

花王サステナビリティ データブック
2019



KaO

目次

編集方針	3
Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略-	4
ステークホルダー・エンゲージメント	24



トップメッセージは以下をご覧ください
 →花王統合レポート 2019
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/reports-fy2019j-all.pdf#page=22

このPDFの使い方

ページ間を移動しやすいよう、各ページの右側にナビゲーションボタンとカテゴリータブ、目次ボタンを設けています。本文には関連するページや外部サイトへのリンクボタンを設けています。

ナビゲーションボタン

	クリックすると1ページ戻ります
	クリックすると1ページ進みます
	クリックすると直前に表示していたページに戻ります

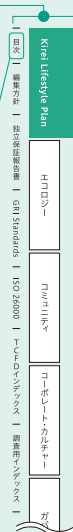
カテゴリータブ

クリックすると各カテゴリーの冒頭ページに移動します

クリックすると目次を表示します

リンクボタン

	クリックすると本データブック内の関連するページに移動します
	クリックすると関連するウェブサイトに移ります



2018年の活動報告

エコロジー

環境への取り組み	27
CO ₂	35
水	48
化学物質	56
生物多様性	72
容器包装	79
廃棄物	86
製品ライフサイクルと環境負荷	92
環境会計	94

コミュニティ

品質保証	96
ユニバーサルデザイン	101
消費者とのコミュニケーション	108
社会貢献活動	113

コーポレート・カルチャー

企業理念の実践のために	122
インテグリティ	126
人権	134
持続可能で責任ある調達	139
人財開発の全体像	148
人財育成	151
ダイバーシティ&インクルージョン	155
社員との対話	165
健康	169
労働安全衛生	177
保安防災	183

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス	188
レスポンスブル・ケア活動	195
リスクと危機の管理	202
情報セキュリティ	208
知的財産の保護と権利活用	215
外部表彰	220
主なサステナビリティ指標	222
独立保証報告書	224
GRI Standards対照表	225
ISO26000対照表	233
TCFDインデックス	235
調査用インデックス	237

当レポートの記載内容のうち、将来予測表記は、現在入手可能な情報に基づいた将来予測表記です。これらの将来予測表記には、既知、未来のリスクや仮定などが含まれており、それらの可変要因やその他のリスク要因によって、実際の成果や業績などが、記載の予測とは大きく異なる可能性があります。

花王は、2017年より「花王統合レポート」を発行し、花王の価値を総合的に判断いただくことをめざしています。

「花王サステナビリティ データブック」は、「花王統合レポート」を補完するもので、社会のサステナビリティ（持続可能性）への貢献に向けた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記載しています。

対象範囲

花王グループ（花王株式会社および子会社、関連会社）を基本としています。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。

本データブック中の「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ています。

対象組織



→花王グループ会社一覧
www.kao.com/jp/corporate/about/outline/group-companies.html

対象期間

2018年度（2018年1月1日～2018年12月31日）
定性情報は、一部2019年度の活動内容を含みます。

国際会計基準(IFRS)の適用について

2016年度から国際会計基準(IFRS)を適用しています。データブック内の売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降はIFRSにて算出しています。

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。本データブックでは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。保証対象指標の一覧は、「[独立保証報告書](#)」「[GRI Standards対照表](#)」に掲載しています。

発行時期

発行日	2019年4月22日
次回発行予定	2020年4月
（前回発行日	2018年4月17日）

参考にしたガイドラインなど

- GRI
「サステナビリティ・レポーティング・スタンダード2016」
※各ページのタイトルに、関連するGRI項目番号を記載しています
- 環境省「環境報告ガイドライン（2018年版）」
「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）
- SASB スタンダード
- SDGs コンパス
- TCFD 提言

各種情報提供ツールのご紹介



【レポート】
→花王統合レポート 2019
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/reports-fy2019j-all.pdf

→花王サステナビリティ データブック2019（本レポート）
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/databook/

→コーポレート・ガバナンスに関する報告書
www.kao.com/jp/corporate/about/policies/corporate-governance/

→有価証券報告書
www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/library/securities/

【ウェブサイト】
→花王企業情報
www.kao.com/jp/

→投資家情報
www.kao.com/jp/corporate/investor-relations/

→サステナビリティ
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/

→研究開発
www.kao.com/jp/corporate/research-development/

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。

Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略- 102-16,102-47

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

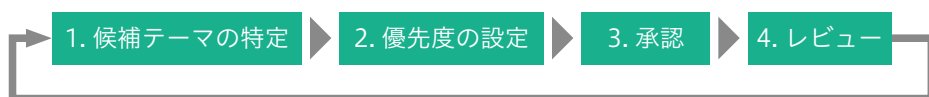
- ・事業を通じたESGの取り組みをコストではなく、将来への成長投資としてとらえ攻めのESG活動を進めます
- ・新設されたESG部門とESG委員会のもと、グローバルな取り組みを推進します
- ・花王らしい活動を「Kirei Action」とし、思いをこめたモノづくりがコトを創造して、ココロに届く活動と、届けた製品を最後までフォローする活動を進めています

※ 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)

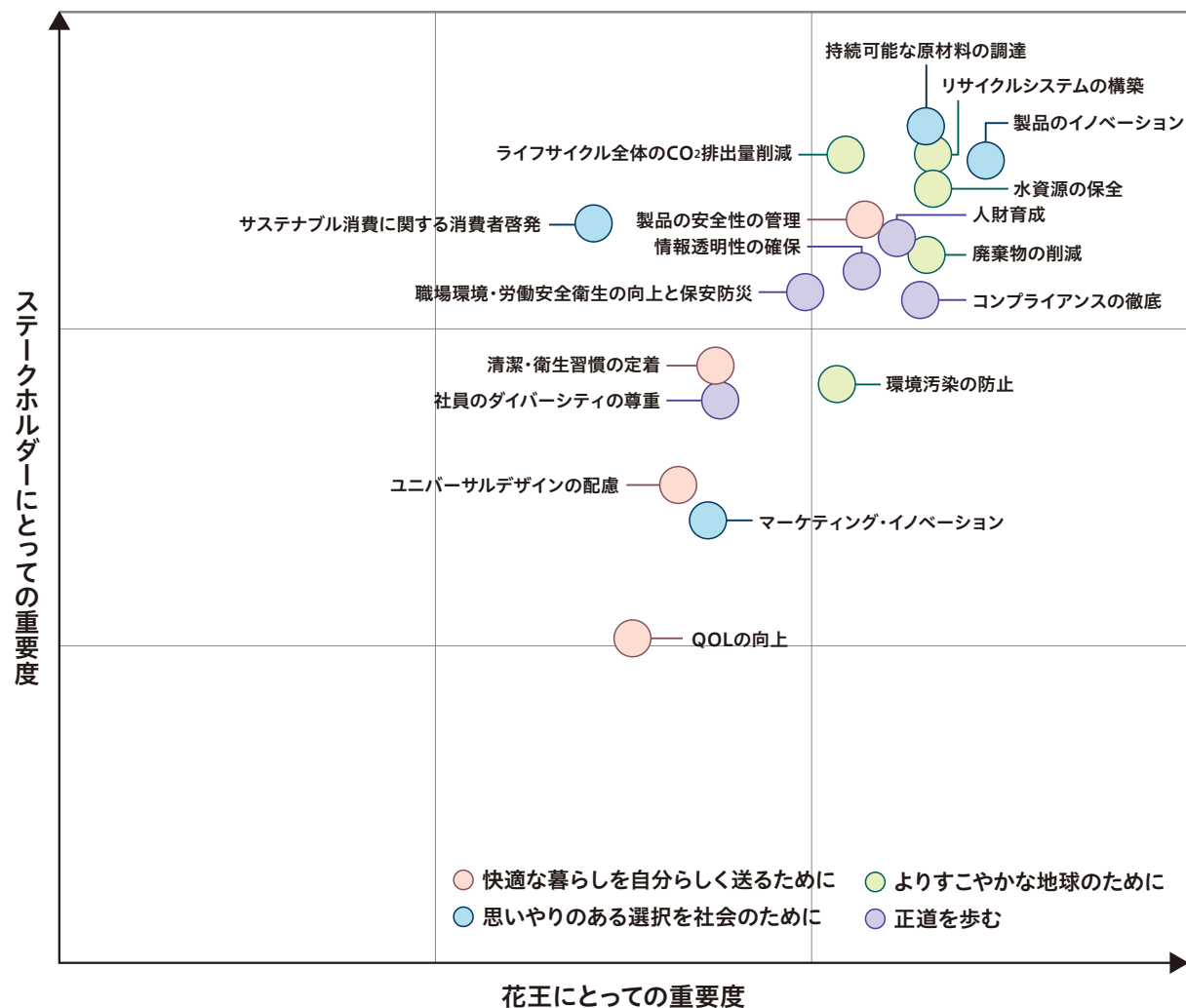
社外のステークホルダーとして、次の各グループの代表者の方々に回答をご協力いただきました。

- ・ 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」

Kirei Lifestyle Plan-花王のESG 戦略-

102-18,102-19,102-20,102-21,
102-26,102-29,102-31,404-2

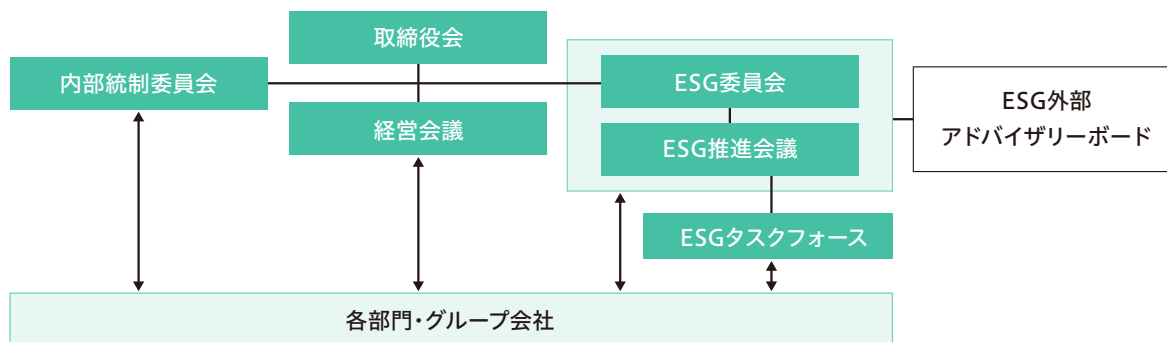
ESG 推進体制

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。

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

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
	渇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。売り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 貧困をなくそう	2 飢餓をゼロに	3 持続可能な健康を 実現しよう	4 質の高い教育を みんなに	5 ジェンダー平等を 実践しよう	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・技術革新の 力をもたせよう	10 人や国の不平等を なくそう	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 適応しよう	14 海の豊かさ を守ろう	15 陸の豊かさも 守ろう	16 平和と公正を すべての人に	17 パートナリシップで 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				●							●	●					●
パーバードリブンをブランド											●	●					●
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			●			●						●		●			●

Kirei Lifestyle Plan-花王のESG戦略- 103-1

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				●	●	●
パーバー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	●	●	●	●	●	●

Kirei Lifestyle Plan－花王のESG戦略－ 102-15

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、事業活動を取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クオリティ 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

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と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に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

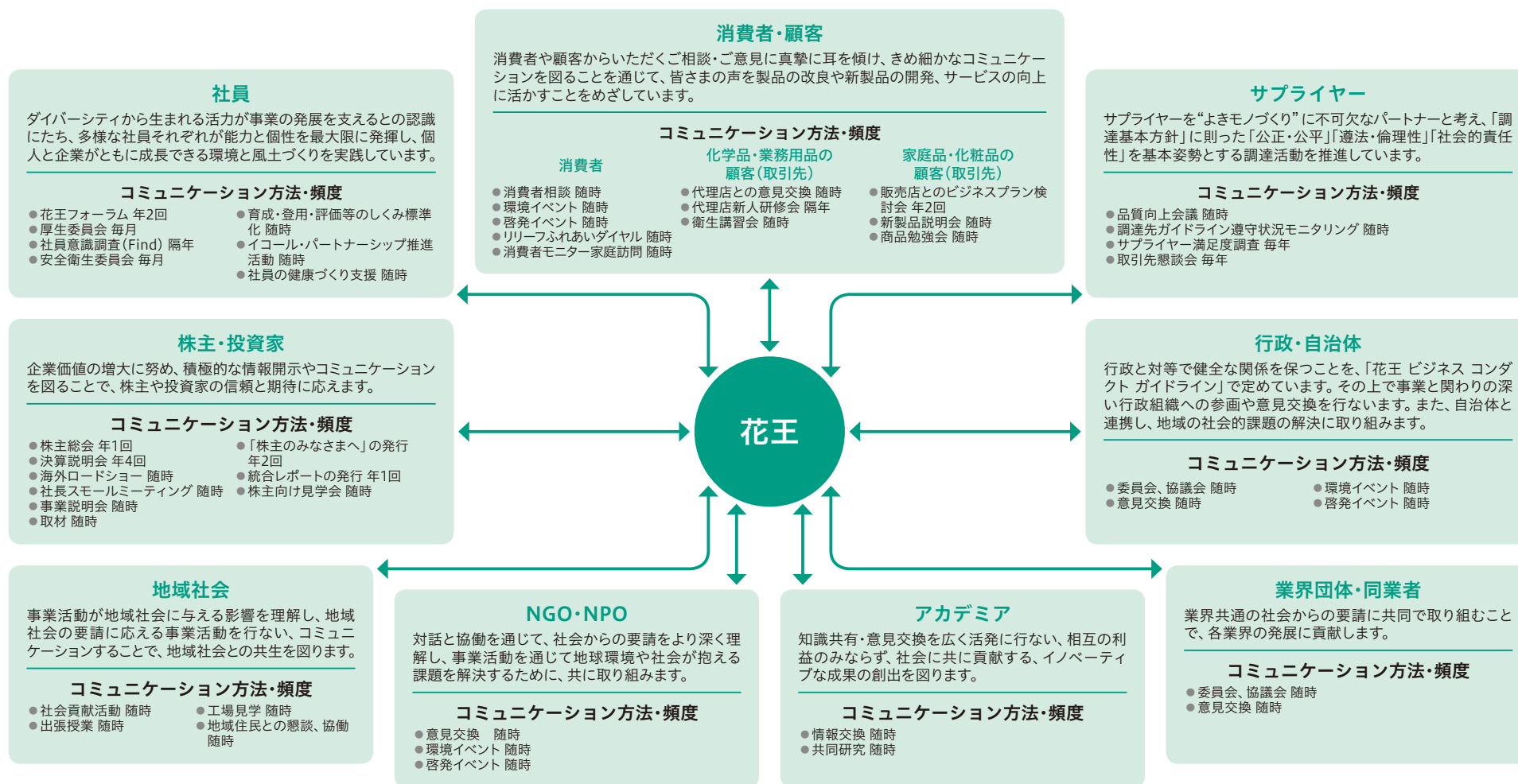
ができます。また、ステークホルダーからの花王のESG活動に対する適切な評価は、活動レベルを向上させ、事業成長を牽引します。

ステークホルダー・エンゲージメント 102-40,102-43

花王の重要なステークホルダーには、消費者・顧客はもちろん、サプライヤー、社員、地域社会、行政・自治体、NGO・NPO、アカデミア、業界団体・同業者、株主・投資家が含まれます。

花王は、「花王ウェイ」(企業理念)において、「消費者・顧客を最もよく知る企業とな

ることをグローバルにめざし、すべてのステークホルダーの支持と信頼を獲得すること」をビジョンとして定めています。私たちはステークホルダーとの双方向のコミュニケーションを通じて相互理解を深め、社会や暮らしに役立つ情報を提供するとともに、いただいたご意見を企業活動やサービスの改善に活かしています。



2018年の活動報告

※ Kirei Lifestyle Planに沿った活動は、2020年4月にご報告します。

エコロジー 26

コミュニティ 95

コーポレート・カルチャー ... 121

ガバナンス 187

外部表彰 220

主なサステナビリティ指標 222

独立保証報告書 224

GRI Standards 対照表 225

ISO26000対照表 233

TCFD インデックス 235

調査用インデックス 237

2018年の活動報告

エコロジー

環境への取り組み	27
CO ₂	35
水	48
化学物質	56
生物多様性	72
容器包装	79
廃棄物	86
製品ライフサイクルと環境負荷	92
環境会計	94

花王のアプローチ

花王は、原材料調達から開発・生産・販売、輸送、使用、廃棄・リサイクルという製品ライフサイクルの全段階において、さまざまなステークホルダーといっしょに豊かな生活文化の実現と、社会のサステナビリティに貢献の両立を図っています。

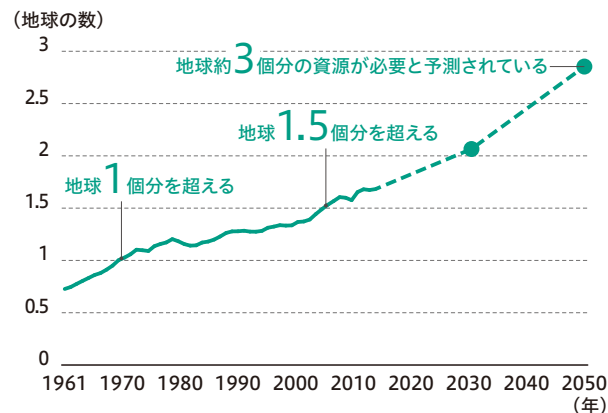
社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

現在の私たちの暮らしは地球1.5個を超える環境負荷があり、このままでは2050年には地球が3個必要であると言われています。そして現状は継続的に自然を破壊し続けており、生活を脅かす事象が世界各地で顕在化しつつあります。現在のライフスタイルのままでは環境を維持することは難しく、エシカルな消費行動への転換など人々のライフスタイルの変革がいま、求められています。

具体的な環境課題としては、気候変動、資源生産性やプラスチック包装容器、水循環という資源循環が世界の各界各層で認識され、その緩和と適応に寄与する取り組みや社会合意の制定が進んでいます。また、化学物質が人の健康と環境にもたらす著しい悪影響を最小化することへの要請が年々厳しくなっています。そしてそれらが重層的に影響を及ぼした結果、生物多様性の損失につながっている事例も多くあります。

エコロジカル・フットプリントの推移予測



© 2018 Global Footprint Network. National Footprint Accounts, 2018 Edition.

TCFD※提言へ賛同表明

2019年3月、花王は、気候変動が企業の財務に与える影響の分析・情報開示を推奨するTCFD提言への賛同を表明しました。

気候変動は、企業が将来にわたり経営を継続していく上で、重要なリスクであるとともに成長の機会であると花王は認識しています。その取り組み情報を開示

し、さまざまなステークホルダーと対話を行っていくことは、地球および花王の持続的成長にとって重要な活動であると考えています。

2018年に経済産業省が設置した“グリーンファイナンスと企業の情報開示の在り方に関する「TCFD研究会」”に、花王は委員として参加し、TCFD提言に沿った情報開示を行なうにあたっての解説や参考となる事例の紹介と、業種ごとに事業会社の取り組みが表れる「視点」の提供を目的とした「気候関連財務情報開示に関するガイダンス」の作成に貢献しました。

※ TCFD

2015年にG20からの要請を受け、金融安定理事会が設置した民間主導のタスクフォース（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 | TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

環境への取り組み 102-12,102-15,103-1

花王のアプローチ

花王が提供する価値

花王は、製品ライフサイクルの全段階において、右記4つの個別課題を中心に、環境活動に取り組むことが重要であると考えています。

地球温暖化問題については、製品使用時のエネルギー消費量や水使用量が少ない製品の提供があります。

資源生産性の高い製品としては、使用する原料を大幅に削減した紙おむつなどがあります。

水資源の視点では、使用後排水の分解性が高く、水使用量が少ない製品の提供があります。

化学物質の視点では、化学物質の使用量を大幅に削減した製品や、より安全性の高い化学物質を利用した製品などがあります。

そしてこれらの課題が重層的に影響を及ぼす生物多様性の視点からは、森林破壊ゼロ宣言をいち早く公表しており、その実現に向けさまざまなステークホルダーとともに真摯に対応することで、リーダーシップを発揮しています。

特に日本では、1世帯が年間平均40個の花王製品をご使用いただいていることから、その影響範囲は大きく、製品や啓発活動を通じて、生活者のライフスタイル変革に貢献できると考えています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

資源消費が地球1個分の生物生産量(バイオキャパシティ)を超えない持続可能な暮らし、すなわち「地球1

4つの重要課題



個の暮らし」を実現するためには、メーカーとして生活者ニーズを満たしつつライフスタイルの変革につながる環境負荷の低いモノづくりを行なうこと、その思いを生活者に適切に伝えることが必要であると花王は考えています。これを実現するためのイノベーションを生み出すべく、技術開発に注力しています。このような企業努力を社外ステークホルダーに適切に理解していただけないと、社会の持続可能性に貢献しない企業と認識され、レピュテーションが低下し、企業価値の毀損につながります。一方、開発した技術が消費者・顧客のニーズに対応できない場合や技術開発ができなかった場合、めざす姿を実現できなくなります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

今後消費者はよりエシカルな消費行動をとると予想されています。そのニーズに的確に合致する製品提供ができると、大きなビジネスチャンスになります。それに向け、数多くの研究開発を継続的に行なうとともに、

エシカル消費の最新動向把握やその行動を促進するため、さまざまなステークホルダーとともに活動しています。これらの活動は売上増につながります。またこうしたことを社外ステークホルダーにも積極的に開示しています。

これらの活動を、より一体感を持ち、よりスピーディに行ない企業価値の向上につなげるため、2018年、花王はESG推進体制を刷新し、ESG部門を設立しました。

貢献するSDGs



環境への取り組み 103-1,103-2,103-3,404-2 花王のアプローチ

方針

花王は、原材料調達、生産・オフィス、製品輸送、製品使用、製品廃棄・リサイクルの製品ライフサイクル全体にわたり、お客さま、サプライヤーや生産委託先、地域社会・NGOや行政などのさまざまなステークホルダーの皆さまと環境保全に取り組み、環境を経営の根幹に据える決意を「環境宣言」と“いっしょにeco”で表明しています。



→環境宣言

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement.html



→“いっしょにeco”

P37「エコロジー>CO₂/方針」

また、「環境・安全の基本理念と基本方針」で省資源・省エネルギー・廃棄物削減などに取り組むことを明示し、「花王レスポンシブル・ケア方針」で活動方針を定めています。これらの方針はあらゆる事業活動(M&A、新規プロジェクトへの参入を含む)を対象にしています。

さらに、具体的な活動項目を定めた「環境管理規程」では、設備新設する場合や新工場を設置する前に環境影響評価を行なうことも定めています。



→環境・安全の基本理念と基本方針

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/philosophy-policies.html

→花王レスポンシブル・ケア方針

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/responsible-care.html

体制

環境に関する機会の管理はESG委員会とその下部組織であるESG推進会議で、リスクは内部統制委員会とその下部組織のリスク・危機管理委員会、レスポンシブル・ケア推進委員会で管理しています。



→P9「Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-> ESG推進体制」



→P195「ガバナンス>レスポンシブル・ケア活動」



→P202「ガバナンス>リスクと危機の管理」

教育と浸透

持続可能な社会を構築するためには、環境への負荷が少ない製品の開発・提供と、それを選択していただく生活者の意識向上が必要です。花王社員は、製品を開発・提供する立場のみならず、会社を離れると一生活者であり、それら製品を選択する側となります。したがって、花王社員がさまざまな機会を通じて環境問題について学習し、自主的・積極的に環境保全に対する活動に取り組むことが重要であると認識しています。

ステークホルダーとの協働

地球1個の暮らしを実現するためには、生活者の意識、行動や製品選択行為などを含むライフスタイルの変革が最も重要であると考えています。花王は、「消費者志向宣言」のもと、さまざまなステークホルダーと協働しながら、生活者との積極的な交流を通じ、ライフスタイルの変革に向けた啓発活動を行なっています。



→消費者志向宣言

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/customer-first/



→P24「ステークホルダー・エンゲージメント」

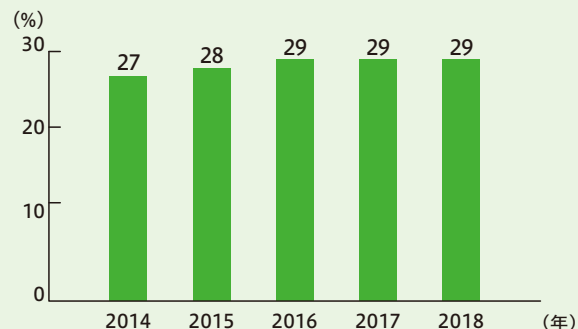
2018年の実績

“いっしょにeco”マーク表示製品の拡大

花王は、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。

2018年の“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率は29%で、昨年と同じでした。

“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)



→ “いっしょにeco”マークの表示基準
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/eco-together-logo/

→ “いっしょにeco”マーク表示製品一覧
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/phase/eco-together-products.html

環境教育・学習の機会

環境教育講座

「環境宣言」の周知・浸透も含めて実施。新入社員研修として181人、他に階層別・部門別の集合研修においても330人に実施しています。

環境展示会にスタッフとして参加

花王の環境への取り組みを一般消費者に伝えるスタッフを経験することで、その理解レベルの向上につなげています。2018年はのべ153人の社員が参加しました。

ISO14001などの環境マネジメントシステムによる教育

新入社員や配転者をはじめすべての社員を対象に年10回以上の教育を行なっています。

レスポンシブル・ケア(RC)推進体制下における教育

RC推進事務局や各推進部門の担当者が社員や協力会社の社員を対象に随時教育を実施しています。2018年に、RC推進事務局は49回、のべ1,212人(日本23回、1,043人/アジア・米州・欧州26回、169人)に対し、教育を実施しました。

環境活動ボランティア

社員の環境意識は会社内での教育だけではなく、社外のステークホルダーと協働でさまざまな環境活動に参加することも重要な手法の一つであると認識し、地域社会での環境活動ボランティアへの参加を奨励しています。

CDP*による評価

花王の環境への取り組みはCDPから高く評価されています。



※ CDP
 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。気候変動、水、森林に関する情報開示を企業に求める活動等を行なっている。

CDPによる評価

分野	2016年	2017年	2018年
気候変動	A-	A-	A-
森林(木材)	A-	A-	A-
森林(パーム油)	A-	A-	A-
水	A	A-	A
サプライヤーエンゲージメント	B	A	A



→ CDP回答結果

CDP2018 気候変動 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2018-001.pdf

CDP2018 森林 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2018-003.pdf

CDP2018 水 回答
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2018-002.pdf

具体的な取り組み

環境に配慮した製品の設計

花王は、花王製品の環境配慮性を確実にするため、2つのしくみを持っています。製品が世の中に出る前にその環境負荷を確認するしくみと、厳しい環境配慮基準をクリアした製品に“いっしょにeco”マークを表示し、消費者に環境にやさしい製品であることを伝えるしくみです。また、主な製品分類について、多様な環境側面を一括して評価し、環境負荷特性を分析し、さらなる製品開発に役立てています。

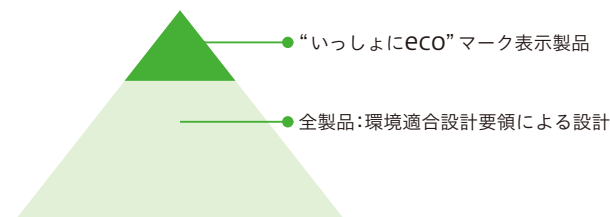
1. 環境適合設計要領

花王は、新製品や改良製品の発売を決定する際に、製品が環境に関する基準を満たすことを確認しています。その運用方法や基準は「環境適合設計要領」に定めています。本要領では、製品ライフサイクル全体のCO₂排出量削減に対する評価(LCA)の実施も定めています。

2. “いっしょにeco”マークの表示基準

花王は、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。消費者の皆さまに、高いレベルで環境に配慮した製品であることを明示し、購入に活用していただいています。認定基準は、基準製品よりライフサイクルCO₂排出量が低減し、同時に花王が定めた認定基準を一つ以上クリアする、という厳しいものです。

新製品・改良製品における環境基準



→環境適合設計要領

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/designing.html

→“いっしょにeco”マーク表示基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/eco-together-logo.html

LCAを用いた製品の環境影響評価

花王は、製品がさまざまな環境側面に及ぼす影響を包括的に評価しています。東京都市大学環境学部 伊坪徳宏教授の助言を得て、環境影響を統合して数値化できるLIME2※(第2版日本版被害算定型影響評価手法)を用いています。この手法により複数の環境側面を一括して評価でき、たとえばCO₂排出量が少なくても水資源への影響が大きい、などの問題点を洗い出すことができます。花王は、主要な35製品分類について環境影響評価を実施し、環境側面のバランスについて把握しています。その結果を製品開発に役立てています。

※ ILCD Handbook, 33-36.

<https://eplca.jrc.ec.europa.eu/uploads/ILCD-Handbook-LCIA-Background-analysis-online-12March2010.pdf>

「花王国際こども環境絵画コンテスト」を通じた環境啓発

お客さまと
“いっしょにeco”

社会と
“いっしょにeco”

花王では、世界の子どもたちに、身近な生活のエコと地球の環境・未来について真剣に考え、絵画として表現してもらい、それを多くの人たちに伝えることで、暮らしの中で環境を考えて行動する“いっしょにeco”が、世界中の人たちに広がることを願い、2010年から「花王国際こども環境絵画コンテスト」を行なっています。

第9回コンテストの実施

2018年は、世界44カ国・地域の子どもたちから、12,563点(日本848点、アジア・太平洋10,812点、米州134点、欧州254点、中東509点、アフリカ6点)の応募がありました。花王のデザイナーによる予備審査を経て、社内外審査員による最終審査が行なわれ、“いっしょにeco”地球大賞1点、“いっしょにeco”花王賞8点、優秀賞23点が決まりました。入賞作品32点は、12月に開催された「エコプロ2018」の花王ブースにて展示され、多くの来場者が鑑賞しました。最終日には上位入賞者9名を招待して表彰式を行ないました。その後のトークセッションでは、各国の受賞者から、自分の国や地域の環境や、絵にこめた思いが語られました。



表彰式での記念写真

NPO・行政・ビジネスパートナーと協働した絵画展示活動

世界の子どもたちが絵にこめた思いやメッセージを多くの人に伝えるために、これまでの入賞作品の展示活動を積極的に進めています。

社内では、茅場町、すみだ、大阪事業場や品川・有田研修所にて、入賞作品の期間展示を実施しました。また中国、インドネシア、タイ、ベトナムのオフィスでも展示を行ない、多くの社員が鑑賞しています。さらに、日本の全10工場、花王(インドネシア)のカラワン工場、上海花王の工場では、来場者・見学者に見ていただけるように、常設展示を行なっており、約5万人が鑑賞しました。



花王(インドネシア)オフィスでの展示

社外では、NPO法人ビーグッドカフェを事務局として、日本全国の行政が運営する環境関連施設やNPO・NGO、教育施設などに絵画を無料で貸し出す活動が2年目を迎え、2018年の貸出先は、のべ21施設・団体に拡大し、来場者数の合計は、4万人を超えました。



エコメッセ春日井での展示

環境イベントのコンテンツとしての活用も進めています。花王グループカスタマーマーケティング(株)では、ビジネスパートナーや行政と共同で開催する環境イベントのうち、12カ所で絵画展示を行ない、約7,000人の来場がありました。花王(中国)投資、花王(台湾)でも、各地域での環境啓発キャンペーン活動に、絵画展示を盛り込んでいます。

環境への取り組み 413-1

具体的な取り組み

体験型次世代環境啓発活動の拡大

お客さまと
“いっしょにeco”

社会と
“いっしょにeco”

次代を担う生活者の環境意識を高めることは、地球環境のためにも、社会のためにも、また花王にとっても、非常に重要です。そのため、小中学生や大学生に向けて、年代や地域に合わせた効果的なアプローチを考えながら体験型啓発活動を進めています。

多者協働による体験型環境教育プログラムの開発・実施

花王と味の素（株）、（株）イースクエアが設立した「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」は、2018年も川崎市と協働で、川崎市の小学5年生とその保護者21組を対象に、3日間の体験型環境教育プログラム「食とくらしがつくる地球の未来 みんなでいっしょに考えよう～夏休みチャレンジ～」を開催しました。

川崎市の環境施設や花王と味の素の工場での、見学・体験やワークショップ、約4週間の環境日記等を通じて、くらしと環境課題とのつながりを考え、ライフスタイルを見直していく内容です。子どもとともに保護者の意識変化もねらいとしています。3年目に入り、これまでご協力いただいていたNGO／NPOのほか、大学生の参画や、小学校との連携も進めることで新たな視点が加わり、ますます地域に定着した活動となりました。



プログラム2日目（花王川崎工場にて）

中学校での環境啓発プログラムの開発・実施

花王（インドネシア）では2016年より、NGO（YCAB foundation）と共同で、小学校での環境・衛生教育「Anak Kao」を実施してきました。2018年は、対象を中学生に移行して、環境教育と自己肯定（自尊心を持つ）教育の新しいプログラム「Remaja Kao」を開始しました。ジャカルタと、工場のあるチカラン、カラワン地域の中学校25校で、2,800名の子どもたちが参加しました。

花王エコラボミュージアムでのコミュニケーション活動

花王エコラボミュージアムでは、体験型コンテンツを活用しながら、生活者をはじめとするあらゆるステークホルダーとの直接対話を年間を通じて行なっています。

2018年の年間来場者数は約11,500人でした。そのうち、小・中・高校の見学は100校を超え、さらに地域住民や親子向けの体験／対話型の見学会も16回開催しました。

エコプロ2018での啓発活動

2018年は「人と地球のきれいのために」をテーマに花王の取り組みをご紹介します。環境と清潔衛生の大切さを伝え、SDGsも啓発しました。主なターゲットを次世代の消費の中心を担う小・中学生とし、対話型展示や体

験型ワークショップを行ない、記憶に残り、生活を見直すきっかけになる展示をめざしました。来場者は1万人を超えました。



「人と地球のきれいのために」をテーマにした花王ブース



社員と来場者のコミュニケーションの様子

大学生との共創による体験型SDGs啓発プログラムの開発

2018年10月に立命館大学びわこ・くさつキャンパスで開催された学生主催のイベント「Sustainable Week 2018」に協賛しました。本イベントは、学生が大学や地域を巻き込みながら、体験を通してSDGsを啓発するものです。

6月のプレイベントでは、高校生、大学生、草津市職員に花王社員も加わって、SDGs体験企画を立てました。10月の本イベントでも協力し、体験を通し参加者にSDGsを知っていただきました。

得られた知見を、次世代の生活者自身による地域密着型啓発活動のモデルとして、今後の参考にしていきます。

環境への取り組み 203-1,413-1 具体的な取り組み

店頭での消費者に向けたコミュニケーション

お客さまと “いっしょにeco” パートナーと “いっしょにeco” 社会と “いっしょにeco”

花王グループカスタマーマーケティング(株)は、花王製品の環境価値を消費者に伝え、“いっしょにeco”を推進していくために、「節水・節電・ごみ削減」をテーマに、流通や行政とともにさまざまな環境イベントを実施しています。「国際こども環境絵画コンテスト」の入賞作品の展示や、多彩で楽しい体験型イベントで、消費者の関心を高めています。2018年は、日本全国約60カ所の店頭等で開催し、来場者は3万人を超えました。

また、6月の環境月間に合わせて12,000店で実施した環境企画「きれいをつくるecoスタイルキャンペーン」では、製品を使った、暮らしに役立つ情報とともに、花王の環境への取り組みをお客さまに紹介しました。

中国政府機関と協働で7年目の節水キャンペーンを実施

お客さまと “いっしょにeco” 社会と “いっしょにeco”

花王(中国)投資は、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、中国国内において「1世帯1年間1万リットルの節水(中国語表記:一家一年一万升)」をスローガンに節水を呼びかけるものです。中国では水資源の

不足が大きな社会問題となっており、節水の大切さを喚起したい中国政府と、節水型衣料用洗剤を販売するなど、中国においても消費者といっしょにできるエコ活動を推進している花王の思いが一致し、7年連続の共催となりました。

毎年3月からはじまるキャンペーンでは、各都市で節水や水資源の大切さを紹介しています。2015年からは活動を拡大し、中国国内の大学での啓発も推進しています。2018年は広州、西安、瀋陽、安徽省、浙江省、内モンゴルなど27の省、113の大学で啓発活動を実施しました。

また、2015年から中国国内の大学生向けに環境保護コンテストを実施しており、2018年は、節水・環境保護をテーマにしたコンテストに全国から149件の提案をいただき、この中から花王は64件を選択して実施に選ばれました。大学生が自ら積極的に提案、実行しており、コンテストを通して環境意識の向上がみられました。

6月には、雲南の大学で閉幕式を行ない、入選者を表彰しました。

さまざまな知恵を集め、未来の洗浄について研究

社会と “いっしょにeco”

洗浄は、人間が清潔に快適に暮らしていくために必要不可欠な行為です。しかし現在、洗浄には大量の原料、水、エネルギーが必要とされています。同時に、大量の排水や廃棄物が発生しており、世界中の人々が将来に

わたって続けることができる洗浄のしくみになっているかは、定かではありません。

2018年に設立した「未来洗浄研究会」では、花王、Future Earth^{※1}、東京大学 国際高等研究所サステナビリティ学連携研究機構(IR3S)^{※2}が中心となり、「世界中の人々がサステナブルに清潔に快適に暮らせる社会」をめざし、事業領域や学問領域の枠を超え、産学公民等のさまざまな知恵を集めて、未来の洗浄について議論や提案をしていきます。

まずは、洗浄のなかでも「洗たく」に焦点をあて、その多様性についての理解と共有を進めながら、ライフサイクル視点、社会環境視点からの議論を広げていきます。そのために、セミナー、イベント、SNS上のプラットフォームといった意見や情報交換の場をつくり、グローバルに賛同者を募っています。

2018年12月7日には、「みんなで考えよう！未来のサステナブルな洗濯」と題した設立記念フォーラムを開催し140名を超える方にご参加いただきました。

※1 Future Earth

2015年に国連機関等の主導により発足した、持続可能な地球社会の実現をめざす国際共同研究プラットフォーム。研究者コミュニティと社会のさまざまな関係者との協働を重視し、日本は研究推進、事務局運営の両面で積極的な役割を果たしている。

※2 東京大学 国際高等研究所サステナビリティ学連携研究機構(IR3S)

サステナビリティ学に関する世界最高水準の研究拠点を維持発展させるために、2005年に設立。先進国・途上国を結ぶ国際拠点を形成することをめざす。

花王のアプローチ

2015年のパリ協定締結により、地球の気温上昇を産業革命以前に比べ2℃未満に低く保つとともに、1.5℃に抑える努力を追求すること、適応能力を向上すること等、全地球市民が協力して取り組むことが合意されました。花王は地球市民の一人として、製品ライフサイクルの全段階においてビジネスパートナーや消費者といっしょに緩和の取り組みを進めています。また、適応に資する製品の提供を行なっています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

世界気象機構によると、2018年の世界の平均気温は産業革命前比で0.98℃上昇しており、2015年から4年連続の高温を記録。2018年10月にIPCC※が公表した1.5℃特別報告書では、現在の状況が続くと2030年から2052年の間に1.5℃上昇に達する可能性が高いこと、1.5℃上昇を抑えるためには2050年前後にCO₂総排出量をゼロにする必要があることなどが報告され、より大幅な排出量削減が求められています。

すでに温暖化に伴う異常気象が発現し始めており、今後その脅威はますます高まることが予測されることから、早急な適応策の実施が求められています。

※ IPCC

気候変動に関する政府間パネル。Intergovernmental Panel on Climate Change
人の社会活動による気候変化、影響、適応および緩和方策に関し、科学的、技術的、社会経済学的な見地から包括的な評価を行なうことを目的として、1988年に国連環境計画と世界気象機関により設立された組織

花王が提供する価値

事業活動に伴う温室効果ガス排出量を削減するため、工場をはじめとする自社事業場では削減目標を掲げ、エネルギー効率の向上と使用するエネルギーのグリーン化の観点から活動を継続しています。また、製品ライフサイクルの評価において重要な工程である原材料調達と使用、廃棄の各工程で、温室効果ガス排出量削減に資する活動を継続的に実施しています。

花王は、移行リスクや物理的リスクへ対応する環境配慮型製品や、気候変動により変化する消費者のライフスタイルに対応した製品を提供することで、豊かな生活文化と社会のサステナビリティの実現に取り組んでいます。

貢献するSDGs



「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会

花王は2℃シナリオを基本としたシナリオを策定し、リスクと機会を評価しています。

また、1.5℃シナリオ※1とNDCシナリオ※2も簡易的に策定し、2℃シナリオにおけるリスクと機会の変化の大きさを定性的に評価しています。

※1 1.5℃シナリオ

IPCC1.5特別報告書で示された排出パスを基準としたシナリオ

※2 NDCシナリオ

パリ協定第4条に基づいて各締約国が決定したGHG削減目標を基準としたシナリオ。NDCは各締約国がパリ協定批准前に国連気候変動枠組条約事務局へ提出した「各国が自主的に決定する約束草案」(Intended Nationally Determined Contribution:INDC)が原案となっており、2020年以降に実施が求められている。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会

項目			内容	2℃シナリオ			2℃シナリオとの比較	
				短期 (～2020)	中期 (～2025)	長期 (～2050)	1.5℃ シナリオ	NDC シナリオ
リスク	移行リスク	政策・法規制	工場立地エリアで排出量取引制度や炭素税が導入されることにより、これら規制に関わる活動量を削減するための設備増強が設備費増加や運用費増加を招き、利益減となるリスクがあります。また、これら規制により生産量を制限すると売上減となるリスクがあります。製品のカーボンフットプリント制度が設立されると、それに対応するための管理コストが増加し、利益減となるリスクがあります。	小	大	大	・取り組むべき項目は変化しない	・取り組むべき項目は変化しない
		技術	気候変動に伴う製品需要の急激な変化へ対応するための製品研究開発費用が増大することで、運用費増加による利益減となるリスクがあります。さらに当該技術開発が失敗した場合、売上増を達成できなくなるリスクがあります。	小	大	大		
		市場	気候変動に伴う製品需要の急激な変化に適切な対応ができないことにより売上が計画通り伸びないリスク、またその製品需要が地域ごとに異なる可能性がある場合に製品開発費用が増大し、利益減となるリスクがあります。一方、化石燃料の使用制限が化石由来原材料のコスト増を招き、利益減となるリスクもあります。	中	大	大		
		評判	上記リスクへの対応不足や情報開示不足によりレピュテーションが低下するリスクがあります。	小	中	大		
物理的リスク	急性	短期的な渇水や局所的大雨頻発による洪水などにより自社工場運営が停止し製品製造を継続できなくなるリスクがあります。同現象がサプライヤーの工場で発生することで、必要な原材料調達ができなくなり、結果として製品製造を継続することができなくなるリスクがあります。また、サプライヤーから花王工場まで、花王工場から顧客までのサプライチェーンが同現象により寸断されるリスクもあります。これらリスクは製品を市場に供給できなくなることから売上減となったり、対応のためにコストが増加し利益減となります。さらには、気候変動に伴う大規模な洪水の発生によりインフラが損傷し生活者の暮らしに大きな制限が発生すると消費活動が落ち込み、売上高が減少するリスクがあります。	中	大	大	・移行リスクについては、影響は大きくなる	・移行リスクについては、影響が小さくなる	
		慢性	気候変動に伴い渇水が長期的に発生する可能性のあるエリアに自社工場やサプライヤー工場が存在すると、今後の成長に必要な生産量増に対応できなくなり、成長の制限となるリスクがあります。	小	中			大
機会	資源効率性	花王は運営費削減に寄与するより効率的な資源活用をめざした以下のような活動を継続的に実施しています。 ●工場をはじめとした拠点や輸送工程における省エネ活動／●拠点から排出される廃棄物のリサイクル／●拠点のエネルギー利用効率の向上	中	大	大	・機会については、総じて影響は大きくなる	・機会については、総じて影響が小さくなる	
	エネルギー源	再生可能エネルギー利用の拡大により、多くの国でCO ₂ 削減とコスト削減を両立できます。花王は太陽光パネルの積極的導入、再生可能エネルギー由来の電力の購入を開始しており、運営費削減に寄与しています。政府の補助金を利用することで、投資抑制も可能です。	小	小	中			
	製品・サービス	気候変動の緩和に貢献する製品として、消費者向け製品では容器で使用するプラスチック使用量を大幅に削減したフィルム容器包装、製品機能を確保しつつ材料使用量を削減したおむつなどの製品、衣料用洗剤をはじめとした節水型製品などがあります。プロフェッショナル向け製品では感染症予防に向けた各種洗浄剤、工業用製品では低温定着トナーなどがあります。 気候変動の適応に貢献する製品には、今後インフラ整備に伴い需要が増加するコンクリート用添加剤、鋳物用製品などがあります。	中	大	大			
	市場	温室効果ガス削減貢献に資する製品需要が伸長すると見込まれています。また、広く認知度向上が進むSDGs達成に向けて、生活者の消費行動がよりエシカルな方向に移行し、製品選択行動を含むライフスタイルが変化していくと予測しています。 また温暖化が進むことで気温が上昇したり晴れの日が多くなる傾向が明らかなことから、夏場に売り上げが増大するUVケア製品や制汗剤等の需要増を見込んでいます。	小	中	大			
	レジリエンス	化石由来・植物由来を問わず、資源の利用を削減しないと、地球1個の暮らしの実現はできないと考えています。エネルギー使用量の削減、再生可能エネルギーへの移行、そして原材料使用量の削減に向けた技術開発と認証原料の利用などを進めています。	小	中	大			

影響レベル 小:あまり影響しない、中:少し影響する、大:大きく影響する

方針

花王は、製品ライフサイクルの各段階において、気候変動の「緩和」と「適応」の両面から取り組んでいます。

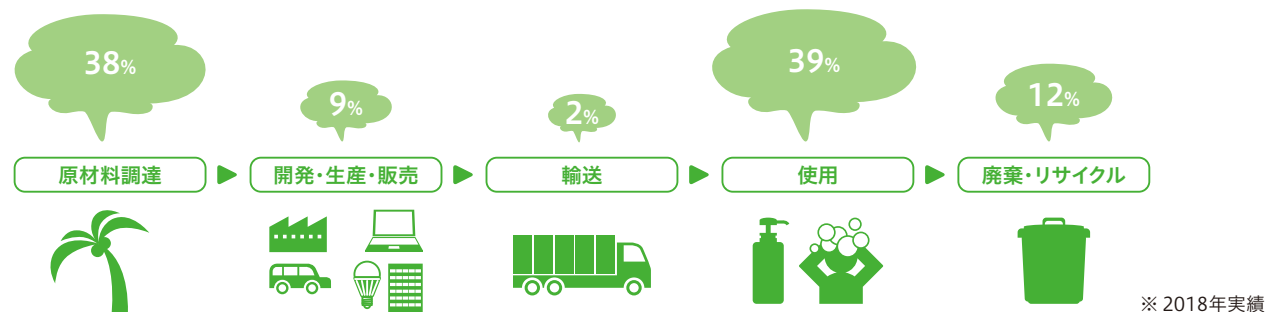
「緩和」とは、気温上昇を2℃未満さらには1.5℃に抑えるための温室効果ガス排出量削減に寄与する活動です。「適応」とは、すでに現在、産業革命以前より気温が1℃近く上昇し、さらに上昇することが予測されていることから、それに伴う気候変動の影響へ備える活動のことです。

花王は自社拠点や営業活動に伴う排出量(スコープ1+2)削減を最重要課題ととらえ、実践しています。

花王の製品ライフサイクル各段階で最も大きい割合を占めるのが使用段階で39%、2番目が原材料調達段階で38%です。花王の工場等から直接排出するCO₂の割合は9%と比較的小さく、直接排出量以外の排出量が多くを占めることが特徴です。2009年に花王が「環境宣言」で製品ライフサイクルの全段階で環境保全に貢献する決意を表明したのは、当時この解析結果が得られたからです。

同時にさまざまなステークホルダーと協働でCO₂削減活動を行なう“いっしょにeco”に取り組んでいます。

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



“いっしょにeco”

お客さまと“いっしょにeco”

使用段階のCO₂を削減するためには、製品機能の向上だけでなく、お客さまに設計仕様に従った使い方をしていただく必要があります。たとえば、節水型製品である超濃縮液体洗剤は少量の使用で済み、1回のすすぎで汚れが落とせますが、そのことをお客さまに知っていただかないと、想定する節水・節電につながりません。

そこで、高機能製品の開発・提供とその啓発活動を合わせて実施しています。

ビジネスパートナーと“いっしょにeco”

原材料調達段階(製造委託先含む)、輸送段階、廃棄段階において花王の思いを共有し、ともに活動を行なうこ

とで、より大きな効果につながると信じ、多くのビジネスパートナーと“いっしょにeco”活動を推進しています。

社会と“いっしょにeco”

花王が実施している製品を通じた温室効果ガス排出量削減の取り組みを社会に紹介して賛同いただき、いっしょに活動を行なうこと、また、行政や他社が推進する活動に花王が賛同いっしょに活動を行なうことで、より大きな効果が得られると信じています。

体制

取締役会の監督のもと、リスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESG委員会で行なっています。これら委員会の委員長はともに代表取締役 社長執行役員が務めています。

内部統制委員会のもと、政策・法規制や技術リスクなどを管理するレスポンシブル・ケア推進委員会と市場、評判、急性リスクなどを管理するリスク・危機管理委員会があり、これら委員会の委員長はともに経営サポート部門担当役員が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は経営サポート部門レスポンシブル・ケア推進部が、リスク・危機管理委員会事務局は同部門危機管理部が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会は年2回開催され、法規制遵守状況、CO₂排出量削減状況などについて報告・討議がなされ、翌年の目標設定も行なっています。レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は、毎月インパクトの大きい工場を中心に法遵守状況の確認やCO₂排出量、水使用量実績、排水中化学物質量の把握などを行ない、レスポンシブル・ケア推進委員会委員長、各委員、内部統制委員会委員、監査役等に報告しています。リスク・危機管理委員会は年4回開催され、自然災害やレピュテーションなどのリスクを管理しています。

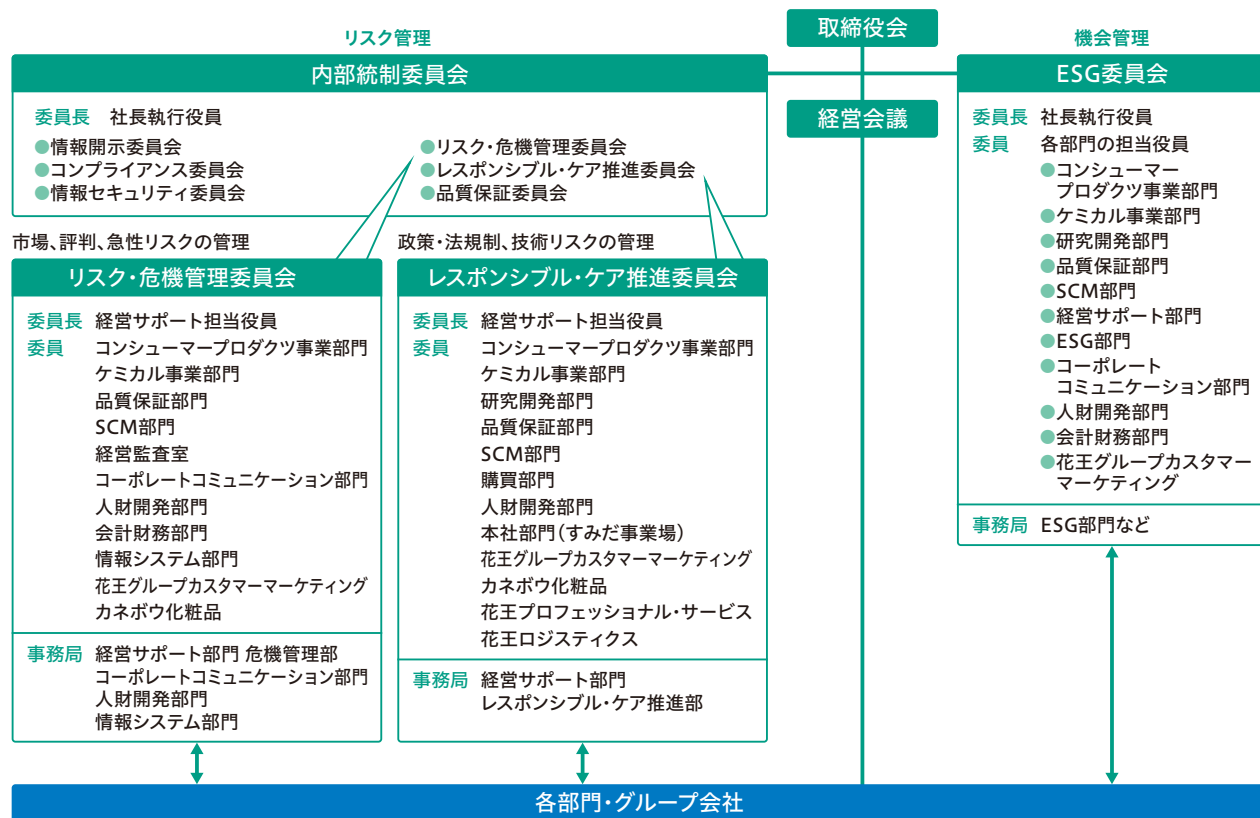
内部統制委員会は、年1回以上開催され、レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会などの下部委員会の活動状況の報告を受け、各委員会の活動

内容の監督を行なっています。

気候変動問題に関する機会管理は年4回開催するESG委員会で実施しています。同委員会の委員には事業、販売、R & D、SCMなどの責任者が務め、事業との

一体運営を行なっています。同委員会とその下部組織のESG推進会議は、気候変動問題をはじめとする環境課題や、社会、ガバナンスの課題について討議しています。

気候変動に関するリスクと機会の管理体制



※2018年12月現在

中長期目標と実績

2020年中期目標

花王グループの全拠点におけるエネルギー使用量と温室効果ガス排出量の2020年目標は、毎年1%削減を目標に、2013年に設定しました。

日本花王グループの製品ライフサイクル全体を対象としたCO₂排出量の2020年削減目標は、当時の日本国がめざした削減目標に準じ、2009年に設定しました。

エネルギーと温室効果ガスに関する目標

項目	対象範囲	2018年 目標	2019年 目標	2020年 目標
エネルギー 使用量	花王グループ全拠点	33%削減	34%削減	35%削減
温室効果 ガス排出量		32%削減	33%削減	35%削減
CO ₂ 排出量	日本花王グループ 製品ライフサイクル 全体	—	—	35%削減

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

花王グループ全拠点を対象とした目標(エネルギー使用量と温室効果ガス排出量)を達成することは、事業活動の運営費削減に寄与することから、利益向上につながります。また、製品ライフサイクル全体でのCO₂排出量の削減は、原材料削減や使用時CO₂排出量の少ない製品の売上増により達成できることから、運営費削減と売上拡大にもつながります。

社会に及ぼす効果

上記目標を達成することで、温室効果ガス排出量が削減でき温暖化影響低減に寄与できます。また使用時CO₂排出量の少ない製品は使用するエネルギーや水などの消費が少なくて済むことから消費者の支出減に貢献でき、さらにはエネルギーや上下水道などの社会インフラの維持更新時の負担減にも効果があります。

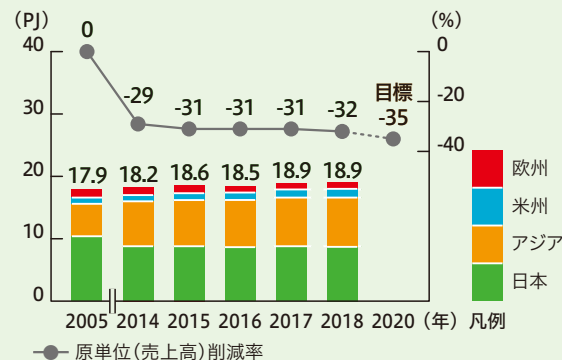
2030年長期目標

項目	対象範囲	2030年目標
温室効果ガス排出量 (絶対量)	花王グループ全拠点	22%削減(2017年比)
エネルギー使用量 (売上高原単位)		毎年1%削減 (対前年、2021年以降)
購入電力		100%再生可能由来
CO ₂ 排出量(絶対量)	花王グループ製品ライフ サイクル全体	22%削減(2017年比)

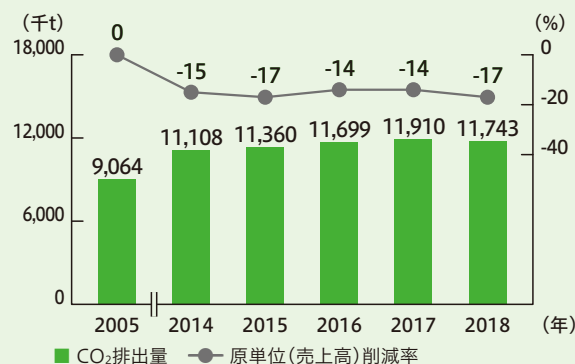
2018年の実績

実績*

エネルギー使用量の推移(全拠点)

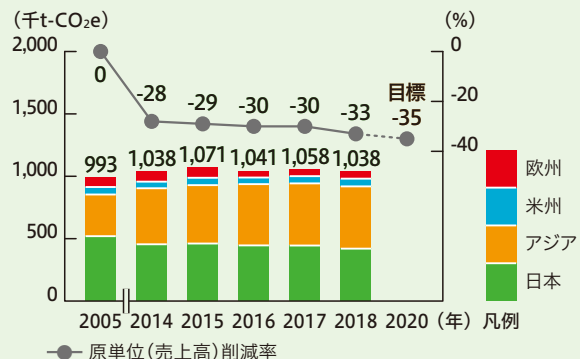


※ 集計対象拠点: 花王グループの全拠点、営業車含む
 ※ 保証対象はエネルギー使用量

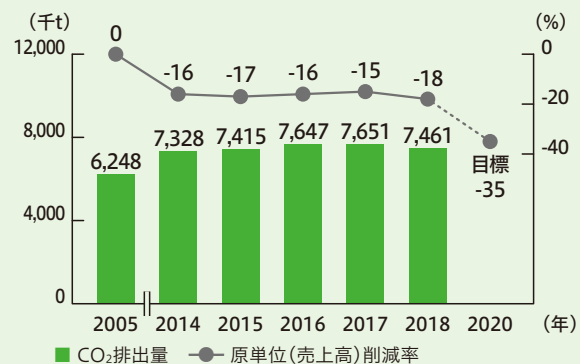
製品ライフサイクル全体のCO₂排出量の推移(花王グループ)

※ 日本国内および海外で販売した製品の単位数量当たりの製品ライフサイクル(ただし、自社グループの生産工程、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数量を乗じて算出した値に、自社グループの生産工程、物流工程を通じたCO₂排出量の実績値を合算したものです。ただし、産業界向け製品の使用および廃棄に関するCO₂排出量は含んでいません。
 ※ 保証対象はCO₂排出量および原単位(売上高)削減率

温室効果ガス排出量の推移(全拠点)



※ 集計対象拠点: 花王グループの全拠点、営業車含む
 ※ 集計対象ガス: 京都議定書に定める7ガス(日本以外の拠点はCO₂のみ)
 ※ 保証対象は温室効果ガス排出量

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)

※ 日本国内で生産された製品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排出量の実績値を合算したものです。ただし、産業界向け製品の使用および廃棄に関するCO₂排出量は含んでいません。
 ※ 保証対象はCO₂排出量および原単位(売上高)削減率

* 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

実績に対する考察

全ライフサイクルCO₂排出量は前年より68千トン減少し、原単位(売上高)削減率は17%削減(2005年比)と前年より3ポイント改善しました。日本の全ライフサイクルCO₂排出量は前年より190千トン削減し、原単位(売上高)削減率は18%削減(2005年比)と前年より3ポイント改善しました。1回すすぎの衣料用洗剤のラインナップが拡大したことなどが要因です。

花王グループの全拠点におけるエネルギー使用量原単位は前年より改善し32%削減となりましたが、目標の33%削減は達成できませんでした。温室効果ガス排出量原単位は前年より改善し33%削減となり、目標の32%削減を達成できました。

花王は、使用段階のCO₂を削減する節水型製品等を家庭用製品の分野で幅広く展開していますが、産業界向け製品でも同様です。ただし、産業界向け製品の使用段階以降のCO₂排出量はビジネスパートナーの最終製品の範囲のため、P37に掲載のライフサイクルCO₂排出量には加えていません。この削減貢献も含めた全ライフサイクルでのCO₂排出削減量は、3,961千トン*でした。

全体への寄与が大きい、使用段階のお湯の使用量や電力使用量の少ない製品のさらなる拡大や、原材料使用量の削減、再生可能原料への転換等を進めていきます。

※ 2005年時点の標準的な製品と比較し、当社製品の日本国内の全ライフサイクルCO₂排出量の削減量を算出した値です。産業界向け製品と家庭用製品を対象としています。

スコープ1 CO₂排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2016年	2017年	2018年
日本	272	271	263
アジア	291	290	291
米州	39	43	49
欧州	47	49	49
合計	649	653	652

スコープ2 CO₂排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2016年	2017年	2018年
日本	169	173	157
アジア	200	208	207
米州	14	14	14
欧州	8	9	9
合計	391	405	386

※ スコープ別排出量はGHG プロトコルイニシアティブの定義に従う

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: 購入した電力・熱等の間接的な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は、国際エネルギー機関(IEA)で公表されている国別係数を使用しています。

電気・蒸気等購入量の推移 (TJ)

	2016年	2017年	2018年
電気	7,272	7,648	7,260
熱	0	0	0
蒸気	132	140	140
冷却	0	0	0

※ 電気は、一次エネルギー換算熱量で算定しています(日本は受電端、日本以外は発電端基準)

燃料種別消費量の推移 (TJ)

	2016年	2017年	2018年
天然ガス	8,915	9,047	9,123
軽油	1,375	1,383	1,331
ガソリン	162	149	135
その他	111	128	145
廃植物油(熱回収)	517	486	553

スコープ3 CO₂排出量の推移 (千t-CO₂e)

	2016年	2017年	2018年
1. 購入した製品・サービス	4,134	4,496	4,430
2. 資本財の建設・建造	262	239	269
3. スコープ1・2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	22	29	27
4. 輸送、配送(上流)	242	253	253
5. 事業から出る廃棄物	47	58	60
6. 出張	4	4	4
7. 雇用者の通勤	18	18	21
8. リース資産(上流)	0	0	0
9. 輸送、配送(下流)	94	97	106
10. 販売した製品の使用者による加工	113	119	119
11. 販売した製品の使用	4,965	4,687	4,570
12. 販売した製品の使用者による廃棄	1,317	1,415	1,452
13. リース資産(下流)	0	0	0
14. フランチャイズ	0	0	0
15. 投資	7	8	8
合計	11,225	11,423	11,319

※ 花王は、拠点の省エネ・廃棄物等削減活動と製品のライフサイクルに関係するカテゴリー1・3・4・5・11・12に重点を置いています。

ステークホルダーとの協働

お客さまと“いっしょにeco”

自治体や流通企業が主催する環境イベントに参加し、啓発活動を行なっています。

- ・消費者の方に環境負荷の少ない製品を認知していただくために、該当製品に“いっしょにeco”マークを貼付
- ・消費者に花王の環境への取り組みを伝える冊子“Let's eco together”を作成し、さまざまな環境イベントなどで配布

ビジネスパートナーと“いっしょにeco”

- ・環境省が運営する「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」や「企業版2°C目標ネットワーク」に参加し、花王のスコープ3に関する取り組み事例を提供し、企業の皆さまのスコープ3排出量算定に貢献
- ・CDP サプライチェーンプログラムに10年継続して参加。回答いただいた内容を自社独自手法で評価・フィードバックし、サプライヤーのCO₂削減活動を促進
- ・容器包装のサプライヤーと協働し、CO₂削減に貢献する容器包装を開発
- ・協働輸送を実施

社会と“いっしょにeco”

- ・「気候変動イニシアティブ」に参画し、国家政府以外の多様な主体が進める気候変動対策の情報発信や意見交換を実施
- ・環境省が進める「cool choice」に賛同し、脱炭素に向けた生活者のライフスタイル変革に貢献
- ・一般社団法人日本化学工業協会のLCA ワーキンググループに委員として参加。自社のカーボンライフサイクル分析(c-LCA)事例を公開し、化学製品によるCO₂削減貢献を社会に発信
- ・花王エコラボミュージアムでの環境コミュニケーション

具体的な取り組み

原材料購入における取り組み

緩和

森林破壊を停止し回復させることで温室効果ガス排出量の1/3削減と同じ効果があることを認識しています。また、調達において生物多様性の劣化や現地労働者の人権の問題など、持続可能な開発におけるリスクがあることを認識し、2020年までにパーム油や紙・パルプ等の調達に関して、原産地の森林破壊ゼロを支持しています。

この活動の一環として、2018年からCDPサプライチェーン「森林」に参加しています。パーム油や紙・パルプ等のサプライヤーに対し、森林破壊を防止した調達をはじめとする持続可能で責任ある調達を開始していただくことを期待しています。

花王は、2009年に日本企業として初めてCDPサプライチェーンプログラムに参加しました。2017年からは、サプライヤーに対し、CO₂削減活動をより積極的に進めていただくことを期待し、CO₂削減活動状況进行评估し、その結果をサプライヤーにフィードバックする取り組みを行なっています。その結果、サプライヤーの取り組みレベルは、年々向上傾向にあります。

再生可能樹脂、リサイクル樹脂、薄い段ボールを利用

することで、容器包装の製造によるCO₂排出量をサプライヤーと協働で削減しています。

原材料の納入量や納入頻度を最適化することで、原材料輸送におけるCO₂排出量を削減しています。

サプライヤーに原材料の調達および加工の過程で発生するCO₂排出量の回答に協力いただいています。この取り組みにより、原材料調達工程におけるCO₂排出量算出の精度の向上だけでなく、各サプライヤーのCO₂排出量を把握することでさまざまな対応を行なうことができ、花王の製品ライフサイクルCO₂排出量削減に反映しています。



→詳細はP139「コーポレート・カルチャー>持続可能で責任ある調達」

適応

気候変動により、各地でさまざまな異常気象が発生しています。たとえば、短期的・局所的大雨が増加傾向にあります。大雨による河川の氾濫や下水道の氾濫に対しサプライヤーが水リスクに対する体制を整えることの重要性に気づいていただくことを目的の一つとして、CDPサプライチェーン「水」に2015年から参加しています。



環境省・CDP共催のサプライチェーン・アジアサミット 2018に花王社員がパネリストとして参加

開発における取り組み

緩和

花王は、新製品や改良製品の発売を決定する際に、「環境適合設計要領」で定めた環境に関する基準を満たすことを確認しています。同時に全ライフサイクルCO₂排出量も評価しています。評価結果は発売の判断だけでなく、次期製品の開発に反映されます。

特に使用工程において水を使う製品では、水を製造し、使用後処理する工程で多くのエネルギーを要しCO₂も発生することを認識していることから、節水製品の開発を積極的に進めています。さらに、使用工程でお湯を使うシャンプーなどの製品はお湯を製造する工程でより多くのCO₂を発生することから、お湯を使用する製品の節水化はより効果的です。



→詳細はP27「エコロジー>環境への取り組み」

適応

温暖化が進むと、気温上昇や晴れの日が多くなる傾向が明らかなことから、夏場に売り上げが増大するUVケア製品や制汗剤等の需要増が見込まれるため、これらの製品開発を積極的に進めています。また、喝水の発生確率が上がる傾向にあることから、節水製品の需要増も見込まれます。

また、パリ協定実現に向け資源制約が今後顕著になることが予測されることから、食と競合しないバイオマスを利用した高い性能を有する界面活性剤(バイオIOS)の開発を行なっています。

2018年の気候変動対応をはじめとする環境対応研究開発の投資額と費用額はそれぞれ3.47億円、39.13億円でした。



全ライフサイクルCO₂排出量を低減する新たな技術を発表する「技術イノベーション発表会」

生産(工場・事務所・ロジスティクスセンター)における取り組み

緩和

1. 使用するエネルギーを削減する取り組み

・高効率機器の導入、機器の効率的運用

2018年も前年に引き続き、冷凍機、空調機、コンプレッサーなどを、BPT (Best Practice Technologies) 機器に更新しました。空調機やコンプレッサーを複数台で最適制御し、変動する需要に応じた効率的運用も進めています。

また、照明のLED化をグローバルで進めています。2015年に公表した、日本の各工場、ロジスティクスセンター、事務所全体の計画を完了し、年間約4.65千トンのCO₂を削減しています。日本以外の関係会社各社でも積極的なLED化を推進しています。

・ムダなエネルギーの排除

2018年も前年に引き続き、ムダなエネルギーを見つけ出して必要最小限な量に抑えたり、利用されないエネルギーを別のプロセスに有効利用するなどの対策を講じました。

蒸気利用の効率化をめざし、スチームトラップのメンテナンス強化や蒸気の回収量向上などを継続的に実施しています。また、タンクを保温する設定温度を低くしたり、運転時間を短縮するなど、必要なエネルギー自体を少なくするよう現場の改善活動も積極的に推進し

ています。

事務所でもムダなエネルギーの排除に努めています。不要な照明の消灯の推進、人感センサ設置による自動点灯・消灯化、空調温度設定の最適化の推進、階段利用推進による不要なエレベーター利用の削減の推進などです。

2018年の省エネ活動は219件あり、CO₂削減量とコスト削減額はそれぞれ年間で約5,496トン、約1.4億円となりました。

2. よりクリーンなエネルギーを利用する取り組み

・燃料のクリーン化

気体燃料、特に天然ガスがクリーン燃料であることから、インフラの整っているすべての工場において、天然ガスを使用しています。石炭を使用している工場はありません。

・再生可能エネルギーの利用

花王所有の各施設で太陽光発電用パネルの導入を推進しています。2018年は、愛媛工場（総発電量318MWh）、マレーシアの花王ペナンググループ（総発電量179MWh）、花王インダストリアル（タイランド）（総発電量8,401MWh）、上海花王（総発電量約300MWh）、花王USA（総発電量約50MWh）が稼働し、栃木工場、豊橋工場にも設置を進めています。

再生可能電力の購入も欧州各社から開始しています。ドイツ花王化学やイギリスのモルトンブラウンなど4

子会社において、すべての購入電力(30.3GWh)を再生可能エネルギー由来に置き換えています。日本の工場でも、小田原工場が6月から、栃木、鹿島、川崎、愛媛工場が10月から再生可能電力の購入を開始しました。これにより愛媛工場はすべての使用電力が再生可能エネルギー由来となりました。これらの再生可能エネルギー電力の利用により、27.4千トンのCO₂排出量を削減しました。

・低GHG排出係数電力の利用

購入電力の使用に伴うCO₂排出量を削減するために、電力の購入先を選定する際、GHG排出係数を考慮しています。

3. 冷媒等の温室効果ガス漏えい量の削減

空調機や生産に使用する冷凍機には、温暖化係数が非常に大きいフロンを充填し運転しています。フロンが機器から漏えいする量を削減するために機器の定期点検を強化しています。

