



花王サステナビリティレポート 2016

ハイライト

自然と調和する
こころ豊かな毎日をめざして

KaO

CONTENTS

花王ウェイ	1
トップメッセージ	2
グループ会社のカネボウ化粧品による 「医薬部外品有効成分“ロドデノール”配合製品」に関する 問題についてのおわびと対応	4
財務・非財務ハイライト	6
事業紹介	8
主な拠点と事業展開	9
花王サステナビリティステートメント	10
特集	
エコロジー	12
ライフサイクル全体を通じてCO ₂ を削減	13
地域の生物多様性保全への貢献	17
コミュニティ	18
清潔習慣の啓発	19
健康な毎日を国内外で応援	20
ユニバーサルデザイン視点のモノづくり	21
カルチャー	22
健全な事業活動のために	23
健康経営の推進	24
グローバル社会における 要請や期待への対応	25
ガバナンス	26
2015年実績と2016年目標	27

編集方針

- 花王グループでは2013年7月にサステナビリティに関するグローバルな方針「花王サステナビリティステートメント」を策定しました。グローバルな社会的課題の解決に花王グループが事業活動を通じて貢献するという方向性を明確にし、注力する分野を選定しています。
- 本冊子「花王サステナビリティレポート2016ハイライト」では、花王グループにとっての重要課題（マテリアリティ）である3つの重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」における花王グループの代表的な取り組みをわかりやすくお伝えしています。
- 3つの重点領域「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」における花王グループのさまざまな取り組み、マネジメント体制や環境・社会関連の詳細なデータ等についてはウェブサイト「花王サステナビリティレポート2016」（HTML版およびPDF版）で紹介しています。

「花王サステナビリティレポート2016」はこちらをご参照ください
http://www.kao.com/jp/corp_csr/reports.html

対象範囲

花王グループ（花王株式会社および子会社、関連会社）を基本としています。環境・社会関連のデータについては花王株式会社および子会社を集計範囲としています。

掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。

本レポート中の「花王」は、花王グループを示しています。範囲を特定する必要がある場合は、個別に対象組織名で記載します。

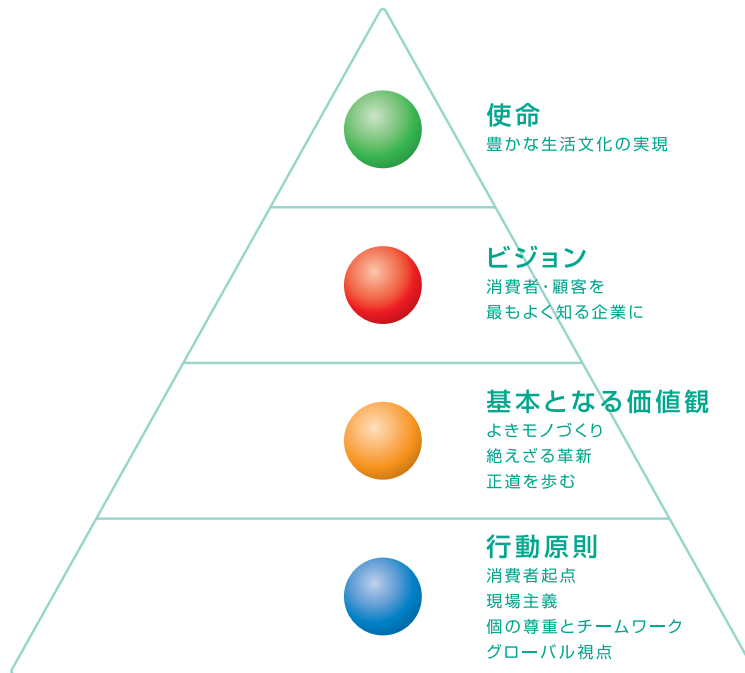
対象期間

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。

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CO₂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” 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

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品」を開発いたしました。使う部位や範囲にあわせ、リクイドタイプ、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していただく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月まで店頭を設置いたしました。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 処方物の安全性確認

