



花王サステナビリティレポート 2015

ハイライト

自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

KaO

CONTENTS

トップメッセージ	1
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	4
財務・非財務ハイライト	6
事業紹介	8
主な拠点と事業展開	10
花王サステナビリティステートメント	11

3つの重点領域ハイライト

エコロジー

事業活動による環境負荷の低減	18
ステークホルダーと連携した環境活動	21

コミュニティ

事業を通じたコミュニティへの 積極的な関わり	22
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	24

カルチャー

健全な事業活動	26
ダイバーシティ&インクルージョン	29

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。グローバルな社会的課題の解決に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。
- 本冊子「花王サステナビリティレポート2015ハイライト」では、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」における花王グループの代表的な取り組みをわかりやすくお伝えしています。
- 3つの重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」における花王グループのさまざまな取り組み、マネジメント体制や環境・社会関連の詳細なデータ等についてはウェブサイト「花王サステナビリティレポート2015」（HTML版およびPDF版）で紹介しています。

「花王サステナビリティレポート2015」はこちらをご参照ください
http://www.kao.com/jp/corp_csr/reports.html

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が、環境・社会関連のデータについては花王株式会社および子会社を集計範囲としています。

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。

対象期間

2014年度（2014年1月1日～2014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2015年度の活動内容を含みます。



花王株式会社
代表取締役 社長執行役員
澤田 道隆

トップメッセージ

社会的課題の解決を通じ、「利益ある成長」と「社会のサステナビリティへの貢献」の両立を図ります。

花王グループの事業活動と“よきモノづくり”

花王は創業以来、消費者起点に立ち、人々の豊かな生活文化の実現に貢献することをめざして事業活動を行なってきました。清潔・美・健康の分野で生活密着型の価値提案を行なう家庭用製品や化粧品、および広く産業界の発展に貢献する工業用製品の開発・提供など、幅広い分野で日本はもとより、アジアや欧米の数多くの消費者・顧客の皆さまの信頼をいただいています。

世界のより多くの人々への貢献をめざして、花王グループのビジネスは拡大していますが、時代の変化に合わせて、多様な人々の生活を見つめ、ニーズにきめ細かく対応した商品やサービスをお届けする“よきモノづくり”が我々の事業活動の基本であることに変わりはありません。この“よきモノづくり”をグローバルな視点で実践していくことで、花王ウェイに掲げた使命「豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティへの貢献」を果たすことができると考えています。

“よきモノづくり”を通じた社会的課題の解決への貢献

近年、世界のさまざまな分野で大きな変化が起きています。社会・経済環境が大きく変わり、また環境問題をはじめとする地球規模の社会的課題もさらに多様化、複雑化しています。企業が存続していくためには、その土台である社会が持続可能であることが大前提です。グローバル社会の一員である我々も、社会のサステナビリティに向け、責任を果たしていかなければなりません。花王グループでは、事業分野に関連する環境、健康、高齢化、衛生などの社会的課題に対して価値提案を行ない、“よきモノづくり”を通じて、こうした社会的課題の解決に貢献していきます。

2013年7月に発表した「花王サステナビリティステートメント」は、花王グループとして社会的責任をどう果たしていくのか、社会のサステナビリティにどのような貢献ができるのかを明らかにしたものです。花王グループは注力すべき3つの重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」を定めています。

社会のサステナビリティに向けた取り組み

「花王サステナビリティステートメント」の3つの重点領域における主要な取り組みをご紹介します。

「コミュニティ」においては、事業活動や社会的活動を通じた世界のコミュニティの課題解決への貢献をめざしています。

社会的課題を解決する活動として、商品だけでなく、啓発活動も積極的に行なっています。たとえば、健康の分野では、脂肪を消費しやすくする機能性飲料「ヘルシア」を販売するとともに、健康づくりのための生活習慣の提案を行なっています。高齢化については、大人用紙おむつ「リリーフ」だけでなく、より快適に介護できるように、尿臭を消す衣料用洗剤「アタック消臭ストロング」、消臭剤「リセッシュ除菌EX 消臭ストロング」を発売するとともに、お客さまがより買いやすいように、介護関連商品と一体化した売場提案を行なっています。

また、衛生に関しては、女の子たちが初経を正しい知識を持って迎え、快適に過ごせるように、教材と生理用品「ロリエ」を提供し、日本やアジアで小中学校と連携した初経教育を実施しています。

さらに、ケミカル事業においても、環境負荷低減をはじめとする高付加価値製品を提供することで、顧客である取引先企業とともに、社会のサステナビリティに貢献しています。

一方、社会的活動に関しては、海外も含めたグループ各社が、事業場の立地する地域社会において、地域の課題の解決に寄

与するためにさまざまな取り組みを行ない、地域社会との関わりを深めています。こうした活動への社員のボランティア参加は、社会への貢献となるとともに、社員自身の成長にもつながり、花王グループにとっても意義のあることと考えています。

また、社員による活動だけでなく、たとえば、「花王社会起業塾」では社会の課題をビジネスの手法で解決しようとする社外の若手社会起業家の育成を支援しています。社会的課題の解決の加速を応援するとともに、支援している起業家と社員との交流会などの接点をつくっています。

「エコロジー」においては、事業活動全体を通じて環境負荷低減を図るとともに、多様なステークホルダーと連携した環境活動を展開しています。

製品ライフサイクル全体のCO₂排出量や製品使用時の水使用量の削減をめざし、節水型の衣料用濃縮液体洗剤「ウルトラアタックNeo」をはじめとするNeoシリーズを強化、また「泡持ちの良さ」と「すすぎの早さ」を両立させ、すすぎ時に節水できる食器用洗剤「キュキュット」を改良新発売しました。

研究開発の分野では、藻類研究において洗剤やシャンプー等に使用されている界面活性剤の原料である天然油脂の主成分、中鎖脂肪酸を多く生成する酵素を見いだすことに成功しました。これにより地球資源への依存が小さく、かつ食料と競合しない油脂原料ソースを獲得できるという、世界の先駆けとなる大きな可能性が出てきました。今後、藻類からの油脂生産技術開発を進め、工業化をめざしていく計画です。

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
2015年度経営数値目標

売上高 **1.4兆円**

営業利益 **1,500億円**

海外売上高比率※ **30%以上**

※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

K15達成のための中期成長戦略

1. コンシューマープロダクツ事業のグローバル拡大

- 成長市場：伸びゆく中間所得層をターゲットにした衣料用洗剤、ベビー用紙おむつ、生理用品などの「清潔商品」の提案により大幅な事業拡大
- 成熟市場：高付加価値商品投入により成長加速

2. ファブリック&ホームケア事業の磐石化と、ビューティケア事業およびヒューマンヘルスケア事業の利益ある成長の加速

ファブリック&ホームケア事業

- 各カテゴリーでのシェアNo. 1の維持・獲得

ビューティケア事業、ヒューマンヘルスケア事業

- 化粧品ビジネスを利益ある成長のステージへ
- 「健康」「高齢化」をテーマに新しい切り口で、商品やサービスを提案

3. ケミカル事業の強化

- 高付加価値化の推進
- コンシューマープロダクツとのシナジー強化

「カルチャー」の領域では、「コミュニティ」「エコロジー」の活動を支えるのは社員であるとの認識のもと、創業以来受け継いできた企業文化「正道を歩む」を基盤として健全な事業活動を推進するための研修や啓発活動を、花王グループ全体で実施しています。

また、人材の活性化、多様性を推進するため、「女性」と「シニア」をテーマに現場の社員と直接意見交換し、やりがいを持っていきいきと働ける環境やしぐみについて議論しました。多様なキャリアステージやライフスタイルに対する選択肢を増やすことをめざし、今後の人事施策・キャリア開発につなげていきます。

なお、2013年7月4日に自主回収を公表しました、カネボウ化粧品口ドデノール配合美白製品につきましては、白斑様症状を発症された方々の回復支援および補償への対応を真摯に行っており、当社グループをあげて再発防止に努めています。

花王グループ中期3カ年計画 K15の順調な進捗

2013年に発表した中期3カ年計画K15は順調に進捗しています。K15の目標は(1)過去最高の売上高、利益の突破、(2)2015年度経営数値目標の達成(売上高:1兆4,000億円、営業利益:1,500億円、海外売上高比率30%以上)です。2014年度は5期連続増収増益を達成し、K15の計画を上回っています。

2014年度の売上高および当期純利益は過去最高となり、営業利益・経常利益ともに2013年度に続き過去最高を更新しました。海外売上高比率も、アジアのコンシューマープロダクツやケミカル事業の伸長などにより、33.1%と計画を上回っている状況です。

K15の中間年である2014年度を計画達成に向けた重要な年と位置づけ、花王グループの資産の最大活用をベースとした、脱デフレ型成長モデル(積極投資による利益ある成長)の構築を進めるとともに、以下のK15の3つの戦略を推進してきました。

1. コンシューマープロダクツ事業のグローバル拡大
2. ファブリック&ホームケア事業の磐石化と、ビューティケア事業およびヒューマンヘルスケア事業の利益ある成長の加速
3. ケミカル事業の強化

グローバルでは、従来どおり高付加価値商品の提案を行なっています。同時に、アジアの成長市場では伸びゆく中間所得層向けの「清潔商品」の提案により、コンシューマープロダクツ事業のグローバル展開の拡大を進めています。日本では、環境、健康、高齢化、衛生など、社会的課題解決に貢献する高付加価値商品の投入により、成長を加速しています。またケミカル事業においても、環境負荷の低減に対応した高付加価値化の推進などにより強化を図っています。



グローバル社会で信頼される企業に

K15の達成と、さらにその先の将来に向け、花王グループは、清潔・健康・美の事業領域において社会的課題解決に貢献する未来提案を積極的に行ない、「利益ある成長」と「社会のサステナビリティへの貢献」の両立を図っていきたくと考えています。

花王は2005年に人権、労働、環境、腐敗防止の4分野に関する10原則を定めた国連グローバル・コンパクトへの支持を表明しました。グローバルでの事業拡大にあたり、グローバルな社会で共有されている原則や基準に従って、公正な事業活動を行なってまいります。

また、独立した客観的な視点を取り入れるため、2014年3月の定時株主総会後から、取締役会における社内取締役と社外取締役を同数とし、取締役会の議長を独立社外取締役が担当しております。コーポレート・ガバナンスのさらなる向上に向けた努力を今後も継続していきます。

花王グループは今後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と緊密なコミュニケーションをとり、要請や期待に応えていきます。社会から信頼される企業となるよう、グローバルスタンダードに沿うことは当然ながら、同時に花王らしさを発揮して、積極的に事業活動を推進してまいります。

花王株式会社
代表取締役 社長執行役員

澤田道隆

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、自主回収を継続し、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。

Web 株式会社カネボウ化粧品「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」
<http://www.kanebo-cosmetics.jp/information/>

概要

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2008年に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をいたしました。

2013年7月4日に自主回収を開始し、2015年4月30日時点で、700,888個の製品を回収いたしました。

また、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おります。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19,482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10,957人、和解合意された方は9,802人です（2015年4月30日時点）。

海外においても、各国・地域の薬事行政に従って回収を行ない、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いたします。

※ ロドデノール
化学名称は「4-(4-ヒドロキシフェニル)-2-ブタノール」。“ロドデノール”はカネボウ化粧品での名称です。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、厚生労働省の承認を得た医薬部外品有効成分です。

