Sustainability as the only path

花王サステナビリティレポート

2023

目次

編集方針 …… 3

Our ESG Vision and Strategy

トップメッセージ …… 4
ESG部門統括メッセージ …… 5
企業理念 …… 7
戦略 …… 8
ガバナンス …… 18
リスク管理 …… 33
指標と目標 …… 34

Our progress

企業理念の実践 …… 39

Our Priorities -Kirei Lifestyle Plan-

快適な暮らしを自分らしく送るために …… 44
QOL の向上 …… 45
清潔で美しくすこやかな習慣 …… 51
ユニバーサル プロダクト デザイン …… 58
より安全でより健康な製品 …… 65

思いやりのある選択を社会のために …… 69
サステナブルなライフスタイルの推進 …… 70
パーパスドリブンなブランド …… 77
暮らしを変えるイノベーション …… 83
責任ある原材料調達 …… 91

よりすこやかな地球のために …… 101
脱炭素 …… 102
ごみゼロ …… 120
水保全 …… 137
大気および水質汚染防止 …… 146
製品ライフサイクルと環境負荷 …… 156
環境会計 …… 158

正道を歩む …… 159
実効性のあるコーポレート・ガバナンス …… 161
徹底した透明性 …… 173
人権の尊重 …… 180
人財開発 …… 194
受容性と多様性のある職場 …… 209
社員の健康増進と安全 …… 229
責任ある化学物質管理 …… 253

Our Foundations …… 262

Governance

コーポレート・ガバナンス …… 265
リスクと危機の管理 …… 276
レスポンシブル・ケア活動 …… 284
品質保証 …… 293
情報セキュリティ …… 300
戦略的デジタル・トランスフォーメーション(DX) …… 309
知的財産 …… 316
租税戦略 …… 323

Environment

生物多様性 …… 327

Social

生活者とのコミュニケーション …… 344
保安防災 …… 352
社会貢献活動 …… 358

Appendix

Kirei Lifestyle Plan 中長期目標 解説 …… 373
外部評価・外部表彰 …… 379
独立保証報告書 …… 382
GRI Standards 対照表 …… 383
ISO26000 対照表 …… 391
TCFD 対照表 …… 393
UNGP レポーティングフレームワーク対照表 …… 394

PDF の使い方

ページ間を移動しやすいよう、各ページの右側にカテゴリータブを、上部にカテゴリー詳細タブを設けています。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。

❶カテゴリー詳細タブ
クリックすると、カテゴリー内の各項目の冒頭ページに移動します

❷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

❸リンクボタン

Web — クリックすると関連するウェブサイトに移動します

P000 — クリックすると本レポート内の関連するページに移動します

❹ナビゲーションボタン

- クリックすると直前に表示していたページに戻ります
- 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
- クリックすると目次を表示します

※ご利用の環境によっては、ナビゲーションボタンが動作しない、正常に表示されない場合があります。その場合は、ダウンロードしてご利用ください。

編集方針 GRI2-2, 2-3

花王は、ステークホルダーの皆さまに、花王の価値創造ストーリーをわかりやすく伝えることをめざし、財務とESGに関する情報を総合的にまとめた「統合レポート」を発行しています。「花王サステナビリティレポート2023」は「花王統合レポート2023」を補完するもので、ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」に沿って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共に記載しています。

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が、環境・労働安全関連のデータについては花王株式会社、子会社及びニベア花王を、人材開発関連データについては花王株式会社及び子会社を集計範囲としています。

掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。

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

対象組織

Web 花王グループ会社一覧
https://www.kao.com/jp/corporate/outline/group-companies/

対象期間

2022年度(2022年1月1日～2022年12月31日)

定性情報は、一部2023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。レポート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。本レポートでは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	2023年5月26日
次回発行予定	2024年5月
(前回発行日	2022年6月29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」
  ※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)」
- 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
- SDGコンパス
- TCFD提言
- 国連指導原則 報告フレームワーク

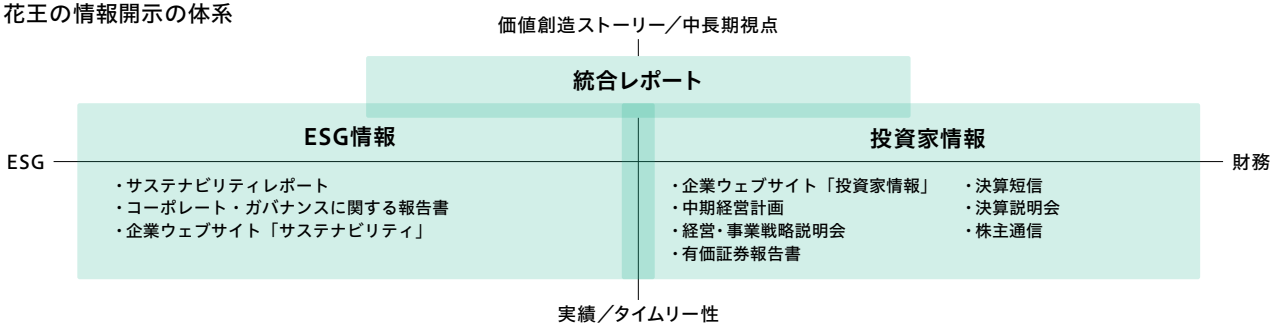
Web 【レポート】
➡花王統合レポート 2023
➡花王サステナビリティレポート2023 (本レポート)
➡コーポレート・ガバナンスに関する報告書
➡有価証券報告書

【ウェブサイト】
➡花王企業情報
➡投資家情報
➡サステナビリティ
➡研究開発

将来見通しに関する注意事項/免責事項

本レポートに記載されている将来に関する記述は、花王が本レポート発行までに入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を花王として約束する趣旨のものではなく、さまざまな要因により大きく異なる可能性があります。

花王の情報開示の体系



トップメッセージ GRI2-22

未来のいのちを守る

花王株式会社
代表取締役　社長執行役員

長谷部 佳宏

Web 花王統合レポート2023
社長メッセージ
https://www.kao.com/jp/investor-relations/library/reports/

花王は「豊かな共生世界の実現」をパーパスに定め、中期経営計画「K25」において「未来のいのちを守る」「Sustainability as the only path」をビジョンに掲げました。

今、事業を囲む状況は大きく変化しています。そのような中で、既存事業の再生をめざすReborn Kaoと、新事業の創成をめざすAnother Kaoというコンセプトで両輪の改革を推進しており、社会課題を解決しながら事業を発展させていく上で、ESG戦略はますます重要と考えています。

ESG戦略を遂行する上で核となるのが、「ESG視点でのよきモノづくり」です。商品をつくるエネルギー、物質、労力が最小限ながら、お客さまへのさまざまな価値が強く長く満たされ、循環型社会に貢献するモノづくりです。最小限の資源消費で最大限の商品価値を生み出す（Maximum Value with Minimum Waste）、社会課題を解決するモノづくりです。

マーケティングにおいてもESG視点を強化していきます。商品の特徴ある機能的価値だけでなく、「ESG視点でのよきモノづくり」により生み出されるサステナビリティ価値をお客さまのこころにお届けすることで、お客さまとの強い絆を育んでいくロイヤリティ・マーケティングとして事業を発展させていきます。

社会課題を解決するモノづくりと、それにより生み出されるサステナビリティ価値を伝えるマーケティングの連動により、社会課題を解決しながら事業を発展させていきます。

また、新事業モデルをめざすAnother Kaoの具体的な取り組みを2022年より始動しましたが、それらは社会課題解決をしながら事業成長をめざすビジネスモデルです。例えば2022年6月にタイで発売した忌避剤は、デング熱からタイの人々のいのちを守りたいという想いに基づいた事業ですが、行政や取引先から強い支持を得ることができ、今までにないスピードで人々の生活にお役立ちすることができました。

花王は、消費を前提としたモノづくりから、資源を循環させるモノづくりへと変革していきます。「数」と「量」の線形型経済から、「質」と「絆」の循環型経済への移行です。そのために、発展する循環型のビジネスモデルの構築をめざします。

引き続き厳しい環境の中での事業改革を推進しますが、この混沌を意識改革の好機と捉え、花王グループ社員の活力を最大化し、ステークホルダーの皆さんと共に、世界中の人にKirei Lifeをお届けできることをめざして、活動してまいります。

ESG部門統括メッセージ GRI2-22

社会課題解決と持続的な事業の発展の両輪をまわす

常務執行役員　ESG部門統括　PR戦略部門担当
デイブ・マンツ

花王は、中期経営計画「K25」において「未来のいのちを守る」「Sustainability as the only path」をビジョンに掲げ、ESG経営への強い意志を表明しています。事業活動を取り巻く環境が複雑化し、今後も大きく変動することが予測される中、ESG戦略の重要性がより一層高まっています。

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan(KLP)」は、生活者を主役としたESGの具体的な活動の方向性と、将来への意欲的な目標を表したものです。KLPは「花王のESGビジョン」と、それを実現するための戦略である3つのコミットメントと19のアクションから構成されています。この戦略に基づき、生活者のこころ豊かな暮らしと社会のサステナビリティの実現をめざしてESG活動を展開してきます。これらの活動が、事業機会の創出やリスクの低減につながり、ひいては持続的な事業の発展に貢献し、生み出された利益がすべてのステークホルダーに還元されていくサイクルを形成していくと考えています。

人と地球にやさしい事業が未来へつなぐ価値

ESG経営において重要なことは、事業にESGを組み込み、社会に役立ちながら、未来の財務が生まれる基盤を強化していくことです。

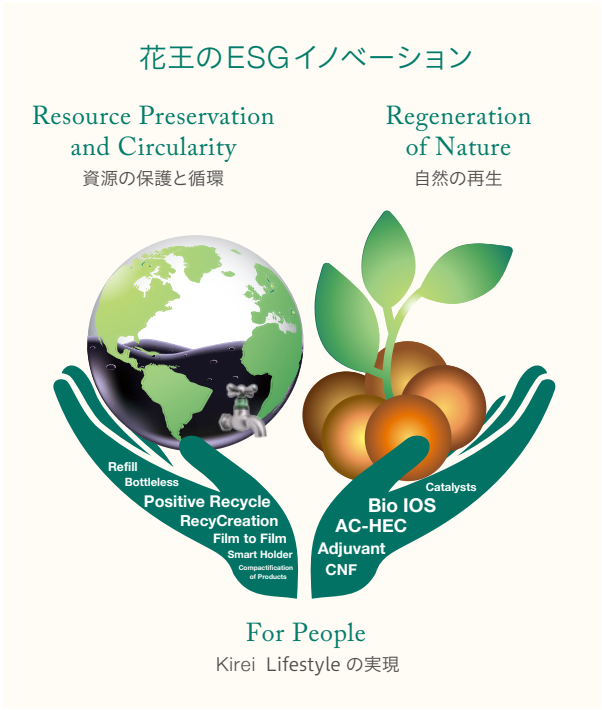
生活者にお役に立つことによって事業を発展させながら、世界が直面している環境・社会問題解決に貢献するための鍵は、イノベーションです。KLPの重点取り組みテーマに基づき推進するさまざまなイノベーションを融合させ、すべての人々のKirei Lifestyleの実現のために、「資源の保護・循環」と「自然の再生」の領域で、本質的なソリューションを追求していきます。

花王が製品を開発するにあたり、限られた貴重な資源からいかに最大の価値を創出するかが重要です。「資源の保護・循環」のアプローチで注力するKLPの「ごみゼロ」では、ケミカル事業においてリサイクルプラスチックを用いてアスファルトを長持ちさせる改質剤の開発に成功しました。資源循環社会の構築にも寄与できると考えています。

「自然の再生」の追求からは、従来用途が限られていた部分のパーム油を活用した洗浄基剤バイオIOSの開発に成功しました。今後、こうした素材の用途拡大を進めていきます。

これらに加えて、「人のいのちを守る」ためのソリューションも追及していきます。2022年、より人にやさしい処方を実現した忌避機能を持つスキンケア製品の開発・発売に成功しました。蚊媒介感染症の撲滅をめざして、市場流通だけにとどまらず、政府や自治体、販売店と協働し、共通の社会課題の解決に向けて活動や役割を分担して取り組む新しいアプローチにも挑戦しています。まだ初期段階ではありますが、パートナーシップをもって市場と顧客を開拓できる可能性が期待できます。

ESG部門統括メッセージ GRI2-22



生活者と共にESGビジョンを実現

持続可能な社会の実現のためには、生活者に楽しく快適に、サステナブルな暮らしが送れるような提案をすると同時に、意識的に環境に配慮した製品やサービスを選択していただけるようにしていく必要があります。その取り組みの一環として、2022年から新しいPR戦略を開始しました。「もったいないを、ほっとけない。」をメッセージに、花王の使命である“Kirei”に込めた想いを、わかりやすく発信しています。花王の製品を手に取っていただいた生活者と共に、社会課題の解決に貢献していきます。

すべての人々のKirei Lifeの実現に向けて

今後も花王は、重要度の高いテーマに関する方針、活動、管理を進化させていきます。

生物多様性への活動を強化すると共に、よりインクルーシブな社会構築に貢献するためにバリューチェーン全体でDE＆Iの推進も強化していきます。

今日の深刻な社会問題に対応し、サステナブルな社会の実現のためには技術革新が必須だとされていますが、花王はイノベーション提案に基づきESG視点でのよきモノづくりに注力しています。本質研究に立脚した革新的技術に加えて、コミュニケーションや共創においてもイノベーションを起こし、それらの要素を組み込んだESGでのよきモノづくりは、花王の持続的な発展を支え、人、社会、地球に大きなインパクトを与えられると考えています。

企業理念

「The Kao Way」とは、先人が培ってきた精神や文化を次世代に受け継ぐため、2004年に策定した花王の企業理念です。2021年にはさらなる変革をめざして、「共生」を新たな使命に掲げ、「期待の先を行く」ビジョンと「果敢に挑む」行動原則を追加し、アップデートしました。
この企業理念は、社員一人ひとりに深く浸透しています。中長期の事業計画の策定から日々の業務における意思決定まで、「The Kao Way」を拠りどころにすることで、すべての活動が一貫したものとなります。また、社会課題や事業課題に対し、多様な資産と社員の力を集積させる原動力です。そして、個人の成長と会社の発展や社会への貢献を重ね合わせ、働きがいや生きがいを生み出す指針でもあります。

グローバル全社員共通の対話の基盤
- 存在意義となる使命
- ゆるぎない基本的価値観
- 目指すべきビジョン
- 大切にする行動原則

使命
豊かな共生世界の実現

ビジョン
人をよく理解し
期待の先いく企業に

基本となる価値観
正道を歩む
よきモノづくり
絶えざる革新

行動原則
共生視点
現場起点
個の尊重と力の結集
果敢に挑む

Web 花王ウェイ（企業理念）
https://www.kao.com/jp/corporate/purpose/kaoway/

使命

豊かな共生世界の実現

私たちは、志をひとつに熱意をこめて、日々をよりこころ豊かにすることに邁進し、Kirei Life～すべての人と地球にとってより清潔で美しく健やかな暮らし方～を創造します。優れた価値を生みだす革新を通して喜びを分かち合い、すべての命にとって安心で調和のとれた世界を実現します。

日本語の「きれい」という言葉は、清潔、秩序、美、といったすべての状態を意味しています。「きれい」とは、外見だけではありません。自分のため、他の人々のため、私たちをとりまく自然界のため、美しさを創造しようとする生き方をも表します。「きれい」は花王のブランド、製品、技術、ソリューション、サービスを通じて、現在および将来にわたり、私たちが日々の暮らしにもたらしたい価値です。

ビジョン

人をよく理解し期待の先いく企業に

私たちは、この世界とそこに住む人々を深く知り、理解します。人と自然が共に栄える未来のために、人々の期待を超える、よりよい生活を実現する企業をめざします。

戦略

「2030年までに達成したい姿」である「グローバルで存在価値ある企業『Kao』」の達成に向け、経営の中核にESGの視点を導入することで持続可能な成長をめざします。
花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」は、生活者のこころ豊かな暮らしの実現をめざすもので、生活者の目線に立った花王らしいESG戦略です。
Kirei Lifestyle Planに基づき、「ESG視点のよきモノづくり（ESGよきモノづくり）」を通して社会のサステナビリティ実現と企業価値の向上につなげていきます。

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の中で、使命を「豊かな共生世界の実現」とし、「私たちは、志をひとつに熱意をこめて、日々をよりこころ豊かにすることに邁進し、Kirei Life（すべての人と地球にとってより清潔で美しく健やかな暮らし方）を創造します。優れた価値を生みだす革新を通して喜びを分かち合い、すべての命にとって安心で調和のとれた世界を実現します。」と定めています。またこの「豊かな共生世界の実現」は使命であると同時に、花王が社会に存在する意義、パーパスとして定めています。

P7 企業理念

Web 花王ウェイ（企業理念）
https://www.kao.com/jp/corporate/purpose/kaoway/

中期経営計画「K25」と長期経営ビジョン「K30」

花王は長期経営ビジョン「K30」において定めた「2030年までに達成したい姿」である「グローバルで存在価値ある企業『Kao』」を達成するため、ESGを経営の根幹に据えています。「K30」の3つの目標は、(1)持続的社会に欠かせない企業、(2)高社会貢献＆高収益グローバル企業、(3)ステークホルダーへの成長レベル還元、です。売上高は2.5兆円をめざします。社会に役立つことを目的に事業を展開し、その結果として事業成長を果たし、その利益を社会に還元していくというものです。

また、「K30」達成を見据えた中期経営計画「K25」を2020年12月に発表しました。ビジョンを「Sustainability as the only path」、コンセプトを「きれいを こころに 未来に」とし、(1)持続的社会に欠かせない企業になる、(2)投資して強くなる事業への変革、(3)社員活力の最大化、の3つの方針を策定しました。

2030年を見据えた「K25」の達成に向け、花王グループのESG経営の決意として、Eとして「ゼロ浪費・カーボンゼロ」、Sとして「唯一無二のパーソナライズ」、Gとして「友（協業者）と正道を歩む」を掲げました。新たに「命を守る」という領域での事業構築、同じ志を持つステークホルダーとの協働による取り組みを進めます。

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」は、生活者を主役としたESGの具体的な活動の方向性と将来への意欲的な意気込みを表したものです。「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、「天祐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は、人々のこころ豊かな暮らしにつながる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。

それぞれの柱では、重点取り組みテーマ「花王のアクション」を設定すると共に、2030年までに達成したい

戦略

意欲的な目標としてコミットメントを掲げています。

グローバル規模で大きく変動することが予想される社会、環境において2030年を見据えた「K25」を実現していくには、花王が強い意志を持って変革を進め、社会にも変革をもたらす一翼となることが必要だと考えています。ガバナンスの重要性が高まる中、その実効性も「正道を歩む」に沿って、さらに強化していきます。

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。

Kirei Lifestyle の実現による事業成長

「K25」は、社会の役に立つことを目的に事業を展開し、その結果として事業成長を果たすという考え方に基づいています。その考え方を象徴するのが、花王が社会に存在する意義(パーパス)を「豊かな共生世界の実現」とし、「K25」のビジョンを「Sustainability as the only path」としている点です。生活者のこころ豊かな暮らしや社会のサステナビリティの実現をめざして展開した花王のESG活動が、結果として事業成長につながり、生まれた利益がステークホルダー、生活者や社会に還元されていくサイクルを形成していくと考えています。Kirei Lifestyle Planが、経営ビジョンを達成するための土台であり、ESGは投資であり、未来の財務と位置づけているのはそのためです。

現代の深刻な社会問題に対応し、サステナブルな社会を実現するためには技術革新が必須だと言われています。花王はイノベーション提案に基づく、“よきモノづくり”に注力しており、本質研究に立脚した革新的技術を組み込んだESG視点のよきモノづくりは、大きな力になります。さらに花王は技術に留まらないイノベーションを引き起こすことができると考えています。花王の持続的な成長を支え、人、社会、地球に大きなインパクトを与えることができると考えています。

また、Kirei Lifestyleを起点に既存事業の領域を深化させ、新たな事業領域を拡張することで、社会へのインパクトをさらに広げ、同時に事業成長にもつなげていきます。「K25」が新たに「命を守る」という領域での事業構築をめざすのはその一環です。

Kirei Lifestyle Planは、花王のコーポレートブランド価値、および製品ブランド価値向上にも貢献します。Kirei Lifestyle Planの精神は製品、キャンペーン、プログラム、コミュニケーション等の取り組みに組み込まれています。生活者のこころ豊かな暮らし、社会や環境のサステナビリティへの貢献は、生活者やさまざまなステークホルダーから信用やレピュテーションを獲得でき、コーポレートブランド価値の向上に貢献すると考えています。

「花王のアクション」のひとつ「パーパスドリブンなブランド」は、ブランドの存在意義を強化し、生活者の共感を獲得することで、ブランドロイヤルティ向上に貢献します。「K25」におけるコア事業の高収益化の柱に、パーパスドリブンのブランド育成を掲げているのは、このためです。ロイヤルティ・マーケティングにより生活者との強い絆を育むことで、高収益体質を強化していきます。

このようにESGが組み込まれた「K25」のもと、パーパスに根差したESGよきモノづくりを一層強化しています。これにより、持続的社会に欠かせない企業になり、持続的社会への貢献に連動して花王事業が発展し、結果として事業成長につながると考えています。

Web 花王統合レポート2023 花王の価値創造
https://www.kao.com/jp/investor-relations/library/reports/

戦略

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。

快適な暮らしを
自分らしく
送るために

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。

思いやりの
ある選択を
社会のために

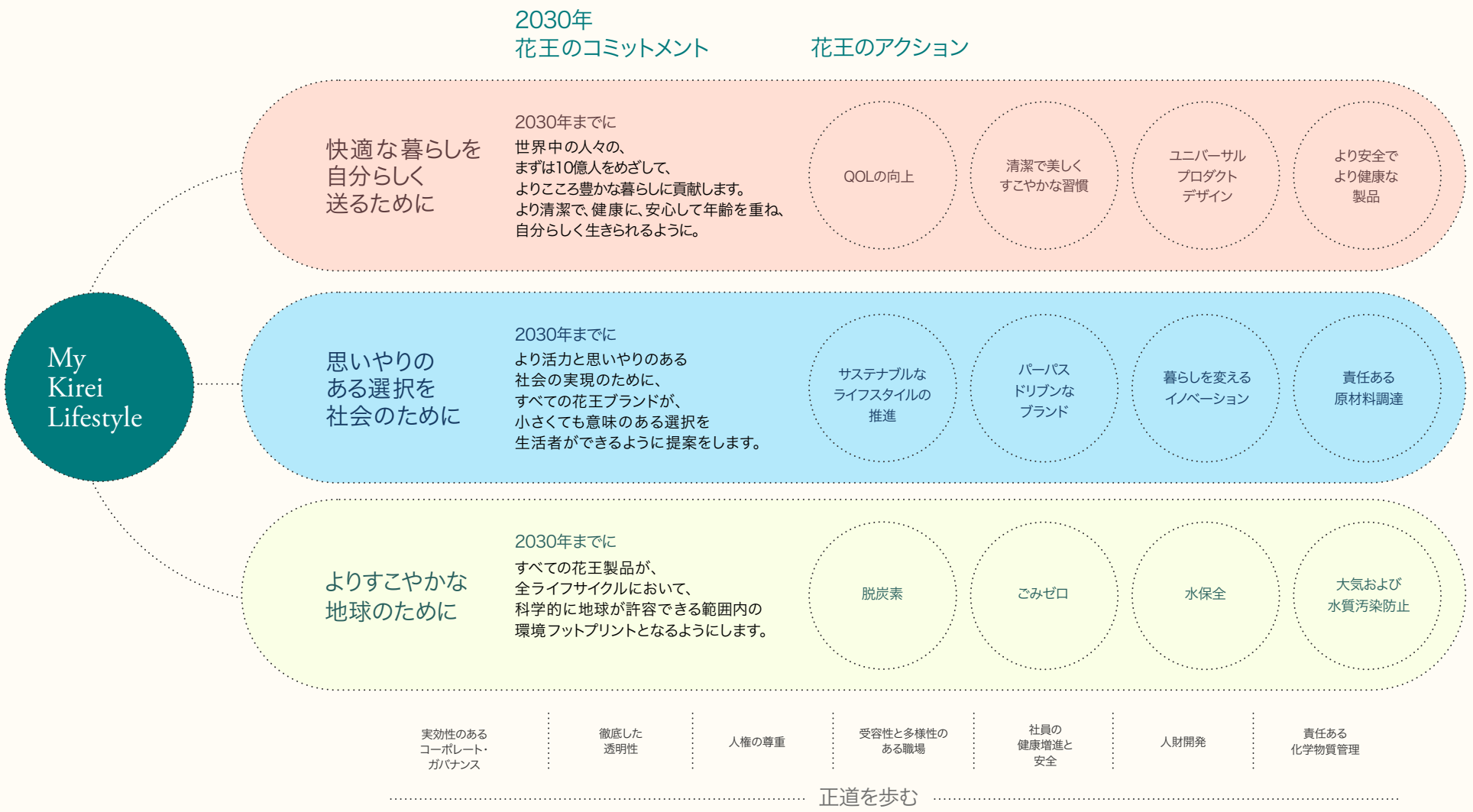
2030年までに
より活力と思いやりのある社会の実現のために、
すべての花王ブランドが、
小さくても意味のある選択を
生活者ができるように提案をします。

よりすこやかな
地球のために

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。

戦略 GRI3-2

花王のESGコミットメントとアクション

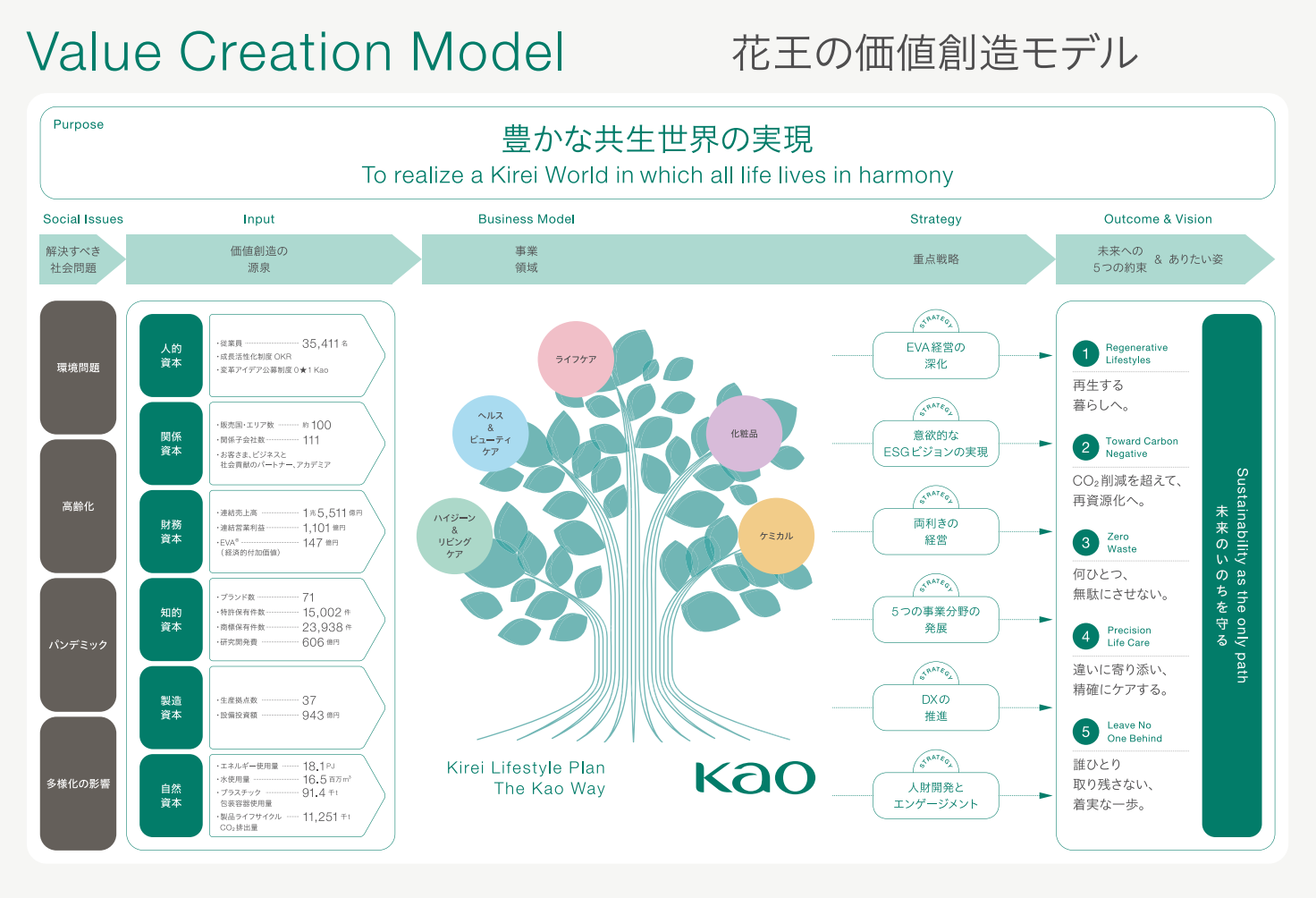


戦略

花王の価値創造モデル

Web 花王統合レポート2023
https://www.kao.com/jp/investor-relations/library/reports/

中期経営計画「K25」は、花王のパーパスである「豊かな共生世界の実現」をめざすための重要な通過点です。
私たちは、サステナビリティ以外の退路を断ち、未来のいのちを守る企業として進化するために、ビジネスモデルを大きく変革します。そして、同じ志をもつ多くのパートナーと共に、次なる価値創造と利益ある発展に向けて歩みを加速していきます。



戦略 GRI3-1

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

1. 候補テーマの特定 ▶ 2. 優先度の設定 ▶ 3. 承認 ▶ 4. レビュー

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捉え、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）

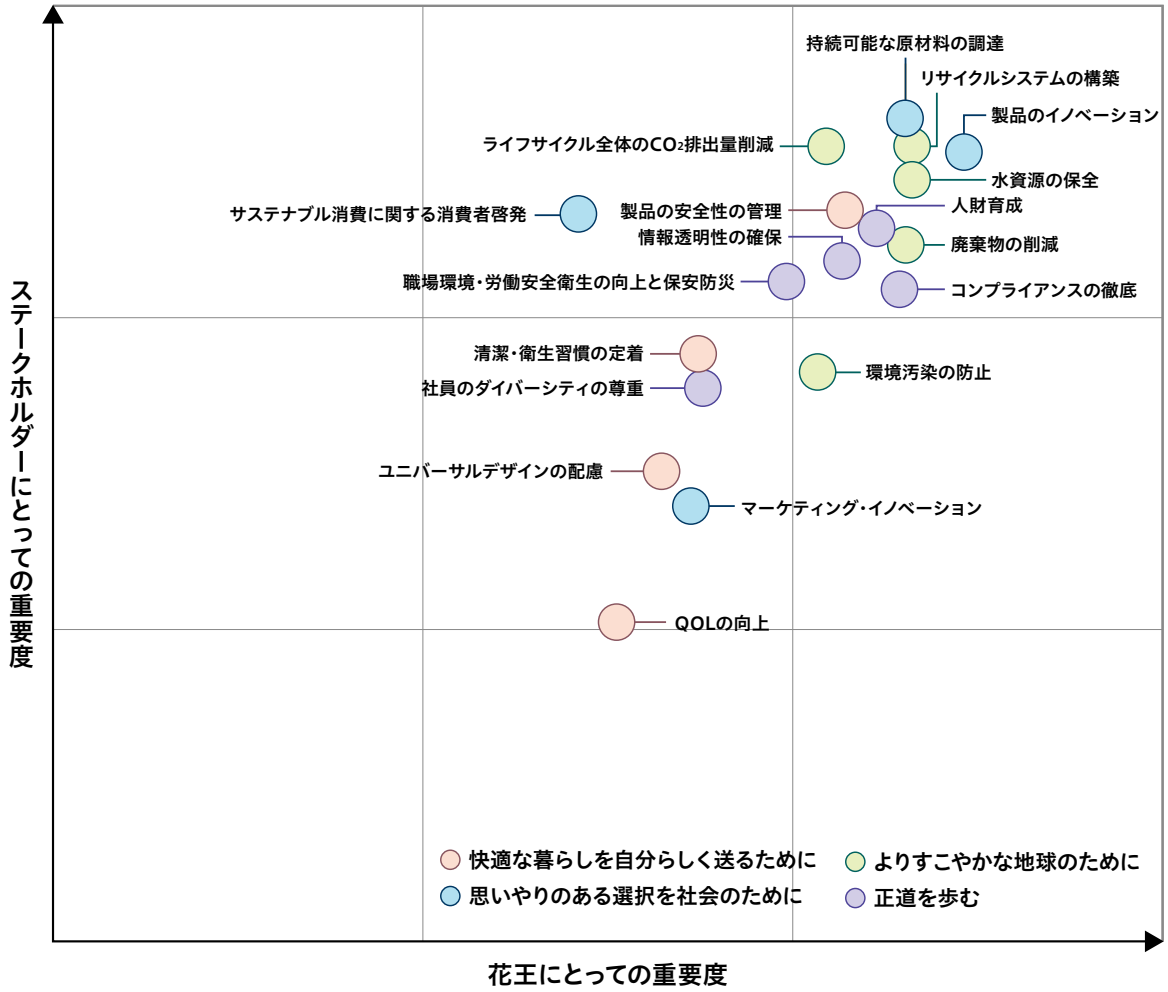
社外のステークホルダーとして、次の各グループの代表者の方々に回答をご協力いただきました。

- 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

戦略 GRI3-1

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。なお、「花王にとっての重要度」の評価においては、ダブルマテリアリティの原則に則り、花王が環境・社会に対し中長期にわたり与えるインパクトを考慮して評価しています。

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かかわらず、重点取り組みテーマに含まれなかったテーマは別の組織体で管理、実行していきます。例えば、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（現ESGコミッティ）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、前述した選定ステップの1.～3.を経て見直しをしています。さらにESG外部アドバイザリーボード会議においても毎年、確認を行っています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

戦略

未来への5つの約束とKLP重点取り組みテーマの関係

花王は、2020年に発表した中期経営計画「K25」において、社会環境の急激な変化を踏まえて、「環境問題」「高齢化」「パンデミック」「多様化の影響」の4つの社会問題を特に重視すること、そのために既存事業の再生と新事業の創出を加速するという方針を掲げました。2021年に策定した「未来への5つの約束」は、KLPの19の重点取り組みテーマに、特に事業活動との関係が強いテーマを組み込んで再構成したものです。今後、事業の進展に合わせて、それぞれに対応する重点取り組みテーマの評価指標を具体化していきます。

未来への5つの約束に対応する評価指標

事業計画の策定・実行の進捗に合わせて、各テーマの評価指標とKPIを具体化していきます。

未来への5つの約束	KLPの重点取り組みテーマと指標
1 再生する暮らしへ。	[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 [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において、啓発活動で到達した累積人数 [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のガイドラインに適合する新製品、改良品の比率 [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推進し、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
2 CO_2削減を超えて、再資源化へ。	[脱炭素] ・ライフサイクルCO_2排出量(絶対量)削減率　・スコープ1+2 CO_2排出量(絶対量)削減率 ・使用電力における再生可能電力の比率
3 何ひとつ、無駄にさせない。	[ごみゼロ] ・包装容器への化石由来のプラスチック使用量 ・革新的なフィルム容器の年間普及量(花王＋社外) ・花王が関与したプラスチック再資源化率 ・回収つめかえパックを使用した革新的フィルム容器の実用化 ・PET容器への再生プラスチックの使用率(日本) ・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 ・製品廃棄物・販促物廃棄物の削減率
4 違いに寄り添い、精確にケアする。	[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
5 誰ひとり取り残さない、着実な一歩。	[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

戦略

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	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
快適な暮らしを自分らしく送るために																	
QOLの向上			●		●							●					●
清潔で美しくすこやかな習慣			●			●											●
ユニバーサル プロダクト デザイン										●		●					●
より安全でより健康な製品			●									●		●			●
思いやりのある選択を社会のために																	
サステナブルなライフスタイルの推進				●							●	●					●
パーパスドリブンなブランド												●					●
暮らしを変えるイノベーション									●			●	●				●
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			●			●						●		●			●

戦略

バリューチェーンを通して社会におよぼす影響

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およぼします。

「花王のESGコミットメントとアクション」で定めた19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わりを示したものが以下の表です。この中で、特に社会への影響が大きく、かつ花王への期待が大きいもの、花王の事業成長や企業価値向上において重要度が高いものを示しています。

19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わり

重点取り組みテーマ	原材料購入	開発・生産	輸送	販売	使用	廃棄・リサイクル
快適な暮らしを自分らしく送るために						
QOLの向上				●	●	
清潔で美しくすこやかな習慣				●	●	
ユニバーサル プロダクト デザイン				●	●	●
より安全でより健康な製品					●	●
思いやりのある選択を社会のために						
サステナブルなライフスタイルの推進				●	●	●
パーパスドリブンなブランド	●	●			●	●
暮らしを変えるイノベーション	●	●			●	●
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	●	●	●	●	●	●

ガバナンス GRI2-12, 2-13

花王のESGガバナンスは、取締役会の監督のもと、社長執行役員および配下の各組織体が管理を担っています。社外委員による客観的で先進的な視点の反映、経営層による的確な意思決定、実行の迅速な展開が可能なガバナンスを構築しています。

花王のESGガバナンス

花王は、グローバルの大きな変化に迅速に対応すると共に、事業の拡大と社会課題解決をめざして、柔軟で強靭なESGガバナンスを構築しています。このESGガバナンスにより、中期経営計画「K25」と長期経営ビジョン「K30」の実現を支えていきます。

社外委員が参加する組織が経営層に監督・助言する機能や、経営判断がイノベーションや取り組みに変換され、的確かつ迅速に実行に移される機能が強化されていることが特徴です。

取締役会がリスクや機会を含むESGに関する監督の責任を持ち、そのもとで社長執行役員および配下の各組織体が業務執行を担っています。

取締役会による監督

取締役会は、ESGの監督に適切な知識・経験・能力を備えた構成です。ESGに精通した多くの取締役、監査役に加え、ESGの監督に必要な多様な専門性を持つ取締役・監査役で構成しています(→P267)。取締役会へのESGに関する執行状況の報告は、年に2回の定期報告に加え、適宜議題内容に応じて報告しています。報告内容は、方針や戦略から目標、KPIや活動の進捗状況におよびます。ESGに関するKPIの報酬方針への反映に関しては、取締役・執行役員報酬諮問委員会で審議し、取締役会で決議されます。

ESG全体の管理

ESG全体の業務執行については、ESGコミッティを最高機関とした体制が担っています。ESGコミッティは、ESG戦略に関する活動の方向性を議論、決定し、取締役会に活動状況を報告します。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、重点課題について確実かつ迅速に遂行するESGステアリングコミッティ、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ています。

ESGコミッティの議長は代表取締役 社長執行役員、委員は経営層で構成し、ESG推進会議の議長はESG部門統括・取締役 常務執行役員が勤め、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い、各部門がESG活動を進めることができる体制を構築しています。ESGステアリングコミッティは、役員クラスがオーナーで一定の決定権が付与され、ESGコミッティと連動しつつESGへの取り組みを確実かつ迅速に実行に移すことができるのが特徴です。扱う重点課題は脱炭素、プラスチック包装容器、人権・DE&I、化学物質管理です。

ESG外部アドバイザリーボードは社外有識者で構成され、ESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映しています。

ESGに関するリスクと機会の管理

ESGに関するリスク管理は、内部統制委員会の下の関連委員会のひとつであるリスク・危機管理委員会がリスクの重要性を定期的にモニタリングし、重要リスクを管理しています。

ESGに関する機会管理は、ESGコミッティのもと、ESG推進会議(年10回開催)とESGステアリングコミッティ(ステアリングコミッティごとに適宜開催)で実施しています。

ESG活動への展開

このESGガバナンスが対象とするテーマは基本的にESG全般ですが、主にKLPテーマに注力することで戦略的にESGを推進しています。各KLPテーマについて策定された全社目標とKPIは各部門の活動に落とし込まれ、活動とKPIの進捗は集約されて、上記各会議体でモニタリングされています。

ガバナンス GRI2-12, 2-13

各部門におけるESGの運営については、各部門が管理責任を持ち、組織上のレポーティングラインに基づき展開し、ESGを部門方針、目標、計画に組み込むことで、実効性のあるガバナンスを構築しています。グローバルのグループ会社に対しても各部門が運営し、活動の内容に応じて適宜グループ会社単位で運営しています。

このようにESGコミッティとESG推進会議およびESGステアリングコミッティの連動、19の重点取り組みテーマの主管部門と各部門の連携、各部門内のグローバル運営を含めたESG活動の組み込みを進めています。

社員一人ひとり、組織として、ESGの取り組みを活性化するため、人事評価制度ではESGを組み込んでいます。2021年より開始したOKR 制度と呼んでいる人事評価制度では、役員を含む全社員が目標の一部としてESG目標を設定し、取り組み内容がチャレンジの観点で評価されます。このしくみにより、全社員が一丸となってESGに挑戦し、活動を活性化していきます。

Kirei Lifestyle Plan 重点取り組みテーマの推進

- ●主管部門が担当テーマの内容の設計、中長期目標の策定を実施し、定期的に各部門の進捗を集約し、全社の進捗管理をする。
- ●対象部門が、各テーマについて部門の目標、活動計画を策定し、推進する。

各部門の推進

- ●部門ごとに推進体制を構築。部門目標、活動計画を策定し、PDCAサイクルを回す。
- ●各部門の活動進捗状況をESG推進会議に報告し、計画の見直し要請等を各部門にフィードバックする。
- ●各部門によるグローバルの運営を基本とし、適宜グループ会社単位の運営で活動を支援する。
- ●各部門のESG推進会議の委員は、全社ESG戦略の部門戦略への落とし込みを指揮、推進する。
- ●OKR制度との連動により、ESG活動を活性化する。