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

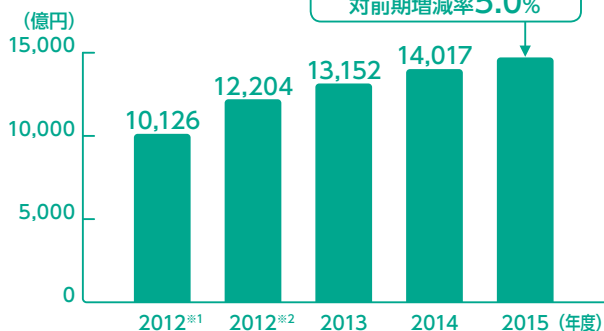
お客さまお一人おひとりの肌悩みや、お肌の状態を確認しながら、おすすめの商品やその使用方法、お手入れ方法などをアドバイスいたします。化粧品の使用に不安をお持ちのお客さまには、ご自身でできる「肌と化粧品の相性チェック」もご紹介しております。

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



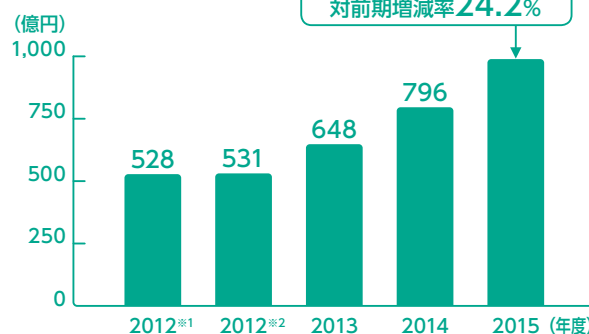
営業利益



経常利益



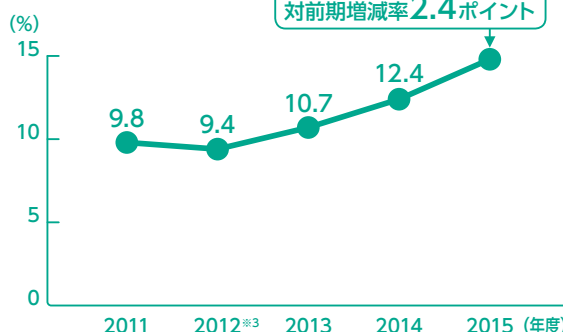
当期純利益



1株当たり当期純利益

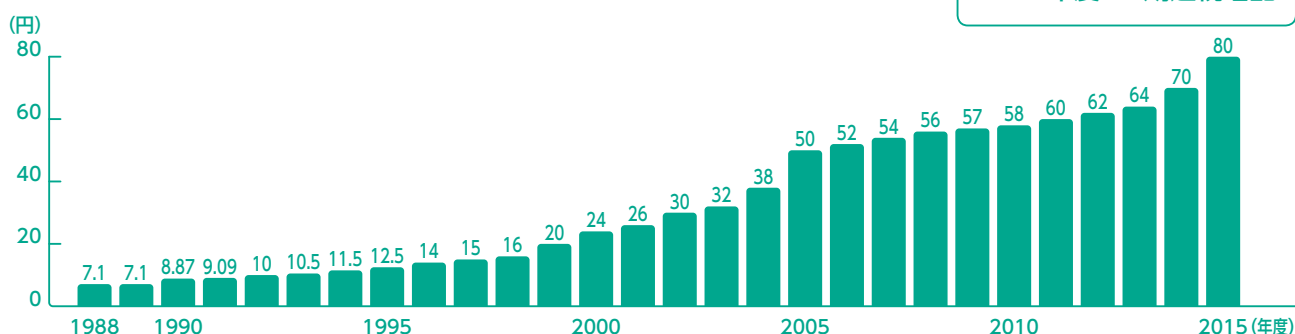


ROE



(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

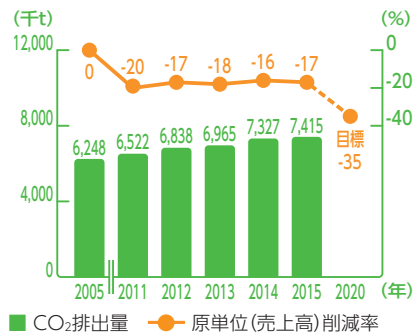
花王サステナビリティステートメントに基づいて、3つの重点領域でさまざまな取り組みを進めています。

