

Kirei Lifestyle Plan –花王のESG戦略– 102-16

花王は、2030年にめざす姿「グローバルに存在感のある会社」を達成するためESG活動を強化しています。

2019年には、花王のESG活動の方向性を示し、具体的な活動内容で将来への意欲的な意気込みを示した、Kirei Lifestyle Planを策定しました。

これまで掲げていた「花王サステナビリティ ステートメント」の精神はKirei Lifestyle Planに継承しており、これを以って社会のサステナビリティに一層貢献していきます。

花王のESG活動を支える理念

花王ウェイ

花王は創業当初より、事業活動を通して社会のサステナビリティに貢献することを使命としてきました。企業理念である花王ウェイに「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」と定めています。



→「花王ウェイ」
www.kao.com/jp/corporate/about/policies/kaoway.html

Kirei Lifestyle Plan

2016年、花王は2030年長期経営ビジョン「2030年までに達成したい姿」を策定しました。それに伴い、ESG活動の方向性を示し、具体的な活動内容で将来への意欲的な意気込みを示したKirei Lifestyle Planを策定しました。

Kirei Lifestyle Planは、「花王のESGビジョン」と、それを実現するための戦略「花王のESGコミットメントとアクション」で構成されています。

花王のESGビジョン

「花王のESGビジョン」は、花王のESG活動が世界の人々のサステナブルな暮らし、さらにはその周りに広がる社会や地球のためにある、という考え方に基づいています。

また、私たちのESG活動の基盤が「正道を歩む」ことにあると示しており、創業者 長瀬富郎の言葉、「天佑は常に道を正して待つべし」を継承するものです。

花王のESGコミットメントとアクション

Kirei Lifestyle Planにおける活動は、「花王のESG

コミットメントとアクション」で示されています。人々の暮らしにつながる3つの柱、「快適な暮らしを自分らしく送るために」、「思いやりのある選択を社会のために」、「よりすこやかな地球のために」と、それらの基盤である「正道を歩む」で構成されています。

それぞれの柱は、重点取り組みテーマ「花王のアクション」を設定するとともに、2030年までに達成したい意欲的な目標としてコミットメントを掲げています。

19の重点取り組みテーマにもそれぞれ中長期目標を掲げており、確実かつ実効性のある活動につなげていきます。



→詳細はP10「中長期目標」

なお、これまでの「花王サステナビリティ ステートメント」で掲げていた9つの重点取り組みテーマのほとんどが、新たに設定した19の重点取り組みテーマに引き継がれています。また、これまで用いていた3つの領域、「エコロジー」、「コミュニティ」、「コーポレート・カルチャー」は、人々の暮らしに基づき、新たに設定した3つの柱とそれらを支える基盤に改められています。

