



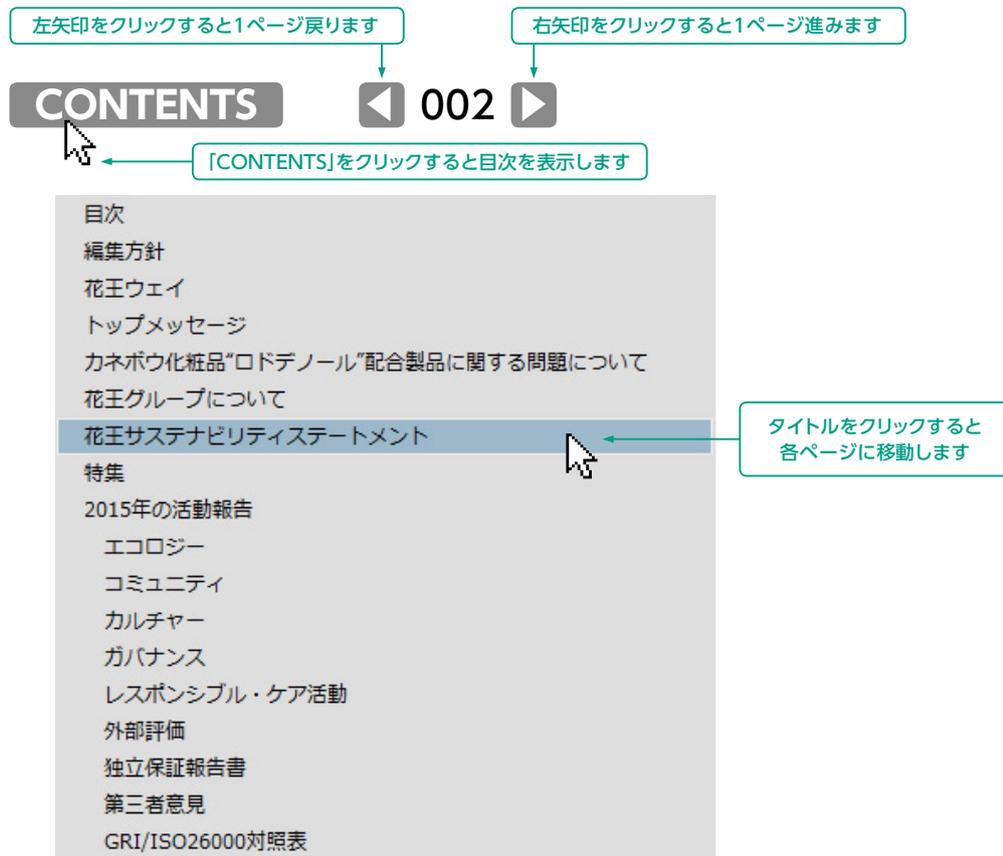
## 花王サステナビリティレポート 2016

自然と調和する  
こころ豊かな毎日をめざして

**KaO**

# このPDFの使い方

- 各ページの右上に、「目次ボタン **CONTENTS** 」と「ナビゲーションボタン ◀ ▶」を設定しています。



- 本文中に➡マーク /  マークでリンクを設定しています。  
クリックすると該当ページ・該当ウェブページへ移動します。

# 目次

このPDFの使い方	0
編集方針	2
花王ウェイ	3
トップメッセージ	4
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
花王グループについて	8
財務・非財務ハイライト	8
事業紹介	10
主な拠点と事業展開	11
花王サステナビリティステートメント	12

## 特集

### エコロジー

ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	21
地域の生物多様性保全への貢献	25

### コミュニティ

清潔習慣の啓発	27
健康な毎日を国内外で応援	28
ユニバーサルデザイン視点のモノづくり	29

### カルチャー

健全な事業活動のために	31
健康経営の推進	32
グローバル社会における要請や期待への対応	33

### ガバナンス

コーポレート・ガバナンス/リスクと危機の管理	34
------------------------	----

## 2015年の活動報告

### エコロジー

「花王 環境宣言」による2020年に向けた取り組み	36
ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	38
水資源への対応	41
化学物質の適正管理	43
生物多様性への対応	48
さまざまな環境項目	53
環境に配慮した容器包装	56
製品ライフサイクルと環境負荷	59
環境会計	61
環境コミュニケーション	63

### コミュニティ

品質保証の取り組み	68
ユニバーサルデザインの取り組み	72
お客さま(消費者)とのコミュニケーション	79
お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション	84
社会貢献活動	89

### カルチャー

インテグリティ	99
人権への取り組み	104
サプライヤーとの連携	106
人財開発	110
ダイバーシティの推進と人権の尊重	113
社員との対話の推進	117
ワーク・ライフ・バランス	119
社員の健康と生活への配慮	122
労働安全衛生・保安防災	125

### ガバナンス

コーポレート・ガバナンス	129
情報開示	134
情報セキュリティ・個人情報の保護	136
リスクと危機の管理	138

レスポンシブル・ケア活動	140
--------------	-----

外部評価	145
独立保証報告書	147
第三者意見	148
GRI/ISO26000対照表	149

# 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。
- 本レポート(HTML版・PDF版)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さまざまな取り組みを、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。
- 本レポートから代表的な取り組みをまとめたハイライト版冊子「花王サステナビリティレポート2016ハイライト」も発行しています。



## 対象範囲

花王グループ(花王株式会社および2015年12月31日時点の子会社、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。労働安全衛生など一部社員関連データは花王株式会社、子会社およびニベア花王株式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

2015年度(2015年1月1日～2015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2016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。2015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。

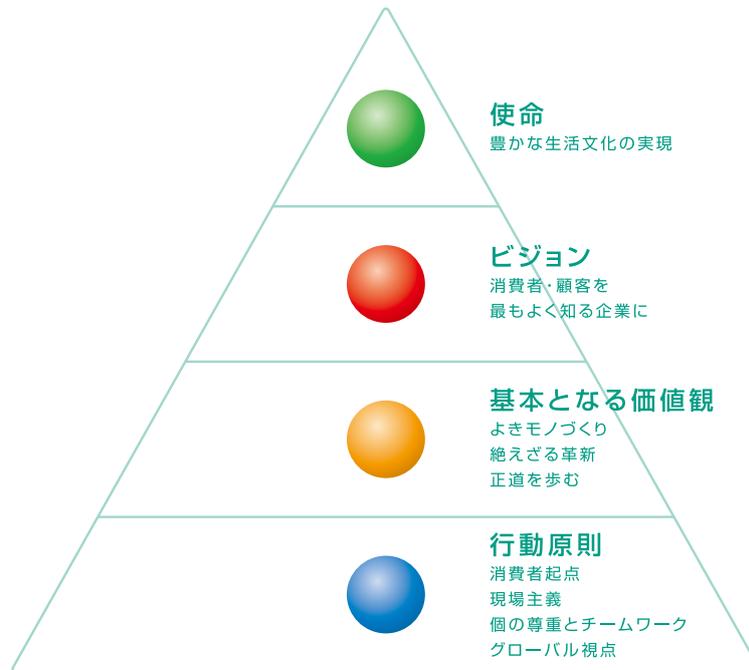
## 発行時期

前回発行 2015年6月  
 次回発行予定 2017年4月

## 参考にしたガイドラインなど

- GRI「G4サステナビリティ・レポーティング・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)

# 花王ウェイ



「花王ウェイ」は、花王グループの企業活動の拠りどころとなる企業理念です。中長期にわたる事業計画の策定から、日々のビジネスにおける一つひとつの判断にいたるまで、「花王ウェイ」を基本とすることで、グループの活動は一貫したものとなります。また一人ひとりの社員にとっては、会社の発展と個人の成長を重ね合わせ、仕事の働きがい、生きがいを得るうえで欠かすことのできない、指針でもあります。

花王グループの各企業・各メンバーは、「花王ウェイ」をマニュアルや規則としてではなく、それぞれの仕事の意義や課題を確認するための拠りどころとして共有しています。

## 使命

私たちは、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命とします。この使命のもと、私たちは全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客と共に感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供します。



### トップメッセージ

花王グループは  
“よきモノづくり”を一層進化させ、  
社会のサステナビリティへの貢献を  
果たしてまいります。

### “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

2015年は社会のサステナビリティに向け、世界が協調して取り組むべき2つの重要な枠組みが採択されました。国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)で採択された「パリ協定」と、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」です。「パリ協定」は気温上昇を2℃未満に抑えるという目標を掲げた2020年以降の温暖化対策の世界的枠組みであり、SDGsは貧困をはじめとする世界の課題に対してグローバル社会全体で取り組もうという目標です。先進国、途上国を含めたグローバル社会全体が、社会のサステナビリティに向けた行動の重要性を認識し、こうした枠組みの採択に至ったものといえます。

花王グループにおいても、「花王サステナビリティステートメント」のもと、“利益ある成長”と“社会のサステナビリティへの貢献”の両立をめざしています。節水や節電に役立つ環境配慮型製品や人々の健康と衛生の改善につながる製品などを通じ、社会的課題の解決に貢献すると同時に、「花王グループ中期3カ年計画(K15)」の最終年である2015年、そのすべての目標を達成することができました。

### 創業以来の“よきモノづくり”

1890年、創業者長瀬富郎は「人々の清潔で快適な生活に貢献したい」という願いから花王石鹸を発売しました。以来、花王グループでは、企業理念である「花王ウェイ」の基本となる価値観

“よきモノづくり”を通じて世界の人々の豊かな生活文化を実現することをめざして事業活動を行なってきました。その後の社会状況の変化により、“よきモノづくり”も少しずつ変化し、地球環境の保全や、その他のさまざまな社会的課題への対応という視点も加わりながら、その積み重ねとして現在に至っています。2009年の「花王 環境宣言」においては“いっしょにeCO”のテーマのもと、消費者、ビジネスパートナーなどさまざまなステークホルダーと協働した環境への取り組みを積極的に進めることを宣言しました。そして2013年に発表した「花王サステナビリティステートメント」においては、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、「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る」姿勢を明確にしました。

### 3つの重点領域で 社会のサステナビリティに貢献

「エコロジー」においては、原材料調達から生産、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ことをめざしています。特にご家庭で使っていたく製品については、使用場面での環境負荷が非常に大きいことから、使用時のCO<sub>2</sub>排出や使用する水の量の削減に貢献する製品を開発、提供しています。

こうした製品を生み出す源泉となっているのは、ものごとの本質を追求する研究開発力です。花王グループの研究開発部門では、さまざまな科学領域において、ヒトや物質に関して本質を徹底的に追求する基盤技術研究を行ない、それぞれの領域で「深化」させた成果を「融合」し、商品開発研究に活かすことで、花王らしい製品、新しい価値を提案し社会的課題の解決に貢献できる製品が生まれるのです。

また、「コミュニティ」においては衛生や健康、高齢化といった、社会が直面しているさまざまな社会的課題の解決に貢献する製品を提供しています。さらに製品の提供に加え、たとえば清潔な習慣づくりなど、啓発活動も継続して行なっています。子どもたちに楽しく正しい手洗いを身に付けてもらえるような取り組みなど、次世代育成につながる取り組みを積極的に実施しています。

社員、そしてビジネスパートナーとともに誠実で健全な事業活動を推進する「カルチャー」の領域では、「正道を歩む」という

言葉で示される花王グループの姿勢や取り組みが外部からも高く評価され、米国の企業倫理専門のシンクタンクEthisphere Instituteが2007年から実施している「世界で最も倫理的な企業」への選定が開始以来10年連続となりました。

また、女性の活躍支援をはじめ、社員の多様性推進に向けた取り組みも継続して行なっています。人には無限の可能性があり、その可能性に挑戦することで能力は引き出される、という考えのもと、人材育成の取り組みを進めています。意欲や能力に応じた育成・登用を進め、多様な社員が活躍しやすい風土づくりに取り組んでいます。

### グローバル社会で信頼される企業をめざして

“よきモノづくり”を常に深化させ、社会的課題の解決に貢献し、新しい価値を提案すると同時に、花王グループはグローバル社会の一員として、グローバルで共有されている原則や基準に従った公正な事業活動を進めています。

花王では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。近年、国際社会の関心が高まっている企業活動による人権への影響については、2015年6月、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいた新たな「花王人権方針」を策定、公表しました。

また、コーポレート・ガバナンスにおいても、迅速で効率が高く、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現できるよう、さまざまな改革を継続して実施しています。2015年7月には、コーポレート・ガバナンスに対する取り組みを体系的に整理し、東京証券取引所が定める「コーポレートガバナンス・コード」の各原則の実施状況を公表しました。

花王グループは今後も、多様なステークホルダーと緊密に連携し、「花王ウェイ」で使命とする“世界の人々の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への貢献を果たしてまいります。

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、発症されたお客さまをはじめ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”<sup>\*</sup> 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。

これを受け、2013年7月4日に自主回収を開始いたしました。

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。2016年4月30日時点で、白斑様症状が確認された方の合計人数は19,584人、その内、完治またはほぼ回復された

方は11,872人(医師の診断、あるいはご本人の申告に基づき当社が確認した人数)、和解合意された方は15,350人、対象製品の回収数は累計で702,497個です。

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6,000万円を助成し、8件の研究が推進されました。学会や研究班や多くの研究機関で取り組んでいただいた結果、わかってきたことや治療法に関しては、日本皮膚科学会ウェブサイト内の「患者さん向けFAQ(2015年8月7日改定)」に掲載されています。引き続き、研究機関での治療法の開発に全面的に協力してまいります。

**Web** 日本皮膚科学会ウェブサイト 患者さん向けFAQ掲載ページ  
[https://www.dermatol.or.jp/modules/public/index.php?content\\_id=5](https://www.dermatol.or.jp/modules/public/index.php?content_id=5)

### 2. 発症されたお客さまの日常生活のサポート

「お客さま対応室」を設置し、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継続的に行なっております。お客さまのご希望に応じて「カバーメイクアップ専用用品」のご提供や、メイクアドバイスなども行なっております。

#### 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、パウダータイプの各種ファンデーション、BBクリーム、カラーパウダー、ルースパウダー(おしろい)を用意いたしました。カバーメイクアップ専用用品のご使用に関しましては、お一人おひとりのお肌の状態が異なるため、まず、かかりつけの皮膚科専門医に使用の可否についてご相談いただくことをお願いしております。そのうえで、カネボウ化粧品の訪問担当が訪問時にお肌の状態を確認し、使い方等をご説明し、お客さまの症状や用途にあわせてご提供しております。また、「スキンケアアドバイスブック」を作成し、お配りしております。訪問担当からは、お客さまにあわせて日常的なスキンケアのアドバイスもさせていただきます。



### 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しております。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月下旬から2015年12月まで店頭に設置いたしました。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

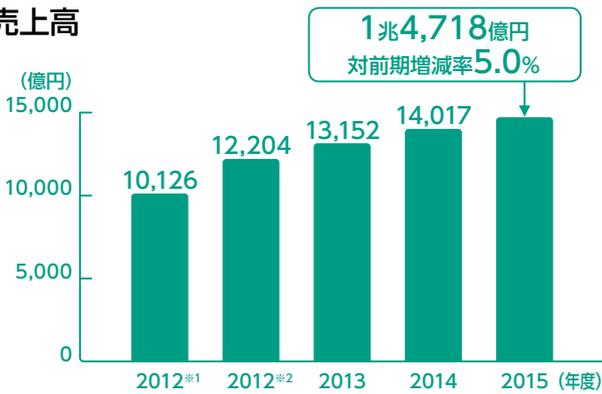
お客さまお一人おひとりの肌悩みや、お肌の状態を確認しながら、おすすめの商品やその使用方法、お手入れ方法などをアドバイスいたします。化粧品の使用に不安をお持ちのお客さまには、ご自身でできる「肌と化粧品の相性チェック」もご紹介しております。

### 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



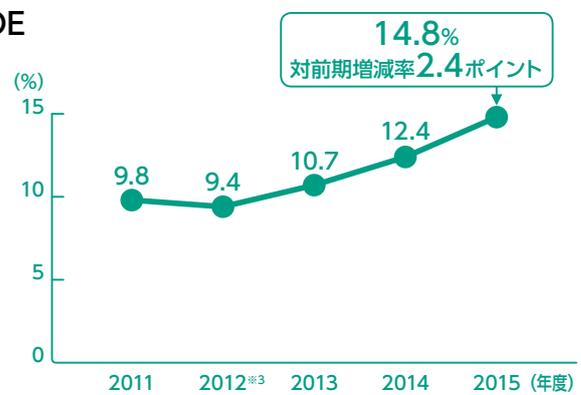
## 当期純利益



## 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。

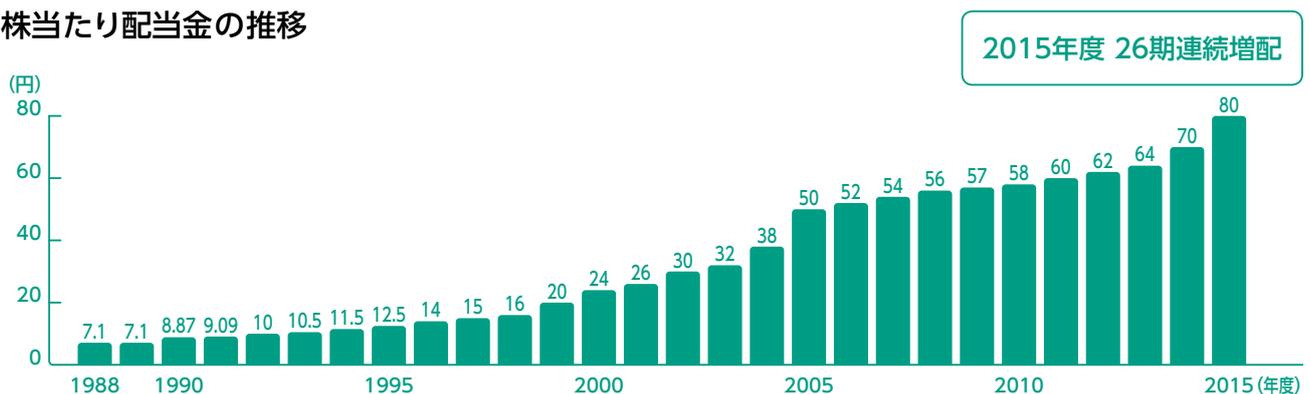
2. 当社は、2012年12月期より事業年度の末日を3月31日から12月31日に変更いたしました。

※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。

## 1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。

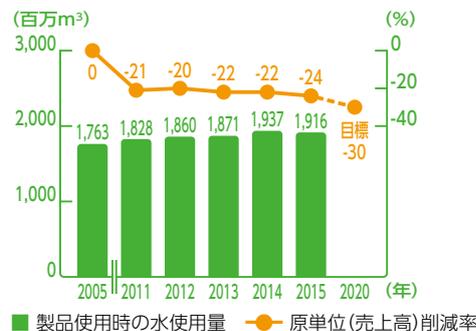
取り組みの詳細は、ウェブサイト「花王サステナビリティレポート2016」([http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/reports.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/reports.html))をご参照ください。

## 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。

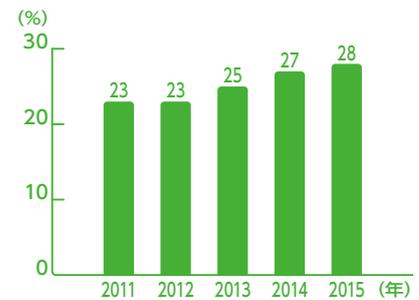
製品ライフサイクル全体のCO<sub>2</sub>排出量の推移★(日本花王グループ)<sup>※1</sup>



製品使用時の水使用量の推移★(日本花王グループ)<sup>※2</sup>

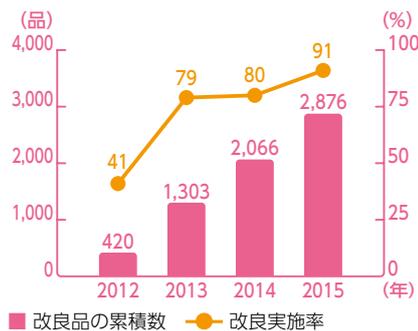


“いっしょにECO”マーク表示製品売上比率(国内消費者向け製品)<sup>※3</sup>

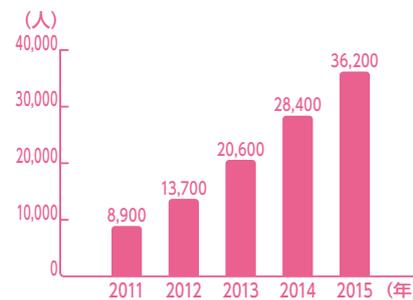


## コミュニティ 多様な消費者に配慮し、社会的課題の解決に貢献する製品の提供や啓発活動を行なっています。

UD視点での改良品の累積数および改良実施率(国内消費者向け製品)<sup>※4</sup>

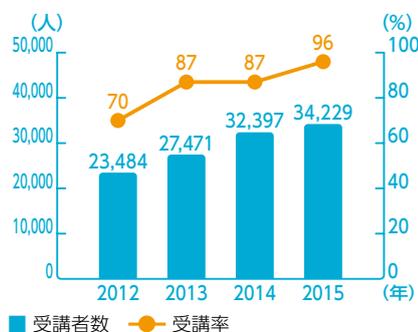


手洗い講座を受講した児童の累積数(日本花王グループ)



## 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



※1 製品ライフサイクルを通じたCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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](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、洗顔料や全身洗浄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。



### ■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。



### ■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。

## ケミカル事業

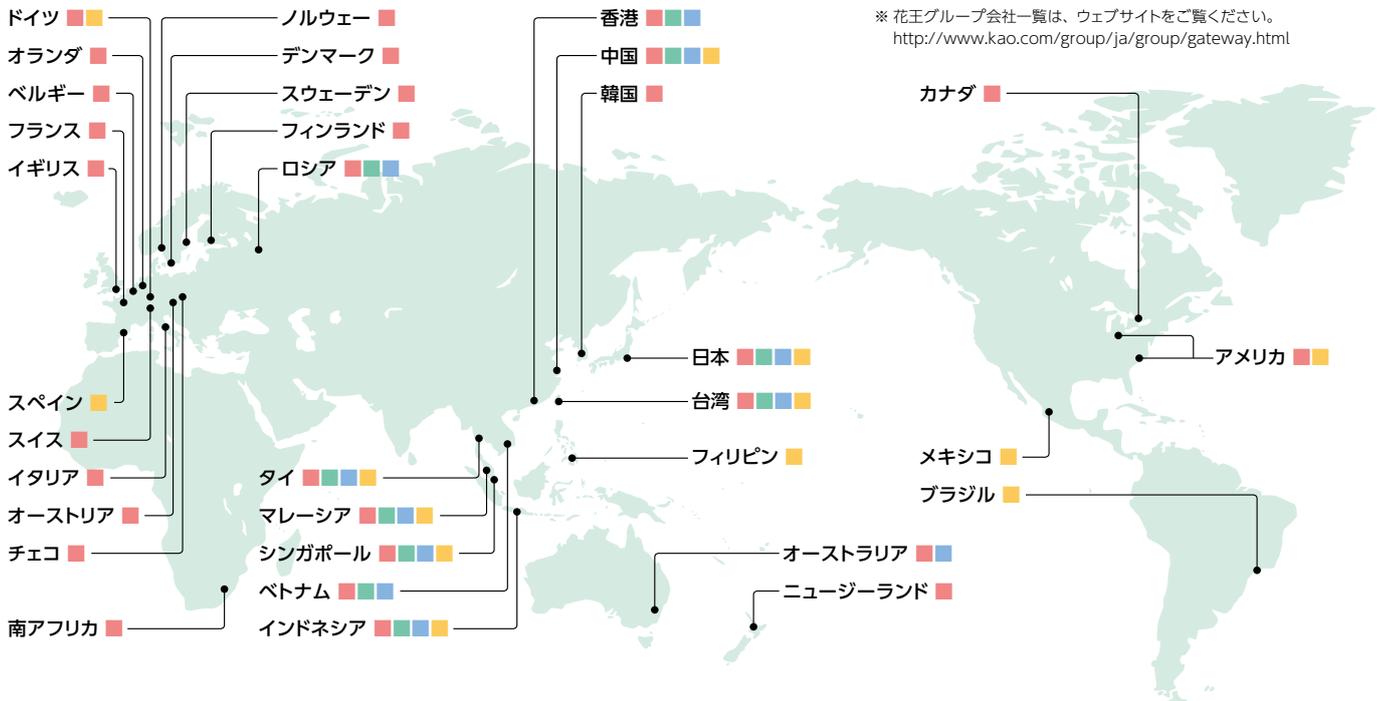


### ■ケミカル事業

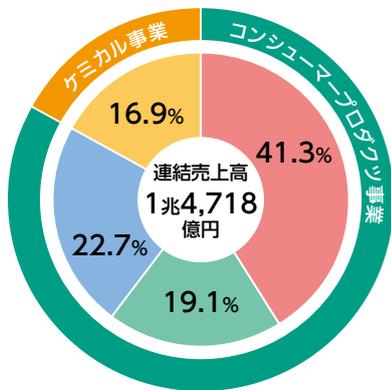
ケミカル事業では、天然油脂原料からつくる油脂製品や、界面活性剤、トナー・トナーバインダー、香料など、多岐にわたるケミカル製品をグローバルに展開しています。

# 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



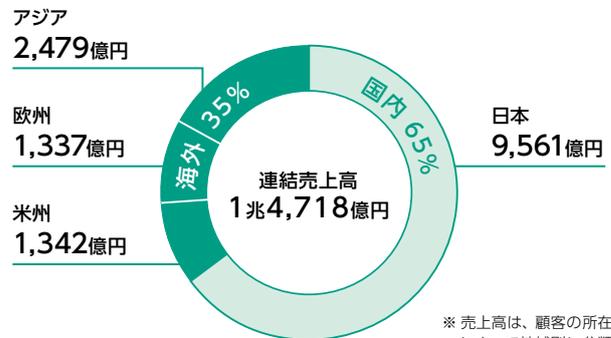
## セグメント別売上高 (2015年12月期)



- ビューティケア事業 6,077億円
- ヒューマンヘルスケア事業 2,807億円
- ファブリック&ホームケア事業 3,344億円
- ケミカル事業 2,490億円

※ 事業間の内部売上を除く

## 地域別売上高 (2015年12月期)



※ 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は、花王は、2005年から参加しています。



4-0024-07-100-00

### 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、社会、環境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、2年連続で構成銘柄に選定されています。



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8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

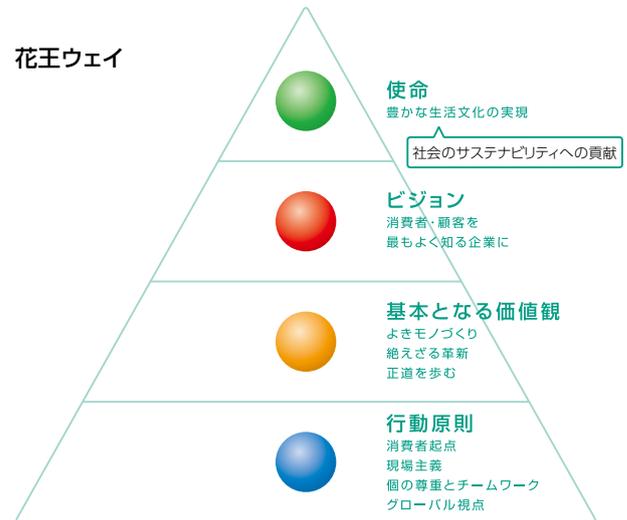
花王は2013年7月にサステナビリティに関する方針「花王サステナビリティステートメント」を策定し社内外に発表しました。事業活動を通じた社会のサステナビリティへの貢献という方向性を明確にし、活動を注力する領域として「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」の3つを重点領域として選定しています。

## 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。

### 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

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

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。

### 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

### 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&amp;インクルージョン

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

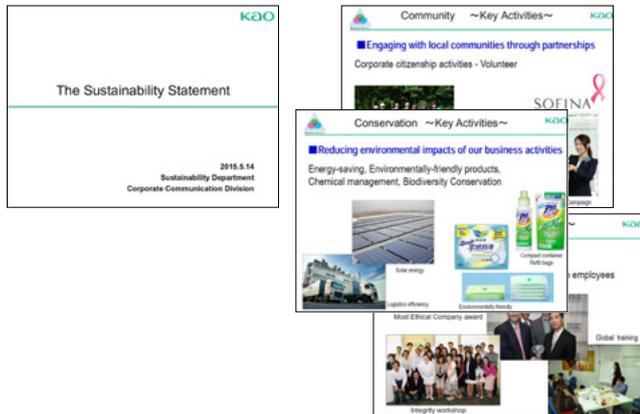
# 花王サステナビリティステートメント

## 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、さまざまなアプローチで社員への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、意見交換を行なっています。2015年は、日本花王グループでは生産事業場を中心に11回、海外グループ会社で1回の説明会を実施しました。



説明会資料(英語版)

### イントラネット上での啓発

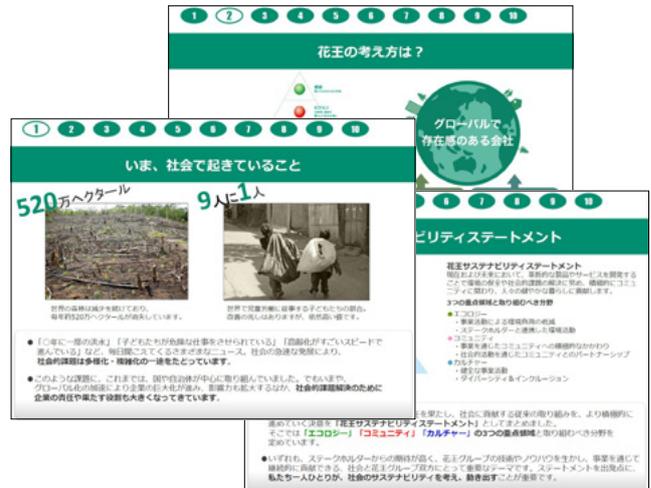
イントラネットに、花王サステナビリティステートメントの理解を助ける情報を掲載しています。

各部門のリーダーにサステナビリティについての考えを寄稿してもらい「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社会動向や自社他社の取り組みをわかりやすく紹介する「サステナ3分ウオッチング」を毎月掲載しています。

2015年は海外グループにも拡大し、年内にすべてのグループ会社のイントラネットで、日本と同じ情報を共有できるようになりました。

### ネット学習での啓発

日本花王グループのインターネット環境がある全社員を対象に、花王サステナビリティの考え方を周知するため、eラーニングを実施しました。サステナビリティが求められる社会背景、花王サステナビリティステートメントや具体的な活動事例などの学習内容を、対象者1万6千人のうち約9割が受講しました。



### eラーニング

### 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、社員の花王サステナビリティステートメントの理解に役立つ記事を掲載しています。

2013年10月のステートメント発表直後には、策定の背景や詳細内容の特集。2014年に引き続き2015年も、3つの重点領域での具体的な活動事例を紹介しました。2016年も継続していきます。



社内報[KAO FAMILY]での紹介

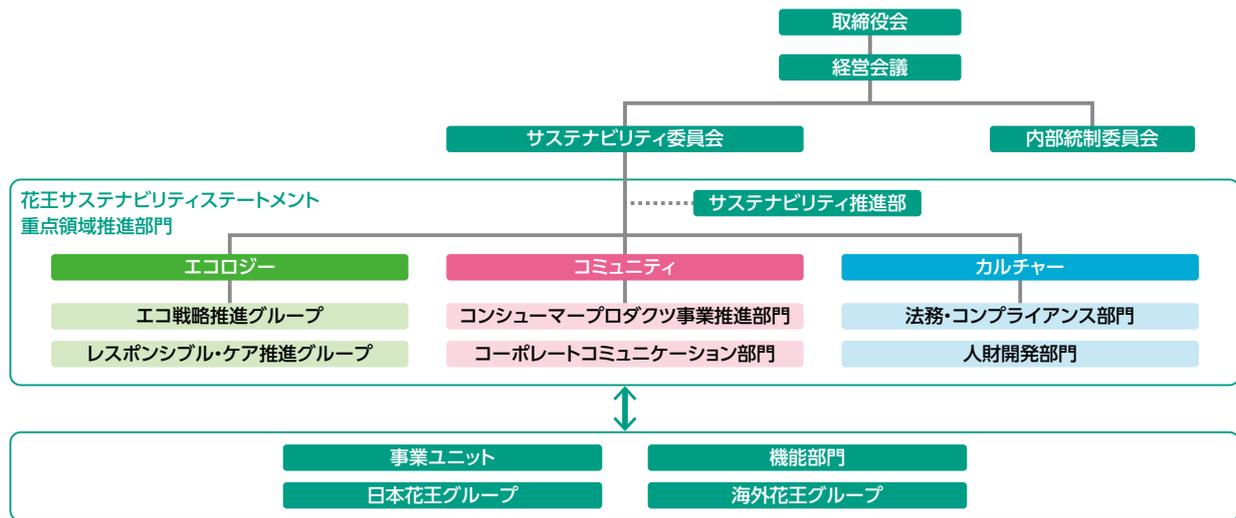
## 花王サステナビリティステートメント

### 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。

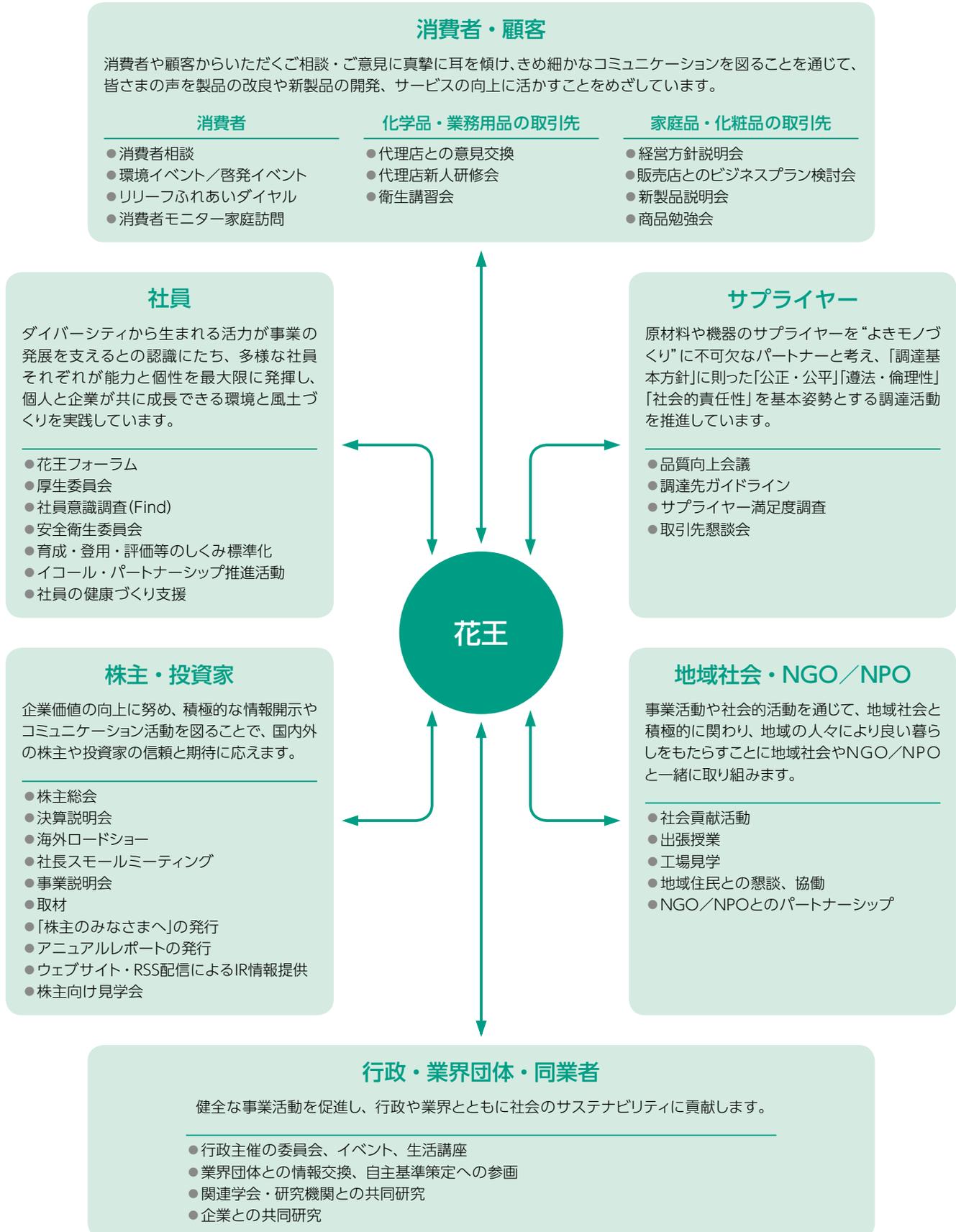
#### 重点領域活動の推進体制



## 花王サステナビリティステートメント

### 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。



花王サステナビリティステートメント

2015年実績と2016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	2015年目標	2015年実績	2016年目標
(CO <sub>2</sub> ) 2020年までに消費者向け製品でCO <sub>2</sub> 35%削減(日本: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	● バスマジックリンの改良新発売 ● アタック抗菌EX スーパークリアジェルのつめかえパック発売 ● キュキュット、スキンケア製品のつめかえ品種拡大 ● メリットシャンプー、リンスのボトルにバイオプラスチックを30%使用	● 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、事務所での省エネ活動の推進	(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 ● 他社との共同物流、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(日本:売上高原単位、2005年基準)	節水製品の充実	● 節水製品の拡充	24%削減 ● バスマジックリンの改良新発売 ● キュキュット、アタックNeo拡充	● 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	● 計画通り、中期計画に沿った2015年優先評価物質*3のリスク評価を実施し、安全性要約書を作成 ● 2000年に導入したSDSシステムの再構築を検討 ● PRTR物質、VOC物質、毒劇物に関して取扱現場でのリスク評価を終了し、リスク低減対策実施中 ● 計画通り、一部プラントにて危険有害性(GHS)表示を試行的に実施 ● 2015年5月、花王および花王ケミカルウェブサイトにSAICM推進活動状況とSAICM活動成果物(安全性要約書等)を公開、10月には花王グループサイトに、12月には上海花王化学サイトにも活動状況を公開 ● ケミカル製品のGPS安全性要約書*4の公開継続(12件公開、花王グループで累計89件*5を公開済み) ● 国内工場で行なっている地域住民とのコミュニケーションの活用を検討	● 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(継続) ● 化学物質ライフサイクル管理システムの基盤構築(継続) ● 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(継続) ● 生産現場での危険有害性(GHS)表示を開始 ● SAICM活動成果物の一般公開(継続) ● 双方向コミュニケーションの検討(継続)
(生物多様性)	認証原料の使用拡大	● 認証油購入量 パーム油、パーム核油および誘導体合計 40千t ● 認証工場数 2015年 15社18工場	● 購入認証油中のMass Balance方式*6比率 2014年 88% 2015年 28% ● 認証油購入量 2014年 パーム油 5.2千t パーム核油 17.9千t 2015年 パーム油 5.0千t パーム核油 12.5千t 誘導体 6.7千t ● 認証工場数 2014年 9社12工場(うち海外9工場) 2015年 16社19工場(うち海外16工場)	● 認証油購入量 パーム油、パーム核油および誘導体合計 40千t ● 認証工場数 2016年 20社25工場
	事業場での生物多様性の保全活動の推進	● 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	● 鹿島工場が「いきもの共生事業所®認証」(ABINC認証)を取得(工場では日本で初めて) ● 鹿島工場が「第4回いきものにぎわい企業活動コンテスト」で環境大臣賞を受賞 ● 鹿島工場の社員の森で、茨城県環境管理協会主催の「エコカレッジ」現場視察会を実施 ● 和歌山工場のクロマツ防潮林で、和歌山市立こども科学館主催のイベント「松ぼっくり採取とリース作り」を開催 ● 海外各事業場に対する啓発を実施	● 国内各事業場での活動を推進 ● 海外各事業場の現状調査

## 花王サステナビリティステートメント

## 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	2015年目標	2015年実績	2016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"> <li>●「いっしょにエコ日記」配布校数：515校</li> <li>●環境出張講座実施校数：43校</li> <li>●エコラボミュージアム来校数：71校</li> <li>●花王・みんなの森づくり活動助成団体数：52団体</li> <li>●花王・教員フェロージャ（アースウォッチジャパンと協働）：9校</li> <li>●取引先や自治体での啓発活動数：167件</li> <li>●花王国際こども環境絵画コンテスト応募数：12,456件</li> </ul>	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

※1 4R：Reduce(削減)、Renewable(再生可能)、Reuse(再利用)、Recycle(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(国際的な化学品管理戦略)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59%

※6 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

## 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	2015年目標	2015年実績	2016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"> <li>●UD視点での継続的な改良実施</li> <li>●啓発活動の継続(講演会など)</li> <li>●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)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新製品改良品におけるUD視点での改良実施率91%</li> <li>●社員を対象にしたUD推進啓発活動(高齢者体験ワークショップ13回)</li> <li>●社外向け花王UD取り組み紹介(講演会16回、イベント4回)</li> <li>●がん患者さん向け商品紹介イベント(2回)</li> <li>●小学生向けUD授業(7校)</li> <li>●字幕CMの本格放送に向けた継続的な活動(TV局2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)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●UD視点での継続的な改良実施</li> <li>●啓発活動の継続(小学校向けUD授業・講演会・セミナーなど)</li> <li>●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、普及推進協議会への働きかけなど)</li> </ul>
	肥満・生活習慣病の予防・改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ウォーキングイベントへの協賛(日本の参加人数：10万人)</li> <li>●QUPiOへの参加(日本)(参加企業数：60社)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ウォーキングイベントへの協賛(日本の参加人数：15万人)</li> <li>●QUPiOへの参加(日本)(参加企業数：69社、QUPiO利用者数250万人)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ウォーキングイベントへの協賛(日本の参加人数：10万人)</li> <li>●QUPiOへの参加(日本)(参加企業数：60社)</li> </ul>
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"> <li>●ベビー用紙おむつの展開国拡大</li> <li>●母親学級・両親学級等による啓発活動と使用見本サンプルリング(日本：68万人)</li> <li>●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布(日本：121万個)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ベビー用紙おむつのアジア展開拡大(インドネシア)</li> <li>●母親学級・両親学級等による啓発活動と使用見本サンプルリング(日本：68万人、アジア：366万人)</li> <li>●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布(日本：181万個、アジア：366万個)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ベビー用紙おむつの展開国拡大</li> <li>●母親学級・両親学級等による啓発活動と使用見本サンプルリング(日本：78万人、アジア：370万人)</li> <li>●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布(日本：201万個、アジア：370万個)</li> </ul>
	手洗い習慣の普及による衛生向上を推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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)</li> <li>●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)(アジア計：7万8,000人(台湾・タイ・インドネシアの小学生))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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111校)</li> <li>●手洗い啓発用のサンプル配布(日本：幼児・小学生ほか37万個、シニア3万個)(アジア計：9,000人(台湾・タイの小学生))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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120校)</li> <li>●手洗い啓発用のサンプル配布(日本：幼児・小学生ほか37万個、シニア3万個)(アジア計：9,400人(台湾・タイ・インドネシアの小学生))</li> </ul>
	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"> <li>●初経教育用の教材・啓発者数(日本：6,000校 48万人)(アジア計：48万2,000人(台湾・タイ・インドネシア))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●初経教育用の教材・啓発者数(日本：6,300校 46万人)(アジア計：49万9,000人(台湾・タイ・インドネシア))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●初経教育用の教材・啓発者数(日本：6,400校 48万人)(アジア計：66万4,000人(台湾・タイ・インドネシア))</li> </ul>

## 花王サステナビリティステートメント

## 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	2015年目標	2015年実績	2016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	● ボランティア精神の醸成につながる活動の提案	● イントラネットを通じたボランティア情報の提供・紹介：31件 ● 社内外に情報を発信することでの啓発：122件	● ボランティア精神の醸成につながる活動の提案を継続

