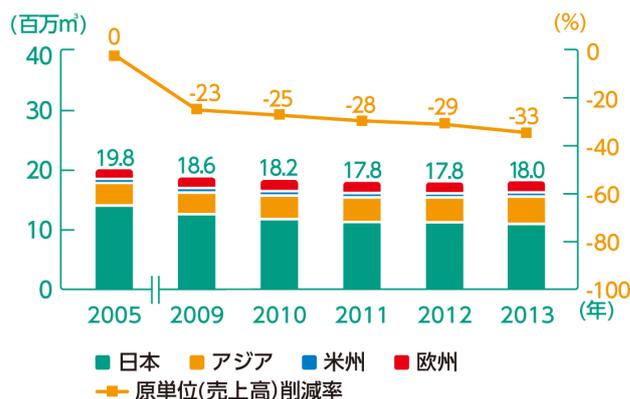
工場・事務所における取り組み

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

こうした活動にもかかわらず花王グループ全体での水使用量は、前年に比べ 231 千 m³ 増加しました。これは天然アルコールを製造するフィリピンのピリピナス花王にて製造能力をアップしたこと、花王インドネシア化学にて新工場が稼働開始したことが主要因です。売上高原単位削減率は、前年より 4 ポイント改善しました。

また、国内花王グループの水使用量は、276 千 m³ の削減となりました。日本で培った技術を、グループ全体に横展開し、水使用量削減活動を引き続き実施していきます。

■水使用量の推移★



※ 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
 ※ 保証対象は水使用量

グローバル

使用段階における取り組み

節水型製品としては、花王の独自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洗剤を日本やオーストラリアで販売しています。同じ技術を用いた衣料用洗剤を、中国でも販売しています。

また、浴室でのシャワー水量が約 20%削減可能となる、泡切れがよい洗浄成分を採用した「メリットシャンプー」を日本で販売しています。

これらの商品の性能を使用段階で十分に発揮させることができるよう、行政や流通が実施する節水キャンペーンへの参加や、より少ない水でシャンプーできる「エコシャンプー術」の啓発を行なっています。

グローバル

製品使用後の排水が環境に与える影響について

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方針とし、製品使用後の水環境に配慮した製品づくりに取り組んでいます。

たとえば、汚水処理場の活性汚泥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、使用後の製品が自然環境に与える実態の把握にも目を向け、環境モニタリングなどの独自のフィールド調査や、化学物質の環境中の存在状態を予測するモデルの活用を進めています。これらの活動は海外の事業展開国においても実施しており、現地の大学などと共同研究に取り組むなど、各地域の環境に配慮した事業活動をめざしています。

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4種の界面活性剤濃度を測定し、生態系に及ぼす環境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。

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。

方針

花王は、「SAICM 推進の基本方針」に従って、SAICM※に沿った化学物質管理を強化・推進しています。本方針は、花王グループの化学物質に関する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となっています。

※ 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)

詳細は「SAICM 推進の基本方針」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03_05.html

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および研究開発部門、生産技術部門、品質保証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じて、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じて発信し、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」を開催してから 2014 年 4 月までに、計 6 回の SAICM 推進委員会を開催しました。2014 年 4 月 9 日に開催された第 6 回 SAICM 推進委員会では科学ライターであり FOOCOM 代表の松永和紀氏をお招きして、『リスク情報、どのように発信し、消費者とのコミュニケーションを取るか』の演題で講演していただきました。2013 年の目標としては、①優先リスク評価物質の選定と 2020 年までの中期リスク評価計画策定、②化学物質のライフサイクル(特に生産現場)でのリスク管理手法検討・確立、③SAICM 推進ポリシーの体系化と公開、を掲げてきました。

2013年度における全社をあげてのSAICM推進活動の結果、①に関しては、優先的にリスク評価を進める化学物質を決定し、2020年までの中期リスク評価計画を策定しました。この優先評価物質は、花王グループの製造数量、人や環境への暴露量、花王の企業活動における重要性などを考慮して、主要な界面活性剤、スペシャルティ基剤、工業用薬剤などの中からリスク評価を優先的に進める物質を選定しました。また、②に関しては、労働安全衛生法でのコントロールバンディング法^{※1}による作業場での定性的なリスク評価と、欧州REACHでのリスク評価に採用されているECETOC TRA^{※2}といったより詳細なリスク評価手法を組み合わせ、作業場でのリスク評価を進めることとしました。③の化学物質リスクコミュニケーションに関しては、全社的な化学物質管理方針として「SAICM推進の基本方針」を定め、2013年5月27日に花王ウェブサイト日本語版／英語版を公開し、全世界に発信しました。

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引き続き重要な役割を果たしています。

※1 コントロールバンディング法

化学物質の健康有害性についてのリスクアセスメント手法の一つ。国際労働機関(ILO)が、開発途上国の中小企業を対象に、有害性のある化学物質から労働者の健康を保護するために、簡単で実用的なリスクアセスメント手法を取り入れて開発した化学物質の管理手法。化学物質を取り扱う作業ごとに、化学物質の有害性、物理的形態(揮発性/飛散性)、取扱量の3つの要素によって、リスクの程度を4段階にランク区分し、管理のための一般的実施事項を各々の区分ごとに示すほか、一般的に行なわれる作業については、より具体的な実施事項を示すことができるツールとなっている。

※2 ECETOC TRA(European Centre for Ecotoxicology and Toxicology of Chemicals Targeted Risk Assessment)

EUの化学物質登録制度であるREACHでも用いられている、グローバルで認められたリスク評価ツール。リスク判定とともにリスク管理の方向性も得られる。



第6回SAICM推進委員会主催講演会の様子

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。

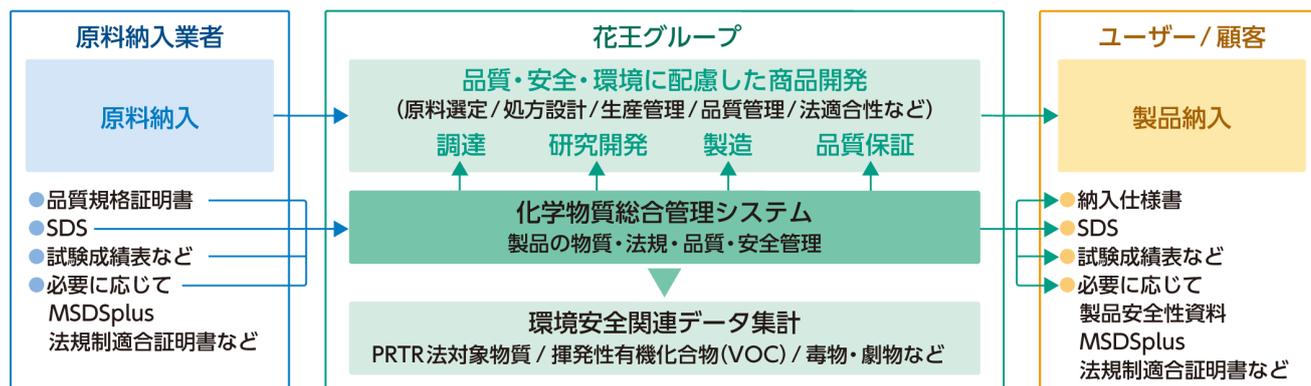
花王は、2001年から個々の製品や原料・成分に、グループ共通コード(Master Index)をつけてデータベース化した自社開発の「化学物質総合管理システム」を運用しています。

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。

2011年に「化学物質総合管理システム」に追加した製造・輸入物質数量と社内外の用途情報を一括管理するシステム(花王物質集計システム)を用いて、2012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、2013年6月に化審法を管轄する規制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、用途也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。また、SAICMに沿った化学物質の適正管理、研究と生産との連携やコンプライアンス強化等につながるシステム開発を積極的に進めていきます。

■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 トン以上を製造・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、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、すでに 2014 年に優先的に登録する物質を選定してその登録作業を開始しています。最終的な登録期限である 2018 年 5 月末までに必要な物質の登録をすべて遅滞なく完了させるために、毎年計画的に本登録作業を進めていく予定です。

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じて 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。2013 年も引き続き、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の機密情報に配慮した OR²IS^{※2} システムを用いた効率的な情報伝達の実施に取り組み、その普及に努めました。

※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仕組み (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。2013 年度は、GHS 実施国 (日本、台湾、韓国、中国、EU、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行なうとともに、新たにタイ、インドネシア対応の SDS 発行およびラベル貼付 (単一物質) 対応を完了させました。また、ベトナム、マレーシア対応については 2014 年の SDS 発行、ラベル貼付実施に向けたシステム対応等の準備を推進しました。

2. 含有化学物質情報の提供と入手

ケミカル製品中の含有化学物質情報の提供について花王は、JAMP の設立メンバーとして、共通書式の「MSDSplus^{※2}」による情報提供を積極的に進めています。

2013 年度は、1 月(物質リスト Ver.3.020)と 7 月(物質リスト Ver.4.000)に改訂版を発行し、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ないました。また、2013 年はアジア関連会社の製品についても MSDSplus(英語版)の作成を行ない、各関連会社のウェブサイトで公開しました。

年々増加する MSDSplus 情報の効率的な伝達を促進するため、JAMP-IT^{※3}による取引先への MSDSplus の提供を進めるとともに、販売代理店の JAMP-IT の利用・導入支援を行ない、一部の販売代理店は JAMP-IT による情報提供を開始しました。さらに 2013 年は購入原料について、サプライヤーからの MSDSplus の入手を促進し、JAMP-IT による入手体制も整えました。

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。

従来から花王は、化学物質コミュニケーション活動として SDS や MSDSplus の公開を積極的に進めており、近年では欧州対応の eSDS^{※5}の公開や危険有害性情報、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}を花王ケミカル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ています。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」の活動は、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ています。

2013 年度は、アジア関連会社製品についても MSDSplus を公開するとともに、GPS 安全性要約書については、新たにアルキル基の分布のある油脂アルコール 9 物質の英語版と日本語版を公開しました。今後も対象製品の拡大や海外子会社での公開を進め、積極的に顧客・社会とのリスクコミュニケーションをグローバルに推進していきます。

※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、毎年物質が追加されています。2013 年に追加された優先評価化学物質についても、花王は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 年の労働安全衛生法と化学物質排出把握管理促進法(PRTR 法)の改正や JIS の改訂に対応するため、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。2013 年 1 月から SDS の改訂を開始し、ラベルについても準備の整った事業場から順次改訂を開始しました。

国内花王グループ

PRTR 法対象化学物質の排出を把握・管理

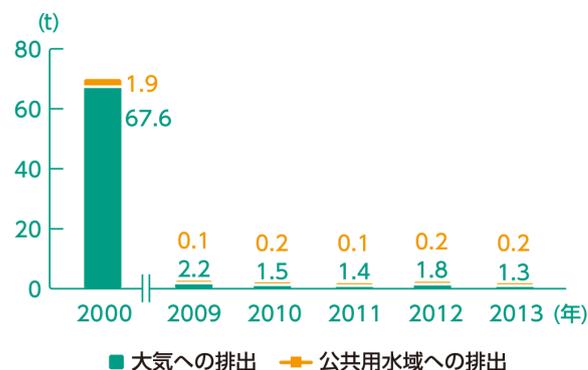
花王が 2013 年に取り扱った PRTR 法対象化学物質は 75 種であり、大気および公共用水域への総排出量は 1.5 トンでした。

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



国内花王グループ

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、自主的に 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 2013 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 6.9 トン★でした。

国内花王グループ

PCB を適正に保管・処理

絶縁油にポリ塩化ビフェニル(PCB)を含んだ使用済電気工作機(変圧器、安定器等)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で、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。

2013 年は、129 台の機器を PCB 廃棄物として日本環境安全事業株式会社(JESCO)で適正に処分しました。

生物多様性への対応 【EN12】

花王は、事業が生物多様性によるさまざまな恵みによって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で生物多様性の保全を推進します。

方針 / 体制

2011年に公表した「生物多様性保全の基本方針」に基づき、生物多様性に配慮した事業活動や社会活動に取り組んでいます。

生物多様性への影響を減らすモノづくりをより一層推進するため、主要製品の環境影響評価を進めています。原材料については「原材料調達ガイドライン」を策定し、特に主要原材料であるパーム油・紙についての調達方針や目標を明確にしました。

また、地域の生物多様性に配慮した活動を主要事業場で展開していきます。これらの活動を確実に遂行するため、基本方針の各項目に対応した社内目標を掲げています。

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、社外の関係者と連携を図ります。

グローバル

「原材料調達ガイドライン」の策定および持続可能なパーム油の全量調達に向けての取り組み

花王は、資源制約の問題や生物多様性を含むさまざまな環境問題、人権課題などを踏まえ、持続可能な原材料の調達に取り組むことをめざして、「原材料調達ガイドライン」を策定しました。特に、花王が扱っている基本原料の一つであるパーム油について、“2020年までに、花王グループの消費者向け製品に使用するパーム油は、認証され、持続可能性に配慮した原産地追跡可能なもののみを購入することをめざす”ことを新たな目標として掲げました。

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のために「持続可能なパーム油の円卓会議:RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)」に2007年に加盟しました。2010年9月より、認証方式の一つであるBook and Claim方式^{※1}での認証パーム油の購入を開始し、2011/12年度には国内において認証パーム油比率100%相当のクレジットを購入しました。現在はMass Balance方式^{※2}による「原産地追跡可能な認証パーム油」の購入へ切り替えを進めています。また、パーム核油についても2013/14年度には国内で調達するパーム核油の認証油比率100%を達成する見込みです。

■花王グループの認証油購入実績



※パーム油、パーム核油、およびその誘導体の合計
 ※RSPOへの報告実績(7月~6月で集計)

RSPO SCCS 認証^{※3}の審査は、2012年3月の鹿島工場に続いて2013年3月に和歌山工場が合格し、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。今後、海外を含めた花王グループでの認定工場を増やしていくとともに、貴重な熱帯雨林や泥炭地の破壊を伴わない、原産地追跡可能な森林破壊ゼロのパーム油調達にさらに積極的に取り組んでまいります。

詳細は「原材料調達ガイドライン」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_05.html

※1 Book and Claim 方式

RSPO 認証のパーム油のクレジットを取り引きするシステムです。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 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。

※3 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

花王は、「企業と生物多様性イニシアティブ[※](Japan Business Initiative for Biodiversity: JBIB)」に、2008年の発足当初から参加しています。現在、JBIBの複数のワーキンググループに参加し、さまざまな業種の企業と一緒に、企業が生物多様性保全活動に取り組む上で有効なツールやガイドライン作成等の研究活動に取り組んでいます。

※ 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、公益財団法人都市緑化機構と花王が推進する緑化プログラムで、身近な緑を守り育てる活動を行なうNPOや市民団体を支援しています。「森づくり活動分野」と「環境教育分野」の2つの柱で助成を行っており、いずれも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3年間の継続助成にしています。これまでに374団体の活動を支援しています。

2013年度は、8月～10月に募集を行ない、135団体(森づくり活動分野87団体/環境教育活動分野48団体)からの応募があり、2014年2月に新たに19団体の支援を決定しました。



支援先団体活動(御前山ダム環境センター)

支援先一覧

http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_00_16.html



支援先団体活動(関さんの森を育む会)

海外花王グループ

タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

2012年より、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」を行なっています。2年目となる2013年は、新たに7haの土地に8,000本の植林を行なうとともに、子どもたちへの環境教育、地域の人々による専門家を招いての勉強会なども実施しました。また、植林地では、地域の人々による下草刈りや追肥などの管理作業が継続して行なわれています。



参加者たちで記念撮影

国内花王グループ

「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」への社員参加

認定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「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」に社員をボランティアとして派遣しています。これは、東日本大震災で被災した地域の生物多様性が復興の過程でどう回復していくかを10年間という長期的な視点で研究者が調査研究を進めるものです。石巻市を中心に被災した田んぼの生物調査へ5名の社員が参加し、研究者のサポートを行ないました。



東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト

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. 松林の保全と林内遊歩道の整備

和歌山工場は、工場敷地内から外部へと続く江戸時代初期から存在する松林(防潮林)を、生物多様性の視点を取り入れて保全しています。野鳥類、昆虫や樹木の生態調査を行なうとともに雑木を伐採し太陽光を林内に取り入れれたり、下草刈りなどを行ない、松林特有の環境を健全に維持しています。

現在、社員や周辺地域の皆さま、見学のお客さまが自然環境にふれあえる場として活用していくために、社員の手で松林内の遊歩道整備を進めています。遊歩道入口には、観察された野鳥や松林の歴史を紹介する看板が完成しました。また、樹木の少ない斜面には、社員の手で松の苗木を植える予定です。

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、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。2013年も、5月に128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。また、秋には国内・アジア各地から和歌山事業場に研修に来ていた花王グループ社員22名が植樹を行いました。



松林で観察された野鳥や松林の歴史を紹介する看板(和歌山県内の間伐材を使用)



企業の森活動の様子

その他の環境負荷 【EN21, EN22, EN23】

花王は、廃棄物をはじめとするさまざまな環境負荷についても、その影響を少なくするよう努めています。

グローバル

廃棄物削減の取り組みを推進

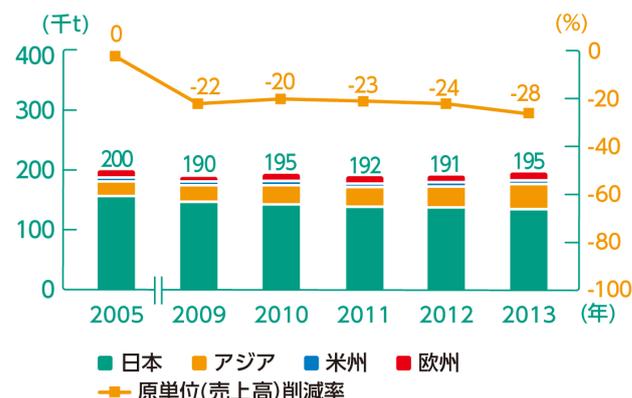
花王は、循環型社会の形成に向けて、3R の取り組みとして、特に廃棄物等の発生量の削減 (Reduce)、再利用の推進 (Reuse) の強化を進めています。

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、国内花王グループでは2005年比36%削減(目標:売上高原単位33%削減)と目標をクリアすることができました。

しかし、花王グループ全体では、フィリピンのピリピナス花王をはじめとする生産工場の能力アップの影響で廃棄物等発生量は、前年より4千トン増加し、売上高原単位削減率は4ポイント改善しました。2014年は、廃棄物等発生量の削減活動の推進を強化していきます。

また日本では、最終処分場の残余年数がひっ迫していることから、発生した廃棄物等を、社内で循環的に再利用に努めた上で他企業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などの方法により、埋立処分となる廃棄物量の削減を積極的に行なっています。これらの活動の結果、最終埋立処分率は、目標の0.1%以下をクリアし、ゼロエミッションを達成しました。

■廃棄物等発生量の推移★



※ 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
 ※ 保証対象は廃棄物等発生量

グローバル

廃棄物・リサイクルガバナンスの強化

花王では、事業活動に伴い発生する廃棄物の処理業務に関し、不法投棄等のリスクを低減するための活動を推進しています。廃棄物等発生量やリサイクル量、最終処分量などの量の情報管理にとどまらず、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、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の確認を行なっています。2013年は123社に協力をいただき、138施設の現地確認を行ないました。

日本においては、「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」で、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。また、本システムは「電子マニフェストシステム」に接続しています。国が進める「電子マニフェスト」普及拡大に歩調を合わせ、花王としても利用拡大を引き続き図っていきます。