花王の ESGビジョン

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かに暮らすこと。

Kirei Lifestyle とは、すべてにおもいやりが満ちていること。

自分自身の暮らしが清潔で満ち足りているだけでなく、

周りの世界もまたそうであることを大切にすること。

Kirei Lifestyleとは、こころ豊かな暮らしが、

今日だけではなく、これからも続くと安心できること。

日々の暮らしの中で、たとえ小さなことでも、

正しい選択をして、自分らしく生きるために。

花王はこうしたKirei Lifestyle が

何よりも大切だと考えています。

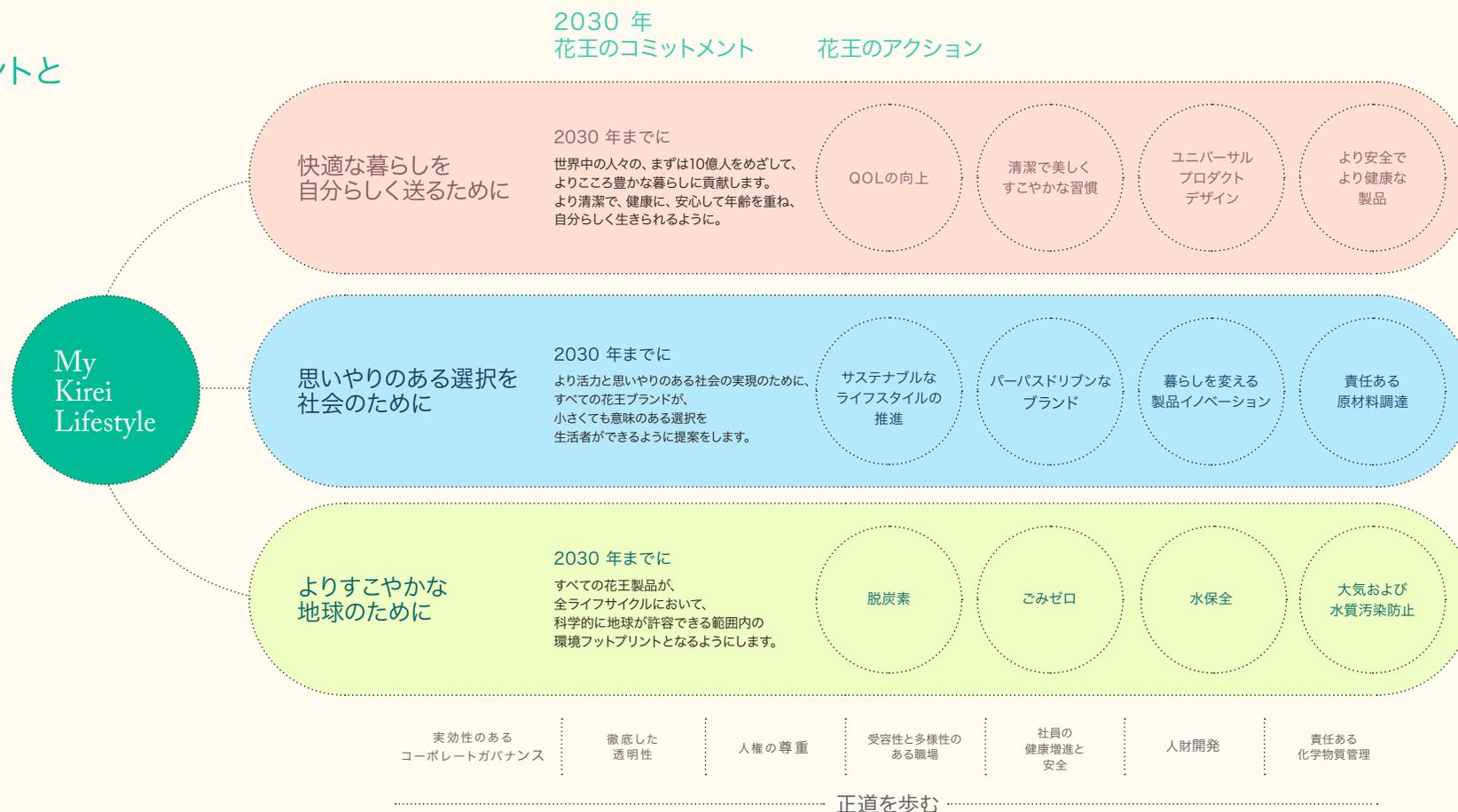
だからこそ、決して妥協をせず、

正しい道を歩んでいきます。

世界中の人々のこころ豊かな暮らしのために、

私たちは革新と創造に挑み続けます。

花王の ESGコミットメントと アクション



Kirei Lifestyleの実現による事業成長

花王のESG活動と、それによるKirei Lifestyleの実現の目的は事業の成長です。Kirei Lifestyle Planは、経営ビジョンを達成するための主軸となっています。



→花王統合レポート2019
価値創造モデル

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/reports-fy2019j-all.pdf#page=12

花王グループの経営ビジョン

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/reports-fy2019j-all.pdf#page=36

中期経営計画「K20」

2017年にスタートした中期経営計画「K20」は2030年までに達成したい姿を実現するための重要な通過点です。

3つの「K20」の目標のすべてにおいてESG活動は不可欠です。

2017～2020 年度

中期経営計画「K20」※

以下の3つに徹底してこだわった中期経営計画

「特長ある企業イメージの醸成」へのこだわり

- 生活者の気持ちにそっと寄り添える企業

「利益ある成長」へのこだわり

- 過去最高益更新の継続
- 実質売上高CAGR+5%
- 営業利益率15%
- 売上高1,000億円ブランドを3つ（「メリーズ」「アタック」「ビオレ」）

「ステークホルダー還元」へのこだわり

- 株主：連続増配継続（配当性向目標40%）
- 社員：継続的な処遇アップ、健康サポート
- 顧客：Win-Winの最大化

計画達成のためのESG活動

- ・花王らしい社会のサステナビリティへの貢献を行ない、その活動においてステークホルダーと双方向でコミュニケーションします
- ・ESGを事業に組み込むことで「利益ある成長」モデルを構築します
- ・社会課題の解決に貢献することを通して、企業価値を向上させ、ステークホルダーに還元します

2030年までに達成したい姿

2030年までに達成したい姿※

グローバルで 存在感のある会社 「Kao」

特長ある企業イメージの定着

高収益グローバル消費財企業

ステークホルダーへの高レベル還元

達成したい姿の実現のためのESG活動

- ・事業を通じたESGの取り組みをコストではなく、将来への成長投資としてとらえ攻めのESG活動を進めます
- ・新設されたESG部門とESG委員会のもと、グローバルな取り組みを推進します
- ・花王らしい活動を「Kirei Action」とし、思いをこめたモノづくりがコトを創造して、ココロに届く活動と、届けた製品を最後までフォローする活動を進めていきます

※ 2020～2030年の間には、これら2つのアクションプランをつなぐ個別のアクションプランが策定される可能性があります。

重点取り組みテーマの選定プロセス

花王は、「花王のESGコミットメントとアクション」における19の重点取り組みテーマを以下の4つのステップで選定しました。

選定ステップ



重点取り組みテーマ選定の目的

1. 社会の状況や課題、花王への期待の変化をとらえ、的確に対応する
2. 花王の方針、事業環境や戦略の変化を踏まえ、ESG活動を戦略的に実行する
3. 経営資源を効果的に投入し、実効性のある活動にする

2018年に実施した重点取り組みテーマの選定

1. 候補テーマの特定 (Identification)

1.1 候補テーマのリストアップ

以下を参考に候補テーマをリストアップしました。

- ・ ISO26000
- ・ GRI Standards
- ・ SDGs
- ・ ESG評価機関の評価項目
- ・ 世界のメガトレンド
- ・ 社内ワークショップ
- ・ 他企業のマテリアリティ
- ・ 第三者の意見

78の候補テーマ(環境分野:17、社会分野:37、ガバナンス分野:24)が選出されました。

1.2 トップインタビュー

代表取締役、取締役、常務執行役員8名にインタビューし、ESG戦略に対する考えや要求事項を整理しました。

1.3 リージョンワークショップ

アジア、米州、欧州においてワークショップ形式で、ビジネスニーズ、サステナビリティニーズ、消費者・顧客ニーズのすべてを同時に満たす活動を現場視点で抽出し、グローバルで存在感のある会社につなげていく要素を抽出しました。

2. 優先度の設定 (Prioritization)

1.1でリストアップした78の候補テーマについて、花王の事業成長や企業価値向上における重要度を、社外のステークホルダーおよび社員に評価してもらいました。

回答者の属性

- ・ 社外のステークホルダー 32名(日本人21名、その他11名)
- ・ 社員71名(日本人39名、その他32名)