## 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	2015年目標	2015年実績	2016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	● 贈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(グローバル版)の導入(未導入地域) ● 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 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日本花王グループ管理職対象コンプライアンス研修 ⇒2015年からの2巡目研修実施率70% 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%  ● 2016年に向けたBCGの改定検討(2014年発行BCGケースブックの現地語版作成、BCG改定検討) ● 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	● 贈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(グローバル版)の導入完了  ● 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 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96% ②日本花王グループ管理職対象コンプライアンス研修 ⇒2015年からの実施率74% 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%  ● 2016年に向けたBCGの改定検討 ⇒BCGケースブックの作成(現地語版) ⇒BCG改定案をコンプライアンス委員会に提案 ● 社員の声を聴く活動、第三者検証(会計系コンサルティング会社)の実施 ⇒10月にコンプライアンス月間を実施(委員長メッセージポスターの掲示、執行役員から担当部門へのメッセージ、コンプライアンスロゴマーク投票等の実施) ⇒贈賄防止のための代理店選定基準の見直し実施	● 各部門・グループ会社のコンプライアンス活動に関する自己点検の検討・実施 ● 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 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日本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100%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90%目標 ● BCG改定実施 ● コンプライアンス意識調査の実施 ● コンプライアンス月間をグローバルで実施
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	● 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 ● 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) ● 購買部門転入者への100%教育実施	● 消費者向け製品に使用するパーム油・パーム核油について、それぞれミルまでの原産地追跡を完了 ● 調達先ガイドラインに基づく調達の実施	● 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の推進 ● 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&amp;インクルージョン

取り組み内容	主な活動	2015年目標	2015年実績	2016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	● 取り組み計画の立案と実施	● 各組織の実状に合わせたD&I推進計画の立案 ● 人財活性化プロジェクトによる日本花王グループの女性・シニアの活躍推進のための提言の実施 ⇒海外赴任同行休職の導入(花王) ⇒就業制度改定(時間プールの導入(フレックスタイム制)改定・時間単位休暇導入)(花王) ⇒若手向けキャリア研修の内容拡充(花王CMK) ⇒美容部員における短時間勤務利用期限の延長/店頭シフト調整の実施(花王CMK) ⇒時短勤務美容部員を定年後再雇用された美容部員がサポートする体制づくり(カネボウ) ● 管理職における女性比率 27.5%(海外を含むグループ全体) 10.4%(日本花王グループのみ)	● 各組織におけるD&I推進計画の実行 ● 海外グループでの課題把握 ● 女性活躍推進法への対応

# エコロジー

## 社会的課題の認識

2015年12月、COP21に参加した世界196の国・地域は、世界の平均気温上昇を2℃未満に抑えることを目標とした「パリ協定」に合意しました。地球温暖化は、世界で多発する異常気象、海面上昇、生態系の異変や感染症リスクの拡大などの影響をもたらしており、先進国、途上国を問わず国際社会全体で取り組むべき緊急の課題となっています。

また、人口増と経済発展による水不足、森林破壊などによる生物多様性の喪失など、地球環境に関するさまざまな課題がグローバルで深刻化しています。

## 花王のアプローチ

2009年に発表した「花王 環境宣言」において、製品のライフサイクル全体を通じてさまざまなステークホルダーと連携して環境負荷を低減することを宣言し、取り組みを進めています。製品のライフサイクルの中では、使用場面での環境負荷が非常に大きいことから、使用時のCO<sub>2</sub>排出や使用する水の量の削減に貢献する製品を開発、提供しています。

また、環境影響の大きい化学品を扱うメーカーとしてSAICM(国際化学物質管理戦略)に沿った化学物質の適切な管理に努めています。原材料調達などにおける生物多様性の保全などの取り組みも推進しています。



# ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減



花王は革新的な技術により、製品のライフサイクル全体でCO<sub>2</sub>が少ない製品の開発に努めています。さらに、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も積極的に推進し、世界的な平均気温上昇を2℃未満に抑制するために、地球温暖化をもたらすCO<sub>2</sub>の排出削減に貢献していきます。

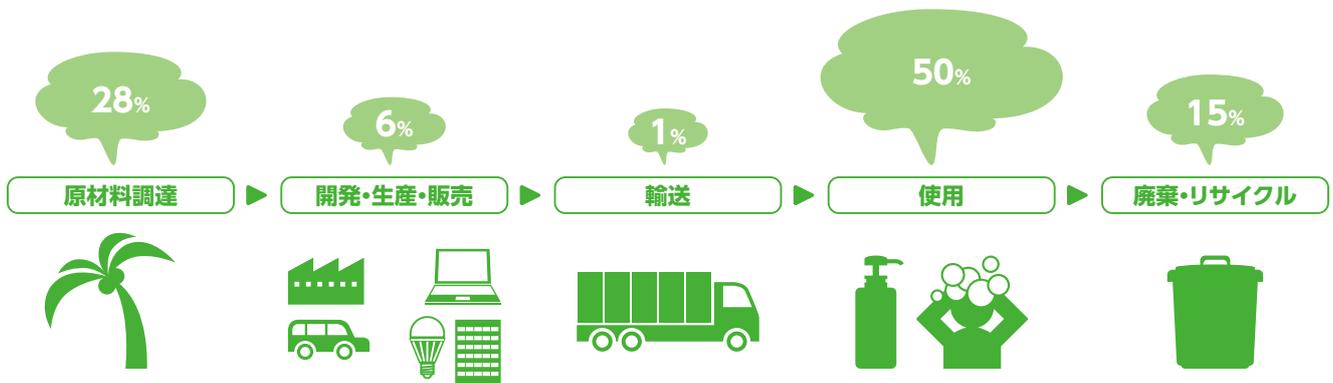
## ライフサイクルアセスメントとは

花王は「製品の安全性と高い品質を確保するとともに、環境負荷を低減していく」という製品開発指針のもと、原材料の調達から生産、輸送、使用、廃棄までの製品のライフサイクルを通じて環境への影響を評価する「ライフサイクルアセスメント(LCA\*)」を実施しています。花王製品のライフサイクルにおけるCO<sub>2</sub>排出量742万トンの内訳を見ると、開発・生産・販売や

輸送といった、花王内の努力だけで削減できる量よりはるかに多いCO<sub>2</sub>を他の段階で排出しています。そこで花王は、他の段階でのCO<sub>2</sub>を削減するために、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と“いっしょにeCO”に取り組んでいます。

※ Life Cycle Assessment

## 花王の製品ライフサイクル各段階で排出されるCO<sub>2</sub>の割合



※ 2015年実績

→P33「特集：カルチャー>グローバル社会における要請や期待への対応>環境や社会に配慮した調達」

## 開発・生産・販売におけるCO<sub>2</sub>削減

グローバル

花王は、化石燃料から発生するCO<sub>2</sub>排出量を削減するために、研究所・工場・ロジスティクスセンター(製品を配送するための拠点)・事務所で、「エネルギー使用効率の向上」と「低環境負荷エネルギーの利用」に取り組んでいます。

省エネルギー設備の導入や、高圧蒸気を発生させるボイラーを効率的に動かす緻密な制御、蒸気の有効利用などを行ない、燃料使用効率の向上を図っています。これらの設備・技術については、花王の複数の工場間ですばやく情報を共有しながら成果へとつなげています。

低炭素燃料の代表である天然ガスを工場に積極的に導入するなど、環境負荷の低い燃料を使用する取り組みを進めています。環境負荷の高い石炭を燃料として利用している工場はありません。また、蒸気を多く使用しない工場では、天然ガスを含む化石燃料を一切使わない「化石燃料ゼロ化」に向けての活動も進めています。

なお、販売会社で使用する営業車からのCO<sub>2</sub>排出量を削減するために、ハイブリッド車を使用したり、テレマティクスデータを活用した低燃費運転の励行などの活動を日々続けています。



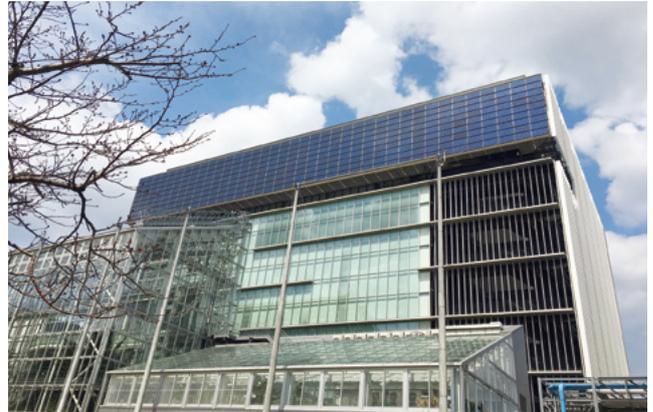
蒸気の有効利用に取り組むファティケミカル(マレーシア)の工場

## ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減

電気などのエネルギー利用による間接的なCO<sub>2</sub>排出量削減にも取り組んでいます。

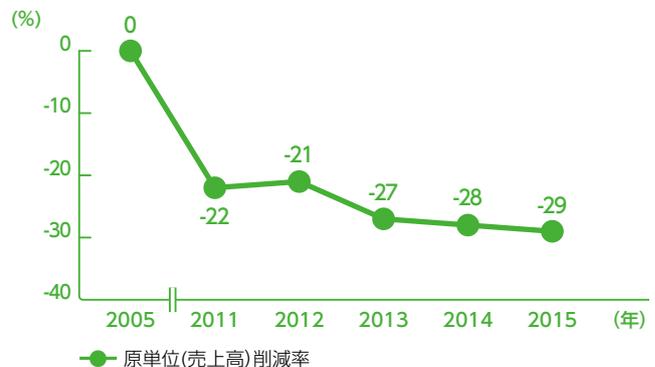
電気のエネルギー使用効率の向上では、2015年に工場・ロジスティクスセンター・事務所で使用している水銀灯と汎用蛍光灯をLED照明に変更する方針を発表しました。日本国内だけでも約9万本ある水銀灯と汎用蛍光灯を、海外の工場や事業場でもすべてLED照明に切り替えることで、CO<sub>2</sub>排出量を削減します。

低環境負荷電力の使用では、2014年より花王ドイツと花王マニュファクチュアリングジャーマニーの拠点で調達する全電力を100%再生可能エネルギー由来電力に置き換えています。日本においては、電力小売完全自由化で電力購入先を決める際にCO<sub>2</sub>排出係数も考慮するよう計画しています。さらに、太陽光発電を和歌山研究所や厚木ロジスティクスセンターなどで導入しており、2015年の発電量は493MWhでした。今後、新設する建物でも太陽光発電設備を設置していきます。



和歌山研究所に設置された太陽光発電設備

### CO<sub>2</sub>排出量の推移



※ 集計対象拠点：2014年までは花王グループ全生産事業場、日本国内の非生産事業場（営業車含む）が対象。2015年は海外の一部の非生産事業場も含めています。

## 輸送におけるCO<sub>2</sub>削減

工場からロジスティクスセンターまで製品を輸送する「積送」と、ロジスティクスセンターから店舗まで製品を輸送する「配送」に分けて活動を進めています。

積送においては、輸送距離を短くするためにロジスティクスセンターを適切な場所に建てること、一度に輸送する量を多くして効率を向上させるトラック輸送でのコンテナの大型化、荷台の空間の適切な活用による積載率の改善、低環境負荷の輸送手段に切り替えるモーダルシフト（トラックから鉄道・船舶への切り替え）などの活動を進めています。2015年は和歌山工場が「エコシップマーク」認定事業者（国土交通省）に選定されました。船による海上輸送では、CO<sub>2</sub>排出量をトラックの約1/5に抑制することができます。

配送においては、販売店とともに取り組む“いっしょにeCO”により、発注頻度や方法の見直しによる配送（納品）回数の削減を進めています。さらに、セーフティレコーダーの活用による燃費の向上などを行なっています。また、工場からの製品輸送の効率化、販売店での製品補充のしやすさ等を考慮した製品パッケージの見直しも随時実施しています。



フェリーに製品の入ったコンテナを積みこむトラック

# 33%削減

輸送段階におけるCO<sub>2</sub>削減率(日本)  
(売上高原単位、2005年比)

## ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減



グローバル

### 使用におけるCO<sub>2</sub>削減

花王製品のCO<sub>2</sub>排出量を製品ライフサイクルの各段階で見るときに、50%と最も多くを占めているのが使用段階、すなわちお客さまが花王製品をお使いになる場面です。特に使用時にお湯を使う製品ではその傾向が顕著で、たとえばシャンプーでは水道水を作るためのCO<sub>2</sub>排出量やお湯を作るための燃料からのCO<sub>2</sub>排出量の割合が製品ライフサイクル全体のCO<sub>2</sub>排出量のうち約90%となることがわかっています。

そこで花王は、使用段階のCO<sub>2</sub>排出量を削減するためのアプローチとして節水製品の提案を進めています。節水製品で使う水が少なくなれば、水やお湯を作るためのエネルギー消費によって排出されるCO<sub>2</sub>は少なくなるのです。

また、節水製品を広く普及させるために、社会と「いっしょにeco」を進め、小学校への出張授業「環境講座」、取引先や自治体との啓発活動、中国で環境保護部との「中国清潔・節水全国運動」などを実施しています。また、和歌山工場内において、花王の先端のエコ技術を体験していただける花王エコラボミュージアムを運営しています。

#### 使用段階の節水につながる製品群

家庭で水の使用量が多い衣料用洗剤では、新洗浄成分により、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洗剤「アタックNeo」を2009年に発売しました。2013年には新洗浄成分を活用した「ウルトラアタックNeo」を発売、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。さらに、中国やオーストラリア、シンガポールなど7つの国・地域にも節水型の洗剤を展開しています。

この高い洗浄力と、環境負荷の削減を両立した花王の技術は、お湯の使用量が多い食器洗いにも展開され、2014年には洗浄力を高めつつすすぎも一段と速くなった「キュキュット」を改良発売しています。また、水使用量の多い浴室では、2010年に従来品より約20%少ない水ですすげる「メリットシャンプー」を、2015年8月に洗浄力を高めつつすすぎやすくした「バスマジックリン」を改良発売しました。

#### 製品ライフサイクルを超えて環境負荷を低減

製品機能の見直し・向上により、節水以外のアプローチでも環境負荷低減につながる製品が生まれています。2014年に発売した「エッセンシャル フリー&スムーズシャンプー」は、髪表面のキューティクルを薄くコーティングすることで、髪がからまりにくくなり、乾燥時のドライヤーの風の通りがよくなります。その結果、ドライヤーの使用時間を短縮することができ、製品のライフサイクルで排出されるCO<sub>2</sub>という枠を超えて、環境負荷低減に貢献します。



節水型の衣料用洗剤を7つの国・地域で展開



使用段階の節水につながる製品



環境負荷を低減する洗浄技術の研究

# 24%削減

製品使用時の水使用量  
(売上高原単位、2005年比)

## ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減



グローバル

### 廃棄・リサイクルにおけるCO<sub>2</sub>削減

花王製品のCO<sub>2</sub>排出量の15%と生産段階の2.5倍のCO<sub>2</sub>を排出しているのが廃棄・リサイクル段階、すなわちお客さまが花王製品をお使いになられた後の場面です。主に容器を焼却することでCO<sub>2</sub>が発生します。そこで花王では、容器包装の環境負荷が少ない商品開発をめざし、Reduce (容器に使う資源の削減)、Renewable (再生可能)、Reuse (再利用)、Recycle (再資源化) の4Rの視点から、花王の包装容器開発研究所が中心となり、サプライヤー等と協力しながら技術開発に取り組んでいます。

Reduce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を実施。Renewableでは、ポリ乳酸やバイオポリエチレンなどの再生可能な植物を原料とした素材を導入。Reuse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、Recycleでは、再生紙や再生樹脂等の再生材料の導入・活用を進めています。



日本に243製品あるつめかえ・つけかえ用製品例

# 84%

花王製品のつめかえ用製品販売数量比率(本数ベース)

### Topic ピリピナス花王での環境改善活動

ピリピナス花王は2001年にPEZA (Philippine Economic Zone Authority) の認可を受け、ヤシ油などを原料として高級アルコールや産業用化学品の生産を行なっています。PEZAとはフィリピン大統領が輸出経済特区として宣言した地域内にある企業に対する運営支援を行なう政府機関です。外資誘致策として1995年に始まり、現在では経済特区300カ所、企業数は3,500社に達しています。

ピリピナス花王は環境改善活動を積極的に推進しており、2014年には、前年に対してボイラー設備で使用する燃料油を15%削減、各設備での電気使用量を26%削減したことにより、全体で約5%のCO<sub>2</sub>を削減しました。また、CSR活動として、マングローブ植樹、海岸清掃活動などの環境保護プロジェクトの取り組みも行なっています。

これらの活動が評価され、2015年4月、フィリピン政府が顕彰する「環境賞 (PEZA Environmental Performance Award)」を受賞しました。



フィリピン政府が顕彰する環境賞のトロフィーをアキノ大統領より拝受



ピリピナス花王の環境安全チーム

# 地域の生物多様性保全への貢献



花王の事業は生物多様性からのさまざまな恵みによって成り立っています。花王は事業活動における生物多様性への影響の低減はもちろん、地域の生態系に配慮した生物多様性の保全に努めています。

## 鹿島工場の緑地保全と「社員の森」の取り組み

日本花王グループ

花王は2011年に策定した「生物多様性保全の基本方針」に基づき、生物多様性の保全を推進しています。

鹿島工場は、RSPOが定める条件をクリアしたパーム油を使用して製品をつくるSCCS認証（P33参照）を花王グループで最初に取得した工場です。そして、生物多様性に配慮した土地利用にも積極的に取り組んでいます。

鹿島工場の敷地はもともと埋立地でした。さまざまな法規制、地元の県や市との公害防止協定を背景に、「花王グループ内で最も緑の美しい工場にしたい」という初代工場長の思いが加わり、地域に根ざした緑地保全に長年取り組んできました。

また、鹿島工場には「社員の森」と呼ばれるいこいの森があります。工場で仕事をした証として、在籍した社員すべてが、地域在来種中心の樹木リストの中から自分の好きな木を選択し、植樹を行ってきました。操業開始以来35年間にわたって活動を続けた結果、約800名分、143種もの樹種から成り、モズ、キジヤゴマダラチョウなどさまざまな生き物が集まる生物多様性に富んだ森に成長しました。社員にとって、会社人生とともに自分の木が成長していく姿を見ることは大きなモチベーションにつながっています。

近年は、この森が地域の生物多様性にどの程度貢献しているのかを把握するために、「企業と生物多様性イニシアティブ」※1が開発したガイドラインに基づく緑地評価を実施し、土地利用のあり方や活動の見直しを行ないました。

さらに、このガイドラインをもとにABINC※2認証（いきもの共生事業所®認証）を2015年2月に取得しました。工場向けでは初めての認証となります。2015年10月には、「第4回いきものにぎわい企業活動コンテスト」で環境大臣賞を受賞しました。

### 交流の場としての「社員の森」

社員の森は、社員の環境意識の啓発や健康促進、あるいは交流の場としての機能も果たしています。たとえば、工場を退職した社員にも、自分が植樹した木周辺の除草を通じて仲間同士の交流を実現する場として社員の森を開放しました。

※1 一般社団法人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。

※2 ABINC (Association for Business Innovation in harmony with Nature and Community)  
一般社団法人いきもの共生事業推進協議会。いきもの人と人が共生できるしくみを創造し、科学的・技術的に検証、事業化を推進することを目的とする団体。



生物多様性に富んだ「社員の森」



地元在来種を中心に植樹



「いきものにぎわい企業活動コンテスト」環境大臣賞受賞

# コミュニティ

## 社会的課題の認識

2015年末に期限を迎えた「ミレニアム開発目標」に代わる、新たな国際目標「持続可能な開発目標 (SDGs)」が国連で採択されました。貧困、飢餓、不平等や格差をなくし、地球環境、衛生、健康やジェンダー平等など、世界が将来にわたって持続的に発展するために達成すべき17の目標と169のターゲットを2030年までに達成することを掲げています。

世界に先駆けて超高齢社会となった日本においては、高齢者の生活の質 (QOL) の向上、健康維持・増進など、高齢になってもすこやかに生きるためのさまざまな取り組みが求められています。

## 花王のアプローチ

花王は創業以来、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、環境、衛生、健康、高齢化などの社会的課題に対し、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。各地域の文化やニーズをきめ細かく研究し、多様な人々のニーズに応える製品の提供や、新たな生活提案を行なっています。また、製品の提供に加えて、子どもたちが清潔な習慣を身につけられる手洗い啓発活動など、地域社会やNPOと連携した社会的活動も推進しています。



# 清潔習慣の啓発



清潔な暮らしへの貢献は、花王の事業活動の原点です。清潔とは、単に汚れを落とすだけでなく、清潔を意識した生活習慣によって、すこやかな毎日を過ごすことへもつながります。花王は商品の提供だけでなく、清潔習慣を社会に広げ、社会の衛生に貢献していきます。

## 教育現場と連携した「手洗い講座」の実施

グローバル

花王では毎年、多くのグループ社員が小学校に出向いて低学年を対象に手洗い講座を行なっています。授業では、「あわあわ手あらいのうた」を楽しく歌いながら正しい手洗い方法を覚え、実際に手を洗ってもらいます。洗えていないところがどこかを指導すると、子どもたちに次は頑張ろうという気持ちが芽生えるようです。学校からは「手洗い場で歌いながら洗って、なかなか戻ってこない」という、うれしい報告もいただきました。2009年の活動開始からこれまでに約3万7,000名の「ちびっこ手洗い名人」が誕生しています。



花王社員が講師となって子どもたちに手洗いの大切さを伝える

# 111校 8千人

2015年に手洗い講座を受講した小学生

## 台湾で清潔体験アトラクションを提供

海外花王グループ

花王(台湾)では2015年のクリスマスシーズン中、子ども向けアミューズメントパークに「サンタさんを迎えるために家をキレイにしよう」をテーマにした「体験ハウス」を提供しました。期間中は5,500人が訪れ、アニメキャラクターたちと床を掃除したり、お掃除で汚れた手を洗ったりし、楽しみながら「きれい」を体験しました。



楽しみながら「きれい」を体験

## タイでの手洗い習慣の普及のために

海外花王グループ

花王コマーシャル(タイランド)では、2011年のバンコク大洪水の際に被災地に製品を寄贈し、衛生状態の改善に貢献したことをきっかけに、感染症低減に向けた活動を継続して実施しています。

各地の学校で行なっている手洗い講座では、正しい手洗い習慣を楽しく身につけてもらえるように、手洗いのポーズやタイ語の手洗いの歌を紹介しています。子どもたちが学んだことを家族に伝えることで、手洗い習慣はさらに広まっています。



手洗い方法をステップでわかりやすく伝える

# 健康な毎日を国内外で応援



花王は、人が本来持っている健康力を高め、こころ豊かですこやかな毎日を過ごすために、商品とサービスでお手伝いしています。また、専門家、NGO、行政などと連携し、社会と一緒に人々の健康を応援しています。

## 地方自治体の健康施策をサポート

日本花王グループ

花王は、大分県の健康施策「生涯健康県おおいた21」活動をさまざまな形で支援しています。

2015年9月には、県内25社1,000名の会員の健康づくりを県から受託して、独自の歩行計測プログラムを提供しました。10月には、「みんなで延ばそう健康寿命」推進月間に合わせて、県や日本肥満症予防協会等の後援のもと、「健康寿命を延ばすため、内臓脂肪に注目」「内臓脂肪は測って、知って、減らせる」というテーマのセミナーを開催しました。同時に内臓脂肪測定イベントを実施し、3日間で509名が参加しました。参加者からは「自分の内臓脂肪が気になっていたのを知ることができて良かった」などの声をいただきました。

大分県～生涯健康県おおいた21～

**健康寿命をのばすカギは？**

- 歩数 プラス1500歩 (1日目安)
- 減塩 マイナス3グラム
- 野菜 摂取350グラム

ヘルシアは、おおいたの健康づくりを応援します。  
**脂肪を燃やす、カラダへ。**

県内のヘルシア売場を通じて大分県の健康施策をPR

## ピンクリボンキャンペーンを通じて女性の健康を応援

グローバル

ピンクリボンは、乳がんの早期発見の大切さを呼びかける世界的な運動です。乳がんは早期に発見すれば生存率が上がるため、検診の受診がとても大切です。日本では乳がんにかかる人が増えている一方、検診受診率はまだ低く、乳がんで亡くなる方の増加が続いています。

### 日本の化粧品売場でお役立ち情報を提供

女性のお客さまが多く訪れる化粧品売場のカウンセリングコーナー（花王ソフィーナ、エスト、カネボウ化粧品）で、毎年10～11月にピンクリボンキャンペーンを実施し、乳がんの早期発見の大切さやセルフチェック方法の紹介など、毎年さまざまな情報を掲載したリーフレットをお客さまにお渡ししています。2015年は、お風呂場の壁に貼ってイラストを見ながらセルフチェックができるシートを配布し、多くの方にご利用いただきました。

### 海外に広がるピンクリボン

海外でも、2015年は初めて中国のカネボウ化粧品が参加し、計8つの国・地域に活動が広がりました。また、スーザン・G・コーメン財団の乳がん啓発活動に社員が協力する花王USAなど、さまざまな形でピンクリボンを応援しています。



店頭での活動



乳がん啓発活動に取り組む花王USAのメンバー

# 720万部

ピンクリボンキャンペーンリーフレット配布数

# ユニバーサルデザイン視点のモノづくり



花王のユニバーサルデザインは“よきモノづくり”を通じてお客さまの“こころ豊かな暮らし”の輪を広げていくための活動です。より多くの人にとって、わかりやすく使いやすい「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「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。

## 使いやすい新つめかえ容器“ラクラクecoパック”

日本花王グループ

花王は、多くのご家庭で毎日お使いいただく製品を提供するメーカーとして、製品容器の使いやすさ向上に取り組んでいます。高齢化や男性の家事参加、環境への問題意識を背景として、簡単で使いやすく、環境に少しでもやさしいものを望む声はますます増えていくと考えています。

2015年は粘度が高いシャンプーなどのつめかえ容器“ラクラクパック”を開発しました。キャップがボトルの口にはまってこぼれにくく、口径が大きいので液がすばやく流れ、フィルムが薄く折りたたみやすいので液を残さずつめかえることができます。シャンプーのキャップ上部にはきざみをつけ、触っただけでコンディショナーと区別できるようになっています。また、従来と同じ量のままスリムでコンパクトになり、

従来につめかえ容器と比較してCO<sub>2</sub>排出量を約3%削減するなど、環境にも配慮しています。



“ラクラクecoパック”

## 全身洗剤の容器に「触覚識別表示」を採用

日本花王グループ

1991年に花王が実施したシャンプーの容器にギザギザ状のきざみを入れた触覚識別表示は、日本工業規格 (JIS) や国際標準 (ISO) にも収載され、日本のほとんどのシャンプーに採用されています。それから20年、目の不自由な方から、全身洗剤も識別できるようにとの声が業界団体に届き、花王もワーキンググループに参加して、業界団体主導で2014年5月、全身洗剤の触覚識別表示「一直線状の触覚記号」(通称：ライン) がJISに追加されました。これを受けて花王は2015年4月発売のビオレuからこの触覚識別表示を全身洗剤の容器に導入しています。



全身洗剤容器に入れた一直線状の触覚記号

### Topic 日本盲人会連合・日本点字図書館からの感謝状

2015年11月、日本盲人会連合および日本点字図書館より、全身洗剤の触覚識別の規格づくりや、他社に先駆けて商品に採用したことに対し感謝状をいただきました。2団体からは、花王のシャンプー・リンスの触覚識別表示によってユニバーサルデザインが広まった点について「花王製品のちょっとした工夫がありがたい」と感謝の言葉をいただきました。



日本点字図書館館長(右)と記念撮影

# カルチャー

## 社会的課題の認識

企業活動のグローバル化が進み、バリューチェーンもグローバルに拡大することで、さまざまな地域や取引先との関係において、環境面や社会面の課題が発生しています。また、熱帯雨林など原料生産地の環境破壊、労働者の人権問題などが報告されています。

企業は、その影響力を及ぼす範囲を認識し、自社内だけでなく、バリューチェーン全体を通じて法令を遵守し、地球環境の保全、社員や労働者の安全や人権に配慮した責任ある企業活動を推進していくことが求められています。

## 花王のアプローチ

花王では、企業理念である「花王ウェイ」を実践するための行動規範として「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」を制定し、世界各国のグループ社員全員への浸透を図っています。また、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を意味する「正道を歩む」をコンプライアンスの原点と位置づけています。さらに、ステークホルダーの人権尊重や原材料の持続可能な調達についても方針やガイドラインを定めて姿勢を明らかにし、サプライヤーをはじめとするビジネスパートナーとともに取り組みを進めています。



第4回グローバルTCR(Transformation for Cost Reduction)会議を行なったルフトハンザ ゼーハイムにて

# 健全な事業活動のために



花王は、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めざしています。

## 正道を歩む

グローバル

花王は、企業理念である「花王ウェイ」(P3参照)において、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命としています。また、「基本となる価値観」の一つとして、「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、誠実で清廉な企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活動の原点と位置づけ、「花王ウェイ」を実践するための行動規範を具体的に示した「花王ビジネスコンダクトガイドライン」では、「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を基本におき、良識ある公正な行動により、花王が誠実で清潔な“徳のある企業”として、すべてのステークホルダーから支持されることをめざすことを表明しています。

# 10年連続選定

## World's Most Ethical Companies (世界で最も倫理的な企業)\*

\* 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)]が高い倫理基準を有する企業を選定・表彰するもの。10年連続の選定は、日本の企業の中でも、世界の日用消費財企業・化学企業の中でも唯一となる。



花王ビジネスコンダクトガイドライン

## 企業理念の実践のために

グローバル

企業理念「花王ウェイ」は、多様な考え方やスキルを持つ社員が、同じ目標に向けて力を合わせて行動するために欠かすことのできない共通の拠りどころです。この「花王ウェイ」を実践していくために、2006年より日本・海外の全グループ会社を対象に、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ワークショップを継続して実施しています。2014年には、ボードゲームを使った新しいプログラム「花王ウェイダイアログ」を開発し、2015年末までの2年間で国内の92%の部署で実施しました。海外でも順次実施していきます。

ワークショップで仕事の本質を「花王ウェイ」に則って考え、自由闊達に意見を交わすことで、新しい働き方、質の高い仕事が生まれています。



上海での「花王ウェイダイアログ」

# 92%

「花王ウェイダイアログ」の国内実施部署の割合

# 健康経営の推進



花王は世界の人々の「清潔・美・健康」を願い、豊かな生活文化の実現に貢献する企業です。

公私ともに充実した日々を過ごすベースとなるのは「健康」であり、

健康な社員とその家族があってはじめて事業の発展があると考えています。

そこで2008年に健康宣言を発信し、PDCAサイクルで健康づくりを推進する「健康経営」に取り組んでいます。

## 自ら健康を維持増進する社員を増やすために

日本花王グループ

花王は会社として最低限行なうべき「健康管理」のみならず、社員が自ら健康を維持増進する「ヘルスリテラシーの高い社員」を増やすために会社、健康保険組合、産業保健スタッフ、外部専門家による協力体制を構築し、組織的な取り組みを行なってきました。具体的には次の「5つの取り組み」を推進しています。

### 1. 生活習慣病

生活習慣病は健康的な生活習慣を継続することによって予防できるため、その支援を産業保健スタッフが行ないます

### 2. メンタルヘルス

こころの健康は早期発見・早期治療が大切です。自分でセルフケア意識を高めることができ、また周囲の人たちがケアが必要な社員を支援できるしくみを実施しています

### 3. 禁煙

「禁煙しやすい環境づくり」と「禁煙を始めた方への支援」の2つを支援の柱として、花王健康保険組合の保健事業と連携して禁煙支援を行なっています

### 4. がん

がんは最大の死亡原因となることから、早期発見・早期治療が有効ながんに対してがん検診の受診を促進しています

### 5. 女性の健康

女性がいつまでもはつらつと輝いて過ごすことができるように、女性特有の病気などに関するセミナーやキャンペーンを通じて女性の健康を守る取り組みを行なっています



生活習慣病予防に向けた社内プチ運動教室



働く女性の心と体をテーマに女性とともに男性も学ぶセミナー

# 8.8%減少

35歳以上男性特定保健指導対象者(2009年度比)

Topic

## 2年連続で「健康経営銘柄」に選定

花王は、健康経営\*に優れた上場企業として、経済産業省および東京証券取引所(以下、東証)の「健康経営銘柄」に2年連続で選定されました。

この「健康経営銘柄」は、日本再興戦略の一環として経済産業省と東証が共同で、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え戦略的に実践する「健康経営」を積極的に進めている企業を公表するもので、2015年から開始されました。

※「健康経営」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。



# グローバル社会における 要請や期待への対応



花王は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、  
国際的な原則や基準に従って、社会の要請や期待に応えていきます。

## 環境や社会に配慮した調達

グローバル

花王は、主要原材料である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”ことを目標として掲げています。

2015年は消費者向け製品に使用するパーム油・パーム核油のすべてのサプライヤーについて、ミル(搾油工場)の確認を完了しました。しかし、外部から購入する誘導体に搾油工場が確認できていない原料が残っているため、引き続き確認を進めるとともに、補完手段としてRSPO\*認証原料を購入していきます。

また、花王は生態系破壊や人権侵害等の課題解決のためにRSPOに加盟しています。2010年よりRSPO認証パーム油の購入を開始してサプライチェーンでの取り組みを進め、2015年には16社19工場がRSPOの「製造・加工・流通過程」に関する認証(RSPO SCCS認証)を受けています。

\* RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)  
持続可能なパーム油の円卓会議



パーム油・パーム核油をつくるアブラヤシの実

## 人権への取り組み

グローバル

花王では「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」などの社内規程に人権尊重の考えを明記し、取り組みを実践してきました。さらに、“よきモノづくり”のプロセス全体において人権尊重の取り組みを進めるため、2015年6月、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」\*1に基づいた「花王人権方針」を新たに策定しました。この方針の中で、国際的な規範の尊重や、事業活動に関わる人権リスクを調査し、その軽減・防止に取り組む人権デュー・ディリジェンス\*2の実施などを定めています。方針策定後はグループ内への浸透に向け、各部門での説明会や社内報での紹介などを実施しました。また、2016年からの人権デュー・ディリジェンスの実施に向け、手法や体制の検討も行ないました。

\*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 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



花王グループ社員への人権方針浸透に向けた研修

Web

花王人権方針

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/csr\\_action\\_03.html](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](http://www.kao.com/jp/corp_info/compliance_01.html)

# 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。また、経営目標の達成や事業活動に悪影響を与えるリスクと危機を適切に管理する体制を整備し、対応していきます。

## コーポレート・ガバナンス

グローバル

花王は、企業価値の継続的な増大をめざして、迅速で効率が良く、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現し、また、長期目標・中期経営計画を達成できるよう、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を実施するとともに説明責任を果たしていくことが、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検証を毎年行ない、適宜必要な施策を実施しています。

当社では、監査役会設置会社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。2016年3月の定時株主総会終了後は、社外取締役3名を含む取締役7名(男性7名)、社外監査役3名を含む監査役5名(男性4名、女性1名)の体制となり、執行役員体制は、専任の役付執行役員5名を含む執行役員27名(男性25名、女性2名)となりました。全社外取締役および全社外監査役は、経営陣から独立した中立性を保った独立役員です。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います。取締役および執行役員の任期は1年です。



2016年3月に開催された第110期定時株主総会の様子

## リスクと危機の管理

グローバル

花王は、経営目標、事業活動に悪影響を与える可能性を「リスク」、この「リスク」が現実になった状況を「危機」と呼び、これら「リスク」と「危機」を適切に管理する体制を整備しています。

リスクと危機の管理は、基本方針に基づいて、部門、子会社、関係会社がリスクを把握・評価し、必要な対応策を策定・実行するなどして適切に管理しています。

2015年はリスクへの対応力をさらに高めるために、当社グループにとって重要なコーポレートリスクを選定し、優先的に対応していく推進体制を整備しました。また、重要リスクに関しては、リスク低減活動に加えて、リスクは顕在化することを前提として、危機発生時の体制と対応の強化を進めました。



スペインの工場における防災訓練

## 2015年の活動報告

エコロジー P36

コミュニティ P68

カルチャー P99

ガバナンス P129

レスポンシブル・ケア活動 P140

外部評価 P145

独立保証報告書 P147

第三者意見 P148

GRI/ISO26000対照表 P149

# 「花王 環境宣言」による2020年に向けた取り組み【EC2】

花王は、2009年に「花王 環境宣言」を発表。

「CO<sub>2</sub>」「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。

## 方針／体制

花王は、原材料調達から生産、輸送、販売、使用、廃棄・リサイクルから成る製品のライフサイクル全体を通じて、消費者、ビジネスパートナー、社会など多様なステークホルダーの皆さまと協働して取り組みを進める“いっしょにeCO”活動を推進しています。

地球温暖化や資源の枯渇という地球規模の課題に人類が直面しているという状況の中、「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、中・長期的な経営戦略として「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。

また、化学物質を取り扱う企業としての責任を果たしながら、自然と調和する環境経営を推進しています。

このような考えのもと、花王は、CO<sub>2</sub>、水、化学物質、生物多様性の4項目を環境の重要課題として認識しています。

→取り組み内容の詳細は

P17「花王サステナビリティステートメント>2015年実績と2016年目標（エコロジー）」

→環境宣言

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/eco\\_activities\\_03.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03.html)

### 「花王 環境宣言」2020年中期目標

1. CO<sub>2</sub>  
消費者向け製品 35%削減(日本)  
(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(日本)  
(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。

## 2015年の実績と今後の目標

グローバル

2015年は、昨年に引き続き、温室効果ガス排出量(全事業場+製品輸送)、廃棄物等発生量で目標を達成できませんでした。2016年はさらに取り組みを推進し、目標達成をめざします。

### CO<sub>2</sub>

指標	対象範囲	2015年目標	2015年実績	2016年目標	2020年目標
エネルギー使用量*1	花王グループ 全事業場	30%削減	31%削減	31%削減	35%削減
温室効果ガス排出量*1		29%削減	29%削減	30%削減	35%削減
CO <sub>2</sub> 排出量*1	日本花王グループ 製品ライフサイクル全体*3	—	17%削減	—	35%削減
温室効果ガス排出量*2	日本花王グループ 全事業場+製品輸送	22%削減	17%削減	—	—

### 水

指標	対象範囲	2015年目標	2015年実績	2016年目標	2020年目標
水使用量*1	花王グループ 全事業場	36%削減	43%削減	37%削減	40%削減
	日本花王グループ 製品使用時*3	—	24%削減	—	30%削減

## 「花王 環境宣言」による2020年に向けた取り組み [EC2]

## 生物多様性

指標	対象範囲	2015年目標	2015年実績	2016年目標	2020年目標
RSPO認証油購入量 (花王グループが購入するパーム油、パーム核油および誘導体)	花王グループ	40,000トン	24,000トン	40,000トン	120,000トン
RSPO SCCS認証工場数	花王グループ 全工場	15社18工場	16社19工場	20社25工場	花王グループ全工場

## 他の環境項目

指標	対象範囲	2015年目標	2015年実績	2016年目標	2020年目標
廃棄物等発生量※1	花王グループ 全事業場	30%削減	27%削減	31%削減	33%削減
最終埋立処分率※4	日本花王グループ 全事業場	0.1%以下	0.1%	0.1%以下	0.1%以下
グリーン調達比率※5	日本花王グループ 全取引先工場	99%	97%	—	—

※1 売上高原単位(2005年比)

※2 絶対量(1990年比)

※3 主に日本国内消費者向け製品が対象

※4 廃棄物等発生量に対する最終埋立処分量の割合

※5 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

# ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減

## 【EC2,EN3,EN5-EN7,EN15,EN16,EN18,EN19,EN30,EN33】

気候変動の深刻な影響を受け、世界中で気候変動の緩和と適応が急務となっています。

花王はビジネスパートナーやお客さまと jointly、

製品のライフサイクル全体において低炭素社会の実現に取り組んでいます。

### 2015年の活動

2015年は、従来から進めているライフサイクルの各段階におけるCO<sub>2</sub>削減に向けたさまざまな活動を継続すると同時に、その規模と質を向上させました。

開発・生産・販売段階では、多くの工場で冷凍機やコンプレッサーなどのBPT (Best Practicable Technology) 機器への更新、蒸気の有効利用、LED照明の導入などを実施。輸送段階ではモーダルシフトやエコドライブに取り組み、和歌山工場ではエコシップマーク認定を取得しました。使用、廃棄・リサイクル段階でも、CO<sub>2</sub>排出量の少ない製品の開発を推進しています。

### ライフサイクル全体でのCO<sub>2</sub>削減

日本花王グループ

花王は、製品ライフサイクルCO<sub>2</sub>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)、2015年は17%★の削減となりました。

工場・事務所での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、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、節水製品の発売、新規つめかえ容器の発売など、製品のライフサイクル全体でさまざまな取り組みを行っています。

### 原材料購入における取り組み

グローバル

サプライヤーの協力のもと、原材料のCO<sub>2</sub>データの精度向上に努めています。また、CDPサプライチェーンプログラムに2009年から参加し、主要なサプライヤーに対し温室効果ガス排出に対する情報開示と削減をお願いしています。

▶P109「カルチャー>サプライヤーとの連携>持続可能な原材料の調達」

ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減 [EC2,EN3,EN5-EN7,EN15,EN16,EN18,EN19,EN30,EN33]

開発・生産・販売における取り組み

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) の積極的な導入、事務所の統廃合、低環境負荷OA機器の導入や営業車のハイブリッド車への変更などのエネルギー使用効率向上の活動を拠点横断的に推進しています。

インフラが整っている工場すべてで天然ガスを使用しており、さらにはCO<sub>2</sub>排出係数の低い電力を購入するなどの低環境負荷エネルギー使用活動を進めています。

エネルギー使用効率向上について、2015年は、多くの工場において冷凍機やコンプレッサーなどのBPT機器への更新、蒸気の有効利用などを推進しました。また、ロジスティクスセンター・事務所を含むすべての拠点を対象にLED照明の導入を推進しました。こうしたコスト削減にもつながった省エネ活動事例は2015年全体(日本工場・事務所)で227件あり、CO<sub>2</sub>削減量とコスト削減額はそれぞれ年間で約3,600トン、約1.4億円となっています。

低環境負荷エネルギーの使用では、2014年から花王ドイツと花王マニ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ています。また、自社に設置した太陽光パネルからの発電量は493MWhで、249トンのCO<sub>2</sub>排出量を削減しました。

施行されたフロン排出抑制法に対応することで、日本花王グループは温室効果ガスの漏えい量削減に努めています。

これらの取り組みの結果、2015年のエネルギー使用量原単位と温室効果ガス排出量原単位は、それぞれ2ポイント改善の31%削減、1ポイント改善の29%削減となり、目標の30%削減、29%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。

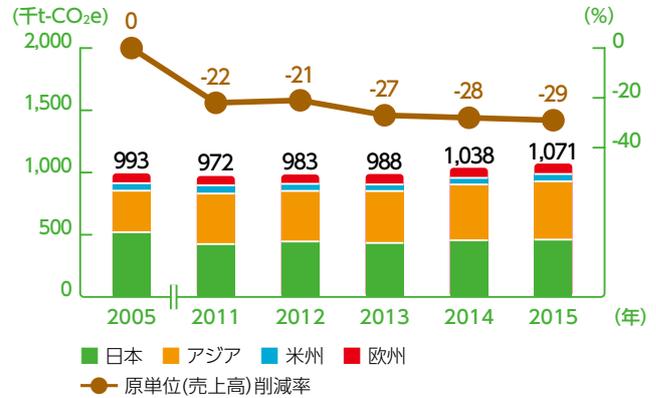
エネルギー使用量の推移★



※ 集計対象拠点：花王グループの全拠点(海外の一部非生産事業場を除く)、営業車含む  
 ※ 保証対象はエネルギー使用量  
 ※ 電力の係数の見直しにより、2005年まで遡って修正しています。

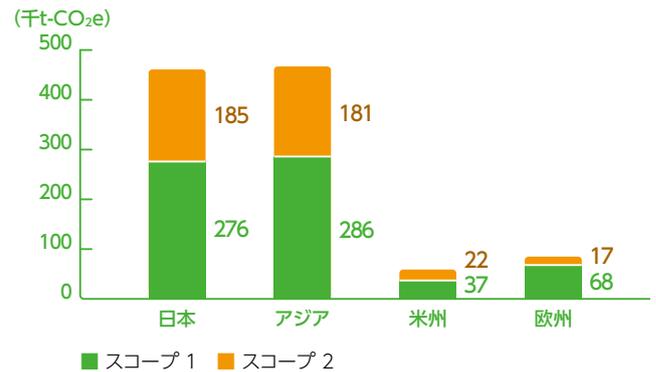
グローバル

温室効果ガス排出量の推移★



※ 保証対象は温室効果ガス排出量

スコープ別・地域別温室効果ガス排出量★



※ 集計対象拠点：2014年までは花王グループ全生産事業場、日本国内の非生産事業場(営業車含む)が対象。2015年は海外の一部の非生産事業場も含めています。  
 ※ 対象ガス：京都議定書で定める7ガス(日本以外はCO<sub>2</sub>のみ)  
 ※ スコープ別排出量はGHGプロトコル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排出量  
 スコープ2：購入電力等の間接的なGHG排出量  
 ※ 排出係数  
 スコープ1：原則として地球温暖化対策推進法で定める係数を使用しています。  
 スコープ2：原則として各国法規等の固有の係数を使用し、固有の係数を把握できない場合には、IEAで公表されている係数を使用しています。