ガバナンス GRI2-9, 2-13, 2-17

各組織体の役割、構成、開催頻度、審議事項等

組織体	役割	構成	実績（2022年）	
			開催頻度	主な審議事項等
ESGコミッティ	・花王のESG活動に関する方針および戦略の策定 ・花王および社会のサステナビリティやESGに関する課題、リスクと機会の把握 ・ESG推進会議、ESGステアリングコミッティからの上程事項の審議・決定 ・ESG活動の推進に関する投資の決裁 ・全社のESG活動状況の確認と対応 ・全社のESG活動状況の取締役会への報告	議長：社長執行役員 委員：専務執行役員、常務執行役員等	年6回	・生物多様性の基本方針等の審議・承認 ・Kirei Lifestyle Plan中長期目標の見直し案の審議・承認 ・ESG外部アドバイザリーボードの具申事項の確認 ・ESG投資案件の審議・承認 ・Kirei Lifestyle Plan各テーマの進捗に関するレビュー ・外部有識者による講演（2回）
ESG 外部アドバイザリーボード	・ESGコミッティに対し社外の視点から、ESGコミッティの諮問に対し答申・提言 ・ESGコミッティに対し、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：社外有識者 ・末吉 里花氏 一般社団法人エシカル協会代表理事ほか 専門：エシカル消費等 ・Ruma Bose氏 Chief Growth Officer, Clearco 専門：人権、起業家支援等 ・Jalal Ramelan氏 ESGインドネシア 会長 専門：持続可能な開発分野 ・Helmut Schmitz氏 Der Grüne Punkt - Duales System Holding GmbH & Co. KG 広報部長 専門：包装容器リサイクルシステム等 ・Laura Palmeiro氏 Sustainable Finance Director, Danone 専門：サステナビリティ、金融等	年2回	・社会情勢を踏まえた花王への期待とリスク提案 ・Kirei Lifestyle Planの進捗に関するレビューと評価
ESG推進会議	・ESGコミッティで決定した方針、指示、提言に基づき、ESG戦略の具体化を推進 ・各部門のESG活動推進状況の確認と対応 ・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担当部門の責任者 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10回	・生物多様性の基本方針案等の策定 ・Kirei Lifestyle Plan中長期目標の見直し案策定 ・Kirei Lifestyle Plan各テーマの進捗と今後の計画の確認 ・部門のESG活動に関する進捗の確認 ・外部有識者による講演（2回）

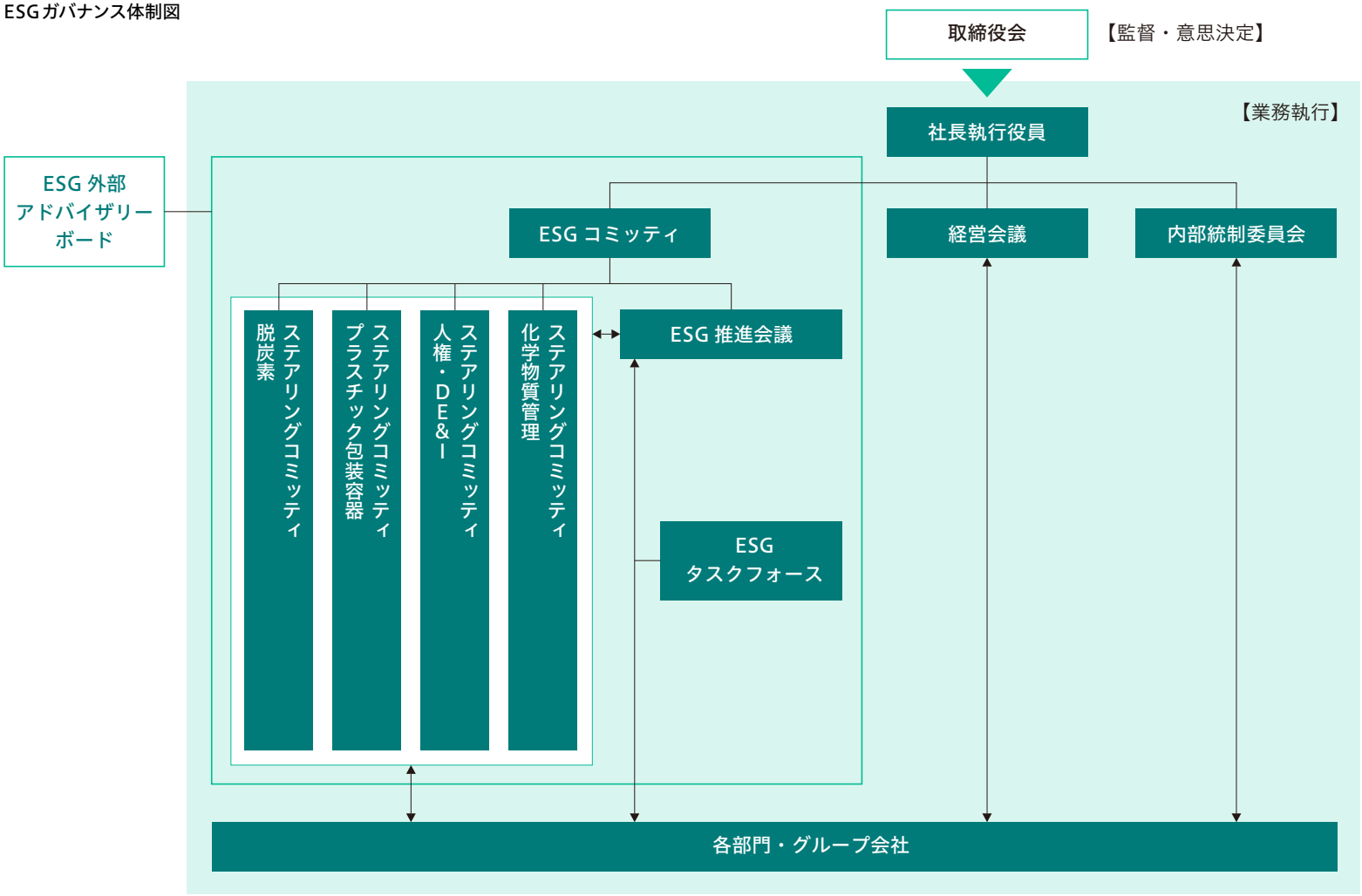
ガバナンス GRI2-9, 2-13, 2-17

組織体		役割	構成	実績（2022年）	
				開催頻度	主な審議事項等
ESG ステアリング コミッティ	脱炭素	・2040年カーボンゼロ達成に向けた脱炭素対応策と緩和・適応のビジネス機会を一元的に議論し、迅速な脱炭素活動を推進 ・シナリオ分析結果に基づいた気候変動リスクの適切な管理	オーナー：研究開発部門 統括 委員：研究開発部門、購買部門、SCM部門、CP事業統括部門、ケミカル事業部門、ESG部門の社員	年3回	・脱炭素ステアリングコミッティ活動方針の策定 ・機会とリスクの再整理 ・2030年GHG削減ポテンシャルに関する議論
	プラスチック包装容器	・循環型社会の実現に向け、KLPアクション「ごみゼロ」の重点課題であるプラスチック包装容器にかかわる活動を一元的に議論し、強力かつ迅速に活動を推進 ・脱炭素ステアリングコミッティ・水保全・生物多様性との連動を図りながら活動を推進	オーナー：研究開発部門 副統括 委員：事業部門、研究開発部門、購買部門の社員	年3回	・リサイクルイノベーション活動のプロジェクト提案を審議・承認 ・リデュースイノベーション活動の確認 ・「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」への対応の議論
	人権・DE&I	・ESGコミッティの監督のもと、花王人権方針に基づき、人権デューデリジェンスを含む花王グループの人権に関する活動の一元的な推進、管理 ・ESGコミッティの監督のもと、花王グループのDE＆Iに関する方針の策定、方針に基づく活動の一元的な推進、管理	オーナー：人財開発部門担当役員 委員：人財開発部門、ESG部門、購買部門、SCM部門、CP事業統括部門の社員	月1回	・DE&I方針案策定 ・人権リスクマップ案の策定 ・社内を含むバリューチェーン全体でのDE＆I推進に関する活動とKPI案の策定
	化学物質管理	・SAICM推進委員会による製品ライフサイクルを通じての化学物質自主管理の推進 ・製品に含まれる成分について、規制動向や科学の進展等を踏まえた使用方針、および、削減計画の策定 ・化学物質の使用の考え方や安全性評価結果に関する情報開示、ステークホルダーとのコミュニケーション	オーナー：品質保証部門統括 委員：ESG部門、研究開発部門、品質保証部門の社員	適宜開催	・製品に含まれる成分（マイクロプラスチック、プロピルパラベン、ブチルパラベン等）につき、削減計画を策定した ・社会的関心の高い成分について、花王の考え方を公開する取り組みの推進 ・2020年以降の化学物質と廃棄物管理国際目標策定に向けた行政等との議論に参画
ESGタスクフォース		・注力テーマで、部門横断的な体制が必要な場合、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	トランスペアレンシータスクフォースによる、グローバルESGデータプラットフォーム構築プロジェクトの立ち上げおよび各種設計・開発開始、香料成分開示機能の一部システム化

※取締役会についてはP270、内部統制委員会、リスク・危機管理委員会についてはP278を参照ください。

ガバナンス GRI2-9, 2-13, 2-17

ESGガバナンス体制図



※2022年12月現在

ガバナンス

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

末吉 里花 氏
一般社団法人エシカル協会 代表理事

ESG外部アドバイザリーボードに携わらせていただき、3年目を迎えました。この3年の間に花王はサステナビリティの向上に真摯に向き合い、Kirei Lifestyle Planの実行を進めてこられました。特に2022年は企業にとって国際情勢による影響を大きく受けた年であったと思いますが、そんな中でもウクライナ避難者に対する支援やコロナ対策など、今の時代を反映するような施策が随所に見られました。

ESGのうちSocialの分野でいえば、この数年間で特に評価できるのは、パーム油の社会課題において、近年の重層的な取り組みと人権デューディリジェンスをフルレンジで実施することで、トレーサビリティ・サステナブル調達・代替材料の実用化・農園支援など、業界全体を指導できるステージになりつつある、ということです。パーム農園支援については、花王らしい人権課題解決の施策が社外からも注目されているので、取り組みを通じて発見された課題や、花王が(他者とも連携して)進めている支援の内容について、より詳細を対外発表することが期待されているのではないでしょうか。

Environmentの分野においては、脱炭素をめざす上で、花王はプラ素材のパッケージに関してさまざまな努力をしてこられました。昔はパッケージのプラ素材は競争領域の時代であったと思いますが、今後は協調領域にシフトさせ、回収(静脈物流)のしくみづくりも含めて、競合他社や自治体と連携して取り組んでいくことが求められるようになっていくだろうと考えます。花王のような企業こそ、こうした時代の変化をいち早く読み取り、業界をリードし、ルールメイカーとして力を発揮していけるのではないかと感じています。また、プラスチック材を可能な限り循環性あるものにしていくのも大事ですが、プラスチックありきの世界観から抜け出し、既存ビジネスモデルの範囲での課題対応だけでなく、事業の前提から変える思考チャレンジにも踏み込んでいただき、新しい市場の創出につなげていってほしいと考えます。

最後に、最も花王に期待したいことは、自然環境へのインパクトを限りなくゼロにすることはもちろん、これまで、大量生産、大量消費を前提に発展してきた経済活動が破壊してきた自然環境を再生することであり、それは今、多くの分野で注目され始めたRegenerative(再生的な)という考え方を取り入れることであると考えます。言い換えれば、それは、本業を推進すればするほど、その直接的な帰結として自然環境が再生されるような形の営みを追求することです。一例として、大量の農薬や殺虫剤、化学肥料などを使って土地や従事者の健康に被害をもたらしてきた慣行農法に代わり、農薬や殺虫剤、化学肥料などを使わないことはもちろん、不耕起栽培や被覆作物など、自然に寄り添った技術にこだわった農法を使いながら作物を育てると同時に、土壌を再生させる環境再生型オーガニック農法というアプローチが挙げられます。

花王には、ぜひ、このように製品をつくればつくるほど地球環境が再生される形での事業運営を模索してほしいです。そうすることで初めて、世界を主導するという未来像が現実味を帯びるのではないかと感じています。実は、これは人権についてもそのまま当てはまります。サプライチェーンの中で人権侵害を引き起こさないことがゴールなのではなく、例えば、花王が原材料を調達する過程で、それに関わるコミュニティが自然破壊や健康被害などを引き起こすことなく、経済的にも豊かになるようなエコシステムをビジネスを通じてつくり上げることが大切だと考えます。これを実現することで、生活者は花王の製品を使えば使うほど、問題の一部ではなく、解決の一部になれるのです。地球環境や人権に限らず、このRegenerativeという考え方を真剣に見つめ直し、今後事業運営に取り入れていかれることを期待しています。

寄稿に対する花王からのメッセージ

2023年のメッセージでは、「Regenerative」という考え方を今後の事業運営に取り入れていくことを期待いただきました。これに対し、花王では2022年4月、「生物多様性の基本方針」を改訂し、生物多様性の保全と回復だけでなく、さらに自然を“再生”へ導く行動を進め、自然と共生する未来の実現に貢献していくことを公表いたしました。また、「Regenerative」に関連するビジネス事例として、廃PETを資源として活用する高耐久アスファルト舗装改質剤を開発し、導入を進めています。2022年には、革新的な花王独自の技術を応用した蚊よけ商品をタイで発売し、蚊から未来のいのちを守る「#GUARD OUR FUTURE」プロジェクトを本格始動いたしました。今後も引き続き、花王の製品を使うことによって、環境、社会の「Regenerative」につながる事業活動をめざしてまいります。

ガバナンス

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

Ruma Bose 氏
Chief Growth Officer, Clearco

私は花王のESGアドバイザリーボードの新メンバーとなり、花王がこの変革の過程でリーダーシップを発揮すべく、真摯に道を開拓している姿勢に感銘を受けています。さらなる改善の余地はあるものの、ESGは現在、花王のDNA、経営幹部、そして従業員全体に深く浸透しています。この取り組みは、花王の多くのステークホルダーの皆さまからますます高く評価されています。

昨今は、ESGのベストプラクティスの構成要素となるものが世界的に進化し、急速に深化しています。この変化は、E(環境)、S(社会)、G(ガバナンス)の各カテゴリーで異なるペースで起こっています。さらに、2022年は特に米国で、ESGが政治的に正しいと主張する人々と、過剰なESGはただ表面上のものにすぎないと考える人々との間でESGの論争が激化した年となりました。花王がこうした論争にも揺らぐことなく、スローダウンせずにさらに尽力していることに、私は勇気づけられます。また、世界の多くの地域で依然として困難な経済状況が続いていても花王は大幅にスローダウンすることなく尽力しています。

環境面では、経済界全体でゼロカーボンへの移行が「絶対的基準」になり、自然や生物多様性の保護への関心が高まっています。花王はこの両面で主導権を握ることに明確に取り組んでおり、特に今年は、企業界でもとりわけ要求の厳しいインターナルカーボンプライシングを採用しています。また、廃棄物の少ない「サーキュラーエコノミー」戦略の採用を早急に進めており、自然への影響をポジティブでサステナブルなものにするにはどうすればよいのか、常に適切な課題を追求しています。

花王は今年、ウクライナ紛争からの難民を支援するなど、「S」、つまり社会にも大きく貢献しています。しかし、ほとんどの企業と同様に、Sに関する取り組みにおいて、さらに一丸となって、高みをめざすコーポレート・パーパスに整合させていく必要があります。

E(環境)と比較して、S(社会)には何を測定してどのベンチマークを設定するのかは言うまでもなく、Sのベストプラクティスの構成要素について、経済界や投資家コミュニティ全体における合意はほとんどありません。しかし、私はこの点がもう間もなく、さらに明確になると期待しています。花王が、新しいこの重要なコンセンサスを形成するリーディングカンパニーになる絶好の機会です。花王の既存の労働力に対する持続可能性のイニシアチブはよい開始点となっています。最近のイニシアチブとしては、小規模パーム農園を対象とした苦情処理システムなどがあり、サプライチェーンに対するどんな小さな貢献者にも力を与えるものになっています。

私はこのほかにも、新しい「もったいない」啓発キャンペーンなど、花王が最近のコミュニケーション活動により、ESG推進に消費者がどれほど貢献できるかについて教育していくことを楽しみにしています。私は社会的リーダーシップの観点から、このような啓発活動が花王製品を狭義に宣伝するのではなく、消費者が幅広く行動を変化するように促している点を評価しています。

また、ESGに関する目覚ましい進歩をより広く影響力のあるコミュニティに伝えるにはどうすればよいかについて、花王の経営陣と話したことも私にとって励みになりました。ESGを理解しようとしている世界中の企業が花王からインスピレーションを得ようとしています。謙虚な会社として誇らしく感じていますが、外の世界はESGに関する花王の進歩から学ぶべきことがたくさんあります。2023年も私は、こうした重要な対話において、花王とより深く関われることを楽しみにしています。

寄稿に対する花王からのメッセージ

2023年のメッセージでは、花王のコミュニケーション活動を通じて、花王製品を使うことで消費者自身がESG推進にどのように貢献できるかを教育していくことに期待いただきました。これに対し花王では、2022年7月より、持続可能な社会の実現に貢献する企業姿勢や取り組みを伝える企業広告シリーズを展開しています。この企業広告では、循環型社会に貢献する「ESG視点でのよきモノづくり」に根差した商品、サービスや企業姿勢を「もったいないを、ほっとけない。」というメッセージで生活者に伝えています。生活者の皆さまが生活の中の小さな「もったいない」に気づき、その解決に向けたアクションを起こすきっかけとなること、そして、その輪が社会全体に広がることをめざしています。

ガバナンス

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

Jalal Ramelan 氏
ESG インドネシア 会長

このメッセージの執筆時点で、花王は、CDPから「気候変動」「水セキュリティ」「フォレスト」の分野でA評価を獲得したと発表されています。2022年、CDPから評価された15,000社以上の企業のうち、3つのカテゴリーすべてでA評価を獲得しているのは12社のみです。この数字は、2020年は10社でしたが、2021年は14社が取得したのと比較すると減少しています。花王は3年連続でトリプルA獲得となりました。

CDPの格付け方法をよくご存知の方には、この格付けの意味を説明する必要はないでしょう。ただし、多くのステークホルダーの皆さまにはお知らせしておきたいのです。CDPのウェブページには次のような記載があります。「CDPからAスコアを獲得するには、組織は環境リーダーシップを示し、気候変動、森林伐採、水のセキュリティに関する行動を開示しなければなりません。TCFDやAccountability Frameworkなどの枠組みで認められているような戦略と行動におけるベストプラクティスを実証する必要があります。これらの企業は、すべてのレベルで高いスコアを獲得するだけでなく、科学に基づく目標の設定、クライメート・トランジション(気候移行)計画の作成、水関連のリスク評価戦略の策定、または関連するすべての事業、サプライチェーン、商品が及ぼす森林破壊への影響に関する報告、といったアクションを行うことになります。」

CDPの方法論がどのようにつくられ、どのように活用されているかを学んだ者として、花王で環境問題のマネジメントを担当されている方々を賞賛せずにはいられません。また、花王が世界各地で事業を展開する中で、ほかの環境分野でもさまざまな賞を受賞していることを思い起こすと、なおさら敬服いたします。

さらには、花王の社会課題への取り組みも、高い成果を上げています。コーポレート・ガバナンスに関する問題も同様です。ですから、同社が2008年からFTSE4Good Index構成銘柄に採用され、2017年からはMSCI ESG Leaders Indexesにも選定されていることは驚くことではありません。2022年も終わりに近づく中、ESG Bookは、時価総額が100億米ドルを超える10,000社以上の中からESGスコアの上位100社をリストアップし、花王は25位にランクインしました。ここでも申し上げておきますが、信頼性の高い独立した第三者機関から高い評価を得ているのです。

しかし、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションにおいて、ESG活動、さらに正確に申し上げるとサステナビリティ活動を活用するという点で、花王は最適な行動を取っていなかったように思います。サステナビリティ活動が花王と同等かそれ以下のほとんどの企業は、コミュニケーションにおいてサステナビリティの問題をたびたび取り上げています。花王のウェブサイトを確認したところ、2022年の最新のCDP評価も、前述のESG Book評価も、外部機関評価セクションで触れられていませんでした。世界中のサステナビリティに関する広報発信担当者にとって、これは大きなショックであるに違いありません。

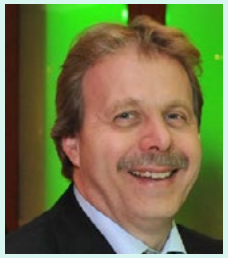
したがって、すべてのステークホルダーの皆さまに対して集中的かつ広範囲にコミュニケーションを行うことで、花王が環境、社会、ガバナンスに関する活動をさらに活用できるよう、私は今後も働きかけてまいります。花王は、改善の余地がないかを常に追求し、進捗状況をすべて伝えていく必要があります。サステナビリティにおける重要な問題に適切に対処する企業は堅調な財務実績を収めるという信念が、ESGの礎となっています。そのような関連性は、花王のサステナビリティへの取り組みが適切なレベルかつ適切な方法で一般の方々に広く伝えられて初めて成り立つのです。

寄稿に対する花王からのメッセージ

2023年のメッセージでは、すべてのステークホルダーとのコミュニケーションにおいて、花王は環境、社会、ガバナンスのパフォーマンスをさらに活用して外部に伝えていくことを期待いただきました。一部のステークホルダーに情報が届いていない、花王のESGパフォーマンスを上手に伝えられていない、まだ伝えるべき情報があるというご指摘をいただいていると思います。今後は、ステークホルダーの特性に合わせ、より幅広いコミュニケーション手法を活用しながら、ESGパフォーマンスを外部にタイムリーに透明性をもって伝えてまいります。また、花王のウェブサイトにおいても、最新情報を誰にでもわかりやすく伝えられるよう、改善に努めます。

ガバナンス

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ



Helmut Schmitz 氏
Der Grüne Punkt -
Duales System Holding
GmbH & Co. KG 広報部長

2022年は私たちに光と影をもたらした1年でした。深刻なエネルギー危機や戦争が起こった一方で、パンデミックとの戦いに打ち勝ち、プラスチックの持続可能性問題に対する意識の高まりも見られました。

プラスチック容器は、花王の事業のさまざまな分野で重要な役割を果たしています。日用消費財(FMCG)セクターの容器では、GUHL(グール)ブランドとスタートアップ企業の「Talking Hands」とのプロジェクトや、競合のKOSÉと協働したリサイクル活動などが挙げられます。とくにプラスチックリサイクルでのKOSÉとのパートナーシップや、再利用可能な梱包材プロジェクトにおけるコストコとカインズとのパートナーシップなどは、サステナブルなソリューションの実現をめざす複雑な戦略への第一歩が成功を収めたことの証です。しかしこれらは、あくまで最初の一歩にすぎません。

プラスチックにおけるサーキュラーエコノミーの統合は、次の3つの重要な原則に基づいていなければなりません。**すなわち、問題のある不必要なプラスチック製品をすべて排除すること、必要なプラスチックが再利用可能、リサイクル可能または堆肥化可能なプラスチックになるように革新すること、そして使用されているすべてのプラスチック製品を循環させることで、それらを経済的・技術的システム内に留め置くこと**、です。

このアプローチが誠実で、現実的な手順に基づいているのであれば、時間、創造性、永続的なコミットメントと協力が必要です。この分野における花王の対話には、その意志が示されています。

自分自身の活動やコミットメントについて伝えることは確かによいことですが、信頼性の問題を軽視してはなりません。エレン・マッカーサー財団が国連環境計画(UNEP)と共同で進めているグローバルコミットメントは広く知られています。しかし、財団の現在の進捗報告書(2022年)では、参加するFMCG企業が自ら設定した2025年の目標を見据えて、例えば、リサイクル含有量やリサイクル性に関する大望は素晴らしいが、実績はむしろ低く、設定された目標の大半は2025年までには達成できないだろうと述べられているのは気になるところです。

ここに来て、花王のコミュニケーションと活動は際立っています。数年後に非現実的な約束をして、信用を失うようなことはありません。

2022年版花王レポートで紹介されている、興味深く有望な戦略的事例として、コストコとカインズと共同で使用する、繰り返し利用可能な折りたたみ式コンテナシステムが挙げられます。移行にはロジスティクス上の調整が必要ですが、国際的なサプライヤーが存在し、すでに多くの国からポジティブな影響に関する信頼性の高いデータが寄せられています。

進歩を加速するためには自発的なコミットメントが欠かせませんが、それだけがサーキュラーエコノミーに向けた体系的な変化を生み出すメカニズムではありません。市場と競合企業に必要な公平な競争の場をつくり出すためには、政策や規制が重要な役割を果たします。

花王のような積極的な企業がイニシアチブを取ることで、プロセスをスピードアップすることもできます。2022年3月、国連は、プラスチック使用と汚染に関する喫緊の問題に対処するために、2024年までに世界的なプラスチック協定の交渉を行うことを決めています。発足会議が2022年11月にウルグアイで開催され、150ヵ国の代表者が参加しました。

今回の会議の中で、拡張生産者責任(EPR)を重要な手段として、プラスチックのサーキュラーエコノミーの実現に中心的な役割を果たしたいと考える企業が増えていることが示されたのは興味深いことでした。例えばウルグアイでは、Asia Packaging Recycling Organization Vietnam(アジアパッケージリサイクル団体ベトナム)など、40ヵ国以上のEPR団体が、企業がEPRを通じてどのような貢献ができるかを説明した共同方針書を作成しました。

サーキュラーエコノミーの実現に向けた共通の目標を達成するには、世界中のあらゆるステークホルダーとの協力や関与が重要です。

寄稿に対する花王からのメッセージ

2023年のメッセージでは、花王は他社との継続した取り組みおよび協力をしながら、プラスチックの統合循環型経済の実現をめざしていくことを期待いただきました。これに対し、花王はこれまで同業他社、関連団体と協働でプラスチック資源循環の取り組みを行っています。2022年は、プラスチック資源回収・アップサイクルの新しいしくみづくりに向けて、慶応義塾大学・鎌倉市と参加企業・団体の共創により「リサイクリエーションラボ」を開設しました。また、小売企業と協働で、循環型梱包材として折りたたみコンテナを導入し、環境負荷低減と作業効率向上に向けた効果実証を開始しています。今後も、産官学民が連携して協働できる取り組みを模索し、持続可能な社会の実現に寄与するソリューションを創出してまいります。

ガバナンス

ESG 外部アドバイザリーボードからのメッセージ

Laura Palmeiro 氏
Sustainable Finance Director,
Danone

花王とのコラボレーションが始まって1年を迎える現在、花王のESG分野での長い実績に感銘を受けております。

2022年は、CDPにおけるアジアで唯一のトリプルAリスト企業への選定、ユニリーバとの協業で進められているパーム油代替原料によるCO_2排出量削減、東南アジアで蚊から未来のいのちを守る「ビオレガード モスブロックセラム」の発売、さらには、廃棄物や容器のリサイクル、水の衛生に取り組む独自の取り組みなど、重要な成果を数多く挙げることができた1年となりました。

しかし、最も印象に残っているのは、ESGというテーマが、パートナーとのコラボレーションを含め、花王の運営活動のあらゆる側面や、文化の中核に浸透しているように見えるという事実です。これら活動のすべては、日本の伝統の根幹に根ざしている尊敬、配慮、衛生といった要素によって強化されており、花王はESGの専門知識やそのパフォーマンスの点で、世界でも数少ない選りすぐりの企業に挙げられています。

しかし、花王はその成果に対して非常に謙虚な姿勢を保っています。おそらく、取り組んでいることは自分たちの義務であり、正しい行いだと認識しているからでしょう。それでも、世界では新しい技術的解決策、新しい法律、投資の指針となる新しい指標が切に求められており、体系を変革するための提唱がリーダー企業の義務として不可欠であると考えられる時が来たと、私は確信しております。

花王は、国際舞台に足跡を残す義務と機会があり、この歴史的な要求を敬遠するべきではないと強く信じます。その業績を世界的に広く認知してもらい、新しい世界的な基準設定プロセスを主張し、ビジネスや財務における競争優位となっているESGでの成果を確固たるものにする機会です。

後者に関しては、私は財務とESGの両方の専門家としてこれまでキャリアを積んできたわけですが、将来のビジネスモデルはサステナブルな方法でのみうまくいくとしか考えられません。つまり、株主を含む多種多様なステークホルダーのために財務とESG双方の価値創造を網羅しなければ、うまくいかないと考えています。

ビジネス活動にさらに環境的責任または社会的責任を持たせるには、組織の財務体質を大きく圧迫するような新しい資金調達が必要です。理論的には、このような投資は未来に適合した組織を支援するはずです。未来に適合した組織とは、環境リスクや社会リスクからより適切に保護される企業、顧客や生活者から好まれる企業、労働市場で人気の高い企業などです。ですが、私たちが暮らす、移行期ともいうべき現在において、業務上および財務上のこうした利点はまだそれほど明確になっていません。それを証明するための関連ツール、指標、およびケーススタディが不足しているからです。

花王のように、このグローバルな挑戦に立ち向かう準備ができている企業はほんの一握りしかないと思います。そうした企業は、目的と利益を一致させることが、すべての人に価値を創造する方法であることを証明しています。

そのためにはビジネス上のあらゆる意思決定プロセスの一部として社内の厳密なESG指標の検討が必要であり、ESG、R&I、およびオペレーション部門間のシームレスな連携が必要です。花王ではすでにこれを実施しています。このような投資のビジネスケースを体系的に分析し、データに基づいた具体的な知見を投資家と議論する財務部門が加わることで、資本フローがさらに強力かつ優遇されたものになり、こうした花王の活動にどれほどの見返りがあるかを定義するシステムに影響を与えることができるでしょう。

簡潔に申し上げますと、地球と人々にとってよいことをすることが高いROIにつながるということを証明する方法を経済界が見いだす時に、金融市場はその証拠に従い、私たちは一丸となって大きな一歩を踏み出すことになるだろうということです。

このグローバルな取り組みにおいて、花王がリーダー企業としての役割を担うことを、私は夢見ています。

寄稿に対する花王からのメッセージ

2023年のメッセージでは、ビジネスの意思決定プロセスにおいてESG指標を考慮に入れることが厳密に要求される時代において、投資対象のビジネス案件を体系的に分析し、具体的なデータに基づく調査結果を投資家と議論することで、業界全体により強力かつ優遇的な資本の流れを引き寄せてくることを期待いただきました。これに対し花王では、これまでも投資家との対話は積極的に行ってきましたが、今後はより事業との統合的な情報や、データに基づいて、社会・環境へのインパクトや事業成長への道筋および投資リターンの議論を、ESGステアリングコミッティ等を通じてより深めて、投資家を中心に開示、対話を充実させてまいります。そして、世界でさまざまなESG情報開示の基準が整備される中、社会要請に応えられる、より高いレベルの情報開示をめざしてまいります。

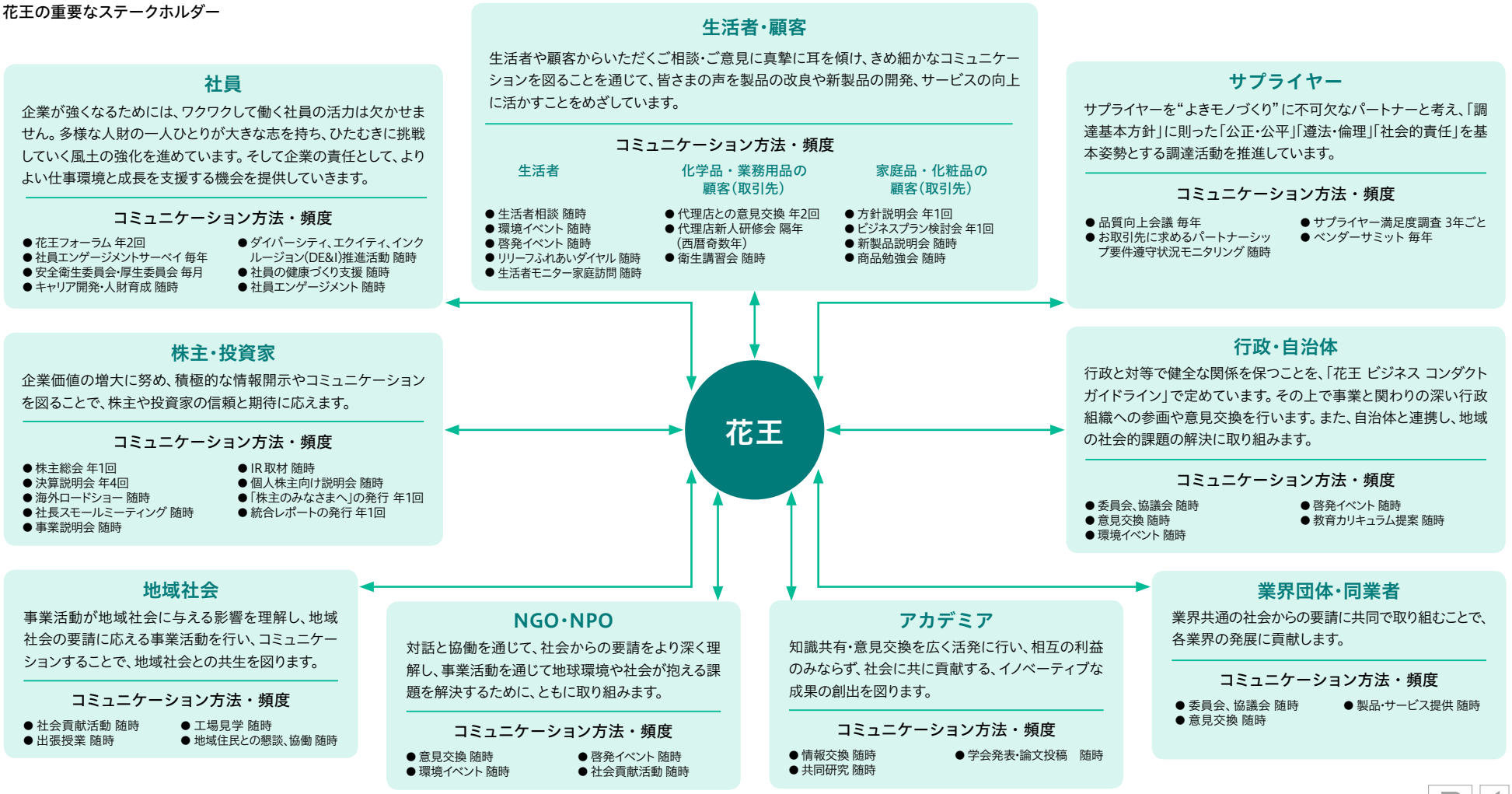
ガバナンス GRI2-29

ステークホルダー・エンゲージメント

花王の重要なステークホルダーには、生活者・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、私たちは、この世界とそこに住む人々を深く知り、理解し、人と自然が共に栄える未来のために、人々の期待を超える、よりよい生活を実現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共に、いただいたご意見を経営会議や取締役会にも報告し、重要な事項の検討審議に反映させるなどして、経営、企業活動やサービスの改善に役立てています。ステークホルダーとの具体的な協働／エンゲージメントの取り組みは各活動報告にて記載しています。

花王の重要なステークホルダー



ガバナンス

ステークホルダーとの具体的な協働／エンゲージメントの取り組みは、各活動報告にて記載しています。「具体的な活動」の各活動項目名をクリックしていただくと、詳細をご覧いただけます。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

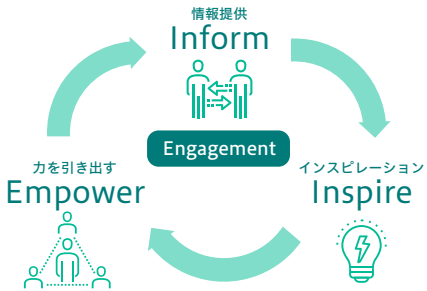
ステークホルダー	具体的な活動			
社員	○社員ESGエンゲージメント ○企業理念の実践 ○QOLの向上 ○清潔で美しくすこやかな習慣 ○ユニバーサル プロダクト デザイン ○より安全でより健康な製品 ○サステナブルなライフスタイルの推進 ○パーパスドリブンなブランド	○暮らしを変えるイノベーション ○責任ある原材料調達 ○脱炭素 ○ごみゼロ ○水保全 ○大気および水質汚染防止 ○実効性のあるコーポレート・ガバナンス ○徹底した透明性	○人権の尊重 ○人財開発 ○受容性と多様性のある職場 ○社員の健康増進と安全 ○責任ある化学物質管理 ○リスクと危機の管理 ○レスポンシブル・ケア活動 ○品質保証	○情報セキュリティ ○戦略的デジタル・トランスフォーメーション(DX) ○知的財産 ○租税戦略 ○生物多様性 ○生活者とのコミュニケーション ○保安防災 ○社会貢献活動
生活者・顧客	○QOLの向上 ○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 ○サステナブルなライフスタイルの推進 ○パーパスドリブンなブランド	○責任ある原材料調達 ○脱炭素 ○ごみゼロ ○水保全 ○大気および水質汚染防止	○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 ○社員の健康増進と安全 ○責任ある化学物質管理	○レスポンシブル・ケア活動 ○品質保証 ○戦略的デジタル・トランスフォーメーション(DX) ○生物多様性 ○生活者とのコミュニケーション
サプライヤー	○サステナブルなライフスタイルの推進 ○責任ある原材料調達 ○脱炭素 ○ごみゼロ	○水保全 ○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	○責任ある化学物質管理 ○リスクと危機の管理 ○品質保証 ○情報セキュリティ	○生物多様性
株主・投資家	○ コーポレート・ガバナンス	○ 投資家情報サイト https://www.kao.com/jp/investor-relations/		
行政・自治体	○清潔で美しくすこやかな習慣 ○より安全でより健康な製品 ○サステナブルなライフスタイルの推進 ○パーパスドリブンなブランド ○暮らしを変えるイノベーション	○脱炭素 ○ごみゼロ ○水保全 ○大気および水質汚染防止 ○人権の尊重	○社員の健康増進と安全 ○レスポンシブル・ケア活動 ○情報セキュリティ ○知的財産 ○租税戦略	○生物多様性 ○生活者とのコミュニケーション ○社会貢献活動
地域社会	○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 ○パーパスドリブンなブランド ○脱炭素	○ごみゼロ ○水保全 ○大気および水質汚染防止 ○人権の尊重	○社員の健康増進と安全 ○レスポンシブル・ケア活動 ○生物多様性 ○生活者とのコミュニケーション	○保安防災 ○社会貢献活動
NGO・NPO	○責任ある原材料調達 ○脱炭素	○水保全 ○徹底した透明性	○人権の尊重 ○受容性と多様性のある職場	○生物多様性 ○社会貢献活動
アカデミア	○QOLの向上 ○暮らしを変えるイノベーション	○水保全 ○徹底した透明性	○受容性と多様性のある職場 ○社員の健康増進と安全	○生物多様性 ○社会貢献活動
業界団体・同業者	○QOLの向上 ○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 ○サステナブルなライフスタイルの推進 ○大気および水質汚染防止	○徹底した透明性 ○人権の尊重 ○人財開発 ○受容性と多様性のある職場 ○社員の健康増進と安全	○責任ある化学物質管理 ○リスクと危機の管理 ○品質保証 ○知的財産 ○租税戦略	○生活者とのコミュニケーション ○社会貢献活動

ガバナンス GRI404-2

社員ESGエンゲージメント

K25および花王のESG戦略Kirei Lifestyle Plan(KLP)に掲げる目標の達成には、すべての花王グループの社員が、「Kirei Lifestyle」のビジョンに共感し、自らがKirei Ambassadorとなって活動を推進していくことが重要と考えています。花王ウェイの使命であるKirei Lifestyle for allの実現をめざし、継続的な情報とインスピレーションの提供、モチベートして社員の力を引き出す社員エンゲージメント施策を実施しています。2022年は、ESGに関する教育とエンゲージメントのツールやコンテンツを最大限に活用してESGと事業の統合加速を後押しするためのプラットフォームとなる「ESGよきモノづくりカレッジ」を創設しました。また、新たな取り組みとして、ESGに関して各現場と対話する機会となる「ESG Coffee Chat」企画や、各現場のKLP推進活動のベストプラクティス／ストーリーを紹介する企画を開始しました。

3つの視点で推進する社員エンゲージメント



すべての社員のESGに対する情報感度を磨き続ける

ESG Trends Newsletterは、グローバル社員一人ひとりに確実に届けるべく、社内ポータルへの掲載に加えてeメール配信を継続しています。グローバルな視点で集めたESGに関する最新のトレンド情報や、花王グループ各拠点のESGに関する取り組みの紹介、社内外の動向を踏まえたESG部門統括からのメッセージを基本に、ESG視点のよきモノづくり推進に向けてのヒントを提供しています。

2022年は、社員のESGマインドをより一層醸成するため、重要なESGテーマに関するグローバル共通のイベントや記念日に合わせて特別号を発行しました。このうち、Earth Day特集号は、後述するKLP講座の紹介に加えて脱炭素クイズも用意した結果、開封率は48%と、高いエンゲージメントとなりました。

また、全社のESG経営の方向性を継続的に示し、現場で継続してESGが組み込まれた事業運営を加速する目的で、ESG Steering Committee の執行リーダーによるリレーメッセージを開始しました。さらに、現場の活動にクローズアップする企画として、Kirei Lifestyleの実現に向けて各部門が日々取り組んでいる活動を紹介する新企画も始めました。

上記を含む施策の結果、ESG Trends Newsletterの平均開封率は昨年の24%から41%と大きく向上し、「グローバルで幅広いESG情報が毎月届くのでありがたい」「とてもわかりやすくて毎回勉強になる」といったコメントが寄せられました。

今後も国内外の社員を対象に啓発ツールやコミュニケーションコンテンツに関するアンケートを実施し、より魅力的かつより充実した内容に進化させていきます。

ESGステアリングコミッティ執行リーダーによるリレー企画(2022年)

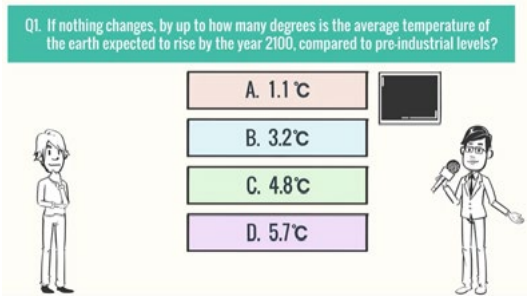
現場で推進されているKLP活動を紹介するKirei Actions

ガバナンス

Kirei Lifestyle Plan推進のための「HOW」につながる知識をすべての社員に

KLPを推進するための必須知識が学べるeラーニングプログラム「Kirei Lifestyle Plan講座」を、2020年から作成しています。この講座の目的は、KLPの重点取り組みテーマに関する背景や知識、グローバルでの考え方やその基準、花王の取り組みを理解し、KLPを推進することです。

このうち「脱炭素」は作成から2年が経過し、社会情勢が大きく変化し、また、花王の取り組みにも進化がありました。そこで、最新のグローバルの情勢や花王の脱炭素目標とその取り組みなどをわかりやすく解説する2回目の「脱炭素」のプログラムを作成し、イントラネットやNewsletterで展開を図りました。日本語、および英語のコンテンツを用意し、日本国内だけではなく、アジアや欧米においても、部門ごとにKirei Lifestyle Plan講座の展開を進められ、各プログラム合計で、のべ7,516回視聴されました。