以下は代表的な取り組みの実績です。

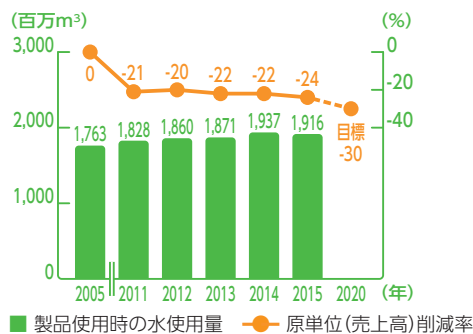
取り組みの詳細は、ウェブサイト「花王サステナビリティレポート2016」(http://www.kao.com/jp/corp_csr/reports.html)をご参照ください。

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

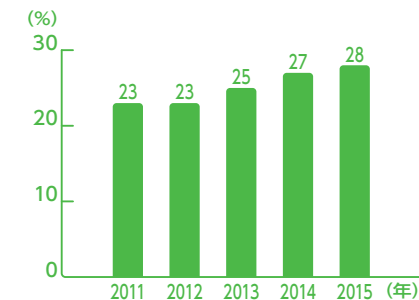
製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移(日本花王グループ)^{*1}



製品使用時の水使用量の推移(日本花王グループ)^{*2}

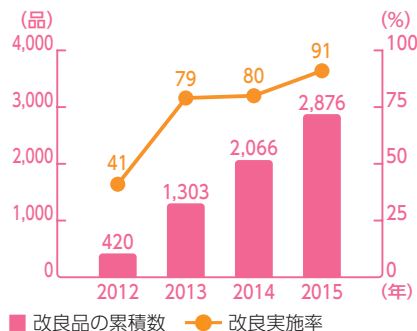


“いっしょにECO”マーク表示製品売上比率(国内消費者向け製品)^{*3}

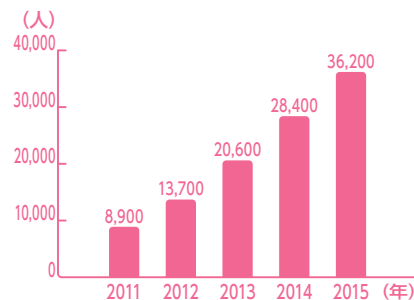


コミュニティ 多様な消費者に配慮し、社会的課題の解決に貢献する製品の提供や啓発活動を行なっています。

UD視点での改良品の累積数および改良実施率(国内消費者向け製品)^{*4}

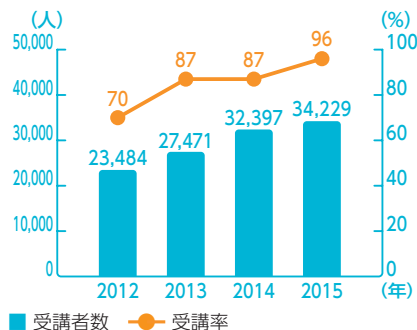


手洗い講座を受講した児童の累積数(日本花王グループ)

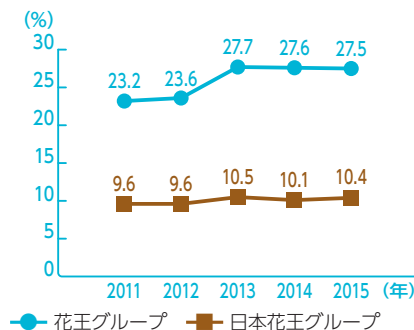


カルチャー グループ全社員への企業行動指針の啓発やダイバーシティ&インクルージョンの推進など、健全な事業活動を促進しています。

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CO₂排出量は、主に日本国内の消費者向け製品1個当たりの製品ライフサイクル(ただし、生産工程、物流工程を除く)を通じたCO₂排出量に当該製品の年間の売上個数を乗じて算定した値に、自社の生産工程、物流工程を通じたCO₂排出量の実績値を集計したものです。ただし、産業向け製品の使用および廃棄に関するCO₂排出量は含んでいません。一部データを見直し、2005年までさかのぼって修正しています。

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

^{*3} 独自の厳しい認定基準をクリアした“環境負荷の少ない製品”に“いっしょにECO”マークを表示しています。
“いっしょにECO”マーク表示基準の詳細 http://www.kao.com/jp/corp_csr/eco_activities_01_01.html