また、新規導入する冷凍機では、温暖化係数が低い冷媒に切り替えるようにしています。日本において、温暖化係数が低い機器を3台導入しています。

これらの機器に使われている冷媒 R-1233zd(E) (HFO) は、大気中で分解しやすいため、冷凍機用の標準的な冷媒 R-134a (HFC) の温暖化係数が1,300であるのに対し、CO₂と同じ1と優れた性能を持っています。

これらの活動などを進めた結果、2018年の花王のスコープ1・2CO₂排出量は、前年に対しそれぞれ1千トン、19千トン減少しました。

適応

夏場の気温上昇に伴い、日本では熱中症予防が必須となってきています。特に屋外作業者に対し、当日の暑さ指数の共有、連続作業時間の短縮、飲料水の準備などの対策を行なっています。

また、気候変動に伴い新たな水リスクが顕在化する可能性が高いことから、工場を対象に水リスク調査を毎年実施しています。



→詳細はP48「エコロジー>水」



花王インダストリアル（タイランド）の工場に設置された太陽光発電設備

輸送における取り組み

緩和

2018年の日本国内における輸送時のCO₂排出量は97千トンとなり、排出量原単位は32%削減(売上高原単位、2005年比)となりました。重量に対する容積が大きい製品の売上比率が増加したことが、要因の一つです。

1. 一度に輸送する量の拡大

積載率の向上、製品のサイズ変更、車両の大型化などを積極的に行なっています。

2. 輸送距離の短縮化

輸送ルートの見直し、生産工場の最適化やロジスティクスセンターの移設などの検討を継続的に実施しています。

3. よりクリーンな輸送手段の利用

トラックから鉄道・船などのCO₂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。

4. 実車率の向上

輸送先で荷下ろし後トラックが戻るとき、空車でなく荷物を積むこと(=実車率の向上)が、さらなる輸送エネルギー、CO₂排出改善に寄与します。2017年には、

イオン株式会社の連結子会社で物流を担うイオングローバルSCM株式会社との間で、首都圏と中部圏でトレーラー(積荷)を交換し出発地に戻る中継輸送方式を、異業種企業間としては日本で初めて採用しました。



企業活動を広く知っていただくため、イオンと花王のコーポレートカラーを用いたデザインコンテナを活用

5. 日本以外の輸送エネルギー・CO₂排出量の見える化

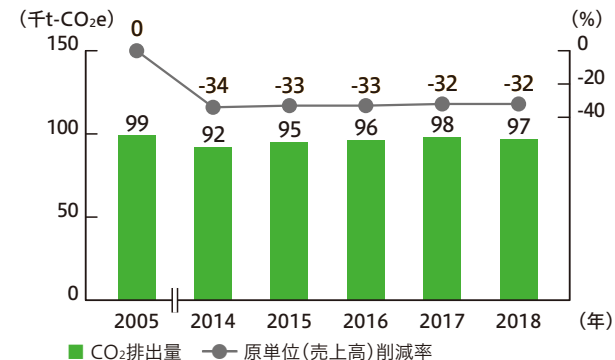
2018年からの日本以外での輸送エネルギー、CO₂排出量の算出開始に向け準備を進めましたが、2018年の日本以外の輸送のCO₂排出量は推定により算出して報告しています。2019年は実際の輸送実績に基づく量を報告する予定です。

適応

短期的・局所的大雨が激甚化することで、花王工場から顧客までのサプライチェーンが寸断され、製品をお届けできなくなったり、迂回ルートを長期的に採用す

ることで環境負荷が増大するリスクもあります。リスクが発現した場合に、短時間で適切な対応をとることができるよう、花王の主要市場である日本においては、製品輸送の管理を子会社が担当しています。

輸送時のCO₂排出量の推移(日本)



※ 集計対象: 花王(株)および(株)カネボウ化粧品

※ 保証対象はCO₂排出量

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

CO₂ 305-3 具体的な取り組み

使用における取り組み

緩和

花王は使用段階のCO₂を削減する幅広い製品群を提供しています。

代表的な製品としては、すすぎ1回を可能にした超濃縮タイプの衣料用洗剤、すすぎのお湯を削減するシャンプー、全身洗浄料、食器用洗剤などがあります。

全ライフサイクルCO₂排出量を削減した製品の例として、洗たく1回当たりの全ライフサイクルCO₂排出量を約22%削減できる衣料用洗剤「アタック Neo」を2009年に発売しました。初めてすすぎ1回を提案した衣料用洗剤で、いまや洗濯機に「すすぎ1回」ボタンが標準装備されるまでになり、洗濯スタイルそのものを变化させた製品です。この製品は内容量が通常製品の2.5倍にコンパクト化されています。

すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤は、日本、台湾、シンガポール、オーストラリアで提供しています。

2019年には、これまでの洗浄の概念を塗り替える、花王市場最高の洗浄基剤「バイオIOS」を主成分とした衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO」を発売しました。1回すすぎの衣料用洗剤のさらなる拡大をめざしています。

そのほかにも、髪の毛のからまりを防ぎ、ドライヤーの風通りがよくなることで乾燥時間を短縮でき、ドライヤーの電力消費量を削減できるシャンプー等があり

ます。

産業界向け製品でも、顧客の皆さまが使用する段階のCO₂を削減できる幅広い製品群があります。低温で定着しコピー機の電力消費を削減するトナー、低温で銅板を洗浄・リンスでき燃料のCO₂を削減する洗浄・リンス剤、フロンを代替する水性の精密基盤洗浄剤、自動車で使用される電線の重量を削減し燃費向上に貢献する被覆材用添加剤、低燃費タイヤの性能を発揮するのに必要な素材の分散確保に必須の添加剤などです。



アタックZERO

洗浄力・消臭力・洗剤残りゼロを両立し、新容器「ワンハンドプッシュ」によって、片手で簡単に適量を出すことが可能な衣料用濃縮液体洗剤



新 Essential スマートブロードライ

髪が1本1本バラけて乾きやすくなる
エッセンシャル スマートブロードライ
髪の毛のからまりを防ぎ、ドライヤーの風通りがよくなることでドライヤー時間を平均20%カット

適応

温暖化が進むことで気温上昇や晴れの日が多くなる傾向が明らかことから、夏場に売り上げが増大するUVケア製品や制汗剤等の需要増が見込まれます。また、湯水の発生確率も上がる傾向になることから、節水型製品の需要増が見込まれます。

不幸にも自然災害が発生した場合、避難生活における衛生維持に役立つ製品の紹介を中心に、役立つ日用品などの情報も掲載したウェブサイト「そなえーる」を2017年12月に開設しました。



→花王「そなえーる」サイト
www.kao.co.jp/hisaiji/

廃棄・リサイクルにおける取り組み

緩和

廃棄・リサイクル段階のCO₂は、次の2種類から構成されています。一つは、消費者が使用した後に廃棄した容器包装やおむつ等を焼却したり、洗剤成分などを下水処理したときに、石油でつくられた材料や成分が分解して発生するCO₂です。もう一つは、焼却・リサイクル設備、下水処理設備の運転に必要なエネルギーを使うことにより発生するCO₂です。

花王は、容器包装やおむつの原材料の削減や洗剤成分の削減を進め、これらのCO₂削減に努めています。また、バイオマスやバイオプラスチックの利用も進めています。これら素材が分解して発生したCO₂は温暖化に寄与しないとみなされています。

適応

今後人口が増加していく一方、パリ協定実現に向け資源制約が顕著になると予測されることから、食と競合しないバイオマスを利用した高い性能を有する界面活性剤(バイオ IOS)の開発や海洋プラスチックゼロ、再生プラスチックの活用、容器内残液ゼロをめざす“Package RecyCreation”の開発に注力しています。

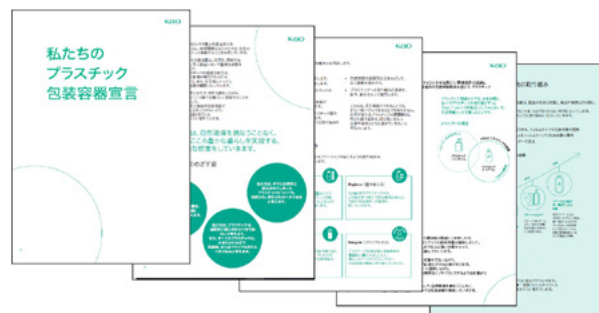
また、花王のプラスチック容器包装に関する考え方を「私たちのプラスチック包装容器宣言」として公開し、あわせてオープンイノベーションを促進するなど、プラスチック問題に積極的に対応しています。



→ P79「エコロジー>容器包装」



→ 私たちのプラスチック包装容器宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/plastic-packaging/



私たちのプラスチック包装容器宣言

Topic 外部機関と積極的に交流

2018年は、複数の外部機関で花王の環境への取り組みが紹介されました。また、セミナーや勉強会での意見交換を実施しました。

・「TCFD研究会」に参加

経産省グリーンファイナンスと企業の情報開示の在り方に関する「TCFD研究会」に委員として参加しました。

・OSLO Climate Leadership Declarationを支持

企業の気候変動への取り組みを促進していくことをめざす同宣言への支持表明を行ないました。

・タラノア対話

COP24の主要議題の一つであるタラノア対話において、日本の事例の一つとして紹介されました。また、日本のタラノア対話ウェブサイトにも花王の取り組みが掲載されています。

・CDP関連セミナー、勉強会

回答依頼サプライヤーを対象に「花王インハウスセミナー」を開催。回答依頼の目的やCDPジャパンによる回答方法の説明、サプライヤーのGHG削減に向け花王が行なっている省エネ手法などの紹介を行ないました。

花王のアプローチ

花王の事業活動にとって、水は不可欠です。液体の洗浄用製品の原料として、生産においては、加熱、冷却、洗浄などにも使います。消費者が花王製品を使うときにも水が必要です。そこで花王は、生産時や製品使用時に必要な水量を減らした製品の提案を継続的に行なっています。他方、使用された水は、工場やご家庭の排水として、下水処理などを経て河川や海に流れていきます。花王は、工場における排水水質管理、排水による環境負荷が小さい製品の開発も実施しています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

水は地球上のすべての動植物を育むためになくてはならないものです。また清潔な暮らしを営むためにはすべての人々が衛生的な水を持続可能な状態で利用することが必要です。現在、多くの地域において洪水や慢性的・急性的な渇水などの問題が顕在化していますが、今後は人口増加や地球温暖化により、ますます深刻化することが予想されています。

花王が提供する価値

製品ライフサイクルにおけるすべての段階で水の利用効率を大幅に改善するために、工場においては水使用量の削減目標を掲げ、継続的に取り組んでいます。また製品使用時の水使用量を削減できる節水製品を開発し、グローバルに展開しています。

他方、レジリエントなインフラ構築、特に河川や海岸などの水辺で行なわれる工事において、周辺環境を壊すことなく施工できるコンクリート用やセメント用添加剤も提供しています。

自然界への化学物質の放出の最小化に向け、工場においては排水処理施設にて法定要求レベルを上回る厳格な基準で管理しています。製品使用後の排水については、自主的に化学物質のリスク評価を実施し、リスクが許容できる化学物質のみ使用しています。

貢献するSDGs



「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会

項目		内容
リスク	政策・法規制	水に関わるさまざまな政策・法規制が制定され、それに対応するために管理コストが増大する可能性があります。また、対応のため設備増強や新技術開発に投資することで設備費や運用費が増加し、利益減となるリスクがあります。 さらに、工場立地エリアやその取水源で渇水リスクが高まることで、政府や自治体から取水制限を要請され、生産が予定通りに行なわれず売上減となるリスクがあります。 想定される政策・法規制の例 ・工場排水に対する規制 ・製品の化学物質使用に関する規制 ・製品の水分環境性能や化学物質に関する表示制度 ・取水制限
	技術	節水製品をはじめとする水リスクに対応するための製品研究開発費用が増大することで、運用費増加による利益減となるリスクがあります。 さらに当該技術開発が失敗した場合、売上増を達成できなくなるリスクがあります。
	市場	国・地域レベルで渇水が大きくなると、製品使用時の水使用量が制限され、節水製品の需要が増大する一方で、非節水型製品の売上が減少するリスクがあります。 節水型製品等の開発している技術レベルが市場の要求レベルに合致しなかった場合、売上減となるリスクがあります。
	評判	上記リスクへの対応不足や情報開示不足によりレピュテーションが低下するリスクがあります。
	物理的リスク	短期的な渇水や頻発する局所的大雨による浸水などにより、自社工場運営が停止し製品製造を継続できなくなるリスクがあります。同事象がサプライヤーの工場で発生することで、必要な原材料調達ができなくなり、結果として製品製造を継続することができなくなるリスクがあります。また、サプライヤーから花王工場まで、花王工場から顧客までのサプライチェーンが寸断されるリスクもあります。これらリスクは製品を市場に供給できなくなることから売上減となったり、リスクが顕在化したとき特別な対応を要することでコストが増加し利益減となります。さらには、大規模な洪水の発生によりインフラが損傷し生活者の暮らしに大きな制限が発生すると消費活動が落ち込み、売上高が減少するリスクがあります。 渇水が重篤化する可能性のあるエリアに自社工場やサプライヤー工場が存在することにより、今後の成長に必要な生産量増に対応できなくなるリスクがあります。また、同エリアにおける水使用製品の売上高が減少するリスクがあります。
機会	資源効率性	工場で使用する水量を継続的に削減していることは、製品製造に必要な運営コスト低減につながり、利益増につながります。
	製品・サービス	花王は界面を制御する技術の中核に据え研究開発体制を有しています。界面の制御とは、すなわち、他物質との混ざり合い方をコントロールすることです。この技術により、たとえば泡切れの良い洗浄剤や水と混ざりにくいセメントの提供など、水に関わる製品開発を推進しているため、市場の変化に適切に対応できます。
	市場	渇水や大雨による災害に伴う水使用量制限などが顕在化することで節水型製品が注目され、その売上が増加する機会があります。 また、レジリエントなインフラ整備強化に伴い、インフラで必須であるコンクリートセメント用添加剤の需要が伸びる機会もあります。
	レジリエンス	工場で使用する水量を継続的に削減していること、サプライヤーに水リスク調査の実施を求めていること等は、製品製造の面で水問題に対するレジリエンス向上に役立っています。 また60年以上の消費者相談対応と、40年以上にわたり構築したデータベースにより消費者動向を予測し新製品の提案をする活動は、事業のレジリエンス向上に必要です。

方針

花王は、製品ライフサイクルの各段階に応じた節水活動や水質保全活動を、先進技術の開発や導入、ビジネスパートナーや消費者との協働により推進しています。

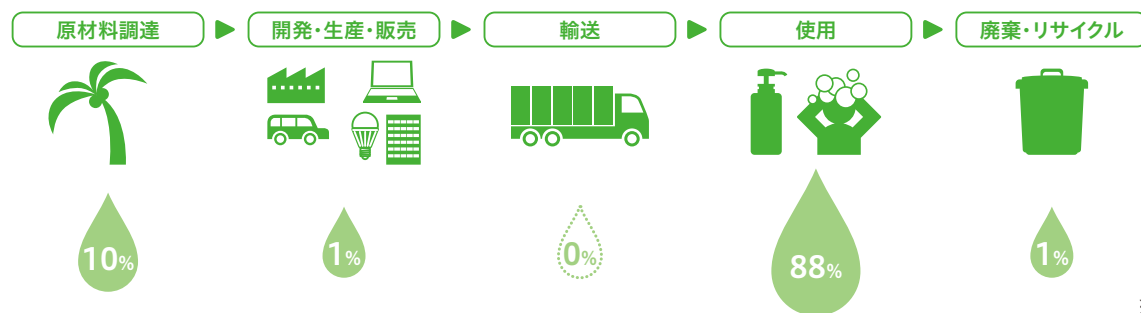
水の使用量が製品ライフサイクルの使用段階で88%を占めることを念頭におき、CO₂と同様に、2009年に「環境宣言」で製品ライフサイクルの全段階で環境保全に貢献する決意を表明しています。

製品ライフサイクルの10%を占める原材料調達段階で使用する水は、サプライヤーの工場等で使用する水であるため、サプライヤーとの協働で取り組みを進めています。

開発・生産・販売段階で使用する水の割合は1%と小さいですが、工場が立地する地域では一定規模の影響を与えるため、各工場において目標を掲げ、節水活動に取り組むとともに、排水の水質管理を法令より厳しいレベルで実施しています。

廃棄段階では使用後排水の環境負荷が小さい製品の提供により、ご家庭の排水の環境負荷低減を進め、水質汚染防止に努めています。

花王の製品ライフサイクル各段階で使用される水の割合



※ 2018年実績

サプライヤーとの取り組み

主要サプライヤーのうち水リスクが高い事業を行なっているサプライヤーを対象に、CDPサプライチェーンプログラムを通じ、サプライヤーの水使用量、管理状況等を調査・確認しています。この調査はサプライヤーにおける水リスク管理の促進の機会ともなっています。またこれらサプライヤーの工場の水リスクをWRI※のAQUEDUCTなどを用いて評価し、将来リスクの把握に努めています。

※ WRI

世界資源研究所。World Resources Institute
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。

工場での取り組み

花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄・冷却などに水を使用しています。工場ごとに水使用量の削減目標を設け、3R(Reduce、Reuse、Recycle)の視点で水使用量削減や再利用に取り組んでいます。

排水処理技術の導入にも取り組んでいます。和歌山工場は、和歌山県工業技術センターが開発した、イトミズを活用した工業排水処理技術の実証実験を実施し、処理場から発生する汚泥を最大8割削減することが確認されました。花王は社外の技術も積極的に導入し、廃棄物削減やコスト削減に努めています。

水リスク調査

各工場の水リスク評価を、WRIのAQUEDUCTや社内の知見を使用して定期的に行なっています。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排水による影響を確認するようにしています。

水質汚濁防止への取り組み

花王は、多くの工場に排水処理設備を設置し、高いレベルで維持管理しています。工場から出る排水は適切に処理した後、場外へ排出しています。法令および周辺自治体との協定に基づき、排水の水質を監視しています。

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。

環境法規制の遵守

花王は、工場排水や廃棄物などの各種環境法規制を遵守すべく、設備管理や公害防止管理システムを運用しています。毎年厳しくなる規制に対応できるよう、高いレベルで維持管理しています。

製品での取り組み

すすぎやすい製品の開発により、製品使用時の水使用量の削減を積極的に進めています。

製品使用後の排水が水環境に与える影響が小さい製品の開発に努めています。また、河川の汚染状況の調査・研究を、専門家・工業会との協働により実施しています。

体制

取締役会の監督のもと、リスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESG委員会で行なっています。これら委員会の委員長はともに代表取締役 社長執行役員が務めています。

内部統制委員会のもと、政策・法規制や技術リスクなどを管理するレスポンシブル・ケア推進委員会と市場、評判、急性リスクなどを管理するリスク・危機管理委員会があり、これら委員会の委員長はともに経営サポート部門担当役員が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は経営サポート部門レスポンシブル・ケア推進部が、リスク・危機管理委員会事務局は同部門危機管理部が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会は年2回開催され、法規制遵守状況、水使用量削減状況などについて報告・討議がなされ、翌年の目標設定も行なっています。レスポンシブル・ケア推進委員会事務局は、毎月、法規制遵守状況の確認や水問題についてのインパクトの大きい工場を中心に水使用量実績、排水中化学物質量の把握などを行ない、レスポンシブル・ケア推進委員会委員長、各委員、内部統制委員会委員、監査役等に報告しています。リスク・危機管理委員会は年4回開催され、自然災害やレピュテーションなどのリスクを管理しています。

内部統制委員会は、年1回以上開催され、レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会などの

下部委員会の活動状況の報告を受け、各委員会の活動内容の監督を行なっています。

水問題に関する機会管理は年4回開催するESG委員会で実施しています。同委員会の委員は事業、販売、R & D、SCMなどの責任者が務め、事業との一体運営を行なっています。同委員会とその下部組織のESG推進会議は、水問題をはじめとする環境課題や、社会、ガバナンスの課題について討議しています。同委員会はその活動状況を年1回以上取締役会に報告し、取締役会の監督を受けています。

水資源に関するリスクと機会の管理体制は、気候変動に関する管理体制と同じです。



→詳細はP38「エコロジー>CO₂/体制」

ステークホルダーとの協働

- ・環境省が行なっている「Water Project」に参加し、水保全や水の大切さについて理解し、一人ひとりができることを考えるサポートをしています。
- ・中国政府と協働で継続実施している節水キャンペーンは、2018年で7年連続の開催となりました。活動エリアを西北地区に拡大し、今回は中国の64大学で節水の啓発を行ないました。
- ・CDPが実施しているサプライチェーンプログラムに参加し、水リスクが高いセクターに属する主要サプライヤーに対し、水使用量・管理状況等の調査・確認に協力いただいています。



中国節水キャンペーンでのスピーチ

中長期目標と実績

2020年中期目標

花王グループの全拠点を対象とした水使用量の2020年削減目標は、毎年1%の削減を目標とし、2013年に設定しました。

日本花王グループ製品使用段階を対象とした水使用量の2020年削減目標は、2009年に設定しました。

水に関する目標

項目	対象範囲	2018年目標	2019年目標	2020年目標
水使用量	花王グループ全拠点	39%削減	39%削減	40%削減
	日本花王グループ消費者向け製品使用時	—	—	30%削減

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、事業運営費の低減に寄与し、利益増に貢献します。製品使用時の水使用量目標を達成するには、節水製品の売上増が必須であることから、目標達成により売上増が期待できます。

社会に及ぼす効果

上記目標を達成することで、拠点のある地域の淡水の持続可能な採取および供給に寄与し、水に関連する生態系の保全に良い影響を与えていると考えています。

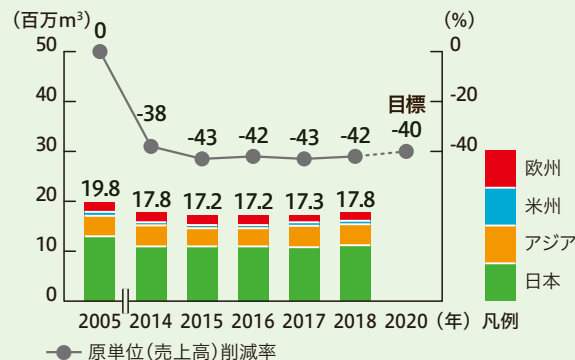
2030年長期目標

項目	対象範囲	2030年目標
水使用量 (売上高原単位)	花王グループ全拠点	45%削減(2005年比)
	花王グループ製品ライフサイクル全体	10%削減(2017年比)
	渇水地域における製品ライフサイクル全体	40%削減(2017年比)

2018年の実績

実績*

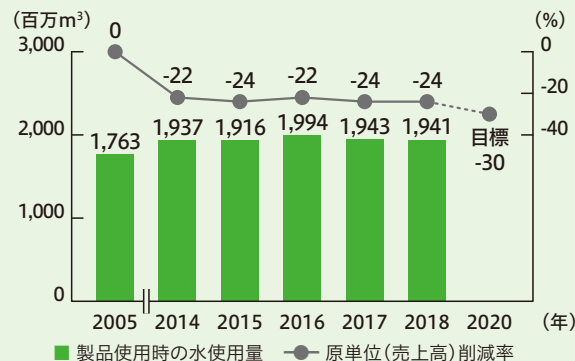
水使用量(取水量)の推移(全拠点)



※ 集計対象は2014年までは花王グループ全生産拠点、日本国内の非生産拠点が対象。2015年は一部の、2016年以降はすべての非生産拠点を含まず。

※ 保証対象は水使用量(取水量)

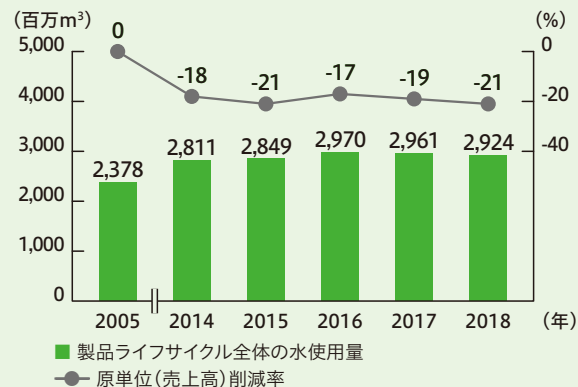
製品使用時の水使用量の推移(日本花王グループ)



※ 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出した値を集計したものです。

※ 保証対象は水使用量および原単位(売上高)削減率

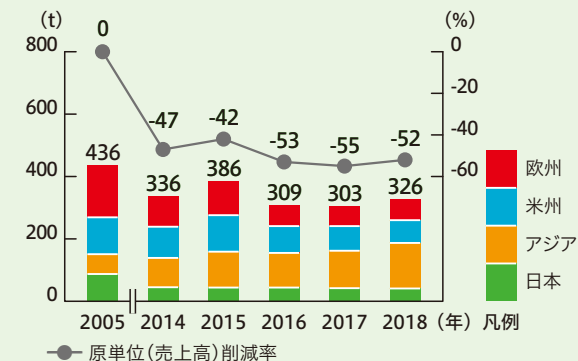
製品ライフサイクル全体の水使用量の推移(花王グループ)



※ 主に日本国内および海外で販売した製品単位数量当たりの製品ライフサイクル(ただし、自社グループの生産工程、物流工程を除く)を通じた水使用量に当該製品の年間の売上数量を乗じて算出した値に、自社グループの生産工程、物流工程を通じた水使用量の実績値を合算したものです。ただし、産業向け製品は、調達に関する水使用量は含まれますが、使用および廃棄に関する水使用量は含んでいません。

※ 保証対象は水使用量および原単位(売上高)削減率

COD汚濁負荷量の推移(全生産拠点)



※ 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

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

水源別取水量の推移(百万m³)*

	2016年	2017年	2018年
地表水	0	0	0
半塩水・海水	0	0	0
雨水	0	0	0
地下水(再生可能)	4.9	5.1	5.3
地下水(再生不可能)	0	0	0
油汚染水・プロセス水	0	0	0
市水	12.3	12.2	12.5
他の組織からの排水	0.1	0.03	0.02

放流先別排水量の推移(百万m³)*

	2016年	2017年	2018年
河川・湖沼	2.1	2.3	2.4
半塩水取水・海	6.0	5.8	6.4
地下水	0	0	0
下水道	2.7	2.8	2.8
他の組織への排水	0	0	0
合計	10.8	10.9	11.5

※ 集計対象拠点: 花王グループ全拠点

実績に対する考察

水使用量(全拠点)は、前年より微増の17.8百万m³で、原単位(売上高)削減率は前年より1ポイント悪化の42%となり、2019年目標および2020年目標を前年に続き達成しています。また、取水リスクのある生産拠点の水使用量は3.1百万m³でした。製品ライフサイクル全体の水使用量(花王グループ)、製品使用時の水使用量(日本花王グループ)は、それぞれ37百万m³、1百万m³減少し、原単位(売上高)削減率は2ポイント改善の21%削減、前年と同水準の24%削減となりました。COD汚濁負荷量は、前年より23トン増加し、原単位(売上高)削減率は3ポイント悪化しました。

課題は使用段階での水使用量の低減です。節水型製品のさらなる拡大を進めていきます。

具体的な取り組み

原材料購入における取り組み

2015年、CDPサプライチェーンプログラムに参加し、水リスクが高いセクターに属するサプライヤーに対して、自らの水管理レベルの向上を促しています。具体的には、サプライヤーの水使用量・管理状況等の調査・確認に協力いただいています。2017年からは、サプライヤーの回答をもとに水リスク管理活動状況を評価し、その結果をサプライヤーにフィードバックする取り組みを行っています。

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・冷却などに水を利用しています。工場ごとに水使用量の削減目標を設け、3R(Reduce、Reuse、Recycle)の視点で水使用量削減や再利用に取り組んでいます。

Reduce

ボイラー用水や冷却水の再使用回数を増やし使用量削減を図る取り組みを、ドイツ花王化学をはじめ複数の工場で行なっています。

Reuse

雨水の緑地の散水などへの活用を、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。

Recycle

使用後の蒸気を積極的に回収したり、プロセスで利用した水を浄化して再使用する活動を多くの工場で行なっています。

3Rの取り組みの例

会社名	内容
上海花王化学	一部の製品の反応プロセスで使用した水を、別の製品の製造プロセスに再利用し、水使用量を削減
花王(ベトナム)	タンクの洗浄・滅菌プロセスにスプレーを利用した方式を導入し、水や蒸気を削減
花王インダストリアル(タイランド)	冷却水のオーバーフローを冷却水プールに戻して、水使用のムダを削減
キミ花王(メキシコ)	地元自治体と、自治体の浄水設備から多くの再生水を受け入れる協定を締結。逆浸透膜による下水の有効利用により、購入した再生水をよりきれいな水にし、生産に使わない残りの水を市の施設を介して川に放流することで、地域の水循環に貢献

地下水・土壌汚染の調査

和歌山工場、すみだ事業場、酒田工場、川崎工場、栃木工場、小田原事業場で自主的に地下水、土壌汚染の調査を実施し、いずれの測定項目も定量下限値未満であることを確認しました。

環境法規制の遵守

2018年は、環境法規制の逸脱件数は4件、罰金額は644千円でした。鹿島工場で雨水系排水のCOD超過1件、花王スペシャルティーズアメリカズで下水への排水のBOD超過2件と、メチルエチルケトンの漏出1件がありましたが、いずれも罰金は科されませんでした。花王コーポレーション(スペイン)は2016年の有害廃棄物保管基準違反について2018年に5,001ユーロの罰金を支払いました。

環境法規制 遵守状況

区分	単位	2016年	2017年	2018年
逸脱件数※1	件	3	11	4
内漏出	件	0	0	1
罰金総計※2	千円	2,590	699	644
内漏出	千円	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

水

303-1(水と廃水2018),303-2(水と廃水2018),308-2

具体的な取り組み

使用における取り組み

コンシューマープロダクツ事業における取り組み

使用段階の水使用量が全ライフサイクルでの水使用量のほとんどを占めているため、さまざまな取り組みを実施しています。節水型製品の提供と、その使用方法のコミュニケーションが代表的な取り組みです。

花王は、すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤「アタックNeo」を2009年に日本で発売以来、すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤を、台湾、シンガポール、オーストラリアで提供しています。

さらに、2010年より従来品よりすすぎ水を20%減らすことができる「メリットシャンプー」を、2014年よりすすぎ水を20%減らすことができる食器用洗剤「キュキュット」を、2015年からは、すすぎ水を10%減らすことができる浴室用洗剤「バスマジックリン」を提供するなど幅広く節水型製品を展開しています。

また節水方法についても、さまざまなアプローチで消費者に伝えています。たとえば、より少ない水で洗髪できる「エコシャンプー術」を開発し、消費者への啓発も行なっています。節水型製品の提供と同時に、節水方法をお伝えしていくことは、「環境宣言」のスローガン“いっしょにeco”をまさに具現化した取り組みです。



より少ない水で洗髪できる「エコシャンプー術」

ケミカル事業における取り組み

ケミカル事業におけるセメント用添加剤「ビスコトップ」は、水辺の工事において、セメントが周囲の川や海などへ分散するのを防ぐ効果があり、福島第一原子力発電所の汚染水を取り除く工事でも使用されています。



→詳細はP56「エコロジー>化学物質」

製品使用後の排水への取り組み

花王は、製品使用後の排水が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、下水処理場で使用する活性汚泥や河川から採取した河川水を用いて、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)や代表的な水生生物への影響などを調べることで、環境負荷のより少ない原料の開発や使用を積極的に進めています。今後はAIなどの技術も積極的に使って、環境適合性の高い化学物質の探索を進めていく予定です。

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うことにより、化学物質の生態リスクを把握することに努めています。また、グローバル化に対応し、海外でのモニタリング活動や河川水中濃度を予測するシミュレーション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種の界面活性剤を対象とした環境モニタリングを都市河川にて20年間にわたって実施(4河川7地点、年4回測定)、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。

花王のアプローチ

花王は、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もたらす著しい悪影響を最小化することを目的とし、開発、製造、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を適切に管理し、社会のサステナビリティに貢献することをめざしています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

人口増加や経済の成長に伴い、化学物質の不適切な管理による人の健康と環境へのリスク、すなわち環境汚染、温暖化、資源の枯渇、生物多様性の損失という、地球規模での課題に人類は直面しています。

2002年に開催された「持続可能な開発に関する世界首脳会議(WSSD※¹)」において、「予防的取組方法に留意しつつ、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もたら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」との国際目標、いわゆるWSSD2020年目標が合意されました。この目標の達成に向けて2006年に「国際的な化学物質管理のための戦略的アプローチ(SAICM※²)」が取りまとめられ、国連環境計画(UNEP)において承認されました。

※1 WSSD
持続可能な開発に関する世界首脳会議。World Summit on Sustainable Development

※2 SAICM
国際的な化学物質管理のための戦略的アプローチ。Strategic Approach to International Chemicals Management

花王が提供する価値

花王は、世界的な化学物質管理強化の動きを踏まえ、2009年に公表した「環境宣言」の中期目標で「SAICMに沿って積極的に化学物質の管理に努める」ことを掲げました。

2012年には全社体制として「SAICM推進委員会」を発足し、これまでに開発・運用していた独自の「化学物質総合管理システム」基盤のさらなる深化を含めて、化学物質の管理を強化しています。

SAICM推進活動を通して開発、製造、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、SAICMの目標である化学物質がもたらす人の健康と環境への著しい悪影響を最小化し、持続可能な社会の実現に貢献します。

貢献するSDGs



方針

花王では、家庭用製品から工業用製品まで幅広く化学物質を取り扱っており、以前から、積極的に化学物質管理を進めてきました。さらに、より安全かつ適切に化学物質を使用するために、国際的に合意されたSAICMに沿って化学物質管理を推進・強化しています。

2013年に策定した「SAICM推進の基本方針」は、花王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推進の基本方針

1. より安全性にすぐれ、価値のある化学物質の開発と使用、環境負荷の少ない製造プロセスの開発
2. 科学的なリスク評価とライフサイクル全体を通じた化学物質管理
3. 化学物質に関わる法規制・自主基準の遵守と国際協力・国際協調の推進
4. ステークホルダーとのリスクコミュニケーションの推進



→詳細は「SAICM推進の基本方針」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement-saicm-policy.html

体制

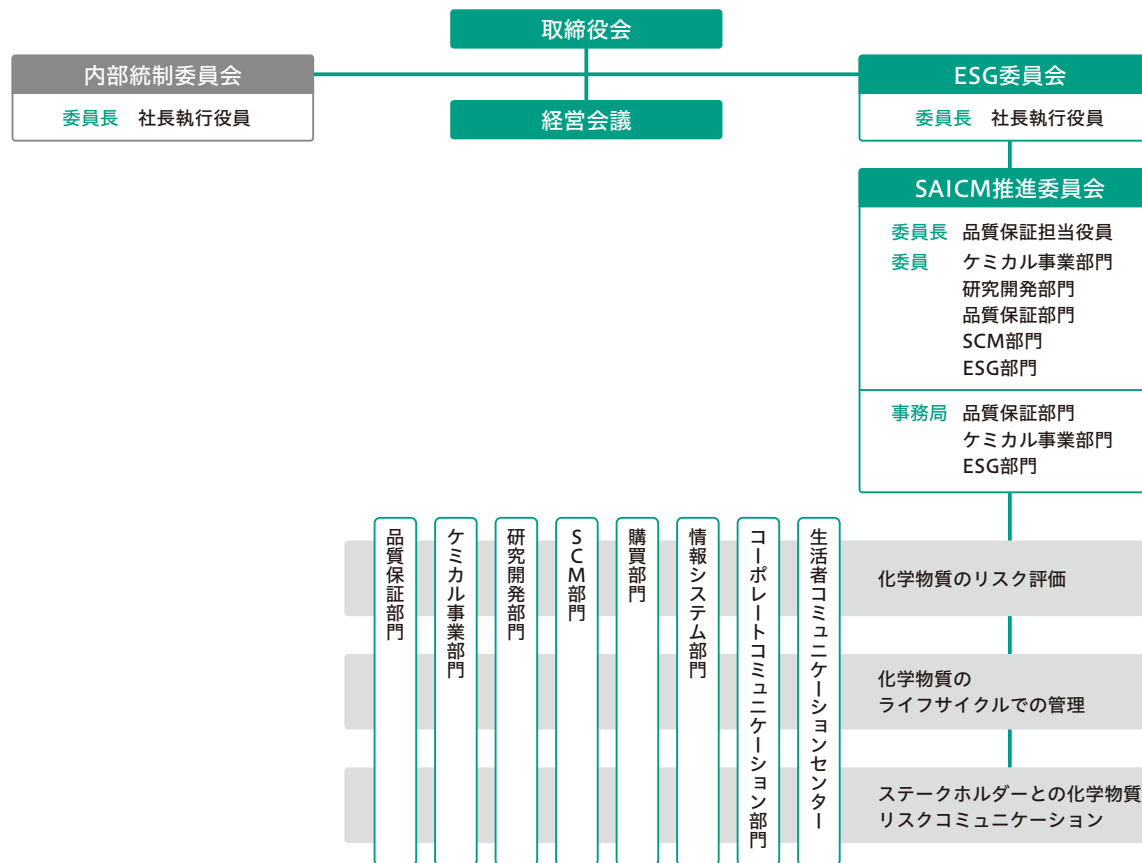
花王は、SAICMの目標達成に向けた取り組みを具体的に加速させるため、社長執行役員が委員長を務めるサステナビリティ委員会(現:ESG委員会)のもとに「SAICM推進委員会」を2012年に発足させました。社長執行役員をレポーティングラインとし、品質保証部門担当常務執行役員が委員長を務めて、品質保証部門、ケミカル事業部門、研究開発部門、SCM(サプライチェーンマネジメント)部門、経営サポート部門、ESG部門のトップマネジメントが参加しています。主として;

- (1) 化学物質のリスク評価
- (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推進活動として掲げ、それぞれに対応するプロジェクトを設置し、各活動を推進しています。各プロジェクトごとのミーティングに加え、年に3-4回開催されるSAICM推進委員会では、各プロジェクトの進捗報告のほか、外部有識者を招いた講演会や、2020年以降の花王がめざす化学物質の管理に関する取り組み案等の議論を行なっています。2012年から2018年末までにSAICM推進委員会を20回開催しました。

また、レスポンシブル・ケア(RC)推進体制のもと、PRTR法対象物質や揮発性有機化合物(VOC)などの排出量削減活動を推進しています。

SAICM推進体制



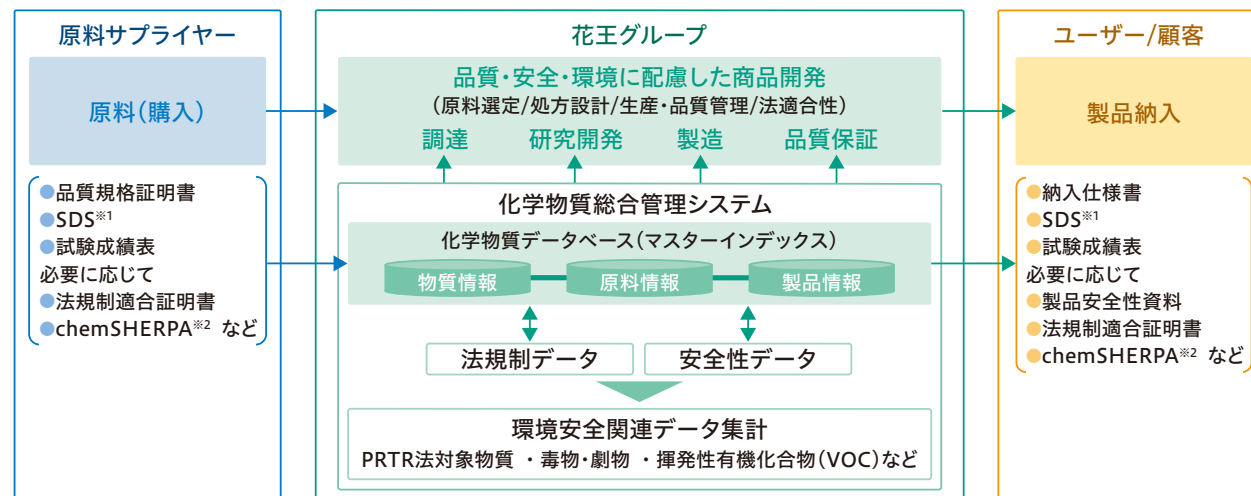
※2018年12月現在

化学物質総合管理システム

花王では、家庭用製品および工業用製品の安全・安心を確保するために、2001年から個々の原料・製品に「マスターインデックス (Master Index)」というグループ共通コードをつけた「化学物質総合管理システム」を独自に構築し運用しています。個々の製品に含まれる種々の原料について、その構成成分にまで分解してデータベース化し、製品ごとにどのような品質、安全性、防腐性、法規情報などを持った原料が使われているかを確認できます。万一、原料に問題が発生した場合、あるいは、新たな懸念物質などが発生した際は、影響範囲を特定し、適切な対応ができるようになっています。専門スタッフが一元的に管理する「化学物質総合管理システム」を各部門で共有し、グループ一体となって化学物質の適正管理を積極的に進めています。

2017年にはシステムの大幅な機能拡張を行ないました。これを受けて、2018年にはグローバルに関連各社への展開を推進しました。引き続き、規制強化や取り扱う物質の多様化、展開国や事業分野の拡大に対応するため、化学物質総合管理システムの機能強化を進めていきます。

花王化学物質総合管理システム



※1 SDS

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。Safety Data Sheet

※2 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>

教育と浸透

花王は、顧客、消費者、作業者等が化学物質に関わる安全を確保し、適切に使用・対応できるように、さまざまな伝達手段を通じて安全性情報を伝え、事故防止や環境保全をより一層推進します。

SAICM 推進活動成果物の一般公開

SAICM 推進の活動内容や花王がリスク評価を行なった花王優先評価物質の安全性要約書および花王ケミカル製品のGPS 安全性要約書を、花王および花王ケミカルのウェブサイトにて公開し、化学物質のリスクに関する情報の社内外への浸透に努めています。



→詳細はP63「具体的な取り組み: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 1. SAICM 推進活動成果物の一般公開」

化学物質の危険性・有害性に関する教育

SCM 部門では、入社時・配転時の教育から専門分野・経験に応じた教育プログラムを構築しており、その中で化学物質の危険性・有害性に関する教育を行なっています。

化学物質管理に関する教育

消費者向け製品、化学品および素材開発に携わる研究員や生産に携わる花王および協力会社の従業員に対する化学物質管理に関する教育も行なっています。化学物質管理に関する説明会と講演会を毎年1回実施しており、2018年は296人が参加しました。



化学物質管理に関する外部有識者講演

ステークホルダーとの協働

花王は、化学物質の不適切な管理による人の健康と環境へのリスクを最小化するために、ステークホルダーとの連携を図っています。

化学物質管理における社会情勢やステークホルダーの企業への要望等について理解を深め、SAICM 推進活動にフィードバックするために、外部有識者による講演会や意見交換会を実施しています。また、関連業界の化学物質管理等の取り組みに貢献するため、産業界（日本化学工業協会、日本石鹸洗剤工業会等）と積極的な連携を図っています。

さらに、化学物質規制を通じた適切な管理を推進するため、国内外行政当局等（国内省庁、ASEAN 行政当局）との意見交換や研修生受け入れ対応を行なっています。

また、顧客による使用場面での安全管理を推進するため販売代理店と連携し、chemSHERPA 等を用いたサプライチェーン全体で適切な製品含有化学物質管理を推進しています。



→詳細はP63「具体的な取り組み: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」

中長期目標と実績

2020年中期目標

花王は、持続可能な社会の実現をめざして、以下の中長期目標を掲げて化学物質管理を推進しています。

1. 化学物質のリスク評価

花王での製造・使用数量、人や環境への曝露量や、花王の企業活動における重要性などを考慮して「花王優先評価物質」を選定し、リスク評価の基本方針に基づいて評価し適切に管理しています。



→リスク評価の基本方針
chemical.kao.com/jp/technology/saicm/article_03.html

化学物質のリスク評価は以下を目標にしています。

- 花王優先評価物質(19カテゴリー)のリスク評価の2020年までの実施と継続



→花王優先評価物質の安全性要約書
chemical.kao.com/jp/technology/saicm/article_05.html

19カテゴリーの例

- ・アルキルグリコシド(非イオン界面活性剤): 台所用洗剤、住居用洗剤、身体洗剤、シャンプー等一般家庭で幅広く使用
- ・ポリオキシアルキレンアルキルエーテル(非イオン界面活性剤): 衣料用洗剤、台所用洗剤、住居用洗剤、シャンプー、漂白剤等一般家庭で幅広く使用
- ・直鎖アルキルベンゼンスルホン酸ナトリウム(陰イオン界面活性剤): 衣料用洗剤、台所用洗剤等一般家庭で幅広く使用
- ・トナー用ポリエステル樹脂(トナーバインダーとして使用されるポリエステル樹脂)

2. 化学物質のライフサイクルでの管理

化学物質を取り扱う現場で化学物質が作業者の健康に悪影響を及ぼさないように、以下の目標を設定しています。

- 化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントおよび対策の2020年までの実施と、新規取り扱い物質のリスクアセスメントおよび対策の継続

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

花王が製造・販売している化学物質の安全性情報をサプライチェーン全体に伝達し、化学物質に関わる安全を確保し適切に使用、対応できるように、以下の目標を設定しています。

- 花王優先評価物質の安全性要約書20件の2020年までの公開と継続
- ケミカル製品のGPS 安全性要約書※150件の2020年までの公開と継続

※ GPS 安全性要約書

一般社会に対して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・加工の取り扱い条件、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も利用される。

2018年の実績

SAICM推進委員会では、2018年の各プロジェクトの目標として以下を掲げ、計画通り活動しました。

実績

1. 化学物質のリスク評価

- ①花王優先評価物質のリスク評価および評価書の作成(3物質)
- ②リスク評価結果について外部専門家と日本毒性学会にて議論
- ③リスク評価技術・手法の論文文化(「国内環境曝露モデルの精緻化」をテーマにした論文を日本水環境学会誌に投稿済)
- ④曝露評価手法の精緻化(アジア展開製品と業務用製品の曝露評価)
- ⑤化学物質総合管理システムのグローバル展開継続

2. 化学物質のライフサイクルでの管理

- ①労働安全衛生法に伴うリスク評価の実施および手法(システム)の確立とリスクアセスメントの製造プロセス検討への導入を継続(日本事業場)
- ②作業場 GHS※表示の日本の全工場への展開と海外工場への展開開始

※ 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. 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

- ① SAICM 活動成果物の一般公開
花王優先評価物質の安全性要約書累計16件、ケミカル製品のGPS 安全性要約書累計141件 / 日本企業最多(日本化学工業協会より「JIPS 賞」優秀賞)
- ② 双方向コミュニケーションの検討継続



→詳細はP62「具体的な取り組み:化学物質のリスク評価/化学物質のライフサイクルでの管理/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」

実績に対する考察

花王の化学物質に関する取り組みにおいて、いずれのプロジェクトにおいても目標を達成しました。取り組みを通じて新たに挙げられた課題は委員会で共有し、2019年の活動計画案に盛り込み対応していきます。

また、2020年以降の花王の化学物質に関する取り組みについての議論を開始しました。

具体的な取り組み

化学物質のリスク評価

1. 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

2018年は中期計画に沿って、2018年に予定していた花王優先評価物質3カテゴリーのリスク評価を終了（累計18カテゴリー）し、結果をリスク評価書としてまとめました。3カテゴリーともにリスクは許容できるレベルでした。また社会・環境の変化等を踏まえ、2019年度以降の評価対象物質の再検討を行ないました。

2. 化学物質総合管理システムのグローバル展開

花王の化学物質総合管理システムをベースとして、既存の法規制管理システムや安全データシート（SDS）作成・管理システムの再構築を中心として、より進化させた化学物質総合管理システムの機能強化を継続しています。グローバルで加速する社会・環境の変化に対応した化学物質管理基盤の構築をめざし、具体的なシステムデザインに着手しました。

化学物質のライフサイクルでの管理

1. 化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントに基づいたリスク低減対策の立案と実施

化学物質を取り扱う現場でのリスクアセスメントに関しては、従来のコントロールバンディング法^{※1}による作業場での定性的なリスク評価の結果に応じて、欧州 REACH^{※2}でのリスク評価にも採用されている、定量的なリスク評価手法である ECETOC TRA^{※3}を活用してきました。2018年は厚生労働省が公開した CREATE-SIMPLE^{※4}も組み合わせて評価を継続しました。前述のリスクアセスメントを効率よく行なうため一部システム化し、日本の工場および生産技術など関連部署で利用を開始しています。海外工場へも2019年より順次拡大の予定です。

2016年6月施行の改正労働安全衛生法で義務化された通知対象物質については、新規作業・手順が変更された作業のリスクアセスメントおよびリスク低減対策の実施を継続しています。

2018年は、新規作業のリスクアセスメントが確実に行なわれるように、リスクアセスメントの製造プロセ

ス検討への導入を継続しました。また、品目数が多い化粧品について製造エリアごとの最大リスクランクを決定し、それに応じたリスク低減対策の実施を進めました。

※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 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

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

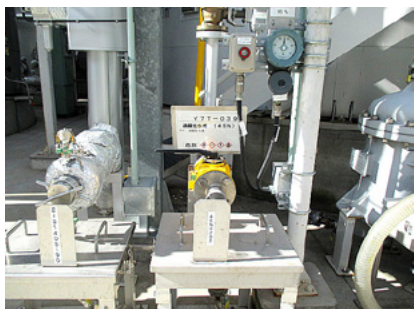
EUの化学物質登録制度であるREACHでも用いられているリスク評価ツール。リスク判定とともにリスク管理の方向性も得られる。

※4 CREATE-SIMPLE (Chemical Risk Easy Assessment Tool, Edited for Service Industry and Multiple workplaces)

厚生労働省が2018年度に公開した、サービス業など幅広い職場に向けた簡単な化学物質リスクアセスメントツール

2. 化学物質を取り扱う現場へのGHSに従った危険有害性表示

2016年から、作業者が作業前に、取り扱う化学物質の危険有害性を確認できるように、工場内のサンプリングや充填などの化学物質を取り扱う場所へGHSに従った危険有害性表示を継続しています。2018年までに、日本の9工場で表示をほぼ完了し、海外グループ会社21工場のうち、アジアのケミカル6工場への展開を継続しています。



作業場のGHSラベル表示(例)

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

1. SAICM推進活動成果物の一般公開

花王では、計画に基づき実施したリスク評価結果を安全性要約書としてまとめ公開することにより、リスク情報の提供を通じてリスクベースの化学物質管理を推進しています。

2018年は、花王グループ内での製造量・用途・使用数量、人や環境への曝露量や、花王の企業活動における重要性などを考慮して選定した花王優先評価物質の安全性要約書3件を追加公開(累計16件)し、さらに、花王ケミカル製品のGPS安全性要約書を16件(累計141件)公開しました。日本企業によるGPS安全性要約書の公開数は、花王が最多を更新し続けています。

2018年公開

ポリオキシアルキレンアルキルエーテル硫酸エステル塩、アルキルグリセリルエーテル、トナー用ポリエステル樹脂



→花王優先評価物質の安全性要約書
chemical.kao.com/jp/technology/saicm/article_05.html

→GPS安全性要約書
chemical.kao.com/jp/products/gps/

JIPS活動について顕著な取り組みを行ない、2017年にGPS 安全性要約書を公開した上位企業として、2018年に日本化学工業協会の化学品管理委員会主催の「JIPS賞」優秀賞を受賞しました。



→詳細はP67「具体的な取り組み:化学物質適正管理のためのケミカル製品の情報提供活動/ Topic:花王(株)のケミカル事業部門が『JIPS賞』優秀賞を受賞」

2. ステークホルダーコミュニケーション

花王は、化学物質の不適正な管理による人の健康と環境へのリスクを最小化するために、ステークホルダーとのコミュニケーションも推進しています。

消費者との連携/コミュニケーション

花王が構築した化学物質のリスクと正しい使い方の理解を深めるためのツールを、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションに応用しリスク啓発につなげるため、体験ミュージアムである花王エコラボミュージアムとの協働の可能性を協議しました。

また工場周辺住民と自治体との信頼をさらに向上させるためのリスクコミュニケーションについては、他社との意見交換を通じ、地域性を考慮した対応について協議しました。

化学物質 103-1,103-2,103-3

具体的な取り組み

外部有識者による講演会や意見交換会

花王は、化学物質管理における社会情勢やステークホルダーの企業への要望等について理解を深め、SAICM推進活動にフィードバックするために、SAICM推進委員会に定期的に外部有識者をお招きし、講演会や意見交換会を実施しています。

2018年はリスクコミュニケーションや安全性に関する専門家をお招きし、講演会および意見交換会を実施しました。

産業界との連携

関連業界の化学物質管理等の取り組みに貢献するためにさまざまな活動に参画しています。

化学工業界がSAICMに貢献するために、化学物質管理を強化する自主的な活動であるJIPS※に、積極的に参画しています。

消費者製品に関わる各種業界団体との取り組みにも積極的に参加し、日本石鹼洗剤工業会と製品安全図記号(10種類)に関するワーキンググループのリーダーとして貢献しました。2018年にはこの図記号のグローバル化および国際標準化に取り組みました。

※JIPS

Japan Initiative of Product Stewardship
SAICMの合意を受けて、国際化学工業協会協議会(ICCAs)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。



→製品安全図記号について詳細は
P105「コミュニティ>ユニバーサルデザイン/新しい製品安全図記号の普及」



→「第11回 AOSDAC 2017台湾」で日本石鹼洗剤工業会が製品安全図記号(Safe Use Icon)について講演
jsda.org/w/01_katud/w_2017-AOSDAC.html

行政との連携

花王では、化学物質規制を通じた適切な管理を推進するため、日本の化学物質管理に関する行政との交流の機会を活用して、花王のSAICM推進活動について紹介し、加えて化学物質管理に関する2020年以降の枠組みについて議論しました。

さらに、日本の行政によるアジア諸国との化学物質管理に関する取り組みにも協力し、国内外の行政当局との意見交換や受入研修先として民間企業訪問対応などを積極的に行ないました。

また、ASEANにおける規制強化の流れに対し、規制構築に関する会議でレギュラトリーサイエンスの知見を積極的に活用することで法規制の合理化にも貢献しました。

販売代理店との連携

ケミカル事業部門では販売代理店と強力な協業体制を構築し、国内外の化学物質関連法規制への対応、輸出入管理(GHS対応等)、サプライチェーン全体で対応することが求められる製品含有化学物質管理を含むさまざまな活動を行なっています。また、大規模災害などの非常時に備え、BCP対応などの情報共有化も強化しています。

2018年は販売代理店と花王をつなぐエクストラネットを通じて輸出入や化学物質に関わる法律の改定情報などを迅速に社外と共有するとともに、3月と9月に花王製品の最新版のchemSHERPA-CIを販売代理店・顧客へ提出、さらに、製品原料のchemSHERPA-CIの提供をサプライヤーに依頼し、サプライチェーン全体で適切な製品含有化学物質管理を推進しました。

今後もさまざまな活動を通して、化学物質への理解とリスク管理の大切さの啓発に取り組んでいきます。

化学物質に関する規制遵守、化学物質の安全・環境に関わる課題への対応

グローバルな化学品法規制への適合

花王グループでは、花王のSAICM推進基本方針に従い、海外で製造もしくは海外に直接・間接的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実施しています。

欧州

EUでは、REACH規則に基づき製造・輸入者あたり年1トン以上製造・輸入される化学物質はすべて登録が義務付けられています。さらに、ポリマー中のモノマーは、それ自身を製造・輸入していなくても登録が義務付けられています。花王では、欧州花王化学を中心としたグループ間の緊密な連携のもと、毎年登録する物質を選定し、着実に登録作業を進めてきました。

段階的な登録猶予期限の2018年5月末までに、登録を予定していたすべての物質の登録作業を遅滞なく完了しました。登録後は共同登録の先導登録者として、また共同登録者の一員として、欧州化学品庁が行なう詳細評価等における事業者責任を果たしていきます。

米州

米国では、2016年6月にTSCA^{※1}が改正されました。新規化学物質の届出プロセス自体に大きな変更はありませんでしたが、審査の厳格化に対応し、必要な届出を着実に実施しています。

改正に伴いTSCAインベントリーの見直しが行なわ

れ、花王スペシャルティーズアメリカズでは、定められた期間に米国で製造・輸入した化学物質の届出を完了しました。

アジア(中国・韓国・台湾・タイ・ベトナム)

中国をはじめアジアの国・地域でも、新規化学物質や危険化学品に相当する製品等の登録義務の広がりがますます加速化しています。花王では、現地法人と連携し、製造輸入前の届出等を確実にこなしています。

中国

中国では、2010年より新化学物質環境管理弁法に基づき、新たに製造・輸入される物質の登録が義務付けられています。また、2015年の天津滨海新区倉庫爆発事故以降、危険化学品相当製品の登録もますます強化されています。花王では、花王(中国)投資などの現地法人と連携し、製造・輸入前の届出・登録を行ないました。2018年以降、登記有効期限を迎える危険化学品についても、現地法人と連携して更新登録を終了しました。2019年も、新たな関連法規制定や現行法改正の状況を

把握し、関係部門と共有することで、滞りなく法規対応を行なっていきます。

韓国

韓国では、2014年化評法(K-REACH)^{※2}施行後、新規化学物質および既存化学物質の登録対応・数量報告の実施など、法に基づく対応を行ってきました。また、登録対象既存化学物質については、韓国代理人を通して2協議体に参加し、2018年6月の登録期限内に登録を完了しました。さらに2019年1月に化評法の一部が改正され、これに伴い2019年1月から6カ月にわたって、年1トン以上のすべての既存化学物質の再登録の事前申告が行なわれていることから、花王の対象物質を特定しました。

※1 TSCA

米国の有害物質規制法。Toxic Substance Control Act

※2 化評法(K-REACH)

韓国の化学物質の登録および評価等に関する法律。Act on Registration and Evaluation, etc. of Chemical substance (K-REACH)

化学物質 103-1,103-2,103-3 具体的な取り組み

台湾

台湾では、毒性化学物質管理法の下、製造・輸入量が年100キロを超える化学物質について、定期的に物質を集計し、花王(台湾)と連携しながら届出を行ないました。2019年1月の施行が予定されていた第2段階登録対象既存化学物質の登録については施行が遅れているため法案等の動向を引き続き注視しています。また年次数量報告の義務化も予定されていることから、該当物質について、花王(台湾)と連携しながら情報共有に努めています。

タイ

タイでは、2015年8月、既存化学物質インベントリーの構築と新規化学物質登録制度に関する発表がありました。新規化学物質登録制度の開始時期は未定ですが、既存化学物質のインベントリーについては引き続き花王インダストリアル(タイランド)と連携しながら届出を行っています。現在実績のある製品を中心に、必要な製品を特定し、ほぼ予定通り第一次の届出を完了しました。引き続き、新規化学物質登録制度と既存化学物質のインベントリー公表の状況を注視しながら、二次対応として既存製品・化学物質の届出準備、対応を行なっています。

ベトナム

ベトナムでも、化学品法の下、既存化学物質インベントリーの構築が進められています。2018年10月15日の第1段階追加登録受付期限までに、花王(ベトナム)と連携しながら、対象となる物質の届出を完了しました。

その他

インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポールでも、製造、輸入、使用等に関する各種化学品法令への対応を進めています。

化学物質適正管理のためのケミカル製品の情報提供活動

花王では、サプライチェーン全体で化学物質に関わる安全を確保し適切に使用・対応できるように、ケミカル製品の安全性情報の伝達を推進しています。

1. SDSおよび製品ラベルのGHS対応

ケミカル製品では、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。

2018年は、日本およびアジアの拠点からGHS運用国・地域(日本、EU、米国、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ラベル貼付を引き続き行ないました。また、GHS運用国の法規動向を確認し、必要に応じて、SDS、ラベルの更新を行ないました。

日本においては2019年にJISの改正が予定されていることから、SDSと製品ラベルの更新の準備を進めて

います。

日本以外のGHS実施国については、グローバルな取引を円滑に行なうため、法改正や規制動向に注視し、日本と同様、各国GHSに対応準拠したSDSおよび製品ラベルの作成・発行を推進していきます。

一方、世界各国のGHSに準拠した高品質なSDSおよび製品ラベルを迅速に作成・管理すべく、より進化させた化学物質総合管理システムの開発を進めています。

2. 含有化学物質情報の提供と入手

ますます強化される各国法規制や業界基準に対応するため、花王はケミカル製品に含まれる化学物質の管理(製品含有化学物質管理)を積極的に進めています。JAMP^{*1}の設立メンバーである花王は、JAMPが提案する共通書式を使用して、効率的な製品含有化学物質管理や情報伝達を継続的に行なってきました。

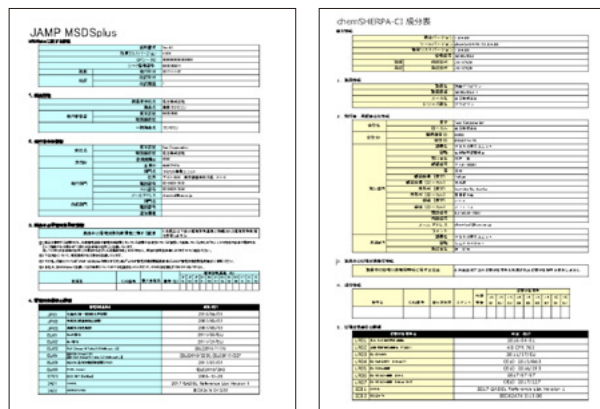
経済産業省が主導して開発し、JAMPに運営を任せられた新しい製品含有化学物質情報伝達スキーム「chemSHERPA」に基づき、花王は2017年9月に、業界に先駆けて従来のMSDSplusから、chemSHERPA-CI^{※2}の改訂版(物質リストVer.1.04.00)への切り替えを行ないました。現在chemSHERPA-CIは、各種ウェブサイトで公開(日本語・英語・中国語)しています。

2018年は、日本およびアジア関係会社の製品について、3月以降にchemSHERPA-CIの改訂版(Ver.1.05.00)を発行し、また、9月以降にもchemSHERPA-CI(Ver.1.06.00)を改訂し、それぞれ販売代理店を通じて顧客へ配布し

化学物質 103-1,103-2,103-3 具体的な取り組み

たほか、花王グループの関係会社のウェブサイトで日本語・英語・中国語で公開しました。一方、ケミカル製品に使用している原料についてもサプライヤーからchemSHERPA-CIを入し、報告された情報に基づいてケミカル製品の含有管理を推進しました。

今後もサプライチェーンにおける製品含有化学物質管理の向上と普及に向けて、社内外の関連部門や関連団体と協力して積極的な活動に取り組んでいきます。



花王ケミカル製品のMSDSplus出力例(左)とchemSHERPA-CI出力例(右)

3. 化学物質のリスク情報(GPS安全性要約書)の公開

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(ICC A)が提唱し、一般社団法人日本化学工業協会が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)に、花王は積極的に参画し、顧客との化学物質に関するコミュニケーションを推進しています。

以前から、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、chemSHERPAや欧州対応のeSDS※3の公開を進めています。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安全性要約書を花王ケミカルウェブサイトおよびICC AのGPS Chemicals Portal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推進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。



- GPS安全性要約書
- ・花王ケミカルウェブサイト
chemical.kao.com/jp/products/gps/
- ・ICC AのGPS Chemicals Portal
icca.cefic.org/Home/

2018年も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18件作成し、花王ケミカルウェブサイトとICC AのGPS Chemicals Portalに公開しました。また、REACH登録を行なった製品のGPS安全性要約書についても16件作成し、同様に公開しました。これにより、花王グループのグローバル公開件数は累計で141件となり、昨年に引き続き日本企業では最多です。

2019年もGPS安全性要約書の公開を継続し、顧客・社会の活用促進および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 JAMP

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

※2 chemSHERPA-CI

MSDSplus に相当する特定の化学物質情報を伝達するための化学製品データ作成支援ツール。

※3 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関わる記載が追加されたもの。

Topic 花王(株)のケミカル事業部門が「JIPS賞」優秀賞を受賞

2018年2月、花王(株)のケミカル事業部門が「JIPS賞」優秀賞を受賞しました。花王は2年連続の受賞です。

「JIPS賞」は、一般社団法人日本化学工業協会の化学品管理委員会が2017年に創設した制度で、サプライチェーンを通じた化学品管理の自主活動GPS/JIPSで顕著な取り組みを行なった企業を表彰するものです。

花王は昨年に引き続き、多くのGPS安全性要約書を公開し、積極的に化学物質管理に努めていることが評価されました。



授賞式

化学物質 103-1,103-2,103-3

具体的な取り組み

ケミカル製品の輸出入管理の強化

事業のグローバル化が加速するなか、花王の関連会社での輸出入時の自動法規制チェックの必要性や社内外からの法規遵守のためのチェック体制強化の要望など、輸出入管理のためのシステム導入の重要度は非常に高まってきています。

花王では、2017年に11カ国のケミカル関連会社全社へ新たな輸出入管理システムを導入し、引き続き適切な運用を実施しています。

2018年はREACHの段階的登録期間終了に合わせ、チェック項目の見直しを行ない、システムへの反映を完了しました。今後も法規制改定などに合わせ、随時対応していきます。

国内法規制遵守に向けた活動

1. 化審法対応

化学物質の審査および製造等の規制に関する法律(化審法)では、用途ごとの数量報告が義務となっていることから、2018年も販売代理店の協力を得ながらケミカル製品の詳細用途情報を調査して、最新情報に更新し数量報告を実施しました。

また、2018年に追加された化審法優先評価化学物質については、対象となる製品のSDSを改訂し、顧客・販売代理店へ情報提供を行ないました。

さらに、2017年改正化審法に基づき2019年より少量新規申出の届出書式や必要な届出情報が必要となるため、花王グループ内で情報を共有し、迅速かつ確実な化審法申請を行なえるように体制を構築しました。

2019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の調査・更新を行なうとともに、該当する製品について優先評価化学物質に関する情報提供を行なっていきます。

2. 労働安全衛生法対応

2018年に追加された労働安全衛生法の表示・通知義務対象物質について、対象となる製品のSDSを改訂し、関係する顧客や販売代理店に配布しました。2019年も労働安全衛生法の追加物質について対応を行なっていきます。

また、花王グループ内や委託製造先で取り扱う労働安全衛生法新規化学物質の有害性評価と新規物質申請を確実にしない、労働者の安全確保に引き続き努めていきます。

化審法優先評価物質追加に伴うSDSの改訂(例)

化学物質の排出量管理

PRTR 法対象化学物質の排出を把握・管理

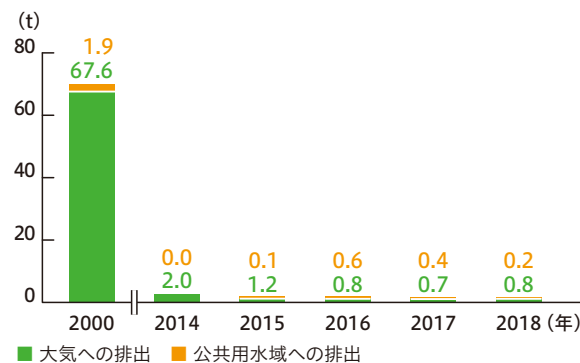
花王は、2000年度に各工場からの物質ごとの年間排出量を1トン以下に規制する自主目標を掲げて活動を開始し、2002年度にその目標を達成しています。その後、フロンガスの漏えいなどを除いて、自主目標を守り続けています。

花王が2018年に1トン以上取り扱ったPRTR 法対象化学物質は75種で、大気および公共用水域への総排出量は1.0トンでした。また、一般社団法人日本化学工業協会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」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/activity-data/chemical-management.html

PRTR 法対象化学物質の総排出量の推移

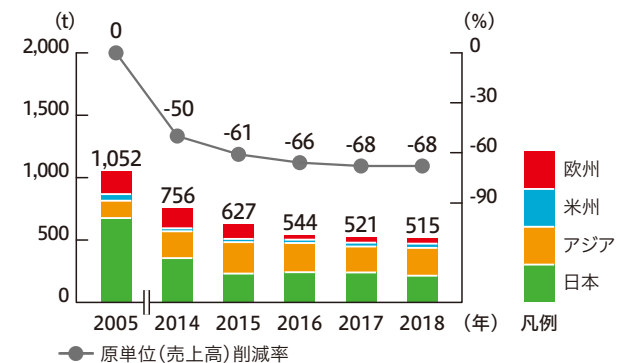


揮発性有機化合物(VOC)の排出量管理を実施

花王には、大気汚染防止法におけるVOC 排出規制の対象となる設備はありませんが、自主的にVOC 排出量の削減に取り組んでいます。

環境省環境管理局长通知の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。現在は活動を維持することを目標とし、管理しています。

日本花王グループの工場で2018年に1トン以上取り扱ったVOCは35種であり、大気中への総排出量は10トン¹⁾でした。

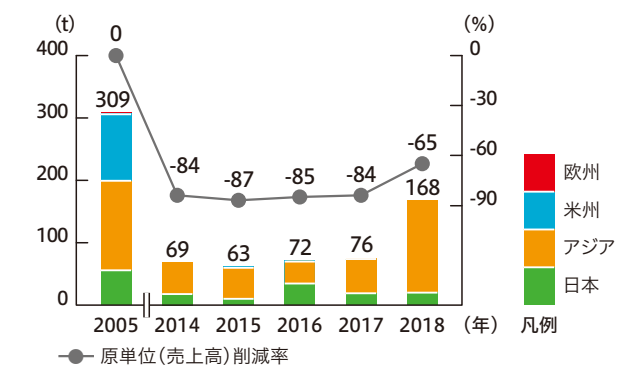
NOx 排出量の推移²⁾

※ 集計対象は花王グループの全生産拠点

※ 保証対象はNOx 排出量

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

SOx 排出量の推移



※ 集計対象は花王グループの全生産拠点

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

環境負荷低減に寄与する代表的な製品

環境負荷を低減し、サステナブルな社会に貢献するエコケミカル製品をご紹介します。

グリーン・イノベーションとエコ・テクノロジカルソリューション

ケミカル製品開発においては「グリーン・イノベーション」と「エコ・テクノロジカルソリューション」の2つを両輪とした技術革新を通じて、環境負荷低減に取り組んでいます。

グリーン・イノベーション

低環境負荷で競争力のある素材(原料)を創出することです。具体的には、花王の特長を活かし、付加価値の高い天然油脂誘導体を拡大するための投資をグローバルに行なうことに加え、その川上と川下の領域をさらに開拓していきます。

たとえば、食糧問題という大きな社会的課題解決に向け、非可食原料の活用や化石原料代替となるバイオマス原料から特長ある川下素材開発を行なっています。

エコ・テクノロジカルソリューション

特に環境負荷低減の観点から顧客のニーズや課題を把握し、顧客の価値向上につながる画期的な製品開発を行ないます。

代表的な製品

水性インクジェット用顔料インク LUNAJET

これまで培ってきた「顔料ナノ分散技術」をさらに応用し、軟包装用フィルム基材への印刷に対して、VOCレス設計※で環境負荷を低減した世界初の水性インクジェット用顔料インク開発に成功しました。その結果、高品質で環境負荷を低減した、軟包装用フィルム印刷物を提供できました。さらに、この水性インクジェット用顔料インクの技術は、水性グラビアインクに展開できることも確認しています。

2018年はコンバーティングテクノロジー総合展と国際総合印刷テクノロジー&ソリューション展である「IGAS2018」でLUNAJETを使用した印刷機を展示し、さらなる利用拡大を図りました。また、紫外線硬化型インクと同等の画像耐久性を実現した新技術が評価され、LUNAJETを使用した包装用印刷が日本の製菓会社の製品包材に採用されました。

※ VOCレス設計

印刷工程において排出されるVOCが(炭素換算で)700ppmC以下のものをVOCレスと定義。VOC:揮発性を有し、大気中で気体となる有機化合物の総称。日本では改正大気汚染防止法により、VOC排出が規制されている。



低温定着トナー

コピー機が使用する電力の半分以上が、トナーを溶かすための熱エネルギーに消費されています。コピー機やプリンターの環境負荷低減には、より低温で定着可能なトナーバインダーの開発が重要です。

こうしたニーズに対して開発されたのが花王独自のポリエステル樹脂です。この樹脂を使用したトナーは、従来のトナーに比べ、30度以上低い温度で溶かすことが可能で、紙との定着性に優れ、印刷の高速化と省エネルギーの両立を実現しています。

高機能特殊増粘剤ビスコトップ

河川や海岸などの水辺で行なわれる工事では、環境に配慮し、水質を汚さないように、水質汚濁を防止するための対策も必要となります。長大な橋や海峡に建設されるつり橋などの橋脚工事では、河川や海の中に橋脚を構築するために、粘性が高く水に分散しない水中コンクリートが使用されます。また、地下水脈の付近で行なう工事では、地下水の水質汚濁を防ぐ配慮も必要となります。このような水に関わる環境では、注入材やコンクリートなどの無機材料に増粘剤を添加して、水中不分離性を付与する必要があります。

花王が開発した高機能特殊増粘剤「ビスコトップ」は、従来品にない優れた高粘性の注入材やコンクリートが得られ、水辺の環境を壊すことなく施工が可能となりました。また、福島第一原子力発電所では、トレンチ内の高濃度汚染水を除去する工事にも使用されています。



ビスコトップ未添加系

ビスコトップ添加系

スラリーレオロジー改質剤(製品名:ビスコトップ)が「第50回市村産業賞貢献賞」を受賞

「スラリーレオロジー改質剤の開発」に関して、環境負荷低減に寄与する点が評価され、公益財団法人市村清新技術財団の「第50回市村産業賞貢献賞」を受賞しました。

市村産業賞は、リコー株式会社の創始者である故・市村清氏の意思のもと、1968年に設立されたもので、科学技術の進歩、産業の発展、文化の向上、その他国民の福祉・安全に関し、科学技術上貢献し、優秀な国産技術の開発に貢献のあった技術開発者に贈られます。



表彰式

生物多様性 102-12,102-15,103-1,304-2 花王のアプローチ

花王のアプローチ

花王の事業は、製品のライフサイクル全般において、生物の多様性が生み出すさまざまな恵みの恩恵により成り立っています。地球上の生物多様性の劣化を防ぐために私たちができることとして、その恵みを使いつくすことのない持続的な利用を進めていきます。事業活動による生物多様性への影響を低減し、生物多様性の向上につながる社会活動を推進していきます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

生物多様性に支えられた自然は、人類の社会基盤を支える豊かな恵みを提供しています。しかし、人間の社会活動により、各地域で生物多様性の劣化が課題となっています。さまざまな製品の原料となるパーム油や紙、パルプの調達においては、不適切な企業活動により、森林破壊に伴う自然破壊、生物多様性の消失といった環境面だけでなく、現地住民や農園労働者の人権侵害等の社会面でも深刻な問題が発生しています。

一方で、上述に限らず、地球上で発生している生物多様性の劣化が、私たちの消費活動と密接に関係していることが世間一般にあまり知られていないこともまた問題です。COP10で制定された、生物多様性の損失を止めるための「愛知目標」に掲げられている「生物多様性の主流化」が極めて重要であると認識しています。

花王が提供する価値

花王の事業に欠かせない主要原材料であるパーム油や紙、パルプについて、認証品の購入や原産地までのトレーサビリティ確保に関する具体的な目標を定めて、

その達成に向けて活動を推進しています。これにより、森林破壊や人権侵害のない原材料の生産が広がり、生物多様性の恵みが持続する社会の形成に貢献できると考えています。

また、社内では工場を有するグループ全拠点で生物多様性に配慮した緑地保全活動を、社外では地域社会の生物多様性保全につながる活動や生物多様性の教育に携わる学校の先生を支援する取り組み等を行なっています。これらを通じ、生物多様性の重要性について社員の意識が高まるとともに、地域の皆さまにも私たちの思いが伝わっていくことにより、「生物多様性の主流化」が進んでいくと考えています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

花王が原料として利用しているパーム油は同時に食料でもあります。また、紙・パルプはその形態を変え、生活のいたるところで使用されています。グローバル規模での人口増加、経済発展に伴い、世界的にパーム油や紙、パルプの需要が伸びており、持続可能性への配慮がなされないと、これら原料を将来の長きにわたり調達し続けることができなくなり、事業存続が困難になることが想定されます。

森林破壊や人権侵害のない持続可能な原材料の調達が行なわれないと、企業のレピュテーションが低下し、社会からの信頼を得られず、事業継続が困難になるリスクがあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

2011年に生物多様性保全の基本方針を定め、2014年に森林破壊ゼロ宣言をした花王は、生物多様性保全においてリーダーシップを発揮するとともに、持続可能なパーム油や紙、パルプの調達によって、事業継続の可能性を高めています。さらに、将来需要が高まることが予測されるパーム油の代替として、天然系でかつ非可食系の油脂源を高収率で獲得できる微細藻類に着目し、油脂生産技術開発を進め、工業的生産化をめざしています。これは、原料の安価、安定調達に資する活動です。

貢献するSDGs



方針

花王は、2010年に社内の関連部門を対象に実施した「事業活動の生物多様性に関わるリスク分析」を踏まえて、2011年に「生物多様性保全の基本方針」を策定しました。毎年レビューを行なっている基本方針では、①事業との関わりの把握、②影響の低減、③独自の技術開発、④国際的な取り決めの遵守、⑤地域生態系に配慮した事業活動、⑥社員の意識向上、⑦社外関係者との連携の計7つの方針を掲げています。



→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」

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/statement/biodiversity-policy.html

体制

花王では、レスポンシブル・ケア活動における環境保全の活動項目の一つとして生物多様性保全を定めています。グループ全社で中長期にわたって確実に活動を推進していくため、生物多様性に関する方針、目標、計画、活動等についてレスポンシブル・ケア推進体制で管理しています。



→P196「ガバナンス>レスポンシブル・ケア活動／体制」

教育と浸透

「生物多様性保全の基本方針」を策定した2011年から2012年にかけて、生物多様性の重要性や国際動向、花王がその保全に取り組む意義等を踏まえてこの基本方針の内容について知ってもらう目的から、日本花王グループの全社員を対象としたeラーニングを実施しました。2013年以降は、新入社員に対して生物多様性を含む環境教育を毎年実施しています。海外の社員に対しては、毎年日本で開催しているグローバルRCミーティング等を通じて生物多様性に関する情報共有や啓発等を行なっています。また、グループ全社で生物多様性に配慮した緑地保全活動を推進しており、各事業場の社員には、本活動への積極的な参画を通じて、生物多様性への理解を深めてほしいと考えています。

ステークホルダーとの協働

グローバルの各拠点において、地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動を推進するため、省庁、自治体、学術機関、NGO/NPO等のさまざまなステークホルダーと連携した生物多様性保全活動を推進しています。

2008年に発足した企業団体「企業と生物多様性イニシアティブ(Japan Business Initiative for Biodiversity: JBIB)」に花王は発足当初から参加しています。近年は運営にも関わり、異業種のさまざまな企業と連携して、企業が生物多様性の保全にどのような形で貢献できるのかを検討する研究活動や「JBIB いきものDays」の開催等、多様な活動を推進しています。



→詳細は「社会貢献活動報告書」

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/social-reports/

生物多様性 103-1,103-2,103-3

花王のアプローチ

中長期目標と実績

2020年中期目標

原材料の調達などの面で、生物多様性保全に努めます。原材料調達については、主要原材料であるパーム油や紙・パルプについて、2020年目標を詳細に設定しています。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

持続可能な原材料の調達や拠点の緑地保全活動には少なからず付加的なコストが発生しますが、私たちの事業を持続可能なものにするために必要な社会的責任ととらえて、活動を推進しています。これらの活動により、花王に対するレピュテーションが向上し、財務面に直接的・間接的なメリットがあると想定しています。

社会に及ぼす効果

中長期目標達成に向けてのプロセスを経ることにより、原材料調達地における森林環境の保全や地域社会の人権の尊重などにつながり、将来の持続可能社会の実現に向けて前進できると期待しています。

2019年目標

生物多様性に関する目標は、以下の通りです。

1. 持続可能な原材料調達の推進

パーム油、紙・パルプを対象に、2020年までに100%持続可能な調達を行ないます。これは2020年森林破壊ゼロ宣言につながる活動です。

2. 地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動の推進

2018年に実施した工場を有するグループ全拠点の生物多様性評価の結果を受けて、2019年は各拠点で活動計画・目標を立案し、推進を開始します。

3. コピー用紙削減

全社員が共通で取り組むことのできる活動として、コピー用紙の削減活動を日本花王グループから開始しています。2019年目標は、7%削減（一人当たりの印刷枚数：2017年比）です。

4. グリーン購入の推進

環境負荷ができるだけ小さいものを優先して購入する「グリーン購入」を推進しています。グリーン購入法を受けて、以前から活動を推進している日本における2019年目標は、グリーン購入率95%以上です。

2018年実績

実績

1. 持続可能な原材料調達の推進

2020年目標の達成に向けて、原産地の森林破壊ゼロの確認やトレーサビリティの確認などを推進しました。



→詳細はP139「コーポレート・カルチャー」
>持続可能で責任ある調達」

2. 地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動の推進

グローバル共通の生物多様性評価基準を導入し、グローバルの全生産拠点の生物多様性評価を実施しました。

3. コピー用紙削減

一人当たりの印刷枚数は2017年比で10%削減となり、2019年目標をすでに達成しています。

4. グリーン購入の推進

日本におけるグリーン購入率は87%でした。

実績に対する考察

各拠点、各部門の生物多様性の取り組みについて進捗管理できる体制が整ってきたことは大きな成果です。

具体的な取り組み

事業と生物多様性との関わりの把握

花王は、2013年にエコロジカル・フットプリント評価を完了しました。その結果、花王の事業活動が及ぼす環境負荷は、二酸化炭素吸収地、油糧植物生育のための耕作地や牧草地、パルプや紙の生育のための森林、界面活性剤が影響を与える漁場などが大半を占めていることが確認されました※。

※ BIOCITY. 2013, 56, 82.