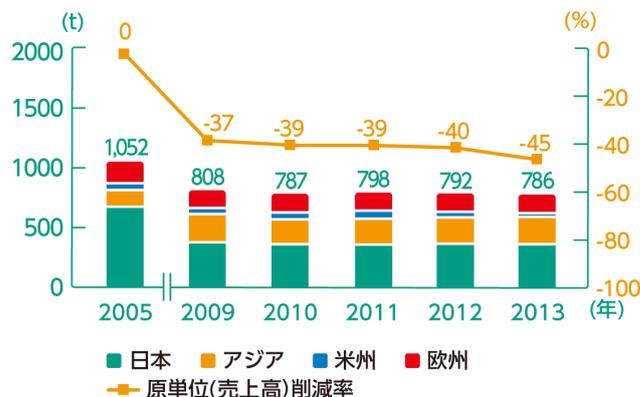
グローバル

大気汚染防止への取り組み

花王では大気汚染を防止するために、設備の維持管理に努めるとともに、低環境負荷化石燃料を積極的に採用しています。酸性雨の原因物質の一つである NOx の工場からの排出量は、前年より7トン減少し、売上高原単位削減率は5ポイント改善しました。

法令および周辺自治体との協定に基づき、排出ガス中の汚染状況を監視していますが、2013年には、花王インダストリアル(タイランド)にて2度基準値をオーバーし、当局に報告しました。両件とも、原因は設備の老朽化によるもので、応急的措置を完了しています。さらに、設備更新・増強の検討を進めています。

■NOx 排出量の推移★



※ 集計対象は花王グループの全生産事業場
 ※ 保証対象は NOx 排出量

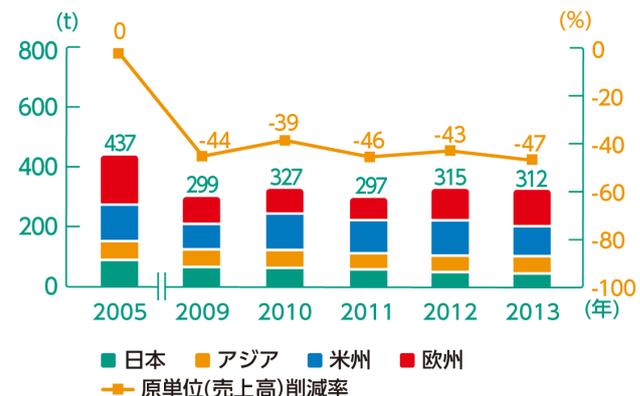
グローバル

水質汚濁防止への取り組み

花王では水質汚染を防止するために、設備の維持管理に努めています。工場からの COD 汚濁負荷量は、前年より2トン減少し、売上高原単位削減率は4ポイント改善しました。

法令および周辺自治体との協定に基づき、排水中の汚染状況を監視していますが、2013年には、花王スペシャルティーズアメリカにて1度基準値をオーバーし、当局に報告しました。原因は排水処理施設の処理能力を超えた廃水が流入してしまったためでした。現在、当局の指導の下、当該廃水が直接排水処理施設に流入しない運用に変更しています。

■COD 汚濁負荷量の推移★



※ 集計対象は花王グループの全生産事業場
 ※ 下水道への排水に対する COD 汚濁負荷量は下水道除去率を加味しています。
 ※ 保証対象は COD 汚濁負荷量

国内花王グループ

地下水・土壌汚染の調査

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。2013年、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未満であることを確認しました。

また、すみだ事業場と川崎工場では、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未満であることを確認しました。

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

花王グループは、「花王サステナビリティステートメント」に定めたエコロジー分野の取り組みのひとつとして、ステークホルダーと連携した環境活動を行なっていくことを明記しました。これは、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を継続的に行なうことが大切と考えています。“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。

2013 年は、国内の花王グループ 7 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。

海外では、欧州花王化学、花王(中国)、花王スペシャルティーズアメリカズが独自に CSR レポートやサステナビリティレポートを発行しています。

花王スペシャルティーズアメリカズ サステナビリティレポート

http://chemical.kao.com/us/pdf/KSA's_Sustainability_Report_2011-2012.pdf



花王スペシャルティーズアメリカズ
サステナビリティレポート

国内花王グループ

花王エコラボミュージアム 来館者 3万人を達成

「花王エコラボミュージアム」は、地球環境の現状を伝えるとともに、花王の環境に配慮したモノづくりをお伝えするため2011年7月4日オープンし、2013年7月には来館者3万人を達成しました。2013年の1年間だけで海外からのお客さまを含め約14,000人の方にご来館いただきました。その内訳は、企業・行政関係者が約2,400人、児童を含む学校関係者が約4,900人、一般のお客さまが約3,800人と幅広い年齢層の方々です。

特に2013年には、小学生の社会科単元に連動したプログラムを新たに導入し、地域の小学生を中心に約3,500人の方に工場とエコラボミュージアムを見学していただきました。

さらに2013年11月11日、第3回「花王“いっしょにeco”」フォーラムを「サステナブルなライフスタイルを考える」というテーマで開催しました。これまでよりも広い分野の専門家の方々をお招きし、サステナブルな未来の実現に向けた幅広い専門家との情報交換を行なうとともに、ミュージアム・工場も見学いただきました。第4回のフォーラムは2014年11月4日を予定しています。



熱心に説明を聞く来館者の皆さん

国内花王グループ

「エコプロダクツ 2013」に出展

2013年12月12日(木)～14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 2013」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1万人を超えるお客さまにご来場いただきました。

今回は、「未来に向けた花王のモノづくり ～ずっといっしょにeco～」をテーマとして、花王のサステナビリティに対する考え方をご紹介するとともに、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「暮らしの中でいっしょにできるeco」や「原材料調達」の考え方、「容器包装」での工夫、産業向け製品(ケミカル)での「エコテクノロジー」など、デモンstrーションも交えてご紹介しました。

花王のブース内に設けた参加型のステージでは、原材料調達に関する花王の考え方をご紹介する「花王のこだわり“eco”な原材料」、衣料用濃縮液体洗剤『ウルトラアタック Neo』の「汚れ落ちの科学教室」、つめかえ製品をご紹介する「おうちで簡単! つめかえeco教室」、エコケミカルテクノロジーの実験を行なう「水環境にやさしいセメントを作ろう～ビスコトップの秘密～」を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、花王が取り組んでいる持続可能な原材料調達や節水・節電・ゴミ削減のエコ視点からの花王製品の紹介、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した。産業界分野向け製品については、コピー機の消費電力を減らす「低温定着トナー」、再生可能原料を用いた「改質ポリ乳酸樹脂」や「鑄造砂型用バインダー」などについてご紹介しました。



来場者でにぎわう花王のブース

グローバル

「第4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4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7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49カ国・地域の小中学生から、昨年を上回る8,516点(国内1,703点、海外6,813点)の作品応募がありました。

「エコプロダクツ 2013」会場の花王ブースにて受賞作品の展示および上位8名の表彰式を行ないました。表彰式後のインタビューで、受賞した子どもたちは受賞の感想や作品を通じて伝えたいこと、絵を描くうえで工夫したところ、将来の夢などについて語ってくれました。

また、海外を含む各事業場や環境イベント会場、工場見学ルートなどで作品の展示を行ない、多くの方々に作品をご覧いただいています。

「第4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_06.html



受賞者の皆さん、審査委員長の益田先生(後列右)、社長の澤田(後列左)と記念撮影

TOPICS

【いっしょに eco 地球大賞】 Narathip Choemue さんが作品に込めた思い

ぼくにとって、自然は土と水から始まります。水が土にしみ込むと、草木は成長します。

果物や木の実などを実らせた木々は、動物たちを引きよせます。人間たちも新鮮な空気を吸えるようになります。周りの緑が増えて、地球温暖化を減速させることもできます。

木が育つと、人間たちは植林のために木から種子を取ります。これが持続するライフサイクルや、永遠の生態系へとつながります。

ぼくが言っているのは、ただの想像上の夢ではありません。本当のことなんです。ぼくの村で、自分の2本の手を使って「いっしょに eco」に貢献できることや、このエネルギーを世界中のみんなに送り続けていることを、ぼくは誇りに思います。



「ぼくの自然と緑の世界」

Narathip Choemue さん (8歳 タイ)の作品

海外花王グループ

自国内の「花王国際こども環境絵画コンテスト」入賞者を招き、表彰式を開催

応募を呼びかけている花王グループ各社では、絵画コンテストを通じた地域の子どもたちとの交流活動を行なっています。その中で、花王(台湾)と花王インドネシアでは第4回絵画コンテスト応募者の中から、自国内の入賞者を選出し、表彰式を行ないました。

花王(台湾)では、518作品の応募がありました。応募作品の中から優秀者22名を選出、ご家族とともに台北に招待し表彰式を行ないました。また、市内ギャラリーにて1週間入賞作品展を開催し、市民の方々にも楽しんでいただきました。

花王インドネシアでは、積極的な募集活動の成果として1,313点と大変多くの作品応募がありました。環境について考え絵で表現してくれた子どもたちに感謝の意を表するとともに、日常生活での実践をお願いするために、ジャカルタで表彰セレモニーを開催しました。当日は受賞を喜ぶ子どもたちとその晴れ姿を撮影するご家族で、終始和やかな雰囲気にも包まれていました。



台湾の受賞者の皆さん、花王(台湾)社長・副社長と一緒に笑顔で記念撮影



花王インドネシア社長・幹部と記念撮影をする晴れやかな表情の受賞者たち

国内花王グループ

「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」がダイアログを開催

花王(株)は、2011年から生活者のエコ意識調査、生活者とともにエコなライフスタイルを考える場の提供やエコ情報発信を目的に、味の素(株)、環境CSRコンサルティングの(株)イースクエアと「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」を設立し、さまざまな活動に取り組んでいます。

2012年は、エコプロダクツ2012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～」と題したフォーラムを開催し、食とくらし、エコに関心の高い女性を中心に約550名もの参加をいただきました。

2013年は、企業の工場や研究施設などを見学しながら、みんなで楽しくエコを考える集いを企画、9月6日には味の素の川崎工場で、10月30日には花王の和歌山工場内の「花王エコラボミュージアム」で「みんなで“いっしょにeco”を考えよう！」と題したダイアログを実施しました。和歌山開催では、大阪や



参加者の皆さんによる活発なディスカッション

兵庫、和歌山から14名の皆さまが参加、エコラボミュージアムで花王の環境活動を見学したあと“生活者の立場”から、エコについての行動や意識についてディスカッションを行ないました。“ふだんの生活の中でのエコの工夫”や“企業、仲間、家族といっしょにできるエコ”などをテーマに、活発な意見交換が行なわれました。

グローバル

第8回エコプロダクツ国際展 2013 に出展

2013年3月14日(木)～16日(土)の3日間、シンガポールのサンズ・エキスポ&コンベンションセンターで開催された国際環境展示会「第8回エコプロダクツ国際展 2013」に出展しました。期間中は多くのビジネス関係者のお客さまにご来場いただきました。

花王ブースでは、パネルとビデオにより花王グループおよび花王シンガポールの歴史やブランドのご紹介、また、液体アタックの「つめかえ製品」、マジックリンなどの「つけかえ製品」、超薄型生理用品ロリエによる吸収性能向上と「原材料削減」について、花王シンガポール製品をエコ視点からご紹介しました。

また、産業界向け製品(ケミカル)では、天然原料を利用して低エネルギープロセスで生産されるSLS(ラウリル硫酸ナトリウム)をご紹介しました。



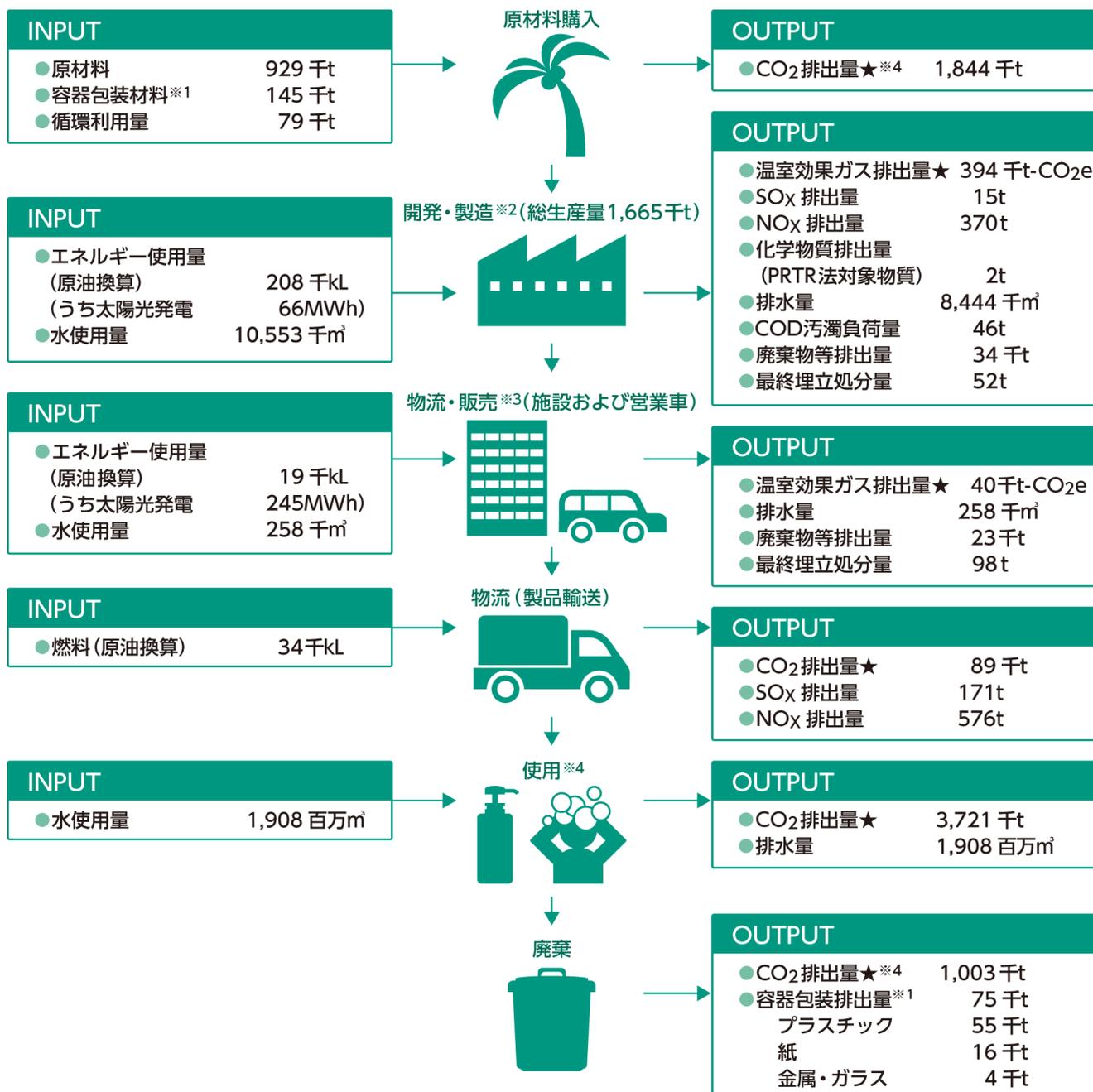
来場者でにぎわう花王のブース

製品ライフサイクルと環境負荷 【EN1, EN2, EN3, EN30】

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

2013年事業活動と環境負荷



集計範囲

- ※1 花王(株)が対象
- ※2 全生産事業場が対象
- ※3 全非生産事業場(研修所、寮等を含む)が対象
- ※4 国内消費者向け製品が対象

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
国内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)

環境会計 【EN31】

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

2013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国内子会社です。
3. 期間は2013年1月1日から2013年12月31日までです。

■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		2,442	4,169	
内訳	① 公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	522	1,710
	② 地球環境保全	省エネルギー	1,631	593
	③ 資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	289	1,866
(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	566	2,659	
(3) 管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	18	1,024	
(4) 研究開発コスト	環境対応研究開発	682	3,372	
(5) 社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	70	
(6) 環境損傷コスト		0	0	
合計		3,708	11,294	

※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)	2012年	2013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	228	-3
	水資源投入量(百万 m ³)	11.1	10.8	-0.3
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}	446	434	-12
	SO _x 排出量(t)	23	15	-8
	NO _x 排出量(t)	371	370	-1
	排水量(百万 m ³)	8.9	8.7	-0.2
	COD汚濁負荷量(t)	50	46	-4
	廃棄物等の排出量(千 t)	56	57	1
	廃棄物等の最終埋立処分量(千 t)	0.1	0.2	0.0
PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	2	1	-1	

※2 温室効果ガス排出量(CO₂換算)は、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル(Ver.3.4)平成25年5月環境省/経済産業省」に基づいて計算しています。

■環境保全対策に伴う経済効果^{※3}

(単位: 百万円)

効果の内容	金額	
収益	256	
費用節減 ^{※4}	有価物、固定資産の売却金額	208
	省エネルギーによる費用節減金額	1,280
	省資源による費用節減金額	199
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	199
合計	1,943	

※3 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。

※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	1,631	577
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	14	47
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	217	500
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	291	1,173
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	855	4,510
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	682	3,375
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	70
⑨その他コスト	ISO 取得・維持、環境広報、事業場内緑化	18	1,036
合計		3,708	11,294

■環境会計要約情報の直近3期間の推移表

	2011年	2012年	2013年
①環境保全コスト			
投資額(百万円)	5,326	3,627	3,708
費用額(百万円)	11,813	12,458	11,294
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)	231	231	228
水資源投入量(百万m ³)	11.1	11.1	10.8
温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算:千t-CO ₂ e)	425	446	434
SOx 排出量(t)	43	23	15
NOx 排出量(t)	362	371	370
排水量(百万m ³)	9.0	8.9	8.7
COD 汚濁負荷量(t)	58	50	46
廃棄物等の排出量(千t)	58	56	57
廃棄物等の最終埋立処分量(千t)	0.2	0.1	0.2
PRTR 法対象物質の大気への排出量(t)	1	2	1
③環境保全対策に伴う経済効果			
実質的効果(百万円)	2,442	1,988	1,943

お客さまとともに

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じて、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



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 【PR3】

電話、E-mail、対面でのコミュニケーションなどを通じて、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

花王の消費者相談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、その背景にある意識や習慣などの生活現場の状況、「生活者」としての思い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めざしています。

また、次世代を担う子どもたちからご高齢の方々まで、皆さまのお役にたてる幅広い生活情報をさまざまな形でご提供することを心がけています。各種セミナーの開催、行政機関主催のイベントへの参画など、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ふれあ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



2013年に電話やメールなどで寄せられた相談件数は、花王(株)およびニベア花王は約18万6千件(前年比106%)でした。ここ数年増加しており、高齢化社会を反映して、ご高齢の方からの相談が増えています。カネボウ化粧品品の相談件数は約4万8千件(前年比84%、美白化粧品自主回収関連を除く)でした。

国内花王グループ **ウェブサイトを活用した情報の発信**

お客さま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。約1,100アイテムの表示情報を順次公開し、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。

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。

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。

エアゾール製品が原因となる引火事故のほとんどが屋内でガス抜きをした時に起きているため、2013年は屋内でガス抜きをするとなぜ危険かという情報を発信しました。また、年齢の高い方からのご要望に応じて、花王のさまざまなウェブサイトから簡単に製品情報を探す方法も掲載しました。



お問い合わせトップページ
PC版
<http://www.kao.com/jp/soudan/>
モバイル版
<http://m.kao.com/jp/soudan/>



お問い合わせの例

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。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。

2013 年は口腔内の刺激に敏感なお客さまのために、液体ハミガキ・洗口液の清涼感のレベルやアルコール配合の有無を確かめることができる一覧表を掲載しました。

製品 Q&A

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



製品 Q&A トップページ



製品 Q&A の例

製品カタログ:

花王の家庭用製品のカタログサイトです。現在、約 1,100 アイテムを掲載しており、成分や使い方などのパッケージ表示情報を順次掲載しています。

製品 Q&A などのサイトとも連携しており、各製品のページから関連の Q&A が見られます。ヘアカラーやエアゾール製品を使用する時の注意情報や、製品を誤食した際など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、製品を安全にお使いいただけるよう配慮しています。