スコープ1排出量のトレンド★

	日本	アジア	米州	欧州	合計
2013年	274	259	32	64	629
2014年	283	277	33	64	657
2015年	276	286	37	68	667

スコープ2排出量のトレンド★

	日本	アジア	米州	欧州	合計
2013年	160	158	20	19	357
2014年	171	172	19	17	379
2015年	185	181	22	17	405

ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減 [EC2,EN3,EN5-EN7,EN15,EN16,EN18,EN19,EN30,EN33]

## 輸送における取り組み

グローバル

花王では、輸送距離を短くするために生産工場の最適化、輸送車両の積載量の向上やエコドライブによる燃費の向上、トラックから鉄道・船というCO<sub>2</sub>排出量の少ない輸送手段への転換(モーダルシフト)などの取り組みを進めています。

モーダルシフトやエコドライブによる燃費の向上活動は交通事故防止にもつながるため、継続的に重点活動に掲げ推進し

ています。2015年は、和歌山工場においてエコシップマーク認定を取得しました。

一方で、2015年は日本国内において軽量でかさばり輸送効率が低いサニタリー製品を中心に売り上げが伸長したことで輸送量が増加し、輸送に伴うCO<sub>2</sub>排出量が3千トン増加しました。

▶P22「特集：エコロジー>ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減>輸送におけるCO<sub>2</sub>削減」

## 使用における取り組み

グローバル

花王の製品には、衣料用洗剤、食器用洗剤、シャンプーなど、使用時に水を消費するものが多くあります。上水・下水処理ではエネルギー消費によって多くのCO<sub>2</sub>が発生します。また食器用洗剤やシャンプーなど使用段階でお湯を使用する商品は、お

湯を沸かすためにさらに多くのCO<sub>2</sub>が発生します。そこで花王は、お湯を含む水使用量の少ない製品の開発を進めています。

▶P41「エコロジー>水資源への対応」

## 廃棄・リサイクルにおける取り組み

グローバル

花王は、製品廃棄時のCO<sub>2</sub>削減のために、より環境負荷の少ない容器包装をめざし、Reduce(削減)、Renewable(再生可能)、Reuse(再利用)、Recycle(再資源化)の4Rの視点で開発された容器包装を採用しています。

▶P56「エコロジー>環境に配慮した容器包装」

# 水資源への対応【EN8,EN22】

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。

## 2015年の活動

2015年は、従来から進めている活動を継続するとともに、生産段階では水ストレスに関するリスクアセスメントや、新規工場開設時の長期的な水資源の利用可能性や廃水による影響を確認しました。

また、使用段階での水使用量削減に向け、洗浄力を高め、かつすすぎやすくなった浴室用洗剤「バスマジックリン」を改良新発売しました。

## 開発・生産・販売における取り組み

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おり、水使用量の削減目標を設け、3Rの視点で水使用量削減や再利用に取り組んでいます。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、すみだ事業場や上海花王化学、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、Recycleの取り組みとしては、使用後の蒸気回収を積極的に実施したり、プロセスで利用した水を浄化して再利用したりする活動を、多くの工場で行なっています。

2015年はこうした活動の結果、使用量は17.2百万m<sup>3</sup>(内、水ストレスが予測される地域にある生産事業場の使用量は1.5百万m<sup>3</sup>)、水使用量原単位は昨年より5ポイント改善の43%削減となり、目標の36%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。

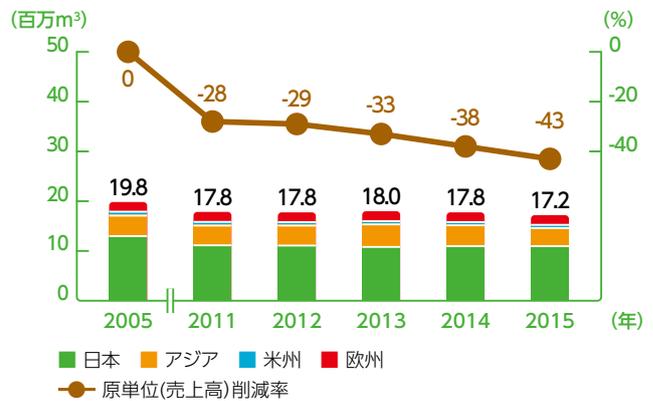
花王は、WRI<sup>\*1</sup>およびWBCSD<sup>\*2</sup>の評価基準を参照しつつ社内知識を加え、水ストレスに関する定期的なリスクアセスメントを実施しています。2015年も実施しましたが、新たなリスクは発見されませんでした。また、新規工場を開設する際は、長期的な水資源の利用可能性や廃水による影響を確認するようにしています。

※1 WRI (World Resources Institute)  
世界資源研究所。天然資源・環境問題を研究し、政府・民間部門・環境専門家などとともに活動する米国の政策センター

※2 WBCSD (The World Business Council for Sustainable Development)  
持続可能な開発のための世界経済人会議。経済成長・環境保全・社会的公平性の3つの柱に基づく取り組みを通じ、持続可能な開発を追求している。グローバル企業ら約200社で構成されている。

## グローバル

### 水使用量の推移★

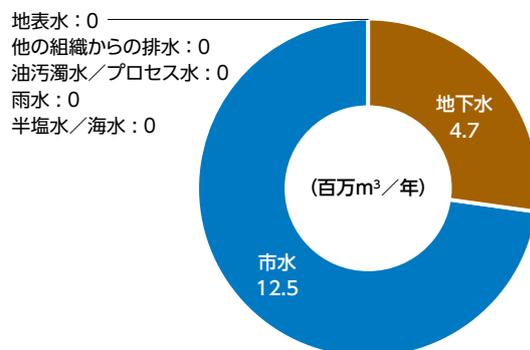


※ 集計対象拠点：2014年までは花王グループ全生産事業場、日本国内の非生産事業場が対象。2015年は海外の一部の非生産事業場も含めていきます。

※ 水使用量と取水量とは同値

※ 保証対象は取水量と水使用量

### 水源別取水量



## 水資源への対応 [EN8,EN22]

### 使用における取り組み

グローバル

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。2015年は24%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、新洗浄成分によりすすぎが1回済み、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やシンガポールなど日本以外の国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年に洗浄力をさらに高め、かつすすぎも一段と速くなった「キュキュット」を改良新発売しています。

さらに水使用量の多い浴室用の製品においては、2010年に従来品より約20%少ない水ですすげるシャンプー「メリットシャンプー」を発売。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。

2015年8月には、洗浄力を高め、かつすすぎやすくした浴室用洗剤「バスマジックリン」を改良新発売しました。

### 製品使用後の排水への取り組み

グローバル

花王は、製品使用後の排水が地域の水環境に与える影響に配慮した製品づくりに取り組んでいます。具体的には污水处理場で汚水の処理に使う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原料の分解されやすさ(生分解性能)や、代表的な水生生物への影響を調べることで、環境に影響の少ない原料の使用や環境負荷のより少ない化学物質の開発を行なっています。

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を継続して行なっています。また、グローバル化に対応するために、海外におけるモニタリ

ングや河川濃度を予測するモデルの開発を専門家と協働で進めることにより、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17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。

# 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、開発、生産、流通および使用から廃棄に至るライフサイクル全体にわたって化学物質の適切な管理を推進し、持続可能な社会の実現に貢献することをめざしています。

## 2015年の活動

中期リスク評価計画に沿って、リスク評価を終了した7物質についてリスク評価書をまとめました。日本の生産現場でのリスク評価に関しても、PRTR物質・VOC物質・毒劇物についての評価を終了させています。

また、花王が実施しているSAICM推進活動について、ウェブサイトで公開を始め、リスク評価書をわかりやすく要約した安全性要約書も公開しました。

## 方針／体制

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](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03_05.html)

「SAICM」とは、地球規模で2020年までに化学物質による人の健康や環境への影響を可能なかぎり小さくするための取り組みです。「SAICM」の達成目標(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。

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の観点から検討すべき課題があります。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年にケミカル事業ユニットおよび研究開発部門、SCM部門、品質保証部門、コーポレート部門を主導部門とする全社組織である「SAICM推進委員会」を発足させました。

その中で、(1)化学物質のリスク評価および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つを花王における主なSAICM活動として掲げ、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、花王の化学物質管理をより強化し推進するとともに、得られた成果物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、顧客や消費者から花王グループに対する信頼をいただけるように努めています。

## SAICM推進委員会活動

2015年のSAICM推進での重点課題として、以下の3点を掲げて活動を推進しました。

- ① 化学物質管理の中期計画に沿った花王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基盤構築
- ② 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
- ③ SAICM活動成果物の一般公開とステークホルダーとの双方向コミュニケーション手法の検討

2015年の活動結果は以下のとおりです。

- ① 中期計画に沿って2015年に予定していた花王優先評価物質のリスク評価を終了しました。また、これまでに評価した結果をリスク評価書としてまとめるとともに、その内容を一般向けにわかりやすく要約した安全性要約書を作成しました。一方、花王の「化学物質総合管理システム」をベースとした、より進化させた化学物質ライフサイクル管理システムの基盤構築については、安全性データシート(SDS)作成・管理システムの再構築を中心に検討してきましたが、来年も継続して開発を進める予定です。
- ② 化学物質を取り扱う生産現場でのリスク評価に関しては、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でのリスク評価にも採用されているより詳細なリスク評価手法であるECETOC TRA\*2を組み合わせ、PRTR物質・VOC物質・毒劇物について評価を終了させ、リスク低減対策を順次実施しています。また、生産現場での危険有害性(GHS)表示に関しては、一部のプラントで試行的に導入しました。今後各工場に展開していきます。
- ③ 花王優先評価物質の安全性要約書7件を含むSAICM関連情報を、花王および花王ケミカルウェブサイトにて2015年5月から公開を開始しました。また、10月からは花王グループサイト、12月からは上海花王化学のウェブサイトにおける公開も開始しています。

## 化学物質の適正管理

また、花王ケミカル製品のGPS安全性要約書は、2015年に12件(累計89件)公開しました。

▶「化学物質をより安全に使用するための取り組み(SAICM推進活動)」  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/eco\\_activities\\_06.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_06.html)

### ※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。

## 管理システム

花王は、個々の製品や原料およびそこに含まれる化学物質のそれぞれにグループ共通のコード(マスターインデックス)を付与して登録する化学物質データベースを2001年に構築し、安全性や法適合性、環境への影響評価などの情報が一元的に確認できる「化学物質総合管理システム」を運用しています。このシステムは、研究系処方開発および生産系基幹インフラと密接に連携しており、安全かつ環境に配慮した商品設計と原料調達から生産、出荷までのトレーサビリティの確保に活用され、花王の“よきモノづくり”を支えるバックボーンとなっています。

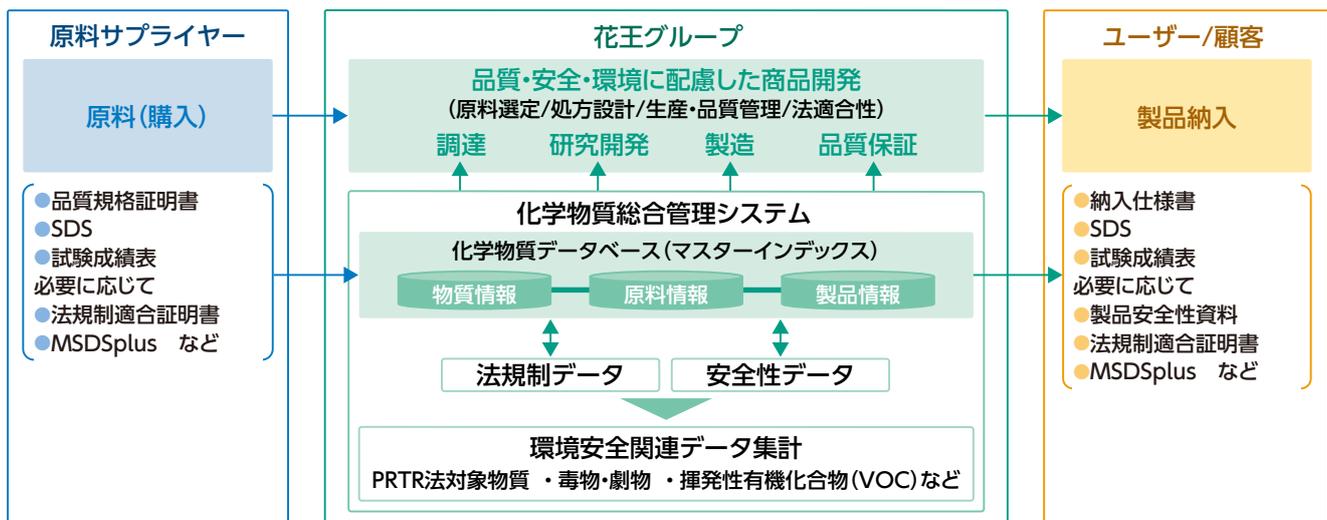
コンシューマープロダクツ事業とケミカル事業を併せ持つ花王グループは多くの化学物質を取り扱っています。2015年は、欧米家庭品会社を取り扱う原料のデータ移行を完了し、一般消費者用製品の処方に使用する原料の化学物質情報を同一の

データベースで可視化・情報共有できる環境を整備しました。また、新規原料/化学品製品のマスターインデックスへの追加登録に加え、既登録データの改廃を行ない、常に最新の情報でデータベースを維持・管理しています。ここに蓄積された情報を用いて、中国危険化学品の登記や、台湾・韓国の新しい登録制度への適切な対応を行ないました。

▶詳細はP45「エコロジー>化学物質の適正管理>グローバルな化学品法規制への適合」

グローバル・ボーダレス化する各種法規制、環境規制に対応するべく、グループ一体となった化学物質の適正管理とコンプライアンス強化につながるシステム開発を今後も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



## 化学物質の適正管理

### グローバルな化学品法規制への適合

グローバル

花王グループでは海外で製造もしくは海外に直接・間接に輸出している製品中の化学物質について、対象国での化学品管理制度に基づき、その数量や危険有害性に応じた登録を進めています。

EUでは、欧州花王化学(KCE)と花王との緊密な連携のもと、REACH\*フェーズ1物質(EU域内で年1,000トン以上製造・輸入するものが中心)およびフェーズ2物質(EU域内で年100トン以上製造・輸入)の本登録を期限どおり2013年までに終了させています。次のステップであるフェーズ3物質(EU域内で年1トン以上製造・輸入)に関しては、2014年から毎年優先的に登録する物質を選定して計画的に登録作業を進めており、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予定です。

一方、アジア各国においても新しい化学物質管理制度の構築、運用が始まりつつあります。

中国では新規化学物質の届出制度に加えて、2012年から危険化学品の登記制度が大幅に改訂され、現地で製造されるものに加え中国に輸入される原料や化学品も対象となりました。

花王グループでは、現地のグループ会社と協力して2013年までに登記を進める体制を構築し、必要な危険化学品の登記を2015年中に完了しました。

台湾・韓国においても、2015年から新しい化学物質登録制度が始まりました。花王グループでは、制度の施行前から関連部門と協力して準備を進め、台湾では、上市しているすべての物質について、2015年中に既存化学物質リストへの登録を完了しました。韓国でも2015年に公表された登録対象物質について、新たな制度に従い着実に登録準備を進めています。

2016年はさらにタイをはじめ、東南アジア各国でも新しい化学物質管理制度の構築の動きがあります。アジア各国において、これらの情報をタイムリーに把握しながら、グループ会社との連携に努め、円滑に法規制遵守への対応ができるよう取り組んでいきます。

※ 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

## 化学物質の適正管理

## 化学物質の情報管理の強化に向けた活動

グローバル

1. SDS<sup>\*1</sup>および製品ラベルのGHS<sup>\*2</sup>対応

ケミカル製品では、世界各国で導入されている各国の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係会社におけるケミカル事業では、GHSに対応したSDSおよび製品ラベルの作成、化学物質総合管理システムによる管理での一体運用を2008年に開始しています。2015年は、GHS実施国・地域(日本、EU、台湾、韓国、中国、シンガポール、タイ、インドネシア、ベトナム、マレーシア)へ販売する製品のGHSラベル貼付を行ないました。また2015年6月から開始された米国OSHA(HCS)のGHS対応やEU混合物CLP対応のSDS、製品ラベルの作成・発行を行ないました。

## 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<sup>\*3</sup>の設立メンバーとして、共通書式の「MSDSplus<sup>\*4</sup>」による情報提供や情報入手を積極的に進めています。

2015年も、1月(物質リストVer.4.030)と7月(物質リストVer.4.040)に改訂版のMSDSplusを発行し、販売代理店を通じて顧客へ配布したほか、ウェブサイトで公開しました。同様に、アジア関係会社の製品についても英語版や中国語版のMSDSplusを改訂し、最新版を各関係会社のウェブサイトで公開しました。

さらにサプライチェーンにおけるMSDSplus情報の効率的な伝達を行なうため、2015年もJAMP-IT<sup>\*5</sup>にケミカル製品のMSDSplus情報を登録し、取引先への情報公開や提供を進めています。また、一部の販売代理店からも、JAMP-ITによる情報提供や新たな情報の入手を継続して進めています。

一方、製品含有化学物質情報の伝達に関して、経済産業省はサプライチェーン全体で利用可能な新しい情報伝達スキームの開発に2013年から取り組んでおり、花王もこの活動に参加しています。2015年10月には新情報伝達スキーム(chemSHERPA)<sup>\*6</sup>のデータ作成支援ツールがリリースされ運用が始まり、花王も引き続き本格運用に向けた活動に参画しています。

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。

## 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チュワード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<sup>\*7</sup>)に、花王も積極的に参画し、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、国内外のケミカル製品について、SDS、MSDSplusや欧州対応のeSDS<sup>\*8</sup>の公開を積極的に進めています。近年では、危険有害性情報や製品のリスクに関する情報などをわかりやすく記述したGPS安全性要約書<sup>\*9</sup>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積極的に掲載しています。このGPS安全性要約書の公開活動は、花王におけるSAICM活動の重要な要素である「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」の推進活動として位置づけています。

2015年は、REACH登録を行なった製品のGPS安全性要約書の作成準備を進めました。また花王が取り扱う複数の花王優先評価物質について、リスク評価の成果物として安全性要約書を花王ケミカルウェブサイトに公開し、これらに関連するケミカル製品についても日本語版と英語版のGPS安全性要約書を12件作成し、花王ケミカルウェブサイトとICCAのGPSケミカルポータルサイトに公開しました。これにより、花王グループとしてグローバルでの累計で89件を公開しました。

今後もGPS安全性要約書の公開を進め、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 GHS:化学品の分類および表示に関する世界調和システム。Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals

※3 JAMP:アーティクルマネジメント協議会。Joint Article Management Promotion-consortium

※4 MSDSplus:特定の化学物質の情報伝達シート。

※5 JAMP-IT:JAMPが開発したMSDSplusの含有化学物質情報を効率よく入手・提供するインターネットシステム。

※6 chemSHERPA

製品に含有される化学物質を適正に管理し、拡大する法規制に継続的に対応するためのサプライチェーン全体で利用可能な新しい情報伝達共通スキーム。

➡chemSHERPAウェブサイト <https://chemsherpa.net/chemSHERPA/>

※7 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。

※8 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。

※9 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。

➡P86「コミュニティ>お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション(ケミカル事業)」

## 化学物質の適正管理

### 国内法規制遵守に向けた活動

日本花王グループ

#### 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。2015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。

また、改正化審法では用途ごとの数量報告が義務化されたことから、2015年も販売代理店の協力を得ながらケミカル製品の用途情報を調査して、最新情報に更新して管理を行なっています。

#### 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。該当製品のSDSの改訂は2014年に完了し、さらに2015年は製品ラベルの改訂も完了しました。

### PRTR法対象化学物質の排出を把握・管理

日本花王グループ

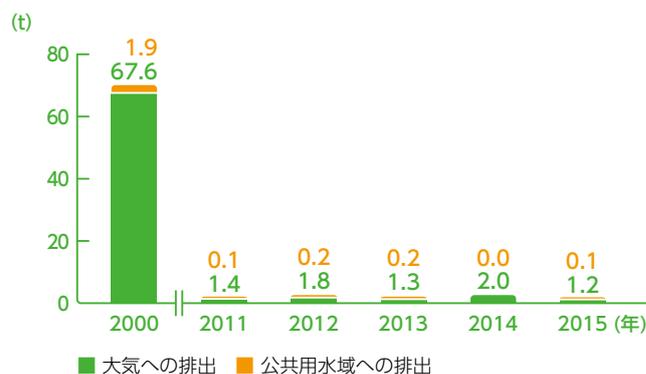
花王は、2000年に各工場からの物質ごとの年間排出量を1トン以下に規制する自主目標を掲げて活動を開始し、2002年度にはその目標を達成しています。その後は、フロンガスの漏えいなどを除いて、同目標を守り続けています。

花王が2015年に取り扱ったPRTR法対象化学物質は76種であり、大気および公共用水域への総排出量は1.3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法対象物質の排出量」  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/eco\\_activities\\_02\\_07.html](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



### VOCの排出量管理を実施

日本花王グループ

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の100種類を対象物質とし、各工場からの物質ごとの年間大気排出量を規制する自主目標（2005年5トン以下、2009年3トン以下、2010年1トン以下）を掲げ削減活動を進め、目標をクリアしてきました。本活

動が定常化したことを受け、現在は活動を維持することを目標に管理を行なっています。

花王が2015年に取り扱った化学物質は34種であり、大気中への総排出量は13.1トン★でした。

## 生物多様性への対応【EN12,EN33】

私たちの事業は生物多様性からのさまざまな恵みによって成り立っています。

事業活動における生物多様性への影響の低減はもちろん、社会活動においても生物多様性の保全に努めていきます。

### 2015年の活動

花王の主要原料であるパーム油については、ミル(搾油工場)まで追跡可能なもののみを購入することをめざしました。

主要事業場での活動としては、鹿島工場やピリピナス花王での生物多様性保全に向けた取り組みが、外部機関から表彰されています。

### 方針／体制

花王は2011年に7つの方針からなる「生物多様性保全の基本方針」を策定し、方針ごとに行動指針と目標を掲げ、生物多様性に配慮した事業活動および社会活動に取り組んでいます。

2015年は社内外への情報発信のために、「行動指針」の抜粋に具体的な活動事例を加えた「行動指針と活動事例」を作成し、「生物多様性保全の基本方針」と併せて公開しました。

#### 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. 国際的な取り決めを遵守します。
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。

#### 花王 生物多様性保全の基本方針 ～行動指針と活動事例～



クロマツ防蒸林(和歌山工場)  
敷地内にある和歌山県史跡でもあるクロマツを中心とした防蒸林の歴史や生態系に配慮した保全管理を実施。2014年に第2回「みどりの社会貢献賞」を受賞。  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_news/2014/20140422\\_001.html](http://www.kao.com/jp/corp_news/2014/20140422_001.html)

➡詳細は「生物多様性保全の基本方針」と「行動指針と活動事例」  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/eco\\_activities\\_03\\_04.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_03_04.html)

生物多様性への対応 [EN12,EN33]

持続可能なパーム油の全量調達に向けての取り組み

グローバル

花王は、生物多様性の劣化のみならず、地球温暖化などの環境問題、資源制約や人権などの課題を踏まえ、「原材料調達ガイドライン」に基づいた持続可能な原材料の調達に取り組んでいます。また、「持続可能なパーム油の円卓会議：RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)」のメンバーとして活動し、追跡可能なサプライチェーンの構築に努めています。

「持続可能なパーム油」の調達ガイドライン

花王が扱う基本原料の一つであるパーム油の調達において、生物多様性の保全への配慮と、森林破壊ゼロへの支持を表明し、4つの目標を掲げて取り組んでいます。

**目標1**：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は、持続可能性に配慮した、ミル(搾油工場)まで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。

**実績**：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・パーム核油が、それぞれのミルまで追跡可能であることが確認できましたが、外部から購入する誘導体の中にミルまでの確認が取れていない原料が残る結果となりました。今後も継続して確認に努めるとともに、RSPO認証製品を購入などの補完措置を講じます。

**目標2**：2020年までに、農園(プランテーション)、サプライヤー(ミル、リファイナリー)および第三者機関との協働により、原産地の森林破壊ゼロを十分に確認します。私たちは、保護価値の高い(HCV<sup>※1</sup>)森林、炭素貯蔵量の多い(HCS<sup>※2</sup>)森林および泥炭湿地林の開発に加担しません。

**実績**：花王は、サプライヤーと協力してその実現をめざすため、RSPO NEXT<sup>※3</sup>への支持を検討しています。

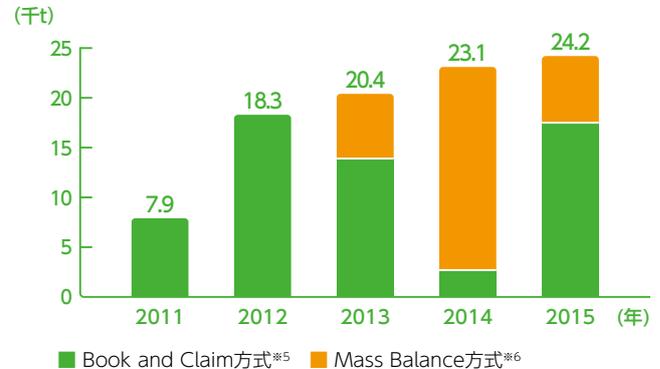
**目標3**：2020年までに、花王グループの消費者向け製品に使用するパーム油は、持続可能性に配慮した、農園まで原産地追跡可能なもののみを購入します。

**実績**：2016年より、確認されたパーム核ミルに原料のパーム核を供給しているパームオイルミルまでの追跡を開始し、農園までの追跡をめざします。

**目標4**：2020年までに、花王グループ工場のRSPO SCCS認証<sup>※4</sup>取得をめざし、花王グループの追跡可能なサプライチェーンの構築に努めます。

**実績**：RSPO SCCS認証は、2012年3月の鹿島工場を手始めに、2015年末時点で国内外の16社19工場で取得しています。

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)

2015年はミルまで追跡可能なパーム核油の購入を優先し、認証パーム核油の購入量は伸びませんでした。今後、RSPO認証品の購入を推進していきます。

※1 HCV: High Conservation Value

※2 HCS: High Carbon Stock

※3 RSPO NEXT: RSPOが、基本とする栽培者認証(P&C認証)を行なう際に森林破壊ゼロ実現に必要な取り組みを任意で求める附則で、2015年に制定。

※4 SCCS(Supply Chain Certification System)認証  
 RSPO認定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。4つのサプライチェーンモデルがあり、花王ではSegregate方式<sup>※7</sup>もしくはMass Balance方式で認証を取得している。

※5 Book and Claim方式  
 RSPO認証のパーム油のクレジットを取引するシステム。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る。本方式では、農園での認証油の生産を促進することができる。

※6 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。

※7 Segregate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ない認証システム。

## 生物多様性への対応 [EN12,EN33]

### 持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み

グローバル

花王は、紙・パルプの調達においても生物多様性の保全への配慮と、森林破壊ゼロへの支持を表明しています。2020年までに、花王製品に使用する紙・パルプ、包装材料および事務用紙は、再生紙または持続可能性に配慮したもののみを購入することを目標に掲げ、行動指針を策定しました。

私たちは紙・パルプの無駄遣いをせず、古紙パルプを主原料としていること(再生紙であること)を優先します。2020年までに、古紙パルプ以外のパルプ(バージンパルプ)を使用する場合は、原料木材産出地の追跡可能なパルプのみを購入すること、サプライヤーおよび第三者機関との協働により、原料木材の産出地の森林破壊ゼロを十分に確認することを目標としています。

2015年末時点で購入量の96%が再生紙と追跡可能なパルプとなっています。

また、品質面でも、以下のようなさまざまな環境配慮がなされていることを確認しています。

- 塩素ガスを使わずに漂白されている
- 白色度が過度に高くない
- 塗工されているものについては、塗工量ができるだけ少ない
- リサイクルしにくい加工がされていない

▶P106「カルチャー」>サプライヤーとの連携」

▶「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドライン

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/procurement\\_05.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_05.html)

### さまざまな企業と連携した取り組みを推進

日本花王グループ

花王(株)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。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

に取り組む上で有用なツールやガイドラインの作成等に取り組んでいます。

▶P25「特集：エコロジー」>地域の生物多様性保全への貢献」

### 和歌山工場での生物多様性保全の取り組み

日本花王グループ

和歌山工場では生物多様性保全の視点を取り入れ、工場内緑地の保全から地域の生態系の保全へと活動を深化させています。

工場敷地内を縦断するクロマツを中心とした防潮林は、17世紀前半につくられたものがそのままの形で残る貴重な場所です。花王では、この林の中に生息する動物や樹木のモニタリング調査を行ない、20種類以上の野鳥を確認しています。この調査結果をもとに、地域の生態系に適した防潮林や場内緑地の保全を行なっています。またこの林を次世代へ引き継ぐための案内板を設置しています。

2015年12月20日、子どもたちと保護者51名にご参加いただき「木の実をとってリース作り」を開催しました。このイベントは、和歌山市立こども科学館主催の「親子生き物博士教室」の取り組みの一つで、親子で豊かな和歌山の自然にふれることで、豊かな感受性を養うことを目的に企画されたものです。

参加者は工場敷地内の防潮林で松ぼっくりやドングリなどを採集し、クズのつるで輪をつくり、リースにしました。子どもたちからは、「木に松ぼっくりがどんな形で実っているのかわかった」「リースづくりが楽しかった」といった声が寄せられました。



集めた松ぼっくりでつくったリースを手に

生物多様性への対応 [EN12,EN33]

Topic 継続的な「花王・みんなの森づくり活動」に対し国土交通大臣表彰を受賞

花王は、次世代に緑豊かな環境を引き継ぐために、2000年より「花王・みんなの森づくり活動」を継続しています。この活動は、公益財団法人都市緑化機構と花王が協働で運営しており、暮らしの身近なところにある緑を守り育てる活動をするNPOや市民団体を支援するもので、「森づくり活動分野」と「環境教育活動分野」の2つの柱を設けて助成を行なっています。いずれも長期的な視点で安定した活動が行なえるよう、3年間の継続助成としており、これまでに411の団体（2015年12月現在）を支援してきました。助成を終了した団体からは、助成を受けたことで地域での信頼が向上し新たな活動につながった、3年間の長期支援により段階的に装備を整えたり知識を深めたりすることができる、などの声が上がっています。

このような継続的な活動が評価され、都市における緑化の推進、緑地の保全、都市公園の整備等に顕著な功績のあった民間団体または個人を表彰する「平成27年度都市緑化及び都市公園等整備・保全・美化運動における都市緑化功労者国土交通大臣表彰」を受賞し、2015年10月30日に開催された「ひろげよう 育てよう みどりの都市」全国大会において、表彰を受けました。

2015年は、8～10月に助成団体の募集を行ない、109団体からの応募があり、2016年3月に新たに15団体の支援を決定しました。また、助成中の団体の活動などに約50,000人の方が参加しました。



表彰式



環境教育活動分野助成先 珊瑚舎スコール (沖縄県)の活動

タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

グローバル

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、公益財団法人オイスカおよびオイスカタイランドとともに、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。

このプロジェクトは、2012年に開始したもので、2015年には4年目を迎えました。2015年は、新たに7haの土地に8,000本の植林を行ない、これまでの累計で28haに約34,000本の木々を植林してきました。

同時に、子どもたちへの環境教育にも力を入れ、環境を守る人づくりも進めています。7月には、地域の人々や近隣の学校の生徒たちとともに花王グループ社員も参加して植林を行ないました。地域の人々の丁寧な作業を通じ、初年度に植えた木々は木陰をつくって人々の憩いの場を提供し、ミツバチや鳥も多くみられるようになるなど、豊かな森に成長しつつあります。



記念植樹



植林活動

## 生物多様性への対応 [EN12,EN33]

**「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」を社員ボランティアがサポート**

日本花王グループ

認定特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンが実施している「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト」に社員が参加する機会を設けています。このプロジェクトは、東日本大震災で津波の被害を受けた干潟や田んぼで、生物モニタリング調査を行なう研究者の作業のサポートをボランティアが行なうものです。

2015年は、10名の社員が現地におもむき、調査のサポートをしました。この調査で得られたデータは、生物多様性に配慮した復興の計画や、種の保全のために活用されます。



田んぼでの生物モニタリング調査

# さまざまな環境項目【EN2,EN21,EN22,EN23,EN24,EN25,EN29】

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、その影響を少なくできるよう運営体制を整備し、取り組みを進めています。

## 2015年の活動

継続的な廃棄物等発生量の削減活動を実施していますが、生産量増の影響で廃棄物等発生量は増加しました。日本花王グループの全事業場におけるゼロエミッション目標連続達成は11年目となりました。

また、廃棄物の処理を直接委託している処理業者の施設を定期的に確認しており、2015年は152施設の現地確認を行なっています。

## 廃棄物削減の取り組みを推進

グローバル

花王は、循環型社会の形成に向けて、廃棄物等の発生量の削減(Reduce)、発生した廃棄物等の社内外での再利用(Reuse・Recycle)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行なっています。また、輸送拠点では物流資材の削減・再利用を、事務所では紙の使用枚数管理などを継続的に実施しています。

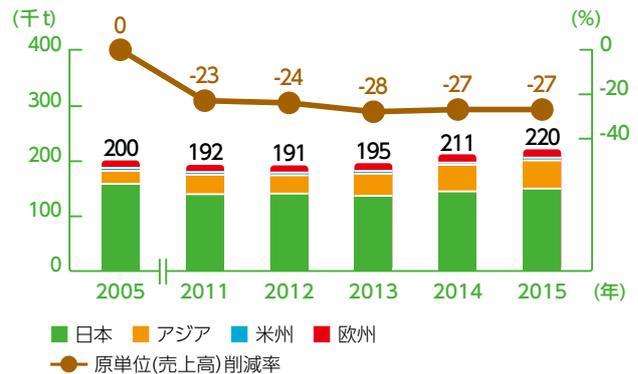
これらの取り組みを実施しましたが、2015年は売上増に伴い生産量が増加したことや生産ライン増設の影響等で、廃棄物等発生量は前年より9千トン増加、売上高原単位削減率は前年と同じ27%削減(2005年比)と、目標の30%(花王グループの全事業場対象、売上高原単位、2005年基準)に到達しませんでした。2016年は、廃棄物等発生量の削減活動を強化していきます。

なお、廃棄物等発生量のうち有害廃棄物量は15千トン、バーゼル法に定める国際輸送された有害廃棄物はありませんでした。

再使用・リサイクルされた廃棄物等は197千トン、リサイクル率は90%でした。

また、廃棄物等最終埋立処分率は目標の0.1%以下を維持し、ゼロエミッション目標を設定以来11年連続達成しています(日本花王グループの全事業場対象、廃棄物等発生量に対する最終処分量の割合)。

### 廃棄物等発生量の推移★



※ 集計対象拠点：2014年までは花王グループ全生産事業場、日本国内の非生産事業場が対象。2015年は海外の一部の非生産事業場も含めています。

※ 保証対象は廃棄物等発生量

## 廃棄物・リサイクルガバナンスの強化

グローバル

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。

2015年は131社に協力をいただき、152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、花王グループとして利用拡大を図っています。

さまざまな環境項目 [EN2,EN21,EN22,EN23,EN24,EN25,EN29]

PCBを適正に保管・処理

日本花王グループ

絶縁油にポリ塩化ビフェニル (PCB) を含んだ廃棄物 (変圧器、安定器等) は、処理業者に処理委託するまでの間、廃棄物処理法およびPCB特別措置法の基準に従って、和歌山工場および東京工場、川崎工場、鹿島工場、小田原事業場、花王サニタリープロダクツ愛媛 (株) で保管しています。

2015年は、高濃度PCB廃棄物の処理実績はありませんでした。低濃度PCB廃棄物を5台処理しました。

大気汚染防止への取り組み

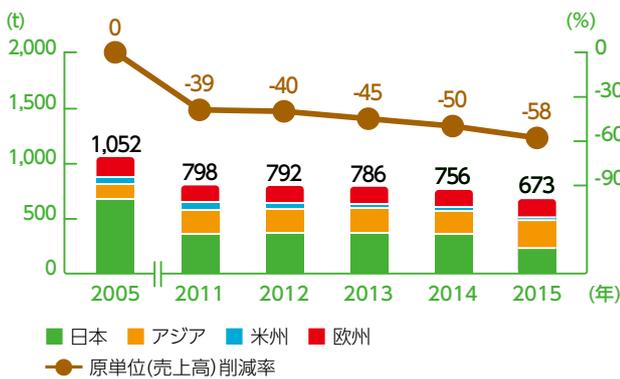
グローバル

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、法令および周辺自治体との協定に基づき、排出ガスの汚染状況を監視しています。また、インフラが整っているすべての工場において天然ガスを使用することで酸性雨の原因物質の一つであるSOxの排出量を抑制しています。

2015年のNOxの排出量は、前年より82トン減少し、売上高原単位削減率は8ポイント改善しました。

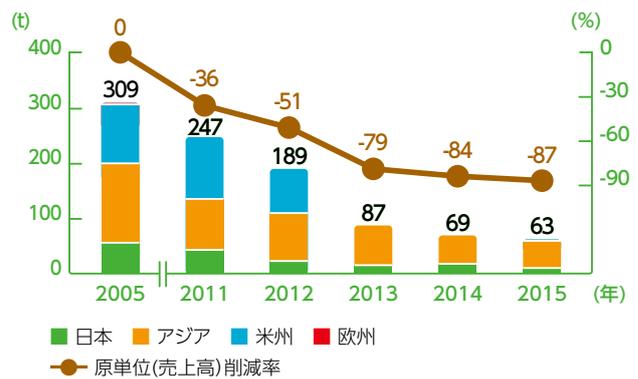
SOxの排出量は、前年より7トン減少し、売上高原単位削減率は3ポイント改善しました。

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

SOx排出量の推移



※ 集計対象は花王グループの全生産事業場

さまざまな環境項目 [EN2,EN21,EN22,EN23,EN24,EN25,EN29]

水質汚濁防止への取り組み

花王は、多くの工場において高いレベルで維持管理した廃水処理設備を有しており、工場から出る廃水を適切に処理した後、場外へ排出しています。排出水の品質は、法令および周辺自治体との協定に基づき、汚染状況を監視しています。

2015年のCOD汚濁負荷量は、前年より50トン増加し、売上高原単位削減率は5ポイント悪化しました。

グローバル

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

⇒P42「エコロジー」>水資源への対応>製品使用後の排水への取り組み

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。

2015年は、和歌山工場、酒田工場、栃木工場、小田原事業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、和歌山工場と川崎工場では、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、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。

日本花王グループ

環境法規制の遵守

花王は、毎年要求レベルが厳しくなる各種環境法規制を遵守すべく設備や作業手順を高いレベルで維持管理しています。

重大な漏出はありませんでしたが、作業不具合により花王USAにて軽微な排水規制値超過がありました。

グローバル

環境法規制 遵守状況

	逸脱件数※1	内漏出	罰金総計※2 (千円)	内漏出 (千円)
2013年	3	0	0	0
2014年	3	1	86	0
2015年	1	0	0	0

※1 報告期間において当局等が覚知したすべての事象  
 ※2 報告期間において支払った罰金

## 環境に配慮した容器包装【EN1】

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、製品の一部としての重要な役割・機能を担っています。

花王は、“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。

### 2015年の活動

環境負荷の少ない容器包装をめざし、「ワイドハイター」「バスマジックリン」などのつめかえ容器の段ボール材料削減、「メリット」シャンプーとリンスのボトルでの植物由来ポリエチレンの採用、環境配慮と使いやすさを両立した粘度の高い製品向けの新つめかえ容器の開発と導入を進めました。

### 方針／体制

花王では、より環境負荷の少ない容器包装をめざし、Reduce (削減)、Renewable (再生可能)、Reuse (再利用)、Recycle (再資源化)の4Rの視点から技術開発に取り組んでいます。

Reduce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。

Renewableでは、ポリ乳酸や植物由来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。

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

Recycle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。

これらの取り組みは、包装容器開発研究所が中心となり、関連部門、サプライヤー等と協力して推進しています。

### 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。2015年の事例の一つとしては、「ワイドハイター」「バスマジックリン」などのつめかえ容器の段ボール材料削減によって約780トンのCO<sub>2</sub>を削減しました。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2015年全体で39件あり、CO<sub>2</sub>削減量とコスト削減額はそれぞれ年間で約

2,400トン、約2.5億円となっています。

2015年の容器包装材料使用量は、2014年に比べて販売数量が増加しているにもかかわらず、減少しました。これは、つめかえ製品の販売数量が増加したことに起因しています。

日本花王グループ

### 容器包装材料使用量の推移

(単位:トン)

	2005年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
プラスチック	49,200	53,100	54,300	54,600	56,500	56,000
紙	26,100	17,900	17,400	16,000	14,700	13,900
段ボール	65,600	69,300	69,700	69,600	73,800	76,100
その他	3,800	2,000	1,900	4,300	3,900	2,400
合計	144,700	142,300	143,300	144,500	148,900	148,400
CO <sub>2</sub> 排出量(千t/年)	293	336	343	327	335	339
原単位(売上高)削減率	0%	19%	14%	16%	15%	16%

※ 集計範囲: 花王(株)

## 環境に配慮した容器包装 [EN1]

Topic

「ワイドハイター EXパワー」が環境配慮設計により、  
ワールドスター賞2015を受賞

「ワイドハイター EXパワー」の容器には、製品の性質上、内圧上昇によるボトルの変形を抑制する機能が求められます。従来品ではボトルを厚肉設計にして強度を確保していましたが、今回受賞した製品は、樹脂量を13%削減しながらも、従来品と同じレベルの強度を確保しています。これはシミュレーションによる強度計算を活用しながら、ボトルの正面と背面にそれぞれ7本のくぼみ線（変形抑制リブ）をつけることで実現したものです。持った時にリブのくぼみが指にフィットすることで、滑らずに安心してお使いいただけるよう、ユニバーサルデザインの面でも十分配慮した設計になっています。

以上の点が評価され、包装分野の国際的組織であるWPO\*が1970年から毎年開催している、世界で最も権威のあるパッケージングコンテストのハウスホールド分野において「ワールドスター賞2015」を受賞しました。

※ WPO (World Packaging Organisation)  
世界包装機構



ボトルにリブをつけることで樹脂量を13%削減し、使い勝手にも配慮した新ボトル

## 再生可能原料への転換

日本花王グループ

花王が、石油由来の樹脂から、環境負荷の少ない再生可能な植物を原料とした素材への転換を始めたのは、2012年のことです。当時導入された「メリット」つめかえ用パックは、重量の10%を石油由来のポリエチレンから植物由来ポリエチレンに転換しました。植物由来ポリエチレンは、計画的に栽培されているサトウキビから砂糖を製造したあとに残る廃糖蜜を発酵して得られる再生可能なエタノールを原料として製造します。焼却時に排出するCO<sub>2</sub>をゼロとみなすことができるため、環境影響の少ないプラスチックとして注目されています。メリットつめかえ用パックはこれにより、CO<sub>2</sub>排出量を従来品に比べ、約12%削減できました。その後、その他のヘアケア製品のつめかえ用パックのほとんどに、この素材が採用されています。

また、「ヘルシア緑茶」350mlボトルのラベルには、トウモロコシからつくられたポリ乳酸(PLA)を50%以上含んだシュリンクフィルムを採用しています。

2015年は新たに、「メリット」シャンプー、リンスのボトルで、容器重量の30%を植物由来ポリエチレンへ転換しました。これ

により、CO<sub>2</sub>排出量を従来品に比べて約23%削減することができます。

花王は、今後も植物由来ポリエチレンやポリ乳酸などの再生可能原料への転換を続けていきます。



容器重量の30%を植物由来ポリエチレンへ転換した「メリット」

環境に配慮した容器包装 [EN1]

つめかえ・つけかえ製品の推進

日本花王グループ

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、2015年12月時点で243品目にのぼっています。さらに花王は、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。

つめかえ用製品の販売数量比率は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)。たとえば柔軟仕上げ剤や衣料用漂白剤のつめかえ用の比率は90%以上で推移しています。2015年に販売されたつめかえ・つけかえ用製品は、すべて本体容器(プラスチック容器に入った製品)の場合と比較すると、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。

2015年は、環境配慮と使いやすさを両立した新容器“つめかえ用 ラクラクecoパック”を開発しました。シャンプー・コンディショナーのような粘度の高い製品のつめかえ用で、フィルムの厚みを従来よりも約18%薄くし、注ぎ口部分には植物由来ポリエチレンを約50%使用しています。