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

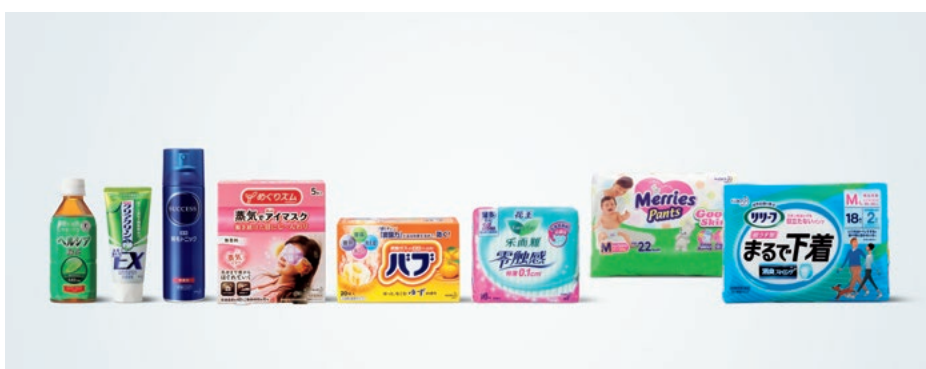
事業紹介

コンシューマープロダクツ事業



■ビューティケア事業

ビューティケア事業では、お客さま一人ひとりが求める“美しさ”に高い技術でお応えする化粧品をはじめ、洗顔料や全身洗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