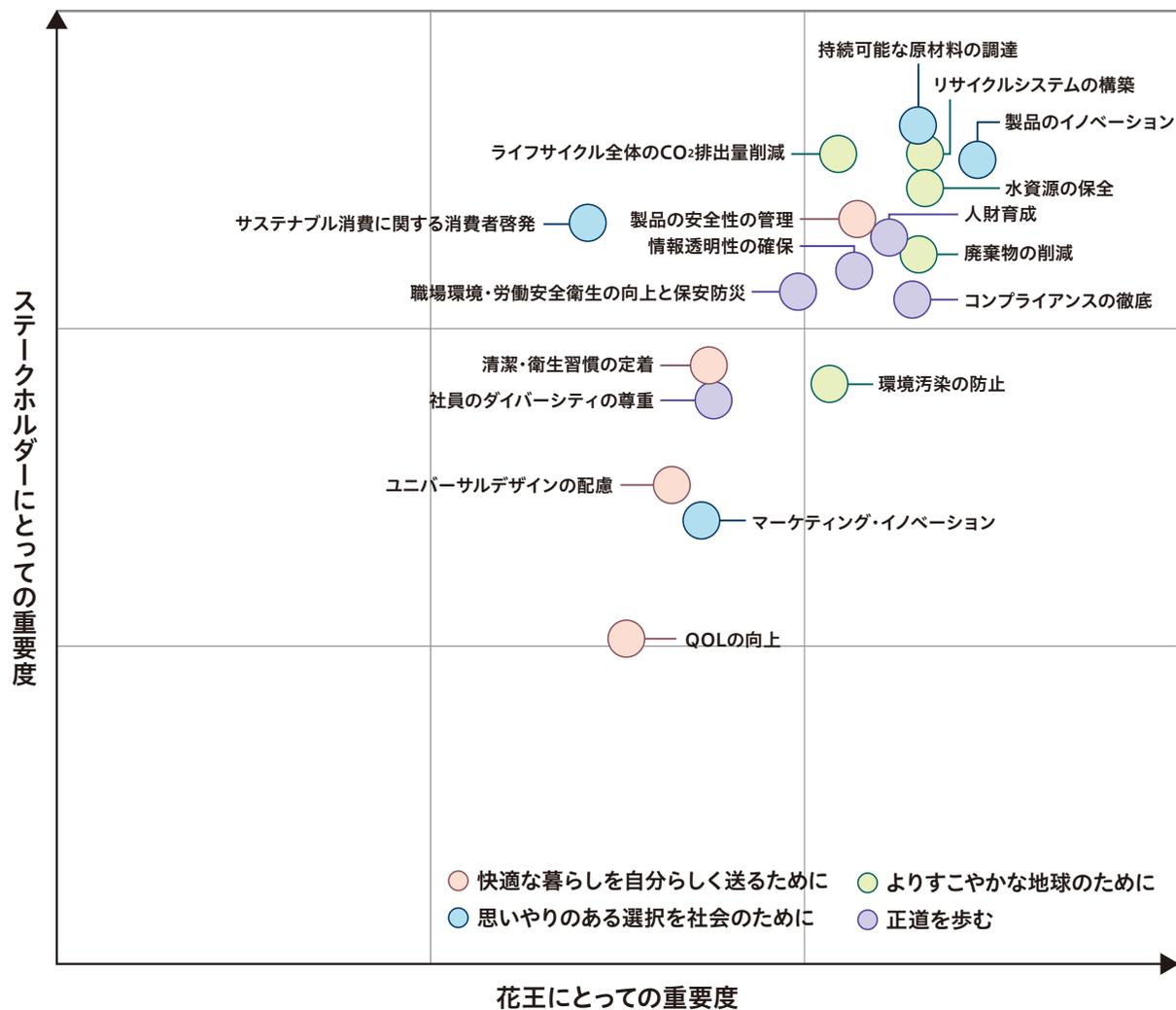
社外のステークホルダーとして、次の各グループの代表者の方々に回答をご協力いただきました。

- ・ 消費者・顧客
- ・ サプライヤー
- ・ 地域社会
- ・ NGO/NPO
- ・ アカデミア
- ・ 業界団体・同業者
- ・ 株主・投資家

Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 - 103-1,103-2,103-3,102-47

評価結果を、「ステークホルダーにとっての重要度」と「花王にとっての重要度」の2軸でマッピングし、マテリアリティ・マトリックスにしました。

マテリアリティ・マトリックス



当評価結果と第三者意見をもとに、各部門の責任者で構成されるESG推進会議で審議し、19の重点取り組みテーマを選定しました。

なお、上記調査で評価が比較的高かったにも関わらず、重点取り組みテーマに含まれなかったテーマは別の組織体で管理、実行していきます。たとえば、社外で評価の高かった「大規模災害に対する備えと復興の支援」はレスポンシブル・ケア推進委員会で、以前から取り組んでいるテーマです。

3.承認 (Validation)

ESG推進会議で選定した19の重点取り組みテーマはESG委員会で審議し、取締役会で承認しました。

これに基づき各部門はそれぞれの目標および活動計画を策定し、ESG活動を実行していきます。

4.レビュー (Review)

19の重点取り組みテーマは定期的にレビューし、前述した選定のステップの1.~3.を経て見直ししていきます。



→体制について詳細はP9「ESG推進体制」

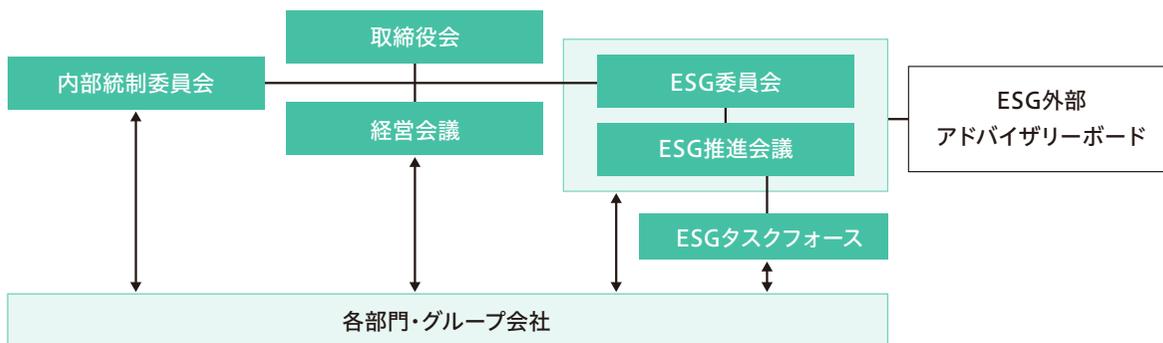
ESG 推進体制

より柔軟で強靱なESG活動を実現するため、2018年に体制を刷新しました。取締役会の下にESGに関する最高意思決定機関であるESG委員会、社外の視点を反映させるため外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボード、ESG戦略を遂行するためのESG推進会議、注力テーマについて活動を提案するESGタスク