事業が生物多様性に与える影響の低減

生物多様性に与える影響を低減するために、①事業活動に伴うCO₂排出量の削減、②原材料使用量の削減、③環境負荷の少ない原材料への切り替え等を継続的に行なっています。



→詳細はP35「エコロジー>CO₂」

→詳細はP139「コーポレート・カルチャー>持続可能で責任ある調達」

生物多様性の恵みを大切に活用するための技術開発

将来需要が高まることが予測されるパーム核油の代替として、天然系でかつ非可食系の油脂源を利用する技術開発を継続しています。活性剤として未利用のバイオマスを活用することが可能となったバイオIOSや、高収率で獲得できる微細藻類を活用した油脂生産技術開発を行なっています。

国際的な取り決めの遵守

生物多様性条約、生物多様性条約締約国会議等で決定した生物多様性に関する国際的な取り決めおよび関連する各国の国内法を遵守しつつ、事業活動を進めています。

地域の生態系に配慮した事業活動

グローバル共通の生物多様性評価基準を導入

パーム油や紙・パルプ等の主要原材料の持続可能な調達の取り組みとともに、花王はグローバル各拠点における地域の生物多様性へ配慮した活動にも真摯に取り組んでいます。

日本国内には企業等による生物多様性に配慮した活動を評価する認証制度がいくつかある一方、海外では関連する認証制度がほとんどなく、グローバルで共通の評価ができていませんでした。そこで日本国内の認証制度の一つである「いきもの共生事業所®認証(通称:ABINC認証)」の評価基準にも採用されているJBIB(企業と生物多様性イニシアティブ)の「いきもの共生事業場®推進ガイドライン」で示されている考え方を参考に、花王独自の生物多様性評価基準を2017年に導入しました。

2018年には、工場を有するグループ全拠点の評価を実施し、各拠点の現状の活動レベルの把握や改善ポイントを明確化しました。評価の過程で、各拠点の優れたアイデア、取り組みも明らかとなり、グループ内で共有しました。

2019年は、本評価結果を踏まえて、各拠点で活動計画・目標を立案し、具体的に活動を推進していく予定です。

川崎工場 第三者認証(「いきもの共生事業所®認証(通称:ABINC認証)」)を取得

川崎臨海工業地帯の一角に位置する川崎工場は、アタック、ハミング等の花王の主力商品を首都圏に供給している工場です。このエリアでは町や企業の緑地が極めて少なくなっています。

川崎工場は、2000年に近隣地を購入して新たな工場を建設した際、掘削した残土を盛上げ、場内に点在していた樹木をここに移植する等により約7千㎡のまとまりのある緑地を造成しました。以後、手を入れることなく自然の状態を15年以上にわたり維持してきた結果、高低差のある多様な樹木、草木が混在する“自然の森”に成長しました。ここに遊歩道を作ったことで、工業地帯とは思えない静けさを有するこの森は社員の憩いの場となりました。

その後、地域の生物多様性への配慮という観点から、森を間伐してところどころ日の光が差し込むようにし、間伐材をエコスタック(生物の棲み家)や椅子などへ再利用しました。野鳥が好む花や実のなる樹木や草木を植え、野鳥の巣箱や、石積みなどの生物の隠れ家となる隙間のある構造物等を設置しました。

さらに、環境調査等を専門とする会社に生物モニタリングを依頼し、植物176種、鳥類11種、昆虫類56種の生息を確認することができました。とりわけ、都市部では珍しいジャコウアゲハの生息とその幼虫の食草となるウマノスズクサの群生が工場内で確認されたことには、関係者一同大変驚きました。現在、社員が中心となり、繁殖地としてこれらの生物の保護に力を注いで

います。

これらの地道で総合的な活動が評価され、川崎工場は、2018年、一般社団法人 いきもの共生事業推進協議会(ABINC)の「いきもの共生事業所®認証」を取得しました。



川崎工場と緑地

川崎工場に生息する昆虫、鳥類、植物



ジャコウアゲハ(成虫)



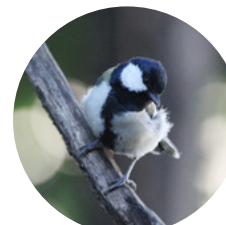
ジャコウアゲハ(幼虫)と食草のウマノスズクサ



オンブバッタ



シオカラトンボ



シジウカラ



ヒヨドリ



ヘクソカズラ



ヤマモモ

和歌山工場「企業の森」事業に参画

和歌山県が主催する「企業の森」事業に、和歌山工場は2007年より参画し、工場が利用している紀ノ川の水源である紀美野町の山林を活動地として、毎年多くの社員とその家族が地元種の植樹や下草刈り等を継続して行ってきました。10年間の活動により健全な山林に育ってきたことから、2017年より活動地「花王の森おいし」を追加しました。

2018年は新たな取り組みとして、地域の遺伝子を守る目的から、活動地周辺で採取したウリハダカエデ、カヤ等の苗木を社員が自宅で育て、これを活動地に持ち寄り、2018年11月に総勢100人を超える参加者による植樹を行いました。



「花王の森おいし」で植樹活動に参加した社員と関係者の皆さま

鹿島工場「低炭素杯2018」で表彰

低炭素杯は、全国の学生・市民・企業・自治体などが低炭素社会に向けた取り組みをプレゼンするコンテストです。2018年は1,167団体が応募し、30団体がファイナリストとして出場しました。

鹿島工場は、茨城県内の市民や企業が取り組む地球温暖化防止活動を発表するクールアースいばらき2017大会で「最優秀賞」を受賞したことから、低炭素杯2018に茨城県代表として出場しました。1980年の工場建設当時から継続している、「50年後を考慮して計画された緑地づくり活動」を紹介し、植林によるCO₂削減効果のほか、生物多様性に富んだ森を砂地の上に復活させた地道な活動が高く評価を受け、表彰されました。



低炭素杯2018

社員の意識向上・情報共有

川崎工場・鹿島工場 JIB「いきものDays」への参加

「いきものDays」は、愛知目標の一つに掲げられている「生物多様性の主流化」をめざして、JIBに参加する企業の自社緑地や関連する緑地において、動植物のモニタリングや植林活動を実施するJIB主催のイベントです。花王は運営、活動の双方に関わっており、イベントには川崎工場、鹿島工場が参加しました。

川崎工場は、5月にイベントを開催し、新入社員を中心に、工場長、環境保全に関わるメンバー等、計41人が参加。当日は生物調査の専門家をお招きし、生物多様性の重要性や、企業が生物多様性保全に取り組む意義等について講義を受けた後、生物調査を実施しました。ニホンヤモリなど、身近な緑地に棲む生物を体感でき、時折大きな歓声が上がっていました。イベントを通じて生物多様性について皆で考える大変有意義な1日となりました。



専門家の説明を受ける川崎工場の社員

生物多様性 304-3 具体的な取り組み

花王(台湾) 工場周辺の植樹活動と地元 NGO による苗木配布イベントへの参加

工場の立地する新竹県の政府所有の裸地において、花王(台湾)から51人が参加して、専門家の協力により台湾に自生する樹木(苗木)100株の植樹を行ないました。今後3年をかけて計300本以上の植樹を行なう予定です。また、植樹と同じ日に、近隣の新竹高鐵駅で、台湾に自生する草木の苗1,000株を旅行者に配布する地元 NGO のプログラムに花王(台湾)から51人が参加しました。

これらの活動は38のメディアによる計52の報道で取り上げられ、台湾において大きな話題となりました。その後も上記の植樹地において、地元の廃棄物を活用したコンポスト作り等、生物多様性に配慮したさまざまな活動を推進しています。



植樹活動



→花王(台湾)の生物多様性保全活動動画
www.youtube.com/watch?v=Hnj7YAvWY2M
www.youtube.com/watch?v=ZdghVBRBSrBQ&feature=youtu.be

花王コーポレーション(スペイン)(KCSA)

生物多様性について学ぶ資料を制作

2018年、KCSA では自社の生物多様性の評価結果を踏まえて、自社の3工場における生物多様性について学ぶ資料を制作しました。工場見学者への説明や社員の啓発などに有効に活用しています。

制作した資料

- ・工場の生態系ネットワーク、外来生物、水循環などのテーマごとに詳細に解説した小冊子
- ・工場の生物多様性視点での見どころを紹介したパンフレット
- ・工場に生息している野鳥や昆虫などの生き物を写真入りで紹介するポスター



「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

2018年は、10人の社員が現地に赴き、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。

社外の関係者との連携

花王・みんなの森づくり活動

2018年3月に、2018年助成先として「森づくり活動」分野で7団体、「環境教育活動」分野で8団体、合計15団体の助成を決定しました。これまでにのべ462団体を支援しており、活動に参加した市民の方は41万人に上ります。

タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト

2012年からの5年間で、目標としていた35haに42,500本の植林を達成しました。タイ北部の森林再生に寄与すると同時に、形成された森林をどのように活かし共存していくかといった、住民主体の持続可能な森づくりへの意識も高まりつつあります。

第1フェーズのプログラムは終了し、第2フェーズとして、2019年4月から3年間の計画で、地域住民の雇用創出や技術習得につながる森づくりのフォローアップを行ないます。

「花王・教員フェロシップ」で教員を野外調査プロジェクトに派遣

2018年は、5プロジェクトに10人の教員が参加し、現地で得られた経験を学校や地域での環境教育に活用いただいています。11月には、本年およびこれまでの参加者が参加する活動報告会を実施し、環境教育の実践事例の情報交換を行ないました。これまでのべ80のプロジェクトへ158名の教員の皆さまに参加いただいています。

容器包装 102-12,102-15,103-1,103-2,103-3 花王のアプローチ

花王のアプローチ

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、さらには使い勝手の向上など、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、これら機能を高いレベルで満足しつつ、環境に配慮した容器包装の取り組みを推進しています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

日本の家庭のごみの約56.6%が容器包装廃棄物であるという調査結果(環境省「容器包装廃棄物の使用・排出実態調査の概要(平成29年度)」)からわかるように、生活者にとってのごみ問題と容器包装は非常に大きく関連しています。廃棄物処理システムが十分に整備されていない地域では、使用済み容器包装、特にプラスチック容器包装が適正に処理できていないことにより引き起こされるさまざまな課題が大きな社会的課題となっています。

また、不適正な処理により年間数百万トンを超えるプラスチックごみが海洋へ流出し、2050年までに魚の重量を上回るプラスチックが環境に流出されるといわれています。

地球温暖化による気温上昇を2℃未満に抑制するためには、化石燃料使用量は現状より大幅に削減する必要があります。それに伴い、化石燃料からつくられるプラスチック生産量が現状より激減する可能性があります。したがって、現在のプラスチック容器包装は持続可能ではないと認識しています。

花王が提供する価値

売上高原単位当たりのプラスチック容器包装使用量は削減してきましたが、製品の売上増に伴い、総使用量は増加しています。この事実を謙虚に受け止め、これまで以上に、プラスチック使用量の削減に取り組んでいきます。

そのためには、新たな技術開発のために投資を行う必要があります。また、さまざまなステークホルダーと連携しながら、生活者の皆さまが、容器包装を無理なくリサイクルできるしくみをつくる必要があります。

私たちは、強い意志と技術力をもって、自然環境を損なうことなく、こころ豊かな生活に貢献できるような容器包装を開発していきます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

項目	内容
政策・法規制	プラスチック容器包装使用量に関する規制強化(リサイクルプラスチック使用量義務化、課税)、プラスチック使用量情報開示の義務化など
技術	プラスチック使用量削減技術開発やリサイクルプラスチック利用技術開発失敗など
市場	消費者選好の変化、バージンプラスチック・リサイクルプラスチックのコスト上昇など
評判	業界・個別企業への非難、ステークホルダーからの懸念上昇、消費者選好の変化など

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

項目	内容
資源効率性	プラスチック使用量削減による容器コスト削減、輸送効率の改善、リサイクルコスト削減など
製品・サービス	省プラスチック容器包装製品の拡大、イノベーションな容器包装開発による売上増と開発技術のライセンスアウトによる収入増など
市場	新規市場へのアクセス性向上による売上増、イノベーション技術開発時における公的インセンティブの活用など
レジリエンス	プラスチック容器包装に対する積極的な3R活動を継続的に行なうことによるレジリエンス向上

貢献するSDGs



方針

2018年10月に「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公表しました。

今後はこの宣言のもと、活動を推進していきます。

私たちのプラスチック包装容器宣言(抜粋)

私たちは、自然環境を損なうことなく、人々のこころ豊かな暮らしを実現する、革新的な提案をしていきます。

私たちのめざす姿

私たちは、使用するプラスチックの量を、地球が受容できる範囲にとどめるべきであると考えます。

私たちは、プラスチックは、自然界に排出されるべきではないと考えます。また、すべてのプラスチックは、小さなかけらまで、再利用、またはリサイクルされるべきであると考えます。

私たちは、すでに自然界に排出されてしまったプラスチックについても、回収され、再生されるべきであると考えます。

花王の取り組み

日々改良を続け、画期的なイノベーションを起こすような取り組みを、4Rの視点から推進しています。

Reduce(減らす)

包装容器を薄くしたり、軽量化したりするとともに、製品を濃縮化して容器そのものをコンパクト化することにより、プラスチック使用量を削減します。

Reuse(再利用する)

生活者のみなさんが本体容器を繰り返し使用できるよう、つめかえ・つけかえ用製品などの新しいタイプの包装容器を開発していきます。

Replace(置き換える)

石油由来のプラスチックから、より低炭素で再生可能な植物由来など、持続可能な原料への転換を図っていきます。

Recycle(リサイクルする)

プラスチック包装容器に再生樹脂を積極的に導入するとともに、暮らしの中でリサイクルしやすい包装容器の開発に取り組んでいます。

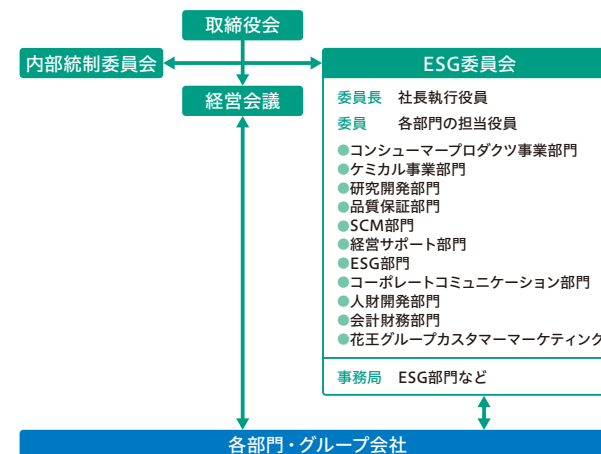


→私たちのプラスチック包装容器宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/plastic-packaging/

体制

プラスチック包装容器に関する機会管理はESG委員会で実施しています。同委員会の委員は事業、販売、R & D、SCMなどの責任者が務め、事業との一体運営を行っています。同委員会は年4回以上開催し、プラスチック容器包装をはじめとする環境、社会、ガバナンスについて討議しています。同委員会はその活動状況を年1回以上取締役会に報告し、取締役会の監督を受けています。

容器包装管理体制



※2018年12月現在

教育と浸透

社内の理解と活動の推進のために、包装容器開発研究所では、新製品・改良品発売時には事業ユニット、SCM部門、生活者コミュニケーションセンター等の関連部門を集めて容器検討会を開催し、環境適応性を検討しています。2018年は、容器検討会を日本で68回、アジアで7回開催しました。



容器検討会

ステークホルダーとの協働

お客さまと“いっしょにeco”

プラスチック使用量を大幅に削減できるつめかえ・つけかえ製品をお客さまにより多く選択していただくよう、花王の容器包装の取り組み紹介をエコプロ展や花王エコラボミュージアム等で行なっています。

ビジネスパートナーと“いっしょにeco”

容器包装の開発や上市を行なう際には、材料メーカー、リサイクル樹脂メーカーや容器包装メーカーとの協働が欠かせないものであると認識し、広く共同開発を行なっています。

社会と“いっしょにeco”

政府や自治体が進める活動に積極的に参加し、花王の技術紹介や、意見交換を実施しています。家庭から出る容器包装の削減を消費者に呼びかける「九都県市容器&包装ダイエツト宣言2018キャンペーン」には、開始以来9年連続で参加しています。

使用済プラスチック容器包装のリサイクルフローをより強固なものにするため、リサイクル樹脂の利用促進や新たなリサイクルのしくみづくりに取り組んでいます。

自然界に排出されてしまった容器包装などを回収する活動を外部団体とともに推進しています。また、花王独自に、海ごみや河川ごみ、市中ごみなどの回収活動を行っています。2018年の参加者数はのべ7,765人でした。



エコプロ展



河川ごみの回収(水軒川清掃)



事業場周辺のごみの回収

容器包装 103-1,103-2,103-3

花王のアプローチ

中長期目標と実績

中期目標

2030年中期目標

- 革新的なフィルム容器包装の年間普及量を3億本とする

2025年中期目標

- 単一素材からなるフィルム容器包装を開発する
- 100%再生可能、再利用可能な容器包装にする
- 再生プラスチック使用量を5倍にする
- 植物由来プラスチック使用量を3倍にする



中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

革新的なプラスチック包装容器が社内外に展開されプラスチック使用量削減目標が達成されると、新規市場での売上増やパテントアウトによる収入による利益増が期待できます。再生樹脂や再生可能樹脂使用量を増加することにより、バージン樹脂使用に伴う新規課税を回避する効果もあります。

社会に及ぼす効果

これら目標を達成することで、新規資源投入量の削減をはじめとする循環型社会の形成に大きく貢献でき、将来の資源制約社会においても生活者に清潔製品をお届けすることが可能となります。

2018年の実績

実績

2018年10月、花王はプラスチック包装容器に関する考え方「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公開しました。

2018年11月、技術イノベーション説明会にて、「パッケージ リサイクリーション」と称し、海洋プラスチックごみゼロ、再生プラスチック100%活用、残液ゼロをめざすAFB(エアインフィルムボトル)の開発情報を発信しました。

2018年に新たに製品に導入された4R活動は次の通りです。

Reduce(減らす)

- 「カネボウ化粧品」のスキンケア製品の輸送用打箱の包装仕様を見直すことで、打箱レス化を27製品に対して実施
- 「メリット」、「エッセンシャル」、「ピオレ」の大容量つめかえパウチのフィルム構成を、アルミ箔仕様から蒸着PET仕様に変更す

るとともに、4層から3層に簡素化。プラスチック使用量とCO₂排出量をそれぞれ、7%、25%削減

- 「アジエンス うる艶浸透ケアオイル」のディスペンサーをヒンジキャップに変更。プラスチック使用量とCO₂排出量をそれぞれ、8%、6%削減

Replace(置き換える)

- 既存の取り組みを継続、2018年新規取り組みなし

Reuse(再利用する)

- 「キュキュットCLEAR泡スプレー」に約3回分のつめかえパウチを採用しプラスチック使用量を66%削減
- 「スマートホルダー」の大手流通での販売を開始

Recycle(リサイクルする)

- 既存の取り組みを継続、2018年新規取り組みなし

実績に対する考察

「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公開したことについて、ビジネスパートナーを含む社外ステークホルダーから、多くの肯定的コメントをいただきました。一方、具体的な今後の活動や目標の早期公開を求める声もいただいています。

「パッケージ リサイクリーション」については、画期的な取り組みとの評価とともに、協働提案もいただいています。これら社会からの要請を真摯に受け止め、積極的に本活動を推進していきます。

従来から実施している4R活動は、日本においてはほぼ一巡している感があることから、2018年の実施状況は比較的乏しいものとなりました。現在、プラスチック包装容器についての社会からの要求は欧州を中心に高まっているため、今後は欧州をはじめ日本以外での活動も強化していきます。

具体的な取り組み

Reduce : 容器包装材料の削減

花王はボトルの薄肉化や、製品の濃縮によるコンパクト化などによる容器包装材料の使用料削減を進めています。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。

花王は、消費者に届く包装容器のみならず、流通段階で使用する段ボールや打箱についても、削減活動を継続的に行なっています。

つめかえパックの内容量を変更せずに高さを低くすることで、トラック輸送時の積載効率を向上させるというアプローチは、製品ライフサイクル全体を通じた環境負荷低減活動を行なっている花王ならではの活動との評価を受けています。



つめかえパックの高さを低くすること等で、パレット積載効率が50%改善

小容量製品を中心に採用が拡大している脱ブリスターパックを実現したシュリンクフィルムを利用した包装は、日本において一般化しつつあります。



一般化しつつあるシュリンクフィルムを利用した包装

2018年の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45件あり、CO₂排出削減量とコスト削減量はそれぞれ年間で約1,184トン、約1.7億円となっています。

2018年は、東京都市大学環境学部 伊坪徳宏教授の協力のもと、LIME2手法を用いて、つめかえ容器が普及している日本の社会の環境影響評価を実施しました。その結果、つめかえ容器が普及した社会は本品ボトルをリサイクルする社会と比べ環境影響が低いことを確認しました。

Replace : 再生可能原料への転換

将来、化石由来プラスチックの利用が制限される可能性が高いことから、植物由来プラスチックを容器やフィルムに利用する技術開発を積極的に進め、2012年に初めて実装して以来、その利用品目と利用量は拡大し続けています。



植物由来ポリエチレンを採用した製品群

Reuse : つめかえ・つけかえ製品の推進

花王が最初のつめかえ用製品を発売したのは1991年ですが、その品数は年々増え、2018年12月時点のつめかえ・つけかえ製品は295品目に上っています(花王(株)実績)。日本において一般的となっているフィルム製つめかえ容器は、使用するプラスチック量がボトルに比べ大幅に削減できる(シャンプーの場合79%)こともあり、アジアを中心に拡大を続けています。

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続けています。

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。つめかえ・つけかえ用製品によるプラスチック削減量は59.5千トン。製品のコンパクト化による効果を加味すると、プラスチック削減量は93.1千トンに上ります(全品が本品容器である場合との比較。花王(株)2018年実績)。

花王は、つめかえやすい「ラクラクecoパック」を「つけかえ」することで、最後までムダなく使える環境対応と簡単な操作でのユーザビリティをさらに向上させた専用ホルダー「スマートホルダー」を提案。これにより、プラスチック製の本品ボトルが不要になります。また、スマートホルダーのラベルデザインを自由に選択することで、個々人のライフスタイルに合わせることもで

きます。

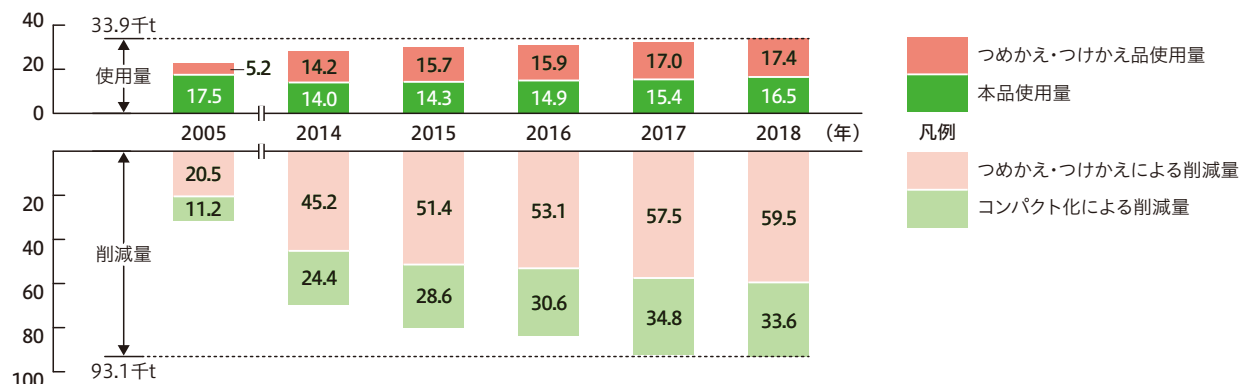
本技術は、第57回ジャパン パッケージング コンペティション最高賞の「経済産業大臣賞」、2018年グッドデザイン賞を受賞しています。

スマートホルダーの普及と環境意識の啓発のため、さまざまなイベントを企画しています。2018年は、札幌市が開催した「環境広場さっぽろ2018」において、世界に一つのマイホルダーを作成するイベントを企画しました(実施:花王グループカスタマーマーケティング(株))。



「環境広場さっぽろ2018」花王ブース

容器包装材料使用量の推移



※ 集計範囲: 花王(株)

※ ボディ用洗浄剤、手洗い用洗浄剤、シャンプー・リンス、洗たく用液体洗剤、柔軟仕上げ剤、台所用洗剤、住居用洗剤、漂白剤、かびとり剤

Recycle : 再生材料の利用

花王は再生紙や再生樹脂等の再生材料を積極的に導入・活用しています。1960年代から粉末タイプの洗たく用洗剤をはじめとした、多くの製品の紙箱や説明書に再生紙を使い続けています。



台湾における「花王シャンプー」「花王ボディウォッシュ」の容器は、2016年から100%再生樹脂を使用しています。



「クイックルワイパー ウエットシート」の袋には再生樹脂を80%配合しています。

リサイクル活動

花王は、容器包装の新しい資源循環に向けた研究に取り組み、2015年から「リサイクルレーション」という新しい考え方を提案し、地域の皆さまといっしょにその可能性や価値の検証を始めています。実証実験では、地域の皆さまから洗剤やシャンプーなどの使用済みのフィルム製つめかえ容器を回収し、パートナー企業と協働して再生樹脂に加工。地域の新しいまちづくりや

暮らしづくりに役立てていただく活動を進めています。

再生樹脂からは、さまざまなモノ・価値をつくるという「クリエイション」を象徴する「ブロック」をつくりました。

このように、使い終えたものに、技術やさまざまな人の知恵・アイデアを加え、新たな価値を生み出す活動が「リサイクルレーション」です。



→リサイクルレーションFacebook
www.facebook.com/RecyCreation.jp/

リサイクルレーション活動のイメージ



鎌倉リサイクルレーションプロジェクト

容器包装技術の紹介と意見交換

2018年は、以下のプロジェクトにおいて花王の容器包装技術の紹介と意見交換を実施しました。

- ・日本国環境省とフィンランド・イノベーション基金(Sitra)の共同で開催した「世界循環経済フォーラム2018」において、花王が取り組んできたつめかえ容器によるプラスチック削減活動とリサイクルレーション活動を紹介



世界循環経済フォーラム 2018

- ・環境省が進める「プラスチック・スマート」に花王の取り組み事例を提供



→プラスチック・スマート
plastics-smart.env.go.jp/

- ・日本国政府が「プラスチック資源循環戦略」を策定するプロセスにおいて、花王が進めているフィルム製つめかえ容器によるプラスチック総使用量削減活動等をプレゼン。同戦略における削減目標につながる技術などを紹介
- ・一般社団法人日本経済団体連合会が取りまとめた「SDGsに資するプラスチック関連取組事例集」に花王の事例を提供

花王のアプローチ

花王は、工場や事務所から発生する廃棄物の削減、再資源化、最終処分量の削減を進めています。また、お客さまが製品を使用した後に廃棄する、容器包装やおむつなどの重量の削減に努めています。さらに、工場や事務所から発生する廃棄物が適切に処分されていることを確認するため、廃棄物処理業者を訪問し現地監査しています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

地球上の資源が有限であること、世界中で人口が増加し生活水準が向上してきていることから、いままでの一方向の経済モデルでは暮らしがいずれ成り立たなくなります。そこで、高い資源生産性を実現することをめざし、世界中で循環型社会を構築する動きが加速しています。

発生する廃棄物の量の増大に対応した社会基盤としての廃棄物処理システムが十分に整備されていない地域では、廃棄物の放置や処分場の管理が不十分なため、人への健康被害や環境汚染を起こす例が多くあります。また、消費後の生活者の不適切な廃棄行動により、海洋プラスチック廃棄物の増加を引き起こし、海洋や沿岸の生態系に悪影響を及ぼしています。

花王が提供する価値

花王は、資源生産性を高めるための活動、社会と協働した活動を数多く行なっています。

工場や事務所から発生する廃棄物を削減する活動、製品で使用する原材料を削減する活動、リサイクルを

推進する活動などは、資源生産性を高める効果があります。

また、すでに環境中に流出した廃棄物を回収する取り組みや、今後流出する可能性のある廃棄物を抑制する取り組みは、海や陸域の生態系の保護等に大きく寄与する活動です。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

社会が求めるレベル以上に資源生産性を高めるためには高レベルの技術開発を行なう必要があります。それらの活動を行なわなければ、レピュテーションの低下や資源の枯渇・廃棄物の増加を招き、ひいては事業の継続が困難になります。

また、廃棄物処理システムの社会基盤が不十分な状態のまま今以上に製品の消費が行なわれると、その地域の清潔・衛生を損なう可能性があります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

花王の工場における資源生産性を高めることで必要な資源量を少なくすることができ、将来の資源制約下

でも花王の存続可能性を高めることとなります。

そして資源消費量の少ない製品を提供することは、今後の資源制約が厳しくなる社会において、すでに社会基盤に制約のある地域において、消費者の清潔・衛生に役立つことが可能となります。

すでに自然界に流出した廃棄物を企業レベルで積極的に回収することは、自然界のレジリエンス向上に役立ちます。

貢献するSDGs



廃棄物 103-1,103-2,103-3 花王のアプローチ

方針

事業活動に伴う廃棄物の削減

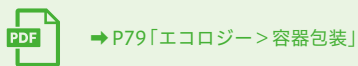
花王は、工場や事務所から発生する廃棄物等の発生量を削減し、発生した廃棄物等については社内外での再利用、リサイクルを進めています。廃棄物発生量の削減目標を掲げ、グループ全体で取り組んでいます。

工場においては、原材料ロスや製品ロスの削減を進めています。たとえば、液体状の製品の場合、一つの生産設備で生産する製品を切り替えるときに、配合用タンクや貯蔵用タンクの洗浄で排水汚泥が発生します。シート状製品の場合は、材料を交換するときに使い切れない部分が発生します。このようなロスの発生内容に応じたロス削減対策を常に検討し改善を重ね、削減を進めています。

発生した廃棄物は、リサイクルが可能なように分別を徹底し、より適切な方法を選定し、委託業者と協力してリサイクルを進めています。リサイクル量や最終処分量も発生量と併せてモニタリングし、廃棄物処理方法全体の改善に取り組んでいます。

容器包装使用量の削減

花王は、容器包装使用量を削減するために、使用する樹脂量の削減、内容物の濃縮化等による容器包装のコンパクト化、つめかえ用製品の提案等を行なっています。これらはISO18600シリーズ(環境配慮包装規格)に則った活動です。



製品の材料使用量の削減

花王は、おむつやシート製品など、お客さまの使用後に製品そのものが廃棄物になる製品を提供しています。花王は、製品機能を確保すると同時に、材料使用量を削減する技術を開発し、廃棄物削減に貢献しています。

廃棄物の不法投棄防止

工場や事務所から排出される廃棄物の処理を処理業者に委託する場合、不法に投棄されるリスクがあります。花王は、このリスクを低減するため、定期的に処理業者を訪問し、廃棄物が適切に処理されていることを確認しています。日本花王グループにおいては、廃棄物処理業者の契約情報や適正処理調査結果などをデータベース化し、不法投棄防止を確保しています。このシステムは不法投棄を防止する「電子マニフェストシステム」に連動しており、併せて不法投棄防止を確実なものにしています。

PCB廃棄物を適正に保管・処理

ポリ塩化ビフェニル(PCB)は、絶縁油として変圧器や安定器等で利用されてきましたが、難分解性のため人の健康および生活環境に関わる被害が生じるおそれがあります。花王は、PCB廃棄物を処理業者に処理委

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適切に保管し、適宜適切に処理を行なっています。

国内リサイクルの推進

花王は、国内資源循環の社会の構築をめざし、やむを得ず排出する廃棄物は国内でリサイクル、最終処理することを原則に、廃棄物処理業者を選定しています。

体制

廃棄物に関する活動は、レスポンシブル・ケア(RC)推進体制で管理しています。活動内容はそれぞれ年1回開催されるRC推進委員会、日本RCミーティング、グローバルRCミーティングで報告され、重要な内容については社長を委員長とする内部統制委員会に報告されます。花王の工場・事務所で発生する廃棄物の大半を占める工場を管理するSCM部門は、全工場の環境担当者が参加する環境部会を開催し、各工場の廃棄物削減やリサイクル活動に関する目標に対する進捗管理やベストプラクティスを社内展開しています。

廃棄物処理業者の現地確認は、SCM部門、購買部門、ロジスティクス部門、情報システム部門、販売部門、関係会社で協働し、計画的に実施しています。

また花王は、環境関連データを一元管理するデータベースを用いて、データの信頼性を確保し、業務を標準化・効率化することで、的確な活動展開につなげています。

廃棄物 103-1,103-2,103-3,306-2,306-4

花王のアプローチ

中長期目標と実績

2020年中期目標

花王グループの全拠点における廃棄物等発生量の2020年削減目標は、毎年0.5%の削減を目標に、2013年に設定しました。日本花王グループの全拠点における最終埋立処分率の目標は、段階的にレベルアップしてきました。2004年に0.5%以下で開始し2007年には0.2%以下、2010年以降は0.1%以下としています。

廃棄物に関する目標

項目	対象範囲	2018年目標	2019年目標	2020年目標
廃棄物等発生量※1	花王グループ全拠点	32%削減	33%削減	33%削減
最終埋立処分率※2	日本花王グループ全拠点	0.1%以下	0.1%以下	0.1%以下

※1 売上高原単位(2005年比)

※2 廃棄物等発生量に対する最終埋立処分量の割合

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

廃棄物の削減は生産性向上により達成できることから、製造原価の低減に直結しています。また発生した廃棄物の処理コストの低減にも寄与しています。

社会に及ぼす効果

廃棄物等発生量の削減、最終埋立処分率を削減するために実施するリサイクル推進、製品で使用する資源量を削減することなどによる資源生産性を高める活動は、循環型社会の形成推進に貢献し地球1個の暮らしの実現に向けて重要なアプローチです。

2018年の実績

1. 廃棄物等発生量

2018年は各事業場での削減活動の効果等で、廃棄物等発生量は前年より3千トン減少、原単位(売上高)削減率は1%改善して26%となりましたが、目標の32%削減には到達しませんでした。引き続き、廃棄物等発生量の削減活動を強化していきます。

廃棄物等発生量のうち有害廃棄物量は22千トン、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。

2. リサイクル

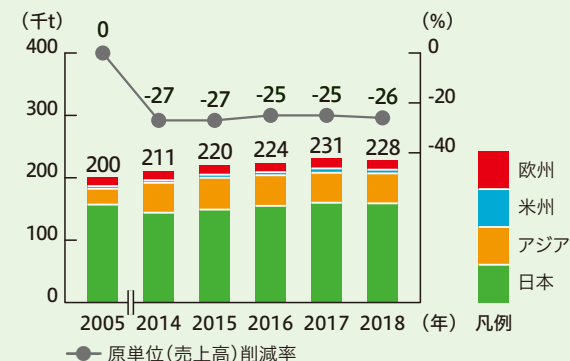
再使用・リサイクル※された廃棄物等は211千トン☑、リサイクル率は93%でした。

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14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)。

※ サーマルリサイクル(熱回収)を含む

2018年は廃棄物等発生量に改善の傾向が見られたものの、2020年目標との乖離を縮小することが課題であり、引き続き低減に向けた活動に努めていきます。

廃棄物等発生量の推移☑(全拠点)



※ 集計対象拠点:2014年までは花王グループ全生産拠点、日本国内の非生産拠点が対象。2015年からは海外の一部の非生産拠点も含めています。

※ 保証対象は廃棄物等発生量

※ 売上高原単位は、2015年度以前は日本基準、2016年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

3. 処理業者施設の確認

2018年は、175社の処理業者にご協力いただき、225施設処理現場の確認を行ないました(日本)。その結果、花王の評価基準で不適合だった処理業者はありませんでした。

4. PCBの適正な保管・処理

2018年は、高濃度PCB廃棄物を1,126台、低濃度PCB廃棄物を73台処理しました。現在、和歌山、川崎、すみだ、鹿島、小田原、KCMK熊本で保管しています(日本)。

ステークホルダーとの協働

廃棄物セミナーや講習会等での事例紹介

日本では、廃棄物を処理委託する際、処理委託者がその物理的・化学的情報を十分に処理業者に伝えないことによる事故が、処理業者で多く発生していると報告されています。

そこで花王は、過去、処理業者とのコミュニケーションにより改善を行ってきた事例を社会に広げるとともに、自ら行なっている伝達情報の改善点を見出すために、さまざまな廃棄物セミナーで事例紹介を行なっています。

これらの活動の結果、2018年も、花王から処理委託した廃棄物に伴う事故はありませんでした。

具体的な取り組み

原材料調達における取り組み

花王の工場で発生する廃棄物を削減するために、サプライヤーと納入原料の量と納入頻度適正化の取り組みを実施しています。これはサプライヤーが調達する包装材料の削減に寄与しています。

一部の製品にリサイクル材を利用しています。1960年代から粉末タイプの衣料用洗剤をはじめとした、多くの製品の紙箱や説明書に再生紙を使い続けています。1987年に発売した衣料用洗剤「アタック」の計量スプーンには、リサイクルPP樹脂を、1994年発売のフロア用掃除道具「クイックルワイパー」のドライシートの繊維には、リサイクルPET樹脂をそれぞれ使用しています。また、「クイックルワイパー」とフロア用掃除シート「クイックルワイパーシート」の袋、台湾で販売している「花王シャンプー」などの容器にリサイクルPET樹脂を利用しています。



→ P79「エコロジー>容器包装」

開発・生産・販売における取り組み

廃棄物発生量の削減

花王は、液体製品を多く扱うため、製品切り替え時に実施するタンク洗浄による濃厚排水の処理により発生する汚泥の削減は大きな課題です。

花王インダストリアル(タイランド)では、排水のCOD濃度に応じて、別々の排水処理設備で処理することで排水処理場の汚泥発生量抑制に成功し、廃棄物削減に貢献しています。ファティケミカル(マレーシア)でも汚泥の脱水設備の導入を検討しています。

小売業者における廃棄物発生量削減に貢献するために、製品を小売業者にお届けするために使用される箱の利用量の削減を、小売業者の理解・協力のもと実施しています。

廃棄物のリサイクル強化

おむつや生理用品を製造する際に発生する廃棄物を、プラスチックパレットにリサイクル化する取り組みを進めています。花王のマトリックス運営組織の強みを活かし、研究所など関連部門が協力し合い、花王の工場内でテスト運用を2016年から開始しました。2018年までに413トンの廃棄物をプラスチックパレット約26,500枚にリサイクルしました。

食堂廃棄物のリサイクル

豊橋工場では、食堂における廃棄物のリサイクルを推進しています。2018年は、食堂で発生する廃食油を有価で買い取りディーゼル燃料にリサイクルする業者と新たに契約を結びました。

使用における取り組み

コンシューマープロダクツ事業における取り組み

生活者が製品を使用した後で廃棄物となる製品の材料使用量削減と容器包装に使用される原材料の削減を継続しています。

製品の材料使用量削減の取り組みとして、たとえば、2018年グッドデザイン賞を受賞したテープタイプの紙おむつ「メリーズMサイズ」では、1990年の製品に比べ製品機能を上げつつ、37%製品重量を削減できました。

プラスチック容器包装の使用量削減の主な活動は、つめかえ・つけかえ製品の推進です。



→ P79「エコロジー>容器包装」

ケミカル事業における取り組み

パルプモールド成形技術と高温材料技術が融合した花王の紙製湯道管は、古紙を原料に利用しているため、原料重量が10分の1に、利用後の廃棄物量が16分の1に減少します。

人と環境にやさしく、持続可能な社会の発展を支える化学の推進に貢献した点が評価され、第16回「グリーン・サステイナブル ケミストリー (GSC) 賞 経済産業大臣賞」を受賞しました。

テイクバックシステムの構築

ケミカル事業部門においては、販売した製品容器を再利用する(テイクバックシステム)活動を進め、環境負荷の低減に努めています。

2018年は顧客企業向けに使用している1トンコンテナ(IBC コンテナ)を18,524基回収し、再利用しました。

製品ライフサイクルと環境負荷

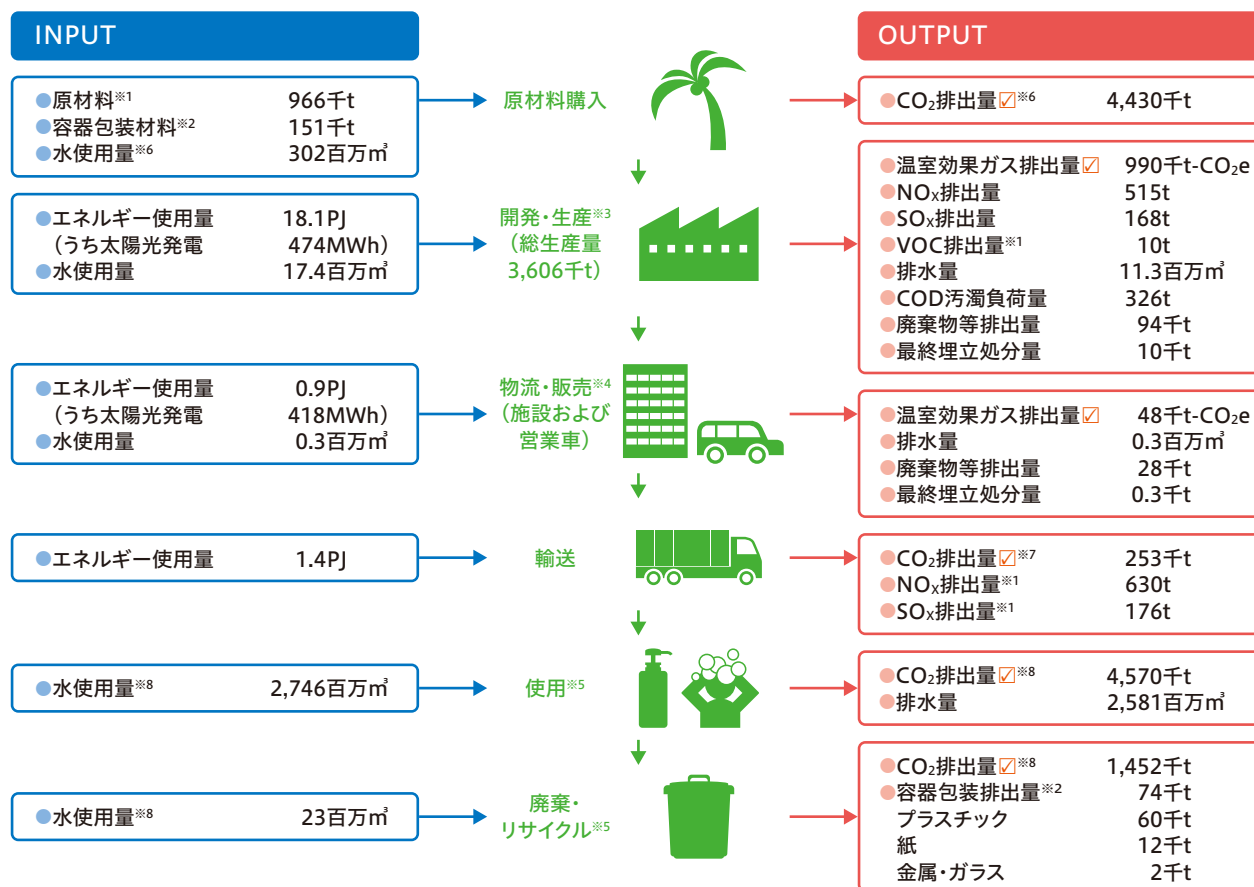
301-1,302-1,303-3(水と廃水2018),303-4(水と廃水2018),
303-5(水と廃水2018),305-1,305-2,305-3,305-7,306-2

花王のアプローチ

花王のアプローチ

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。

2018年の事業活動と環境負荷



製品ライフサイクルと環境負荷

301-1,302-1,303-3(水と廃水2018),303-4(水と廃水2018),
303-5(水と廃水2018),305-1,305-2,305-3,305-7,306-2

花王のアプローチ

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)
- **エネルギー使用量[開発・生産]**
生産拠点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)]**
非生産拠点および自動車(営業用)で使用したエネルギー量
- **エネルギー使用量[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**
工業用水、市水、地下水、雨水の使用量

OUTPUT

- **温室効果ガス排出量**
拠点から排出された温室効果ガス(京都議定書で定められた7ガス)の量
(CO₂換算値・スコープ1+2)
- **CO₂排出量**
原材料の製造、エネルギーの使用と成分分解等に伴い排出した量
- **排水量**
各拠点からの排水量と消費者向け製品の使用に伴い排出された水の量
- **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**
各拠点において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
- **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)
- **VOC排出量**
生産拠点からの大気へのVOC(揮発性有機化合物)排出量
- **NO_x排出量**
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- **SO_x排出量**
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量

花王のアプローチ

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。

2018年の環境会計報告

- ① 環境省「環境会計ガイドライン2005年版」に準拠しています。また、一般社団法人日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」も参考にしています。
- ② 集計範囲は、国内花王グループ※1および主要海外子会社※2です。
- ③ 期間は2018年1月1日から2018年12月31日までです。



環境保全効果(物量効果)については、以下をご覧ください。

→ P92「エコロジー>製品ライフサイクルと環境負荷」

※1 花王(株)、花王クエーカー(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)、(株)エキップ、花王プロフェッショナル・サービス(株)、ゴールドウェルジャパン(株)、モルトンブラウンジャパン(株)、花王製紙富士(株)、花王ビジネスアソシエ(株)、花王ロジスティクス(株)、花王システム物流(株)、花王フィールドマーケティング(株)、花王クリエイティブハウス(株)、(株)消費生活研究所、花王ピオニー(株)、ヘルスケア・コミッティー(株)、花王コスメプロダクツ小田原(株)

※2 Kao Chemical Corporation Shanghai, Kao (Taiwan) Corporation, Kao Vietnam Co., Ltd., Pilipinas Kao, Incorporated, Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd., Kao Soap (Malaysia) Sdn. Bhd., Fatty Chemical (Malaysia) Sdn. Bhd., Kao Plasticizer (Malaysia) Sdn. Bhd., Kao Oleochemical (Malaysia) Sdn. Bhd., PT. Kao Indonesia Chemicals, Kao Specialties Americas LLC, Quimi-Kao, S.A. de C.V., Kao Corporation S.A., Kao (Hefei) Co., Ltd., Kao Chemicals GmbH, PT Kao Indonesia, Kao Manufacturing Germany GmbH, Kao (Shanghai) Chemical Industries Co., Ltd., Kao USA Inc., Molton Brown Limited, Kao Corporation Shanghai, Huludao Jinxing Casting Materials Co., Ltd.

環境保全コスト(事業活動に応じた分類)

(単位:百万円)

分類		日本		アジア・米州・欧州	
		投資額	費用額※1	投資額	費用額※1
(1)事業エリア内コスト		2,169	3,632	1,254	3,625
内訳	①公害防止	628	1,464	879	1,491
	②地球環境保全	506	365	248	753
	③資源循環	1,035	1,803	127	1,381
(2)上・下流コスト		337	2,619	0	83
(3)管理活動コスト		5	2,057	27	207
(4)研究開発コスト		2,402	4,399	6	105
(5)社会活動コスト		0	148	13	13
(6)環境損傷コスト		0	0	0	11
合計		4,913	12,855	1,300	4,044

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		日本		アジア・米州・欧州	
		投資額	費用額※1	投資額	費用額※1
①地球温暖化対策に関するコスト		506	365	214	387
②オゾン層保護対策に関するコスト		0	0	34	346
③大気環境保全に関するコスト		15	439	473	467
④騒音・振動対策に関するコスト		0	2	16	52
⑤水環境・土壌環境・地盤環境保全に関するコスト		613	1,023	390	960
⑥廃棄物・リサイクル対策に関するコスト		1,373	4,422	127	1,461
⑦化学物質対策に関するコスト		2,402	4,399	6	105
⑧自然環境保全に関するコスト		0	123	13	83
⑨その他コスト		4	2,082	27	183
合計		4,913	12,855	1,300	4,044

環境保全対策に伴う経済効果※2

(単位:百万円)

効果の内容		日本 金額	アジア・米州・欧州 金額
費用節減※3	収益	455	214
	有価物、固定資産の売却金額		
	省エネルギーによる費用節減金額	213	148
	省資源による費用節減金額	1,460	866
経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)		266	443
合計		2,394	1,671

※1 費用額には減価償却費を含んでいます。

※2 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。

※3 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。

2018年の活動報告

コミュニティ

品質保証	96
ユニバーサルデザイン	101
消費者とのコミュニケーション	108
社会貢献活動	113

花王のアプローチ

花王グループの使命である、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に貢献するために、原料から研究開発、生産、輸送、販売までのすべての段階において、徹底した消費者・顧客視点で、高いレベルでの商品の安全性を追求し、絶えざる品質向上に努めています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

花王グループでは心をこめた“よきモノづくり”を通じて、環境、健康、高齢化、衛生などの社会的課題の解決に取り組んでいます。

花王が提供する価値

商品のライフサイクルのすべてのプロセスにおいて消費者視点での検討を行ない、高い安全性と品質の確保を図ります。

商品を安全に正しくお使いいただくための情報を提供するとともに、高齢者まで含めたすべての消費者がストレスなく暮らせるようにユニバーサルデザインを推進します。

原材料・生産工程・製品の徹底した管理により、常に安全で高品質な商品を提供します。

消費者相談に寄せられる貴重なお客さまの「声」を全社で共有し、商品改良や表示改善などに活用します。

これらの品質保証活動を見える化し、全ステークホルダーとの品質保証に関するコミュニケーションを推進し、信頼と協働により社会的課題の解決に向けた変化を生み出せるように進めていきます。

方針

花王グループ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。原料から研究開発、生産、輸送、販売に至るすべての段階で、社員全員参加の消費者起点の品質保証活動を行なっています。

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

ステークホルダーとの協働

お客さまの声を“よきモノづくり”へ活用

花王グループでは、お客さまから寄せられた声を「花王エコシステム」を通じて社内で速やかに共有し、商品や情報・サービスの改善に活かしています。



→詳細はP110「コミュニティ>消費者とのコミュニケーション/体制」

業界としての取り組みに参加

花王グループは、世界各国どこでも安心して商品をお使いいただけるよう、各国で業界活動に積極的に参画し、商品の品質・安全性に関する各国基準との調和を図るとともに、新たな規格や試験法の設定、化学物質の管理などについての国際的な取り組みなどで、精力的に活動しています。

体制

花王グループでは、商品開発から発売後まで、研究開発～マーケティング～生産～物流～販売に至るグループ一貫の全社活動による品質保証マネジメント体制をとっています。

商品発売に際しては、探索～技術開発～商品化～生産の各段階での品質維持と、総合的なエビデンス検証のゲート管理を導入しており、高い安全性と品質を十分確保しています。

発売後は、消費者・顧客の声を真摯に受け止め、絶えざる品質向上を追求する全社活動を推進し、常に公正で透明性の高い企業活動を行ない、社会的責任を果たせるように努めています。

このように花王グループは、日々“よきモノづくり”に努めていますが、予期せぬ重大な安全性や品質に関するトラブルが発生する可能性はゼロではありません。そのため、「花王グループ緊急重大問題対応体制」を定めており、国内外の花王グループ各社もこの体制を強化しています。

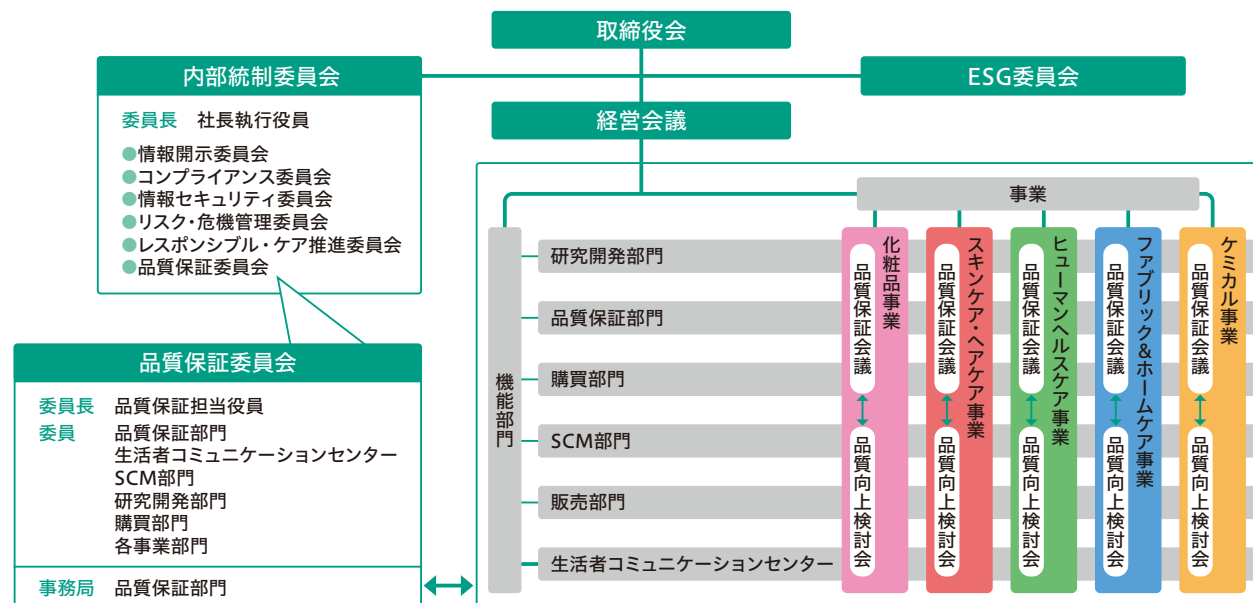
一方、内部統制システムを含むコーポレート・ガバナンス体制を整備しており、社長を委員長とする内部統制委員会の下部組織として品質保証委員会（年4回）を設置しています。品質保証委員会では、全社品質保証活動の有効性と信頼性を確認しています。品質保証委員会で決まった方針に従い、各事業分野で年1回、品質保証会議を開催し、品質保証活動方針や品質課題、品質保

証活動の進捗などを確認しています。

さらに、毎月の品質向上検討会では、事業部門の責任者のもとに関連部門（事業・生産・研究開発・消費者対応・品質保証など）が一堂に会してお客さまの声を検討し商品や情報・サービスの改善に活かします。今後、この活動のグローバル展開をさらに拡大していきます。

これらの全社活動を花王品質保証部門が統括・推進しています。常務執行役員が部門統括責任者となり、経営会議などで定期的な活動報告を行ない、重要課題については適時報告を行なっています。また、経営の重要課題全般に対する審議に参画しています。

品質保証体制



教育と浸透

企業理念の全社浸透のため、花王グループの品質保証活動の拠りどころである「花王ウェイ」や「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」について、研修などを通じた教育を行なっています。

品質保証活動方針の浸透・徹底を図るため、海外グループ会社も含め、日々の品質保証活動の中や品質向上検討会で各種の教育や啓発を行なっています。2018年は品質向上検討会を223回(国内119回、海外104回)実施しました。全社品質保証活動の深化のために品質教育を定期的に行なうほか、生産部門の現場では消費者からの指摘件数を指標とする花王独自のQCサークル活動を行なっています。2018年はQCサークル活動で350件(国内128件、海外222件)の改善テーマに取り組みました。

また、「医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器の品質管理の基準に関する省令」などに基づく教育を2018年は約50回実施するとともにGMP(Good Manufacturing Practice)基準や各種ISOなどの教育を398回実施しました。優れた品質保証活動に対しては品質保証活動表彰を実施するなど、モチベーションの向上も図っています。

社外の委託先や原材料メーカーなどとは、品質関連会議を開催して消費者起点の品質向上活動を進めています。今後はさらに幅広くパートナーの皆さまと協働して消費者起点の品質保証活動を展開していきます。

中長期目標と実績

中長期目標

1. 徹底した消費者・顧客起点と、総合力と、花王グループの資産の最大活用により、世界最高レベルの品質を追求します。
2. 「正道を歩む」を貫く品質保証活動により、消費者・顧客・社会への責任を果たし信頼性を高めていきます。
3. グローバル化、情報化への戦略的対応モデルやeコマース、新領域・新事業の品質保証体制を構築します。

中長期目標の実現に関わるリスク

- ・ 各国法規制の変化や安全性・環境問題の解決に対する要求の高まり
- ・ 高齢化や訪日・在日外国人の増加による製品事故リスクの高まり
- ・ 製品の成分や安全性などの透明性に対する要求の高まり
- ・ グローバル・ボーダレス化に伴うサプライチェーンの多様化による品質保証活動の脆弱化や消費者対応力の低下

中長期目標の実現に関わる機会

- ・ 各国法規制や安全性・環境問題に対する要求を先回りした、代替技術の開発による競争力の確保
- ・ ユニバーサルデザインの推進と、訪日・在日外国人への多言語情報提供などによる、商品満足度の向上

- ・ 品質保証活動の見える化と全ステークホルダーとのコミュニケーションによる消費者・顧客、社会からの信頼性向上
- ・ グローバル全社品質保証活動の深化によるグローバル事業の加速

2018年の実績

品質保証活動のグローバル推進

花王グループの化粧品などの製品を、迅速に広く世界各国のお客さまにお届けできるように、各国の法規制の確認など、商品開発を支援する情報システムの開発に取り組みました。

2017年のアジア地域導入に続き、2018年5月に米州、12月には欧州にも導入し、グローバルでの運用を開始しました。

また、グローバルレベルの品質向上のため、国内外の花王グループの連携を継続・強化しています。2018年は紙おむつ「メリーズ」などのサニタリー製品で日中合同の品質向上検討会を開始するなど、さらなる連携強化を図りました。

具体的な取り組み

消費者・顧客起点の
全社品質保証活動

製品安全図記号の表示

2017年、花王は日本石鹸洗剤工業会において製品安全図記号のワーキンググループのリーダーとなり、新たな10種類の製品安全図記号の開発に貢献しました。

2018年からこの製品安全図記号の製品パッケージへの表示を開始しました。消費者にとってよりわかりやすく適切な注意喚起を進めています。



→詳細はP105「コミュニティ>ユニバーサルデザイン
／新しい製品安全図記号の普及」

消費者志向宣言



→詳細はP112「コミュニティ>消費者とのコミュニケーション
／消費者志向の取り組みへの評価」

監査・自己点検による
品質保証活動の確認

花王グループでは、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、品質保証部門だけでなく、他部門も含めたメンバーで構成する品質監査推進会議を開催し、監査テーマを設定しながら監査活動を推進しています。

2018年は国内の医薬部外品に関する内部監査を行ない、内部統制委員会で報告しました。また日本・アジア・欧米のグループ会社に対する前年の外部監査の実施状況を品質保証委員会で報告しました。



→ISO等認証取得一覧
[www.kao.com/jp/corporate/sustainability/
environment/activity-data/certification/](http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/activity-data/certification/)

直近3年間のリコール状況※

年	2016年	2017年	2018年
件数	0	0	0

※ 社告を伴う消費者・流通からの商品回収

商品ライフサイクル全般にわたる安全性の確保

花王グループでは、商品を安全に快適に安心して使用していただけるよう技術開発～商品化～生産～販売に加え、商品発売後の安全管理に至るまでの全社活動で、商品の高い安全性と品質を確保しています。

商品開発段階での原料選択、商品化後の配合成分に関しては、国内外の法規、安全性に関する情報を日々収集しています。業界やNGO／NPOなどからの幅広い情報についても、科学的な視点と社会的な懸念など、多面的な視点で評価して必要な対策をとっています。

また、商品発売後は一つひとつのお客さまの声に真摯に耳を傾け、内容を確認して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て安全管理を行なっています。

国内だけでなく各国で寄せられるお客さまの声に関して、アジア・欧米など各国の花王グループ担当者とも定期的に情報を交換し、グローバルな視点で常に安全性を高めていく活動を行なっています。

花王グループでは家庭品、化粧品、食品のそれぞれについて、お客さまの「安全・安心」を最優先に、徹底して高いレベルの安全性確保をめざした安全基準を定めています。

化粧品については、2014年4月に、花王グループとして新しい安全基準を定めました。それ以前から運用し

ていた花王の基準をもとに、より広範囲なデータベース、より幅広い使用テスト、より詳細な安全性点検となるように発展させています。



→家庭品の花王安全基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/safety-quality/kao-quality/houseware-quality/

→化粧品の花王安全基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/safety-quality/kao-quality/cosmetics-quality/

→食品の花王安全基準

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/safety-quality/kao-quality/food-quality/

動物実験に対する方針

動物実験の廃止に向けた動きは世界的なものであり、花王グループはこの考え方に賛同しています。

花王グループは、化粧品(医薬部外品を含む)の商品開発に際し、外部委託を含めて動物を用いた試験は行なっておりません。また、今後も行なう予定はありません。^{※1}

化粧品以外の分野についても、動物実験は行なわない方針です。ただし、適切な代替法がない場合、法規制上求められた場合等、動物実験が避けられないこともあります。^{※2}