発症されたお客さまへの対応

基本方針

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、完治まで責任を持って対応する

活動方針

1. 原因究明、治療方法の確立に向けた取り組み
2. 発症されたお客さまの日常生活のサポート
3. 公平な補償対応

1. 原因究明、治療方法の確立に向けた取り組み

花王グループ研究員によるプロジェクトチームを編成し、原因究明、治療方法の確立に向けた研究を推進しており、日本皮膚科学会、厚生労働省等へ情報を提供しております。またカネボウ化粧品では、「化学物質（ロドデノール）による白斑研究基金」に、運営期間の2014年1月23日から2016年3月末までの約2年間で総額6,000万円の助成を予定しております。

2. 発症されたお客さまの日常生活のサポート

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・全国の支社に設置し、約400名の各地域の専任者がお客さまを訪問して、治療についてのご相談、お肌の状態の確認を行っております。ご希望があったお客さまへの「カバーメイクアップ専用用品」の提供や、メイクアドバイスなども行っております。

カバーメイクアップ専用用品

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用品」を開発いたしました。使う部位や範囲にあわせ、リキッドタイプ、コンシーラータイプ等の専用ファンデーションやパウダー類をご用意しております。

ご要望に対応して、2015年3月にパウダーファンデーション、BBクリーム、2アイテムと、カラーパウダーのコーラル系カラーを追加しました。



3. 公平な補償対応

① 基本的な考え方

カネボウ化粧品が製造販売した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いたします。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きます。

● 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上設定しました基準をもとに、お客さま毎に、発症からの期間やお客さまの症状の状況等を考慮の上、個別に金額を算定しお支払いいたします。

● 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により生じた収入の減少に対する補償をいたします。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及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の基準に従いお支払いいたします。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及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いたします。

● 後遺症慰謝料相当の補償

一定の時点においても*症状が回復していないことに対する補償として、後遺症慰謝料相当の補償をいたします。ご希望されるお客さまには、労災基準・裁判基準に基づき、発症部位や症状の大きさ、濃淡、回復傾向の有無等を考慮して補償の内容を決定させていただきます。症状が回復していないこと等の判断は、原則として医師の診断を基準とします。なお、後遺症慰謝料相当の補償をお受け取りになったお客さまにつきましては、カネボウ化粧品の補償に関する対応は終了とさせていただきますが、新たに有効な治療方法が確立された場合の情報提供等は継続いたします。

* 一定の時点とは、後記③のうち、「後遺症慰謝料相当の補償」に記載されておりますカネボウ化粧品からのご案内の時点とさせていただきます。

③ 支払時期

● 医療費・交通費

医療費・交通費は随時お支払いいたします。

● 精神的慰謝料・休業補償

精神的慰謝料・休業補償は、和解時にお支払いいたします。

● 後遺症慰謝料相当の補償

後遺症慰謝料相当の補償は、2014年12月時点で、お顔に大きく白斑様症状を発症されているお客さまからご案内をさせていただき、2015年7月からは症状が残っておられるすべてのお客さまを対象として順次ご案内させていただきます。お客さまが希望され、かつ後遺症慰謝料相当の補償の対象となった場合には、精神的慰謝料・休業補償とあわせて和解時にお支払いいたします。

再発防止に向けた取り組み

1. 花王グループの「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安全基準を導入いたしました。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おります。

2. 「お客さまの声聴き活動」の推進

お客さまの声により真摯に耳を傾け改善につなげるため、ご意見・ご要望をお聴きするハガキを2014年5月下旬に店頭を設置しました。また、気軽に化粧品に関する相談をしていただける「カネボウ化粧品 お肌の相談室」を、2014年7月に開設いたしました。

3. 社内の意識改革

(全社員による品質保証体制を続けていくために)

製品に関する社員の声をリアルタイムで収集する仕組みを構築しました。また、お客さま、医療機関、社員等から寄せられたすべての情報は、カネボウ化粧品の経営陣が参加する「品質向上検討会」で確認し、対策を検討しております。

カネボウ化粧品「安全基準」

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いたします。

② 処方安全性確認

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いたします。

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いたします。

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」もご紹介しております。

⑤ 販売後も常に安全性を点検

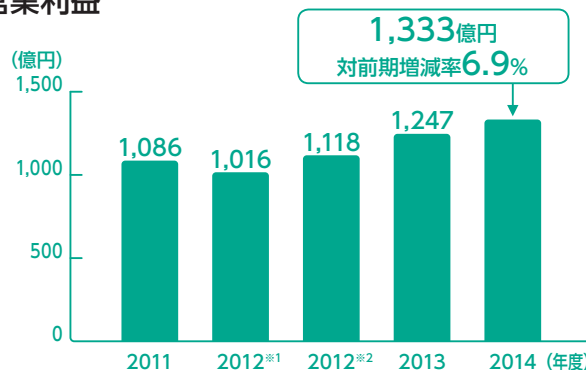
お客さま、医療機関からいただいた情報は一件一件詳細を確認し、安全性点検に活かします。店頭では「お客さまの声聴き活動」を行なっております。お客さまからのご意見、ご要望を改善活動につなげます。

財務ハイライト (連結)

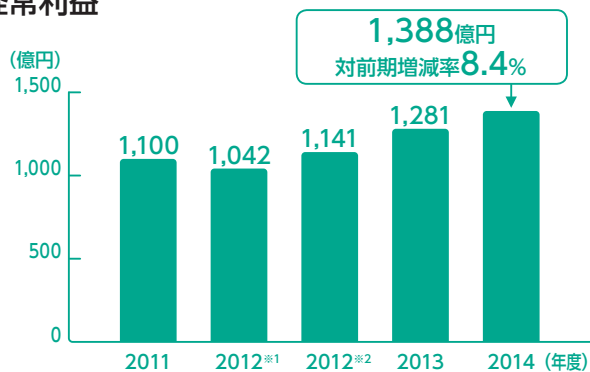
売上高



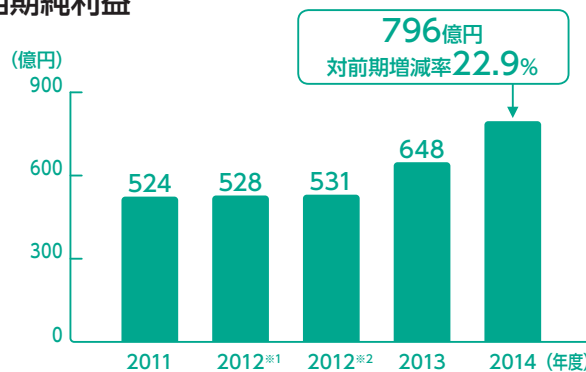
営業利益



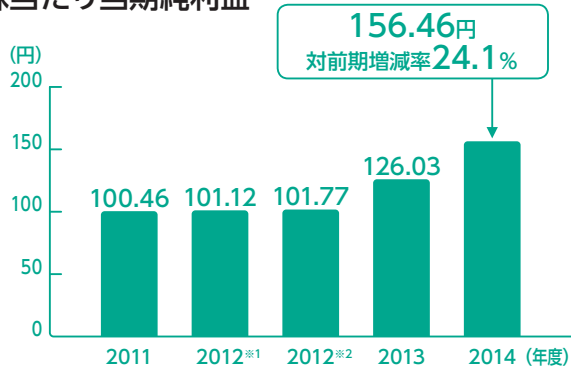
経常利益



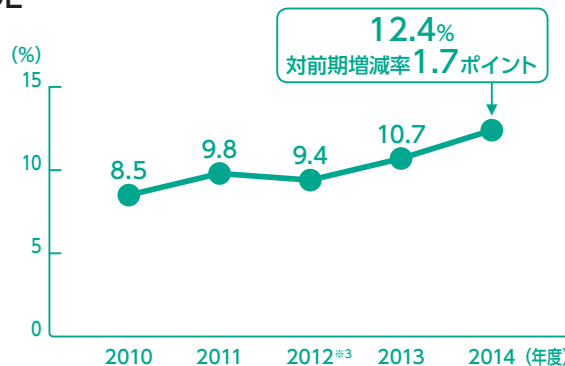
当期純利益



1株当たり当期純利益

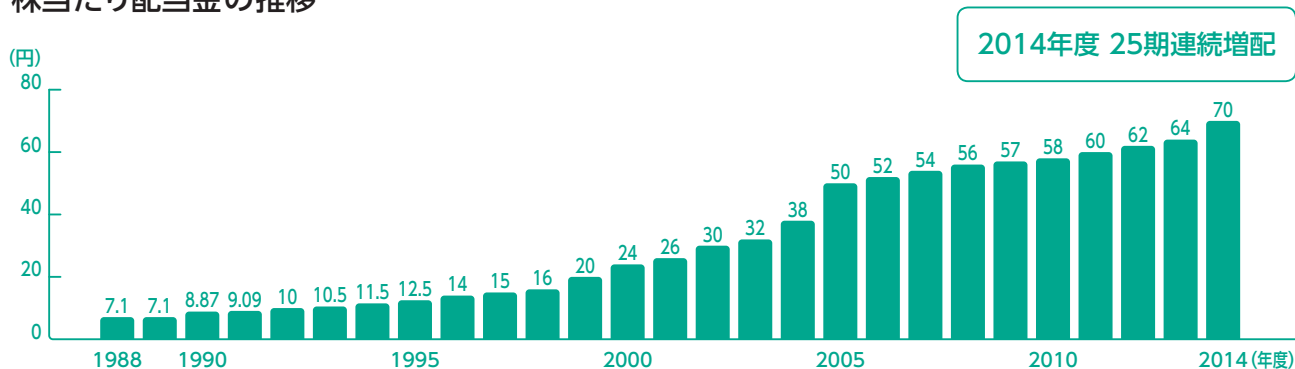


ROE



(注) 1. 記載金額は、億円未満を四捨五入して表示しています。
 2. 当社は、2012年12月期より事業年度の末日を3月31日から12月31日に変更いたしました。
 ※1 3月決算であった当社およびグループ会社は2012年4月1日から12月31日まで、12月決算であったグループ会社は2012年1月1日から12月31日までを連結対象期間としています。
 ※2 ご参考として、2012年1月1日から12月31日までを表しています。
 ※3 決算期変更に伴う経過期間の数値です。

一株当たり配当金の推移



※ 株式分割の影響を補正しています。

非財務ハイライト

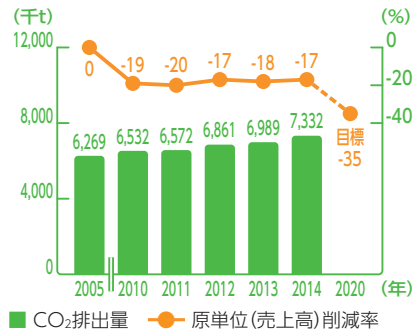
花王サステナビリティステートメントに基づいて、3つの重点領域でさまざまな取り組みを進めています。

以下は代表的な取り組みの実績です。

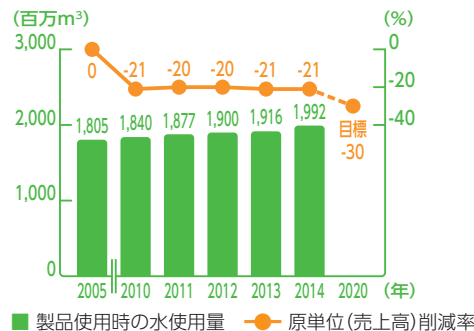
取り組みの詳細は、ウェブサイト「花王サステナビリティレポート2015」(http://www.kao.com/jp/corp_csr/reports.html)をご参照ください。