フォースがあり、各部門の活動を推進します。

ESG委員会は経営層、ESG推進会議は事業部門、リージョン、機能部門、コーポレート部門の責任者で構成することで、ESG課題について迅速に経営判断を行ない、グローバルに展開する各部門が事業活動に展開することができる体制を構築しています。

ESG 推進体制



各組織体の役割、構成、開催頻度

組織体	役割	構成	開催頻度
ESG委員会	・花王グループのESG活動に関する方針および戦略の策定 ・ESG推進会議の戦略に基づく具体的な計画等の策定指示 ・ESG推進会議からの上程事項の審議・決定	委員長:社長執行役員 委員:専務執行役員、常務執行役員等	年4回
ESG外部アドバイザリーボード	・ESG委員会に対し社外の視点から、ESG委員会の諮問に対し答申・提言 ・ESG委員会に対し、世界レベルの計画策定・実行ができるような情報の提供 ・外部との協働や連携の機会の提供	委員長、委員:社外有識者	年1回
ESG推進会議	・花王グループのESG戦略の具体化を推進し、ESGを事業戦略、事業活動に統合 ・注力テーマを実行するために、適宜ESGタスクフォースを設置	議長:ESG部門の責任者 委員:事業部門、リージョン、機能部門、コーポレート部門の責任者	年8~12回
ESGタスクフォース	・注力テーマ別に設置。ESG推進会議で策定した具体的計画に基づいた活動提案	委員:注力テーマに関係する部門の社員	適宜設定

ESG 推進のための教育・啓発

花王サステナビリティ ステートメントの発表以来、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。

社内研修を通じた啓発

人事部門やSCM部門が主催する各種研修のプログラムにサステナビリティの単元を組み込んでいます。2018年は、海外へ赴任する前の海外トップマネジメント研修、中途入社社員向けのキャリア研修、SCM部門の基本講座、グローバルテクノスクールでサステナビリティの講義を実施しました。

講演会

社外の有識者による社内講演会を、花王(株)本社で開催しました。2018年は、気候変動に関する最新動向について、国連環境計画・金融イニシアチブ特別顧問やWWFジャパン会長を務める末吉竹二郎氏にご講演いただきました。

ワークショップ

アジア、米州、欧州において実施したワークショップで、今後のESG推進の方針や関連情報について伝達しました。

ESG推進会議委員への教育

ESG推進会議において、ESG推進の方針や関連情報について伝達しました。

中長期目標

19の重点取り組みテーマには、それぞれ中長期目標が設定されています。

中長期目標に基づき、各部門で事業活動に沿った小目標を策定しており、2019年から計画に基づく活動をスタートしました。

今後、各部門の活動状況を確認しながら進捗を管理していきます。

19の重点取り組みテーマの中長期目標

重点取り組みテーマ	指標	目標値	目標年	基準年	SDGs
快適な暮らしを自分らしく送るために					
QOLの向上	快適で、美しく、すこやかな暮らしに貢献し、こころに響く新製品・改良品の比率	100%	2030	—	1 3 5 17
清潔で美しくすこやかな習慣	花王の製品やサービスを使い、清潔で美しくすこやかな習慣を身につけるための啓発活動のカバー率 (範囲:対象ターゲット)	100%	2030	—	3 6 17
ユニバーサル プロダクト デザイン	花王ユニバーサルデザインガイドラインに適合する新製品、改良製品の比率	100%	2030	—	10 12 17
より安全でより健康な製品	設定した懸念成分を対象に、花王の考え方を開示した比率	100%	2030	—	3 12 17
思いやりのある選択を社会のために					
サステナブルなライフスタイルの推進	サステナブルなライフスタイルを実現する情報、情報ツールの提供、および啓発・対話活動を実施しているブランド比率 (範囲:対象ターゲット)	100%	2030	—	4 11 12 17
パーパスドリブンなブランド	社会的課題に対応し、生活者の暮らしや社会で共感を得られる、存在意義のあるブランドの比率	100%	2030	—	11 12 17
暮らしを変える製品イノベーション	ライフスタイルに大きく、ポジティブなインパクトを与える製品の提案	10件以上	2030	—	9 12 13 17
	サステナブルガイドラインに適合した新製品・改良品数の比率	100%	2030	—	
責任ある原材料調達	家庭用製品に使用した認証紙製品・パルプの比率	100%	2025	—	8 12 14 15 17
	小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認	完了	2030	—	

Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 - 103-2,103-3

重点取り組みテーマ	指標	目標値	目標年	基準年	SDGs
よりすこやかな地球のために					
	外部評価機関による評価レベル	最高レベル	毎年	—	3 6 7 12 13 14 17
脱炭素	ライフサイクルCO ₂ 排出量(絶対量)削減率	22%	2030	2017	7 12 13 17
	スコープ1+2 CO ₂ 排出量(絶対量)削減率	22%	2030	2017	
ごみゼロ	革新的なフィルム容器包装の年間普及量(花王+社外)	3億個	2030	—	12 14 17
	廃棄物量(全拠点から排出し、リサイクルされないもの)	ゼロ	2030	—	
水保全	ライフサイクル水使用量(原単位)削減率	10%	2030	2017	6 12 17
	湯水地域におけるライフサイクル水使用量(原単位)削減率	40%	2030	2017	
大気および水質汚染防止	VOC、COD 排出量を開示する工場の比率	100%	2025	—	3 6 12 14 17
正道を歩む					
実効性のあるコーポレートガバナンス	外部評価機関による評価レベル	最高レベル	毎年	—	
	重大なコンプライアンス違反件数	ゼロ	毎年	—	
徹底した透明性	成分情報が簡単に入手できる製品比率(家庭用製品)	100%	2030	—	12 17
人権の尊重	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(社内、サプライヤー、委託先におけるリスクアセスメント)	100%	2030	—	5 8 17
受容性と多様性のある職場	社員の声・社員意識調査「Find」の「受容性と多様性に関する設問」における肯定的回答率	75%	2030	—	5 8
	女性管理職比率	全社員女性比率に同じ	2030	—	
社員の健康増進と安全	休業災害度数率	0.1	2030	—	3 8
	平均長期休業日数 ※日本から開始	105	2030	—	
	長期休業者率(千人率) ※日本から開始	0.12	2030	—	
人財開発	社員の声・社員意識調査「Find」の「人材育成の仕組み・風土」における肯定的回答率	75%	2030	—	8
	社員の声・社員意識調査「Find」の「会社/仕事への満足」における肯定的回答率	75%	2030	—	
責任ある化学物質管理	安心して使い続けられる製品・原料の有用性と安全性情報の公開率	100%	2030	—	3 6 12 14 17
	事業拠点において、原材料調達から廃棄までを考慮し、健康・環境・安全への影響を管理できた比率	100%	2030	—	