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、製品選びの参考にしていただいています。

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 カ月前にお知らせを掲載し、その製品のご愛用者への情報提供に努めています。

改良品には、性能、香り、容器、デザインなどの改良点をできるだけわかりやすく掲載しています。2013 年は、成分の変更により液色がわずかに変わった製品に対して、「購入した商品は古いのか？」等のお問い合わせが多く寄せられました。改良(変化)に対する愛用者の方の感度が高いことをあらためて実感し、よりきめ細かい配慮を持って情報発信するように努めています。また、愛用者の中には、同じ製品を使い続けたい方も多いため、安心してお使いいただけるように、改良点と同時に変更していない点も明記しています。

製品カタログ

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



製品カタログトップページ



製品カタログの例

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掲載し、お客さまに情報提供しています。製品カタログのアフターフォロー版です。

2013年は「ワンだふる清潔トイレ」や「ファミリーフレッシュ」、「ビオレ弱酸UVカット」などを掲載しました。

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トップページ



製造終了品のご案内の例

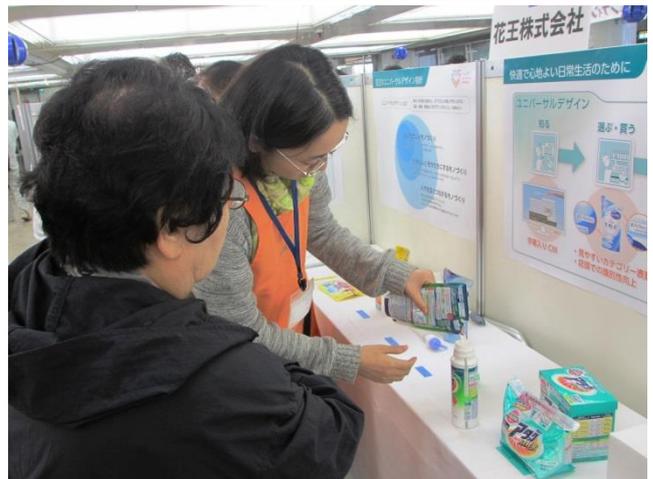
国内花王グループ

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。

2013 年も、行政機関主催の各種セミナーや消費者啓発のイベントに出展しています。また今年度は、視覚障がい者の会からの依頼にお応えして飲料をテーマにヘルスケア講座を実施しました。「聴覚」「嗅覚」「触覚」「味覚」を使うコミュニケーションで情報提供し、喜んでいただきました。

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 2013

グローバル

消費者相談活動をグローバルに推進

日本国内で培ってきた消費者相談のスキルを、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 社の消費者相談担当者が一堂に会する会議を年 1 回実施、TV 会議なども行ない消費者相談のスキル向上と相談情報の共有を図り、スピーディで的確な相談につなげています。

2009 年には、各国の消費者相談の支援強化を図るため、日本のエコーシステムの機能をシンプルにした新システム(グローバルエコー)の導入を推進しており、消費者相談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。

商品もグローバルにさまざまなチャンネルで販売展開が進められているため、グローバルエコーによる相談情報の共有は、海外グループ会社の消費者相談力向上に役立っています。

ユニバーサルデザインの取り組み

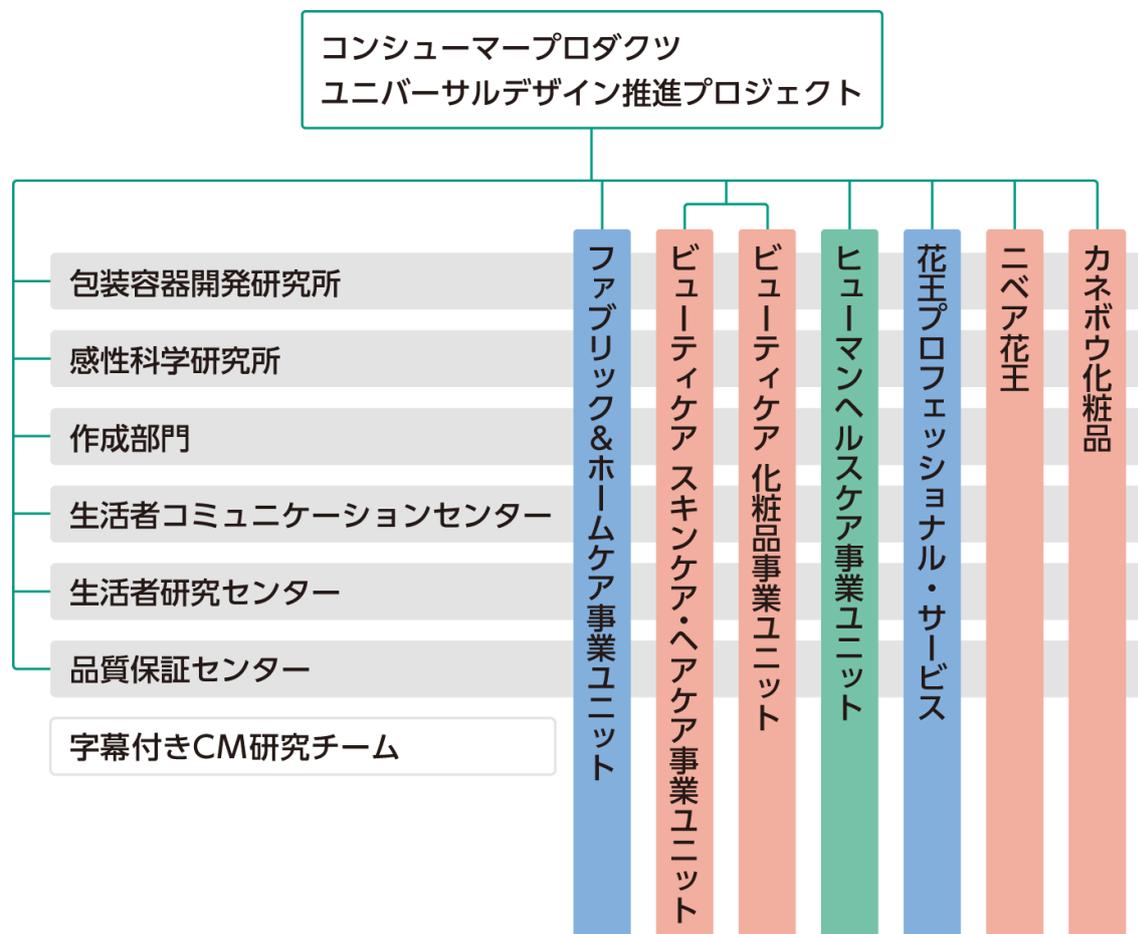
多様な消費者に配慮し、誰にでも使いやすい「人にやさしいモノづくり」を推進すると同時に、製品を通じて人と人、人と社会をつなぐことができる「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。また、消費者の多様性に配慮した情報発信にも努めています。

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。

この思想をさらに社内で共有・浸透させるため、花王はユニバーサルデザイン(UD)を推進するうえで全社員が共有すべき花王UD指針を策定しました。また関連部門の担当で構成されるUD推進プロジェクトを中心に、使いやすさやわかりやすさといったUD視点で、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し、ガイドラインを策定するなど部門横断的に活動しています。

■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。

■花王のUD活動のシンボルマーク



KaO
Universal
Design

商品やサービスを通じて人と人をつないでいくことを表現しています。

つないだ手は「継続した取り組み」も象徴しています。

また「3人」「3色」は3つの指針と人々の多様性を表しています。

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。

このような取り組みを通じて、商品やサービスの向上に努めており、より多くのお客さまに愛着をもって使っていただけるよう、すべての新製品や改良品の発売の際にはユニバーサルデザイン視点での改善を実施することを目標としています。

TOPICS 高齢者体験ワークショップ

2013 年から「共感をよきモノづくりへ」を合言葉に、新たな取り組みをスタートしました。そのひとつが高齢者体験ワークショップです。これは戸建住宅のスタジオを借りて、毎回10名程度の社員の参加者に要介護1※相当の疑似体験装具を付けて家事を半日行なってもらうものです。

まず昼食からスタートしますが、箸が使いにくく、お弁当のおかずもよく見えません。楽しい時間のはずが、食べ物を口に運ぶだけの無味乾燥な作業になってしまいます。さらに掃除や洗たく、食器の後片付けなどを行ないます。4時間も装具をつけたままにしていると、参加者はまるで高齢者のような動作になります。最後に全員で気づきや感想を書き出し共有します。見えない、聞こえないことが、これほど前向きな気持ちや、やる気を失わせるものなのかを実感します。

この体験ワークショップは、高齢化を自分の未来としてとらえ、いまからどのように未来を変えていけるのかを考えるきっかけを与えてくれます。得られた多くの気づきや、高齢者への共感、ユニバーサルデザイン視点での商品の改善につながっていきます。

※ 要介護1

要支援状態(日常生活上の基本的動作については、ほぼ自分で行なうことが可能であるが、日常生活動作の介助や現在の状態の防止により要介護状態となることの予防に資するよう手段的日常生活動作について何らかの支援を要する状態)から、手段的日常生活動作を行なう能力がさらに低下し、部分的な介護が必要となる状態



高齢者体験ワークショップ

国内花王グループ

お客様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

・事例1 衣料用粉末洗剤のつめかえ

従来のつめかえ製品は、本体容器に中身を移し替える仕様でしたが、この衣料用粉末洗剤のつめかえは空箱に袋ごと入れてから開封します。このため粉が飛び散ったり、こぼしたりすることがなく、安心してつめかえることができます。箱に入れやすい袋形状で、手で簡単にまっすぐ切れるよう開封の工夫をし、開封後は箱にピタッと密着します。この新しいつめかえ方法がわかるよう、使い方のイラストを正面にも記載しました。実際に使われたお客さまからは、「いつもスプーンや箱を捨てるのがもったいなく思っていたので、つめかえが発売されて本当にうれしい」「ピタリと箱に収まりなんだかうれしくなりました」と好評の声をいただいています。



まっすぐ切れる開封加工

つめかえ方法を正面と裏面に記載



箱に入りやすいよう底は四角形を維持

・事例2 ファンデーション用コンパクト

花王ソフィーナの「プリマヴィスタディア 肌色トーンアップパウダーファンデーション UV」のファンデーション用コンパクトは鏡の部分拡大ミラーになっていて眼鏡を外しても細部までよく見えるため、アイメイクをする時やメイク直しにも快適にお使いいただいています。さらに、コンパクトのフタを開けるとスポンジがアップする機構を採用し、取り出しやすさを改善しました。ファンデーションをカバーするフィルムも固定されており、最後までなくさずにご使用いただけるよう配慮しています。



・事例3 指で使うハブラシセット

指でマッサージするように磨ける指ハブラシのセットをディープクリーンから発売しました。指の太さには個人差があるため、ブラシが回らないように親指で抑える袴状の部分をつけました。片手に指ハブラシをはめても使いやすいように、ハミガキのキャップも片手で開けられ、落とすことがないヒンジキャップを採用しました。また、ハミガキなどのスタンディングチューブは洗顔料などと同じ形状をしているため、識別性を高めるために商品裏面上部にもカテゴリー名を記載しました。



・事例4 ワンステップでふっくら仕上がるシャンプー

髪の毛のハリ・コシがなくなってボリュームが減ってしまった、などの悩みをお持ちの方向けに、「セグレタシャンプーふっくら仕上げ」を発売しました。この商品は、パーソナルな使用と持ち運びやつめかえ時の扱いやすさに配慮し、従来品より小さい容量サイズに設定しています。コンパクトで安定したポンプ形状は浴室でも安定して押しやすく、底部の面積が小さくなって内容液が残りにくい設計になっています。ハリ・つやシリーズとの識別性に配慮した配色と、香水瓶のようなイメージで華やかさとの両立を図っています。また、シャンプー単独でご使用いただき、コンディショナーが必要ないことを商品前面にわかりやすく表示しています。



国内花王グループ

字幕付きテレビコマーシャル

テレビ放送のデジタル化で字幕放送が普及し、多くの番組で「字幕」を表示できるようになりました。ところが、放送時間の約2割を占めるテレビコマーシャルについては、いまだに試験段階です。花王は、字幕付きテレビコマーシャルの本格放送化への推進活動に取り組んでいます。字幕が付くことで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く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、日常の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。

花王は2011年に字幕付きテレビコマーシャルのトライアル放送を開始し、聴覚に障がいのある方とご家族にご意見・ご要望をうかがったり、関連団体へのアンケート等を実施しながら、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、2012年からは複数のテレビ局において、提供番組の中でトライアル放送を継続しています。

これらの活動で得た成果や知見は、官公庁や関連団体、他企業などにも公開し、世の中での関心がより高まるように努めています。2013年には、字幕付きテレビコマーシャルの導入に向け、放送に関するルールの見直しや、トライアル放送を実施する企業も出てきました。

誰にでも情報がわかりやすく伝わるように、花王は今後も関連業界などと協力しながら、字幕付きテレビコマーシャルの本格導入をめざす活動に、積極的に取り組んでいきます。



字幕付きテレビコマーシャルの例

国内花王グループ

すべての方に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、あらゆる世代に対し、より買い物しやすい売場づくりのための取り組みを行なっています。従来から取り組んできた高齢者にも配慮した売場づくりに加え、2013年はファブリックケア（衣類・布製品のお手入れ）売場について、多様化するライフスタイルに対応した売場づくりと売り方の工夫を販売店と進めました。生活者の洗たくに関する意識調査や購買履歴データ分析を行なった結果、洗たくへの関与度や生活様式の違いによって購買行動が変化することがわかりました。市場成長が見込まれる「おしゃれ着用洗剤」や「衣料用漂白剤」を売場の中央に配置し、製品を探しやすく・選びやすい売場に改善を行ない、販売店と協働して展開を進めています。「自分に合った商品を見つけやすい」「使ってみたくなった」などの声をいただいており、多くの販売店の売上拡大や使用率の拡大にもつながっています。



洗たくへの関与度による購買行動の違いに配慮したファブリックケア売場

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。

「エメール」では、製品本体での説明がほとんど図となっているため、それをすべて文章で記述しました。

使用量の目安

一般の洗たく機 ⇒ 水30Lに40ml (上の目盛り)
 ドラム式洗たく機 ⇒ 衣料1.5kgに40ml (上の目盛り)
 手洗い ⇒ 水4Lに10ml (下の目盛り(20ml)の半分)

お洗たく方法

衣料の取扱い絵表示を必ず確認し、お洗たくできる衣料か見分けてください。
 ※取扱い絵表示のない衣料は洗えません。

洗えます

洗たく機
 または
 手洗い

お洗たく方法 ※水温は30℃以下で

洗たく機で洗う
 衣料を洗たくネットに入れて、手洗い/ソフト/ドライ対応コースで洗う。
 洗たく後はすぐに取り出して干す。

手洗い
 やさしく押し洗い後、軽く脱水。*
 2回水をかえてすすぎ、軽く脱水。*

*脱水は、洗たく機のドライ(手洗い/ソフト)対応コースで1分以内。

このマークがついた①②③④は洗えません

① 絹・レーヨン・キュプラ ② スーツ類・皮革・和服
 ③ 刺しゅう、起毛などの表面加工があるもの
 ④ 色落ちするもの(自立たない所に原液をつけ、5分後に白い布に色移りするもの。)

洗えるものもあります
 くわしくは、エメールのWebサイトで。

※以下は、音声読み上げソフトで聴く場合のために、上の画像部分を文字化したものです。

■ 「洗濯機の脱水流で洗う」または「手洗い」の表示がある衣料品は、エメールでお洗たくできます。水温は30℃以下にしてください。

(洗たく機で洗う場合)
 衣料を洗たくネットに入れて、手洗い/ソフト/ドライ対応コースで洗う。洗たく後はすぐに取り出して干す。

(手洗いの場合)
 やさしく押し洗い後、軽く脱水し、さらに2回水をかえてすすいでから、軽く脱水する。脱水は、洗たく機のドライ(手洗い/ソフト)対応コースで1分以内。

■ 「水洗いできない」の表示がある衣料品で、以下にあてはまるものは、洗えません。

(1) 絹・レーヨン・キュプラ
 (2) スーツ類・皮革・和服

製品カタログ:表を文章化した例(エメール)
 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

視覚障がい者向けに情報発信

・音声情報の提供

花王は、社会福祉法人 日本点字図書館が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。2013年7月には髪にやさしいシャンプーの仕方や気になる汗のニオイと洗たく物のニオイ、ハウスダストなどを、12月には、ハンドケアアドバイザーや時短家事、花粉対策などの生活情報を、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

・商品識別用の点字シール

形状の似ている容器の識別をしやすいするため、「家庭品」と「化粧品」の2種類の点字シールを作成し、無料で配布しています。白地に大きな墨字の印字もあり、視覚障がい者だけでなく、高齢者の方にもご活用いただいています。

家庭品では「全身洗剤」、「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。

組み合わせて貼ることで、より便利にお使いいただけます。



化粧品点字シール

国内花王グループ

小学生向けにユニバーサルデザイン講座を開発

2012年10月に福岡で開催された「第4回国際ユニヴァーサルデザイン会議 2012 in 福岡」で花王の展示を見学した小学校教員の依頼をきっかけに、花王のユニバーサルデザイン(UD)への取り組みを小学校中学年に伝える新講座の開発を、教育現場に精通している国立大学法人東京学芸大学と協働で行ないました。

シャンプーのきざみがついている理由の理解を通じて、花王の考えるUDの理念を伝え、さらに字幕付きCMを紹介することで「一人でも多くの方がより良い暮らしができる」ことの大切さを考えてもらうプログラムになっています。

講座を受けて、身の回りのUDを自由研究で調べた児童もいるなど、ふだんの生活を新しい視点で見つめ直す一つのきっかけになっているようです。

花王の出張授業は児童の「生活力向上」を願って実施していきます。生活者自身が「ユニバーサルデザイン」の視点を持つことが生活の質の向上につながることを伝えるプログラムとして、この講座を展開していきます。



シャンプーのきざみに触れる児童

国内花王グループ

ホテル事業におけるユニバーサルデザインの推進

世界各国からいらっしゃるお客さまや、視覚にハンディキャップのあるお客さまが、ホテル滞在中も不自由を感じず、安心して過ごせるような工夫を提案しています。

・QRコードによるアメニティグッズの情報伝達

ホテル滞在時にスマートフォンやタブレット端末を持参するお客さまが増えてきています。多言語表示が難しいアメニティグッズであっても、お客さまが持参したモバイルツールでQRコードを読みとれば成分や使い方などの詳細な情報が得られるようしくみづくりを推進しています。日本語から外国語への変換だけでなく、文化的な違いにも配慮したコンテンツとなっています。

・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かやくなるよう、ホテルにおいてもシャンプー(リンスインシャンプー)ポンプのきざみに加えて、容器貼付用の点字シールを準備し、ご希望のホテルに提供しています。消臭剤や入浴剤用の点字シールも用意しています。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なく、高齢者にも幅広くご利用いただいています。

また、色弱の方でもシャンプーとコンディショナー、ボディウォッシュの区別ができるよう、ボトルの配色や文字表記を工夫しています。この取り組みは、ホテルスタッフの充填作業時の入れ間違いを減らすことにもつながっています。



ホテルにおけるユニバーサルデザインのご提案



QRコードによるアメニティグッズの多言語情報



点字シールの使用例



点字シール(業務用)