商品の安全性確保は何よりも重要であり、花王グルー

プの安全基準を定めて遵守しています。すなわち、安全性情報を広く収集し、今までの知見を含めた情報データベースを活用するとともに動物実験代替法を積極的に取り入れています。また十分な安全性を確認した後、人が実際にその製品を使う場面でも製品に問題がないことを確認するために実使用評価も行なっており、これらにより製品の安全性を確認しています。

動物実験代替法の技術開発に関しては、花王では1980年代後半から取り組んでいます。動物実験代替法はグローバルに広く使える公的な試験法であるべきと考え、国際的な試験法ガイドライン化に向けた取り組みを研究機関と連携して積極的行なっています。また欧州化粧品工業会(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ています。今後も、国内外の業界団体、他社等とも共同し、動物実験代替法の技術開発に積極的に取り組んでいきます。

※1 万一、社会に対して安全性の説明責任が生じた場合や、一部の国において行政から求められた場合を除きます。

※2 動物実験を行なう場合には、動物愛護での3Rs(Replacement, Reduction, Refinement)の基本理念のもと、その実施は最小限にとどめます。



→詳しくは「動物実験に対する方針」

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/safety-quality/animal-testing-policy/

花王のアプローチ

花王がめざす姿「時代や暮らしの変化を見据え、常に生活者に寄り添う、心をこめた“よきモノづくり”」は、ユニバーサルデザイン(以下、UD)の考えに通じるものがあります。より多くの人にとって、わかりやすく安心して使いやすい「人にやさしいモノづくり」を推進すると同時に、製品を通じて人と人、人と社会をつなぐことに役に立つ「人や社会とつながるモノづくり」をめざしています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

高齢化やボーダレス化が進み、また価値観が多様化し暮らし方も多様化してきている中で、すべての方が安心・安全な暮らしを営むことは、これまでより難しい時代になってきています。このため、より多様性に配慮したモノづくりが求められています。

花王が提供する価値

花王は消費者と顧客の立場にたった“よきモノづくり”で、世界の人々の豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティへ貢献することを使命としています。「誰にでも使いやすい」製品の開発・提供は、消費者起点の“よきモノづくり”の基本の考えです。

そしてこれは、すべての人に使いやすい製品を提供するという多様性への対応でもあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

「誰にでも使いやすい」製品を提供しない場合は、誤使用や安全面のリスクが高くなる可能性があります。また、多様な人々に受け入れられる製品の提供がなけ

れば、製品に対する信頼感が欠落し、ひいては企業全体の信頼の喪失へとつながります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

グローバル企業として、世界の人々の豊かな生活の実現をサポートすることにより、企業の信頼感を獲得できます。

貢献するSDGs

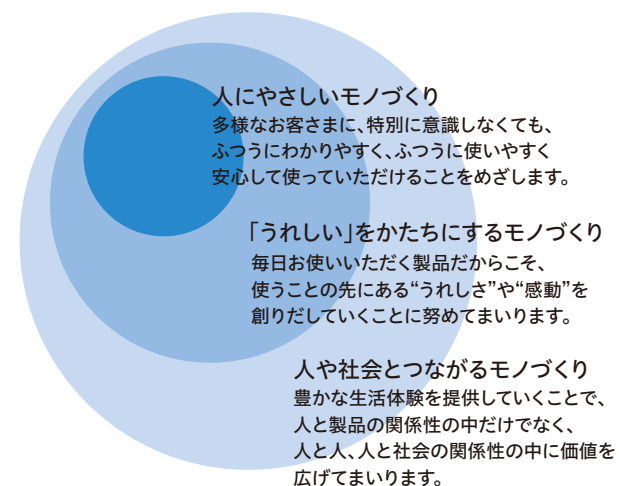


方針

花王UD指針、「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」に基づいて、人々の暮らしや思いに配慮した製品やサービスを提供していきます。赤ちゃんから高齢者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、社会へのお役に立てるよう努めています。

このような花王UD指針の思いを花王グループの社員と共有しながら、多様な価値観や文化を持つ人々に対して、日本だけでなくグローバルに展開し、シナジー効果を発揮することをめざします。

花王ユニバーサルデザイン指針

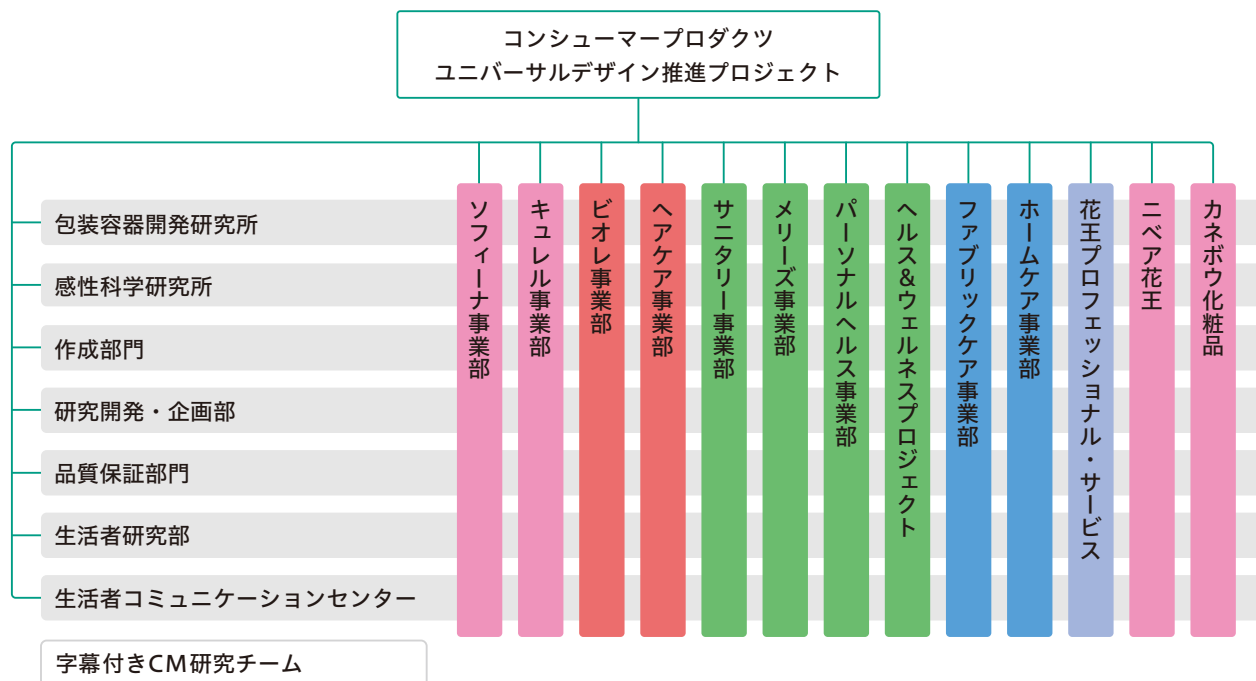


体制

UDを推進することは、花王グループの事業活動としてのモノづくりのコアの中に組み込まれた活動です。そのため、製品化への最終的な決定は各事業部で行なわれます。特にUDに特化した活動報告というわけではなく、通常の事業活動の中で、UD視点でのモノづくりを行なっています。

UDの推進については、事業横断的な視点が必要です。お客さまからのご要望やご意見を直接うかがう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を事務局とし、各事業部や関連部門のメンバーで構成されるUD推進プロジェクトにおいて各部門間で改善実施事例を共有し、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。

ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制



※2018年12月現在

教育と浸透

高齢者体験ワークショップの実施

花王グループの社員を対象に、高齢者への共感力の向上を目的として、高齢者体験ワークショップを実施しています。戸建住宅のスタジオで、社員が疑似体験装具をつけて要介護1に相当する状態で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の生活を体感し共感するとともに、製品の使い勝手や製品情報の表示の課題を発見します。

- ・2018年に開催した高齢者体験ワークショップ：計4回開催、48人参加

ユニバーサルマナー検定の実施

社員がより広く高齢者を含む多様な方々と向き合うために、一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会が主催する「ユニバーサルマナー検定」の受講を推進しました。「ユニバーサルマナー」は、一般社団法人ユニバーサルマナー協会によって「高齢者や障がい者、ベビーカー利用者、外国人など、多様な方々へ向き合うためのマインドとアクション」と定義されています。こうした方々が向き合っている課題や心理を理解し、それらを日常生活だけでなく業務にも活かすことをめざしています。

- ・2018年のユニバーサルマナー検定3級取得人数：160人

ステークホルダーとの協働

- ・ すみだ消費生活展などの行政主催のイベントへの参加・協力
- ・ 社会福祉法人日本点字図書館の音声情報誌「ホームライフ」への協力
- ・ 日本石鹸洗剤工業会における製品安全表示図記号の普及推進
- ・ 花王ハートポケット倶楽部を通じた支援



すみだ消費生活展2018

中長期目標

中長期目標と実績

1. すべての製品において、継続的なUD視点に配慮したモノづくりを実施する。日本だけでなく、グローバルにおいてもUD視点での“よきモノづくり”を展開する。
2. 情報発信や店頭づくりにおいては、発信方法・内容においても、UD視点を考慮する。特に、製品を選択し、使用するために必要な情報については、すべての製品において、誰でも手軽にアクセスして確認できる情報を提供する。
3. 花王グループにおけるUD視点の取り組みを多様な方々にお知らせし、広くステークホルダーに理解いただくことで、世界の人々のより豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティへの貢献をめざす。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

主に日本から展開を進めている活動ですが、高齢化の問題や多様な消費者への対応は世界共通の課題であり、日本人特有の「きめ細かさ」をもとに世界の多様な人々が使いやすい製品を展開することで、花王グループのグローバルでの存在感を向上させ、収益の拡大にもつながると考えます。

社会に及ぼす効果

年齢、性別、障がい、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、すべての人々が使いやすい製品を提供するという多様性の視点からの発想であるため、「誰一人取り残さない」というSDGsの理念の実現に貢献します。

2018年の実績

実績

1. UD視点を配慮したモノづくり

- ・新製品・改良品におけるUD視点での改善実施率
日本:83%、915アイテム
欧米:11%、75アイテム
- ・使いやすい泡タイプの製品の拡大
2018年は、泡タイプのハミガキ「ピュオーラ泡で出てくるハミガキ」を発売しました。



→詳細はP107「具体的な取り組み:2018年に新発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮」

2. UD視点到配慮した情報発信

花王グループでは、訪日・在日外国人向けに製品情報の多言語表示を行なっています。2018年末までに花王ウェブサイト内に、約300アイテムの製品情報を中国語と英語で掲載しました。また、店頭に設置する一部の製品情報に二次元コードを付け、その場から中国語や英語の製品情報サイトへアクセスできるようにしました。

3. 社外に向けたUD啓発活動

- ・中学生向けUD講座(1回)
 - ・セミナー(2回)、イベント(2回)
- UDをテーマとしたイベントやセミナーにおいて、花

王の取り組みをお伝えしました。その他、通常の製品ご紹介の場においても、それぞれのUD視点での取り組みなどを伝えるようにしています。

4. 多様な方々に対する取り組み

視覚に障がいがある方に対する取り組み

- ・国立大学法人筑波大学付属視覚特別支援学校主催の、視覚に障がいのある方のための講習会でお洗濯講座を実施(7月)
- ・大阪市視覚障害者福祉協会主催のイベント「見えない人、見えにくい人のための体験&展示会」に参加(3月)
- ・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、社員ボランティアがナレーターとして録音に参加し、生活情報を提供(7月)

聴覚に障がいがある方に対する取り組み

手話中継による消費者相談窓口をシュアールグループに委託しています。シュアール設立10周年記念イベントにおいて、希望の多かった口腔ケアと洗濯講座を開催しました(11月)。



→詳細はP106「具体的な取り組み:シュアールフェスタ2018で手話での生活講座を実施」

がん患者を支える取り組み

NPO法人キャンサーリボンズ主催の「がん暮らしフェア2018」に参加し、闘病生活中や、その後の生活に役立つ花王製品の紹介を実施しました(10月)。

5. 日本における字幕CMの普及に向けた活動

2011年から字幕付きCMの本格放送への推進に取り組んでいます。これまでに字幕付きCM(ウェブサイトへの公開を含む)を約1,500本制作。テレビで放送機会のなかった動画も、ウェブサイトで公開しています。



→You Tube 花王公式チャンネル
字幕付きCMを公開
www.youtube.com/user/KaoJapan/

実績に対する考察

日本国内においては2012年から新製品・改良品におけるUD視点での改善に取り組んでおり、既存品におけるUD配慮は、多面的に取り組みを重ねています。

グローバルにおいても、製品を提供している花王グループの社員と共有しながら、多様な価値観や文化を持つ人々に対してUD視点での製品および情報の提供を広げていきます。

具体的な取り組み

新しい製品安全図記号の普及

日本石鹼洗剤工業会は、消費者にとってわかりやすく、より適切な注意喚起につながる製品安全図記号(10種類)を新たに開発しました(2017年6月公表)。

この安全図記号の使用・適用方法等に関しては、日本石鹼洗剤工業会や洗浄剤・漂白剤等安全対策協議会で自主基準(ガイドライン)を定めています。

花王でも、この安全図記号を2018年2月から漂白剤やかび取り剤などの家庭用製品ラベルに順次適用しています。

花王製品における新しい製品安全図記号の掲載例



変更前



変更後

新たに開発された製品安全図記号 ※注意書きは一例です

やってはいけません【禁止】



子供に注意



目に注意



飲むな 危険



他の容器に移し替えない



まぜるな 危険

必ずこうしてください【指示】



使用後は手を
水でよく洗う



手袋着用



マスク・手袋着用



必ず換気



目に入った時は、
流水でよく洗う

シュアールフェスタ2018で手話での生活講座を実施

花王では、聴覚障がいのある方にも気軽に相談を寄せていただけるように、手話での消費者相談窓口を開設しています。動画の中継は、手話とITを融合したサービスの提供を行なうシュアールグループのコールセンターに委託しています。

株式会社シュアールの設立10周年のイベント「シュアールフェスタ」が2018年11月17日に開催され、主催者側からの要望を受け、花王は「おしゃれ着洗いとしみ抜き」「虫歯予防と歯周病予防」の2講座を実施しました。

手話通訳を通して受講者とコミュニケーションをとれるように、クイズ形式なども取り入れた講座内容は好評で、「おしゃれ着の洗いは簡単だということがわかりました」などの感想もいただきました。

聴覚障がい者の方は、テレビなどの媒体から受動的に得られる情報が限られており、聴者との情報格差が生まれてしまうこと、また、能動的にならなければ情報が得られにくいことから、「問い合わせ」をせずにあきらめている場合が多いことなどがわかりました。今回の参加により、企業として情報を届けることの大切さを再認識しました。



手話通訳を通した生活講座

市民向けにUDの取り組みを紹介

UDに関心のある行政などからの依頼を受け、花王のUDの取り組みを紹介する活動を行なっています。

2018年は、すみだ消費生活展などのイベントの他に、町田市のまちだ市民大学、神戸市の市民講座「こうべUD大学」にて実施しました。花王のUD指針の「わかりやすさ」「使いやすさ」「安全」の3つの視点に該当する製品の紹介や、「「うれしい」をかたちにするモノづくり」と「人や社会とつながるモノづくり」という観点での事例などを紹介しました。

講座では実際の製品に多く触れ、体験する機会を設けました。受講者の方々からは「すごい努力と研究をしていると思った。生活の中で当たり前に使っていたが、社員の真剣な努力は製品の使いやすさに活きていると思った」などの感想をいただきました。

このような花王のUDに対する考え方や取り組みを理解いただく活動を、今後も続けていきます。



市民向けUD講座

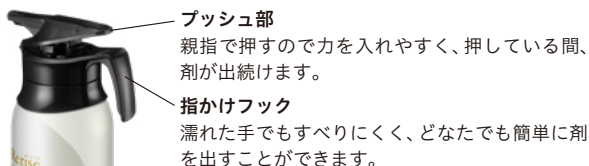
2018年に新発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮

さまざまな方が、さまざまなシーンでストレスなく使っていただけるような製品開発を進めています。2018年に新発売した製品におけるUD配慮事例をご紹介します。

新しい白髪のお手入れ剤「リライズ髪色サーバー」

人生100年時代を迎える中、髪を傷めずにいつでも白髪のお手入れができる『リライズ 白髪用髪色サーバー』を2018年5月に発売しました。

この製品は、100%天然由来の“黒髪メラニンのもと※”を配合した白髪用染毛料です。シャンプー後に塗布して5分放置し、洗い流すだけで、使うたびに徐々に白髪に自然な黒さを補い、繰り返し使っても髪に負担をかけません。お風呂の中で「どなたでも」「清潔に」「簡単に使える」ことに配慮し、容器の構造も工夫しました。



染めても染めてものびてくる白髪の悩みや、ヘアカラーを繰り返すことで髪の傷みが気になる方におすすめの製品です。

発売以降、「長年悩んで苦労してきた白髪染めが、手軽にできると思うと気持ちも明るくなった」「ヘアカラーはアレルギーがあり使えず、きれいに髪を染めるのは



リライズ髪色サーバー

あきらめていたが、これは肌にも合い、自宅で染めたと思えないくらいきれいになった」等、非常に多くの反響が寄せられています。

※ 着色成分(ジヒドロキシインドール)

泡で出てきて使いやすい「薬用ピュオーラ 泡で出てくるハミガキ」

『薬用ピュオーラ 泡で出てくるハミガキ』は、「泡」を舌の上に直接のせる泡タイプのハミガキで、2018年4月に発売しました。不快な口臭の原因の一つである“舌の上の菌”に着目し、きめ細かい泡が舌の上に密着することで殺菌し、口臭を防止する新しいタイプのハミガキです。

発売以降、「泡がやさしいし、確かに舌がきれいになる」「使い勝手がとてもいい。口臭も以前に比べて気にならなくなった」といった意見が多く寄せられています。

容器を押して泡を出す使い方から、「リウマチを患い手が痛く、チューブのハミガキを出すのは大変だったが、この容器は、片手で押すだけで使えるので便利」といった、容器の使いやすさの評価もいただいています。

花王では、がん向き合う方の日常生活のお役に立つ製品・情報を紹介するイベントに2012年から参加しています。2018年10月にはNPO法人キャンサーリボンズが主催する「がん暮らしフェア2018」で、本製品を紹

介しました。医療従事者の方からは「寝たきりの患者に対しては、通常の練りハミガキだとすすぎづらく、洗口液だと垂れたりむせたりするが、泡ハミガキはそのような心配がなく良い」などの意見をいただきました。また、闘病中の患者の方からも「口内炎が酷く、液だとしみてしまうが、泡だと当たりがやさしいので使いたい」といったお声をいただきました。



「がん暮らしフェア2018」で泡ハミガキを紹介

花王のアプローチ

生活者とのきめ細かなコミュニケーションを通じて、お客さまからの声を“よきモノづくり”やサービスの向上に活かすとともに、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。高齢化、高度情報化、グローバル化が進む中、生活者にどう対応していくかは、相談対応においても大きな課題です。花王は、365日24時間生活者のよきパートナーとなることをめざし、生活者にとりまく環境変化、コミュニケーション手段のデジタル化加速への対応などを見据えて、今後も新たな取り組みを推進していきます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

社会の変化は、消費者の相談にも色濃く反映されます。たとえば、高齢の消費者からの相談は、増加の一途をたどっています。一方で、若い方々を中心に、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)を使ったコミュニケーションが一般化しており、SNS上でさまざまな情報がやり取りされています。

このような社会においては、デジタル化に対応できていない消費者は、消費者と企業との間で情報格差が生まれやすく、消費者が主体的に判断することがますます難しくなっています。一方で、デジタルネイティブの世代は、困りごとがあった際もデジタル上で自己解決を図る傾向が強く、企業に相談しなくなりつつあります。インターネット上の情報は正しい情報ばかりとは限らず、間違った情報に基づいて解決を図ろうとすることが懸念されます。

また昨今、日本においてインバウンド消費が拡大しています。訪日・在日外国人の消費者が日本製品を正しく理解し使用されるかが懸念されます。

花王が提供する価値

花王では公正でわかりやすい商品情報だけでなく、住まいや衣類など、消費者の暮らしに関する情報提供に努めており、このことが消費者の社会・環境に配慮した倫理的で安全な消費行動の実現につながると考えています。

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では消費者視点の行動原則のもと、一人ひとりの生活者の声を真摯に受け止め、相談者の気持ちを理解し、解決を図るだけでなく、その背景の理解に努めることで花王の“よきモノづくり”を支えています。ユニバーサルデザインの考え方にに基づき、消費者相談窓口がどなたにでもご利用いただけるよう、聴覚障がいのある方に配慮した手話専用の相談窓口や、視覚障がいのある方のために、花王ウェブサイトの「製品カタログ」の図や表に音声読み上げソフトに対応できる説明文を加えるなど、さまざまな対応を行なっています。

また、生活者とのコミュニケーションを幅広く促進し、正確な情報がインターネット上で広がるように、SNS

(「Yahoo! 知恵袋」)を活用した能動的支援を強化するなど、消費者とのコミュニケーション方法の多様化を推進しています。さらに、増え続ける訪日・在日外国人の皆さまに商品を正しく理解していただくために、商品情報の多言語表示を進めています。店頭に設置する商品情報に二次元コードを付け、その場で花王ウェブサイトの中国語や英語の商品情報サイトへアクセスできるようにしています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

1. 消費者の安全・安心意識の高まりによる成分、安全性情報などの開示要求に対する情報不足の不満
2. 懸念物質(環境面、安全面)への対応の遅れや、不十分だった場合のレピュテーションリスク
3. 生物多様性への配慮不足による製品への不満
4. 不良、欠陥による拡大被害
5. 越境ECによる自国外への製品の流出
6. 取得した個人情報の漏えいと個人情報保護に関する規制強化

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

1. 成分、安全性などの正しい製品情報の提供
2. 安心、安全に関わる信頼性情報の開示
3. 開発品、販売品への改善要求の機会
4. グローバルでの情報共有による新製品開発、改良への提言機会

貢献するSDGs



方針

花王の消費者相談窓口である生活者コミュニケーションセンターは、製品に関するご意見やご要望をうかがうだけでなく、その背景にある意識や習慣などの生活現場の状況、「生活者」としての思い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立てよう「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。

消費者志向宣言

2017年1月、「消費者志向宣言」を公表しました。花王グループの企業理念である「花王ウェイ」のもと、経営トップのコミットメントを全社員に浸透させ、コーポレート・ガバナンスを確保し、お客さまの満足を実現します。また、社会のサステナビリティに役立つ商品とブランドを提供する“よきモノづくり”を全員参加で行なうことで、お客さまの声を真摯に受け止め、商品やサービスの改善に活かし、お客さまの立場にたった情報提供や、お客さまと積極的に交流することを宣言しました。



→詳細はP112「具体的な取り組み：消費者志向の取り組みへの評価」



→消費者志向宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/customer-first/

花王のアプローチ

ステークホルダーとの協働

消費者団体、消費者行政などとの情報交換

首都圏、近畿圏を中心に、地域の消費生活センターなど82カ所を訪問し、花王製品に関わる相談、最近の消費者の傾向、注目している相談などについて意見交換を行ないました。

消費者向けイベントでの交流活動

行政からの要請に応じて、「こども霞が関見学デー」や「すみだ消費生活展」などに引き続き参加し、洗たく、手洗い、掃除、オーラルケア、ユニバーサルデザインなど幅広い生活情報を提供しています。

相談者を対象とした対応評価

花王の相談対応に満足いただけたかどうかを確認するために、相談者を対象に、花王の対応に関する評価を定期的に調査しています。

2018年も電話またはeメールでの対応に対する品質評価と満足度をうかがいました。その結果、約9割のお客さまに満足いただけたことがわかりました。

いただいた評価は、当社の相談対応のさらなる改善・改良に活かし、相談者の満足度向上に努めていきます。

体制

生活者と花王の懸け橋として、生活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、バージョンアップを重ねてきた「花王エコシステム」です。2017年にはグローバルの声を共有できる新たなシステムを開発し、まずは日本に導入しました。今後はアジア各国から順次導入する計画です。

このシステムには、花王製品の改良履歴を含む製品情報から生活に関する情報に至るまで、多岐にわたる情報が蓄積されており、迅速で的確な相談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、全社で閲覧・共有できるようにしています。

関連部門では、「花王エコシステム」を活用して、製品別の相談傾向などを解析し、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。

消費者対応部門では月次報告書を経営トップ・各部門の責任者を含めた全社に対して発信・共有しています。また、お客さまからいただいた声の中で緊急・重大案件については、即日に関連部門に発信し、速やかに経営トップを含む全社で共有し、対応しています。

教育と浸透

相談対応品質の継続的向上を図るため、相談対応力評価を定期的に行なっています。また、外部講師による対応品質向上研修や外部研修受講などの機会を積極的に設けています。

社員が生活者視点をより深く理解し、業務に活かすための研修(カスタマーリアルボイス研修)は、社内の関係部門ごとに実施しています。2018年は、コンサルティング業務を行なう部門の教育部、法務部門、人財開発部門に対して実施しました。

アジア各社においても「花王ウェイ」に基づいた適切かつ迅速な消費者対応が行なわれるよう、各社の活動状況を把握し、日々のeメールや電話による情報交換や定期的開催するウェブ会議などを通じて、共通の価値基準と行動基準に基づく相談対応の実現を図っています。

2018年は、各国の事業環境、社会環境に応じた相談対応活動の深化を図る目的で、各国の相談対応活動を可視化し、目標の明確化を実施しました。年1回、アジア各国の消費者相談対応者が一堂に会する会議においては、この1年間の活動成果を各国が報告し、相互に学ぶ機会とすることで、各国の消費者相談対応の品質向上につなげています。

生活者の声を製品に活かすしくみ



消費者とのコミュニケーション 103-1,103-2,103-3,417-1

花王のアプローチ

中長期目標と実績

中長期目標

花王の強みである消費者・顧客起点、現場力と総合力を、パートナーとの協働も含めてグローバル水準でより高くレベルアップし、事業戦略の実現を加速していきます。そのために、生活者のよきパートナーとして常に情報交流を行ない、生活者のさまざまな困りごとに、時間と場所を選ばずに最適な解決策を提供していきます。

また、消費者とのコミュニケーションを推進することで、リスクをいち早く察知し、迅速かつ適切な対応をするとともに、生活者の声を収集・解析し、花王グループの“よきモノづくり”に活かします。



消費者とのコミュニケーションに関する主な活動

1. 電話やeメールなどによる消費者相談
2. ウェブサイトを活用した情報の発信
3. SNS（「Yahoo! 知恵袋」）に投稿された質問へのアクティブサポート
4. 消費者団体、消費者行政などとの情報交換
5. 消費者向けイベントでの交流活動

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

- ・多様な情報入手手段の提供による対人対応の効率化

- ・公開情報の充実が生活者の自己解決率の向上につながり、問い合わせ数が減少
- ・AIを活用したバーチャル対応による効率化
- ・消費者相談窓口の多言語対応
- ・風評の拡散抑制による花王のブランドロイヤリティ向上

社会に及ぼす効果

- ・情報の充実と多言語化、およびその入手手段の多様化によるダイバーシティ視点での生活者の生活向上への貢献

2018年の実績

1. 電話やeメールなどによる消費者相談(グローバル)

2018年、日本において電話や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21万6千件(前年比99%)です。日本では超高齢社会を反映し、60代以上が相談者の4割を超えており、特に高齢の男性の方からの製品の相違点や使い方への相談が増えています。アジア・米州・欧州においても、「花王エコシステム」を活用しており、品質保証活動につなげています。

2. ウェブサイトを活用した情報の発信(日本)

製品の表示情報を製品カタログサイトで公開しています。アイテム全品(通常品のみ)について、製品画像、製品特長に加え、基本的な表示情報(成分、液性、使い方、注意表示等)を公開しています。

3. SNSに投稿された質問へのアクティブサポート(日本)

「Yahoo! 知恵袋」上で、「花王公式サポート:kao_official」として、生活者が投稿した悩みに回答する活動

を2015年より開始し、2018年は約2,600件に新規回答しました。ソーシャルメディアの特徴として、回答内容が継続公開され、同じ疑問を持つ方に閲覧されるため、正しい情報の拡散に役立っています。2018年には、これまでの累計約6,800件の回答が約159万回(月平均13万回)閲覧され、毎年ほぼ倍増しています。また、回答するだけでなく花王ブランドへの質問もパトロールし、SNSで話題の商品の使い方や口コミ情報のキャッチにも注力しています。

具体的な取り組み

ウェブサイトを活用した情報の発信

航空危険物(UN(国際連合)危険物)の該非情報を掲載

「海外の友人・知人にこの製品を送りたいが問題ないか」など、海外への航空機輸送に関するお問い合わせが増加しています。これまでも、消費者が花王製品を海外へ輸送する際に参考となる情報が確認できるよう、該当するものには「製品を航空便で送る際のご注意」を掲載していましたが、2018年は、非該当の製品にもその旨を掲載しました。

化粧品皮膚トラブル面談体制の強化

身体トラブルの相談に対し、症状が回復されていないお客さまへの初期症状把握や丁寧なサポートが、全国で実施できる体制としました。

消費者志向の取り組みへの評価

第1回消費者志向経営優良事例表彰で

「内閣府特命担当大臣表彰」を受賞

花王は、2017年に公表した「消費者志向経営自主宣言」のフォローアップ活動の進捗を2018年に公表しました。花王が実践している経営トップのコミットメント、コーポレート・ガバナンスの確保、お客さまの満足と社会のサステナビリティに役立つ“よきモノづくり”、お客さまの声を活かした取り組み、お客さまの立場に立った情報提供やお客さまとの交流が高く評価され、今回の受賞につながりました。詳細は、「消費者志向経営自主宣言 2017年活動報告」として、花王のウェブサイトにも掲載しています。



→消費者志向経営自主宣言 2017年活動報告
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/customer-first-001.pdf



表彰式

第3回ACAP消費者志向活動表彰

「消費者志向活動章」を受章

2018年2月、花王は第3回ACAP消費者志向活動表彰「消費者志向活動章」を受章しました。これは、消費者関連専門家会議(ACAP)が、消費者志向経営の規範となる取り組みを表彰する制度です(後援:消費者庁、一般社団法人日本経済団体連合会)。

花王が2015年に始めた、インターネット上のQ&Aサイト「Yahoo!知恵袋」にて公式アカウントで家事や美容に関する生活者の悩みに対してアクティブサポートを行なう取り組みが評価されたものです。

社会貢献活動 102-12,102-15,103-1 花王のアプローチ

花王のアプローチ

花王は、豊かな生活文化の実現と社会のサステナビリティにつながるよう、「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに社会貢献活動を推進しています。

事業で直接アプローチできない課題については、地域社会やNGO／NPOと連携しながら、長期視点で取り組んでいます。

また、社会との接点をつくり、社員の学びの場をつくるため社員

参加型の活動や、モノづくりの基盤を支える文化の発展のためのメセナ支援、(財)花王芸術・科学財団による活動も行なっています。一方、2018年7月のESG部門の新設に伴い、従来の社会貢献活動に加え、R&D活動や事業活動とより関連が深く、長期的な視点で企業価値向上につながる活動をグローバル一体となっ

て行なっていくための検討を進めています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

貧困や教育、水やジェンダー平等など、国際社会全体で取り組むべき社会的課題の解決に向けて、企業がその事業活動を通して、もしくは寄付等を通じて取り組むことがますます求められてきています。

花王が提供する価値

花王は事業活動を通じて社会のサステナビリティに貢献するとともに、事業では直接アプローチできない社会的課題の解決をもターゲットとして活動を行ない、誰もが豊かで快適な生活を実現できるよう、よき企業市民として広く社会に貢献していきます。

「環境」「教育」「コミュニティ」の3つを重点分野に、自社の持つリソースや強みを活かし、衛生・清潔を中心とした子どもたちの正しい生活習慣の定着、将来の科学技術や地域社会を担う人財の育成などの教育支援を行なっています。

また、多様なコミュニティとともによりよい社会を築くことをめざし、各地域のコミュニティが抱える社会的課題の解決や地域活性化への貢献、メセナなど豊かな生活文化の発展に関わる支援を行なっています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

ステークホルダーに対する適切な配慮の欠如やエンゲージメントの不在は、顧客や社員をはじめとするすべてのステークホルダーからの信頼を失うだけでなく、花王の将来的なブランド価値の毀損も招くおそれがあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

花王は、消費財メーカーとして常に生活者に寄り添う事業活動を行なってきました。それは個々の生活者の利便性や満足度の向上を通して、社会によりよい働きかけをしたいという思いを形にする活動でもあります。

花王は、衛生や水、健康や生活の質の向上など、暮らしに身近な社会的課題に取り組み、常に社会の立場からそれらの活動の意義を考え、世界中で毎日の生活になくってはならない存在になりたいと考えています。

貢献するSDGs



方針

花王は以下に掲げる「社会貢献活動方針」を踏まえ、計画的に社会貢献活動を行なっています。

社会貢献活動方針

- 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。



→詳細は「社会貢献活動の考え方」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/approach/

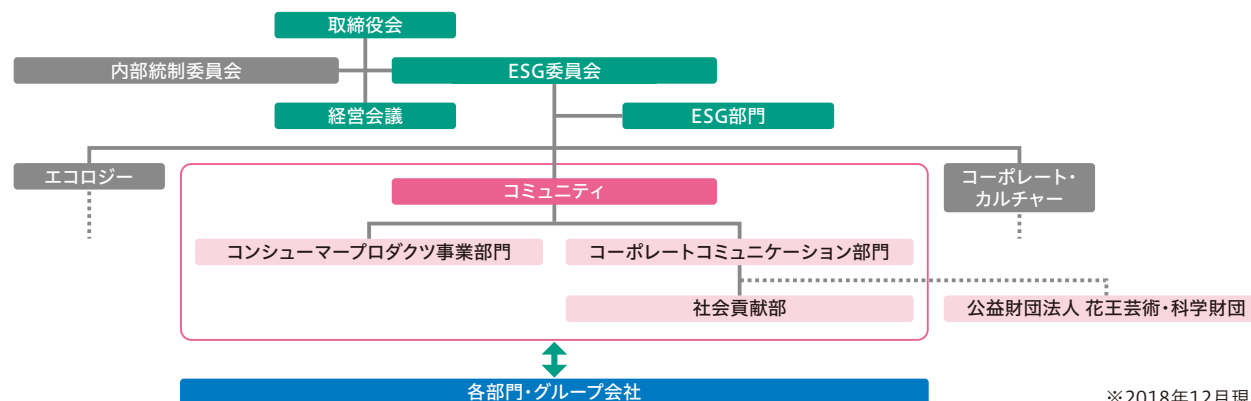
社会貢献活動の全体像

テーマ	次世代を育む環境づくりと人づくり		
重点分野 (プログラム)	環境	教育	コミュニティ
	●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	●花王・教員フェローシップ ●理科教育支援・出張授業	●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 特別支援企業グループ、バレエ・大型美術展協賛		
公益財団法人 花王芸術・科学財団			

体制

サステナビリティ ステートメントの重点領域「コミュニティ」に向けた取り組みを中心に、コーポレートコミュニケーション部門、社会貢献部が中心となり、コンシューマープロダクツ事業部門や、関連部門、グローバルのグループ各社と連携して、取り組みを進めています。活動概要や活動費等は年に1度、コーポレートコミュニケーション部門統括が取締役会で報告しています。また、R&D活動や事業活動とも関連が深く、グローバル横断的に行なう社会貢献活動については、新設したESG部門で検討を行ない、取り組みを進めています。

社会貢献活動推進体制



※2018年12月現在

社会貢献活動 103-1,103-2,103-3,404-2 花王のアプローチ

教育と浸透

花王では、広く社内外に情報発信を行なうことで、活動への理解を深めてもらうことに努めています。

社内向けには、イントラネットや社員研修の場を通じて事例を共有し、社員が参加できる活動機会を設けることで、社員の社会との接点をつくり視野を広げることをめざしています。

社外向けには、活動を紹介する小冊子やウェブサイトを通じて、活動概要や実施したイベントの紹介を行っています。

ステークホルダーとの協働

花王の社会貢献活動は、NGO／NPOをはじめ、多くのステークホルダーと協働で実施しています。主な社会貢献プログラムの運営パートナーとは、定期的な情報交換の機会を持ち、プログラムの進捗確認や運営の改善につなげています。一方、活動を支援しているNGO／NPOからも、定期的に活動報告をいただき、活動の背景にある社会的課題と、実施された活動による社会的インパクトへの理解を深め、花王がめざす豊かな生活文化の実現への寄与をさらに進める一助にしています。定期的に情報交換を行ない現場の声を聴くことは、現場のニーズや社会の動きに沿ったプログラムへとブラッシュアップされることにもつながっています。

中長期目標と実績

中長期目標

社会貢献活動では、環境、教育、コミュニティの分野を中心に、事業活動ではアプローチできない社会的課題の解決に向けた取り組みを通じ、グローバル各地域の発展をめざします。

また、社員がボランティアとして企業市民活動に参加することで、社会との接点をつくり、社員自身が成長し学びを業務に活かすことをめざします。

1. 子どもたちの正しい生活習慣の定着

ベトナム学校衛生プロジェクト:2016-2020年の5年間で60校35,000人への支援を目標

2. 科学技術を担う人財の育成

JSEC:毎年3校最大9名の高校生を支援

3. コミュニティへの参画と課題解決に向けた支援

社会起業家育成支援:毎年3団体を支援

4. 社会的活動への社員参加の推進

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

エシカルな消費行動が拡大する中、目標とする活動の確実な推進と社外への継続的なコミュニケーションにより、顧客からの信頼を獲得することで、結果として長期的なロイヤル顧客の獲得につながることを期待しています。

社会に及ぼす効果

衛生・清潔の正しい生活習慣の定着により、支援するコミュニティの衛生状況の改善や中長期的な生活の質の向上を期待しています。また、将来の科学技術を担う人財やコミュニティを活性化させる若手リーダーの育成を支援することは、誰もが豊かで快適な生活を実現する、次世代を拓く原動力になっていくと考えています。

また、社会的活動への社員参加を促すことで、社員の創造性を活性化し、より革新的で価値の高い“よきモノづくり”へ活かされることを期待しています。

2018年の実績

社会貢献プログラムの実施

1. 子どもたちの正しい生活習慣の定着

①ベトナム学校衛生プロジェクト(ユニセフと連携)

- ・アンザン省の7校2,100人の生徒への衛生教育を実施
- ・アンザン省の公立幼稚園2園のトイレや衛生設備を改良
- ・約100人のボランティア指導員、コミュニティリーダーを育成
- ・アンザン省の40校(約12,000人の生徒と教員)にセラミックフィルター付き浄水器を支援
- ・ディエンビエン省の遠隔地22校において基礎調査を実施

②手洗い啓発

●日本

- ・手洗い講座:全国88校、約5,940人の児童・生徒を対象に啓発実施(出張授業全体では135校、9,773人が受講)
- ・社員のべ806人が講師として参加
- ・教材提供1,583件(全体で2,460件)
- ・教育関係者への研修会4回

●日本以外(台湾、インドネシア、タイ)

- ・67,609人の児童に手洗い啓発実施

③初経教育

●日本

- ・約744,700人の女子小学生に初経セット配布

●日本以外(インドネシア、ベトナム、タイ、マレーシア、台湾、香港、中国)

- ・約491,000人の女子小中学生に初経セット配布

2. 科学技術を担う人財の育成

科学技術に関する自由研究コンテスト(JSEC)への協賛

- ・JSEC2017受賞校を招きスタディツアーを開催(3月)
- ・JSEC2018に特別協賛し、花王賞と花王特別奨励賞を3校8人の高校生に贈呈(12月)

3. コミュニティへの参画と課題解決に向けた支援

①事業場地域でのファミリーコンサート(日本)

- ・栃木県益子町(4月)、山形県酒田市(10月)で実施

②社会起業家育成支援(日本)

- ・3団体への支援を決定。事業成長のための機会を提供
- ・2017年支援団体の成果報告と2018年支援団体のキックオフを目的とした花王社員との意見交換会(オープンダイアログ)を実施(11月)

③災害支援・復興支援活動(グローバル)

- ・北海道胆振東部地震の被害に対し、日本赤十字社を通じて義援金を拠出。また、行政の要請に応じて、緊急物資と生活用品セットをお届け
- ・平成30年7月西日本水害に対し、日本赤十字社を通じて義援金を拠出。また、行政の要請に応じて、緊急物資と生活用品セットをお届け
- ・インドネシアスラウェシ島地震に対し、花王(株)から支援金を寄付(NPO法人ジャパンプラットフォーム)、花王(インドネシア)から寄付金と製品支援
- ・台湾東部花蓮地震に対し、花王(台湾)、台湾カネボウ化粧品股份有限公司から寄付金
- ・グリーンズボロトルネード、ハリケーンフローレンスに対し、花王スペシャルティーズアメリカズから物資などの支援

4. 社会的活動への社員参加の推進

①花王ハートポケット倶楽部(日本)

- ・定期的な運営委員会、臨時運営委員会で支援内容を決定

- ・事業場地域の市民活動を応援する「地域助成」を栃木県、和歌山県、茨城県で実施
- ・大規模支援「みらいポケット基金」を通じた助成実施
- ・緊急時災害支援

②ピンクリボンキャンペーン(グローバル)

- ・中高生に向けたがん教育プロジェクトの支援開始
- ・10月~11月に、計9カ国・地域で化粧品カウンセリングコーナーの美容部員や社員が啓発活動を実施
- ・特設ウェブサイト開設による情報提供
- ・製品購入数に応じた寄付
- ・啓発イベントへの協賛:ピンクリボンウオーク(東京)
- ・社員のピンクリボンバッジ着用、イントラネットでの社員啓発
- ・社員参加型の寄付プログラム:フォト募金

社内外に向けた情報発信

社内

- ・イントラネットなどで活動概要や社員参加型イベントの情報提供(33件)
- ・新入社員導入研修での社会貢献活動紹介(305人参加)
- ・社員参加型のボランティア企画:東日本大震災の被災地ボランティア、活動報告会、花王グループ社員の寄付組織「花王ハートポケット倶楽部」を通じたボランティア活動、事業場地域での地域貢献活動など

社外

- ・ウェブサイトやFacebookで50件の情報を発信



→詳細は「社会貢献活動報告書」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/social-reports/

→サステナビリティサイト>社会貢献の取り組み
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/society/

具体的な取り組み

ベトナムにおける清潔・衛生習慣の定着に貢献するために

花王は、中期事業戦略としてアジアでの事業拡大を図っています。事業展開国の一つであるベトナムは経済格差が大きく、事業ではアプローチできない人々が多く存在します。特に山間部や農村部、少数民族が多い地域では、衛生環境が整っておらず、慢性の下痢疾患などで子どもたちの健康な発育が阻害されています。

ユニセフ「学校衛生プロジェクト」の支援

2016年から、国連児童基金(ユニセフ)による学校衛生プロジェクトの活動を支援しています。

ベトナム南部・メコン川流域のアンザン省での成果を受け、2018年から住民の大多数が少数民族で構成される北部山岳地域、ディエンビエン省に支援を拡大しました。状況確認と支援計画策定に向けた基礎調査を経て、アンザン省と同様の衛生改善活動を進めています。2018年は、アンザン省とディエンビエン省の54村の住民への衛生促進と、2校でトイレや衛生設備の改良を完了し、安心してトイレに行ける学習環境に貢献しました。また、約100人の教員、ボランティア指導員、コミュニティリーダーを育成しました。

衛生への意識は、学校で学んだ子どもたちから各家

庭やコミュニティに広がり、トイレのない家庭が自宅に新たにトイレを設置するきっかけにもなっています。

これらの活動は、アンザン省の累計240の村がベトナム保健省の基準に基づき屋外排泄根絶を達成する取り組みを後押ししました。

また、遠隔地や緊急時にも安全な飲み水が手に入られるよう、セラミックフィルター付き浄水器の支援を行なっています。この支援は、日本の小学4年生に向けたプログラム「いっしょにエコ日記」と連動しており、日本の子どもたちの節水努力に応じてベトナムの小学校の教室に浄水器を届ける取り組みも組み込まれています。2018年は484校の参加があり、400個のフィルターが届けられました。

2019年も、南部と北部の両省の地域と学校が屋外排泄根絶の認定を受けられるよう、学校やコミュニティ主導の衛生環境改善や衛生習慣の促進を進めていきます。



ディエンビエン省の小学校で、昼食の前に手を洗う子どもたち

高校生の理科教育支援としてJSECに協賛

花王は、“よきモノづくり”の基盤は科学技術からうまれる革新的なイノベーションであると考え、よりよい未来に貢献するために、若い研究者の育成を応援しています。その一環として、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「高校生科学技術チャレンジ(JSEC)」(主催:朝日新聞社、テレビ朝日)に協賛しています。

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、花王の研究員が論文を読み、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います。

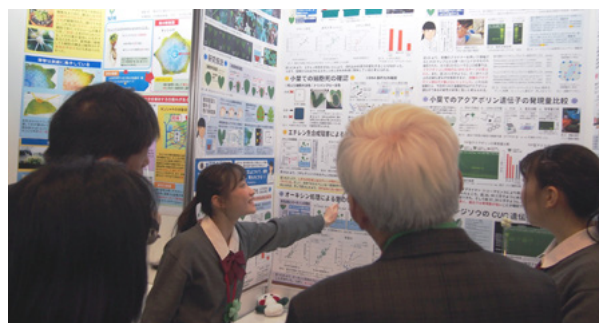
JSECの上位入賞者は、米国で行なわれるインテル国際学生科学技術フェア(Intel ISEF)への出場資格が与えられます。

また、受賞校を花王に招き、施設見学と、研究員との交流を図るスタディツアーを開催して、高校生のキャリア教育支援にもつなげています。

2018年の実績

JSEC2018:花王賞および花王特別奨励賞を贈呈

- ・花王賞:
「馬鈴薯澱粉の酸加水分解に伴うヨウ素呈色の不思議な色変化の発見」
庄山隼斗さん、林田ももこさん、山本真太郎さん
(福岡県立明善高等学校)
- ・花王特別奨励賞:
「フギレデンジソウの研究～小葉が“ふぎれる”しくみの解明～」
前田萌絵さん、坪倉妃那さん
(ノートルダム清心学園清心女子高等学校)
「鉄-硝酸の化学振動 ～電気刺激を与えず振動応答を再現する新しい方法の研究～」
小川詩織さん、池川日央里さん、三宅渉太さん
(北海道旭川東高等学校)



最終審査で高校生の熱のこもったプレゼンテーションを聞く花王研究員

Intel ISEF2018:優秀賞を受賞

JSEC2017で花王賞を受賞した熊本県立宇土高等学校3年の成松紀佳さん、小佐井彩花さん、高田晶帆さんが、米国で行なわれたIntel ISEF2018の日本代表に選ばれ、物理学・天文学部門で優秀賞4等を受賞しました。(2018年6月)

スタディツアーを開催

JSEC2017で花王賞を受賞した熊本県立宇土高等学校、花王特別奨励賞を受賞した長崎県立長崎西高等学校、横浜市立横浜サイエンスフロンティア高等学校を招いてスタディツアーを開催。研究者との交流を深めました。(2018年3月)

今後の取り組み

今後は、JSEC2018受賞校を招いたスタディツアーの開催、およびJSEC2019への特別協賛を予定しています。

女子小中学生に向けた初経教育の支援活動を拡大

花王は、1978年の生理用品の発売以来、40年以上にわたって、初経を迎える女の子たちとその家族や小学校に向けた初経教育の支援活動を行なっています。

日本では、月経やからだの変化についてまとめた啓発用小冊子と生理用品のサンプルをポーチに入れた初経教育セットを小学校に無償で提供しており、2017年からは公益財団法人日本学校保健会と連携し全国2万校への配布をめざして活動を拡大しました。

さらに2018年は、情報が不足しがちな視覚に不自由のある子どもたちやそのご家族、教育関係者の方々に向けて、啓発用小冊子「からだのノート おとなになるということ」の音訳CDを改訂しました。2003年よりこの音訳CDを提供してきましたが、今回の改訂にあたっては、視覚支援学校の教員や視覚に障がいのある方にヒアリングし、その結果を踏まえ、生理用品の選び方や使い方、月経中の過ごし方など、視覚に障がいのある方の生活場面により具体的に配慮した情報づくりを行ないました。

このCDは、日本全国の視覚支援学校や点字図書館への配布を予定しています。



ロリエ初経教育セット



啓発用小冊子「からだのノート おとなになるということ」CD版

海外では、2018年からインドネシアで、国連児童基金(ユニセフ)による「月経衛生管理プロジェクト」の支援を開始しました。

インドネシアでは、月経の正しい知識が十分に普及しておらず、4人に1人が初経までに月経の知識がなく、さまざまな迷信や偏見も依然として存在しています。

また、学校における教育や衛生環境が十分に整っていないため、6人に1人が月経時に少なくとも1日は学校を休むという現実があり、女子生徒の出席率低下の一因になっています。

そのような課題を解決するため、子どもたちが月経衛生についての総合的な知識を増やせるよう、バンテン州タンゲラン県の40校の公立中学において、指導教員の育成や生徒参加型の教材開発などによる行動変容に向けた啓発活動を行なっています。2018年5月30日に行なわれた県との発足会には、地方政府行政官、支援校の校長、代表教員とともに、花王インドネシアの社員も参加しました。2020年までに男子生徒を含む12,000人以上の生徒へ授業を行ない、2,500人以上の行動変容をめざしています。



月経衛生の教材について話し合う子どもたち
©UNICEF Indonesia/2018

Topic 「ベトナム衛生プログラム」を開始

花王は、ベトナムにおける清潔・衛生習慣の定着に貢献するため、「ベトナム衛生プログラム」を開始しました。このプログラムは、「衛生管理リーダー育成プログラム」「衛生奨学金制度」「学校衛生プロジェクト」「楽しい手洗い教室」の4つの取り組みで構成されています。2018年10月にベトナムのハノイ医科大学にて、「衛生管理リーダー育成プログラム」「衛生奨学金制度」に関し、ハノイ医科大学、神奈川県立保健福祉大学、東北大学が署名し、関係者とともに調印式を行いました。

「衛生管理リーダー育成プログラム」は、感染対策のシステム化を図るとともに、医療従事者や学生向けに、感染対策や衛生管理に関するセミナーを行なうというものです。ハノイ医科大学、東北大学、聖マリアンナ医科大学と協働で実施し、将来的には、他の日本の大学や大学病院に参加いただくことも検討しています。

「衛生奨学金制度」は、ハノイ医科大学の卒業生を対象とし、神奈川県立保健福祉大学の大学院留学への奨学金を提供するものです。ベトナムの保健衛生分野で活躍する食品衛生管理の専門家を育てることで、人々の健康な暮らしを実現していきます。



「ベトナム衛生プログラム」の調印式

ハノイ医科大学学長からのメッセージ



(左) A/Prof. Nguyen Duc Hinh

MD, PhD
ハノイ医科大学前学長



(右) Prof. Ta Thanh Van

MD, PhD
ハノイ医科大学学長

2018年はベトナムと日本が外交関係を樹立してから45年の節目の年で、さまざまな記念行事が開催され、両国の関係はかつてないほど緊密になりました。この「ベトナム衛生プログラム」の調印式も、外交関係樹立45周年を記念する事業として認定されたものです。

ハノイ医科大学も、日本と深いつながりがあります。本校でがんの免疫療法に取り組んでいるタ・タイン・バン教授（現学長）とチャン・ファイ・ティン准教授は、2018年にノーベル生理学・医学賞を受賞した京都大学の本庶佑特別教授の下で研究者として腕を磨きましたし、副学長も日本で8年間、研究に従事しておりました。さらに、本校に在籍する教員のうち40名が、日本で長期にわたり研究した経験があります。

本校は医学部のほか、ベトナムで初の栄養学部を開設しており、医療や食の現場における感染対策や衛生管理は大きなテーマの一つです。今回調印した「衛生管理リーダー育成プログラム」「衛生奨学金制度」において、本校と神奈川県立保健福祉大学、東北大学、聖マリアンナ医科大学などの知見、そして、花王が事業で培った医療施設や厨房における衛生管理の知見を融合させて、優れた「衛生管理リーダー」が続々と誕生することを期待しています。

長年にわたり、日本の皆さまがベトナムとハノイ医科大学に対して多大な支援をいただいていることに篤く御礼を申し上げます。引き続きのご支援をどうぞよろしくお願いいたします。

※ このメッセージは、前学長であるグエン・ドゥック・ヒン教授より2018年10月にいただいたものです。2018年12月、タ・タイン・バン教授が学長に就任されました。

2018年の活動報告

コーポレート・カルチャー

企業理念の実践のために	122
インテグリティ	126
人権	134
持続可能で責任ある調達	139
人財開発の全体像	148
人財育成	151
ダイバーシティ&インクルージョン	155
社員との対話	165
健康	169
労働安全衛生	177
保安防災	183

花王のアプローチ

「花王ウェイ」は、花王グループの企業文化や事業活動の拠りどころとなる、企業理念(Corporate Philosophy)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至るまで、「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、部門間、企業間のコミュニケーションも円滑になります。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。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

花王は創業以来、“豊かな生活文化の実現”を使命に、“よきモノづくり”を通じて社会に貢献してきました。この“よきモノづくり”という言葉には、顧客の皆さまに満足いただける、価値の高い製品やブランドを提供するという、強い思いがこめられています。

花王は130年におよぶ歴史の中で、常に“よきモノづくり”を追求してきました。“よき”製品、ブランド、ビジネスが意味するところは、時代の変化とともに進化し続けます。私たちは世界中の消費者の皆さまのニーズに応え、高い品質の製品を価値に見合う価格で提供するだけでなく、環境に十分配慮しながら社会に貢献できる企業となるよう事業を展開していきます。

花王が提供する価値

“よきモノづくり”を追求することで、消費者・顧客の皆さまのニーズに対応しながら事業成長を図るだけでなく、事業を展開する地域の経済成長につなげます。

また、技術革新を推進することで、自然環境のサステナビリティに貢献できると考えています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

花王は、2030年までの目標として、グローバルで存在感のある企業というイメージの醸成をめざしています。この目標を達成するためには、まずすべてのステークホルダーの支持と信頼を得ることが必要です。花王は、「2030年のありたい姿」を達成する上で、特に社員の力が重要であると考えています。企業理念を共有する社員の信頼、創造性、情熱がなければ、社外のステークホルダーの皆さまの信頼を獲得することも、2030年までにグローバル社会に貢献する存在になるという目標を達成することもできません。したがって、「花王ウェイ」を花王グループ全体の共通言語として確立し、信頼と共有された価値観、風通しのいい風土、長期的思考への取り組みに基づく企業文化として発展させることが重要であると考えています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

「花王ウェイ」は1887年に事業を興した花王の創業者、長瀬富郎の価値観に基づいています。2004年には各国語に翻訳され、グローバルな企業文化の発展のための枠組みとなりました。花王グループは「花王ウェイ」を基盤とすることで、理念に基づく企業文化をさらに強化し、「2030年のありたい姿」の実現をめざしていきます。

貢献するSDGs



方針

「花王ウェイ」を実践するには、理念という抽象的な考え方と、日々の仕事の結びつきを理解することが重要です。このため、グループ全体でワークショップを実施しています。参加者は「花王ウェイ」が自分にとって何を意味するのか、どうすれば日々の業務において「花王ウェイ」を実行し続けることができるか、自由に話し合います。このワークショップにより、「花王ウェイ」に対する当事者意識が強化され、同時に互いを尊重する意識を深めることができるのです。

「花王ウェイ」の基本的な研修内容は標準化されています。ただし、各部門やグループ会社のリーダーが、それぞれの事業や組織運営の課題に合わせてワークショップの内容を調整することが奨励されています。独自の内容でワークショップを企画したいと考えるリーダーには、花王本社の「花王ウェイ」事務局が、プログラム教材の提供やアドバイスをしています。

体制

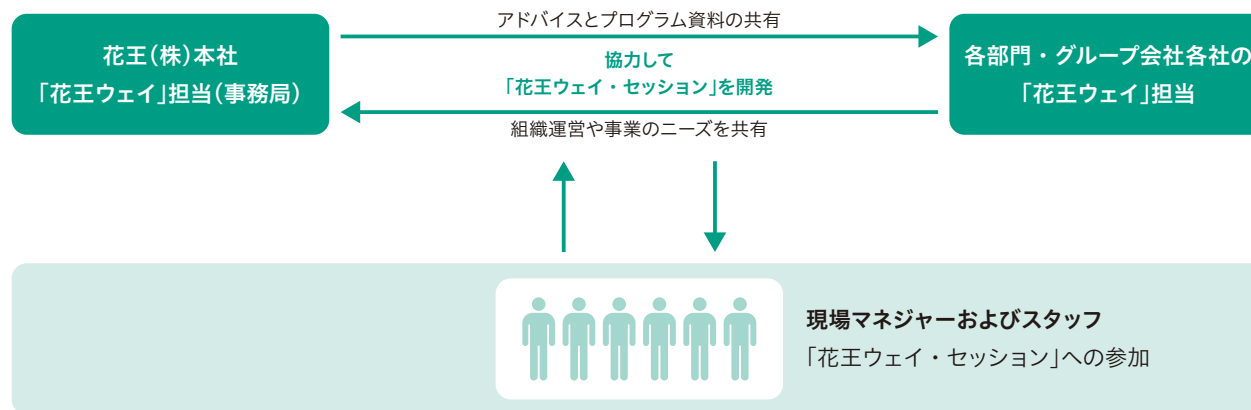
花王グループでは、「花王ウェイ」という共有の価値観に基づく人財開発や企業文化の構築において、マネジャーが重要な役割を果たすと考えています。この考え方に従い、「花王ウェイ」のコミュニケーション活動の主体は、各部門・グループ会社にあると位置づけています。

「花王ウェイ」事務局は、各部門・グループ会社の「花王ウェイ」担当(The Kao Way Contacts)のネットワークによって、国内外マネジャーをサポートしています。

各担当は、組織運営や事業のニーズを事務局と共有し、協力して部門や会社ごとにカスタマイズされたプログラムを開発します。事務局は各担当に、毎年のグローバルミーティングで優先順位や戦略を伝え、年間を通じ緊密な連絡を取り合っています。

「花王ウェイ」事務局は、コーポレートコミュニケーション部門に所属しており、コーポレートコミッティにおいて、毎年、活動を報告しています。この内容は、取締役会で共有されます。

「花王ウェイ」活動の推進体制



教育と浸透

「花王ウェイ」が2004年に策定されて以来、推進のための取り組みを継続して行なってきました。「花王ウェイ」の推進活動には3つの目標があり、それぞれについて目標を達成するためのプログラムが組まれています。

目標1:「花王ウェイ」の理解

第一の目標は、花王グループ全体が、「花王ウェイ」の内容、およびマネジメントにおける企業理念の重要性を基本的に理解することです。

この目標に取り組むためのプログラムには、2006年から実施されている「花王ウェイ・ワークショップ」、全世界の新入社員向けの導入研修、日本の中途入社社員向けのワークショップ、花王のエコ技術の情報を提供する花王エコラボミュージアム(和歌山事業場)、花王の歴史を学ぶ花王ミュージアム(すみだ事業場)などがあります。

また「花王ウェイ」事務局は、国内外の社員に花王の歴史や企業理念に関する基礎的な情報を提供するイントラネットのウェブサイトも管理しています。

目標2: リーダーシップ開発

第二の目標は、リーダーシップ開発です。花王では、マネジャーが「花王ウェイ」に基づいて自身のリーダーシップスタイルを身につける手助けをしています。

マネジャーは事業を推進するため、「花王ウェイ」に

対する当事者意識を高く持ち、自分の判断を「花王ウェイ」に基づいた言葉で説明できなければなりません。ビジネス上の課題や難しい選択に直面した時、「花王ウェイ」に立ち戻って考える習慣を身につける必要があります。

この目標に関連したプログラムが、2014年に開発され、日本とアジアで実施されている対話形式のアクティブ学習プログラム、「花王ウェイ・ダイアログ」です。

目標3: 組織風土の醸成

第三の目標は、組織風土の醸成です。「花王ウェイ」を活用して組織力を高め、これにより部門横断的なコミュニケーションを強化し、世界中の社員が未来へ向けたアイデアを発展させ、共有し、グローバルな“よきモノづくり”を実現します。

この目標に関連したプログラムには、「花王ウェイ・フューチャーセッション」があります。これは、2017年に開発されたプログラムで、年齢や職種に関わらず花王グループ全体から参加者を集め、未来をイメージし、共創するものです。このプログラムは、日本で定期的実施され、2018年には欧州リージョンで、このプログラムをカスタマイズしたものが実施されました。「花王ウェイ」事務局は、グローバルな“よきモノづくり”の促進に重点を置いたプログラムを立案しています。



「花王ウェイ・セッション」

中長期目標と実績

中長期目標

「花王ウェイ」を活用して、グループ全体で理念に基づいたリーダーシップを醸成し、基本となる価値観である“よきモノづくり”をグローバルに実践する力を強化し続けます。企業理念を花王グループの「共通言語」として確立することで、風通しのいい風土を促進し、その結果、長期ビジョンと短期成果のバランスをとる力も高まると期待しています。



中長期目標の達成により期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

これらの目標を実現することは、時間の有効活用、資産の徹底活用、そして創造的な活動につながります。

社会に及ぼす効果

リーダーシップと信頼関係に基づく部門横断的なコミュニケーションを強化することで、基本となる価値観である“よきモノづくり”をグローバルに実践する力が高まります。これにより、社員の創造性と情熱が最大限に活かされ、消費者の皆さまにとって革新的な価値を創造すると同時に、環境や社会に貢献することができると考えます。

2018年の実績

実績

2018年には、「花王ウェイ」の理解浸透、リーダーシップの開発、グローバルに“よきモノづくり”を実践する組織風土の醸成という3つの目標に継続して注力しました。地域的には2018年の重点対象は、米州と欧州のコンシューマープロダクツ事業およびケミカル事業です。

「花王ウェイ」の理解浸透

花王グループ全体で一貫したレベルでの「花王ウェイ」の理解を促進するため、以下の活動を実施しました。

- ・花王ミュージアム：社員見学者2,735人
- ・花王エコーラボミュージアム：社員見学者1,366人
- ・「花王ウェイ」のイントラネットアクセス件数：12,312件（グローバル）
- ・グローバル新入社員導入研修：参加者1,090人
- ・中途入社社員向け研修（日本）：参加者111人
- ・新入社員導入研修（日本）：参加者510人
- ・「花王ウェイリコグニションプログラム」：表彰者529人

リーダーシップ開発

「花王ウェイ」に基づいたリーダーシップの醸成のため、以下のプログラムを実施しました。

- ・「花王ウェイ・ダイアログ・プログラム」：インドネシア、ドイツ、スペインで参加者合計126人

グローバルな“よきモノづくり”

基本となる価値観である“よきモノづくり”をグローバルに達成する力を強化するため、以下のプログラムを実施しました。

- ・「花王ウェイ・フューチャーセッション」：参加者115人（日本）
- ・米州と欧州でのカスタマイズ・プログラム：参加者約800人

実績に対する考察

花王グループは、「花王ウェイ」を世界中に伝えるための活動に、14年にわたり注力してきました。このような努力の結果、花王グループ全体が「花王ウェイ」の理解を高いレベルで共有し、花王グループのマネジャーはこの価値観に基づいたリーダーシップの重要性を認識しています。

2018年の成果を評価して将来を見据えた結果、「花王ウェイ」事務局は、次の3点を重点課題と考えています。

- ①花王グループのリーダーたちが中期事業目標と財務目標を企業理念に結びつけて伝達する能力の強化
- ②新たにグループに加わった会社の独自の組織文化を尊重・維持すると同時に、それらの会社が「花王ウェイ」を活用して学べるための、さらなる協力
- ③社内外のパートナーと連携し、花王グループの企業風土を評価し、コミュニケーションの成果を測る手段の確立

インテグリティ 102-12,102-15,102-16,103-1,103-2 花王のアプローチ

花王のアプローチ

花王は、持続的な成長をめざし「グローバルで存在感のある会社」となるために、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っています。

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の継続的な教育やコンプライアンス通報・相談への適切な対応等の活動を通じて、花王グループ全社員のコンプライアンス意識を醸成し定着させ、健全な企業風土が維持・改善されることをめざします。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

近年、製造業において、データ改ざん等が多く報道され、製造業全体への不信につながっています。よって、競争力を維持・向上させるうえで、法令や倫理を遵守した“よきモノづくり”がますます求められています。さらに、その多くは、不正が長年問題視されずに放置されてきたことから、不正を発見した場合にすぐに経営層に報告され適切な対応が採られるような風通しの良い職場の実現が大きな課題であると考えます。

また、多様な社員の増加や古い価値観に基づいたマネジメント等によるパワー・ハラスメントや、相手への配慮を欠いたセクシュアル・ハラスメント等が増加していることから、これを防止し、すべての働く人に平等で働きやすい、効率的で生産性の高い職場を実現することが社会の発展のためには重要と考えています。

花王が提供する価値

花王は創業以来「正道を歩む」(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)を事業活動の

ベースとして、“よきモノづくり”を通じて社会に貢献することを使命にしてきました。今後も法令や倫理を遵守した“よきモノづくり”をさらに徹底していきます。

また、優秀な人財が十分に能力を発揮できるように平等で、風通しの良い働きやすい職場づくりを実践しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

世界的競争激化の中で、製品の差別化の困難、発売スケジュール・製品の納期の遵守、利益向上等の不正を働く誘因がますます高まることが懸念されます。また、世代間の価値観の相違や社員の多様化により、ハラスメント等のリスクが増加しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

「正道を歩む」を最も重要な価値観の一つとして事業を進めてきた結果、社会からサステナビリティやコンプライアンスに関して高い評価を得ています。これは、今後ますます消費者や株主等のステークホルダーの花王製品や会社への信頼につながるものであり、また優秀人財の採用・維持にもつながります。

貢献するSDGs



方針

花王は、前述の「正道を歩む」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依っていくための指針としています。

そして「正道を歩む」を具体化した「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」をより効果的に徹底するために、重大なコンプライアンスリスクの低減にフォーカスした活動を推進するとともに、不正を発見した場合、すぐに経営層に報告され適切な対応が採られるような、風通しの良い職場の実現をめざした活動を実施しています。

インテグリティ

102-17,102-20,103-1,103-2,103-3,205-2

花王のアプローチ

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。

同委員会は半年ごとに実施され、重大なコンプライアンスリスクの低減に向け、「正道を歩む」を徹底するために、以下の活動の検討・推進活動の策定を実施しています。

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の審議
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

取締役会においても必要な規程改定の提案や年次活動報告を実施しています。

また、同委員会にはコンプライアンス推進部を中心とした事務局を置き、毎月開催する事務局会議において、国内外の通報・相談窓口に寄せられた通報・相談への対応の妥当性を全件確認・検討するほか、上記委員会での決定に従い、具体的な活動の企画立案・運用などを行なっています。

さらに、四半期ごとに通報・相談案件の概要報告を経営会議において行なうほか、毎年取締役会において活動内容を報告しています。

これらの活動はモニタリングや評価も行ない、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、内部監査に加え、さまざまな形でのモニタリングを実施し、コンプライアンスを強化しています。

年次確認

毎年1回、役員・社員を対象に、「利害の対立の回避に関するガイドライン」「贈収賄防止ガイドライン」に該当する事項のコンプライアンス委員会事務局への届出状況を確認しています。

また、輸出代理店や仲介者の選定・契約更新時に確認している「贈収賄防止チェックリスト」の運用状況について確認しています。

内部監査

「接待・贈答・慶弔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関わる監査項目も含めた監査役監査・業務監査を、全社・全部門に対し定期的に行なっています。

社員の声を聴く活動

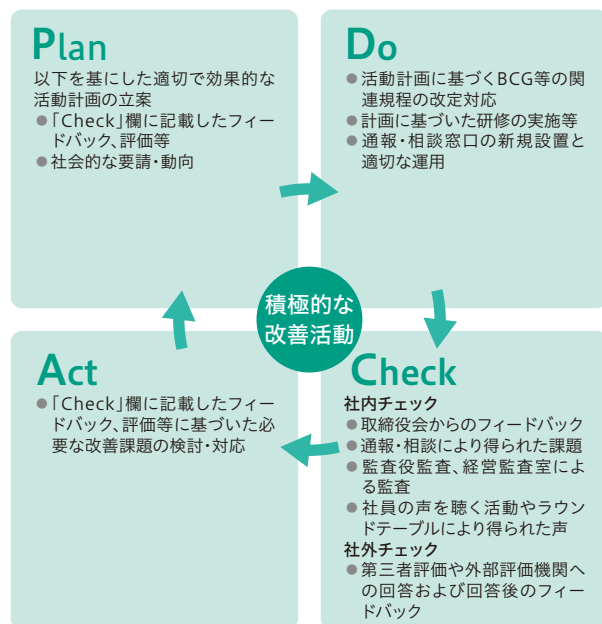
研修実施時等に国内外グループ会社の社員と対話の機会を設け、既存の取り組みへの意見や新たな取り組みへの要望等を収集しています。

社員意識状況調査

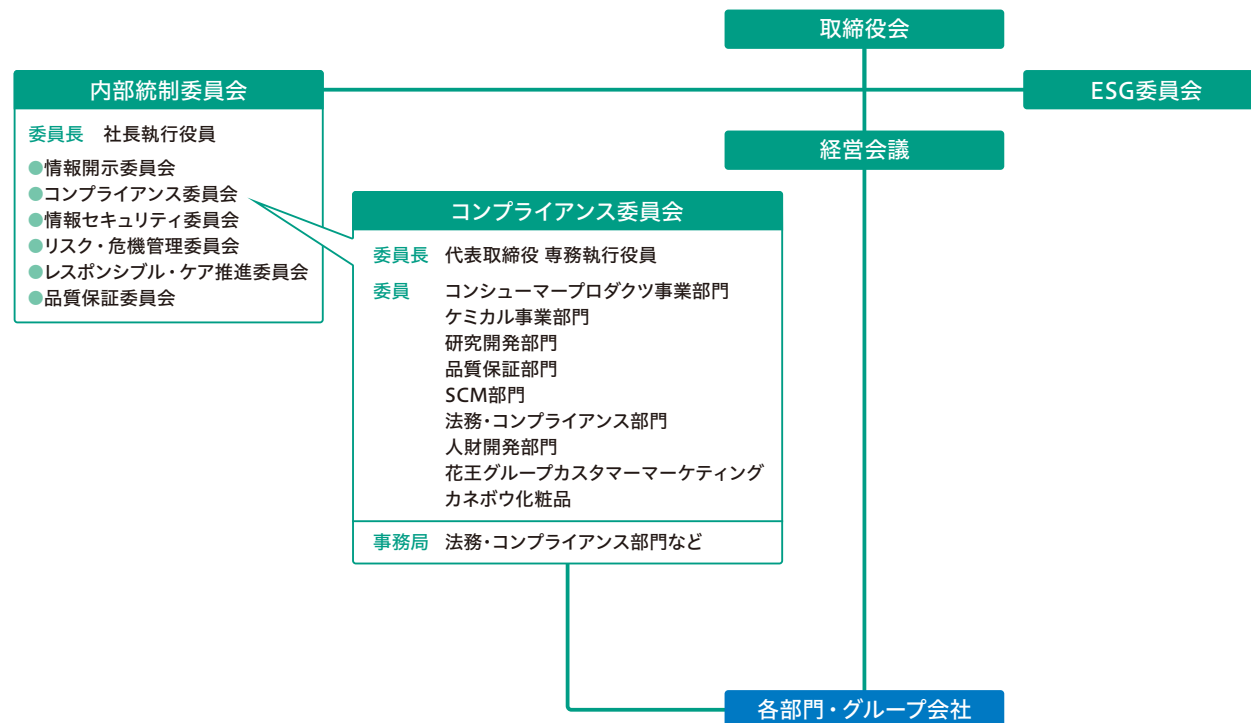
2年に1回、全社で実施される社員意識調査「Find」の回答を通じて、社員へのコンプライアンス意識の浸透状況を確認しています。