2018年の実績

2018年の実績および事業・社会へのリターンは以下の通りです。

事業に及ぼす効果

1. 事業の成長

環境配慮製品による効果

2018年の“いっしょにeco”マーク製品の売上比率(国内消費者向け製品)は29%となり、前年と同じ比率でした。日本国内消費者向け事業は、8,862億円から8,839億円と約0.3%減少となりました。環境配慮製品が事業成長に貢献することはできませんでした。売上げを前年並みに維持する効果があったと考えられます。

2. コスト削減

環境保全対策に伴う経済効果

2018年は41億円の経済効果がありました。省資源による費用節減が最も大きく、23億円でした。



→ P94「エコロジー>環境会計」

3. リスクの低減

2018年は、リスクの顕在化による大きな事業機会損失はありませんでした。

4. 信用度の向上

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2019年2月に発表した「World's Most Ethical Companies 2019」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、13年連続となります。13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「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」に沿って実践してきた姿勢が高く評価されたものと受け止めています。

社会に及ぼす効果

2017年に、事業活動に伴う非財務的な影響を貨幣価値換算し、財務インパクトと統合することで、花王の事業活動によるリターンを統合的に評価する試みを実施し、研究成果としてまとめました。結果は、リターンは大きくプラスとなりました。その要因は従業員への賃金を使用した算定手法で支配的であった点ですが、未算定の要素の算定拡大や、財務的な影響を貨幣価値に換算する係数の精緻化等が今後の課題です。



→ Study on returns to Kao's stakeholders 2017
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/databook-2017-study.pdf

Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略- 102-12

SDGsへの貢献

2030年に向け、持続可能な社会を実現するための指標として国際社会で合意された「持続可能な開発目標(SDGs)」は、経済、社会、環境の統合的向上を打ち出しており、企業の貢献は非常に重要であると考えられています。

以下のように、SDGsの達成を目的として、「花王のESGコミットメントとアクション」で定めた重点取り組みテーマに取り組んでいきます。

19の重点取り組みテーマが貢献するSDGs

重点取り組みテーマ	1 貧困をなくす	2 健全な食生活と栄養	3 健康と長寿を促す	4 質の高い教育をみんなに	5 ジェンダー平等を推進する	6 安全な水とトイレを世界中に	7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8 働きがいも、経済成長も	9 産業と雇用創出を促す	10 人や国ごとの格差をなくす	11 住み続けられるまちづくりを	12 つくる責任、つかう責任	13 気候変動に具体的な対策を	14 海の豊かさを守ろう	15 陸の豊かさも守ろう	16 平和と公正な社会を築こう	17 パートナーシップで目標を達成しよう
快適な暮らしを自分らしく送るために																	
QOLの向上	●		●		●												●
清潔で美しくすやかな習慣			●			●											●
ユニバーサル プロダクト デザイン										●			●				●
より安全でより健康な製品			●										●				●
思いやりのある選択を社会のために																	
サステナブルなライフスタイルの推進				●							●	●					●
パーパスドリブンなブランド											●	●					●
暮らしを変える製品イノベーション									●			●	●				●
責任ある原材料調達								●				●		●	●		●
よりすやかな地球のために																	
脱炭素							●					●	●				●
ごみゼロ												●		●			●
水保全						●						●					●
大気および水質汚染防止			●			●						●		●			●
正道を歩む																	
実効性のあるコーポレートガバナンス																	
徹底した透明性												●					●
人権の尊重					●			●									●
受容性と多様性のある職場					●			●									
社員の健康増進と安全			●					●									
人財開発								●									
責任ある化学物質管理			●			●						●		●			●

バリューチェーンを通して社会に及ぼす影響

花王の事業は、そのバリューチェーンを通して社会にさまざまな影響を及ぼします。

「花王のESGコミットメントとアクション」で定めた19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わりを示したものが以下の表です。

この中で、特に社会への影響が大きく、かつ花王への期待が大きいもの、花王の事業成長や企業価値向上において重要度が高いものを示しています。

19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わり

重点取り組みテーマ	原材料購入	開発・生産	輸送	販売	使用	廃棄・リサイクル
快適な暮らしを自分らしく送るために						
QOLの向上				●	●	
清潔で美しくすこやかな習慣				●	●	
ユニバーサル プロダクト デザイン				●	●	●
より安全でより健康な製品					●	●
思いやりのある選択を社会のために						
サステナブルなライフスタイルの推進				●	●	●
パーパスドリブンなブランド	●	●			●	●
暮らしを変える製品イノベーション	●	●			●	●
責任ある原材料調達	●					
よりすこやかな地球のために						
脱炭素	●	●	●	●	●	●
ごみゼロ	●	●	●	●	●	●
水保全	●	●	●	●	●	●
大気および水質汚染防止		●			●	●
正道を歩む						
実効性のあるコーポレートガバナンス	●	●	●	●	●	●
徹底した透明性	●	●	●	●	●	●
人権の尊重	●	●	●	●	●	●
受容性と多様性のある職場		●	●	●		
社員の健康増進と安全		●	●	●		
人財開発		●	●	●		
責任ある化学物質管理	●	●	●	●	●	●

世界のメガトレンドに 대응する「花王のESGコミットメントとアクション」

花王は、事業活動をとりまく国際社会の情勢に注視し、「花王のESGコミットメントとアクション」における19の重要取り組みテーマで対応しています。

注視した世界のメガトレンド(抜粋)

デジタル化社会

デジタル化が進み、バーチャルなコミュニティが形成されて人々の行動や価値観に影響を及ぼしています。このような流れにより、消費者の商品選択において多様な情報の需要が増大していくことが予想されますが、「思いやりのある選択を社会のために」ではサステナビリティに関する製品情報を拡充しコミュニケーション、マーケティングを強化していきます。