品質保証の取り組み 【PR1】

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保証しています。

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

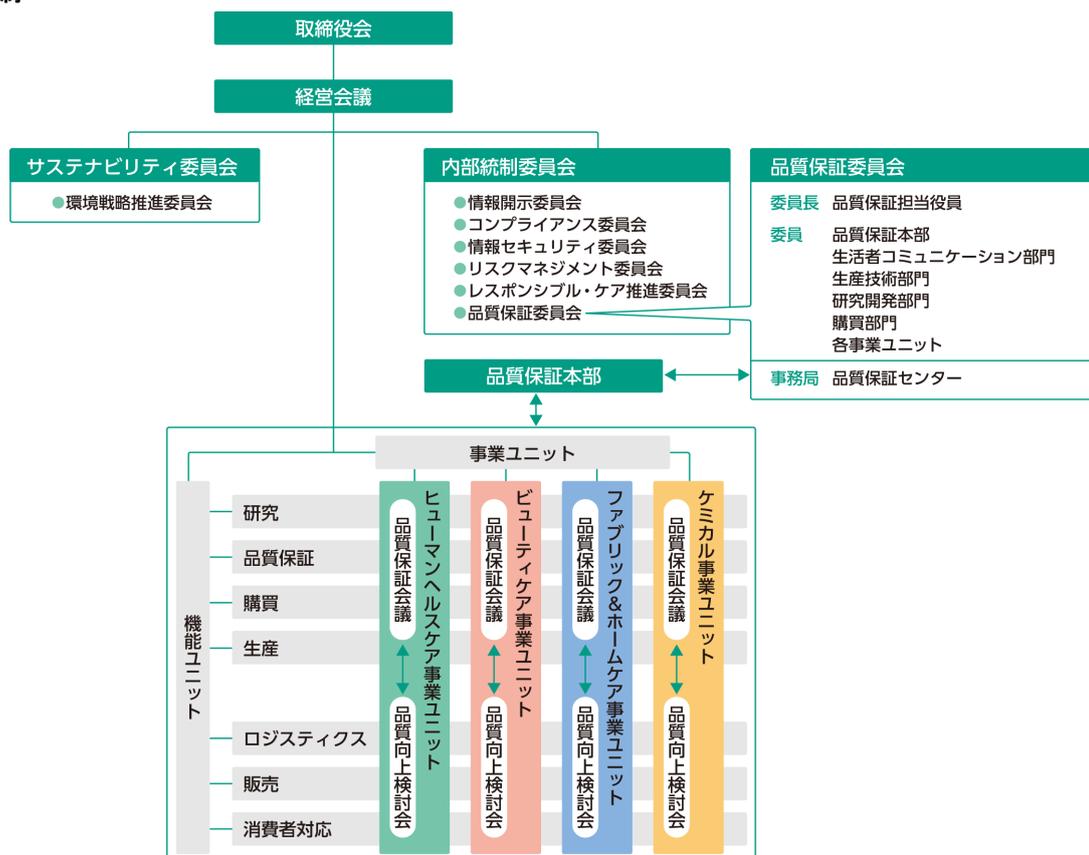
花王は、全社的な品質保証体制の信頼性と有効性を確認するために、品質保証委員会を開催しています。品質保証委員会は「内部統制委員会」を構成する委員会のひとつで、品質保証本部の担当役員を委員長として、事業部門、消費者部門、研究、生産、購買などの関係各部門から選任された品質保証委員が参加し、品質にかかわる全社的な重要方針・施策を決定します。品質保証委員会の方針を受けて事業単位で、「品質保証会議」を開催して、各事業ユニットの品質保証方針や品質課題、品質保証活動の進捗などを確認しています。

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、発売前の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、流通からの情報は生活者コミュニケーションセンターに集約され、消費者視点で緊急性・重大性の可能性がある場合にはすぐに品質保証本部に連絡されます。品質保証本部では、危害性と拡大性を迅速に判断し、緊急・重大品質トラブルは、経営トップ、社内関連部門に連絡する緊急・重大トラブル対応体制を構築しています。さらに、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も努めています。

■品質保証体制



国内花王グループ 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ます。花王グループの製品をお客さまにより安心してお使いいただくために、2014年4月には、安全基準を見直し、さらに拡充された花王グループの新たな安全基準を策定し、ウェブサイトに掲載しています。

家庭品の安全基準

http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_06.html

化粧品の安全基準

http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_03.html

花王は、これからも、安全性情報、動物実験代替法、ヒトでの最終確認を基本として安全性を保証し、製品のヒトに対する安全性、環境への影響について厳格に管理基準を見直していきます。

また、製品の成分・特性、用法、注意表示、広告表現については、これまでのように安全にお使いいただけるように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、安全性を含む研究開発部門等が連携し、お客さまの商品選びや使用実態だけでなく、環境や生活習慣、国や人種などの社会的な視点も入れて評価します。

発売後においても、お客さまからの声に真摯に耳を傾け、詳しい内容を確認して迅速な対応に努め、常に詳細に安全性を点検し、行政などとのネットワークによる安全管理を行ないます。

グローバル

動物実験を代替する安全性評価方法の確立

動物実験の廃止に向けた動きは世界的なものであり、花王はこの考え方に賛同しており、すでに1980年代後半から、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式会社とカネボウ化粧品は、動物実験代替法を活用するとともに、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、皮膚感作試験については、株式会社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、2013年12月現在国際審査中です。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12月現在国際審査中です。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。

動物実験代替法はグローバルに広く使える公的な試験法であるべきと考え、国際的な試験法ガイドライン化に向け、今後も国内外の業界団体、同業他社等とも共同し、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

全社品質保証活動の取り組み

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。

2013年は、持続的な「利益ある成長」と「社会のサステナビリティへの貢献」の両立、およびK15(中期3ヵ年計画)目標達成に向けて、花王グループの品質保証重要施策の策定およびTQM(トータル・クオリティ・マネジメント)の統括・推進に取り組みました。また、品質基盤を一層強化すべく、品質保証リスクマネジメントの一環として、発売後の緊急重大トラブル対応の主導を品質保証本部が行なうとともに、花王株式会社とカネボウ化粧品の顧客対応部門・品質保証部門の統合にあたり、緊急重大トラブル対応体制の見直しを行ないました。重大トラブルに発展するおそれのある課題については、注力して対策を実施しました。さらに、消費者起点の品質競争力強化や花王グループの品質保証標準化の推進に取り組みました。

グローバル

消費者起点の品質保証活動

2013年は、日本国内だけでなく、アジア・欧米家庭品事業やケミカル事業においても、消費者・顧客からいただいた声をグローバルに一元管理できるグローバルエコーの導入を進めています。同時に、品質改善に向けた全社品質保証活動を推進するため、そのグローバルなデータを整理、解析できるグローバルデータ解析システム(QMMplus)を導入、運用開始し、国内外の関係会社と連携して消費者・顧客へのスピーディな対応を強化しています。

グローバルエコーについて詳細は

[>P88「消費者とのコミュニケーション／消費者活動をグローバルに推進」](#)

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の認証機関の監査を受け、認証を維持するとともに、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

花王の機能性食品は、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に、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・有効性の評価については、社内のみならず、社外の専門家との共同研究も含め、発売後も継続的に行なっています。
2. 原料から製造に至る品質管理の徹底、国内外から調達する基原原料^{※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、放射性物質検査を実施しています。

※ 『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

バリューチェーンにおける取り組み

サプライヤーとの連携



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。

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



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。

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。

サプライヤーとの連携 【DMA】

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、「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項を明記し、契約の新規締結時や改定時に締結しています。

詳細は「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「調達先ガイドライン」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。基準に達しているサプライヤーの比率としてグリーン調達比率を目標値として定めており、社会面の基準達成率についても、グリーン調達比率に準じて目標を設定しています。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」、「OECD 多国籍企業行動指針」、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」発行など、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、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。

近年、水資源の枯渇や汚染が持続可能な開発における大きな課題として注目されています。花王としてもサプライチェーンにおける水リスクアセスメントを検討しています。

詳細は「調達先ガイドライン」

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

グローバル

調達先ガイドライン遵守状況

■社会面 モニタリング企業数と基準を達成している企業比率

	花王(株) 取引先企業	アジア花王グループ 取引先企業
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%)
2013年度迄	992社(97%)	708社(96%)

■環境面 モニタリング企業数と基準を達成している企業比率

	花王(株) 取引先工場	アジア花王グループ 取引先工場
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%)
2013年度迄	1,330工場(99%)	510工場(97%)

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年度の調査結果より、前回調査に比較し「採否を明確に伝える」「見積もり条件の明確化」の改善がありましたが、調査結果を踏まえ、さらに「採否通知の徹底」「見積もり条件の充実」を行ないます。また、「発注について」の課題も確認されたので、改善に向けた取り組みを行ないます。

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、サステナビリティに配慮した購買基本方針など情報の共有を図っています。

■お取引先懇談会出席会社数の推移

(社)

	国内開催	海外開催	合計
2009年度	180	139	319
2010年度	169	219	388
2011年度	183	187	370
2012年度	-	205	205
2013年度	184	151	335

※ 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。



お取引先懇談会

国内花王グループ

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しています。

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})の受験推進を実施しています。現在、64%の社員がeco検定合格者となっています。

※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」を通じて、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由来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。2013年には、「原材料調達ガイドライン」を制定しました。

詳細は「原材料調達ガイドライン」

http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_05.html

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。2020年までに、花王グループの消費者向け製品に使用するパーム油・パーム核油は、認証され、持続可能性に配慮した原産地追跡可能なもののみを購入することをめざします。

詳細は [P68「生物多様性への対応」/「原材料調達ガイドライン」の策定および持続可能なパーム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^{※2} 認証紙などの基準に沿った購入を行なっていきます。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74%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。

2020年までに、再生紙または持続可能性に配慮した紙およびパルプ製品のみ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。

コンシューマープロダクツ事業

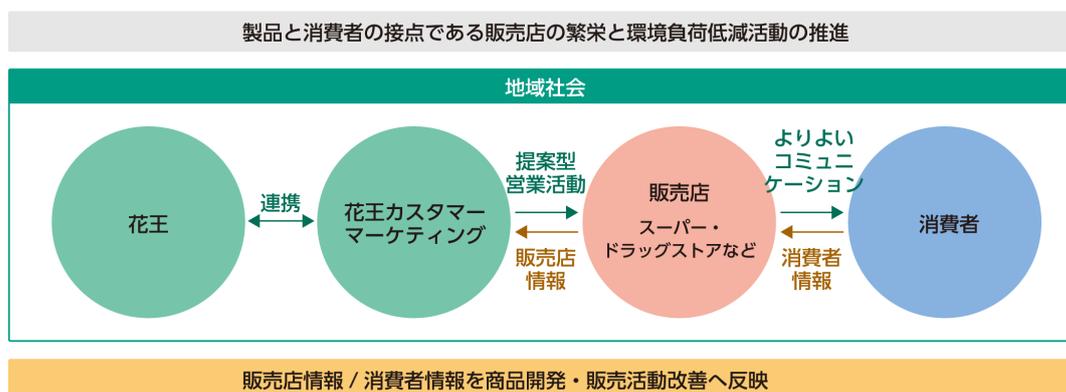
価値ある商品や情報を、販売店といっしょにご提案・ご提供することで、生活者の皆さまの暮らしにおける「清潔」「美」「健康」の向上に貢献することをめざしています。

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



国内花王グループ

生活者起点に立った企画を販売店に紹介

花王カスタマーマーケティング(株)は、販売店向けに花王の事業・ブランド・販売活動の方向性をご紹介する場として「有力販売店様懇談会」を毎年開催しています。2013年11月の開催時には、ライフスタイルの変化など、生活者起点に立った売場づくりの例として、消費者により清潔な生活を送っていただくための「おうちまるごとお洗たく」企画を紹介しました。家庭訪問による洗たく実態調査で判明した、家庭でふだん十分に洗たくされていないことが多い布製品(カーテン・シーツ・枕カバーなど)を、洗浄時間が短くなった衣料用洗剤などを活用しながら洗たくを行なうというもので、販売店からは「新しい市場の創造への挑戦として非常に興味がある」など高い関心の声をいただきました。



実際の住空間を再現し、カーテンなど布製品の洗たく実態や、洗たくをサポートする売場・売り方を販売店に紹介

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

国内外の化学物質関連法規制の新規公布や改正に伴い、化学物質管理におけるサプライチェーンでの情報伝達が必須となり、また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、2013年もケミカル事業における主要な販売代理店を含む10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。総合安全に関する2012年PDCA活動の結果と2013年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、化学物質関連法規制の国際動向や花王の取り組みについて紹介し、化学物質管理のためのさまざまな情報伝達業務について情報交換を行ない、サプライチェーンにおけるお互いの役割や対応を再確認しました。

※ 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・安全性を理解して、顧客企業に継続的に対応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。

2013年は9月に和歌山事業場で2日間にわたり開催し、60名以上の方々に参加していただきました。研修会では、花王製品の基礎知識や包材・物流・発注等の実務に必要な知識、総合安全管理の取り組みの紹介、工場と研究所の見学や実習、花王エコラボミュージアムの見学による“eco”に対する取り組みについても紹介しました。



販売代理店新人研修会

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、専門的な感染管理による感染危害のリスク回避やスキンケア技術をベースとした製品群と介護用オムツを組み合わせた人にやさしい介護環境を、レクリエーション分野では、清潔による快適さやおもてなしによる最高のホスピタリティをめざしています。

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とも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くみを共同で推進することもあります。



衛生管理講習

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。

2013 年度は、店舗診断 265 店(100 社)、衛生講習会 207 回を実施しました。



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。

2013 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)の実施エリアが 3 カ所増え、計 51 回実施し、439 病院・102 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、923 名(392 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や、セミナー・学会での商品展示を実施しています。2013 年度は、感染防止意識の高まりとともに依頼回数・出展回数が増え、勉強会は計 266 回、商品展示は計 37 回実施しました。



感染管理ベストプラクティス研究会 セミナー



感染管理ベストプラクティス 商品展示ブース



J 感染制御ネットワークフォーラム
感染管理ベストプラクティス ワークショップ

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



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るために、社員の多様性と人権を尊重しています。

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



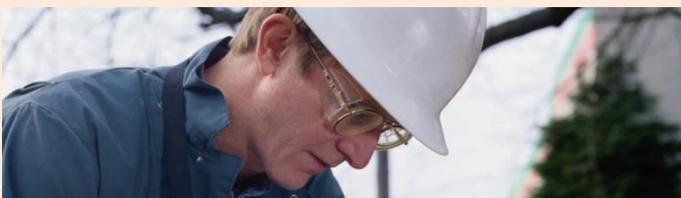
仕事と生活の調和がとれるように、社員と会社が協調しながら、働きやすい職場環境づくりに努めています。

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。

人材開発 【DMA, LA10】

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。

2013年からは、国・会社を超えた人材開発をより効果的に推進し、各地域の課題と取り組みについて従来以上にキメ細かく議論を行なうために、国内、欧米、アジアの各人材開発責任者を中心としたグローバル人材開発会議に加え、各リージョンで定期的にリージョン人材開発会議を行ないました。

従来から進めてきた人事制度のグローバル標準化を推進しつつ、それを活用しながらいかに各国の人材開発を進めていくか、花王グループの人材開発は新たなステージを迎えています。

グローバル

グローバルで共通のさまざまな研修を実施

グローバル一体運営を推進するために、研修プログラムを国内外で共通化し、価値観・目標・仕事の進め方などの共有を図っています。

2013年度は、昨年に引き続きグローバルリーダー開発プログラム(GLDP)*を実施してリーダー育成を強化するとともに、これまでに開発してきたグローバル共通プログラムのアジア・日本・欧米の各国での実施を進めました。

※ グローバルリーダー開発プログラム(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、2013年度は70名が参加。累計284名が修了。



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ました。アジアと欧米、日本で計30名の社内講師を育成し、グループの一体運営を進めています。アジアでは組織の枠を超え、社内講師が他のグループ会社を支援する事例が増えつつあります。これからも受講者を拡大し、管理職層のスキルアップを図るとともに、グループ全体での協働取り組みも増やしていきたいと考えています。



花王マレーシアでの研修実施

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。社内講師は2名増えて8名となり、2013年度はアジア・米国・日本での研修を実施しました。

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。

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、各職場主導で実施しています。

さらに、花王ウェイに基づいたリーダーシップの育成をコンセプトに、新しいプログラム「花王ウェイダイアログ」を開発。2013年内にテストを実施し、2014年からグループ全体での実施を計画しています。



花王マレーシアでの「花王ウェイダイアログ」テスト研修

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。

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、本格稼働しました。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、今後も制度面や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改善に取り組んでいきます。

また、2013年11月から能力・キャリア開発支援(SeEDS: Self Education & Development Scheme)を同じく各国グループ各社に順次導入し、運用を進めています。

このしくみは、社員一人ひとりの能力・キャリア開発意欲を高め、会社がそれを支援し、意欲と能力ある人材をグループ全体から発掘・育成・登用し、その力を最大限に発揮することをグローバルに実現することをめざしています。

評価制度と能力・キャリア開発支援を花王グループ人材開発の両輪として、利益ある成長と、強く良い会社の実現に貢献できるよう、国・会社を超えた連携と協働を進めていきます。

多様性の推進と人権の尊重 【10, LA1, LA12】

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るために、社員の多様性と人権を尊重しています。

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。

意欲と能力ある社員に等しく道を開くように努める一方、多様な社員が活躍しやすい風土の実現をめざした啓発を継続しています。

特に日本国内での多様性推進が必要と認識しており、性別・障がい・人権をテーマとした啓発月間を設けるとともに、本社および各拠点・グループ会社から代表を集めてEPS※啓発活動会議を定期的に行い、グループ全体への浸透の徹底を図っています。

※ EPS(イコール・パートナーシップ)推進活動

多様性を理解し、お互いを尊重しあうマインドの醸成を通じて、一人ひとりの能力が一層発揮される、働きがいのある職場づくりをめざし、社員への意識と行動の定着に取り組んでいます。国内花王グループで2000年から活動を進めています。

グローバル

多様な人材の活躍

一人ひとりを公正に評価しながら登用を進め、性別や国籍などを問わず、意欲と能力ある人材をグローバルリーダーへと育成しています。たとえば、グローバルリーダー開発プログラムの参加者は、その半数が海外関連会社の社員です。また、女性の参加者数も年々増加しています。

国内グループ会社における管理職の女性比率は2013年末で10.5%となりました。職種や業務形態により差がありますが、花王(株)の一般消費者向け商品のマーケティング企画・商品開発・商品広報、消費者交流、社会貢献などの分野における女性社員数は男性と同等以上であり、多くの女性が主導的立場を担い活躍しています。

さらに多様な人材が活躍する組織になるために、今後も取り組みを強化していきます。

■花王グループ社員数(正社員)

2013年12月31日現在

	社員数	比率
日本	22,088人	66.8%
アジア(日本を除く)	7,137人	21.6%
米州	1,383人	4.2%
欧州	2,446人	7.4%
合計	33,054人	100%

●女性社員比率: 54.4%

●女性管理職比率: 27.7%

■国内花王グループ社員数

2013年12月31日現在

		社員数
正社員	女性	12,415人
	男性	9,673人
契約社員	女性	1,495人
	男性	301人

- 女性社員比率:58.2%
- 女性管理職比率(正社員):10.5%

■花王(株)の状況(正社員)

2013年12月31日現在

正社員	6,172人
平均年齢	42.3歳
平均勤続年数	19.4年
離職率	0.40%

- 女性社員比率:21.0%
- 女性管理職比率:8.1%

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

花王では、「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」という基本方針のもと、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。

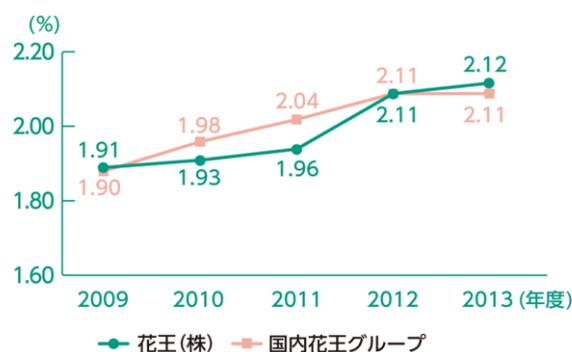
特例子会社・花王ピオニー(株)は、2005年10月に障がい者雇用促進の目的で設立されました。2014年1月現在、知的障がいのある社員19名を含む総勢22名が働いており、主に化粧品やパーソナルケア製品のセット梱包を行なっています。