実写とアニメーションを活用したeラーニングの脱炭素Ⅱ啓発プログラム

ESGと事業の統合のWhyとHowを理解し、ESG視点から事業の解決策を探る

これまで、花王がなぜESG経営に舵を切るのかの「WHY」の理解を目的としたKirei Lifestyle Plan Caravan活動を、日本国内の各部門、そしてアジア各社で展開し、各国ごとのキーパーソンとのオンラインセッションを通じて、社員エンゲージメントの向上を図ってきました。

2022年は、なぜ「WHY」に加え、どのように「HOW」ESGとビジネスを統合するのかを理解してもらい、ESGの観点から事業の解決策を探ってもらうことを目的に、ESG部門統括と現場マネージャーとのインフォーマルな対話セッションであるESG Coffee Chatを開始しました。

これまでに11回のセッションを実施し、AEMEAのコンシューマーケア事業とサロン事業のマネージャー、アジアのESGリーダー合計52名が参加しました。終了後のアンケートでは、「直接ESG部門のデイブさんの洞察や見解を得ることができ、楽しかった。」「少人数のセッションで全員が質問でき、グループとして一緒に参加できたこともよかった。」など好意的な意見が寄せられ、ほぼ全員がセッションに「満足」と回答するなど、この機会を高く評価されました。

今後、日本を含むアジア地域、そして化学品事業へ拡大していく予定です。

ESG部門統括とのESG Coffee Chatの様子

ガバナンス

社員の声

ESGと花王のサステナブルな社会の創造

Susawee Ondam
花王インダストリアル(タイランド)

新しい時代では、利益を上げることだけが企業に持続的な成長をもたらす方法ではありません。事業戦略を構築する上で、新たに重要な要素となるのが、他者との関わりやサステナブルな社会をつくり上げることです。生活者の皆さまに、花王が人と地球にサステナブルな幸せの提供をめざしていることをご認識いただければ、このグッドウィルは企業にとって利益となり、製品を毎日ご使用いただく度に、花王のこの意図を思い出していただけます。その実現のためにタイ花王はESGに取り組み、多くの活動を通じて社外に幸せをお届けできるように邁進しています。

タイ花王社内では、まずは知識を提供し本社のESG戦略に沿った社内研修を通じてKirei Lifestyle Planの定義について理解を深め、ESGニュースレターやKao Journalなどの独自の社内チャネルを通じてESG活動を伝えていくことでESGエンゲージメント体制を構築しています。こうした活動により、社員は私たちの目的に共感し、ESG活動は担当業務以外の仕事ではないということを認識するようになります。最後に、タイでのデング熱蔓延を防止するための協働プロジェクトや、プラスチック廃棄物を収集・分別し、工場周辺の住民に廃棄物にも価値があることを啓発する活動なども有益な活動として推進しています。これらはすべて、私たちが「Kirei Lifestyle」を実現するための目的とコミットメントを示すものであり、成功するためには、少しずつでも着実にステップを踏んでいく必要があります。タイの社会と花王のサステナブルな社会づくりの一翼を担うことができ、私ども一同、誇りに思っています。

リスク管理 GRI3-3

柔軟で強靭なESGガバナンスのもと、リスク低減と機会創出を確実にするため、リスク管理および機会管理を強化しています。

花王のリスク管理と機会管理

リスク管理においては、リスクの重要性をリスク・危機管理委員会で定期的にモニタリングしています。その中でも、経営への影響が特に大きく、対応の強化が必要なリスクは「コーポレートリスク」として、経営会議でリスクテーマとリスクオーナーを選定し、リスク・危機管理委員会で進捗管理をしています。各部門やグループ会社で管理可能なリスクは、各組織が中心となって対応しています。機会管理においては、会社全体でテーマを統合管理し、優先順位の設定とESG投資を促進するしくみを構築し、戦略的な事業展開につなげています。

リスク管理

リスク・危機管理委員会が、「リスク及び危機管理に関する基本方針」に基づいて、リスクと危機の管理体制と活動方針を定めています。そして、部門、グループ会社は、この活動方針に基づいて、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ています。

持続的な利益ある発展と社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与える、特に重要な15の主要リスクを、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議のもとで選定しています。これら主要リスクの中で、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」として定めています。「コーポレートリスク」は、年1回、社内リスク調査の結果分析、外部環境の分析と経営陣へのヒアリングをもとに、経営会議でリスクテーマとリスクオーナー(各リスクテーマの責任者:執行役員)の見直しを行い、リスク・危機管理委員会で進捗管理をしています。

P276 リスクと危機の管理

機会管理

2019年、各部門が機会となるテーマを提案し、その中から20の重要なテーマを特定し、ESG委員会(当時)で審議の上で設定しました。それらテーマに基づき、主管する部門が活動に落とし込み、取り組んでいます。ESG推進会議やESGコミッティが、それら重要テーマを全社で統合管理し、活動の進捗状況を確認しています。

ESGステアリングコミッティが担当するテーマについては、各テーマを所轄するESGステアリングコミッティが中心となり、事業における迅速な機会創出と具現化を進めています。

特に事業活動へのESGの組み込みには投資・コストに関する迅速かつ的確な判断がポイントになります。そこで花王は、ESG投資に関する基準およびESGコミッティでの審議・承認プロセスを明確化することで、各部門からの提案の活性化と、的確な投資判断を実現しています。これらにより、ESG活動による確実な機会創出および事業への貢献の実現を進めています。

指標と目標 GRI2-4

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」の実現を象徴的に表現する、3つのコミットメントや19の重点取り組みテーマの指標と目標を設定しています。これらをPDCAサイクルで進捗管理し、取り組みのレベルアップと着実な目標達成をめざします。

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	実績				中長期目標		SDGs
		2019年	2020年	2021年	2022年	目標値	目標年	
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	—	—	4.7億人	4.9億人	10億人	2030	3,5,6,10,12,4,17,
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	—	47億個	44億個※5	44億個	70億個	2030	3,5,12,17
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)	0.30億人	0.34億人	0.45億人	0.63億人	1億人	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、改良品の比率	(44%)※2	(53%)※2	98%	99%	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	—	31%	56%	100%※4	100%	2030	3,12,14,17
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	—	—	-	63%	100%	2030	4,8,9,10,11,12,13,15,17
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)	0.065億人※5※7	0.094億人※5※7	0.11億人※5※7	0.13億人※7	1億人	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	—	—	-	53%	100%	2030	12,17
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)	2件	3件	4件	5件	10件以上	2030	9,12,13,17
	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、しくみの提案と実現(2019年からの累積値)	—	1件	3件	5件	10件以上	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	91%	94%	96%	97%	100%	2025	8,10,12,15,17
	小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認	大手プランテーションまで完了	油脂サプライヤーが管理する自社農園まで完了	油脂サプライヤーが管理する自社農園まで完了	油脂サプライヤーが管理する自社農園まで完了	完了	2025	

※1:指標や目標値の変更
※2:旧定義による値
※3:2022年詳細要件の検討実施
※4:当初設定目標を上回る。P67に詳細を記載
※5:2022年公開の実績値より修正
※6:一部重複計上があり、除外して再集計
※7:2023年5月26日に公開した実績値を修正(計上対象外の2015年以前の計上や重複計上があり、除外して再集計)
※8:2023年5月26日に公開した実績値を修正(一部計上漏れがあり、再集計)
※「プラスチックアイキャッチシール廃止率」は目標達成のため、一覧から削除

指標と目標 GRI2-4

重点取り組みテーマ	指標	実績				中長期目標		SDGs
		2019年	2020年	2021年	2022年	目標値	目標年	
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	—	—	6%	12%	100%	2030	3,6,7,12, 13,14,15,17
	外部評価機関による評価レベル	CDP 気候変動 A、水 A、森林(木材)A⁻、森林(パーム油)A⁻	CDP 気候変動 A、水 A、森林(木材)A⁻、森林(パーム油)A	CDP 気候変動 A、水 A、森林(木材)A、森林(パーム油)A	CDP 気候変動 A, 水 A, 森林(木材) A, 森林(パーム油) A	最高レベル	毎年	3,6,7,12, 13,14,15,17
脱炭素	ライフサイクル CO_2 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)	4%	4%	4%	6%	22%	2030	7,12,13,17
	スコープ1+2 CO_2 排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)	9%	15%	20%	26%	28%	2025	
						55%	2030	
	使用電力における再生可能電力の比率	22%※8	29%※8	40%※8	49%	100%	2030	
ごみゼロ	包装容器への化石由来のプラスチック使用量	—	—	91千トン※6	88千トン	ピークアウトさせる	2030	12,14,15,17
	革新的なフィルム容器の年間普及量 (花王+社外)	—	7百万個	11百万個	13百万個	3億個	2030	
	花王が関与したプラスチック再資源化率※1	—	—	1%	3%	50%	2030	
	回収パウチを使用した革新的フィルム容器の実用化	—	開発継続	開発継続	開発継続	上市	2025	
	PET 容器への再生プラスチックの使用率(日本)	—	—	19%	69%	100%	2025	
	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	—	—	9.1%	4.2%	ゼロ(1%未満)	2030	
	製品廃棄物・販促物廃棄物の削減率(基準年:2020年)	—	—	14%	20%	95%	2030	
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)	6%	-5%	−5%	3%	10%	2030	6,12,15,17
	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(基準年:2017年)	—	—	—	2024年開示予定※3	40%	2030	
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	VOC 0%,COD 100%	VOC 0%,COD 100%	VOC 65%,COD 100%	VOC 68%,COD 100%	100%	2025	3,6,12,14,17

※1:指標や目標値の変更
※2:旧定義による値
※3:2022年詳細要件の検討実施
※4:当初設定目標を上回る。P67に詳細を記載
※5:2022年公開の実績値より修正
※6:一部重複計上があり、除外して再集計
※7:2023年5月26日に公開した実績値を修正(計上対象外の2015年以前の計上や重複計上があり、除外して再集計)
※8:2023年5月26日に公開した実績値を修正(一部計上漏れがあり、再集計)
※「プラスチックアイキャッチシール廃止率」は目標達成のため、一覧から削除

指標と目標 GRI2-4, 2-27

重点取り組みテーマ	指標	実績				中長期目標		SDGs
		2019年	2020年	2021年	2022年	目標値	目標年	
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（「World's Most Ethical Companies®」選定）	最高レベル（「World's Most Ethical Companies®」選定）	最高レベル（「World's Most Ethical Companies®」選定）	最高レベル（「World's Most Ethical Companies®」選定）	最高レベル	毎年	8,16
	重大なコンプライアンス違反*件数 *経営に重大な影響を与え、企業価値を大きく毀損するコンプライアンス違反案件をいう	ゼロ	ゼロ	ゼロ	ゼロ	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）	—	9%	12%	18%	100%	2030	8,12,16,17
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）	社内100%、サプライヤー20%、委託先0%	社内100%、サプライヤー55%、委託先0%	社内100%、サプライヤー60%、委託先3%	社内100%、サプライヤー62%、委託先15%	100%	2030※ *サプライヤーは2025	5,8,10,17
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	—	実施せず	実施せず	69%(日本)	75%	2030	5,8,10
	女性管理職比率	29.4% （全社員女性比率:49.6%）	28.8% （全社員女性比率:49.7%）	30.2% （全社員女性比率:50.5%）	30. 5% （全社員女性比率:52.9%）	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（100万時間当たり）	0.78	0.53	0.65	0.65	0.1	2030	3,8
	平均長期休業日数（日／人）　※日本から開始	129	146	197	182	105	2030	
	長期休業者率（千人率）　※日本から開始	0.198	0.185	0.232	0.287	0.12	2030	
	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	—	実施せず	実施せず	77%(日本)	85%	2030	
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	—	実施せず	実施せず	79%(日本)	75%	2030	3,4,5,8,10
	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	—	実施せず	実施せず	74%(日本)	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	—	—	14%	29%	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	—	—	96%	98%	100%	毎年※1	

※1：指標や目標値の変更
※2：旧定義による値
※3：2022年詳細要件の検討実施
※4：当初設定目標を上回る。P67に詳細を記載
※5：2022年公開の実績値より修正
※6：一部重複計上があり、除外して再集計
※7：2023.5.26に公開した実績値を修正（計上対象外の2015年以前の計上や重複計上があり、除外して再集計）
※8：2023.5.26に公開した実績値を修正（一部計上漏れがあり、再集計）
※「プラスチックアイキャッチシール廃止率」は目標達成のため、一覧から削除

指標と目標

2022年の実績

3つのコミットメント

1. 快適な暮らしを自分らしく送るために

2022年の実績は4.9億人で、2021年の4.7億人から増加しました。約5億人の世界の人々に製品や啓発活動を通して、より清潔で、健康に、安心して年齢を重ね、自分らしく生き、こころ豊かな暮らしに貢献することができました。

日本が1.1億人、アジアが2.1億人、米州が1億人、欧州が0.5億人でした。

2030年の10億人達成に向け、世界中のより多くの皆さまに生活者視点の提案を拡大していきます。

2. 思いやりのある選択を社会のために

2022年の実績は63% でした。「パーパスドリブンなブランド」の目標の2022年実績値53%(P34参照)に「暮らしを変えるイノベーション」の2つの目標の実績値5件および5件(P34参照)が加わった結果です(計算式についてはP374参照)。生活者の皆さまに高く共感いただけたブランドと、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や事業・しくみを提案、実現できたブランドが、63%に達したことを示しています。

なお、「サステナブルなライフスタイルの推進」の目標の寄与はありませんでした。これは、同目標が対象としている環境啓発活動は、基本的に花王ブランドとして展開しているためです。

2030年の100%達成に向け、花王はブランドを通して、小さくても意味のある選択を生活者ができるようにし、より活力と思いやりのある社会の実現に貢献していきます。

3. よりすこやかな地球のために

2022年実績は12% で、2021年の6% から6% 増加しました。2022年に食器用洗剤「キュキュット」が適合要件を満たしたことが大きく貢献しました。「キュキュット」はすでに高い節水性能を持っていたので「脱炭素」と「水保全」の適合要件はクリアしていましたが、2022年に容器にリサイクルPET樹脂を導入したことで、詰替え製品が「ごみゼロ」の適合要件もクリアし、すべての適合要件を満たしました。

2030年の100%達成に向け、ESG視点の「よきモノづくり」を通し、すこやかな地球の実現に貢献していきます。

事業におよぼす効果

1. 事業の成長

サステナビリティに配慮した製品による効果

環境性能に優れた製品が事業に大きく貢献しました。「よりすこやかな地球のために」のコミットメントの厳しい適合要件を満たした製品、例えば衣料用洗剤「アタックZERO」や食器用洗剤「キュキュット」の売上への貢献度は平均を上回り、製品を通した地球環境への貢献だけでなく、事業にも大きく寄与しています。

また2022年は社会課題解決の視点で新たな製品やサービスをスタートした年になりました。

東南アジア諸国で長年社会問題となってきたデング熱は蚊が媒介する感染症のひとつですが、花王は新発想の忌避剤「ビオレガード モスブロックセラム」を2022年6月にタイで発売しました。並行して、タイ保健省とのデング熱啓発イベント開催、現地行政機関などとの協働によるデング熱蔓延防止プロジェクトや、武田薬品工業との協力体制構築など、外部連携により感染症対策支援を強化しています。

花王のESG戦略がめざす、一人ひとりのこころ豊かな暮らしの実現に貢献するサービスも11月に新たに開始しました。皮脂mRNAモニタリングを用いた肌の解析サービスは、花王の新たな事業領域やビジネスモデルの創出を象徴するものです。

花王の事業領域の広さ・多様さは、社会課題をさまざまな角度で捉え、事業化を可能にしていきます。廃PETボトルを利用したアスファルトの添加剤で、舗装道路の耐久性を大幅に向上する「ニュートラック」は、採用が着実に拡大しています。産業向け事業であるケミカル事業は、社会課題解決に関心が大きい顧客との大切な事業機会にもなっています。

顧客との協働機会創出はコンシューマープロダクツ事業も同様です。近年世界の流通企業はサステナビリティに対する取り組みを積極的に展開しています。花

指標と目標

王も積極的な連携を進め、事業機会の拡大に努めています。

2. コスト削減

環境保全対策に伴う経済効果

2022年は58億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、30億円でした。

P158 よりすこやかな地球のために＞環境会計

3. リスクの低減

近年サプライチェーンのリスクが大きくクローズアップされています。花王の主要原料のひとつであるパーム油は環境や人権でリスクがあり、的確な管理に努めています。人権は環境分野よりも状況を掴みにくい部分がありますが、その尊さゆえ的確な対応が必要です。花王は2022年9月より、インドネシアの小規模農園を対象にグリーバンスメカニズム(苦情処理メカニズム)をNPO法人 経済人コー円卓会議日本委員会(CRT日本委員会)と協働で開始しました。

原料そのものをサステナブルに転換するアプローチも進めています。衣料用洗剤「アタックZERO」に配合している環境調和型洗浄成分であるバイオIOSは、食料用途と競合しにくい天然原料であり、CO_2低減にも貢献します。また代替原料の検討も実施し、調達リスクの低減を進めています。2022年9月、パーム油の代替原料を市場に供給することを目的として米国に設立されるベンチャー企業へ、創立メンバーとして出資しました。

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2023年3月に発表した「World's Most Ethical Companies 2022®」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、17年連続となります。17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。

社会におよぼす効果

社会に直接働きかける取り組みのうち、外部連携による取り組みは、インパクトを増幅させる効果を生む重要な取り組みと位置づけています。プラスチックごみの問題は世界的な問題になっていますが、社会全体で取り組むことが必要なテーマです。特にリサイクルシステムの構築は、世界各地の課題です。花王は、自治体、流通企業だけでなく競合企業とも連携してこの社会課題解決に向け、さまざまな取り組みを進めています。例えば、神戸市と小売、日用品メーカー、リサイクラーが協働して日用品詰替えパックをリサイクルするプロジェクトに参加しています。

社会を変革するインパクトを与えるには、イノベーションが鍵になります。花王は培った研究開発力でイノベーションを起こし課題解決することに常にチャレンジしています。例えば、京都大学と協働して進めている「使用済み紙おむつの炭素化リサイクルシステム」の実証実験はその一例です。保育施設に炭化装置を設置し、効果や課題の確認を進めています。

社会におよぼすインパクトの大きさや質を明示し、企業価値向上や投資に対する説明責任を果たすことが大切だと考えています。2022年もESG情報開示研究会に参画し、ESG情報の開示のあり方について議論を深めました。また、2018年より社会的インパクトの金額換算を実施し、2022年も下表の指標を用いて算定し、社会への影響を評価しました。

テーマ	アウトプット	インパクト
脱炭素	ライフサイクル CO_2排出量(絶対量)	ライフサイクル CO_2排出量(絶対量)の社会コスト
ごみゼロ	プラスチック包装容器使用量	プラスチック包装容器使用量の社会コスト

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

企業理念の実践

「花王ウェイ」は、花王の企業活動の拠りどころとなる、企業理念です。
中長期にわたる事業計画の策定から、日々のビジネスにおける一つひとつの判断に至るまで、「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ます。また一人ひとりの社員にとっては、会社の発展と個人の成長を重ね合わせ、仕事の働きがい、いきがいを得る上で欠かすことのできない、指針でもあります。
花王の社員は、「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。
2021年7月に、2004年の花王ウェイ策定以降初めて、その内容が大きく進化しました。2022年はその内容を社内に浸透させるべく、さまざまな活動が行われました。

Web 花王ウェイ（企業理念）
https://www.kao.com/jp/corporate/purpose/kaoway/

社会的課題

環境問題は日々深刻さを増しています。花王は日用品や化成品の提供を通じて人々の暮らしをよくすることに貢献してきましたが、一方で、モノの生産には多くの物質とエネルギーが必要であり、モノを生産・流通・販売・消費する過程で多くの廃棄物も発生します。私たちは、消費を前提としたモノづくりから、資源を循環させるモノづくりへシフトする必要性に迫られています。

また、花王がその使命として掲げる豊かな共生世界を実現するためには、環境問題以外にも、高齢化、パンデミック、多様性の尊重などの社会的課題の解決を考えていかなければなりません。

方針

花王ウェイは、社員がその内容を認知するだけでなく、日々の業務の中で一人ひとりがこれに基づいた行動をとることができるようになることが重要です。

2021年には花王ウェイが策定されて以来初めて、その内容が大きく進化しました。花王ウェイのコアとなる部分は変えずに、社会環境の変化に伴い、「共生」「ダイバーシティ＆インクルージョン」「挑戦」の3つのテーマが強調されています。2030年までに達成したい姿を実現するため、進化した花王ウェイが花王グループ全体に浸透することをめざし、さまざまな浸透活動を展開していきます。

戦略

リスクと機会

リスク

花王は、2030年までにグローバルで存在価値ある企業になるという目標を掲げています。

この目標はとても高いものであり、世界中に存在する多様性ある花王の社員全員が同じ理念を共有し、信頼感をベースにひとつのチームとなって取り組まなければ、達成は不可能です。すなわち、花王ウェイというすべての社員の共通言語の浸透なくして目標の達成は極めて難しいと言えます。

機会

さまざまな社会的課題が広く認識されるようになり、企業にも、経済活動だけではなく、社会を構成する一員としての責任ある貢献が求められています。2030年の目標であるグローバルで存在価値ある企業になるためには、この点を実践できることが必須となります。

花王ウェイには、私たちがどのように社会の中のよき構成員としてあるべきかを示している側面もあります。従って、社会が企業に対してよき社会の一員としての人格を求める傾向は、世界中の社員の間で花王ウェイが共有されている花王にとっては好機であると考えられます。

戦略

花王ウェイ浸透活動を継続することにより、花王の社員全員に同じ理念が共有され、花王ウェイを拠りどころとして日々の活動が行われている状態をめざしています。

花王ウェイは創業以来の花王の歴史から抽出されたエッセンスから成り立っており、花王が次の100年も存続し社会にとって有用な存在であり続けるためには

企業理念の実践

その継承が大切だと考えます。

長期的には創業以来大切にしてきた花王の精神やDNAを次の世代へと引き継ぐことに注力します。

そのために、短期的には、2021年に進化した花王ウェイの内容を全社員に伝え、今回の進化によって特に強調されたポイントの理解を促進します。

社会的インパクト

花王は、創業以来一貫して、社会や人々の暮らしをよりよくするために力を尽くすことを志としてきました。言い換えれば、花王は常にその時代に存在した社会的課題の解決に取り組んできたということになります。この精神は、花王ウェイにも色濃く現れています。

花王の商品は世界中の多くの方にお使いいただいています。花王ウェイを共有した社員が一丸となって提供する商品や企業活動は、環境問題をはじめとしたさまざまなESGの課題を解決することにつながり、豊かな共生世界の実現につながると信じています。

一方で、花王ウェイが社員に共有されていなければ、社会的課題の解決が遅れると思われます。ひとつのチームとして力を合わせて取り組まなければ、社会に対して大きな変化を起こせないと考えているからです。

事業インパクト

花王ウェイの浸透度が高まるほど、社員一人ひとりが主体的に戦略に沿った行動を起こすことが期待できるため、K25の数値目標の達成も実現性が高まると考えています。

ガバナンス

体制

コーポレート戦略部門の中に、花王ウェイチームが存在しています。このチームは、下記の機能を持ち、グローバルの花王ウェイ浸透活動の推進をしています。

・花王ウェイ浸透活動の方針決定
・標準的な教育プログラムの提案
・コミュニケーションツールの提供
・経営幹部への花王ウェイの浸透活動の進捗・成果の報告
・花王ウェイの管理

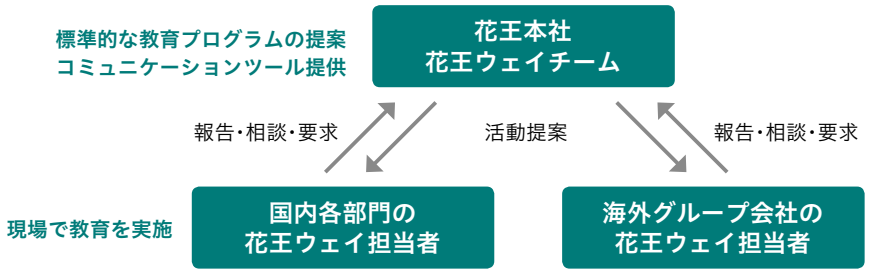
花王ウェイチームは花王ウェイ担当者たちと緊密に連絡を取り合い、現場の活動の報告や相談を受け、現場の花王ウェイ担当者の活動をサポートしています。花王ウェイの推進活動は、コーポレート戦略部門のセンター長以上が定期的(年2回程度)に実施している報告会の中で、統括する執行役員および社長に進捗報告しています。

花王本社にある花王ウェイチームは、国内各部門および海外グループ会社の花王ウェイ担当者に対して標準的な教育プログラムやコミュニケーションツールを提供します。

国内各部門および海外グループ会社の花王ウェイ担当者は、現場に最適なプログラムを作成し教育を実施します。

基本的に本社花王ウェイチームは、グローバルに活動の骨子を提案し、国内外の花王ウェイ担当者はそれを現場で具体化する役割を持ちます。相互に報告や相談をしながら連携をとって進めています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス



企業理念の実践 GRI404-2

教育と浸透

花王では、花王ウェイが2004年に策定されて以来、花王ウェイの浸透活動を継続して行ってきました。

すべての社員を対象に、その内容を理解し、共感し、行動に反映することを目的として、主に対話を中心とする教育プログラムを実施してきました。特に、社員の継続勤務年数が短い日本以外のグループ会社の多くでは、一体感を醸成することを目的に常に花王ウェイの教育が行われています。

2021年に花王ウェイが進化したことから、改めてグローバルで花王ウェイの教育プログラムの実施を強化するよう、本社から働きかけています。

本社の花王ウェイチームは標準的な教育プログラム案やコミュニケーションツール(文書、動画など)を提供しています。ただし、各現場(グループ会社、部門)によって花王ウェイの浸透度や組織の課題が異なるため、各グループ会社や各部門の花王ウェイ教育担当者が彼らの現場での教育プログラムの開発・実施を主導しています。

ステークホルダーとの協働

花王ウェイ教育担当者との協働

国内各部門および海外グループ会社の花王ウェイ担当者との情報共有を目的として、2022年より新たに「花王ウェイミーティング」を定期的に実施することにしました。ほかの部門や会社でどのように花王ウェイ浸透活動が現場で行われているかお互いに事例を知ることによって、花王ウェイのさらなる浸透が進むことを期待しています。「花王ウェイミーティング」では質疑応答の時間を設けて意見交換をしたり、会議後には参加者にアンケートを実施し、ミーティングの感想や、花王ウェイチームへの要望を聴くなど、双方向のコミュニケーションを心がけています。

リスク管理

花王は、2030年までにグローバルで存在価値ある企業になるという目標を掲げていますが、企業理念である花王ウェイがグループ全体に浸透していないと、この目標達成が遅れるというリスクがあります。そのようなことがないよう、毎年J-SOXのアンケートを通じて各グループ会社の経営陣に対して花王ウェイの推進活動を行っているかどうか定期的に確認しています。アンケートの結果から、花王ウェイの推進が不十分なところがあった場合には、その会社の経営陣に直接働きかけることで、フォローをしています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

進化した花王ウェイに関する教育プログラムを、すべてのグループ会社、すべての部門で実施する。

2022年実績

花王ウェイの浸透活動を継続して実施しています。

・新たに入社した社員向けに花王ウェイに関する教育を実施:41組織/42組織中

なお、2021年7月に花王ウェイが進化して以降の累計での活動実績は以下の通りです。

・在籍している社員を対象にレクチャー、動画での教育プログラムを実施:42組織/42組織中

・在籍している社員を対象に対話形式の教育プログラムを実施:26組織/42組織中

2022年実績に対する考察

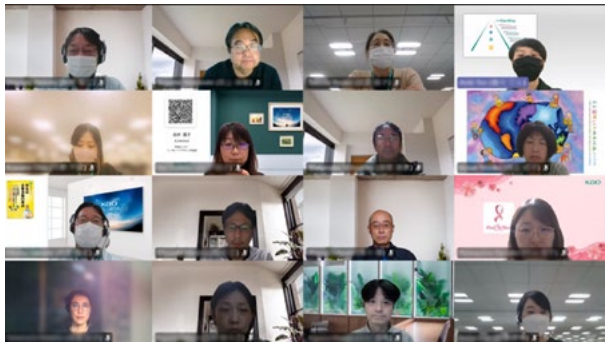
花王ウェイの浸透活動は、順調に進んでいます。コロナの影響が続く中、オンラインワークショップなども活用しながら、花王ウェイについての対話を進めています。

企業理念の実践 GRI404-2

主な取り組み

花王ウェイワークショップの実施

2021年7月に花王ウェイが進化したことを受け、2022年は国内外で花王ウェイワークショップを実施しました。花王ウェイの全文を社員一人ひとりが改めて読み、共感する点などを話し合いました。その対話をヒントに、自分は花王でどんなことをしたいか、自分の目標を仲間と共有しました。このようなワークショップを通じて花王ウェイの内容を自分ごと化し、日々の業務で体現できることをめざして活動しています。



国内花王グループ新入社員研修

2022年４月に、日本国内の花王グループの新入社員118名に対し、花王ウェイ研修を実施しました。花王ウェイとは、創業以来の花王の精神を抽出してつくられた理念であることを花王の歴史と共に伝え、花王ウェイにある言葉の意味などを解説しました。

グローバル花王ウェイミーティングの開始

海外の花王ウェイ担当者を対象に、花王ウェイ浸透活動の情報共有を目的としたミーティングをオンラインで実施しました。2022年8月の第1回はEMEAとタイがそれぞれの花王ウェイに関する活動事例を共有し、48名の花王ウェイ担当者が各国から参加しました。12月の第2回は米国と台湾の花王ウェイ担当者が事例共有し、21名が参加しました。ほかの国や組織でどのような活動が行われているかをお互いに知ることでさらなる花王ウェイ浸透活動の促進を図ると共に、花王ウェイ担当者間のネットワーク強化もめざしています。

企業理念の実践

社員の声

花王ウェイ浸透活動を通じた社員活力最大化

杉原由美
花王株式会社
コーポレート戦略部門
経営サポートセンター
コーポレートカルチャー部

国内外で花王ウェイワークショップの実施を推進しています。日本国内のワークショップでは花王ウェイを読んで思ったことを語り合いながら、自分自身が花王で成し遂げたいことを仲間と共有します。多くの社員が花王ウェイをきっかけとして自分の夢や目標を語り、その実現に向けてどんな変化や挑戦が必要か、活発な対話を通じて考えました。

今後も花王ウェイが、花王グループのグローバルな共通言語となり、花王と社員一人ひとりの成長を下支えできるよう浸透活動を進めていきます。

快適な暮らしを自分らしく送るために

ページ	アクション	2022年の活動ハイライト	キーテーマ	ページ
P45	QOLの向上	忌避技術の開発や産官学での連携により、蚊が媒介する感染症、デング熱の被害から未来の命を守る取り組みを推進しています。	パンデミック防止への取り組み	P48
		ウェブアクセシビリティの方針を公開し、活動を推進、手洗い啓発活動では盲学校向け教材提供を開始しました。 また、生理用品の職場の備品化への取り組みやピンクリボンキャンペーンも推進しました。	多様な人々の快適な暮らしをサポート	P48
		ヘルスケアソリューションの提案やシニアのお出かけ、健康増進啓発活動を推進しています。	健康寿命延伸のための活動	P50
P51	清潔で美しくすこやかな習慣	手洗い教材の提供を、小学校やろう学校にとどまらず、盲学校にまで拡大し、2022年は全国の盲学校の70%に教材を提供しています。	次世代育成衛生プログラムの拡大	P54
		小学生を対象にした新たな環境プログラムを提供。2022年は500を超える学校に提供しています。	次世代育成環境プログラムの拡大	P55
		両社の保有する「水」と「衛生」に関する技術や知見、ノウハウを活用した共創を進め、持続可能な小規模分散型水循環社会の実現をめざします。	花王とWOTAが「水」と「衛生」に関する領域で業務提携	P55
		音楽イベント「フジロックフェスティバル」や、「東京マラソン」をはじめとする各種スポーツイベントにおいて、手洗い・手指消毒、身の回りの除菌に関するサポートと啓発活動を実施しました。	各種イベントにおける手洗い・手指消毒をサポート	P56
P58	ユニバーサル プロダクトデザイン	UD視点での配慮がある国内の新製品・改良品の数※ 567アイテム、99%。絶えず見直し続けている中、アタックZEROのパッケージ変更についてご紹介しています。　※P61の注釈参照	UD視点に配慮したモノづくり	P61
		キュレル「みんなのスキンケア」の情報作成・公開しています。	UD視点での新たな情報提供	P63
		がん患者の生活をサポートする活動に取り組んでいます。	UD視点での社外に向けた活動	P64
P65	より安全でより健康な製品	社会的に関心の高い成分について、科学的根拠に基づいた安全性情報とともに花王の考え方を公開しています。2022年は新たに8成分を公開しました。KPIとして設定した18成分に対して、合計で18成分の公開となりました(公開比率100%)。	安全・安心な成分の使用と情報開示	P67
		業界団体などと連携し、ヒト健康や環境への影響に関する科学的な情報の取りまとめや対応を検討しています。	業界活動	P68
		生活者・顧客、取引先等と適切なコミュニケーションに努めています。成分の使用やその安全性に関する問い合わせ等があった際には、迅速に適切な情報を提供しています。	コミュニケーション	P68

QOLの向上

一人ひとりの「自分らしい快適でこころ豊かな暮らし」の実現への貢献をめざして、製品やサービス、情報の提供をしていきます。

社会的課題

地球温暖化や紫外線の増加などの気候変動は、熱中症や紫外線など肌トラブルなどの影響を人体にもたらします。

さらに、グローバルな人の移動の増加、ウイルス、細菌、原虫などに起因する感染症が身近な脅威となっています。

Web 環境省 COOL CHOICE 地球温暖化の現状
http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/ondanka/

気象庁　紫外線の経年変化
https://www.data.jma.go.jp/gmd/env/uvhp/diag_cie.html

また、女性の社会進出が進む一方で、不平等な家庭内分業や、家族や職場の理解不足によって女性の過大な身体的負担やストレスの増加につながっています。

一方、情報のボーダレス化は、世界中の多様な人々に、誰もが安心して、快適に暮らしを自分らしく送る権利があるということに気付きを与え、DE&Iの視点の重要性が以前に増して求められています。そのため、企業も多様性に配慮した商品やサービスを提供することが求められています。

また、急速に高齢化が進む一方で、病気と隣り合わせの人が増加し、医療費や介護費が経済を圧迫し、高齢者とそれを支える人々のQOLの低下をもたらします。

Web 内閣府 高齢化の世界的動向
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2020/html/zenbun/s1_1_2.html

方針

花王は、「kirei Lifestyle Plan」の「快適な暮らしを自分らしく送るために」のアクションを推進するため、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、より多くの人々に貢献していきます。

そのためには、花王が持つ幅広いカテゴリーや多くのリーディングブランドを通じ、カテゴリー横断で、花王独自の技術や知見を活用して、商品やサービス、啓発活動などを政府や自治体、研究機関、他の企業と協業して進めていきます。

戦略

リスクと機会

リスク

グローバルで求められる多様性に配慮した商品やサービスを提供しなければ、生活者や流通段階で選択肢からはずれ、長期的には、多様な人々の暮らしの向上を考慮しない企業として、企業イメージやブランド価値の低下につながる可能性があります。また、高齢化が進むことで、商品やサービスの利用において高齢者のアクセスや使いやすさを考慮しなければ、ブランド使用者は減少にもつながる可能性があります。

機会

・グローバルで高まる衛生ニーズ
・気候変動による紫外線や熱中症対策へのニーズ拡大
・多様性によるさまざまなニーズ
・健康増進のニーズ

戦略

「QOLの向上」を進めるに際しては、花王は、多くのリーディングブランドを通してお客さまに商品をお届けし、数多くの技術や知見、サービスにより効果的に提供していくことができます。また、これらの資産や総合力を生かし、志を共にする他社・研究機関・公共団体・自治体などとの横断的なコラボレーションにより、商品、サービスをより進化させ、広めていくことが可能となります。

社会的インパクト

「影響」と「責任」

多くの場面において生活者の「清潔」「美」「健康」の分野で多くのリーディングブランドを持ち、花王独自の技術や知見を生かした商品開発や情報提供、啓発活動は花王の使命と考えます。また、多くの花王製品の利用者がいるからこそ、社会的な影響も大きいと認識しています。

逆に、花王がQOLの向上に取り組まなければ、多様な生活者のQOL向上が進まず、業界に対しても悪影響をもたらす可能性があります。

QOLの向上 GRI3-3, 404-2

貢献するSDGs

事業インパクト

快適で、美しく、すこやかな暮らしに貢献し、こころに響く商品をお届けすることで、花王商品へのロイヤリティ向上につながり、ブランド価値と共に収益性やマーケット競争力が向上します。

特に、新興国で感染症を予防するために新しい技術を活用し、感染対策を先導することは、その国でのロイヤリティ向上につながり、企業や衛生カテゴリーのロイヤリティ向上に貢献します。

また、気候変動により増加する紫外線や温暖化による熱中症への対策として、長年にわたる花王独自のスキンケア技術を生かすことができると共に、高齢化に対しては、花王独自の高精度モニタリング技術や幅広い花王グループの既存技術を活用できると考えます。

多様性に配慮した商品開発やアクセシビリティの向上は利用者の拡大に貢献すると共に多くの利用者にとってよりアクセスしやすく、使いやすいものになり、企業やブランドロイヤリティ向上につながると考えます。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「QOLの向上」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「QOLの向上」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催) で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

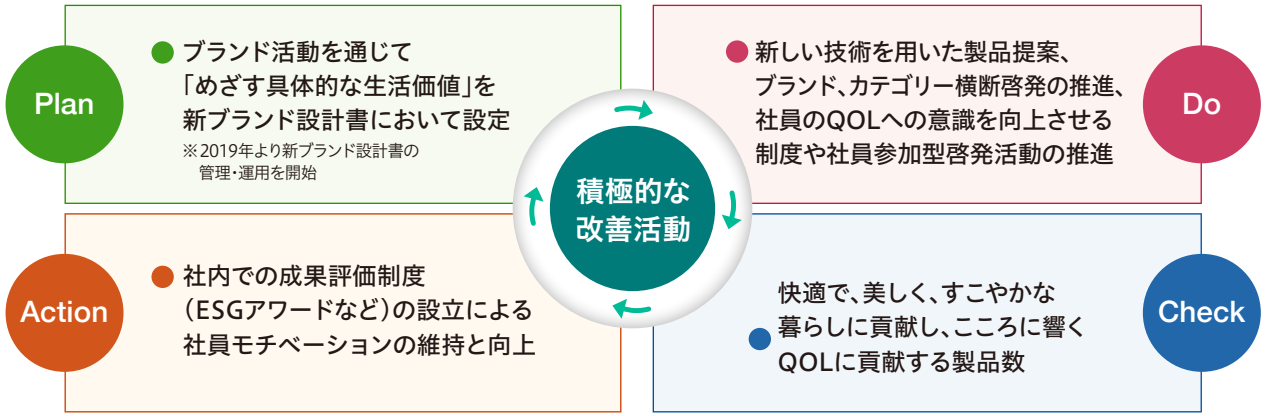
「QOLの向上」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG 推進会議がESG 戦略を遂行します。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

新しい技術を用いた製品の提案、社員や生活者をはじめとするさまざまなステークホルダーとの協働、幅広い社内外への情報発信、第三者機関からの評価取得などでPDCAサイクルを回し、活動テーマの随時見直し、

QOLの向上に向けたPDCAサイクル



QOLの向上 GRI3-3

拡大を図ります。

ステークホルダーとの協働

事業活動に関わるステークホルダーの中で最も重要となるのは生活者です。多くのQOL向上につながる製品はその使用が習慣化され、正しく使用されることでその効果が発揮されます。また、公衆衛生などは各々が衛生行動をするだけでなく、みんなで実施することが重要な商品も多く、多くの生活者と一緒に取り組むことは重要です。

また、花王の事業領域、資源は有限であることから、花王の事業領域にない分野の研究機関やほかの企業と一緒に取り組むことで、花王の技術をより効果的に、広範囲で活用することが可能となり、業界においてスタンダードになれば、より生活者にとっての利便性も高まります。

リスク管理

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

リスク評価

生活者コミュニケーションセンターに届く生活者の声をいち早くモニタリングし、迅速に関連部門に共有し、月報や年報を通じてトレンドや傾向を評価しています。

レピュテーションへのリスク

SNSなどのモニタリング体制の強化や、SNS に関する社内教育の継続的強化、ガイドラインなどの見直しを行っています。

目標と指標

中長期目標と2022年実績

2030年長期目標

●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

2030年目標：70億個

・QOLを向上させる新製品数の増加

・QOLを向上させる研究機関・公共団体・行政

・自治体、他企業との取り組みを増加

2022年実績

●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

2022年度実績：44億個

2022年実績に対する考察

数量は前年に対して同等になりました。

中国での都市封鎖や市場の冷え込み、世界的なインフレにより市場環境が厳しい中、アジアや日本で継続的に初経教育に取り組んでいる生理用品ブランド「ロリエ」が好調に推移しました。また、日本での猛暑において啓発活動に取り組んだUVケアなどのシーズン品が貢献。化粧品では、「KANEBO」や「KATE」などグローバル戦略ブランドが貢献しました。タイで発売された忌避剤も大きな反響がありました。

QOLの向上

主な取り組み

蚊が媒介する感染症・デング熱の被害から未来のいのちを守る取り組み「GUARD OUR FUTURE」

東南アジアでは、蚊に刺されることで発症する感染症（デング熱）によって特に子どもの生命を脅かされることが社会の課題となっています。

そこで花王は、日ごろ取り組んでいる研究をこうした課題解決の助けにしたいという思いから、「肌の表面を蚊が嫌う性質に整えることで、蚊に刺されなくする」という新しい発想の忌避技術を開発しました。さらに、こうした技術を必要な方にお届けするしくみを整えると共に、まずはタイから、産官学で連携してデング熱の被害を削減する取り組みをスタートさせています。

蚊に刺されないことがあたりまえの毎日になるように。

花王は、デング熱の被害から未来のいのちを守るこれらの取り組みを、「GUARD OUR FUTURE」プロジェクトと名づけ、推進しています。

Web 蚊が媒介する感染症・デング熱の被害から未来のいのちを守る取り組み
https://www.kao.com/jp/newsroom/stories/dengue/

プロジェクトを象徴する商品「Bioré GUARD Mos Block Serum（ビオレガード　モスブロックセラム）」
2022年6月、タイで発売（※日本での発売予定はありません）

水ストレスからの開放（WOTA株式会社との協業）

新興国では衛生対策に必要な水へのアクセスが深刻な社会課題となっています。先進国でも災害時など、水へのアクセスが困難な状況が発生します。また、日本の浄水システムは特に過疎地におけるコスト面の課題が指摘されています。