また、コンプライアンスに関わる具体的な行動や意識、浸透度に関する調査を、隔年で行なっています。

コンプライアンス活動のPDCA



コンプライアンスの推進体制



※2018年12月現在

ステークホルダーとの協働

・2018年3月、法務・コンプライアンス部門の責任者が東京3弁護士会の公益通報シンポジウムにおいて、花王グループのコンプライアンス通報・相談窓口の活用状況と今後の課題をテーマに講演を行ないました。

・2018年4月、日本監査役協会主催の監査役全国会議において、パネルディスカッション「経営と現場の乖離に対する有効な対策と監査役等の役割」に、法務・コンプライアンス部門の責任者が企業の執行側の視点からパネリストとして参加しました。

・2018年12月、米国の企業倫理シンクタンク Ethisphere Institute 主催の東京 Executive Ethics & Compliance Forum において、法務・コンプライアンス部門の責任者が、「企業の法務・コンプライアンス責任者が経営陣に果たすべき役割」というテーマで議論をリードしました。

中長期目標と実績

中長期目標

1. 「正道を歩む」を貫くことによる、“よきモノづくり”への貢献と損害発生 の未然防止
2. 不正の早期報告、適切な対応が可能となる風通しの良い職場の実現による損害の最小化
3. 相手の立場に配慮した言動を徹底し、すべての働く人に平等で働きやすい職場の実現による人財の最大活用

中長期目標を達成することにより期待できること

損害最小化あるいは収益拡大

- ・ 不正による損失発生および花王製品への信頼低下の回避
- ・ 不正の早期発見、適切な対応の実施で影響の拡大・長期化を回避し、損害を最小化
- ・ 従業員が働きやすい職場の実現による、より効率的で質の高い成果の実現および優秀人財の維持・採用・最大活用

社会に及ぼす効果

- ・ 不正の防止や、より質の高い成果の実現による、環境視点も重視したさらなる“よきモノづくり”の実践を通じた製品・サービスの提供
- ・ 株主・社会をはじめとするステークホルダーから信頼の維持・向上



2019年目標

- ・ SDGsの達成に向けた「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の改定およびその周知活動の実施
- ・ “よきモノづくり”を徹底するための法令遵守体制の推進
- ・ すべての働く人に平等で働きやすい職場を実現するための経営トップによる研修の実施(2019年は日本以外の地域で実施)

2018年の実績

1. コンプライアンスリスク低減活動

法令遵守体制の再整備

日本の事業に適用される245法令を洗い出し、そのうち特に重要な43法令の遵守推進計画の実施状況をモニタリングしました。適用法令を洗い出し計画を明文化したことで、担当者だけでなく、執行委員をはじめとした全体での法令遵守意識を向上させることができました。2019年は日本以外の各国・各地域でも同様の取り組みを実施します。

法令遵守活動でカバーされないリスクの低減

SNS リスクとデータ改ざんが法令遵守活動でカバーされないリスクとして特定されました。主管部門を明確化し、その実施状況をモニタリングする体制を構築しました。



→詳細はP131「具体的な取り組み:コンプライアンスリスク低減活動」

2. コンプライアンス意識の醸成・定着のための諸活動「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の改定の検討

BCGをより効果的なものにするよう改定に着手しました。検討にあたっては、さまざまな部署と意見交換を実施し、検討作業そのものがコンプライアンス意識の向上につながりました。新しいBCGは2019年に発表する予定で、改定内容の説明会も実施します。



→詳細はP131「具体的な取り組み:『花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)』の改定の検討」

コンプライアンス教育活動

- ・新任マネジャー研修にて、コンプライアンスリスクのディスカッションを実施(約420人)
- ・日本において、執行役員による自部門の社員や派遣社員を対象にしたコンプライアンス研修を実施(約11,000人)
- ・インドネシア、スペインにおいて、経営理念である「花王ウェイ」の研修と連携したコンプライアンス研修を実施(計約150人)
- ・シンガポールにおいて、全社員を対象としたコンプライアンス研修を実施(計約150人)
- ・例年通り10月をコンプライアンス月間と定めコンプライアンス月間ポスターを提示、その他情報発信を実施

2018年は、より一層コンプライアンスを自分ごととして意識できるよう、教育内容を工夫しました。特に日本で実施した研修では、執行役員自らが具体的な事例を取り上げながら、生のメッセージを発信したことで、社員一人ひとりの意識向上がみられました。



→詳細はP132「具体的な取り組み:コンプライアンス教育/コンプライアンス月間」

3. コンプライアンス推進体制の整備

- ・2018年から、経営会議にて年4回、注視が必要な案件の報告を行なう運用を開始
- ・2018年6月に、日本におけるコンプライアンス通報・社内窓口を顧問弁護士事務所から利害関係のない弁護士事務所に変更

上記の取り組みにより、コンプライアンスに関する問題の早期発見・解決によるリスク低減が図れ、より通報しやすい体制が整いました。



→詳細はP133「具体的な取り組み:コンプライアンス通報・相談窓口」

4. 外部評価

2018年も「World's Most Ethical Companies®(世界で最も倫理的な企業)」に選定され、Ethisphere Instituteから表彰を受けました。



→詳細はP133「具体的な取り組み:『World's Most Ethical Companies®(世界で最も倫理的な企業)』に13年連続選定」

具体的な取り組み

コンプライアンスリスク低減活動

重大なコンプライアンスリスク低減に向けて、2018年は法令遵守体制の整備と、法令遵守活動でカバーされない重大コンプライアンスリスクの調査を実施しました。

法令遵守体制の再整備

法令遵守を執行役員自らの責務とするために、法令遵守体制を再整備しました。

具体的には、2017年に発生した消防法不適合案件を契機に、法務部が主体となって日本の事業に適用される法令を調査しました。245法令が洗い出され、これら法令の遵守を推進する主管部門を決定しました。また、そのうち特に重要な43法令について、年次遵守推進計画の策定と実施状況の報告を求め、遵守推進活動のモニタリングを実施しました。

2019年は、日本の法令遵守体制の運用を徹底するとともに、海外法令遵守体制の運用を計画しています。

法令遵守活動でカバーされないリスクの低減

社内でリスク調査を実施した結果、法令遵守活動でカバーされない重要なコンプライアンスリスクとして

SNSリスクとデータ改ざんが挙げられました。

SNSリスクについては、9月にデジタルリスク対応チームを立ち上げ、事業活動において注意すべきリスク範囲や対応について検討を開始しました。データ改ざんについては、研究部門やSCM部門において、未然防止に向けた業務の見直しや周知・徹底活動を行ないました。

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の改定の検討

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」は、経営理念である「花王ウェイ」の基本となる価値観の一つである「正道を歩む」を具体化したものです。BCGをより効果的に徹底するために、2018年に項目や内容の見直しに着手しました。

2017年12月の経団連企業行動憲章の改定で、SDGsが取り込まれたことも考慮し、BCGの見直しにおいてもSDGsを意識しました。また、よりわかりやすい表現をめざし、検討を重ねました。検討にあたっては、さまざまな部署と意見交換を実施し、検討作業そのものがコンプライアンス意識の向上につながりました。

新しいBCGは2019年に発表する予定で、改定内容の説明会も実施します。

「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン ケースブック」とコンプライアンス関連規程の運用

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・英語のほか17言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BCGに明記し、さらに花王グループでは政治献金を行わないことをBCG および「寄付ガイドライン」で定めています。さらに、接待・贈答を提供・受領する際の承認手続きや運用に関するルールや、公務員を招請する際の届出手続き等にも言及した「花王贈収賄防止ガイドライン」を海外グループ会社も含めて導入しています。

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」を、国内外グループ会社に導入しています。

コンプライアンス教育

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、海外グループ会社管理職を含む社員等を対象に集合研修を実施しています。また、隔年で、BCGの内容を振り返る確認テストを実施しています。

2018年は、従来のコンプライアンス推進部員が実施するコンプライアンス研修から、より一層コンプライアンスが自分ごととして意識できるよう、教育内容を工夫しました。

新任マネジャー研修

日本の新任マネジャー研修において、コンプライアンスリスクのディスカッションを実施し、その発生原因と防止策について、さまざまな部署の新任マネジャーが意見を出し合いました。

参加者からは、「ディスカッションを通じて自分たちの職場で生じるコンプライアンスリスクやその防止策を深く考えることができたので、職場に戻って実践したい」といったフィードバックが多く寄せられています。(参加人数:約420人)

執行役員によるコンプライアンス研修(日本)

「正道を歩む」の自分ごと化と、不正の早期報告・適切な対応ができる風通しの良い職場の実現を目的として、執行役員が講師となったコンプライアンス研修を日本

で実施しました。

コンプライアンス違反が発生したときの第一報の重要性、相手に配慮した言動の徹底、率先垂範による風通しのよい職場の実現などについて講義を行ないました。

執行役員が自らの言葉で工夫して語ることで、社員にとってコンプライアンスがより身近なものとなりました。(参加者:約11,000人)

各執行役員のメッセージ、講義内容(抜粋)

- ・時代が変わっており、リーダーも意識を変えなくてはならない
- ・心配なことがあったら、遠慮なく部門責任者に相談してほしい
- ・自部門で生じた事案に自らが対応した例を挙げ、再発防止に向けた提言を発表
- ・(ハラスメントを防止するためには)相手が家族だと考え、その言い方が適切かということを再考しよう

「花王ウェイ」と連携したコンプライアンス研修

インドネシア、スペインにおいて、経営理念である「花王ウェイ」の研修と連携したコンプライアンス研修を実施しました。また、シンガポールのグループ会社では、全社員に向けてコンプライアンス研修を実施しました。(参加者:計約300人)

コンプライアンス月間

コンプライアンス活動を身近に自分ごととしてとらえるきっかけとして、10月をコンプライアンス月間と定め、国内外の活動の浸透を図っています。

2018年は、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、海外の地域統括・各社社長のメッセージポスター等によるコンプライアンスメッセージ発信、ケーススタディ発信等を実施しました。

今年は、「思いやりのある言葉で働きやすい職場を！」というコンプライアンス委員会委員長のメッセージを掲げ、職場内のコミュニケーションを活性化することにより、効率的な業務や働き方改革の実現に向けた活動を推進しました。



コンプライアンス月間ポスターを19言語で作成・掲示

インテグリティ 102-16,102-17,205-2,419-1 具体的な取り組み

コンプライアンス通報・相談窓口

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、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・相談者の望む対応内容を確認したうえで、通報・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最大限の配慮をしています。また、第三者に確認が必要な場合も、原則として、通報・相談者の承諾を得て行なっています。匿名の相談も受け付けていますが、調査に限界があることから、できるだけ実名で相談することを奨励しています。

2018年は、322件(海外グループ会社含む)の通報・相談が寄せられました。そのうち、事務局からの回答または通報・相談者のみへの面談等により解決・終了に至った軽微なものが約7割、残り3割が複数関係者への面談等の調査により当事者への注意など何らかの対応を行なったものでした。なお、通報・相談申し出内容の内訳は、セクシャル・ハラスメント、パワー・ハラスメントなどのハラスメント、いじめ等に関連するものが約3割、職場におけるコミュニケーションの問題や労働条件・勤務等に関する通報・相談が約4割と、この2つのカテゴリで約7割を占めています。相談者の所属する組織・事業所・職種については、特段の傾向はみられませんでした。

日本花王グループ

日本では、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・臨床心理士など社外の

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。社内窓口および弁護士に委託する社外窓口については、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。弁護士ホットラインの中立性を向上させるため、2018年6月に委託先を顧問弁護士事務所から利害関係のない弁護士事務所に変更しました。通報窓口を記載した、ヘルプカードの変更配布のほか、ポスターを花王ロジスティクス拠点、工場内委託先事務所等に掲示しました。その結果、通報・相談件数は増加傾向にあります。

海外花王グループ

海外花王グループに社外の委託会社が運営する「Integrity Line」を設置し、24時間365日、母国語で相談を受け付けています。さらに一部の子会社を除き、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。2018年は、新しく花王グループに入った米国のオリベヘアケア社(サロン向け製品製造販売会社)、ウォッシングシステムズ社(業務用洗剤製造販売会社)を上記の「Integrity Line」の対象としました。

コンプライアンス違反時の対応 および2018年の法令違反

花王は、花王グループの事業運営に関わる会社の法令違反については、公表することを原則としています。※

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

2018年は、花王グループの事業運営にかかわる重大なコンプライアンス違反の発生はありませんでした。ま

た、政治献金を行っていないことを確認しました。なお、窃盗・横領などの不正行為、ハラスメントや道路交通法違反などにより退職に至る事案(諭旨退職を含む)が国内外合わせて20件発生しました。主なものは、社員個人に依拠する事案で、会社の事業運営を大きく損なうものではありませんでした。これらについては、社内教育活動等を通じて、「正道を歩む」を貫くことを徹底しました。

「World's Most Ethical Companies® (世界で最も倫理的な企業)」に13年連続選定

花王は、米国のシンクタンク「Ethisphere Institute(エシスフィア・インスティテュート)」が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。

この賞は、①企業倫理と法令遵守に関する取り組み、②企業市民としての責任ある活動、③倫理的企業風土、④コーポレートガバナンス、⑤リーダーシップ・イノベーション・社会からの評価の5軸から評価を行なうものです。

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。



※「World's Most Ethical Companies」「Ethisphere」の名称およびロゴは、Ethisphere LLCの商標です。

花王のアプローチ

花王は、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づいて「花王人権方針」を策定し、“よきモノづくり”のプロセス全体において人権の尊重をめざして取り組みを進めています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

企業活動のグローバル化が進展し、サプライチェーンが拡大していくなか、強制労働など人権に関わるリスクが高まっています。また、社員や価値観、そして働き方の多様化により、職場内での人権への配慮がますます求められてきています。

花王が提供する価値

多様なステークホルダーと連携し、人権尊重の取り組みを進め、人権リスクの予防・軽減に努めることで、協調性の社会形成に役立ち、「花王ウェイ」で使命とする「世界の人々の豊かな生活文化」の実現に貢献します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

企業の人権への対応についての関心は世界的に高まっており、人権への配慮が十分になされないことは、レピュテーションリスクにつながります。

事業活動においては、強制労働など劣悪な労働環境下での製品の製造は品質上の問題を引き起こす可能性があります。また、人権リスクにより花王の信用が毀

損されれば、購買行動にもマイナスの影響が出たり、社員のモチベーションやロイヤリティが低下し、生産性への悪影響や、離職が進む可能性もあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

人権を尊重し、公正な調達を推進することは、企業姿勢への消費者の共感を喚起することや、取引先との良好な信頼関係の構築・維持に寄与します。また、社員のロイヤリティ向上は、生産性の向上につながります。

貢献するSDGs



方針

花王は2015年に「花王人権方針」を制定・公表し、国際人権章典などの人権に関する国際的な規範を尊重すること、人権デュー・ディリジェンスや社員の教育を実施し、事業活動全体において人権尊重の責任を果たす努力をしていくことを宣言しています。

「花王ウェイ」を実践するための行動規範である「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の中でも、人権を尊重し、児童労働や人身売買など、あらゆる形態の強制労働を行わないことを明記しています。サプライチェーンにおいても、「調達基本方針」で人権に配慮した購買行動を行ない、社会的責任を果たすことを表明するとともに、「調達先ガイドライン」でサプライヤーの社会的責任の配慮項目として、調達先での「強制労働、児童労働、不法労働の禁止措置」を要請しています。

また、2005年に人権、労働、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、およびCGF※の強制労働撲滅に向けた決議および優先業界原則を支持しています。

※ CGF (The Consumer Goods Forum)

消費財メーカーと流通業のグローバルなネットワーク。花王はメンバー企業として参加している。



→花王人権方針

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/humanrights/kao-humanrights/

→花王 ビジネス コンダクト ガイドライン

www.kao.com/jp/corporate/about/policies/compliance/business-conduct-guideline.html

→調達基本方針

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/procurement/policy.html

→調達先ガイドライン

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/procurement/supplier-guidelines.html

体制

人権の問題は多岐にわたるため、経営サポート部門、人財開発部門、ESG 部門、法務・コンプライアンス部門、購買部門等の部門が中心となり、年4回の定例会議で具体的な人権への取り組みについて議論し、関連部門、国内外のグループ会社と連携して取り組みを進めています。取り組みについては、ESG 部門を統括する執行役員を責任者として推進し、年1回、経営会議とその下部組織であるコーポレートコミッティで報告しています。

人権問題は幅広いステークホルダーにインパクトを与える可能性があります。そこで花王は、ステークホルダーごとにどのような人権リスクがあるかを検討し、そのリスクが顕在化することで花王の事業活動に大きな影響を与えるものから優先して対応しています。

最も優先度の高いステークホルダーとして、社員とサプライヤーを選定し、花王グループ内のリスク調査や調達先ガイドラインに基づく取り組みを進めています。

花王グループ内の人権デュー・ディリジェンスに関しては、ESG 部門が事務局となり、人財開発部門、法務・コンプライアンス部門と連携して推進しています。社員がコンプライアンス上の問題を通報・相談できるよう、各社に通報・相談窓口も設置しています。

サプライチェーンにおける人権への取り組みに関しては、取引先との対応窓口である購買部門が中心となって取引先への働きかけなどを行なっています。

教育と浸透

グローバルでは、人権尊重の考え方を表明している「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン (BCG)」に対する社員の理解を深めるため、グループ会社各社でワークショップを実施しています。また、新入社員研修や新任マネジャー研修などで集合研修を実施するとともに、隔年で、全社員向けに確認テストを実施しています。

日本では、ネガティブな情報も早期に報告が上がる風通しのよい組織風土をめざして、2018年は各執行役員を講師とするハラスメント防止を核としたコンプライアンス研修を展開しました。また、多様性推進に関する啓発の中で、ハラスメント防止の内容にも触れています。

2018年はケアハラスメント（働きながら介護をする人へのハラスメント）とLGBTに関して情報提供を行ないました。

広告や表示における人権尊重

広告やパッケージ等の制作に携わる社員を対象に、広告表示における人権視点での確認について教育を実施しています。

中長期目標と実績

中長期目標

人権デュー・ディリジェンスや啓発活動を通じて、ステークホルダーの人権への理解を深め、花王の事業活動における人権リスクの特定・防止・軽減を継続して行ないます。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

ひとたび人権侵害が起こると、企業は、直接的な訴訟リスクにさらされ、訴訟費用、回収費用などの経済的負担を強いられます。また、企業イメージも大きく損なわれ、消費者のレピュテーションや社員のロイヤリティを低減させ、取引先との信頼関係も毀損する可能性が高くなります。

花王の事業活動において、人権リスクの特定・防止・軽減を継続して行なうことは、直接的な経済損失を回避するだけでなく、企業姿勢への共感を通じた消費者の花王製品選択機会の増加、取引先との信頼関係強化による調達リスクの低減、社員のロイヤリティ向上による生産性向上と離職率低下による採用コスト低減などに寄与します。

社会に及ぼす効果

企業による人権尊重の取り組みが拡大することは、社会全体で人権意識を高めることに貢献し、花王の取り組みは、その一助となります。たとえば、ステークホルダーの理解が深まることで、社会全体の人権への意識が高まり、強制労働などの人権問題を軽減するとともに、途上国での乱開発が減少し環境リスクも防ぐことができます。

また、人権に配慮した製品の提供は、消費者が間接的に人権侵害に関与する機会を減らし、社会全体の人権侵害を軽減することにつながります。

2018年の実績

実績

社内

- ・花王グループ会社を対象に「人権チェックリスト」による調査を実施(対象会社回答率100%)
- ・花王グループ生産拠点(40工場)を対象にSedex※1の「自己評価アンケート」による調査を実施(対象工場回答率100%)
- ・2015年に英国において制定・施行された、「強制労働等現代における奴隷労働や人身取引を防止するための現代奴隷法(英国現代奴隷法)※2」に対応し、花王グループにおける取り組みを記載した声明をウェブサイトに掲載

※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 英国現代奴隷法

英国で事業活動を行なう営利団体・企業のうち、年間の売上高が一定規模を超えるものに対して、奴隷労働と人身取引がないことを担保するために実施した取り組みについて、年次でステートメントを作成・公開することを求める法律



→詳細は「英国法“Modern Slavery Act 2015”への対応」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/humanrights/modern-slavery-act-statement/

サプライチェーン

- ・昨年に引き続き、サプライヤーに対しSedex登録を働きかけ
 花王とのアクセス権が設定されたサイト数:1,474(2018年末時点)
- ・2018年9月末時点でアクセス権が設定されたサイトに対してリスクアセスメントを実施

人権啓発活動

- ・社内報で購買部門責任者が人権にまつわるエッセイを発信
- ・社内イントラネットで人権にまつわる話題を提供(4月:広告表現について、12月:人権ベンチマークについて)
- ・外部講師を招いた社内勉強会の開催(10月:広告作成部、事業部門、法務・コンプライアンス部門、購買部門、人財開発部門、コーポレートコミュニケーション部門、ESG部門から40人が参加)
- ・日本において、広告やパッケージ等の表現における人権視点での確認について自主的にチェックできるしくみを整えた上で、自主的に判断しにくい案件に関しては、事業部門や広告制作に携わる部署、品質保証部門、ESG部門との間で月2回議論
- ・LGBTに関する社員の理解促進のために、多様な社員の活躍支援の一環として、LGBTについてさまざまな情報発信を継続して実施



→P155「コーポレート・カルチャー>ダイバーシティ&インクルージョン」

実績に対する考察

人権デュー・ディリジェンスでは、花王グループ会社への「人権チェックリスト」による調査、生産拠点でのSedex調査、およびサプライヤーに対するSedex登録の働きかけなどに加え、2018年は、委託先への取り組みを開始し、中長期目標の、花王の事業活動における人権リスクの特定・防止・低減をより幅広く進めました。

具体的な取り組み

人権デュー・ディリジェンス プロセス

花王では、強制労働、職場の労働環境や差別など、花王をとりまく人権リスクの調査・特定に向けて、取り組みを行なっています。

1. 社内での取り組み

毎年、花王の世界中の拠点に対してリスクアセスメントを行なっています。工場においては、世界的な企業倫理情報共有プラットフォームであるSedexを活用し、また、工場以外の花王グループ各社においては、人権チェックリストを作成し回答しています。

2018年は、40工場がSedexの自己評価アンケートに回答、人権チェックリストには50のグループ会社が回答し、回答率はいずれも100%でした。これらの結果、工場、花王グループ各社において、人権侵害に関連するリスクは発見されず、人権デュー・ディリジェンスの結果として、改善を実施している事案はありません。

2. サプライチェーンでの取り組み

花王はサプライヤーとさまざまな機会・手段を通じてコミュニケーションをとり、花王の考え方や倫理的な基準について理解を得られるよう努めています。

取引基本契約に環境や人権に配慮する条項を追加

花王とサプライヤーとの間で締結する取引基本契約においては、2012年に環境や人権に配慮する条項を追加し、新規契約や契約更新時には原則として、この取引基本契約を締結しています。

セルフアセスメントの要請とモニタリング

2008年から「調達先ガイドライン」の遵守状況についてはセルフアセスメントを要請し、その結果をモニタリングしてきました。セルフアセスメントで遵守状況が基準に満たないサプライヤーに対しては、訪問して課題を共有し、改善に向けて協議しています。

また、2014年にSedexに加盟後は、サプライヤーに対しSedexに関する説明を行ない、さらにSedexへの

加盟、質問への回答、データへのアクセス権の設定の要請を進めています。これまでに1,474サイトとのアクセス権が設定されました。

業務委託先への取り組み

2018年は、調達以外の取引先にも人権への取り組みを拡大しようと、新たに生産委託先、物流委託先、および廃棄物処理委託先への人権デュー・ディリジェンスを開始しました。調達での取引先同様、花王の考え方をご説明し、調査への回答をお願いしています。この調査は、Sedexへの登録もしくはセルフアセスメントシートへの回答をお願いするもので、2019年にかけて、順次、回答内容を花王で確認し、人権侵害のリスクが発見された場合には、課題を共有し、改善に向けた協議を行なう予定です。

花王のアプローチ

花王は法を遵守し、高い倫理観を持って公正・公平な購買活動を推進しています。持続的発展が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。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

製品の原材料調達において、乱開発による原産地の環境破壊、生物多様性の損失が大きな課題になっています。

また、原材料やサービス等を提供するサプライチェーンにおける労働者の人権の保護、安全・衛生管理、原産地の地域住民の強制移住、健康被害なども喫緊の課題になっています。

花王が提供する価値

花王の事業はパーム油や紙・パルプなどの自然資本に大きく依存しています。省資源、地球温暖化防止、生物多様性保全などの環境側面、安全・衛生、労働環境、人権などの社会側面に十分配慮し、持続可能な調達を実現することで、企業としての社会的責任を果たしていきます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

調達におけるリスクには、原材料等の安定調達に関わる供給リスクと社会課題に対して適切な対応を怠った場合に顕在化する可能性がある評判リスクがあります。

供給リスクに対してはBCPの策定等で対応していますが、近年評判リスク（社会面、環境面）への対応がより重要になっています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

上記リスクに対して適切に対応していくために、社会面では花王人権方針に基づく人権デュー・ディリジェンスの実施、「調達先ガイドライン」に基づくサプライヤーのリスクアセスメント、環境面では「原材料調達ガイドライン」に基づいたパーム油、紙・パルプの調達を推進しています。それにより、消費者の共感を喚起し、サプライヤーと良好な関係が保たれ安定供給が図れるため、ひいては企業の成長と企業価値向上につながると考えています。

貢献するSDGs



方針

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」および「原材料調達ガイドライン」を制定しています。

花王はサプライヤーを“よきモノづくり”に不可欠なパートナーと考え、「調達先ガイドライン」に基づき、調達活動に取り組んでいます。また、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や、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ご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。さらに、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、上記の環境・人権・労働等に関する条文

持続可能で責任ある調達 103-1,103-2,103-3,404-2,414-2 花王のアプローチ

を明記しています。

また、地球温暖化、生物多様性の劣化などの環境問題、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調達に取り組んでいます。事業が自然資本に依存していることを認識し、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ています。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、持続可能で責任ある調達を推進します。



→詳細は「調達先ガイドライン」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/procurement/supplier-guidelines.html

→詳細は「原材料調達ガイドライン」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/procurement/raw-materials-guidelines.html

体制

購買部門では、企画部サステナビリティグループとともに、購買部門サステナビリティ戦略部会(年5回開催)を設け、持続可能で責任ある調達を実行するための戦略を策定しています。

その戦略のもと、原料部および包材部は「原材料調達ガイドライン」に則った調達を進め、間接材部は文具・

事務用品などのグリーン購入、機器部は環境に対応した設備・機器の導入を推進しています。

購買部門の戦略および活動は経営会議への報告を通して、取締役会へ報告しています。

また、年1回グローバル購買会議(右記)を開催しています。

教育と浸透

従業員研修や啓発を実施(日本)

花王では、新たに購買部門に配属された従業員に対し、「公正・公平」「遵法・倫理」「社会的責任」などの購買基本姿勢について教育しています。教育を通じて国連グローバル・コンパクトやISO26000で求められている、人権・労働などグローバルな社会的課題についての認識を持つようにしています。

2018年は、新たに購買部門に配属された従業員9人に対し購買基本姿勢について教育しました。

検定受験の推進(日本)

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、環境社会検定試験[®](eco検定[®]※1)、ビジネスコンプライアンス検定[®]※2、ビジネス実務法務検定試験[®]※3の受験を推進しています。

2018年の部門在籍者の累計合格者はeco検定が77%、ビジネスコンプライアンス検定が69%、ビジネ

ス実務法務検定試験が73%でした。

eラーニングによる教育(グローバル)

購買部門全員を対象としたサステナビリティに関するeラーニングによる教育プログラムを構築しています。持続可能で責任ある調達活動に必要な知識の習得を目的とし、2019年より運用を開始します。2019年中の受講率100%をめざします。

グローバル購買会議(グローバル)

関係会社の購買担当マネージャーが出席するグローバル調達会議を年1回開催しています。この会議において、花王グループの調達方針や持続可能で責任ある調達について教育と確認を行なっています。

※1 eco検定[®]

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。

※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「社会的要請に應えること」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。

※3 ビジネス実務法務検定試験[®]

ビジネスに不可欠なコンプライアンス・法令遵守能力の基礎となる実践的な法律知識を身につけることを目的とした検定試験。

持続可能で責任ある調達 103-1,103-2,103-3,308-2,414-2 花王のアプローチ

中長期目標と実績

2020年中期目標

1. 持続可能な原材料の調達

認証原材料の調達

花王は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しています。

パーム油・パーム核油の調達においては、RSPO※1に加盟して関連工場のSCCS※2認証取得と認証油の調達を進めるとともに、2020年までに、原産地の森林破壊ゼロの確認および原産地まで追跡可能なパーム油・パーム核油の全量調達をめざします。

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。

天然植物資源の持続可能な調達

天然植物資源の乱獲による枯渇や資源収奪の問題を認識し、原産地の自然環境やコミュニティに配慮しながら、調達ルートが多様化・変更や人工栽培品への切り替えに取り組んでいます。

2. 人権への取り組み

さまざまな人権問題のリスクに対応するため、2015年に「花王人権方針」を定めました。花王の活動に加えサプライヤーへも「調達先ガイドライン」に基づく人権のための行動を要請し、人権デュー・ディリジェンスを実施しています。

このリスクを評価するため、2014年に世界的な企業倫理情報共有プラットフォームであるSedexに加盟し、サプライヤーにも加盟を要請しています。2020年までにサプライヤーのSedex加盟率70%（日本：購入金額ベース）をめざします。

また、2017年よりSedexを活用したサプライヤーリスクアセスメントを進めています。

3. 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、環境省が提唱す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います。

機器・設備の導入においても、LED照明の導入、電力のCO₂排出係数が小さい電力会社との契約など環境対応を推進しています。

※1 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)

持続可能なパーム油の生産と利用を促進するための円卓会議
<https://www.rspo.org/>

※2 SCCS(Supply Chain Certification System)

生物多様性保全のための厳しい条件をクリアし、RSPOに認められた農園で収穫した持続可能なパーム油を使った製品を生産・販売し、消費者に届ける目的でつくられたサプライチェーンシステム

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

NGO／NPOからの批判対応コストの低減、ブランドイメージの向上、社会的信用の向上

社会に及ぼす効果

原材料の調達を通じた社会のサステナビリティへの貢献

2018年の実績

実績

1. 持続可能な原材料の調達

認証原材料の調達

- ・ パーム油・パーム核油の調達
サプライヤー情報によるパーム搾油工場までのトレーサビリティの確認:購入量の約98%
第三者機関によるパーム核搾油工場の検証:地域を代表する4工場
- ・ 紙・パルプの調達^{※1}
トレーサビリティの確認100%
うち、紙・パルプの認証品比率^{※2} 86% (2018年12月時点)

※1 花王製品に使用する紙・パルプ(一部製品を除く)を対象とします。

※2 2018年12月の認証品比率と2018年の年間調達量を基に算定しています。



→詳細はP143「具体的な取り組み:持続可能なパーム油・パーム核油の調達に向けての取り組み」

→詳細はP145「具体的な取り組み:持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み」

・ 天然植物資源の持続可能な調達

化粧品・医薬部外品に使用しているグリチルリチン誘導体は、マメ科植物である甘草から製造されます。生物多様性の保全と持続可能な利用に努めるため、2016年から引き続き、自生甘草由来から栽培地が特定された栽培甘草由来のグリチルリチン誘導体への切り替えを進めています。

2. 人権への取り組み

Sedexによるアセスメントを2017年から実施しています。2018年はアセスメントの対象をグローバルに拡大し、また、新たな評価基準を定めました。

- ・ Sedexによるサプライヤーのリスクアセスメントでの総合評価(2018年9月時点):S評価24%、A評価40%



→詳細はP145「具体的な取り組み:サプライヤーのモニタリングにSedexを活用」

3. グリーン購入

2018年の「グリーン購入基準」達成率は87%でした。

実績に対する考察

パーム搾油工場までのトレーサビリティはほぼ目標に到達しつつあります。搾油工場まで追跡できていない誘導体については、RSPO 認証原料を購入するなどの補完措置を講じます。

また、リスクアセスメントにより要観察と判定されたパーム搾油工場については、順次現地訪問などを進めていきます。

原産地(パーム農園)までのトレーサビリティの確認が大きな課題です。小規模農家を含むパーム農園は数が膨大で、そのトレーサビリティ確認は困難ですが、外部イニシアティブを活用する方法で検討を開始しました。

紙・パルプの原産地までのトレーサビリティはほぼ2020年目標に到達しました。引き続き小規模のサプライヤーに対して認証品の導入、サステナビリティの確認を働きかけます。

ステークホルダーとの協働

持続可能な調達

パーム油および紙・パルプの持続可能な調達を、認証品の購入とトレーサビリティの確認の2つの方法で進めています。認証パーム油および認証紙については、日本のサプライヤーにも認証取得を求め、調達を開始しました。

トレーサビリティの確認については、原材料サプライチェーン情報の第三者機関による検証およびリスクアセスメントを実施しています。

サプライヤーとの協働

花王は、Sedex、ベンダーサミット、品質向上会議、CSRセルフアセスメントのモニタリング、CDPサプライチェーンプログラム等さまざまな取り組みを通じて、サプライヤーとの連携を強化し、グローバルな調達の推進に取り組んでいます。

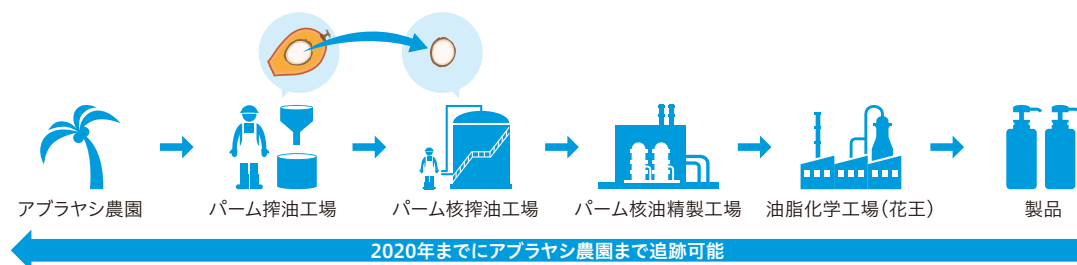
具体的な取り組み

持続可能なパーム油・パーム核油の調達に向けての取り組み

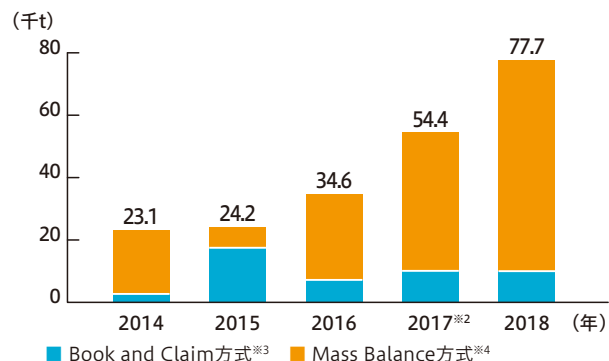
花王は、基本原料の一つであるパーム油・パーム核油の調達において「原材料調達ガイドライン」に基づいた持続可能な原材料の調達に取り組んでいます。

また、RSPO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。

パーム油・パーム核油の調達



認証油購入実績^{※1} (花王グループ)



※1 パーム油・パーム核油およびその誘導体の合計

※2 一部データを見直し、2017年の数値を変更しています。

※3 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。

※4 Mass Balance方式
RSPO認証パーム油と非認証パーム油が混じることが許された認証システム。

「持続可能なパーム油」の調達ガイドラインにおける目標と2018年実績

パーム油・パーム核油の調達において、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	2018年実績
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。	トレーサビリティを確認したパーム核搾油工場をマッピングしウェブサイトで公開
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 ^{※1})森林、炭素貯蔵量の多い(HCS ^{※2})森林および泥炭湿地林の開発に加担しません。	2017年に実施した第三者機関によるリスクアセスメントにおいて要観察パーム搾油工場と判定された工場の現地調査: 2工場 5工場のサプライヤー情報の検証
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。	サプライヤー情報によるパーム搾油工場までのトレーサビリティの確認: 購入量の約98% トレーサビリティを確認したパーム搾油工場をマッピングしウェブサイトで公開 第三者機関によるパーム核搾油工場の検証: 地域を代表する4工場 パーム搾油工場2工場へ供給する小規模農家についてBluenumberのパイロット調査実施
④ 2020年までに、花王グループ工場のRSPO SCCS認証取得をめざし、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。	RSPO SCCS 認証取得数: 国内外のグループ工場およびオフィスの35サイト

※1 HCV(High Conservation Value)

※2 HCS(High Carbon Stock)

持続可能で責任ある調達 308-2,414-2 具体的な取り組み

パーム核油のトレーサビリティ進捗

調査対象	活動内容	進捗							結果
【4次サプライヤー】小規模農家	トレーサビリティ確認手法の探索	2018	2018						2018:パーム搾油工場2工場へ供給する小規模農家についてBluenumberのパイロット調査実施
【3次サプライヤー】 パーム搾油工場(862工場)	ハイリスクミルの現地調査	2017 2018	2018	(2018)	(2018)				2017:1工場の現地調査実施⇒森林破壊は問題なし。マネジメントシステムの改善を要請 2018:2工場の現地調査実施 (2018):5工場のサプライヤー情報を検証
	リスクマッピング ハイリスクミルの特定	2016	2017	2017	2017		2017		2016:ハイリスクミル6工場を特定 2017:ハイリスクミル83工場を特定
【2次サプライヤー】 パーム核搾油工場(90工場)	パーム搾油工場情報の検証	2017	2017	2017 2018	2017	2017		2018	2017:地域を代表するパーム核搾油工場7工場の第三者検証実施 2018:地域を代表するパーム核搾油工場4工場の第三者検証実施
【1次サプライヤー】 パーム核油精製工場(7社)	パーム核搾油工場情報の検証	2016	2016	2016	2017	2017			1次サプライヤーの第三者検証実施
		A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社	2017:パーム核搾油工場、パーム搾油工場情報の収集

小規模パーム農家までのトレーサビリティ

パーム油のトレーサビリティと透明性の確立をめざして2017年、ブルーナンバー(Bluenumber)^{※1}に参画しました。パーム油において、農園、パーム搾油工場、パーム核搾油工場、精製工場に自身や労働者の属性、生産拠点、生産物、活動内容に関する情報の登録を働きかけることにより、トレーサビリティの確立をめざしています。2018年はパイロットを実施し、しくみの有用性を確認しましたが、一方、小規模農家への展開に課題があることもわかりました。また、2018年9月にSUSTAIN^{※2}に創設メンバーとして参画しました。

これらのしくみを小規模農家までのトレーサビリティに活用するべく、運営母体であるNPO/NGOや他の参画企業と協働していきます。

※1 Bluenumber

「国連持続可能な開発サミット」において2015年9月29日に発足。労働者・生産者・地方の農村地域に住む人々のデジタル経済への参画を促す。

※2 SUSTAIN(Sustainability Assurance & Innovation Alliance)

ブロックチェーン技術を活用し、パーム油関係者が協働することによりサプライチェーン情報の共有をめざすイニシアティブ。

小規模パーム農園との対話

経済人コー円卓会議日本委員会(CRT日本委員会)がマレーシアとインドネシアで開催したステークホルダーエンゲージメント(SHE)プログラムに参加し、現地の小規模パーム農園を訪問して農園主等との対話を行いました。また、インドネシアでは、環境や人権課題に取り組む現地NGOとの対話集会にも参加し、パーム農園の状況、課題とその解決に取り組む活動等の知見を得ました。花王は持続可能なパーム油サプライチェーンの確立に向けた努力を続けており、小規模パーム農園における課題に向き合うため今後も対話を継続し、ステークホルダーとともにその課題の解決に取り組んでいきます。



→詳細は「サステナビリティピックス:花王 持続可能なパーム油サプライチェーンの確立に向け、小規模パーム農園との対話を実施」
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/topics/sustainability-20180911-001/

IOIグループのRSPO認証停止に対する対応

大手パーム油サプライヤーのIOIグループが、インドネシアのKetapangにおける森林開発に対する苦情により2016年にRSPOから認証を停止されたことに対し、花王はRSPOから任命された第三者による客観的な検証により改善が確認されるまで、IOIグループからのRSPO認証品の購入を停止していました。花王は、認証品の購入停止中もIOIグループとの対話を重ね、改善経過を確認しました。また、他の外部団体からIOIグループのサプライチェーンの透明性が高く評価されるに至ったことも考慮し、IOIグループからの認証品の購入を再開しました。また、RSPOも苦情パネル(審議会)による処理が終了したことを報告しています。

持続可能で責任ある調達 308-2,414-2 具体的な取り組み

持続可能な紙・パルプの調達に向けての取り組み

花王は、紙・パルプの調達において「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。

FSC 認証紙の導入については、2013年より自社製品の容器包装へのFSC 認証紙の導入を開始し、2016年には日本で初めてFSC 認証を受けた段ボールを導入しました。

2018年12月時点の紙・パルプ認証品比率※は86% (FSC 認証、PEFC 認証等)となりました。

また、2018年7月には、「FSC 認証材の調達宣言」を日本企業6社・団体と共同で発表しました。

※ 2018年12月の認証品比率と2018年の年間調達量を基に算定しています。花王製品に使用する紙・パルプ(一部製品を除く)を対象とします。



→詳細は「ニュースリリース:「FSC 認証材の調達宣言」を日本企業6社と共同で発表」
www.kao.com/jp/corporate/news/2018/20180807-001/

「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドラインにおける目標と2018年実績

紙・パルプの調達において、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ています。

目標	2018年実績	2020年目標に対する達成度(%)
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します。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し、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します。	追跡可能な紙・パルプ:100% (うち、認証品86%) 2018年7月に「FSC 認証材の調達宣言」を日本企業6社・団体と共同で発表	100% —

サプライヤーのモニタリングに Sedex を活用

環境、安全、法令と社会規範の遵守、人権・労働問題の取り組みなどを定めた「調達先ガイドライン」の遵守状況の確認、リスクアセスメントにSedexを活用しています。サプライヤーに対してSedexへの加盟、質問への回答、データへのアクセス権の設定の要請を進めています。

2018年末時点で、グローバルで1,474サイトとのアクセス権が設定されました。日本では503サイトとのアクセス権が設定され、購入金額の62%をカバーしています。2018年は、アクセス権が設定されたサプライ

ヤー(2018年9月時点)に対して、Sedex アセスメントツールによるリスクアセスメントを実施しました。

また、このアセスメント結果をサプライヤーにフィードバックしました。総合評価が“A”以上となるように、改善を要する項目について見直しを求めています。

特に、総合評価が“B”で、Sedex リスク評価が“High”のサプライヤーには、訪問して課題を共有化するとともに、改善に向けた取り組みの要請を行ないました。

Sedex への加盟が困難なサプライヤーに対しては、Sedexを補完する評価ツールとして、独自の調査票も活用しています。法令遵守・人権・取引慣行等の社会的責任の項目と汚染防止(大気、水等)を含めた環境方針・環境目標・各種管理等の環境保全の項目を全面改訂し、2018年から一部運用を開始しています。

新規サプライヤーの採用にあたっては、同様のアセスメントを実施しています。

2018年のSedexによるサプライヤーのリスクアセスメント結果

総合評価	SAQ 回答率※1	Sedex リスク評価※2	花王評価	割合
S	80%以上	Low	優	24%
A	80%以上	Low	良	40%
B	80%以上	Medium or High	要改善	14%
C※3	80%未満	—	要回答	12%
—※4	—	—	—	10%

※1 Sedexのサプライヤー自己評価アンケートに対する回答率

※2 Sedexアセスメントツールによる評価で、リスク発生の可能性をLow、Medium、Highの3段階で評価

※3 未回答のSAQはリスクHighと評価されるため、SAQ 回答率が80%未満の場合は一律“C”評価

※4 回答結果にアクセスできないため未評価

花王ベンダーサミットを実施

花王では、国内外で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。

2018年の日本のベンダーサミットにおいては、持続可能で責任ある調達の取り組みであるCDPサプライチェーンプログラム※1への積極的な協力およびSedexへの加盟を依頼しました。また、2016年からお取引先表彰制度を開始しており、「品質」「価格」「納入」「情報提供」「経営・サステナビリティ」の観点で優秀なお取引先を表彰しました。

2018年は、経済人コー円卓会議の石田寛氏に「ビジネスと人権」と題し企業をとりまく環境の変化、CSRに取り組む意義等について講演していただきました。

ベンダーサミット出席会社数（単位：社）

	国内開催	海外開催	合計
2014年	183	233	416
2015年	214	285	499
2016年	246	279	525
2017年	245	258	503
2018年	243	230	473

CDPサプライチェーン

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、人権問題などを踏まえ、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」および「水」についてCDPサプライチェーンプログラム※1に参加し、主要なサプライヤーに情報開示を依頼しています。2018年から新たに「森林」に関する情報開示の依頼も開始し、海外関係会社のサプライヤーにも拡大しました。また、日本ではサプライヤー向け説明会を開催し、153社が参加しました。2018年の回答率は気候変動が78%、水が76%、森林が91%でした。

また、森林資源に関わる項目はCDP フォレスト※2に回答することを通じ、リスク評価を行なっています。

※1 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・森林に関わる情報開示をCDP プラットフォームを用いて求める取り組み。

※2 CDP フォレスト

CDP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。

サプライヤーの満足度を調査

花王は、自身が公正・公平な調達活動を行なっ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。直近では、2016年に調査を実施し、「発注先選定」「品質」「発注」「接客」「コミュニケーション」等についてお取引先より貴重なご意見をいただきました。「発注」においては、急な納期・数量の変更依頼や提案・相談に対する対応等の課題が確認されました。これらへの対応として、購買部門は「コンプライアンス通報・相談窓口」の周知、SCM部門・情報システム部門と連携した新たな需給計画プロセスの構築を現在進めています。

公衆環境研究センター(IPE)からのメッセージ



MA Jun

Director
Institute of Public &
Environmental Affairs (IPE)

「花王サステナビリティ データブック2018」にて、国連の持続可能な開発目標(SDGs)を事業活動全体に統合した花王の試みを高く評価しています。

花王の取り組みの特徴は、パーム油、パルプ、紙の持続可能な原材料調達に見られるような、製品開発、調達、サステナビリティに関わる部門の協力関係です。具体的には、森林破壊とそれによる気候変動への影響を減らすべく、2020年までにこれらの原材料の100%を、追跡可能で持続可能性に配慮した供給源から調達することをめざして注力しています。たとえば、パーム油の調達においては、アブラヤシ農園から搾油工場、精製工場、油脂化学工場まで、調達のあらゆる段階を管理する詳細なトレーサビリティ体制のもとで行なわれています。

このような詳細な原材料の追跡が、社会に責任ある花王の事業の取り組みを支えています。しかし、SDGsにおける「つくる責任」を達成するためには、そのトレーサ

ビリティと原材料調達の取り組みを現在の範囲にとどまらず拡大していく必要があります。

それには、バリューチェーンのすべての段階を含む包括的なサプライヤーリストの作成が求められます。上流のサプライチェーンをマッピングすることで、環境への影響が大きいサプライヤーを特定し、そのサプライヤーが環境に関するコンプライアンスに違反し、花王の事業にリスクを及ぼさないかを評価できます。この分析により、優先すべき分野への対応や現場での問題が発生した際の対応を、効率的に進めることができます。

花王は資源消費への対策として、水の使用量を最小限に抑える調査や、生産段階や容器包装の廃棄物を削減するための協業を通じ、有意義なサプライヤーエンゲージメントを実施しています。また、IPEのデータベースを使用して、中国のサプライヤーをスクリーニングし、法的基準に違反している工場に是正措置を取るよう要請しました。これまでの活動の成功をふまえると、このサプライヤーエンゲージメントのプロセスを拡大して、あらゆる汚染やコンプライアンス違反を項目に加えれば、現存している環境課題をサプライチェーン全体から取り除くことができるでしょう。

また、長期的なパートナーシップのためには、是正を通じてサプライヤーをサポートするための研修の開催や、環境パフォーマンスの改善に対するインセンティブの提供が推奨されます。

PRTR法のもと、花王は排気や廃水、固形廃棄物中の汚染物質の使用および移動状況を文書化した化学物質排出移動量届出を進んで提出することで、徹底した環境意識を示しています。この測定と開示の実施を拡大し、日本以外のサプライヤーにおいても実施すれば、消費者や投資家はSDGsに貢献する花王の社会的責任に対して、深い信頼を寄せるでしょう。さらに、このサプライチェーンのデータを追跡・公開することで、大部分が生産段階に由来する、グループ全体の環境フットプリントの前年比での削減を裏付けることができます。

花王は、間違いなく家庭用品およびパーソナルケア業界の環境リーダーです。これらの基礎的な努力があるからこそ、上記の提案は、高度なサプライチェーンマネジメントと高い透明性をめざしたものになっています。今後は、サプライチェーンマネジメントへのさらなる注力、持続可能な調達の拡大(すべての調達段階および取引先企業への拡大)、規制遵守に向けたサプライヤーとの協力、情報開示による企業の説明責任の強化が望まれます。

花王は業界リーダーとして、業界全体に影響を与えることができる独自の立場にあります。この範囲を日本以外へも拡大し、消費者、投資家、その他ステークホルダーに、またサプライチェーンの上流から下流まで、持続可能な調達の意義を伝えていくことで、世界の企業活動を変え、持続可能な開発を実践していくことができるでしょう。

花王のアプローチ

「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。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

AI との共存に代表されるデジタル革命、ESG 経営、日本における超高齢社会の到来といった潮流の中で、人々の暮らしや社会システム、仕事のあり方が大きく変わりつつあります。

それに伴い、雇用や人財マネジメントのあり方も変革期を迎えています。企業が継続的に成長するためには、変化を先取りした人財戦略が重要となります。

花王が提供する価値

育児・看護・介護支援施策の拡充、女性の活躍推進、ノーマライゼーションの促進（障がい者の採用拡大と活躍推進）、定年退職後のシニア世代の継続雇用と活躍の場の拡大、柔軟な働き方の推進、業務効率化と意識改革による生産性の向上に取り組んでいます。同時に、社員の健康は個人生活の基盤であるだけでなく、会社にとっても財産であり、成長の源泉でもあるという認識のもと、社員の自主的な健康づくりを奨励し、積極的に支援しています。そして、社員一人ひとりの多様な個性と能力を最大限に発揮できるよう、ダイバーシティ

& インクルージョンをグローバルで推進しています。

企業活動を通じて広く社会に貢献できる人財を育成するための施策をグローバルで強化・推進しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

大きな環境の変化を先取りした人財の採用、育成、配置を計画的に推進しないことによる優秀な人財確保の困難、それによる事業の停滞などのリスクがあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

変化を先導する次世代リーダーの育成を強化し、多様な社員一人ひとりが健康で働きがいをもって業務を行ない、仕事の達成や社会への貢献を通じて成長することで、持続的に成長する会社、グローバルで存在感のある会社を実現します。

貢献するSDGs



方針

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、ラインマネジメントを基本として、社員の成長を支援しています。

また、役割・職責を明確にし、一人ひとりの実績を公正に定期的に評価し報酬に反映させることで、雇用形態や性別等、属性による差別のない公正な評価・処遇を行なっています。

人財開発基本方針

花王グループが“よきモノづくり”を行な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

人財開発の全体像

102-20,103-1,103-2,103-3

花王のアプローチ

体制

「人財開発基本方針」に沿った活動をグループ全体で推進するために、グローバル共通のしくみを導入し、活用しています。たとえば、グローバル人財情報システムによる要員・人件費管理と人財情報の活用、社員意識調査「Find」による組織力の向上、グローバル共通の等級制度・評価制度・教育体系・報酬ポリシーによる人財マネジメント・育成の強化などです。

これらの活動は、人財開発部門統括を責任者とし、花王のマトリックス運営のもと、国内外グループ各社の人財開発部門と連携をとりながら進めています。

また、日本においては主要部門に人事機能を設置するとともに、現場の社員一人ひとりの育成とキャリア開発を担当するキャリア・コーディネーターを配置しています。

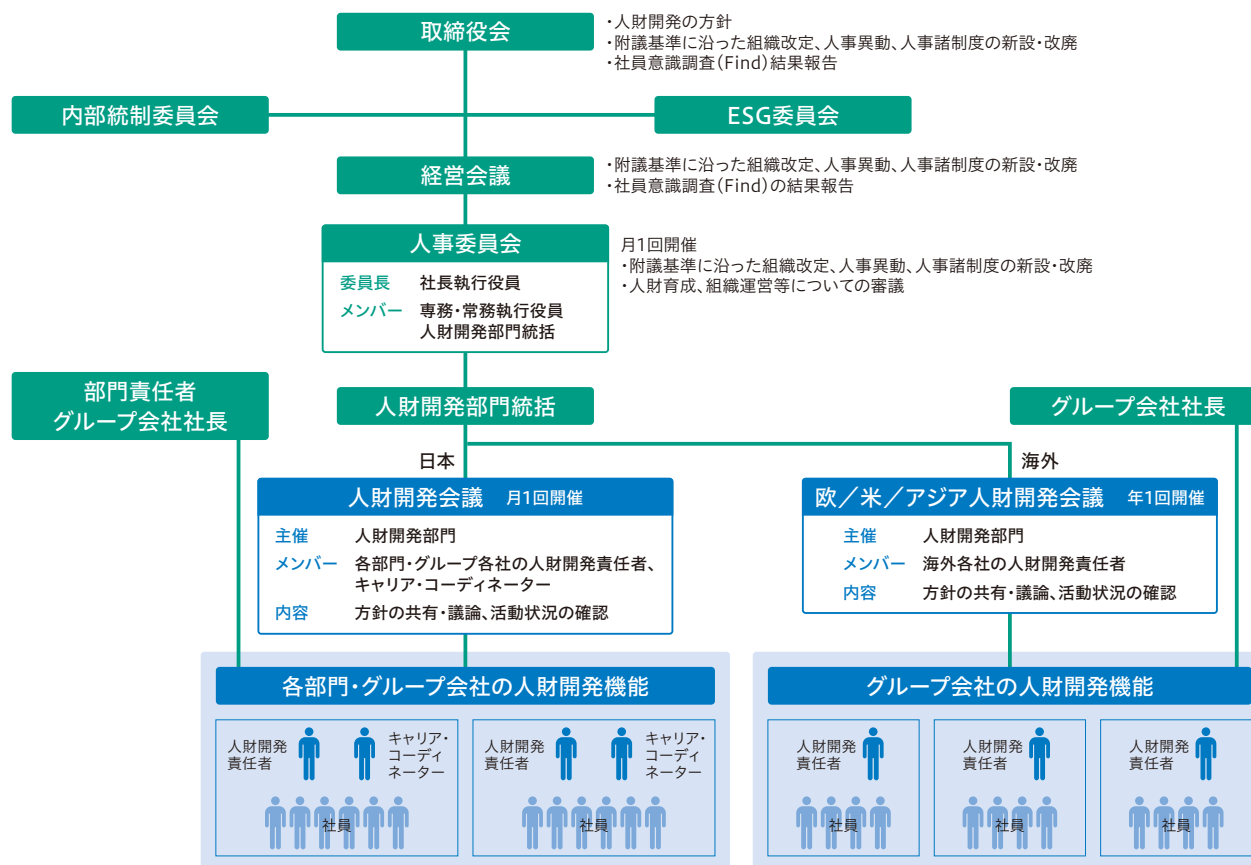
主要部門および日本グループ各社の人財開発責任者をメンバーとする人財開発会議を毎月開催、海外の人財開発責任者との会議を年に1回開催し、花王グループ全体の人財開発の方針、グループ各社の活動状況等について共有・議論しています。

重要な組織改定・人事異動・人事諸制度の新設・改廃は、附議基準に沿って取締役会、経営会議、人事委員会で審議しています。

上記以外に取締役会では、人財開発部門担当役員が人財開発の方針、社員意識調査（Find）の結果を報告しています。

経営トップをメンバーとする人事委員会は毎月開催し、附議基準による審議案件以外にも人財育成、組織運営等について議論しています。

人財開発の推進体制



※2018年12月現在

花王のアプローチ

一人ひとりの社員の無限の可能性を引き出すことが人財育成の最大の目的です。花王グループの多様な社員が、適性に応じたチャレンジングな仕事に挑戦し成長することが、花王のさらなる創造性の発揮へとつながります。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

AI との共存に代表されるデジタル革命、ESG 経営、日本における超高齢社会の到来といった潮流の中で、人々の暮らしや社会システム、仕事のあり方が大きく変わりつつあります。

それに伴い、外部環境を理解し企業変革を推進するために、求められる思考力や専門知識・スキルを再定義し、人財を育成することでイノベーションを促していくことが、企業の人財育成における重要課題となっています。

花王が提供する価値

社員一人ひとりが持つ可能性を最大限に発揮できる環境を提供することが、新たな事業の機会や成長を生み出す原動力となります。企業活動を通じて広く社会に貢献できる人財を育成するための施策をグローバルに強化・推進していきます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

大きな環境の変化を先取りした人財の採用、育成、配置を計画的に推進しなければ、花王の継続的成長を実現できません。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

変化を先導する次世代リーダーの育成と多様な社員一人ひとりのキャリア開発により、全社員が働きがいをもって業務を行ない、仕事の達成や社会への貢献を通じて成長することで、持続的に成長する会社、グローバルで存在感のある会社を実現します。

貢献するSDGs



方針

ビジネスを強力に推進するとともに、花王グループの理念であり、強みの源泉である「花王ウェイ」の行動・価値観を体现し、叡智を結集するリーダーを育成します。また、各組織において社員一人ひとりのキャリア開発を推進し、魅力ある育成機会を提供します。さらに、社員の能力・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、この流れをグローバルに実現することをめざしています。

人財育成 103-1,103-2,103-3,404-2 花王のアプローチ

体制

花王 グローバル共通プログラム・部門専門プログラム

		マーケティング	販売	SCM	R&D	情報システム
SMP 職層	 グローバルリーダーシップ 開発プログラムII					
	 海外トップマネジメント					
	 G3等級改定研修					Stage 3 IT総合研修
MP 職層	 グローバルリーダーシップ 開発プログラムI		BLDP Advanced		主幹・主席フォーラム	Stage 2 メソドロジー研修 (応用) アプリケーション 応用研修 テクノロジー 応用研修
	 マネージング・ヒューマン・ パフォーマンス (MHPP)		BLDP Basic Sales	SCリーダー 研修		
LS 職層	 海外赴任者研修	MK Univ. (マスター)	Exchange Program	・SCM研修 ・グローバル テクノスクール ・グローバルエン ジニアスクール ・高圧塾 ・防菌塾 ・品質OJT ・SHIC	基礎科学塾	Stage 1 メソドロジー研修 (基礎) アプリケーション 基礎研修 テクノロジー 基礎研修
	 ビジネススキル ファシリテーション、ネゴシエーション、 プロジェクトマネジメント	MK Univ. (ベーシック)	AC 研修	キーアカウント マネジメント エクセレンス		
	 花王ウェイ  インテグリティ	MK基礎 II				
S 職層	 入社オリエンテーション	MK基礎 I	導入 研修	フィールド セールス エクセレンス	フレッシュマン フォーラム	入社IT専門研修

SMP職層：シニアマネジメント/シニアプロフェッショナル職層

MP職層：マネジメント/プロフェッショナル職層

LS職層：リーディングスタッフ職層

S職層：スタッフ職層

中長期目標と実績

中長期目標

1. 自ら学び、変化を先導することを促す研修プログラム グローバルリーダーの育成

- ・グローバルビジネスを牽引するリーダー候補に対しては、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ます。経営スキルの向上を図るとともに、さまざまな領域の最新知見に触れる機会の拡充と人的ネットワークの構築を進めます。また深い洞察力と価値軸を涵養するための場として、リベラルアーツ学習も導入します。

社員への多様な育成支援

- ・「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、各拠点で社内講師を養成し、スピーディできめ細かい展開を行ないます。
- ・キャリアの節目における異業種交流の機会を拡充し、視野の拡大とネットワークの構築を通じて、知的創造活動への刺激を高めます。
- ・eラーニングやインターネットを使った語学学習等の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ます。
- ・日本において60歳以降の働き方を見据えたキャリア開発の重要性がより高まっていることを踏まえ、中高年の社員を対象としたライフプランセミナー等を実施します。

2. キャリア開発支援

- ・花王グループ全体での計画的な採用・配置・育成を実現するための総合的なキャリア開発計画、新たな雇用ポリシーを策定・実行します。
- ・所属会社や雇用形態に関わらず、花王グループ全体での個別キャリア開発を推進し、各人が将来に向けた目標を持ってチャレンジングな課題に取り組む環境を創出します。なお、この個別キャリア開発の推進にあたっては、花王グループ各社にて、“能力・キャリア開発支援 (SeEDS: Self Education & Development Scheme)” を順次導入しています。

3. 公正かつ納得性の高い評価・処遇

- ・花王における人財開発の基本的な考え方である“役割と成果に基づく透明性の高い評価と処遇”が雇用形態に関わらず適用されており、それにより差別のない公正な評価・処遇を行なっています。
- ・社員の職務や役割、職責を明確にするとともに、一人ひとりの実績を公正に定期的に評価し、処遇・報酬に反映させるしくみをグローバルに運営します。なお、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、本格稼働しています。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

社員の能力、働きがいの向上と人財の定着が促進され、社員一人ひとりが持てる力を最大限に発揮し、組織全体として高いパフォーマンスを生み出すことで、社会、環境、消費者にとってよりよい製品・サービスの提供が可能となります。その結果、収益の拡大およびコストの低減が実現します。

社会に及ぼす効果

働きがいのある職場で、社員が変化を恐れず果敢にチャレンジすることを通じて、社会課題を解決し得るアイデアを生み出し、サステナブルな社会の実現に向けたよりよい製品・サービスを提供します。

2018年の実績

実績

自ら学び、変化を先導することを促す研修プログラム

グローバルリーダーの育成

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」を実施しています。

2018年は31人(海外から16人、日本から15人)が参加しました。2016年からは、個々の課題意識に対応したビジネススクールの公開講座への参加や個人発表なども取り入れ、次世代を牽引するリーダー育成を強化しています。

さらに、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。

2018年は、日本では381人(男性189人、女性192人)が受講しました。海外各社でも2017年から改訂版プログラムで教育を再開しており、グループ全体で一層の連携と協働を進め、マネジメント強化に取り組んでいます。

それぞれのプログラムは、参加者からも高い評価を得ています。

社員への多様な育成支援

従来の45歳を対象とした「ライフキャリアデザインセミナー」、50代後半を対象とした「ライフプランセミナー」に加え、新たに50歳社員を対象とした「50歳キャリアセミナー」を2017年から実施(花王(株)から導入)しました。

社員1人当たり平均研修時間

	2017年	2018年
平均研修時間	13.0時間	12.6時間

社員1人当たり教育訓練費(連結)

	2016年	2017年	2018年
教育訓練費	66,000円	58,000円	56,000円

花王のアプローチ

花王はダイバーシティから生まれる活力で社会に新しい価値をもたらしたいと考えています。そのために、社員一人ひとりの多様な個性・価値観を受け入れる風土のなかで、全員が熱意と能力を最大限に発揮でき、そして、その力が結集されて企業としての総合力が高まることをめざしています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

社会の価値観や暮らしが大きく変化し、多様化しています。特に日本では少子高齢化によって労働人口が減っており、事情を抱えて働く社員はさらに増加する見込みです。

企業がそれらに対応していくためには、多様な価値観を受け入れ、多様な社員が活躍できる組織でなくてはならないと考えています。意欲と能力以外の要因で社員が活躍しにくい組織では、価値観の多様性が損なわれ、創造性や革新性を十分に発揮できません。

花王が提供する価値

ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)推進は、多様なお客さまに、今まで以上にご満足いただける商品やサービスを、スピード感を持って提供し続けることに貢献します。

全社員にD&I推進の意義を浸透させ理解を深めさせるとともに、社員がその属性(国籍、性別、性的指向、性自認、年齢、障がいの有無等)に関わらず活躍できる環境をつくり、仕事と育児・看護・介護等の両立支援も進

めることで、社員の働きがいと業務における成果の最大化をめざします。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

多様な人財が活躍できない企業が持続的に成長することは難しいと考えています。社員の意欲の低下、退職者の増加によって、企業の総合力を十分に発揮できない可能性が高まります。また、優秀人財の獲得も難しくなると思われます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

D&I推進の分野でもグローバルな存在感を示すことにより、社員の意欲向上だけでなく、社会での評価が高まり、花王で働きたいと思う将来の社員候補の増加にもつながります。

貢献するSDGs



方針

社員一人ひとりが熱意と能力を最大限に発揮して活躍できる風土としくみを整えています。マネジメント層や同僚との円滑なコミュニケーションを通じて醸成された信頼関係を基盤に、意欲的に業務に打ち込める環境と、属性等に関わらず、その力を発揮した人が報われる風土・環境づくりに取り組んでいます。

これらを通じて、組織と個人の成長の好循環をめざします。

教育と浸透

D&Iの実践、浸透においては特にマネジャーが重要な役割を担うと考えており、日本国内の各組織にて、全マネジャーを対象としたダイバーシティ・マネジメントのトレーニングセッションを2017年から実施しています。

体制

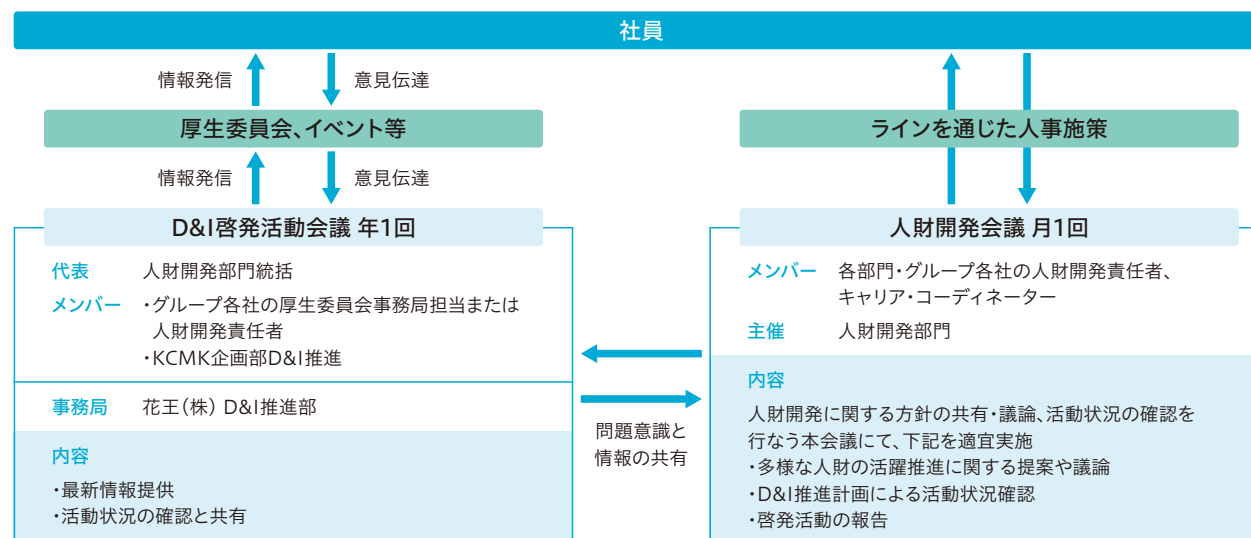
経営幹部候補人材の多様性の促進やグループ全体の方針などについては、役員による人事委員会で議論します。また、グループ全体へD&Iを浸透、定着させていくために、花王(株)に専任組織があります。花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)グループの専任組織や各グループ会社・部門の人事責任者と、厚生委員会事務局責任者などが連携し、人材開発会議とD&I啓発活動会議の2つの会議体を通じて、広く情報共有と意見交換、議論を行なっています。

日本の各会社・各部門では、各組織の現状分析に基づいたD&I推進計画を立案・実行し、継続的なレベルアップをめざしています。

花王(株)の9事業場と主要関係会社6社の厚生委員会事務局責任者・担当者はD&I推進に関する情報発信やイベントの企画と実施を担当しています。D&I啓発活動会議では、各組織での好事例の紹介、啓発月間の実施に関する情報発信や最新トピックスに関する情報共有などを行なっています。2018年は「意思決定のバイアスを考える」というテーマで、専門講師から講義を受けました。

両会議間で、相互のトピックスを共有することで、重層的にD&Iを推進しています。

D&I推進活動の体制



中長期目標と実績

中長期目標

日本においては性別、障がい等の属性や育児・介護といった家族的責任の有無などによらず、社員が意欲を持って活躍しやすい環境整備と風土醸成に引き続き取り組みます。

なお、日本では各社が連携して取り組みを進めていますが、海外各社ではそれぞれの課題意識に沿った活動を行なっています。今後海外を含めたグループ全体で丸となって推進していくために、新しい体制を検討しています。

グループ全体で好事例を共有しながら、属性などを超えた社員一人ひとりの個を尊重し、活かせる組織をめざし、取り組みを強化します。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

- ・社員の働きがいとやりがいの向上による活力の向上
- ・社員の定着促進と、採用における市場優位性の向上
- ・海外を含めて取り組むことでのグループ体感の向上
- ・それらの結果として、採用や定着に関するコストの削減と、生産性の向上による収益の拡大を見込む

社会に及ぼす効果

D&Iの実践によって組織に新しい価値が生まれやすくなり、お客さまに喜びと満足を感じていただける、よりよい製品・サービスの提供につながります。

2018年の実績

実績

引き続き、D&Iを花王グループ全体で一層推進するための体制構築に向けた検討を進めています。2018年は海外人事責任者および担当者に展開案を提示し、方針や進め方、重点課題に関する議論を行ないました。

2018年4月、イントラネットにD & I推進部のポータルサイトを開設しました。これまで発信してきたダイバーシティ&インクルージョンに関する情報や取り組みをまとめて、日本における情報発信の新たなプラットフォームとします。

社員意識調査Find2018の結果においては、「仕事と家庭のバランスをとるための制度やしくみ」に関する肯定的回答が6ポイント増加しました。

花王USAでは「I&D活動」として、取り組みを推進しています。2018年は、毎月イントラネットで多様性に関する記事を掲載しました。また、無意識の偏見に関する研修などを行ないました。