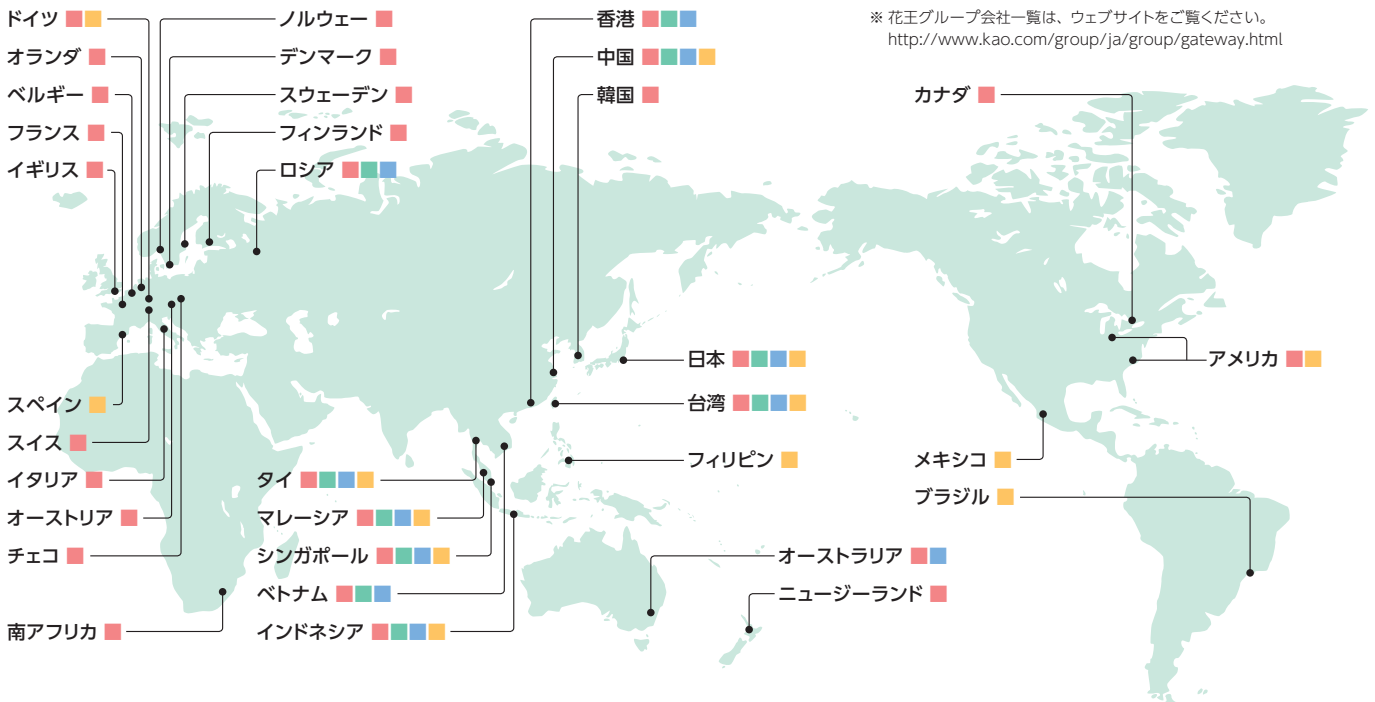


■ケミカル事業

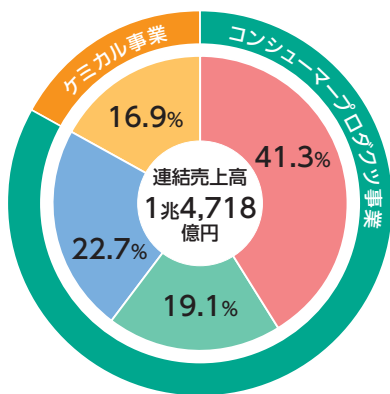
ケミカル事業では、天然油脂原料からつくる油脂製品や、界面活性剤、トナー・トナーバインダー、香料など、多岐にわたるケミカル製品をグローバルに展開しています。

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



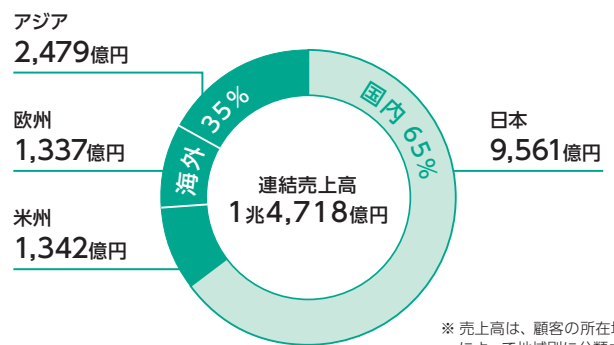
セグメント別売上高 (2015年12月期)



- 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です。花王は、2005年から参加しています。



RSPO

(持続可能なパーム油のための円卓会議)

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

社会からの評価



Dow Jones Sustainability World Index

企業の経済、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。

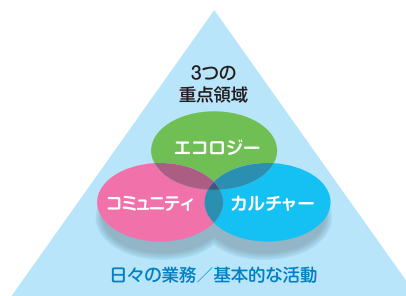
4. 重要課題の決定

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



サステナビリティ活動の推進

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、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、「エコロジー」「コミュニティ」「カルチャー」の3つの重点領域を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。また、グループ社員全員がその

考え方を十分に理解するために、国内外のマネジャー層に向けた説明会の実施、理解を助ける情報のイントラネットへの掲載、インターネット環境がある社員を対象としたeラーニング、花王グループの全社員向けに発行している社内報での紹介など、さまざまなアプローチで社員への啓発を行っています。

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&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。

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CO₂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CO₂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CO₂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CO₂の排出削減に貢献していきます。