2013年は通常職場で勤務している聴覚障がいのある社員を対象に『“チャレンジ”ミーティング』を実施しました。国内花王グループ社員18名が参加し、聴覚障がいのある外部講師から障がいの特性を踏まえたコミュニケーションスキルを学びました。

また、全社で障がい者雇用への理解を深めるため、9月を啓発月間と定め、全社員向け啓発ニュースレターの発行や“障がいを知ろう”セミナーなどを行なっています。

今後も、雇用を拡大するとともに、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*



2013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

ライフキャリア開発支援と定年後の再雇用

花王では、社員のライフキャリア開発を支援するため、45歳を迎える社員を対象に「ライフキャリア・デザインセミナー」を実施し、自らの価値観の理解を通じて、自身のワークキャリアを主体的に考えるための機会を提供しています(2013年度参加者数149名)。また50代後半には、定年後の生活設計支援を目的として、年金制度の解説や年金生活のシミュレーションなどを行なう「ライフプランセミナー」も開催しています(2013年度参加者数310名)。

また、意欲と能力あるシニア層の積極的な登用、並びにその能力を遺憾なく発揮できる環境づくりをめざし、定年退職後に契約社員として再雇用する「シニアパートナー制度」を導入しています。

今後も、あらゆる年齢層において、意欲と能力のある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
2011	106人	39人	36.8%
2012	94人	55人	58.5%
2013	116人	64人	55.2%

※ 定年退職者数=定年退職者+再雇用者数

国内花王グループ

社員への人権啓発とハラスメント防止

ハラスメント防止のための社内ガイドラインとして「セクシュアル・ハラスメント防止のために」と「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公開し、社員のための相談窓口も社内外に設けて体制を整えています。

近年はパワハラ防止に注力しており、2013年は花王カスタマーマーケティング(株)のマネジメント・管理者層を対象に、全国で「職場でのパワハラ予防と対策」に関する啓発活動を実施しました。

また、毎年12月を人権啓発月間と定め、ニュースレターの配信やポスターの掲示などによる啓発活動を実施しています。2013年はLGBT*やパワハラをテーマとしたニュースレターを発信し、9,436件のアクセスを数えました。

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」による自己チェックも毎年継続して実施しており、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の項目で達成しています。

※ LGBT

レズビアン(女性の同性愛者)、ゲイ(男性の同性愛者)、バイ(両性愛者)、トランスジェンダー(生まれた時に医学的・社会的に与えられた性別とは異なる性のあり方を生きる人)の頭文字を取った、性的マイノリティを表す総称。

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の深化

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、グローバルでさまざまな対話の機会を設けています。

国内では、社長をはじめ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。社員一人ひとりがコミュニケーション活動により積極的に参画できるよう、しくみづくりにも継続的に取り組んでいきます。

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。



花王フォーラム

グローバル

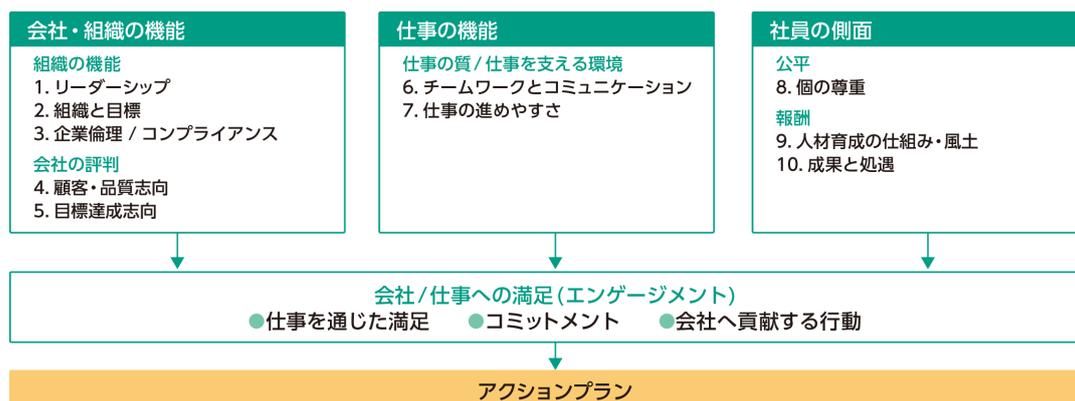
社員意識調査「Find」実施による職場環境の改善

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 2 年ごとにグローバルで実施しています。調査の結果分析を通じて各部門が課題解決に向けたアクションプランを作成し、その実行により職場環境の改善や風土づくりを推進しています。

「Find」は、調査を重ねるごとに海外グループ会社社員を含めるなど調査対象者を拡大し、花王グループの組織風土・機能を診断するための調査として浸透しています。

2014 年は第 7 回の調査実施を予定していますが、これまで以上にアクションプランの作成と実行に注力し、花王グループの組織力向上に向けて全社員で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 【LA3】

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 経営層と社員との相互理解を推進

「ワーク・ライフ・バランス」をダイバーシティ&インクルージョンを推進するための環境整備の要素のひとつと位置づけています。国内では仕事と育児・介護の両立しやすさをめざし、制度がきちんと使える環境の実現のために、啓発月間を設けて啓発活動を行ないながら、EPS 啓発活動会議を通じて全社員への浸透の徹底を図っています。

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。

これからも社員一人ひとりの意識啓発と職場風土の醸成に努めます。

国内花王グループ

両立支援制度

花王では、育児や介護をしている社員の自助努力を支援するため、さまざまな両立支援制度を用意しています。それらを社員が理解し使いやすくするために、社内外の制度やお役立ち情報をまとめた「仕事と家庭の両立支援ガイドブック」を作成しイントラネットで公開しています。

■仕事と生活の両立支援体制

両立支援のための主な制度	<ul style="list-style-type: none"> ・育児・看護(介護)休職 ・看護(介護)休暇 	<ul style="list-style-type: none"> ・勤務時間短縮 ・時間外勤務免除 ・深夜勤務免除 	<ul style="list-style-type: none"> ・育児時間 ・企業内託児施設、等
両立支援のための組織風土づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・両立支援ガイドブック ・育児休職前・復職前面談 ・育児休職報告書 ・育児休職者復職前セミナー 	<ul style="list-style-type: none"> ・F&Mミーティング ・マネジャー向けeラーニング ・介護ハンドブック ・介護セミナー 	<ul style="list-style-type: none"> ・啓発ポスター・パンフレット ・ニュースレター、等

国内花王グループ

仕事と育児の両立支援

仕事と育児を両立するための制度整備とともに、社員一人ひとりが能力を最大限発揮できるよう、さまざまな支援を行なっています。育児休職を長期で取得する社員にはスムーズな復職を支援するため、休・復職前の上司と面談や、育児休職報告書で定期的に近況を報告するしくみを導入しています。復職前セミナーでは、復職に必要な準備や心構えを学ぶほか、男女別のプログラムを実施しています。社内外を問わずパートナー同伴での参加を推奨し、これからの子育てやキャリアについて家族で考える場ともなっています。

特に男性社員には、育児休職が取得しやすいよう、新たに子が生まれた社員とその上長に啓発リーフレットを配付しています。また男性社員の意識や職場の風土に関するアンケート調査を実施し、より良い環境づくりに活かしています。

職場の理解も進んでおり、育児休職制度は、女性はほぼ 100%、男性も約 37%と高い利用率を維持しています。

さらに、“F&M(Father & Mother)ミーティング”の名のもと、子育て中の社員同士によるランチミーティングや、先輩ワーキングマザーを囲んでの座談会、社外講師による男性社員向けの「ワーク・ライフ・マネジメント講座」など、さまざまなイベントを開催し、気づきや社員同士の出会いの場も提供しています。

こうした男女の枠を超えた仕事と育児の両立支援への取り組みが高く評価され、2013 年に厚生労働省主催の「イクメン企業アワード」で、初代グランプリを受賞しました。

2011 年 9 月には、首都圏における深刻な待機児童問題への対応として、社内託児施設「メリーズガーデン」を開設しました。多くの社員がこの施設を活用して希望の時期に復職しました。



F&Mミーティング

■育児支援制度利用実績(国内花王グループ)

		2011 年度	2012 年度	2013 年度
育児休職取得者数(人)	女性	576	581	647
	男性	89	78	75



メリーズガーデン

TOPICS

「イクメン企業アワード」初代グランプリを受賞

花王は、厚生労働省主催の「イクメン企業アワード 2013」で初代グランプリに選ばれました。「イクメン企業アワード」は、育児を積極的に行なう男性(イクメン)を応援する厚生労働省のプロジェクトの一環として、男性社員の育児参加を促進し、業務改善を図る企業を表彰するものです。49社の応募の中、花王を含む2社がグランプリ、他5社が特別奨励賞を受賞しました。グランプリの選定にあたっては、男性社員の育児休業の取得促進や、男女の枠をこえた仕事と育児の両立支援に関する全社的な啓発活動などのさまざまな取り組みを継続的に実施してきたことが高く評価されました。

10月の「イクメン推進シンポジウム」では、表彰式に続いてパネルディスカッションが行なわれ、花王はパネリストとして登壇し、取り組みなどを紹介しました。



イクメン企業アワード 2013 パネルディスカッション

国内花王グループ

仕事と介護の両立支援

社員の介護実態の調査結果に基づいて中期的な取組計画を立案し、仕事と介護の両立支援のしくみづくりを推進しています。介護専門の相談窓口を持つ社外の企業・団体との提携や、社内の人事勤労担当者向けの相談対応マニュアルの作成などを通じて、介護相談体制の整備を進め、介護者の負担が大きいメンタル面からのサポートを強化しています。

また、ニュースレターで定期的に介護情報を発信しているほか、全国各地の事業場で介護セミナーを開催し、さらには新任マネージャー研修で介護をテーマとしたケーススタディを取り上げて、社員の意識啓発と、仕事と介護を両立しやすい環境づくりに努めています。2013年度は新たに、仕事と介護の両立に向けた心構えや基本知識をまとめた「介護ハンドブック」を発行しました。

これからも、花王の介護支援方針である「一人ひとりが自ら主体的に行動できる」「お互いさま意識を持って助け合える」環境づくりをめざしていきます。

国内花王グループ

メリハリのある働き方の推進

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、最優秀賞に選出された標語を使って作成したオリジナルポスターを、全国各地の花王グループ拠点で掲示するなど、職場の意識啓発にも努めています。

2013年度は、公益財団法人日本生産性本部が行なった第7回ワーク・ライフ・バランス大賞の標語部門にて、花王グループ代表作品が2012年度に続く2年連続の入選を果たしました。

事業成長加速のための組織変革をめざし、労働生産性の向上や活力創出に一層注力していきます。

■花王(株)有給休暇取得率

	2011年度	2012年度	2013年度
取得率(%)	66.4	67.8	71.0



ワーク・ライフ・バランス標語のオリジナル啓発ポスター

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

花王では、従来から労働安全衛生法の定めだけにとどまらず、社員の健康づくりに注力してきましたが、社員への浸透のために社長名で「花王グループ健康宣言」(2008年)を発行しました。ここでは、社員の健康づくりのために花王は積極的に支援することと、同僚や家族も巻き込んで健康づくりを実践してほしいという社長のメッセージとともに、5つの取り組み(下記参照)を明示しています。

「花王グループ健康宣言」

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
2013年度 29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

花王では、「ヘルスリテラシーの高い社員を増やす」ことを目標に、健康づくり活動の「見える化」を進め、PDCAサイクルで社員の健康度を上げていく「健康経営」に取り組んでいます。

花王の考える、ヘルスリテラシーの高い社員とは以下の項目を満たすことをめざしています。

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

「見える化」の取り組みとしては、2009年から前年度の健康データ(問診、健診、就業、医療費、疾病等)を統計的にまとめて全国16の健康相談室に提供しています。各健康相談室では担当エリアの健康データをもとに、保健事業計画を立案実施してきました。

2013 年度も各種健康データの分析と対策立案のための勉強会(健康白書勉強会)を開催しました。

また、社員のヘルスリテラシー向上のために、健診を中心とした健康づくりサイクルを提唱し、健診前学習や健康イベントと同時開催する健診(イベント健診)を行ないました。

国内花王グループ

就業上の安全配慮措置の一層の強化

KAO 健康 2015[※]では、今までの取り組みを振り返り、まだ十分ではない項目を重点課題として取り上げています。その中で「健診後の措置」については、全社的な基準に不備があり、地域による足並みがそろっていないことがわかりました。そこで、健診後の就業区分判定のためのガイドラインを策定し、全社的な拠り所となる布石を打ちました。具体的には 2014 年度の健診結果から実施していきます。

※ KAO 健康 2015

花王の健康づくり活動は、健康宣言をベースに PDCA サイクルを回すように展開しています。KAO 健康 2015 はその中期計画で、9 つの数値目標、3 つの対策(重点課題)、3 つのスローガンを謳っています。

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、花王健保からの委託を受け、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」の該当者には、関連会社のヘルスケア・コミッティー(株)も活用して実施しています。2011 年度からはプレメタボ層(法定の対象者以外の予備群)にも介入を実施したことで、2012 年度のメタボリックシンドロームの該当者および予備群の数が初めて減少に転じました。

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、厚生労働省が提唱する 4 つのケア(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。

2013 年は、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 14 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 4 回実施しました。

また、メンタルヘルス課題を全社で共有し、その対策を打つため、人事担当者と看護職、カウンセラーが集まるメンタルヘルス対策会議を開催しました。ここでの議論、知見を高め、メンタルヘルス基本方針の立案と実施をめざしています。

なお、メンタルヘルス管理者研修ベーシックコースは人材開発部のマネージング・ヒューマン・パフォーマンス・プログラムにも組み入れることとしました。

TOPICS 「2013年 厚生労働大臣表彰 奨励賞」を受賞

花王本社が2013年7月「厚生労働大臣表彰 奨励賞」に選ばれました。この賞は、企業内の安全衛生に関する水準が優秀で、他の模範と認められる事業場を表彰するものです。受賞対象は、「安全確保」「健康保持増進」「健康確保」の各分野で、今回は全国13事業場が受賞し、全国で唯一「健康保持増進」の分野で表彰されました。

花王は、社員の健康管理に関して、『花王グループ健康宣言』や中期健康目標である『KAO 健康 2015』を策定しています。毎年、健診・問診結果を分析し次年度の健康づくり計画に反映させていること、多くの社員が健康目標を立て実践し産業看護職が支援するしくみができていること、禁煙や食生活改善の啓発キャンペーンを積極的に行なっていること、メンタルヘルス研修会の実施や肥満防止として効果的といわれている30歳教育などを継続して推進している点などが高く評価されました。



厚生労働大臣表彰 表彰式

労働安全衛生・保安防災 【LA6】

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」の活動方針を、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事態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緊急事態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・ケア方針は、下記のページに掲載しています。

[>P49「レスポンシブル・ケア活動」](#)

国内花王グループ

2013年の目標と実績

国内花王グループの重点目標は、「労働災害の撲滅」「労働衛生の推進」「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、推進しました。

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、設備安全対策とルールの周知・遵守、職場内および委託会社とのコミュニケーション強化による設備災害の防止や交通事故の防止、転倒転落防止、熱中症防止などに注力し活動しました。

「労働衛生の推進」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実施しました。

「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[※]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ました。

※ 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。

■労働安全衛生・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	2013年		2012年実績
			目標	実績	
労働災害の防止	全部門 (派遣含む)	休業災害被災者数(人)	0	19	14
		全災害千人率 ^{※1}	1.9以下	3.0	3.2
		全災害被災者数(人) ^{※2}	70以下	97	107
交通事故の防止	販売 配送	【過失100%】人身事故(件)	0	20	18
		過失0%以外百台率 ^{※3}	7.8以下	7.9	11.0
		過失0%以外(件)	344以下	344	421
事故	全部門	【火災・爆発・漏洩など】(件)	0	1	4

- ※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

2014 年の目標

2014 年より海外生産事業場を含めた労働安全衛生・保安防災の目標設定とし活動を推進します。
今後、海外グループ会社においても事故・災害のデータを収集するとともに、事故・災害の発生防止に努めます。

■2014 年の目標

重点推進目標	対象部門	指標	2014 年目標
労働災害の防止	国内全部門(派遣含む) 海外生産事業場	【花王グループ】休業災害被災者数(人)	0
		【花王グループ】全災害度数率※	2.12 以下
		【国内花王グループ】全災害度数率※	1.08 以下
交通事故の防止	販売 配送	【国内花王グループ】過失 100%人身事故(件)	0
		【国内花王グループ】過失 0%以外百台率	7.2 以下
事故	国内全部門 海外生産事業場	【花王グループ】火災・爆発・漏洩など(件)	0

※全災害度数率: 100 万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数

グローバル

労働災害発生状況

2013 年の国内花王グループと海外生産事業場の被災者総数は 138 人で、その内、休業は 32 人でした。

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、2012 年の 107 人から 2013 年は 97 人に減少しました。
そのうち休業になった被災者数は、14 人から 19 人(うち、5 人は交通事故過失 0%の休業)になりました。

被災の主な要因のトップは、2012 年同様、不注意や確認不足による「転倒・転落」33 人、次いで「交通事故(被害)」によるもの 15 人、「動作反動」9 人で、半数以上を占めました。

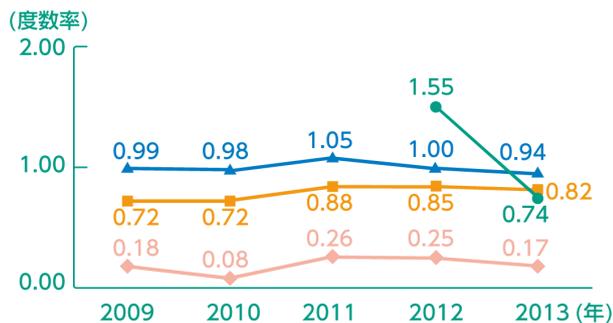
製造設備などの作業に携わる国内生産技術・研究開発部門の被災者数は、2012 年の 29 人から 19 人(うち、休業 2 人)に減少しました。

2011 年に発足した、安全対策強化組織による機械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推進した結果、機械設備起因の重篤な「はさまれ・巻き込まれ」が無くなりました。今後も継続して危険個所の洗い出しと対策を進めます。

海外グループの生産技術・研究開発部門の被災者数は 2012 年の 75 人から 41 人(うち、休業 13 人)に減少しました。

グローバルでの生産技術・研究開発部門の度数率は 0.74、強度率は 0.02 でした。

■生産技術・研究開発部門の度数率★



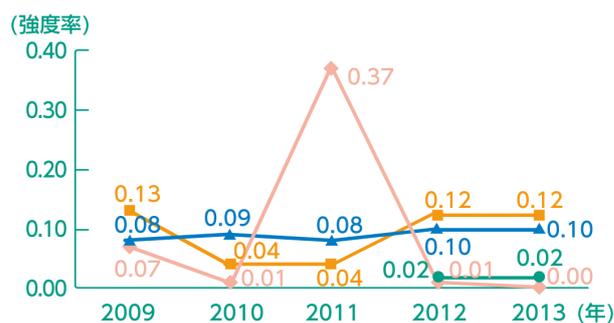
— 化学工業 — 花王グループ(生産技術・研究開発部門)
— 製造業 — 国内花王グループ(生産技術・研究開発部門)

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)

※ 集計期間はすべて1-12月

※ 化学工業と製造業の数値は、厚生労働省の「平成25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★



— 化学工業 — 花王グループ(生産技術・研究開発部門)
— 製造業 — 国内花王グループ(生産技術・研究開発部門)