ボトルのような形状で、従来と同じ容量なのにスリムでコン

パクトになり、輸送時や店頭で取り扱いやすいだけでなく、こぼさず、すばやく、残さずつめかえることができます。この容器により、従来のつめかえ容器に比べて、製造から使用、廃棄までの過程で生じるCO<sub>2</sub>排出量を約3%削減します。

▶P29[特集:コミュニティ>ユニバーサルデザイン視点のモノづくり]



Topic

日本で初めてFSC®認証を受けた段ボールの導入を開始

花王グループでは2016年から日本で初めて、FSC®認証(森林認証)を受けた段ボールの導入を開始しました。FSC®認証とは森林管理協議会(Forest Stewardship Council)により、熱帯雨林や生物多様性の保全に配慮し、適切に管理された森林資源を使用した紙製品や木製品などに与えられる森林認証です。

花王はこれまで、商品を薄いフィルムなどで覆うタイプの包装容器の台紙でFSC®認証紙を取り入れてきました。しかし、花王が世界で購入する紙・パルプのうち約半分は段ボールとして使用しています。使用量の多い段ボールでも取り入れることで、環境への配慮をより一層進めていきます。

2016年3月以降に新規導入する段ボールから順次実施し、2016年末には花王が世界で使用する段ボールの約50%がFSC®認証になる予定です。



原料となる木材産出地の森林破壊ゼロへ向け取り組む



FSC®認証マーク例

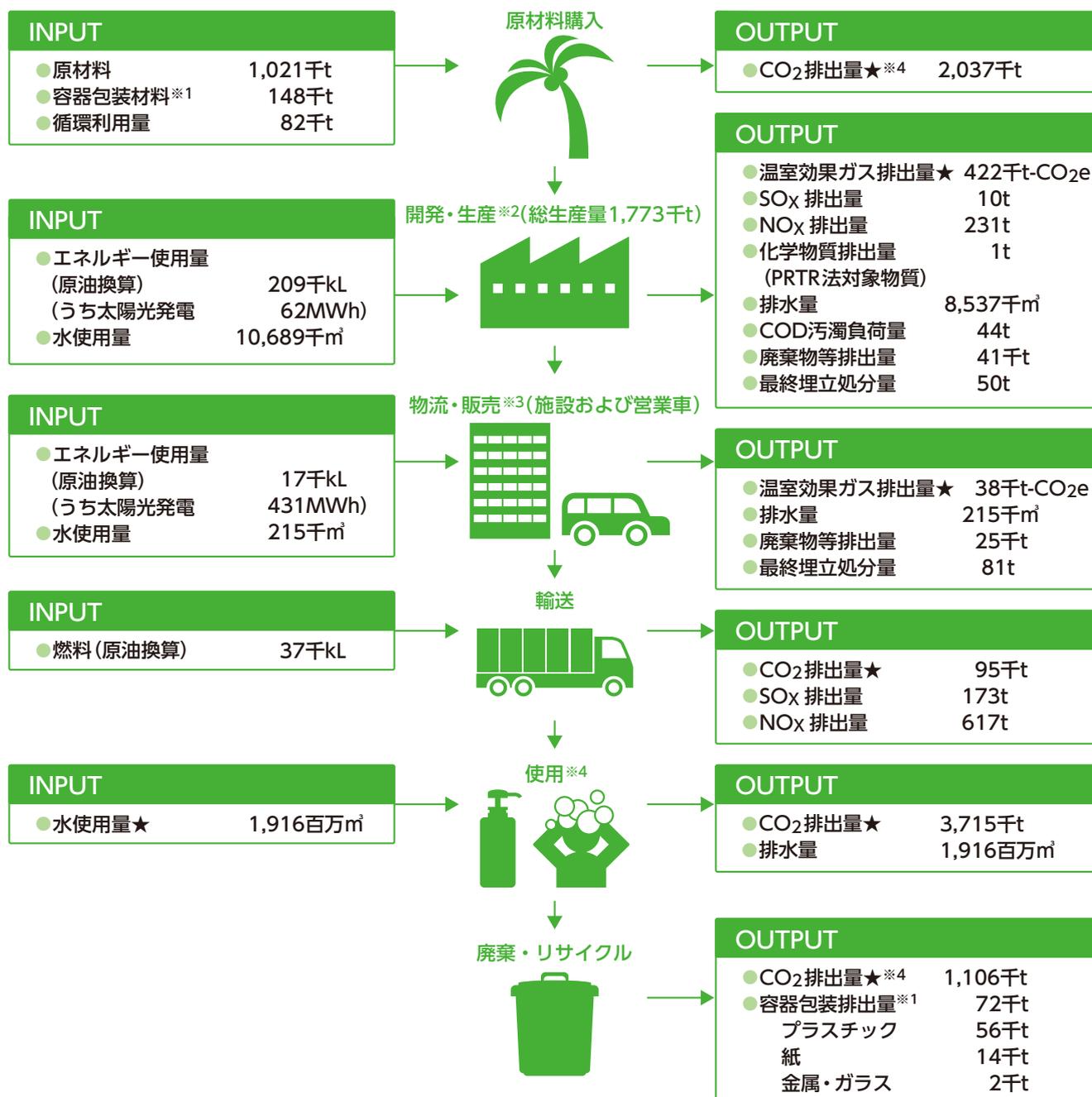
▶P50[エコロジー>生物多様性への対応>持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み]

# 製品ライフサイクルと環境負荷【EN1,EN2,EN3,EN17,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。

## 2015年事業活動と環境負荷

日本花王グループ



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 主に国内の消費者向け製品が対象

## 製品ライフサイクルと環境負荷 [EN1,EN2,EN3,EN17,EN30]

## 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、燃料などは含まない)
- **容器包装材料**  
販売された製品に使用した容器包装の量(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・生産]**  
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[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で使用したエネルギー量
- **水使用量**  
市水、地下水、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7ガス)の量(CO<sub>2</sub>換算値)
- **SOx排出量**  
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- **NOx排出量**  
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- **化学物質排出量**  
PRTR法対象化学物質の大気および公共水域への排出量
- **排水量**  
各生産事業場および物流・販売の事務所などの施設からの排水量と主に国内の消費者向け製品の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輸送・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
- **CO<sub>2</sub>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。

## 2015年の環境会計報告

グローバル

- 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、日本花王グループおよび海外花王グループの一部です。
- ③ 環境保全効果(物量効果)については、「製品ライフサイクルと環境負荷」をご覧ください。  
⇒P59「エコロジー」>製品ライフサイクルと環境負荷

### 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	日本		海外	
		投資額	費用額*	投資額	費用額*
(1)事業エリア内コスト		2,058	4,120	446	1,469
内訳	①公害防止	913	1,690	94	683
	②地球環境保全	886	467	325	210
	③資源循環	259	1,963	27	576
(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	2,761	0	61
(3)管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	9	1,064	0	99
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	1,161	4,670	0	45
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	118	0	2
(6)環境損傷コスト		0	0	0	15
合計		3,794	12,733	446	1,691

### 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	日本		海外	
		投資額	費用額*	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	886	467	325	196
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	0	0	0	14
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	747	645	33	230
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	1	1	17
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	166	1,044	60	414
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	825	4,724	26	636
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	1,161	4,670	0	45
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	117	1	50
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	9	1,065	0	89
合計		3,794	12,733	446	1,691

※ 費用額には減価償却費を含んでいます。

## 環境会計 [EN31]

環境保全対策に伴う経済効果<sup>※1</sup>

(単位:百万円)

効果の内容		日本	海外
		金額	金額
収益	有価物、固定資産の売却金額	321	240
費用節減 <sup>※2</sup>	省エネルギーによる費用節減金額	259	139
	省資源による費用節減金額	1,418	207
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	126	60
合計		2,124	646

※1 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。

※2 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。

## 環境コミュニケーション【EC7】

ステークホルダーの皆さまとのさまざまなコミュニケーションの機会を設け、お寄せいただいた声を経営に取り入れることで、環境活動のより一層の推進に取り組んでいます。

### 2015年の活動

日本および海外において、工場、学校、店頭などでの啓発活動や、行政・NGO等と連携したさまざまな環境啓発や保全活動に継続して取り組みました。

中国政府機関と協働で行なっている「節水キャンペーン」は4年目を迎え、新たに中国国内の大学約50校で、啓発活動や節水をテーマにしたコンテストなどを開催しました。

また、活動6年目となった「花王国際子ども環境絵画コンテスト」はこれまでの受賞作品をもとに環境を考えてもらうテキストを発行し、子どもたちや生活者の皆さまの環境意識の向上に役立ててもらえるよう、活用を進めています。

### 方針／体制

花王は、2013年に「花王サステナビリティステートメント」を策定し、3つの重点領域として、「コミュニティ」「カルチャー」の各分野と共に、「エコロジー」分野を定め、さまざまなステークホルダーと連携して環境活動を推進することで、社会のサステナビリティへの貢献をめざすという企業姿勢を明確にしました。

また、これに先立つ2009年には、気候変動や資源の枯渇といった環境問題は、花王にとっても喫緊の課題ととらえ、ライフサイクル全体での環境負荷低減やサステナブルな原材料の探索など、将来に向けた環境方針や目標を明記した「花王 環境宣言」を発表しています。

社会のサステナビリティへの貢献をめざして、こうした取り組みを推進していくためには、お客さま、ビジネスパートナー、社会との連携が重要であると考えます。なかでも、花王製品をお使いいただくお客さま一人ひとりに、こうした花王の環境に対する考え方や、環境に配慮した製品の特長についてよく知っていただき、毎日の暮らしの中で無理なく“いっしょにeCO”に取り組んでいただくことが大切です。このため、花王では、さまざまな機会を通じて情報提供に努めるなど、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーション活動を積極的に推進しています。

### 「環境・安全サイトレポート」による地域社会との交流

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。

2015年は、国内では7工場、海外では花王スペシャルティーズアメリカズ、花王（スペイン）の2社が作成し、近隣地域や工場見学の方々に配布しました。

#### グローバル



グループ会社や各工場の「環境・安全サイトレポート」

## 環境コミュニケーション [EC7]

## 「花王エコラボミュージアム」での地球環境と花王のエコ技術の情報発信

日本花王グループ

花王エコラボミュージアムは「“いっしょにeCO”を知り、体験できるエコ技術情報の発信基地」として、和歌山のエコテクノロジーリサーチセンター内に2011年に開館し、2015年末までに累計で6万人を超えるお客さまをお迎えしています。

ここでは、地球で何が起きているのか、エコな製品とはどのように生まれるのか、家事をエコにするための科学の力とは何か、といったことをご紹介します。

また、毎年、和歌山市内の約7割の小学生の皆さんにお越しいただいている社会見学では、体験したり学んだりしたことを家に帰って実践するための学習プログラム等も準備しています。

2015年10月6日、秋篠宮同妃両殿下が花王エコラボミュージアムを御視察になりました。社長をはじめ関係者が花王の地域の生態系に配慮した事業活動や、社外との連携による環境保全活動について御説明いたしました。



御説明をお聞きになる秋篠宮同妃両殿下

## 中国政府機関と協働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2012年から「中国清潔・節水全国運動」を実施しています。この活動は「1世帯1年間1万リットルの節水」を目標に、北京、上海、広州、成都などで開催しており2014年までの3年間の来場者は累計で20万人以上にのぼります。

花王はこのイベントへの社員の積極的な参加を奨励し、節水の大切さを伝えるとともに、家庭でできる節水方法をご紹介します。

活動4年目となる2015年は、3月20日の北京での開幕式から始まりました。新たに中国国内の約50の大学で節水の啓発活動を実施するとともに、節水をテーマにしたコンテストなども開催。5月には上海で各大学の主な参加作品の展示や、授賞式などを実施しました。

これからも花王(中国)は中国政府の協力のもと、国の未来を担う大学生やお客さまとともに、一緒にできるエコ活動を推進していきます。



中国の大学での節水の啓発活動



花王(中国)社員もイベントに参加し、節水の大切さを皆さまに伝える

## 環境コミュニケーション [EC7]

Topic

政府が推進する  
「COOL CHOICE (=賢い選択)」に賛同

花王は2016年3月、温暖化防止のための新しい国民運動「COOL CHOICE」に賛同しました。

「COOL CHOICE」は、政府の第29回地球温暖化対策推進本部において決定したもので、2030年度の温室効果ガスの排出量を2013年度比で26%削減するという目標達成に向けた国民運動です。政府・産業界・労働界・自治体・NPO等が連携して、日本が世界に誇る省エネ・低炭素型の製品・サービスや、環境を意識した行動など、日常におけるあらゆる「賢い選択」を国民に促します。

2009年の「環境宣言」、2013年の「サステナビリティステートメント」のもと、社会のサステナビリティへの貢献をめざす花王も、「COOL CHOICE」に連動した啓発活動に取り組んでいきます。

➡「COOL CHOICE」ウェブサイト

<https://funtoshare.env.go.jp/coolchoice/index.html>



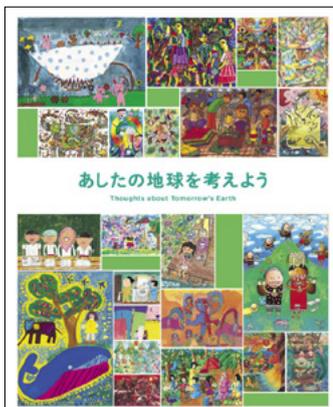
## 「花王国際子ども環境絵画コンテスト」を通じた子どもたちへの環境啓発活動

グローバル

花王では、未来を担う子どもたちが身の回りの環境について真剣に考え、それを実践につなげてもらいたいという願いを込めて、2010年から「いっしょにECO」をテーマに、「花王国際子ども環境絵画コンテスト」を実施しています。2015年までに、のべ71カ国・地域から45,000点以上の作品が寄せられています。

## 環境テキスト「あしたの地球を考えよう」を発行

活動6年目となった2015年は、これまでの受賞作品をもとに環境テキスト「あしたの地球を考えよう」を発行しました。テキストでは、世界の子どもたちが描いた絵画を、「水」「森と木」「エネルギー」などのテーマごとにまとめ、関連するデータや解説とともに紹介しています。本テキストを通じて、それぞれの環境テーマが互いにどのようにつながっているのかを考えたり、環境問題を学ぶことにより、子どもたちや生活者の皆さまの環境意識の向上に役立つよう、活用を進めています。



環境テキスト「あしたの地球を考えよう」

## 「第6回花王国際子ども環境絵画コンテスト」を開催

2015年も国内外の花王グループ各社で小中学生に広く応募を呼びかけたところ、世界37カ国・地域から、昨年を大きく上回る12,456点(国内2,450点、海外10,006点)の作品応募がありました。

受賞作品は12月の「エコプロダクツ2015」会場花王ブースで展示し、さらに上位7名の表彰式を行ないました。受賞者代表としてThatchaphon Kaeokamkongさんが、受賞作品に込めた思い「樹木が人々にもたらす恵みや幸福と価値」についてスピーチを行ないました。

これらの受賞作品は、国内外の花王事業場や環境イベント会場・工場見学ルートなどで展示し、多くの方々にご覧いただいています。

➡詳細は「第6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\\_08.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_04_08.html)



受賞者の皆さん、審査委員長の益田先生(右)、社長の澤田(左)と記念撮影

## 環境コミュニケーション [EC7]

Topic

【いっしょにECO 地球大賞】  
Thatchaphon Kaeokamkongさんが作品に込めた思い

木は自然がくれた遺産です。木はそのものがすばらしく、変化に富んでいます。それは、成長と繁栄をあらわす自然のお手本です。木はすべてのものにとって、とても貴重な資源なのです。豊かな食べ物、生態系、薬草、そして野生の生物のすみかのもとになっています。また木は空気をきれいにし、土が押し流されるのを減らします。緑色の木は、休んだり楽しんだりする場所にもなります。森は破壊されるとともにもどすのがとてもむずかしいので、ずっとぼくたちと一緒にいられるように、自分たちでできるかぎり木や森を大切にする必要があります。



「豊かな自然」  
Thatchaphon Kaeokamkong さん  
(11歳 タイ)の作品

## 「花王国際子ども環境絵画コンテスト」を通じた地域との交流

海外花王グループ

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て地域の子どもたちとの交流活動を行なっています。

花王インドネシアでは、各地の小中学校などとの交流活動やこのコンテストへの参加の呼びかけを積極的に行なった結果、4,228点と大変多くの作品の応募がありました。

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、2016年2月20日、ジャカルタで表彰セレモニーを開催しました。



インドネシアの受賞者の皆さん



受賞者と花王インドネシア社長

## 環境コミュニケーション [EC7]

Topic

毎日の暮らしの中でエコを考えるきっかけづくりに  
「親子 エコ・ワークショップ」

和歌山工場にある「花王エコラボミュージアム」では、2015年8月25日に小学生と保護者42名にご参加いただき、「親子 エコ・ワークショップ」を開催しました。これは暮らしに身近な花王製品が、どのような環境配慮のもとでつくられているかを知っていただくとともに、日々の暮らしの中でエコに配慮するためのきっかけを提供できればと企画したものです。

花王製品をつくるうえでの環境配慮の説明に続き、「花王国際こども環境絵画コンテスト」審査委員長の益田文和先生から、環境を考えるためのテキスト「あしたの地球を考えよう」を題材に、世界の子どもが考えるエコについて、地域性や文化も踏まえつつ、お話をいただきました。

昼食では、和歌山周辺で採れた食材を使用し、にんじんの皮など、ふだんは捨ててしまう部分も無駄なく活用したお弁当を用意。地産地消や食品ロスの削減による環境配慮についても考えながら、食事をとりました。

続いて、午後は花王の洗剤などの容器を使った工作に取り組みました。花王の容器は何度もつめかえて使うことができますが、「最終的にゴミに出す前に、もう一度何かの役に立てられないか考えてみよう」というテーマのもと、「ウルトラアタックNeo」の容器を使用したペン立てなど、個性とアイデアのあふれる作品がたくさんでき上がりました。

小学生と保護者、環境の専門家の先生、花王社員がいっしょになって、さまざまな角度からエコを考える、有意義なワークショップとなりました。



ヤシから洗剤ができるという説明を熱心に聞く子どもたち



お母さんと協力しながら、真剣な表情で工作に挑戦

## 「エコプロダクツ」展で「暮らしの中でできるエコ」を紹介

日本花王グループ

「エコプロダクツ」展は日本最大級の環境展示会です。花王は2008年から出展を続け、環境に対する花王の考えとさまざまな取り組み、また代表的な製品を通じて「暮らしの中でできるエコ」をご紹介します。

2015年は12月に3日間開催され、花王のブースには14,000人を超える多くのお客さまにご来場いただきました。

今回の花王のテーマは「きれいなあしたへ」で、展示コーナーでは、環境に配慮した新製品や、「つめかえパックのリサイクル研究」など容器包装の取り組みをご紹介します。また、水環境に配慮したセメント用添加剤「ビスコトップ」など、暮らしの中で役立っているケミカルプロダクツをご紹介します。

ブース内の参加型ステージでは、界面活性剤の作用や食器洗い時にできる工夫、エコで上手な洗髪方法、つめかえ製品の特長とつめかえ方法、紙のリサイクルにとって重要な工程である脱墨剤の作用などをご紹介します。来場者の皆さまに体験していただきました。



さまざまな取り組みを紹介する花王のブース

## 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、原料から生産、輸送、販売までのすべての段階において、基準やルールを厳格に定め、品質を保証しています。

### 2015年の活動

動物実験を代替する安全性評価の一つとして、眼刺激性試験を開発し、OECDテストガイドラインとして承認されました。また、消費者・顧客の声をグローバルに一元管理できるシステム、グローバルエコーの運用によって、国内外の関連部門間の連携を一層強化しています。

### 方針／体制

花王の品質保証活動の基本は、「花王ウェイ」にある消費者・顧客起点の心をこめた“よきモノづくり”です。創業以来、これを拠りどころとし、原料から商品開発、生産、輸送、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](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

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。

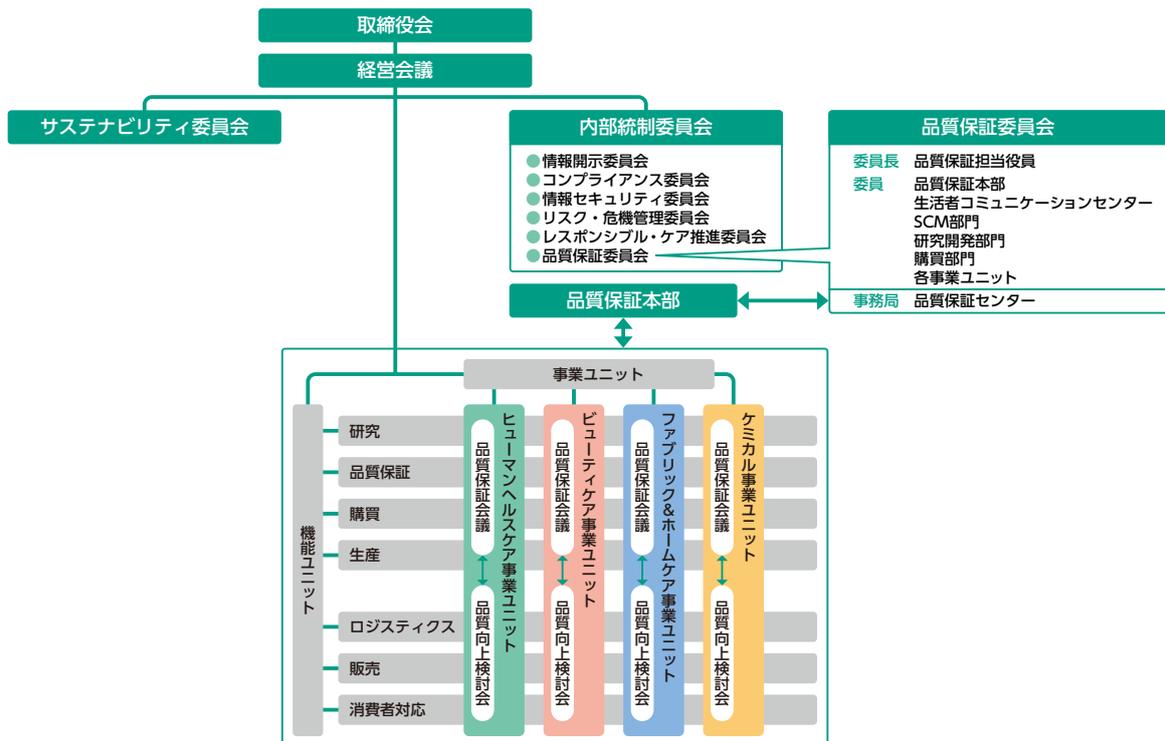
さらに毎月の活動として各事業ユニットごとに「品質向上検討会」を開催し、発売前の新製品や改良品の品質確認や発売後の品質向上について検討し実行しています。

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・重大性が高い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。

品質保証の取り組み [PR1]

品質保証体制



全社品質保証活動の取り組み

グローバル

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、原料から製品開発、生産、輸送、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。

2015年は、K15(中期3カ年計画)目標達成と次のステージに向けて、資産の最大活用とグローバル拡大を図りつつ、品質保証活動を推進しました。

品質保証本部は、化粧品ビジネス大改革の一環として、新ブランド「ソフィーナ iP」発売前の安全・品質確認と発売後のフォローアップを実施しました。特に初めての飲料の発売に際しては、資産の活用として、これまでヘルシアで培った品質管理体制を導入し、原料から製品に至るまでの安全性と、品質の確認を実施しました。

また、グローバル拡大では、増加が著しい訪日旅行(インバウンド)に対する取り組みとして、製品に英語でのカテゴリ表記の併記を推進しました。中国の方の購入実績の多い製品に対しては、ウェブサイトで製品の特徴、訴求ポイント、全成分、使い方、使用上の注意に関する情報を中国語(簡体字)で提供しました。



新ブランド「ソフィーナ iP」



花王株式会社  
〒103-8210  
東京都中央区日本橋茅場町1-14-10  
めぐりずむは花王の商標です。  
Steam Eye Mask Made in Japan

訪日旅行者の増加に対応し、英語でカテゴリを併記

## 品質保証の取り組み [PR1]

### 安全性の評価と保証体制

日本花王グループ

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います。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、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、社内共有するとともにウェブサイトに掲載しています。

→詳細は「家庭品の安全基準」

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/safety\\_06.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/safety_06.html)

→詳細は「化粧品の安全基準」

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/safety\\_03.html](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ます。発売後安全管理においては、常に詳細に安全性を点検し、医療関係者や行政などのネットワークとも連携し、安全管理を行ないます。

2014年4月1日から強化された化粧品・医薬部外品の副作用報告制度に対しても、引き続き発売後の商品安全管理体制の維持・向上に努め、適切に対応しています。

### 動物実験を代替する安全性評価方法の確立

グローバル

動物実験の廃止に向けた動きは世界的なものであり、花王とカネボウ化粧品はこの考え方に賛同し、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むとともに、動物実験代替法を積極的に活用しています。

2015年7月、花王が独自に開発した、細胞を用いた眼刺激性試験代替法(STE試験：短時間曝露試験法)がOECDテストガイドライン491として承認されました。今後、STE試験が欧州のREACH申請や化粧品開発の眼刺激性評価に用いられ、世界レベルで動物実験の削減に貢献できると考えています。

皮膚感作試験代替法については、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)が、2015年12月現在、OECDテストガイドライン化に向けた最終の国際審査中です。加えて、既存代替法では適用が困難な難水溶性物質が評価可能となる培養ヒト皮膚モデルを用いた皮膚感作試験代替法(EpiSensA)を開発し、複数の研究施設において高い再現性を

確認しました。

その他にも、厚生労働省が主催する医薬部外品等の安全性試験法に関する代替法ガイダンス検討会や、欧州化粧品工業会(Cosmetics Europe\*)が推進する動物実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利用可能な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 (欧州化粧品工業会、The European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association)  
1962年設立。16社以上の企業と25カ国以上の団体が加盟。

### 消費者起点の品質保証活動

グローバル

花王は、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システム、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。

→P79「コミュニティ」お客さま(消費者)とのコミュニケーション

グローバルエコーの運用によって、国内外の関連部門間の連携が一層強化されています。事業が成長する中においても、2015年に消費者・顧客からいただいたご指摘の総件数は、コンシューマープロダクツ事業、ケミカル事業ともに2014年と比較して減少しました。

ケミカル事業においては、SCM部門が中心となり、アジア品質リーダー会議などで、品質向上活動の体系化を推進しています。これらの活動の成果が顧客からのご指摘の低減とともに、現地の社員の人財育成にも貢献しています。

## 品質保証の取り組み [PR1]

### 品質保証監査／自己点検を実施

グローバル

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。

日本のほかアジアや欧米のグループ会社も、ISO9001やGMPの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自主監査、品質会議を行なっ

ています。

また、品質保証監査／自己点検の体系強化として、監査テーマを設定し、監査活動を推進するための品質監査推進会議を開始しました。品質監査推進会議は、品質保証本部だけでなく、他部門も含めたメンバーで構成され、花王グループの品質監査活動のPDCAを推進していきます。

### 食品事業における品質管理の徹底

日本花王グループ

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、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、海外で調達する基原原料\*1から製品の出荷先までのトレーサビリティ\*2を確保しています。
- ③ おいしく召し上がっていただくために、原料の賞味期限管理も含め、生産・輸送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、食品衛生法の新基準値に対応した放射性物質検査を実施しています。

「エコナ」について、食品安全委員会のワーキンググループにおいて「健康への影響評価」が行なわれ、2015年3月に評価書がまとめられました。評価結果を受けて、花王では「エコナに関するご報告」を更新しました。詳細は以下をご覧ください。

▶「エコナに関するご報告」

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

▶「花王からのご報告 エコナ油の安全性を検証する主な取り組みとコミュニケーション活動」

<http://www.kao.co.jp/econa/151209.pdf>

※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。

### 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

日本花王グループ

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。

2015年は新ブランド「ソフィーナIP」の美活飲料について、原産地情報などをウェブサイトで公開しました。

# ユニバーサルデザインの取り組み

より多くの人にとって、わかりやすく使いやすい「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、人と社会をつなぐ役に立つ「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。

## 2015年の活動

2015年は電話での相談が困難な聴覚障がいのあるお客さま向けに「手話による相談窓口」を開設しました。

また、お客さまの声や、社員が参加する高齢者体験ワークショップから得た気づきを活かして、製品の容器や表示の改良を進めています。

## 方針／体制

花王の“よきモノづくり”の基本は消費者起点であり、製品の基本性能だけでなく、常に「誰にでもわかりやすく使いやすい」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消費者も多様化しています。そのような状況のなか、花王の製品は、赤ちゃんからお年寄りまで幅広い世代の方々に日々の暮らしの中で使っていただくことで、人々のつながりや、社会とのつながりのお役に立つことをめざしています。

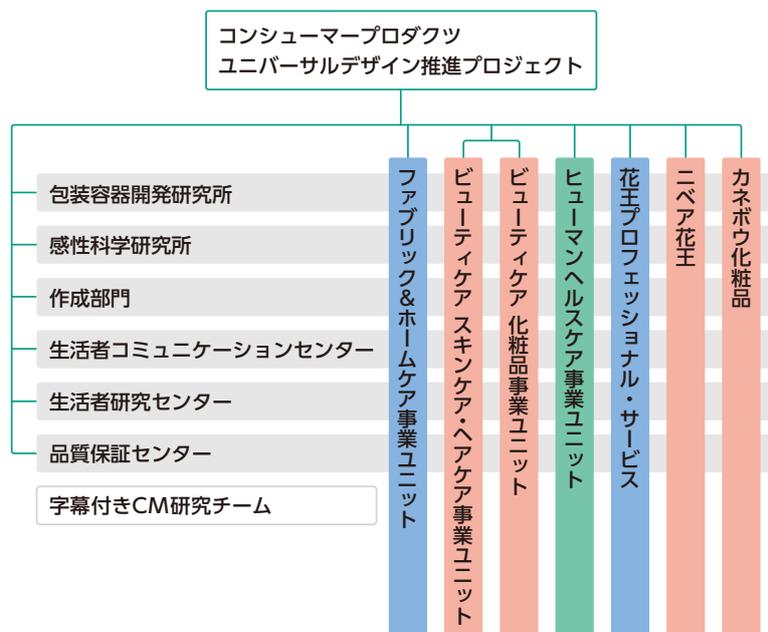
人々の暮らしや思いに配慮し、製品やサービスにやさしさや思いやりを込めたモノづくり、これが花王ユニバーサルデザイ

ン(UD)指針に掲げる「人にやさしいモノづくり」「うれしいをかたちにするモノづくり」「人や社会とつながるモノづくり」です。

このような花王UDの思想を全社員で共有することは、グローバルにビジネスを展開し多様な価値観や文化を持つ人々に対して製品を提供していくうえでも重要です。そのために、UD指針のもと、関連部門の代表者で構成されるUD推進プロジェクトを中心として、お客さまから寄せられた要望やご意見も各部門間で共有し、継続的にUD視点での改善を加えていくよう取り組んでいます。

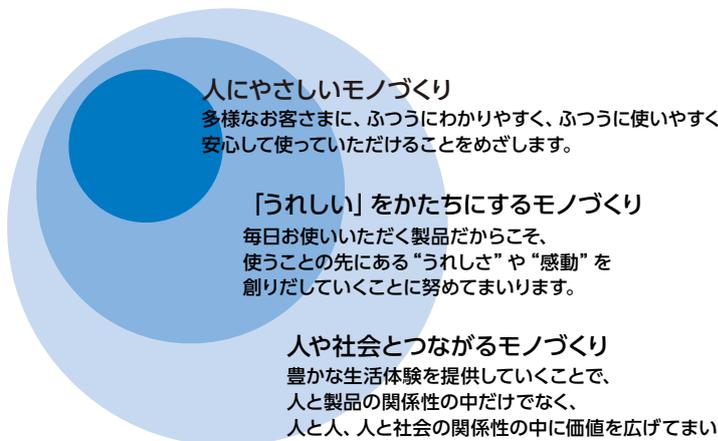
▶P9「非財務ハイライト」>UD視点での改良品の累積数および改良実施率（国内消費者向け製品）

## ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制



## ユニバーサルデザインの取り組み

### 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。

## お客さまからの声を製品改良につなげた事例

日本花王グループ

### 事例1 衣料用柔軟仕上げ剤に香りの強度目盛りを表示

ここ数年、柔軟仕上げ剤は若年層を中心に、衣類やタオルなどをやわらかく仕上げるだけでなく「香りづけ」を目的として使われることも多くなりました。しかし洗濯物に残したい香りの強さは消費者によって好みが多岐にわたって「買う前に香りの強さがわかったらいいのに」「『香りの強いタイプ』と書いてあっても気づかなかった」「香りの弱いものを探しているが見つけれない」といった声が多く寄せられるようになりました。

そこで花王では、香りの強さにもバリエーションを取りそろえ、

どの商品がどれくらいの香りの強さなのかの目安を従来からウェブサイトに掲載し、香りが強い商品には本体ボトルや詰めかえ容器裏面に「香りの強いタイプ」と表示してきました。さらに、2015年3月に発売された「ハミング」からは、店頭で商品を選ぶ際によりわかりやすいように、本体ボトルや詰めかえ容器裏面に「香りの強さの目安」も表示しました。香りの強さを5段階の目盛りで示しています。



洗たく物量の目安	水量の目安	使用量の目安
6.0 kg	65 L	1杯 (40 ml)
4.5 kg	55 L	0.8杯 (30 ml)
3.0 kg	45 L	0.5杯 (20 ml)
1.5 kg	30 L	0.3杯 (10 ml)

洗たく量に合わせた使用量の目安を守ってお使いください。

洗たく機の種類によって、柔軟仕上げ剤の投入位置が異なります。必ず取扱説明書をご覧ください。

※香りの強さの目安は、約40 mlです。

### 事例2 最後まで使い切れる乳液タイプの化粧品

「高価な化粧品なので最後の一滴まで使い切りたい」「乳液は粘度が高いため最後まで使い切れずにもったいない」そんなお客さまの思いにお応えし、2015年に発売された「アルブラン 薬用エマルジョン」や「ソフィーナ リフトプロフェッショナル ハリ美容液」では、使いやすく液が残りにくいつけかえ容器を採用しています。

容器は「内袋入り」になっていて中身の残量に合わせて内袋が縮み、液を押し出すため、粘度の高い乳液タイプの美容液でも液が残ることなく最後まで使い切れます。

また、つけかえ容器にポンプ部分を簡単にセットできるような新しい機構を採用しました。セットのしやすさのために、内容器と外容器の色を変え、視認性を高めています。



簡単にセットでき、最後まで使い切れるつけかえ容器

## ユニバーサルデザインの取り組み

## 事例3 泡で出てくるキッズ用シャンプー

小さな子どもがひとりでも髪の毛を洗いやすい泡タイプのシャンプーを発売しました。早い子では2~3歳頃から一人で髪を洗い始めるようになります。しかし多くの保護者は、子どもがひとりで髪を洗う際に、髪の毛の表面だけを洗って頭全体を洗えていないことや、きちんとすすげていないことを気にしていました。

『メリット 泡で出てくるシャンプーキッズ』は子どもでも押しやすいポンプを採用。なめらかな泡が広がって子どもでも頭全体をしっかりと洗え、汗のニオイや汚れをすっきり落とします。また泡切れもよいので速くすすげます。既存のメリットシャンプーとのつめかえ間違いが無いように、つめかえ容器のデザインにも配慮しています。



泡タイプをつめかえであることを強調

本体容器デザインを掲載

## 事例4 色や柄を入れてデザイン性を向上させた大人用紙おむつ

大人用紙おむつは一般に白色無地が多いことから、「白はいかにもおむつという感じで気分が落ち込むので色や柄をつけてほしい」「柄があると外出も楽しくなると思う」等、使用している本人だけでなく、家族からもデザインについてさまざまな要望が寄せられていました。

このような要望を受け、2014年から数量限定のデザイン紙おむつを継続的に発売しています。明るく、より自然に下着らしく見えるデザインです。「柄がついていると自然にはける」「70歳だが花柄のデザインがとても可愛く楽しくなる。しかもはき心地が良い」等、気持ちが明るく、前向きになったとの声や「数量限定でなく定番品にしてほしい」「枚数が多いものを作ってほしい」との要望も多く寄せられています。

「リリーフパンツタイプ まるで下着」限定デザイン

2015年4月デザイン品



2015年10月デザイン品



## ユニバーサルデザインの取り組み

## 高齢者体験ワークショップによる“よきモノづくり”への気づき

日本花王グループ

UD視点の改善を継続的に実施するために、シニアの暮らしに共感しさらに新しい改善の視点を獲得する目的で、高齢者体験ワークショップを実施しています。

これは戸建住宅のスタジオを借りて、毎回10名程度の社員が要介護1※に相当する疑似体験装具をつけて家事などの日常生活を行なうものです。

半日の家庭生活を通じて、体に不自由さを感じ始めた高齢者に共感するとともに、参加者が持ち込んだ商品を実際に使用してみることで、商品の単独使用では気づかなかった使い勝手や表示の課題に気づかされます。

2015年は11回のワークショップを実施し114名の社員が参加しました。また実店舗を使用した店頭でのワークショップも2回実施し、27名の社員が参加しました。

これからも商品の情報伝達、購入、使用から廃棄まで、すべてのシーンでUD視点の改善に取り組んでいきます。

## ※ 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での気づきを活かして容器や表示を改良した例

## オリエナ薬用エイジングケアシリーズ

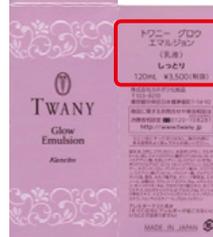


強く力を入れなくても開くように、すべてのアイテムを握りやすいレモン型に



外箱の使用方法にイラストや図を使い、一目でわかるように工夫

## トワニーグロウライン



商品名を大きく記載したパッケージ



少ない回転でカチッと閉まる楕円状のキャップ

握りやすい形状と滑りにくい彫刻入りの容器

## ユニバーサルデザインの取り組み

## 視覚障がい者向けに情報発信

日本花王グループ

## 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、6,600名以上の会員にご利用いただいています。2015年は2月号、5月号、9月号の3回にわたり、花王の持つノウハウや知見から得られた生活にお役立ていただける情報をお伝えしました。2月号では体脂肪、エコと節約、花粉対策について、5月号には紫外線対策、寝具のお手入れについて、9月号では軽い尿漏れと汗やニオイ対策、お気に入りの夏物洗いと収納術についてご紹介しました。

また、この情報は社員がナレーターとなり、録音を行なっています。



花王社員が音声で生活情報を提供

## 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「全身洗淨料」「シャンプー」「リンス」「メイク落とし」「ハミガキ」などの製品の違いをわかりやすくするものと、「塩素系」などの機能上の注意点を伝えるシールがあり、誤って使用するのを防ぐことにもつながります。化粧品では、製品の種類別、使用場面別に加え、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。

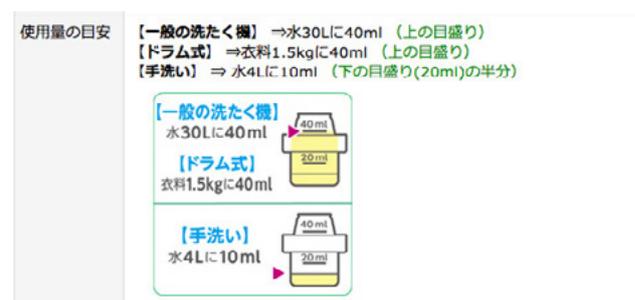
シールは、組み合わせて貼ることで、より便利にお使いいただけます。



家庭品点字シール

## 音声読み上げソフトに配慮した製品カタログサイト

成分や使用量、使い方など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の利用に配慮し、図や表にも聞いてわかる説明文を加えています。



衣料用洗剤「エマール」の使用量を文字で記載

## ユニバーサルデザインの取り組み

## Topic 視覚障がい者の声を商品改良に活用

2015年6月、広島市の視覚障がい者団体からの要望を受け、花王カスタマーマーケティング(株)、花王(株)の事業グループ、研究、生活者コミュニケーションセンターが協力し視覚障がい者向けにヘアケアに関するセミナーを実施しました。触覚や聴覚で感じられるデモや、点字資料を用意し、ガイド5名を含む32名にご参加いただきました。

髪の毛の絡まりによる摩擦ダメージを低減したシャンプーのデモでは、髪にとって最も過酷な状況であるシャンプー時でも、指どおりが軽いことを実感してもらいました。また、参加者自身の髪を紙コップにセットし、指で髪表面をこすって髪の傷みを評価するデモでは、ギギーっという音が鳴るたびにどっと笑い声がわき起こりました。

また、視覚障がいの方は新製品を手にとって知る機会を持ちにくいことから、花王のUDの取り組みや、おすすめの商品をご紹介します。意見交換では「シャンプーやリンスのつめかえ容器の区別はどうすればよいか?」などUD視点の改良につながる意見を多数いただきました。

このような声に応え、2016年発売の「エッセンシャルシャンプー」のつめかえ容器には、キャップ部分に触覚識別表示のキザミを導入しました。今後もこのような交流の場における消費者の意見を積極的に取り入れ、商品の改良につなげていきます。



シャンプー後の髪の指どおりの良さを確認

## 字幕付きテレビコマーシャル

日本花王グループ

高齢化が進む現在、約1,400万人(人口比率11.3%)といわれる日本の難聴者人口は、加齢に伴う聴力の衰えにより、さらに増加していくことが予想されます。

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が、テレビコマーシャルについては対応が遅れています。字幕は、聴覚に障がいのある方に製品の情報を伝えるだけでなく、家族や友人との話題が増えたり、流行がわかったりと、社会とのつながりを強くする役割も果たします。

花王は、2011年から字幕付きテレビコマーシャルの本格放送への推進活動に取り組んでいます。聴覚に障がいのある方とご家族や関連団体にご意見をうかがいながら、「伝わる

字幕表示の研究も進め、これまでに字幕付きのテレビコマーシャルを約900本制作しました。この活動を通じて得た知見は、官公庁や関係団体、他企業にも公開し、普及に向けて積極的に取り組んでいます。2014年には官公庁や関係団体によって「字幕付きテレビコマーシャル普及推進協議会」が発足。本格的な放送の実施へ向けた準備が始まりました。

これらの活動により、第64回「電波の日」総務大臣表彰を受賞。2015年にはACAP(公益社団法人消費者関連専門家会議)から「第1回ACAP消費者志向活動表彰『消費者志向活動章』」に選出されました。

花王は今後も関連業界と連携しながら、この取り組みを続けていきます。

## ユニバーサルデザインの取り組み

## Topic 手話専用の相談窓口を開設

花王グループは2015年10月、電話での問い合わせや相談が困難な聴覚障がいのあるお客さま向けに「手話による相談窓口」を開設しました。

聴覚障がい者の中には、手話が主なコミュニケーション手段であり、文字による情報収集やeメールによるコミュニケーションが困難な方がいます。そうした方々にも、より安心して製品を選んで使っていただくため、気軽に相談できる専用の相談窓口となっています。

お客さまと手話通訳士をSkypeを使ったテレビ電話システムでつなぐ遠隔手話通訳システム（開発：株式会社シュアール）を利用し、手話通訳士を介して花王グループの花王、ニベア花王、カネボウ化粧品相談窓口に製品に関する問い合わせ等を行なうことができます。



## 小学生向けにユニバーサルデザイン講座を実施

日本花王グループ

障がいのある方に配慮する「バリアフリー」の概念は、小学校の授業でも取り上げられていますが、花王の進めている「ユニバーサルデザインとは誰もが使いやすいように配慮されたもの」という考え方はまだまだ浸透していません。

そこで、2013年から小学校4年生を対象に国立大学法人東京学芸大学と共同開発した「ユニバーサルデザイン(UD)講座」をスタートさせました。

内容は、シャンプーボトルの「きざみ」はなぜつくようになったのか、身近な日用品の成り立ちを理解しながら、花王の考えるUDの意味を再認識していくもので、「きざみ」を開発した企業として、その経緯や秘話を直接子どもたちに語りかけることができるまたとない機会となっています。

2015年は、東京と大阪で7校、約800名の児童に授業を実施しました。



子どもたちに笑顔で接する講師

# お客さま(消費者)とのコミュニケーション【PR3】

消費者とのきめ細かなコミュニケーションを通じて、製品の改良やサービスの向上をめざすとともに、幅広い世代の方々に必要とされる生活情報を提供しています。

## 2015年の活動

製品に関するご意見やご要望をうかがうだけでなく、社会の変化に対応した情報提供にも努めました。

製品を安全かつ快適にお使いいただく方法を動画で作成し公開しました。また、海外に花王製品を送る際に必要な成分情報を公開。さらに、SNS上に投稿された悩みに回答する活動を開始しました。