高齢化社会

高齢化社会はすでに先進国で進行していますが、将来は途上国でも進んでいくことが予想されます。ユニバーサルデザインはご高齢の人々の暮らしを快適にする大きなソリューションになります。

海洋プラスチック問題

海洋プラスチック問題への注目度が急速に高まっています。容器包装等でプラスチックを使用している花王にとって、この状況はリスクといえますが、重点取り組みテーマとして掲げた「ごみゼロ」や「暮らしを変える製品イノベーション」の実行のもと、容器包装の削減やリサイクルシステムへの構築を通して社会に貢献し、

企業価値向上につながります。

気候変動

気候変動は以前から世界の最優先課題の一つですが、頻発する異常気象や米国のパリ協定離脱など、年を追うごとに注目が高まっています。異常気象による操業休止や、各種規制強化によるコスト増がリスクですが、一方、重点取り組みテーマの「脱炭素」は自社の操業だけでなく、消費者、ビジネスパートナーのCO₂削減を進めるものであるため、「サステナブルなライフスタイルの推進」や「パーパスドリブンなブランド」と連携することで、花王製品を選択いただける消費者、顧客が増え、事業機会の増加につながると考えています。

花王のESGコミットメント 柱1: 快適な暮らしを自分らしく送るために

中長期目標

2030年までに、世界中の人々の、まずは10億人をめざして、よりこころ豊かな暮らしに貢献します。

より清潔で、健康に、安心して年齢を重ね、自分らしく生きられるように。



花王のアプローチ

「快適な暮らしを自分らしく送るために」は、「My Kirei Lifestyle」を支える中心的な柱です。花王が創業以来取り上げてきたテーマであり、その課題解決においては花王の強みを発揮できると考えています。

花王のアクション



認識している社会的課題/メガトレンド

清潔・衛生の確保は、日々の暮らしの基盤ですが、全世界の人々がそれを享受しているわけではありません。たとえば、安全に管理された衛生設備を使用できる人々の割合は世界人口の39%に留まっています(2015年)。また、物的な充足が進んでも、こころの豊かさを含むオウリティ オブ ライフの向上は、先進国を含め世界全体の課題です。さらに先進国においては、進行する高齢化社会への対応や、化学物質の健康への影響に関心が高まっています。

具体的なアプローチ方法

- ・ 製品の設計、新コンセプトをもつ商品の開発を通じた取り組み
- ・ 消費者の皆さまへの啓発やマーケティング活動
- ・ ステークホルダーとの協働

社会・事業へのリターン

社会へのリターン

社会を構成する一人ひとりに直接、製品を通して以下の3段階でリターンをもたらします。

①快適に使い、より安全で健康な製品の使用

ユニバーサルデザインの製品をお使いいただくことで、ご高齢の方だけでなく、あらゆる方が毎日快適さを実感いただけます。より安全でより健康な製品をお使いいただくことで、安心感が生まれ、心身にすこやかさがもたらされます。

②清潔で美しくすこやかな生活習慣の定着

たとえば、ハンドソープ製品を使って手を洗う行為が、適切な場面で、適切に行なわれ習慣づけられると、一人ひとりの清潔、衛生が保たれ、感染症を防ぐことができ、すこやかな暮らしの土台になります。

③QOLの向上

QOLとは、生活習慣などの領域を超えた、人間らしい生活、自分らしい生活を示す尺度です。外面的な美しさだけでなく、内面的な美しさをも生み出し、自分らしさへの自信へとつながるように役に立っていきます。

花王へのリターン

社会へのリターンに根ざしたこのような取り組みは、同時に花王の成長にもつながります。

快適性を実感いただける製品や、安全で健康に寄与する製品が消費者の皆さまに安心感と信頼感をもたらし、顧客ロイヤリティが向上します。それにより皆さまが花王製品を継続的に選択することが、花王の事業成長につながります。

清潔で美しくすこやかな生活習慣の定着のためには、製品の提供だけでなく、消費者の皆さまへの啓発も大切です。啓発活動により、製品を認知する機会が増加し、より効果的な製品を選択することができます。また、コミュニケーションにより信頼感が醸成され、レピュテーションが向上するため、事業成長に寄与すると考えています。

さらに、花王製品とその取り組みが一人ひとりのところに届き、暮らしの豊かさを実感いただくと、信頼感とレピュテーションは個人から周りの人々に広く波及していきます。これは、花王製品をお使いいただく人々の拡大による事業成長にも寄与し、また、強固な信頼感は風評被害への耐性を高め事業リスクの低減にも寄与すると考えています。

こうした取り組みによりつくりだされた製品・サービスを通して、世界の皆さまの日々の暮らしやころまでも豊かにしていきます。そして皆さまからの共感や信頼が一層花王の事業を成長させ、花王の企業価値を高めていきます。

花王のESGコミットメント 柱2: 思いやりのある選択を社会のために

中長期目標

2030年までに、より活力と思いやりのある社会の実現のために、すべての花王ブランドが、小さくても意味のある選択を生活者ができるように提案をします。



花王のアプローチ

「快適な自分らしい暮らし」をとりまく人々、コミュニティ、社会がサステナブルであることで「My Kirei Lifestyle」が成り立ちます。花王は、自身のみならず消費者や法人顧客、そしてサプライヤーをはじめとするステークホルダーの選択が大きな影響を及ぼすことを認識しています。花王は調達から輸送にいたるまで製品のライフサイクル全体で「責任ある選択」を行ない、同時に花王ブランドが、消費者にとって価値ある選択肢となることで、社会のサステナビリティに貢献していきます。

花王のアクション

花王は、イノベーションによる社会課題の解決をブランドの存在意義として掲げ、さまざまな取り組みをグローバルに展開していくことで、消費者のサステナブルなライフスタイルを支えています。次の重点取り組みテーマを掲げ、包括的なアプローチを展開しています。



※ パーバズとは、「自らの存在理由」を意味します。
花王におけるパーバズドリブなブランドとは、消費者へのブランドプロミスを実現し、会社に収益をもたらすだけでなく、より大きな社会的使命を持ち、人々や社会にポジティブな影響を与えるブランドのことです。