エコロジー 製品のライフサイクル全体を通じて環境負荷の低減に取り組んでいます。

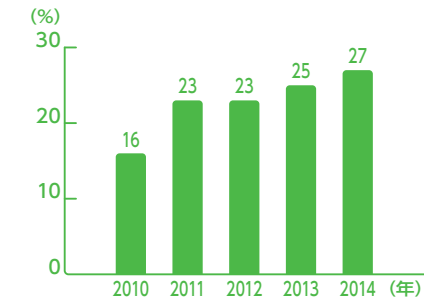
製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移(国内花王グループ)*1



製品使用時の水使用量の推移(国内花王グループ)*2

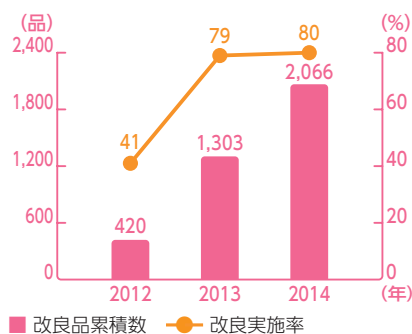


“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率(国内消費者向け製品)*3

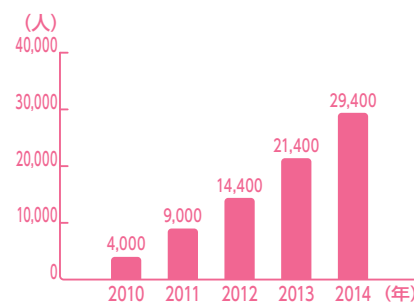


コミュニティ 多様な消費者に配慮し、社会的課題の解決に貢献する製品の提供や啓発活動を行なっています。

UD視点での改良品累積数および改良実施率(国内消費者向け製品)*4

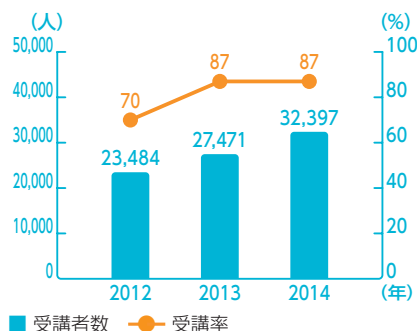


手洗い講座を受講した児童累積数(国内花王グループ)

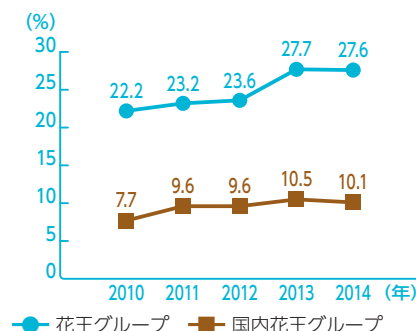


カルチャー グループ全社員への企業行動指針の啓発やダイバーシティ&インクルージョンの推進など、健全な事業活動を促進しています。

花王ビジネスコンダクトガイドライン年次テスト受講者数および受講率(花王グループ)



女性管理職比率(花王グループ)



*1 製品ライフサイクルを通じたCO₂排出量は、主に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。

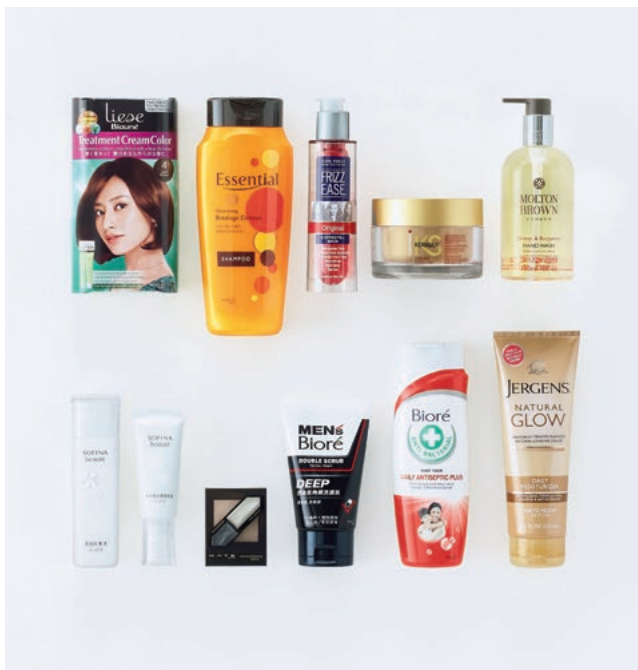
*2 製品使用時の水使用量は、主に日本国内の消費者向け製品1個当たりの製品使用時の水使用量に、当該製品の年間の売上個数を乗じて算定した値を集計したものです。一部データを見直し、2005年までさかのぼって修正しています。

*3 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。
“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

*4 UD視点での改良品とは、接しやすさ(Accessibility)、安全(Safety)、使いやすさ(Usability)などの視点から改良した製品を表します。改良実施率は、新製品・改良品アイテム全数(品)に占めるUD視点での改良品数(品)の比率です。

事業紹介

コンシューマープロダクツ事業

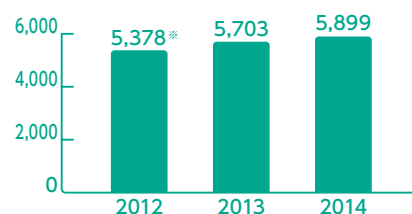


ビューティケア事業

ビューティケア事業では、お客さま一人ひとりが求める“美しさ”に高い技術でお応えする化粧品をはじめ、洗顔料や全身洗淨料などのスキンケア製品、シャンプー・リンスなどのヘアケア製品をお届けしています。

主なブランドには、化粧品の「カネボウ」「ソフィーナ」「モルトン ブラウン」、スキンケア製品の「ビオレ」「キュレル」「ジャーゲنز」、そして、ヘアケア製品の「ジョン フリーダ」「エッセンシャル」「リーゼ」、美容サロン向けの「ゴールドウェル」などがあります。それぞれに個性を持ち、使って価値を実感していただけるような製品を、日本、アジア、欧米の各国・各地域の消費者の皆さまに向けてお届けしています。

事業別売上高の推移
(億円)



コンシューマープロダクツ事業

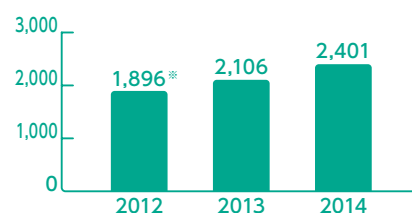


ヒューマンヘルスケア事業

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

主なブランドには、生理用品の「ロリエ」やベビー用紙おむつの「メリーズ」、健康機能飲料の「ヘルシア」、さらに、歯みがきの「クリアクリーン」、入浴剤の「バブ」などがあります。なかでも、日本とアジアを主な市場とするサニタリー製品分野では、吸収力が高く、肌にもやさしいといった、高機能な高付加価値型の生理用品やベビー用紙おむつが、消費者の皆さまの支持を得ています。

事業別売上高の推移
(億円)



* 2012年12月期は、比較を容易にするため、1月から12月の年間に換算した売上高を示しています。

コンシューマープロダクツ事業

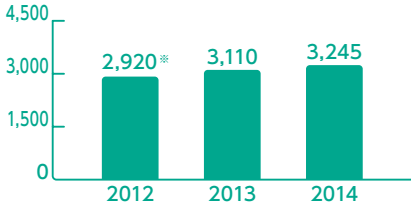


ファブリック&ホームケア事業

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

主なブランドには、衣料用洗剤「アタック」や衣料用漂白剤「ハイター」、住居用洗剤「マジックリン」があり、日本をはじめ、広くアジア各国の消費者の皆さまにご支持をいただいています。さらに近年、環境意識の高まりや働く女性の増加など社会の変化を受けて、“すすぎ1回”や、高い洗浄力を持つ衣料用液体洗剤を発売するなど、新たな洗濯習慣の提案を続けています。

事業別売上高の推移 (億円)



ケミカル事業



ケミカル事業

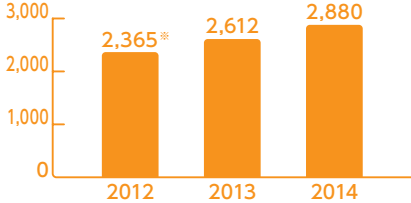
ケミカル事業では、天然油脂原料からつくる油脂製品や、界面活性剤、トナー・トナーバインダー、香料など、多岐にわたるケミカル製品をグローバルに展開しています。

高級アルコール「カルコール」や界面活性剤「エマール」、コンクリート用高性能減水剤「マイテイ」といった製品をはじめとしたさまざまな製品が、情報材料、エレクトロニクス、紙・パルプ、食品、医薬品、土木・建築など、世界の幅広い産業分野を通じて、人々の豊かな暮らしに役立っています。

また、こうした製品は、グローバルな外部顧客だけでなく、花王のコンシューマープロダクツ事業にも供給しており、新たな価値の創出に寄与しています。

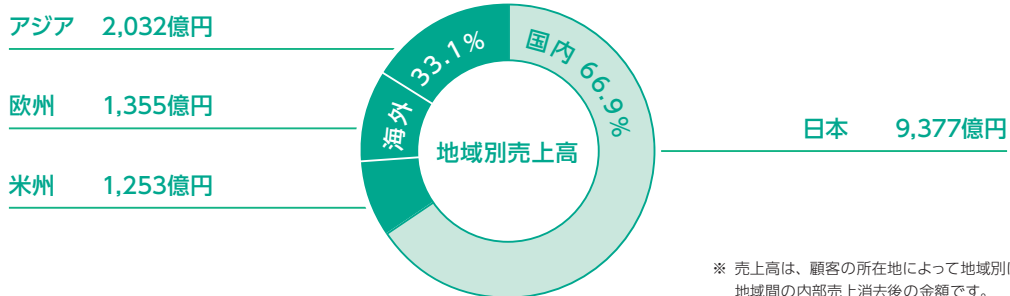
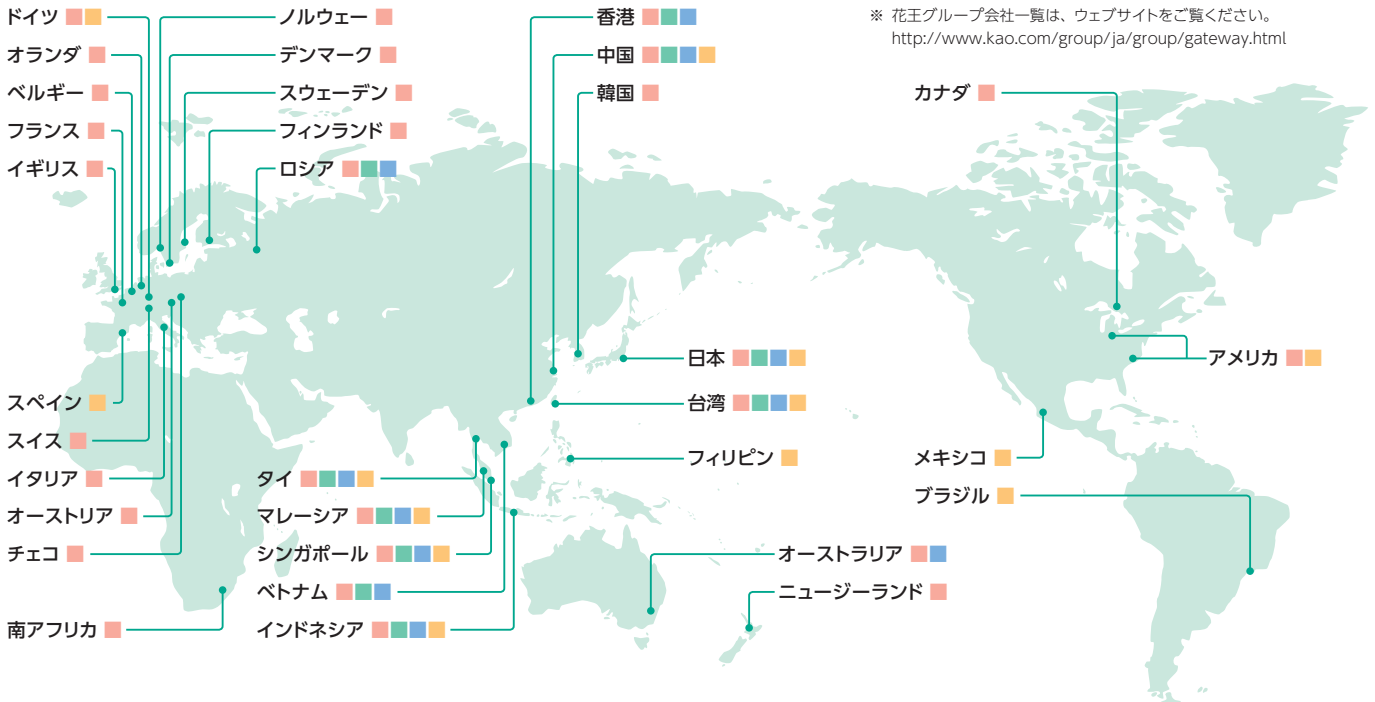
事業別売上高の推移 (億円)