実績に対する考察

日本では、属性別の課題対応を着実に進め、情報発信のプラットフォームを整えました。引き続き、海外を含めた花王グループ全体でD&Iを推進する体制構築を進めます。

現在は海外グループ会社と事例共有を始めた段階ですが、今後、取り組みの連携を検討していきます。

ステークホルダーとの協働

・2010年に国連機関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「女性のエンパワメントのための指針」に署名しました。

・社会全体でのD&I推進に貢献するために、行政や諸団体などの研究会メンバーとして議論に参加し、セミナーや講演会では企業事例紹介を行ないました。

2018年の主な事例紹介

- ・厚生労働省「仕事と育児の両立支援に係る総合的研究会」(2017年6月-2018年3月)に花王社員が企業実務をよく知るメンバーとして参加
- ・日本経済団体連合会主催シンポジウム「仕事と介護の両立支援の一層の充実に向けて」(東京、福岡)にて事例紹介
- ・厚生労働省 政務官視察対応(介護支援サービスと社員向け支援策の紹介)
- ・栃木県(とちぎ男女共同参画センター)主催「キャリア・マネジメント講座」(女性活躍推進企業訪問)の受け入れ
- ・中部生産性本部主催の講演会に登壇(介護支援)

・特例子会社花王ピオニー(株)では職場見学や特別支援学校生の職場訓練を積極的に受け入れることで、障がいのある人の就労を支援しています。また、障がいの者の就労支援を行なう特定非営利活動法人と連携し、施設外就労の場を茅場町本社内に設置しています。

具体的な取り組み

多様な人財の活躍支援

グループ体としてのD&I推進に向けて

D&I推進における議論を海外各社と行なっています。2018年には欧米・アジアの人事責任者および担当者と問題意識を共有し、議論を深めました。

また、取り組み事例の収集を開始し、2019年度からグループ全体で共有していく予定です。

性別を含む属性によらない選抜と育成

性別については、部門ごとの課題をD&I推進計画に織り込み、推進しています。基幹人財選抜では、社員構成に応じたためやすを設け、属性に偏らない選抜と育成を着実に進めています。役員による人事に関する会議でも、上級職候補者に女性が含まれているかを確認しながら議論を進めています。

女性のロールモデルが限定的であるため、ポジティブアクションの一環として、複数の外部異業種勉強会に女性管理職層の参加を推進しています。NPOや公益社団法人主催の勉強会等の他、社内の女性執行役員が他社の役員と連携して自主的に企画・実施している会もあります。

KCMKグループ

特に広く人財の育成を促進する目的で、他社2社と連携して、管理職手前の女性社員を対象とした異業種交流会を企画し、KCMKグループからは5人が参加しました。

花王USA

花王USAでは、女性のキャリア形成と情報共有を進めていくため、花王ネットワークオブウイメン(Kao NOW)を組織しています。“組織のすべての女性に、つながりと支援の場を提供すること”を使命とし、ネットワーク、地域、学習のニーズに対応するために、3つの委員会を設置して活動しています。

マネジャー向けの研修

花王(株)ではマネジャー向けのダイバーシティに関するトレーニング・セッション(基礎編)を2017年から開始しています。2018年は栃木事業場で5回実施し、225人が参加しました。また、未受講者を対象に同内容でのeラーニングを実施し、794人が受講しました。昨年から受講者総数は2,800人で、管理職における受講率は94%です。

シニア層の活躍

シニア層が定年退職後も経験や専門性を活かして社内外で活躍・貢献できるよう、新たな職務開発とイントラネットでの募集、シニア職務相談窓口でのキャリアカウンセリングや職務マッチングを行なっています。

LGBT研修

LGBTに関する社員の理解促進のため、日本で全社員(対象・約1万6千人)を対象にeラーニングを実施しました。併せて、ALLY(アライ)※の募集を行ない、約200人の社員から表明がありました。

他にも、2015年から、各事業場でLGBTに関する講演会を開催しており、2018年の開催は1カ所(和歌山事業場、25人参加)でした。これまでのべ6カ所で開催し、のべ393人が参加しました。カネボウ化粧品直営のメイクスクールにおいても、講師に「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」とリーフレット配布による啓発を実施しました。

※ ALLY(アライ)
自身はLGBTではないが、LGBTを理解し、支援する人

ダイバーシティ&インクルージョン 102-8,401-1,405-1 具体的な取り組み

花王グループ社員数(正社員)

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
合計(人)	32,707	33,026	33,195	33,560	33,664
男性(人)	15,367	15,686	16,863	16,970	16,916
女性(人)	17,340	17,340	16,332	16,590	16,748
女性比率(%)	53.0	52.5	49.2	49.4	49.8
日本	21,852	22,105	21,991	22,211	22,323
男性(人)	9,771	9,981	10,861	10,812	10,859
女性(人)	12,081	12,124	11,130	11,399	11,464
女性比率(%)	55.3	54.8	50.6	51.3	51.4
アジア・オセアニア(日本を除く)	7,086	7,091	7,312	7,191	7,003
男性(人)	3,517	3,679	3,922	3,957	3,773
女性(人)	3,569	3,412	3,390	3,234	3,230
女性比率(%)	50.4	48.1	46.4	45.0	46.1
欧米	3,769	3,830	3,892	4,158	4,338
男性(人)	2,079	2,026	2,080	2,201	2,284
女性(人)	1,690	1,804	1,812	1,957	2,054
女性比率(%)	44.8	47.1	46.6	47.1	47.3

花王(株)の状況(正社員)

	2016年	2017年	2018年
正社員(人)	7,195	7,332	7,655
男性	5,568	5,631	5,831
女性	1,627	1,701	1,824
女性社員比率(%)	22.6	23.2	23.8
女性管理職比率(%)	14.0	15.5	16.8
女性管理職数(人)	336	381	432
女性役員比率(%)	8.8	8.6	5.7
女性役員数(人)	3	3	2
平均年齢(歳)	41.2	41.0	41.8
男性	42.0	41.7	42.6
女性	38.5	38.6	39.4
平均勤続年数(年)	18.3	17.4	17.8
男性	19.4	18.4	19.2
女性	14.5	13.9	13.5
新卒採用者数(人)	283	269	304
男性	214	196	214
女性	69	73	90
離職率(%)	0.5	0.6	0.7

花王グループ 女性社員の状況

		2016年	2017年	2018年
女性従業員				
グローバル	比率(%)	49.2	49.4	49.8
	人数(人)	16,332	16,590	16,748
日本	比率(%)	50.6	51.3	51.4
	人数(人)	11,130	11,399	11,464
女性管理職				
グローバル	比率(%)	25.4	25.1	27.3
	人数(人)	1,700	1,618	1,799
日本	比率(%)	13.1	14.6	18.4
	人数(人)	573	648	847
女性役員				
グローバル	比率(%)	6.7	7.7	8.0
	人数(人)	11	14	16
日本	比率(%)	4.1	4.5	6.0
	人数(人)	5	6	10

※1 役員比率の対象は、花王グループ主要会社(2018年52社)

※2 2018年から役員比率・人数の算出定義をのべ数に変更しました



女性管理職比率(日本)の2020年目標は以下をご覧ください

→ P223「主なサステナビリティ指標」

花王(株)再雇用者数

	2016年	2017年	2018年
定年退職者数※(人)	104	93	109
うち、再雇用者数(人)	86	73	92
再雇用者比率(%)	82.3	78.5	84.4

※ 定年退職者数 = 定年退職者 + 再雇用者数

障がいへの理解と雇用の促進

花王では障がいを多様性の一つととらえ、「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」という基本方針を掲げています。

ノーマライゼーションの推進

- ・9月を「障がい理解促進月間」と定め、厚生委員会を通じた関連情報の共有やイントラネットでのニュースレターの配信などを行なっています。また、障がいを理解するためのセミナーや、知的障がいのある社員と合同研修会などを定期的に開催しています。
- ・当事者と周囲の相互理解を促進するため、「障がい者雇用ガイドブック」や「障がい理解シート」などを作成し、イントラネットで提供しています。
- ・聴覚障がいのある社員のコミュニケーション支援のため、音声文字化ソフト「UDトーク」を導入しています。
- ・相談窓口として全国の拠点に「障がい者サポーター」を配置するとともに、年1回「障がい者サポーターミーティング」を開催し、サポーターのスキルアップとサポート体制の強化を図っています。

特例子会社での取り組み

特例子会社花王ピオニーは、2005年の設立以来、知的障がい者を中心に、重度知的障がい者についても積極的に採用しており、プロダクション部門では健常者による通常ラインと同等の生産量を実現しています。また、2017年に新たにオフィスサポート部門を立ち上げ、雇用拡大に努めています。

そうした長年の取り組みが評価され、障がい者雇用に関わる特色ある優れた取り組みを行なっている企業として、東京都より「障害者雇用エクセレントカンパニー賞」を受賞しました。

2019年1月現在、知的障がいのある社員33人を含む総勢41人が働いています。

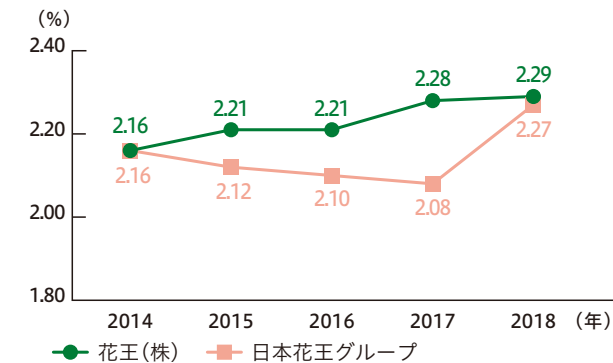


花王ピオニー(株)オフィスサポート部門

障がい者雇用率(日本)

日本花王グループの障がい者雇用率は2.27%となっており、法定雇用率2.2%を上回っています。(2018年6月現在)。

花王グループ 障がい者雇用率※



2018年6月1日時点

※ 集計範囲

障がい者雇用義務のある日本国内の関係会社13社(花王(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)、ソフィーナビューティカウンセリング(株)、カネボウビューティカウンセリング(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)、特例子会社花王ピオニー(株))

多様な働き方の実現

多様な社員がさまざまな職場で活躍できる姿をめざし、職場の改善と、より柔軟な働き方の実現に向けて、環境と各種人事制度の整備などを進めています。
また、現行の人事諸制度をきちんと活用できる風土醸成が重要と考え、さまざまな情報発信や研修などの活動を行なっています。

誰でも作業しやすい生産ライン

工場では、体力的負荷の大きい紙加工の生産ライン※において、女性でもシニアでも「誰でもオペレーションできるラインの実現」をめざし、設備の改善や作業方法の見直し等を進めています。

工場においても女性の活躍の場が年々広がっており、女性オペレーターによる工場間での情報交換会を実施し、交流を通じた相互理解と女性視点での業務改善を進めています。

※ 花王(株)の酒田工場・栃木工場、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)

柔軟な働き方に対応する制度

より柔軟な働き方の実現に向けて、「時間と場所の選択肢を増やした多様な働き方」を推進するための新しい施策として、2018年1月からKCMKグループ、その他主要会社では7月から在宅勤務制度を導入しました。生活上のさまざまな事由を抱える社員に対し、上司の承認があれば在宅で業務ができるようになりました。

また、以前より導入していたフレキシブルタイム(7:00～20:00内で柔軟な就業)に加え、より柔軟な働き方ができるよう清算期間を1カ月単位に拡大した月間フレックスタイム制を導入しました。

休暇取得促進

働き方の意識改革(休暇取得の有効活用)と長時間労働対策を“ねらい”とし、花王グループ平均取得率:80%以上、各人最低取得率:50%以上をチャレンジ目標に掲げ取り組んでいます。2018年の平均取得率は74.8%となりました。目標達成に向けて、さらに取り組みを進めます。

新人事システムの導入

日々の勤務開始・終了時間を外出先や自宅でもスマートフォンなどから実態に合わせタイムリーに申告できるようになったことで、サービス残業などの撲滅と申請・承認作業の効率化につながっています。

仕事と育児・介護の両立支援

育児休職復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)

日本花王グループで育児休職からの復職予定者を対象に、育児休職復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)を毎年実施しています。セミナーでは、復職後の生活を具体的にイメージし、復職に向けた準備や心構え、意識の向上を図っています。

花王(株)では、家庭生活やキャリア形成におけるパートナーとの協力関係を築くことをねらいの一つとし、配偶者同伴での参加を推奨しています。

KCMKグループでは、同セミナーの中で特にモチベーションの向上にポイントを置き、社長メッセージや先輩ママ社員の講話などを取り入れています。2018年に初めてソフィーナ、カネボウの店頭美容職合同で実施しました。今回は復職者の多い支社で行ないましたが、2019年以降は全国支社での展開を予定しています。

介護支援の取り組み

「一人ひとりが自ら主体的に行動できる」「お互い様意識を持って助け合える」を基本方針に、介護離職防止の啓発や職場における相互理解の促進に取り組んでいます。高齢者介護においては、特に家族関係にストレスを抱える社員が多いことから、2018年は、家族とのコミュニケーションをポイントとして介護セミナーの開催(受講者数810人)や介護ハンドブックの改訂などを実施しました。

主な仕事と育児の両立支援

- 男性社員向け両立支援制度案内リーフレットの配布
- 休職前・復職前面談の実施
- 育児休職報告書による休職者と職場上司のコミュニケーション促進
- 育児休職者復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)の開催
- 企業内託児施設(メリーズガーデン)の設置
- F&M(Father & Mother)ミーティングの開催(パパ・ママ社員による座談会)
- eラーニング「仕事と育児の両立マネジメント」(マネジャー向け)

主な仕事と介護の両立支援

- 介護セミナーの開催
- 介護ハンドブックの提供
- 人事担当者の介護相談対応スキルの強化
- 社外介護相談窓口の設置

共通の取り組み

- 休業制度利用前の個別ガイダンス
- 各種補助サービスの活用促進
- マネジャー研修による意識啓発
- 啓発ニュースレターの配信
- 仕事と家庭の両立支援ガイドブックの提供

「プラチナくるみん」認定を取得

花王(株)は、優良な子育てサポート企業として、次世代育成支援対策推進法に基づき、2016年5月に「プラチナくるみん」認定を取得しました。



2018年度の花王(株)育児休職復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)

ダイバーシティ&インクルージョン 401-3 具体的な取り組み

多様な働き方のための主な就業制度(花王(株))

主な制度	内容	
	育児関連	看護・介護関連
休職	原則、子の1歳4月末日まで取得が可能 育児休職開始日からの5日については、有給扱い	最長1年間まで取得が可能 なお、取得可能期間内であれば、最大3回まで分割して取得が可能
短時間・時差勤務	子の小学校3年生修了まで取得可能 1日当たり2時間までの所定就業時間の短縮、もしくは所定就業時間の開始・終了時間の変更が可能	フレキシブル勤務とあわせて最長3年間取得が可能、また3年間のうちに最大2回まで分割して取得が可能 1日当たり2時間までの所定就業時間の短縮、もしくは所定就業時間の開始・終了時間の変更が可能
フレキシブル勤務	原則、子の1歳4月末日までの間で会社が要請した場合に実施可能 週3日の勤務もしくは、週5日の半日勤務が可能	短時間・時差勤務とあわせて最長3年間取得が可能、また3年間のうちに最大2回まで分割して取得が可能 週3日の勤務もしくは、週5日の半日勤務が可能
所定外労働の制限	小学校1年生の4月末日まで、時間外勤務・休日勤務・深夜勤務が制限および免除できる	2週間以上の看護・介護を要する家族を有する場合、必要な期間において、時間外勤務・休日勤務・深夜勤務が制限および免除できる
在宅勤務	育児上の事由で、上司の承認のもと在宅勤務が可能(全日も可)	看護・介護上の事由で、上司の承認のもと在宅勤務が可能(全日も可)
看護・介護特別休暇	家族の看護や介護の事由が発生した際に利用できる特別休暇(年間40日もしくは20日付与)	家族の看護や介護の事由が発生した際に利用できる特別休暇(年間40日もしくは20日付与) 取得の際には、終日・半日・時間の単位での利用が可能

主な制度	内容	
	共通	
フレックスタイム制	事由は問わず、一部交替・シフト勤務者を除き全社員が適用 フレキシブルタイム(7:00~20:00)を設けており、この範囲内で始業・終業を設定 清算期間を1カ月単位に拡大 なお、コアタイムは設定していない	
時間単位休暇	年間5日分を上限に年次有給休暇の時間単位での取得が可能 利用に際しての事由は問わない	
海外赴任同行休職	配偶者の海外赴任時に赴任先への帯同に際し、最短1年間から最長2年間の間で取得が可能	
私傷病特別休暇	自身の私傷病の際に利用できる特別休暇(年間40日もしくは20日付与) 原則、8日以上休業を要する場合に利用が可能	
ボランティア特別休暇	会社が認めたボランティアに参加する際に利用できる特別休暇(年間5日付与) 1日もしくは半日の単位での利用が可能	
リフレッシュ休暇	勤続10・20・30・40年に到達した際に付与される(年間5日付与)	

就業制度の利用状況(花王(株))

就業制度	2017年	2018年	単位
所定外労働時間平均(月)	19.5	18.7	時間
年次有給休暇 平均利用日数	13.7	15.1	日
年次有給休暇 平均取得率	72.8	78.8	%
時間単位休暇取得実績 平均取得時間	1.7	3.3	時間
育児休職取得者数(男性)	101	124	人
育児休職取得者数(女性)	90	113	人
育児による時短・時差勤務取得者(男性)	11	12	人
育児による時短・時差勤務取得者(女性)	85	102	人
看護・介護休職取得者(男性)	2	2	人
看護・介護休職取得者(女性)	2	2	人
看護・介護による時短・時差勤務取得者(男性)	1	1	人
看護・介護による時短・時差勤務取得者(女性)	0	0	人
海外赴任同行休職取得者(男性)	0	0	人
海外赴任同行休職取得者(女性)	6	8	人
ボランティア特別休暇取得実績 平均取得日数	0.9	1.9	日
ボランティア特別休暇取得実績 取得のべ人数	7	9	人
在宅勤務制度利用実績	—	308	人

ダイバーシティ&インクルージョン

具体的な取り組み

Topic 外部からの評価

トムソン・ロイター D&I インデックスに選定

2018 年、「Thomson Reuters Diversity & Inclusion Index」において、花王は24位にランキングされ、日本企業の中では最上位となりました。このインデックスは、トムソン・ロイター社が7,000社超の上場企業をランク付けし、D&Iが最も高い上位100社を公開するものです。



なでしこ銘柄に3度目の選定

女性活躍推進企業として、2018年「なでしこ銘柄」に3度目の選定を受けました。性別によらない、意欲・能力に応じた評価と登用を推進し、また、多様な働き方を可能にする制度の整備を進めたことが評価されました。



花王のアプローチ

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、さまざまな社員との対話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、よりよい組織と職場環境づくりに取り組んでいます。

社会的課題と花王が提供する価値

花王が提供する価値

企業の成長と社員の働きがいの両立を図る上で、花王では権威主義を排し、経営幹部と社員が共に同じ目標に向かって努力するという企業文化を大切にしています。

会社の現況・方針や人財開発施策に関しては、社員代表と定期的に共有・議論の場を持ち、良好な労使関係の構築に努めています。社員自らがさらに創造性を発揮し、より質の高い商品やサービスを提供します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

良好な労使関係が健全に維持できないと、社員エンゲージメントが低下し、2030年のありたい姿の実現のために計画した事業目標を達成できないリスクがあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

良好な労使関係を維持・発展させることにより、社員エンゲージメントが向上します。そして社員自らがさらに創造性を発揮し、2030年のありたい姿の実現のた

めに計画した目標を上回る成果の達成も期待できます。

貢献するSDGs



方針

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、社員エンゲージメントの向上をねらいとして、対話の機会を設けています。経営層から社員へ会社の現況と方針・人財開発の重点課題を説明し、また社員からの質問にも答える意見交換の場を設けることで、経営層と社員の相互理解を促進します。これにより、本質的な社員の声を把握し、今後の人財開発施策や職場環境改善等に活かします。

花王（株）の和歌山工場、酒田工場 の単位組合や関係会社の労働組合とは、経営層や人事責任者との定期的な対話の機会があり、組合からの提案や要望に応えるとともに、経営層と社員間で会社の現況や今後の方針を共有しています。

よりよい組織と職場環境をつくるため、定期的に社員意識調査「Find」を実施しています。各組織の状態を数値データで可視化することで組織の強みや弱みを確認し、結果の分析に基づき課題を見つけ、改善方法を議論して計画を立案し実行するという、組織・職場改善のためのRPDCAサイクル※を徹底しています。

※ RPDCAサイクル
業務改善のPDCAサイクルにR(Research)「現状分析」を加え、変化する状況への対応力を高めたもの

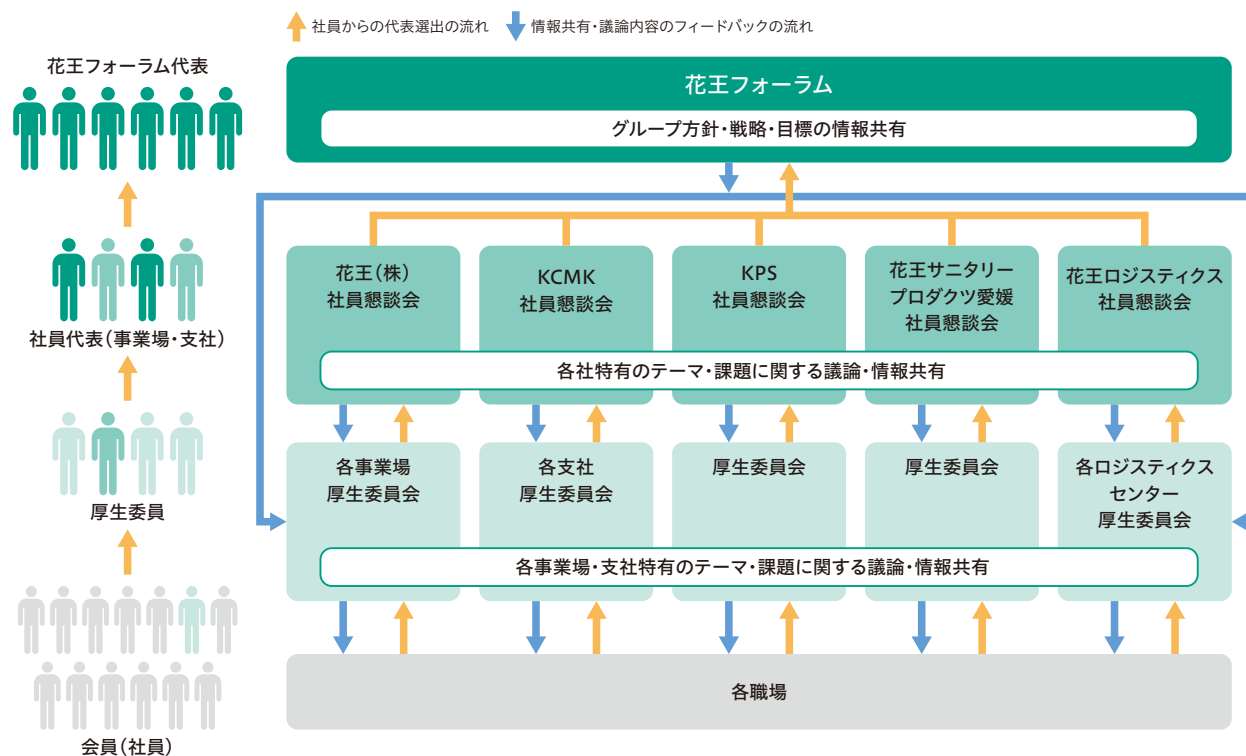
体制

定期的な社員との対話の場として、各事業場・支社における厚生委員会、各社における社員懇談会、花王グループ全体の花王フォーラムを設けています。花王では日本と欧州でフォーラムを実施しています。日本の花王フォーラムには、花王(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)、花王プロフェッショナル・サービス(株)(KPS)、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)の社員代表が参加します。

厚生委員会は月1回実施、社員懇談会・花王フォーラムは年2回実施しています。それぞれの会で議論・共有した内容は社員代表や厚生委員を通じて、社員への継続的・相互的な情報共有を実施しています。花王グループでは、労働組合に加入しているのは従業員全体の32%です。*

※労働組合加入率は、情報保護の観点から組合加入有無を開示できない会社を除外しています。

社員の対話に関する体制



中長期目標と実績

2020年中期目標

社員意識調査の定期的な実施と組織改善に向けたRPDCAサイクルの強化・徹底

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

社員エンゲージメントの向上に伴い、計画した成長目標を達成あるいは上回る成果を実現することによる収益の確保あるいは拡大が見込めます。また、社員の離職率低下により、採用コストの低減が期待できるだけでなく、エンプロイヤーブランド価値の向上が期待できます。

社会に及ぼす効果

社員エンゲージメントの向上に伴い、社員自らがさらに創造性を発揮し、より質の高い商品やサービスを提供できます。環境負荷の軽減や消費者の満足度向上の実現が期待できます。

2018年の実績

実績

- ・2018年4月に、社員意識調査(社員の声・意識調査「Find」)を実施しました。
- ・2018年2月、7月に花王グループ各社社員懇談会、花王フォーラムを実施。2018年5月には欧州地域の従業員代表17人が参加し、Kao European Forumを実施しました。
- ・花王フォーラムでは花王(株)15人、KCMK10人、KPS2人、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)1人、花王ロジスティクス(株)1人の計29人の社員代表が参加しました。社員代表より各事業の方向性、商品開発・販売施策の展開、社会貢献活動の取り組み等について質問が寄せられました。社員代表からは、「グループの一員としての意識が高まった」「方向性や考え方を知ることができ今後の指針となる」というような多数の意見が寄せられました。
- ・各社社員懇談会では、各社の方針や施策についてより具体的な議論を行ないました。
花王(株)社員懇談会では、人事責任者と社員とで主に人事・厚生関連のテーマについてディスカッション

し、よりよい働き方の推進に向けた取り組みなどの意見交換を行ないました。

→在宅勤務制度:意見交換を通じて社員の意見を参考にし、在宅勤務のトライアル実施や制度導入に至りました。

→生活関連手当ての見直し:継続的に進捗報告および意見交換を実施しています。

実績に対する考察

- ・2019年は、2018年に実施した社員の声・意識調査「Find」の調査結果から見出された課題に対するアクションプランを策定し、課題の解決に取り組んでいます。花王グループ全体の取り組みの方向性として、「コミュニケーション」や「チャレンジ」などを掲げた上で、各組織の課題に沿って具体的なアクションプランを設定しています。
- ・Kao European Forum、花王フォーラム、社員懇談会については、今年度も計画通り実施の予定です。

具体的な取り組み

社員の声・意識調査「Find」の実施とアクションプラン策定

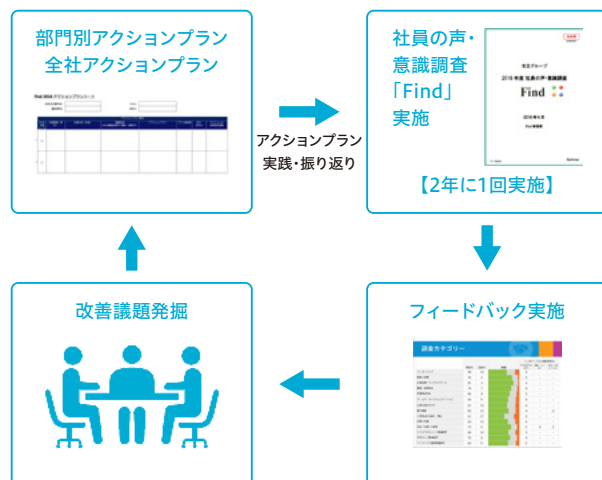
社員の声・意識調査「Find」を2年に一度、定期的を実施しており、1年目は調査実施、結果分析、およびアクションプラン策定を行ない、2年目はアクションプランを実行、その取り組みの結果を翌年の調査で確認するというRPDCAサイクルを回しています。

2018年は調査実施年にあたり、グローバル 34,648人を対象として実施し、回答率94%と多くの社員の回

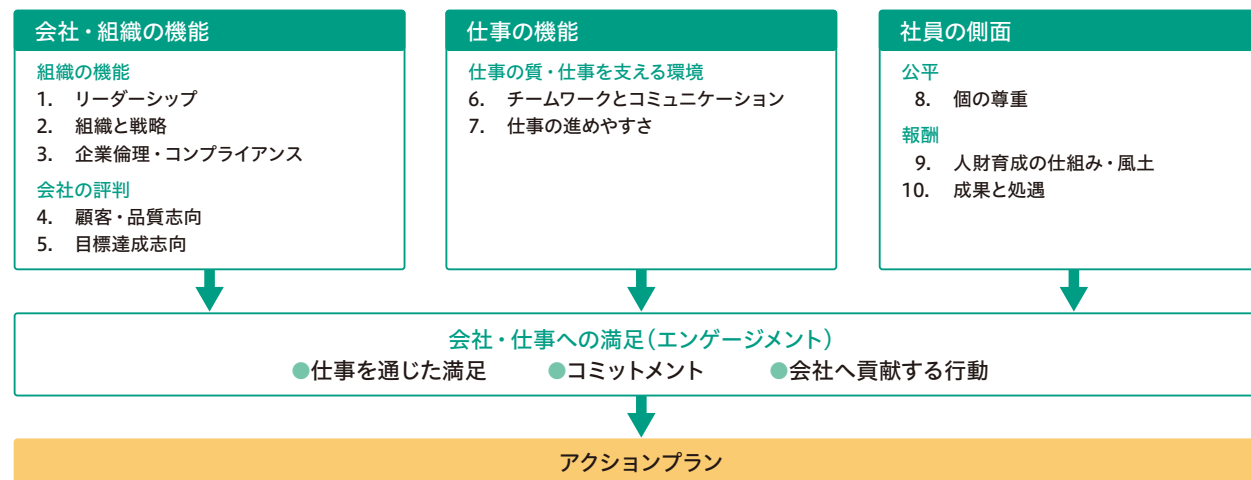
答を得ました。これはグローバルな社員全体の70%が回答したことを意味します。設問項目としては、「会社・組織の機能」「仕事の機能」「社員の側面」および「会社・仕事への満足」の4つのカテゴリーを設定しており、「花王グループで働くことへの誇り」に関する設問では、77%の社員から肯定的な回答を得ました。調査結果は、組織ごとにフィードバックし、各組織の強みや環境変

化への対応が遅れている部分・課題を導き出しました。花王グループ全体のアクションの方向性として、「K20に向けた大きなチャレンジの推進」「『花王ウェイ』の原点へ立ち戻る、『消費者・顧客をもっとよく知る企業に』」などの5項目を掲げ、各組織での議論を経て、具体的なアクションプランを策定しました。

組織力向上のRPDCA



「Find」の調査項目



花王のアプローチ

社員が公私共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て初めて事業が発展し、社会に貢献できるものと考えています。2008年に「花王グループ健康宣言」を社内外に発信して以来、「人財」活用のベースとなる健康支援、健康づくりを積極的に推進し、「健康経営」に取り組んでいます。2017年からはK20推進プロジェクトとして「社員と家族の健康維持(GENKI)プロジェクト」が発足し、全社横断での取り組みを推進しています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

- ・世界的な高齢化の進展と慢性疾患の増大
- ・日本における少子高齢化による医療費の増大
- ・寝たきり高齢者の増加

花王が提供する価値

花王では、会社と健康保険組合が協働で社員と家族の健康支援に取り組んでいます。健康な社員や家族を増やし、元気で活力ある職場を通して、よりよい企業活動を行なうことをめざしています。

また、生活習慣改善の奨励、積極的な保健指導を行なう等の予防的な取り組みにより、医療費の増加を抑制する努力を継続しています。快適職場推進の観点から、メリハリのある働き方の推進による長時間労働の抑制、管理者向けのメンタルヘルス研修等にも注力しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

シニア社員の増加により、生活習慣病リスクだけではなく、がんや筋骨格系などの疾患リスクが増加するリスクがあります。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

花王社員の健康づくりに活用しているプログラムは、社外にもサービス提供しており、地域や職場の健康づくりに利用されています。花王での取り組みが、社会・地域へ波及し社会全体の健康寿命の延伸に貢献できることを期待しています。

貢献するSDGs



方針

いきいきとすこやかな毎日を
花王グループ健康宣言

私たちは、日々いきいきと健康づくりに取り組み、すこやかで心豊かな生活の実現をはかるとともに、元気で活力ある職場を通し、お客様と共に感動する会社をめざします。

健康意識(ヘルスリテラシー)の高い社員づくりをめざして

花王では「ヘルスリテラシーの高い社員を増やす」ため、健康づくり活動の見える化を進め、PDCAサイクルを回しながら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. 健康診断の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」5つの取り組み

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ことを「健康づくり」と呼び、5つの取り組みを中心に実施しています。

1. 生活習慣病
2. メンタルヘルス
3. 禁煙
4. がん
5. 女性の健康

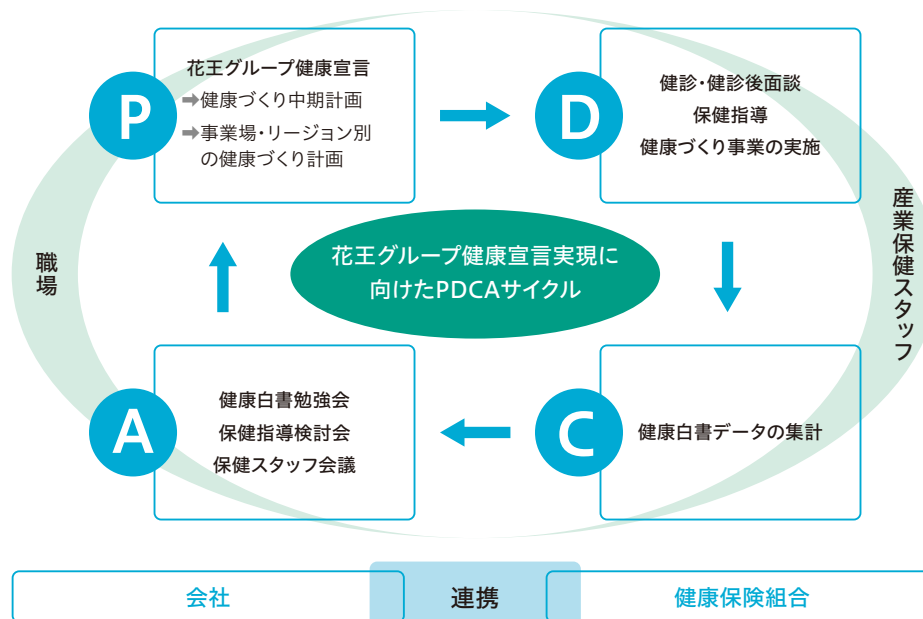
体制

健康づくりマネジメントシステムの「見える化」の取り組みとしては、2009年から前年の健康データ(問診、健診、就業、疾病等)を個人が特定できない形で統計的にまとめ、全国18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・実施しています。

担当エリアの人事総務担当者と産業看護職が共に各種健康データを分析し、対策・立案を学ぶ健康白書勉強会は2009年から毎年開催しています。

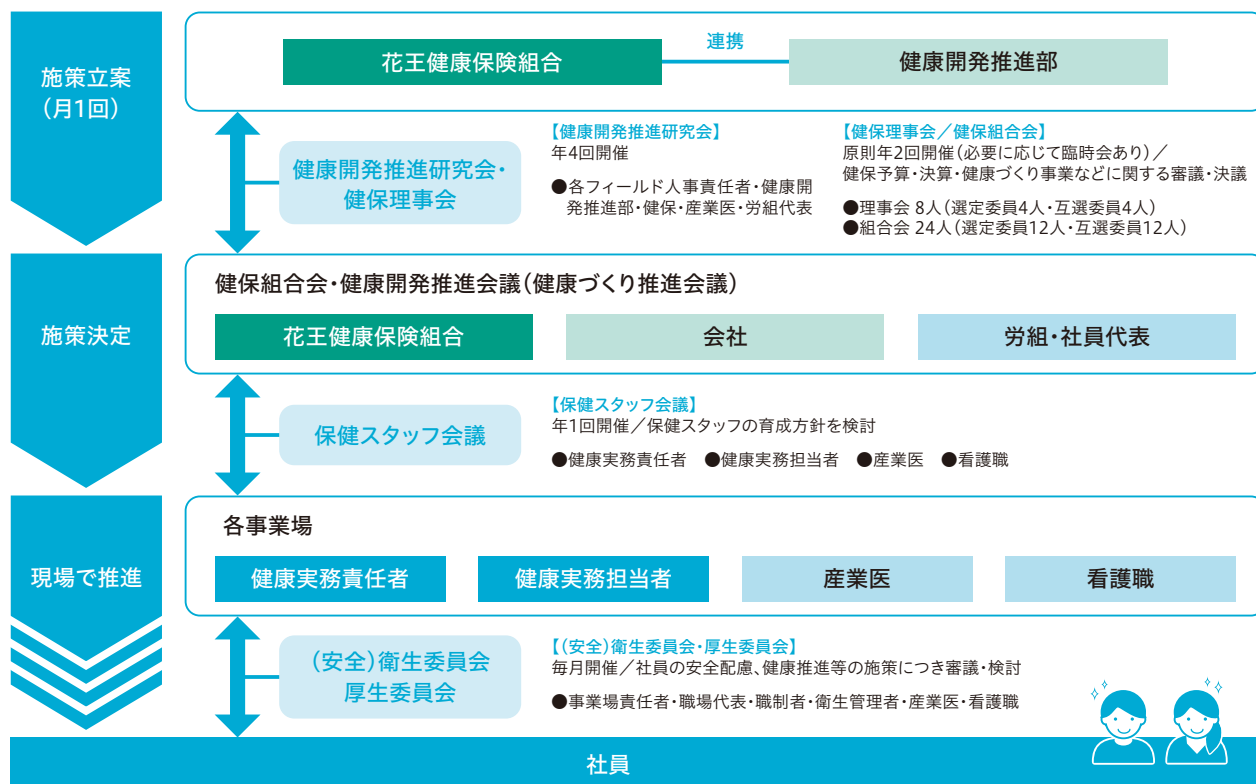
健康づくりマネジメントシステム



健康づくり推進体制の「組織化」

健康づくり施策の立案は、会社と健康保険組合が一体となって行ない、月に一度、定期的なミーティングで議論しています。主要施策については、社員代表も交えた健保組合議員等やワーキンググループで検討したうえで、全社の健康づくり推進会議で施策を決定します。推進施策は各事業場・支社の「健康実務責任者」「健康実務担当者」が、産業医・看護職とともに取り組んでいます。

健康づくり推進体制



教育と浸透

社員に向けて

- ・「花王グループ健康宣言」を全社員に配布するとともに、社長より説示等で「花王グループの成長には健康であることがベースであり、花王グループ全体として健康経営を推進する」「社長自らも健康目標を立てて実行する。社員一人ひとりも今年の健康目標を立てて、実行してほしい」等、折に触れ、健康経営に関し言及し、浸透を図っています。
- ・「健康づくり」の5つの取り組みを中心に社内ですさまざまなキャンペーン、セミナー、各種健康増進活動を展開しています。

全社健康推進活動展開

活動内容	2018年実績
春のウォーキングキャンペーン	6,315人参加(家族含む)
禁煙マラソンキャンペーン	286人参加
機関紙やポスター等による健康情報の提供	年2回約26,000人対象

各事業所での健康推進活動展開 (イベント型／セミナー型／キャンペーン型を企画)

活動内容	2018年実績
生活習慣病関連:運動・栄養セミナー、体力測定、健康フェア、産業医講話等	120回開催、のべ24,084人参加
女性の健康:女性セミナー、更年期セミナー、30歳節目研修、食改善セミナー	13回開催、のべ1,363人参加
メンタルヘルス:メンタルヘルス研修、BA(美容販売員)・新入社員・昇格者セミナーにおけるメンタルヘルス研修	30回開催、のべ6,407人参加

保健スタッフの育成

- ・年に一度、健康実務責任者・担当者と産業医・看護職が集まる「保健スタッフ会議」を開催し、方針に対する意思統一と情報交換を図っています。
- ・健康データの見方や産業保健計画の立案方法を学ぶ「健康白書勉強会」、看護職の保健指導力向上を目的とした「保健指導検討会」等を実施しています。



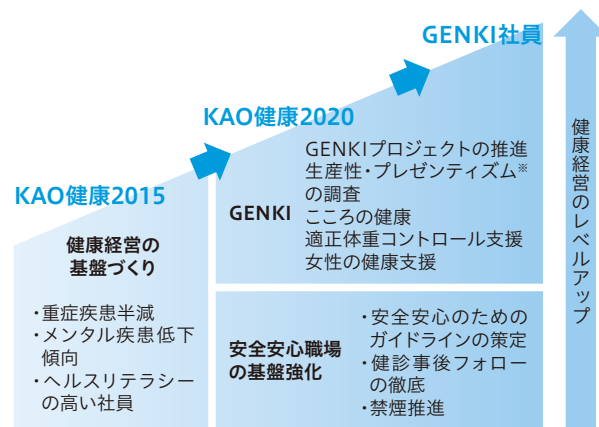
保健スタッフ会議で課題検討

中長期目標と実績

中長期目標(KAO 健康2020)

2017年、花王は健康に関する中期計画「KAO 健康2020」を策定しました。健康経営のさらなるレベルアップ、「GENKI社員」の育成をめざします。

KAO健康2020



変化を先導する元気な社員づくりと
安全安心職場の基盤強化で、
健康経営のさらなるレベルアップをめざす

※ プレゼンティズム

何らかの疾患や症状を抱えながら出勤し、業務遂行能力や労働生産性が低下している状態

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

- ・長期休業者の低減による労働力の損失の防止
- ・特定保健指導対象者の減少による特定保健指導コストの削減
- ・モチベーションの高い社員の増加による生産性の向上

社会に及ぼす効果

- ・生産性が向上し、よりよい商品・サービスを社会に提供
- ・健康経営の推進状況を優良事例として社会に提供

2017年の実績※

社員の健康づくり推進状況

項目	2017年実績
定期健診受診率	100%
健診有所見者の再検査受診率	91.3%
朝食を週3回以上食べる社員	男性77.2%、女性74.3%
運動を週1回以上する社員	男性55.9%、女性31.8%
睡眠で十分な休息がとれている社員	男性68.4%、女性63.7%
たばこを吸わない社員	男性70.5%、女性80.0%
メタボリックシンドローム該当者予備群(35歳以上)	男性30.8%、女性6.4%
特定保健指導対象者	男性18.1%、女性6.6%
特定保健指導実施率	71.6%

※ 2018年実績は2019年4月末に集計される予定です。

ステークホルダーとの協働

花王で開発した効果的な健康サービスを外部の職域や地域にも提供し、メタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)やロコモティブシンドローム(運動器症候群)などの社会的健康課題の予防に役立てていただいています。また、外部機関との共同研究も推進しています。

健康サービスの社会・地域への波及

内臓脂肪の測定

内臓脂肪を測り生活習慣改善への気づきを提供するサービスを、地域・職域を通じて提供しています。2018年はのべ約130カ所、15,000人の方にご利用いただきました。

- ・内臓脂肪みえる化ステーション(日本肥満症予防協会と連携した内臓脂肪測定会):社外27回 約6,400人参加
- ・生活習慣測定会:
 - 社内:30カ所 約2,400人参加
 - 社外:68カ所 約6,600人参加

「スマート和食®」の普及

しっかり食べて内臓脂肪をためない食事法「スマート和食®」の普及にも取り組んでいます。

- ・保健師・栄養士など専門職向けの講習会:社外8回 220人参加
- ・社員食堂でのスマート和食®昼食の提供:社内11カ所、社外8カ所

歩行促進プログラム

身体活動とコミュニケーションの向上につながるプログラムでは、花王オリジナルの歩行計「ホコタッチ」の配布や、歩行の「質」を詳細に分析する「歩行基礎力測定会」を実施しています。

- ・ホコタッチ:
 - 社内スポット:67カ所 約8,200人参加
 - 社外契約先:20カ所、スポット124カ所 約3,600人参加
- ・歩行基礎力測定会
 - 社内:6回 約500人参加、社外:1回 70人参加

他企業健保との情報交換

一般社団法人 保険者機能を推進する会主催の会議・研究会にて、各健保の抱える課題の抽出、検討、改善事例の紹介など、参加健保間での情報交換を実施しています。その成果は、年1回の保険者機能推進全国大会において発表・報告しています。

「シニア層を中心としたコンソーシアム事業」展開

シニア層の健康促進と自治体へとつなぐ健康事業として、日本石鹸洗剤工業会など5健保と共同事業に取り組んでいます。

- ・健診未受診者を対象に生活行動調査と個別アドバイスシートの提供:231人参加(72%)
- ・専門職による生活習慣改善予防プログラムの実施:48人参加(21.6%)
- ・自治体との健康活動連携に向けたニーズ調査と課題発掘:234自治体より回答(82.9%)

弘前大学COI研究推進機構との共同研究

花王は2015年より弘前大学COIに参画し、“最短命県”といわれている青森県において、健康経営企業の日々の健康づくり支援として花王の健康サービスの社会実装試験を行ってきました。これまでに、スマート和食®と内臓脂肪測定によるメタボ改善効果を株式会社青森銀行にて確認し、論文が日本栄養食糧学会誌に採択されています。

2018年は弘前市のタクシー会社、北星交通株式会社に花王の歩行支援システムを導入し、その結果、歩数増大とそれに伴うメタボ改善効果を確認しました。

具体的な取り組み

GENKI プロジェクトの推進

中期経営計画「K20」推進プロジェクトの一つとして「社員と家族の健康維持」プロジェクト(通称「GENKI プロジェクト」)を推進しています。
花王グループのヘルスケアの知見や技術・製品を健康ソリューションとして社員やその家族に提供しています。

イベント活動

スマート和食[®]

「スマート和食[®]」は、花王が研究した内臓脂肪をためにくい食事法です。食事の量ではなく、①たんぱく質／脂質の比、②食物繊維／糖質の比、③オメガ3／脂質の比という3つのポイント(質)にこだわることで、ごはんを楽しくしっかり食べながら、内臓脂肪がたまりにくい食事ができるというものです。

- ・「スマート和食[®]」を日本11事業場の食堂でお昼ご飯のメニューとして提供
- ・スマート和食[®]マスター講座を産業医・看護職が11人受講。計56人がスマート和食[®]マスターに。社員向けの保健指導や健康教育に活用
- ・冊子「スマート和食[®]」を食育として社員に提供。社員にもスマート和食[®]メソッドを知ってもらう活動を実施
- ・スマート和食[®]のレシピを掲載した『おなか痩せの黄金「比」レシピ』(文藝春秋)を発行、社員の食育に活用(1,702人が対象)
- ・家族向けのスマート和食[®]料理教室をABC クッキングスタジオ(運営:株式会社ABC Cooking Studio)で実施。社員と家族60人が参加

生活習慣測定会

自分の内臓脂肪面積を知り、今後の生活習慣改善に役立てています。

- ・日本事業場・支社・支店30カ所2,300人が生活習慣測定会に参加

歩行測定会・ホコタッチ

歩き方を分析して「歩行年齢」や将来の「生活機能リスク」を知ることができる歩行測定会や、日々の生活習慣改善を促す花王オリジナルの歩行計「ホコタッチ」の貸し出しを行なっています。

- ・社内6事業場で歩行測定会を実施。500人が歩行測定に参加
- ・ホコタッチを67スポットで8,200人に貸し出し。継続利用率57%で、その66%が歩数も歩行スピードも多いAランクを1日以上マークした

ヘルシアを用いた健康イベント

日本事業場で運動や健康にまつわるイベント参加を推奨しています。イベント参加者にはヘルシアを1本進呈しています。また、「チャレンジヘルシアプログラム」

と題し、花王本社にてヘルシアを活用して社員を健康にするプログラムを実施しました。

- ・イベントに28事業場、93イベントで13,539人が参加



「スマート和食[®]」を提供している社員食堂



家族と一緒に参加できる「スマート和食[®]」料理教室

キャンペーン・広報活動

健康的な職場風土づくりのため、健康にまつわる全社キャンペーンを推進しています。

減量チャレンジ

2月1日～3月14日の42日間で2kgの減量に取り組むキャンペーン(BMI19未満対象外)です。

- ・1,925人参加(参加率8.8%)、マイナス2kg達成者は474人(24.6%)
- ・キャンペーンと同時に冊子「スマート和食®」を配布。スマート和食®生活の実践推奨

ヘルシアウォーキングチャレンジ

4月1日～6月30日までの91日間、1日1本のヘルシアを飲みながらウォーキングを実践するキャンペーンです。

- ・社員と家族6,315人参加(社員参加率18.2%)、アンケート回答者991人中の体重減少者32.3%、歩くことが習慣化した者84.2%

あなたの減量チャレンジ

(2017年の特定保健指導対象者限定)

健診2カ月前から42日間の減量に取り組むキャンペーンです。

- ・計5回実施、467人参加、減量効果のあった者70人(15%)

女性の健康支援

女性特有の疾患の予防や、悩みを相談できるプログラムを用意しています。

- ・「SUKOYAKA Women's News」を1・4・7・10月に配信
- ・女性の健康相談窓口にて女性に特化した健康相談に産業医が対応

生産性・プレゼンティズム調査

生産性の発揮を阻害するプレゼンティズム要因を追求し、対応策を検討しています。

- ・社員のパフォーマンス発揮度とプレゼンティズム要因調査を実施



FUN + WALK ヘルシアウォーキングチャレンジ



女性の健康セミナー

メンタルヘルスケア(こころの健康)

日本の従業員を対象に、法定のストレスチェックを活用した、より予防的な取り組みを推進しています。

高ストレスと判断された社員のうち、回答結果から早期の対応が必要と判断される方には、看護職が速やかにフォローを実施しています。またそれ以外の高ストレスの方で、面接希望が無い場合でも、看護職や外部EAP(従業員支援プログラム)からのフォローがあります。

またストレスチェックの集団分析を踏まえた報告会を会社単位、部門単位、健康相談室単位で実施。優先対応職場の基準を定め、職場環境改善の取り組みを進めています。

複数の相談窓口(外部EAP、社内カウンセラー、各事業場・支社の健康相談室等)により、さまざまな相談に対応しています。管理者向けやセルフケア等の研修も計画的に実施しています。

また、販売エリアでは、看護職や社内カウンセラーによるセルフケア研修を全社員に向けて実施しています。

全社メンタルヘルスケア活動展開

項目	2018年実績
ストレスチェック受検率	96.9%
高ストレス者率	1.4%増加
管理者向け研修	9回開催
セルフケア研修	24回開催
外部EAPの利用率(件数/対象社員)	電話170件、メール1,789件
社内カウンセラーによるカウンセリング(キャリア面談中心)	12,563人

安全安心職場の基盤強化

健康経営の基盤を支える安全安心職場を実現するための取り組みを推進しています。

禁煙推進

2016年5月に発信された花王グループ「禁煙への取り組み」方針に基づき、2018年1月から就業時間内禁煙を推進しています。

- ・花王グループ禁煙マラソンを2018年1月と5月に実施。計285人参加(うち禁煙達成者104人)(参加者前年比4%増)
- ・花王健康保険組合より禁煙達成者への禁煙治療費用補助を22人に対して実施
- ・花王健康保険組合よりオンライン禁煙プログラム実施。47人参加のうち6カ月継続禁煙達成率は78.7%



就業時間内禁煙告知ポスター

長時間労働者の健康チェックの拡大

花王では長時間労働の削減を推進していますが、現状では繁忙期に長時間労働となってしまう社員がみられます。社員が長時間労働で受けた過労・ストレスについて、予兆や潜在的SOSを早期に察知するため、以下の通り長時間労働者の健康チェックをよりきめ細かに実施することとしました。

1. 産業医面談対象者拡大

対象者: 時間外労働1カ月100時間超⇒80時間超

2. Web健康チェック(簡易診断)追加導入

対象者: 時間外労働1カ月80時間超、2〜6カ月平均60時間超

花王のアプローチ

従業員が安心して働くことができる職場環境を整備するため、労働安全衛生活動に関する基本的事項を定めています。
また、従業員の安全・健康を確保する活動を行なっています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

化学プラントでの事故や、自然災害が多く発生している昨今、大規模化学プラントを有する企業に対する安全操業への要求はますます高まっています。

花王が提供する価値

花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「労働安全衛生」の活動方針を定め、作業・機械・化学物質のリスクアセスメント活動、健康診断の確実な実施とフォロー、メンタルヘルス対策に注力して活動し、花王グループで働くすべての人の安全・健康の確保に努めます。

健康・安全で快適な職場環境を形成することで働きがいのある職場を提供し、従業員本人や家族に安心を提供します。

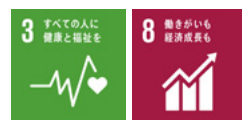
「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

- ・重篤な災害や作業環境不良により発生する業務上疾病による操業停止リスク
- ・上記による社会からの信頼損失リスク

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

徹底したリスクアセスメントにより、すべての社員の労働安全衛生を脅かす要因を積極的に排除し、安全で安心して健康に働ける職場づくりを実践します。

貢献するSDGs



方針

花王は「労働安全衛生」の活動方針を、花王レスポンシブル・ケア(RC)方針にて「労働災害の撲滅、潜在的危険性の低減を図るとともに、快適な職場環境の形成と従業員の健康増進に努める」と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、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。



→花王レスポンシブル・ケア方針
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/responsible-care.html

体制

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。



→P195「ガバナンス>レスポンシブル・ケア活動」

教育と浸透

各事業場で社員・派遣社員を対象に労働安全衛生に関する教育計画を立て、実施しています。入社時・配転時の配転先での安全衛生教育は必ず行なっています。また、特別教育の必要な業務をリストアップし、必要な教育を実施しています。

教育を行なうことで、職場での安全衛生に関する情報を共有し、安全衛生の目標に向けて活動することができています。

さらに毎年、社長からの安全メッセージと安全ポスターを発行し、安全意識の向上を図っています。



→ P184「コーポレート・カルチャー>保安防災／教育と浸透」

ステークホルダーとの協働

生産・研究の事業場や物流拠点では、協力会社の社員の安全も確保するため、協力会社とともに安全や防災行事を行なっています。また、毎月、協力会社との間で、花王グループ内の労働災害事故事例とその対策などの安全に関する情報を共有し、協働で安全活動を推進しています。

また、花王ロジスティクス部門でも毎月、拠点の配送委託会社との間で安全・品質の会議を開催しています。

さらに、毎年全国の配送委託会社が参加する情報交換会を開催し、交通事故撲滅活動にご協力いただいています。

中長期目標と実績

中長期目標

花王は2020年にグローバルでトップレベルの安全衛生を満たす企業になることをめざしています。

社員、協力会社ともに、死亡・機能損失災害「ゼロ人」、休業度数率「0.10以下」、業務上交通事故については、過失100%人身事故件数「ゼロ件」を2020年目標としています。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

すべての従業員が健康に働くことで、事業活動が正常に行なわれ、不要な経費発生を抑え総合的にコストの低減、収益拡大につながります。

社会に及ぼす効果

すべての従業員が健康に働くことで、事業活動が正常に行なわれ、安定した商品供給ができます。また、製品価格の安定化に貢献できます。

2018年の実績

「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」の2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、既存設備に対する作業・機械のリスクアセスメントの推進、ヒヤリハット提案による改善の推進、新設設備の稼動前リスクアセ

スメントと安全検収、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、ストレスチェック、化学物質のリスクアセスメントを推進しました。

また、各事業場で定期的に行なう安全衛生委員会で、活動の予定や実績を報告し、従業員に周知しています。

2018年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象	2016年	2017年	2018年	
			実績	実績	目標	実績
労働災害	死亡、機能損失災害※1 (人)	社員+派遣社員(花王グループ)	0	1	ゼロ	0
		内訳				
		日本	0	1	—	0
		アジア	0	0	—	0
		米州	0	0	—	0
		欧州	0	0	—	0
		協力会社(花王グループ)	0	0	ゼロ	0
		内訳				
		日本	0	0	—	0
		アジア	0	0	—	0
		米州	0	0	—	0
		欧州	0	0	—	0
	休業度数率※2	社員+派遣社員(花王グループ) 	0.67	0.55	0.20以下	0.77
		内訳				
		日本	0.47	0.36	—	0.54
		アジア	0.31	0.34	—	0.19
		米州	3.20	3.57	—	4.18
		欧州	4.12	2.79	—	4.66
		参考:日本化学工業協会加盟会社 社員+派遣社員	0.35	0.36	—	—
		協力会社(花王グループ) 	0.56	0.41	0.20以下	0.40
		内訳				
		日本	0.65	0.55	—	0.55
		アジア	0.13	0.10	—	0.11
		米州	0.00	0.00	—	0.00
		欧州	5.81	4.21	—	7.06
		参考:日本化学工業協会加盟会社 協力会社	0.54	0.49	—	—
	全災害度数率※3	社員+派遣社員(花王グループ)	1.96	1.87	1.08以下	2.43
		内訳				
		日本	1.93	1.70	—	2.20
		アジア	0.80	1.02	—	1.37
		米州	4.79	5.95	—	8.36
		欧州	6.33	6.15	—	6.86

※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)

2018年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象	2016年	2017年	2018年	
			実績	実績	目標	実績
労働災害	全災害度数率※3	協力会社(花王グループ)	1.32	1.18	0.74以下	1.21
		内訳 日本	1.49	1.18	—	2.11
		アジア	0.77	0.71	—	0.40
		米州	0.00	0.00	—	0.00
		欧州	7.75	12.62	—	10.59
	強度率※4	社員+派遣社員(花王グループ)	0.02	0.10	—	0.05
		内訳 日本	0.01	0.13	—	0.03
		アジア	0.01	0.01	—	0.14
		米州	0.10	0.08	—	0.06
		欧州	0.06	0.04	—	0.07
		参考:日本化学工業協会加盟会社 社員+派遣社員	0.01	0.04	—	—
		協力会社(花王グループ)	0.03	0.01	—	0.01
		内訳 日本	0.05	0.02	—	0.01
		アジア	0.01	0.00	—	0.01
		米州	0.00	0.00	—	0.00
		欧州	0.05	0.06	—	0.19
		参考:日本化学工業協会加盟会社 協力会社	0.10	0.18	—	—
	業務上疾病による休業者数(人)	社員+派遣社員(花王グループ)	—	—	—	0
		内訳 日本	—	—	—	0
		アジア	—	—	—	0
		米州	—	—	—	0
		欧州	—	—	—	0
交通事故	過失100%人身事故(件)	販売・配送(日本)	24	11	0	16
	過失0%以外百台率※5		7.10	7.64	5.0以下	6.43

※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 強度率:損失日数/のべ実労働時間×1000

※5 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

2019年の目標

2019年は、引き続き事故・災害の発生防止に努めることを目標に活動します。なお、交通事故の目標は日本のみです。

2019年の目標(花王グループ)

項目	対象	指標	2019年目標
労働災害	社員・派遣社員	死亡、機能損失災害※1(人)	ゼロ
		休業度数率※2	0.16以下
		全災害度数率※3	0.83以下
	協力会社社員	死亡、機能損失災害※1(人)	ゼロ
		休業度数率※2	0.14以下
	社員	全災害度数率※3	0.68以下
交通事故	販売・配送	業務上疾病による休業者数(人)	ゼロ
		過失100%人身事故(件)	ゼロ
		過失0%以外百台率※4	4.4以下

※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

具体的な取り組み

労働災害発生状況

2018年の社員・派遣社員の労働災害による被災者数は192人でした。そのうち休業被災者数は61人で、業務上の休業疾病はありませんでした。また、協力会社社員の労働災害による被災者数は36人で、そのうち休業被災者数は12人でした。

社員・派遣社員の労働災害の主な要因は、不注意や確認不足による「転倒・転落」61人、次いで「動作反動」によるものが28人、「激突」によるものが18人でした。「転倒・転落」災害が最も多いことから、転倒・転落災害の対策を中心に、活動を推進していきます。

化学物質のリスクアセスメント

花王の生産工場ではさまざまな種類の化学物質を取り扱っていることから、自然環境汚染リスクはゼロではありません。そこで、人や環境に及ぼす影響評価をし、リスク低減のための措置を行なっています。また、設備を増改築する際、事前に人や環境に及ぼす影響を評価しています。

これらはSAICMプロジェクトにて対応しています。

休業無災害表彰制度による安全意識の向上

2016年より休業無災害表彰制度を、さらなる安全意識向上を図るために海外の工場まで対象を拡大しました。

2018年は、海外3工場が表彰されました。

休業無災害表彰(2018年)

地域	社名・工場名	ステージ
中国	花王胡芦島錦星鑄造材料	ステージ1(3年)
	花王(上海)化工	ステージ1(3年)
マレーシア	KPG(花王ペナンググループ)	ステージ1(3年)

表彰基準

ステージ	表彰基準
1	3年
2	5年もしくは540万時間
3	7年もしくは810万時間
4	10年もしくは1,220万時間
5	15年もしくは1,830万時間
6	25年もしくは3,000万時間



中国:胡芦島のステージ1 達成の表彰



マレーシア:KPGのステージ1 達成の表彰

グローバルで安全スローガンを共有

グローバルでの安全意識の向上を目的に、2017年より安全ポスターを、海外拠点で現地語に翻訳。社長が登場する安全ポスターを国内・海外拠点に展開し、グローバルで共有しています。

2018年は標語をグローバルで募集し、その中から中国・葫芦島の標語を最優秀作として安全ポスターを作成しました。



最優秀標語の表彰(中国・葫芦島)

従業員の快適な職場環境

すべての職場を快適な職場環境にするよう努めるとともに、各国の作業環境基準を遵守するため、定期的に作業環境を測定し、職場環境の改善・維持管理を行っています。



社長が登場する安全ポスターを11カ国語で展開
(左上から時計回りに日本語、英語、中国語(簡体字)、ドイツ語)

Topic ロボットの導入による作業負荷軽減と効率化

2016年より、豊橋工場のフレキシブル多品種製造ラインにヒト型協働ロボットが設置され、人と協働して、製品の包装作業に従事しています。

ロボットは、時間を問わず業務に従事できるだけでなく、手を動かす作業(包装)と目で見える作業(ロット・品種検査)を同時に行なっても精度を保てるという特長があります。一方、人は、トラブルの復旧や傷・汚れ等の外観検査、製造ライン全体のバランスを見ながらの材料補充など、複雑・柔軟な判断が必要な作業を得意としています。それぞれが得意な分野を組み合わせることで、高効率な生産システムを構築できており、人の作業負荷軽減も実現しています。



ヒト型協働ロボット

花王のアプローチ

事故を防止し、緊急事態への対応やセキュリティ強化に関する事項を定め、社員の安全の確保と安定な操業を維持することを目的として保安防災活動を行なっています。こうした活動により事故ゼロをめざします。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

化学プラントでの事故や、自然災害が多く発生している昨今、大規模化学プラントを有する企業に対する安全操業への要求はますます高まっています。

花王が提供する価値

大規模化学プラントを有する企業として、事業場の地域住民や従業員へ安全な操業で事故の無い安心して暮らせる地域社会を提供します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

- 工場周辺地域に影響する大きな事故の発生や自然災害による安定操業の停止と、それによる社会からの信頼損失

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

- 地域や従業員の安全の確保に向け、徹底して保安防災の取り組みを行なうことによる、社会からの信頼の獲得とブランドイメージの向上

貢献するSDGs



方針

花王は「保安防災」の活動方針を、花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「火災、爆発および化学物質漏えいを防止し、安全で安定な操業を維持するとともに、自然災害やセキュリティ強化に配慮して、設備対応と定期的訓練を行ない、緊急時に備える」と明確に定めています。この方針に沿って事故の防止に努めています。



→花王レスポンシブル・ケア方針
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/responsible-care.html

体制

日常の保安防災活動は、RC推進体制に基づいて行なっています。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、事故・災害が事業活動に重大な支障を及ぼすと予想されるときには、社長を本部長とする緊急事態対策組織を即時に立ち上げ、人命を第一とした初動対応をはじめ、事業継続計画(BCP)※に沿った対応などをグループ一丸となつて行ないます。

※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。



→P195「ガバナンス>レスポンシブル・ケア活動」

保安防災 103-1,103-2,103-3,403-5(労働安全衛生2018),403-9(労働安全衛生2018) 花王のアプローチ

教育と浸透

花王は、保安防災教育のためのさまざまなプログラムを構築しています。たとえば「モノづくり技術・技能伝承センター」では、生産現場を担う若い技術者が、さまざまなトラブルや危険な状況の疑似体験を通して必要な知識・技能を学び、技術の伝承に努めています。

また、国内外の次世代リーダーの育成に向け、和歌山工場内で8カ月にわたり、生産技術や“よきモノづくり”の精神を学ぶ「グローバルテクノスクール」を開校し、保安防災を含めたさまざまな研修を実施しています。さらに、毎年、防災メッセージを提示し、地震防災手帳を発行することで、社員の防災意識向上を図るとともに、過去の事故発生日を「安全の日」と定め過去の教訓を風化させないよう努めています。



→ P197「ガバナンス>レスポンシブル・ケア活動／教育と浸透」

→ P151「コーポレート・カルチャー>人財育成」

ステークホルダーとの協働

- 発生した事故・災害の被害を最小限に抑えるため、その地域に合わせて消防署や地域の企業等との合同訓練を年1回以上実施し、防災活動のレベル向上に努めています。
- 海外生産拠点においても、防災訓練と、必要に応じて、テロを想定した訓練を地元の警察と合同で年1回以上行なっています。

中長期目標と実績

中長期目標

場内火災、爆発事故、漏えい事故、物流漏えいゼロを目標に活動しています。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

すべての事業場が安全に操業することで、事業活動が正常に行なわれ、不要な経費発生を抑え総合的なコストの低減、収益拡大につながります。

社会に及ぼす効果

すべての事業場が安全に操業することで、事業活動が正常に行なわれ、安定した商品供給ができます。また、製品価格の安定化に貢献できます。

2018年の実績

実績

2018年、花王は「安全で安定な操業の維持」のため、保安上の事故撲滅に向けて変更管理※の徹底、化学設備のセーフティアセスメント、定期点検、パトロール強化を実施しました。また、防災活動として防災訓練の充実とセキュリティ強化を目標に掲げ、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。2018年の漏えい(場内)・物流漏えいはありませんでした。2019年も引き続き場内火災、爆発事故、漏えい事故、物流漏えい事故ゼロを目標に活動します。

※ 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。

目標と実績

項目	対象	指標	2017年	2018年		2019年
			実績	目標	実績	目標
事故	花王グループ	火災・爆発・漏えいなど(件)	6	ゼロ	2	ゼロ
		物流漏えい※(件)	0	ゼロ	0	ゼロ

※ 物流漏えい
製品等の輸送中における漏えい事故

2018年の事故の概要

事故種類	小規模な火災:2件
事故概要	・研究のテスト用試薬長期保管で保管容器の劣化のため液漏れし熱分解により発火 ・IHウォーターバスにて乳化試作容器を入れ、加熱のまま離れ、空焚き状態で発火
今後の対策	試薬のシステム管理と保管場所の見直しと試験器具の見直しを行ないます。

具体的な取り組み

大規模災害に備えた緊急事態対応訓練

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。

安否確認訓練

2018年は、2月に安否確認システムを新システムに更新し、日本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月と9月に1日(24時間)の設定で実施しました。実際の地震を想定し、次の日から確認担当者による入力の無い社員の追跡確認の訓練を実施しました。新システムのもと、今後も実際の災害発生時を想定した訓練を継続していきます。

2018年の安否確認システムの自然災害での使用は、以下の通りです。実際に安否確認システムを使用して、安否確認を行っており、重篤な人的被害はありませんでした。

2018年の安否確認システムの使用状況

年月	災害名	結果
2018年7月	大阪北部地震	発生後2日間で100%安否を確認
2018年7月	平成30年7月豪雨	発生後2日間で100%安否を確認
2018年9月	台風21号	発生後2日間で100%安否を確認
2018年9月	北海道胆振東部地震	発生当日に100%安否を確認
2018年9-10月	台風24号	発生後2日間で100%安否を確認

地震を想定した全社通報連絡訓練

花王グループは、首都圏での地震により本社が被災することを想定し、東日本・西日本それぞれに対策組織を整えています。2018年は、5月には南海トラフ巨大地震を想定した東海・中部・近畿・中国・四国・九州エリアで現地と東日本の対策組織の訓練、9月には首都直下地震を想定した関東エリアで現地と西日本の対策組織の訓練を実施しました。

訓練想定は平日・昼間での在場時間とし、主要対策組織内部のIP無線による状況確認、被災拠点は人的被害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対策組織の緊急事態対策本部まで迅速に伝達し、対策組織は情報に基づき必要な対応訓練を行ないました。

さらに、首都圏が被災想定9月の訓練では、社長を本部長とする緊急事態対策本部が安全に活動できる拠点への移動訓練や、生産に対するBCP対応チームも参加し全体の流れを訓練しました。

これまでの訓練で得た反省点をもとに、訓練内容の

見直しを随時行なっています。

工場見学者を想定した避難訓練

日本で工場見学を実施している9工場では、見学時の地震発生を想定して防災ずきんを準備したほか、見学者を安全な場所へ迅速に誘導できるよう、社員を見学者にみたと、避難訓練を実施しています。今後も、見学時のさまざまなシーンを想定した訓練を年間の訓練計画に組み込んでいきます。



P202「ガバナンス>リスクと危機の管理」



社員を見学者にみたと避難訓練を実施

防災の監査

2018年は、監査対象にドイツの1工場を加え、中国の2工場、タイの1工場およびインドネシアの1工場の監査を実施しました。監査内容は、防災業務の実施状況、安全防災の課題改善状況で、指摘があった事項への対応確認を行なっています。監査の結果、前回より安全防災レベルが向上したことを確認しました。

また、各工場からの監査員が他の工場の監査を行なう取り組みも継続するなど、監査を通じ、各工場における安全防災レベルの向上を図っています。

保安・防災の強化

SCM部門では、化学設備のリスクマネジ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。

2018年は化学設備のセーフティアセスメントにより潜在危険として抽出された、自然発火対策、低引火物質の火災防止対策が完了。粉塵爆発対策、海外の重合・発熱反応設備の安全対策と設備の変更管理強化を継続的に行ない、地震対策では、建屋や設備架台の耐震診断・補強、液状化対策、津波対策を実施しました。

高圧ガス保安検査・監査・査察

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、2018年は、8月に保安管理部門の保安監査、10月に保安管理の長である社長のものと保安査察を実施し、保安活動について問題がないことを確認しました。また、2018年は経済産業省による認定設備の中間立入検査を受けました。

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。



和歌山工場の高圧ガス保安検査

※ 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

Topic 第三者機関による保安力評価を実施 (和歌山工場)

2018年、和歌山工場において、第三者評価機関(特定非営利活動法人保安力向上センター)による保安力評価を初めて実施しました。保安力評価とは、運転、保全、工事などの現場を安全に運営するための管理の状況や、安全を最優先とする職場風土の醸成など、職場の活力を確認して、それぞれ5段階に評価するもので、強みや弱みを見つけて自主的な改善を促すことを目的にしています。

今後、評価をもとに弱みとなる項目については改善計画を立てて改善していきます。

2018年の活動報告

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス	188
レスポンシブル・ケア活動	195
リスクと危機の管理	202
情報セキュリティ	208
知的財産の保護と権利活用	215