花王はWOTA 株式会社（以下、WOTA）と業務提携し、WOTAの自律分散型水循環システムの社会実装を加速することで、両社の保有する「水」と「衛生」に関する技術や知見、ノウハウを活用した共創を進めていきます。

具体的には、水不足が深刻な地域の衛生対策や感染症予防、災害時などへの支援、さらには、生活排水の循環再生および分散型モデルの取り組みを推進します。

インドネシアでは、2016年より自分自身や周囲の環境衛生を維持する大切さを伝えてきましたが、保健省と共同で衛生と健康に焦点を当てた教育プログラムを実施し、6,000人以上の児童、保護者、学校コミュニティを対象に、8都市、50校で実施し、WOTAの水循環型手洗いスタンド「WOSH」を4校に導入しました。

インドネシアの小学校でWOSHで手洗いする子どもたち

ウェブアクセシビリティ方針を公開

花王グループは、「人にやさしい情報発信」として、誰にでも使いやすいウェブサイトの実現をめざし、ウェブアクセシビリティ確保と向上に取り組んでいます。

目標を2025年に花王グループ全サイトを WCAG 2.1 レベルAA の品質基準に対応することとし、2022年度は、「花王ウェブアクセシビリティガイドライン」に沿ってウェブアクセシビリティの重要性や対応方法に関する社内教育を実施し、ガイドラインに則したウェブサイト制作を開始しました。

Web ウェブアクセシビリティ方針
https://www.kao.com/jp/web-accessibility/policy/

その一環として、2022年度、「キュレル」は、どなたでもわかりやすいよう、アクセシビリティを考慮した表現を用いた動画を制作。見たまま、聞いたままに行うだけで、効果的なスキンケアができます。「みんなのスキンケアメソッド」をきっかけに、多くの方々がスキンケアを習慣化し楽しむことができるようにと願っています。

Web アクセシビリティに考慮した動画「みんなのスキンケアメソッド」乾燥性敏感肌の「Curél」から公式ウェブサイトで配信
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20221125-001/

QOLの向上

新衛生習慣プログラム「みんなで手あらい　盲学校向け」

上手に手洗いを楽しく学び、衛生的な習慣を身につけてほしいという想いから、新・衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい」の教材を2021年に制作。全国の小学校の54%（約10,000校）で活用されています。さらに、聴覚に障がいのある子どもたちにも同様に、衛生的習慣を身につけてもらいたいと考え、2021年秋には、「みんなで手あらい ろう学校向け」教材を制作、全国のろう学校の63%で活用されています。

2022年度は、盲学校向け教材を制作しました。教材の制作にあたっては、多くの盲学校の先生のご意見をもとに、視覚に障がいのある子どもたちが上手な手洗いを楽しく学べるよう、さまざまな工夫を施しています。

Web 盲学校向けみんなで手あらい（新・衛生習慣化プログラム）
https://www.kao.com/jp/education/next-generation/handwash_visually/

「職場のロリエ」生理用品を職場の備品化する取り組み

「仕事中、急に生理になって困った」「これから会議なのに」「買いに行く暇なんてない」そんな声をたくさん聴いてきました。

トイレットペーパーと同じように生理用品も職場に備品としてあれば、心配ごとがひとつ減って、安心して仕事ができるかもしれない。

女性が自分らしく、やりたいことを自由にできる社会にするために、働く人と企業、両方に嬉しいことが起こるような前向きなサイクルをつくっていきたいと考えます。ご賛同いただいた企業にはすでに導入が始まっています。

イメージ：トイレの洗面所に生理用ナプキンを入れたBOXを設置

Web 職場のロリエ
https://www.kao.co.jp/laurier/project/shokuba/

花王グループ ピンクリボンキャンペーン2022

ピンクリボンアドバイザーによるがん教育プロジェクト

がんでない人も、がんになった人も、すべてのかけがえのない命を大切にして、自分らしく暮らせる社会の実現をめざして、認定NPO法人 乳房健康研究会が立ち上げた「ピンクリボンアドバイザーによるがん教育プロジェクト」を支援しています。

商品を通じた寄附活動

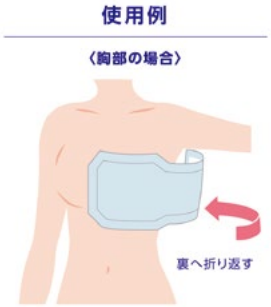
2022年は、化粧品ブランド「KANEBO」にて対象商品の売上から一定額を「がん教育プロジェクト」に寄付しました。2013年から継続している取り組みで、毎年対象商品を設定し、乳がんの啓発に関わる活動を支援しています。また、生理用品ブランド「ロリエ」では女性の健康を応援するキャンペーンを実施し、ブランドサイトを通じた情報発信のほか、ブランドTwitterアカウントにおいてリツイートキャンペーンを実施し、結果に応じた寄付を実施。「がん教育プロジェクト」のほか、子宮頸がんの啓発を行う活動に寄付しました。

QOLの向上

商品開発

2019年に順天堂大学と共同で開発した、創のニオイ緩和をお手伝いする、「ヒーリア デオドラントパッド」は、消臭性に優れ、やわらかくクッション性があるので、装着時に肌あたりがよくズレ落ちにくい設計になっています。

Web ヒーリア デオドラントパッド
https://pro.kao.com/jp/brand/healia/



仮想人体生成モデルを活用した最適なヘルスケアソリューションの提案

健康寿命の延伸のためには、生活者一人ひとりの健康状態が異なるため、有効なヘルスケアソリューションも多種多様です。

花王が株式会社 Preferred Networks の協力により新たに開発した仮想人体生成モデル※1と、株式会社NTTドコモの「dヘルスケア®」※2やデジタル技術などを組み合わせることで、お客さまの健康状態を推定することが可能となり、今後、一人ひとりに最適なヘルスケアソリューションが可能になります。

※1 花王と株式会社 Preferred Networks が開発した、身体などに関する一部のデータから、健康や生活などに関するさまざまなデータを推定できる新たなしくみです。例えば、歩数と体重から、中性脂肪やLDL コレステロールといった健康診断の際に測定するような項目の値を推定することができます。

※2 株式会社NTTドコモが提供するスマートフォン向け健康管理・増進アプリ「dヘルスケア」は、歩数や体重、血圧、体温などを記録し、日々の変化をグラフやカレンダーで管理できるほか、楽しく健康習慣が身につくコンテンツを無料でご利用いただけます。さらに有料版をご利用いただくと、健康に関するさまざまな悩みをチャットを通じて24時間いつでも医師に相談できるオンライン健康相談もご利用いただけます。

Web 花王とPFN、「仮想人体生成モデル」を共同開発
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220228-001/

dヘルスケア
https://health.docomo.ne.jp

フレイル予防啓発施策

シニアが多く集まる地域の保健センターで商品価値伝達とウォーキング啓発を行ったり、お出かけ・健康増進啓発のための「お出かけ応援BOOK」を配布しています。

効果的なウォーキング法をレクチャーすると共に、「リリーフ 超うす型まるで下着」をご紹介し、トイレに間に合わないことを心配して外出をためらっていた高齢者を前向きに後押しします。

また、自治体と取り組む予防啓発活動を紹介したり、花王グループの広範囲な販売網を活用して地域包括支援センター、公民館、デイケアサービスなどでの講座を実施していきます。

清潔で美しくすこやかな習慣

快適で使いやすい製品やサービス、情報提供を通じて、人々の、より清潔で美しく、すこやかな習慣に貢献します。

社会的課題

地球温暖化	・紫外線増加による皮膚ダメージ ・熱中症の増加
衛生環境変化	・感染症の増加 ・公衆衛生や衛生習慣の格差拡大
女性活躍の阻害	・身体の成長や発達、加齢やライフスタイルの変化に伴う心身の不調
多様性への対応不足	・製品、サービスのベネフィットを公正に享受できない ・アクセシビリティが不十分

新型コロナウイルス感染症の収束が依然見えない中、引き続き、清潔の重要性が再認識されています。

方針

人々の生活スタイルや価値観が変化する中、安心して暮らせ、人生が輝くお手伝いができる清潔・衛生商品を提供すると共に、日々の衛生習慣・行動や心身のお手入れを無理なく続けることのできる啓発活動を、「誰も取り残さない」という考えのもと、学校、地域、他企業等と連携して推進。真にすこやかな暮らしの実現に貢献していきます。また、今後は、欧米諸国をはじめ、アジア地域において衛生習慣の定着が進むよう、より積極的に活動していきます。

戦略

リスクと機会

リスク

「地球温暖化」「衛生環境変化」「女性活躍の阻害」「多様性への対応」などの社会課題への取り組みや人々のニーズの変化に対応した啓発活動でないと、生活者や社会の共感を得ることが困難になり、その結果、花王の企業価値やブランド価値の低下を招き、収益性やマーケット競争力を低下させる可能性があります。また、パンデミックにより、現場で行っている啓発活動が制限される側面もあります。

機会

こうした変化やリスクをチャンスとして捉え、企業活動を推進していくことが重要であると考えています。

戦略

人々の、より清潔で美しく、すこやかな習慣に貢献するため、花王は、多くのリーディングブランドを通してお客さまに商品をお届けし、数多くの技術や知見、サービスにより効果的に提供していくことができます。また、これらの資産や総合力を生かし、志を共にする教育機関・公共団体・自治体などとの横断的なコラボレーションにより、商品、サービスをより進化させ、広めていくことが可能となります。

社会的インパクト

清潔で美しくすこやかな習慣が定着することにより、生活の質の向上や衛生状況の改善、感染症リスクの軽減につながることが期待できます。

貢献するSDGs

事業インパクト

手洗い習慣がある日本においては、子どもの頃から衛生行動を学び、習慣化することによりハンドソープや消毒液、除菌関連製品の使用率や使用頻度の拡大が見込まれます。また、こうした日本の衛生習慣を海外に広めていくことによりアジアにおいても衛生習慣が高まることで、衛生関連製品のマーケットの飛躍的な拡大に貢献します。

清潔で美しくすこやかな習慣 GRI3-3, 404-2

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「清潔で美しくすこやかな習慣」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。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。

「清潔で美しくすこやかな習慣」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「清潔で美しくすこやかな習慣」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG 推進会議がESG 戦略を遂行します。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

花王では2009年から2019年にかけて、全社員のESG活動への参画を促す一環として、小学校低学年を対象とした「手洗い講座」をはじめとする出張授業を行ってきました。社員が参加することにより子どもを含めた生活者と直接コミュニケーションをとることで、製品開発に活かされていました。

しかし、コロナ禍において小学校に社員が出張して授業をすることにより、感染を広げてしまう懸念がある一方で、コロナ禍だからこそ、より多くの子どもたちに正しい衛生行動を身につけてもらうことの重要性が高まってきました。そこで、2020年からは、未就学児に向けてのリモート授業や、教材提供により、小学校やろう学校、盲学校で先生が授業の一環として実施できるプログラムを制作し、提供してきました。盲学校教材の一部は、多くの社員がボランティアで制作。社員に対するESG活動への理解促進と参画意識の醸成を図ることにつながっています。

ステークホルダーとの協働

花王は、社会の変化に対応したプログラムの提供を通じて子どもたちの“生きる力”を育み、“課題を解決する力”を養うための次世代育成活動に取り組んでいます。プログラム開発にあたっては、教育の現場で活用していただけるよう、行政・自治体・学校などと連携して内容の充実を図っています。

リスク管理

社会の要請に対応した啓発活動であるために、常にステークホルダーの声に耳を傾けるよう努めると共に、パンデミック下においても社員が出向かずとも啓発活動を教育現場で継続していただくために、教育プログラムを教材提供型にするなど、目標達成に向けてやり方の見直しを図っています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

2030年長期目標

- 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

2030年目標:1億人

日本では、学校の先生が自ら実施できる教材の提供を中心に、リモート形式を含む出張授業も併せてより多くの教育機関へアプローチし、未就学児や児童の衛生習慣の定着をめざしています。また、アジア地域や欧米においても、日本と同様に、正しい情報発信や衛生啓発活動を広げていきます。

2022年実績

0.63億人

清潔で美しくすこやかな習慣

2022年実績に対する考察

引き続き、教育機関・公共団体・自治体などとの横断的なコラボレーションにより、啓発活動を推進。啓発活動で到達した累計人数は、2030年の目標に対して計画通り進んでいます。

清潔で美しくすこやかな習慣

主な取り組み

教材提供による次世代育成

花王は、“自分の衛生状態を保つ”ことは、“社会(身近な人たち)の衛生状態を保つ”ことにつながるという考えのもと、社会の変化に対応したプログラムの提供を通じて子どもたちの“生きる力”を育み、“課題を解決する力”を養うための次世代育成活動に取り組んでいます。

Web 花王次世代育成
https://www.kao.com/jp/education/next-generation/

衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい 小学校1・2年生向け」

コロナ禍において、小学校低学年の段階で手あらいやマスクをする意味を楽しく学び、衛生習慣を身につける衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい」。2021年4月より無償で提供を開始し、2022年12月時点で、全国約2万校ある小学校のうち、累計で1万校を超える学校でご活用いただいています。本プログラムの制作にあたっては、多くの小学校の先生にご協力いただきました。

Web みんなで手あらい(新・衛生習慣化プログラム)
https://www.kao.com/jp/education/next-generation/handwash/

衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい ろう学校向け」

聴覚に障がいがある子どもたちが、楽しみながら衛生習慣を身につけることができる衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい ろう学校向け」。2021年9月より提供を開始し、2022年12月時点で、全国のろう学校のうち約60%でご活用いただいています。本プログラムの制作にあたっては、多くのろう学校の先生にご協力いただきました。また、聴覚障がいを持つ花王グループ社員を中心とした社内コミュニティ「KAKEHASHI(かけはし)」※のメンバーも制作に携わりました。

※「KAKEHASHI」は、聴覚障がいを持つ社員を中心に、2020年12月に結成した社内コミュニティです。「きこえない人ときこえる人、将来的にはすべての人の悩みを共有しながら、協調して未来への架け橋となるように」という思いのもと、さまざまな社会的課題の解決に向けて社内外で取り組んでいます。

Web みんなで手あらいろう学校向け(新・衛生習慣化プログラム)
https://www.kao.com/jp/education/next-generation/handwash_deaf/

衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい 盲学校向け」

視覚に障がいのある子どもたちにも、衛生的な習慣を身につけてほしいと考え、盲学校向け教材を制作しました。教材の制作にあたっては、多くの盲学校の先生のご意見をもとに、視覚に障がいのある子どもたちが上手な手洗いを楽しく学べるよう、さまざまな工夫を施しています。例えば、スライド教材は、弱視の子どもたちに配慮して、白黒の反転文字やシンプルなイラストを採用。また、指で触れるだけでも洗い残ししやすい箇所が簡単にわかる、オリジナルの手袋を制作し、手洗い指導用の教材として提供しています。この教材は、多くの社員がボランティアで制作しました。また、子どもたちや保護者に向けた、点字シール付きメッセージカードの制作・梱包は、知的障がいを持つ、特例子会社 花王ピオニー株式会社の社員が行いました。

社員ボランティアによる教材制作

花王ピオニーの社員による教材の制作・梱包

清潔で美しくすこやかな習慣

Web みんなで手あらい盲学校向け(新・衛生習慣化プログラム)
https://www.kao.com/jp/education/next-generation/handwash_visually/

衛生習慣化プログラム「みのまわりをきれいに」

衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい 小学校1・2年生向け」により、手洗いを習慣化した次のステップとして、身の回りを「衛生的に保つこと」の大切さを理解する、衛生習慣化プログラム「みのまわりをきれいに」。2021年9月より提供を開始し、2022年12月時点で、全国約1,400校(累計)の小学校でご活用いただいています。

Web みのまわりをきれいに(新・衛生習慣化プログラム)
https://www.kao.com/jp/education/next-generation/personal/

環境プログラム「ごみゼロチャレンジ」

ごみを減らすための工夫や努力を学ぶことを通して、社会課題に対して自分の考えを持つと共に、主体的にかかわり、課題を解決する力(社会に参画する力)を育むことをねらいとしたプログラム「ごみゼロチャレンジ」を開発。小学校4・5年生を対象に、2022年4月より提供しています。本プログラムは、和歌山市と花王のSDGs推進に関する連携の取り組みのもと、和歌山大学教育学部附属小学校にご協力いただき完成しました。2022年12月時点で、全国の500を超える小学校でご活用いただいています。

P364 社会貢献活動>花王・ベトナム衛生プログラム

P365 社会貢献活動>月経衛生環境向上への貢献

インドネシアでも手洗い啓発を展開(WOTA株式会社との協業)

花王インドネシアは、ジャカルタ中心部の歩行者天国に自立型手洗いスタンド「WOSH」を設置し、外出先での手洗いを啓発する一方で、インドネシアの衛生省、教育省と共に小・中学校の生徒を対象に衛生習慣の大切さを啓発する学校支援教育プログラム「Anak Kao」の一環として4校に「WOSH」を試験的に導入し、衛生意識の向上と手洗いの定着習慣化に対する実証を行いました。

ここで得られた知見をもとに、今後はより現地の衛生状況や意識・実態、インフラにアジャストしたソリューションの提案に向けて実証を重ねていく予定です。

Web 花王とWOTAが「水」と「衛生」に関する領域で業務提携
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220302-001/

米国でも手洗い啓発を展開

花王USAは、2021年3月より、米国の小学校児童を対象に、衛生習慣の大切さを教えるための新しいプログラム「Clean Routine for Healthy Hands」を、「MyKirei by KAO」ブランドで展開しています。このプログラムは、日本で展開している新・衛生習慣化プログラムを応用して開発したもので、現地に合わせて内容をブラッシュアップしながら進めています。手洗いを「毎日やらなければいけない作業」ではなく「楽しいこと」と思ってもらえるような内容となっており、先生たちの児童への手洗い指導をサポートしています。

2022年12月時点で、累計で14校に教材を提供しており、今後、展開校を拡大していく予定です。

清潔で美しくすこやかな習慣

社員の声

世界中の皆さまに清潔をお届けするために

花王株式会社
ヘルス＆ビューティーケア
商品事業開発センター
パーソナルヘルス商品開発部
石井 直子

2022年、コロナ禍により東京マラソン大会の実施が危ぶまれる中、洗浄剤の立ち上げから大会に間に合わせるまで8ヵ月間という期間で、事業ESG推進部をはじめ、研究部門や関連部門と連携し、検討を重ねながら怒涛のスタートでした。特に生産面で困難を極める中、SCM部門や東京工場など生産部門の強力な後押しに何度も支えられ、水の使えない環境において花王の清潔をお届けする、自立型循環洗浄機器「WOSH」の専用手指洗浄剤を完成させることができました。

世界中のあらゆる方に向けて、清潔をお届けするという花王の理念を展開することができたことは何よりも素晴らしい経験で、これまでに感じられなかった大きな喜びでした。マラソン大会では、消毒ボランティアとしても活動しましたが、事業ESG推進部の方々と共に、ランナーから「ありがとう」のお声を直接いただくことができました。

今後も歩みを止めることなく、さらなる「WOSH」の海外展開を見据え、挑戦し続けると共に、よりよきモノづくりに貢献していきたいと思います。

社員の声

盲学校向け手洗い教材の制作に参加して

花王グループ
カスタマーマーケティング株式会社
プレステージ部門 専門店部
小出 愛

このたび、盲学校向け手洗い教材の制作に、社員ボランティアで参加しました。「私にもできそう！」と気軽に参加しましたが、楽しみながら衛生習慣を身につけるよう工夫されたプログラムで、「Leave no one behind（誰ひとり、取り残さない）」といった考え方のもと制作されていることに感銘を受けました。私は、化粧品のインストラクターをしています。このたび、目のご不自由な子どもたちでも健常者と同じように楽しく学べる教材づくりに携わったことにより、スキルやマインドが異なる販売店の従業員の皆さまそれぞれに合わせたコミュニケーションをいかに図るかが、私の仕事のテーマになりました。

今後とも、販売店の従業員の皆さまに目的を理解し、前向きになっていただくことができるインストラクターでありたいと考えております。また、この次世代育成活動を通じて感じたことを共感し合える仲間が、花王の社内に増えたらすばらしいと考えています。

清潔で美しくすこやかな習慣

ステークホルダー・エンゲージメント

寺田 智礼 氏
埼玉県立特別支援学校塙保己一学園　校長

埼玉県立特別支援学校塙保己一学園は、県内唯一の視覚障害教育を主とする特別支援学校です。本校は、幼稚部、小学部、中学部、高等部普通科、高等部専攻科と寄宿舎を設置しています。高等部専攻科は、高校または特別支援学校高等部を修了し、国家資格「あん摩マッサージ指圧師、はり師、灸師」取得をめざす職業学科です。卒業生は国家資格取得者として、社会で活躍する皆さまに、社会の一員として、施術による癒しで貢献しています。

現代の学校教育は、教育ＤＸが到来し、情報端末がひとり1台という新たな局面を迎えています。私は、これまでの教科書、教科書に準拠した副教材、教師が工夫した自作教材にとらわれることなく、先端研究、企業、NPO、企業CSR、CSVを活用し、子どもたちに主体的・対話的で深い学びを充実することで、生涯にわたる能動的な学びにつながるのではないかと考えています。今回、花王さまから、視覚障害のある子どもたちに、よりわかりやすく衛生習慣を学んでもらえる教材を提供したいというご提案をいただきました。子どもたちの特性に寄り添った教材制作を得意とする学校と衛生関連製品の開発を得意とする企業とのコラボレーションにより、互いの持ち味を提供し合い、新たな教材の制作にいたりました。何より、花王さまのご尽力により、全国の視覚障害教育を主とする特別支援学校に本教材は提供され、視覚障害のある子どもたちが、どうすれば自分の手洗いが上達するのかを身をもって体験し学習できた意義は大きいものがあります。

私は、「視覚障害児者の発達と自立、社会参加を支える拠点となる学校づくり」には、主役の子どもたちは勿論、保護者、地域の皆さま、教職員がそれぞれの立場でできることを一生懸命に取り組み、みんなの力を合わせ「私たちの学校」を前に進めていくことが必要と考えています。今後も、花王さまにおかれましては、学校教育、市民生活を豊かにするために、さまざまな協働を企画してほしいと思います。

Web 埼玉県立特別支援学校塙保己一学園
https://mo-sb.spec.ed.jp

ユニバーサル プロダクト デザイン

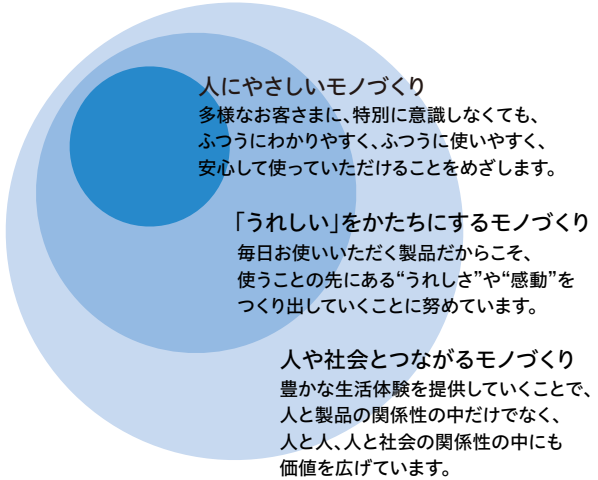
ESGよきモノづくりにおいて、花王ユニバーサルデザイン指針に基づいた製品やサービスの提供を行っています。

社会的課題

社会が持続的に成長を続けるためには、すべての人が尊重され、自分らしく自己実現できる世界を実現することが重要です。そのためには、文化、国籍、信念、人種、性別、アイデンティティ、能力などにかかわらず、誰もが使いやすい製品の提供とアクセスしやすい情報提供が求められていると考えます。また、誰もがよりすこやかで清潔で美しい暮らしを送ることのできる未来のために、製品や情報の機能的な価値だけではなく、情緒的な価値を提供することが大切であると考えています。

方針

花王が社会に存在する意義である「豊かな共生世界の実現」のためには、誰ひとり取り残さない着実な一歩を歩んでいくことが大切です。そのために、すべての製品において、ユニバーサルデザイン(以下UD)の考えを取り入れていくことが大切であると考えています。



花王ユニバーサルデザイン指針

・人にやさしいモノづくり
多様なお客さまに、特別に意識しなくても、ふつうにわかりやすく、ふつうに使いやすく、安心して使っていただけることをめざします。

・「うれしい」をかたちにするモノづくり
毎日お使いいただく製品だからこそ、使うことの先にある“うれしさ”や“感動”をつくり出していくことに努めています。

・人や社会とつながるモノづくり
豊かな生活体験を提供していくことで、人と製品の関係性の中だけでなく、人と人、人と社会の関係性の中にも価値を広げています。

花王のユニバーサル プロダクト デザインは2011年に作成した「花王ユニバーサルデザイン指針」を基本として推進しています。花王が追求している「ESGよきモノづくり」の中において、全社推進を行い、花王製品を使っていただくすべての生活者に日々の暮らしの中で満足と感動を届けることで事業を通じた社会価値創出による企業価値向上をめざしています。

具体的なアクションは以下の通りです。

1. 生活者と製品のすべてのタッチポイントにおける生活者目線でのUD推進

開発段階において、製品を知る、選ぶ、買う、使う、廃棄するといった生活者とのすべてのタッチポイントの段階において「わかりやすさ」「使いやすさ」「安全」といったUDに配慮しているのかを確認しています。また、発売後に寄せられた生活者からの声を受け、製品だけでなく、生活者に届く発信情報も絶えず見直しています。

2. 製品の機能だけではなく、誰ひとり取り残さない情報提供やコミュニケーション

製品を生活の中に取り込んで使っていただくためには、使い方などの情報を伝えていくことが大切です。製品の機能だけではなく、誰ひとり取り残さない情報発信やコミュニケーションに取り組みます。

ユニバーサル プロダクト デザイン GRI3-3

3.グローバルな視点でのUD推進

UDをさらに推進していくにあたり、文化や習慣の違いを、グローバルな視点で配慮する必要があります。一方、ダイバーシティへ配慮したUDのあり方は、グローバル共通で求められるものであり、常にアップデートしていく必要があります。そこで、最も高いレベルで求められる国や地域でのUD配慮視点に対応して先行事例とし、その配慮を広げるかたちでグローバルでのレベルアップに取り組みます。

戦略

リスクと機会

リスク

UDの配慮が不十分な製品は、生活者の誤使用や安全面でのリスクを引き起こします。また、安全面で考慮された製品であっても、わかりやすい情報提供がなければ誤使用を引き起こす可能性があります。それは、生活者の安全性を損ね、製品や企業全体の信頼喪失にもつながりかねません。また、多様性に配慮しない製品や情報発信を続けることも信頼感を損ねることになります。

さらに、障害者差別解消法が2024年に努力義務から法的義務に変更になることにより、障がい者から企業に対し何らかの配慮を求められた場合、過重な負担がない範囲で、社会的障壁を取り除く配慮をしなければいけなくなります。こうした配慮への対応が遅れることも信頼感を損ねることになります。

機会

花王製品と、発信する情報を通じて、世界の人々の豊かな生活の実現に貢献することで、持続的社会に欠かせない企業となり、企業の信頼感を醸成することができます。

戦略

現在、日本国内を中心として取り組んでいるUDの考えを、DE&Iの考えを加えてグローバルに展開させていきます。そのために、2025年までには、欧米の家庭品事業においても、国内と共通の評価ができるように見直していきます。

社会的インパクト

花王は以前から“よきモノづくり”を基本として「誰にでも使いやすい」製品の開発・提供を推進してきました。今後は「誰も置き去りにしない」というSDGsが掲げた普遍的な目標に貢献すべく、花王をとりまくすべての生活者に対し満足と感動を届け、豊かな生活文化の実現をめざしています。

一方、多様化への不適切な対応によって商品と情報が増えることは、環境負荷がかかると共に、生活者の正しい選択を困難にしてしまいます。

多様な価値観とライフスタイルを考慮しながら、花王製品と共にあるインクルーシブな体験の創出をしていきたいと考えます。

貢献するSDGs

事業インパクト

すべての人々がすこやかに暮らすためには、超高齢社会や多様化社会への対応が世界共通の課題です。花王の持つ「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や製品周りの情報発信を花王が提供し、インクルーシブな社会に向けて貢献することで、グローバルでの存在感を向上させ、結果的にブランドや企業の成長につなげることができると考えます。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「ユニバーサル プロダクト デザイン」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「ユニバーサル プロダクト デザイン」に関するリス

ユニバーサル プロダクト デザイン GRI2-28, 3-3, 404-2, 416-1

ク管理は、内部統制委員会（年2回開催）とその下部組織のリスク・危機管理委員会（年4回開催）で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「ユニバーサル プロダクト デザイン」に関する機会管理は、ESGコミッティ（年6回開催）で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

UD視点のモノづくりの社内体制整備

UDの推進には、事業横断的な視点が必要です。各事業部門からUD推進リーダーを選出し、お客さまからのご要望やご意見を直接お伺いする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や、研究開発部門、作成部門と協働で、UD視点のモノづくりを推進しています。

社内教育制度

花王社員を対象に、高齢者への共感力の向上、自分ごと化を目的として、高齢者体験ワークショップを実施しています。2012年に初めて開催以来、製品の開発に関わるメンバーを中心に約800人が参加しました。コロナ禍においては、感染症対策に配慮し、過去に実施した高齢者体験ワークショップの動画素材を編集した映像での配信を実施しています。

また、UDに取り組んでいる過去事例をまとめ、生活者からの反響と共に社内関連部門との共有を行っています。

ステークホルダーとの協働

生活者の思いを反映したモノづくり

発売された花王製品に関して、生活者からの指摘・感想など多くの声は、消費者相談窓口に寄せられます。これらの声は、なぜこのような声が寄せられたのか、その背景・思いを受け止めたかたちで日報、月報、年報といった報告書で共有するだけでなく、すべての事業部で月次で実施されている品質向上検討会などの場で共有し、製品のさらなる改善につなげています。

開発段階だけでなく、発売後も生活者からの声を受けた製品開発や改良、情報提供を行うことで、より生活者に寄り添った製品を生み出していきます。

また、疾病や障がいを持つ方なども含め多様な生活者とのコミュニケーションを実施することにより、製品や情報のあり方を見直していきます。

公益財団法人共用品推進機構との連携

製品や情報発信のUDについて、花王が法人賛助会員となっている、公益財団法人共用品推進機構の知見を取り入れた活動を行っています。

2022年は、手が不自由な方にも使える製品について、情報発信の助言を得ると共に、イベントなどで花王製品のUDについて展示紹介いただきました。

消費者行政、消費者団体などとの情報交換

地域の消費者センターなどの消費者行政や消費者団体と定期的な情報交換の際、生活者のトラブルを未然に防ぐための正しい使い方や廃棄方法、危険の回避や衛生面などでの有効性、UDの配慮点などをお伝えし、ご理解をいただいています。そして生活者の安全・安心な暮らしのための地域からのサポートをいただいています。

リスク管理

新製品・改良品の開発時には、過去の類似製品の状況での知見などを活かし、想定されうるリスクの洗い出しを行い、全社の危機管理体制に則り対応ができるように関連部門で確認を行っています。また、UDの配慮に関わる法律改正の動きや社会情勢を注視し、関連部門と情報共有を行い適時適切な対応を取れるよう連携を図っています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

ユニバーサル プロダクト デザイン GRI416-1, 417-1

目標と指標

中長期目標と2022年実績

2030年長期目標

1. 継続的に、多様な視点を配慮したモノづくりを実施

日本だけでなく、グローバルにおいてもUD視点での“ESGよきモノづくり”を展開します。また、社会課題を見据え、広く第三者の意見を取り込み、また多様な生活者の方々と協創した“よきモノづくり”を推進し、そのプロセスや内容を社外に広く公開していきます。

2. 情報発信においてもUD視点を考慮

情報発信や店頭づくりにおいてもUD視点を考慮します。特に製品を選択したり、使用したりするために必要な情報は、2025年までにDXを活用し、全製品において誰でも手軽にアクセスして確認できるようにします。

また、家庭用品のリーディングカンパニーとして、多様なすべての方にわかりやすい基本的な生活情報などもお届けできるよう、情報内容の開発、発信方法の工夫などに努めます。

3. ステークホルダーへの理解促進

UD視点の取り組みを多様な方々にお知らせし、ご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します。

2022年実績

1. UD視点に配慮したモノづくり

・UD視点での配慮がある新製品・改良品※

日本：567アイテム・99%

使いやすさと洗練された美しさを両立するユニバーサルデザインの容器を採用し、メイクを楽しみながら環境に配慮したアクションもとれる大人のメイクブランド「メディアリュクス」、コンロからシンクまで毎日のキッチン汚れを簡単に落とせる「キッチンマジックリン エアジェット」などを発売しました。また、洗濯用洗剤「アタック ZERO」は、改良により落ちにくい汚れ・ニオイなどの諸悪の根源にアプローチすると共に、レギュラータイプとドラム式専用タイプのデザインを改良し、識別性を向上させました。

※ 国内の数値に関して、一昨年までは改良品については直前の製品と比べた改善率で算定していましたが、昨年からは製品のUD配慮点の有無を精査して算出しています。また、欧米の改善率については、現在基準を見直しているために、記載をしていません。

2. 多様な方々に対しての取り組み

多くの皆さまにわかりやすい情報をお届けする取り組み

・乾燥性敏感肌向けのスキンケアブランドの「キュレル」では、より多くの方が使いやすいよう、アクセシビリティを考慮したスキンケア動画「みんなのスキンケアメソッド」の配信を開始しました。

視覚に障がいのある方に対しての取り組み

・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、生活情報を提供しています。

聴覚に障がいのある方に対しての取り組み

・字幕CM

花王ではこれまでに2,000本以上の字幕CMを制作し、字幕CMの普及に取り組んできました。2022年10月までに、ほぼすべての放送局で字幕付きCMを放映することが可能になりました。

それに併せて花王でもCM素材の字幕対応を拡大し、2022年10月以降に制作したCMのうち約8割が字幕対応となっています。今後、さらに取り組みを推進し、2023年以降の完全字幕対応をめざしています。

3. ステークホルダーへの理解促進

新型コロナウイルス感染症の広がりにより、啓発活動は少ない中、小学生向けのUD資料の提供や、熊本市において、地域包括支援センターと連携し、安全に使いやすく製品を使っていただくための啓発活動を実施しました。

2022年実績に対する考察

UD視点に配慮したモノづくりを過去から取り組んでまいりましたが、その達成度を測る指標については、

ユニバーサル プロダクト デザイン GRI416-1, 417-1

変化する社会課題の解決や、地域や文化によって異なるニーズに対応していく必要があります。

現在、日本国内を中心として取り組んでいるUDの考えを、DE&Iの考えを加えてグローバルに展開させていきます。そのために、2025年までには、欧米の家庭品事業においても、国内と共通の評価ができるように見直していきます。

ユニバーサル プロダクト デザイン GRI417-1

主な取り組み

2022年に発売した製品や発信した情報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。2022年に取り組んだUD配慮の事例をご紹介します。

店頭で商品を買い間違えないために
「アタックZERO」のパッケージデザインの変更

花王は、2019年に「アタック ZERO」を発売しました。“アタック液体史上最高の洗浄力”を実現し、当社では初となる「ドラム式専用」の製品を導入しました。

発売当初から、店頭やテレビCMなどで「レギュラー」と「ドラム式専用」の2タイプがあることをお知らせしていましたが、消費者相談窓口には「『アタック ZERO』のドラム式専用を、タテ型の洗濯機で使えるか」「『アタック ZERO』のドラム式のつめかえ用をレギュラーと間違って買ってしまったがレギュラーのボトルにつめかえてもよいか」といった、レギュラーとドラム式専用を間違えて購入してしまったという相談が定常的に寄せられました。

お客さまの買い間違いを防ぐため、お寄せいただいたご意見も参考にし、改良のたびにデザインを見直してきました。

現在は、正面に「ドラム式」の文字と洗濯機のイラストを大きく入れ、2022年5月の改良後は、ご相談の件数もピーク時の1割と減少しました。

今後もお客さまが店頭で商品を迷わずお選びいただけるように努めます。

2019年　新発売時のつめかえ用パッケージ

レギュラー　ドラム式専用

2022年5月　改良新発売時のつめかえ用パッケージ

レギュラー　ドラム式専用

「キュレル」みんなのスキンケアの情報作成

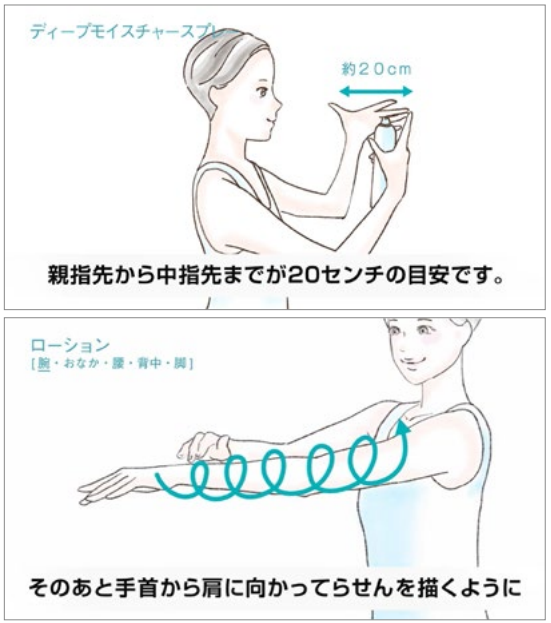
「キュレル」は乾燥性敏感肌を考えて誕生したブランドで、「セラミド」の働きを守り補いうるおいを与えるケアに着目した、顔・からだ・頭皮などのスキンケア製品を展開しています。

赤ちゃんからシニアの方まで、お肌悩みはさまざまです。また、「キュレル」が向き合ってきたお客さまや愛用者さまの中には、視覚や聴覚、肢体障がいをお持ちの方もいらっしゃいます。どんな方も、手軽にスキンケアを実践していただきたいという想いから、全7本のスキンケア動画を制作・公開いたしました。イラストと音声で構成された内容で、聞くだけで・見るだけでご理解いただきやすい“バリアフリー”な動画コンテンツです。

「キュレル」は現在に至るまで、効果的なスキンケアメソッドを広める活動を実施しています。今回の動画配信により、より多くの方に楽しみながら気軽にスキンケアを取り入れていただくと共に、スキンケアにおいてもバリアフリーの重要性を、今一度皆で考えるきっかけづくりをしたいと考えています。

ユニバーサル プロダクト デザイン

みんなのスキンケアメソッド
https://www.kao.co.jp/curel/listen_care/



コンテンツの内容

がん患者の生活をサポートするための活動

がん患者の治療中の生活をサポートすることを目的としたNPO法人キャンサーリボンズ主催の「がんの治療と暮らしフェア2022」において、多くのがん患者が闘病中に感じる「皮膚のトラブル」「口腔内のトラブル」に対し、「キュレル」とオーラルケアを中心に共催しました。オーラルケアは事前に、講演する医師、歯科衛生士と情報交換を実施。がん治療中の口腔内トラブルの多くは、日常からの丁寧なケアにより重症化をかなり防げるとのことで、花王の製品でもかなり対応ができることを確認しました。特に、手指のしびれなどの副作用がある際は、歯ブラシにペーストのハミガキを載せるのも大変な場合もあり、泡ハミガキなども活用できるなどの紹介をいただきました。

また、昨年、がんサバイバーから伺った「手指の先が荒れて、スキンケアは大切だが大変」という声なども受け、「キュレル」で新たに作成した「みんなのスキンケアメソッド」の動画も当日紹介し、わかりやすいケア方法に対しての好評の声も寄せられました。

情報のバリアフリー

P367 Our Foundation > 社会貢献活動 > 情報のバリアフリー

より安全でより健康な製品

安全な成分を厳選して用い、安心して使える製品をお届けします。

社会的課題

近年、SNSやブログなどのソーシャルメディアの発達により、ウェブ上でさまざまな情報が容易に入手できるようになっています。そうした状況を受け、より多くの生活者が、製品に用いられている成分の安全性やサステナビリティについて関心を高めており、自ら関連した情報を調べることも可能になっています。一方で、ウェブ上などでは、科学的根拠の不確かな情報も含まれており、偏った情報があたかも真実のように広がることがあります。

方針

花王は、常に安全性を第一として、人の健康はもちろん、環境への影響やサステナビリティに配慮し、製品開発に取り組んでいます。製品を安心してお使いいただくために、国内外において社会的に関心の高い成分に関して、科学的根拠に基づいた安全性情報と共に花王の考え方をお伝えします。高い透明性と責任あるコミュニケーションを実行することにより、多くのステークホルダーに共感していただき、未来へと続く信頼の絆を深めます。

戦略

リスクと機会

リスク

社会的に関心の高い成分について、不適切な情報が混在しており、花王の提供する製品に該当する成分が含まれる場合、製品の価値が正しく理解されないおそれがあります。また、人の健康や環境などへの影響が懸念される成分について、私たちの考えが示されていない場合、信頼を著しく損なうリスクがあります。

機会

花王において想定されるリスクを的確に捉え、花王の考えを積極的に公開し、リスク回避を図ります。製品に使用する成分に関して、科学的な評価を受けた情報に基づいて花王の考え方を適切にわかりやすく提供することで、生活者・顧客に理解を深めていただき、花王やその製品に対する信頼性を高める機会を得ることができます。また生活者・顧客と花王が共通の情報をもとにしたコミュニケーションは、花王への信頼性を高める基盤となり、イノベーションの創出、新たな価値の創造など“よきモノづくり”への貢献につながる機会となります。

戦略

製品に使用する成分について、リスクと機会を評価した上で、花王の考えを積極的に公開しています。成分の方針公開によるコミュニケーションを通じて生活者・顧客からの信頼の維持・向上につなげると共に企業の持続的な成長に貢献します。

1. 花王の考えを発信すべき重要度の高い成分の特定

製品に使用する成分の安全性、サステナビリティに関わる事項に関して、生活者・顧客の関心や国内外の社会動向を的確に捉え、花王の考えを発信すべき重要度の高い成分を特定する。

2. 科学的根拠に基づいた花王の考えを公開

社会的に関心の高い成分のうち重要なものから科学的に検証された安全性情報をもとに、花王の考えを積極的に公開する。こうした公開を通じて生活者・顧客と共通の情報を共有し、コミュニケーションを図ることで、誤解のない正しい理解を得ると共に信頼関係を構築する。

社会的インパクト

さまざまな情報がある中で、安心して製品を使っていただくためには、科学的に検証された情報に基づいて花王としての考え方を開示することが必要と考えます。花王の考え方を公開することにより、生活者・顧客

より安全でより健康な製品 GRI3-3, 404-2, 416-1

に理解を深めていただくと共に、安心して製品をお選びいただけます。その信頼が個人から地域、そして社会全体に広がることで、より一層の大きな信頼を社会的に築くことができます。

