

# Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 GRI203-1

P34～36に掲載しているKirei Lifestyle Plan 中長期目標について、各指標を構成する数式と因子、対象範囲は以下の通りです。

## 快適な暮らしを自分らしく送るために

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子		
快適な暮らしを自分らしく送るために				
コミットメント	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、よりこころ豊かな暮らしに貢献した人数		10億人	2030
	A + B + C (人)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 花王が定める基準により、QOL向上に貢献すると認定したブランドの製品で到達した人数(人)</li> <li>・ B: 清潔で美しくすこやかな習慣を身につけるための“Kirei”啓発活動で到達した累積人数(人)</li> <li>・ C: 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、改良品で到達した人数(人)</li> </ul> ※ AとCで重複する製品については、重複を回避して計上する ※ BのうちAおよびCと重複する人数を、仮定に基づき推計し、重複を回避して計上する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品</li> <li>・ 花王グループが実施する啓発活動</li> </ul>	
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QOLに貢献する製品数		70億個	2030
	A(個)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 花王が定める基準により、QOL向上に貢献すると認定したブランドの製品の売上個数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品</li> </ul>	
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に実施した啓発活動で到達した累積人数(2016年からの累積値)		1億人	2030
	A(人)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 清潔で美しくすこやかな習慣を身につけるための“Kirei”啓発活動で到達した累積人数</li> <li>・ 花王の社員による活動、製品/サービスによる啓発活動の到達数</li> <li>・ 各種啓発情報発信活動(ウェブサイト/SNS等含む)の到達数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループ</li> <li>・ 対象期間: 2016年以降</li> </ul>	
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、改良品の比率		100%	2030
	A / B × 100 (%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 適合基準<sup>1,2</sup>を満たす製品数(個)</li> <li>・ B: すべての製品数(個)</li> </ul> *1 2020年まで: 改良品は改良前に比べ、新規UD配慮がある場合のみUD適合と認定 2021年より: 新規UD配慮の有無にかかわらずUD配慮があればUD適合と認定 *2 基準見直しのため、2021年、2022年は日本国内のみの数値	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品</li> <li>・ 新規製品、改良製品</li> </ul>	
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
	A / B × 100 (%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 考え方について公開した懸念物質数(個)</li> <li>・ B: 設定した懸念物質数(個)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループ</li> </ul>	

# Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説

## 思いやりのある選択を社会のために

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子		
思いやりのある選択を社会のために				
コミットメント	より活力と思いやりのある社会の実現のために、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したブランド比率		100%	2030
	$(A + B + C + D) / E \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: サステナブルライフスタイルを実現するための環境啓発活動を実施した累積ブランド数(ブランド)</li> <li>・ B: 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数(ブランド)</li> <li>・ C: 暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができるイノベーションが盛り込まれた製品を提供した累積ブランド数(ブランド)</li> <li>・ D: 暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができる事業、しゅみを提供した累積ブランド数(ブランド)</li> <li>・ E: 設定したブランドの数</li> </ul> ※ A～Dで重複するブランドについては、重複を回避して計上する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 設定した花王グループの家庭用製品ブランド</li> <li>・ 設定した花王グループの家庭用製品ブランドが実施する啓発活動</li> </ul>	
サステナブルなライフスタイルの推進	環境に配慮する生活スタイルを啓発し、サステナブルな世界を実現するための環境啓発活動で到達した累積人数(2016年からの累積値)		1億人	2030
	A(人)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: サステナブルライフスタイルを実現するための環境啓発活動で到達した累積人数</li> <li>・ 花王の社員による活動、製品/サービスによる啓発活動の到達数</li> <li>・ 各種啓発情報発信活動(ウェブサイト/SNS等含む)の到達数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループ</li> <li>・ 対象期間: 2016年以降</li> </ul>	
パーバ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
	$A / B \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 生活者調査で高い共感性が得られたブランドの数(ブランド)</li> <li>・ B: 設定したブランドの数(ブランド)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 設定した花王グループの家庭用製品ブランド</li> </ul>	
暮らしを変えるイノベーション	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と実現(2019年からの累積値)		10件以上	2030
	A(件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができるイノベーションが盛り込まれた製品に関する累積発表数(件)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品、産業向け製品</li> <li>・ 対象期間: 2019年以降</li> </ul>	
	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事業、しゅみの提案と実現(2019年からの累積値)		10件以上	2030
	A(件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな変化を起こすことができる事業、しゅみに関する累積発表数(件)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの事業やしゅみ</li> <li>・ 対象期間: 2019年以降</li> </ul>	
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
	$A / B \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 花王グループの家庭用製品に使用した認証紙製品・パルプ(FSC、PEFC、SFI)の重量(t)</li> <li>・ B: 花王グループの家庭用製品に使用した紙製品・パルプの重量(t)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品に使用した紙製品・パルプ</li> <li>・ 花王グループで使用した事務用紙など</li> </ul>	
	小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認		完了	2025
	A(カ所)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: トレーサビリティを確認した小規模パーム農園数(カ所)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小規模パーム農園</li> </ul>	

# Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説

## よりすこやかな地球のために

重点取り組みテーマ	指標			目標値	目標年
	数式	因子	範囲		
よりすこやかな地球のために					
コミットメント	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である製品比率			100%	2030
	$A / B \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 脱炭素、ごみゼロ、水保全を対象とした適合基準を満たす製品数(個)</li> <li>・ B: すべての製品数(個)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品(売上上位95%)</li> <li>・ 一部ブランドを除く</li> </ul>		
	外部評価機関による評価レベル			最高レベル	毎年
	—	CDPの気候変動、水、森林のそれぞれで、同時にA評価を取得	・ 花王グループ		
脱炭素	ライフサイクルCO <sub>2</sub> 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)			22%	2030
	$(1 - A / B) \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 対象年の年間ライフサイクルCO<sub>2</sub>排出量(t-CO<sub>2</sub>)</li> <li>・ B: 基準年の年間ライフサイクルCO<sub>2</sub>排出量(t-CO<sub>2</sub>)</li> <li>※基準年:2017年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花王グループの家庭用製品の全ライフサイクル工程</li> <li>・ 花王グループの産業界向け製品の原材料調達、生産、輸送工程</li> </ul>		
	スコープ1+2 CO <sub>2</sub> 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)			28%	2025
				55%	2030
	$(1 - A / B) \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 対象年の年間スコープ1+2 CO<sub>2</sub>排出量(t-CO<sub>2</sub>)</li> <li>・ B: 基準年の年間スコープ1+2 CO<sub>2</sub>排出量(t-CO<sub>2</sub>)</li> <li>※基準年:2017年</li> </ul>	・ 花王グループが保有する工場、物流拠点、オフィス、営業車		
	使用電力における再生可能電力の比率			100%	2030
$A / B \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 使用電力における再生可能電力量(kWh)</li> <li>・ B: 使用電力量(kWh)</li> </ul>	・ 花王グループが保有する工場、物流拠点、オフィス			
ごみゼロ	包装容器への化石由来のプラスチック使用量			ピークアウトさせる	2030
	$A / B \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 対象年のプラスチック包装容器使用量(t)</li> <li>・ B: 前年のプラスチック包装容器使用量(t)</li> </ul>	・ 花王グループが使用したプラスチック包装容器使用量(家庭用製品)		
	革新的なフィルム容器の年間普及量(花王+社外)			3億個	2030
	A + B (個)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A: 革新的なフィルム容器販売数(花王グループ)(個)</li> <li>・ B: 花王の技術を使用・応用した革新的なフィルム容器販売数(他社)(個)</li> </ul>	・ 花王グループおよび他社		
	花王が関与したプラスチック再資源化率			50%	2030
$(A1+A2+A3) / B \times 100 (\%)$	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A1: 対象年のポジティブリサイクルしたプラスチック量(t)</li> <li>・ A2: 対象年のプラスチック包装容器で使用した再生プラスチック量(t)</li> <li>・ A3: 対象年の花王が社会と共に回収し、社会が使用したプラスチック量(t)</li> <li>・ B: 対象年のプラスチック包装容器使用量(t)</li> </ul>	・ 花王グループ			

# Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説

## よりすこやかな地球のために

重点取り組みテーマ	指標			目標値	目標年
	数式	因子	範囲		
よりすこやかな地球のために					
ごみゼロ	回収パウチを使用した革新的フィルム容器の実用化			上市	2025
	上市	・回収パウチを使用した革新的なフィルム容器の上市	・花王グループ		
	PET容器への再生プラスチックの使用率(日本)			100%	2025
	$A / B \times 100 (\%)$	・A:再生プラスチックを使用したPET容器(個) ・B:PET容器(個)	・花王株式会社が使用したPET素材のボトル(家庭用製品、ただし化粧品および業務品を除く)		
	花王の拠点*から排出された廃棄物量に占めるリサイクルされない廃棄物量の比率 *生産拠点から開始			ゼロ (1%未満)	2030
	$(A + B) / C \times 100 (\%)$	A:直接埋立処分された廃棄物量(t) B:単純焼却(熱回収なしの焼却)された廃棄物量(t) C:廃棄物の排出量(t)	・日本の法律に基づく産業廃棄物に相当する廃棄物 ・法令等により直接埋立または単純焼却せざるを得ないものを除く		
	製品廃棄物・販促物廃棄物の削減率(基準年:2020年)			95%	2030
$(B - A) / B \times 100 (\%)$	・A:対象年の製品廃棄物・販促物廃棄物 <sup>1</sup> の重量(t) ・B:基準年 <sup>2</sup> の製品廃棄物・販促物廃棄物の重量(t) *1 販促物廃棄物:未出荷分、 *2 基準年:2020年	・花王グループの家庭用製品(国内)			
水保全	ライフサイクル水使用量(原単位)削減率(基準年:2017年)			10%	2030
	$[ 1 - (A_1/A_2) / (B_1/ B_2) ] \times 100 (\%)$	・A <sub>1</sub> :対象年の年間ライフサイクル水使用量(百万m <sup>3</sup> ) ・A <sub>2</sub> :対象年の売上金額(億円) ・B <sub>1</sub> :基準年の年間ライフサイクル水使用量(百万m <sup>3</sup> ) ※基準年:2017年 ・B <sub>2</sub> :基準年の売上金額(億円)	・花王グループの家庭用製品の全ライフサイクル工程 ・花王グループの産業界向け製品の原材料調達、生産、輸送工程		
	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(基準年:2017年)			40%	2030
	2024年開示予定				
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
	$A / B \times 100 (\%)$	・A:VOC排出量・COD排出量を開示している工場数(カ所) ・B:全工場数(カ所)	・花王グループが保有する工場		

# Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説

## 正道を歩む

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子	範囲	
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
	選定	[World's Most Ethical Companies®(世界で最も倫理的な企業)](Ethisphere Institute)に選定	・花王グループ	
	重大なコンプライアンス違反件数		ゼロ	毎年
	A (件)	・重大なコンプライアンス違反案件とは、経営に重大な影響を与え、企業価値を大きく毀損する案件をいう ・該当案件については、違反行為の悪質性と社内外への違反の影響などを踏まえて、コンプライアンス委員会事務局会議(外部弁護士による第三者の目から見た評価や提言を含む)、コンプライアンス委員会、監査役ヒアリングおよび経営会議での審議を踏まえて決定し、その結果を取締役に報告する	・花王グループ	
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
	A / B × 100 (%)	・ A: 次の要件を満たすブランド数(件) 設定した成分について、規定量以上の成分名を開示したブランド ・ B: 設定した成分を含むブランド数(件)* * 2021年より、設定した成分を含むブランドのみ対象	・ 花王グループの家庭用製品 - 各年12月末時点のブランド数 - 食品、道具を除く	
人権の尊重	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(社内におけるリスクアセスメント)		100%	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: アセスメントを実施した工場(カ所)および花王グループの会社数(社) ・ B: 花王グループ全工場(カ所)および花王グループの全会社数(社)	・ 花王グループが保有する工場および事業所	
	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(サプライヤーにおけるリスクアセスメント)		100%	2025
	A / B × 100 (%)	・ A: 当該年より3年以内にアセスメントを実施したサプライヤー数(社) ・ B: 当該年に取引のあったサプライヤー数(社)	・ 花王グループの直接材のサプライヤー	
	人権デュー・ディリジェンス対応実施率(委託先におけるリスクアセスメント)		100%	2030
A / B × 100 (%)	・ A: 当該年より3年以内にアセスメントを実施した委託先数(社) ・ B: 当該年に委託した委託先数(社)	・ 花王グループが保有する事業場内の業務委託先		
受容性と多様性のある職場	社員エンゲージメント調査における“インクルーシブな組織風土”に関する設問の肯定的回答率		75%	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: 社員エンゲージメント調査における“インクルーシブな組織風土”に関する設問の肯定的回答数(件) ・ B: 社員エンゲージメント調査における“インクルーシブな組織風土”に関する設問の回答数(件)	・ 花王グループ社員	
	女性管理職比率		全社員女性 比率と同じ	2030
	A / B × 100 (%)	・ A: 女性の管理職人数(人) ・ B: すべての管理職人数(人)	・ 花王グループ社員 ・ 管理職全体	

# Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説

重点取り組みテーマ	指標		目標値	目標年
	数式	因子		
正道を歩む				
社員の健康増進と安全	休業災害度数率(100万時間当たり)		0.1	2030
	$A / B \times 1,000,000$ (人/百万時間)	・ A: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者)(人) ・ B:年間のべ総実労働時間(時間)	・ 花王グループ社員	
	平均長期休業日数(日/人) ※日本から開始		105	2030
	$(A_1 + A_2 + \dots + A_B) / B$ (日/人)	・ A:次の要件を満たす休業日数(日) ①暦で連続30日以上長期休業 ②私傷病休暇、欠勤、休職を対象とし、有給休暇は対象外とする ③対象となる疾病:私傷病 ・ B:休業総人数(人)	・ 日本の花王グループ社員 ※将来は、日本以外を含む花王グループへ展開	
	長期休業者率(千人率) ※日本から開始		0.12	2030
	$A / B \times 1000$ (‰)	・ A:次の要件を満たす長期休業者人数(人) ①暦で連続30日以上長期休業 ②私傷病休暇、欠勤、休職を対象とし、有給休暇は対象外とする ③対象となる疾病:私傷病 ・ B:社員数総数(人)	・ 日本の花王グループ社員 ※将来は、日本以外を含む花王グループへ展開	
	社員エンゲージメント調査における“GENKI率”に関する設問の肯定的回答率		85%	2030
$A / B \times 100$ (%)	・ A:社員エンゲージメント調査における“GENKI率”に関する設問の肯定的回答数(件) ・ B:社員エンゲージメント調査における“GENKI率”に関する設問の回答数(件)	・ 花王グループ社員		
人財開発	社員エンゲージメント調査における“挑戦を推奨する組織風土”に関する設問の肯定的回答率		75%	2030
	$A / B \times 100$ (%)	・ A:社員エンゲージメント調査における“挑戦を推奨する組織風土”に関する設問の肯定的回答数(件) ・ B:社員エンゲージメント調査における“挑戦を推奨する組織風土”に関する設問の回答数(件)	・ 花王グループ社員	
	社員エンゲージメント調査における“効率的で柔軟な働き方”に関する設問の肯定的回答率		75%	2030
	$A / B \times 100$ (%)	・ A:社員エンゲージメント調査における“効率的で柔軟な働き方”に関する設問の肯定的回答数(件) ・ B:社員エンゲージメント調査における“効率的で柔軟な働き方”に関する設問の回答数(件)	・ 花王グループ社員	
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
	$A / B \times 100$ (%)	・ A:リスク評価・安全性評価書作成・同ウェブサイト公開を行った化学物質群(個) ・ B:生産量、排出量、社会的関心に基づき2020-2030年に選定する花王優先評価物質群(個)	・ 花王グループが取り扱う物質	
	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%	毎年
$\frac{(A_1 + A_2 + \dots + A_{C_1})_1 + \dots + (A_1 + A_2 + \dots + A_{C_D})_D}{(B_1 + B_2 + \dots + B_{C_1})_1 + \dots + (B_1 + B_2 + \dots + B_{C_D})_D} \times 100$ (%)	・ A:化学物質に係るリスクアセスメント実施項目数(件) ・ B:化学物質に係るリスクアセスメント対象項目数(件) ・ C:工場数(カ所) ・ D:リスクアセスメント対象項目数(①作業場GHS表示、②SDSメンテナンス、③アセスメント(定性)、④リスク低減措置)	・ 花王グループが保有する工場		