Kirei Lifestyle Plan

エコロジー

コミュニティ

コーポレート・カルチャー

ガバナンス

— 目次 — 編集方針 — 独立保証報告書 — GRI Standards — ISO 26000 — TCFDインデックス — 調査用インデックス —

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

花王は「2030年までに達成したい姿」として、グローバルで存在感のある会社「Kao」を掲げています。企業が持続的に成長するためには、業績をはじめとした財務的な戦略・取り組みだけではなく、非財務的な戦略・取り組みも強化し、これらの成果が次の投資に活用され、持続的な成長につながる必要があります。そのため、花王はESG(環境、社会、ガバナンス)への取り組みをコストではなく将来への成長投資ととらえ進めていくことを宣言しています。コーポレート・ガバナンスは、その目標達成を強力に推進する前提となるドライバーと考えています。変化に素早く対応でき、効率的で、健全かつ公正で透明性の高い経営を実現し、企業価値の継続的な増大を実現するために、経営体制および内部統制システムを整備・運用し、必要な施策を適時に実施するとともに説明責任を果たしていくことが、花王のコーポレート・ガバナンスに関する取り組みの基本であり、経営上の最も重要な課題のひとつと位置づけております。そのため、ステークホルダーの声を聞く活動に積極的に取り組み、これらや社会動向などを踏まえて随時コーポレート・ガバナンスのあり方の検証を行ない、適宜必要な施策・改善を実施しています。

コーポレート・ガバナンス改革

コーポレート・ガバナンスにおいても「花王ウェイ」の基本となる価値観「絶えざる革新」を早期から実践しています。事業環境や社会的要請などの変化に対応するため、常に最適な体制を追い求めてきました。花王はこれからもガバナンスの改革に継続的に取り組みます。

	ガバナンス体制・制度	役員報酬
1999	● EVA®を経営指標として導入	● 短期インセンティブ:EVA®業績連動賞与導入
2000	● 経営諮問委員会(社外2名を含む取締役会助言機関)設置	
2001	● 社外監査役を1名増員し2名に	● 中長期インセンティブ:ストックオプション制度導入 ● 退職慰労金廃止
2002	● 社外取締役制度導入(経営諮問委員会は発展的に解消) ● 執行役員制度導入	
2003	● 会長・社長選任審査委員会設置 ● 社長以下役位を執行役員の役位に ● 経営監査室設置	● 報酬諮問委員会設置
2006	● 代表取締役と監査役の意見交換会を開始 ● 内部統制委員会設置	● 中長期インセンティブ:株式報酬型ストックオプション制度導入 ● 短期インセンティブ:EVA®/売上・経常利益指標導入
2010	● 社外役員の独立性に関する基準を策定 ● サステナビリティ委員会設置	
2012	● 社外取締役を1名増員し3名に ● 取締役人数を5名減少し10名に ● 取締役の任期を1年に短縮	
2013	● 社外監査役を1名増員し3名に ● 執行役員の委任契約化	
2014	● 取締役・執行役員選任審査委員会設置(会長・社長選任審査委員会は廃止) ● 社内取締役の人数を3名に減少し、社外取締役と同数に ● 取締役会議長を独立社外取締役に	
2015	● 取締役選任審査委員会設置(取締役・執行役員選任審査委員会は廃止) ● 取締役会の実効性評価を開始	
2016	● 監査役会の実効性評価を開始 ● 社内取締役を1名増員し4名に	● 社外取締役の報酬を業績非連動に
2017		● 中長期インセンティブ:業績連動型株式報酬制度導入(含む非財務指標)
2018	● 監査役と社外取締役の情報交換会を開始 ● ESG委員会設置(サステナビリティ委員会は発展的に解消)	
2019	● 取締役選任審査委員会の実効性評価を開始 ● ESG外部アドバイザリーボード設置 ● 報酬諮問委員会の実効性評価を開始 ● 社外取締役を1名増員し4名に	● 監査役報酬の限度額を改定

コーポレート・ガバナンス体制

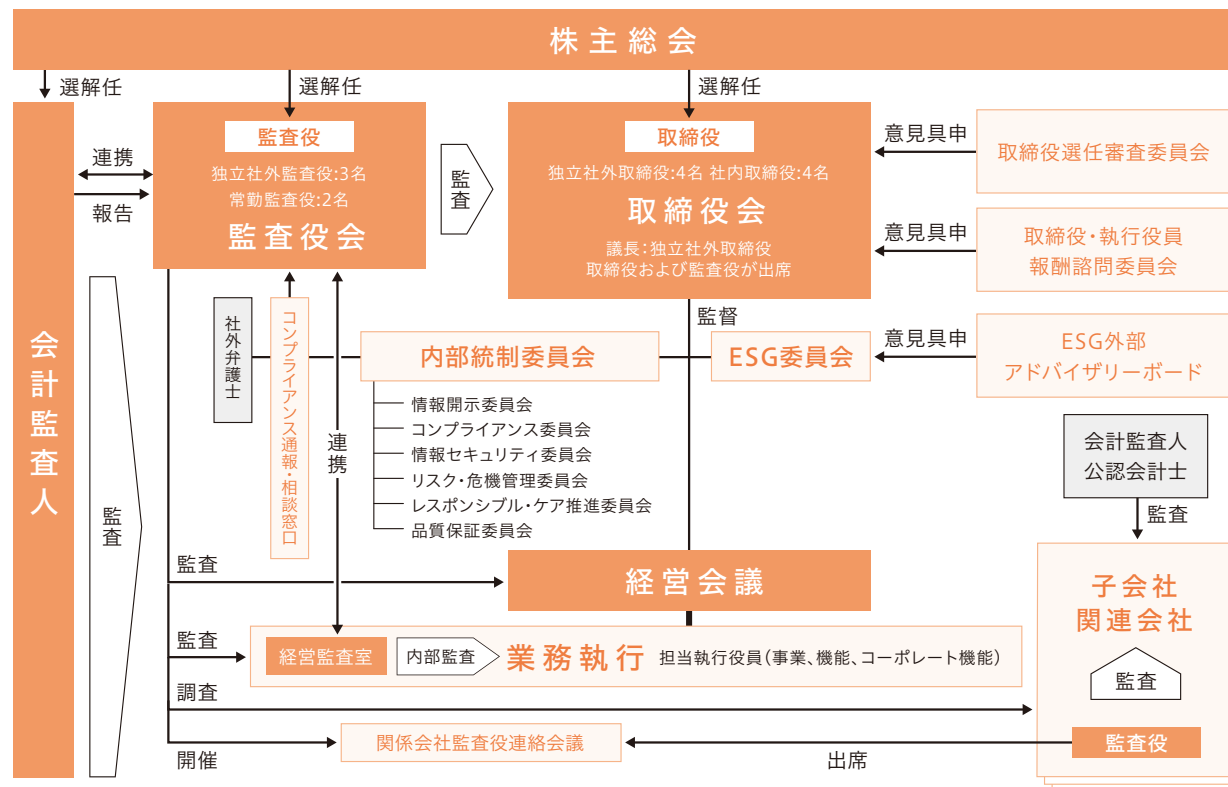
花王は、監査役会設置会社を選択しています。監査役会設置会社では、監査役は取締役会に出席義務がありますが、議決権を有しないため、過去の決定に縛られ保守的になることなく、取締役会の決定・取締役の職務執行について客観的な監査が可能であると考えています。

取締役の選任・報酬決定手続きの透明性・妥当性を補完するため、全社外役員のみを委員とする取締役選任審査委員会と、全社外役員および代表取締役を委員とする取締役・執行役員報酬諮問委員会を任意に設置しています。

取締役8名のうち4名が独立社外取締役という高い客観性を維持するとともに、監査、報酬、選任審査を担当する各機関が取締役会を支える体制により、高い実効性をもって経営を監督・監査できるしくみを構築しています。

また、各部門の最高責任者を執行役員とする執行役員制度を導入し、監督と執行の分離を進めるとともに、経営会議に執行権限を幅広く委ねることにより、意思決定および執行の迅速化を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制



【ESG委員会】

すべてのステークホルダーの支持と信頼を獲得し、グローバルで存在感のある会社として、花王グループと社会の持続的発展に寄与することをめざし、花王のESGに関する活動の方向性を議論・決定しています。

【内部統制委員会】

財務報告の正確性を確保し、また情報開示、コンプライアンス、情報セキュリティ、リスク・危機管理、レスポンシブル・ケア推進、品質保証などの内部統制に関する機能を横断的に統合することによる業務活動の質の向上を狙いとして、花王グループ全体の内部統制の方向性に関する議論・決定を行なっています。

【経営会議】

主要な事業や部門の責任者で、事業の執行経験を豊富に有する常務執行役員以上を主なメンバーとし、取締役会で審議・決定された中長期の方向性・戦略の執行に関する意思決定を行なっています。経営会議に幅広い権限を委ねることにより、意思決定および執行の迅速化を図っています。

取締役および取締役会

取締役会は、経営戦略等の策定や具体的執行の監督を適切に行なうために知識・経験・能力のバランスと多様性を確保しています。社外取締役については、社内取締役だけでは得られないような多様な経験や知識・見識、たとえば、グローバルな経験を含む、花王と異なる分野の製品・サービスを提供する会社の経営経験者およびコンサルタントや学識経験者等が有する経験、専門性および高い見識を有していることを重視して指名しています。また、取締役以外に会計や人事の担当執行役員を陪席させるなど、議論の実効性を高めるための工夫を行なっています。

取締役会では、会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を促すため、主に経営戦略等の経営の方向性についてリスク評価を含めて多面的に審議・決定しています。また、社内取締役より経営戦略の進捗状況、達成への課題とその対応等について報告を受けることで、社外取締役および社外監査役の多面的な視点からの評価を含めて経営戦略が適切に執行されているかを監督・監査しています。さらに、内部統制システムやリスク管理体制を整備することで、リスクを峻別して攻めの経営ができる環境整備を行なっています。

2018年度取締役会の主な審議事項

第1 四半期	● 取締役会実効性評価 ● 情報開示指針の改定 ● 経営監査室監査報告 ● 監査役監査概要報告
第2 四半期	● 中期経営計画進捗確認 ● コンプライアンス委員会報告 ● 化粧品事業戦略 ● M&A 戦略 ● ESG 戦略 ● 研究開発の現状とトピックス報告
第3 四半期	● 経営監査室監査報告 ● 新規事業プロジェクト進捗報告 ● 社員満足度調査の結果報告
第4 四半期	● ベビー用紙おむつ事業戦略 ● 内部統制委員会報告 ● 政策保有株式状況報告

上記のほか、毎月、執行役員を兼務する取締役から執行報告および担当執行役員から経営会議審議事項の報告を行なっております。

取締役会の実効性評価

毎年一回、取締役会において評価を実施し、実効性を高めるための改善につなげています。取締役会の役割・責務は取締役会全体で共有する必要があるという考えの下、監査役を含めた取締役会の参加者全員が意見を述べ、議論し、評価を実施しています。2018年度も、予めアンケートを実施し、結果を共有したうえで取締役会において議論・意見交換を行ないました。

前回の実効性評価で指摘された課題への取り組みに対する評価

人財戦略

一定の議論はできているが、事業のグローバル化推進の前提となるグローバル人財の活用に加え、近時の技術革新に伴う価値観の多様化、購買行動や流通構造の変化への対応などのため、多様な人財の発掘・育成に関してさらなる議論が必要。

非財務活動(ESG活動)を含めた事業戦略

経営者自らが率先して変化を先導する姿勢を示し、実践している。議論もよくなされており、ESG部門新設も含め適切に実行できている。

法令遵守を実現するための内部統制体制の整備・監督

重要案件の取締役会への報告のスピードに改善が見られた。情報を早い段階で上げることで、事態を極小化することができ、また花王グループ全体での対応を議論することができるので、体制整備と運用の両面で今後も継続的に強化が必要。

今後の課題

- ・多様な人財の発掘・育成は継続的な課題。10年後のあるべき姿を踏まえ、それを実践する人財像、その発掘や育成の方法について、さらなる議論が必要。
- ・取締役会と執行側との双方向のコミュニケーションを行なうことにより、取締役会をさらに活性化し、また、取締役会の議論を執行に生かしていくべきである。
- ・法令遵守を実現するための内部統制については、体制の整備のみならず、それがさらに有効に機能するよう運用を常に見直していくための監督を実行しなければならない。

以上のほか、会社の大きな方向性に関する建設的な議論などコーポレートガバナンス・コードで重視されている視点や、取締役会の構成、運営状況などの項目についても評価を行なっています。また今年度は、取締役選任審査委員会、取締役・執行役員報酬諮問委員会の運営についても評価を行ないました。

監査役および監査役会

社外監査役には、監査に必要とされる会計財務や法律に関する高い専門性と見識、それを生かすことができる豊富な経験、およびプロフェッショナルとしての高い倫理観を有している公認会計士や弁護士を指名し、社内の事情に通じた常勤監査役による社内情報収集とあいまって、客観的かつ深い議論が可能になり、実効性のある監査を実現しています。

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期的および必要に応じて適時に行なっています。また、監査役は取締役会においては、業務や会計に関する適法性・妥当性の観点からの発言に加え、経営の戦略的な方向づけを含む経営者への助言を広く行なっています。

監査役会の実効性評価

毎年一回、監査役会で、予め作成した着眼点リストを参照しながら、すべての監査役が意見を述べ、議論し、評価を行なっています。結果は、次年度の監査計画に組み入れるとともに、取締役会で概要を報告し共有しています。

現況についての評価

- ・ 監査役会は、実効性ある運営がなされている。常勤監査役やスタッフの対応により、社外監査役も安心して取り組めた。
- ・ 社外取締役と監査役との意見交換会を実施。今後も、監査役の問題意識を共有し、経営の監督機能がさらに強化されるよう、継続して実施したい。
- ・ 国内主要子会社の常勤監査役との情報交換会を実施。双方の懸念事項を共有し、情報が本社に上がってくる関係づくりに結び付いた。
- ・ 会計監査人、内部監査を担当する経営監査室とは、良好なコミュニケーションが図れており、三様監査のための良い連携が取れている。

今後の課題

- ・ 関係会社監査役連絡会議など本社と子会社の監査役間の双方向のコミュニケーションの機会を充実させ、グループ統制について一層の改善を図る。

選任審査委員会・報酬諮問委員会

役員人事や役員報酬の決定における公正性・透明性を徹底するために、取締役選任審査委員会と取締役・執行役員報酬諮問委員会を任意に設置しています。

取締役選任審査委員会は、全社外取締役と全社外監査役で構成し、取締役会の諮問に対して、社長および取締役の候補者について意見具申しています。さらに、取締役候補者の適正さの審査に加え、取締役会の規模、構成や多様性、社長執行役員や取締役に必要な資質についての議論を行ない、その審査結果について取締役に報告を行なっています。

取締役・執行役員報酬諮問委員会は、全社外取締役、全社外監査役および全代表取締役で構成し、取締役会の諮問に対して、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具申しています。また、取締役選任審査委員会、報酬諮問委員会についても、実効性評価を行なっています。

独立役員

経営判断が会社内部者の論理に偏ることがないよう、「花王株式会社社外役員の独立性に関する基準」(以下「独立基準」)を満たす適切な数の独立役員が花王の経営陣から独立した中立な立場で取締役会の審議状況等を牽制する体制としています。取締役8名中4名の社外取締役全員、監査役5名中3名の社外監査役全員が独立

取締役会、監査役会、委員会出席メンバー

区分	氏名	取締役会	監査役会	選任審査委員会	報酬諮問委員会
取締役	澤田 道隆	○			○
	竹内 俊昭	○			○
	長谷部 佳宏	○			○
	松田 知春	○			
	門永 宗之助 社外・独立	◎		◎	◎
	篠辺 修 社外・独立	○		○	○
	向井 千秋 社外・独立	○		○	○
	林 信秀 社外・独立	○		○	○
監査役	藤居 勝也	○	◎		
	青木 秀子	○	○		
	井上 寅喜 社外・独立	○	○	○	○
	天野 秀樹 社外・独立	○	○	○	○
	岡 伸浩 社外・独立	○	○	○	○

◎は議長、○は出席メンバーを示しています。

基準を満たしています。現体制においては、取締役会の中立性、独立性をより高めるための方策として、独立社外取締役が取締役会議長を務めています。また、独立社外役員は、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、独立社外役員のみ

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の導入」
www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/about/pdf/governance_002.pdf

コーポレート・ガバナンス 102-35,102-36,102-37 花王のアプローチ

役員報酬制度

役員報酬は、(1)競争優位の構築と向上のため、多様で優秀な人財を獲得し、保持すること、(2)持続的な企業価値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。花王は、2017年度より社外取締役を除く取締役および執行役員を対象に、花王の中長期的な業績の向上と企業価値の増大への貢献意識を高めることを目的として、会社業績との連動性が高く、かつ透明性・客観性の高い役員報酬制度として業績連動型株式報酬制度を導入しました。

(i) 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。

(ii) 短期インセンティブ報酬としての賞与

賞与支給率が100%のときの賞与額は、社長執行役員においては基本報酬の50%、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%となります。賞与支給率は、連結売上高・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度からの改善度、および資本コストを考慮した花王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。

(iii) 長期インセンティブ報酬としての業績連動型株式報酬

花王の中期経営計画の対象となる2017年から2020年までの4事業年度を対象として、中期経営計画の業績目標やESG視点からの非財務目標の達成度等に応じて、花王の株式等を交付します。本制度は、中期経営計画の業績目標の達成度等に応じて花王の株式等を交付する「業績連動部分」と毎年一定数の花王の株式等を交付する「固定部分」から構成されます。業績連動部分は花王中期経営計画の達成に向けた動機づけおよび中長期的業績と役員報酬の連動強化を、固定部分は株式の保有促進を通じた、株主との利害共有の強化を目的としており、各部分の構成割合は、業績連動部分:固定部分=70%:30%としています。業績連動部分における業績連動係数が100%のとき、1事業年度当たりの株式報酬額は各役位の基本報酬の40~50%程度となります。

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、報酬諮問委員会において審査し、取締役会にて決定しています。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おります。監査役の報酬については、月額固定報酬のみとし、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、花

王と規模や業種・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。

2018年度の役員報酬の実績

取締役	8名	480百万円(うち社外取締役4名 60百万円)
監査役	6名	78百万円(うち社外監査役4名 30百万円)

(注) 上記の員数には、2018年3月23日開催の第112期定時株主総会の終結をもって退任した社外取締役1名、社外監査役1名が含まれています。

役員ごとの報酬額等の総額等

澤田 道隆(取締役)	報酬等の総額	165百万円
	基本報酬	82百万円
	賞与	48百万円
	業績連動型株式報酬	35百万円

(注) 報酬等の総額が1億円以上の者に限定して記載しています。



社外取締役・社外監査役からのメッセージは以下をご覧ください

→花王統合レポート2019 P80-81

www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/reports-fy2019j-all.pdf#page=80

レスポンシブル・ケア活動

102-12,102-15,103-1,103-2,103-3

花王のアプローチ

花王のアプローチ

日々の安全確保と環境保全を図るため、化学に携わる企業の自主管理活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」に取り組んでいます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

製品の安定供給や品質・安全性の確保、安全で衛生的な労働環境の提供および事業活動による環境負荷の低減は、国内外に拠点を設け、幅広い産業界に多種多様な素材・製品・システムを提供する化学メーカーとして、果たすべき重要な社会的責任です。

花王が提供する価値

化学産業界の自主的な環境・安全・健康を確保する活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」を推進することで、倫理的な観点からも社会との信頼関係の構築を通じた持続可能な社会づくりをめざしています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

RC活動の基本項目一つひとつが化学産業界にとって重要活動であるため、一つでも欠けると社会的レピュテーションが毀損されます。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

企業の自主的な活動である「レスポンシブル・ケア(RC)活動」を推進することで、地域との強い信頼関係が構築されることは、ステークホルダーの花王製品や会社への信頼につながります。

貢献するSDGs



方針

花王は、製品の開発・生産・物流・使用・廃棄・リサイクル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。

1995年の日本レスポンシブル・ケア協議会設立当初から「レスポンシブル・ケア(RC)活動」に参加しており、

2008年には当時の尾崎社長が「RC世界憲章」の支持宣言書に、さらに2014年には澤田社長が改訂された「RC世界憲章」にそれぞれ署名を行ない、RC活動を花王グループ全体で推進していくことをコミットしています。

化学産業界の「環境・安全・健康」に関する「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の基本項目※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。

※「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の基本項目
 「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」の5つの推進項目と「社会とのコミュニケーション」



→花王レスポンシブル・ケア方針
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/policy/responsible-care.html



→詳細はP177「コーポレート・カルチャー>労働安全衛生」

体制

レスポンシブル・ケア推進委員会は、社長が委員長を務める内部統制委員会内の一委員会として位置づけられており、四半期に一度、内部統制委員会に報告を行っています。内部統制委員会は取締役会へ傘下の委員会の活動報告をまとめて行ないます。

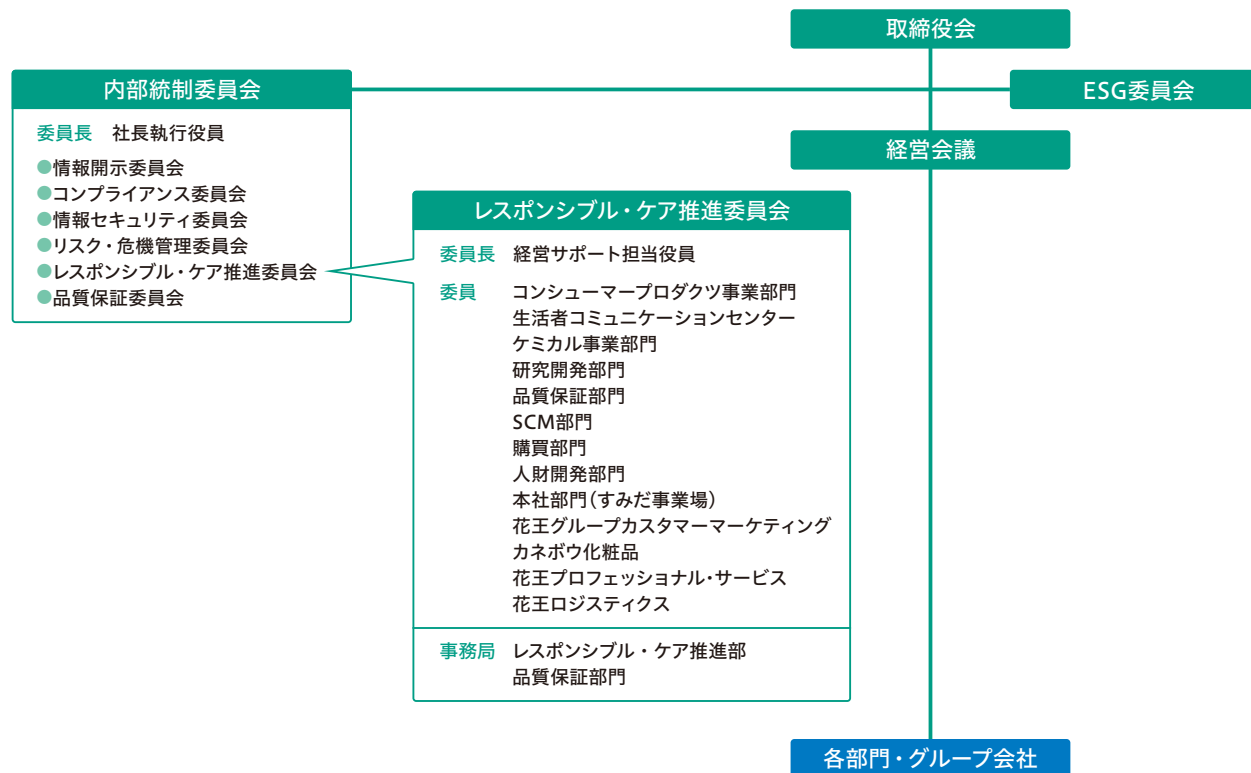
レスポンシブル・ケア推進委員会の委員長は部門統括(常務執行役員)が務め、日本国内の8つの推進部門※の代表に加え、4部門の代表と品質保証部門の担当を加えた委員14人で構成しており、毎年1回開催しています。事務局はRC推進部と品質保証部門が務めています。

花王(株)を含む花王グループ内各ケミカル会社は、各国の化学工業会に参画しRC活動を推進しています。

※ 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・サービス部門、研究開発部門、SCM 部門、販売部門、花王ロジスティクス部門

レスポンシブル・ケア推進体制



※2018年12月現在

レスポンシブル・ケア活動

103-1,103-2,103-3,403-5(労働安全衛生2018),404-2

花王のアプローチ

教育と浸透

RC推進委員会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。

2018年にRC推進委員会事務局が社員を対象に実施したRCの集合教育は49回、のべ1,212人(日本23回、1,043人/アジア・米州・欧州26回、169人)が参加しました。

2015年には、日本花王グループ社員を対象にRCの基礎知識について教育を実施しており、その後の新入社員や中途入社社員に対しても同様の内容でeラーニングを実施しています。

ステークホルダーとの協働

花王グループ各社はRC活動の基本項目の一つである「社会とのコミュニケーション」に則り、積極的にステークホルダーとの交流等、さまざまな活動を実施しています。



→詳細はP113「コミュニティ>社会貢献活動」

中長期目標

花王は2020年にグローバルでトップレベルの安全確保と環境保全を満たす企業になるべく、日々のRC活動を推進しています。

この目標を達成するために、現在のRC活動のさらなるレベルアップ、および活動範囲の拡大、マネジメントシステムの向上をめざしていきます。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

事業活動が正常に行なわれ、安定した商品供給が行なわれるとともに、不要な経費の発生が抑えられます。

社会に及ぼす効果

事業活動地域において環境負荷の低減、衛生状況の改善、社会への還元が行なわれ、その結果、地域住民を含むステークホルダーの生活レベルの向上に貢献できます。

2018年の実績

実績

2018年は9月26日に「花王グループRC推進委員会」、11月5・6日に「グローバルRCミーティング」、12月19日に「日本RCミーティング」をそれぞれ開催しました。

7月～8月にかけて「RC事務局監査」を日本およびグローバルの各会社、推進部門に対し実施しました。

またRC事務局監査の一環として、RC推進委員会事務局は各推進部門の自己点検に立ち会い、規定等に基づきRC自己点検が適切に実施されているか同行し確認しています。2018年は7月に実施されたSCM部門の安全防災部会監査に、RC推進委員会事務局が立ち会いました。



→詳細は
P198「具体的な取り組み:RC活動の標準化」
P200「具体的な取り組み:RC事務局監査実施状況」

実績に対する考察

環境では廃棄物目標が、安全では全項目が未達となりましたが、2020年までは当初目標を維持し、推進します。

具体的な取り組み

RC活動の標準化

日本国内の8推進部門およびすべての海外関係会社は、RC推進委員会で決定された花王RC目標をもとに、それぞれの業務内容や業種・業態に応じた活動計画を立案し、以下のようなサイクルでRC活動を推進しています。

毎年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。

10月～11月に開催する「グローバルRCミーティング」では、RC推進委員会事務局から「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。各社からはRC活動状況が発表され、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。

2018年は、9月26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2018年のRC目標に対する花王グループ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、推進部門から各部門の推進活動状況が発表され、最後に審議事項として、2019年の花王グループRC目標が承認されました。

11月5・6日には「グローバルRCミーティング」を本社で開催し、日本以外では15のグループ会社（前年12会社）から18人が参加しました。会議では花王グループのRC活動方針の理解を深め、2019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。

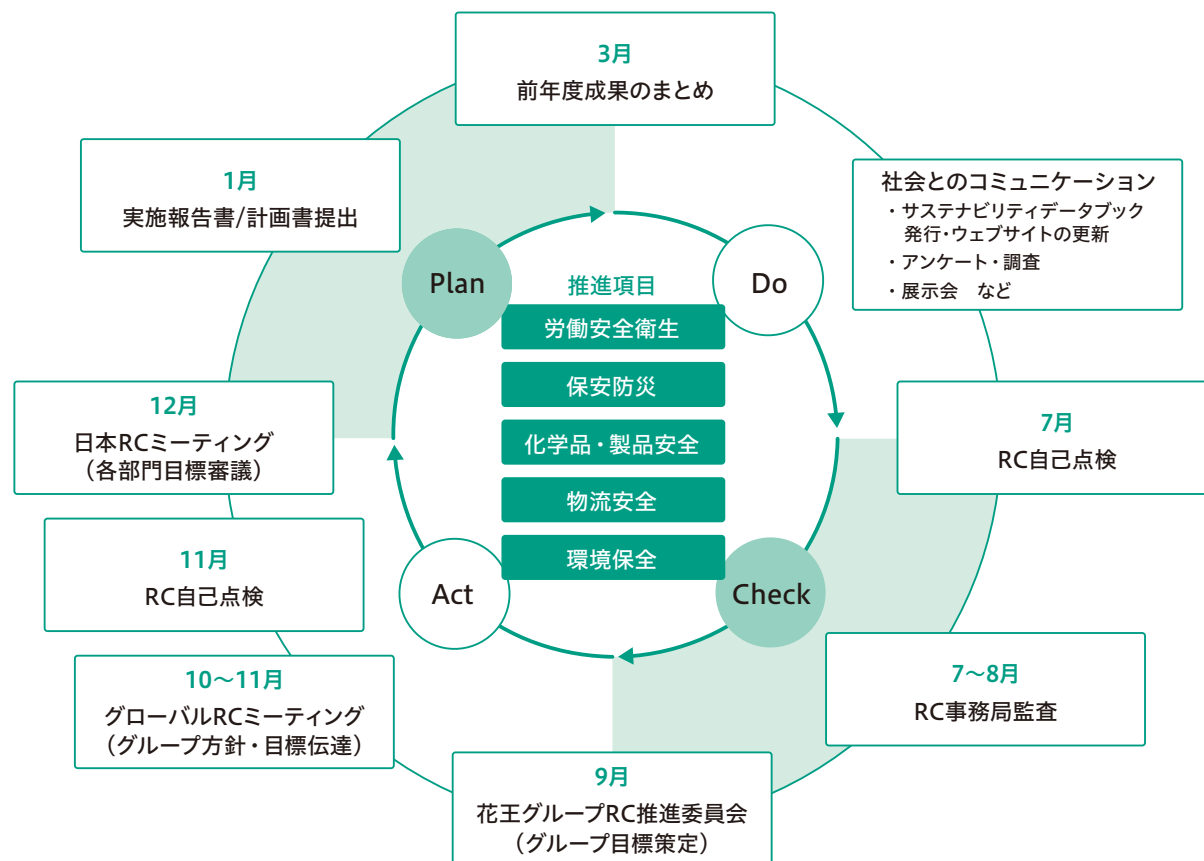
12月19日の「日本RCミーティング」では、各推進部門のRC推進委員が2019年の計画案を発表し、審議・承認されました。また事務局から2018年の環境および安全の実績報告を行ないました。



日本RCミーティング

レスポンスブル・ケア活動 103-2,103-3 具体的な取り組み

RC活動の年間サイクル



環境・安全データベースなどを活用

花王は、環境負荷の低減や労働災害・事故発生数の低減を図るための環境・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。

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、新しいシステムへの移行を検討中で、現在情報システム部門とともに具体的なシステムの検討を行っています。

※ 環知安システム

エネルギー使用量、温室効果ガス排出量、ばい煙排出量、水使用量、排水量、排水濃度測定結果、土壌・地下水測定結果、PRTR 法対象化学物質の取扱量および排出量・移動量、廃棄物等の発生量・排出量・最終埋立処分量、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

103-2,103-3

具体的な取り組み

RC 事務局監査実施状況

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 推進委員会事務局より選出された監査チームが日本の各推進部門および海外グループ会社に対して、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」および11月の「グローバルRC ミーティング」で報告するとともに、翌年の数値目標や活動目標の策定に活かしています。

なお本監査は全社規程(B-02-00「レスポンシブル・ケア事務局監査規程」)に基づき実施されるもので、監査に用いるチェックシートの設問ごとに実施状況(実施の有無、実施率)を点数付けすることで評価します。

2018年は7月から8月にかけて、日本の8推進部門、海外は安全と環境面の影響度を配慮して工場を持つグループ会社19社※に対して、チェックシートを用いてRC 事務局監査を実施しました。2018年はチェックシートの監査範囲を従来のものから拡大し、より高度な活動の推進状況を確認しました。

また今年は環境・安全に関する法令の遵守状況および体制について、別途チェックシートを作成し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。海外については、法令遵守体制を確認する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。併せて今回の監

査で2017年の監査時の指摘事項についてはすべて対応済みであることも確認しました。

2018年のRC 事務局監査の結果について、日本では全8推進部門で評価平均点が4.5点以上を獲得しRC 推進体制が整ってきたことが確認できましたが、継続観察が必要な項目として労働安全に関する指摘が多くみられたため、さらなるレベルアップを依頼しました。海外ではすべての会社で2017年より評価点数の改善がみられました(下表参照)。

※ 上海花王、花王(合肥)、上海花王化学、花王(上海)化工、花王葫芦島錦星鑄造材料、花王(台湾)、花王(ベトナム)、ピリピナス花王、花王インドネシア(タイランド)、ファティケミカル(マレーシア)、花王(インドネシア)、花王インドネシア化学、花王USA、花王スペシャルティーズアメリカズ、キミ花王、花王マニファクチャリングジャーマニー、ドイツ花王化学、モルトンブラウン、花王コーポレーション(スペイン)

RC事務局監査実績(2018年)

	SCM 部門	研究開発部門	事業部門	コーポレート部門	日本グループ会社※1	海外グループ会社※2
設問数	202	159	249	331	534	5,982
継続観察が必要な項目	2	8	1	5	6	—
評価平均点【5点満点】※3	4.92 (4.88)	4.92 (4.94)	4.88 (4.82)	4.90 (4.88)	4.90 (4.84)	4.48 (4.30)

※1 日本グループ会社

花王プロフェッショナル・サービス(株)、花王グループ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

19社(アジア12、欧米7)

※3 ()内は2017年の結果

レスポンシブル・ケア活動

403-1 (労働安全衛生2018)

具体的な取り組み

安全意識アンケートの実施

従業員の安全に対する意識を調査し、今後の安全活動に役立てるため、独自の「安全意識アンケート」を開始しました。初年度となる2018年は日本のSCM部門に対し実施しました。今後、研究開発部門、販売部門、海外従業員に対しても順次本調査を実施していきます。

国際マネジメントシステム認証状況

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、環境の国際規格であるISO14001、労働安全衛生の規格であるOHSAS18001の認証や各国の認証も受けています。

環境に関する認証取得状況 (ISO14001等)

外部認証を受けている工場の割合は95%です(総生産量重量基準)。

活動の標準化・高度化をめざし、個別工場で取得していた認証の統合を実施し、日本とアジアの15サイトで完了しました。さらに2018年は、2015年版への移行が完了しました。今後、統合する工場を増やすなど、認証取得拠点の拡大を実施していきます。

労働安全衛生に関する認証取得状況 (OHSAS18001等)

労働安全衛生のマネジメント規格は、日本と比較して労働災害が多く、労働管理の強化が必要な海外の工場を取得を推進しており、その割合は35%です(総生産量重量基準)。

今までは個別工場で認証を取得していましたが、活動の標準化・高度化をめざし、アジアの5工場での統合が2018年に完了しました。今後、ISO45001への移行や統合する工場を増やすなど、認証取得拠点の拡大を実施していきます。

品質に関する認証取得状況 (ISO9001等)

外部認証を受けている工場の割合は95%です(総生産量重量基準)。今後、認証取得工場を拡大していきます。

外部認証取得一覧



→「ISO等認証取得一覧」

[www.kao.com/jp/corporate/sustainability/
environment/activity-data/certification.html](http://www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/activity-data/certification.html)



SCM部門が「レスポンシブル・ケア(RC)」の大賞を受賞

花王 SCM部門が「花王生産事業場での環境負荷低減活動」において、一般社団法人日本化学工業協会「第12回 RC賞」の最高位である「RC大賞」を受賞しました。

業界の中でも早期から工場生産エネルギーの都市ガス化や、ガスコージェネレーション設備(熱電併給型のエネルギーシステム)を導入するなど継続的な省エネ活動の結果、CO₂排出原単位を半減させた実績(2016年、対1990年比)が高く評価されました。そのほか、廃棄物のゼロエミッション(最終処分率)やフロン排出抑制などの環境負荷削減活動も高く評価されました。



表彰式

リスクと危機の管理 102-12,102-15,103-1 花王のアプローチ

花王のアプローチ

花王は、事業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクに対して、リスクの顕在化の防止と、万一リスクが顕在化した場合にも被害・損害を極小化することを目的に、事業環境の変化に適切かつ迅速に対応できるリスクと危機の管理を進めています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

地球温暖化に伴う気候変動や自然災害の増大、環境汚染、水資源、生物多様性への不安は、サステナビリティに対する消費者、顧客の意識の高まりや、環境規制の強化をもたらしています。

また、近年の情報通信技術の発展とスマートフォンの社会への浸透は、ソーシャルメディア活用の広がりやeコマースビジネスの急速な伸長をもたらし、人々のコミュニケーション方法や購買行動を大きく変化させています。

一方で、企業のコンプライアンスの遵守、情報管理の徹底、人権への配慮、ダイバーシティの尊重、適時適切な情報公開・開示などに対するステークホルダーからの期待、要請は一層の高まりを見せています。

花王が提供する価値

花王は、事業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクと危機を適切に管理し、花王への影響が大きく、経営上重要なリスクに対して対応策を講じることで、消費者、顧客、取引先等のステークホルダーとの良好な

関係を継続し、よりよい製品・サービスを継続的に提供することを実現します。さらに、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します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

自然災害、事故等による製品供給への支障、品質トラブルや製品の安全と安心に対する懸念などの業務運営リスクに対して、一段高いレベルで管理・対応していく必要があります。

また、花王グループのイメージやブランドに関する誤った情報や否定的なコメントがソーシャルメディアなどで拡散された場合、事業活動への影響は増大する傾向にあり、レピュテーションリスク※を適切かつ迅速に管理・対応する必要があります。

さらに、企業の成長のために取るべきリスクと位置づけている、経営戦略、事業戦略、海外進出、設備投資、新規事業への着手、企業買収などからもたらされる戦略リスクについても、着実に対応していく必要があります。

※レピュテーションリスク:企業に対する批判的な評価や評判が広まることで、企業の信用やブランド価値が低下し、損失を被るリスク

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

社会的課題や経営環境の変化の中で、経営が管理すべき重要リスクを明らかにし、対応すること、そして、花王の活動に対する正しい情報と理解を広めることが、花王の信用やブランド価値の向上につながり、「2030年のありたい姿」の実現に寄与するものと考えます。

貢献するSDGs



方針

花王は、経営目標の達成や事業活動に悪影響を与える可能性を「リスク」、この「リスク」が顕在化することを「危機」とし、「リスク及び危機管理に関する基本方針」に示された対応の優先順位（1.人命尊重、2.環境保護、3.操業維持、4.資産保持）に基づいて、事業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクと危機を適切に管理しています。

花王は、中期経営計画「K20」を推進し、その先の「2030年までに達成したい姿」をめざすために、リスクと危機の管理強化を右のように進めています。

1

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

経営への影響が特に大きく、対応の強化が必要なリスクを「コーポレートリスク」と定め、執行役員がそれぞれのリスク対応の責任者を務めています。

2

対象リスクの範囲拡大

主に業務運営リスクを中心に行なってきたリスク管理を、2015年から、戦略リスク、レピュテーションリスクにまで拡大して対応を進めています。

3

リスクが顕在化した際の対応力強化

リスクは顕在化するものと考えて、万一顕在化しても、適切かつ迅速に対応できるように危機時の対応体制を強化しています。

リスクと危機の管理 103-2,103-3 花王のアプローチ

体制

リスクと危機の管理は、担当する執行役員を委員長とする「リスク・危機管理委員会」(年4回)で、管理体制と運用計画を定めています。各部門、子会社、関連会社は、この運用計画に基づいて、リスクを把握、評価し、対応策を策定、実行することでリスクを管理します。また、委員会の下部組織として「リスク・危機管理推進会議」(月1回)を設け、委員会への提案事項の議論や、委員会決定事項の推進を行なっています。

さらに、経営層へのヒアリング、社内リスク調査(各部門、子会社に対して実施)などを踏まえて、コーポレートリスクのテーマとその責任者を経営会議の承認を経て決定しています。コーポレートリスクの責任者は対応チームを編成し、対応策を策定、実行し、総合的にリスク対応の強化を図っています。

これらコーポレートリスクのテーマは、毎年見直しを行ない、活動の進捗は、リスク・危機管理委員会で確認を行なうとともに、定期的(年1回)および適時、経営会議または取締役会において報告、審議を行なっています。

一方、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所管する部門または子会社、関連会社が中心となって対応組織を立ち上げます。さらに、グループ全体への影響の重大さに応じて、代表取締役 社長執行役員など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に対応します。

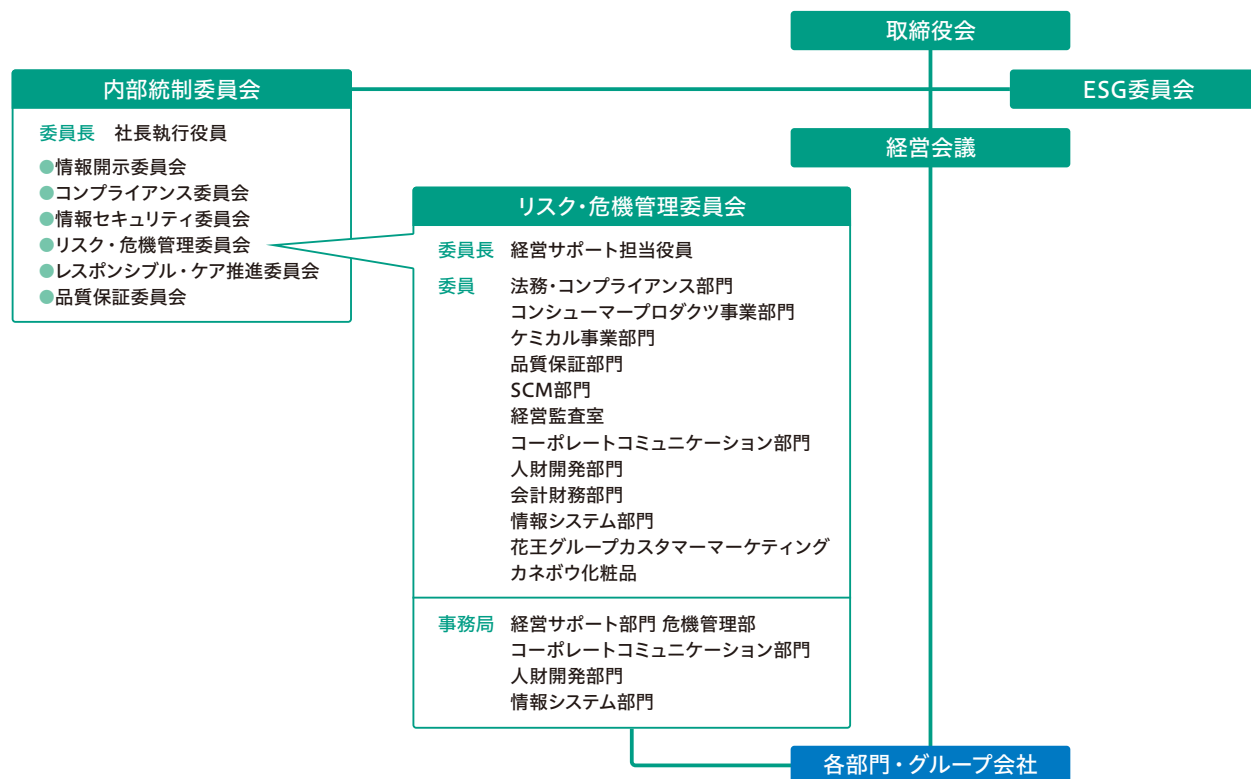
事業から独立した危機管理部は、花王グループ各社のリスクと危機の管理を推進し、改善提案するとともに、新たなリスク、所管の不明確なリスクを発見し、対応方針の策定を行ないます。また、危機管理部長はリスク・危機管理委員会の事務局長を担い、定期的(年1回)および適時、経営会議または取締役会に、リスクと危機の管

理活動を報告しています。

これらリスクと危機の管理プロセスの有効性については、内部統制委員会で確認しています。

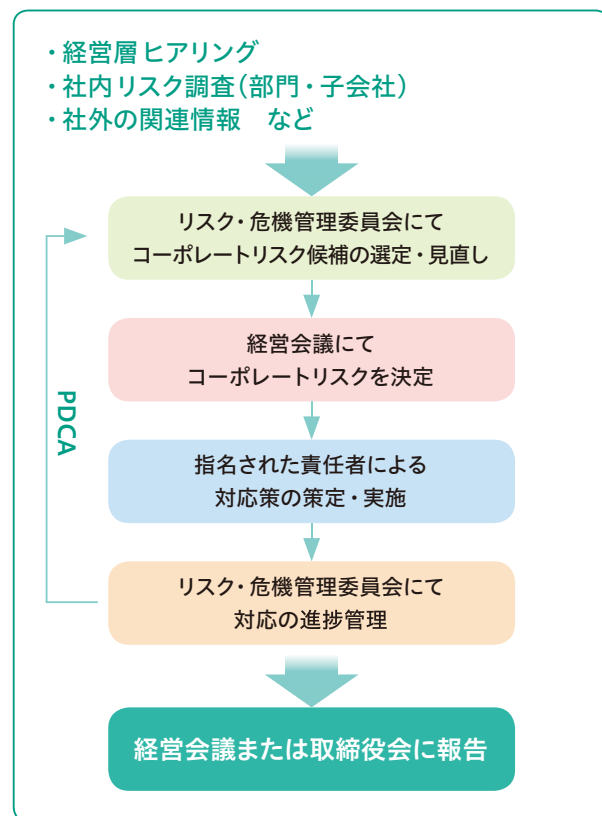
なお、リスクと危機の管理を担当する執行役員並びに危機管理部の実績評価には前記活動に対する目標達成度が含まれています。

リスクと危機の管理体制

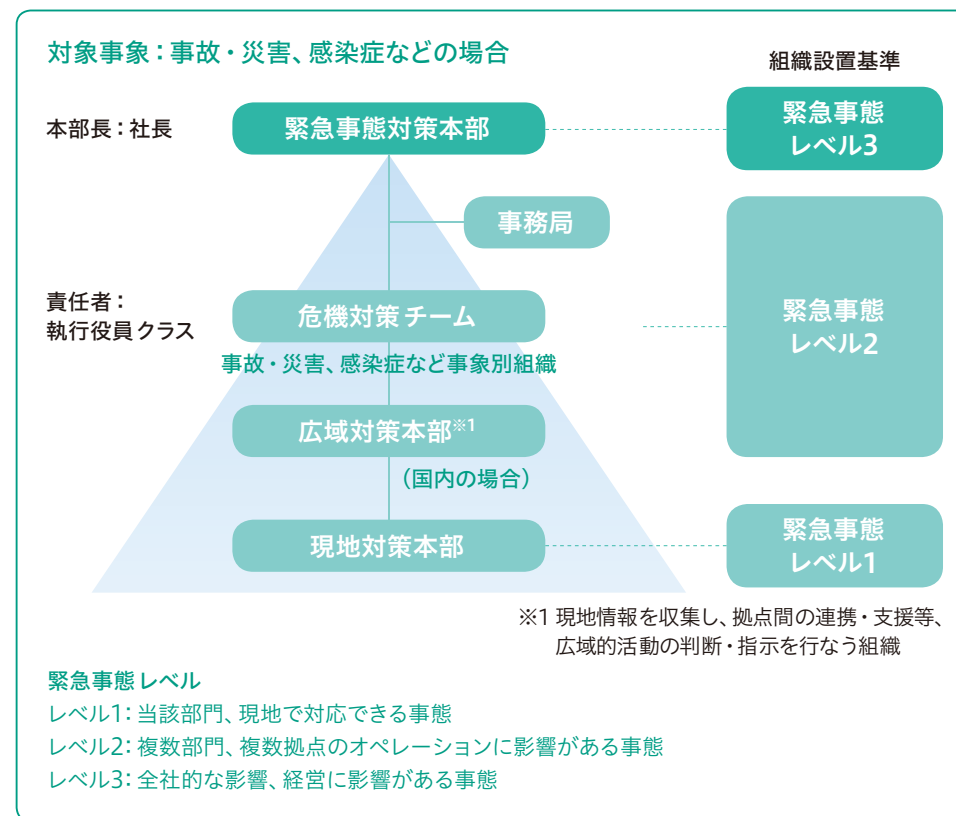


※2018年12月現在

コーポレートリスクの運営



危機発生時の体制(一例)※



※ 危機発生時の体制

花王グループでは、発生事象の花王グループに及ぼす影響の重大さから、危機対策チームの責任者が緊急事態レベルを評価し(事故・災害、感染症などの事象発生時にはレベル1〜3で評価)、レベルに応じた組織を設置して発生事象に対応します。

リスクと危機の管理 103-1,103-2,103-3,404-2 花王のアプローチ

教育と浸透

リスク管理体制と対応方針の周知

花王グループ(部門、子会社、関連会社)のリスク管理については、リスク・危機管理委員会で決められた主要リスクの管理体制と対応方針を各組織に周知しています。また、各組織に対してリスク調査を実施し、定期的に重要リスクの洗い出しと、対応策の策定と見直しを進め、対応の進捗を確認することで、リスク管理の定着を図っています。

一方、取締役(社外取締役を含む)に対しては、年1回以上の頻度で社内もしくは外部講師によるリスク教育を実施しています。

リスク調査

各部門、子会社に対して実施されているリスク調査は、網羅的および特定のテーマに関する調査を実施し、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しを進めています。また、組織横断のリスクや共通するリスクは、事象の要因を解析して対応を進めています。この調査結果に関しては、各部門、子会社にフィードバックし、組織および社員個人のリスク管理を継続的に改善しています。

リスク情報の提供

リスクが顕在化した際の連絡網や対応体制を示すとともに、海外安全、感染症、情報セキュリティなどに関して、定期的または必要に応じて情報提供、注意喚起を行なうことで、危機意識を高めています。リスクの理解と危機発生時に適切かつ迅速に対応できるように、社内ポータルサイトを通して「危機管理通信」を月1回掲載し、レピュテーション、テロ、大規模地震、パンデミックへの対応、ソーシャルメディア使用時の注意点などの情報を提供しています。このように、必要に応じて注意喚起を行なうことで、危機意識を高め、リスクカルチャーの醸成を図っています。

危機対応訓練

危機発生時の対応力の強化に向けて、緊急事態対応訓練、総合防災訓練、安否確認訓練などを定期的(年1～2回)に実施しています。

中長期目標と実績

中長期目標

次の基本戦略を実行することで、世界レベルと評価されるリスクと危機の管理体制の構築をめざします。

- ・経営が管理すべき重要リスク(コーポレートリスク)の明確化と対応体制の強化
- ・対象リスクの範囲拡大(戦略リスク、レピュテーションリスクへの対応)
- ・リスクが顕在化した際の対応力の強化

2018年の主な重点取り組み

- ・コーポレートリスク対応の実践力強化
- ・海外拠点の重要リスク管理のPDCAの定着
- ・事業環境の変化の中で発生するリスクへの対応力強化
- ・リスクに対する社員の意識、感度の向上 など

2018年の実績

実績

コーポレートリスク対応の実践力強化

2018年は、経営環境の変化を踏まえて、次のようなコーポレートリスクのテーマの見直しを行ないました。そして、リスク・危機管理委員会での進捗管理のもと、リスク対応の実践力の強化を進めました。

- ・大地震・自然災害
- ・個人情報保護
- ・パンデミック
- ・為替変動
- ・レピュテーション
- ・製品の品質問題への対応
- ・流通構造の変化
- ・デジタルメディア活用に伴うリスク
- ・アジア事業に関するリスクなど

海外拠点の重要リスクの管理強化

海外子会社のリスク管理についても、各社のマネジメント層が、自社の重要リスクの選定を行ない、対応策を検討することでリスク管理の強化を推進しています。2018年は、各社のリスク管理とコーポレートリスクおよび日本の主管部門の活動を連携させることで、各社のリスク管理のPDCAの定着を図りました。

危機発生時の対応力の強化

コーポレートリスクを含む重要リスクについては、ガイドラインの周知、行動計画の策定を行ない、対応体制の整備を進めました。また、情報の収集体制と分析力を

高め、危機発生時の対応訓練を実施することで、対応力の強化を図りました。

リスクに対する社員の意識、感度の向上

啓発活動としては、社内ポータルサイトを用いて、社員の危機意識の醸成に努めました。具体的には顕在化したリスクへの注意喚起を行なうだけでなく、リスクに関する正しい理解と危機発生時に適切かつ迅速に対応できることを目的に、「危機管理通信」を月1回掲載し、戦略リスク、企業不祥事、自然災害、倉庫火災、感染症、レピュテーションリスク、個人情報管理、海外出張の注意点などの情報を提供しました。

新興リスク

2018年のコーポレートリスクのテーマの見直しの中で、新たなリスクについての議論がありました。

近年の海洋プラスチックごみ問題は、製品、容器や包装に使われるプラスチックに対するグローバルな監視の強化、各国の使用・廃棄に関わる法規制の強化をもたらしています。また、デジタルメディアの急速な発展に伴い、消費者とのコミュニケーションのあり方も大きく変わってきています。マーケティング活動の中でもデジタルメディア活用の強化に伴うリスクについて注意が必要と考えています。

一方、国際的な貿易摩擦は、技術などの分野にも発展し、複雑さを増してきており、原材料コストの上昇のみ

ならず、法規制の強化などに伴う事業活動への影響にも留意する必要があります。こうした変化に対して、機会とリスクの両面から取り組みを強化しています。

2018年の主な訓練

- ・総合防災訓練（グローバル主要工場で実施）
- ・大規模地震を想定した緊急事態対応訓練、BCP訓練（日本2回実施）
- ・大規模地震を想定した、安否確認訓練（日本2回実施）
- ・個人情報漏えい対応訓練
- ・海外拠点から日本本社への緊急時通報訓練（海外25拠点にて実施）
- ・日本拠点メディアトレーニング、リスクコミュニケーション研修
- ・危険地域出張者訓練、セキュリティアセスメント（海外拠点）

実績に対する考察

期首に計画した活動の着実な実施は、社員のリスクに対する意識の醸成と対応力の向上につながり、実際に発生した自然災害に対しても迅速に対応することができました。そして、訓練での課題や追加された想定を翌年の訓練（ストレステスト、BCPの深化）に反映することになりました。

花王のアプローチ

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(トレードシークレット(TS))・個人情報およびハードウェア・ソフトウェア・各種データファイル等の情報資産の保護を目的とした情報セキュリティの強化を図っています。社内ルールの制定や内部管理の徹底と遵守に向け、PDCA サイクルによる保護推進活動を実施しています。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

各企業はITを活用して事業や業務を効率的に進めるとともに、データ活用によりビジネスの革新・改革を進めています。これにより、業種を超えた新たな成長分野の創出や多様な人材の確保が進んでいます。

一方近年、サイバー攻撃により事業活動の一時的中断や情報漏洩による業績の悪化のリスクが高まっており、サイバーセキュリティ対策が社会的課題となっています。

花王が提供する価値

花王は、自社が経験したサイバー攻撃について情報共有ネットワークを通じて業界企業に共有することにより、業界全体のセキュリティ対策の向上に貢献したいと考えています。そのため、独立行政法人情報処理推進機構(IPA)の「サイバー情報共有イニシアティブ(J-CSIP)」、警察庁の「サイバーインテリジェンス情報共有ネットワーク」、JPCERT/CCの「早期警戒情報」に参加しています。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

サイバー攻撃による生産活動・販売活動・マーケティング活動・研究開発活動の長期間の停止や、情報漏洩による企業信頼の失墜は大きなリスクの一つです。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

サイバーセキュリティ対策やTS・個人情報といったデータ管理を強固にすることで、新たなデータ活用の実現やネットワークを介した多様な働き方を可能とします。

貢献するSDGs



方針

花王は、「情報セキュリティポリシー」「機密情報取り扱いガイドライン」「個人情報取り扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」を制定して、サイバーセキュリティ対策やTS・個人情報の管理を徹底しています。

これらは、法令や各省庁・委員会のガイドラインに準拠するだけでなく、花王としての管理体制・管理方法を明確にしています。

教育と浸透

社内教育はTSや個人情報の基礎知識の周知徹底を目的に、新入社員の配属時期や異動による転入者が発生したタイミングで開催され、各部門での実施を基本としています。そのため、TS推進委員や個人情報管理責任者に対して外部講師による講演や最新動向の周知を行なっています。また、各部門での教育のための啓発資料をTS推進委員や個人情報管理責任者に提供しています。全社員向けには社内ポータルサイトによる注意喚起や啓発も行なっています。

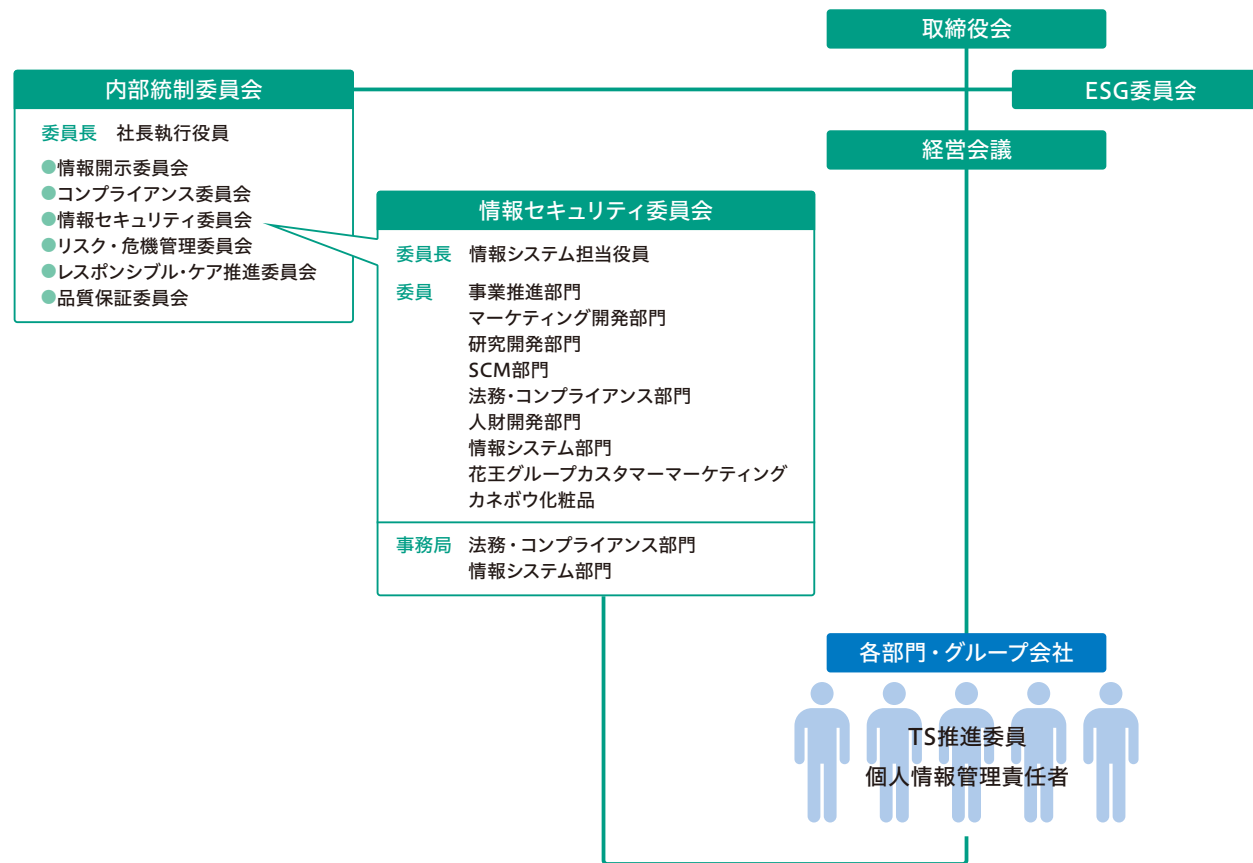
さらに、社内教育の浸透度を測るために、自己点検によるチェックを行なっています。自己点検によるチェックで課題を抽出し、改善目標を設定、改善活動を推進しています。

体制

花王では、情報セキュリティ委員会委員長と委員長代行に執行役員を配置し、人財開発、情報システム、マーケティング、知的財産、生産技術、法務・コンプライアンス等の多様な部門から委員と事務局を選出し、多様な観点で方針の決定やルールの整備、管理体制の整備、啓発活動の実施を推進しています。

情報セキュリティ委員会は、四半期に一度、内部統制委員会に活動報告しており、内部統制委員会が取締役会へ傘下の委員会の活動報告をまとめて行ないます。報告は、本年度の活動目標とその進捗および実績評価で、第4四半期には翌年の活動目標もあわせて報告されます。グローバルでの推進体制は、日本の情報セキュリティ委員会の傘下に各国の情報セキュリティ委員会を配置する形で、GDPR 対応を行なった欧州・米州と、すでに情報セキュリティ部会という対応組織のある中国を中心に2019年度に展開していきます。

情報セキュリティの管理体制



※2018年12月現在

中長期目標と実績

中長期目標

- ・サイバーセキュリティ対策を含めたTS・個人情報およびハードウェア・ソフトウェア・各種データファイル等の情報資産の保護
- ・情報漏洩事故等、緊急事態発生時の事実確認、対応決定、再発防止策策定と実行

中長期目標を達成することにより期待できること

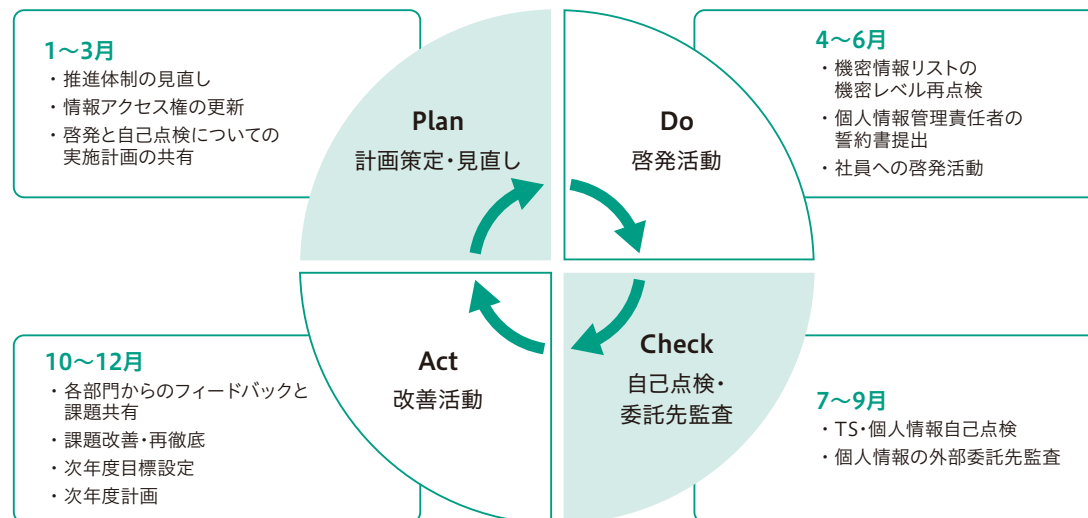
コスト低減あるいは収益拡大

サイバーセキュリティ対策により、TS・個人情報の漏洩・流出を防ぐことができれば、漏洩・流出が発生した場合の対応コストを低減できます。また、TS・個人情報の漏洩時対応が確立されていれば、被害を最小限に抑えることができます。

社会に及ぼす効果

サプライチェーン全体に対してサイバーセキュリティ対策を実施することで、業界全体・日本企業全体のサイバーセキュリティの向上の一端を担うことになります。

情報セキュリティ活動のPDCA



2018年の実績

実績

TS・個人情報保護推進活動をPDCAサイクルで実施しました。

第1四半期：計画策定・見直し

- ・ TS・個人情報保護推進体制見直し
- ・ 標的型メール訓練実施
- ・ GDPR 対応を監査役会で報告

第2四半期：啓発活動

- ・ 日本の99部門・部署・関係会社でTSの啓発活動を実施
- ・ 日本の77部門・部署・関係会社で個人情報の啓発活動を実施
- ・ 個人情報漏洩時対応訓練実施
- ・ EU 向けウェブサイトのGDPR 対応実施
- ・ GDPR 対応を経営会議で報告
- ・ 中国サイバーセキュリティ法対応状況確認
- ・ 経済産業省の「サイバーセキュリティ経営ガイドラインV2.0」対応

第3四半期：自己点検・委託先監査

- ・ 日本の109部門・部署・関係会社でTSの自己点検を実施
- ・ 日本の88部門・部署・関係会社で個人情報の自己点検を実施
- ・ 182社に対して個人情報委託先書面監査を実施

第4四半期：改善活動

- ・ 2018年11月15日に全体会議（遠隔地はWeb 会議で中継）の「第25回TS・個人情報保護推進会議」を開催し、2018年のTS・個人情報に関する事故報告および自己点検のフィードバックと改善目標の設定を行いました。
- ・ 海外セキュリティアセスメントの実施：アジア10社、米州3社、欧州3社

実績に対する考察

TS・個人情報の保護推進活動は、毎年、継続的に行う必要があります。TS・個人情報の保護を十分に理解している人でも、数年経つと知識が曖昧になり、事故を起こすリスクが高まります。新入社員やキャリア採用の方を含めた全従業員が花王グループのTS・個人情報の保護ルールを理解し、実践することが大切です。また、このTS・個人情報保護推進活動をグローバルに拡大していくことも必要と考え、検討を始めています。

ステークホルダーとの協働

化学製品製造業者等により構成される業界団体である一般社団法人日本化学工業協会の「情報セキュリティ対応部会」に参加することで、日本の化学業界での情報セキュリティの向上に貢献しています。

また、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）が主催する「サイバー情報共有イニシアティブ（J-CSIP）」と、警察庁が主催する「サイバーインテリジェンス情報共有ネットワーク」の2つのサイバー攻撃に対する情報共有ネットワークに加えて、2017年からJPCERT コーディネーションセンターが提供する「早期警戒情報」にも参加しました。これらの情報共有ネットワークからソフトウェアの脆弱性情報やサイバー攻撃の情報を入手するだけではなく、花王が受けたサイバー攻撃の情報を開示・共有することで、日本のサイバーセキュリティ対策に貢献しています。

2018年6月には、花王のキャンペーンを騙り、消費者の個人情報を盗みだそうとする事件が発生しました。これに対しては、ウェブサイトやTwitter・Facebookの公式アカウントで注意喚起を行ない、消費者の皆さまと一緒に被害の防止に取り組みしました。

具体的な取り組み

第1四半期：計画策定・見直し

TS・個人情報保護推進体制見直し

組織変更や人事異動による役割変更に伴って、TS推進委員46人、個人情報管理責任者35人、情報セキュリティ委員会委員1人の体制の見直しを実施しました。組織変更や人事異動があっても、花王グループのTS・個人情報保護推進活動が途切れることのないように、次の担当に確実に引き継ぎをしています。

標的型メール訓練実施

2018年2月に日本花王グループの19,746人を対象に4回目の標的型メール訓練を実施し、添付ファイル開封率が13.7%で昨年と比較して改善しました。

しかし、従業員一人一人がサイバーセキュリティの意識を持って不審なメールを見抜き、不用意に添付ファイルを開封しないよう、今後も継続的な注意喚起が必要です。

標的型メール訓練での開封率

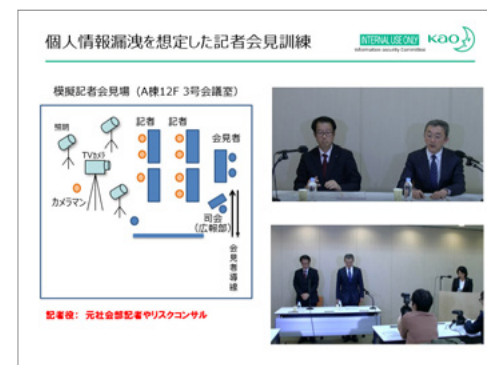
	2015年	2016年	2017年	2018年
開封率	21.3%	31.5%	18.5%	13.7%

第2四半期：啓発活動

個人情報漏洩時対応訓練の実施

2018年4月にPart1：インシデント対応訓練、Part2：記者会見訓練の2部構成で、個人情報漏洩時対応訓練を実施しました。

インシデント対応訓練では、サイバー攻撃により花王のサーバがマルウェアに感染し、その結果、個人情報が漏洩したという想定で、緊急対策会議を複数回開催し、発覚した事実の共有とその対応策の検討・実施を行ないました。記者会見訓練では、2名の執行役員が想定登壇し、記者役のコンサルタントから厳しい質問をしていただきました。この訓練を通して抽出した課題の一つはコールセンターの委託先の確保やキャパシティプランニングです。個人情報の漏洩を公表するためには問い合わせ窓口の設置が必要になりますが、問い合わせ窓口を社内のリソースで対応できない場合を想定して、最短でコールセンターを立ち上げられ、かつコールセンターの人員を最大限増員できる委託先をあらかじめ選定する必要性が明らかになりました。



個人情報漏洩時対応訓練の記者会見訓練より

経済産業省の「サイバーセキュリティ経営ガイドラインV2.0」対応

2017年11月に改訂された「サイバーセキュリティ経営ガイドラインV2.0」では、経営者が認識すべき3原則と経営者が最高情報セキュリティ責任者(CISO)等に指示すべき10の重要事項が定義されています。後者はアメリカ国立標準技術研究所(NIST)のセキュリティフレームワークに関連が示されています。花王は、NISTのセキュリティフレームワークで自社グループの現状を把握・課題を抽出し、改善を図っています。

第3四半期：自己点検・委託先監査

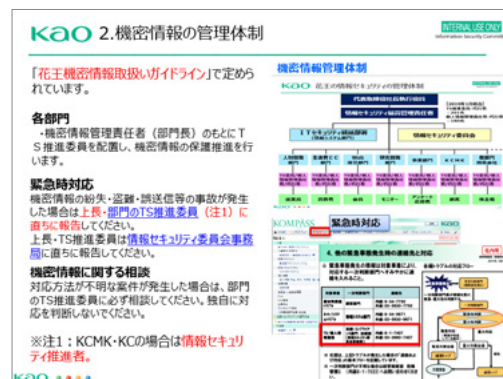
TS・個人情報保護の自己点検

TS自己点検は、啓発活動の実施、部門マニュアルの整備、TS表示の実施、機密情報の管理について徹底を図るため、毎年状況を確認しています。2018年は7月9日から8月10日に実施しました。

個人情報自己点検も同様に、啓発活動の実施、個人情報の保有、個人情報に関する業務の委託の有無、個人情報の管理について、TS自己点検と同時期に実施しました。2018年11月15日の全体会議「TS・個人情報保護推進会議」で自己点検のフィードバックを行ない、改善目標を設定しています。

TSの改善目標は、「機密情報をやむを得ず持ち出す場合は紙媒体ではなく、会社が貸与したPCやスマートフォンで持ち出す」と設定しました。ID・パスワードでロックされている会社貸与PCやPINコードでロックされている会社貸与スマートフォンであれば、盗難・紛失事故があっても、直ちに情報漏洩につながらないためです。