(注) 事業間の内部売上を含んでいます。



主な拠点と事業展開

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



※ 売上高は、顧客の所在地によって地域別に分類されており、地域間の内部売上消去後の金額です。

社会への宣言



国連グローバル・コンパクト

世界各国の企業が人権・労働・環境・腐敗防止の分野における10原則を支持し、地球市民として実践に取り組んでいくもので、1999年のダボス会議で提唱された考え方です。花王は、2005年から参加しています。



RSPO

(持続可能なパーム油のための円卓会議)

熱帯雨林の伐採による生態系の破壊や農園での厳しい労働環境など、パーム油生産に関する課題解決をめざす国際的な非営利組織です。花王は、2007年から参加しています。

社会からの評価



Dow Jones Sustainability World Index

企業の経済、環境、社会面での持続可能性評価をもとに、米国のS&Pダウ・ジョーンズ社とスイスのロベコSAM社によって選定される、世界の代表的な社会的責任投資(SRI)指標です。花王は、2014年度の構成銘柄に選定されました。



FTSE4Good

FTSE4Good Global Index

イギリスのFTSE社が開発した世界の代表的なSRI指標の一つで、環境、社会、企業統治の側面が高い基準を満たす企業を構成銘柄とするものです。花王は7年連続で組み入れられています。

花王サステナビリティステートメント

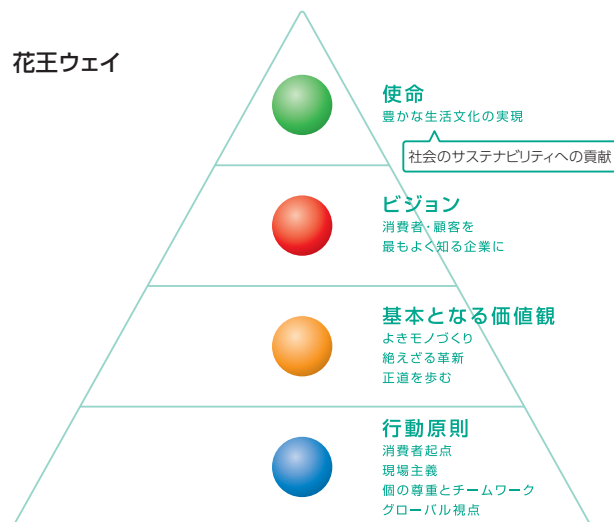
花王は2013年7月にサステナビリティに関する新しい方針「花王サステナビリティステートメント」を策定し社内外に発表しました。事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献という方向性を明確にし、活動を注力する領域として「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」の3つを重点領域として選定しています。

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、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供し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。

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. 花王グループ内における、課題解決に向けた有効なリソースの有無
5. 花王グループの持続可能性への影響度

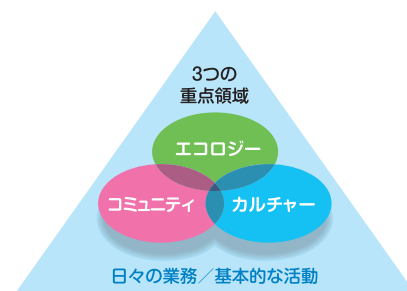
新たな取り組み

社会からの要請の高まりと、花王グループにおける重要性を検討し、2014年は新たに人権への取り組みを開始しました。「人権方針策定プロジェクト」を立ち上げ、「花王人権方針」の策定や、人権デュー・ディリジェンスの実施に向けた準備などを行なっています。また、主要な原材料であるパーム油と紙・パルプについて、森林破壊ゼロへの支持を表明し、原材料調達ガイドラインを改訂しました。

重要課題特定プロセス

1. 現状の把握
花王グループが認識している社会的課題と、それらに対する取り組み状況を把握しました。
2. ステークホルダーの意見、社会の要請の把握
有識者や、消費者、従業員などのステークホルダーからの意見に加え、企業の社会的責任に関する国際的規格や評価機関の調査などから、社会の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
左記の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
3つの重点領域からそれぞれ2項目ずつを選定し、重要課題を決定しました。

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”に取り組めます。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。2014年中に花王(株)の各部門、会議などで36回、海外グループ会社での説明会も3社実施しました。この説明会は2015年も継続して実施していきます。

イントラネット上で啓発

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ネットを利用して、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の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」や、サステナビリティに関連するテーマをQ&A形式でわかりやすく紹介する「サステナ3分ウォッチング」を毎月掲載しています。

一部の資料は、海外花王グループのイントラネットでも共有しており、今後拡大していきます。

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特集し、2014年は3つの重点領域での具体的な活動事例を紹介しました。2015年も継続していきます。



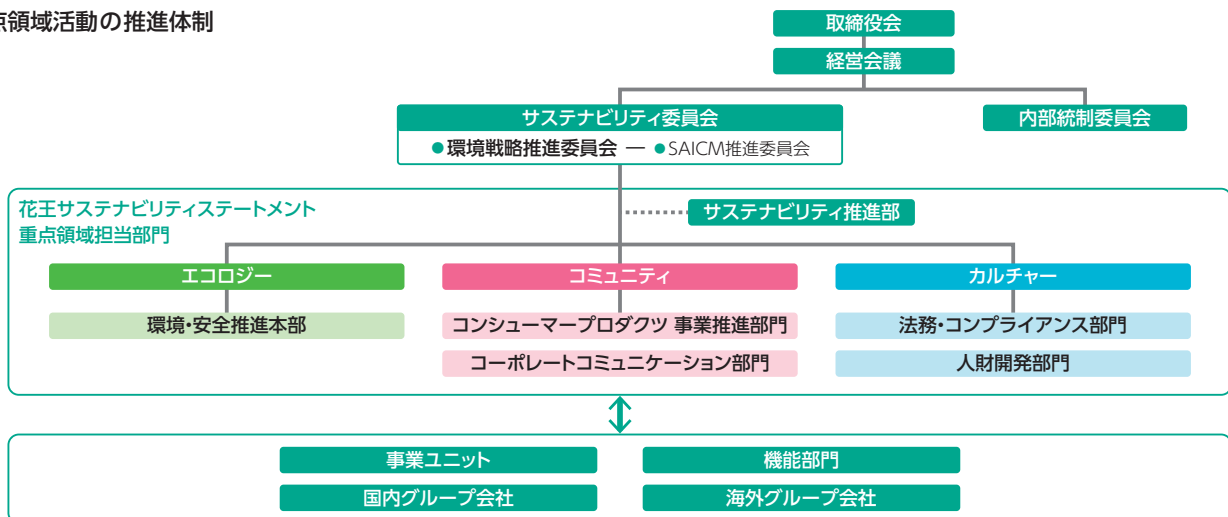
社内報「KAO FAMILY」での紹介

推進体制

社長執行役員を委員長とするサステナビリティ委員会のもと、3つの重点領域それぞれの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



2014年実績と2015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	2014年目標	2014年実績	2015年目標
〈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 ● 容器へのバイオプラスチック導入の拡大	● キュキュットの改良新発売 ● アタック高浸透リセットパワー つめかえパックの発売 ● 食器洗い乾燥機専用キュキュットプレミアムクリアの発売	● 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、オフィスでの省エネ活動の推進	〈生産〉 ● 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 〈物流〉 ● 他社との共同配送および工場からの直送の推進 〈共通〉 ● 工場およびロジスティックセンター照明のLED化推進	17%削減 ● 自社排出量18%削減(国内、1990年基準) 〈生産〉 ● ガスコジェネ導入によるエネルギーの高効率利用(鹿島) ● ガスコジェネ排ガス排熱回収によるさらなる効率アップ(和歌山) ● 冷却水ポンプの最適化(インバーター化・台数制御)による省エネ(国内全工場) 〈物流〉 ● モーダルシフト新規ルート開設 ● 他社との共同輸送、工場直送 〈共通〉 ● 蛍光灯照明のLED化	〈生産〉 ● スチームトラップ保全による蒸気ロスの削減(全工場) ● 冷凍機等熱源機器の効率改善 〈物流〉 ● 省エネ型空調設備の導入 ● モーダルシフト新規ルート開設 ● 他社との共同輸送、工場直送 〈共通〉 ● 蛍光灯照明のLED化
〈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	● キュキュットの改良新発売 ● 食器洗い乾燥機専用キュキュットプレミアムクリアの発売	● 節水製品の拡充
環境宣言 中期目標 〈化学物質〉	SAICM ^{*2} に沿ったライフサイクルでの適正管理	● 中期計画に沿った優先評価物質 ^{*3} 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活動成果物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	● 中期計画に沿った2014年優先評価物質 ^{*3} のリスク評価の実施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WG発足 ● 生産管理物質決定とPRTR物質、VOC物質、毒劇物を中心とした取扱現場でのリスク評価実施と対策検討 ● SAICM成果物(リスク評価書等)の公開方法・公開内容の決定 ● GPS安全性要約書 ^{*4} (REACH登録物質)のウェブサイトでの公開(花王グループで、2014年 35件(累計77件 ^{*5})公開)	● 中期計画に沿った優先評価物質 ^{*3} 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基盤構築 ● 化学物質リスク評価に基づいた取扱現場でのリスク低減対策の立案と実施 ● 生産現場での危険有害性(GHS)表示の検討 ● SAICM活動成果物の一般公開 ● 双方向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 ^{*6} からMass Balance方式 ^{*7} 認証油への切り替え推進 ● RSPOのSCCS認証を海外工場へ拡大	● 購入認証油中のMass Balance方式比率 2013年 32% 2014年 88% ● 認証油購入量 2013年 パーム油5,952t パーム核油14,455t 2014年 パーム油5,180t パーム核油17,875t ● 認証工場数 2013年 2工場 2014年 9社12工場(うち海外9工場)
	事業場での生物多様性の保全活動の推進	● 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	● 防潮林(松林)内の遊歩道の完成、社員への開放(和歌山) ● 野鳥の生息調査を社員で実施(すみだ) ● 現状評価の実施、生物多様性調査(年4回、毎年)を開始(鹿島) ● 海外各事業場に対する啓発を実施	● 和歌山ほか国内各事業場での活動を推進 ● 海外各事業場の現状調査

※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 優先評価物質:生産量・用途等から花王で優先的にリスク評価すべき化学物質として、2013年に花王で定めた物質。なお、物質リストは毎年グローバルな化学物質管理の動きや社内外の状況に応じて、定期的に見直しを行なっている