貢献するSDGs

事業インパクト

社会的に関心の高い成分について考え方を公開することにより、製品に対する信頼を獲得でき、“よきモノづくり”への貢献を通して事業および企業価値の向上につながることが期待できます。

ガバナンス

体制

ESGコミッティに設置されている化学物質管理ステアリングコミッティのもとで活動を推進しています。国内外の関連部門のメンバーからなるワーキンググループにおいてリスク評価、情報開示すべき成分の抽出、考え方の素案の作成をしています。さらに、事業・研究など関連部門のリーダーが集まる会議に諮った上で、成分の考え方を公開しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

より安全でより健康な製品の開発を推進するために、製品や製品に含まれる成分における人の健康や環境影響に関する安全性情報などについて、広く世界から収集し、社内ポータルサイトで情報を共有しています。これらの情報は、事業・研究などさまざまな部門で共有し、社員はグローバルな視野で理解を深めています。

ステークホルダーとの協働

社会的に関心の高い成分について科学的根拠に基づいた安全性情報を踏まえて花王の考え方を開示しています。この取り組みを通じて、生活者・顧客からの信頼の維持・向上につなげると共に、製品を安全にお使いいただくことや、適切な製品の選択をサポートしています。

生活者・顧客とのコミュニケーション/理解促進

生活者・顧客から成分に関する安全性などの問合せをいただいた際には、その内容について多角的に分析し、広い視野で見識を深めています。その分析情報をもとに、公開する成分について理解しやすい開示内容および表現になるよう努めています。

社内関連部門との連携

人の健康および環境に関わる安全性情報を広く世界から継続的に収集することで、成分の選定や製品の安全性評価に役立て、安心してお使いいただける製品の開発につなげています。

業界団体・行政との連携

各国・地域で業界活動に積極的に参画することにより、また、行政とコミュニケーションを深めることで、安全性に関する情報を精査しています。

リスク管理

公開する成分を選択する際、および考え方を公開した後にも次のようなリスク管理を行っています。

1．公開する成分の選択

公開する成分について国内外の社会動向、科学的知見に基づいた安全性情報などを踏まえ、想定されるリスクのアセスメントをワーキンググループにて行います。その後、化学物質管理ステアリングコミッティ傘下の会議において、花王の考えを発信すべき重要度が高い成分かどうかを判断します。公開すべきと判断した成分に関しては、公開に向けて迅速に対応を進めます。

2．公開後のフォローアップ

公開後も、多角的な分析調査を積極的に進め、新たな

より安全でより健康な製品 GRI3-3, 416-1

リスクが生じていないかワーキンググループにおいて継続的にモニタリングします。規制や科学的知見が更新されるなど、新たな課題が見出された場合は、速やかに公開情報の改定や新たな情報開示などの適切な対応を行い、社会からの信頼向上につなげます。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

2030年長期目標

社会的に関心の高い成分について、人の健康および環境に関わる安全性情報の収集およびその内容の妥当性を検討した上で、方針を策定します。2022年までに8成分の公開という中期目標については、2021年において10成分を公開し、前倒しで達成しました。中期目標を前倒しで達成したことから、長期目標については、16成分から18成分に変更しました。

2022年実績

社会的に関心が高い成分である3成分(アルミニウム塩、PEG(ポリエチレングリコール)、鉱物油)について2022年4月に、5成分(フェノキシエタノール、フッ素(フッ化物)、BHT(ジブチルヒドロキシトルエン)、オキシベンゾン、オクチノキサート)について2022年12月にサステナビリティサイトにて公開しました。

Web 花王製品に含まれる成分についての考え方
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/ingredients-contained/

2022年実績に対する考察

ワーキンググループを定期的に開催し、上記の8つの成分の公開内容について議論を重ね、素案を作成しました。作成した素案について、事業・研究など関連部門のリーダーとも内容を確認し、議論を深めた上で、公開する文面をまとめました。これまで活動を継続的に推進し、合計18成分について考え方を公開し、2030年の長期目標である18成分を前倒しで達成しました。今後も多角的な分析調査を進め、社会的に関心の高い成分について適切な情報を公開してまいります。

より安全でより健康な製品 GRI2-28, 416-1, 417-1

主な取り組み

安全・安心な成分の使用と情報開示

花王は、社会的に関心が高い成分について、科学的に精査された情報をもとにした考え方や対応を積極的に公開しています。これまでに10成分(アルキル硫酸塩、1,4-ジオキサン、ホルムアルデヒド遊離型防腐剤、パラベン類、マイクロプラスチックビーズ、防腐剤、シリコーン、タルク、紫外線吸収剤、香料(香り))について考え方を公開しました。2022年に社会的に関心が高い8成分(アルミニウム塩、PEG(ポリエチレングリコール)、鉱物油、フェノキシエタノール、フッ素(フッ化物)、BHT(ジブチルヒドロキシトルエン)、オキシベンゾン、オクチノキサート)について考え方を公開しました。これまで活動を継続的に推進し、今年度で合計18成分について方針公開に至りました。

社内では当該成分の基本情報、健康や環境への影響に関する安全性情報などの整備を行い、適切に情報公開が行えるように管理体制も整えています。

Web 花王製品に含まれる成分についての考え方
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/ingredients-contained/

業界活動／コミュニケーション

日本化粧品工業連合会において、健康や環境への影響に関する規制化動向をグローバルに把握し、その対応を検討する活動に積極的に参加しています。世界各国・地域の工業会との連携も図りつつ、科学的な情報のとりまとめ、日本における使用状況の把握、行政のパブリックコンサルテーション等に対する意見提出において中心的な役割を果たしました。このほか、日本石鹸洗剤工業会、日本化学工業協会等関連の業界活動にも積極的に参画しています。また、世界主要地域における工業会活動にも参画し、情報収集を図ると共に、特にASEANを含むアジア地域においては行政との情報交換等に貢献しています。

さらに、生活者・顧客、取引先等と適切なコミュニケーションに努めています。例えば、成分の使用やその安全性に関する問い合わせ等があった際には、迅速に適切な情報を提供しています。また、いただいた問い合わせをもとに、社会的に関心の高い事項を分析調査し、製品の開発に役立てます。

思いやりのある選択を社会のために

ページ	アクション	2022年の活動ハイライト	キーテーマ	ページ
P70	**サステナブルなライフスタイルの推進**	「ラクラクecoパック」「スマートホルダー」「らくらくスイッチ」を使用した商品を拡大しました。また、容器にはリサイクルプラの活用だけでなく、ケミカルリサイクルプラの使用も開始しました。	包装容器のプラスチック削減	P74
		持続可能な社会の実現に貢献する企業姿勢や取り組みを伝える企業広告を展開し、花王の取り組みをインタビュー形式で紹介しました。	もったいないを、ほっとけない。	P75
		サステナブルな社会に向けてのお役立ち情報の提供を開始。生活者と一緒に、環境負荷の低減をめざします。	「My Kao」サイト内でサステナブル啓発を開始	P76
		ダンボールの代わりに繰り返し使用可能な折りたたみコンテナを「納品」「陳列」「販売」の場面でテスト導入しました。	循環型梱包材としての折りたたみコンテナ	P75
P77	**パーパスドリブンなブランド**	存在意義の明確化、具体的な行動、コミュニケーションを行いました。	パーパスドリブンなブランド	P79
		パーパスドリブンなブランドが支持されることで、人々の豊かな暮らしを創造する「職場のロリエ」活動を約20社（2022年11月現在）で実施しました。	ライフスタイルを創っていく姿勢	P80
		環境問題や衛生問題が続く中、人々の暮らしを通して、豊かな共生世界を創造する新製品を開発しました。	社会課題を共に改善していく姿勢	P80
P83	**暮らしを変えるイノベーション**	対象物と現象を科学の眼で徹底的に突き詰めることで得た普遍性・メカニズム・根本原因に基づき社会課題の解決を進めます。	本質研究の追求	P83
		フォアキャスト・バックキャスト視点の技術イノベーションによる人・社会・地球のキレイを実現します。	イノベーションの追求	P85
		蚊を媒介とする感染症の防御技術の確立と社会実装を進めています。	未来の命を守る	P89
P91	**責任ある原材料調達**	Phase1支援農園628農園中390農園がRSPO認証を取得しました。また、Phase2支援農園1,688農園の農地のリスク調査と農園の実態調査を開始しました。	小規模パーム農園の支援	P98
		2022年9月より、インドネシアの北スマトラ島の50農園を対象にグリーバンスメカニズムの運用を開始しました。	グリーバンスメカニズムの導入	P98
		調達関連の3つのガイドラインについて改定を実施しました。	調達関連ガイドラインのリニューアル	P91

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI306-1

エネルギーや水などの資源の節約につながる、よりサステナブルなライフスタイルをわかりやすく提案し、未来につながる暮らしを広げます。

社会的課題

地球温暖化によるここ数十年の気候変動は、人間の生活や自然の生態系にさまざまな影響を与えています。例えば、氷河の融解や海面水位の変化、洪水や干ばつなどの影響、陸上や海の生態系への影響、食料生産や健康など人間への影響が観測され始めています。

Web 環境省 COOL CHOICE 地球温暖化の現状
http://ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/ondanka/

また気候変動や脱炭素社会の実現に向けた取り組みに対する生活者の関心も高まっています。

Web 内閣府「気候変動に関する世論調査」の概要
https://survey.gov-online.go.jp/r02/r02-kikohendo/gairyaku.pdf

持続可能な社会を構築するために、企業の強みを活かした商品・サービスの提供だけでなく、新しいサステナブルなライフスタイルの提案・啓発といったアプローチが求められています。こうした課題を解決するために、花王は「Kirei Lifestyle Plan」の中に掲げた「よりすこやかな地球のために」の実現に向けて、脱炭素、ごみゼロ、水保全、大気および水質汚染防止に向けたアクションが必要と考えます。

方針

花王らしいイノベーティブな技術革新とライフスタイル提案を積極的に行うことで「Kirei Lifestyle Plan」の中の「よりすこやかな地球のために」のアクションを推進し、人々の持続可能な生活を実現します。

環境に配慮したサステナブルな製品を提供し、生活者に花王製品を選択していただくことで、持続可能な社会を構築していきます。

また、さまざまなマーケティング活動、情報発信、教育、啓発活動を通じて生活者自身にもサステナブルなライフスタイルの重要性を理解いただき、共に責任ある消費による持続可能性への貢献に寄与します。

4つの活動

1. モノづくり、製品そのものからの提案
2. サステナブルライフを提案する情報発信
3. 体験型学習機会の提供
4. 社会や団体・公的機関と共に行う活動

上記の活動において、自社が持つ生活者との接点や店頭販促を通して積極的に脱炭素、ごみゼロ、水保全、大気および水質汚染防止などの啓発活動を進めていきます。

戦略

リスクと機会

リスク

社会の求めるサステナブルな商品・サービスの提供や暮らしの提案が実現できない場合は、持続可能な社会の実現に対してネガティブなインパクトを与え、生活者・社会からの共感を失い、選ばれる企業から除外されます。それによりブランド価値と共に収益性やマーケット競争力を低下させると考えます。

機会

花王の製品は多くの生活者に使用していただいているからこそ責任も重く、業界や世の中に対するリーダーシップを発揮する責務があると考えます。

また、持続可能な社会が実現できる活動が実現できた際には影響も大きく、存在感を世界的に示すことができると考えます。

創業より常に生活者と共に事業活動を通じて暮らしを豊かにしてきた花王は、130年にわたって培った独自の技術を最適化することで、地球環境に関わる課題解決に貢献します。

戦略

花王のESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」への貢献

「サステナブルなライフスタイルの推進」を進めるに

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI3-3, 306-1, 306-2, 404-2

際しては、特に「脱炭素」「ごみゼロ」「水保全」「大気および水質汚染防止」などの活動によって、よりすこやかな地球のためのライフスタイルを提案していきます。

それらは内容物、包装容器における製品ライフサイクル(原材料調達、開発／製造／販売、製品輸送、使用、廃棄・リサイクル)のすべての段階において反映させます。

中期経営計画「K25」への貢献

2030年を見据えたK25の基本構想の中に「持続的社会に欠かせない企業となる」という方針があります。その目標は「サステナブル自走社会をリードする」というものです。

花王が持つ知見と技術を最大限に活用して、生活者・自治体・流通・同業者などとの環境貢献活動をリードしていきます。

社会的インパクト

多くの場面において生活者の「清潔」「美」「健康」を日々の暮らしの中で支える花王だからこそ、商品やサービスを通じて生活者の新しいライフスタイルを提案し、サステナビリティの実現に世界の生活者と共に取り組めると考えます。

また、多くの量を生活者に消費いただいている花王だからこそ、サステナブルな製品や情報の提供は社会への影響力は大きいと考えます。

逆に上記の場面と量において花王からの提案や提供ができなかった場合は、日常の生活におけるサステナブル社会への移行が遅れ、その責任は重いと認識します。

貢献するSDGs

事業インパクト

意識の高まった生活者に花王製品を積極的に選んでいただくことで花王製品へのロイヤリティ向上につながり、ブランド価値と共に収益性やマーケット競争力が向上します。

また、技術やしくみづくりにおいて積極的に業界をリードし標準化することで、先行者利益を獲得します。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「サステナブルなライフスタイルの推進」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「サステナブルなライフスタイルの推進」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「サステナブルなライフスタイルの推進」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG 推進会議がESG 戦略を遂行しています。

加えて「脱炭素ステアリングコミッティ」「プラスチック包装容器ステアリングコミッティ」が役員クラスのオーナーのもと、戦略策定から実行計画化も実施し、確実かつ迅速に実行に移しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

社内全社員に対してeラーニングの実施

脱炭素・LCA・ごみゼロ・水保全についての現状と課題、具体的な対策例を啓発しています。2022年は脱炭素についての最新の動向と花王の目標・取り組みを改訂しました。

モノづくりにおける環境分野の会議を毎月開催

ESG関連部門、研究所、事業部門の間で、めまぐるしく変化する情報を共有しつつ、サステナブルな社会に

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI3-3, 306-2, 404-2

貢献する“よきモノづくり”のための活動指針と技術共有、進捗の確認を行っています。

ステークホルダーとの協働

取引先

原材料調達においては、取引先と共にサプライチェーン全体のトレーサビリティを確保し、資源保護・環境保全などの社会的課題の解決に注力します。

同業者

サーキュラーエコノミーの実現に向けて、他メーカーと共に使用済み包装容器の回収を推進します。

法人顧客（流通）

流通と共に折りたたみコンテナを納品・陳列・販売に繰り返し使用する取り組みを進めています。

自治体

自治体と連携しての包装容器回収や大学とのリサイクルに関する各種実証実験を進めています。

次世代

教育場面において、次世代育成活動の一環として小学校4・5年生向けに「プラスチックごみ／海洋ごみ」という身近にある問題や地域の課題を発見し、主体的に関わり、課題を解決する力を育む教材提供を行っています。

リスク管理

前述した「4つの活動」においてそれぞれ留意しながら活動しています。

モノづくりにおいては、商品開発段階でCO_2削減や容器プラスチック削減など、環境負荷の低い製品になっているかのチェックを行っています。

情報発信においては、日々向上する環境意識や競合の動向をキャッチアップした上で、ブランドからの情報発信時にメッセージが正確に生活者に伝わるか確認を行っています。

体験型学習や社外と共に行う活動については、各種教材提供による次世代育成や花王エコラボミュージアム、流通との環境対策協働時に適切な情報提供ができているかチェックしています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

「Kirei Lifestyle Plan」の3つのコミットメントの中の「よりすこやかな地球のために」に基づき、「もったいないを、ほっとけない。」のキーワードを通して生活者にサステナブルなライフスタイルを啓発します。

これは製品・サービスの提供、各種情報発信（ウェブサイト・SNSなど含む）と花王の社員による活動により推進します。

2016年からグローバル累積値1億人をめざします。

2022年実績

製品・サービスの提供、各種情報発信と花王の社員による活動により、環境に配慮する生活スタイルを啓発した2016年からの累積人数は2022年末現在0.13億人。

2022年は製品・サービスにおいては環境にやさしい包装容器へのシフト加速と共に、ケミカルリサイクルプラスチックの採用、ラベル削減容器など新しい試みも行いました。また折りたたみコンテナの店頭での活用など、物流面でも新しい環境配慮活動を始めました。

生活者に対する情報発信については、新しい企業広告の試みや具体的なエコアクションを集約したウェブサイトの新設を実施しました。

現在日本を中心に活動していますが、長期的には世界に広げていきます。

2022年実績に対する考察

コロナ禍がまだ収まらない中において、環境に配慮した製品の発売や情報提供を継続し、サステナブルな社会を実現するための活動を推進しました。また「もっ

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI306-2

たいないを、ほっとけない。」という新しいコンセプトの中、具体的なエコアクションを集約した「＃みんなで今日からできること」サイトを開設できたことは意義あることでした。

今後は「脱炭素」「ごみゼロ」「水保全」「大気および水質汚染防止」に貢献する製品の開発を加速していきます。

昨今は流通でも環境意識が高まり、日用品の包装容器回収についての協働活動が増加しています。今後は業界を巻き込んだ回収スキームの確立と実証実験から実動への移行、およびリサイクルしたプラスチックの有効活用が課題と考えます。

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI301-2, 306-2

主な取り組み

よきモノづくりと活動提案

花王は、サステナブルな洗浄基剤、すすぎ1回の衣料用洗剤や泡切れのよい食器用洗剤、シャンプーなどの環境配慮型製品の創出や包装容器の検討などを行い、モノづくり、製品そのものからのサステナブルなライフスタイルの提案を推進してきました。

2022年は環境にやさしい包装容器へのシフト加速と共に、ケミカルリサイクルプラスチックの採用、ラベル削減容器など新しい試みも行いました。

また折りたたみコンテナの店頭での活用など、物流面でも新しい環境配慮活動を始めました。

包装容器からの環境へのチャレンジ

シャンプーやリンスなどのプラスチック製のボトル型容器を2030年にはつめかえ式フィルム容器にほぼ切り替えるという目標を掲げ、新技術を駆使した環境負荷の低減をめざしています。また、環境負荷が低い革新的なフィルム容器包装の年間普及量を2030年に3億個にするという目標を掲げています。

これまでも、本体容器につめかえて使うことで廃棄プラスチック量を約78%削減できるつめかえパックや、同じくプラスチック使用量を約80%削減しつつ、つめかえしやすい「ラクラクecoパック」の拡充を進めてきました。

また、「ラクラクecoパック」をセットすることでつめかえずに繰り返し使用でき、独自開発のポンプでほぼ最後まで使いきることができる「スマートホルダー」や、「ラクラクecoパック」につけて使うと、軽い力で押すだけで一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」の採用による、本体ボトルを使わない提案も進めてきました。

今後もそれらの浸透を加速させつつ新しい技術にもチャレンジしていきます。

環境配慮と使いやすさにこだわった新しい容器の開発

2022年8月発売の「ビオレu ザ ボディ　泡タイプ ボディウォッシュ」改良発売に際して、環境配慮と使いやすさにこだわった新しい容器を採用しました。

まず本体容器のブランドロゴ部分は、容器そのものに加工を施しました。これにより、従来容器よりもラベルの面積を少なくできるため、プラスチック使用量削減につながりました。

また本体とつめかえ用の容器には100%再生プラスチック(PET)を採用しました(着色剤およびラベル、ポンプ、キャップは除く)。

Web ビオレu ザ ボディ　泡タイプ　ボディウォッシュ
https://www.kao.co.jp/bioreu/thebody/bodywash/#earth

ファンデーションの中皿にケミカルリサイクルPET素材を採用

2022年7月以降、メイクブランド「media(メディア)」の新商品をはじめとするパウダーファンデーションの中皿の素材に、株式会社JEPLANが保有するケミカルリサイクル技術を用いて同グループ会社のペットリファインテクノロジーが製造するケミカルリサイクルPET(ポリエチレンテレフタレート)を順次、採用しています。

Web 花王、ファンデーションの中皿にケミカルリサイクルPET素材を採用
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220616-001/

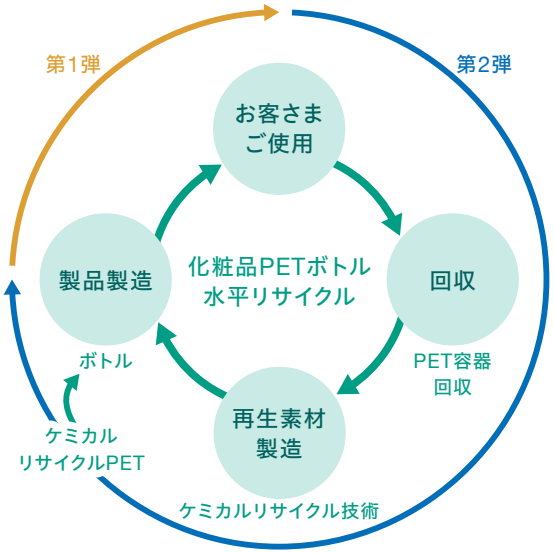
化粧品プラスチックボトルの水平リサイクル実現をめざした取り組み

化粧品プラスチックボトルの水平リサイクルをめざし、

サステナブルなライフスタイルの推進 GRI301-2, 306-2

回収した使用済み化粧品ボトル容器によるボトル再生化に向けた実証実験を実施します。2022年2月から7月までの間、化粧品ブランド「TWANY(トワニー)」を取り扱う関東エリアのイオン直営店舗、および同イオンモールで展開する「カラースタジオ」において使用済み化粧品プラスチックボトル容器を回収し、日本環境設計株式会社の保有するケミカルリサイクル技術による、化粧品の“ボトルからボトルへ”の水平リサイクル実証実験に用いていきます。

第1弾はリサイクルされたプラスチックを使用した容器の製品発売、第2弾はその容器の回収からプラスチックの再生化およびそれを使用した製品の生産になります。



Web 花王、使用済みボトルの店頭回収と再生化にむけた実証実験を開始
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220127-002/

循環型梱包材として折りたたみコンテナをテスト導入

2022年7月より、カインズとコストコ数店にて、製品の梱包材として繰り返し使用可能な折りたたみコンテナを「納品」「陳列」「販売」の場面でテスト導入しました。

販売店に製品を納入する際に製品を梱包する梱包材については、これまでは主にリサイクル可能な段ボールを利用してきましたが、一方で店舗での開封・廃棄作業の負担やリサイクル過程のCO_2排出量といった面で課題もありました。

そこで花王と流通が協働し、折りたたみコンテナを活用する取り組みを開始しました。さまざまな場面における折りたたみコンテナの利点と課題を抽出。将来的には業界全体での標準化をめざしていきます。

Web 花王とカインズ、循環型梱包材として折りたたみコンテナをテスト導入
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220706-001/

花王とコストコ、循環型梱包材として折りたたみコンテナをテスト導入
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220719-001/

サステナブルライフを提案する情報発信

生活者に対する情報発信と共有

花王はウェブサイト、各種SNS、広報発信によりさまざまなステークホルダーに対して情報を発信・共有しています。これらを通して花王の活動を生活者に届けると共に、生活者からのご意見を“よきモノづくり”に反映させています。

サステナブルライフについての情報発信は主に以下を通じて発信、あるいは生活者と共有しています。

企業広告シリーズ「もったいないを、ほっとけない。」を開始

2022年7月より、持続可能な社会の実現に貢献する企業姿勢や取り組みを伝える企業広告シリーズ、「もったいないを、ほっとけない。」の展開を開始しました。

花王の製品に関連するTシャツやフライパンなどが登場し、「もったいない」と思うことをインタビューで答えるシリーズで節水やつめかえなど、花王の「もったいないを、ほっとけない。」取り組みを、楽しくユーモラ

サステナブルなライフスタイルの推進

スに紹介しています。

Web 「もったいないを、ほっとけない。」
https://www.kao.com/jp/mottainai/

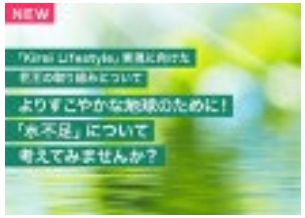
「My Kao」サイトを新設し、その中でサステナブルの啓発を開始

2022年12月より「My Kao」サイトを新設。その中でサステナブルな暮らし、サステナブルな社会に向けてのお役立ち情報の提供を開始。生活者と一緒に、日用品や化粧品を使いながら環境負荷を低減することをめざします。

Web 「My Kao」サステナブル
https://my.kao-kirei.com/sustainable/

「Kao PLAZA」

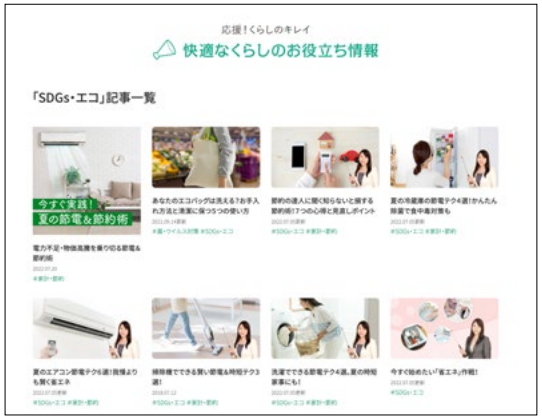
「Kao PLAZA」は花王製品ご愛用者をはじめとした生活者の皆さまとつくるコミュニティサイトです。サステナブルライフのみならず広く花王の活動を紹介しつつ、生活者の声を共有しています(一部は会員登録が必要)。その中に「サステナブルな暮らしをめざして」というコーナーを設置し「Kirei Lifestyle」実現に向けた活動を紹介しています。



Web Kao PLAZA
https://member.kao.com/jp/kaoplaza/

「応援！くらしのキレイ」サイト

くらしのお役立ち情報の中で「SDGs・エコ」記事を一覧化してサステナブルなライフスタイルの気づきを生活者に与え、社会的に大きなインパクトを生み出そうと試みています。



Web 応援！くらしのキレイ
https://www.kao.co.jp/lifei/support/sdgs/

各種SNSによる発信

各種SNSを通して、花王の提案や活動を発信しています。生活者の声に耳を傾け、さらなるサステナブルな活動に反映させています。

Web 花王公式note
https://note.kao.co.jp

花王公式Twitter
https://twitter.com/KaoCorporate_jp

花王公式Instagram
https://www.instagram.com/kao_official_jp/

花王公式Facebook
https://www.facebook.com/corp.kao

花王公式YouTube
https://www.youtube.com/user/KaoJapan

パーパスドリブンなブランド

各ブランドが、生活の質の向上、コミュニティや社会課題の解決につながる存在意義（パーパス）を掲げ、「豊かな共生世界の実現」を達成していく事業活動を行います。

社会的課題

グローバルにおいては、気候変動や海洋プラスチックなどの環境問題や感染症流行という衛生問題があり、人々の暮らしにおいても、消費、働き方などへの変革を余儀なくされています。

日本においては、超高齢社会の到来、価値観や人種の多様化など、私たちをとりまく状況は大きく変化してきています。

また社会や地球環境の変化に伴い、生活者の意識が変化してきています。大量消費・購買の結果による廃棄を是とせず、課題解決のために最低限必要なものだけを選ぶという行動が増えています。

Web 内閣府 気候変動に関する世論調査（令和2年11月調査）
https://survey.gov-online.go.jp/r02/r02-kikohendo/index.html

これからは生活者と共にライフスタイルをつくっていく姿勢、社会課題を共に改善していく姿勢が求められます。

方針

花王におけるブランドのパーパス（自らの存在意義）とは、暮らしや社会・地球にどんなよいインパクトをもたらすのかをさします。

「パーパスドリブンなブランド」の活動は、①存在意義の明確化・②具体的な行動・③コミュニケーションで構成されます。

初年の2019年は、①存在意義の明確化に焦点をあてて活動しました。2020年以降は、②の具体的な行動・③コミュニケーションにより世の中に変化を起こしていくことに注力して、生活者の豊かな暮らしの実現に貢献します。そして、生活者や社会と共に社会課題や地球環境課題の解決に取り組み、貢献していく存在となっていきます。

戦略

リスクと機会

リスク

人や暮らし、社会や環境を取り巻く変化のスピードは今後も速まると考えられます。変化への対応力が弱いブランドは、ブランドの提供価値が低下するリスクがあります。その結果、ブランドへの共感度、使用者数が減ることになり、ロイヤリティ低下につながると考えられます。

機会

多様化する生活価値や社会環境に対して、花王はブランドのパーパスにこめた思いや、信頼して使用できる確かな技術、生活者との適切なコミュニケーションを通じてブランドロイヤリティづくりに常にチャレンジしていきます。

戦略

花王はパーパスドリブンのブランド管理を今後も強化していきます。コンシューマープロダクツ事業部門は主要なカテゴリーリーディングブランド、化粧品G11※などのブランドがパーパスを設定しました。それらのブランドがパーパスの実現に向け、製品開発、コミュニケーション、啓発などさまざまな活動を包括して取り組んでいきます。

こうした取り組みが企業全体の価値を押し上げ、豊かな共生世界の実現に貢献すると考えます。

パーパスドリブンなブランド活動は、生活者をはじめとしたステークホルダーに発信し、活動への評価測定を定期的に行い、成果と課題を明らかにしてさらなる価値向上を図っていきます。

※ 花王が2018年5月に策定した“新グローバルポートフォリオ”におけるグローバルで展開を強化する11の戦略ブランド

社会的インパクト

パーパスドリブンなブランドを強化して、多くの生活者に支持されることで、生活者から共感・支持を得て、共に行動していただけるようになることで、花王のブランドを通して暮らしや社会・地球に対してよいインパクトをもたらします。

パーパスドリブンなブランド GRI3-3, 404-2

貢献するSDGs

事業インパクト

パーパスドリブンなブランドを強化して、多くの生活者に支持されることで、市場でのブランドの認知度が高まり、ブランドが展開する存在価値が伝わって共感された結果、市場シェアの獲得に貢献します。そして、愛される支持の高いブランドになることで事業全体に長く貢献します。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「パーパスドリブンなブランド」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「パーパスドリブンなブランド」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。「パーパスドリブンなブランド」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

暮らしや社会・地球によいインパクトをもたらすには、生活者とのコミュニケーションが欠かせません。そのために、生活者視点、ESG経営との連動、グローバルの統一性を踏まえたブランドの存在意義について再確認をさせる教育を担当者に実施しています。

そしてそのブランドの思いを態度表明し、生活者と共に社会を変えていくための啓発活動が重要になります。例えばビオレuでは、泡で手軽に手洗いできるハンドソープの開発と共に、子どもたちが楽しく手洗いできるよう「あわあわ手あらいのうた」を作成しています。手を洗う大切さ、手を洗う楽しさを子どもたちが気づき、手洗いを通して清潔ですこやかな暮らしを送るきっかけをつくっています。そして、誰もが楽しく上手な手洗いを学べる社会をめざして盲学校向けの手洗い教材を2022年から提供開始しました。教材の制作にあたっては、多くの学校の先生にご協力いただき、弱視の子どもたちに向けて反転文字を用意。また、文字やイラストを大きくくっきりさせたり、触ってわかるような実習用教材などさまざまな工夫をしました。これからも社会の変化に対応した教材を提供し、子どもたちが未来を笑顔ですごせるようにサポートしていきます。

P54 清潔で美しくすこやかな習慣 > 教材提供による次世代育成

ステークホルダーとの協働

事業活動に関わるステークホルダーの中でも最も重要となるのは生活者です。生活者に対しては各種メディアや店頭だけでなく多様な場面においても啓発することにより、共感・行動していただくことが重要です。例えば学校における次世代啓発、自治体や事業所連携による超高齢社会への取り組みも含まれます。

これらの取り組みを継続して行うことで目的意識、活動意識、そして成果意識が共に醸成されていきます。そのため、個別ブランドや企業としてありたい姿を実現するために持続できるしくみで取り組んでいます。

リスク管理

各ブランドごとにパーパス実現を目的としたブランド設計書を作成。毎年PDCAを回し、マーケティング活動を見直すことで、強いブランドづくりに取り組んでいます。

パーパスドリブンなブランド

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

P278 リスクと危機の管理 > ガバナンス > 体制

P280 リスクと危機の管理 > ガバナンス > 教育と浸透 > リスク調査

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

すべてのブランドについてそのパーパス(自らの存在意義)を明確にします。パーパスを明確にしたブランドについては生活者に伝わるよう宣言し、一貫したコミュニケーションを進めます。

2019年はブランド運営者への教育を終了し、各ブランドの「パーパス」を明確にしました。2020年からはそのブランドパーパスに沿って一貫性のある具体的な行動を始めています。2025年までにはすべてのブランドにおいて行動が実現している状況をめざします。

そして、個別のブランドにおいて生活者の暮らしや社会課題、環境課題、衛生課題などに対応し、生活者や社会から共感を得て、共に行動を起こすことができる存在意義のあるブランドとなり、またそれらブランドがどのような状況にあるかの評価基準を設けて検証して、生活者と強い絆をつくるパーパスドリブンな活動を加速していきます。なお2030年目標は次のとおりです。2030年までに、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を100%にすることをめざします。

2022年実績

2019年はKirei Lifestyle Planの視点でブランド設計を見直し、暮らしや社会・地球にどのようなよいインパクトをもたらすのかの定義化を行い、「パーパス」設定を開始しました。

2020年からはそのブランドパーパスに沿って一貫性のある具体的な行動を始めています。

2022年は、新型コロナの影響で数年の間に変化した生活環境や社会環境を個々のブランド視点で捉え直し、コンシューマープロダクツ事業部門で特に重要と考える36ブランドの「パーパス」を対象に再確認して設定し終えました。そしてそのパーパスの実現に向けて、世の中にポジティブな変化を起こすための具体的な行動・コミュニケーションの実践を進めています。なお2030年目標の2022年実績は次のとおりです。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の2022年実績は、53%でした。

2022年実績に対する考察

2022年は、日本国内に限らず、アジアや欧米におけるパーパスドリブンなブランド活動を実践した成果として市場内シェアの拡大やユーザーからの高評価の声をいただくことが多くのブランドで確認できました。一方で、パーパスを実現する活動の浸透や新しい提案の継続は今後の目標課題と認識して、暮らしや社会、地球環境に影響ある活動を一つひとつ信念を持って行動し、継続していくことでその存在意義とお客さまの満足度を高めていきます。なお2030年目標の2022年実績に対する考察は次のとおりです。この目標は、生活者が個々のブランドに抱いていただいた共感度を調査し、高い共感度が得られたブランドの比率を指標化した野心的な目標です。高い共感度を得ることができたブランドが過半数となりました。一方およばなかったブランドもあり、結果を真摯に受け止め、今後高い共感度を獲得すべく取り組んでいきます。

お客さま満足度

	2020	2021	2022
花王製品を使用している消費者における製品ブランドへの好意(度)	70.7%	74.3%	73.0%

※各商品カテゴリーにおける「好意ブランド」選択率

パーパスドリブンなブランド GRI416-1

主な取り組み

パーパスドリブンなブランドの活動

ロリエ　一人ひとりの暮らし、社会課題に貢献するブランド活動

生理用品ブランドの「ロリエ」は、変化する働き方や暮らし方の中で、一人ひとりの声をよく聴き、気持ちに寄り添い、よきモノづくりに取り組んで、女性の生涯の生理現象を取り巻く環境をよくすることで、安心して、自分らしく心地よく過ごせる社会づくりをめざしています。

安心・快適をめざした商品開発はもちろん、生理にまつわる困りごとを少しでも減らす取り組みとして、生理中でも無理してしまう場面が多い職場にトイレットペーパーと同じようにナプキンを備品化するプロジェクト「職場のロリエ」を2022年春に開始しました。この活動にご賛同いただき職場に導入していただいた企業は1年で約20社（2022年11月現在 テスト導入含む）を数えます。また、社内への導入も並行して進めております。利用者からは助かったというお声や、この活動が当たり前の社会になってほしいなどのお声も上がっており、今後も賛同いただいた企業の皆さまと、働く人と企業、両方に嬉しいことが起こるような前向きなサイクルをつくっていきたいと思っています。

そして次世代へのサポートとして、ロリエブランド発売当初から、小学校で初経教育を続けて取り組んできました。今年は日本、アジアの約1.1万校で生理の基礎知識冊子とナプキンを準備して啓発を行いました。「ロリエ」は、こうした生理を取り巻く環境をアップデートする活動を通して、生理にまつわる困りごとを解消し、生理の期間も少しでも快適に過ごせる環境づくりをひとつずつ推進してまいります。

Laurier in Workplace
職場のロリエ
Laurier ロリエ

「職場のロリエ」ロゴマーク

設置イメージ

ビオレ　人の命、社会課題に貢献するブランド活動

新型コロナの影響から人の命や人の衛生的な生活への意識はそれまでとは変わりとても関心が高くなりました。蚊が媒介する感染症のひとつであるデング熱は、東南アジア諸国などにおいて長年の社会問題であり、また温暖化の影響で世界に広がりつつあります。花王は、人々の暮らしを蚊から守る独自の研究を進めてきました。蚊が肌に降り立つ挙動に着目し、界面での濡れ現象を利用することで、蚊の吸血から身を守る技術を開発。これは従来の忌避剤（揮発性有効成分DEETやイカリジンなど）とは異なる作用機序を持つ新たな技術です。この技術を応用し、ボディローションのような軽い使い心地でべたつかない製品を開発。2022年6月、革新的な花王独自の技術を応用した蚊よけ商品「ビオレガード　モスブロックセラム」のタイでの発売を開始しました。製品の使用者からは、「私の子どもは外遊びが好きだが、蚊が多く心配していました。この商品を使えば、簡単に使えてよい香りですぐに肌になじむため、外で安心して遊ばせることができます。（8歳と4歳の母親）」と、実生活での声が寄せられています。また、蚊から未来のいのちを守るグローバルプロジェクト「#GUARD OUR FUTURE」を正式に発足。その第一弾として、蚊による感染症・デング熱被害削減に向けたさまざまな取り組みを、社外のパートナーと共に本格的に進めていきます。プロジェクトでは、タイ保健省や工業エリアの自治体などと連携した清掃活動や啓発活動、主要流通と共同で未来の子どもを守る学校や病院での啓発活動や寄付活動（2022年約90校→2023年200校計画）に加えて、研究機関や大学などと連携して、デング熱を予測するシステムの構築に向けた実証実験に取り組んでいます。さらには、目的を共にする民間企業やバンコク都とのコラボレーションも始まりました。タイの国民にデング熱予防の重要性を啓発することで、予防行動を促し、デング熱の減少をめざしています。

ビオレブランドは、肌を「人と人」「人と社会」をつなぐ『ヒューマン・インターフェース』と捉えて、肌を守ることで未来のいのちを守り、安心して過ごせる社会に

パーパスドリブンなブランド GRI416-1

貢献していきます。今後もより幅広いカテゴリーでの商品を提供していき、さらにブランドおよびプロジェクトを通して、特に困っている人々を助ける新たなビジネスモデルを構築していきます。

ビオレガード　モスブロックセラム

「“デング熱被害を削減するイノベーションの活用”をテーマとするデング熱啓発イベント」主催者および主賓の方々　左から：タケダタイランドGM　ピーター・ストレイブル氏、中央右：タイ副首相、保健省大臣 アヌティン・チャーンウィーラクーン氏、右から4人目：駐タイ特命全権大使　梨田和也氏、3人目：花王　代表取締役 社長執行役員　長谷部佳宏、2人目：花王インダストリアル(タイランド)社長　清水祐二

Web 新発想の蚊よけ商品「ビオレガード　モスブロックセラム」をタイで発売
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220615-001/

タイにて、タイ保健省らと共にデング熱啓発イベントを開催「蚊から未来のいのちを守る」花王の具体的取り組みと決意を公表
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220630-001/

KANEBO　一人ひとりの生き方を応援、社会課題に貢献するブランド活動

「KANEBO」は、I HOPE.「美ではなく、希望を発信するブランド」として、未来を提示する希望のメッセージとユニークな商品創出、そして、閉塞感や固定概念を打ち破るインサイト変化をもたらすブランドであることをめざしています。2022年は、コロナ禍の閉塞感漂う世の中に対し、一歩を踏み出そうという想いを込めたブランドメッセージ「希望よ、動き出せ。」を発信しました。このメッセージに込めた想いに、顧客・取引先企業の皆さま、社内従業員からワクワクとした高揚感とKANEBOブランドへの共感の声をいただくことができました。

「KANEBO」は、化粧を通じて一人ひとりが自身の内にある可能性を発揮し、個性を輝かせることができる世界と、ワクワクする未来をめざして5つのアクションにフォーカスして取り組んでいます。

1. 多様なあり方を認め合う
2. 女性がすこやかに活躍する
3. 生涯を通じてありのままに輝ける
4. 自分の力で未来を切り開く
5. 持続可能な未来を見据えて

5つのアクションを大きく2つに分けると、1つ目は、個性が認められ、輝く社会を実現するために、性別で区切られてきたコスメの常識を超えて、どんな人にも寄り添うよきモノづくり、コミュニケーション開発、カウンセリング開発に取り組んでいます。KANEBOブランドから2022年新発売したベースメイク品「ライブリー スキンウェア」は“カバーカ”と“生命感あふれる素肌感”という相反する二大ニーズを両立。KANEBO新技術のメイクアップ効果で「素肌に化ける」新しい概念を打ち出して、発売前セルアウト計画比約3倍と話題になりました。

2つ目は、ワクワクする未来を実現するために、新しい世代への支援、地球環境に配慮する活動に取り組んでいます。2022年11月に子どものHOPEを創造するアートイベント「PAINT HOPE on WALL　みんなで描こう、大きなえがお。」を開催。子どもが持つ創造力をさらに広げ、自分の個性を伸ばしていく機会を提供したいと願い、使用するのは、開発過程で商品にならなかったメイクアップ化粧品から再生した絵具。そしてキャンパスは壁一面という、のびのびと絵を描くアート体験の中から、いつもとは違う発想で自分の可能性に少し気づく。

パーパスドリブンなブランド

それが、明日への希望へつながってほしいと願い実施しました。

「KANEBO」は、2023年はブランドメッセージ「希望よ、超えてゆけ。」を発信して、これからも希望あふれる未来へ向かっていくためのさまざまな取り組みを続けていきます。

KANEBO ライブリー スキンウェア

「PAINT HOPE on WALL」
みんなで描こう、大きなえがお。

Web I HOPE. KANEBO 5 ACTIONS
https://www.kanebo-global.com/jp/ja/brand_concept/our_action/

KANEBO「PAINT HOPE on WALL みんなで描こう、大きなえがお。」
https://www.kanebo-global.com/jp/ja/campaign/paint_hope_on_wall/

暮らしを変えるイノベーション

本質研究の追求により、生活者と社会の課題を解決し、よりサステナブルな暮らしを実現する画期的な製品を生み出します。

社会的課題

2019年より続く新型コロナウイルス感染は人々の生活と社会に大きな影響を与えましたが、ワクチン接種が進むことで停滞していた経済活動も回復に向かいつつあります。しかし、2022年の国際情勢の不安定化や資源・原材料価格の上昇など、社会の変化はこれまで以上に大きくなっています。