## 方針／体制

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」としての思いをも敏感に感じとりながら、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。

消費者と花王のコミュニケーションを支援し、消費者の声を全社で共有・活用する基盤になっているのが、1978年に開発して以来、5度にわたるバージョンアップを重ねてきた「花王エコシステム」です。

このシステムには、花王の全製品の情報やその改良履歴から生活情報に至るまで、多岐にわたる情報が蓄積されており、相談に対する迅速で的確な対応を支えています。また、相談内容は、個人情報の取り扱いに十分配慮しながら逐次データベース化し、相談のあった翌朝には全社で閲覧・共有できるようにしています。

これらのデータをもとに、各部門が製品別の相談傾向や発現率(出荷個数に対する相談件数の割合)などを解析し、商品開発やマーケティング、品質向上活動などに活かしています。

### 消費者の声を製品に活かすしくみ



2015年に電話やe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(株)、(株)カネボウ化粧品の合計で約21万3,000件(前年比96%)で、相談件数は全体としては減少しました。ただし、高齢化社会を反映し、ご高齢、男性の方から製品の相違点や使い方への相談が増えており、60代以上が相談者の4割を占めます。一方、若年層のコミュニケーション手段の変化に対応し、SNSによる情報発信も始めました。さらに近年ではインバウンド消費の拡大に伴い、製品の輸送に関する相談が増えています。

お客さま(消費者)とのコミュニケーション [PR3]

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

ることを心掛けています。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。

ウェブサイトを活用した情報の発信

日本花王グループ

お客さまからのお問い合わせに 대응するために、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。

お客さまのご要望に合った製品選びをサポートするため、製品に表示している成分や使い方、使用上の注意などの情報を

「製品カタログ」サイトで公開しています。

消費者の安全や安心を守る情報発信にも重点を置いており、ヘアカラー使用時の皮膚アレルギー試験（パッチテスト）の重要性を伝える情報や、製品を誤飲・誤食した時の応急処置方法なども「製品Q&A」を通じて発信しています。

お問い合わせ

お客さまお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として掲載したり、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。

2015年10月より、電話での問い合わせや相談が困難な聴覚障がいのあるお客さま向けに、「手話による相談窓口」を開設しました。それに伴いお問い合わせ先にも、従来からのお電話、メール、お手紙、ファクシミリに加え、手話によるご相談も追加しました。

また、消費者庁が2015年9月に発表したニュースリリース「高齢者による誤飲・誤食事故に御注意ください!」に台所用の塩素系漂白剤を誤飲したケースが含まれていたことを受け、12月から「お知らせ」コーナーに台所用漂白剤をご使用の際の食器や調理器具の取り扱いの注意点を掲載しました。

➡お問い合わせトップページ  
http://www.kao.com/jp/soudan/

➡P78「コミュニティ>ユニバーサルデザインの取り組み>Topic 手話専用の相談窓口を開設」



「手話による相談窓口」を開設



台所用漂白剤をご使用の際の食器や調理器具の取り扱いの注意点を「お知らせ」コーナーに掲載

お客さま(消費者)とのコミュニケーション [PR3]

製品Q&A

お客さまから多く寄せられるお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、製品の表示よりも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。

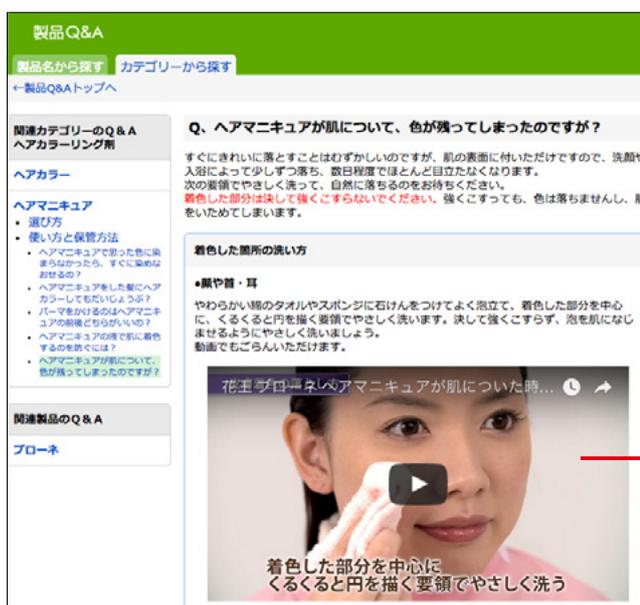
2015年は、製品を安全かつ快適にお使いいただく方法をよりわかりやすく伝えるために、動画を作成して「製品Q&A」サイトで公開しました。

エアゾール製品の引火事故を防ぐために、廃棄前の正しいガス抜き方法や、噴射口が目づまりした時の回復方法を映像化しました。また、誤って肌についたヘアカラーリング剤を落とす

うとして肌を傷めるお客さまが多いことから、着色が落ちる経過を実写で示して、安心して回復を待っていただくように伝えていきます。さらに、聴覚が不自由な方でもご利用いただけるように、すべての動画に字幕をつけています。

また、2015年は、海外の家族や友人に花王製品を送る際に必要な成分情報のお問い合わせが増えたため、関連情報を公開しました。

▶製品Q&Aトップページ  
<http://www.kao.com/jp/qa/>



製品Q&Aの動画掲載例

お客さま(消費者)とのコミュニケーション [PR3]

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1,300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に表示された情報を掲載しています。

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、塩素系の製品を使用する時の注意情報や、製品を誤食した時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。

新製品のご案内だけでなく、改良品では、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。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、

ご愛用者への情報提供に努めています。

2015年は、10月に消費者安全調査委員会から「毛染めによる皮膚障害」に関する事故等原因調査報告書が公表され、相談窓口にも多くのお問い合わせが寄せられました。そこで、ヘアカラー全品の成分や使い方、使用上の注意を公開しました。パッチテストの必要性についてのQ&Aにもリンクして、注意喚起に努めました。使用説明書もダウンロード可能にすることで、購入前でも商品についての詳しい情報を入手できるようにしました。

▶製品カタログトップページ  
<http://www.kao.com/jp/products/>

製造終了品のご案内

製造終了した製品の中には、ご愛用いただいたお客さまから長年にわたってお問い合わせをいただくものがあります。

そこで、2002年以降の主な製造終了品の情報を「製造終了品のご案内」サイトでご提供しています。

2015年は「ハミング濃縮タイプ」や「パイプハイター 連続発泡パウダー」「ブローネ エッセンスプラスカラー」などの情報を新たに掲載しました。

▶製造終了品のご案内トップページ  
<http://www.kao.com/jp/products/haishihin/>



製造終了品のご案内の例

Topic SNS上での幅広い生活者支援を開始

デジタルメディアの普及・拡大により、商品に疑問や問題があった場合に、インターネットを使ってソーシャルメディアに問いかける人が増えています。花王では、現在は電話やeメールといった、消費者からの相談を待つという活動を主に実施していますが、SNS上には花王が助言できる生活者の悩みも多く投稿されています。そこで花王では、より幅広い生活者支援をめざして、SNS上に投稿された悩みに回答する活動を2015年7月より開始し、12月までに約600件の悩みに回答しました。

生活者の悩みが多く投稿されるQ&Aサイト最大手の『Yahoo!知恵袋』上で、『花王公式サポート:kao\_official』として、洗濯・掃除を中心とした家事や、スキンケア・ヘアケア・コスメなどの美容カテゴリーをサポートしています。手入れに困っている衣類の洗濯法など、花王ならではの具体的な回答に「ブローの助言で安心、心強いです」「知恵袋に花王さんがいるとは感激です」といったコメントをいただいています。

また、ソーシャルメディアの特徴として、回答が投稿者だけでなく、同じ疑問を持つ他の生活者に共有されるなど広がりのある活動となっています。



▶花王公式サポートの紹介画面  
[http://chiebukuro.yahoo.co.jp/my/kao\\_official](http://chiebukuro.yahoo.co.jp/my/kao_official)



回答イメージ  
 ※実際のやり取りをご理解いただけるようにサポートイメージをご紹介します

## お客さま(消費者)とのコミュニケーション [PR3]

### さまざまな交流活動

日本花王グループ

花王は、さまざまなステークホルダーとかわりを持っていきます。消費者交流を通じて相互理解を深める活動は特に重要であると認識し、主な消費者団体、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。NPOや行政からの要請に応じて、各種の消費者向けイベントにも参加しています。

継続参加の「子ども霞が関見学デー」や「すみだ消費生活展」等に加え、2015年は横浜市南区の健康イベント「第24回いきいきふれあい南なんデー」に参加。「リリーフ」等ヘルスケア商品の説明に対して、多くの方が足を止めてくださり、地道な活動に手ごたえを感じました。

今後も社会に貢献できる活動を継続していきます。



横浜市南区健康イベント「いきいきふれあい南なんデー」

### 消費者対応活動をグローバルに推進

グローバル

日本国内で培ってきた消費者対応の知見・スキルを、海外グループ会社の活動にも活かしています。各国において適切かつ迅速な消費者対応を行なうため、各国の活動状況を把握し、日々のメールや電話による情報交換や定期的な開催するウェブ会議などを通じて、相談対応のプロセスと価値基準の共有を図っています。グループ各社の消費者相談担当者が一堂に会する会議を年1回実施し、各国での相談対応内容を横断的に共有し活用するとともに、花王グループとしての対応方針への理解を深めて消費者相談対応のスキル向上を図り、花王グローバルでの活動推進につなげています。

海外各国の消費者の声を可視化・共有するために、日本の

花王エコシステムと同様な「グローバルエコシステム」を2009年に開発しており、以降、海外グループ各社への導入を推進してきました。現在、ほとんどの子会社でのお問い合わせと相談内容を関連部門で閲覧し、各国と連携を図りながら的確な消費者対応につなげるしくみができており、各国との連携強化を図りながら的確で迅速な消費者対応につなげ、また「よきモノづくり」活動にも活かしています。

今後も花王グループのグローバル事業拡大に合わせ、各国固有の慣習や価値観も理解した上での対応満足度のさらなる向上をめざして、グループ各社の消費者対応力向上を推進していきます。

### Topic 日本肥満症予防協会のオフィシャルパートナーに認定

花王は長年にわたり「内臓脂肪」に関する研究に取り組み、特定保健用食品「ヘルシア」シリーズの研究やさまざまな情報発信活動を通じて肥満症・メタボリックシンドロームの啓発に貢献してきました。これらの活動が評価され、2015年9月、花王は一般社団法人日本肥満症予防協会のオフィシャルパートナーに認定されました。これは同協会にとって唯一のものであります。

日本肥満症予防協会は、「内臓脂肪を減らして、健康に!」をキャッチフレーズに、肥満症・メタボリックシンドロームへの理解を深め、その予防・解消方法を社会に普及させることを目的として、2015年1月に設立されました。

花王はこれからも、内臓脂肪に関する各地でのセミナーや測定会の開催、内臓脂肪肥満の予防・改善に役立つソリューションの提供などを通じて、協会の活動を支援していきます。2015年10月には、同協会の後援のもと、大分県で内臓脂肪に関するセミナーを開催しました。



「日本肥満症予防協会」サイト

▶P28「特集：コミュニティ>健康な毎日を国内外で応援>地方自治体の健康施策をサポート」

# お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション

法人顧客とのきめ細かなコミュニケーションを通じて、製品の改良や新製品の開発、サービスの向上につなげることをめざしています。

## 2015年の活動

コンシューマープロダクツ事業では、販売店との“いっしょにECO”活動が、行政機関とも連携したものと深化しています。ケミカル事業では販売代理店の新入社員を対象とした製品理解と知識習得のための「代理店新入社員研修会」に加え、情報交換会を新たに実施しました。

プロフェッショナル用品事業では、食品衛生管理向上のためのトータルシステム提案や医療・介護従事者への情報提供を継続的に推進しています。

### コンシューマープロダクツ事業 方針／目標／体制

花王カスタマーマーケティング(株)は販売店(顧客)を通じ消費者に花王製品とその価値を届けるという役割を担っており、より多くの消費者と顧客に満足していただくことをめざしています。

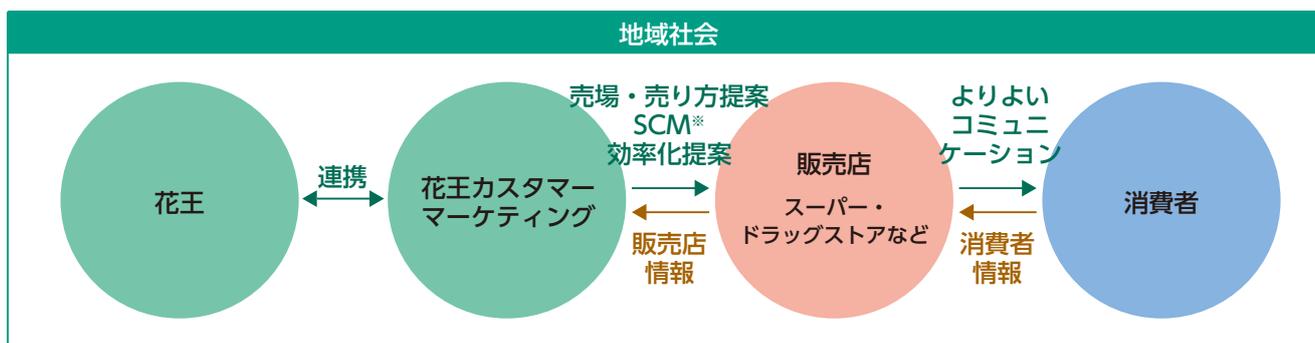
そのために消費者の購買意識・購買行動を具体的に把握し、消費者視点に立った売場や企画の開発を進め、花王グループの総合力を活かしながら市場創造と活性化をめざして取り組んでいます。

また、販売店とのより強固な信頼関係を築くため、販売店の戦略や課題をうかがい、サプライチェーンの効率化も含めた総合的な提案をカスタマイズして行なっています。こうした活動から、さらに強いパートナーシップを結ぶ販売店も増えています。

2016年1月より、花王グループの国内販売子会社は、一体運営をさらに強化する体制へと移行しました。花王グループの総合力を発揮することで、より高いレベルで市場や消費者の変化を的確にとらえた売場・売り方提案を推進していきます。

### 花王カスタマーマーケティング(株)と販売店の連携

製品と消費者の接点である販売店の繁栄への寄与



販売店情報 / 消費者情報を商品開発・販売活動改善へ反映

※ SCM: Supply Chain Management

お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション

コンシューマープロダクツ事業 販売店や地方公共団体と連携した環境への取り組み

日本花王グループ

花王カスタマーマーケティング(株)は、消費者との接点の一つである全国の販売店の売場や地域・行政イベントへの出展を通じて、「節水・節電・ごみ削減」を推進する“いっしょにECO”活動に取り組んでいます。

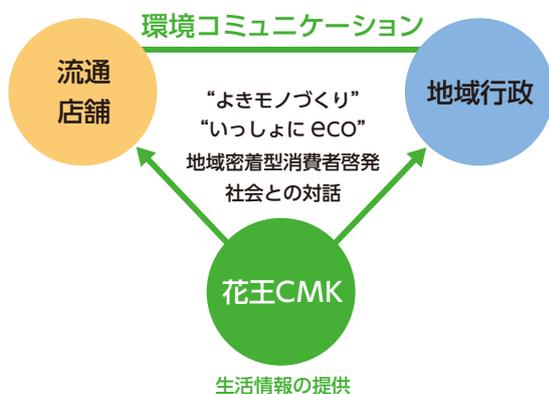
2015年は合計約170件の環境イベントを通じ、およそ8万5,000人の消費者に家庭でできるエコ活動をご提案しました。

2015年11月に山梨県で開催された甲府市主催の「第18回環境リサイクルフェア」では、花王製品の使用を通じてできる節水・節電活動を簡単なクイズ形式でご紹介。参加された消費者

には「ウルトラアタックNeo」のサンプル、お子さまには水を大切にする習慣を身につけていただくための冊子「いっしょにECO日記」をお配りし、持続可能な社会について一緒に考えました。花王製品を通じてできるエコ活動に多くの方が驚きとともに共感してくださいました。イベントと同時に甲府市内の販売店にもご協力いただき、売場においても“いっしょにECO”の啓発活動を実施しました。

このような販売店と行政機関、そして花王の三者が連携して行なうイベントは全国に拡大しており、今後も地域に密着した“いっしょにECO”活動を進めていきます。

販売店・行政と連携した環境コミュニケーション



- ・店頭連動のイベント
- ・地域密着イベント
- ・流通・行政連動のイベント
- ・地域学習センター



衣料用洗剤“アタックNeo”を通じてできるエコについてご紹介

## お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション

ケミカル事業

### 方針／目標／体制

花王のコア事業の一つであるケミカル事業は、オレオケミカル(油脂関連製品)、機能材料(界面活性剤)、スペシャルティ(情報材料、香料)の各分野で、世界の幅広い産業界のお客さまに中間原料としてのケミカル製品を提供しています。本事業では製

品にかかわる法規制や安全性情報を、サプライチェーンを通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。

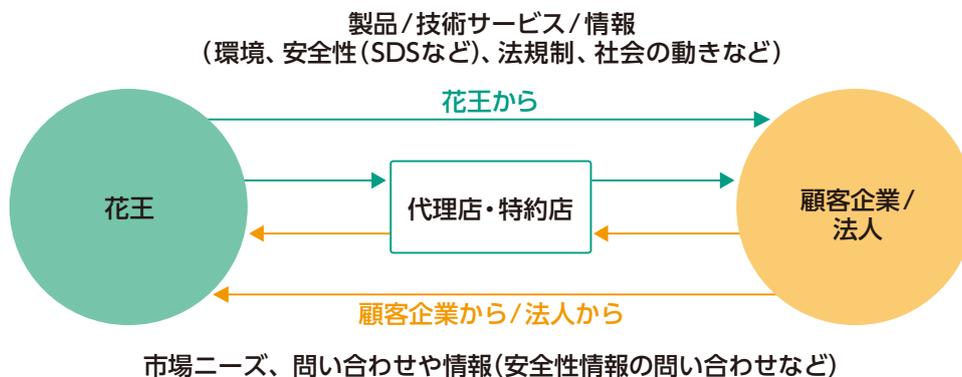
ケミカル事業

### 顧客企業・代理店との連携

グローバル

顧客企業・代理店とさまざまな情報を共有し、連携を密にしています。

#### 顧客企業・代理店との連携体制



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な販売代理店と、ケミカル製品に関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や研修会を継続的・定期的を実施しています。

花王は、ケミカル製品を扱っていただいている販売代理店の新入社員を対象に、製品の品質・安全性の理解と顧客企業に対する販売活動に必要な知識の習得を目的に「代理店新入社員研修会」を2年に一度開催しています。2015年はその実施年にあたり、和歌山事業場にて、10月20日・21日の2日間で80名を超える方々に参加していただきました。

また、11月から12月にかけて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開催しました。

さらに、初めての試みとして、関西地区の一部代理店の発注業務担当者とは花王の受注担当者との情報交換会を和歌山事業場で開催し、受発注業務に関わる課題や要望を議論しました。

今後も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ます。



2015年代理店新入社員研修会

## お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション

### プロフェッショナル用品事業 方針／目標／体制

花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS)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、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全安心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おむつを組み合わせた人にやさしい介護環境を、レクリエーションサービス分野では、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“クレンジネス&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。

### プロフェッショナル用品事業 食品衛生管理のトータル・システムの提案

日本花王グループ

KPS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全安心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～マニュアル化等により、新たな衛生管理のしくみを共同で構築することもあります。

また、現場で実際に作業される方々への衛生講習会や、定期的な店舗衛生診断も実施。衛生管理レベルを継続的に向上する取り組みを続けています。

#### 衛生講習会実施回数の推移

年	実施回数
2011年	178回
2012年	174回
2013年	207回
2014年	195回
2015年	219回

## お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション

プロフェッショナル用品事業

### 医療・介護従事者への感染管理支援活動

日本花王グループ

KPSは、病院や介護施設で感染管理に従事される方々の活動支援として「感染管理ベストプラクティス研究会」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。

2015年は、感染管理ベストプラクティス研究会(ワーキンググループ)を30エリアで計89回実施し、642病院・128介護施設の看護師・介護福祉士等医療従事者約1,900名が参加。「今

回の研究会で感染管理の重要性を再認識した」「まだまだ改善すべき点があると感じた。今後も継続して取り組んでいきたい」等の声をいただきました。

近畿ブロック研究会ではセミナーも開催し、1,146名(364病院・106介護施設等)が参加。「新しい情報を聴講でき、非常に参考になった」「ポスター発表では、他病院の事例がとても参考になった。参加できてよかった」「内容が濃く、ためになった。またぜひ参加したい」等の感想が寄せられました。

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・学会での商品展示も行なっており、2015年は勉強会を369回、商品展示を72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研究会 商品展示ブース

Topic

### 東京ディズニーリゾートを経営・運営する オリエンタルランド社の「食の安全に関する講習会」で講演

花王は2015年7月1日より、東京ディズニーランド®・東京ディズニーシー®のオフィシャルスポンサーとなりました。その一環として、(株)オリエンタルランド社で毎年1回開催される、パーク内の調理に関わるキャストやホテルのシェフ・調理従事者に対する「異物混入対策講演会」で、KPSや花王グループが持つ「食の安心・安全」に関する知見や実例を紹介しました。

講演会は9月30日と10月14日の2回、東京ディズニーシー・ホテルミラコスタで開催され、約900名が参加。講演では、異物混入の予測・実例・対策などを紹介し、日々の意識づけが食品衛生管理には不可欠である点と、川上から川下までの工程からリスクを予測・考えることが重要である点などを説明しました。

参加した方々は、ゲストに「ハピネス」を提供するプロとして熱心にメモをとっていました。また、「現場での心構えができた」等、さまざまな感想をいただきました。

この講演会をきっかけに、花王グループは、KPSで培った衛生管理のノウハウをオリエンタルランド社と共有し、食の安心・安全に少しでも貢献できればと考えています。



「食の安心・安全」に対する知見や実例を紹介

## 社会貢献活動【EC7】

豊かな社会の実現とその持続に貢献するために、社会貢献活動を推進しています。

### 2015年の活動

2015年は継続的に実施している花王の3つの活動が節目の年を迎えました。「花王・みんなの森の応援団」は活動開始から10年目となり、これまでの活動を総括する冊子を作成しました。「高校生科学技術チャレンジ」への協賛も10年となり、過去の受賞者・受賞校にアンケートを実施し、その効果を確認しました。「花王社会起業塾」は5周年を機に報告書を発行し、社会起業家と社員の交流会を開催しました。

さらに、工場を移転した花王インドネシア化学では、これまで地域に提供していた清潔な水を引き続き利用できるよう、地下水をくみ上げるポンプを設置するなど、各国で社会貢献活動を推進しています。

### 方針／体制

花王は、豊かな社会の実現とその持続に貢献するために、「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つ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、特に地域社会とのきずなをつなぐことをめざした活動に重点を置いています。

#### 活動方針

- 次世代の育成に役立つ活動を行ないます。
- 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ないます。
- 持続可能な社会に向けて、環境を守り育てる活動を行ないます。
- 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ないます。
- 花王の持つ資源を有効に活かせる活動を行ないます。
- 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
- タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

##### 教育

- 花王・教員フェローシップ
- 理科教育支援・出張授業

##### コミュニティ

- 花王ファミリーコンサート
- 社会起業家育成支援

#### 社員参加型の活動

花王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、新国立劇場協賛、大型美術展協賛

公益財団法人 花王芸術・科学財団

## 社会貢献活動 教育 [EC7]

## 未来を担う子どもたちのための学校教育支援活動

日本花王グループ

子どもたちが地球環境を考えながら清潔で健康的な暮らしを送れるように、花王の事業にかかわりの深い「手洗い講座」「おそうじ講座」「環境講座」「ユニバーサルデザイン(UD)講座※」の出張授業を教育界と連携して行なっています。

2015年は、4講座合わせて、45都道府県の223校・約1万7,000名の生徒・児童を対象に、花王グループの社員のべ約1,100名が講師として参加し実施しました。2009年の活動開始から、累計約7万5,000名の児童・生徒が受講しています。これには、花王グループ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、「手洗い講座」「おそうじ講座」については、教員が授業を実施するための教材を提供しているほか、中学家庭科の授業でお使いいただける教材も提供しています。

## 「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。

2015年は、34都道府県の小学校111校・約8,000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。

また、事業活動とも連携し、2,423の学校や施設等に教材を提供しました。



「手洗い講座」の授業

## 「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、同時に家族内で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

うプログラムを2010年から実施しています。

2015年は、26都道府県の小学校62校・約4,700名の児童を対象に、のべ約360名の社員が実習を交えた講座を行ないました。また、小学校47校に教材を提供しました。



「おそうじ講座」の授業

## 「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きます。

2015年は26都道府県43校・約3,500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。



小学校での「環境講座」の授業

※ユニバーサルデザイン(UD)講座

➡詳細はP78「コミュニティ」>ユニバーサルデザインの取り組み>小学生向けにユニバーサルデザイン講座を実施」

## 社会貢献活動 教育 [EC7]

### 中学校家庭科向け教材の提供

花王は2011年から岡山県の中学校家庭科教員と協働して、教員が授業で使用できる教材の開発を進め、2013年6月より「環境のことを考えた快適な暮らし」として提供しています。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、生徒が暮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。

2015年は、家庭科教員向けに教材内容を紹介する研修会を9回実施し、122の学校や行政機関に教材を活用していただきました。



家庭科教員研修

### 工場見学を通じた学校教育支援

日本花王グループ

花王では、日本にある8つの工場で工場見学を行っており、年間約6万人の来場者に、花王がどのように“よきモノづくり”に取り組んでいるのかを理解していただく機会となっています。

また、見学者の約3割を小学生が占めることから、工場見学が学校教育の支援につながるよう取り組んでいます。たとえば花王グループ最大の生産拠点である和歌山工場では、小学3年生・5年生の社会科の単元に合わせて、工場見学と花王エコラボミュージアム見学をセットにした体験学習プログラムを用意しています。

ベビー用紙おむつ「メリーズ」などを生産する酒田工場では、生産工程を見学できるようにルートを整備し、年間で小学生約

1,000人、全体で3,500人を超えるお客さまにご来場いただいています。また2015年には、いくつかの工場ですでに実施している小学5年生の社会科単元「わたしたちの生活と工業生産」に即した見学プログラムを新たに導入しました。プログラムは、市の教育委員会を通じて積極的にご案内しています。

この見学プログラムは、事前学習や工場見学を通じて「メリーズ」の生産工程でどんな工夫や努力をしているのかを知ってもらうものです。学校での学習に対する理解を深め、自分たちの生活と地域・社会との結びつきに気づき、企業のモノづくりへのこだわりや働く人の工夫について、興味・関心を高める機会としてご活用いただいています。



社会科見学学習



「メリーズ」生産工程での工夫を紹介

## 社会貢献活動 教育 [EC7]

## 理科教育を支援

日本花王グループ

## 「高校生科学技術チャレンジ(JSEC)」に協賛

JSEC(主催:朝日新聞社、テレビ朝日)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。賞の選定にあたっては、花王の研究者が論文を読み、実際に高校生のプレゼンテーションを聞いて審査を行なっています。

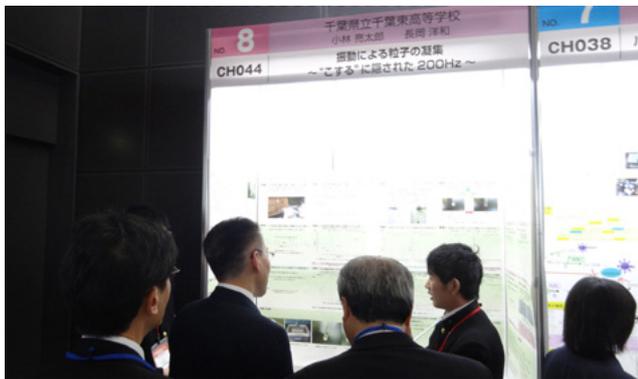
## ○JSEC2015 花王賞

「ルミノールの化学発光振動反応の反応機構の研究」  
土岐恵莉佳さん、中村美郷さん、大崎詩織さん(市川学園市川高等学校)

## ○JSEC2015 花王特別奨励賞

「振動による粒子の凝集～“こする”に隠された200Hz～」  
小林亮太郎さん、長岡洋和さん(千葉県立千葉東高等学校)

また、花王特別奨励賞の副賞として、受賞校を花王に招いて施設の見学と研究者との交流を図るスタディツアーを開催しています。2015年3月には、JSEC2014花王特別奨励賞受賞校の山口県立山口高等学校と、花王賞受賞校の米子工業高等専門学校から受賞者が参加し、活発な質疑応答などを通じ、研究者との交流を深めました。



JSEC2015 最終審査会 プレゼンテーション審査



JSEC2014 スタディツアー 研究発表での質疑応答

## JSEC協賛10年を振り返る

花王のJSECへの協賛は、2015年で10年となりました。これまでの活動を振り返るために、過去の実績者・受賞校にアンケートを実施しました。アンケートを通じ、JSECへの参加により、モチベーションアップや刺激を受けるなどの精神面への良い影響がみられる、実際の知識・ノウハウの吸収による個人の成長につながる、研究課題の明確化や社会的有用性への認識が向上するなどの意見が見られました。さらに、受賞したことにより、生徒の自信が深まり、学校に対する地域からの関心が向上するなどの効果があったこともわかりました。また、大会自体や、それを支える企業への期待も大きく、実際に学校で波及効果も広くみられることが示されたため、今後も継続して活動に取り組んでいくこととしました。

## 社会貢献活動 教育 [EC7]

## 「花王・みんなの森の応援団」

日本花王グループ

「花王・みんなの森の応援団」は、地域のみどりを守り育てる市民団体を応援する「花王・みんなの森づくり活動」が助成した市民団体を大学生が取材し、活動を応援する記事を執筆し、公開するプログラムです。

活動開始から10年となる2015年は、これまでの活動が何をもたらしたのか、プログラムの協働先である認定特定非営利活動法人日本NPOセンターとともに振り返り、活動の記録となる冊子「NPOと企業が結ぶ次世代、異世代、森づくり『花王・みんなの森の応援団』の軌跡」を作成しました。

冊子では、プログラムに参加した総勢86名の大学生が、実際に市民活動に参加し、違う世代の人々と交流することで得たもの、活動の記事を執筆することが大学生にもたらした変化、立場の異なるメンバーが一つのプロジェクトでつながることによって生じた相乗効果など、関係者のアンケートやヒアリング、専門家の総括を踏まえて掘り下げています。冊子は、関係機関約700カ所に配布したほか、花王のウェブサイトでも紹介しています。

※当プログラムは、一定の役割を終えたことから2015年をもって終了しました。



「NPOと企業が結ぶ次世代、異世代、森づくり『花王・みんなの森の応援団』の軌跡」表紙

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/social\\_activities\\_00\\_09.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_00_09.html)

## 「花王・教員フェロースhip」

日本花王グループ

「花王・教員フェロースhip」は、全国の小中学校の教員の方を対象にしたプログラムで、夏休み期間中に、海外での生物多様性保全のための調査(NGOアースウォッチ主催)にボランティアとして参加する機会を提供しています。現地での体験や感動を、日本に戻って学校や地域での環境教育に活かしていただくことを目的としています。臨場感をもって伝えられる経験が、子どもたちや先生同士、地域社会に幅広く伝わり、環境保全や生物多様性保全の意識が広がっていくことを期待しています。

2015年は、5プロジェクトに9名の教員の方にご参加いただき、参加者の帰国後は約1,000名の児童・生徒に授業や講演を実施したという報告をいただいています。10月には、参加報告会を花王本社で実施し、過去のプロジェクト参加者も含めた教員の方々や選考委員が参加しました。2015年のプロジェクト参加教員からは、現地での体験に加え、帰国後の環境教育の実践についても発表をいただき、プロジェクトを通じて得られ

たノウハウや工夫を共有する機会となりました。

これまでの累計で、65プロジェクトに128名の教員の方にご参加いただきました。



「モンゴル大草原の野生生物」プロジェクトでの調査

## 社会貢献活動 コミュニティ [EC7]

## 「花王社会起業塾」で社会起業家を支援

日本花王グループ

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若手の社会起業家の育成を支援しています。

2010年より、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」を実施し、特に「家族」を取り巻く課題を解決しようとする起業家を支援しています。支援の対象となった起業家には、事業を成長軌道に乗せるため、期間中に専門家や先輩起業家によるアドバイスを受ける機会を提供しています。2015年は、3組の団体を支援しました。

活動開始から5年となるのを機に、「花王社会起業塾活動報告書」を発行し、6月には花王本社で講演会と交流会を実施しました。講演会では、ETIC代表理事の宮城治男さんから、「なぜ、今社会起業家が求められているのか」をテーマに基調講演をいただき、これまでに支援した起業家のうち4名の方にもご登壇いただき、それぞれの取り組みについて講演を行なっていました。また、講演後の交流では、卒業生を含め、社員と起業家が懇談する姿があちこちで見られ、講演会・交流会に参加したのべ86名の社員が、起業家との交流を深めました。



「花王社会起業塾活動報告書」表紙  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/social\\_activities\\_04\\_18.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/social_activities_04_18.html)

## ◆2015年 支援対象起業家と事業テーマ

## ○特定非営利活動法人チャリティーサンタ

代表理事 清輔夏輝さん

事業テーマ：「ひとり親家庭の子どもに、サンタクロースで『自己肯定感』を届ける新しい挑戦～単年1万人をめざして～」

## ○特定非営利活動法人Chance For All

代表理事 中山勇魚さん

事業テーマ：「だれでも通って高品質な民間学童CFAKidsの運営」

## ○合同会社巻組

代表社員 渡邊亨子さん

事業テーマ：「被災地での地域産業の担い手育成・移住促進のビジネスモデル」



3組の起業家が事業内容、抱負などを発表  
 (2015年10月)

## 社会貢献活動 コミュニティ [EC7]

## 「花王ファミリーコンサート」を開催

日本花王グループ

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きたいと、コンサートを開催しています。当日の会場整理、アナウンス、切符切り等の運営はすべて社員が行なっています。

これまでに、酒田、栃木、鹿島、和歌山、愛媛の各事業場近隣でコンサートを開催してきました。2015年は、3月に和歌山県和歌山市で、10月に山形県酒田市で、12月に愛媛県西条市で公演を開催し、これまでの累計公演回数は33回になりました。

すべてのコンサートのチケット収益は、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。寄付を受けた学校からお礼の手紙をいただくこともあり、地域とのコミュニケーションにもつながっています。

## 2015年の公演

- 和歌山公演  
出演：ゼッパール・トリオ  
ナビゲーター：笠野衣美さん  
来場者：830名
- 酒田公演  
出演：TSUKEMEN(ツケメン)  
来場者：1,200名
- 西条公演  
出演：テノール・錦織健さん、ピアノ・河原忠之さん  
来場者：1,000名



「花王ファミリーコンサートin和歌山」



「花王ファミリーコンサートin酒田」



「花王ファミリーコンサートin西条」

## 花王ハートポケット倶楽部

日本花王グループ

花王ハートポケット倶楽部は、倶楽部の趣旨に賛同する社員が会員となって活動を行なう、社会的支援を目的としたクラブ組織で、2004年に設立されました。会員は、毎月の給与の一部を基金として積み立て、この基金を、より良い社会づくりをめざして活動を行なう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。

2015年は、事業場のある栃木、和歌山、茨城の市民活動の応援や、より規模の大きい活動を応援する「みらいポケット基金」による助成など、計46件の寄付を行ないました。倶楽部では、会員が支援先の活動に参加する機会も設けています。助成の選考に参加したり、ボランティアとして活動に協力したり、支援先のイベントに一参加者として活動を楽しんだり、形はさまざまですが、交流を通じて、活動の背景にある社会課題を知る機会につながっています。公益社団法人シャンティ国際ボランティア会が主催する、途上国の子どもに絵本を贈る「絵本を届ける運動」への参加は、2015年で10年目となりました。180名の社員が家族や友人とも協力して絵本に訳文シールを貼り、ミャンマーの子どもに絵本を贈りました。



絵本に訳文シールを貼る社員

## ◆花王ハートポケット倶楽部 これまでの実績

寄付先：490件 寄付金：8,623万円  
会員数(2015年12月現在)：2,697人

## 社会貢献活動 コミュニティ [EC7]

## 若手芸術家育成支援と芸術文化活動支援

日本花王グループ

花王は、優れた芸術や豊かな文化の発展と継承のため、多様な芸術文化の支援や次世代育成につながる活動への支援を行なっています。

## 若手芸術家育成支援

次世代を担う芸術家育成活動への支援を行なっています。

## ○東京音楽コンクール

東京文化会館・読売新聞社・東京都・花王が主催し、入賞者の公演活動を支援する、若手音楽家の発掘・育成を目的としたコンクールです。第13回となる2015年は、弦楽・木管・声楽の各部門で計9名が入賞し、2016年1月に優勝者コンサートを開催しました。



2015年 第13回東京音楽コンクール弦楽部門表彰式

## ○OK-BALLET YOUTH

熊川哲也氏を総監督とし、2013年に設立された22歳までの若手ダンサーを中心とするジュニア・バレエ・カンパニーで、プロのカンパニーと遜色ない環境での実践の場を提供しています。花王は、設立時から公演に特別協賛をしており、2015年4月には第2回公演「トム・ソーヤの冒険」が開催されました。

## 芸術文化活動支援

優れた芸術文化の発展と継承のため、新国立劇場や美術展の協賛、オーケストラへの賛助を行なっています。

## ○2015年の協賛

## 【音楽】

東京交響楽団／日本フィルハーモニー交響楽団／東京フィルハーモニー交響楽団／NHK交響楽団への賛助

東京交響楽団 定期演奏会／NHK交響楽団 ベートーヴェン「第九」演奏会

## 【舞台】

新国立劇場 2014／2015シーズン 特別支援企業グループ

## 【美術】

マグリット展／大英博物館展／ウィーン美術史美術館所蔵 風景画の誕生展

## 公益財団法人 花王芸術・科学財団を通じた活動

花王は、1990年に100周年を記念して財団を設立し、芸術文化と科学技術への助成や研究者の顕彰等を行なっています。

財団設立25周年を迎えた2015年、さらなる日本の芸術文化と科学技術の振興および発展向上に寄与するために、新たに25億円の寄付を行ないました。これにより、財団の総資産は約50億円となり、科学技術支援の強化と、芸術支援の一層の活動充実を図っていきます。

## ○2015年の実績

- ・芸術分野(美術・音楽)への助成・顕彰 69件 4,000万円
- ・科学技術分野への助成・顕彰 12件 1,200万円
- (設立からこれまでの累計 1,943件 12億4,435万円)

## ➡公益財団法人 花王芸術・科学財団

<http://www.kao-foundation.or.jp/>

## 社会貢献活動 コミュニティ [EC7]

## 社会のサステナビリティのために

グローバル

花王グループ各社では、次世代育成につながる活動や、地域コミュニティとの交流を継続的に行なっています。

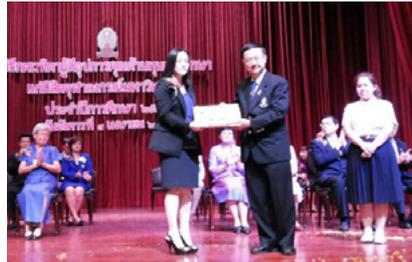
2015年も、学校施設の整備への協力、奨学金の提供、衛生教育支援など次世代育成につながる活動や、製品や社員ボランティアを通じた地域コミュニティへの支援、地域の方々との

交流など、さまざまな活動を行ないました。

たとえば、工場を移転した花王インドネシア化学では、これまで継続して地域の方に工場内の清潔な水を提供していたことから、工場移転後も引き続き地域の方が利用できるよう、地下水をくみ上げるポンプを設置しました。



学校施設整備への協力(ピリピナス花王)



奨学金の提供(花王(タイランド))



初経教育(花王(マレーシア))



工場見学の受け入れ(花王(合肥))



工場移転に伴いオフィス家具を児童養護施設に寄贈(花王インドネシア化学)



ホームレス支援に社員が協力(花王スペシャルティーズアメリカズ)



地域の環境美化(キミ花王)



障がい者職業訓練を支援し、花王オリジナルの贈答用人形[KIZUNA]シリーズの制作を依頼(花王スペイン)

## 2015年の主な災害支援

グローバル

災害	会社	支援内容
ネパール中部地震	花王(株)	被災地支援のためジャパン・プラットフォームに100万円を寄付
	花王スペシャルティーズアメリカズ	American Red Crossなどに6万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	花王(株)	被災者支援のため社会福祉法人中央共同募金会を通じて200万円を寄付、茨城県常総市に製品寄贈
日本 口永良部島噴火	花王(株)	避難先への支援として屋久島町に製品寄贈
インドネシア水害	花王(インドネシア)	被災者支援のため35万円相当の製品寄贈および社員ボランティア協力
マレーシア水害	ファティケミカル(マレーシア)ほか	被災者支援のため20万円相当の製品寄贈

2016年4月に発生した日本 熊本地震による被災者支援のため、日本赤十字社を通じて1,000万円を寄付しました。また、ベビー用紙おむつ、大人用紙おむつ、生理用ナプキン、ハンドソープなどの製品を寄贈しています。

## 社会貢献活動 コミュニティ [EC7]

## Topic 東北地方復興支援活動

花王グループでは、東日本大震災復興支援に継続的に取り組んでいます。義援金や緊急支援物資の提供にはじまり、仮設住宅への日用品の提供、女性向け支援、心のケア、あるいは産業復興など、現地のニーズに合わせて活動の重点を移し、その時々に必要な支援を届ける努力をしてきました。現在は、心のケアと産業復興を柱に活動を展開しています。

2015年は、心のケアとして「スマイルとうほくプロジェクト」、産業復興として「みちのく復興事業パートナーズ」を通じて活動に取り組みました。

## ●スマイルとうほくプロジェクト

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」に協賛しています。現地の方々と一緒に花を植えたり、ハンドケアなどをして交流を深めてきました。

2015年はこの活動を通じて花王グループ社員のべ317名が参加。累計で1,000名を超える社員が東北に足を運びました。

「もっと現地に寄り添いたい」との思いから始めた仮設住宅訪問活動は、2015年は30カ所、累計で70カ所を訪問しました。ハンドケアなど手をとってふれあうことを通じて、現地の方々笑顔で交流する場となりました。

また「震災復興語り部」の方々からは、震災当時の様子だけでなく防災への教訓を迫力をもって教えていただきました。

参加した社員からは、「ふだんの暮らしの大切さを教えていただいた」「時間の経過とともに、求められる支援の形が変わっていくと感じた」「どんな形でも継続的に関わりたい」などの声があがり、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なりました。

## ●みちのく復興事業パートナーズ

特定非営利活動法人ETIC.（エティック）と企業7社が連携して、東北の自立的な復興の流れを支えていく「みちのく復興事業パートナーズ」に参画し、復興に取り組む起業家や次世代リーダーの支援を行なっています。

2015年5月と11月には、花王グループ社員計50名が宮城県南三陸町を訪問し、現地を視察し、小野花匠園でボランティア活動に取り組みました。小野花匠園の小野社長は、新しい流通のしくみにチャレンジし、新たな雇用創出をめざす地元若き産業復興リーダーです。参加した社員からは、「実際に自分の目で見て、体験することで、『自分ゴト』として考えるきっかけになった」「少しでも現地の方のお役に立ててうれしかった」などの感想が聞かれ、多くの気づきにつながりました。

▶活動の一部を動画でご覧いただけます

花王グループ社員による南三陸町ボランティア活動  
<https://www.youtube.com/watch?v=aQyvOmlDbxA>

▶みちのく復興事業パートナーズ

<http://www.michinokupartners.jp/>



仮設住宅の住民の方と笑顔でハンドケア



花を植えたプランターに設置するボードにメッセージを記入



菊畑で作業をする社員

# インテグリティ【41,57,58,DMA,HR2,HR12,SO4】

花王は、法と倫理に則って行動し、社会の変化に対応しながら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。

## 2015年の活動

従来の諸施策・活動の継続に加えて、コンプライアンスの諸施策・活動に関して、その効果を客観的に確認し、さらなる改善を図るために、「社員の声を聴く活動」と称し、多くの社員からの意見を聴取し、理解度を確認しました。この「社員の声を聴く活動」を踏まえ、10月をコンプライアンス月間として、コンプライアンス委員会委員長による月間メッセージのポスター掲示、各役員から担当部門へのメッセージ発信、ロゴマークの投票、BCG確認テストなどを実施しました。また、外部専門家に贈収賄防止対応を中心に第三者検証を依頼し、課題を抽出して今後の改善案の提案を行ないました。