※4 GPS安全性要約書:ICCA(国際化学工業協会協議会)が提唱するGlobal Product Strategy(国際的な化学物質管理戦略)に沿って、一般社会向けに化学物質のリスクを中心とした安全性情報の概要を提供する書類

※5 2020年での公開目標150件に対し、進捗率51%

※6 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

※7 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

エコロジー

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	2014年目標	2014年実績	2015年目標
環境啓発と 保全活動	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	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	<ul style="list-style-type: none"> ●「いっしょにエコ日記」配布校数：500校 ●環境出張講座実施校数：53校 ●エコラボミュージアム来校数：71校 ●花王・みんなの森づくり活動助成団体数：55団体 ●花王・教員フェローシップ（アースウォッチジャパンと協働）：10校 ●取引先や自治体での啓発活動数：197件 ●花王国際こども環境絵画コンテスト応募数：8,753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15万人 	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

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関わり

取り組み内容	主な活動	2014年目標	2014年実績	2015年目標
	多様性に配慮した商品や情報開発の推進（ユニバーサルデザイン（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） 	<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80% ●社員を対象にした啓発活動（講演会1・高齢者体験ワークショップ16） ●社外向け花王UD取り組み紹介（講演会5） ●小学生向けUD授業（9校） ●字幕CMの本格放送に向けた継続的な活動（TV局3社で同時トライアル放送を継続実施し、他企業や関係団体とも情報共有） 	<ul style="list-style-type: none"> ●UD視点での継続的な改良実施 ●啓発活動の継続（講演会など） ●字幕CMの本格放送に向けた次なるステップへの活動（複数社提供番組での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	<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（日本の参加人数：10万人） ●QUPiOへの参加（参加企業数（日本）：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（日本の参加人数：10万4,000人） ●QUPiOへの参加（参加企業数（日本）：57社） 	<ul style="list-style-type: none"> ●ウォーキングイベントへの協賛（日本の参加人数：10万人） ●QUPiOへの参加（参加企業数（日本）：60社）
健康/ 高齢化/衛生等の 社会的課題を解決	現地の生活環境・習慣にあった赤ちゃんの健康推進	<ul style="list-style-type: none"> ●ベビー用紙おむつの現地生産と展開国拡大 ●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） ●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布（日本：111万個） 	<ul style="list-style-type: none"> ●ベビー用紙おむつの現地生産と展開国拡大 ●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） ●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布（日本：112万個） 	<ul style="list-style-type: none"> ●ベビー用紙おむつの現地生産と展開国拡大 ●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） ●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布（日本：121万個）
	手洗い習慣の普及による衛生向上を推進	<ul style="list-style-type: none"> ●小学校・幼稚園出張講座による啓発活動（日本：幼稚園160園、小学校100校） ●手洗い啓発用のサンプル配布（日本：幼児・小学生ほか49万個、台湾・タイ・インドネシア：小学生9万3,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> ●小学校・幼稚園出張講座による啓発活動（日本：幼稚園185園、小学校109校） ●手洗い啓発用のサンプル配布（日本：幼児・小学生ほか50万個、台湾・タイ・インドネシア：小学生7万6,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> ●小学校・幼稚園出張講座による啓発活動（日本：幼稚園160園、小学校100校） ●手洗い啓発用のサンプル配布（日本：幼児・小学生ほか54万個、台湾・タイ・インドネシア：小学生7万8,000人）
	毎日を快適に暮らすために、より充実した初経教育の普及拡大	<ul style="list-style-type: none"> ●初経教育用の教材・啓発者数（日本：6,400校 52万個、台湾・タイ・インドネシア：58万7,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> ●初経教育用の教材・啓発者数（日本：6,300校 51万個、台湾・タイ・インドネシア・マレーシア・香港：56万4,000人） 	<ul style="list-style-type: none"> ●初経教育用の教材・啓発者数（日本：6,000校 48万個、台湾・タイ・インドネシア：48万2,000人）

コミュニティ

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	2014年目標	2014年実績	2015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	<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 	<ul style="list-style-type: none"> ●KPI策定のための活動実績調査設計の見直しと新設計での調査の実施 ●ボランティアに関する社員の意識を確認 ●ボランティア情報提供件数：25件 ●社員ボランティア参加人数：1万9,434人 ●社内外情報発信件数：91件 	<ul style="list-style-type: none"> ●ボランティア精神の醸成につながる活動の提案

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	2014年目標	2014年実績	2015年目標
「正道を歩む」の推進	花王ビジネスコンダクトガイドライン(BCG)の啓発活動の継続強化 コンプライアンス通報・相談窓口の適切な運営	<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 <ul 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(BCGハンドブックの作成、BCGの見直し) 	<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 ●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 <ul 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87% 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年からの実施率98% 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71% ●2015年に向けたBCGの改定検討(BCGハンドブックの作成(花王ウェブサイトへの掲載)、BCGの見直し) 	<ul style="list-style-type: none"> ●コンプライアンス関連規程の運用(贈収賄防止ガイドライン、利害の対立の回避に関するガイドライン) ●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 <ul 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95% ②国内花王グループ管理職対象コンプライアンス研修⇒2015年より2巡目研修を開始。実施率70%目標 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85%目標 ●BCG改定の検討継続 ●現在のコンプライアンス推進活動の妥当性・適切性の検証
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"> ●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 	<ul style="list-style-type: none"> ●「森林破壊ゼロ」への支持に基づき、原材料調達ガイドラインの改訂を行ない、実施 ●調達先ガイドラインに基づく調達の実施 ●購買部門転入者への100%教育実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●原材料調達ガイドラインの2015年目標達成(ミル(搾油工場)まで追跡可能) ●調達先ガイドラインに基づく調達の実施 ●購買部門転入者への100%教育実施

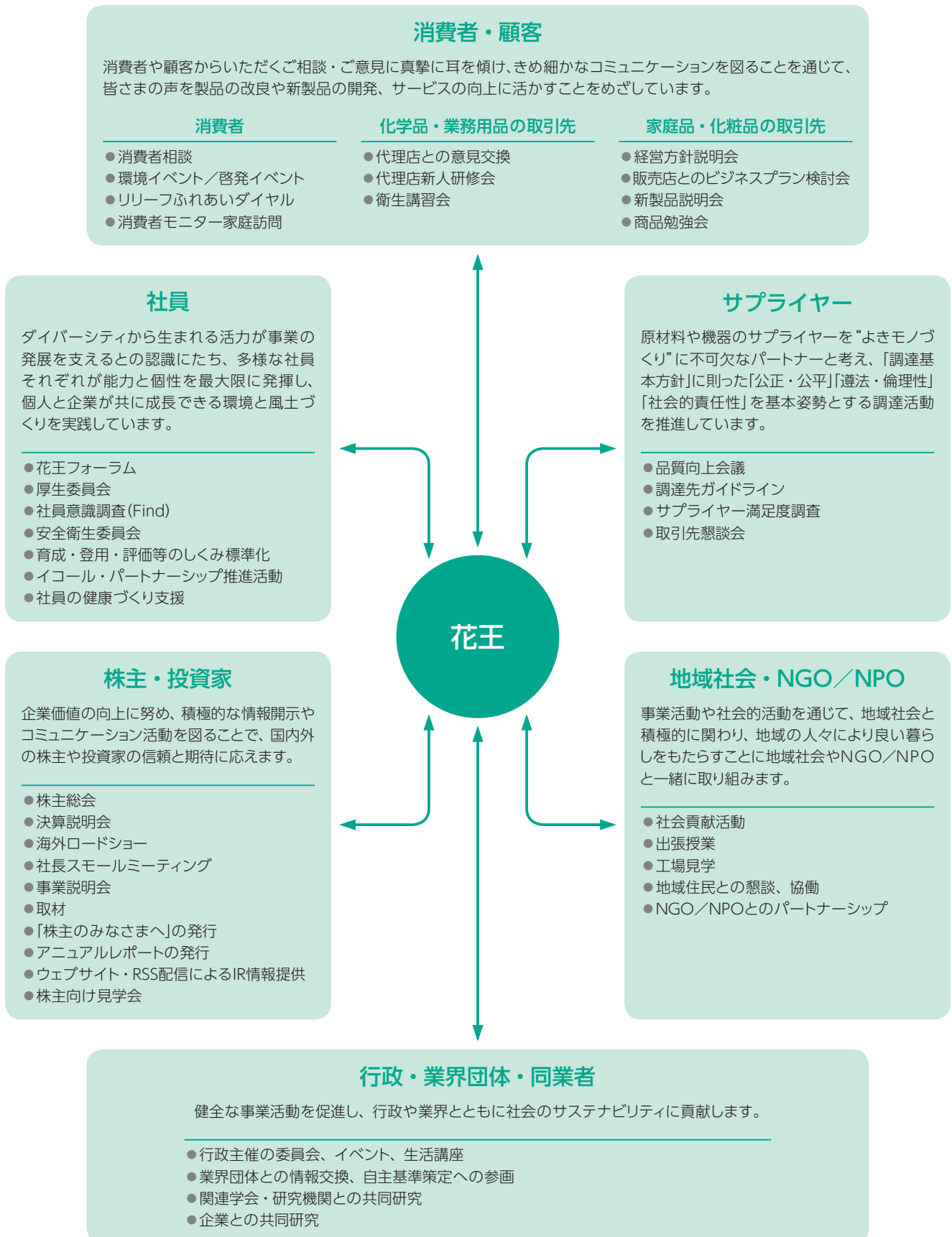
カルチャー

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	2014年目標	2014年実績	2015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"> ●調査を実施し、推進加速のための課題を探索 ●取り組みの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ●人財活性化プロジェクトによる国内グループの女性とシニアの活躍推進のための課題把握の実施 ●D&I調査を行ない、推進加速のための課題の把握と施策の検討(花王) ●女性営業職における課題の把握とアクションプランの立案(花王CMK) ●管理職における女性比率27.6%⇒27.7%(海外を含むグループ全体)10.1%⇒10.5%(国内グループのみ) 	<ul style="list-style-type: none"> ●取り組み計画の立案と実施

ステークホルダーコミュニケーション

花王はステークホルダーとの対話を通じて社会の要請を収集し、活動内容と目標の策定に反映しています。



3つの重点領域ハイライト

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

事業活動による 環境負荷の低減



ライフサイクル全体を通じたCO₂の削減

花王は、温度上昇を工業化以前に比べて2℃未満に抑制するという長期の国際的な目標を達成するために、製品のライフサイクルを通じたCO₂削減や、政策立案者等との協働、森林破壊ゼロをめざした取り組みなどを積極的に推進しています。

ライフサイクル全体でのCO₂削減

国内花王グループ

花王は、製品ライフサイクルCO₂排出量を2020年までに35%削減することをめざして活動を推進しており(国内消費者向け商品、売上高原単位、2005年基準)、2014年は17%の削減となりました。

各工場での省エネ活動や、節水型の衣料用および食器用洗剤の発売、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最適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2014年は前年に引き続き、サプライヤーの協力のもと、原料のCO₂データを一部更新しました。これからも、より正確な数値の集計に努めていきます。

▶P7 [非財務ハイライト>製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移(国内花王グループ)]

工場・事務所における取り組み

グローバル

花王は、温室効果ガス(GHG)排出量を削減するために、「エネルギー使用効率の向上」と「低環境負荷エネルギーの使用」に取り組んでいます。エネルギー使用効率の向上では、日々の業務における草の根の省エネ活動とともに、BPT(Best Practicable Technology)の導入を積極的に進めています。