強度率:1,000のべ実労働時間当たりの労働損失日数

※ 集計期間はすべて1-12月

※ 化学工業と製造業の数値は、厚生労働省の「平成25年労働災害動向調査」より

国内花王グループ

大規模災害に備えた訓練

大規模災害に備えた訓練として、国内全社員によるウェブ方式の安否確認システムへの入力訓練を3月と9月の年2回行なっています。また、防災対策組織による安否確認システムのデータ確認・集計および被災状況などを、衛星携帯電話や社内災害用電子掲示板を使用して通報する訓練を年2回行なっています。

安否確認システムへの入力訓練は、年々意識が向上しており、これからも訓練を継続していきます。

防災対策組織による全社通報訓練では、首都直下型地震や南海トラフ地震が懸念されているため、2013年はこれら大地震を想定して東京に本部と事務局を設置する訓練を5月、東京が被災して関西に代替事務局を設置する訓練を10月に実施しました。さらに、2013年よりパソコンを使用したウェブ会議を取り入れ、電話以外の通信手段を強化しました。また、休日・夜間の地震発生時に連絡を取り合うために、スマートフォンを使ったウェブ会議の訓練も実施しました。

8月にはリスクマネジメントの観点から、従来の防災対策組織を海外で発生した緊急事態への対応も含めた体制に改め、さらにBCPや暴動・感染症などの対策組織も加えた「緊急事態連絡網」や「緊急事態対策組織」に再編しました。今後はこれら組織の機能検証と訓練を行なっていきます。

グローバル

防災の研修

2012年と同様に、高圧ガス設備を保有するピリピナス花王(フィリピン)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を実施し、総合防災訓練と防災業務全般の実施状況を確認しました。

確認の結果、前年の反省点が改善されているなど、確実にレベルアップしていました。

また、人材育成の一環として、他のアジア化学品の工場からも安全防災監査に相互監査員として参加することで、アジア化学品工場における防災レベルの向上を図っています。

グローバル

小規模な事故(火災・漏洩)の発生について

火災は、国内で1件発生しましたが、幸いけが人はいませんでした。

漏洩は、海外で1件発生しました。

火災に対しては構内持込機器の管理強化、漏洩に対しては、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。

●火災
<国内>

・2013年6月/花王株式会社 豊橋工場/自走式草刈機敷地内の草刈り委託作業中に、持ち込みの自走式草刈機が点検・整備不良で発火し緑地に延焼。

●漏洩
<海外>

・2013年3月/ファティケミカル(マレーシア)/グリセリン精製中間タンクメンテナンスでの準備確認不足のためタンクのバルブからグリセリンが漏洩。

国内花王グループ

保安・防災の強化

生産技術部門では、リスクマネジメントの強化として耐震診断・補強、液状化対策、津波対策、設備の地震連動停止などの地震対策を推進しています。

和歌山工場、川崎工場および鹿島工場では液状化対策を進めており、高圧ガスや危険物の貯槽については完了しました。2014年も広域対策を推進予定です。

また、他社の相次ぐ化学プラント事故を受けて、改善の対象となる化学物質と設備を全工場で特定し、重合・発熱反応設備の安全対策強化を進めています。

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

[>P147「外部評価/SRI インデックスへの組み入れおよび評価」](#)

グローバル

株主還元

2013年度の利益配分は右のとおりです。

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。また、これらを含めた10.2百万株を2013年6月19日に消却しました。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。

2013年度の利益配分

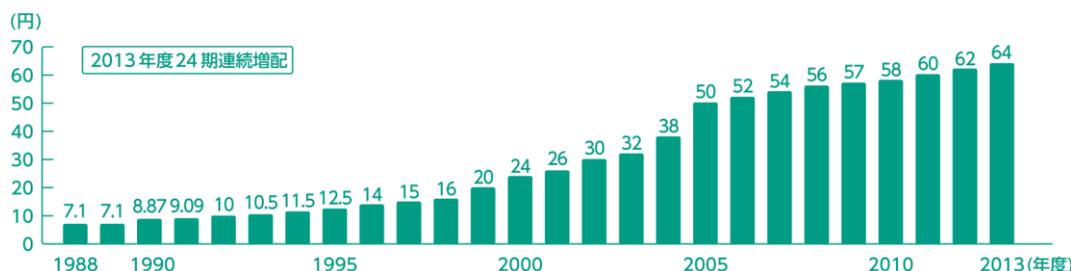
当期純利益:647.6億円

年間配当金:64円/1株

(前年比2円増配・24期連続増配)

連結配当性向:50.8%

■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。

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送送しています。さらに、今年は、招集通知の発送に先駆け、当社ウェブサイトにおいて早期掲載いたしました。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 108 期定時株主総会

(2014 年 3 月開催)

出席株主数:1,581 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。2013 年度は、株主向け「花王ミュージアム見学会」および「川崎工場見学会」を 6 月に 5 日間、計 10 回実施し、331 人の方々に参加していただきました。

花王ミュージアム見学会に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がわかり、より花王に愛着を感じた」というご意見を、川崎工場見学会に出席された皆さまからは「環境に配慮したモノづくりを行なっていることが確認でき、製品への信頼が高まった」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、さらにご満足いただける企画を立案・実施していきます。

グローバル

IR 活動の概況

- 決算説明会(半期決算発表日・通期決算発表日)
- 海外ロードショー(米州・欧州)
- 社長スモールミーティング(年 2 回)
- 事業説明会(年 2 回)
- 個別取材(国内・海外約 330 件)
- 機関投資家認知度調査
- ウェブサイト上での情報開示
- 半期・通期「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

グローバル

グローバルで存在感のある会社へ —企業価値増大に向けて—

2013 年度を初年度とする花王グループ中期 3 カ年計画 K15 (Kao Group Mid-term Plan 2015)を策定し、2013 年 2 月に公表しました。

2013 年度は営業利益が 1,247 億円、経常利益は 1,281 億円となり、目標(1)に掲げた過去最高の営業利益および経常利益を達成しました。また、目標(2)の海外売上高比率※も 30.9%となりました。

花王グループは、世界の人々の喜びと満足のあふ、豊かな

花王グループ中期 3 カ年計画 K15

目標(1) 過去最高の売上高・利益の突破

目標(2) 2015 年度経営数値目標の達成

・連結売上高 1 兆 4,000 億円

・連結営業利益 1,500 億円

・海外売上高比率 30%以上

生活文化を実現するとともに、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。株主をはじめすべてのステークホルダーの支持と信頼を獲得するとともに、“利益ある成長”を基本として、継続的に企業価値を高めていきます。

※ 連結売上高に占める海外に所在する顧客への売上高の割合

社会貢献の取り組み

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。

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、それぞれの年代に応じたプログラムを展開しています。

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。

社会貢献活動の考え方 【EC7】

「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」「コミュニティ」の3領域を重点分野として活動しています。グループ全体で社会貢献活動を推進していくため、特に地域社会との共存共栄をめざした活動に重点をおいています。

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
- 花王・みんなの森の応援団
- タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

教育

- 花王・教員フェロースhip
- 理科教育支援
- 出張授業
- 教材提供

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」「花王の持つ資源を活かした活動」「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。

2013年度は、「NPO、NGO との連携」に関して、ハートポケット倶楽部の活動の見直しを行ない、あらたな連携のスキームをスタートしました。

また、2011年度にあらたな展開をはじめた「花王・みんなの森づくり活動」は、NPOや市民団体との長期的な視点でのパートナーシップを継続しています。

今後に向けては、グループ全体で、特に「社員参加型活動」に重点をおいていきます。

TOPICS

「平成 25 年度ボランティア功労者厚生労働大臣表彰」を受賞

花王は「平成 25 年度ボランティア功労者厚生労働大臣表彰」を受賞し、2013年11月23日に高知県で開催された「第 22 回全国ボランティアフェスティバル高知」の会場にて表彰状が授与されました。

この表彰は、福祉分野などのボランティア活動を長年率先して行なっている、または支援を行なっている団体や企業を対象に、その功績が特に顕著であると認められたものを表彰する制度です。

花王では、たとえば 1999 年から社会福祉法人 日本点字図書館と連携しながら視覚障がい者向けに生活情報を音声で届ける活動を行ない、情報のバリアフリーを推進してきました。また 2000 年から開始した「花王・みんなの森づくり活動」では、13 年間にわたり、日本国内で地域の緑を守り育てる活動を行なう 374 の市民団体を支援してきました。さらに、社員の寄付組織「ハートポケット倶楽部」でもさまざまなボランティア活動、市民活動を支援しています。今回の受賞ではこうした社会貢献活動が高く評価されました。



表彰式の様子

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、それぞれの年代に応じたプログラムを展開しています。

国内花王グループ

社員が学校を訪問する出張授業など学校教育との連携を推進

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つの出張授業を実施しています。これらは、実生活に反映できる習慣や態度を育むための体験型のプログラムとなっています。

2013年は、3講座合わせて、44都道府県の236校・約1万7千名の児童を対象に、花王グループの社員、のべ約1,200名が参加して実施しました。2009年の活動開始から、累計約4万1千名の児童・生徒が受講しています。

グループ会社のさまざまな部門から社員が参加しており、社員が社会とふれあい、社会貢献活動を知るよい機会となっています。また新たに花王のユニバーサルデザイン(UD)への思いを伝える「UD講座」の出張授業プログラムを開発したほか、学校の先生が授業をするためにお使いいただける中学家庭科向け教材提供を開始しました。

2014年以降も、講座の質をより高めて、教員・児童・生徒の皆さんに満足いただける講座を全国で展開していく予定です。

1. 「手洗い講座」

子どもたちに手洗いの大切さを伝え、「あわあわ手あらいのうた」を使って楽しく正しい手の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年から実施しています。

2013年は、34都道府県の小学校106校・約7千名の児童を対象に、のべ約560名の社員が手洗い実験を交えた講座を実施しました。

先生からは「出張授業の後、歌を歌いながら子どもたちが楽しそうに手を洗っていました」等の声が寄せられ、正しい手洗いの実践につながる活動になっています。

また、「手あらいのたいせつさ(手洗い講座)」は、「未来を担う消費者デザイン部門」において、2013年7月に「第7回キッズデザイン賞」を受賞しました。

[>P26「事業を通じたコミュニティへの積極的なかかわり」の取り組み](#)

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、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・コツを伝え、同時に家族の中の自分の役割を考慮することで、「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プログラムを2010年から実施しています。

2013年は、24都道府県の小学校72校・約5,300名の児童を対象に、のべ約440名の社員が実習を交えた講座を行いました。

先生からは、「この授業の後、家でお手伝いをしたことを子どもたちから話してもらい、また保護者からも進んで活動している様子を伝えてもらうことができました」等の声をいただいています。



「おそうじ講座」の授業

TOPICS

「おそうじ講座」 キャリア教育アワードの受賞

「お家のおしごと(おそうじ講座)」が、2013年2月に開催された「キャリア教育推進連携シンポジウム」において、「第3回キャリア教育アワード」の普及型キャリア教育部門で優秀賞を受賞しました。この賞は、経済産業省が子どもたちに働くことの意義や学校での学びと実社会のつながりを伝え、社会的・職業的自立に向けた力を育成する「キャリア教育」に取り組む企業などを表彰するものです。

審査委員会からは、「系統立ったプログラムになっており、学校の教育課程の中に導入しやすい」「キャリアのひとつとして、社会だけでなく家庭における役割があることも認識させる点に意義がある」と高く評価されました。



キャリア教育アワード受賞式

3. 「環境講座」

未来を担う子どもたちに、日々の暮らしで環境に配慮することの大切さを講義や実験を通じて伝える、体験型のプログラムを2009年から実施しています。

授業では、すすぎ性に優れた衣料用濃縮液体洗剤を題材に、「すすぎ1回」で洗たくすると節水効果が得られることを紹介しながら、使用場面での行動が環境に大きく影響を及ぼすことを伝えています。

2013年は29都道府県58校・約4,500名の小学生、中学生、高校生を対象に、出張授業を実施しました。「毎日の生活の中で、さまざまな“～しっぱなし”をやめるようにしたい」「食器洗いなどの時に、なるべく少しの水で洗う工夫をする」等の感想が寄せられ、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

4. 中学校家庭科向け「教材提供講座」の開発と普及

小・中・高等学校の教員向けに、「洗剤の基礎知識」「環境のことを考えた洗たく」等の内容で研修を行なっています。洗剤の作用を確認できる実験を組み込んだ内容で、研修内容を授業に活用できるように工夫しており、2013年は19回の講座で約400名が参加しました。

過去に研修に参加した教員から「中学校家庭科に洗たくの単元があるが、生徒たちが理解しやすい教材がない。花王で開発してくれないか」との声があり、2011年から岡山県家庭科教員と協働で、花王が授業教材を提供し教員が授業を実施する「教材提供講座」の開発を進め、2013年6月より「環境のことを考えた快適な暮らし」として提供を開始しました。中学校の家庭科「衣服の手入れをしよう」、「消費生活と環境のかかわりについて考えよう」の単元に即した5つのプログラムから構成され、生徒がくらしの中の環境の課題について考え、生徒自身が環境に配慮した生活をするためにはどうしたらよいかを体系的に学べる内容となっています。すでに100校以上の学校に提供しており、今後も普及に努めていく予定です。



教員研修の様子

国内花王グループ

理科教育を支援

花王グループは、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、高校生科学技術チャレンジ(JSEC)協賛などの活動を通じ、小学生から高校生まで幅広い年代に対し、理科教育を支援しています。

1. 東京・科学技術館で開催された「夏休み子ども化学実験ショー2013」に協力

花王では、科学館などで行われる科学イベントに協力し、社員による実験講座を提供しています。2013年は、東京・科学技術館で開催された「夏休み子ども化学実験ショー2013」に「実験教室」を出展しました。花王社員と対話をしながら、親子で実際にスキนครリームをつくり、暮らしの中の身近な乳化現象を体験・理解していただける内容としました。このように、花王では、身近にある花王製品や界面活性剤を利用した理科実験を通じて、社会や暮らしの中での化学技術の重要な役割を伝えるとともに、子どもたちの科学への興味育成の支援をしています。



夏休み子ども化学実験ショー2013 花王ブース

2. 高校生科学技術チャレンジ(JSEC)に協賛

JSECは、世界に通用する科学者の育成をめざし、全国の高校生・高等専門学校生を対象として開催される科学技術に関する自由研究コンテストです。花王は、高校生の理科教育支援の一環としてJSECに協賛し、毎年優れた作品に花王賞および花王特別奨励賞を贈呈しています。

・JSEC2013にて花王賞および花王特別奨励賞を決定

花王賞は、茨城県立日立第一高等学校の原野頌子さん、柴田愛里沙さん、鈴木菜々さんの「ヒマワリの種子の配置・成長と繁殖戦略」に、花王特別奨励賞は、茗溪学園高等学校の今野駿介さん、大泉祐介さん、磯山怜佑さんの「タマネギの体細胞分裂にリズムはあるか～細胞と遺伝子からのアプローチ～」に決定しました。花王賞を受賞した3名は、2014年5月に米国で開催されるIntel ISEF 2014(国際学生科学技術フェア)に派遣される予定です。



JSEC2013 表彰式 花王賞を贈呈

・JSEC2012 スタディツアーを開催

2013年3月、JSEC2012のスタディツアーを和歌山事業場において開催しました。このスタディツアーは、花王特別奨励賞の副賞として授与されるもので、受賞者が花王の研究施設を見学し、研究者との交流を深めるものです。当日は、花王特別奨励賞受賞校の学校法人静岡理科大学静岡北高等学校に加え、花王賞受賞校の兵庫県立三田詳雲館高等学校からも受賞者が参加しました。研究員による研究事例紹介と高校生による受賞研究の発表が行なわれ、参加した高校生からは「研究の楽しさや心構えを教わった」、先生からは「高校生の将来にとって有益な話が聞けた」との声をいただきました。



JSEC2012 スタディツアーの様子

国内花王グループ

キャリア教育を支援

「平成25年度ダイバーシティ経営企業100選」受賞企業に花王が選ばれたことから、受賞企業が参加する講談社 Rikejo 主催、経済産業省協力のイベント「リケジョが働きやすい職場って？」に社員がゲストとして登壇しました。現在の仕事や職場、自分の強み、理系を選んで良かった点などを紹介し、学生たちは熱心に聞き入っていました。



花王の研究員が登壇

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」の助成先の NPO や市民団体へ大学生が学生レポーターとして団体の活動に参加し、団体の方々へ取材を行ない、団体の応援レポート記事を執筆してウェブサイトへ掲載するプログラムです。

大学生にとっては、机上の知識だけでなくフィールドワークを体験することにより、現場の大切さを理解し、環境への意識や関心を高めるきっかけとなっています。さらに「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。

一方、団体にとっては、大学生との交流や記事を通じて、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につながっています。

2013 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 2013 年度までに 76 名の大学生が 77 団体へ訪問、記事を執筆しています。

このプログラムは、認定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。



助成先の団体に学生が取材



フィールドワークの様子

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 (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。現地ですでに得た体験や感動を、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

2013 年度 5 プロジェクト (教員 10 名)

これまでの累積 55 プロジェクト (教員 109 名)



野外調査

国内花王グループ

工場見学を通じた次世代教育

川崎工場では、年間1万人を超えるお客さまに工場をご見学いただいております。見学者のおよそ7割が小・中・高校の児童・生徒です。

その中でも、社会科見学を実施する小学校5年生の受け入れを積極的に行なっています。この社会科見学コースでは、モノづくりへの徹底したこだわりと環境に配慮したモノづくりにフォーカスし、社会科の工業生産の単元に合わせたプログラムを導入しています。

児童は「製品のライフサイクル」という視点で学校での事前授業や、工場での洗剤を使った実験、生産設備の見学を通して「モノづくりの工夫」と「エコの工夫」を発見することで、「企業が努力していること」と「みんなが自分でできること」について学習します。こうして、単に見聞を広めたり考えを知るだけではなく、学校や家庭に戻り、自ら実践を促すような内容となっています。

2013年は、ボトル成形～充填包装までの一貫生産ラインと工場緑地から出荷バースを臨む見学ルートの新設しました。既存コースとあわせて大変好評を得ており、プログラムを導入した2010年の約8倍の小学生が来場しました。

他の工場でも、それぞれ工場見学会を実施しています。たとえば、豊橋工場では、小学校5年生の社会科単元にあわせた工場見学とハンドクリーム作りのプログラムを、和歌山工場では、小学校3年生・5年生の社会科単元にあわせた、花王エコーラボミュージアム見学とセットになったプログラムを用意しています。



成形設備の見学



出荷バースの見学

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機会を提供し、音楽や芸術を楽しんでいただこうと、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。

2013年は、和歌山県和歌山市、山形県酒田市、栃木県益子町、愛媛県西条市でコンサートを開催し、合計で3,500名を超える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 和歌山」
和歌山工場70周年を記念して開催。ヴァイオリニスト千住真理子さんをお招きしました



「花王ファミリーコンサート in 酒田」
ヴァイオリニスト滝千春さん、ピアニスト金子三勇士さんをお招きしました



「花王ファミリーコンサート in 栃木」
ピアニスト上原彩子さんとアナウンサーの好本恵さんをお招きしました



「花王ファミリーコンサート in 西条」
ピアニスト仲道祐子さんをお招きしました

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

2013年11月2日(土)、和歌山・奈良・三重の三県にまたがる世界文化遺産“熊野古道”の保全ボランティア活動に和歌山事業場の社員63名が参加しました。

熊野古道は、紀伊山地の霊場を結ぶ総延長が300km超にも及ぶ参詣道で、世界でも珍しい「道」が主役の世界文化遺産ですが、紀伊山地は雨量が多く、台風などの災害に遭うたびに道が傷んでいるのが現状です。和歌山県では“道普請ウォーク”と題し、企業や団体を対象に参詣道環境保全活動を募集。和歌山事業場も2012年に引き続き参加しました。