個人情報の改善目標は、「個人情報をセキュリティ機能で守られた個人情報専用サーバで保管する」と設定しました。個人情報専用サーバで保管すると、ファイル単位でアクセス制御が行なえるため、ファイルが漏洩してもアクセス権のある者しか開くことができないので情報が守られます。



情報セキュリティ啓発資料より

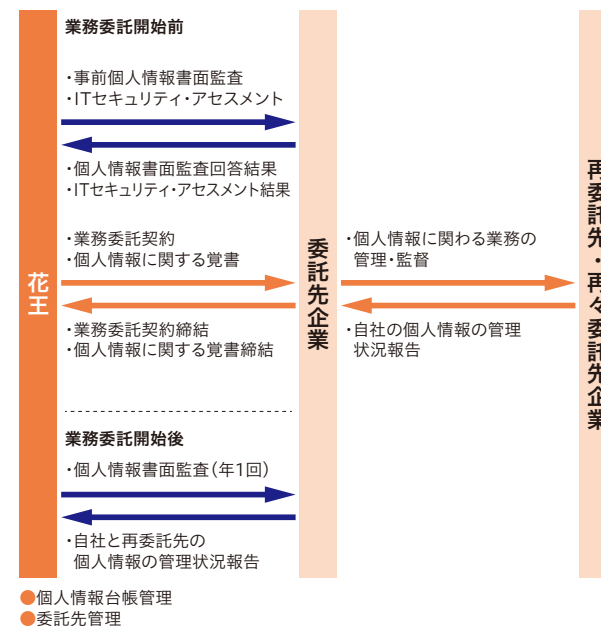
個人情報委託先監査

花王は個人情報に関する業務を委託する場合、委託先が個人情報を安全に扱えるか事前の監査を行なっています。Webキャンペーンのようなシステムを委託先が提供する場合は、ITセキュリティ・アセスメントも行なっています。この委託先の個人情報事前監査とITセ

キュリティ・アセスメントに合格しないと、委託契約の締結は行ないません。

また、花王は毎年継続的に個人情報委託先監査を行なうことで個人情報の委託先の管理・監督をしています。2018年は182社に対して個人情報委託先監査を実施し、個人情報の管理状況、委託先の個人情報保護の体制を確認しました。個人情報を委託先に保管している場合は、件数を確認し、個人情報取扱い台帳システムに登録しているデータ件数と整合性をチェックしています。

個人情報に関わる業務の委託と委託先監査



●個人情報台帳管理
●委託先管理

第4四半期:改善活動

「第25回TS・個人情報保護推進会議」を開催

2018年11月15日に「第25回TS・個人情報保護推進会議」を開催しました。外部の講師による講演テーマは、「サイバーセキュリティは事業継続課題」で、ここ数年、機密情報や個人情報の漏洩の原因として大きな脅威になっているサイバー攻撃について、多くの事例を紹介していただきました。続いて、2018年のTS・個人情報に関する事故の総括、TS・個人情報自己点検のフィードバックを行ない、改善目標を設定しました。



TS・個人情報保護推進会議
本社会場に113人、各事業場へは中継で174人が参加

GDPRへの対応

EUの一般データ保護規則 (GDPR: General Data Protection Regulation) が2018年5月25日に施行されました。GDPRは個人データの処理と移転に関する法律で、厳しい規制と罰則が特徴となっています。

主な対応

- ・ EU域外への個人データ移転の適法化:標準契約条項 (SCC) 締結
- ・ 個人の権利行使の尊重:「Privacy Policy 更新」「cookie取得の同意取得」
- ・ データ保護責任者 (DPO) の設置
- ・ データ保護影響評価 (DPIAs) の実施と処理の記述 (RoPA) の作成
- ・ 安全管理措置 (DPA: Data Processing Agreement) の締結
- ・ 権利侵害時の公開義務

中国サイバーセキュリティ法対応

2017年6月に施行した中国サイバーセキュリティ法では、中国国内で収集した重要データについては中国国内保存が義務付けられています。個人情報はここである重要データにあたります。個人情報を越境移転する場合は、個人情報提供者に「データ国外持ち出し

の目的、範囲、種類および受領者の所在国または地域」を示し、同意が必要です。

また、個人情報を越境移転する場合は、政府機関によるセキュリティ審査を受ける必要があります。花王グループでは、化粧品の顧客情報システムが個人情報を日本のサーバで処理します。そこで、法的要件を満たすために、化粧品顧客システムでは、中国部分を分離し、中国国内でデータを保存するように対応しています。

海外セキュリティアセスメント

海外セキュリティアセスメントは、花王グループの海外各社に以下の158項目をチェックし、セキュリティ対策の弱い部分を把握して改善を行なうために実施します。

主なチェック項目

- | | |
|----------------------|----------------|
| ・セキュリティポリシーと標準 | ・物理環境のコントロール |
| ・ユーザー認証 | ・マルウェアからの保護 |
| ・システム・オペレーション&コントロール | ・インシデント管理 |
| ・IT資産管理 | ・コンプライアンス |
| | ・ディザスタリカバリ取り扱い |

2018年はこの海外セキュリティアセスメントをアジア10社、米州3社、欧州3社に実施し、海外各社のサイバーセキュリティの向上を図っています。

花王のアプローチ

花王では、「知的財産(知財)を通じた事業と社会への貢献」を実現すべく、知的財産部と各研究所との協働により研究開発成果の保護と権利活用に取り組んでいます。

社会的課題と花王が提供する価値

認識している社会的課題

“よきモノづくり”を通じてつくりだされた技術を、産業の発展と社会への貢献のために活用するためには、知的財産の確保と適切な行使が必要です。アジア地域を中心とした模倣品の増加や、特許権を不当に行使してライセンス料や高額な和解金を得ようとする、いわゆる特許トロールなどが社会問題になっています。

花王が提供する価値

花王は、製品開発研究および基盤技術研究へのこだわりを通じ、本質の追究によって産業と公益に資する価値を生み出し、知的財産として資産化しています。また、花王(株)および国内外グループ会社での一体となった知財活動により、グローバルな貢献を果たします。また、技術契約により、知財戦略に基づくオープンイノベーションの加速を担保します。

「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスク

産業と公益性につながる技術開発が知的財産として確保できない場合、継続的な製品開発に困難が生じ、めざす会社を実現するためのリスクとなります。また、品質が劣る模倣品の発生は、消費者の製品価値への期待を損なうというリスクとなり、知的財産の確保と適切な権利の行使が必要です。

「2030年のありたい姿」の実現に関わる機会

製品開発および基盤技術において取得した知的財産権を自社製品に活かすだけでなく、オープンイノベーションとして開放することで、広く産業や社会に貢献する機会を得ます。

貢献するSDGs



方針

花王では、研究開発の成果やブランド等の象徴として考え出したネーミングを、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。

アジア・米州・欧州でも積極的な権利取得を進め、国内外共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、他社特許等を確認し、必要に応じて対応するなど、他社の権利を尊重し、侵害しないしくみをグローバルで強化しています。

また、オープンイノベーションの推進により、知的財産の活用を弾力的に行ないます。

体制

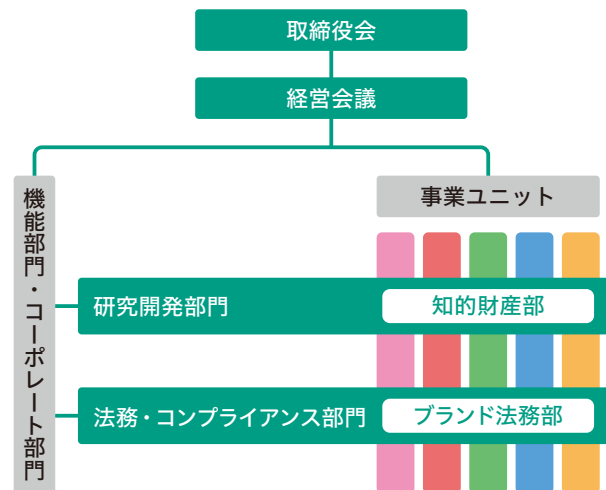
研究開発部門の知的財産部と法務・コンプライアンス部門のブランド法務部とが両輪となって、事業分野の知的財産権を横断的に管理しています。

技術開発力の観点から企業価値の指標となる特許権および技術に基づく意匠権については、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。責任者は研究統括(専務取締役)です。

デザインに基づく意匠権および商標権については、ブランド法務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。責任者は法務・コンプライアンス部門統括(執行役員)です。

重要案件については、知的財産部とブランド法務部が経営会議に提案・審議し、必要に応じて取締役会にて審議します。特許報奨にかかる有用な特許は、年1回、経営会議にて報告・審議を行ないます。

産業財産権管理体制



※2018年12月現在

教育と浸透

研究員向けに、経験年数・役割などに応じたきめ細かい知財教育プログラムを用意し、継続的に改善を加えています。2018年にはのべ約750人の研究員が知財教育プログラムに参加しました。

また、教育効率の向上のためにeラーニングを活用しており、アジア・米州・欧州の研究員には知財教育のツールとしてオンライン学習を取り入れています。

その結果、研究員がより主体的に技術の知財化や知財ポートフォリオの構築を意識するようになっていきます。

ステークホルダーとの協働

知財行政の最新動向を把握するため、日本国特許庁、欧州特許庁、および新興国の管理職と直接対話の機会を持っています。2018年は、日本国特許庁との意見交換を行ないました。

また、グローバルな知財実務の理解を深めるため、主要国・地域(欧州・米州・中国・韓国・台湾)および複数の新興国の特許代理人と直接対話の機会を持っています。

中長期目標と実績

中長期目標

- ・量と質との両面で最適化された自社特許ポートフォリオを構築し続け、多様な商品価値を生みうる本質研究成果を、グローバルに、カテゴリーを越えて戦略的に活用できる体制を構築します。
- ・第三者との知財トラブルの発生防止を、効果的・効率的に担保します。



2018年の実績

実績

積極的な発明発掘により、2018年の新規特許出願は前年度同様の高水準を保っています。実施許諾による特許ライセンス収入も、前年度同様の高水準となりました。

実績に対する考察

譲渡により取得した知的財産についてもポートフォリオの構築を進め、グローバルな活用を進めています。

中長期目標を達成することにより期待できること

コスト低減あるいは収益拡大

多くの製品を展開する花王では、本質研究の成果を多分野の製品開発に広く応用できるため、適切な知財保護により研究開発の効率化を促進し、ひいては製品の収益拡大につなげることが可能となります。

社会に及ぼす効果

生み出した発明を公開することで技術の発展に貢献するのみならず、公益的な技術は開放(下記参照)して公共に資しています。

開放した技術の例:シャンプーボトルのきざみ

花王は、1991年より、ギザギザ状の「きざみ」をシャンプーボトルの側面につけています。これは、目の不自由な人だけでなく、健常者の方が目をつぶって髪を洗う時も、触っただけでリンスと区別できるようにしたものです。

花王は、シャンプー容器のきざみが、業界で統一されていないと消費者が混乱してしまうと考え、実用新案の申請を取り下げ、業界統一のものとなるよう日本化粧品工業連合会を通じて業界各社に働きかけました。その結果、業界各社の賛同を得て、現在ではほとんどのシャンプーに「きざみ」がつくようになり、日本主導の国際規格になりました。(ISO 11156: 2011)



1991年開発当初のきざみ



現在のきざみ

具体的な取り組み

他企業との知的財産問題への対応

特許などの知的財産権を重要な経営資源と位置づけ、効果的かつ戦略的な活用に努めています。また、他企業との知財問題については、可能な範囲で話し合いによる解決に努め、必要により特許ライセンス契約による解決を行なっています。

職務発明の報奨

職務発明についての報奨制度は、自社研究員に対して、事業に貢献した重要な発明の創出をたたえ、さらなる発明活動へのモチベーションとする観点から重視しています。報奨の内容は、自社で実施して優れた成果を上げた特許等について与えられる社内実施報奨と、第三者にライセンス供与することで大きな収入が得られた特許等について与えられるライセンス収入報奨からなります。

2018年も発明の社内実施およびライセンス収入に基づく報奨を行ない、花王(株)として制度開始以来19年連続で社内実施およびライセンス収入についての報奨実施を行ないました。報奨授与の式典では毎年、対象発明者に対して社長自ら感謝と激励の言葉をかけています。

なお、職務発明制度は国別に対応しており、アジア・米州・欧州におけるグループ会社での報奨制度の整備も継続して進めました。

産業財産権管理の推進

グローバルでの研究開発の成果を適切な産業財産権として確保することは、“よきモノづくり”をグローバルに実現し、現地の生活者・顧客のニーズに応えるための重要なステップと考えています。そのため、各国の研究員の知財教育をはじめとする知財活動の支援に注力するとともに、花王(株)および国内外グループ会社の知財担当者間の交流と相互啓発の場を積極的に設け、また共同で仕事を進めるしくみを取り入れています。

グループ会社の増加および各国での発明活動の活発化に伴い、より緊密に各国と連携しつつ知財活動を進めています。2018年には、日本以外では6カ国のグループ会社から新たな特許出願が多数ありました。

新興国での模倣品問題への対応

新興国での事業展開においては、現地で受け入れられる製品ほど、模倣品が急速に広まるリスクがあり、模倣品の実態を把握し適切な対策をとることが重要な課題となります。模倣品の中には安全性が懸念される製品もあり、そのような場合、模倣対象となった花王製品のブランド価値を保護するだけでなく、現地の生活者の健康や安全を守るうえでも、対策が急がれます。

特に、日本と比べて知財関連訴訟の件数が多く、訴訟社会ともいわれる中国においては、模倣品問題の解決のために訴訟によって毅然とした態度をとることも必要です。

また、模倣品の国内輸入を防止するため、税関の真偽識別研修に講師として参加し、模倣品を識別するポイントを税関職員に伝えるなど、輸入される模倣品の摘発(いわゆる水際対策)にも積極的に取り組んでいます。

商標、意匠の管理

花王(株)では、商標権と意匠権(意匠権の一部は知的財産部)については、法務・コンプライアンス部門に属するブランド法務部が担当しています。新規のネーミングやデザインについて、他社の権利を侵害しないよう事前調査を十分に行なうとともに、当社のブランド価値を守るため、より広い権利の確保に努めています。

特に商標業務の機能は事業部門との連携が重要です。そのため、花王(株)本社のほか欧米3カ所に拠点を置き、事業部門との円滑なコミュニケーションをグローバルに図っています。また、開発スケジュールに従いタイムリーにネーミングを決定できるよう、ネーミング創作の開始から商標出願、決定に至るまでの全体スケジュールの立案と進捗の管理も行なっています。

近年増加する模倣品に対しては、ECサイトなど市場の監視を強化するとともに、行政当局やECサイト運営者、業界各社との連携を図り、早期に排除する体制を整えています。

Topic 異業種・異分野との連携によって実現したイノベーション“レインボー染料”

花王は富士フイルム株式会社との共同研究により、独特の高精細な発色や自在な色彩表現を可能にし、毛髪内部に浸透して抜けにくい非反応型染毛染料の開発に成功しました。両社はこの染毛染料を“レインボー(Rainbow)染料”と名付けました。

この“レインボー染料”は、花王グループの日本とドイツの研究チームが長年の毛髪研究を通して培ってきた知見から生み出された毛髪制御技術と、富士フイルムが写真感光材料の研究開発で長年培ってきた、色鮮やかな発色を実現する染料の分子設計・合成技術との融合によって実現したものです。さらに、染料設計の権威である、ドイツのドレスデン工科大学のホースト・ハルトマン教授にも協力いただきました。

奥行き感のある立体的な発色と、自在な色彩表現が特長で、ヘアカラーリングによる自己表現の幅が広がります。さらに、毛髪は染まりやすいのに皮膚は染まりにくいという特性を持ち、高い持続性も実現しています。

花王グループでは今後、この染毛染料を活用した“レインボー染料テクノロジー”を用いたサロン向けヘ

アカラーリング製品を、順次開発・展開していきます。



酸化染料の色彩(上)と、レインボー染料の色彩(下)の比較

外部表彰

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。

SRI インデックスへの組み入れおよび評価

最新の組み入れ状況はウェブサイトでご確認いただけます。



→SRI インデックスへの組み入れおよび評価(随時更新します)
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/recognition/

社会への宣言

社会への宣言はウェブサイトでご確認いただけます。



→社会への宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/declaration/

エコロジー

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2018/01	花王(株)	川崎工場が生物多様性推進活動「いきもの共生事業所認証」を取得。約7,000㎡の統合緑地が15年の年月を経て、高木層、低木層、草木層、高茎草地と低茎草地が混在し、“自然の森”を感じさせるまでに生長しました。	一般社団法人 いきもの共生事業 推進協議会 (ABINC)
2018/02	花王(株)	日本化学工業協会のJIPS 賞「優秀賞」を受賞。安全性科学研究所や品質保証部門と協働でGSS 作成を推進し、国内で最も多い125件を公開していることが高く評価されました。	一般社団法人 日本化学工業協会の 化学品管理委員会
2018/02	花王(株)	鹿島工場が低炭素杯2018大会で「オルタナ 最優秀ストーリー賞」を受賞。35年という長期にわたって継続してきた、木々によるCO ₂ 削減効果のほか、生物多様性に富んだ森を砂地の上に復活させた地道な活動が高く評価されました。	Japan Network for Climate Change Actions
2018/03	花王(株)	「第14回 LCA 日本フォーラム奨励賞」を受賞。個別製品のLCA 評価システムを導入し、環境配慮製品のステークホルダーとのコミュニケーションを、日本のみならず中国でも活発に行なっていることが高く評価されました。	LCA 日本フォーラム
2018/04	花王(株)	「第50回市村産業賞貢献賞」を受賞。「スラリーレオロジー改質剤の開発」に関して、あらゆる条件でのコンクリートの使用が可能となったことが高く評価されました。	公益財団法人 市村清新技術財団
2018/04	花王(株)	「スマートホルダー&つめかえ用 ラクラク eco パック」がジャパン パッケージング コンペティション2018で「経済産業大臣賞」を受賞。プラスチックの使用量を大幅に減量した環境負荷の少ない新容器であり、多様なライフスタイルに合わせてラベルデザインを変えることのできる新発想が高く評価されました。	一般社団法人 日本印刷産業連合会

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2018/08	Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd.	Eco Factory Award を受賞。The Industrial Estate Authority of Thailand (以下、IEAT) より、MOI 基準であるグリーン産業レベル4 (グリーンカルチャーレベル) として高く評価されました。	Ministry of Industry of Thailand
2018/10	花王(株)	小学生向け教材「いっしょにエコ日記」2018年度グッドデザイン賞を受賞。環境保全に向けた次世代教育として、水について学ぶ小学4年生向けの実践型教材がアクティブラーニングに適しているとして高く評価されました。	公益財団法人 日本デザイン振興会
2018/12	Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd.	Best waste management award Platinum level (Highest) を受賞。IEAT 基準に基づく廃棄物管理において最高ランクとして評価されました。	Industrial Estate Authority of Thailand (IEAT)

外部表彰

コミュニティ

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2018/02	花王(株)	第3回ACAP 消費者志向活動表彰「消費者志向活動章」を受章。「Yahoo! 知恵袋」でのアクティブサポートに対し、「ますます重要になるソーシャルメディアに着眼し、時代環境を的確にとらえた取り組み」と高く評価されました。	公益財団法人 消費者関連専門家会議 (ACAP)
2018/03	カネボウ化粧品	女性の健康とワーク・ライフ・バランス アワードで、カネボウ化粧品が「推進賞」を受賞。女性がすこやかで美しくなるための美容冊子の作成や社内外のセミナーでの講演などの実績が高く評価されました。	NPO 法人 女性の健康と メノポーズ協会
2018/07	花王(株)	第5回大会(2018年)で「論文奨励賞」を受賞。茶カテキンが新たに酸素運搬能力を高めることで運動時の全身持久力の向上に寄与する可能性を、科学的に検証した点が高く評価されました。	特定非営利活動法人 日本スポーツ栄養学会
2018/10	花王(株)	「メリーズ さらさらエアスルー」が「2018年度グッドデザイン賞」を受賞。センターの空気をたっぷり含ませた大きな凹凸は、肌との擦れを低減したデザインが高く評価されました。	公益財団法人 日本デザイン振興会
2018/11	花王(株)	第1回消費者志向経営優良事例表彰「内閣府特命担当大臣表彰」を受賞。この賞は、「消費者志向自主宣言」に基づく優れた取り組みを公表した企業を表彰するもので、長年の多岐にわたる消費者志向経営の取り組みが高く評価されました。	消費者庁
2018/11	花王(株)	日本動物実験代替法学会第31回大会において「優秀演題賞」を受賞。花王が開発した代替法「h-CLAT」などを用いた新しいリスク評価戦略を提案し、高く評価されました。	日本動物実験代替 法学会

コーポレート・カルチャー

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2018/05	花王(株)	第12回レスポンシブル・ケア(RC)賞の「大賞」を受賞。業界の中でも早期から継続的な省エネ活動の結果、CO ₂ 排出原単位を半減させた実績(2016年、対1990年比)が高く評価されました。	一般社団法人 日本化学工業協会
2018/05	花王(株)	パッケージコンテストで、「セグレタ 軽やかにまとまるオイル」に「ワールドスター賞」を受賞。スリーブシュリンクフィルム付台紙と商品本体のデザインとの調和により、環境負荷の低減とプレミアム感を両立した点が高く評価されました。	世界包装機構(WPO)

コーポレート・カルチャー

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2018/06	花王葫芦島	市政府主催の安全スピーチ講演大会で「優秀賞」を受賞。「命は何より大切なもの」に対して、「安全な生産活動は企業で重要なこと」と「命の尊さ」について講演し、高く評価されました。	中国遼寧省葫芦島 (フルダオ)市
2018/08	花王(株)	2018日本パッケージングコンテストで「日本グラフィックデザイナー協会賞」ほか受賞。花王のVOC(揮発性有機化合物)レスの水性インクが、菓子容器のシュリンクラベル印刷に使用され、環境負荷低減への貢献が高く評価されました。	公益財団法人 日本包装技術協会
2018/08	Kao (Taiwan) Corporation	Award of Excellent in Corporate Social Responsibilityを受賞。台湾の企業の社会的責任を推進する花王(台湾)の活動が高く評価されました。	CommonWealth Magazine
2018/08	Pilipinas Kao, Incorporated	Company Volunteer Fire Brigadeを受賞。工場周辺地域での火災の際に自衛消防隊が出動し、消火援助したことが高く評価されました。	Bureau of fire department, Regional Headquarters, Cagayan de Oro City
2018/09	花王ピオニー	「障害者雇用エクセレントカンパニー賞」を受賞。花王ピオニーは、障がい者雇用に係る特色ある優れた取り組みを行なっている企業として、表彰を受けました。	東京都
2018/09	花王(株)	「高分子学会広報委員会パブリシティ賞」を受賞。まったく新しいエコフレンドリーなセルロース誘導体の製造技術を確立したこと、本技術により特異な性能を発現する新規両親媒性セルロース誘導体を開発したことが高く評価されました。	第67回高分子討論会
2018/12	Kao (Taiwan) Corporation	Accredited healthy workplaceを受賞。花王(台湾)従業員の健康意識の向上と政府との連携による健康政策の推進が高く評価されました。	Health Promotion Administration, Ministry of Health and Welfare

ガバナンス

受賞年月	表彰対象	表彰名・内容	実施団体
2018/01	P.T. Kao Indonesia Chemicals	Gold Award of Responsible Careを受賞。7つの規定管理実務における金賞基準に達したことが高く評価されました。	Responsible Care Indonesia
2018/02	花王(株)	日本の産業界におけるガバナンスのリーダー、手本となる企業として、「コーポレートガバナンス・オブ・ザ・イヤー大賞」に選定されました。	一般社団法人 日本取締役協会
2018/02	Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd.	Responsible Care Silver Awardを受賞。すべての項目を包含したRC自己点検で高得点を取得するとともに、継続したKPIの報告が高く評価されました。	Responsible Care Management Committee of Thailand (RCMCT)

主なサステナビリティ指標 103-2,103-3

花王はサステナビリティ指標を以下の通り定め、活動を推進しています。

エコロジー

マテリアリティ	めざす姿	項目	実績				目標	実績	目標	SDGs※7	
			2014	2015	2016	2017	2018		2020		
環境	事業活動による環境負荷を最小化し、地球1個分の暮らしの実現に貢献										
	CO ₂ 排出量の削減率※1	(スコープ1・2)	▲28%	▲29%	▲30%	▲31%	▲32%	▲33%	▲35%	12 13	
		(全ライフサイクルベース)	▲15%	▲17%	▲14%	▲14%	—	▲17%	—		
		(日本、全ライフサイクルベース)	▲16%	▲17%	▲16%	▲15%	—	▲18%	▲35%		
	水使用量の削減率※1	(花王グループ工場、オフィス全拠点)	▲38%	▲43%	▲42%	▲43%	▲39%	▲42%	▲40%	6 12	
		(全ライフサイクルベース)	▲18%	▲21%	▲17%	▲19%	—	▲21%	—		
		(日本における消費者向け製品、製品使用時)	▲22%	▲24%	▲22%	▲24%	—	▲24%	▲30%		
	廃棄物等発生量の削減率※1	(花王グループ工場、オフィス全拠点)	▲27%	▲27%	▲25%	▲25%	▲32%	▲26%	▲33%	12	
			“いっしょにeco”マーク表示製品売上比率※2	27%	28%	29%	29%	—	29%	—	6 9 12 13
			持続可能なパーム油の調達活動※3	—	PKO※3ミルまで追跡完了※4	PKO※3ミルまで追跡完了	PO※3ミルまで追跡97%完了	PO※3ミルまで追跡	PO※3ミルまで追跡98%完了	農園まで追跡	15
			持続可能な紙・パルプの調達比率※5	—	96%	99%	100%	—	100%	100%	15
	社会への環境コミュニケーションにより環境活動を推進										
			環境コミュニケーション累積人数※6	24万人	46万人	69万人	91万人	120万人	123万人	100万人	12
	SAICM推進活動を通して化学物質の適正な管理を推進し、持続可能な社会に貢献										
		花王優先評価物質の安全性要約書の公開件数	—	7件 (累計7件)	3件 (累計10件)	3件 (累計13件)	3件	3件 (累計16件)	累計20件	3 12	
		ケミカル製品のGPS安全性要約書の公開件数	47件 (累計77件)	12件 (累計89件)	18件 (累計107件)	18件 (累計125件)	16件	16件 (累計141件)	累計150件	3 12	

※1 原単位(売上高)、2005年基準

※2 日本における消費者向け製品、“いっしょにeco”マーク表示基準を満たした製品の売上比率

“いっしょにeco”マーク:

www.kao.com/jp/corporate/sustainability/environment/statement-policy/eco-friendly-products/eco-together-logo/

※3 花王グループで使用するパーム油を農園まで追跡可能とする活動の進捗、PKO:パーム核油、PO:パーム油

※4 他社より購入せざるを得ない誘導体の中には、2015年末時点でミルまでのトレーサビリティが確認できていないものが残った

※5 花王製品で使用する再生紙または持続可能性に配慮した紙・パルプ、包装材料

※6 出張授業、工場見学、環境イベントなどを通じた啓発者数、2014年からの累積人数

※7 SDGsの17目標中、花王グループの取り組みが寄与する目標の番号

主なサステナビリティ指標 103-2,103-3

コミュニティ

マテリアリティ	めざす姿	項目	実績				目標	実績	目標	SDGs
			2014	2015	2016	2017	2018		2020	
健康	肥満・生活習慣病を予防・改善し、健康的な社会の実現に貢献									
	健康啓発人数※8	161万人	261万人	232万人	288万人	10万人	10万人	—	3	
衛生	感染症などを予防し、衛生的な社会の実現に貢献									
	清潔・衛生習慣に関する啓発人数※9	612万人	754万人	753万人	829万人	682万人	723万人	1,200万人	3612	
高齢化	高齢者の生活を支援し、心身共に健やかに年を重ねられる社会の実現に貢献									
	ユニバーサルデザイン視点での改良品の累積数※10	2,066	2,876	3,585	4,666	—	5,658	—	12	
	ユニバーサルデザイン視点での改良実施率※10	80%	91%	71%	63%	—	56%	—		
コミュニティとの パートナーシップ	社会的活動を通じて地域の人々のより良い暮らしに貢献									
	社員に対するボランティア活動や情報の提供件数	79件	71件	67件	50件	75件	33件	80件	17	
	社外向け情報発信を通じた啓発件数	71件	99件	59件	60件	70件	50件	80件		

※8 ウォーキング・内臓脂肪測定・歯磨き啓発イベント参加者数、QUPiO利用者数。2018年4月にQUPiO事業を売却したため2018年はQUPiO利用者数は対象外
QUPiO:100万人分に及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

※9 日本およびアジアにおける、おむつ、手洗い、洗髪、清掃、洗濯、初経に関する啓発(啓発サンプリングや教育セットの配布含む)の対象者数

※10 ユニバーサルデザイン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す。改良実施率は、新製品・改良品アイテム全数(品)に占めるユニバーサルデザイン視点での改良品数(品)比率。2015年までは日本国内、2016年は日本および米州、2017年からは日本、米州、欧州(サロン、モルトンブラウン社を除く)が集計範囲

コーポレート・カルチャー

マテリアリティ	めざす姿	項目	実績				目標	実績	目標	SDGs
			2014	2015	2016	2017	2018		2020	
健全な事業活動	花王グループ全体への「正道を歩む」精神の浸透・定着									
	BCGテスト実施率	87.2%	96.4%	97.5%	97.1%	—	—※16	100%	16	
	重大なコンプライアンス違反件数※11	0件	0件	0件	0件	0件	0件	0件		
ダイバーシティ＆インクルージョン推進	社員の多様性尊重による、社員が生み出す価値の最大化									
	女性管理職比率	27.6%	27.5%	25.4%※12	25.1%	—	27.3%	30%※13	5	
	女性管理職比率(日本)	10.1%	10.4%	13.1%※12	14.6%	—	18.4%	15%※13	5	
	ダイバーシティ・マネジメント力の強化:マネジャー研修の累積受講率(日本)	—	—	8.2%	55.7%	100%	94.0%	200%※14	10	
社員の健康づくりと安全な職場づくり	社員全員の健康意識(ヘルスリテラシー)、安全意識の向上									
	健康増進プログラム参加のべ人数	—	—	31,885人	36,259人	—	40,768人	35,900人	8	
	休業度数率※15	0.54	0.61	0.67	0.55	0.20	0.77	0.10以下	8	

※11 花王グループの業務運営における重大な法令違反を社内にて定義して管理

※12 グループ一体運営の推進に伴い、2016年にマネジメントの定義を見直し

※13 特に2020年目標として設定しているものではないが、次のマイルストーンとして速やかに達成したい目標

※14 2016年からのマネジャー研修の累積受講率

※15 100万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)

※16 BCG活動の見直しのため、2018年は未実施

本データブックは環境関連データと労働安全衛生関連データに関して、より高い透明性を確保して情報公開を行なうために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。

保証範囲

花王株式会社および子会社を集計範囲としています。集計範囲が異なる場合は、グラフの注釈および文中に明記しています。

保証対象データ

カテゴリー	データ	該当ページ
CO ₂	エネルギー使用量の推移(全拠点)	P40
	製品ライフサイクル全体のCO ₂ 排出量の推移(花王グループ)	P40
	温室効果ガス排出量の推移(全拠点)	P40
	製品ライフサイクル全体のCO ₂ 排出量の推移(日本花王グループ)	P40
	スコープ1 CO ₂ 排出量の推移(千t-CO ₂ e)	P41
	スコープ2 CO ₂ 排出量の推移(千t-CO ₂ e)	P41
	スコープ3 CO ₂ 排出量の推移(千t-CO ₂ e)※1,4,11,12のみ	P41
水	輸送時のCO ₂ 排出量の推移(日本)	P45
	水使用量(取水量)の推移(全拠点)	P53
	製品使用時の水使用量の推移(日本花王グループ)	P53
	製品ライフサイクル全体の水使用量の推移(花王グループ)	P53
	COD汚濁負荷量の推移(全生産拠点)	P53
	水源別取水量の推移(百万m ³)	P53
	放流先別排水量の推移(百万m ³)	P53
化学物質	VOC(揮発性有機化合物)排出量(日本花王グループ)	P69
	NOx排出量の推移(全生産拠点)	P69
廃棄物	廃棄物等のうち再利用・リサイクルされた量(全拠点)	P88
	廃棄物等発生量の推移(全拠点)	P88
製品ライフサイクルと環境負荷	OUTPUT:原材料購入-CO ₂ 排出量 OUTPUT:開発・生産-温室効果ガス排出量 OUTPUT:物流・販売(施設および営業車)-温室効果ガス排出量 OUTPUT:輸送-CO ₂ 排出量 OUTPUT:使用-CO ₂ 排出量 OUTPUT:廃棄・リサイクル-CO ₂ 排出量	P92
持続可能で責任ある調達	紙・パルプの認証品比率(花王製品に使用する紙・パルプ[一部製品を除く])	P142
	認証油購入実績(花王グループ)	P143
労働安全衛生	社員+派遣社員(花王グループ)の休業度数率	P179
	協力会社(花王グループ)の休業度数率	P179
	社員+派遣社員(日本花王グループ)の業務上疾病による休業者数	P180



独立した第三者保証報告書

2019年4月8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、会社が作成した花王サステナビリティデータブック2019(以下、「データブック」という。)に記載されている2018年1月1日から2018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

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。データブックに記載。)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(ISA)3000「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」及びISA3410「温室効果ガス情報に対する保証業務」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、主としてデータブック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。

- データブックの作成・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川崎工場及びKao Specialties Americas LLC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、データブック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

GRI Standards 対照表 102-55

本データブックはGRI サステナビリティ・レポーティング・スタンダードを参照しています。

一般開示事項

100:共通スタンダード			
GRI 102: 一般開示事項 2016			
1.組織のプロフィール		サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
	102-1	組織の名称	●花王グループ概要(レポート外) —
	102-2	活動、ブランド、製品、サービス	●花王グループの事業分野(レポート外) —
	102-3	本社の所在地	●花王グループ概要(レポート外) —
	102-4	事業所の所在地	●花王グループ概要(レポート外) —
	102-5	所有形態および法人格	●花王グループ概要(レポート外) —
	102-6	参入市場	●花王グループ会社一覧(レポート外) —
	102-7	組織の規模	●花王グループ概要(レポート外) —
	102-8	従業員およびその他の労働者に関する情報	●ダイバーシティ & インクルージョン:多様な人財の活躍支援 P159
	102-9	サプライチェーン	— —
	102-10	組織およびそのサプライチェーンに関する重大な変化	— —
	102-11	予防原則または予防的アプローチ	●化学物質:社会的課題と花王が提供する価値 P56 ●化学物質:化学物質総合管理システム P58 ●化学物質:中長期目標と実績 P60 ●保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練 P185 ●保安防災:防災の監査/保安・防災の強化 P186 ●情報セキュリティ:社会的課題と花王が提供する価値 P208
	102-12	外部イニシアティブ	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -:SDGsへの貢献 P13 ●各報告の「花王のアプローチ:貢献するSDGs」 ●持続可能で責任ある調達:花王ベンダーサミットを実施/サプライヤーへの満足度を調査 P146 ●情報セキュリティ:第4四半期:改善活動 P214
	102-13	団体の会員資格	— —
2.戦略			
	102-14	上級意思決定者の声明	●花王統合レポート2019:トップメッセージ —
	102-15	重要なインパクト、リスク、機会	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -:2018年の実績 P12 ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -:世界のメガトレンドに定める「花王のESGコミットメントとアクション」 P15 ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 -:花王のESGコミットメント P16-23 ●各報告の「花王のアプローチ:「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会」 ●保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練 P185 ●保安防災:防災の監査/保安・防災の強化 P186 ●リスクと危機の管理:コーポレートリスクの運営/危機発生時の体制(一例) P205 ●知的財産の保護と権利活用:具体的な取り組み P218-219
3.倫理と誠実性			
	102-16	価値観、理念、行動基準・規範	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略 - P4-23 ●企業理念の実践のために P122-125 ●インテグリティ:社会的課題と花王が提供する価値/方針 P126 ●インテグリティ:具体的な取り組み P131-133
	102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	●インテグリティ:体制 P127 ●インテグリティ:コンプライアンス通報・相談窓口 P133

GRI Standards 対照表 102-55

100: 共通スタンダード				
GRI 102: 一般開示事項 2016				
4. ガバナンス				
			サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
	102-18	ガバナンス構造	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制 ● コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制 ● コーポレート・ガバナンス: 取締役および取締役会	P9 P189 P190
	102-19	権限移譲	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制	P9
	102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制 ● CO ₂ : 体制 ● 化学物質: 体制 ● 容器包装: 体制 ● 品質保証: 体制 ● インテグリティ: 体制 ● 人財開発の全体像: 体制 ● リスクと危機の管理: コーポレートリスクの運営/危機発生時の体制(一例)	P9 P38 P57 P80 P97 P127-128 P150 P205
	102-21	経済、環境、社会項目に関するステークホルダーとの協議	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制	P9
	102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	● コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス改革 ● コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制 ● コーポレート・ガバナンス: 取締役および取締役会 ● コーポレート・ガバナンス: 監査役および監査役会 ● コーポレート・ガバナンス: 選任審査委員会・報酬諮問委員会	P188 P189 P190 P192 P193
	102-23	最高ガバナンス機関の議長	● コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス改革 ● コーポレート・ガバナンス: 選任審査委員会・報酬諮問委員会	P188 P193
	102-24	最高ガバナンス機関の指名と選出	● コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制 ● コーポレート・ガバナンス: 選任審査委員会・報酬諮問委員会	P189 P193
	102-25	利益相反	● コーポレート・ガバナンス: 監査役および監査役会	P192
	102-26	目的、価値観、戦略の設定における最高ガバナンス機関の役割	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制 ● コーポレート・ガバナンス: コーポレート・ガバナンス体制 ● コーポレート・ガバナンス: 取締役および取締役会 ● コーポレート・ガバナンス: 監査役および監査役会	P9 P189 P190 P192
	102-27	最高ガバナンス機関の集会的知見	—	—
	102-28	最高ガバナンス機関のパフォーマンスの評価	● コーポレート・ガバナンス: 取締役会の実効性評価	P191
	102-29	経済、環境、社会へのインパクトの特定とマネジメント	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制 ● リスクと危機の管理: コーポレートリスクの運営/危機発生時の体制(一例)	P9 P205
	102-30	リスクマネジメント・プロセスの有効性	● リスクと危機の管理: コーポレートリスクの運営/危機発生時の体制(一例) ● リスクと危機の管理: 2018年の実績	P205 P207
	102-31	経済、環境、社会項目のレビュー	● Kirei Lifestyle Plan – 花王のESG戦略 –: ESG推進体制	P9
	102-32	サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	—	—
	102-33	重大な懸念事項の伝達	● リスクと危機の管理: コーポレートリスクの運営/危機発生時の体制(一例)	P205
	102-34	伝達された重大な懸念事項の性質と総数	● 保安防災: 防災の監査	P186
	102-35	報酬方針	● コーポレート・ガバナンス: 役員報酬制度	P194
	102-36	報酬の決定プロセス	● コーポレート・ガバナンス: 役員報酬制度	P194
	102-37	報酬に関するステークホルダーの関与	● コーポレート・ガバナンス: 役員報酬制度	P194
	102-38	年間報酬総額の比率	—	—
	102-39	年間報酬総額比率の増加率	—	—

GRI Standards 対照表 102-55

100: 共通スタンダード				
GRI 102: 一般開示事項 2016				
5. ステークホルダー・エンゲージメント				
	102-40	ステークホルダー・グループのリスト	●ステークホルダー・エンゲージメント	P24
	102-41	団体交渉協定	—	—
	102-42	ステークホルダーの特定および選定	—	—
	102-43	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法	●ステークホルダー・エンゲージメント	P24
	102-44	提起された重要な項目および懸念	●持続可能で責任ある調達: 公衆環境研究センター (IPE) からのメッセージ ●社員との対話	P147 P165-168
6. 報告実務				
	102-45	連結財務諸表の対象になっている事業体	—	—
	102-46	報告書の内容および項目の該当範囲の確定	—	—
	102-47	マテリアルな項目のリスト	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 花王のESGコミットメントとアクション ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: マテリアリティ・マトリックス	P5 P8
	102-48	情報の再記述	—	—
	102-49	報告における変更	—	—
	102-50	報告期間	●編集方針	P3
	102-51	前回発行した報告書の日付	●編集方針	P3
	102-52	報告サイクル	●編集方針	P3
	102-53	報告書に関する質問の窓口		裏表紙
	102-54	GRI スタンダードに準拠した報告であることの主張	— (本データブックはGRI スタンダード2016、GRI303: 水と廃水2018、GRI 403: 労働安全衛生2018を参照しています)	
	102-55	GRI 内容索引	●GRI Standards 対照表	P225-232
	102-56	外部保証	●編集方針 ●独立保証報告書	P3 P224
GRI103: マネジメント手法 2016				
	103-1	マテリアルな項目とその該当範囲の説明	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: マテリアリティ・マトリックス ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: バリューチェーンを通して社会に及ぼす影響 ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 花王のESGコミットメント ●各報告の「花王のアプローチ」	P8 P14 P16-23
	103-2	マネジメント手法とその要素	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 重点取り組みテーマの選定プロセス ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 中長期目標 ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 花王のESGコミットメント	P7-8 P10-11 P16-23
	103-3	マネジメント手法の評価	●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 重点取り組みテーマの選定プロセス ●Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG戦略-: 中長期目標 ●各報告の「花王のアプローチ」	P7-8 P10-11

GRI Standards 対照表 102-55

マテリアルな項目

200:経済に関するスタンダード					
経済パフォーマンス			サステナビリティ データブック2019での該当箇所		第三者保証 対象指標 (☑)
GRI 201: 経済パフォーマンス 2016	201-1	創出、分配した直接的経済価値	—	—	
	201-2	気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	●CO ₂ :社会的課題と花王が提供する価値/方針/体制/中長期目標と実績	P35-39	
	201-3	確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度	—	—	
	201-4	政府から受けた資金援助	—	—	
地域経済での存在感					
GRI 202: 地域経済での存在感 2016	202-1	地域最低賃金に対する標準新人給与の比率(男女別)	—	—	
	202-2	地域コミュニティから採用した上級管理職の割合	—	—	
間接的な経済的インパクト					
GRI 203: 間接的な経済的インパクト 2016	203-1	インフラ投資および支援サービス	●環境への取り組み:中国政府機関と協働で7年目の節水キャンペーンを実施	P34	
	203-2	著しい間接的な経済的インパクト	—	—	
調達慣行					
GRI 204: 調達慣行 2016	204-1	地元サプライヤーへの支出の割合	—	—	
腐敗防止					
GRI 205: 腐敗防止 2016	205-1	腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	—	—	
	205-2	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	●インテグリティ:体制 ●インテグリティ:具体的な取り組み	P127 P131-133	
	205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	—	—	
反競争的行為					
GRI 206: 反競争的行為 2016	206-1	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	—	—	
300:環境に関するスタンダード					
原材料			サステナビリティ データブック2019での該当箇所		第三者保証 対象指標 (☑)
GRI 301: 原材料 2016	301-1	使用原材料の重量または体積	●製品ライフサイクルと環境負荷	P92-93	
	301-2	使用したリサイクル材料	●容器包装:具体的な取り組み ●廃棄物:具体的な取り組み	P83-84 P90-91	
	301-3	再生利用された製品と梱包材	●容器包装:Recycle:再生材料の利用	P85	
エネルギー					
GRI 302: エネルギー 2016	302-1	組織内のエネルギー消費量	●CO ₂ :2018年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P40 P92-93	
	302-2	組織外のエネルギー消費量	—	—	
	302-3	エネルギー原単位	●CO ₂ :2018年の実績	P40	
	302-4	エネルギー消費量の削減	●CO ₂ :2018年の実績 ●CO ₂ :1.使用するエネルギーを削減する取り組み	P40 P43-44	
	302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	●CO ₂ :2018年の実績	P40	

GRI Standards 対照表 102-55

300:環境に関するスタンダード					
水			サステナビリティ データブック2019での該当箇所		第三者保証 対象指標 (☑)
GRI 303: 水と廃水 2018	303-1	共有資源としての水との相互作用	●水:方針 ●水:中長期目標と実績 ●水:具体的な取り組み	P50-51 P52 P54-55	
	303-2	排水に関連するインパクトのマネジメント	●水:方針 ●水:具体的な取り組み	P50-51 P54-55	
	303-3	取水	●水:水源別取水量の推移 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P53 P92-93	☑
	303-4	排水	●水:放流先別排水量の推移 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P53 P92-93	☑
	303-5	水消費	●水:水使用量(取水量)の推移(全拠点) ●水:製品使用時の水使用量の推移(日本花王グループ) ●水:製品ライフサイクル全体の水使用量の推移(花王グループ) ●製品ライフサイクルと環境負荷	P53 P53 P53 P92-93	☑ ☑ ☑
生物多様性					
GRI 304: 生物多様性 2016	304-1	保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト	●生物多様性:地域の生態系に配慮した事業活動 ●生物多様性:川崎工場 第三者認証(「いきもの共生事業所® 認証(通称:ABINC 認証)」)を取得	P75-76 P76	
	304-2	活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	●生物多様性:社会的課題と花王が提供する価値 ●生物多様性:事業が生物多様性に与える影響の低減	P72 P75	
	304-3	生息地の保護・復元	●生物多様性:地域の生態系に配慮した事業活動	P76-78	
	304-4	事業の影響を受ける地域に生息するIUCN レッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種	—	—	
大気への排出					
GRI 305: 大気への排出 2016	305-1	直接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1)	●CO₂:スコープ1 CO₂排出量の推移(千t-CO₂e) ●製品ライフサイクルと環境負荷	P41 P92-93	☑ ☑
	305-2	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	●CO₂:スコープ2 CO₂排出量の推移(千t-CO₂e) ●製品ライフサイクルと環境負荷	P41 P92-93	☑ ☑
	305-3	その他の間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ3)	●CO₂:スコープ3 CO₂排出量の推移(千t-CO₂e) ●CO₂:輸送・使用・廃棄・リサイクルにおける取り組み ●製品ライフサイクルと環境負荷	P41 P45-47 P92-93	☑(1,4,11,12) ☑
	305-4	温室効果ガス(GHG)排出原単位	●CO₂:2018年の実績 ●CO₂:輸送における取り組み	P40-41 P45	
	305-5	温室効果ガス(GHG)排出量の削減	●CO ₂ :2018年の実績	P40-41	☑
	305-6	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	●CO ₂ :3. 冷媒等の温室効果ガス漏えい量の削減	P44	
	305-7	窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、およびその他の重大な大気排出物	●化学物質:化学物質の排出量管理 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P69 P92-93	☑
排水および廃棄物					
GRI 306: 排水および廃棄物 2016	306-1	排水の水質および排出先	●水:放流先別排水量の推移	P53	☑
	306-2	種類別および処分方法別の廃棄物	●廃棄物:2018年の実績 ●製品ライフサイクルと環境負荷	P88 P92-93	☑
	306-3	重大な漏出	●水:環境法規制の遵守	P54	
	306-4	有害廃棄物の輸送	●廃棄物:2018年の実績	P88	
	306-5	排水や表面流水によって影響を受ける水域	—	—	

GRI Standards 対照表 102-55

300:環境に関するスタンダード					
環境コンプライアンス			サステナビリティ データブック2019での該当箇所		第三者保証 対象指標 (Z)
GRI 307: 環境コンプライアンス 2016	307-1	環境法規制の違反	●水:環境法規制の遵守	P54	
サプライヤーの環境面のアセスメント					
GRI 308: サプライヤーの環境面のアセスメント 2016	308-1	環境基準により選定した新規サプライヤー	—	—	
	308-2	サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	●CO ₂ :原材料購入における取り組み ●水:原材料購入における取り組み ●持続可能で責任ある調達	P42 P54 P139-146	

400:社会に関するスタンダード					
雇用			サステナビリティ データブック2019での該当箇所		第三者保証 対象指標 (Z)
GRI 401: 雇用 2016	401-1	従業員の新規雇用と離職	●ダイバーシティ & インクルージョン:多様な人財の活躍支援	P159	
	401-2	正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当	—	—	
	401-3	育児休暇	●ダイバーシティ & インクルージョン:就業制度の利用状況(花王(株))	P163	
労使関係					
GRI 402: 労使関係 2016	402-1	事業上の変更に関する最低通知期間	—	—	
労働安全衛生					
GRI 403: 労働安全衛生 2018	403-1	労働安全衛生マネジメントシステム	●労働安全衛生:方針 ●保安防災:方針／体制 ●レスポンスブル・ケア活動:国際マネジメントシステム認証状況	P177 P183 P201	
	403-2	危険性（ハザード）の特定、リスク評価、事故調査	●労働安全衛生:中長期目標と実績	P178	
			●労働安全衛生:労働災害発生状況／化学物質のリスクアセスメント	P181	
			●保安防災:防災の監査／保安・防災の強化／高圧ガス保安検査・監査・査察	P186	
	403-3	労働衛生サービス	—	—	
	403-4	労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	●労働安全衛生:教育と浸透	P178	
	403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	●労働安全衛生:教育と浸透 ●保安防災:教育と浸透 ●保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練	P178 P184 P185	
			403-6	労働者の健康増進	
	403-7	ビジネス上の関係で直接結びついた労働安全衛生の影響の防止と緩和	—	—	
	403-8	労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	—	—	
403-9	労働関連の傷害	●労働安全衛生:2018年の実績 ●保安防災:2018年の実績	P179-180 P184	☑(一部データ)	
		403-10	労働関連の疾病・体調不良	●労働安全衛生:2018年の実績・業務上疾病による休業者数(人)	P180

GRI Standards 対照表 102-55

400:社会に関するスタンダード				
研修と教育			サステナビリティ データブック2019での該当箇所	第三者保証 対象指標 (☑)
GRI 404: 研修と教育 2016	404-1	従業員一人あたりの年間平均研修時間	●人財育成:2018年の実績	P154
	404-2	従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG戦略-:ESG 推進のための教育・啓発 ●各報告の「花王のアプローチ:教育と浸透」 ●環境への取り組み:環境教育・学習の機会 ●生物多様性:社員の意識向上・情報共有 ●企業理念の実践のために:2018年の実績 ●インテグリティ:2018年の実績 ●インテグリティ:コンプライアンス教育 ●人財育成:体制/中長期目標と実績/2018年の実績 ●ダイバーシティ&インクルージョン:2018年の実績 ●ダイバーシティ&インクルージョン:仕事と育児・介護の両立支援	P9 P30 P77 P125 P130 P132 P152-154 P157 P162
	404-3	業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	—	—
ダイバーシティと機会均等				
GRI 405: ダイバーシティと機会均等 2016	405-1	ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	●ダイバーシティ&インクルージョン:多様な人財の活躍支援 ●ダイバーシティ&インクルージョン:障がいへの理解と雇用の促進	P159 P160
	405-2	基本給と報酬総額の男女比	—	—
非差別				
GRI 406: 非差別 2016	406-1	差別事例と実施した救済措置	—	—
結社の自由と団体交渉				
GRI 407: 結社の自由と団体交渉 2016	407-1	結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	—	—
児童労働				
GRI 408: 児童労働 2016	408-1	児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	—	—
強制労働				
GRI 409: 強制労働 2016	409-1	強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	—	—
保安慣行				
GRI 410: 保安慣行 2016	410-1	人権方針や手順について研修を受けた保安要員	—	—
先住民族の権利				
GRI 411: 先住民族の権利 2016	411-1	先住民族の権利を侵害した事例	—	—
人権アセスメント				
GRI 412: 人権アセスメント 2016	412-1	人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所	●人権:2018年の実績 ●人権:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P137 P138
	412-2	人権方針や手順に関する従業員研修	●インテグリティ:コンプライアンス教育 ●人権:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P132 P138
	412-3	人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約	●人権:2018年の実績 ●人権:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P137 P138

GRI Standards 対照表 102-55

400:社会に関するスタンダード				
地域コミュニティ			サステナビリティ データブック2019での該当箇所	第三者保証 対象指標 (☑)
GRI 413: 地域コミュニティ 2016	413-1	地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	●環境への取り組み:具体的な取り組み ●化学物質: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	P32-34 P63
	413-2	地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト(顕在的、潜在的)を及ぼす事業所	—	—
サプライヤーの社会面のアセスメント				
GRI 414: サプライヤーの社会面のアセスメント 2016	414-1	社会的基準により選定した新規サプライヤー	●人権:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P138
	414-2	サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	●人権:人権デュー・ディリジェンス プロセス ●持続可能で責任ある調達	P138 P139-146
公共政策				
GRI 415: 公共政策 2016	415-1	政治献金	—	—
顧客の安全衛生				
GRI 416: 顧客の安全衛生 2016	416-1	製品およびサービスのカテゴリに対する安全衛生インパクトの評価	●品質保証:具体的な取り組み ●ユニバーサルデザイン:2018年の実績 ●ユニバーサルデザイン:新しい製品安全図記号の普及	P99-100 P104 P105
	416-2	製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	●品質保証:直近3年間のリコール状況	P99
マーケティングとラベリング				
GRI 417: マーケティングとラベリング 2016	417-1	製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項	●環境への取り組み:“いっしょにeco” マーク表示製品の拡大 ●環境への取り組み:環境に配慮した製品の設計 ●CO ₂ :開発における取り組み ●化学物質:環境負荷低減に寄与する代表的な製品 ●ユニバーサルデザイン:2018年の実績 ●ユニバーサルデザイン:2018年に新発売した製品におけるユニバーサルデザイン配慮 ●消費者とのコミュニケーション:体制 ●消費者とのコミュニケーション:2018年の実績 ●消費者とのコミュニケーション:ウェブサイトを活用した情報の発信	P30 P31 P43 P70-71 P104 P107 P110 P111 P112
	417-2	製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例	—	—
	417-3	マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	—	—
顧客プライバシー				
GRI 418: 顧客プライバシー 2016	418-1	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具体化した不服申立	—	—
社会経済面のコンプライアンス				
GRI 419: 社会経済面のコンプライアンス 2016	419-1	社会経済分野の法規制違反	●インテグリティ:コンプライアンス違反時の対応および2018年の法令違反	P133

ISO26000対照表

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
6.2 組織統治	● Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– ● ガバナンス	P4-23 P187-219
6.3 人権	● 人権 ● 花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)(レポート外)	P134-138 —
6.3.3 デューディリジェンス	● Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– ● インテグリティ ● 人権 ● 持続可能で責任ある調達 ● ダイバーシティ & インクルージョン	P4-23 P126-133 P134-138 P139-147 P155-164
6.3.4 人権に関する危機的状況	● 人権 ● ダイバーシティ & インクルージョン	P134-138 P155-164
6.3.5 加担の回避	● 人権 ● 持続可能で責任ある調達 ● ダイバーシティ & インクルージョン	P134-138 P139-147 P155-164
6.3.6 苦情解決	● 消費者とのコミュニケーション ● インテグリティ	P108-112 P126-133
6.3.7 差別及び社会的弱者	● 社会貢献活動 ● ダイバーシティ & インクルージョン	P113-120 P155-164
6.3.8 市民的及び政治的権利	● インテグリティ ● 社員との対話	P126-133 P165-168
6.3.9 経済的・社会的及び文化的権利	● 社会貢献活動 ● インテグリティ ● ダイバーシティ & インクルージョン	P113-120 P126-133 P155-164
6.3.10 労働における基本的原則及び権利	● インテグリティ ● 人財開発の全体像 ● 人財育成	P126-133 P148-150 P151-154
6.4 労働慣行		
6.4.3 雇用及び雇用関係	● インテグリティ ● ダイバーシティ & インクルージョン	P126-133 P155-164

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
6.4.4 労働条件及び社会的保護	● 社員との対話	P165-168
6.4.5 社会対話	● 社員との対話	P165-168
6.4.6 労働における安全衛生	● 労働安全衛生 ● 保安防災 ● レスポンス・ケア活動	P177-182 P183-186 P195-201
6.4.7 職場における人材育成及び訓練	● 人財育成	P151-154
6.5 環境		
6.5.3 汚染の予防	● Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– ● 環境への取り組み ● 水 ● 化学物質 ● 廃棄物	P4-23 P27-34 P48-55 P56-71 P86-91
6.5.4 持続可能な資源の利用	● Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– ● 環境への取り組み ● 水 ● 生物多様性 ● 持続可能で責任ある調達	P4-23 P27-34 P48-55 P72-78 P139-147
6.5.5 気候変動緩和及び適応	● Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– ● 環境への取り組み ● CO ₂	P4-23 P27-34 P35-47
6.5.6 環境保護・生物多様性・及び自然生息地の回復	● Kirei Lifestyle Plan –花王のESG 戦略– ● 環境への取り組み ● 生物多様性 ● 持続可能で責任ある調達	P4-23 P27-34 P72-78 P139-147
6.6 公正な事業慣行		
6.6.3 汚職防止	● インテグリティ ● コーポレート・ガバナンス	P126-133 P188-194

ISO26000対照表

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
6.6.4 責任ある政治的関与	●インテグリティ	P126-133
6.6.5 公正な競争	●インテグリティ ●コーポレート・ガバナンス	P126-133 P188-194
6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- ●消費者とのコミュニケーション ●インテグリティ ●持続可能で責任ある調達 ●コーポレート・ガバナンス	P4-23 P108-112 P126-133 P139-147 P188-194
6.6.7 財産権の尊重	●インテグリティ ●知的財産の保護と権利活用	P126-133 P215-219
6.7 消費者課題		
6.7.3 公正なマーケティング・事実即ち偏りのない情報・及び公正な契約履行	●消費者とのコミュニケーション ●持続可能で責任ある調達	P108-112 P139-147
6.7.4 消費者の安全衛生の保護	●品質保証 ●消費者とのコミュニケーション	P96-100 P108-112
6.7.5 持続可能な消費	●エコロジー ●容器包装 ●消費者とのコミュニケーション	P26-94 P79-85 P108-112
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	●品質保証 ●消費者とのコミュニケーション	P96-100 P108-112
6.7.7 消費者データ保護及びプライバシー	●インテグリティ ●情報セキュリティ	P126-133 P208-214
6.7.8 必要不可欠なサービスへのアクセス	●消費者とのコミュニケーション	P108-112

中核主題と課題	サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
6.7.9 教育及び意識向上	●環境への取り組み ●品質保証 ●ユニバーサルデザイン ●消費者とのコミュニケーション ●社会貢献活動	P27-34 P96-100 P101-107 P108-112 P113-120
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	●Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略- ●エコロジー ●コミュニティ ●コーポレート・カルチャー ●環境への取り組み ●生物多様性	P4-23 P26-94 P95-120 P121-186 P27-34 P72-78
6.8.4 教育及び文化	●コミュニティ ●環境への取り組み ●生物多様性 ●社会貢献活動	P95-120 P27-34 P72-78 P113-120
6.8.5 雇用創出及び技能開発	●社会貢献活動	P113-120
6.8.6 技術の開発及び技術へのアクセス	●エコロジー ●コミュニティ	P26-94 P95-120
6.8.7 富及び所得の創出	●コミュニティ ●コーポレート・カルチャー	P95-120 P121-186
6.8.8 健康	●社会貢献活動 ●健康	P113-120 P169-176
6.8.9 社会的投資	●エコロジー ●コミュニティ ●コーポレート・カルチャー	P26-94 P95-120 P121-186

TCFD インデックス

本報告書は、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)による提言で推奨されている開示項目を参照しています。

ガバナンス

提言:気候関連のリスクおよび機会に係る組織のガバナンスを開示する。			
推奨される開示内容		サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
a)	気候関連のリスクおよび機会についての取締役会による監視体制	●CO ₂ :体制 ●水:体制 ●リスクと危機の管理:体制	P38 P51 P204
b)	気候関連のリスクおよび機会を評価・管理する上での経営者の役割	●CO ₂ :体制 ●水:体制 ●リスクと危機の管理:体制	P38 P51 P204

戦略

提言:気候関連のリスクおよび機会がもたらす組織のビジネス・戦略・財務計画への実際の、もしくは潜在的な影響を、情報が重要な場合は開示する。			
推奨される開示内容		サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
a)	組織が識別した、短期・中期・長期の気候関連のリスクおよび機会	●CO ₂ :「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●水:「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会	P36 P49
b)	気候関連のリスクおよび機会が組織のビジネス・戦略・財務計画に及ぼす影響	●CO ₂ :「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●CO ₂ :中長期目標と実績 ●水:「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●水:中長期目標と実績	P36 P39 P49 P52
c)	2°C以下シナリオを含む、さまざまな気候関連シナリオに基づく検討を踏まえた、組織の戦略のレジリエンス	●CO ₂ :「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会 ●水:「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会	P36 P49

リスク管理

提言:気候関連リスクについて、組織がどのように識別・評価・管理しているかについて開示する。			
推奨される開示内容		サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
a)	組織が気候関連リスクを識別・評価するプロセス	●CO ₂ :体制 ●水:体制 ●リスクと危機の管理:方針 ●リスクと危機の管理:体制	P38 P51 P203 P204
b)	組織が気候関連リスクを管理するプロセス	●CO ₂ :体制 ●水:体制 ●リスクと危機の管理:方針 ●リスクと危機の管理:体制	P38 P51 P203 P204
c)	組織が気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセスが組織の総合的リスク管理にどのように統合されているか	●CO ₂ :体制 ●水:体制 ●リスクと危機の管理:方針 ●リスクと危機の管理:体制	P38 P51 P203 P204

TCFD インデックス

指標と目標

提言:気候関連のリスクおよび機会を評価・管理する際に使用する指標と目標を、そのような情報が重要な場合は開示する。			
推奨される開示内容		サステナビリティ データブック2019での該当箇所	
a)	組織が、自らの戦略とリスク管理プロセスに即して、気候関連のリスクおよび機会を評価する際に用いる指標	● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG 戦略 -: 中長期目標 - よりすこやかな地球のために ● CO₂: 中長期目標と実績 ● 水: 中長期目標と実績	P11 P39 P52
b)	スコープ1、スコープ2および当てはまる場合はスコープ3の温室効果ガス(GHG)排出量と、その関連リスク	● CO ₂ : 2018年の実績 - スコープ1,2,3 CO ₂ 排出量の推移	P41
c)	組織が気候関連リスクおよび機会を管理するために用いる目標、および目標に対する実績	● Kirei Lifestyle Plan - 花王のESG 戦略 -: 中長期目標 - よりすこやかな地球のために ● CO₂: 中長期目標と実績 ● 水: 中長期目標と実績	P11 P39 P52

調査用インデックス

方針・規定・基準名

カテゴリー	方針・規定・基準名	PDF
Kirei Lifestyle Plan ～花王のESG 戦略～	花王ウェイ	P4
	花王のESGビジョン	P5
	花王のESGコミットメントとアクション	P5
	中期経営計画「K20」	P6
	2030年までに達成したい姿	P6
	重点取り組みテーマの選定プロセス	P7-8
	マテリアリティ・マトリックス	P8
	19の重点取り組みテーマが貢献するSDGs	P13
	19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わり	P14
	花王のESGコミットメント(詳細)	P16-23
エコロジー	環境宣言(リンク)	P29
	環境・安全の基本理念と基本方針(リンク)	P29
	環境適合設計要領	P31
	“いっしょにeCO” マークの表示基準	P31
	CO ₂ :「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会	P36
	“いっしょにeCO”	P37
	エネルギーと温室効果ガスに関する目標	P39
	エネルギーと温室効果ガスに関する目標(2030年長期目標)	P39
	水:「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会	P49
	水に関する目標	P52
	水に関する目標(2030年長期目標)	P52
	SAICM 推進の基本方針	P56
	化学物質のリスク評価の基本方針(リンク)	P60
	生物多様性保全の基本方針(リンク)	P73
	生物多様性保全の行動指針と活動事例(リンク)	P73
コミュニティ	容器包装:「2030年のありたい姿」の実現に関わるリスクと機会	P79
	私たちのプラスチック包装容器宣言(抜粋)	P80
	廃棄物に関する目標	P88
	品質保証活動の基本方針	P96
	家庭品の花王安全基準(リンク)	P100
	化粧品の花王安全基準(リンク)	P100
	食品の花王安全基準(リンク)	P100
	動物実験に対する方針(リンク)	P100
	花王ユニバーサルデザイン指針	P101
	消費者志向宣言	P109
コーポレート・カルチャー	社会貢献活動方針	P114
	花王人権方針(リンク)	P135
	花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(リンク)	P135
	調達基本方針(リンク)	P135
	調達先ガイドライン(リンク)	P140
	原材料調達ガイドライン(リンク)	P140
	「持続可能なパーム油」の調達ガイドライン	P143
	「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドライン	P145

カテゴリー	方針・規定・基準名	PDF
コーポレート・カルチャー	人財開発基本方針	P149
	人財開発のビジョン	P149
	障がい者雇用に関する基本方針	P160
	花王グループ健康宣言	P169
	KAO 健康2020	P172
ガバナンス	休業無災害表彰基準	P181
	コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方	P188
	社外役員の独立性に関する基準(リンク)	P193
	役員報酬制度	P194
	花王レスポンシブル・ケア方針(リンク)	P195
	リスクと危機の管理強化方針	P203

体制・仕組み

カテゴリー	体制・仕組み	PDF
Kirei Lifestyle Plan ～花王のESG 戦略～	ESG 推進体制	P9
	ステークホルダー・エンゲージメント	P24
エコロジー	気候変動に関するリスクと機会の管理体制	P38
	水資源に関するリスクと機会の管理体制	P51
	SAICM 推進体制	P57
	花王化学物質総合管理システム	P58
	容器包装管理体制	P80
コミュニティ	品質保証体制	P97
	ユニバーサルデザイン推進プロジェクトの体制	P102
	生活者の声を製品に活かすしくみ	P110
	社会貢献活動の全体像	P114
	社会貢献活動推進体制	P114
コーポレート・カルチャー	「花王ウェイ」活動の推進体制	P123
	コンプライアンス活動のPDCA	P128
	コンプライアンスの推進体制	P128
	人財開発の推進体制	P150
	花王 グローバル共通プログラム・部門専門プログラム	P152
	D&I 推進活動の体制	P156
	主な仕事と育児の両立支援	P162
	多様な働き方のための主な就業制度(花王(株))	P163
	社員の対話に関する体制	P166
	組織力向上のRPDCA	P168
ガバナンス	「Find」の調査項目	P168
	健康づくりマネジメントシステム	P170
	健康づくり推進体制	P171
	コーポレート・ガバナンス改革	P188

調査用インデックス

カテゴリー	体制・仕組み	PDF
ガバナンス	コーポレート・ガバナンス体制	P189
	取締役会、監査役会、委員会出席メンバー	P193
	レスポンスブル・ケア推進体制	P196
	レスポンスブル・ケア活動の年間サイクル	P199
	リスクと危機の管理体制	P204
	コーポレートリスクの運営	P205
	危機発生時の体制（一例）	P205
	情報セキュリティの管理体制	P209
	情報セキュリティ活動のPDCA	P210
	個人情報に関わる業務の委託と委託先監査	P213
	産業財産権管理体制	P216

パフォーマンスデータ

カテゴリー	パフォーマンスデータ	PDF
Kirei Lifestyle Plan -花王のESG 戦略-	19の重点取り組みテーマの中長期目標	P10-11
	“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)	P30
	CDPによる評価	P30
	花王の製品ライフサイクル各段階で排出されるCO ₂ の割合	P37
	エネルギー使用量の推移  (全拠点)	P40
	温室効果ガス排出量の推移  (全拠点)	P40
	製品ライフサイクル全体のCO ₂ 排出量の推移  (花王グループ)	P40
	製品ライフサイクル全体のCO ₂ 排出量の推移  (日本花王グループ)	P40
	スコープ1 CO ₂ 排出量の推移 	P41
	スコープ2 CO ₂ 排出量の推移 	P41
	電気・蒸気等購入量の推移	P41
	燃料種別消費量の推移	P41
	スコープ3 CO ₂ 排出量の推移  (1,4,11,12)	P41
	輸送時のCO ₂ 排出量の推移  (日本)	P45
	花王の製品ライフサイクル各段階で使用される水の割合	P50
	水使用量(取水量)の推移  (全拠点)	P53
	製品ライフサイクル全体の水使用量の推移  (花王グループ)	P53
	製品使用時の水使用量の推移  (日本花王グループ)	P53
	COD汚濁負荷量の推移  (全生産拠点)	P53
	水源別取水量の推移 	P53
	放流先別排水量の推移 	P53
	環境法規制 遵守状況	P54
	花王優先評価物質の安全性要約書(リンク)	P60
	GPS安全性要約書(リンク)	P63
	PRTR法対象化学物質の総排出量の推移	P69
	VOC(揮発性有機化合物)の排出量(2018年) 	P69
	NOx排出量の推移 	P69

カテゴリー	パフォーマンスデータ	PDF
エコロジ	SOx 排出量の推移	P69
	容器包装材料使用量の推移	P84
	廃棄物等発生量の推移  (全拠点)	P88
	再使用・リサイクルされた廃棄物等 	P88
	2018年の事業活動と環境負荷  (一部データ)	P92
コミュニティ	2018年の環境会計報告	P94
	ISO等認証取得一覧(リンク)	P99
	直近3年間のリコール状況	P99
	消費者志向経営自主宣言 2017年活動報告(リンク)	P112
	2018年の法令違反	P133
	紙・パルプの認証品比率 	P142
	認証油購入実績  (花王グループ)	P143
	「持続可能なパーム油」の調達ガイドラインにおける目標と2018年実績	P143
	パーム核油のトレーサビリティ進捗	P144
	「持続可能な紙・パルプ」の調達ガイドラインにおける目標と2018年実績	P145
	2018年のSedexによるサプライヤーのリスクアセスメント結果	P145
	ベンダーサミット出席会社数	P146
	社員1人当たり平均研修時間	P154
	社員1人当たり教育訓練費(連結)	P154
	花王グループ社員数(正社員)	P159
コーポレート・カルチャー	花王(株)の状況(正社員)	P159
	花王グループ 女性社員の状況	P159
	花王(株)再雇用者数	P159
	花王グループ 障がい者雇用率	P160
	就業制度の利用状況(花王(株))	P163
	全社健康推進活動展開 2018年実績	P171
	各事業所での健康推進活動展開 2018年実績	P171
	社員の健康づくり推進状況 2017年実績	P172
	全社メンタルヘルスケア活動展開 2018年実績	P175
	2018年の労働安全衛生の目標と実績(花王グループ)	P179-180
	休業無災害表彰(2018年)	P181
	2018年の保安防災の目標と実績	P184
	2018年の事故の概要	P184
	2018年の安否確認システムの使用状況	P185
ガバナンス	2018年度取締役会の主な審議事項	P190
	2018年度の役員報酬の実績	P194
	役員ごとの報酬額等の総額等	P194
	レスポンスブル・ケア事務局監査実績(2018年)	P200
	国際マネジメントシステム認証状況	P201
	標的型メール訓練での開封率	P212
	2018年1月～12月の外部表彰・外部評価一覧	P220-221
	エコロジ：目標と実績	P222
	コミュニティ：目標と実績	P223
	コーポレート・カルチャー：目標と実績	P223

Kao

自然と調和する ころ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

www.kao.com

2019年4月発行

UD
FONT
by HIRAGINO