認識している社会的課題/メガトレンド

環境や社会に配慮した製品やサービスを選んで消費する「エシカル消費」が広がっています。環境配慮においては、たとえば近年注目されている海洋ゴミ問題への解決に向けては、つめかえ製品を普及させることで大きく貢献できます。消費者や法人顧客の皆さまに選択してもらえるようなつめかえ容器を開発し、その提供範囲を拡大すること、つめかえ容器の有用性を啓発していくことが重要です。

また、洗浄成分の原料であるパーム油を調達する際は、森林破壊に加担しないパーム油を選択する等、さまざまな原材料の調達において責任のある選択が求められています。

具体的なアプローチ方法

- ・ 製品の設計、新コンセプトをもつ商品の開発を通じた取り組み
- ・ 消費者の皆さまへの啓発やマーケティング活動
- ・ ステークホルダーとの協働

社会・事業へのリターン

社会へのリターン

4つのアクションは、以下の3つの形で、社会にリターンをもたらします。

①消費者・顧客のサステナブルなブランド・製品選択の支援

日用品は世界中の消費者が毎日あらゆる場所で使用するため、社会へ大きなインパクトを及ぼします。したがって、花王がサステナブルな製品を創出し、消費者に選択されることは、環境面、社会面のあらゆる領域において社会にリターンをもたらします。サステナブルな社会の構築には、消費行動のサステナブル化も大切になります。

今後アジアをはじめグローバルに生活水準が向上し、大量消費社会の拡大が懸念されています。製品選択や製品の使い方、廃棄・リサイクルをサステナブルに変革していくことは、消費者の皆さまに直接関わっている花王が貢献できることです。責任ある消費はSDGsでも取り上げられている重要な要素です。

ケミカル事業の製品を使用する法人顧客についても、規模こそ異なりますが、ケミカル製品が各種最終製品となって社会にインパクトを及ぼす点では同じです。

②消費者・顧客に選ばれるブランド・製品パフォーマンスの構築

①の基盤には消費者・顧客に選ばれるブランド・製品パフォーマンスの構築が必須と考えています。重点取り組みテーマの一つである「パーパスドリブンなブランド」

を社会にリターンをもたらす道標とし、パーパスに基づき「暮らしを変える製品イノベーション」で優れた製品を創出し、暮らしと社会の変革というリターンを生み出します。

花王らしさを特徴づけるイノベーションの創出には、以前から多大な投資をしてきました。今後も社会全体の変革に資するイノベーションを創出していきます。

③責任ある調達活動

責任ある原材料調達により、世界に広がるサプライチェーンを通して、環境保全、持続可能な社会構築へ貢献していきます。

花王へのリターン

社会へのリターンに根ざしたこのような取り組みは、同時に花王の成長にもつながります。

ブランド・製品のパーパスをサステナビリティ性能やブランドの指針として具体化することで、消費者・顧客の理解・賛同が得られ、信頼性と顧客ロイヤリティが向上します。それにより皆さまが花王製品を継続的に選択することが、花王の事業成長につながります。

情報化社会が進むなか、消費者・顧客にさまざまな形で正確にブランド・製品のサステナビリティ情報を発信していくことは、事業機会につながると考えています。また、消費者・顧客の要望や社会からの要請を製品づくりに反映することで、信頼性やレピュテーションがますます

向上し、事業成長に結びつきます。

「暮らしを変える製品イノベーション」は花王製品、ブランドの差別化と花王らしさの醸成につながります。イノベーションを実感できる花王製品を世界に展開することで、事業成長を牽引していきます。

「責任ある原材料調達」の推進は、調達におけるリスクを低減します。サステナブルでない原材料調達は社会に対して問題があるだけでなく、行政や業界団体からは正勧告を受け、生産や製品供給の停止を招き、事業機会を喪失するおそれがあります。

これらの取り組みにより社会のサステナビリティに貢献し、同時にSDGs達成に貢献していくことが、花王の事業を成長させて企業価値を高め、ひいてはグローバルにおける存在感の向上につながるものと確信しています。

花王のESGコミットメント 柱3:よりすこやかな地球のために

中長期目標

2030年までに、すべての花王製品が、全ライフサイクルにおいて、科学的に地球が許容できる範囲内の環境フットプリントとなるようにします。



花王のアプローチ

「快適な自分らしい暮らし」が、サステナブルなコミュニティ、社会で支えられ、「My Kirei Lifestyle」を完成させるには、その両方をとりまき、支える地球がすこやかできれいである必要があります。

花王のアクション

花王はこのような地球環境に関わる社会課題に対して、次の重点取り組みテーマを掲げ、包括的なアプローチを展開しています。



認識している社会的課題/メガトレンド

2015年にパリ協定が採択され、温室効果ガス削減に世界全体で取り組む枠組みができましたが、平均気温の上昇が止まらず、異常気象が頻発し被害が増加する一方です。海洋ゴミ問題もさまざまな調査研究結果が明らかになるにつれ、喫緊の課題になっています。社会全体で廃棄物を削減し、リサイクルシステムを構築するには各分野の連携が必要ですが、現在は部分的な取り組みの強化が始まった段階にあり、理想的な状態になるまでには時間を要することが予想されます。水資源の保全は人間だけでなくあらゆる生物の生命維持に必要なものですが、将来の人口増や気候変動により欠乏が予想され、紛争にもつながる重大な課題です。花王は製品製造に高品質の水が必要になるだけでなく、消費者や顧客が製品を使用するときにも高品質の水が必要となり、事業活動に欠かせません。大気や水域の汚染の防止は先進国では一定の成果を上げていますが、途上国では大きな課題であり、居住空間における汚染の防止も注目されてきています。

具体的なアプローチ方法

- ・ 製品の設計、新しいコンセプトの製品の開発を通した取り組み
- ・ 消費者の皆さまへの啓発やマーケティング活動
- ・ ステークホルダーとの協働
- ・ 行政や国際機関への働きかけ

社会・事業へのリターン

社会へのリターン

①脱炭素

製品ライフサイクル視点に立ち、CO₂削減を推進しています。花王のライフサイクルCO₂排出量に占める比率が大きいのは、使用段階や原材料調達段階で、全体の約8割を占めます。したがって、CO₂排出量の少ない原材料を選択し、製品使用時のお湯の量や洗たく機等の消費電力が少ない製品を提供することで、社会に対しCO₂削減に貢献することができます。