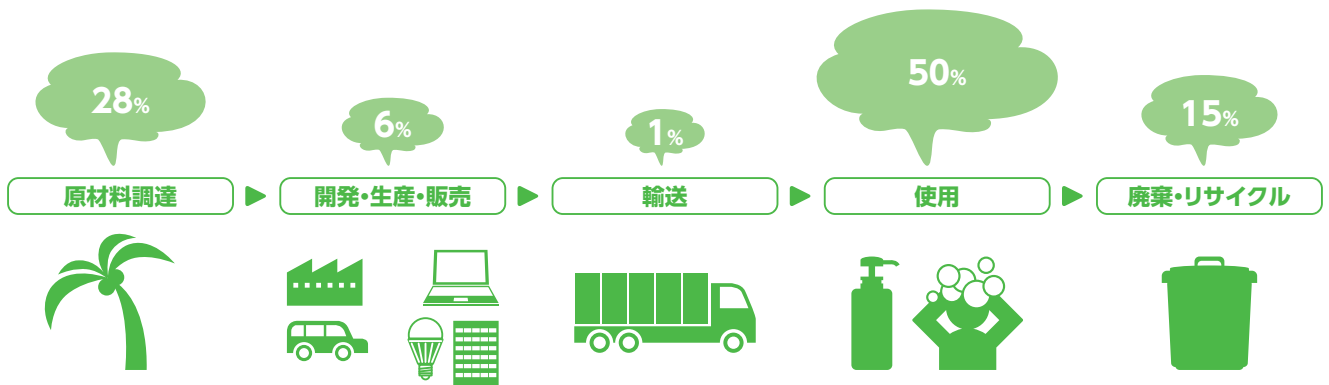
ライフサイクルアセスメントとは

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CO₂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CO₂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CO₂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CO₂の割合



※ 2015年実績

→P25「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CO₂削減

グローバル

花王は、化石燃料から発生するCO₂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CO₂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

電気などのエネルギー利用による間接的なCO₂排出量削減にも取り組んでいます。

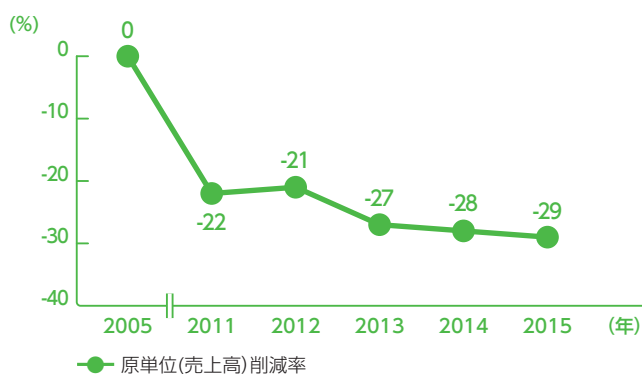
電気のエネルギー使用効率の向上では、2015年に工場・ロジスティクスセンター・事務所で使用している水銀灯と汎用蛍光灯をLED照明に変更する方針を発表しました。日本国内だけでも約9万本ある水銀灯と汎用蛍光灯を、海外の工場や事業場でもすべてLED照明に切り替えることで、CO₂排出量を削減します。

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CO₂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

CO₂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CO₂削減

グローバル

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、CO₂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CO₂削減率(日本)
(売上高原単位、2005年比)

使用におけるCO₂削減

花王製品のCO₂排出量を製品ライフサイクルの各段階で見ると、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CO₂排出量やお湯を作るための燃料からのCO₂排出量の割合が製品ライフサイクル全体のCO₂排出量のうち約90%となることわかっています。

そこで花王は、使用段階のCO₂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CO₂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CO₂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)

廃棄・リサイクルにおけるCO₂削減

花王製品のCO₂排出量の15%と生産段階の2.5倍のCO₂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CO₂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。

グローバル



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CO₂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（P25参照）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

花王コマース(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。

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、

従来のつめかえ容器と比較してCO₂排出量を約3%削減するなど、環境にも配慮しています。



指がすべりにくいキャップ形状を採用

逆さまにスポッと差し込み安定するのでこぼさない

クルクルためば最後まで無駄なく残さず、ペタンコに

“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。



容器ポンプの頭頂部と容器側面に「一直線状の触覚記号」をつけてシャンプーやリンスと識別できるようにしています

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

花王は、企業理念である「花王ウェイ」(P1参照)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。

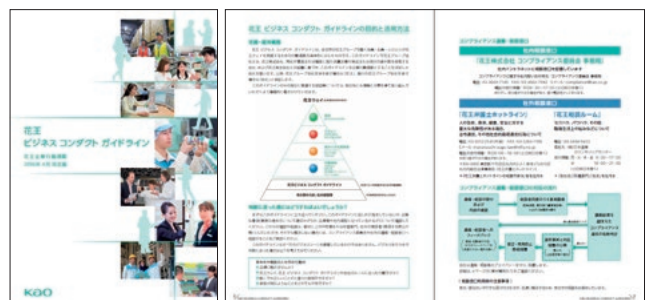
花王はこの言葉をコンプライアンス活動の原点と位置づけ、「花王ウェイ」を実践するための行動規範を具体的に示した「花王ビジネスコンダクトガイドライン」では、「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を基本におき、良識ある公正な行動により、花王が誠実で清潔な“徳のある企業”として、すべてのステークホルダーから支持されることをめざすことを表明しています。