2014年は、花王インドネシア・チカラン工場において、他工場でも積極的に展開している空気圧縮機の数制御システムを稼働させました。また、花王サニタリープロダクツ愛媛にヒートポンプ*を導入しました。さらに、ファティケミカル(マレーシア)をはじめ多くの工場において蒸気の有効利用を図りました。

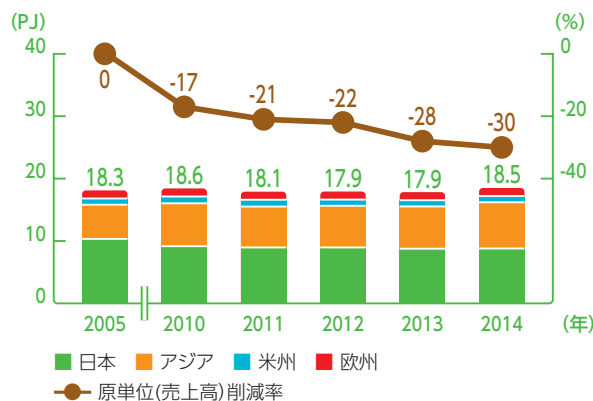
こうしたコスト削減にもつながった省エネ活動事例は2014年全体(国内工場・事務所)で151件あり、CO₂削減量、コスト削減額はそれぞれ年間で約6,300トン、約1.7億円となっています。

また花王製紙富士は、環境省による二酸化炭素削減ポテンシャル診断事業に参加しました。専門家によるエネルギー削減可能性の提案をもとに、各種技術の導入を進めています。

低環境負荷エネルギーの使用では、花王マニュファクチャリングジャーマニーにおいて、すべての購入電力を再生可能エネルギー由来に置き換えました。これにより、CO₂排出量を年間当たり5,590トン削減可能です。

これらの取り組みの結果、工場・事務所における2014年のエネルギー総使用量原単位とGHG排出量原単位は、それぞれ2ポイント改善の30%削減、1ポイント改善の28%削減となり、目標の29%削減、28%削減(花王グループの全事業場対象、売上高原単位、2005年基準)を達成しました。

エネルギー使用量の推移



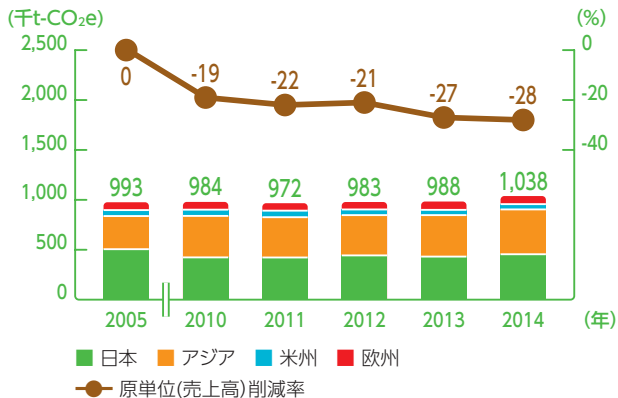
* ヒートポンプ
冷媒の圧縮・膨張により、少ない投入エネルギーで空気中などから熱を集めて、大きな熱エネルギーとして利用する技術

* ヒートポンプ

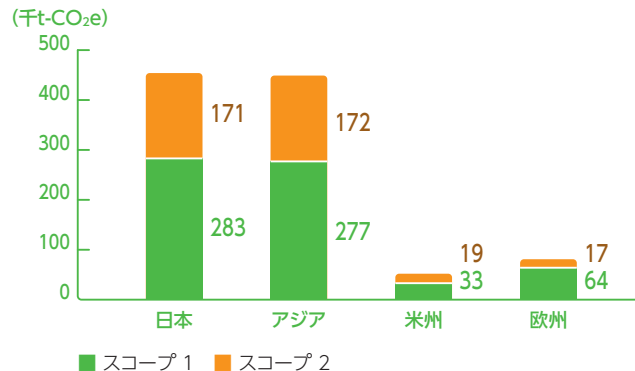
冷媒の圧縮・膨張により、少ない投入エネルギーで空気中などから熱を集めて、大きな熱エネルギーとして利用する技術

花王グループの温室効果ガス(GHG)排出状況

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(ISO14064)の定義に従う
 スコープ1：企業・組織が自ら排出するGHG排出量
 スコープ2：購入電力等の間接的なGHG排出量

輸送段階における取り組み

グローバル

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最適化、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最適化による輸送距離の短縮やモーダルシフトなどの取り組みにより、輸送によるエネルギー消費の削減、温室効果ガス排出量の削減を進めています。

また、自社での取り組みに加え、他社との連携も進めています。

その代表的な例として、イオングローバルSCM(株)との31フィート鉄道コンテナの共同運行や、輸送量が増える繁忙期における専用貨物列車の共同運行を開始しています。

一方、海外でもベトナムにおいてトラック輸送を船舶輸送に切り替えるなど、積極的に温室効果ガス削減に向けた取り組みを進めています。

今後はさらなる環境負荷低減に向けた展開をめざしていきます。

Topics **ブリヂストンと高機能タイヤ用ゴム材料を共同開発**

花王は2014年、(株)ブリヂストンと共同で高機能タイヤ用ゴム材料を開発しました。花王の「界面制御技術^{*1}」と、ブリヂストンの基盤材料技術「ナノプロ・テック^{*2}」を融合し開発した「高機能タイヤ用ゴム材料」です。

これにより、ゴム中にシリカを多く均一に配合・分散させることができCO₂削減につながる低燃費性能と、濡れた路面でのグリップ性能をより高い次元で両立することができました。

花王の「新シリカ分散性向上剤」は100%植物由来であるため、タイヤ材料のサステナブル化にも貢献します。両社は今後、この技術を乗用車用のみならず、幅広いタイヤ種に応用し、グローバルでの展開も積極的に進めていきます。

^{*1} 界面制御技術：物質の表面・界面で起こる現象をナノレベルで理解し、それを精密に制御する技術。
^{*2} ナノプロ・テック：分子構造設計等を通して材料の微細構造を制御し、必要特性を引き出す技術の総称で、(株)ブリヂストンの基幹技術の一つ。



水資源への対応

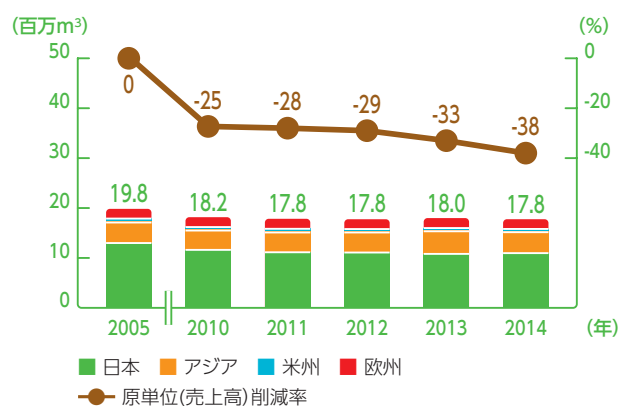
花王の事業は、水資源と密接につながっています。そこで花王は、水をより有効に利用するための3R(Reduce、Reuse、Recycle)の取り組み、使用後の水が環境に与える影響を最小限にする取り組み、さらにその影響を評価できるしくみづくり等を進めています。

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。Reduceの取り組みとして、ピリピナス花王において水使用量の精査を行ない、使用量削減を図りました。Reuseの取り組みとして、雨水を緑地の散水などに活用する活動を、すみだ事業場やファティケミカル(マレーシア)などで行なっています。さらに、プロセスで利用した水を浄化して再使用する取り組み(Recycle)も進めています。

こうした活動の結果、水使用量原単位は昨年より5ポイント改善の38%削減となり、目標の35%削減(花王グループの全事業場対象、売上高原単位、2005年基準)を達成しました。

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

グローバル

使用段階における取り組み

花王では、「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を30%削減(売上高原単位、2005年基準)すること」を目標としています。2014年は21%の削減となりました。

家庭での水使用量が多い衣料用洗剤では、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年に発売しました。その後もシリーズの充実を図っています。さらに、中国やオーストラリアにおいても節水型の洗剤を展開しています。

衣料用洗剤と同様に家庭での水使用量が多い食器用洗剤では、2014年8月に洗浄力をさらに高め、かつすすぎも一段と早くなった「キュキュット」を改良新発売しました。

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。

▶P7「非財務ハイライト」製品使用時の水使用量の推移(国内花王グループ)

グローバル

製品使用後の排水が環境に与える影響

花王は、微生物によって分解されやすく水生生物に影響の少ない原料の使用や開発に努めています。具体的には污水处理場の活性汚泥や河川水を用いて、環境に排出される可能性のある製品の原料の生分解性能や、水生生物への影響を調べる試験等を行なっています。

また、製品使用後の実態把握にも目を向け、河川環境モニタリングなど独自のフィールド調査や化学物質の河川濃度を予測するモデルの活用や開発を進めています。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においても、代表的な4種の界面活性剤の都市河川における環境モニタリング(4河川7地点、年4回測定)を16年間にわたって実施し、生態系に及ぼす環境リスクを評価しています。その結果、これまでの調査ではこれらの界面活性剤の水生生物に対するリスクは定常的に低いことが示されています。

グローバル

3つの重点領域ハイライト

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

ステークホルダーと連携した環境活動



行政と連携した環境活動

水資源の不足が深刻な社会問題の一つである中国において、「1世帯1年間1万リットルの節水」を呼びかける「中国清潔・節水全国運動」を中国環境保護部と共同で2012年から実施しています。

中国政府と共同で節水キャンペーンを実施

海外花王グループ

近年、中国では水資源の不足が深刻な社会問題の一つとなっています。花王(中国)は、中国環境保護部宣伝教育センターと共催で「中国清潔・節水全国運動」を実施しました。この活動は、「1世帯1年間1万リットルの節水」をテーマに2012年から実施しているもので、2014年で3年目を迎えました。

2014年は、節水や水の大切さを紹介するイベントを3月に北京、4月に広州・上海の3都市で開催し、計約15万人のお客さまが来場しました。会場では、パネル展示や、水に関する知識を楽しく学ぶことができるゲーム、「花王国際こども環境絵画コンテスト」受賞作品の展示、花王が中国で販売している節水型衣料用洗剤の実演などを行ない、節水に関する知識を楽しく、またわかりやすく学んでいただきました。イベントは、学生ボランティアと社員ボランティアが協力して設営に当たりました。来場した参加者からは「家庭の中でも節水できることがたくさんあることがよくわかった。自分たちも節水のためにぜひ貢献したい」という声が多く聞かれました。

2015年は、新たな取り組みとして、3月中旬から4月下旬にかけて、中国国内の約50の大学でも節水の大切さを呼びかけるイベントを開催しました。また、各大学での活動成果を発表するイベントを5月に上海で実施しました。



Voice イベントに参加することで、自らのモチベーションも向上

私は、「アタック」デモンストレーション担当として3年連続で参加しています。

このイベントは、単に花王製品を紹介するだけでなく、水の大切さを伝え、家庭でできる節水を紹介するもので、多くの方々に花王の環境の考え方や社会活動を知っていただく大切な機会でもあります。

親子で参加する方も多く、ブースでは親から子にわかりやすく伝える水の大切さや、子どもと一緒にできる節水なども紹介しています。

私自身、参加する前は知らなかったことが多くありましたが、この活動でさまざまなことを学び、日々の生活の中でも節水を心がけるようになりました。また、次の世代に水の大切さを知ってもらい取り組みとしても、非常に意味のある活動だと思います。