生活者においても、感染症や経済状況の影響を受けながら、暮らしのデジタル化により価値観や消費行動に変化がみられています。世界でも人口動態の変化により高齢化が急速に進み、健康寿命の延伸による医療費削減の取り組みが求められています。

また世界的な自然災害の頻発化・激甚化により、生態系やインフラ崩壊などの損失と損害の拡大が懸念されています。地球温暖化への対策と併せて将来にわたり持続可能な社会とするため、企業を含めて「脱炭素」「循環経済」「分散・自然共生」への取り組みが求められています。

Web 環境省　令和4年版 環境・循環型社会・生物多様性白書
https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r04/pdf.html

以上の変化から、花王は4つの課題に注目しています。

・感染症の常態化：パンデミックが規模を変えながら繰り返される懸念
・環境問題：大量生産・大量消費・大量廃棄の社会的価値観が変化
・超高齢化社会：医療費の増大、介護の人手不足
・変化・多様化への対応：社会・環境の急激な変化、生活者意識・価値観の多様化

方針

研究開発活動の基本方針として、次の3つを掲げています。

1. 既存事業の強化：革新的な製品により生活者・顧客のニーズや課題に応える
2. 新規事業の創成：新しい事業の種を生み出し、早期に実装する
3. 科学技術を社会と共有：得られた成果を学会発表や技術連携などで共有し、社会への普及を加速する

これら基本方針の下に、生活者のライフスタイルの変化と社会課題を迅速に捉え、科学（サイエンス）で現象のしくみを解き明かし、技術（テクノロジー）で多様なニーズに応える製品に結実させています。この研究・技術開発活動を推進する上で重要なのが「本質研究の追求」と絶えざる革新としての「イノベーションの追求」です。

私たちの活動は、探求心に裏付けられた「本質研究の追求」を原動力としています。対象物と現象を科学の眼で徹底的に突き詰めることで見えてきた普遍性、メカニズム、根本原因の「本質」は、新たなエビデンスとして社会や生活者の課題解決の糸口となり、新しい技術や生活者・顧客価値のアイデアを生み出します。

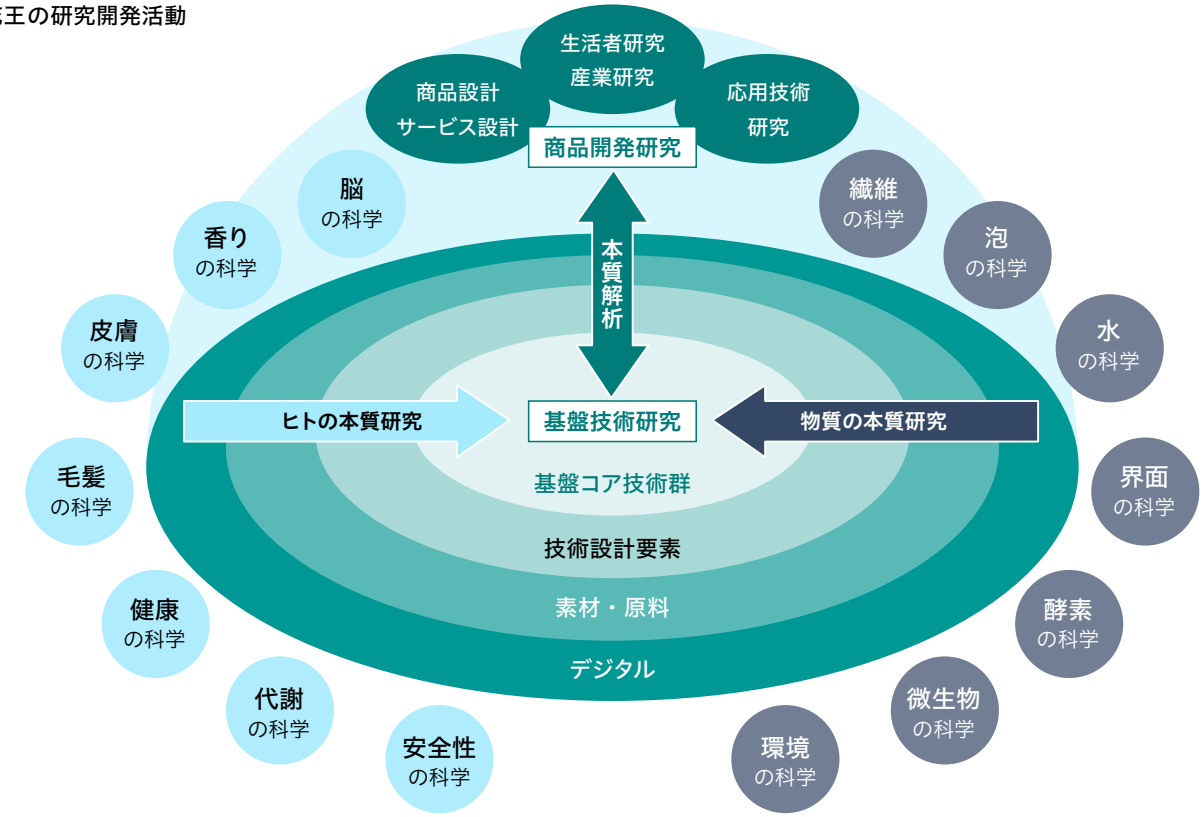
課題解決と価値提供を具体化するのが「イノベーションの追求」です。技術イノベーションを新しい製品・サービスに変換し、生活者の暮らしを豊かに変えたいと考え、2つの視点で研究活動を推進します。

そのひとつは、生活者・顧客のニーズを掘り下げ、未来の豊かな暮らしを描き直し、花王で蓄積された多くの研究知見と技術資産を最大限活用することで、その実現に向けて取り組むバックキャスト視点です。精密界面制御などのコア技術を強みとして新たな技術の組み合わせなどにより驚きのある製品・サービスに具現化し、短中期で課題解決に貢献することで既存事業の発展に反映します。

もうひとつは、現在の技術では解決が困難な切実な課題に対して、人と社会と地球のキレイのコンセプトを描き、イノベーションの追求により社会課題を解決するフォアキャスト視点です。デジタルなどを駆使した新たな技術によって、既存事業を強化すると共に新規事業を創生します。新規事業では、得られた技術を早く社会に実装し、リーンスタートで確度を上げて事業につなぎ継続するしくみが必要です。このため、さまざまなステークホルダーと協力して挑戦します。

暮らしを変えるイノベーション

花王の研究開発活動



戦略

リスクと機会

リスク

私たちは、誰もが自信を持っていきいきとキレイで安心な毎日を過ごすことができる、こころ豊かな暮らしと持続可能な社会を実現したいと考えています。その実現において、気候変動による災害の多発、廃棄物増大による環境汚染、超高齢化社会と少子化は、生活者の暮らしだけでなく操業への影響や研究開発活動の変更が余儀なくされるなど企業活動においても大きなリスクです。

研究開発活動は、既存事業の製品改良から市場性が不確実な先端技術開発まで、幅広いリスクを包含する性質を有しています。例えば、異業種参入や政策変更により当初の戦略・方針が大きく修正されると、それまでの投資が無駄になってしまう懸念があります。また、デジタル技術の発達により、研究開発活動の生産性と競争力が競合より遅れてしまうリスクもあります。

研究開発部門が扱う危険物などの漏洩や災害による損害賠償や、発売前の商品開発戦略や次期商品に関する技術情報の漏えいによる事業機会の損失も、事業活動継続のリスクとなります。

機会

そのリスクの解決の手段となるのが、これまで蓄積された多くの技術資産です。衣類から電子精密部品まで多様な対象物で培ってきたコア技術の精密界面制御技術のように、幅広い事業領域で蓄積された研究成果と技術資産を発展し集積することで、これからも製品・サービスを通じて生活者と顧客に新しい体験と満足感をもたらすことができると考えています。

戦略

1890年の石鹸・洗浄剤の創業以来、界面制御技術をコア技術として、ビューティケアと化粧品の「美」、ヘルス・ライフケアの「健康」、ハイジーン＆リビングケアの「清潔」、ケミカルを中心とした「環境」の４つの領域で

暮らしを変えるイノベーション

事業を広げてきました。蓄積された技術資産を強みとして、次の３つの方向でイノベーションを推進します。

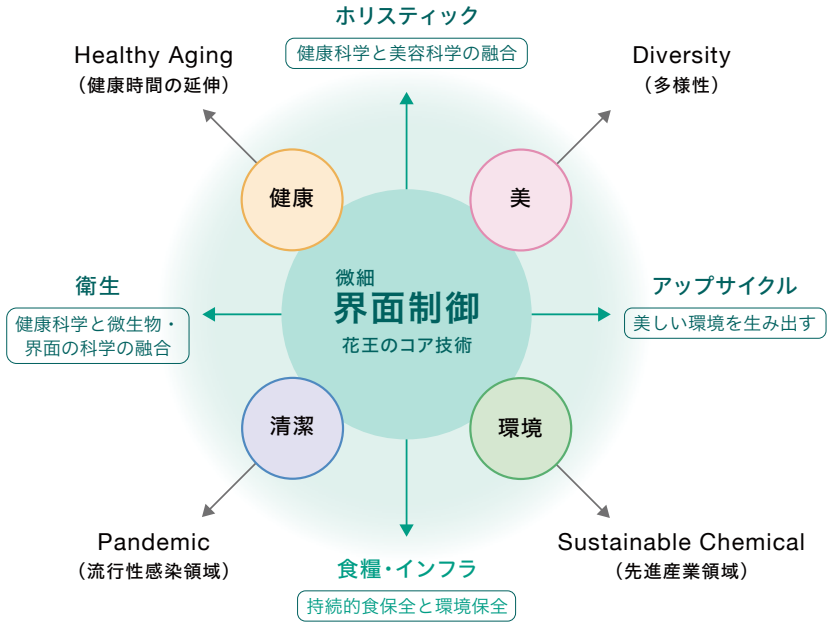
1. 既存技術の深化による既存事業の強化（短期）

多様化する生活者の価値観とニーズに対して、技術資産を継続的に改良し活用することで、製品開発をスピードアップします。製品の付加価値を高めながら、環境負荷を最小限に抑える原材料の選定や希少原料の代替、生活者の製品使用時のCO_2排出量を低減し節水・省水や省エネルギーを実現する技術開発により、最小限の使用で最大限の価値を提供する、“maximum with minimum”のESGよきモノづくりを推進します。

2. 境界領域で既存事業を拡大（2025年まで）

これまでの技術をESGやQOLなどの視点で捉え直し、既存事業の境界領域で新しいイノベーションを生み出すことで、今までにない価値をもたらす製品・サービスを提供します。

・衛生：菌・ウイルス制御技術により、日常生活の中で感染症や不快な環境から生活者を守る安全・安心な製品・サービスなど
・ホリスティック：美容と健康をトータルに考え、心身共にすこやかで美しい毎日を提供する製品・サービスなど
・アップサイクル：プラスチック容器などの廃棄物を新たな資源に生まれ変わらせる再利用技術、廃棄プラスチックを有効活用したアスファルト改質剤など
・食糧・インフラ：できるだけ少ない薬剤で食糧を増産する助剤、インフラ強靭化のソリューション・サービスなど



3. 未来の社会のバックキャストから新規事業を創生（2030年まで）

温暖化・気象変動や超高齢化に対して、誰ひとり取り残さない未来の社会を描き、新しい技術とビジネスモデルを早期に実装することで新規事業を創生します。

・感染症：感染症の常態化に対して、誰もが安心して暮らせる感染防御技術など
・高齢化：超高齢化社会に向けて、老年性症候群を予防し健康寿命を延伸するヘルスケアサービスなど
・多様性：一人ひとりの課題と違いに寄り添い応えるプレシジョン・ライフケアなど
・サステナブルケミカル：浪費から再生する資源循環型社会、CO_2の再資源化など

社会的インパクト

戦略に沿って特徴ある技術とイノベーティブな事業・製品の提案により環境・社会課題を解決し、人々の暮ら

暮らしを変えるイノベーション GRI3-3, 404-2

しを豊かに大きく変え、資源循環型社会とより安全・安心ですこやかな暮らしを実現します。技術ソリューションと価値を創造し提供し続けることで、世界の人々にとってなく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

事業インパクト

研究開発活動により、新製品・改良製品の売上高増加、収益増加、ブランドロイヤリティの向上と共に、新規事業創出につなげます。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「暮らしを変えるイノベーション」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「暮らしを変えるイノベーション」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「暮らしを変えるイノベーション」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。

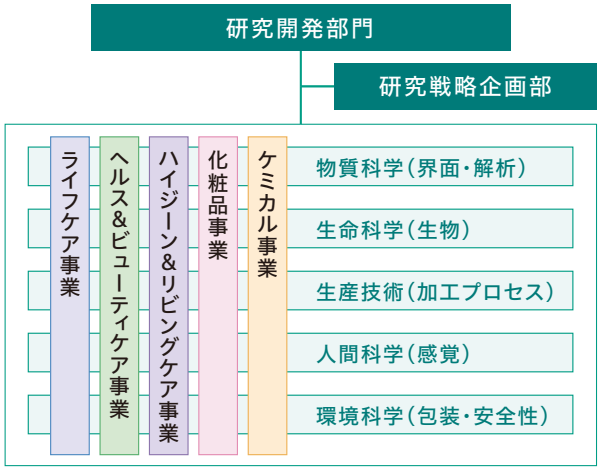
「暮らしを変えるイノベーション」は、研究開発部門が主管部門となり推進しています。研究開発部門では、各研究所を研究開発部門の直下組織に位置づけ、製品開発(図の縦軸)と基盤技術(図の横軸)の研究所がお互いの叡智を集積し、有機的に連携する体制を整えています。経営・事業戦略に沿って研究開発戦略を設定し、科学(サイエンス)を技術(テクノロジー)に、技術をユニークな製品・サービスに転換することで、生活者と社会の課題に応え事業に貢献しています。

美、健康、清潔、環境の既存事業領域では、製品開発の研究所が生活者・顧客の課題を科学の目で捉え、事業部門と連携して早期に提供価値の方針を定め、技術資産の進化と最大活用によりイノベーティブな製品を提供し続けています。また、新事業領域では、技術開発の研究所が中心となって未来視点で社会課題に対する技術イノベーションを生み出し、社内外との連携により早期の社会実装と事業化の検討を進めています。

これらの研究開発活動は、月次・半期報告として研究開発部門統括を含むマネジメント層に共有され、進捗が確認されています。

事業・社会環境の変化に迅速かつ臨機応変に対応するため、研究戦略企画部が仲介役となり、年間計画の中で執行役員を含む経営・事業マネジメント層への報告の場を設定し、研究開発活動の方針、戦略実行、進捗が共有されています。この場を通じて進捗確認と共に戦略が適宜修正され、意思決定のスピードアップとグローバルな成長を加速しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス



教育と浸透

研究開発活動を推進するためには、研究員個人の高い専門性、創造性、独創性の育成と共に、多くの研究員と協力することで新しい分野に挑戦する風土の醸成が

暮らしを変えるイノベーション GRI3-3, 404-2, 416-1

必要です。

そのため、誰もが自主的に社内の研究知見、技術資産、最新の研究成果に接することができるように全研究員が閲覧できる研究報告システムを設定し、また外部専門家の講演会や研究指導により最先端の科学技術に接する機会を提供しています。

さらに協力の場として、研究員の誰もが参加し討論できる発表会を開催し、アイデアの交換を通じて新しい発見を生み出しています。オンライン会議ツールの活用により、海外を含む研究員が参加し交流しています。デジタル活用による効率化と共に対話を重視し、異質の知の融合によるイノベーションの創出につなげています。

ステークホルダーとの協働

解決が困難な環境・社会課題に取り組むには、産官学との多面的な連携・協働が必要です。そのひとつがオープンイノベーションです。お互いの強みの技術が補完し結合することで新しい価値が生まれ、製品・サービスとして生活者にいち早く届けることが可能となります。特にサステナブルな社会の実現のためには、同じ社会課題に取り組む企業との連携が必要です。資源循環型社会の確立に向けて、包装容器のリサイクルや使用済みおむつの新たな利用などの取り組みでは、実証実験を通して協業により技術確立を図り、早期の社会実装をめざしています。

研究開発活動で得られた重要な知見については、学会や論文で発表することで科学技術の普及に努めています。さまざまな発見や技術が受賞に至るなど高い評価につながっています。

リスク管理

研究開発活動における幅広いリスクに対して、事業インパクトの大きいリスクから優先して取り組んでいます。事業変化に即して迅速にリスクに対応するためには、研究テーマの進捗度とリスク度を見える化し、研究開発費と人員の最適な配分と状況に応じた修正が必要です。また、行政やさまざまなステークホルダーと共創することで、最新情勢を把握しながら事業環境の変化に備えることも重要です。

さらに、経験を通じて研究者のセレンディピティを高めながら、シミュレーションや人工知能、機械学習などによるデジタル技術を積極的に取り込むことで、実験対象の絞りこみなどによる研究開発のスピード向上を図っています。

また、事業活動継続に関わるリスクについては、内部統制委員会内にあるリスク・危機管理委員会やレスポンシブル・ケア推進委員会などと連携して技術情報漏洩や化学物質放出などのリスクの洗い出しと自主監査を行い、全研究員に周知徹底を進めています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

「暮らしを変えるイノベーション」に関わるリスクは、「コーポレートリスク」管理体制の中で管理されています。

P278 リスクと危機の管理 > ガバナンス

目標と指標

中長期目標と2022年実績

既存事業の強化と新規事業の創出をめざしてイノベーションを推進します。既存事業では、安全・安心の品質と環境配慮の製品・サービスの提供により、生活者・顧客の期待に応え持続可能な社会を実現します。また、新規事業では、感染症・衛生や高齢化などの社会課題に対して新しい提案をめざします。

2030年長期目標

研究員が高い意識を持って研究開発活動を推進することができるように、2つの目的(オブジェクト)を定め、その下に具体的な活動計画を設定しています。

1. 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

暮らし・社会・環境に対して、大きくてポジティブな

暮らしを変えるイノベーション GRI416-1

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提案の発表数が2030年までに10件以上（2019年以降の累積）

2. 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、しくみの提案

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、しくみに関する提案の発表数が2030年までに10件以上（2019年以降の累積）

2022年実績

既存事業の強化として、技術資産の活用と新たな技術の組み合わせにより幅広く生活者の課題を解決する製品を出しています。また、今後深刻化する高齢化社会で生活者のQOLを高めるため、歩行機能や認知機能を一部助ける機能性表示食品を発売開始し、社外との協業により歩行モニタリング技術を用いた健康サポートサービスを提案しています。

また、境界領域における既存事業拡大では、アップサイクル※として廃PETを独自の技術でアスファルト改質剤に生まれ変わらせ、舗装耐久性を高める「ニュートラック 5000」を推進しています。CO_2削減も可能なことから、一般社団法人 レジリエンスジャパン推進協議会が実施する「第8回 ジャパン・レジリエンス・アワード（強靭化大賞）」で準グランプリ・金賞を受賞し、その技術力と社会有用性が認められています。

世界的に新型コロナウイルス感染症が続く中で、2022年も国内外で衛生商品を拡大していますが、蚊を媒介とするマラリアやデング熱も大きな社会課題です。従来の忌避剤と異なる方法により蚊を肌に止まりにくくすることで吸血から身を守る技術を開発し、この感染症が多いタイで「ビオレガード　モスブロックセラム」として発売開始しました。

さらに新規事業の創成では、日々変化する肌や体の状態を緻密に可視化する皮脂RNAモニタリング技術の事業化を進めています。花王が持つRNA採取・解析などの技術と肌の知見やデータベースをもとに、社外のベンチャーやプラットフォームとの協業を通じて、一人ひとりに合った最適なソリューション提案を行う事業モデルを構築中です。

※廃棄されるものに新たな価値を付与して別の製品にすること

2022年実績に対する考察

花王は、2018年11月の「技術イノベーション」の発表会で5つの領域（皮膚・健康・毛髪・界面・環境）における最新技術を発表しました。

「界面」のバイオIOSは、食料用途と競合しにくい天然原料から得られた環境調和型の界面活性剤であり、製品配合により二酸化炭素排出量の低減が可能なことから、さまざまな製品に配合を広げています。「毛髪」については、白髪に黒さを補う天然由来の黒髪メラニンのもと（着色成分：ジヒドロキシインドール）をヘアカラーからシャンプー・コンディショナーに展開中です。「環境」では、フィルム容器のリサイクル実証実験をさまざまなステークホルダーと協働で進め、同時に容器に戻す水平リサイクルの技術開発を継続中です。

一方、「皮膚」のファインファイバーテクノロジー技術は極細繊維を肌上に吹き付けることで自然な極薄膜を形成することを特徴とし、さまざまな研究知見を増やしながら応用検討を続けています。「健康」の皮膚RNAモニタリング技術は新しくユニークなことから、生活者価値とビジネスモデルを構築しながらさまざまなステークホルダーと協力して社会実装を進め、事業化をめざしています。

現在、中長期目標としてイノベーション数を定め、生活者の暮らしが変わり社会が豊かになることを目標にしています。さらにこの取り組みによる既存・新規事業両方へのインパクトの計測も必要と考え、検討を進めています。

暮らしを変えるイノベーション

主な取り組み

精密界面制御技術の深化による泡洗浄の製品展開(短期)

花王は泡の性能を突き詰め、さまざまな製品を開発しています。

これまでの泡は、ふわふわのイメージが好まれるものの洗浄力には関係ないとされてきました。この泡を高密度に制御することで、油(汚れ)を自発的に吸い込み洗浄力を高めながら、同時に肌への吸着量が低く角層に浸透しにくいことを見出しています。この汚れ落ちと肌へのやさしさの特徴を活かして、洗顔料や身体洗浄料に幅広く応用しています。泡量と泡持ちを高めることで、心地よく摩擦のない洗浄を提供しています。

また、泡として出すことで、これまで泡立たせて洗うことが困難であった子どもや高齢者でも洗浄成分を簡単に塗り広げ、しっかりと汚れを落とすことができます。このしっかりと広げやすい性質はヘアカラーにも用いられています。

さらに、泡切れを向上することですすぎの水の使用量を減らすことができ、節水にも役立つことから、食器用洗剤にも展開しています。

洗う行為は古くからありますが、界面制御技術を深めることで誰もが使え、心地よさのQOLを高め、環境にもやさしい洗浄の世界が広がるものと期待しています。

「未来のいのちを守る」 蚊を媒介とする感染症の防御技術(中期)

マラリアやデング熱のような蚊を介する感染症は、世界中で脅威をもたらす課題です。その対策としての虫除け剤は忌避剤などの薬剤を用いるのが一般的です。花王では蚊の行動を徹底的に観察することにより、低粘度シリコーンオイルを塗布することで蚊の嫌う肌表面をつくり、蚊に刺されることを防ぐ技術を開発しました。これはオイルが蚊の脚にすばやく濡れ広がることによるもので、花王のコア技術である精密界面制御技術を応用したものです。さらに、より低濃度の忌避剤と組み合わせることで蚊の降着数が顕著に減少しました。この技術を活用した「ビオレガード　モスブロックセラム」を2022年6月にタイで発売開始しています。デング熱に関する啓発活動と研究活動などを通じて、未来のいのちを守る活動を推進していきます。

非可食バイオマスのキャッサバ残渣を活用したバイオケミカル製造(長期)

バイオマスから得られるバイオエタノールは、石化燃料の代替と共に工業用材料としての応用が期待されています。しかし、その多くがトウモロコシやサトウキビなどの可食バイオマスを原料とするため、食糧と競合しない非可食バイオマスの利用が課題になっています。花王では、熱帯から亜熱帯で栽培されるイモ類のキャッサバの残渣に着目し、デンプン抽出後の非可食部の糖からエタノールに変換する酵素技術を開発しました。この糖化酵素の開発は、長年にわたる洗剤用酵素の技術を活かしたものであり、糸状菌を用いて複数種類の酵素を同時に生産するマルチ酵素生産システムにより、同じ工場の敷地内で酵素を生産・供給する、コンパクトなオンサイト生産システムを特徴としています。このたび、国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)の2022年度「エネルギー消費の効率化等に資する我が国技術の国際実証事業(実証要件適合性等調査)」第1回公募に採択され、花王と花王インダストリアル(タイランド)が共同で製造システムの実証研究について取り組みを開始しました。環境調和型のバイオケミカル製品の一貫した生産体制の確立と事業化をめざしています。

暮らしを変えるイノベーション

社員の声

現場起点のイノベーションで世界に新しい衛生習慣を届けたい

竹内 浩平
花王株式会社
感覚科学研究所4室

「命を守る会社となる」という目標のため、花王内のさまざまな分野の専門家が“どうすれば生活者が蚊の感染症から守られるか”という課題を深くさまざまな角度から議論し、ひとつの答えとしてMos Block Serumが生まれました。花王のコア技術である界面科学から生まれた技術を研究所で深めながらデング熱課題の大きい東南アジアの現場に何度も足を運び、本製品が蚊感染症を予防する新しい習慣になると確信が持てるまで試行錯誤してきました。この製品の発売をきっかけに、我々の目標が行政や他社のパートナーまで広がっており、我々もさらに活動を加速できるよう啓発や研究活動を推進していきます。

責任ある原材料調達 GRI3-3

資源保護、環境保全や安全、人権などに配慮した原材料を調達すると共に、トレーサビリティの確保に努め、サプライヤーとの対話を通じ、よりサステナブルな原材料調達をめざします。

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、および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、健康被害などが大きな課題になっています。

方針

花王は「調達基本方針」に則りESG調達を推進するため、2022年6月に既存ガイドラインを改定し、「お取引先に求めるパートナーシップ要件」、「お取引先とのESG推進活動」および「ハイリスクサプライチェーンからの調達」を制定しました。

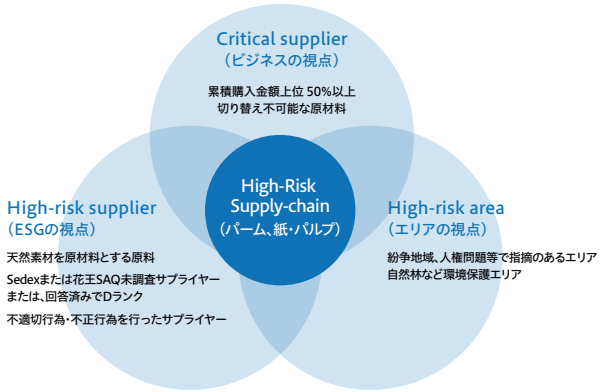
「調達基本方針」では、購買取引の公正・公平、遵法・倫理、社会的責任の項目を定めています。持続可能な社会の実現への貢献をめざし、資源保護・環境保全や安全、人権などへの配慮を定め、遵法・倫理と併せ「ESG調達」に対応しています。

「お取引先に求めるパートナーシップ要件」では、遵法・倫理、人権・労働、公正・公平、サプライチェーンマネジメント、環境管理、持続可能性などの要件への遵守をサプライヤーに求めています。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を明記しています。

「お取引先とのESG推進活動」では、持続可能なサプライチェーン構築、“ハイリスクサプライチェーン”への取り組み、お取引先との連携強化を定め、お取引先と共に、サプライチェーン全体のトレーサビリティを確保し、資源保護・環境保全や安全、人権などの社会的課題の解決に貢献します。

また、「ハイリスクサプライチェーンからの調達」では、持続可能な天然資源の調達への取り組みを定め、パーム油および紙・パルプの調達に関する行動指針を規定し、本質的な課題解決に向けたアプローチを記載しています。特に森林破壊ゼロに対しては、NDPE※を支持し、サプライヤーとそのグループ企業、またその投資先企業に対してNDPEの遵守徹底の要求と確認を進めています。

※NDPE
No Deforestation, No Peat and No Exploitation（森林破壊ゼロ、泥炭地ゼロ、搾取ゼロ）



Web 調達基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-policy.pdf

お取引先に求めるパートナーシップ要件
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-partnership-requirements.pdf

お取引先とのESG推進活動
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-esg-promotion-activities.pdf

ハイリスクサプライチェーンからの調達
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-supply-chain-management.pdf

生物多様性の基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/biodiversity-basic-policy.pdf

P327 生物多様性

戦略

リスクと機会

リスク

調達におけるリスクには、異常気象や自然災害、地政学的な影響や国際紛争などさまざまな要因による原材料価格の変動により、計画通りに調達ができなくなるリスク、需要の急激な変化やサプライヤーのトラブルにより、安定調達が損なわれ製品の市場への供給に支

責任ある原材料調達 GRI3-3

障をきたしてしまうなどのリスクがあります。

また、花王グループの原材料はパーム油や紙・パルプ等の自然資本に大きく依存しており、省資源、地球温暖化防止、生物多様性保全等の環境面、安全・衛生、労働環境、人権等の社会面に十分配慮し、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く必要があります。そうした中、サプライチェーン上の何らかの理由で、持続可能な責任ある調達への取り組みが不十分と見なされた場合、当社グループのブランドイメージ、信用の低下につながる可能性があります。

機会

原材料の調達として、サステナブルな社会に貢献するためには、「ESG調達」が重要です。

ESG調達における環境面では「ハイリスクサプライチェーンからの調達」に基づいたパーム油、紙・パルプの調達を推進し、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、「お取引先に求めるパートナーシップ要件」に基づくサプライヤーのリスクアセスメントを実施しています。また、2030年までの「ESG調達」を中心とした中長期目標をKirei Lifestyle Planに定め、責任ある調達を推進しています。

これらの活動を継続していくことによって「ESG調達」の分野において世界のトップランナーをめざします。

戦略

花王にとって、最も大切にすべき天然資源はパームであり、持続可能なパーム油調達に向けた活動を進めています。サプライチェーンにおけるリスク把握・改善の取り組みとして、農園までのトレーサビリティの確保、RSPO認証油への100%切り替えを推進します。さらに、課題の本質解決に向けて小規模パーム農園の支援(SMILE)およびグリーバンスメカニズムを導入します。

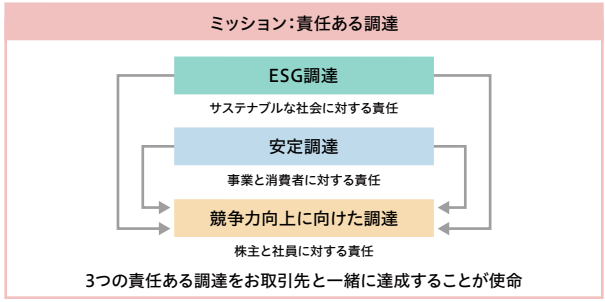
P97 主な取り組み

また、サプライヤーの人権リスクを把握するためにESG調査に基づくリスクアセスメントを実施しています。リスクが大きいと判断したサプライヤーに対してはSMETA監査の実施を求め、課題の改善につなげていきます。

社会的インパクト

ESG調達と共に、生活者、顧客の皆さまに製品を安定的に提供していくための「安定調達」も“よきモノづくり”を推進する上で、必要不可欠な要素となります。花王の購買部門は、「ESG調達」と「安定調達」の2つを基軸とし、さらに「競争力向上に向けた調達」を加えた責任ある調達を推進します。

これらの3つの活動をお取引先と一緒に推進することにより、生活者および顧客の皆さまが安心して花王の製品をお使いいただくことができます。



貢献するSDGs

事業インパクト

関連する環境面および社会面のさまざまなリスクを低減し、コストを抑制することに寄与します。また、ブランドイメージおよび社会的信用の向上につながります。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「責任ある原材料調達」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「責任ある原材料調達」に関するリスク管理は、内部

責任ある原材料調達 GRI2-28, 3-3, 404-2

統制委員会（年2回開催）とその下部組織のリスク・危機管理委員会（年4回開催）で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「責任ある原材料調達」に関する機会管理は、ESGコミッティ（年6回開催）で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG 推進会議がESG戦略を遂行しています。

加えて「人権・DE&I ステアリングコミッティ」が役員クラスのオーナーのもと、戦略策定から実行計画化も実施し、確実かつ迅速に実行に移しています。

購買部門は、ESG調達、安定調達および競争力向上に向けた戦略調達の3つの方針を戦略的にコーディネートして競争優位性を実現することにより、すべてのステークホルダーに対して「責任ある調達」を推進します。「責任ある調達」を実践するために、2020年に購買部門内の組織体制を大きく、「戦略ソーシング」組織と、「オペレーション革新」組織に再編しました。

「戦略ソーシング」組織では、3つの調達方針に基づいた中長期的な調達戦略を策定し、実行することを主なミッションとし、「オペレーション革新」組織では、効率性やタイムリーなサプライチェーン上の情報共有に関する革新を主なミッションとして活動しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

責任ある調達を実行するためには、購買部門の社員一人ひとりが必要な知識を習得し、「調達基本方針」や各種ガイドラインを理解して行動に移していくことが必要です。このため、さまざまな研修や啓発活動を行っています。例えば、新卒・キャリア入社社員の導入研修、若手部員研修等で、ESG調達、安定調達、戦略的調達の理解を深めています。

ステークホルダーとの協働

花王は、国内外のサプライヤーとベンダーサミット、品質向上会議等を通じて意見交換を行っています。サプライヤーのモニタリングにSedexを活用し、Sedexへの加盟、回答等を求めることでサプライチェーン全体でのリスクアセスメントを図っています。また、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。

さらに、海外のビジネスパートナーと共に社会的課題に向けた本質的な課題解決に取り組んでいます。

また、NGOとの対話も継続して実施しており、さまざまな視点に立ったご意見・アドバイスに対して真摯に対応しています。持続可能な調達やトレーサビリティの確立などをめざして、日本ではJaSPONに、グローバルではSUSTAINに参画するなど、他社・外部団体とも活発に意見を交わしています。

リスク管理

花王として、リスク・危機管理委員会事務局（危機管理・RC推進部）から各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査が実施され、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しが進められています。基本的には、主管部門が中心となり対応していますが、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、関係部門と連携して対応の強化を図り、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応が行われています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

責任ある原材料調達

目標と指標

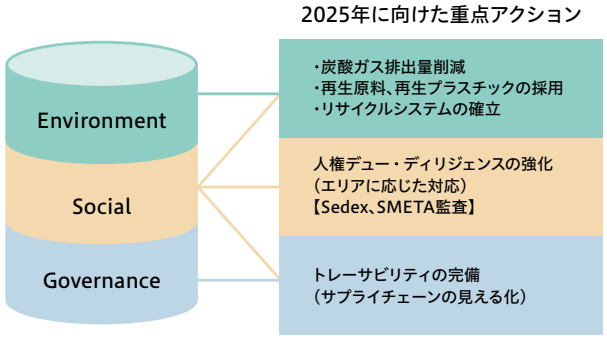
中長期目標と2022年実績

中長期目標

「ESG調達」における環境面では原材料の炭酸ガス排出量の削減、再生原料・再生プラスチックの採用、容器のリサイクルシステムの確立などに取り組みます。

社会面ではSedexおよびSMETA監査の推進によりサプライヤーの人権デュー・ディリジェンスの強化に努めます。

ガバナンス面では原材料の原産地までのトレーサビリティを確保し、サプライチェーンの見える化をめざします。



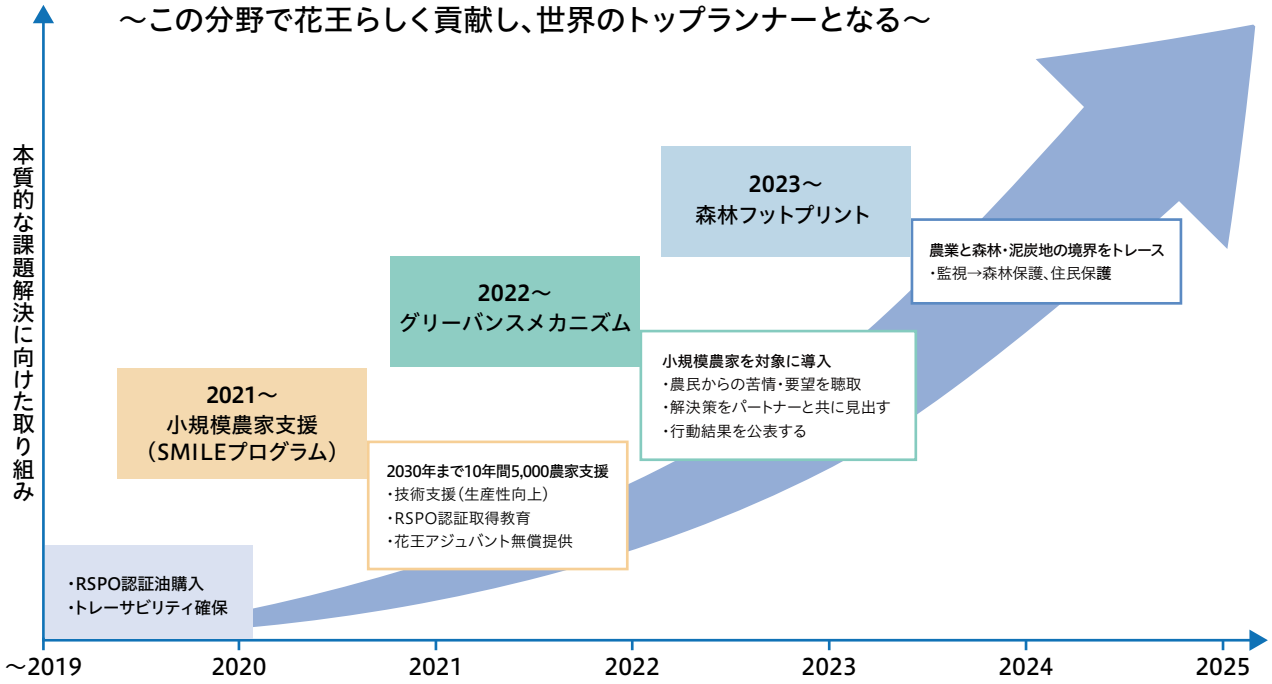
特にパーム油・パーム核油の調達においては、RSPO※認証油の購入推進、トレーサビリティの確保から、さらに、小規模パーム農園支援、グリーバンスメカニズムの構築、森林フットプリントの公開へとサプライチェーン上での本質的な課題解決に向けて活動を拡大しています。

1. トレーサビリティの確保

パーム油・パーム核油の調達においては、生物多様性の保全に配慮し、森林破壊ゼロをめざします。また、2025年までに花王グループが使用するすべてのパーム油をRSPO認証油とすることをめざし、さらに、2025年までにパーム農園までのトレーサビリティ確認完了をめざします。

紙とパルプの調達においても、生物多様性の保全に配慮し、森林破壊ゼロをめざし、2025年までに家庭用製品に使用する紙製品およびパルプを100％認証品とすることをめざします。また、原産地までのトレーサビリティも引き続き確認します。

※ RSPO: Roundtable on Sustainable Palm Oil（持続可能なパーム油のための円卓会議）



責任ある原材料調達

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「お取引先に求めるパートナーシップ要件」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。2025年までにサプライヤーのデュー・ディリジェンスの実施率を100%とすることをめざします。また、ハイリスクと評価されたサプライヤーに対してはSMETA監査の実施を求め、課題の改善につなげていきます。

2022年実績

1. トレーサビリティの確保

・パーム油・パーム核油の調達

サプライヤーが所有する自社農園までのトレーサビリティの確認：完了

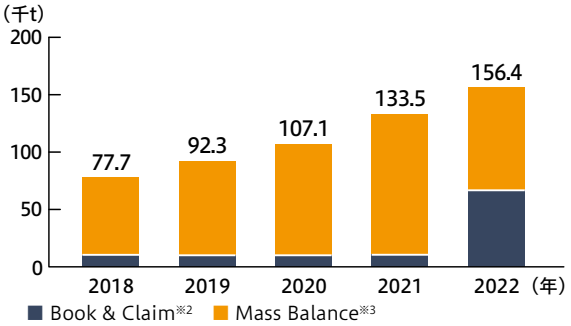
ミルリスト公表（ミル名、所在地）：完了

認証油の調達：パーム油全量に対するRSPO認証油比率：34%

小規模パーム農園の支援：390農園がRSPO認証取得

グリーバンスメカニズムの導入：2022年9月運用開始

認証油購入実績※1☑（花王グループ）



※1 認証パーム油、認証パーム核油および認証パーム由来原料の合計

※2 Book & Claim
RSPO認証クレジットを生産者と最終製造者、販売者との間でオンライン取引する認証モデル

※3 Mass Balance
流通過程で認証油と非認証油が混合されるが、購入した認証油の数量は保証される認証モデル

・紙・パルプの調達※4

トレーサビリティの確認：100%

うち、紙・パルプの認証品比率※5：97%☑（2022年12月時点）

※4 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。

※5 紙・パルプの認証品比率は調達品目ごとの認証品重量の比率を集計しています。

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年よりアセスメントの対象をグローバルに拡大しています。※6

・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（2022年12月時点）：S評価24%、A評価38%

総合評価	SAQ回答率※7	Sedexリスク評価※8	割合
S	80%以上	3.0以上	24%
A	80%以上	2.0以上3.0未満	38%
B	80%以上	2.0未満	29%
C	80%未満	—	9%

※6 評価対象はSedexの新SAQ（自己評価アンケート）に回答した1221サイト

※7 Sedexの新SAQに対する回答率

※8 Sedexアセスメントツールによるマネジメントコントロールスコアの値（0〜5、値が大きいほどマネジメントが良好）

また、2021年より、ハイリスクサプライヤーに対してSMETA監査の実施を開始しました。2022年はコンプライアンス違反を含むハイリスクサプライヤーの29社に対してSMETA監査を実施し、社内体制の改善を求めました。

2022年実績に対する考察

パーム油の原産地（パーム農園）までのトレーサビリティの確認については、パーム搾油工場およびサプライヤーが所有する自社農園までの追跡を完了しました。農園までのトレーサビリティについては引き続き、中小規模の農園までの確認をサプライヤー、農園、NGOなどさまざまなステークホルダーと連携して進めていきます。小規模パーム農園の支援では、390農園がRSPO認証を取得することができました。また、グリーバンスメカニズムの導入については、2022年9月より

責任ある原材料調達

インドネシア北スマトラ島の50農園を対象に運用を開始しました。

紙・パルプの原産地までのトレーサビリティは2021年に引き続きほぼ100％となり、認証品比率は97％となりました。2025年100％達成を2023年に前倒しするべく、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。

人権への取り組みについては、グローバルの直接材全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。2022年末時点でグローバルの取引の88％（金額ベース）がSedex加盟会社（代替プログラム、花王SAQ含む）との取引となりました。今後さらにSedexへの加盟を求めると共に、アセスメント結果が低いサプライヤー（B評価、C評価）には改善を求めていきます。