グローバル

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

企業理念「花王ウェイ」は、多様な考え方と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。

グローバル



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・流通过程」に関する認証(RSPO SCCS認証)を受けています。



パーム油・パーム核油をつくるアブラヤシの実

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

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。



花王グループ社員への人権方針浸透に向けた研修

*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

Web

花王人権方針

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

花王 ビジネス コンダクト ガイドライン

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

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 ₂ 〉 2020年までに消費者向け製品でCO ₂ 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	● 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て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

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

※4 GPS安全性要約書: ICCA(国際化学工業協会協議会)が提唱するGlobal Product Strategy(国際的な化学品管理戦略)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"> ●UD視点での継続的な改良実施 ●啓発活動の継続(講演会など) ●字幕CMの本格放送に向けた次なるステップへの活動(複数社提供番組でのトライアル放送の実現をめざす) 	<ul style="list-style-type: none"> ●新製品改良品におけるUD視点での改良実施率91% ●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) ●社外向け花王UD取り組み紹介(講演会16回、イベント4回) ●がん患者さん向け商品紹介イベント(2回) ●小学生向けUD授業(7校) ●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) 	<ul style="list-style-type: none"> ●UD視点での継続的な改良実施 ●啓発活動の継続(小学校向けUD授業・講演会・セミナーなど) ●字幕CMの本格放送に向けた次なるステップへの活動(複数社提供番組でのトライアル放送の実現をめざす、普及推進協議会への働きかけなど)
	肥満・生活習慣病の予防・改善	<ul style="list-style-type: none"> ●ウォーキングイベントへの協賛(日本の参加人数:10万人) ●QUPiOへの参加(日本)(参加企業数:60社) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ウォーキングイベントへの協賛(日本の参加人数:15万人) ●QUPiOへの参加(日本)(参加企業数:69社、QUPiO利用者数250万人) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ウォーキングイベントへの協賛(日本の参加人数:10万人) ●QUPiOへの参加(日本)(参加企業数:60社)
健康/ 高齢化/衛生等の 社会的課題を解決	現地の生活環境・習慣にあった赤ちゃんの健康推進	<ul style="list-style-type: none"> ●ベビー用紙おむつの展開国拡大 ●母親学級・両親学級等による啓発活動と使用見本サンプルリング(日本:68万人) ●メリーズ新生児用・Sサイズのサンプル配布(日本:121万個) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ベビー用紙おむつのアジア展開拡大(インドネシア) ●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) ●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) 	<ul style="list-style-type: none"> ●ベビー用紙おむつの展開国拡大 ●母親学級・両親学級等による啓発活動と使用見本サンプルリング(日本:78万人、アジア:370万人) ●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)
	手洗い習慣の普及による衛生向上を推進	<ul style="list-style-type: none"> ●小学校・幼稚園出張講座による啓発活動(日本:幼稚園160園、小学校100校) ●手洗い啓発用のサンプル配布(日本:幼児・小学生ほか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)) 	<ul style="list-style-type: none"> ●小学校・幼稚園出張講座による啓発活動(日本:幼稚園160園、小学校111校) ●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)) 	<ul style="list-style-type: none"> ●小学校・幼稚園出張講座による啓発活動(日本:幼稚園160園、小学校120校) ●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))
	毎日を快適に暮らすために、より充実した初経教育の普及拡大	<ul style="list-style-type: none"> ●初経教育用の教材・啓発者数(日本:6,000校 48万人)(アジア計:48万2,000人(台湾・タイ・インドネシア)) 	<ul style="list-style-type: none"> ●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)) 	<ul style="list-style-type: none"> ●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))

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実施 ● 購買部門転入者への100%教育実施

カルチャー

重要課題：●ダイバーシティ&インクルージョン

取り組み内容	主な活動	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(時間プール制(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

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>

2016年6月発行



グリーン購入に取り組んでいます