## 方針／体制

### 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。

### 推進体制

花王は、代表取締役 専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、

- 1)「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」等コンプライアンス関連社内規程の制定・改定の審議
- 2)企業倫理の浸透・定着のための国内外での教育啓発活動
- 3)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。

これらの活動は実施とともにモニタリングや評価を行ない、PDCAサイクルによる改善を続けています。

### 監査とモニタリング

花王ではコンプライアンスについて、経営監査室による監査と、さまざまな形でのモニタリングを実施しています。

### ●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。

▶P107「カルチャー」>サプライヤーとの連携/サプライヤーへの満足度を調査

### ●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。

インテグリティ [41,57,58,DMA,HR2,HR12,SO4]

中長期的な課題抽出と課題に向けた取り組みの検討

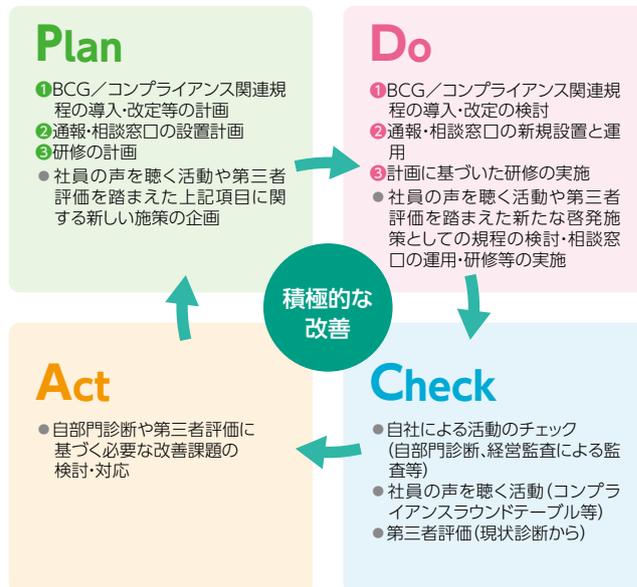
グローバル

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、また社外のコンサルティング会社からの検証を受けて翌年以降の活動計画を策定することにしました。

2015年は、「社員の声を聴く活動」「コンプライアンスラウンドテーブル」と称して、グループ会社を含めた19部門・組織の社員と対話の機会を設け、既存の取り組みへの感想や新たな取り組みの要望等の意見を収集しました。また社外の声として、会計系コンサルティング会社から当社のコンプライアンス体制・活動に関する評価を受けました。

コンプライアンス活動のPDCA



コンプライアンス月間の実施

日本花王グループ

当事者意識を持ってコンプライアンス活動をすることの重要性や、コンプライアンス活動を身近に感じられる工夫を求める声が社員から多く出たことを受けて、日本国内では経団連企業倫理月間に合わせて10月をコンプライアンス月間と定め、活動の浸透を図りました。

イントラネットやポスターによるコンプライアンス委員会委員長のメッセージの掲示、執行役員による各部門へのコンプライアンスメッセージ発信、コンプライアンスロゴを決めるイントラネットでの投票イベント、ケーススタディー発信、BCG確認テスト等を実施しました。

「ロゴの投票はグループ会社間の一体感を強めた」「年に1度コンプライアンスを振り返る機会が新鮮だった」との声がありました。

2016年は、海外グループ会社も含めた花王グループ全体での取り組みとしてコンプライアンス月間を実施していきます。



コンプライアンス月間ポスター

## インテグリティ [41,57,58,DMA,HR2,HR12,SO4]

### コンプライアンス関連規程の運用

花王では、企業行動規範となる「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」を全世界の花王グループに導入しています。

また、BCGに関連する事例をQ&A形式でまとめた「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン ケースブック」を日本語・英語で作成しています。

さらに、相手先の属性を問わず贈収賄を行わないこと、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」を行わないことを明記しているBCGの考え方に基づき、花王グループでは政治献金は行わないことを寄付ガイドラインで定めています。「花王贈収賄防止ガイドライン」は海外グループも含めて地域・会社ごとに作成し、導入を進めています。

上記に加え、花王グループ会社との競業行為、取引行為、金銭貸借と個人的投資等の場面において、具体的な事案に応じて許可・届出等を求めることを規定する「花王利害の対立の回避に関するガイドライン」の海外グループ会社への導入を進めています。

2015年は以下の取り組みを実施しました。

1. 「花王贈収賄防止ガイドライン」「花王利害の対立の回避に関するガイドライン」について、2014年度に未導入だった地域（アメリカ、ヨーロッパ、中東、アフリカ、インドネシア、シンガポール）にも導入しました。
2. 「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン ケースブック」の現地語版を17言語作成し、各国・各地域の社員に共有しました。
3. 2013年からの花王グループの取り組みや、花王グループを取り巻く環境に対する姿勢への盛り込みを目的として、2016年改定に向けて、「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」の内容の見直しを行ない、2016年4月に改定しました。



花王 ビジネス コンダクト ガイドライン ケースブック(タイ語版)

4. 2015年においては、政治献金は行っていないことを確認しています。

### BCGの啓発・浸透に向けた活動

BCGをはじめとするコンプライアンス関連規程の理解を深めるために、新入社員、新任マネジャー、国内管理職、海外グループ会社社員等を対象に集合研修を実施しています。また、年に1回BCGの内容を振り返るBCG確認テストを実施しています。

2015年は以下の3つの項目について目標値を設定し、以下の実績となりました。

#### 1. BCG確認テスト

目標：95.0%

実績：96.4% (34,229名/対象35,483名)

▶P9「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)」

#### 2. 国内管理職対象コンプライアンス研修

目標：70.0%

実績：73.6% (1,369名/対象1,859名)

#### 3. 海外インテグリティワークショップ

目標：85.0%

実績：85.0% (9,360名/対象11,000名)

2014年末に選任された16名の講師を中心に、2015年は欧州のグループ会社での展開が進みました。



インテグリティワークショップ(フィンランド)



インテグリティワークショップ(ノルウェー)

▶P19「花王サステナビリティステートメント」>2015年実績と2016年目標(カルチャー)」

## インテグリティ [41,57,58,DMA,HR2,HR12,SO4]

## コンプライアンス通報・相談窓口を設置・運用

グローバル

## 花王グループの運営方針

花王グループでは各国・各地域のニーズに合わせて、コンプライアンス通報・相談窓口を社内と社外に、もしくは社外のみを設置しています。

窓口の運営に際しては、会社は通報・相談者のニーズをきちんと確認したうえで、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。

2015年は、花王グループ内で年間196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。相談内容につきましては、職場におけるコミュニケーションに関する相談が約7割となっています。

## 日本花王グループ

日本花王グループでは、コンプライアンス委員会事務局が運営する「社内通報・相談窓口」と、弁護士・臨床心理士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。社内窓口および社外窓口の一部を除き、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。

## 海外花王グループ

海外花王グループにおいては、社外の委託会社が受ける社外窓口を全社に設置し、さらに一部の地域を除き、各社の人事部長等に相談できる社内窓口を設置し、運営しています。

社外窓口である「Integrity Line」は、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匿名で相談することを奨励しています。

2015年は、新しくブラジルとノルウェーのグループ会社向けの通報・相談窓口を設置しました。

**Together.**

Together... we can build a successful organization.  
Together... we can ensure an outstanding reputation.  
Together... we can protect our values.

Your role on our team is to speak up if you know of or suspect an unethical behavior. Our role is to listen. Report any violations or get more information by calling the number below or visit the website:

**Kao Group Integrity Line**  
<http://integrityline.kao.com>  
 Or by calling: 800-855-5845  
 Confidential, Easy-to-use and Always Available

**Kao Group Integrity Card**

When making a decision, ask yourself:

- Does the action comply with all relevant laws and regulations?
- Does it conform to consumer policy and/or sales including the Kao Business Conduct Guidelines?
- Can you honestly justify the action internally and externally if they were to be reported to the press?
- Would you feel comfortable if similar actions were taken against a member of your own family (i.e. Can it be considered discrimination, harassment, etc.)?

If you cannot answer "yes" to all the above questions, don't take such action. Make a decision only when you are completely satisfied.

**Kao**  
Enhancing lives, in harmony with nature.

**Integrity Line:**  
Hotline number: 800-855-5845

**INTEGRITY LINE:**

• Handles cases where it is difficult to approach your supervisor, department head or HR manager directly.  
 • Is available 24 hours a day for 365 days a year in many languages for compliance-related inquiries.  
 • External Integrity Line is a toll free number.  
 • Does not deal with personal problems in the workplace (except for cases of harassment), general performance evaluations, salary and other dissatisfaction with working conditions.  
 • In order to investigate your report or inquiry, please note that a responsible person at a Kao Group company may handle your personal information.

**Kao Gruppe Integritet-kort**

Når du skal ta en avgjørelse, spør deg selv:

- Betyr handlingen å overholde alle relevante lover og forskrifter?
- Er handlingen i samsvar med selskapets policy og / eller regler inkludert Kao Business Conduct Guidelines?
- Kan du legitime refferer handlingen internt og eksternt hvis du skulle bli rapportert av pressen?
- Vil du føle deg komfortabel hvis en lignende handling ble foretatt mot et medlem av din egen familie (f.eks. Kan det bli vurdert diskriminering, trakassering, etc.)?

Hvis du ikke kan svare "Ja" på alle spørsmålene ovenfor, ikke ta en slik handling. Ta en beslutning bare når du er helt sikker.

**Kao**  
Enhancing lives, in harmony with nature.

**Ekstern Integritets Linje:**  
Hotline nummer: 800-855-5845

**Integritets Linje:**

- Håndterer tilfeller der det er vanskelig å ta opp problemer med overordnet, administrerende direktør eller HR-ansatte.
- Tilgjengelig 24 timer i døgnet i 365 dager i året på mange språk for compliance-relaterte henvendelser.
- Ekstern Integritets Linje er et gratis telefonnummer. (Unntatt fra mobiltelefon).
- Håndterer ikke personlige problemer på arbeidsplassen (unntatt for tilfeller av trakassering, personlige evalueringer, lønn og annen mangel med arbeidsforholdene).
- For å undersøke din rapport eller henvendelse, vær oppmerksom på at en ansvarlig person i Kao Group kan håndtere din personlige informasjon.

ブラジルでのIntegrity Line告知ポスターと  
ブラジル、ノルウェーでのインテグリティカード

## コンプライアンス違反時の対応および2015年の重大な法令違反について

グローバル

花王は、花王グループの事業運営において、会社の重大な法令違反については公表することを原則としています。

※ただし、法令・契約等により秘密保持義務がある場合、公益を損なうおそれのある場合、プライバシーに配慮が必要な場合、そのほかにこれに類するような制限がある時には、公表できない場合があります。

2015年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、個人の利益を追求した不正行為、刑事訴追に至っていない盗難等の刑事事案、セクハラなどがありましたが、会社のレピュテーションを著しく侵害するものではなく、それらに対し改善対応を社内で行ないました。

## インテグリティ [41,57,58,DMA,HR2,HR12,SO4]

### 「World's Most Ethical Companies(世界で最も倫理的な企業)」に10年連続選定

グローバル

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2016年3月に発表した「World's Most Ethical Companies 2016」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、10年連続となります。10年連続の選定は日本の企業の中でも、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、①企業倫理と法令遵守に関する取り組み②社会からの評価、リーダーシップ、ステークホルダーとのコミュニケーション③企業市民としての責任ある活動④コーポレートガバナンス⑤倫理的企業風土の5軸から評価を行なうものです。今年度は、世界で131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とめています。



授賞式

### 日常業務におけるコンプライアンス徹底のしくみ

日本花王グループ

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、日本花王グループでは、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。

#### 2015年にエキスパートにより 改正の対応がされた法令等

- エネルギーの使用の合理化等に関する法律
- フロン類の使用の合理化及び管理の適正化に関する法律
- 環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律
- 水循環基本法
- など

#### 2015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」宣言\*数：92名の法令エキスパートによる340宣言  
社内規程登録数：605件

\* 法令エキスパート宣言  
各所管部門が特定の法令等に対して自主的に「法令エキスパート」としての宣言を行なうもの

### 知的財産の管理と活用

グローバル

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、知的財産部が中心となり、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部)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、侵害しないしくみを国内外ともに強化しています。

2015年には飲食品事故の原因菌を同定できる特許技術を開放(ライセンス)することを発表しました。これらの特許技術を広く活用していただくことは、食品の安全性を高め、社会貢献につながるものと考えています。

# 人権への取り組み【LA15,HR2,HR11】

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。

## 2015年の活動

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいた新たな「花王人権方針」を策定し、公表しました。花王グループ各社・各部門への浸透のための啓発を進めています。

また、社内およびサプライチェーンでの人権リスクの調査・特定を進めています。

## 方針／体制

企業活動のグローバル化が進捗し、バリューチェーンが拡大していくなか、さまざまな人権問題のリスクが高まりつつあります。また、2011年には国連「ビジネスと人権に関する指導原則」\*1が採択されるなど、国際社会全体が企業の人権問題に対する取り組みに注目しています。

花王グループでは、「花王ウェイ」で使命とする「世界の人の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」ために、多様なステークホルダーと連携して取り組みを進めています。その連携において、国際的な基準に則り、多様なステークホルダーの人権尊重の責任を果たしていくことは事業活動の基本であると考えています。

花王グループでは、2005年に人権、労働基準、環境、腐敗防止の4分野における10原則を定めた国連グローバル・コンパクトに支持を表明しました。また、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」に人権尊重の方針や児童労働・強制労働を行なわないことを明記し、実践してきました。

サプライチェーンにおいても、「調達先ガイドライン」でサプライヤーに対して人権尊重を要請しています。

そして2015年6月には、新たに「花王人権方針」を策定し、公表しました。「花王人権方針」に基づいて、啓発活動や人権デュー・ディリジェンス\*2など、人権尊重に向けた取り組みを事業活動全体において、全社的に進めています。

※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 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

▶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](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](http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_04.html)

▶花王人権方針

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/csr\\_action\\_03.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/csr_action_03.html)

## 「花王人権方針」の策定

2015年6月、社内の関連部門での協議と社外の有識者の意見を参考にしながら、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいた新たな「花王人権方針」を策定し、公表しました。この方針では“よきモノづくり”のプロセスにおいて、社員、消費者、地域社会、サプライヤーをはじめとするビジネスパートナーなど多様なステークホルダーの人権尊重をめざしていくことを表明しています。

また、国際人権章典\*1、児童労働の実効的な廃止や強制労働の禁止など中核的労働基準を定めた国際労働機関（ILO）の「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」\*2などの人権に関する国際的な規範を尊重・遵守することも定めています。

す。事業活動を行なう地域の規則や法を遵守し、国際的に認められた人権と各国の法令等に矛盾がある場合は、国際的な人権の原則を尊重する方法を追及することも記載しています。

具体的な取り組みとして、人権デュー・ディリジェンスを行ない、花王グループの事業活動に関わる人権リスクを調査・特定し、防止、軽減の措置をとること、そして結果の報告や社員への啓発を行なうことも明記しています。

※1 国際人権章典

世界人権宣言と国際人権規約の総称

※2 「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総会で採択され中核的労働基準を定めた宣言

グローバル

## 人権への取り組み [LA15,HR2,HR11]

### 人権デュー・ディリジェンス プロセス

グローバル

花王グループを取り巻く人権リスクの調査・特定に向けて、現在、下記の取り組みを行なっています。

#### ●花王グループでの取り組み

レスポンシブル・ケア活動の自己点検の一環として、人権に関連する労働安全衛生の項目のチェックシートによる管理および事務局監査を国内外の花王グループ各社を対象に実施しています。さらに、海外の生産事業場および国内外の花王グループ会社に対しては、自己チェック表による調査を行なっています。また、企業行動指針「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」をベースとした「自主点検シート」を作成し、日本花王グループおよび国内生産事業場においてチェックしています。

#### ●サプライチェーンでの取り組み

国内外のサプライヤーに対しては、人権の項目を含んだ調

達先ガイドラインに基づくセルフアセスメントを要請し、その結果を花王がモニタリングしています。2014年12月にはグローバルなサプライヤー情報共有データベースSedex\*に加盟し、活用を検討してきました。2015年秋からまず海外のサプライヤーに対してSedexへの登録、回答記入の依頼を開始しました。2016年1月から国内のサプライヤーに対しても説明会を開催し、Sedexへの登録、回答記入を働きかけています。

今後は自社でのセルフアセスメントに加えて、Sedexへの回答内容をもとに、より詳細な人権リスクアセスメントを行ない、人権リスクの特定・軽減や人権侵害の防止につなげていきます。

▶P107「カルチャー>サプライヤーとの連携>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」

※ Sedex(Supplier Ethical Data Exchange)

▶P106「カルチャー>サプライヤーとの連携>目標 ※1」

### 研修とコミュニケーション

グローバル

2015年6月の花王人権方針策定後、花王グループ各社・各部門への浸透のための説明会(ウェブ会議含む)を2015年12月までに22回実施しました。また、「花王人権方針」の紹介記事を掲載した「花王サステナビリティレポート2015」および社内報を、日本・海外の花王グループ全社員に配付し、浸透に努めました。また、さまざまな研修において、多様性や人権尊重の重要性について説明を行ないました。

さらに、2015年9月に開催された「2015ビジネスと人権に関する国際会議in東京」に参加しました。人権に関する世界の有識者の発表や他企業の活動事例等に触れ、ビジネスと人権に関する世界の最新動向を理解するとともに、花王の取り組み状況についても紹介しました。



カネボウ化粧品での人権研修会

## サプライヤーとの連携【DMA,LA15,HR11,SO10】

花王は法を遵守し高い倫理観を持って、公正・公平な購買活動をしします。  
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。

### 2015年の活動

持続可能な原材料の調達を進めるとともに、2015年は海外グループ会社において取引先にSedexへの加盟とデータへのアクセス権設定の要請を進めました。

また、CDPフォレストプログラムへの回答を実施するなど、社会からの要請に応え、着実にアセスメントを進めています。

### 方針／体制

花王は、企業の社会的責任を果たすため、原材料や機器のサプライヤーを“よきモノづくり”に不可欠なパートナーと考え、「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。

→詳細は「調達基本方針」  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/procurement\\_00.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_00.html)

花王は「調達基本方針」に則った調達活動を具体的なものとするため「調達先ガイドライン」を制定しています。法令や社会規範の遵守、人権の擁護、安全衛生の確保、公正な取引等、社会的責任に配慮されているサプライヤー、環境マネジメントシ

ステムをはじめ、花王が配慮すべき環境項目に協力いただけるサプライヤーからの調達を優先しています。また、環境に配慮した原材料や包装容器の調達を優先しています。

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

また、“よきモノづくり”の実現のため、品質の改善が必要なサプライヤーとは「品質向上会議」を実施し、サプライヤーと花王が一体となった品質の改善に取り組んでいます。

→詳細は「調達先ガイドライン」  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/procurement\\_04.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_04.html)

### 目標

花王はサプライヤーのご協力のもと、「調達先ガイドライン」の遵守状況をセルフアセスメントによりモニタリングしています。環境面・社会面それぞれに、基準に達しているサプライヤーの比率に目標値を定めています。

また、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、改善に向けた協議を実施しています。

2014年には世界最大規模の企業倫理データ共有推進団体であるSedex<sup>\*1</sup>に加盟しました。2015年は海外のサプライヤーにおいて取引先にSedexへの加盟とデータへのアクセス権設定の要請を進めました。今後、国内のサプライヤーにおいても取引先への周知と、加盟とデータへのアクセス権設定の要請を行ないます。現在、国内外で行なっているセルフアセスメント結果とあわせ、調達担当者の行なう調達先リスク評価の拡充に役立てていきます。

環境面でもセルフアセスメントに加えた活動を行なっています。気候変動や水にかかわる項目については、CDPサプライチェーンプログラム<sup>\*2</sup>に参加することで、森林資源にかかわる項目はCDPフォレストプログラム<sup>\*3</sup>に回答を実施することを通じ、リスク管理を行なっています。

※1 Sedex(Supplier Ethical Data Exchange)

グローバルサプライチェーンにおける倫理的かつ責任あるビジネス慣行の促進を目的に、労働基準、健康と安全、環境、ビジネス慣行に関する情報の共有と確認を行なう世界最大規模の協働プラットフォーム

※2 CDPサプライチェーンプログラム

CDPとは、機関投資家の運営による、ロンドンに本部を置く非営利団体であり、気候変動、水、森林に関する情報開示を企業等に求める活動等を行なっている。サプライチェーンプログラムとは、メンバー企業が自らのサプライヤーに対し、気候変動・水にかかわる情報開示をCDPプラットフォームを用いて求める取り組み。

※3 CDPフォレストプログラム

CDPIによる森林資源の管理・利用状況等の情報開示を企業に求める取り組み。

## サプライヤーとの連携 [DMA,LA15,HR11,SO10]

### 調達先ガイドライン遵守状況

グローバル

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
2011年	796社(99%)	504社(97%)
2012年	860社(99%)	610社(97%)
2013年	883社(99%)	726社(98%)
2014年	906社(99%)	823社(98%)
2015年	1,168社(96%)	994社(98%)

環境面 モニタリング工場数と基準を達成している工場比率

	花王(株)取引先工場	アジア花王グループ取引先工場
2011年	685工場(99.6%)	383工場(98%)
2012年	767工場(99.6%)	463工場(98%)
2013年	818工場(99.5%)	541工場(98%)
2014年	879工場(99%)	608工場(97%)
2015年	1,254工場(97%)	750工場(97%)

### サプライヤーへの満足度を調査

日本花王グループ

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、「お取引先満足度調査」を3年ごとに実施しています。前回は2013年に実施しました。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。

### お取引先懇談会を実施

グローバル

花王では、毎年サプライヤーとの情報共有、意見交換の場として「お取引先懇談会」を開催し、年度ごとにテーマを決めてコミュニケーションを図っています。

また花王の海外主要関係会社においても、お取引先懇談会 (Vendor summit) を開催し、サプライヤーとのパートナーシップの強化を図っています。

2015年のお取引先懇談会においては、CDPサプライチェーンプログラムへの積極的な協力のお願いや、2016年から開始するサプライヤー表彰制度の予告など、サプライヤーとの連携強化の取り組みをテーマとして、具体的に説明しました。

#### お取引先懇談会出席会社数の推移

(単位:社)

	国内開催	海外開催	合計
2011年	183	187	370
2012年	—	205	205
2013年	184	151	335
2014年	183	233	416
2015年	214	285	499

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

## サプライヤーとの連携 [DMA,LA15,HR11,SO10]

### 従業員研修や啓発を実施

日本花王グループ

花王では、新たに購買部門に配属された従業員25名に対し、「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ました。教育を通じて「ISO26000」や「国連グローバル・コンパクト」で求められている、人権・労働などグローバルな社会的課題についての認識を持つようになっています。

2015年は、花王人権方針とSedexを活用したサプライチェーンの人権リスク確認について、購買部門の社員に教育を行いました。

### 検定受験の推進

日本花王グループ

購買部門の社員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として、2012年より、環境社会検定試験®(eco検定※1)の受験を推進してきました。目標とする70%を超える社員が合格し、所期の目的を達しました。

さらに2015年より、購買部門の社員に対し、ビジネスコンプライアンス検定®※2の受験推進を実施しています。初年は33名が合格しました。

※1 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。東京商工会議所により2006年から運営されている。

※2 ビジネスコンプライアンス検定

コンプライアンスを法令の背後にある「社会的要請に答えること」ととらえ、企業にとって重要な法令を体系的に理解するコンプライアンス・スキルの養成をめざした検定試験。サーティファイ コンプライアンス検定委員会により2005年から運営されている。

## サプライヤーとの連携 [DMA,LA15,HR11,SO10]

### 持続可能な原材料の調達

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サプライチェーンプログラムに参加し、主要なサプライヤーに、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、サプライヤーとの協働により、輸送合理化や調達物品の環境負荷削減に取り組んでいます。

特に、花王は事業が自然資本に依存していることを認識し、パーム油や紙等の調達に関しては原産地での森林破壊ゼロを支持します。また、中長期的には、原材料の徹底的な使用量削減や、藻類のような非可食バイオマス由来の原材料等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て、持続可能な調達を推進します。

具体的な活動としては、以下のような取り組みを進めています。

▶「原材料調達ガイドライン」本文  
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/procurement\\_05.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/procurement_05.html)

▶P48「エコロジー」>生物多様性への対応

#### 1. 持続可能な認証原材料の調達

2014年に改訂した調達ガイドラインにおいて、森林破壊ゼロに向けた取り組みとして、パーム油、紙、パルプについて2020年までの持続可能な原材料の調達への切り替えをめざすことを宣言しました。

パーム油・パーム核油の調達においては、RSPOに加盟して関連工場のSCCS認証取得と認証油の調達を進めるとともに、2020年までの、原産地まで追跡可能なパーム油・パーム核油の全量調達へ向けた取り組みを進め、2015年末にはそれぞれのミル(搾油工場)まで追跡可能であることを確認しています。ミルまで追跡可能であることが確認できていない誘導体につ

いては、引き続き確認を進めるとともに、RSPO認証原料を購入するなどの補完措置を講じます。

紙とパルプの調達においては、2020年までに花王製品に使用する紙・パルプ、包装材料および事務用紙は、再生紙または持続可能性に配慮したもののみの購入をめざすとし、特にパルプは2020年までに原料木材産出地の追跡可能なパルプのみの購入をめざします。2015年末には持続可能性に配慮した調達品の比率が96%(重量比)となっています。

▶P33「特集:カルチャー」>グローバル社会における要請や期待への対応>環境や社会に配慮した調達

#### 2. 天然植物資源の持続可能な調達

天然植物資源の枯渇や資源収奪の問題を認識し、ABS\*を考慮した天然植物資源の調達を推進しています。また、原産地の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・変更や人工栽培品への切り替えにも取り組んでいます。

#### 3. 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。

▶P56「エコロジー」>環境に配慮した容器包装

#### 4. グリーン購入

文具・事務用品など間接材の購入においては、環境省の唱えるグリーン購入を推進するため、「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おり、2015年の基準達成率は75%でした。早期の100%達成をめざします。

※ ABS (Access and Benefit Sharing)

先進国や多国籍企業による原産国(主として途上国)の生物資源(遺伝子資源)の収奪問題などに対応し、遺伝子資源の探索・開発とその利用から生じる利益の公正・公平な配分の中で、生物多様性条約の目的の一つとして規定されている。

# 人財開発【DMA, LA10】

「人」は会社にとって最大の資産です。社員一人ひとりが持つ無限の可能性を引き出し、仕事の達成や社会への貢献を通じて、個人と企業が共に成長する環境と風土づくりを推進しています。

## 2015年の活動

社員の意欲や組織の目標などに応じた能力開発を、国や会社を超えて、さまざまな手法で提供し、社員の成長を継続的に支援しています。

2015年もグローバルに、リーダーシップ開発プログラム、管理職層のスキルアップ研修などを実施しました。また、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の標準化を、グループ各社で推進しています。

## 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「人財開発基本方針」として定めるとともに、「ありたき組織像」「求められる人財像」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。

### 人財開発基本方針

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)

### 人財開発のビジョン

#### 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。

#### 求められる人財像

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

## 国・会社を超えた人財開発

### グローバル

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財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財が活躍できるよう、グループ一体となって取り組んでいます。

2013年からは、国・会社を超えた人財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きめ細か

く議論を行なうために、国内、欧米、アジアの各人財開発責任者を中心とした「グローバル人財開発会議」に加え、各リージョンで定期的に「リージョン人財開発会議」を行なっています。

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財開発を進めていくか、花王グループの人財開発は新たなステージを迎えています。

人財開発 [DMA, LA10]

社員の能力を引き出し成長を促す研修プログラム

グローバル

花王グループではさまざまな研修プログラムを実施し、世界中の社員に教育機会を提供しています。会社が成長するためには、社員の成長が欠かせません。研修はグローバルな視点で共通化していくもの、地域や事業・職種等に対応するものを組み合わせ、多様なニーズに応えています。

グローバルビジネスをけん引するリーダー候補に対しては、世界的に著名なビジネススクールの協力のもと、集中的なトレーニングを実施しています。経営スキルの向上を図るとともに、人的ネットワークの構築や花王の理念でもある“よきモノづくり”の体現、価値の伝承を進めています。

一方、すべての社員に必要な「花王ウェイ」や「インテグリティ」

の浸透、ビジネススキルの習得に関しては、各拠点に社内講師を養成し、スピーディできめ細かい展開を行なっています。

eラーニングやインターネットを使った語学学習等、新しい学習ツールも積極的に取り入れ、学びの「場」づくりを進めるとともに、社員自らが成長への努力を重ねることを積極的に支援しています。

2015年は、アジアリージョンで「ネゴシエーション」「プロジェクトマネジメント」の社内講師育成研修を17名に実施しました。今後も各国の教育ニーズに合わせて実施していきます。

花王グループのグローバル共通研修プログラム体系

グローバル共通プログラム

Global Leadership Development Program II (グローバルリーダーシップ開発プログラム II)
Global Leadership Development Program I (グローバルリーダーシップ開発プログラム I)
Management Program (マネジメントプログラム)
CEO Program (海外トップマネジメント)
Managing Human Performance Program (マネージング・ヒューマン・パフォーマンス・プログラム)
Training Program for International Assignment 海外赴任者研修
Business Skill (ビジネススキル) 〈思考〉 問題解決技法 〈実行〉 ファシリテーション、ネゴシエーション、 ダイバーシティ(異文化対応力)、仕事の進め方、 プレゼンテーション、プロジェクトマネジメント 〈知識〉 アカウンティング、マーケティング、経営戦略、 ロジカルシンキング 〈英語〉 英語基礎スキル(話す、聞く、読む、書く) 英語実践スキル(プレゼン、ミーティング)
Career Development (キャリア開発)
New Employee Orientation (入社オリエンテーション)
Integrity (インテグリティ)
Kao Way (花王ウェイ)

グローバル部門専門プログラム

マーケティング	販売 (花王カスタマー マーケティング)	SCM	R&D	情報 システム
マーケティング リーダー研修				Stage 3 IT総合研修
マーケティング Univ. (マスター)	グローバル キーマン研修	SCM研修	専門塾 主幹・ 主席フォーラム	Stage 2 メソロジー 研修(応用) アプリケーション 応用研修 テクノロジー 応用研修
マーケティング Univ. (ベーシック)	トレード マーケティング エクセレンス (販売マーケティング研修)	高圧塾		Stage 1 メソロジー 研修(基礎) アプリケーション 基礎研修 テクノロジー 基礎研修
マーケティング 基礎 III	キーマン マネジメント エクセレンス (アカウント研修)	グローバル テクノスクール		入社IT専門研修
マーケティング 基礎 II	カスタマーサービス エクセレンス (ECR研修)	グローバル エンジニア スクール	基礎 科学塾	
マーケティング 基礎 I	フィールドセールス エクセレンス (SA研修)	SCM 基本講座	フレッシュマン フォーラム	
	マーチャンダイジング エクセレンス (ISM研修)			

社員1人当たり教育訓練費(連結)

2013年	2014年	2015年
55,000円	63,000円	69,000円

## 人財開発 [DMA, LA10]

### グローバルリーダーの育成

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として、「グローバルリーダーシップ開発プログラム」を実施。2015年は28名が参加しました。

グローバル



グローバルリーダーシップ開発プログラム修了式

### 管理職層のスキルアップのための研修を実施

世界各国でラインマネジメントを強化するため「マネージング・ヒューマン・パフォーマンス・プログラム」をグローバルに展開しています。

2015年は、アジア(タイ、マレーシア、シンガポール)で社内講師による研修を実施しました。また、アメリカでは研修を2回開催し、43名が受講しました。

グローバル



花王スペシャルティーズアメリカズでの管理職研修

### 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定期的に公正に評価し、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。

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。

グローバル

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、意欲と能力ある人財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財開発の両輪として、個人の叡智の発揮が会社・事業の発展につながり、相互に成長していくよう、国・会社を超えた連携と協働を進めていきます。

## ダイバーシティの推進と人権の尊重【10, LA1, LA12】

花王は、“よきモノづくり”を通じて豊かな生活文化の実現に貢献するため、ダイバーシティと人権の尊重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。

### 2015年の活動

意欲・能力に応じた評価と登用の推進の結果、女性管理職比率は向上しており、海外グループ会社を含めたグループ全体では2015年12月時点で27.5%となっています。

障がい者が活躍できる職場環境づくりのために、社長による全社向け説示に手話通訳やリアルタイム字幕を導入しました。また、障害者職業生活相談員を中心とした全社的な相談体制を整備しました。

### 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一方、多様な社員がより活躍しやすい風土づくりをめざした活動を継続しています。

特に日本国内でのダイバーシティ推進が必要と認識しており、2000年からEPS(イコール・パートナーシップ)推進活動\*を進めています。その活動の一環として、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・日本花王グループ会社の代表者をメンバーとするEPS啓発活動会議を定期的開催し、グループ全体への浸透の徹底を図っています。



第5回イコール・パートナーシップ啓発活動会議

※ EPS(イコール・パートナーシップ)推進活動

ダイバーシティ&インクルージョンを理解し、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。

## ダイバーシティの推進と人権の尊重 [10, LA1, LA12]

## 多様な人財の活躍

グローバル

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、意欲と能力ある人財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シップ開発プログラム」の参加者は、その半数が海外グループ会社の社員です。また、女性の参加も定着しています。

2015年末の管理職の女性比率は日本花王グループ10.4%、花王(株)8.7%です。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、消費者交流や広報・社会貢献などの分野では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。

さらに多様な人財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)

	合計(人)	男性(人)	女性(人)	女性比率(%)
合計	33,026	15,686	17,340	52.5
日本	22,105	9,981	12,124	54.8
アジア・オセアニア(日本を除く)	7,091	3,679	3,412	48.1
欧米	3,830	2,026	1,804	47.1

## 花王(株)の状況(正社員)

	2013年	2014年	2015年
正社員(人)	6,172	6,664	6,970
男性	4,874	5,188	5,414
女性	1,298	1,476	1,556
女性社員比率(%)	21.0	22.1	22.3
女性管理職比率(%)	8.1	8.5	8.7
平均年齢(歳)	42.3	42.0	41.7
男性	43.5	43.1	42.6
女性	38.1	38.3	38.6
平均勤続年数(年)	19.4	19.1	18.5
男性	21.1	20.6	19.8
女性	13.1	13.8	14.1
新卒採用者数(人)	238	268	264
男性	170	193	195
女性	68	75	69
離職率(%)	0.4	0.6	0.7

## ライフキャリア開発支援と定年後の再雇用

日本花王グループ

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(2015年参加者数112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(2015年参

加者数401名)。

さらに、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いきいきと働きながら、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	定年退職者数*	うち、再雇用者数	比率
2013	116人	64人	55.2%
2014	152人	116人	76.3%
2015	125人	94人	75.2%

※ 定年退職者数=定年退職者+再雇用者数

## ダイバーシティの推進と人権の尊重 [10, LA1, LA12]

### 社員への人権啓発とハラスメント防止

日本花王グループ

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。

2015年は、花王グループの管理職向けコンプライアンス研修のなかで、セクハラ・パワハラ等のケーススタディを実施。当事者意識を持ってハラスメント防止の重要性を理解してもらうことができました。また、花王カスタマーマーケティング(株)では、リーダー層を中心にDVDを併用したアンガーマネジメント<sup>※1</sup>を含むハラスメント勉強会を、カネボウ化粧品では全社員を対象とした人権研修などを実施しました。

さらに、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。2015年は、正社員以外のスタッフに対するハラスメントや、LGBT<sup>※2</sup>などをテーマとしたニュースレターを発信しました。

ダイバーシティ尊重に関連する法規をまとめた10分類・68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。

※1 アンガーマネジメント

アンガー(イライラ、怒りの感情)をマネジメント(上手に付き合う)するための心理教育。

※2 LGBT

レズビアン(女性の同性愛者)、ゲイ(男性の同性愛者)、バイセクシュアル(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。

### 女性社員の活躍のために

グローバル

#### 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長瀬家事科学研究所を設立し、そこで女性社員たちが活躍したことに始まり、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。

#### 女性管理職の拡大

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、2016年3月時点で常務執行役員に1名、執行役員に1名の女性が在任しています。また国内のグループ

会社を含めると、さらに2名の女性が執行役員を務めています。

女性管理職比率も向上しており、海外グループ会社を含めたグループ全体では2015年12月時点で27.5%、日本花王グループにおいて10.4%です。

花王グループにはさまざまな職場があり、女性を取り巻く課題も異なります。女性の一層の活躍のために、2014年に行なった人財活性化プロジェクトからの提案と社内アンケートやヒアリングの結果に基づき、各部門・グループ各社で課題を把握し、議論を通じて、計画を立案・実行しています。

今後もグループ全体で、女性社員の活躍の場をさらに広げながら、女性が働きやすい環境整備にも一層努めていきます。

▶P9「非財務ハイライト」>女性管理職比率

## ダイバーシティの推進と人権の尊重 [10, LA1, LA12]

### 障がい者雇用の促進と活躍できる職場環境づくり

日本花王グループ

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に積極的に推進しています。

#### 通常職場での取り組み

聴覚障がい者への情報伝達支援の一環として、2015年から社長による全社向け説示(年2回)に手話通訳やリアルタイム字幕を導入しています。

また、2016年4月に施行された改正障害者雇用促進法に対して、2015年に社内課題の把握と対応を検討。障がいのある社員への支援強化のために、障害者職業生活相談員を中心とした全社的な相談体制を整備しました。さらに、花王グループの障害者職業生活相談員を対象に「障がい者サポーターミーティング」を開催し、支援体制の整備と基盤強化を図っています。

こうした取り組みを通じて、引き続き障がいある社員が働きやすい職場環境の実現をめざします。

#### 特例子会社での取り組み

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。2016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。

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花王ピオニー見学を含む“障がいを知ろう”セミナーなどを行なっています。

今後も、雇用の拡大とともに、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\*



2015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11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)、花王サニタリープロダクツ愛媛(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、(株)エキップ、花王コスメプロダクツ小田原(株)および特例子会社花王ピオニー(株))

## 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企業文化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。

### 2015年の活動

社員意識調査「Find」の2014年調査結果をもとに策定した花王グループ全体のアクションプランに加え、各社・各部門固有の課題に対して現場での議論を経て作成したアクションプランを推進しました。

また「社員懇談会」での議論をふまえ、継続的に検討する課題を抽出し、進捗状況を社員代表と確認し、さらに議論するという取り組みを開始しました。

### 方針／体制

#### 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、社長をはじめとする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年2回設けています。2011年度以降は「花王フォーラム」として、参加対象を日本花王グループ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「社員懇談会」や「厚生委員会」を開催し、海外においては欧州地域での「花王ヨーロッパアンフォーラム」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

## 社員との対話の推進

## 社員意識調査「Find」による働きがいのある職場環境の実現

グローバル

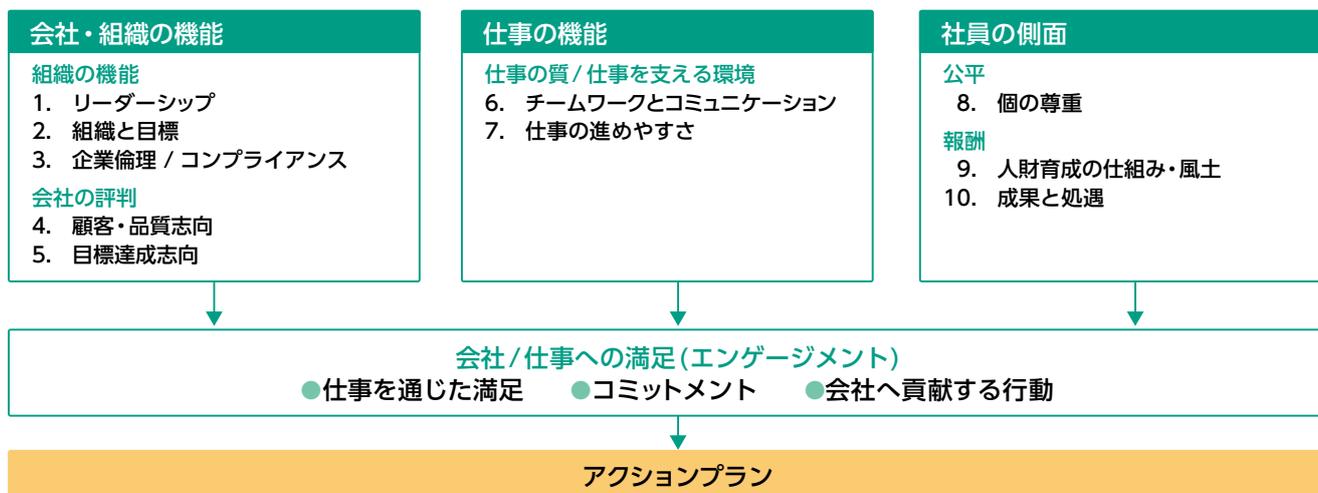
花王グループは、働きがいのある職場環境の実現をめざし、社員意識調査「Find」を2年ごとにグローバルで実施しています。自社の組織風土・機能が持つ強みを一層強化し、まだ弱い部分や環境変化への対応に遅れている部分など、課題を見つけ、全社員で改善に取り組んでいます。

2015年は、2014年の調査結果をもとに策定した花王グループ

全体のアクションプラン「全員参画で組織運営の基本を徹底する」に加え、各社・各部門固有の課題に対して、現場での議論を経て作成したアクションプランを全社一丸となって実践しました。

2016年は第8回の調査実施を予定しています。花王グループのさらなる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



## 「社員懇談会」を活用した人事制度の検討

日本花王グループ

花王では「社員懇談会」を年に2回実施しています。各事業場の厚生委員会で議論された、組織・職場や人材開発・福利厚生の方針・制度に関する課題を、厚生委員から選抜された社員代表が提案・議論します。その場限りの議論で終わらないよう、

継続的に検討する課題を抽出し、進捗状況を説明・確認するようになっています。

組織・職場環境の改善のために、社員と会社が一体となり、より踏み込んで議論できる体制をめざしています。

## ワーク・ライフ・バランス【LA3】

社員一人ひとりが仕事と生活の調和をとり、いきいきと働き、かつ充実した生活が送れるように、働きやすい職場環境づくりに努めています。

### 2015年の活動

仕事と育児の両立支援のために、花王ファミリー会の子育て支援メニューを拡大し、その認知強化を図りました。さらに、育児を支え合う外部インフラの活用促進を、近畿エリアをモデル地域として行ないました。

また、より柔軟で多様な働き方の実現をめざし、勤務制度にフレキシブルタイムを導入するとともに、「時間単位休暇制度」を新設しました。

### 方針／体制

花王は「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。各国の事情に合わせた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。

たとえば仕事と育児・介護の両立においては、制度がきちん

と使える環境を実現するために、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。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。

▶P113「カルチャー>ダイバーシティの推進と人権の尊重>方針／体制」

### 両立支援制度

日本花王グループ

花王では、育児や介護をしている社員を支援するため、さまざまな両立支援制度を用意しています。また、社員が制度を理解し使いやすくなるように、社内外の制度や役立つ情報をまと

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

## ワーク・ライフ・バランス [LA3]

## 仕事と育児の両立支援

日本花王グループ

「育児はパートナーと協力し合うもの」「時間制約があっても、能力を発揮して就業継続できる環境の整備」を方針に、さまざまな支援を行なっています。

## 出産～復職

育児休職からのスムーズな復職を支援するため、上司との休・復職前面談や休職中の定期的な近況報告のしくみ(育児休職報告書)を導入しているほか、復職前セミナーを毎年開催しています。本セミナーでは、これからの子育てやキャリアについてパートナーと一緒に考えてもらえるよう、休職中の社員には復職に必要な準備や心構えを学ぶプログラム、配偶者には家庭や職場での協力関係を築くコツを学ぶプログラムを提供し、配偶者同伴での参加を推奨しています。

また、首都圏での深刻な待機児童問題を受け、復職支援を目的に、社内託児施設「メリーズガーデン」を茅場町事業場に設置しています。

一方、男性社員も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。

職場の理解は進んでおり、育児休職取得率は、女性はほぼ100%、男性も約40%と高い割合を維持しています。

## 復職後

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、「F&M(Father & Mother)ミーティング」と冠したさまざまなイベントを開催し、新たな気づきや社員同士の出会いの場を提供しています。