花王(中国)
研究開発センター
季侃

3つの重点領域ハイライト

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

事業を通じた コミュニティへの 積極的な関わり



各国で小中学校等と連携した初経教育活動を実施

花王は生理用品「ロリエ」を発売した1978年より、初経を迎えるお子さまとその保護者、小中学校に対して、初経教育に関わるさまざまなサポートをしています。

日本やアジアでの初経教育の取り組み

グローバル

日本での取り組み

日本では「ロリエ」発売以来、30年以上にわたって初経教育の支援活動を行なっています。活動は主に①初経教育セットの配布、②情報サイトの運営、③初経教育講演会の実施の3つです。

タイでの取り組み

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

インドネシアでの取り組み

インドネシアでは、地方自治体による初経教育は一部の私立学校でしか行なわれていません。そこで、花王インドネシアではNPOなどと協力し、2000年から現地の中学2年生を対象に初経教育を行なっています。紙芝居を使って月経のしくみを説明したり、初経教育パンフレット・月経カレンダーなどを提供しています。2014年は2,200校で実施し、23万人が参加しました。

2014年 アジア各国・地域での活動

インドネシア	中学校2,200校、23万人の生徒への初経教育
タイ	中学校150校、4万5,000人の生徒への初経教育
マレーシア	中学校547校、20万2,000人の生徒への初経教育
台湾	小学校で3万6,800人の生徒への初経教育
香港	他社デリケートゾーン洗剤と協働し、小中学校で5万人への初経教育

日本での主な支援活動

① 初経教育セットの配布

毎年春に啓発用小冊子や生理用品のサンプルが入った「ロリエ初経教育セット」を全国の小学校へ無償配布しています。2014年は6,000校以上に配布しました。初経教育の教材・生理用品の学習用として活用されており、養護教諭からは「指導に役立っている」「児童が喜んで興味深く学習している」といった声をいただいています。



ロリエ初経教育セット

② 情報サイトの運営

小中学生向けに初経や思春期のからだについての情報を掲載したウェブサイト「花王 ロリエ からだのノート おとなになるということ」を運営しています。人気の「おしゃべりクラブ」では定期的にテーマを設け、小中学生から寄せられた疑問や体験談などを掲載、花王からのコメントも添えています。



ウェブサイト「花王 ロリエ からだのノート おとなになるということ」

③ 初経教育講演会の実施

栃木事業場では、毎年夏に地域の親子向けセミナーを開催しており、その中の一つとして専門家を招いての「初経教育講演会」を実施しています。

ケミカルサプライチェーン全体での情報共有サポート

化学物質管理に関する法規制に対応し、関連団体や販売代理店と共同でサプライチェーン全体における化学物質情報の共有に向けた取り組みを行なっています。

サプライチェーンにおける製品含有化学物質管理

グローバル

花王は取引先の皆さまと化学物質情報について効率的なコミュニケーションに努めています。

近年、電気電子機器や自動車等の成形品製造会社での化学物質管理を求める法規制がグローバルで強化されており、これらの法規制に効率的に対応するためにサプライチェーン上の各社が集まり、アーティクルマネジメント協議会 (JAMP) が2006年に設立されました。

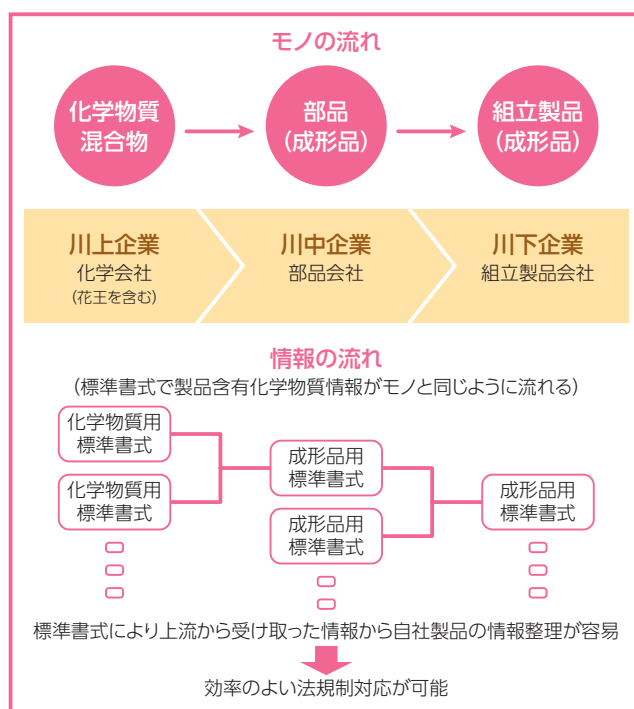
花王はJAMPの設立メンバーとして、ケミカル製品についてMSDSplus (化学物質の情報伝達標準書式) による含有化学物質の情報提供を積極的に進めています。同時に、ケミカル製品関連部門で製品含有化学物質管理組織を立ち上げ、サプライチェーンでの化学物質管理向上に向けた活動を継続しています。

2014年も、改訂版MSDSplusを年2回発行・配布・公開すると同時に、購入原料についても、サプライヤーから継続的に最新版MSDSplusを入手しました。

今後も、サプライチェーンにおける化学物質管理の向上・普及に向けて、引き続き社内外の関連部門・関連団体と協力した積極的な活動に取り組んでいきます。

Web 花王ケミカル製品情報
<http://chemical.kao.com/jp/>

サプライチェーンにおける製品含有化学物質管理



顧客企業・代理店との連携

グローバル

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情報の共有と顧客との納入調整対応など、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、ケミカル事業における主要な販売代理店と、ケミカル製品に関係する国内外の各種法規制の最新動向や環境・安全の取り組みなどの情報交換会を毎年開催しています。

また、花王のケミカル製品の品質・安全性を理解し、顧客企業に継続的に協力していただくために、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」を開催しており、毎回、60名を超える方々に参加していただいています。

これらの活動を通じて、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。



2013年代理店新人研修会の様子

3つの重点領域ハイライト

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

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



社員が参加する社会貢献活動

社員が講師として学校を訪問する出張授業や、東日本大震災復興支援活動「スマイルとうほくプロジェクト」、また社員有志が運営する「ハートポケット倶楽部」など、花王グループの社員自身が参加するさまざまな活動を行なっています。

4つの出張授業を日本全国で実施

国内花王グループ

子どもたちの「生きる力」の向上につながることを願い、全国の小学校、中学校、高等学校に社員が講師として参加する出張授業を実施しています。2009年に「手洗い講座」「環境講座」の活動を開始、2010年には「おそうじ講座」、2014年からは「ユニバーサルデザイン(UD)講座」も追加し、現在4つの出張授業を実施しています。

いずれの講座も、実習や実験を通じて、子どもたちにわかりやすく、楽しく学んでもらえるよう工夫しています。「おそうじ講座」では、食器を洗ったり、ふき掃除を体験しながら、家族の中の自分の役割を考えることで、「家族の役に立つ喜び」や「感謝の心」の大切さに気づいてもらうことも考慮しています。

2014年は、花王グループの社員のべ約1,200名が上記4授業に参加して、46都道府県の235校・約1万7,000名の児童・生徒を対象に実施しました。2009年の活動開始から、累計約6万1,000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、子どもたちとのふれあいを通じて、社会貢献活動を知るよい機会となっています。この活動は、海外グループ会社でも実施しています。

正しい手洗い方法を子どもたちに伝える「手洗い講座」

手洗いは感染症の予防に非常に有効な手段ですが、正しい手洗いの方法を知らない子どもがたくさんいます。小学校低学年の児童向けに2009年から始めた「手洗い講座」では、まず、手洗いの大切さを伝え、花王が独自に作成した「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が習得できるようになっています。

2014年は、花王グループのさまざまな部門の社員、のべ約560名が参加し、37都道府県の小学校109校・約8,000名の児童を対象に実施しました。

➡P7「非財務ハイライト」>手洗い講座を受講した児童累積数(国内花王グループ)



「おそうじ講座」の授業



「手洗い講座」の授業

スマイルとうほくプロジェクト

国内花王グループ

花王グループは、東北の3つの新聞社(岩手日報社・河北新報社・福島民報社)が展開する東日本大震災復興支援活動「スマイルとうほくプロジェクト」に協賛し、一緒に活動しています。

2014年は、花畑づくりと仮設住宅訪問に花王グループ社員のべ346名が参加しました。2015年も、さらにふれあいを大切に活動を継続していきます。

東北3県でのスマイル花畑づくり

2014年も、引き続き岩手・宮城・福島の各地で行なわれた花畑づくりに参加し、地元の方や子どもたちと一緒に種や苗を植えました。

宮城県名取市閑上地区では、長い期間花が見られるように一年草や多年草の配置を工夫しました。地元ボランティアによる毎日の手入れもあり、冬場まで見事に花が咲き誇りました。

参加した社員からは、『「花が咲くと心がいやされる」と地元の方に言われました。花畑をつくることで、東北の元気を発信できると思います』などの声がきかれました。

最後に言われたことが印象に残った。この活動を、今回だけで終わらせないようにしたい』などの声があり、社員自身が学び、考えを深め、また元気をもらう大変貴重な機会ともなりました。



地元の方や子どもたちと一緒に種や苗を植える



仮設住宅の住民の方にハンドマッサージを行なう

仮設住宅を訪問し、心つながる活動を展開

「もっと現地に寄り添っていききたい」との思いから、2014年は3県の仮設住宅40カ所を花王グループ社員が訪問し、ハンドケアなどにより住民の方との交流を深めました。

震災当時の体験をお話いただいたり、手をとってふれあいながら会話することでぬくもりが伝わり、笑顔になって交流する場になりました。参加した社員からは、「住民の方々が笑顔になっていく姿を間近に見てうれしく思った」継続してほしいと

花王ハートポケット倶楽部

国内花王グループ

花王ハートポケット倶楽部は、2014年で10周年を迎えました。

倶楽部の趣旨に賛同した社員が会員となって、毎月の給与の一部を基金として積み立て、より良い社会づくりをめざし、社会課題の解決に取り組むNPO・市民団体への寄付や、広域災害発生時の緊急支援に役立てています。寄付先の決定や倶楽部の運営は、会員の代表からなる運営委員が担っています。

2014年は、事業場のある栃木、和歌山、茨城の市民活動の応援や、2013年に新設した助成金額を上げたプログラム「みらいポケット基金」の実施など、計48団体へ寄付しました。助成先の選考や活動視察に会員が参加するなど、寄付先との交流を通じて、活動の背景にある社会課題を知る機会になりました。

また、寄付だけではなく、社員が「絵本を届ける運動」(主催：公益社団法人シャンティ国際ボランティア会)に参加。2014年は180名の社員が絵本に訳文シールを貼り、ラオスの子どもに贈りました。



助成先選考会での活動説明プレゼンテーション

花王ハートポケット倶楽部 これまでの実績

寄付先：443団体 寄付金：7,380万円

会員数(2014年12月現在)：2,614人

3つの重点領域ハイライト

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

健全な事業活動



「正道を歩む」の推進

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。

贈収賄防止や企業行動指針の浸透に向けた活動

グローバル

贈収賄の防止に向けて

花王は、「花王ビジネスコンダクトガイドライン (BCG)」の中で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ています。

この考え方をさらに具体化するために、花王グループは、共通の贈収賄防止の方針と、国内・海外各地域、会社ごとの接待・贈答等の運用手続きを含む「贈収賄防止ガイドライン」を導入しました。