作業内容は、集積場から補修場所まで土を土のうに入れて運ぶというもので、土の量は昨年より1トン多い3トン。参加者からは、「もっと土の量を増やしても大丈夫！」などの感想がありました。

2014年は世界文化遺産登録10周年の年となります。さらに充実した熊野古道保全ボランティアを継続していきます。



土のうを運ぶ参加者

国内花王グループ

工場見学を実施

花王は国内グループ会社の全9工場で見学を実施しています。2013年には約5万5千人の皆さまに来場いただきました。工場見学を通じて地域社会の皆さまとの積極的な交流をはかり、花王の活動についての理解を深めていただいています。また、5工場では小学生向けに、学校教育と連動した見学プログラムを作成し、工場見学を通じた次世代教育も行なっています。

[>P139「教育／工場見学を通じた次世代教育」](#)

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年から特定非営利活動法人ETIC.(エティック)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、過去にスタートアップ部門で支援した団体の新たなチャレンジを継続発展的に支援する「イノベーション部門」があります。これまでにのべ20組の起業家を支援し、2013年には起業家を招いて社員との交流会も開催しました。

●スタートアップ部門

- ・公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン
代表:今井悠介さん
学校外教育バウチャーの提供など教育支援
- ・株式会社 a. school
代表:岩田拓真さん
「0から1を創り出す」高校生向け創造力教育プログラムの提供
- ・一般社団法人 CAN net
代表:杉山絢子さん
がんになっても自分らしく生きるために—がんのよろず相談窓口事業

●イノベーション部門

- ・スリール株式会社
代表:堀江敦子さん
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
- ・特定非営利活動法人 ArrowArrow
代表:堀江由香里さん
中小企業向け産・育休取得支援

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。海外でも、花王(中国)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。

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:認定特定非営利活動法人乳房健康研究会)に協力し、商品を通じた寄付を行なったほか、2013年11月には、岩手県盛岡市で「ピンクリボンプラザ in 岩手」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

社会のサステナビリティのために

花王グループ各社では、福祉施設・NPOへの製品寄贈や寄付金の提供だけでなく、出張授業や子ども達の教育に貢献するプログラムを展開したり、植樹活動を実施するなど、地域コミュニティとの交流活動を継続的に行なっています。多くの社員もこのような交流活動に参加し、2013年には、児童養護施設に社員が訪問して交流イベントを実施したり、文化イベントで社員が日本文化である折り紙を紹介して地域の方との交流を深めました。



児童養護施設での交流イベント(ファティケミカル(マレーシア))



社員が折り紙を紹介(花王スペシャルティーズアメリカズ)

グローバル

2013 年度の災害支援

災害	時期	会社	支援内容
中国四川省大地震	2013 年 4 月	花王(株) 花王(中国)	花王(株)、社員有志を合わせて上海市慈善基金会に 520 万円の寄付。 花王(中国)投資から雅安市漢源县計画生育指導所に救援物資として 260 万円相当の製品を寄付。
米国中西部竜巻	2013 年 5 月～ 6 月	花王(株) 花王 USA	花王(株)、社員有志を合わせて日本赤十字社に 40 万円の寄付。 花王 USA が American Red Cross に 4,600 ドル相当の寄付および社員ボランティア協力。
フィリピンソン島水害	2013 年 8 月	花王(株)	花王(株)、社員有志を合わせてジャパン・プラットフォームに 40 万円の寄付。
米国コロラド水害	2013 年 9 月	花王スペシャルティーズアメリカズ	花王スペシャルティーズアメリカズが American Red Cross に 4,150 ドル相当の支援物資および社員ボランティア協力。
メキシコハリケーンイングリッド、熱帯低気圧マヌエル	2013 年 9 月	キミ花王	キミ花王が Red Cross に 24 万円相当の寄付および社員ボランティア協力。
日本台風 18 号	2013 年 10 月	花王(株)	花王(株)、社員有志を合わせて社会福祉法人中央共同募金会に 40 万円の寄付。
フィリピンボホール地震	2013 年 10 月	ピリピナス花王	ピリピナス花王が Xavier University、地域住民に 36 万円相当の食料品、飲料等の支援。
フィリピン台風ハイエン	2013 年 11 月	花王(株) ピリピナス花王 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フィリピン赤十字に 750 万円の寄付と、物資支援(ナブキン 420 梱)。 ピリピナス花王がフィリピン赤十字に 144 万円の寄付。 花王 USA が American Red Cross に 4,600 ドル相当の寄付および社員ボランティア協力。 花王スペシャルティーズアメリカズが American Red Cross に 750 ドルの寄付。

東日本大震災への対応

方針 / 体制

震災直後から、被災地災害対策本部や NPO・NGO を通じて、当社の本業であるさまざまな生活必需品の提供を行ってきました。

震災から3年が経過した現在は、支援のステージも変わり、物資支援から被災地の方々の自立を応援する取り組みや、心のケアを重点に支援を行なっています。今後も現地のニーズにそった支援を継続していきます。

国内花王グループ

「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起業家や現地リーダー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。「みちのく復興事業パートナーズ」は、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、7社参画(2014年4月現在)

国内花王グループ

南三陸町にて KPS による「衛生管理講習会」開催

2013年2月、花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS)は宮城県南三陸町において、食を通じて復興に取り組むリーダーや現場で働く方々を対象にした衛生管理講習会を開催しました。KPSでは日頃から、衛生管理・感染対策や食中毒予防などのソリューション提案を専門に行なっています。花王が参画する「みちのく復興事業パートナーズ」の取り組みの一環として実施しました。

講習会では、食を扱う際の正しい手洗いの方法、食品がもともと持っている微生物による食中毒のリスクや調理環境を衛生的に保つための方法、家庭での調理加工と売り物としての調理加工のリスクの違い、販売する際に必要なアレルギー物質の義務表示の考え方などをご紹介します。



調理場を使用した講習会の様子

国内花王グループ

花王「復興応援市」を開催

2013年3月、震災から2年を迎え、「震災を忘れない」をテーマに「復興応援市」を茅場町事業場で開催しました。被災地の産業復興の一環として、被災地の物産品を購入して遠隔地から復興を支援するのが目的です。

また、気仙沼の蔵元をお招きし、震災当時の様子、これまでの取り組みを、映像を交えながらうかがいました。社員一人ひとりが震災を振り返り、記憶にとどめ、あらためて震災について考える機会となりました。当日は約270名の社員が参加しました。

国内花王グループ

「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、東北の3つの新聞社(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、一緒に活動しています。

1. 地元の方々と一緒に行なったスマイル花畑づくり

2013年は、2012年に引き続き、岩手・宮城・福島の各地で行なわれた花の種まきや各種イベントに、合計28回、のべ300名を超える花王グループ社員が参加しました。

地元の方や子供たちと植えたヒマワリの種は大輪の花を咲かせました。また、東北への想いをこめて全国の事業所で育てたヒマワリも東北に負けじと咲き誇りました。



宮城県名取市で行なわれた花畑づくりイベント

2. 全国からのメッセージを東北へお届け

被災地からの「忘れられてしまうのは悲しい」との声を受け、全国事業所社員や一般の方による、東北への想いがこもったメッセージ14,872枚をもとに、東北各地の復興をイメージしたモザイクアートを制作し、3県で掲出しました。

また、メッセージは2014年の日めくりカレンダーに編集し、仮設住宅などへお届けしました。



メッセージをもとに制作したモザイクアート

国内花王グループ

被災地でのピンクリボンキャンペーン

2013年11月4日、いわて県民情報交流センター「アイーナ」(岩手県盛岡市)にて、認定特定非営利活動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「ピンクリボンプラザ in 岩手」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」の一環として、2011年の宮城県、2012年の福島県に引き続き実施されたものです。

今回のイベントでは、女性の“元気”と“キレイ”を応援しようと、医師による乳がんセミナーや、乳がん経験者の山田邦子さんのスペシャル講演が行なわれるとともに、健康相談コーナー、ハンドマッサージや運動指導などのブースが設置され、花王グループからも、お肌の健康セミナーや手洗い講座、スキンケアアドバイスやポイントメイクコーナーなどを提供しました。当日は、チャーターバスを運行して沿岸部にお住まいの方にも気軽にご参加いただけるようにし、400名を超える方にご来場いただきました。

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。

外部評価

グローバル

SRI インデックスへの組み入れおよび評価

■ SRI インデックス

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)インデックス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/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>

■ 評価

花王は、スイスに拠点を置く、世界の代表的な SRI 評価会社 RobecoSAM 社によって「シルバークラス」に選定されました。



グローバル

2013 年外部表彰一覧

花王グループの 2013 年の代表的な外部からの表彰をご紹介します。

■2013 年 1 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
2013/1	花王カスタマーマーケティング(株) 中四国リージョン	広島市「クリーンボランティア支援事業」に賛同し、2009 年 7 月から行なってきた清掃活動が環境美化の功績として表彰	広島市
2013/2	花王(株)	花王の出張授業・おそうじ講座『お家のおしごと』が「第 3 回キャリア教育アワード」で優秀賞を受賞	経済産業省
2013/2	和歌山工場	和佐福祉工場への支援が認められ、和歌山工場が全国社会就労センター協議会より特別感謝状	全国社会福祉協議会 全国社会就労センター協議会
2013/2	花王(株)	“女性が働き続けるための環境整備を含め、女性人材の活用を積極的に勤めている”かつ“ROE(株主資本利益率)が業種平均以上など一定以上の経営効率を実現している”企業として「なでしこ銘柄」に選定。	東京証券取引所
2013/3	花王(株)	「花王ウェイ」の理念とイコール・パートナーシップ精神が高く評価され、「ダイバーシティ経営企業 100 選」に選定	経済産業省
2013/3	花王(株)	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。	Ethisphere Institute
2013/5	花王(株)	世界包装機構(WPO:World Packaging Organisation)の主催する「ワールドスターコンテスト」において、機能と使いやすさ、環境への配慮の全てにおいて高く評価され「置き型リセッション デザインコレクション」がワールドスター賞を受賞	世界包装機構(WPO: World Packaging Organisation)
2013/5	花王(株)	超濃縮衣料用液体洗剤「アタック Neo」の開発により日本化学工業協会(以下、日化協)の「第 45 回日化協技術賞」の「環境技術賞」を受賞	一般社団法人日本化学工業協会
2013/5	花王(株)	環境対応、ユニバーサル対応の包装技術が高く評価され、化粧水つめかえ用容器が公益社団法人日本包装技術協会の「第 37 回木下賞 包装技術賞」を受賞	公益社団法人日本包装技術協会
2013/6	花王(株)	消費者と製造者が共に地球の環境負荷を低減するという“いっしょに eco”を行なうことで、業界に大きな変革をもたらした点が評価され、「アタック Neo」が「第 12 回グリーン・サステナブルケミストリー賞(GSC 賞)」の経済産業大臣賞を受賞	経済産業省
2013/6	花王(株)	眼刺激性代替技術開発研究が、毒性学的意義のみならず、社会的意義もきわめて高いと評価され、日本毒性学会「技術賞」を受賞	日本毒性学会
2013/7	花王(株)	社員の健康づくりに向けて総合的な取り組みが高く評価され、「平成 25 年 厚生労働大臣表彰 奨励賞」を受賞	厚生労働省
2013/7	花王(株)	「未来の自立した消費者となるべき子どもを育む取り組みでの新たな発想、工夫、手法がある」活動として評価され、手洗い講座「手あらいのたいせつさ」が「第 7 回キッズデザイン賞」を受賞	特定非営利活動法人キッズデザイン協議会
2013/9	花王(株)	「生理用ナプキンの装着感が睡眠経過に与える影響」に関する研究が、心身健康科学の研究と普及に貢献すると評価され、「日本心身健康科学会奨励賞」を受賞	日本心身健康科学会
2013/10	花王(株)	男性社員の育児休業の取得促進や、仕事との両立支援を進める取り組みとその実績、継続性が高く評価され、「イクメン企業アワード」初代グランプリを受賞	厚生労働省
2013/11	花王ヘルス&ニュートリション	米国版「QUPIO」と「ヘルシア」の飲用を組み合わせさせた研究が、グローバルな肥満課題の解決に貢献できるモデルとして高く評価され、The Obesity Society の 2013 年度年次大会(米国ジョージア州)において、「優秀ポスター賞」を受賞	The Obesity Society
2013/11	花王(株)	「NPO や NGO との連携」「長期的な視点での支援や活動」を重点においた活動が評価され、「平成 25 年度ボランティア功労者厚生労働大臣表彰」を受賞	厚生労働省
2013/12	花王(株)	「京都環境フェスティバル 2013」にて、花王の展示ブースが環境について楽しく、面白く学べたとして「みんなが選ぶベスト 5」において 3 位に入賞し、優良賞を受賞	京と地球の共生府民会議

独立保証報告書



独立した第三者保証報告書

2014年5月26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



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 2014（以下、「サステナビリティレポート」という。）に記載されている2013年1月1日から2013年12月31日までを対象とした「★」マークの付されている環境・社会パフォーマンス指標（以下、「指標」という。）に対して限定的保証業務を実施した。

会社の責任

環境省の環境報告ガイドライン 2012年版及び Global Reporting Initiative のサステナビリティ・レポーティング・ガイドライン第4版等を参考にして会社が定めた指標の算定・報告基準（以下、「会社の定める基準」という。）に従って指標を算定し、表示する責任は会社にある。

当社の責任

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。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)、ISAE3410「温室効果ガス情報に対する保証業務」(2012年6月)及びサステナビリティ情報審査協会のサステナビリティ情報審査実務指針(2012年12月改訂)に準拠して限定的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、主としてサステナビリティ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、合理的保証業務における手続と比べて、その種類は異なり、実施の程度は狭く、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。

- サステナビリティレポートの作成・開示方針についての質問及び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栃木工場及び Pilipinas Kao, Incorporated 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、サステナビリティ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算定され、表示されていないと認められる事項は発見されなかった。

当社の独立性と品質管理

当社は、誠実性、客観性、職業的専門家としての能力と正当な注意、守秘義務及び職業的専門家としての行動に関する基本原則に基づく独立性及びその他の要件を含む、国際会計士倫理基準審議会の公表した「職業会計士の倫理規程」を遵守した。

当社は、国際品質管理基準第1号に準拠して、倫理要件、職業的専門家としての基準及び適用される法令及び規則の要件の遵守に関する文書化した方針と手続を含む、包括的な品質管理システムを維持している。

以上

第三者意見



(株)日本総合研究所 理事
足達 英一郎 氏 (あだち えいいちろう)

1986年一橋大学経済学部卒業。1990年株式会社日本総合研究所入社。経営戦略研究部、技術研究部を経て、現職。主に企業の社会的責任の観点からの産業調査、企業評価を手がける。ISO26000規格化作業部会日本国エキスパート(2005年3月～2009年5月)。

主な共著書に『CSR経営とSRI』(2004年、きんざい)、『地球温暖化で伸びるビジネス』(2007年、東洋経済新報社)、『環境経営入門』(2009年、日本経済新聞出版社)など多数。

本号では、まず冒頭にある「私ども企業も、社会課題を解決し、より良い社会を築くために果たすべき責任がある」という明確なトップメッセージに注目しました。花王グループは、研究開発を重視し、消費者や顧客の立場に立った”よきモノづくり”を進め、商品の高付加価値化による持続的な”利益ある成長”と、事業活動を通じた社会的課題の解決や社会貢献活動による”社会のサステナビリティへの貢献”との両立を図り、グローバルで存在感のある会社を目指すとの方針をこれまでも掲げてきました。2013年12月期の連結決算の実績は、こうした一貫性のあるメッセージに説得力を与えるものになっていると考えます。

新たに定められた「サステナビリティステートメント」では、「エコロジー」、「コミュニティ」、「カルチャー」という3つの重点領域を定められました。このことも、花王グループの企業姿勢を理解するうえで、大きな助けとなると考えます。

そのうえで、「ステートメント」にもとづく活動や報告内容を拝見すると、「エコロジー」には「事業活動がもたらす負荷の低減」の視点が盛り込まれているのに対して、「コミュニティ」、「カルチャー」の領域では、この視点(例えば、原料調達における地域への影響や、従業員に対する人権配慮など)の盛り込みが相対的に小さいことがやや気がかりでした。花王グループは、事業のグローバル拡大をめざしています。海外では、企業が事業活動を通じて社会的課題を解決することや社会貢献活動に積極的に取り組むことと同等もしくはそれ以上に、「事業活動がもたらす負荷」への配慮に強い関心が寄せられています。活動と情報開示の両面で、「エコロジー」、「コミュニティ」、「カルチャー」の取り組みがさらに進化することを期待します。

「事業活動を通じた社会的課題の解決」の観点では、花王グループには、これまでに、より少ない水ですすぎができる洗剤や脂肪を消費しやすくする特定保健用食品などの開発実績があります。2014年4月には、ライフスタイルの改善を通じた健康の維持・増進を目的とした「内臓脂肪に着目した健康支援サービス」事業を開始することを発表しました。今後も、社会的課題の解決を意図した事業を先導されることを期待します。

これに関連して、近年、社会起業家の育成・支援を通じて、社員の能力開発や自社のビジネス変革を実現しようとする試みに関心が高まっています。花王グループではすでに、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する「花王社会起業塾」という取り組みを行なっているので、これを単なる社会貢献活動として位置づけるのではなく、将来的には社会的課題の解決を意図した事業開発と有機的に結びつけることを視野に、海外、とりわけ発展途上国において拡充することを提案したいと思います。

最後に、カネボウ化粧品のパロドノール配合製品に関する問題については、発症状況の把握、回復支援、再発防止の取り組みに継続して注目したいと考えます。今後も適切な情報開示を要望いたします。

社会的責任投資のための企業情報の提供を金融機関に対して行っている立場から、本書を通じて理解した花王グループの”社会のサステナビリティへの貢献”に向けた活動ならびにその情報開示に関し、第三者意見を提出したものです。このコメントは、本報告書が、一般に公正妥当と認められる環境報告書等の作成基準に準拠して正確に測定、算定され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結果を表明するものではありません。

GRI/ISO26000対照表

GRI G4 ガイドライン対照表

本報告書には、GRI サステナビリティ・レポート・ガイドラインによる標準開示項目の情報が記載されています。

一般標準開示項目

戦略および分析

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
1	組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	トップメッセージ	4
2	主要な影響、リスクと機会	トップメッセージ 花王サステナビリティステートメント リスクマネジメント	4 12 46

組織のプロフィール

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
3	組織の名称	花王グループ概要（レポート外）	—
4	主要なブランド、製品およびサービス	花王グループの事業分野（レポート外）	—
5	組織の本社の所在地	花王グループ概要（レポート外）	—
6	組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称	グローバル展開（レポート外）	—
7	組織の所有形態や法人格の形態	花王グループ概要（レポート外）	—
8	参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む）	グループ会社一覧（レポート外）	—
9	組織の規模 ・総従業員数 ・総事業所数 ・純売上高（民間組織について）、純収入（公的組織について） ・株主資本および負債の内訳を示した総資本（民間組織について） ・提供する製品、サービスの量	花王グループ概要（レポート外）	—
10	・雇用契約別および男女別の総従業員数 ・雇用の種類別、男女別の総正社員数 ・従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力 ・地域別、男女別の総労働力 ・組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者（請負業者の従業員とその派遣労働者を含む）以外の者であるか否かを報告する ・雇用者数の著しい変動（例えば観光業や農業における雇用の季節変動）があれば報告する	多様性の推進と人権の尊重	114
11	団体交渉協定の対象となる全従業員の比率	—	—
12	組織のサプライチェーン	—	—
13	報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合	—	—
外部のイニシアティブへのコミットメント			
14	組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方	花王サステナビリティステートメント リスクマネジメント レスポンシブル・ケア活動	12 46 49
15	外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したものを一覧表示	—	—
16	（企業団体など）団体や国内外の提言機関で、組織が次の項目に該当する位置付けにあるものについて、会員資格を一覧表示	—	—