時間制約があっても能力を発揮して就業継続するためには、託児サービスの活用も方策のひとつと考えています。2015年

は花王ファミリー会(共済会)の子育て支援メニューを拡大し、またその認知強化を図りました。

さらに、育児を支え合う外部インフラ(子育てシェア<sup>※</sup>)の活用促進を、近畿エリアをモデル地域として行ないました。これによりそれぞれの居住地域周辺での育児の支え合いだけでなく、花王カスタマーマーケティング(株)と、カネボウ化粧品販売(株)の美容職の社員がお互いを支え合う活用事例が出てきており、今後は地域を拡大して環境づくりを進めていきます。



社内託児施設「メリーズガーデン」

※ 子育てシェア  
株式会社AsMamaが運営する、子どもの送迎や託児を近隣の顔見知りの子育て仲間と頼りあうシステム

## 育児支援制度利用実績(日本花王グループ)

		2013年	2014年	2015年
育児休職 取得者数 (人)	女性	647	638	640
	男性	75	106	127

## 仕事と介護の両立支援

日本花王グループ

「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」を方針に、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。

2009年に行なった社員の介護実態の調査結果に基づいて中期的な取り組み計画を立案し、介護相談体制の強化や職場風土啓発など、介護者の負担が大きいメンタル面からのサポートを中心に取り組んでいます。

介護セミナーを毎年実施しており、2015年は全国4カ所にて開催しました。さらに、ニュースレターによる介護情報の発信、新任マネジャー向けのケーススタディ研修などを継続して実施しています。

また、「仕事と介護の両立支援事業検討委員会(厚生労働省委託事業)」に委員として参加する等、社内の知見を社会に役立てていただけるよう努めています。

## ワーク・ライフ・バランス [LA3]

## メリハリのある働き方の推進

日本花王グループ

“仕事と生活の調和”の観点のみならず、“効果・効率的な仕事の仕方の実現”“社員の健康増進”といったことも含め、フレキシビリティとメリハリを両立する就業マネジメントの実現に取り組んでいます。

なお、長時間労働の傾向が現れた場合には、長期化・恒常化を防ぐため、速やかに本人との面談や上長への注意喚起を行なうなど、本人・職場・会社の3者の協働取り組みを強化しています。

より柔軟で多様な働き方の実現をめざし、「育児や介護等の私事都合と両立できる柔軟な勤務時間の設定」と「夜型の長時間残業の抑制」をテーマに、2015年7月より次の2点を実施し環境整備を進めています。

- ①「時間プール制(フレックスタイム制)」を一部改定し、フレキシブルタイム(7時~20時の間で社員が始業・終業を設定できるしくみ)を導入
- ②「時間単位休暇制度\*」を新設

また、社員から募集したワーク・ライフ・バランス標語の最優秀標語を使ったオリジナルポスターを2015年も作成しました。全国各地の花王グループ拠点で掲示し、職場の意識啓発に努めています。

社員の健康と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。



ワーク・ライフ・バランス標語のオリジナル啓発ポスター

※ 時間単位休暇制度

年次有給休暇を5日の範囲内で1時間単位で取得可能とする制度

## 花王(株)有給休暇取得率

	2013年	2014年	2015年
取得率(%)	71.0	70.9	65.8

# 社員の健康と生活への配慮

花王は、社員が健康であってはおじめて“よきモノづくり”が実現でき、事業が発展し、社会に貢献できるとの考えのもと、「健康経営」に取り組んでいます。

## 2015年の活動

「ヘルスリテラシーの高い社員を増やす」ために、健診を中心とした健康づくりサイクルを提唱し、社員が日々の生活の中に健康づくり活動を取り入れられるような活動を推進しています。

この結果、健診結果が基準値を超える人数や、特定保健指導対象者数が減少しています。

## 方針／体制

花王は、世界の人々の「清潔」「美」そして「健康」を願い、豊かな生活文化の実現に貢献する企業です。公私ともに充実した日々を過ごすベースとなるのは「健康」であり、健康な社員と家族があっはじめて事業の発展があると考えています。

2008年には「花王グループ健康宣言」を発表しました。ここ

では、会社や健康保険組合が本人の健康づくりを積極的に支援することを明示し、社員に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トップメッセージを「5つの取り組み」とともに示しています。

## 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
- 健康保険組合と連携した保健指導
- 生活習慣改善への支援
- 健康マイレージプログラム導入
- 春のウォーキングチャレンジ実施

### 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対応研修
- 社内外カウンセリング体制の構築
- 花王こころの通信配信(毎月)

### 3. 禁煙対策

- 「花王グループ禁煙マラソン」開催  
2015年 61人参加／15人禁煙達成(達成率前年比9%増)
- 喫煙対策実態調査実施
- 禁煙推進プランの策定



禁煙啓発コーナーを社内に設置

### 4. がん対策

- 法定健診にがん検診項目を付加

### 5. 女性の健康対策

- 啓発と婦人科検診の受診率向上



働く女性の心と体をテーマに女性とともに男性も学ぶセミナー



女性特有のがんの啓発パネルを社内に設置

## 社員の健康と生活への配慮

### 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

日本花王グループ

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。

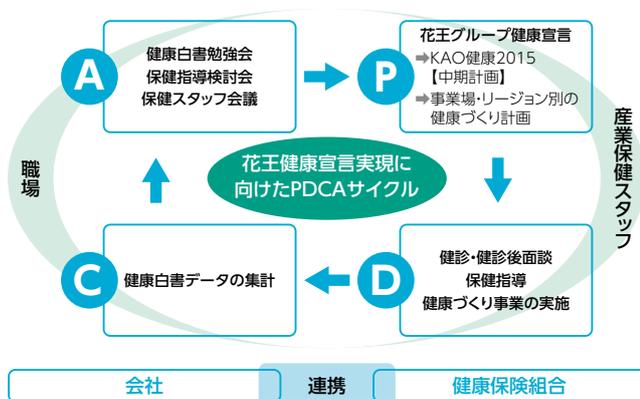
花王の考えるヘルスリテラシーの高い社員とは、以下の通りです。

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をもらえる医師を持つ社員
3. 自分の心の状況を確認し、必要に応じて相談できる人を持つ社員

#### 健康づくりマネジメントシステム

「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。各種健康データの分析と対策立案を学ぶ健康白書勉強会は2009年から開催しています。

#### 健康づくりマネジメントシステム



#### 健診を中心とした健康づくりサイクル

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ています。

健康増進のためのプログラムを複数設けることで、社員が日々の生活の中に健康づくり活動を取り入れられるよう工夫しています。

- ① 日々の生活習慣を記録するWeb-QUPiO(クピオ)\* (参加者7,768名)
- ② 健康づくりの成果をポイント化する「花王 健康マイレージ」制度(参加者9,327名)  
※ 2015年9月末で終了し、10月より健康マイレージ制度はWeb-QUPiO内で実施。
- ③ 健康づくりプログラム「春のウォーキングチャレンジ」の実施(参加者3,370名)
- ④ がん検診推進(乳がん、子宮がん、胃がん、大腸がん、前立腺がん)
- ⑤ 35歳以上の社員に対する特定保健指導実施率71.8%

※ QUPiO

100万人分におよぶ経年の健診データの集積と、東京大学との共同研究で得られた知見をもとに、健康増進・生活習慣病予防をサポートするためのプログラム

### 健診結果による就業管理基準の運用強化

日本花王グループ

社員がより良い健康状態で、最大の力を発揮して仕事に取り組めるようにするための支援として、2014年より健診結果による就業管理基準を導入しました。健診後に産業医は基準に基づき就業区分を判定し、適正な就業上の措置を行ないます。社員は、その措置に従いできるだけ早く健康状態を改善します。

会社は、産業医の意見を参考に就業管理を行ない安全配慮義務を履行します。

このような取り組みにより、2014年と比較し、2015年は健診結果が基準値を超える人の割合が27%減少しました。

## 社員の健康と生活への配慮

### 特定保健指導対象者の削減を実現

日本花王グループ

2008年度に始まったメタボリックシンドロームの早期発見を目的とした特定健診と特定保健指導は、その実施が健康保険組合に義務づけられています。実施率向上のために、花王では花王健康保険組合からの委託を受け、双方が連携し特定保健指導を推進しています。

また、会社の看護職とヘルスケア・コミッティー(株)の専門職が協力して社員の特定保健指導を実施しています。さらに、

会社の看護職は特定保健指導対象者への新たな流入を防ぐため、プレメタボ層への特定保健指導も実施しています。

その結果、2008年度には男性は28.5%、女性は8.3%あった特定保健指導対象者が、2015年には男性は18.1%、女性は5.9%と改善してきています。

### メンタルヘルス対策の推進

日本花王グループ

花王は、こころ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によるケア、事業場外資源によるケア(外部の専門機関や専門家によるケア))を推進しています。

また、メンタル不調への気づきを促し、早期対応を促進するため健診時の問診に「こころの健康度問診」を導入しています。

2015年はラインケアとして、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学ぶ、メンタルヘルス管理者研修(ベーシックコース)を7回実施、部下とのコミュニケーションの取り方や復職した部下への対応をロールプレイによって学ぶメンタルヘルス管理者研修(アドバンスコース)を8回開催しました。

さらに、セルフケアとしては、一般的なセルフケア研修のほかに、アサーション<sup>※1</sup>やエゴグラム<sup>※2</sup>を用いた研修を実施しています。

また、メンタルヘルス対策会議を開催し、人事担当者と看護職・カウンセラーが合同でメンタルヘルス課題について協議しました。

#### ※1 アサーション

相手の気持ちや考えを尊重しつつ、自分の気持ちや考えをその場に適切な表現で相手に率直に伝えるためのコミュニケーションスキル

#### ※2 エゴグラム

アメリカの心理学者J. M. デュッセイが開発した自己分析図(性格分析法)。自分の性格傾向をよく知ることで、その特性を活かしたり、対人関係でのトラブルのパターンを明らかにすることで、よりよい社会生活を送ることを目的としている。

## 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。

### 2015年の活動

花王グループで、目標指標を統一するとともに、重点活動項目に沿って活動を推進しています。

花王グループ内で発生した事故・災害の発生状況や原因を分析し、グループ全体で再発防止につなげています。

日本においては大規模自然災害を想定した通報連絡訓練、地震対策として建屋耐震診断と補強、津波対策などを継続的に実施しています。

### 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。事業活動に伴う事故や災害から社員を守り、安全で安定した操業を維持するため、事故・災害の発生状況や原因を把握・分析しています。分析内容はグループ全体で共有し、再発防止につなげています。また、正規社員・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、事故・災害が発生した場合には、グローバルな緊急事態連絡網を通じて発生を把握するしくみを

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って行ないます。

※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。

花王レスポンシブル・ケア方針および推進体制や活動については、下記のページに掲載しています。

⇒P140「レスポンシブル・ケア活動」

### 2015年の目標と実績

グローバル

花王は、「労働災害の撲滅」「快適な職場環境の形成と従業員の健康増進」「安全で安定な操業の維持(保安上の事故撲滅、防災活動)」の3つの視点から活動を推進しました。

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・遵守による設備災害の防止、階段などでの転倒転落防止、業務上の交通事故の防止などに注力し活動しました。

「快適な職場環境の形成と従業員の健康増進」としては、作業環境管理強化、健康診断の確実な実施とフォロー、健康促進の活動開催、化学物質のリスクアセスメントを実施しました。

「安全で安定な操業の維持(保安上の事故撲滅、防災活動)」としては、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、防災訓練の充実とセキュリティ強化を項目・目標に挙げて、各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。なお2014年より、協力会社も対象に含め活動しています。

※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 [LA6]

## 2015年 目標と実績

項目	対象	指標	2015年		2014年実績
			目標	実績 <sup>※5</sup>	
労働災害	国内全部門 海外事業場 (社員+派遣社員)	死亡、機能損失災害 <sup>※1</sup> (人) 花王グループ	0	0	0
		休業度数率 <sup>※2</sup> 花王グループ	0.39以下	0.59	0.55
		全災害度数率 <sup>※3</sup> 花王グループ	1.92以下	2.02	2.67
		全災害度数率 <sup>※3</sup> 日本花王グループ	1.00以下	1.62	1.75
	国内・海外事業場 (協力会社)	死亡、機能損失災害(人) 花王グループ	0	0	0
		休業度数率 <sup>※2</sup> 花王グループ	0.41以下	0.82	0.45
全災害度数率 <sup>※3</sup> 花王グループ		0.95以下	2.18	2.36	
交通事故	販売、配送	過失100%人身事故(件) 日本花王グループ	0	14	17
		過失0%以外百台率 <sup>※4</sup> 日本花王グループ	6.6以下	7.75	8.67
事故	国内全部門 海外事業場	火災・爆発・漏洩など(件) 花王グループ	0	6	6

※1 機能損失災害：負傷が治った時に障がい(障害等級5級以上)が残る災害

※2 休業度数率：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)

※3 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すべての被災者数(不休業災害を含む)

※4 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

※5 データ集計範囲を、2015年から海外の事務所も集計対象とし、準備の整った事務所から集計を開始しました。

## 2016年の目標

グローバル

2016年の目標から、交通事故目標以外を花王グループの目標のみとし、事故・災害の発生防止に努めます。

なお、交通事故に関しては、海外の状況を確認後、花王グループ目標として設定します。

## 2016年の目標

項目	対象	指標	2016年目標
労働災害	社員・派遣社員 (花王グループ)	死亡、機能損失災害 <sup>※1</sup> (人)	0
		休業度数率 <sup>※2</sup>	0.31以下
		全災害度数率 <sup>※3</sup>	1.60以下
	協力会社社員 (花王グループ)	死亡、機能損失災害 <sup>※1</sup> (人)	0
		休業度数率 <sup>※2</sup>	0.34以下
		全災害度数率 <sup>※3</sup>	0.88以下
交通事故	販売・配送 (日本花王グループ)	過失100%人身事故(件)	0
		過失0%以外百台率 <sup>※4</sup>	6.1以下
事故	花王グループ	火災・爆発・漏洩など(件)	0
		物流漏洩(件) <sup>※5</sup>	0

※1 機能損失災害：負傷が治った時に障がい(障害等級5級以上)が残る災害

※2 休業度数率：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)

※3 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すべての被災者数(不休業災害を含む)

※4 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

※5 物流漏洩：製品等の輸送中における漏洩事故

労働安全衛生・保安防災 [LA6]

労働災害発生状況

2015年の社員と派遣社員の労働災害による被災者数は150人で、そのうち休業被災者数は44人でした。

日本花王グループの被災者数は93人で、前年から5人増加しました。また、休業被災者数は16人(うち4人は交通事故過失0%)で、前年から2人増加しました。災害の主な要因は、2014年同様、不注意や確認不足による「転倒・転落」38人、次いで「切れ・こすれ」によるものが16人、「動作反動」によるものが10人で、6割以上を占めており、転倒災害の削減対策等を推進していきます。

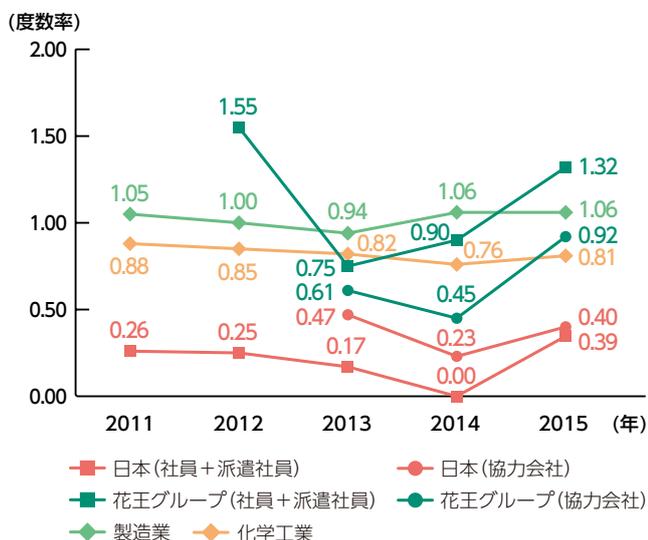
一方、海外花王グループの被災者総数は57人(うち休業28

人)で、前年から14人減少しました。災害の主な要因は、「有害物等との接触・高低温の物との接触」が17人、次いで、「切れ・こすれ」9人、「動作反動」9人で、半数以上を占めており、作業のリスクアセスメントを推進していきます。

協力会社社員の労働災害による被災者数は45人(うち休業被災者数は17人)で、前年から8人増加しました。

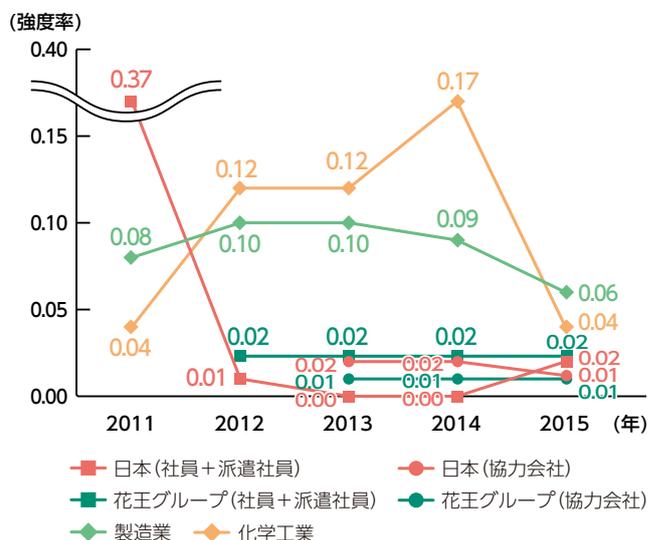
製造設備などの作業に携わるSCM・研究開発部門の被災者数は、全花王グループで78人(うち休業30人)と、前年から11人減少しました。日本花王グループでは24人(うち休業5人)と、前年から6人増加しました。

SCM・研究開発部門の休業度数率★



度数率：100万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数(休業1日以上および体の一部または機能を失ったもの)  
 ※ 化学工業と製造業の数値は、厚生労働省の「平成27年労働災害動向調査」より

SCM・研究開発部門の強度率



強度率：1,000のべ実労働時間当たりの労働損失日数  
 ※ 化学工業と製造業の数値は、厚生労働省の「平成27年労働災害動向調査」より

大規模災害に備えた訓練

花王グループでは、各事業場単位での消防訓練・避難訓練以外に、大規模災害に備えてグループ全体で訓練を実施しています。

全社安否確認訓練

2015年は花王グループの全社員を対象に、安否確認システムへの入力訓練を3月、9月でそれぞれ2日間にわたり実施、入力率はいずれも100%を達成しました。2014年9月の訓練より3回連続の100%入力を維持しており、これからも訓練を継続していきます。

日本花王グループ

地震想定の中社通報連絡訓練

花王グループでは、本社のある首都圏での地震も想定し、東西での組織体制をとっています。

2015年5月には日本海側の大地震を想定した東日本の組織の訓練、10月には首都直下地震を想定した西日本の組織の訓練を行ないました。

これらの訓練では、安否確認システムによるデータ集計と現地点呼による人的被害状況および物的被害状況を、衛星携帯電話や社内災害用電子掲示板およびウェブサイトを使用した会議システムで連絡します。現在は、これまでの訓練で得た反省点をもとに訓練方法の見直しを行なっています。

## 労働安全衛生・保安防災 [LA6]

### 安全防災の監査

グローバル

アジアの化学品工場(5カ国、6工場)を対象に、2年に1回の監査をルールとして運用しています。

2015年はファティケミカル(マレーシア)、ピリピナス花王で実施しました。両工場とも前回の監査での指摘事項が改善されていると評価を受けました。今後も継続的な監査を通じてフォ

ローを行ないます。

また、ファティケミカル(マレーシア)での監査にはタイとインドネシアからの監査員が、ピリピナス花王の監査にはマレーシアからの監査員が参加し、各工場における安全防災レベルの向上を図っています。

### 小規模な事故(火災・漏洩)の発生について

グローバル

6件の小規模な事故が発生しました。

#### ・小火5件

- 劣化した電気部品の発火
- 充電コード断線でショートし発火
- 電気ケーブル劣化・漏電での発火
- タンク配管接続部の漏れで、原料が保温材へ浸み込み酸化発熱で発煙
- 殺虫装置で作業中、緑地帯で発火

#### ・漏洩1件

- 誤ってバルブを開け漏洩

小火に対しては、電気部品定期交換や点検の強化、漏洩に対しては、設備管理・工事管理の徹底を実施します。

### 保安・防災の強化

日本花王グループ

SCM部門では、化学設備のセーフティアセスメントの強化として潜在危険の抽出および対応、地震対策を引き続き推進しています。

2015年は潜在危険として抽出した、低引火物質の火災防止

対策、粉塵爆発対策、自然発火対策、重合・発熱反応設備の安全対策を実施しました。

地震対策では、建屋耐震診断・補強、液状化対策、津波対策、設備の地震連動停止、タンクの漏洩防止の対策を実施しました。

### 高圧ガス保安検査・監査・査察

日本花王グループ

和歌山工場では、高圧ガス保安法の認定保安検査実施者\*の認定を受けており、2015年は経済産業省による認定更新(5年ごと)の年に当たりました。保安管理の長である社長の指示のもと本社の保安管理部門と和歌山工場は1月より申請準備を開始し、社長が出席した9月の現地調査を経て12月9日に経産省にて高圧ガス認定保安検査実施者の認定証を受け、更新を完了しました。

他事業場の高圧ガス設備は、外部の検査機関による保安検査を実施しています。保安監査・保安査察は自社で実施し安全操業に努めています。

※ 認定保安検査実施者

高圧ガス保安法に基づき、特定施設が技術上の基準に適合しているか否かについて、運転を停止することなく自ら保安検査を行なうことができる者または運転を停止して自ら保安検査を行なうことができる者として、経済産業大臣が認定した者

# 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。

## 2015年の活動

さらなるコーポレート・ガバナンス向上をめざし、取締役・執行役員報酬諮問委員会を2016年度の改定に向けて、報酬に関する基本的な考え方の再確認や見直しを含めて3回開催し、その審査結果を取締役会にて報告しました。また、取締役選任審査委員会を3回開催し、取締役候補者の適正さの審査に加え、社内取締役および社外取締役の割合を含む取締役会の構成や多様性、当社の社長執行役員および取締役に必要な資質や能力についても議論を行ない、その審査結果を取締役会にて報告しました。

## 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、迅速で効率が良く、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現し、また、長期目標・中期経営計画を達成できるよう、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を実施するとともに説明責任を果たしていくことが、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

当社では、監査役会設置会社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。2016年3月の定時株主総会終了後は、社外取締役3名を含む取締役7名(男性7名)、社外監査役3名を含む監査役5名(男性4名、女性1名)の体制となり、執行役員体制は、専任の役付執行役員5名を含む執行役員27名(男性25名、女性2名)となりました。全社外取締役および全社外監査役は、経営陣から独立した中立性を保った独立役員です。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います。取締役および執行役員の任期は1年です。

### 取締役会

当社は、原則月1回の頻度で取締役会を開催し、事業年度の開始前に年間のスケジュールを全役員に通知し、取締役会に出席しやすい状況を確認しております。2015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15回であり、

2015年12月期末における社外取締役の平均出席率は100%、社外監査役の平均出席率は約98%となっています。

社外役員に対しては、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、その内容等について、取締役会の開催前に資料を配布し、必要に応じて、取締役会の事務局より十分な説明を行なっています。また、取締役会においては、主に経営戦略等の中長期的な方向性をリスク評価も含めて多面的に審議・決定していますが、質疑や議論の時間の必要性を考慮し、発表者による説明は発表時間の半分以下に抑え、残りの時間を質疑・議論に充てるよう配慮を行なっています。

### 報酬諮問委員会と選任審査委員会

指名委員会等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、取締役・執行役員報酬諮問委員会および取締役選任審査委員会を設置しています。

### 《取締役・執行役員報酬諮問委員会》

社内の報酬制度および各役位の職責に関する委員の理解を深めるために、取締役会会長(2014年3月28日開催の取締役会以降、不在となっています)および全代表取締役を、独立した客観的な視点を取り入れるために全社外取締役および全社外監査役を委員とし(男性8名・女性1名)、議長は互選により選出していますが、2015年度は独立社外取締役が務めました。同委員会は、取締役および執行役員の報酬制度や報酬水準について意見を求め、審査を実施するもので、2015年度は2016年度の改定に向けて、報酬に関する基本的な考え方の再確認や見直しを含めて3回開催し、その審査結果を取締役会にて報告しました。

**コーポレート・ガバナンス** [34,38,39,40,41,42,45,51,52,53]**《取締役選任審査委員会》**

独立した第三者の客観的な視点を取り入れるため、全社外取締役および全社外監査役だけで構成し(男性5名・女性1名)、議長は互選により選出していますが、2015年度は独立社外取締役が務めました。同委員会は、取締役(代表取締役を含む)の新任および再任の際に、その適正さについて事前に審査を行ない、取締役会に意見具申をするものです。取締役会会長・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、取締役や執行役員の担当区分を含む新経営体制の概要を含む)を同委員会開催前に各委員に提出し、また、事前に取締役候補者と各委員が接する機会を設けるなどの配慮を行なうことで、審査の充実を図っています。

2015年度においては3回開催し、取締役候補者の適正さの審査に加え、社内取締役および社外取締役の割合を含む取締役会の構成や多様性、当社の社長執行役員および取締役に必要な資質や能力についても議論を行ない、その審査結果を取締役に報告しました。

**監査役機能強化に向けた取り組み状況**

監査の実効性の向上および監査機能の強化のため、2013年3月の定時株主総会より、社外監査役1名を増員し、当社の経営陣から独立した中立の存在である3名の社外監査役(公認会計士・弁護士の資格を有しています)を含む5名の監査役は、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への出席、国内グループ会社の監査役との定例連絡会議のほか、内部監査部門および会計監査人との情報交換、さらに社内各部門および子会社などへのヒアリングを定例的かつ必要に応じて適時に行なっています。

**役員報酬等の額の決定に関する方針**

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獲得し、保持すること、(2)持続的な企業価値の増大への重点的な取り組みを促進すること、(3)株主との利害の共有を図ることを目的としています。

社外取締役を除く取締役および執行役員の報酬については、基本報酬、短期インセンティブ報酬としての賞与、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)から構成することとし、毎期の持続的な業績改善に加えて、中長期的な成長を動機付ける設計としています。各役位における役割責任

および業績責任を踏まえて、上位役位ほど報酬の業績連動性を高めています。各報酬要素の概要は以下の通りです。

**(1)基本報酬**

取締役および執行役員としての役割と役位に応じて金額を決定し、月額固定報酬として支給します。

**(2)短期インセンティブ報酬としての賞与**

賞与支給率が100%のとき、社長執行役員においては基本報酬の50%、取締役会会長および役付執行役員(社長執行役員を除く)においては基本報酬の40%、その他の執行役員においては基本報酬の30%としています。賞与支給率は、連結の売上高・利益(売上総利益から販売費および一般管理費を控除した利益)の目標達成度並びに前年からの改善度、および資本コストを考慮した当社が重視する経営指標であるEVA(経済的付加価値)の目標達成度に応じて0%~200%の範囲で決定されます。

**(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**

各役位の基本報酬の30%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、月額固定報酬のみとしています。

取締役および執行役員の報酬制度や報酬水準については、決定プロセスの客観性・透明性を確保する観点から、取締役・執行役員報酬諮問委員会において審査し、取締役会の決議により決定しています。取締役・執行役員報酬諮問委員会は、取締役会会長、全代表取締役、全社外取締役および全社外監査役より構成され、独立社外役員が委員の過半を占める体制としており、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。

監査役の報酬については、月額固定報酬としています。報酬水準については監査役会にて決定しています。

取締役および執行役員並びに監査役の報酬水準については、毎年、外部調査機関による役員報酬調査データにて、当社と規模や業種・業態の類似する大手製造業の水準を確認したうえで、決定しています。

なお、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。

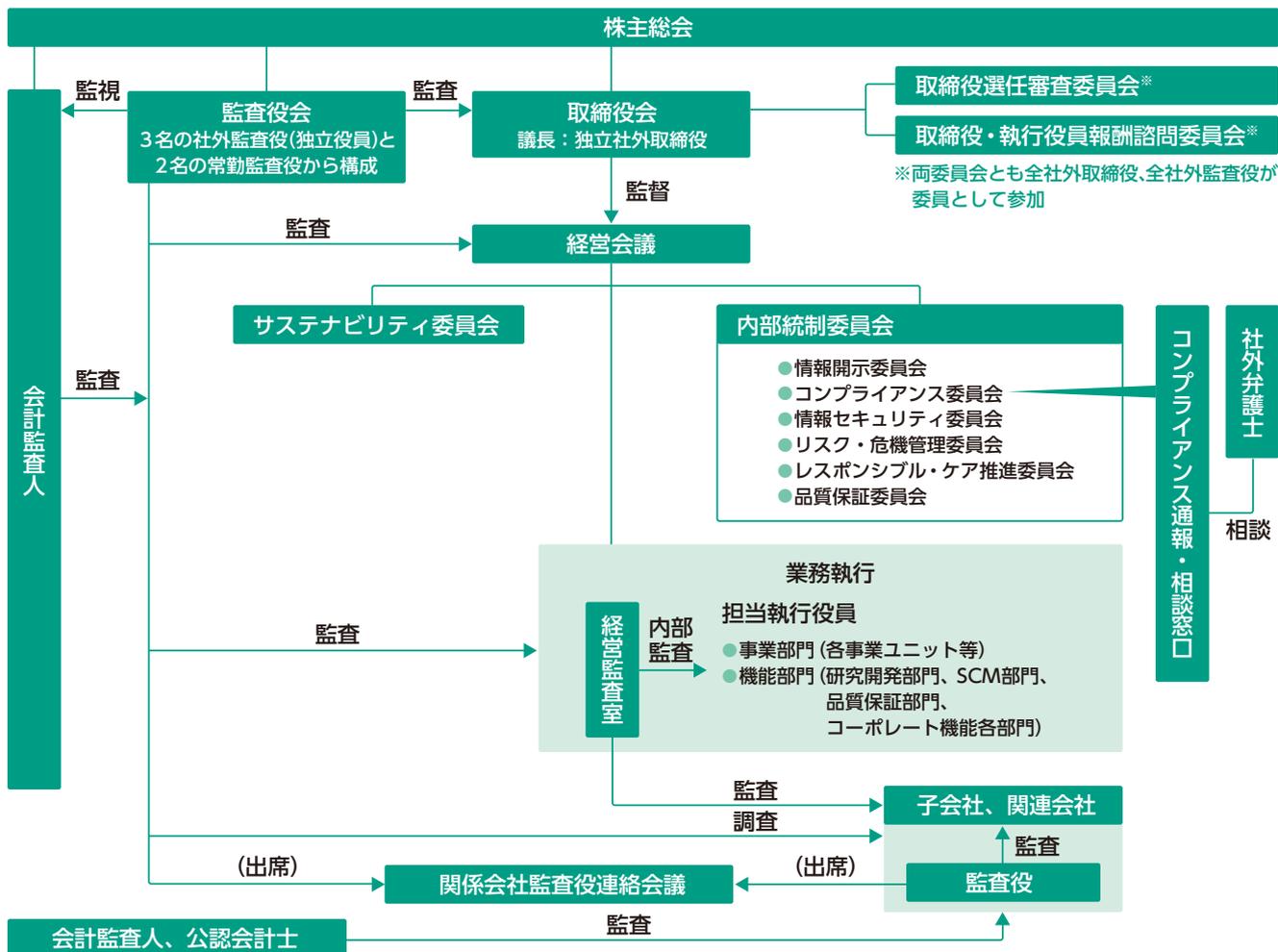
2015年度における取締役の報酬等の総額については、「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」に記載していますので、そちらをご参照ください。

▶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](http://www.kao.com/jp/ja/corp_imgs/corp_info/governance_001.pdf)

コーポレート・ガバナンス [34,38,39,40,41,42,45,51,52,53]

内部統制システムを含むコーポレート・ガバナンス体制



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

社外役員の独立性を確保

日本花王グループ

花王は、2010年2月に「社外役員の独立性に関する基準」を制定し、公表しています。また2012年7月には、(株)東京証券取引所の上場規程等の一部改正に伴い、同基準を一部改定しました。現任の社外取締役および社外監査役の全員が同基準を満たしており、同証券取引所に独立役員として届け出ています。

独立社外取締役は、多様な視点での議論を図るために、取締役会の合間、また別の機会を設けて、独立社外取締役のみの会合を自主的に開催し、当社の経営や取締役会の活動に関する課題、将来の経営陣幹部の育成等について、情報交換、認識の共有を図っています。

→詳細は「社外役員の独立性に関する基準」  
[http://www.kao.com/jp/ja/corp\\_imgs/corp\\_info/governance\\_002.pdf](http://www.kao.com/jp/ja/corp_imgs/corp_info/governance_002.pdf)

## コーポレート・ガバナンス [34,38,39,40,41,42,45,51,52,53]

## 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、取締役会に報告し、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6つの委員会を置き、それぞれがPDCA(Plan-Do-Check-Act)サイクルを回しながら、内部統制の推進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・危機管理委員会
- レスポンシブル・ケア推進委員会
- 品質保証委員会

なお、事業報告において、2015年度にかかる当社グループの業務の適正を確保するための体制の運用状況の概要を記載しています。

▶「第110期定時株主総会招集ご通知」

[http://www.kao.com/jp/corp\\_ir/imgs/shareholders\\_001.pdf](http://www.kao.com/jp/corp_ir/imgs/shareholders_001.pdf)

## 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

日本花王グループ

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の整備・維持を行なっています。

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。

## 内部統制のグローバルな一体運営

グローバル

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の制定等を行ない、活動をグローバルに展開しています。

## コーポレート・ガバナンス [34,38,39,40,41,42,45,51,52,53]

## 社外取締役メッセージ

社外取締役  
長島 徹

私が、グローバルに事業展開するメーカーの経営者としての経験を期待され、花王の取締役会の一員となって3年になります。この間、次の3点などの議論に社外取締役として関わってきました。①コーポレート・ガバナンスのさらなる改革と実行、②一部美白製品を使用された方に白斑様症状を確認したことから、対象製品を自主回収するという経営危機に直面した子会社カネボウ化粧品によるお客さまの回復・ケアを第一とした公平公正な補償の誠実な実施に対し、親会社として支援するという日用消費財メーカーとしてのブレない姿勢を明確に打ち出し実行するリスク対応、③6期連続増収増益という好調な業績の中での、さらなる成長のための果敢な挑戦とそのための投資。これら

の議論において、執行の提案に違和感があれば意見を述べますが、これまではそのようなこともなく、執行の判断を積極的に後押ししています。

花王の真骨頂は研究開発技術に裏打ちされた“よきモノづくり”です。私はこのよきモノを世界の人々に使っていたくためのストーリー、すなわち“コト(事)づくり”と“よきモノづくり”を両輪とするビジネスモデルの構築を申し上げてきたところ、昨年、商品の本質的価値を小売流通業や消費者の皆さまに伝える価値伝達プロジェクトがスタートしました。これについては、「私の経験が役に立った」と喜んでいますが、さらには市場、顧客目線からの“よきモノづくり”と新しいビジネスモデルをめざしていただきたいと考えています。

取締役会における議論の活性化とよくいわれますが、花王では社長自らが、足元および中長期の課題を挙げ、それに対して取締役会で年間を通じてどのような議論をしていくかを常に示してくれるので、監査役も含めた社外役員全員が、目の前の議論がどのステージの、何のためのものかを常に意識し、大局目線で議論ができています。“グローバルで存在感のある会社”をめざす花王が、もう一段成長するには、過去の国内での成功体験にとらわれずに、活躍できるグローバル「人財」の発掘・育成が必要と考えています。

## 第三者意見

ガバナンス・フォー・オーナーズ・  
ジャパン株式会社 代表取締役  
スチュワードシップ・コードおよび  
コーポレートガバナンス・コードの  
フォローアップ会議メンバー

小口 俊朗 氏

花王に投資するグローバル機関投資家のために、2010年以降5年以上にわたり、当社と花王は建設的な対話を続けさせていただいています。この期間中、2013年にはカネボウ化粧品の製品自主回収もありましたが、明確な方針と丁寧な説明で悪影響を最小限に抑えることにより、株主価値(株価)を3倍以上に高めました。

花王のコーポレート・ガバナンスの印象を一言で申し上げれば、「花王ウェイ」がうたう「絶えざる革新」の具現化です。花王との対話開始時には社内取締役13名、独立社外取締役2名だった取締役会が、現在では社内4名、独立社外2名、非独立社外1名の取締役会\*に、さらに議長は社内取締役から独立社外取締役へと大きく姿を変えましたが、これは、花王の不断の検討と試行錯誤の賜物であると理解しています。

たとえば、取締役会が求めるグローバルな経験を軸に、メーカー、金融、経営コンサルタント出身という多様性を重視した結果、社外取締役に非独立である銀行役員を含むことになった経緯や、取締役会での議論を充実させるためのさまざまな工夫、役員審査委員会の対象範囲についての試行錯誤などのお話をお聞きしますと、そのようなプロセスを経たからこそ、地に足の着いた花王独自のコーポレート・ガバナンスが構築され、その結果、持続的成長と企業価値向上という実を得られたものと、アウトサイダーである機関投資家としても得心いたします。

コーポレート・ガバナンス改革に終わりはありません。たとえば、花王の事業内容、さらなる海外展開などを踏まえ、取締役会を構成するメンバーの性別や国籍などの多様化の必要性についても対話させていただいていますし、花王に最もふさわしい機関設計の選択についても、継続的に議論されるべきだと考えます。社会・環境問題をはじめとするサステナビリティへの貢献については、利益ある成長との両立を標榜する花王の取り組みに、弊社顧客も含めたグローバル機関投資家が熱い視線を注ぎ続けることでしょう。

今後も花王の「絶えざる革新」が、これらの課題を解決していくものと期待しています。

\* 2016年4月時点では社内取締役4名かつすべての社外取締役が独立役員です。

# 情報開示

「情報開示指針」に則り、適時適切かつ公平に情報開示しています。

## 2015年の活動

株主や投資家に向けて適時適切かつ公平な情報開示や対話を継続して実施したことに加え、(株)東京証券取引所が定める「コーポレートガバナンス・コード」の各原則の実施状況を記載した「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」を7月に開示し、その後も複数回更新を行ない、改善に努めました。

## 方針／体制

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。開示義務のある情報および株主や投資家に有用な情報を(株)東京証券取引所の有価証券上場規程に基づき日英両文で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](http://www.kao.com/jp/corp_ir/investors.html)

▶「情報開示指針」

[http://www.kao.com/jp/corp\\_ir/disclosure.html](http://www.kao.com/jp/corp_ir/disclosure.html)

▶P145「外部評価」>SRIインデックスへの組み入れおよび評価」

## 株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進

日本花王グループ

株主の皆さまが株主総会の議案を十分に審議いただけるよう、花王は毎年、株主総会の約1カ月前に招集通知を発送しています。さらに、招集通知の発送に先駆け、TDnetおよび当社ウェブサイト上に議案を掲載し、全株式の半数近くを所有する外国人株主の皆さまに対しても迅速かつ公平に情報開示を行なうため、英訳(要約)も同時に掲載しています。

また、より多くの株主に議決権を行使していただくため、インターネットおよび(株)ICJが運営する機関投資家向け議決権電子行使プラットフォームを含む電磁的方法による議決権行使を導入しています。

招集通知については、法定記載事項のみならず、株主が適切な判断を行なうことに資すると考えられる情報を積極的に盛り込むべく常に見直しを行ない、記載内容の充実を図るよう努

めています。また、招集通知の記載内容は必要に応じて機関投資家等との対話を通じて説明を行なっています。

総会の議場では、映像資料を用いて、事業報告の主な内容や重要課題、中長期の展望について株主にわかりやすく説明し、丁寧な質疑応答を行なっています。また、株主総会終了後に、希望する株主と役員との懇談の機会を設けています。

株主総会終了後には、当社ウェブサイト上に議場での説明内容や議決権行使結果を和英両文で掲載しています。

### 第110期定時株主総会

(2016年3月開催)

出席株主数: 1,901人

## 情報開示

## 株主・個人投資家との対話を実践

日本花王グループ

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。

2015年は、6月に株主向け「花王ミュージアム見学会」、「川崎工場見学会」と「和歌山エコラボミュージアム見学会」を合計7日間開催し、合計約480名の方々に参加していただきました。

1時間程度の施設見学の後、当社の執行役員から業績および中期経営計画、株主還元の状態等の説明を行ない、その後

株主からいただいた質問に回答しました。

見学会に出席された皆さまからは、「株主総会と異なりアットホームな雰囲気が良かった」「花王が今後めざすものや方向性、株主への対応等が役員の説明でよくわかった」などの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ご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。

## IR活動の概況

グローバル

花王は、株主や投資家を重要なステークホルダーと認識し、市場から信頼され、当社を適正に評価していただくことをめざして活動しています。さらに長期視点の建設的な「目的を持った対話」を通じて、国内外の株主・アナリスト・機関投資家に向けて、正確かつ公平な情報開示を行なっています。そして適宜、外部の意見を経営陣にフィードバックしています。このような活動を通じて、持続的な企業価値向上に努めています。

- 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・アジア)
- 社長スモールミーティング(年2回)
- 事業説明会・見学会(年7回)
- 取材(国内・海外約400件)
- 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

ウェブサイトにて情報更新があるたびに、新着情報を配信するしくみ

## 機関投資家への情報開示と「長期視点の対話」に向けて

グローバル

## 「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」

花王は、コーポレート・ガバナンスの改善に常に取り組んでいます。

(株)東京証券取引所が定める「コーポレートガバナンス・コード」(以下、CGコード)の各原則の実施状況を記載した「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」(以下、CG報告書)を2015年7月に開示しました。開示した後も、複数回更新しており、改善に努めています。

当社のCG報告書においては、CGコードで開示が求められる原則に対する当社の実施状況をより深く理解いただくために、CGコードの記載順にかかわらず、当社のこれまでのコーポレート・ガバナンスの取り組みと現状を体系的に整理して記載しています。

➡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](http://www.kao.com/jp/ja/corp_imgs/corp_info/governance_001.pdf)

## 「長期視点の対話」に向けて

花王は、CGコードに則した長期視点の対話を実践することで、持続的な企業価値向上に取り組んでいきます。2015年も複数の機関投資家と当社のコーポレート・ガバナンスをはじめとしたESGの考え方について意見交換を行ないました。これらを通じて得た知見をもとに、情報開示の改善を実施し、対話の深化に努めています。情報開示の改善の一例として、決算説明会に使用するプレゼンテーション資料やアニュアルレポートに意見交換で得た知見を反映させています。

## 情報セキュリティ・個人情報の保護【14,58】

花王グループでは、情報セキュリティポリシーのもと、機密情報および個人情報の情報資産の保護を目的とした情報セキュリティ委員会を設けています。同委員会での議論をふまえ、社内ルールの制定や内部管理の徹底と遵守のための管理体制を整備し、社員への啓発活動を実施しています。

### 2015年の活動

機密情報や個人情報の管理については、2015年の目標である「教育・啓発の実施と記録保存」「秘密表示の部門での浸透」の2点が改善したことを確認しました。

また、個人情報委託先における個人情報取り扱い状況確認として、258社に対して委託先書面監査を実施しました。

さらに、社会的な問題となった標的型攻撃メールに対する対応訓練を実施しました。

### 方針／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・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。

### 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。

2015年の改善目標「教育・啓発の実施と記録保存」「秘密表示の部門での浸透」の2点が改善したことを確認しました。また、「機密情報リストの見直しの徹底」と「秘密表示の徹底」を2016年の改善目標としました。

### 「第22回TS・個人情報保護推進会議」を開催

日本花王グループでは、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・個人情報の保護推進を目的とした会議を定期的に開催しています。

2015年9月開催の「第22回TS・個人情報保護推進会議」では、ITセキュリティ企業の講師により、他社での具体的な事例を交えて「標的型攻撃メール」の説明・注意喚起を行ないました。

### 個人情報保護の徹底

日本花王グループ各社が取得した個人情報は、それぞれの会社またはグループ外の委託先等の情報システムにて管理されています。他社での大規模な個人情報の流出事件を受けて、グループ会社および委託先等の情報システムにおける個人情報の管理状況をあらためて確認し、セキュリティの維持・改善を行なっています。

2015年は、2014年12月に改訂された経済産業省の「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」で個人情報委託先における個人情報取り扱い状況確認の定期的な実施が新たに求められたことに対応して、258社に対して委託先書面監査を実施しました。

## 情報セキュリティ・個人情報の保護 [14,58]

**Topic** 標的型攻撃メール訓練の実施

2015年は他社で標的型攻撃メールによるウイルス感染で125万件の個人情報が漏洩する事故がありました。新聞やテレビ等のマスコミにも大々的に取り上げられ社会問題となりました。