自社工場での生産や事務所等でのCO₂排出量の比率は少ないものの、削減に積極的に取り組んでいます。日用品大手企業として、これらに積極的に取り組んでいくことは、自社におけるCO₂削減の効果だけに留まらず、社会全体の気運をも高める効果があると考えています。

②ごみゼロ

花王では、容器包装について、プラスチック使用量の削減、材質の転換、回収・リサイクルシステムの構築などを推進し、ゴミの放置や埋立等の問題、海洋プラスチック問題の解消に寄与しています。海洋ゴミ問題については、地球規模で社会全体が連携・協働していく必要があり、容易な取り組みではありませんが、問題が解決されればそのリターンは大きくなります。

③水保全

水使用量の削減においても、製品ライフサイクル視点が必要です。花王のライフサイクル水使用量に占める比率が大きいのは使用段階で、全体の約9割を占めます。花王は、製品を使用するとき水が必要になる洗浄製品を世界に数多く提供しているため、節水型製品を提供することが世界各地の水使用量の削減につながります。

また、工場における生産時の水使用量も、工場が立地する地域では一定のインパクトをもつため、水使用量の削減に取り組んでいます。

④大気および水質汚染防止

花王製品は、天然物質を含む化学物質を活用しています。製造過程で発生する化学物質や、製品の使用時に発生する化学物質による大気や水域への汚染を抑制し、人の健康や自然環境への影響を最小化しています。具体的には、製造工程の排ガス抑制や排水処理技術の向上、洗浄成分の生分解性確保などの取り組みを進めています。

花王へのリターン

社会へのリターンに根ざしたこのような取り組みは、同時に花王の成長にもつながります。

環境問題は社会へのマイナスインパクトが大きいため、環境負荷を低減する花王のさまざまな取り組みはリスクを低減させ、事業成長につながります。

また、各地域で局所的に大きい環境影響を及ぼすリスクの特定も同様に大切です。強固なガバナンスにより、これらのリスクをコントロールし、信頼性とレピュテーションを向上することは、消費者・顧客が花王ブランド・製品を選択する機会の拡大をもたらします。

また、環境負荷はいずれも燃料や水、化学物質等の投入によりもたらされるものであり、これらを低減する取り組みは、コスト削減にもつながります。

これらの取り組みにより、地球をすこやかできれいに保つことに貢献します。同時に、自然資本が花王の事業の成長や企業価値の向上にどのように役立っているのかを理解し、経営の意思決定に役立てています。

花王のESGコミットメントの基盤:正道を歩む

花王のアプローチ

「正道を歩む」は、「My Kirei Lifestyle」の基盤です。世界の人々の豊かな暮らしを花王が支えていくために、花王の従業員一人ひとりが常に正道を歩んでいくためのコーポレートガバナンスや企業文化を構築し、誠実で清廉な事業活動を確実にしていきます。

花王のアクション

花王はガバナンスや企業文化に関して、次の重点取り組みテーマを掲げ取り組みを進めていきます。



認識している社会的課題/メガトレンド

財務・非財務面双方において、透明性に基づく情報開示の重要性がますます要請されています。たとえば気候関連財務情報開示タスクフォース(The FSB Task Force on Climate-related Financial Disclosures:TCFD) による提言の公表は、具体的、詳細な非財務情報が投資、企業評価において有益な判断材料になってきたことの表れです。

また、人権については、貧困、政情不安、労働力の移動等、解決が容易でない要因により、多くの課題が残っています。企業活動のグローバル化、サプライチェーン拡大によるリスクも高まってきています。

社会・事業へのリターン

社会へのリターン

「正道を歩む」は、3つの柱、「快適な暮らしを自分らしく送るために」、「思いやりのある選択を社会のために」、「よりすこやかな地球のために」を支える基盤です。「正道を歩む」により、3つの柱の各重点取り組みテーマを着実に遂行し、活性化することで、社会に対しレベルの高いリターンを創出していきます。

「実効性のあるコーポレートガバナンス」は効率的で、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現し、「徹底した透明性」は、花王の状況や考え方の社会への発信と、社会要請の反映を促進します。

従業員や職場に関する取り組みは、花王の基本的な活動の着実な遂行はもちろん、社会に変革をもたらす取り組みの遂行においても重要です。イノベーティブな活動には、高いスキルや意欲をもつ従業員の力が必須だからです。

また、「責任ある化学物質管理」により、化学物質で価値を提供する会社として化学物質を責任を持って確実に管理することで、社会にお届けする製品の安全や安心を確保します。

3つの柱の基盤となる「正道を歩む」の各重要取り組みテーマは、一人ひとりの暮らしを向上させ、社会、環境に対する取り組みを活性化し、社会のサステナビリティに貢献していきます。

花王へのリターン

「実効性のあるコーポレートガバナンス」と「徹底した透明性」の着実な実行はリスク低減や信頼性、レピュテーション向上として花王にリターンをもたらします。

消費者に正確なブランド・製品情報をお伝えすることが、安心感、信頼性の向上につながり、消費者・顧客が花王ブランド・製品を選択する機会の拡大をもたらします。

また、コーポレートガバナンスの透明性を確保し、外部から花王のコーポレートガバナンスを監視できる体制を構築することは、実効性のあるコーポレートガバナンスを強化する上で大きな役割を果たすと考えています。それにより誠実な社会市民として存在していくことができます。

人財は花王の活性化に不可欠です。従業員や職場に関する取り組みにより、高いスキルや意欲をもつ従業員を育成し、「2030年までに達成したい姿」の実現に必要なグローバル展開、イノベーションを推進することが、事業成長につながります。

「責任ある化学物質管理」により、消費者や顧客の皆さまが安心して、信頼いただきながら花王製品を購入いただけることは、化学物質で価値をお届けする花王の価値を向上させ、事業を成長させます。

さらに、「正道を歩む」に基づき企業活動を適切に開示することで、ステークホルダーは花王のESG活動をより深く知ることができます。そして互いに信頼し合いながら、社会のサステナビリティに向けて協力していくこと

ができます。また、ステークホルダーからの花王のESG活動に対する適切な評価は、活動レベルを向上させ、事業成長を牽引します。