ハイリスクサプライヤーに対するSMETA監査は、2021年にコロナ禍の下2社実施から開始しました。2022年は、対象会社との十分な対話により理解を得られた結果29社に実施することができほぼ目標を達成しました。2023年は、日本国内の現時点でハイリスクと評価したサプライヤーについて監査を完了する予定です。

責任ある原材料調達

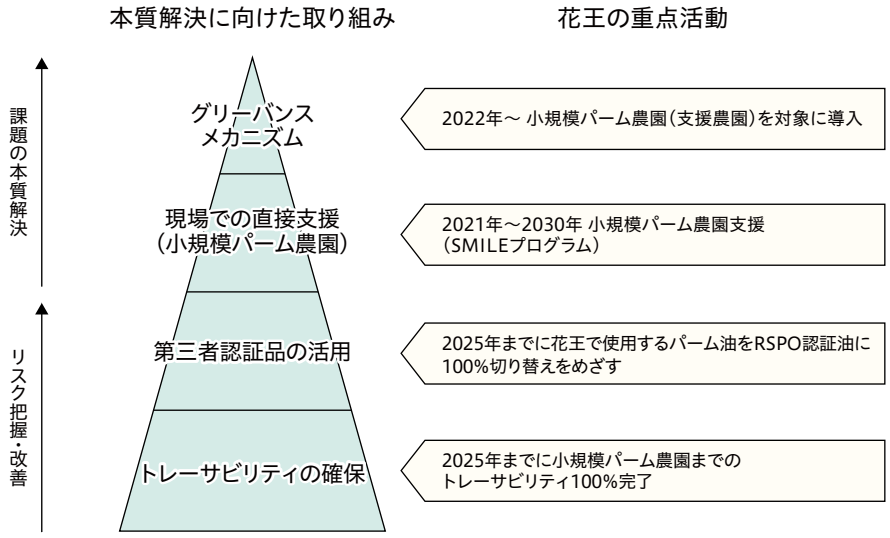
主な取り組み

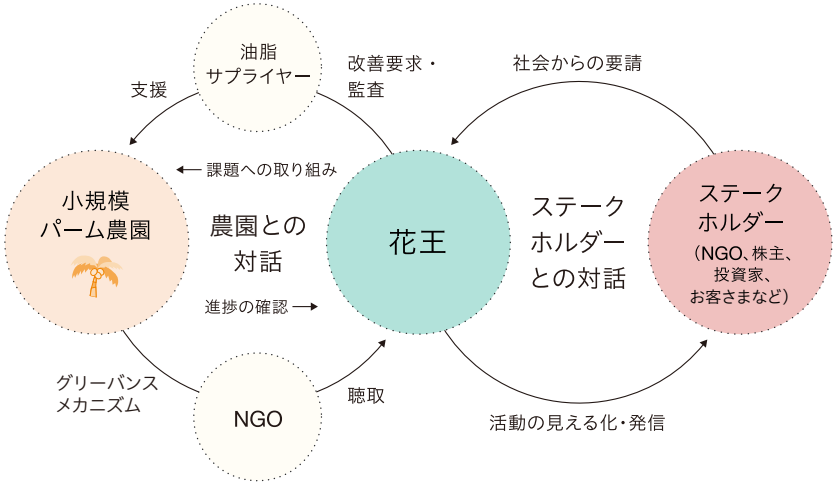
最も大切にすべき天然資源パーム

花王にとって、最も大切にすべき天然資源はパームであり、持続可能なパーム油調達に向けた活動を進めています。

花王では、油脂サプライヤーとそのグループ企業、またその投資先企業に対してNDPE方針、HCSA※の考え方の遵守徹底の要求と確認を進めています。また、2025年に向けて、RSPO 認証油の使用拡大、およびパームサプライヤー・NGOと協働で小規模パーム農園までのトレーサビリティ完了をめざしています。

※ HCSA：High Carbon Stock Approach（高炭素貯留アプローチ）





責任ある原材料調達

小規模パーム農園の支援

花王、油脂製品製造・販売会社のアピカルグループ、農園(プランテーション)会社のアジアンアグリの3社は、パーム油の持続可能なサプライチェーンの構築をめざし、インドネシアの小規模パーム農園の生産性向上、持続可能なパーム油に対する認証の取得を支援する「SMILE プログラム」(SMallholder Inclusion for better Livelihood & Empowerment program)を実施しています。

この活動は、現地農民の生活レベルの向上と森林伐採の抑制を目的としています。2030年までに約5,000農園を対象に、プランテーションメーカーの教育専門チームが生産性向上(目標収率2倍)に向けた技術指導、RSPO認証取得に向けた教育(RSPO基本理念、安全教育、収量管理方法)を行うことによって農園の生活レベルの改善を行います。さらにすべてのインドネシア小規模パーム農園の生産性が2倍になった場合、ボルネオ島に現存するパーム農園と同等面積(約400万ヘクタール)に相当する新たな森林伐採を抑制する効果が期待できます。

2020年から開始したPhase1では、スマトラ島の628農園を対象に、農地管理、労働安全、火災管理、RSPO認証取得などに関する教育を実施しました。

その結果、2022年に390農園がRSPO認証を取得し、花王はこの認証を取得した小規模パーム農園の認証クレジットを全量購入しています。小規模パーム農園の認証クレジットは、認証プレミアムを農園が直接受け取ることができるしくみで、これにより農園は安定的な収入を得ることができます。また、11月よりPhase2として新たに1,688農園の農地のリスク調査と農園の実態調査を開始しました。

また、花王独自技術の「アジュバント※」を紹介し使用方法を指導しています。2022年2月から北スマトラ州での使用テストを開始し、その効果を検証すると共に順次小規模パーム農園に提供していきます。

※ 花王が開発した植物原料由来の高機能の農薬展着剤。農薬散布時に薬剤が濡れ広がるように植物表面に展着させる

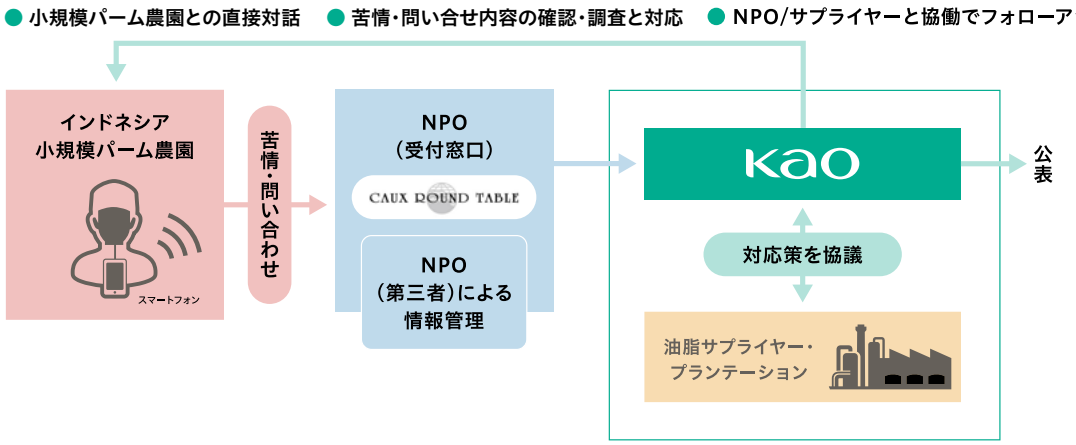
グリーバンスメカニズムの導入に向けた取り組み

2022年より「SMILE プログラム」で支援するインドネシアの小規模パーム農園の人権問題への迅速な対応手段として、グリーバンスメカニズムを開始しました。グリーバンスメカニズムとは、現場(農園)の課題(苦情)をNPOと共に確認・調査し、解決に向けた対応を主体的に行い、フォローアップするまでの取り組みです。

2022年9月よりインドネシアの北スマトラ島の50農園を対象に運用を開始し、認証制度、パーム生産、持続可能な農園などについて約100件の要望・問い合わせが寄せられました。NPOと共に対応を進めています。

引き続き、花王は現場(農園)での対話を起点に、サステナビリティ向上に向けて、本質的な課題解決への活動を強化していきます。そして、その活動内容を社外の

花王 小規模パーム農園グリーバンスメカニズム



責任ある原材料調達 GRI308-2, 414-2

ステークホルダー（NGO等）に発信し、対話を通してさらなる改善につなげていきます。

サプライヤーとの協働

サプライヤーのモニタリング

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「お取引先に求めるパートナーシップ要件」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。2014年加盟後、2016年より本格的に活用を開始し、グローバルの直接材全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。

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（花王SAQ）も活用しています。花王SAQは法令遵守・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から構成されます。

新規サプライヤーの採用にあたっても、同様のアセスメントを実施しています。

2022年末時点でグローバルの取引の88％（金額ベース）がSedex加盟会社（代替プログラム※1、花王SAQ含む）との取引となりました。今後さらに高めていきます。

また、Sedexにおいてアクセス権が設定されたサプライヤーに対して、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。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、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ました。

※1 EcoVadis等Sedexに代わる調査プログラム

CDPサプライチェーンプログラム※2

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」「水」および「森林」についてCDPサプライチェーンプログラムに参加し、主要なサプライヤーに情報開示を依頼しています。2022年の回答率は気候変動が81％、水が90％、森林が97％でした。

また、森林資源に関わる項目はCDPフォレスト※3に回答することを通じ、リスク評価を行っています。

※2 CDPサプライチェーンプログラム
CDPは、機関投資家の運営による非営利団体であり、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についてCDPプラットフォームを用いて求める取り組み

※3 CDPフォレスト
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

花王ベンダーサミット

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「ベンダーサミット」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。

2022年は2021年と同様にリモートで開催しました（日本、台湾）。2022年のベンダーサミットにおいては、「責任ある調達」に向けてESG調達（Sedex加入、SMETA監査実施、CDPサプライチェーンプログラム参加、LC-CO_2の取り組みなど）および安定調達（原材料のトレーサビリティ、情報セキュリティ対応など）について、花王とサプライヤーが共に取り組む活動の説明と協力を要請しました。また、2016年から実施しているお取引先表彰制度は、2022年より「戦略的パートナー」「ESG」「安定供給」の観点からの表彰に変更し、優秀なお取引先を表彰しました。

ベンダーサミット出席会社数（単位：社）

	日本開催	日本以外開催	合計
2018年	243	230	473
2019年	239	267	506
2020年	中止	中止	—
2021年	246	108	354
2022年	273	29	302

責任ある原材料調達 GRI404-2

教育と浸透

社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社員に対し、「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、国連グローバル・コンパクトやISO 26000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の認識を持つようにしています。2022年は、新たに購買部門に配属された社員5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、資格試験の受験を推進しています。2022年は環境社会検定試験®（eco検定®※）の受験を推進し、2022年の部門在籍者の累計合格者は84%となりました。

※eco検定®：環境と経済を両立させた「持続可能な社会」の促進をめざす検定試験

よりすこやかな地球のために

ページ	アクション	2022年の活動ハイライト	キーテーマ	ページ
P102	**脱炭素**	花王所有の各施設で自家消費用太陽光発電設備の導入、および再生可能電力の購入を推進しています。	再生可能エネルギーの使用	P113
		すすぎ1回を可能にした超濃縮タイプの衣料用洗剤、すすぎ時のお湯や水の使用量を削減するシャンプー、食器用洗剤など使用段階のCO_2削減に貢献する幅広い製品群を提供しています。	低炭素製品	P115
		使用済み紙おむつを炭素化装置で炭素化し、環境浄化や植物育成へ応用する取り組みや、空気中の炭素を素材へ変換する研究開発を進めています。	カーボンリサイクル	P116
		地球温暖化の進行により日やけ止めや制汗製品・感染症対策製品の需要増が、また渇水傾向の進行により節水製品の需要増が見込まれるため、これら製品の開発強化をしています。	適応製品	P116
P120	**ごみゼロ**	使用するプラスチックを削減するための取り組みです。Reduce、Reuse、Replaceによる活動を実施しています。	リデュースイノベーション	P123
		使用済み包装容器を回収しプラスチックにリサイクルする取り組みと再生プラスチックを使用する取り組みです。	リサイクルイノベーション	P123
P137	**水保全**	主には水使用量の約90%を占める節水製品に対する取り組みです。使用場面だけでなく、すべての段階で検討しています。	製品のライフサイクル全体における水使用量の削減	P138
		拠点のある地域の渇水リスクを評価しています。流域を設定し、その流域に見合った水リスクを低減する取り組みにつなげます。	水リスク評価	P138
P146	**大気および水質汚染防止**	環境汚染物質のひとつとされる揮発性有機化合物（VOC）とCODの削減活動を行っています。	VOC、COD排出量の開示と低減	P150
		環境汚染防止の重要な要素である法規制遵守に対して取り組んでいます。	環境法規制の遵守	P150

P327 生物多様性

脱炭素 GRI201-2

2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブの実現に向け、事業活動におけるCO_2排出量削減に加え、社会の排出量削減や、大気中の炭素の固定化を通じ脱炭素社会実現への貢献をめざします。

社会的課題

社会のありたい姿と現状の課題

今、社会がめざしている姿は、2050年までに温室効果ガスの排出実質ゼロの実現であり、地球の温度上昇を産業革命以前に比べ1.5℃未満に抑えることです。

しかしながら、2021年に公開されたIPCC※1第6次評価報告書WG1によると、1850～1900年から2010～2019年にかけて、人間活動によって世界平均気温が約1.1℃上昇した可能性が高いとしており、現在の状況が継続すると、早ければ2030年に1.5℃に達する可能性があることが報告されています。

すでに地球温暖化は進行しており、局所的豪雨や台風被害の拡大、山火事の多発、シベリア永久凍土の溶解など異常気象が発現し始めています。

このような状況を受け、近年ではEUをはじめ世界各地でカーボンニュートラル宣言が行われ、2020年10月に日本も2050年カーボンニュートラルを表明しました。また、多くの自治体で「気候非常事態宣言」が発出され、多数の企業でネットゼロ宣言が公表されています。また、2022年11月にはエジプトでCOP27が開催され、より実効性のある行動が重要視されるようになりました。「Fridays For Future」に代表される次世代を担う若者世代による実効性のある気候変動対策を要求する行動も行われています。

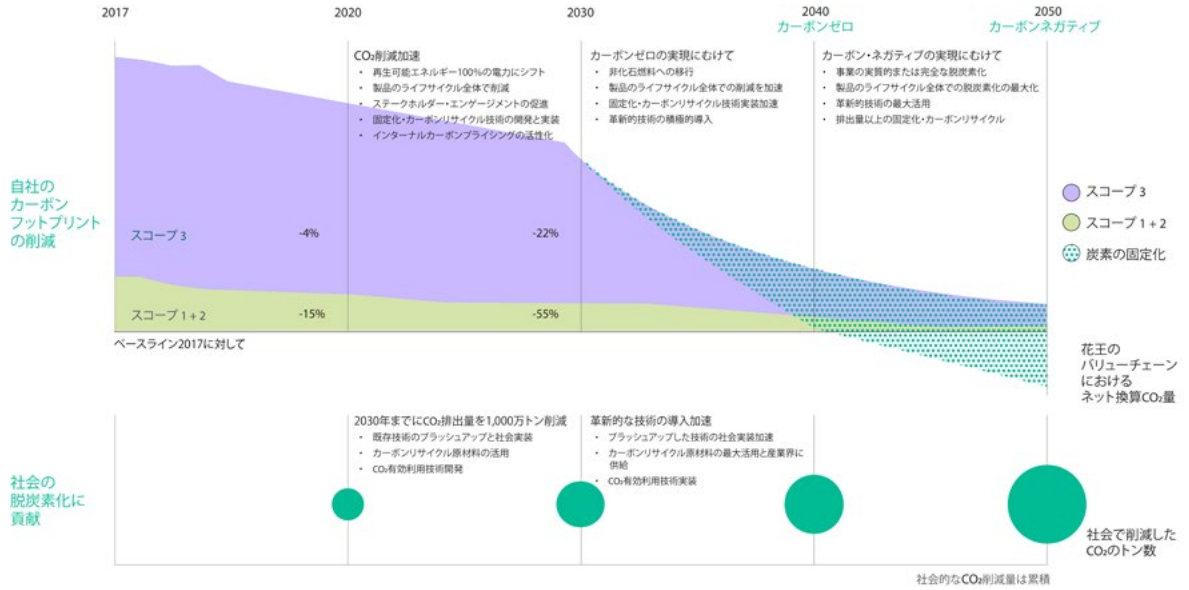
※1 IPCC
気候変動に関する政府間パネル。Intergovernmental Panel on Climate Change
人の社会活動による気候変化、影響、適応および緩和方策に関し、科学的、技術的、社会経済学的な見地から包括的な評価を行うことを目的として、1988年に国連環境計画と世界気象機関により設立された組織

花王の現状と資産

花王のカーボンゼロ目標は世界の標準である2050年よりも早い2040年達成をめざしています。これは現在の延長線上の技術や活動では達成することのできない不連続な高い領域の目標であると考えています。この目標を達成するためには現在の資産（生産体制・設備、知的財産、人的資産、社内外ネットワーク、投資など）を総導入し、かつ脱炭素推進を迅速に判断できる組織を構築することが必要と考えています。花王の研究開発力は本質研究に基づきイノベーションを起こす力を持っており、その力を最大化するために社外のステークホルダーとの協働が必要と考えています。

花王はどこをめざしているのか

花王は脱炭素宣言から実行段階へと迅速に移行し、確実に2040年カーボンゼロを達成するためのロードマップを策定しています。



脱炭素 GRI201-2

2030年における事業インパクトの試算

「2030年までに達成したい姿」に与える影響を4つの製品群ごとに評価しました。具体的には2030年売上高2.5兆円（2018年の1.67倍）とし、2018年のP/Lが比例的に拡大する前提で2030年のベースラインP/Lを設定。そのベースラインP/Lに与える事業インパクトを試算しました。ここで花王の事業に与える因子のうちシナリオ間による影響の大きさを比較するために、1.5℃シナリオ※1と4℃シナリオ※2で異なる影響の評価を行いました。そのため、大きな影響を与えうる可能性があるにもかかわらず、評価を行わなかった因子も存在します。また2050年では大きな影響となるにもかかわらず2030年ではその影響が小さくなった因子も存在しました。

※1 1.5℃シナリオ
IEA NZE 2050, IEA 2DS Scenario, IPCC RCP1.9, SSP1-1.9 など。産業革命前からの世界の平均気温上昇を1.5℃未満にするために必要な経済施策、またその温度上昇時に想定される環境被害などを示す。

※2 4℃シナリオ
IEA Current Policy Scenario, IPCC RCP8.5,SSP5-8.5など。産業革命前からの世界の平均気温上昇を4℃未満にするために必要な経済施策、またその温度上昇時に想定される環境被害などを示す。

脱炭素　シナリオ分析

		評価項目	評価した財務影響	2030年における財務影響（+：プラス影響、−：マイナス影響、ND：影響なし、数は影響の大きさ）				花王の対応状況
				1.5℃シナリオ※		4℃シナリオ		
移行	政策・法規制	炭素税の導入・引上げ	炭素税導入・引上げによる操業コスト上昇	新たな課税の導入や税率引上げによる操業コスト増	−−−	新たな炭素税の導入や税率引上げはされない	ND	Scope1+2排出量削減目標を設定し、削減活動を継続中
		プラスチック規制の導入	化石由来容器包装原料に対する課税	新たな課税の導入による調達コスト増	−	新たな課税の導入はされない	ND	リデュースイノベーションを実施する方向性を公表。革新的なフィルム容器包装の年間普及量目標を設定し、プラスチック使用量削減活動を継続中
			再生プラスチック使用義務化によるコスト増	再生プラスチック使用義務化の導入により、再生プラスチック単価が上昇し、調達コスト増	−	新たな再生プラスチック使用義務化は導入されない	ND	リサイクルイノベーションを実施する方向性を公表。再生プラスチック利用容器の採用を拡大中
	市場	エネルギー価格の上昇	電力小売価格の変動	電力小売価格の上昇によるコスト増	−	電力小売価格の低下によるコスト減	+	エネルギー使用量削減目標を設定するとともに、自家消費用太陽光パネルを積極的に設置中
		原材料価格の上昇	化石由来原材料価格の上昇	原油価格の上昇による調達コスト増	−−	原油価格の上昇による調達コスト増	−−−	化石由来原材料を使用している製品群において、その使用量を削減する活動を継続中
			パーム油の調達価格の上昇	森林の開発制限が強化され供給不足となり調達コスト増	−	新規農園が開発され供給量が増加しコストは変わらない	ND	代替原材料（藻類由来油脂や未利用バイオマス）の開発促進と利用開始
			パルプの調達価格の上昇	森林火災は増加するが供給量不足にならずコストは変わらない	ND	森林火災は増加するが供給量不足にならずコストは変わらない	ND	−
		消費行動の変化	エシカル製品の売上増	2030年の主要購買層となる世代のエシカル製品への需要が増加し売上が増加する	++	2030年の主要購買層となる世代のエシカル製品への需要が増加し売上が増加する	++	ESG外部アドバイザリーボードにエシカル協会代表の末吉里花氏を招へい エシカル製品の開発と提供
物理	急性	異常気象の激甚化	洪水被害額の増加	洪水リスクは増加するが、被害額の正確な予測が困難	−	洪水リスクは増加するが、被害額の正確な予測が困難	−	BCPの見直し サプライヤー向け水リスク調査の実施
	慢性	平均気温の上昇	日やけ止め、制汗剤の売上増 感染症対策製品の売上増	気温の高い地域・季節において売上が増加	+	気温の高い地域・季節がより拡大し売上が増加	+	生産計画の見直し 感染症対策製品の開発・上市
		水需給のひっ迫	水使用料の値上げによる操業コスト上昇	渇水地域で操業する工場において操業コスト増	−	渇水地域で操業する工場において操業コスト増	−	水使用量削減目標を設定し、削減活層を継続中

※2℃シナリオ分析をもとにした花王評価

脱炭素 GRI201-2

方針

気候変動は、現在ならびに将来世代が豊かな生活文化Kirei Lifestyleを実現することに対する大きなリスクとなっています。「花王ウェイ」において「豊かな共生世界の実現」を使命として掲げる花王では、各方針のもと地球温暖化の緩和と適応の両面から積極的に活動を推進しています。

環境・安全の基本理念と基本方針では、「商品の開発・生産・流通・消費・廃棄までの事業の全段階において、環境の保全と人の安全に十分配慮し、持続的発展可能な社会の実現に貢献します。」と掲げています。

花王レスポンシブル・ケア方針では、「事業活動において、省資源、省エネルギーを推進すると共に、環境影響を継続的に改善」と宣言しています。

さらに環境宣言においては、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品が関わるライフサイクルの中で消費者をはじめさまざまなステークホルダーの方といっしょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。

また、パーム油や紙・パルプを対象にした「ハイリスクサプライチェーンからの調達」の策定により、持続可能な開発におけるリスクを認識した原材料の調達方針を表明しました。

これらの方針に基づき、花王は脱炭素活動を推進しています。自社拠点からのCO_2排出はもちろんのこと、製品ライフサイクル全体におけるCO_2排出量の削減を行っています。さらに、社会のCO_2排出量の削減に貢献する製品・サービスを積極的に提供しています。また、大気中のCO_2を原料とする技術開発や、植林等を通じてCO_2を固定化する投資を行っています。さらに事業領域外での脱炭素を支援するためのオフセットは、特に移行期間では重要と認識し実施しています。

これらの活動により2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブをめざします。一方で、変わりつつある気候に適応した製品・サービスの提供を加速し、生活者のKirei Lifestyleの実現をめざします。

P91 責任ある原材料調達

Web
環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

花王 環境宣言
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

ハイリスクサプライチェーンからの調達
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-supply-chain-management.pdf

戦略

リスクと機会

リスク

移行リスクでは、炭素税が導入されることによる規制対応のためのコスト増、気候変動へ対応した製品開発のための費用増、化石燃料の使用制限による原材料のコスト増などを特定しました。

物理的リスクでは、短期雨量増加による自社工場の洪水被害やサプライチェーンの寸断による製品供給の影響などの重要なリスクを確認しました。

機会

気候変動の対策をとることにより効率的な資源活用を行い運営費削減に寄与する機会を特定しました。また、生活者の消費行動がよりエシカルに移行する市場の需要に対して、気候変動の緩和に貢献する製品開発を継続することによる売上増加の機会を特定しました。

戦略

花王は特定したリスクと機会に対しレジリエントな企業戦略を策定しています。

花王は、気候変動という社会全体の問題に対し、積極的な目標を掲げ、先端技術や新規技術をさまざまなステークホルダーと共に自らそして社会に積極的に実装していくことで、気候変動問題のソリューションを示していきたい

脱炭素 GRI3-3, 201-2

と考えています。

事業活動に伴う温室効果ガス排出量を削減するために、自社事業場では、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、製品においては原材料調達と使用、廃棄・リサイクルの各工程で、ステークホルダーと共に排出量の削減活動を継続的に実施しています。また、製品使用時における温室効果ガス排出量削減に貢献する製品・サービスを積極的に提供しています。

花王は、移行リスクや物理的リスクに対応する環境配慮型製品や、気候変動により変化する生活者のライフスタイルに対応した製品を提供することで、豊かな共生世界の実現に取り組んでいます。

社会的インパクト

上記戦略を実践することで、温室効果ガス排出量が削減でき地球温暖化の緩和に寄与できます。また使用時CO_2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生活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。

貢献するSDGs

事業インパクト

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CO_2排出量の削減は、原材料削減や使用時CO_2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。

再生可能電力の発電コストは年々低下し続けていることから、使用電力を100％再生可能電力とすることは将来の電力コストの低減が見込めます。

2030年CO_2排出量（スコープ1+2）は、何も対策を講じなければ、2017年比1.67倍となると見込んでいます。しかし花王は、CO_2排出量（スコープ1+2）を抑制するために2006年からインターナルカーボンプライシング制度を導入し、17年にわたり省エネ設備、低CO_2設備や再生可能エネルギー調達など脱炭素に資する投資判断に活用しています。昨年花王は2030年CO_2排出量削減目標（スコープ1+2）を、22％削減から55％削減に更新しました。この目標を実現するためには、今後導入する設備は可能な限りCO_2排出量が少ない設備にしないと、削減目標を達成できないばかりか、座礁資産となるリスクがあります。そこで花王は、社内炭素価格を3,500円/トン-CO_2から168ドル※1／トン- CO_2に設定価格を引き上げた社内炭素価格制度を活用し、2022年には豊橋工場の温水ヒートポンプ導入（2023年5月完成予定）、鹿島工場の太陽光発電導入（2024年1月完成予定）を採択しています。2030年に130US$/トン-$CO_2$※2の炭素税が導入されるとすると、同目標を達成することで炭素税負担は約78億円となりますが、削減活動を行わない場合と比べて約210億円の負担減が見込まれます。これにより、花王が生産する製品のCO_2排出量が低くなることから、低CO_2商品の供給が可能になり、低CO_2製品を求める需要への対応が可能となります。

※1 今後新規に導入する設備は2030年以降も稼働しているとの想定から、IEA World Energy Outlook2021より2035年における炭素税として花王が想定、2023年2月より基準通貨を日本円から米ドルに変更
※2 World Energy Outlook 2021

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、気候変動問題に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 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共にコーポレート戦略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コーポレート戦略部門レスポンシブル・ケア推進部が、リスク・危

脱炭素 GRI3-3, 404-2

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、CO_2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っています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

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規制遵守状況の確認やCO_2排出量、水使用量実績、排水中化学物質量の把握などを行い、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・ケア推進委員会やリスク・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っています。

気候変動問題に関する機会管理は年6回開催するESGコミッティで実施しています。同コミッティの委員は事業、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。同コミッティとその下部組織の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。

同コミッティ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。

教育と浸透

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、製品を選択する側となります。従って、花王社員がさまざまな機会を通じて地球温暖化に関わる知識を得、自主的・積極的に脱炭素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。

2020年よりKirei Lifestyle Planのテーマごとに社内向け教育用動画の作成、配信を開始しました。2022年は脱炭素の内容を更新して配信し、今後はほかのKirei Lifestyle Planの目標についても展開していくことで、社員へのKirei Lifestyle Plan活動の浸透を継続的に進めていく予定です。

ステークホルダーとの協働

「環境宣言」のスローガン“いっしょにeco”のもと、さまざまなステークホルダーと共に脱炭素に向けた活動を推進し、脱炭素に関する教育や花王の取り組みの周知を行っています。

お客さまと“いっしょにeco”

製品ライフサイクルにおけるCO_2排出量の40%程度が使用段階であることから、生活者への啓発は非常に大切であると考えています。例えば、すすぎ1回の衣料用洗剤をご購入いただいても、お客さまがすすぎ2回で洗濯をされるとCO_2排出量の削減効果は発現しません。生活者に花王製品の環境価値を正しく伝え、正しく行動していただくことが非常に大切です。花王はさまざまなイベントを通じ、CO_2削減の重要性や花王の活動、花王の製品の環境価値を伝えています。

ビジネスパートナーと“いっしょにeco”

花王は“ESGよきモノづくり”を通して生活者のKirei Lifestyle実現をめざしています。しかし、これは花王だけで実現できるものではありません。原材料調達、生産、輸送、販売などの各段階において、ビジネスパートナーの皆さまと花王とが同じ思いのもと、活動に取り組んでいくことが重要であると考え、さまざまな情報共有の場を設けています。

P72 サステナブルなライフスタイルの推進:ステークホルダーとの協働

特に製品ライフサイクルにおけるCO_2排出量の40%程度が原材料段階に起因するため、原材料供給サプライヤーとの協働は非常に重要であると認識しています。

また、花王は投資家をはじめとするステークホルダーとの対話は地球および企業の持続的成長に重要な活動と考え、2019年3月にTCFDに賛同しました。花王は気候変動に関する情報開示を積極的に実施することにより、投資家をはじめとするステークホルダーとの対話の推進を行っています。

脱炭素 GRI3-3, 302-4, 302-5

TCFD
https://www.fsb-tcfd.org/

社会と“いっしょにeco”

国連や政府、自治体、NPOなど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。

脱炭素社会に向け電力の低炭素化は非常に重要なアプローチであることから、花王の活動の情報発信を積極的に行っています。

リスク管理

移行リスクに関しては、低炭素製品の開発・上市を進めています。SCM・研究開発・関連事業部門ともに低炭素商品を出すためには、購買の再エネ導入を推進します。また、物理的リスクに関しては、グループ全体のリスク回避にかかる費用の算出と長期操業停止を想定した事業継続計画(BCP)を策定します。

目標と指標

中長期目標と2022年実績

花王は、2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブをめざし、活動を加速していきます。また社会全体の温室効果ガス排出量を削減するための貢献を最大化していきます。

2030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は、毎年1%削減を目標に設定し、2013年より継続しています。

全拠点の温室効果ガス排出量(スコープ1+2)は、SBT1.5℃目標に準じた、-55%(絶対量:2017年比)であり、製品ライフサイクル温室効果ガス排出量(スコープ1+2+3)の目標は、SBT2℃目標に準じた-22%(絶対量:2017年比)です。いずれもSBTイニシアチブにより承認されています。

また、2021年6月にRE100に加盟し、花王グループ全拠点の電力を2025年に購入電力100%、2030年に使用電力100%を再生可能由来に移行する目標を設定しました。

加えて、花王グループの製品、サービスの提供により社会全体で10,000千トン-CO_2の削減貢献をめざします。

項目	対象範囲	2030年目標
温室効果ガス排出量(絶対量)	花王グループ製品ライフサイクル全体	22%削減(2017年比)
	花王グループ全拠点	55%削減(2017年比)
エネルギー使用量(売上高原単位)	花王グループ全拠点	毎年1%削減(対前年、2021年以降)
使用電力	花王グループ全拠点	100%再生可能由来
削減貢献量	製品・サービス	10,000千トン-CO_2

RE100 | CLIMATE GROUP | CDP

SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

長期目標

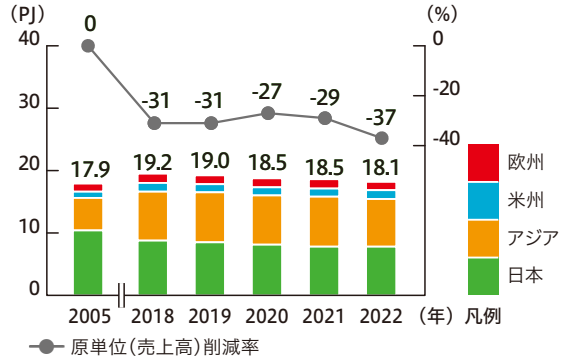
2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブ

CO_2の「リデュースイノベーション」と「リサイクルイノベーション」への取り組み、およびすべてのステークホルダーとの協働により事業活動に伴うCO_2排出量を2040年までにゼロ、2050年までにネガティブをめざします。

脱炭素 GRI2-4, 302-1, 302-3, 302-4, 305-5

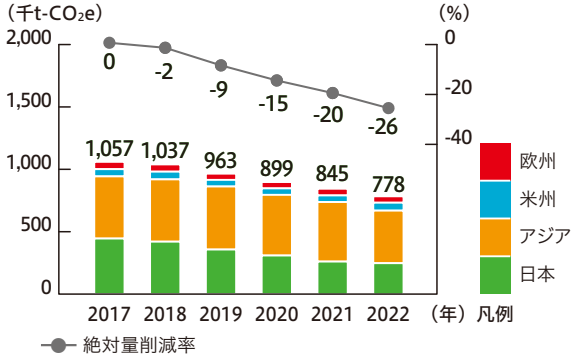
2022年の実績：実績

エネルギー使用量の推移 ☑(全拠点)



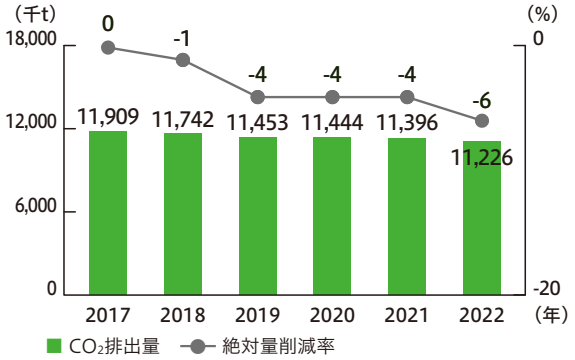
※ 集計対象拠点：花王グループの全拠点、日本の営業車含む
※ 保証対象はエネルギー使用量

温室効果ガス排出量の推移 ☑(全拠点)



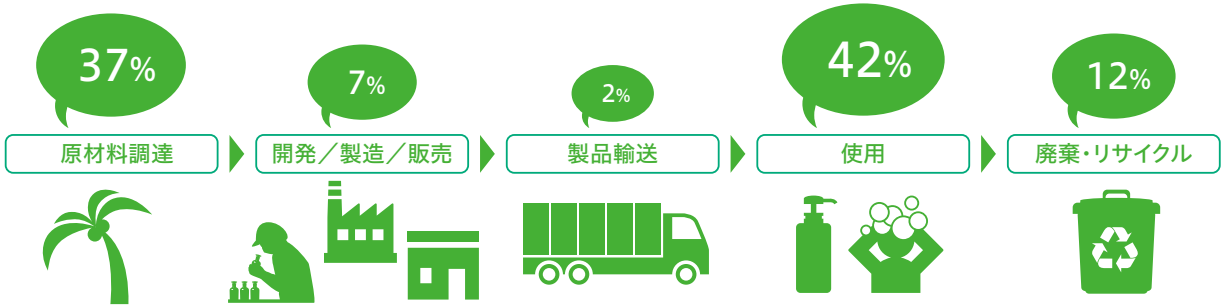
※ 集計対象拠点：花王グループの全拠点、日本の営業車含む
※ 集計対象ガス：京都議定書に定める7ガス(日本以外の拠点はCO₂のみ)
※ 保証対象は温室効果ガス排出量
※ 欧州の非生産拠点の購入電力が再エネ由来電力となっていたことが判明したため、2017～2021年の値を修正しました。

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排出量および絶対量削減率
※ 欧州のScope2の修正に伴い、2017～2021年の値を修正。

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



脱炭素 GRI2-4, 302-1, 305-1, 305-2, 305-5

削減貢献量

花王の事業全体における、排出削減量は、4,230千トンでした。削減貢献量とは、花王の製品によって社会全体で削減されたCO_2排出量です。

クレジットの償却

花王が償却したCO_2クレジットの総量は27千トンでした。

再エネ由来電力の購入量・使用量の推移(%)

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
購入電力	7.6	28.3	37.2	51.8	63.4
使用電力	5.6	21.6	28.8	39.5	48.6

2022年実績に対する考察

全ライフサイクルCO_2排出量は前年より170千トン減少し、2017年に対し6%削減しました。日本の食器用洗剤のシェア拡大により増加しましたが、中国の都市封鎖などの影響によるアジアの売上減、および拠点での再エネの導入により減少となりました。花王全体の売上が伸長した一方、新型コロナウイルス対策製品であるハンドソープと消毒液の売上伸長が落ち着いたことが減少の主な要因となりました。

花王グループの全拠点におけるエネルギー使用量は18.1PJ(ペタジュール)、売上高原単位は前年比10.6%削減し、目標の1%削減を上回りました。温室効果ガス排出量は2017年に比べ26%削減しました。再エネ電力比率は購入電力が63%、使用電力が49%でした。

花王は、使用段階のCO_2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。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。

スコープ1 CO_2排出量の推移 ☑(千t-CO_2e)

	2020年	2021年	2022年
日本	242	244	240
アジア	278	264	256
米州	45	45	51
欧州	51	50	48
合計	616	605	595

スコープ2 CO_2排出量の推移 ☑(千t-CO_2e)

	2020年	2021年	2022年
日本	68	19	3
アジア	208	213	173
米州	6	8	7
欧州	1	1	1
合計	282	240	183

※欧州の非生産拠点の購入電力が再エネ由来電力となっていたことが判明したため、2020、2021年の値を修正しました。
※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)

	2020年	2021年	2022年
電気	7,952	7,934	7,634
熱	0	0	0
蒸気	177	232	210
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)

	2020年	2021年	2022年
天然ガス	8,579	8,723	8,553
軽油	1,334	1,095	1,077
ガソリン	99	104	110
その他	132	126	123
廃植物油(熱回収)	347	304	346

脱炭素 GRI305-3

スコープ3 CO_2排出量の推移（千t- CO_2e）

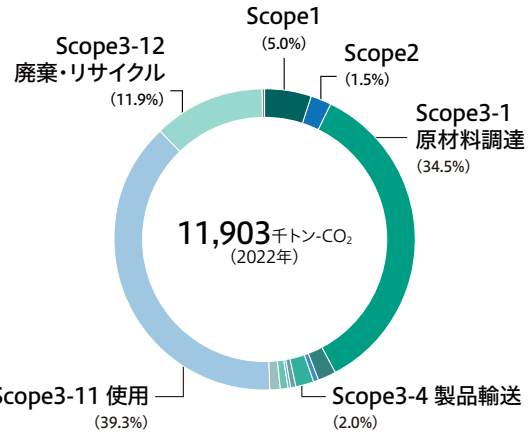
	2020年	2021年	2022年
1. 購入した製品・サービス☑	4,206	4,228	4,109
2. 資本財の建設・建造	259	264	285
3. スコープ1・2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	59	60	58
4. 輸送、配送（上流）☑	249	245	241
5. 事業から出る廃棄物	65	68	66
6. 出張	4	4	5
7. 雇用者の通勤	18	18	18
8. リース資産（上流）	0	0	0
9. 輸送、配送（下流）	111	108	109
10. 販売した製品の使用者による加工	116	131	131
11. 販売した製品の使用☑	4,653	4,647	4,680
12. 販売した製品の使用者による廃棄☑	1,438	1,432	1,417
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	6	5	5
合計	11,184	11,210	11,125

カテゴリー 1：購入した製品・サービス
日本および海外で販売した製品の単位数量当たりの原材料のCO_2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。
原材料のCO_2排出量は購入した原材料の重量にインベントリデータ（サプライヤー調査、文献値、市販データベースなどを利用）を乗じることにより算出。

カテゴリー 4：輸送、配送（上流）
日本および海外で荷主として輸送した製品のCO_2排出量。
日本は省エネ法の基準に則り算出。海外は日本の数値を基準に花王で算出。

カテゴリー 11：販売した製品の使用
日本および海外で販売した製品の単位数量当たり使用時のCO_2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。
ただし、産業向け製品は含んでいません。
使用時のCO_2排出量は使用時の水、お湯、電力の消費量にインベントリデータ（文献値、市販データベースなどを利用）を乗じることにより算出。

カテゴリー 12：販売した製品の使用者による廃棄
日本および海外で販売した製品の単位数量当たりの廃棄・リサイクルのCO_2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。
ただし、産業向け製品のCO_2排出量は含んでいません。
廃棄・リサイクルのCO_2排出量は製品の中身と包装容器に分かれ、中身は化石由来炭素がすべてCO_2に変換されるとして計算し、包装容器は材質ごとに焼却、埋立、リサイクルなどの処理方法に各国の実績に応じた割合で割り振られた重量にインベントリデータ（文献値、市販データベースなどを利用）を乗じることにより算出。
※ 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。



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。2022年、花王は気候変動、水、森林のすべての分野でA評価を獲得し、昨年に続きトリプルA企業となりました。2022年にトリプルAを獲得した企業はグローバルで12社、日本では1社のみです。

※CDP
機関投資家の運営による、ロンドンに本部を置く非政府組織。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っている。

CDPによる評価

分野	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
気候変動	A-	A	A	A	A
森林（パーム油／木材）	A-／A-	A-／A-	A／A-	A／A	A／A
水	A	A	A	A	A
サプライヤーエンゲージメント	A	A	A	A	A

CDP A LIST 2022
CLIMATE FORESTS WATER

Web CDP回答結果
CDP 2022 気候変動回答書 回答
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2022-001.pdf

CDP 2022 水 回答
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2022-002.pdf

CDP 2022 森林 回答
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/global/en/sustainability/pdf/cdp2022-003.pdf

脱炭素 GRI308-2

主な取り組み

原材料購入における取り組み

緩和

ベンダーサミット

重要サプライヤーをお招きしたベンダーサミットを開催し、脱炭素への取り組みを含む花王のESGに関する取り組みを説明し、協力を要請しています。ESG 調達(Sedex 加入、CDPサプライチェーン参加など)および安定調達(原材料のトレーサビリティ、BCP 対応など)の強化に向けて、花王とサプライヤーが共に取り組む活動について説明と協力を要請しました。

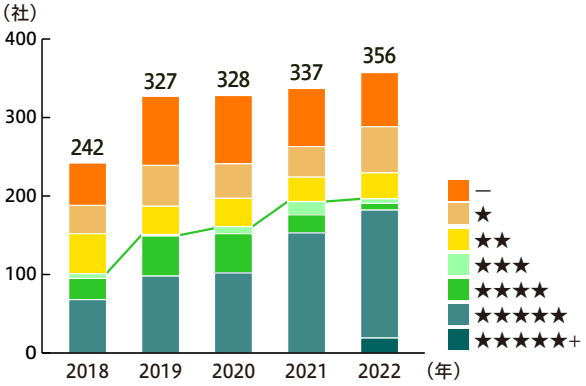
CDPサプライチェーンプログラム(気候変動)