花王では社内ポータルサイトKOMPASSを通して標的型攻撃メールに対する注意喚起を行ないました。さらにeラーニングを実施した上で、12月に社員16,292人を対象に訓練を行ないました。訓練内容は、「月例会議開催事務局」と「情報セキュリティ機構」という架空の団体からメールを送信し、添付ファイルを開封した人を確認するというものです。

2016年も引き続き訓練を実施する予定です。

# リスクと危機の管理【2,14,45,46,49】

花王グループの経営目標の達成、事業活動に悪影響を与えるリスクと危機を適切に管理する体制を整備し、対応していきます。

## 2015年の活動

2015年はリスクへの対応力をさらに高めるために、当社グループにとって重要なコーポレートリスクを選定し、優先的に対応していく推進体制を整備しました。

また、重要リスクに関しては、リスク低減活動に加えて、リスクが顕在化することを前提として、危機発生時の体制と対応の強化を進めました。

## 方針／体制

花王は、経営目標、事業活動に悪影響を与える可能性を「リスク」、この「リスク」が現実になった状況を「危機」と呼び、これら「リスク」と「危機」を適切に管理する体制を整備しています。

リスクと危機の管理は、これを担当する取締役または執行役員を委員長とする「リスク・危機管理委員会」において、「花王リスク及び危機管理に関する基本方針」に基づいて、全社リスクの管理状況を把握し、リスクと危機管理活動の体制と運用計画を定めています。

部門、子会社、関係会社は、この方針と計画に基づき、リスクを把握・評価し、必要な対応策を策定・実行するなどしてリスクを適切に管理しています。

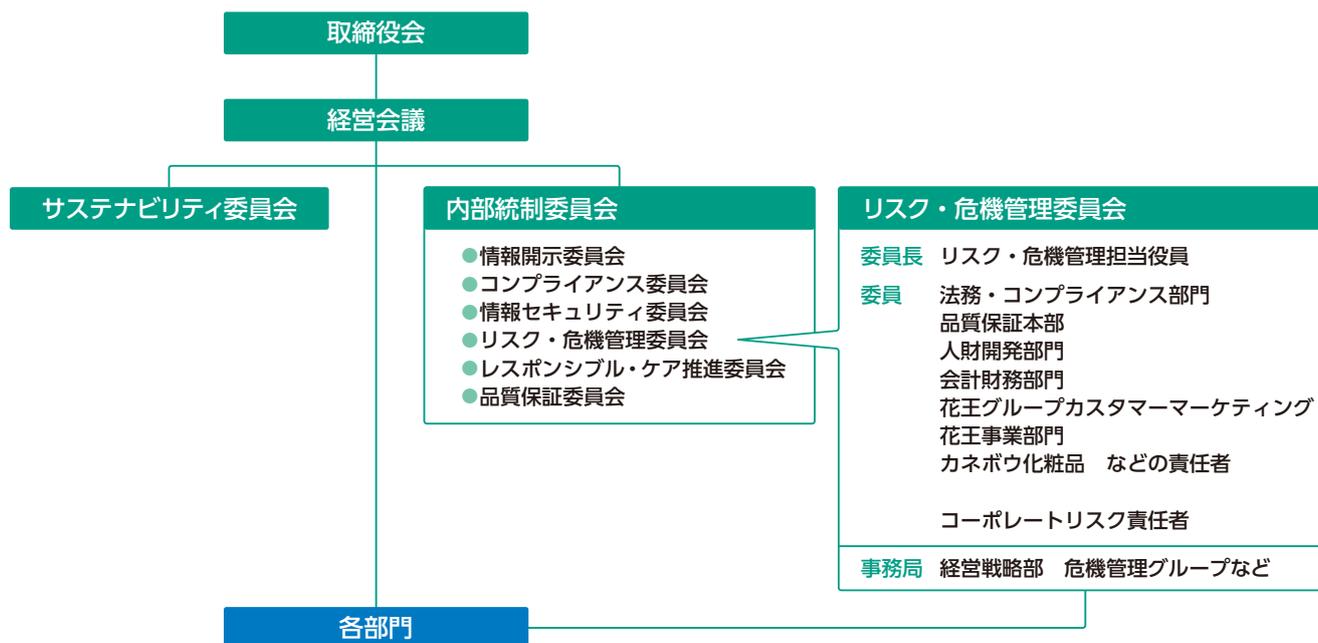
また、花王は全社的に重要なリスクをコーポレートリスクと定

め、これらを管理する責任者を指名し、適切に管理しています。

なお、危機発生時には、コーポレートリスクについてはその責任者が、その他リスクについては関連する部門、子会社、関係会社を中心となって対策組織を立ち上げます。さらに、グループ全体に対する影響の重大さに応じて、代表取締役 社長執行役員等を本部長とする対策本部を設置し、被害・損害をできるかぎり小さくするために、迅速な対応を行なうようになっています。

上記のリスクと危機の管理については、定期的かつ必要の都度適時に取締役会または経営会議において報告・審議を行っています。

### リスクと危機の管理体制



## リスクと危機の管理 [2,14,45,46,49]

### 新たなリスクおよび危機管理体制の構築

グローバル

事業のグローバル化に伴い、経営環境の不確実性・複雑性は増しており、また、リスクが顕在化した際の事業活動への影響はその規模・スピードともに増大しています。このような現状を踏まえて、2015年は、次のような新たなリスクと危機の管理体制の構築を行ないました。

#### ①リスク管理の強化対象範囲の拡大

リスク管理の強化対象を、これまでの事故・災害、商品トラブル、コンプライアンス上のトラブルなどの業務運営リスクだけでなく、短期・中期計画の達成を阻害する戦略リスク、さらには、これらリスクと密接に関連する会社信用に関わるリスクにまで拡大しました。

#### ②経営が管理すべき重要リスクの明確化と対応体制の構築

全社的に重要なリスクをコーポレートリスクとして定め、これ

らリスクを管理する責任者(執行役員)を選任し、リスク管理を推進する新たな体制を構築しました。

コーポレートリスクには、これまででも対応強化を進めてきた首都直下地震などの事業継続に影響を与えるリスクだけでなく、経営戦略にかかわるリスクなども含まれています。

#### ③危機発生時の体制および初動対応の強化

リスクへの対応は、これまではリスクを顕在化させない、または、リスクの影響を小さくするリスク低減活動を中心に検討を進めてきました。重要リスクに関しては、これらリスク低減活動に加えて、リスクは顕在化することを前提として、危機発生時の体制と対応の強化を進めることとしました。

2016年は、新たなリスクと危機の管理体制のもと、リスク低減活動を一層強化するとともに、危機発生時には迅速かつ適切な対応を実施していきます。

### 経営目標の達成や事業活動に重大な悪影響を及ぼすリスク管理上の課題の把握

グローバル

業務運営上のリスクについては、国内の事業にかかわる主要部門や子会社、海外グループ会社に対して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、その発生要因、現状の対応策と課題を把握しています。

2015年のリスク調査では、海外グループ会社に対しては、人命と事業継続に関わる緊急事態対応のPDCAが回っていることを確認するために、緊急事態対応体制の整備状況と行動計画、教育や訓練の実施状況の確認を行ないました。この結果、近年、

多くの国で発生しているテロ行為などがもたらす社会的混乱や、新型インフルエンザなどによるパンデミックへの対応体制の整備に関して、海外グループ会社間で対応レベルに差があることがわかりました。

2016年は、社会的混乱やパンデミックに伴う緊急事態対応について、グローバルガイドラインの見直しを行ない、海外グループ会社の対応体制を強化し、グループ全体の対応レベルの向上を図っていきます。

### 事業継続計画(BCP)<sup>※</sup>の強化

グローバル

今後起こり得る大規模地震を想定し、原材料調達や生産・輸送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。

2015年は、東京での首都直下地震により、要員が確保できない、主要拠点が使用できない状況を想定し、代替拠点における本社機能の維持について検討を行ないました。

また、新型インフルエンザなどによるパンデミックを想定し

た事業継続計画について、対応体制や基準などの課題を抽出し、見直しを進めました。

2016年は、これらの課題への対応をさらに進め、事業継続計画の強化を図っていきます。

※ 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。

# 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、  
化学に携わる企業の自主管理活動「RC(レスポンシブル・ケア)活動」に取り組んでいます。

## 2015年の活動

「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推進しています。2015年は新たに、環境・安全データを効率的に花王グループで共有するための新システムへの移行に向けた検討をはじめました。

RC事務局監査では、国内と同様の監査を海外グループ会社でも正式に開始しました。

RC教育では、日本花王グループ社員を対象に、初めてネット学習を行ないました。また、海外グループ会社にも、各国語版の学習資料を提供しています。

## 方針／体制

花王は、商品の開発・生産・物流・使用・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理念に掲げています。

そこで、花王は化学産業界の「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<sup>\*1</sup>の考え方に則った「花王レスポンシブル・ケア方針」を定め、協力会社を含めた花王グループ全体で毎年目標を策定し、年間計画に基づいた活動を継続的に行なっています。

具体的には、日本花王グループを役割別に8つの推進部門<sup>\*2</sup>に分け、さらにすべての海外グループ会社を加え活動しています。

レスポンシブル・ケア推進委員会は、サステナビリティ推進

部長が委員長を務め、上記8部門の代表に加え4部門の代表と品質保証本部の担当を加えた委員13名で構成しており、サステナビリティ推進部RC推進グループと品質保証本部が事務局を務めています。

※1 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」

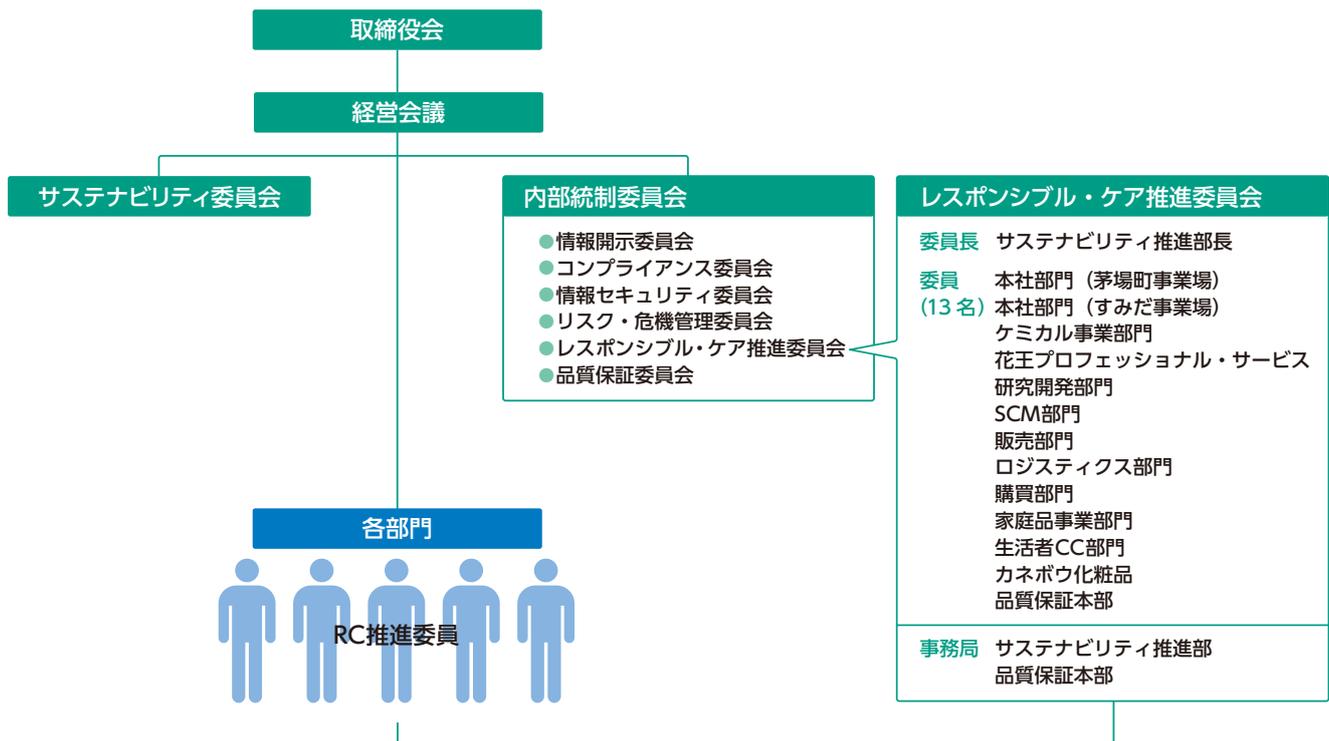
※2 8推進部門

本社部門(茅場町事業場)、本社部門(すみだ事業場)、ケミカル事業部門、花王プロフェッショナル・サービス、研究開発部門、SCM部門、販売部門、ロジスティクス部門

➡花王レスポンシブル・ケア方針

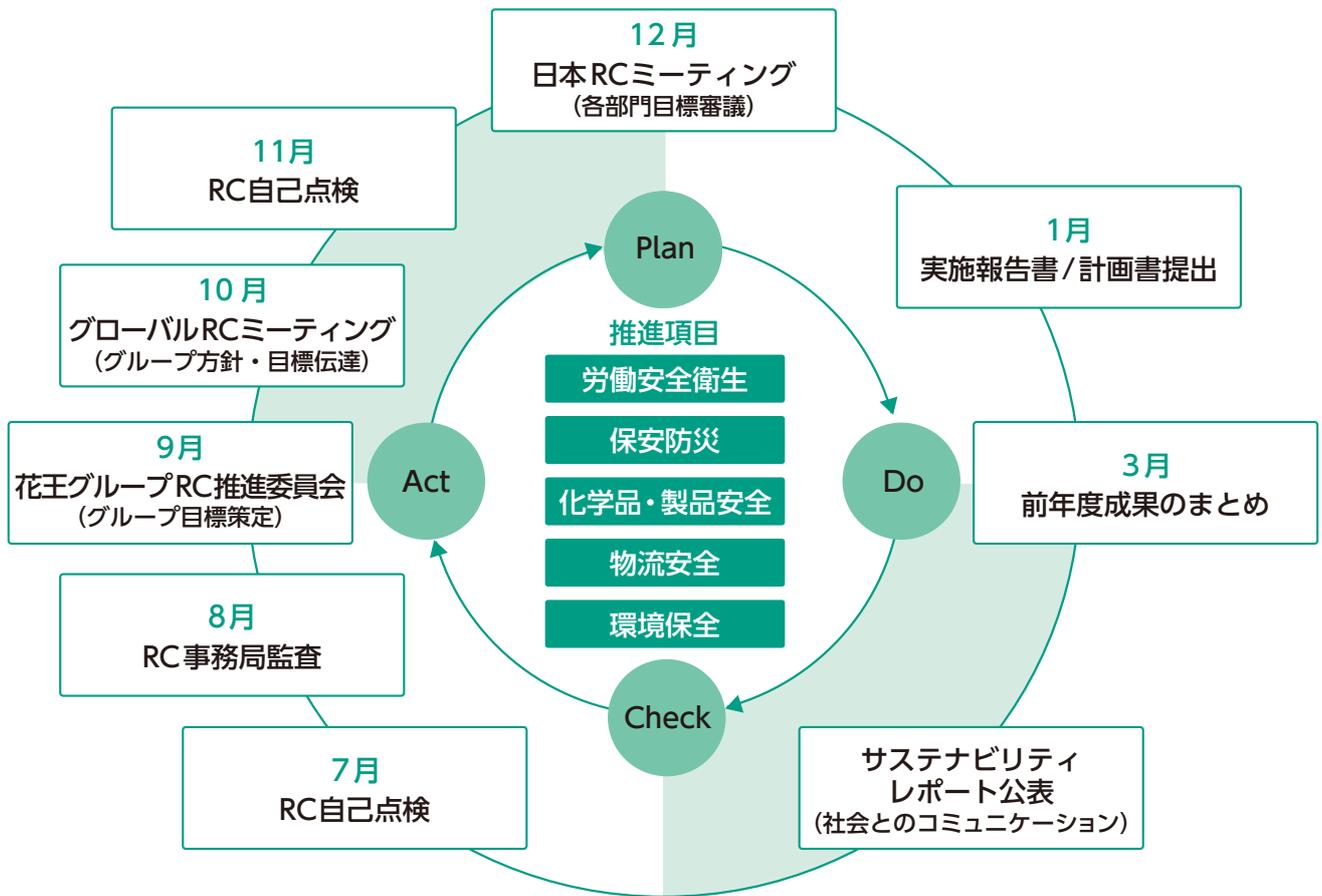
[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/eco\\_activities\\_05\\_00.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_05_00.html)

## RC推進体制



レスポンシブル・ケア活動 [14,DMA]

RC活動の年間サイクル



## レスポンスブル・ケア活動 [14,DMA]

### RC活動の標準化

グローバル

9月に開催する「花王グループRC推進委員会」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数値目標と活動目標を審議します。

2014年から開始した、10月に開催する「グローバルRCミーティング」では、事務局から「花王グループRC推進委員会」で決められた花王グループの中期および次年目標の説明を行ない、各社に次年の目標と計画の策定を依頼します。各社はRC活動状況を発表しグループ間での情報の共有を図ります。

12月に開催する「日本RCミーティング」では、「花王グループRC推進委員会」で決められた花王グループの数値目標と活動目標をもとに、各推進部門のRC推進委員が次年の計画案を発表し、一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。

2015年は10月1日に「花王グループRC推進委員会」を開催しました。事務局からは2015年のRC目標に対する花王グループ



花王グループRC推進委員会

全体の上半期の実績やRC事務局監査結果を報告しました。また4つの推進部門\*から各部門での推進活動状況を発表し、最後に審議事項として、①RCのグローバル展開に伴うグローバルRCミーティングの継続的な開催を委員会規則に追加、②2016年の花王グループRC目標の2件が承認されました。

10月13日、14日には「グローバルRCミーティング」を東京で開催し、日本以外では13会社(昨年9会社)から15名が参加しました。会議では花王グループのRC活動方針の理解と2016年の目標の確認を行なうとともに、RC活動の活性化とレベルアップを目的に各社のRC活動の状況確認とアドバイス、強み弱みの理解、ベストプラクティスの共有、グローバルRCメンバーのコミュニケーション強化を図りました。

12月18日の「日本RCミーティング」では、各推進部門のRC推進委員が2016年の計画案を発表し、審議・承認されました。また事務局から2015年の環境・安全の実績報告を行なうとともに、組織変更に伴い各推進部門の実効を高めるため、RC推進組織の編成を提案し承認されました。

※ 4推進部門

研究開発部門、販売部門、ロジスティクス部門、本社部門(茅場町事業場)



グローバルRCミーティング

### 環境・安全データベースなどを活用

グローバル

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」\*を構築して運用しています。

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。

2015年から、グループでより効率的に環境・安全データを利用するために、2017年を目途とした新しいシステムへの移行の検討をはじめました。

※ 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。

## レスポンシブル・ケア活動 [14,DMA]

## RC事務局監査を実施

グローバル

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「花王グループRC推進委員会」で報告するとともに、次年の数値目標や活動目標の策定に活かしています。

2015年7月～9月にかけて、国内8推進部門\*、海外は昨年より7社増加し17社に対して、2014年に改訂したRCコードに即したチェックシートを用いてRC事務局監査を実施しました。

日本については、各推進部門と対面で法的要求事項・基準等の遵守状況、計画の進捗状況や数値目標の達成状況などを確

認しました。2014年の監査で指摘したリスクアセスメント、法的要求事項の特定、教育訓練を進める手順や基準、実施記録などに改善が見られました。

海外については、安全と環境面の影響度を配慮して工場を持つ会社を対象にチェックシートを送付し、その回答結果について書類監査を実施しました。特に労働安全のリスクアセスメント実施や廃棄物の削減計画立案を依頼しました。

なお、これら監査結果は10月1日開催のRC推進委員会にて報告しました。

※ 8推進部門

本社部門（茅場町事業場）、本社部門（すみだ事業場）、ケミカル事業部門、花王プロフェッショナル・サービス、研究開発部門、SCM部門、販売部門、ロジスティクス部門

## RC事務局監査実績(2015年)

	SCM部門	研究開発部門	事業部門	コーポレート部門	関係会社*1	海外グループ会社*2
設問数	154	147	174	395	378	3,002
継続観察が必要な項目	3	4	2	6	11	—
評価平均点(5点満点)	4.88	4.95	4.67	4.85	4.66	3.98

※1 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)

※2 海外グループ会社

17社(アジア10、欧米7)

## RC教育を継続的に実施

日本花王グループ

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、環境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。

2015年にRC推進事務局が社員を対象に実施したRCの集合教育は15回、のべ214人が参加しました。

さらにRC方針や組織、活動等の教育を広めて理解度を高め

るため、日本花王グループ社員約2万人を対象に4月からRCの基礎知識・花王のRC活動についてネット学習(テキスト学習、習熟度テスト、アンケート)を開始し、8月までに完了しました。

また、10月のグローバルRCミーティングに参加した海外グループ会社13社に対しても、11月に各国語版学習資料を提供し、2016年に完了予定です。

## RC事務局教育実績(2015年)

	SCM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)	6	1	2	2	4	15
参加人数(人)	144	11	8	6	45	214

※ 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)

## レスポンシブル・ケア活動 [14,DMA]

Topic

### 日本化学工業協会 「レスポンシブル・ケア賞優秀賞」を受賞

花王は「地震対策の取り組み」により、一般社団法人日本化学工業協会（日化協）の第9回レスポンシブル・ケア(RC)賞の「RC優秀賞」を受賞しました。

これは花王が1998年より実施している工場建屋の耐震補強、高圧ガス設備・危険物貯槽タンクの液状化対策、危険物・毒劇物取扱設備の漏洩対策など、工場の安全・安定生産に取り組んでいることが評価されたものです。

花王の受賞は、2014年の花王カスタマーマーケティング(株)の地域とのコミュニケーション活動に対する受賞に続き2年連続となります。



表彰式と受賞講演

2015年のRC活動に関わる他の受賞報告

▶P24 [特集：エコロジー>ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減>Topic ピリピナス花王での環境改善活動]

## 環境マネジメントシステム(ISO14001等) 認証状況

グローバル

花王は、RCマネジメントシステムを全拠点を対象に導入していますが、最終製品を製造する主要工場においては、国際規格のISO14001認証や各国の認証も受けています。認証を受けている工場の割合は94%になります(総生産量重量基準)。

また、活動の標準化・高度化をめざし、個別工場で取得して

いる認証の統合を実施しており、2015年は日本の9工場の認証を統合しました。今後、統合する工場を増やすとともに、認証取得拠点の拡大も実施していきます。

▶参考)「ISO等認証取得一覧」

[http://www.kao.com/jp/corp\\_csr/eco\\_activities\\_02\\_11.html](http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_02_11.html)

# 外部評価

## SRIインデックスへの組み入れおよび評価 (2016年6月1日現在)

グローバル

### SRIインデックス

花王は、世界の代表的な社会的責任投資 (SRI) 指標である「Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World)」の構成銘柄に2年連続で選定されました。さらに、24の産業グループのうち、所属する「Household & Personal Products (ハウスホールド・パーソナル製品)」産業グループにおいて最高点を獲得し、「Industry Group Leader」に選定されました。このほかにも世界の主要なSRI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](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Gold Class 2015およびIndustry Mover 2015を同時受賞しました。



## 外部評価

## 2015年外部表彰・外部評価一覧

グローバル

社会のサステナビリティへの貢献をめざす花王グループのさまざまな取り組みは、高い評価を受けています。

## エコロジー

受賞年月	表彰対象	表彰名／内容	実施団体
2015/02	花王(株)鹿島工場	地域の生物多様性に配慮し、緑地保全に取り組む工場として、「環境大臣賞」を受賞	いきものにぎわい企業活動コンテスト
2015/02	花王(株)	「原材料調達ガイドライン」が原材料調達方針のひとつの理想型を提示しているとして「ビジネスと生物多様性 勝手にアワード」で「オリーブの葉賞」を受賞	WWFジャパン(公益財団法人世界自然保護基金ジャパン)
2015/02	花王カスタマーマーケティング(株)	「ビオレふくだけコットンうるおいリッチ」がエコ包装(容器包装の簡素化)を実践している商品として「第4回 容器包装簡素化大賞2015」で大賞受賞	北海道容器包装の簡素化を進める連絡会
2015/04	ピリピナス花王	省エネやCO <sub>2</sub> 削減、環境保護プロジェクトへの取り組みと実績により、「PEZA Environmental Performance Award(環境賞)」を受賞	Philippine Economic Zone Authority
2015/05	花王(株)	衣料用漂白剤「ワイドハイターEX/パワー 600mLボトル」の環境配慮設計に優れた点が評価され、ハウスホールド分野で「ワールドスター賞」を受賞	世界包装機構
2015/06	花王(株)川崎工場	工場敷地の緑の保全と緑化を推進し、地域環境向上へ貢献しているとして「平成27年度川崎市環境功労者表彰」を受賞	川崎市
2015/10	花王(株)	緑を守り育てる市民活動を支援するプログラム「花王・みんなの森づくり活動」の15年にわたる取り組みが、第65回「都市緑化功労者 国土交通大臣表彰」を受賞	国土交通省
2015/11	花王(株)	花王グループ全体の、環境保全活動や、ステークホルダーへの情報開示の姿勢に対し「開示優秀企業」に選定	CDP

## コミュニティ

受賞年月	表彰対象	表彰名／内容	実施団体
2015/05	花王(株)	食器用洗剤「キュキュット ワンプッシュクリアジェル」に採用した「ワンプッシュ計量容器」が、「第39回 木下賞・研究開発部門賞」を受賞	公益社団法人日本包装技術協会
2015/08	花王(株)、(株)カネボウ化粧品	全身洗浄剤「ビオレ」での新たな触覚識別性表示に対し「2015日本パッケージングコンテスト」で「ジャパンスター賞 公益財団法人共用品推進機構理事長賞」を受賞。また、カネボウ化粧品「リサーチ メン シリーズ」など他4製品も受賞	公益社団法人日本包装技術協会
2015/10	花王(株)和歌山工場	花王の「社会福祉法人スミヤ和佐福祉工場」への長年の支援に対し、「平成27年度 優先発注企業等の厚生労働大臣表彰」を受賞	厚生労働省
2015/11	花王(株)	高齢者の健康状態を歩行速度から導きだした共同研究論文「活動量計を用いた日常歩行速度とADL低下に関する研究」が「第16回 川井記念賞」を受賞	一般財団法人厚生労働統計協会
2015/12	花王(株)	動物実験に頼らない安全性評価へ向け、独自に開発した「眼刺激性試験代替法STE試験」がOECDテストガイドラインとして承認されたことを受け、「学会賞」を受賞	日本動物実験代替法学会
2015/12	花王(株)	リスク評価を中心とする論文や教科書の執筆、学会での活動などの一連の研究業績に対し、「日本リスク研究学会奨励賞」を受賞	日本リスク研究学会

## カルチャー

受賞年月	表彰対象	表彰名／内容	実施団体
2015/03	花王(株)	企業倫理、ガバナンス、社会的責任、市民活動、企業風土の観点から、倫理的に優れた企業を顕彰する「世界で最も倫理的な企業2015」に選定	Ethisphere Institute
2015/03	花王(株)	従業員などの健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業として「健康経営銘柄」に選定	経済産業省および東京証券取引所
2015/03	花王(株)	「女性のキャリア支援」と「仕事と家庭の両立支援」に対し、平成24年度および平成26年度 までこ銘柄に選定	経済産業省、東京証券取引所
2015/05	花王(株)	1998年より実施している工場の安全／安定生産をめざす「地震対策の取り組み」により「第9回レスポンシブル・ケア賞」の優秀賞を受賞	一般社団法人日本化学工業協会
2015/12	花王(株)	知的財産(知財)戦略に優れたアジアの企業として、3年連続で「Asia IP Elite(アジア知的財産エリート)」に選出	Intellectual Asset Management (IAM)

# 独立保証報告書



## 独立した第三者保証報告書

2016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5号

代表取締役

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 [www.kao.co.jp/corp/sustainability-reports/ja/](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 2016（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 2015 年 1 月 1 日から 2015 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・レポート・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。サステナビリティレポートに記載。）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」、ISAE3410「温室効果ガス情報に対する保証業務」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和歌山工場及び Kao (Taiwan) Corporation 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

あだち えいいちろう  
足達 英一郎 氏

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)、『環境経営で知るべき10の新知識「炭素リスク」から「自然資本」まで 世界の潮流』(2015年、日本経済新聞社)、『自然資本入門 国、自治体、企業の挑戦』(2015年、NTT出版)など多数。

花王グループの2013年度を初年度とする中期3カ年計画K15 (Kao Group Mid-term Plan 2015)は、過去最高の売上高・利益の突破、2015年度経営数値目標(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)をいずれも達成する結果となりました。2015年度の通期1株当たり配当金は10円増配となり、26期連続の増配を実現しました。

こうした株主還元が進むなかで、花王グループが「製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への提案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”との両立を図る」というのであれば、「社会への還元」にも、これまで以上の期待が集まるのは自然の流れといえるでしょう。

花王グループに対する「社会への還元」の期待は、納税、雇用、社会貢献といったことに留まるものではありません。事業がもたらす社会・環境側面のネガティブインパクトを少しでも緩和し、ポジティブインパクトをできるだけ発揮することが核心的な「社会への還元」に他なりません。

こうした視点から、サステナビリティレポート2016を通読しました。本業との統合を強く意識して「社会への還元」の成果を記述しようとする方向性を感じることはできませんでしたが、細部ではいくつかの課題も残されています。

今年のレポートから特集記事部分に「社会的課題の認識」と「花王のアプローチ」という記述が加わりました。この工夫は、読み手への説得力を高めるとは思いますが、事業との関連性、重要性をもとに内容をさらに吟味する余地があるでしょう。

たとえば、昨年の第三者意見でも言及した「破碎プラスチックの海洋汚染」の問題は、G7サミットでも取り上げられるほどの世界の大きな関心事となりました。このうちパーソナルケア製品に使用されるマイクロプラスチックビーズについては、花王グループは歯みがきなどの製品でスクラブ剤としての使用を中止すると同時に、2016年末までにすべて代替素材に置き換えることで使用を全廃する方針を明ら

かにしました。こうした取り組みこそ、本業に即した進捗として開示することが有効でしょう。また、つめかえ・つけかえ製品の推進を図るなど、容器包装に使用されるプラスチックの削減に努めていますが、いまだ日本国内で5万6千トンの容器包装プラスチック排出量が発生しています。今後、アジアのコンシューマープロダクツ事業の成長加速が見込まれるなか、リサイクルの受け皿が整備されていない海外でのプラスチック廃棄物対策は一層重要となるでしょう。

同様に今年のレポートには「持続可能な開発目標(SDGs)」が国連で採択されたことに対して、「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」との記載がありますが、17の目標と169のターゲットと事業との関連性を分析し、優先順位を表明するような開示はありません。今後の事業戦略で、食品および健康関連事業への参入準備、衛生等の事業境界領域事業の創出を掲げるのであればなおさら、SDGsを切り口に本業と社会貢献の双方から「社会への還元」のストーリーを構想していく余地は十分にあるでしょう。

花王グループのサステナビリティレポートに対する第三者意見の寄稿も、これで3回目となりました。項目や内容の詳細度といった観点では、専門家等をターゲットに、取り組みを正確に評価できるよう網羅的に情報を提供するというねらいを十分に果たしていると判断いたします。ただ、わが国屈指の高業績企業グループであるからこそ、ステークホルダーからの期待はなお一層大きなものになるという側面を、ぜひ、認識いただければ幸いです。

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なっている立場から、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2016での該当箇所	
		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	P4
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 ●リスクと危機の管理	P4 P12 P138

#### 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2016での該当箇所	
		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	●事業紹介	P10
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	●主な拠点と事業展開	P11
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	●ダイバーシティの推進と人権の尊重	P113
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	—	—
<b>外部のイニシアティブへのコミットメント</b>			
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 ●情報セキュリティ・個人情報の保護 ●リスクと危機の管理 ●レスポンシブル・ケア活動	P12 P136 P138 P140
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	●主な拠点と事業展開 ●外部評価	P11 P145
16	(企業団体など)団体や国内外の提言機関の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2016での該当箇所	
		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)	P2 P12
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	P13
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	P2
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	●非財務ハイライト	P9
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2016での該当箇所	
		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	●ステークホルダーコミュニケーション	P16
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	P12
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	P13 P148
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	P12

## 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2016での該当箇所	
		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	P2
29	最新の発行済報告書の日付(該当する場合)	●編集方針	P2
30	報告サイクル(年次、隔年など)	●編集方針	P2
31	報告書またはその内容に関する質問の窓口		裏表紙

## 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 ●独立保証報告書 ●GRI G4ガイドライン対照表	P2 P147 P149
----	---	---------------------------------------	--------------------

## 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	P2 P147
----	---	-------------------	------------

## ガバナンス

項目	指標	サステナビリティレポート2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>ガバナンスの構造と構成</b>			
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	P129
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	P12
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	P15

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	P131
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	P131
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	P130
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 ●インテグリティ	P131 P99
<b>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</b>			
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との役割	●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	P12 P129
<b>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</b>			
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	—	—
<b>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</b>			
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 ●リスクと危機の管理	P129 P138
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	●リスクと危機の管理	P138
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	—	—
<b>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</b>			
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	P15
<b>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</b>			
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	●リスクと危機の管理	P138
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	—	—
<b>報酬とインセンティブ</b>			
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	P130
52	報酬の決定プロセス	●コーポレート・ガバナンス	P130
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	P130
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2016での該当箇所	
		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)	●花王ウェイ ●花王サステナビリティステートメント ●カルチャー	P3 P12 P99-128

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)	●インテグリティ	P100
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)	●インテグリティ ●情報セキュリティ・個人情報の保護	P100 P136

## 特定標準開示項目

項目	指標	サステナビリティレポート2016での該当箇所	
		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。 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。 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。 ・ マネジメント手法の有効性を評価する仕組み ・ マネジメント手法の評価結果 ・ 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  側面一般と側面固有のDMAをすべて含む	●花王サステナビリティステートメント ●エコロジー ●コミュニティ ●カルチャー ●レスポンシブル・ケア活動 ●インテグリティ ●サプライヤーとの連携 ●人財開発	P12 P36-37 P68-98 P99-128 P140 P99 P106 P110

## 経済

項目	指標	サステナビリティレポート2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>側面：経済パフォーマンス</b>			
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) ●財務ハイライト	— P8
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	●<特集>ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減 ●「花王 環境宣言」による2020年に向けた取り組み ●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P21 P36 P38
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	—	—
<b>側面：地域での存在感</b>			
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	—	—
<b>側面：間接的な経済影響</b>			
EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	●環境コミュニケーション ●社会貢献活動	P63 P89
EC8	著しい間接的な経済影響(影響の程度を含む)	—	—
<b>側面：調達慣行</b>			
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2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>側面：原材料</b>			
EN1	使用原材料の重量または量	●環境に配慮した容器包装 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P56 P59
EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	●さまざまな環境項目 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P53 P59
<b>側面：エネルギー</b>			
EN3	組織内のエネルギー消費量	●非財務ハイライト ●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P9 P38 P59
EN4	組織外のエネルギー消費量	—	—

EN5	エネルギー原単位	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
EN6	エネルギー消費の削減量	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
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	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
<b>側面：水</b>			
EN8	水源別の総取水量	●水資源への対応	P41
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	—	—
<b>側面：生物多様性</b>			
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	P48
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	—	—
<b>側面：大気への排出</b>			
EN15	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
EN16	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
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	P59
EN18	温室効果ガス(GHG)排出原単位	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
EN19	温室効果ガス(GHG)排出量の削減量	●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減	P39
EN20	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	—	—
EN21	NO <sub>x</sub> 、SO <sub>x</sub> 、およびその他の重大な大気排出	●さまざまな環境項目	P54
<b>側面：排水および廃棄物</b>			
EN22	水質および排出先ごとの総排水量	●水資源への対応 ●さまざまな環境項目	P41 P55
EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	●さまざまな環境項目	P53
EN24	重大な漏出の総件数および漏出量	●さまざまな環境項目	P55
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	●さまざまな環境項目	P53
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	—	—
<b>側面：製品およびサービス</b>			
EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	●エコロジー	P36-67
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)	—	—
<b>側面：コンプライアンス</b>			
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	●さまざまな環境項目	P55
<b>側面：輸送・移動</b>			
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	●<特集>ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減 ●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P22 P40 P59
<b>側面：環境全般</b>			
EN31	環境保護目的の総支出と総投資(種類別)	●環境会計	P61
<b>側面：サプライヤーの環境評価</b>			
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	●<特集>グローバル社会における要請や期待への対応 ●ライフサイクル全体を通じてCO <sub>2</sub> を削減 ●生物多様性への対応	P33 P38 P48-49
<b>側面：環境に関する苦情処理制度</b>			
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2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>側面：雇用</b>			
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)	●ダイバーシティの推進と人権の尊重	P114
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	P120
<b>側面：労使関係</b>			
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)	—	—
<b>側面：労働安全衛生</b>			
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	P126
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	—	—
<b>側面：研修および教育</b>			
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	P110
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)	—	—
<b>側面：多様性と機会均等</b>			
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)	●ダイバーシティの推進と人権の尊重	P114
<b>側面：男女同一報酬</b>			
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)	—	—
<b>側面：サプライヤーの労働慣行評価</b>			
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	●人権への取り組み ●サプライヤーとの連携	P105 P106-107
<b>側面：労働慣行に関する苦情処理制度</b>			
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2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>側面：投資</b>			
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)	●<特集>グローバル社会における要請や期待への対応 ●インテグリティ ●人権への取り組み	P33 P101 P104
<b>側面：被差別</b>			
HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	—	—
<b>側面：結社の自由と団体交渉</b>			
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	—	—
<b>側面：児童労働</b>			
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	—	—

<b>側面：強制労働</b>			
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	—	—
<b>側面：保安慣行</b>			
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	—	—
<b>側面：先住民の権利</b>			
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
<b>側面：人権評価</b>			
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	—	—
<b>側面：サプライヤーの人権評価</b>			
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	●人権への取り組み ●サプライヤーとの連携	P104 P106-107
<b>側面：人権に関する苦情処理制度</b>			
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	●インテグリティ	P102

## 社会

項目	指標	サステナビリティレポート2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>側面：地域コミュニティ</b>			
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
<b>側面：腐敗防止</b>			
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	●<特集>健全な事業活動のために ●インテグリティ	P31 P99
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
<b>側面：公共政策</b>			
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
<b>側面：反競争的行為</b>			
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
<b>側面：コンプライアンス</b>			
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
<b>側面：サプライヤーの社会への影響評価</b>			
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	●サプライヤーとの連携	P106-107
<b>側面：社会への影響に関する苦情処理制度</b>			
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2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
<b>側面：顧客の安全衛生</b>			
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	P68
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)	—	—
<b>側面：製品およびサービスのラベリング</b>			
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	●お客さま(消費者)とのコミュニケーション	P79
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	—	—
<b>側面：マーケティング・コミュニケーション</b>			
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
<b>側面：顧客プライバシー</b>			
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
<b>側面：コンプライアンス</b>			
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2016での該当箇所	
		ウェブサイト	PDF
6.2	組織統治	<ul style="list-style-type: none"> <li>●トップメッセージ</li> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●ガバナンス</li> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> <li>●お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> <li>●人財開発</li> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> </ul>	P4 P12 P129-139 P79 P84 P106 P110 P113
6.3	人権	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人権への取り組み</li> <li>●花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(レポート外)</li> </ul>	P104 -
6.3.3	デューデリジェンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●&lt;特集&gt;グローバル社会における要請や期待への対応</li> <li>●インテグリティ</li> <li>●人権への取り組み</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> </ul>	P12 P33 P99 P104 P106 P113
6.3.4	人権に関する危機的状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>●&lt;特集&gt;グローバル社会における要請や期待への対応</li> <li>●人権への取り組み</li> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> </ul>	P33 P104 P113
6.3.5	加担の回避	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> </ul>	P113 P106
6.3.6	苦情解決	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> </ul>	P99 P79
6.3.7	差別及び社会的弱者	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> <li>●社会貢献活動</li> </ul>	P113 P89
6.3.8	市民的及び政治的権利	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> <li>●社員との対話の推進</li> </ul>	P99 P117
6.3.9	経済的・社会的及び文化的権利	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> <li>●社会貢献活動</li> </ul>	P99 P113 P89
6.3.10	労働における基本的原則及び権利	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> </ul>	P99 P113
6.4	労働慣行		
6.4.3	雇用及び雇用関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> <li>●ダイバーシティの推進と人権の尊重</li> </ul>	P99 P113
6.4.4	労働条件及び社会的保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員との対話の推進</li> </ul>	P117
6.4.5	社会対話	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員との対話の推進</li> </ul>	P117
6.4.6	労働における安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>●労働安全衛生・保安防災</li> <li>●レスポンシブル・ケア活動</li> </ul>	P125 P140
6.4.7	職場における人材育成及び訓練	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人財開発</li> </ul>	P110
6.5	環境		
6.5.3	汚染の予防	<ul style="list-style-type: none"> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●水資源への対応</li> <li>●化学物質の適正管理</li> <li>●さまざまな環境項目</li> </ul>	P12 P41 P43 P53
6.5.4	持続可能な資源の利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●水資源への対応</li> <li>●生物多様性への対応</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> </ul>	P12 P41 P48 P106
6.5.5	気候変動緩和及び適応	<ul style="list-style-type: none"> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●&lt;特集&gt;ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減</li> <li>●ライフサイクル全体を通じてCO<sub>2</sub>を削減</li> </ul>	P12 P21 P38
6.5.6	環境保護・生物多様性・及び自然生息地の回復	<ul style="list-style-type: none"> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●生物多様性への対応</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> </ul>	P12 P48 P106

6.6	公正な事業慣行		
6.6.3	汚職防止	<ul style="list-style-type: none"> <li>●&lt;特集&gt;健全な事業活動のために</li> <li>●コーポレート・ガバナンス</li> <li>●インテグリティ</li> </ul>	P31 P129 P99
6.6.4	責任ある政治的関与	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> </ul>	P99
6.6.5	公正な競争	<ul style="list-style-type: none"> <li>●&lt;特集&gt;健全な事業活動のために</li> <li>●コーポレート・ガバナンス</li> <li>●インテグリティ</li> </ul>	P31 P129 P99
6.6.6	バリューチェーンにおける社会的責任の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コーポレート・ガバナンス</li> <li>●インテグリティ</li> <li>●お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> </ul>	P129 P99 P84 P106
6.6.7	財産権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> </ul>	P99
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> <li>●お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション</li> <li>●サプライヤーとの連携</li> </ul>	P79 P84 P106
6.7.4	消費者の安全衛生の保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> <li>●品質保証の取り組み</li> </ul>	P79 P68
6.7.5	持続可能な消費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコロジー</li> <li>●環境に配慮した容器包装</li> </ul>	P36-67 P56
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> <li>●品質保証の取り組み</li> </ul>	P79 P68
6.7.7	消費者データ保護及びプライバシー	<ul style="list-style-type: none"> <li>●インテグリティ</li> </ul>	P99
6.7.8	必要不可欠なサービスへのアクセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> </ul>	P79
6.7.9	教育及び意識向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま(消費者)とのコミュニケーション</li> <li>●品質保証の取り組み</li> <li>●環境コミュニケーション</li> <li>●社会貢献活動</li> </ul>	P79 P68 P63 P89
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>●花王サステナビリティステートメント</li> <li>●エコロジー</li> <li>●コミュニティ</li> <li>●カルチャー</li> <li>●レスポンシブル・ケア活動</li> <li>●環境コミュニケーション</li> <li>●生物多様性への対応</li> </ul>	P12 P36-67 P68-98 P99-128 P140 P63 P48
6.8.4	教育及び文化	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コミュニティ</li> <li>●社会貢献活動</li> <li>●生物多様性への対応</li> <li>●環境コミュニケーション</li> </ul>	P68-98 P89 P48 P63
6.8.5	雇用創出及び技能開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま(法人顧客)とのコミュニケーション</li> </ul>	P84
6.8.6	技術の開発及び技術へのアクセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>●エコロジー</li> <li>●コミュニティ</li> </ul>	P36-67 P68-98
6.8.7	富及び所得の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コミュニティ</li> <li>●カルチャー</li> <li>●社会貢献活動</li> </ul>	P68-98 P99-128 P89
6.8.8	健康	<ul style="list-style-type: none"> <li>●&lt;特集&gt;清潔習慣の啓発</li> <li>●&lt;特集&gt;健康な毎日を国内外で応援</li> <li>●コミュニティ</li> </ul>	P27 P28 P68-98
6.8.9	社会的投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コミュニティ</li> <li>●カルチャー</li> </ul>	P68-98 P99-128

# 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>