企業の健全な事業活動に向けて

花王は、役員や社員が花王グループの義務および責任の忠実な遂行に影響を与える状況を回避し事業を健全に行なうために、「利害の対立の回避に関するガイドライン」を、国内グループ会社に加え、2014年は新たに海外グループ会社にも導入しました。これは、利害の対立が現実化、顕在化、潜在化するおそれがある①役員・社員本人または近親者と花王グループとの競業する行為に関する事項、②役員・社員本人または近親者と花王グループとの取引に関する事項、③役員・社員による花王グループ、取引先、競合会社との金銭貸借や個人的投資の場面において、具体的なお事案に応じて許可・届出等を求めることを規定するものです。

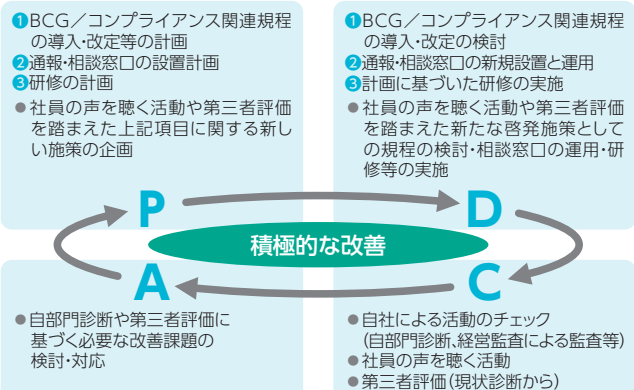
中長期的な課題抽出と課題に向けた取り組みの検討 —コンプライアンス活動の妥当性・適切性の検証—

グローバル

花王では中長期や年間の活動計画に基づき、BCGの定期的な改定、コンプライアンス通報・相談窓口の整備・運用、インテグリティ研修等のコンプライアンス推進活動を行なっています。

2014年より、翌年以降の活動計画を策定するにあたり、従来実施してきた活動の妥当性・適切性を確認し、さらに効果的なコンプライアンス活動につなげるために、社内の各部門の推進者や社員の意見を聴き、また第三者（コンサルティング会社）からの検証を受けるプロセスを導入しています。さらに2014年後半から、社内の声を聴く活動を開始しました。また、2015年前半には、第三者から贈収賄防止体制を含めたコンプライアンス体制について現状診断を受けました。今後は活動に対する意見や指摘された課題を検証し対応していきます。

コンプライアンス活動のPDCA



BCGの啓発・浸透に向けた活動 —世界各国の社員と共有し啓発する—

グローバル

花王は、BCGや贈収賄防止、利害の対立の回避といったコンプライアンスに関連するガイドラインを、日本語を含む19言語で作成し、グループ会社社員に共有しています。

これらの規程の理解を深めるために、新入社員、新任マネ

ジャー、海外グループ会社社員等を対象に事例のディスカッションを通じた研修を実施しています。

▶P7「非財務ハイライト」>花王ビジネスコンダクトガイドライン年次テスト受講者数および受講率（花王グループ）

持続可能性に配慮した原材料調達

花王は、主要な原材料であるパーム油や紙・パルプについて、森林破壊ゼロへの支持を表明し、また、藻類から油脂原料を得るための研究開発を進めるなど、持続可能性に配慮した原材料調達に取り組んでいます。

環境や社会に配慮した原材料調達ガイドライン

グローバル

花王は、資源制約、生物多様性の劣化や地球温暖化などの環境問題、人権課題などを踏まえ、持続可能性に配慮した原材料の調達を実現するため、2014年に「原材料調達ガイドライン」を改訂し、実行しています。改訂したガイドラインでは、花王の主要な原材料であるパーム油や紙・パルプについて、森林

破壊ゼロへの支持を表明し、2020年までに原産地の森林破壊ゼロを確認することを目標に掲げています。

Web 原材料調達ガイドライン
http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_05.html

森林破壊ゼロのパーム油調達へ向け目標策定

グローバル

花王は、2014年にパーム油の調達において森林破壊ゼロへの支持を表明し、“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、持続可能性に配慮した、農園まで原産地追跡可能なもののみを購入する”ことを新たな目標として掲げました。

目標達成のため、2015年末までに、花王グループの消費者向け製品に使用するパーム油・パーム核油を、持続可能性に配慮した搾油工場まで原産地追跡可能なもののみ購入することをめざす取り組みを進めています。また、2020年までに、農園およびサプライヤー、第三者機関との協働により、原産地の森林破壊ゼロの十分な確認を進めていきます。

花王は熱帯雨林の伐採による生態系破壊、原産地や加工工場での人権侵害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、2010年9月よりRSPOの認証を受けた認証パーム油の購入を開始しました。工場においても、2014年までに国内2工場、海外9工場がRSPOの「製造・加工・流通過程」に

関する認証を受けています。2020年までに、花王グループでは追跡可能で持続可能性に配慮したパーム油を使用した製品の生産・加工・出荷が認められたサプライチェーンの構築に努めます。



パーム油の原料であるアブラヤシ果房(現地メーカーの取引の様子)

Topics 世界に先駆けて藻類から油脂原料を得る

洗剤やシャンプー等の原料油脂の一部は、食用油と同じものを使用していることから、将来的な世界人口の増加に伴い、食用油との競合が危惧されています。

バイオマスの高度利用を中心とした先進的で持続可能な環境技術研究を進めているエコテクノロジーリサーチセンターでは、藻類研究において洗剤やシャンプー等の界面活性剤の原料となる中鎖脂肪酸を多く蓄積する株を複数見いだすとともに、中鎖脂肪酸の生成に寄与する酵素を世界で初めて藻類で同定しました(2014年9月 第1回アジアオレオサイエンス学会で発表)。今後は、藻類による中鎖脂肪酸の工業的な生産技術の確立をめざします。



有用藻類の探索

人権への取り組み

花王では人権を重要な課題として認識し、国際的な規範に準拠した花王人権方針を策定し、人権への取り組みを強化しています。

「花王人権方針」策定

グローバル

花王は2005年、人権、労働、環境、腐敗防止の4分野の10原則を定めた国連グローバル・コンパクトへの支持を表明しました。また、花王グループの企業行動指針である花王ビジネスコンダクトガイドラインにおいて差別の禁止、児童労働・強制労働の禁止、ハラスメント行為の禁止等について定め、実践しています。サプライチェーンにおける人権尊重については、調達先ガイドラインの中でサプライヤーが配慮すべき人権項目を記載しています。

さらにグローバル社会の人権に対する関心の高さを受け、社内の関連部門および社外有識者との対話を行ない、2015年6月、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」*1に基づく「花王人権方針」を策定しました。花王は、国際人権章典*2や国際労働機関(ILO)の「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」*3などの人権に関する国際的な規範を尊重すること、人

権デュー・ディリジェンス*4や社員への適切な教育の実施などの取り組みを進めていくことなどを明確に定めています。今後はこの方針の周知徹底を図り、取り組みを進めていきます。

- ※1 国連「ビジネスと人権に関する指導原則」：国連事務総長特別代表ジョン・ラギー氏が起草し、2011年6月、国連人権理事会で採択されたビジネスと人権に関する原則
- ※2 国際人権章典：世界人権宣言と国際人権規約の総称
- ※3 「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」：1998年、ILO総会で採択された核心的労働基準を定めた宣言
- ※4 人権デュー・ディリジェンス：事業上の人権への影響を特定、評価し、回避または軽減するための継続的なプロセス

Web

花王人権方針

http://www.kao.com/jp/corp_csr/csr_action_03.html

花王ビジネスコンダクトガイドライン

http://www.kao.com/jp/corp_info/compliance_01.html

調達先ガイドライン

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

人権デュー・ディリジェンスに向けた取り組み

グローバル

花王では、2014年9月に2日間にわたり東京で開催された「2014CSRリスクマネジメントに関する国際会議」に参加し、「ビジネスと人権」に関するさまざまな課題に対して、解決に向けた取り組みをいかに進めていくかについて議論しました。

初日午前中のエクスクルージブセッションにおいては、サプライチェーンの人権リスクに直面している企業の事例をもとに、既存のリスクマネジメント手法を用いて、その軽減および予防をいかに図るかというワークショップを実施しました。午後は「ビジネスと人権」分野の主要団体トップからそれぞれの活動とグローバル企業の取り組みについて発表がありました。2日目は「子どもの権利」「強制労働」「メガスポーツイベントと人権」「水・エネルギー・食料関連」の4つのテーマについて、現状を把握し、企業の活動事例の紹介をもとに、課題や取り組むことの意義を議論しました。今後もこうした会議への参加で得た知見を活かしつつ、社内での人権デュー・ディリジェンスへの理解を深めていきます。

また、購買部門では、世界最大の企業倫理データ共有推進団

体であるSEDEXに参加し、自社でのセルフアセスメント結果に加えて、サプライヤーに対する人権を含めたリスク評価を検討しています。

こうした活動を積み重ね、今後の人権デュー・ディリジェンス実施に向けた検討を進めています。



「2014CSRリスクマネジメントに関する国際会議」参加企業の方々と

3つの重点領域ハイライト

エコロジー

コミュニティ

カルチャー

ダイバーシティ& インクルージョン



多様な人財※が能力を発揮できる企業になる

花王は、“よきモノづくり”を通じた豊かな生活文化の実現に貢献するため、ダイバーシティから生まれる活力で社会に新たな価値をもたらしたいと考えています。そのために、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努めています。

※ 花王にとって重要な資産である「人」の活性化・育成のさらなる推進に向けて、2015年より「人材」の表記を「人財」と改めました。

「人財活性化プロジェクト」

国内花王グループ

最も重要な資産である人財の活性化・育成・ダイバーシティを推進するために、2014年4月～12月に活動しました。

特に「女性」と「シニア」を重要なテーマとして掲げ、社員がやりがいを持っていきいきと働ける環境やしきみづくりへの提言を行なうことを目的とし、社長と社員が意見交換する「Genbaラウンドテーブル」を通じて課題を探りました。

「Genbaラウンドテーブル」は、美容部員を含む女性社員を対象に計22回、シニア世代の社員を対象に計5回実施しました。

多様な状況下の社員から寄せられた意見を踏まえ、女性向け施策の方向性を「キャリアの中断を短くする」「目指すキャリア

を描く」「サステナブルに働く」としました。また、シニア世代向け施策を「モチベーションのさらなる向上」と「キャリア自律のサポート」としました。

当事者だけでなく、次の世代が花王でキャリアを積むことに対して、より前向きに将来への夢・希望を持ちやすくなるよう、多様なキャリアステージ・ライフスタイルに対する選択肢を増やすことをめざし、順次具体的な取り組みを進め、今後の人事施策につなげます。そして、定期的にその進捗を確認していきます。

外国人社員とともに成長する

グローバル

グローバルに同じ制度で運営

“よきモノづくり”をグローバルに推進するために、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」の共有化など一体運営を進めています。人事評価制度の標準化やタレントマネジメントプロセスによる異動・登用・研修等をグローバルに推進し、国籍によらない社員の活躍につなげています。

世界から人財を集める

「グローバルリーダー開発プログラム (GLDP)」は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する世界共通プログラムです。ほぼ同数の日本人・外国人が活発な議論を行ない、経営幹部に提案します。参加者の交流や海外セッションが多様な文化を学ぶ機会にもなっています。

Topics

平成26年度

「なでしこ銘柄」「健康経営銘柄」に選定

「なでしこ銘柄」は女性活躍推進、「健康経営銘柄」は健康経営に優れた企業を、経済産業省と東京証券取引所が上場企業の中から選定するものです。花王における仕事と家庭の両立支援や健康度向上のための取り組みが評価され、2015年3月に選定されました。



KaO

自然と調和する ところ豊かな毎日をめざして

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10

<http://www.kao.com>

2015年6月発行



グリーン購入に取り組んでいます