特定されたマテリアルな側面とバウンダリー

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
17	・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体の一覧 ・組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか	グループ会社一覧(レポート外)	—
18	・報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセス ・組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したか	編集方針 花王にとっての重要課題(マテリアリティ)	3 12
19	報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面の一覧	3つの重点領域と取り組むべき分野	13
20	各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリー	編集方針	3
21	各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリー	—	—
22	過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合、その影響および理由	—	—
23	スコープおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更	該当なし	該当なし

ステークホルダー・エンゲージメント

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
24	組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧	花王サステナビリティステートメント	12
25	組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準	花王サステナビリティステートメント	12
26	ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法(種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など)、またエンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否か	花王サステナビリティステートメント 第三者意見	12 150
27	ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか(報告を行って対応したものを含む)。また主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループ	花王サステナビリティステートメント	12

報告書のプロフィール

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
28	提供情報の報告期間(会計年度、暦年など)	編集方針	3
29	最新の発行済報告書の日付(該当する場合)	編集方針	3
30	報告サイクル(年次、隔年など)	編集方針	3
31	報告書またはその内容に関する質問の窓口	編集方針	3
GRI 内容索引			
32	・組織が選択した「準拠」のオプション ・選択したオプションの GRI 内容索引 ・報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報を報告	編集方針 GRI G4 ガイドライン対照表	3 151
保証			
33	・報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行 ・サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準 ・組織と保証の提供者の関係 ・最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否か	編集方針 独立保証報告書	3 149

ガバナンス

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
ガバナンスの構造と構成			
34	・組織のガバナンス構造(最高ガバナンス組織の委員会を含む) ・経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会があれば特定	コーポレート・ガバナンス	37
35	最高ガバナンス組織から役員や他の従業員へ、経済、環境、社会テーマに関して権限委譲を行うプロセス	花王サステナビリティステートメント	12
36	組織が、役員レベルの地位にある者を経済、環境、社会テーマの責任者として任命しているか、その地位にある者が最高ガバナンス組織の直属となっているか否か	花王サステナビリティステートメント	12

37	ステークホルダーと最高ガバナンス組織の間で、経済、環境、社会テーマについて協議するプロセスを報告する。協議が権限移譲されている場合は、誰に委任されているか、最高ガバナンス組織へのフィードバック・プロセスがある場合は、そのプロセスについて	-	-
38	最高ガバナンス組織およびその委員会の構成	コーポレート・ガバナンス	37
39	最高ガバナンス組織の議長が執行役員を兼ねているか否か(兼ねている場合は、組織の経営における役割と、そのような人事の理由)	コーポレート・ガバナンス	37
40	・最高ガバナンス組織とその委員会のための指名・選出プロセス ・最高ガバナンス組織のメンバーの指名や選出で用いられる基準	コーポレート・ガバナンス	37
41	・最高ガバナンス組織が、利益相反が排除され、マネジメントされていることを確実にするプロセス ・ステークホルダーに対して利益相反に関する情報開示を行っているか ・最低限、次の事項を開示しているか(役員会メンバーの相互就任、サプライヤーその他ステークホルダーとの株式の持ち合い、支配株主の存在、関連当事者の情報)	コーポレート・ガバナンス	37
目的、価値、戦略の設定における最高ガバナンス組織の役割			
42	経済、環境、社会影響に関わる組織の目的、価値、ミッション・ステートメント、戦略、方針、および目標、策定、承認、更新における最高ガバナンス組織と役員の役割	花王サステナビリティステートメント コーポレート・ガバナンス	12 37
最高ガバナンス組織の能力およびパフォーマンスの評価			
43	経済、環境、社会テーマに関する最高ガバナンス組織の集会的知見を発展・強化するために講じた対策	-	-
44	・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスを評価するためのプロセス(当該評価の独立性が確保されているか否か、および評価の頻度、当該評価が自己評価であるか否か) ・最高ガバナンス組織の経済、環境、社会テーマのガバナンスに関わるパフォーマンスの評価に対応して講じた措置	-	-
リスク・マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割			
45	・経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントにおける最高ガバナンス組織の役割。この報告には、デュー・デリジェンス・プロセスの実施における最高ガバナンス組織の役割も含まれる ・ステークホルダーとの協議が、最高ガバナンス組織による経済、環境、社会影響、リスクと機会の特定、マネジメントをサポートするために活用されているか否か	コーポレート・ガバナンス リスクマネジメント	37 46
46	組織の経済、環境、社会的テーマに関わるリスク・マネジメント・プロセスの有効性をレビューする際に最高ガバナンス組織が負う役割	リスクマネジメント	46
47	最高ガバナンス組織が実施する経済、環境、社会影響、リスクと機会のレビューを行う頻度	-	-
サステナビリティ報告における最高ガバナンス組織の役割			
48	組織のサステナビリティ報告書の正式なレビューや承認を行い、すべてのマテリアルな側面が取り上げられていることを確認するための最高位の委員会または役職	花王サステナビリティステートメント	12
経済、環境、社会パフォーマンスの評価における最高ガバナンス組織の役割			
49	最高ガバナンス組織に対して重大な懸念事項を通知するためのプロセス	リスクマネジメント	46
50	最高ガバナンス組織に通知された重大な懸念事項の性質と総数、およびその対応と解決のために実施した手段	-	-
報酬とインセンティブ			
51	最高ガバナンス組織および役員に対する報酬方針	コーポレート・ガバナンス	37
52	報酬の決定プロセス	コーポレート・ガバナンス	37
53	報酬に関するステークホルダーの意見をどのように求め考慮しているか	コーポレート・ガバナンス	37
54	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値(最高給与受給者を除く)に対する比率	-	-
55	組織の重要事業所があるそれぞれの国における最高給与受給者の年間報酬総額の増加率について、同じ国の全従業員の年間報酬総額の中央値(最高給与受給者を除く)の増加率に対する比率	-	-

倫理と誠実性

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
56	組織の価値、理念および行動基準・規範(行動規範、倫理規定など)	花王サステナビリティステートメント 「健全な事業活動」の取り組み	12 32
57	倫理的、法的行為や誠実性に関する事項について助言を与えるため組織内外に設けてある制度(電話相談窓口)	コンプライアンス	41

58	非倫理的あるいは違法な行為についての懸念や、組織の誠実性に関する事項の通報のために組織内外に設けてある制度(ライン管理職による上申制度、内部告発制度、ホットラインなど)	コンプライアンス	41
----	--	----------	----

特定標準開示項目

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
DMA	(DMA: Disclosures on Management Approach、マネジメント手法の開示項目)		
	a. 側面がマテリアルである理由を報告する。当該側面をマテリアルと判断する要因となる影響を報告する。	花王サステナビリティステートメント	12
	b. マテリアルな側面やその影響に関する組織のマネジメント方法を報告する。	重点領域「エコロジー」	19
	c. マネジメント手法の評価を、次の事項を含めて報告する。	重点領域「コミュニティ」	25
	・ マネジメント手法の有効性を評価する仕組み	重点領域「カルチャー」	31
	・ マネジメント手法の評価結果	レスポンシブル・ケア活動	49
	・ マネジメント手法に関連して調整を行った場合、その内容	コンプライアンス	41
		サプライヤーとの連携	102
		人材開発	111
		側面一般と側面固有の DMA をすべて含む	

経済

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
側面: 経済パフォーマンス			
EC1	創出、分配した直接的経済価値	有価証券報告書(レポート外)	—
EC2	気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会	「事業活動による環境負荷の低減」の取り組み	20
		環境に配慮した容器包装	55
		CO ₂	58
EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	有価証券報告書(レポート外)	—
EC4	政府から受けた財務援助	—	—
側面: 地域での存在感			
EC5	重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率(男女別)	—	—
EC6	重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	—	—
側面: 間接的な経済影響			
EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	「ステークホルダーと連携した環境活動」の取り組み	23
		社会貢献活動の考え方	132
EC8	著しい間接的な経済影響(影響の程度を含む)	—	—
側面: 調達慣行			
EC9	重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率	—	—

環境

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
側面: 原材料			
EN1	使用原材料の重量または量	環境に配慮した容器包装	55
		製品ライフサイクルと環境負荷	79
EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	製品ライフサイクルと環境負荷	79
側面: エネルギー			
EN3	組織内のエネルギー消費量	CO ₂	58
		製品ライフサイクルと環境負荷	79
EN4	組織外のエネルギー消費量	—	—
EN5	エネルギー原単位	CO ₂	58
EN6	エネルギー消費の削減量	CO ₂	58
EN7	製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量	「事業活動による環境負荷の低減」の取り組み	20
		CO ₂	58
側面: 水			
EN8	水源別の総取水量	—	—

花王サステナビリティレポート2014

EN9	取水によって著しい影響を受ける水源	—	—
EN10	リサイクルおよびリユースした水の総量と比率	—	—
側面: 生物多様性			
EN11	保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト	該当なし	該当なし
EN12	保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響	生物多様性への対応	68
EN13	保護または復元されている生息地	該当なし	該当なし
EN14	事業の影響を受ける地域に生息するIUCN レッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類する	—	—
側面: 大気への排出			
EN15	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)	CO ₂	58
EN16	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	CO ₂	58
EN17	その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出(スコープ3)	製品ライフサイクルと環境負荷	79
EN18	温室効果ガス(GHG)排出原単位	CO ₂	58
EN19	温室効果ガス(GHG)排出量の削減量	CO ₂	58
EN20	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	—	—
EN21	NO _x 、SO _x 、およびその他の重大な大気排出	その他の環境負荷	72
側面: 排水および廃棄物			
EN22	水質および排出先ごとの総排水量	その他の環境負荷	72
EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	その他の環境負荷	72
EN24	重大な漏出の総件数および漏出量	該当なし	該当なし
EN25	バーゼル条約2付属文書I、II、III、VIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率	—	—
EN26	組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値	—	—
側面: 製品およびサービス			
EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	環境に配慮した容器包装 「事業活動による環境負荷の低減」 の取り組み	55 20
EN28	使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率(区分別)	—	—
側面: コンプライアンス			
EN29	環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数	該当なし	該当なし
側面: 輸送・移動			
EN30	製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響	CO ₂ 製品ライフサイクルと環境負荷	58 79
側面: 環境全般			
EN31	環境保護目的の総支出と総投資(種類別)	環境会計	81
側面: サプライヤーの環境評価			
EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率	—	—
EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響(現実的、潜在的なもの)、および行った措置	—	—
側面: 環境に関する苦情処理制度			
EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数	該当なし	該当なし

社会

労働慣行とディーセント・ワーク

項目	指標	サステナビリティレポート2014での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
側面: 雇用			
LA1	従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率(年齢、性別、地域による内訳)	多様性の推進と人権の尊重	114
LA2	派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付(主要事業拠点ごと)	—	—
LA3	出産・育児休暇後の復職率と定着率(男女別)	ワーク・ライフ・バランス	118
側面: 労使関係			
LA4	業務上の変更を実施する場合の最低通知期間(労働協約で定めているか否かも含む)	—	—

側面:労働安全衛生			
LA5	労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率	—	—
LA6	傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数(地域別、男女別)	労働安全衛生・保安防災	124
LA7	業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数	—	—
LA8	労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ	—	—
側面:研修および教育			
LA9	従業員一人あたりの年間平均研修時間(男女別、従業員区分別)	—	—
LA10	スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援	人材開発	111
LA11	業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率(男女別、従業員区分別)	—	—
側面:多様性と機会均等			
LA12	ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳(性別、年齢、マイノリティーグループその他の多様性指標別)	多様性の推進と人権の尊重	114
側面:男女同一報酬			
LA13	女性の基本給と報酬総額の対男性比(従業員区分別、主要事業拠点別)	—	—
側面:サプライヤーの労働慣行評価			
LA14	労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	—	—
LA15	サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響(現実のもの、潜在的なもの)と実施した措置	—	—
側面:労働慣行に関する苦情処理制度			
LA16	労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし	該当なし

人権

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
側面:投資			
HR1	重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率	—	—
HR2	業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間(研修を受けた従業員の比率を含む)	—	—
側面:被差別			
HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	—	—
側面:結社の自由と団体交渉			
HR4	結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策	—	—
側面:児童労働			
HR5	児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策	—	—
側面:強制労働			
HR6	強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策	—	—
側面:保安慣行			
HR7	業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率	—	—
側面:先住民の権利			
HR8	先住民の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置	該当なし	該当なし
側面:人権評価			
HR9	人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率	—	—
側面:サプライヤーの人権評価			
HR10	人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	—	—
HR11	サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	—	—
側面:人権に関する苦情処理制度			
HR12	人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし	該当なし

社会

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
側面: 地域コミュニティ			
SO1	事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率	—	—
SO2	地域コミュニティに著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)を及ぼす事業	該当なし	該当なし
側面: 腐敗防止			
SO3	腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク	—	—
SO4	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	「健全な事業活動」の取り組み	32
SO5	確定した腐敗事例、および実施した措置	該当なし	該当なし
側面: 公共政策			
SO6	政治献金の総額(国別、受領者・受益者別)	該当なし	該当なし
側面: 反競争的行為			
SO7	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果 ・組織の関与が明らかとなった反競争的行為、反トラスト法違反、独占禁止法違反により、報告期間内に法的措置を受けた事例(終結しているもの、していないもの)の総件数を報告する。 ・法的措置が終結したものについては、結果(決定や判決を含む)の主要点を報告する。	該当なし	該当なし
側面: コンプライアンス			
SO8	法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数	該当なし	該当なし
側面: サプライヤーの社会への影響評価			
SO9	社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	該当なし	該当なし
SO10	サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響(現実のもの、潜在的なもの)および実施した措置	該当なし	該当なし
側面: 社会への影響に関する苦情処理制度			
SO11	社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数	該当なし	該当なし

製品責任

項目	指標	サステナビリティレポート 2014 での掲載箇所	
		ウェブサイト	PDF
側面: 顧客の安全衛生			
PR1	主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率	品質保証の取り組み	97
PR2	製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	—	—
側面: 製品およびサービスのラベリング			
PR3	組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率	消費者とのコミュニケーション	84
PR4	製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	該当なし	該当なし
PR5	顧客満足度調査の結果	—	—
側面: マーケティング・コミュニケーション			
PR6	販売禁止製品、係争中の製品の売上	該当なし	該当なし
PR7	マーケティング・コミュニケーション(広告、プロモーション、スポンサー活動を含む)に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数(結果の種類別)	該当なし	該当なし
側面: 顧客プライバシー			
PR8	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数	該当なし	該当なし
側面: コンプライアンス			
PR9	製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額	該当なし	該当なし

ISO26000 対照表

中核主題と課題		サステナビリティレポート 2014 での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
6.2	組織統治	トップメッセージ	4
		花王サステナビリティステートメント	12
		ガバナンス	36
		環境コミュニケーション	74
		消費者とのコミュニケーション	84
		サプライヤーとの連携	102
		人材開発	111
		多様性の推進と人権の尊重	114
		株主・投資家とともに	128
		社会貢献の取り組み	131
6.3	人権	花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(レポート外)	—
6.3.3	デューディリジェンス	花王サステナビリティステートメント	12
		コンプライアンス	41
		多様性の推進と人権の尊重	114
		サプライヤーとの連携	102
6.3.4	人権に関する危機的状況	多様性の推進と人権の尊重	114
6.3.5	加担の回避	多様性の推進と人権の尊重	114
		サプライヤーとの連携	102
6.3.6	苦情解決	コンプライアンス	41
		消費者とのコミュニケーション	84
6.3.7	差別及び社会的弱者	多様性の推進と人権の尊重	114
		社会貢献の取り組み	131
6.3.8	市民的及び政治的権利	コンプライアンス	41
		社員との対話の推進	117
6.3.9	経済的・社会的及び文化的権利	コンプライアンス	41
		多様性の推進と人権の尊重	114
		社会貢献の取り組み	131
6.3.10	労働における基本的原則及び権利	コンプライアンス	41
		多様性の推進と人権の尊重	114
6.4	労働慣行		
6.4.3	雇用及び雇用関係	コンプライアンス	41
		多様性の推進と人権の尊重	114
6.4.4	労働条件及び社会的保護	社員との対話の推進	117
6.4.5	社会対話	社員との対話の推進	117
6.4.6	労働における安全衛生	労働安全衛生・保安防災	124
		レスポンシブル・ケア活動	49
6.4.7	職場における人材育成及び訓練	人材開発	111
6.5	環境		
6.5.3	汚染の予防	花王サステナビリティステートメント	12
		その他の環境負荷	72
		化学物質の適正管理	63
6.5.4	持続可能な資源の利用	花王サステナビリティステートメント	12
		生物多様性への対応	68
		サプライヤーとの連携	102
6.5.5	気候変動緩和及び適応	花王サステナビリティステートメント	12
		「事業活動による環境負荷の低減」の取り組み	20
		CO ₂	58
6.5.6	環境保護・生物多様性及び自然生息地の回復	花王サステナビリティステートメント	12
		生物多様性への対応	68
		サプライヤーとの連携	102

花王サステナビリティレポート2014

6.6	公正な事業慣行		
6.6.3	汚職防止	「健全な事業活動」の取り組み コーポレート・ガバナンス コンプライアンス	32 37 41
6.6.4	責任ある政治的関与	コンプライアンス	41
6.6.5	公正な競争	「健全な事業活動」の取り組み コーポレート・ガバナンス コンプライアンス	32 37 41
6.6.6	バリューチェーンにおける社会的責任の推進	コーポレート・ガバナンス コンプライアンス バリューチェーンにおける取り組み	37 41 101
6.6.7	財産権の尊重	コンプライアンス	41
6.7	消費者課題		
6.7.3	公正なマーケティング・事実即した偏りのない情報・及び公正な契約慣行	消費者とのコミュニケーション バリューチェーンにおける取り組み	84 101
6.7.4	消費者の安全衛生の保護	消費者とのコミュニケーション 品質保証の取り組み	84 97
6.7.5	持続可能な消費	重点領域「エコロジー」 環境に配慮した容器包装	19 55
6.7.6	消費者に対するサービス・支援・並びに苦情及び紛争の解決	消費者とのコミュニケーション 品質保証の取り組み	84 97
6.7.7	消費者データ保護及びプライバシー	コンプライアンス	41
6.7.8	必要不可欠なサービスへのアクセス	消費者とのコミュニケーション	84
6.7.9	教育及び意識向上	消費者とのコミュニケーション 品質保証の取り組み 環境コミュニケーション 社会貢献の取り組み	84 97 74 131
6.8	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展		
6.8.3	コミュニティへの参画	花王サステナビリティステートメント 重点領域「エコロジー」 重点領域「コミュニティ」 重点領域「カルチャー」 レスポンシブル・ケア活動 環境コミュニケーション 生物多様性への対応 社会貢献の取り組み お客さまとともに	12 19 25 31 49 74 68 131 83
6.8.4	教育及び文化	重点領域「コミュニティ」 社会貢献の取り組み 生物多様性への対応	25 131 68
6.8.5	雇用創出及び技能開発	バリューチェーンにおける取り組み	101
6.8.6	技術の開発及び技術へのアクセス	「事業活動による環境負荷の低減」の取り組み 「事業を通じたコミュニティへの積極的なかわり」の取り組み 環境コミュニケーション	20 26 74
6.8.7	富及び所得の創出	重点領域「コミュニティ」 重点領域「カルチャー」 社会貢献の取り組み	25 31 131
6.8.8	健康	重点領域「コミュニティ」 社会貢献の取り組み	25 131
6.8.9	社会的投資	重点領域「コミュニティ」 重点領域「カルチャー」 社会貢献の取り組み	25 31 131

KaO

自然と調和する ころ豊かな毎日をめざして

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10

<http://www.kao.com>