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、CO_2削減活動をより積極的に進めていただくことを期待し、CO_2削減活動状況を評価し、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。これらの取り組みが評価され花王はCDPサプライヤーエンゲージメントの最高評価である「CDPサプライヤーエンゲージメントリーダー」を6年連続で獲得しました。

2022年の調査の結果、「★★★」以上の評価となったサプライヤー数は196社となり、サプライヤーの活動レベルが向上していることがわかりました。また、非回答サプライヤー数も昨年に比べ減少していますが、さらなる活動レベルの向上をめざしてエンゲージメントを進めていきます。

CDP SUPPLIER ENGAGEMENT LEADER 2022

サプライヤーの活動レベル(気候変動)

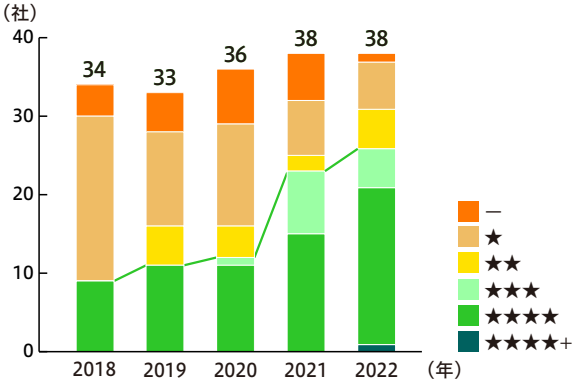


CDPサプライチェーンプログラム(森林)

花王は、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・パルプを提供いただいている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。森林活動状況を評価し、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。

2022年の調査の結果、「★★★」以上の評価となったサプライヤー数は6社増加し、非回答サプライヤー数も大幅に減少しました。今後も継続的なエンゲージメントを推進していきます。

サプライヤーの活動レベル(森林)



原材料の低炭素化

花王は、サプライヤーの協力のもと、リサイクル樹脂、植物由来樹脂、薄い段ボールなど、より低炭素な原材料の利用を積極的に進めています。これらは、製造時のみならず廃棄・リサイクル時における低炭素化に大きく寄与します。中長期視点でのCO_2削減に向けても、新たな取り組みをスタートしており、パーム油の代替原料を市場に供給することを目的として米国に設立されるベンチャー企業へ、サステナブル素材のリーディングカンパニーであるGenomatica およびUnileverと共に、創立メンバーとして参画しました。

脱炭素 GRI308-2

また、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CO_2排出量の削減にも取り組んでいます。

製品ライフサイクルCO_2(LC-CO_2)算定における原材料負荷の精緻化

CO_2負荷の大きな原料を納入いただいている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CO_2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CO_2排出量算出の精度の向上だけでなく、各サプライヤーのCO_2排出量削減の取り組みを評価することができ、花王の製品ライフサイクルCO_2排出量削減に反映しています。

花王が継続的に実施してきたサプライヤーとの取り組みが評価され、2020年に日本LCAフォーラム表彰において、最高賞である経済産業省 産業技術環境局長賞を受賞しています。

P91 責任ある原材料調達

適応

CDPサプライチェーンプログラム(水)

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。例えば、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き、その対応を進めていただくことを主目的として、CDPサプライチェーン「水」に2015年から参加しています。

P137 水保全

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。同基準では全ライフサイクルCO_2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。

特に使用過程において水を使う製品では、家庭で使用する水道水を製造する浄水場と家庭で使用した廃水を処理する下水処理場で多くのエネルギーを要しCO_2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、使用過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CO_2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。

また花王は、"Maximum with Minimum"すなわち、最小限の原材料で最高の品質を達成することをめざしています。この考えに基づき開発された活性剤がバイオIOSです。この活性剤は衣料用洗剤「アタックZERO」に利用されています。

さらに花王は、高い効率が期待される太陽光電池の作製技術の開発を進めています。

CO_2を花王製品で使用する原料に利用するための技術開発も進めています。

P137 水保全

Web 花王、東京大学、九州工業大学の産学連携の共同研究により、高エネルギー変換効率が期待される太陽電池の作製技術を開発
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2019/20190111-001/

適応

地球温暖化が進むと、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ます。併せて、気候変動により感染症のリスクも上がります。2022年6月にタイで革新的な花王独自の技術を搭載した忌避剤ローション「ビオレガード　モスブロックセラム」を上市し大きな反響がありました。また渇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。花王は、夏場の需要が増大する製品や節水製品の開発を積極的に進めています。

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、食と競合せず現在利用されていないバイオマスの利用が求められています。花王は、食と競合しないバイオマスを利用し高い性能を有する界面活性剤(バイオIOS)を開発し、衣料用洗

脱炭素 GRI302-4

剤「アタックZERO」に使用しています。

2022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407百万円、7,890百万円でした。

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

2022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・事務所、ロジスティクスセンター全体の計画を完了し、年間約4.65千トンのCO_2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。

無駄なエネルギーの排除

2022年も前年に引き続き、無駄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、消費エネルギーを最適化する現場の改善活動も積極的に推進しています。

事務所でも無駄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。

2022年の省エネ活動は177件あり、CO_2削減量とコスト削減額はそれぞれ年間で約4,007トン、約5.8億円となりました。

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自家消費用太陽光発電設備の導入を推進しています。2022年はキミ花王、花王(合肥)、花王(上海)加工、花王スペイン(オレッサ工場)に設置した設備が発電を開始しました。2022年の総発電量は10,467MWhで、各拠点の総発電量は次ページの通りです。

再生可能電力の購入も推進しています。ドイツ花王化学、花王マニュファクチャリングジャーマニー、花王コーポレーション(スペイン)の3拠点、花王チミグラフ、モルトンブラウン、花王USA、花王(株)酒田工場、栃木工場、鹿島工場、すみだ事業場、川崎工場、小田原事業場、豊橋工場、和歌山工場、有田研修所、大阪事業場、茨木SP、星和寮、紀和寮、湊クラブ、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)、花王製紙富士(株)、花王ロジスティクス(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)、中国の4工場(上海花王、上海化工、花王合肥、花王フルダオ)では、すべての購入電力を再生可能電力に置き換えています。

そのほかにも、花王インダストリアル(タイランド)、ピリピナス花王、花王ペナングループ、花王本社で再生可能電力を購入しています。

これらの再生可能エネルギー電力の利用により、219千トンのCO_2排出量を削減しました。

酒田工場の太陽光発電設備

脱炭素 GRI302-4, 305-3, 305-6, 403-7

太陽光発電設備による総発電量(2022年)

社名・工場名	総発電量(MWh)
花王(株)　酒田工場	2,459
花王(株)　栃木工場	1,560
花王サニタリープロダクツ愛媛	421
花王(株)　豊橋工場	399
花王(株)　川崎工場	395
花王ロジスティクス(株)　厚木ロジスティクスセンター	240
花王(株)　和歌山工場	219
花王ロジスティクス(株)　すみだ北ロジスティクスセンター	169
花王(株)　すみだ事業場	34
上海花王	824
花王インダストリアル(タイランド)	746
キミ花王	744
花王(合肥)	618
花王(台湾)	531
ピリピナス花王	366
花王ペナングループ	175
花王チミグラフ	126
花王(上海)化工	121
花王USA	120
花王スペイン　オレッサ工場	113
花王インドネシア化学	46
花王オーストリア	40
花王チミグラフ　ルビ1工場	67
花王チミグラフ　ルビ5工場	59

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。

4. オフィスビルのZEB Ready取得の取り組み

2020年8月、すみだ事業場(東京都墨田区)内に新しく建てたオフィスでは、ZEB(ゼロ・エネルギー・ビルディング)Ready認定を取得しました。高断熱の外壁や水を利用した輻射式の空調など高効率な省エネルギー設備を設置することで、標準的な仕様の建物消費エネルギーを58%削減しています。また、屋上には太陽光パネルや非常用発電機を設置し、災害時の備えも準備しています。

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っています。

また、気候変動に伴い台風の大型化や集中豪雨などの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。

輸送における取り組み

緩和

2022年の日本国内における輸送時のCO_2排出量は102千トンとなり、4.6%増加(2017年比)しました。

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CO_2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時、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、CO_2排出改善に寄与します。

内閣府が推進する戦略的イノベーション創造プログラムに参加し、ライオン株式会社と協働してスマート物流に取り組み、2020年10月に定期輸送を開始しました。

花王の川崎工場(神奈川県)から坂出ロジスティクスセンター(香川県)間の輸送と、ライオンのライオンケミカル坂出工場(香川県)から加須(埼玉県)・柏(千葉県)・相模原(神奈川県)にある各流通センターへの輸送を結合して往復輸送とし、トラック輸送の生産性向上とCO_2排出の削減をめざしています。

この取り組みにより、従来の輸送方法と比較してトラックの空車走行距離を短縮し、両社合計でCO_2排出量の45%、輸送費用の23%削減を見込んでいます。

脱炭素 GRI302-4, 302-5, 305-3

ライオンとの共同配送

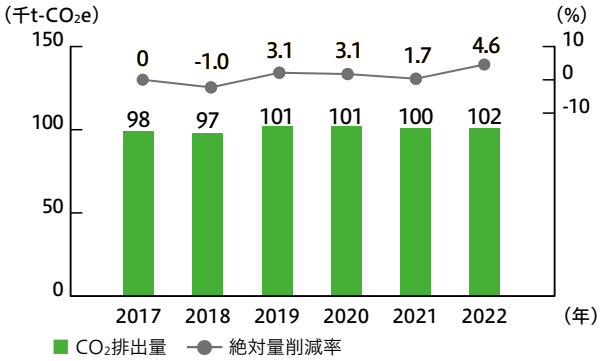
5. 日本以外の輸送エネルギー・CO_2排出量の見える化

2020年からの日本以外での輸送エネルギー、CO_2排出量の算出開始に向け準備を進めましたが、2020年の日本以外の輸送のCO_2排出量は推定により算出して報告しています。なるべく早期に実際の輸送実績に基づく量を報告できるよう準備を進めます。

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が高まっています。花王の主要市場である日本においては、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、製品輸送の管理を子会社が担当しています。

輸送時のCO_2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CO_2排出量

使用における取り組み

緩和

花王は使用段階のCO_2の削減に貢献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、すすぎ時のお湯や水の使用量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。

衣料用洗剤では、洗たく1回当たりの全ライフサイクルCO_2排出量を約22%削減できる「アタックNeo」を2009年に発売し、2019年には、これまでの洗浄の概念を塗り替える、花王史上最高の洗浄基剤「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、2020年に「アタック3X」を発売しました。日本では、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が変化しはじめています。すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤は、日本、台湾で提供しています。

そのほかにも、手洗いをすることで水使用量を減らすことができる全身洗浄料「ビオレu ザ ボディ 泡タイプ」などがあります。

これら使用時のCO_2排出量削減に効果のある製品を正しくお使いいただくために、自治体や流通企業が主催する環境イベントに参加しています。

産業界向け製品でも、顧客の皆さまが使用する段階のCO_2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、低温で鋼板を洗浄・リンスでき燃料のCO_2を削減する洗浄・リンス剤、洗浄工程の超純水や各種薬剤の使用量を減らしCO_2削減に寄与するウェハー洗浄剤、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。

衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO」

脱炭素 GRI302-5, 305-3

手洗いをすることで水使用量を減らすことができる全身洗浄料「ビオレu ザ ボディ 泡タイプ」

適応

地球温暖化が進むことで、夏場に売り上げが増大する制汗剤等の需要期間が長くなり、需要増が見込まれることから、これらの製品開発を強化しています。また渇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」を運営しています。

Web 花王「そなえーる」サイト
https://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CO_2は、次の2種類から構成されています。ひとつは、生活者が使用した後の製品廃棄に関するものであり、包装容器やおむつ等の焼却や、洗剤成分など石油でつくられた成分が下水処理で分解して発生するCO_2です。もうひとつは、焼却、リサイクル設備、下水処理などの設備運転に必要なエネルギー消費により発生するCO_2です。これらの発生量を同時に解決するには、廃棄・リサイクルの対象となる量を減らすことが最重要です。そして廃棄・リサイクルされる廃棄物は可能な限りリサイクルを進め、どうしても処理しなければならない廃棄物はカーボンニュートラル化するというアプローチを花王は採用しています。

この考えに基づき、使用量を削減する取り組みをリデュースイノベーションと名付け、包装容器や紙おむつの原材料、洗浄剤における洗剤成分において進めています。リサイクルする取り組みをリサイクルイノベーションと名付け、包装容器や使用済み紙おむつにおいて推進しています。

使用済み紙おむつを炭素化装置で炭素化し、環境浄化や植物育成促進に活用していきます。また炭素素材への変換をめざし、研究開発を進めていきます。

廃棄時に排出されるCO_2をニュートラル化できるバイオマスを利用したプラスチックや原料の利用も進めています。新たな取り組みとして、キャッサバ残渣をバイオマスとして利活用する製造モデルの調査を国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)の委託事業として開始しています。

P120 ごみゼロ

適応

今後人口が増加していく一方、パリ協定実現に向け化石燃料の採掘が厳しく制約されたり、さまざまな資源の利用が制限されることが予測されます。原材料使用量を削減すること、使用済み製品は可能な限りリサイクルすること、どうしても処理しなければならない

脱炭素 GRI305-3

廃棄物はバイオマス由来であること、が脱炭素社会において必要なことであると考えています。

P120 ごみゼロ

ステークホルダーとの主な協働事例

・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「脱炭素経営ネットワーク」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、企業のスコープ3排出量算定に貢献
・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
・「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
・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CO_2削減貢献を社会に発信
・CDPが運営する、サプライチェーンプログラムに13年連続で参加。サプライヤーの認識向上、行動変容の促進に貢献
・TCFDコンソーシアムの企画委員として、気候変動関連情報の開示や対話の促進に貢献

2022年は脱炭素に関し、29件の講演、インタビューなどに対応。花王の脱炭素に関する取り組みの社会認知に貢献

社員の声

川崎工場の脱炭素への取り組み

川崎工場
脱炭素活動:川崎工場・PRD部門 プロセス　大住 吉幸
低CO_2川崎ブランド:川崎工場 地区SC 人事総務　阿施 千織

花王グループは、脱酸素社会の実現に向けて2040年にカーボンゼロ、2050年にカーボンネガティブを目指しています。これを見据えてSBT1.5℃を達成するために、事業活動における温室効果ガスの発生を2017年を基準として2030年までに55%削減することを目標としています。

川崎工場の主な脱炭素活動には次のものが挙げられます。①液体衣料用洗剤の香料・色素等のアフターブレンド化(配合槽の洗浄レス化)による歩留りの向上および廃棄物・蒸気使用量の削減、②コ・ジェネレーション設備の蒸気発生量の最大化による熱効率改善(都市ガス使用量の削減)、③購入電力の再生可能エネルギー100%化(RE100の達成)、④太陽光発電設備の導入(発電量351MWh)、⑤工場内のすべての照明のLEDへの更新。これらの取り組みにより、2022年の温室効果ガスの排出量は2017年比28.9%を削減できる見込みです(想定削減量△10,502 t-CO_2)。今後は、コ・ジェネレーション発電設備のエネルギーサービス導入(2025年目標)を検討しさらなる排出削減を進めていく予定です。

2022年11月に川崎工場で生産している「アタックZERO」が、「低CO_2川崎ブランド※'22」の大賞に認定されました。独自開発した界面活性剤「バイオIOS」を採用したサステナブル性、高い洗浄力による洗濯時の洗剤使用料の削減、製品の濃縮化による容器プラスチック使用量および輸送効率の向上、また身近な製品として期待される市民の方々への波及性が評価されました。長い時間を費やした新製品開発の試行錯誤や生産設備の工業化において、研究・生産・事業がワンチームで取り組んできた努力と想いに大いに報いるものとなりました。受賞の喜びを関係者全員で分かち合い日々の業務の励みとしながら、引き続き川崎工場からこの製品を全国のお客様に真心を込めてお届けして参ります。そしてお客さまと一緒にCO_2排出を削減し持続可能な社会の実現に貢献して参ります。

※ 川崎市が2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、ライフサイクル全体でCO_2削減に貢献する川崎発の製品・技術等を広く評価し発信する制度として、2009年度から開始されているものです。

脱炭素

ステークホルダー・エンゲージメント

一般社団法人SWiTCH代表理事
佐座 槙苗 氏

はじめに

2022年はCovid-19が続き、ロシア・ウクライナ戦争が始まりました。これらの課題は社会の脆弱性を私たちに改めて認識させました。花王株式会社の報告書に、若者のステークホルダーの代表としてエンゲージメントすることができて大変嬉しく思います。本エンゲージメントでは、日本の気候リテラシーの低さ、気候変動対策の実践における若者の役割、日本から世界へ気候変動対策を醸成する生活者のエンパワーメントにおける花王の役割について解説します。

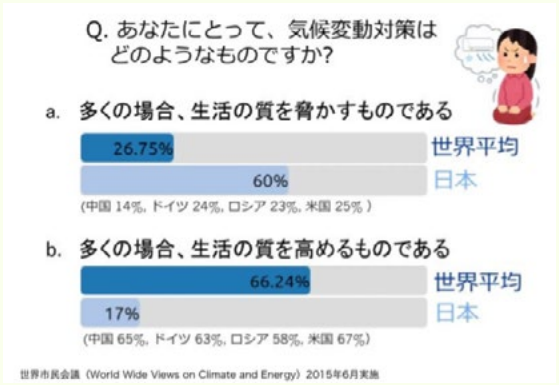
COP27でマークされた新しい規範としての若者の利害関係者

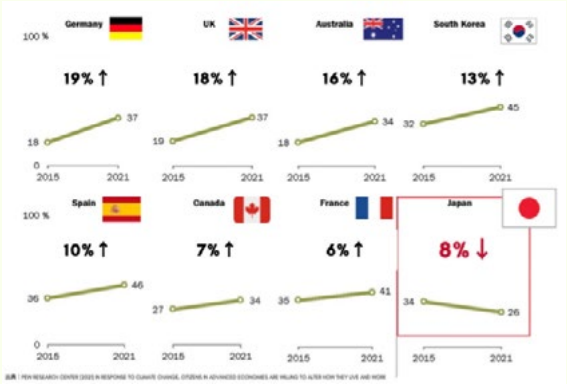
現在、ロンドンの大学で持続可能な開発プログラムの研究を行っていますが、2020年にCovid-19のためにCOP26が延期された時に、研究プログラムが保留されることになりました。140ヵ国以上を代表する330人以上の若者代表がオンラインで集まり、Mock COP26を開催しました。そこで公正で平等で環境に優しい世界のために世界中の若者が野心と夢を示すグローバル宣言を作成しました。私たちは気候緊急事態の影響を最も受けた世代(MAPA)であるにもかかわらず、若者の声が無視されているのを見て代表団を動員しました。私はこの運動を組織した8人のコアメンバーのひとりでした。COP26では、宣言に書かれているように、25ヵ国が気候教育を改善することを約束しました。COP27では初めて若者のハイレベル対話への参加を確保し、意思決定への若者の構造的な参加が始まりました。

日本の危機に瀕している気候リテラシー

Mock COPを組織している間、私は日本に戻り、気候変動対策における若者の言葉を広めるための旅を始めましたが、日本の気候問題に対する関心の欠如は西洋よりも低いことに気づきました。日本のライフスタイルを変えて気候変動のために働く意欲は、2015年から2021年にかけて8%減少しました(ピュー研究所、2021年)。平均して、日本人の60%は、気候変動に対する行動が生活の質を改善するのではなく脅かすと考えています(気候とエネルギーに関する世界規模の見解、2015年)。日本人の自己肯定感の低さは、気候変動への個人の積極的な関与の欠如に直接関係しています。9ヵ国の18歳へのインタビューによると、日本の若者が社会の変化の原動力になる自信は18.3%で、9ヵ国中最も低かった(日本財団、2019年)。日本のサステナビリティリテラシーは高いものの、生活者の意識が大幅に不足しています。

脱炭素





消費者の力を活用して気候の勢いを増す

「Kirei Lifestyle Plan」は広範な戦略であり、その成果は抜群です。花王はサステナビリティを事業の中核に据え、業界内外のロールモデルとなっています。次のステップとして、日本のCO_2排出量の14.4%を占めているスコープ3への注力が不可欠です（温室効果ガスインベントリオフィス、2019）。また、生活者の力を活用できれば、日本のCO_2排出量は世界第5位となり、MAPA（最も影響を受けた人々とエリア）への影響を直接的に証明できます。スコープ3の影響を減らすために、生活者は現在の消費の影響、気候危機のリスク、そして長期的に自分の健康とすこやかな地球のために、より環境に優しいオプションを選択することのメリットを学ぶ必要があります。すこやかな地球を求める若者の声に対し、彼らの未来を守るために、私たちは世代間を総動員して、気候変動対策の優先順位をすべての最高位に移します。花王は、グリーン移行を円滑に進めるためのノウハウやインフラを、特に若い世代に提供し、「1.5℃ライフスタイル」をいち早く形成するパイオニアとなるべきです。もちろん、生活者のエンパワーメントは、学際的なパートナーシップによってのみ実現可能です。中心では、この新しいパートナーシップと関与の設計は、COP27で例示されているように、将来の世代でなければなりません。

結論

私たちの地球、私たちが故郷と呼ぶまさにその場所が「燃えている」。しかし、私たちにはそれを防ぐ手段があります、意欲と積極的なコラボレーションの問題です。サステナビリティリテラシーを高めるため、2021年に独自のNPO「SWiTCH」を立ち上げることにしました。私たちはUNEPと協力して気候教育に取り組み、日本の人口の3.5%を教える気候変動行動プログラムを作成しています。ハーバード大学の政治学者であるエリカ・チェノウェスは、特定の人口の3.5%の積極的な参加が根本的な社会政治的変化をもたらすと分析しました。花王が3.5%の波を私たちと一緒に、そして世界と一緒につくり上げるのを見るのを楽しみにしています。すべての人と地球のための、若者と共に、キレイの暮らしをつくるために、一丸となって取り組みましょう。

ごみゼロ GRI306-1, 306-2

「もったいないを、ほっとけない」の精神で、使い終わった容器包装や製品の役割を変えて最後まで余すことなく使うことで、ごみゼロ社会の実現への貢献をめざしています。

社会的課題

高いレベルでの循環型社会と経済成長の構築、すなわち高い資源生産性の実現の両立をめざしたサーキュラーエコノミーの実現が、世界で求められています。地球の資源は有限ですが、世界の人口は継続的に増加しているとともに、生活水準が向上することで必要な資源は増加の一途をたどっており、今までの一方向の経済モデルでは、豊かな生活文化を将来にわたり実現していくことは不可能です。

家庭から出るごみを含む廃棄物発生量の増大に対応した社会基盤(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、環境汚染を引き起こしている例が多くあります。また、消費後の生活者の不適切な行動により、陸上に投棄されたごみが海洋に流れ込みます。

特にプラスチックの製品や包装容器は安定的に供給され、経済的で、軽く、加工性に優れ、腐食しにくいことから、現在では生活者のKirei Lifestyleの実現に欠かせないものとなっています。しかしながら、その多くは化石由来プラスチックであり、役目を終えた後に適切に処分されなければ、自然分解されないことから、海洋プラスチック廃棄物の量が増加し続け、2050年までに魚の重量を上回るプラスチックが海中に存在するといわれています。これら海洋プラスチックはすでに海洋生態系に悪影響を与え始めています。

気候変動による気温上昇を1.5℃未満に抑制し2050年にカーボンニュートラル社会を実現するためには、化石燃料使用量を現状より大幅に削減する必要があり、それに伴い、化石由来プラスチック生産量が現状より激減すると見込んでいます。現在の化石由来プラスチックを多量に使用した包装容器は持続可能ではないと認識しています。

経済活動の活性化と脱炭素社会への移行を両立するためには、化石由来プラスチック使用量を抑えつつプラスチックの需要の高まりにも応えなければなりません。そのため、プラスチック使用量の削減と再利用の重要性がますます高まっていると認識しています。

また現在、世界の食料の約3分の1が廃棄されています。加えて、年間温室効果ガス排出量の約8%が食品廃棄物によって発生しているため、削減が求められています。

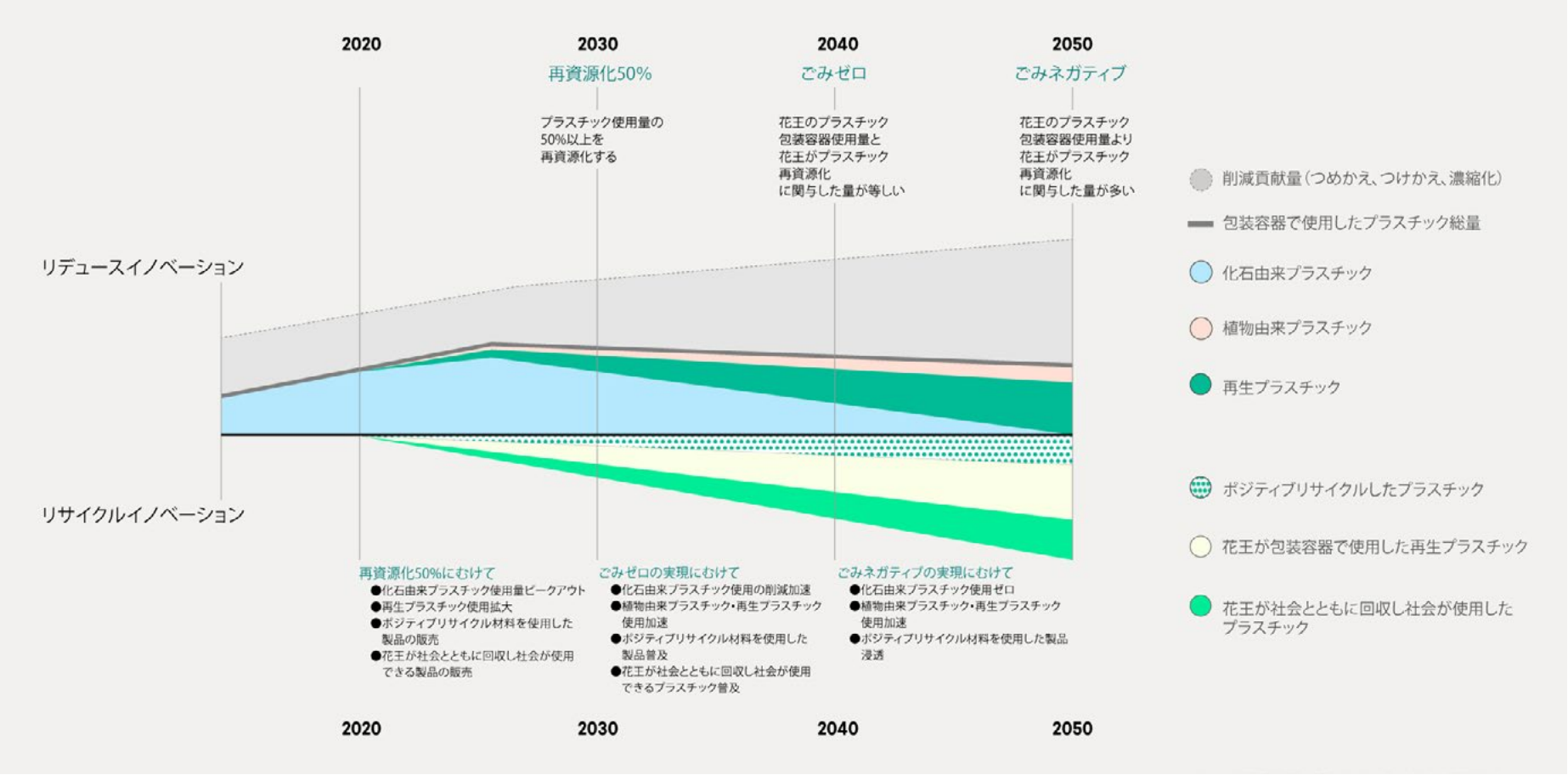
花王はボトル容器やつめかえ用フィルム容器として91千トンのプラスチックを包装容器として含む製品を供給しています。また、706トンの食品廃棄物を発生させています。

花王は、製品の開発から廃棄に至るすべての過程において、使用する資源量を最小化するとともに、それらを使用した後はすべて再使用・リサイクル・有効活用することでごみゼロ社会の実現をめざしています。その途中においてやむを得ず発生した廃棄物は適正に処理されるべきと考えています。

ごみゼロ GRI306-1, 306-2

花王はどこをめざしているのか

花王は資源循環社会への迅速な移行をめざし、プラスチック包装容器に関して新たにロードマップを策定しました。2040年までに「ごみゼロ」、2050年までに「ごみネガティブ」をめざします。「ごみゼロ」とは、花王のプラスチック包装容器使用量と、花王がプラスチック再資源化に関与した量が等しい状態をさします。プラスチックの使用量を最大限削減した上で、社会に排出されたプラスチック廃棄物を使って製品・サービスを展開することで相殺し、プラスチック使用量を実質ゼロ化していきます。また、「ごみネガティブ」とは、花王のプラスチック包装容器使用量よりも、花王がプラスチック再資源化に関与した量が多い状態をさします。



ごみゼロ GRI306-2

方針

花王は、製品の開発から廃棄に至るすべての過程において、廃棄・リサイクルされる量は可能な限り少なくすべきであると考えており、固形物や液状物などの形状に限らずすべての廃棄物が社会で有効活用されているごみゼロ社会の実現をめざしています。リサイクルされる資源は可能な限り多くあるべきであり、やむを得ず発生してしまう廃棄物は適正に活用されるべき、と考えています。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「商品の開発・生産・流通・消費・廃棄までの事業の全段階において、環境の保全と人の安全に十分配慮し、持続的発展可能な社会の実現に貢献します」と掲げています。また花王レスポンシブル・ケア方針において、「廃棄物の削減、再使用、再利用を行い、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。

さらに環境宣言において、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品が関わるライフサイクルの中で生活者をはじめさまざまなステークホルダーの方と一緒に実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。

これらの方針を具体的に実現するために、2018年10月には、「私たちのプラスチック包装容器宣言」を公表し、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4つのR（Reduce、Reuse、Replace、Recycle）の視点から推進することを明確にしています。

2019年9月には、ESGよきモノづくりの取り組みの一環として、製品を発売して終わりではなく、廃棄（処理）まで責任を持って取り組むことと、プラスチック循環社会に向けリデュースイノベーションとリサイクルイノベーションに注力することを発表しました。花王の思いを実現するために、他企業や自治体、大学と連携しながら、循環型社会の実現をめざします。

また、花王事業に関連する食品廃棄物は飲料事業が関係します。食品廃棄物についても、発生量を可能な限り削減し、やむを得ず発生した廃棄物はリサイクルすることとしています。

P132 リサイクリエーション活動

Web
私たちのプラスチック包装容器宣言
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/plastic-packaging-001.pdf

未来に向けた「花王グループの新たな挑戦」ESG経営に大きく舵を切る
https://www.kao.com/jp/corporate/news/business-finance/2019/20190926-001/

環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

花王 環境宣言
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

原材料調達における取り組み

原材料の輸送工程で発生する廃棄物を削減するために、サプライヤーと共に納入原料の量・納入頻度適正化に継続的に取り組んでいます。これはサプライヤーが調達する包装材料の削減、原料輸送に伴うCO_2発生量の削減に寄与します。

また、協力会社にて委託生産している製品について技術供与などを通じて製造方法の改良に継続的に取り組んでいます。これは原料調達のCO_2発生量の削減にも寄与します。

製品における取り組み

花王は、紙おむつやシート製品など、お客さまの使用

ごみゼロ GRI306-2

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の開発を通じ、製品に使用する原材料を削減することにより、製品使用後に発生する廃棄物の削減に取り組んでいます。これにより、処理に伴う費用やCO_2発生量も削減できます。

また、一部の製品に再生プラスチックを利用しています。これにより、非再生プラスチックの使用量を削減でき、その原料である化石燃料の使用量の削減につながります。この活動は、プラスチック問題の解決や脱炭素社会の実現において重要な活動のひとつであると認識しています。

包装容器における取り組み

花王は、2040年プラスチック包装容器ごみゼロ、2050年プラスチック包装容器ごみネガティブをめざします。これを実現するために、花王はISO18600シリーズ(環境配慮包装規格)に則った活動を進めています。具体的には、包装容器で使用する材料の量を削減し、特に昨今大きな社会問題となっているプラスチック製の包装容器の使用量削減に、リデュースイノベーションとリサイクルイノベーションの視点で、4つのR(Reduce、Reuse、Replace、Recycle)でアプローチしています。

リデュースイノベーション

使用するプラスチックを削減するための取り組みです。

Reduce

包装容器で使用するプラスチックを削減する取り組みです。プラスチック使用量を減少させると共に、2050年カーボンニュートラル社会を視野に入れ、化石由来プラスチックの使用量を削減していきます。

Reuse

つめかえ・つけかえ化の取り組みを進めています。これは、フィルム製つめかえ容器におけるプラスチック量をボトルに比べ約75%と大幅に削減できるためです。フィルム容器の利用を拡大するために、生活者がつめかえやすいよう、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ると共に、革新的フィルム容器の社内・社外利用を推進しています。生活者が容器を店頭に持ち込み、そこで中身の製品のみを購入いただく販売方式の可能性も検討しています。さらに、包装容器を、顧客から引き取り、花王内で洗浄し、再使用するというテイクバックシステムの取り組みも一部で実施しています。

Replace

紙・金属といった他の素材に置き換える取り組みを進めています。また、化石由来プラスチックに代わり植物由来プラスチックを使用する取り組みも進めています。さらに花王は、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、利用の拡大を図っています。

リサイクルイノベーション

使用済み包装容器を回収しプラスチックにリサイクルする取り組みと再生プラスチックを使用する取り組みです。

Recycle

これまで花王が培ってきた基盤技術をベースに再生プラスチックを包装容器に使用する取り組みをはじめ、使用済みプラスチック容器の革新的リサイクル技術の構築、高品質・低価格な再生プラスチックの開発と活用、使用済みプラスチックから価値を創造する活動の推進、プラスチックごみの産業用途への利用等に取り組んでいます。また、Recycleは、リサイクルが容易な包装容器を開発する取り組みも含んでいます。複数種類のプラスチックを積層してあるつめかえパックを単一素材化する取り組みも行っています。

資源循環型社会の構築を目的に流通・同業他社や自治体といったステークホルダーと共に使用済み包装容器を回収し、リサイクルするしくみを構築しています。再生プラスチックの使用も積極的に進めています。

開発・生産・販売における取り組み

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。廃棄物等発生量の

ごみゼロ GRI306-1, 306-2

削減目標を掲げ、グループ全体で取り組んでいます。

工場では原材料ロス・製品ロスの削減を進めています。例えば液体状の製品の場合、ひとつの生産設備で生産する製品を切り替える際、配合用・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、材料を交換する際に使い切れない部分が発生します。ロスの発生内容に応じた対策を常に検討し改善を重ね、削減を進めています。

販売店から返却された製品は、最終的に廃棄処理するため、資源の無駄となる、処理の過程でCO_2が排出される、大きな処理コストがかかるなどの負荷が発生します。販売店との連携のもと、商品の配荷や切り替え方法の見直しなど、廃棄物の極小化をめざしています。

併せて、販促物についても使用後は廃棄されるため、デジタルを活用した情報発信に切り替えていきます。

廃棄物のリサイクルの強化

発生する廃棄物をゼロにすることは現時点の技術では困難です。そこで花王は、発生した廃棄物の分別を徹底し、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。

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、不法投棄を防止しています。このシステムは「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、法の定めに従って適切に保管し、適宜適切に処理を行っています。

食品廃棄物の削減

発生する食品廃棄物の中で、他用途で有効利用されるものを除き、排水処理や焼却処理を実施したものを食品廃棄物としてモニタリングしています。

食品廃棄物は消費期限が近い製品が返品されることで発生するため、消費期限の延長やお取引先さまと共に返品ルールの見直しに取り組んでいます。返品された製品の一部はメタン発酵や堆肥化などで有効利用しています。これらの活動により食品廃棄物の削減に取り組んでいます。

戦略

リスクと機会

リスク

項目	内容
政策・法規制	事業場から発生する廃棄物の処理に関する規制強化、プラスチック包装容器使用に関する規制強化(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	新製品製造に伴う事業場からの廃棄物発生量の増加、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	社会全体における処理可能量を上回る廃棄物発生量の増加による処理費用上昇、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、コロナ禍により生活者の衛生意識が高まり衛生用品の容器使用量が増大するなど
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

ごみゼロ GRI3-3, 306-1, 306-2

機会

項目	内容
資源効率性	事業場から発生する廃棄物発生量削減による処理費用削減、プラスチック使用量削減による容器費用削減、輸送効率の改善など
製品・サービス	省資源型製品の開発による廃棄物発生量の削減、省プラスチック包装容器製品の拡大、イノベーティブな包装容器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、イノベーティブ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	プラスチック包装容器に対する積極的な3R活動を継続的に行うことや、コロナ禍以前の状態に戻るのではなく、より環境によいプラスチック包装容器を提供することによるレジリエンス向上

戦略

プラスチック包装容器は、汎用性、柔軟性を持つことから、花王の製品において重要な役割を果たしています。同時に、プラスチックの過剰使用は、地球環境への影響の大きさの観点から、花王と生活者にとって共通の懸念であることを認識し、花王は包装容器に使用されるプラスチック資源は可能な限り再資源化され、循環社会が形成されるべきと考えています。プラスチックに限らず廃棄物を削減し再資源化する循環社会移行への取り組みがステークホルダーに認知され、価値に共感いただくことで、商品選択につながり、売上増に貢献します。

社会的インパクト

発生する廃棄物を減らす活動、再利用する活動やリサイクルする活動といった、いわゆる3R活動を、工場、物流拠点や事務所、製品や包装容器で継続的に実施しています。

特にプラスチック包装容器の分野においては、約75%削減のプラスチック使用量となるフィルム容器を継続的に開発利用しており、日本においてはこのフィルム容器を利用したつめかえ製品が一般化しています。この技術を日本以外においても展開することで、包装容器で使用されるプラスチック使用量を削減することが可能となります。

フィルム容器に限らず、ボトル容器をリユースさせることでプラスチック使用量の低減にも取り組んでいます。

リサイクラーとメーカーが連携して生活に役立つリサイクル品への再生に取り組んでいます。流通・同業他社や自治体といったステークホルダーと共に使用済み包装容器を回収するしくみを構築しています。多くのステークホルダーの皆さまに参画いただくことでその効果は絶大なものとなります。

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は、海や陸域の生態系の保護等に大きく寄与します。

事業活動に伴い発生する廃棄物等の発生量を抑制すること、リサイクルを推進し廃棄物をゼロにすること、プラスチック使用量が6分の1へと大幅な削減が可能な革新的なフィルム容器が社内外で広く使用される社会となることで、社会全体の資源生産性が大きく向上します。これにより、循環型社会の形成推進に貢献し、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できます。これは、Kirei Lifestyleの実現、地球1個の暮らしの実現に向けた重要なアプローチです。

貢献するSDGs

事業インパクト

事業活動に伴う廃棄物等の量を抑制するためには、生産性の向上が必要です。生産性が向上すれば、製造原価を低減できます。またリサイクルが促進されることで、廃棄物処理費用の低減が期待できます。

革新的なフィルム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。

再生プラスチックや再生可能プラスチック使用量が増加することにより、化石由来プラスチック使用に伴う新規課税を回避する効果もあります。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「ごみゼロ」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティ

ごみゼロ GRI3-3, 306-2, 404-2

で行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「ごみゼロ」に関するリスク管理は、内部統制委員会（年2回開催）とその下部組織のリスク・危機管理委員会（年4回開催）で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「ごみゼロ」に関する機会管理は、ESGコミッティ（年6回開催）で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG 推進会議がESG 戦略を遂行しています。

加えて「プラスチック包装容器ステアリングコミッティ」が役員クラスのオーナーのもと、戦略策定から実行計画化も実施し、確実かつ迅速に実行に移しています。

教育と浸透

多くの花王の製品は使用後、廃棄物となります。その事実に真摯に向き合い、さまざまな機会を通じて事業活動や製品使用後に発生する廃棄物に関する知識を得、自主的・積極的に廃棄物発生量の削減活動に取り組むことが重要であると認識し、社員に対し教育の機会を多く設けています。Kirei Lifestyle Planのテーマごとに社内向け教育用動画を作成しており、ごみゼロについても配信を実施しています。

工場の廃棄物削減活動や、より少ない資源で製造できる技術開発に際し、社員の廃棄物に対する意識を向上することが花王の活動のレベルアップにつながります。また社員も生活者として、より適切な商品の選択や廃棄物の処理に取り組むことが必要です。

包装容器については、研究所、購買、SCM、事業部、ESG部門などが、花王の方向性や課題と解決策について、部門横断的な意見交換を定期的に行っています。

ステークホルダーとの協働

生活者がKirei Lifestyleを実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてさまざまなステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における廃棄物の排出は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーションをとっています。

事業活動に伴い発生する廃棄物や生活者・顧客による製品使用後に発生する廃棄物の処理は行政により規制がなされています。より多くの廃棄物をリサイクルできるように、また廃棄物の処理が容易となるように、自治体・小売・リサイクラー・日用品メーカーと協働した働きかけが必要です。

サプライヤーに対しては、包装容器で使用するプラスチックを削減させ、リサイクル性を向上させるために、意見交換や共同開発をすることが必要です。

生活者のKirei Lifestyleの実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、花王製品を題材に、Kirei Lifestyleを考えるきっかけを提供しています。見学コースでは、少ない資源で製造された製品の廃棄物の量を実感できる展示をしています。

リスク管理

リスクと機会のアセスメントのプロセスについては、ESG部門が花王で想定されるリスクを特定し、社内で取り組みを実施する各部署担当者が社外有識者の意見を踏まえてリスクと機会のアセスメントを実施し、それぞれ内部統制委員会とESGコミッティで承認を受けています。

花王として、リスク・危機管理委員会事務局（危機管理・RC推進部）から各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査が実施され、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しが進められています。基本的には、主管部門が中心となり対応していますが、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、関係部門と連携して対応の強化を図り、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応が行われています。

P280 リスクと危機の管理＞ガバナンス＞教育と浸透＞リスク調査

ごみゼロ GRI306-2, 306-3, 306-4

目標と指標

中長期目標と2022年実績

花王は、2040年プラスチック包装容器ごみゼロ、2050年プラスチック包装容器ごみネガティブをめざします。また社会全体のプラスチック包装容器使用量を削減するための貢献を最大化していきます。また、プラスチックに限らず、廃棄物の削減を進めていきます。

2025年中期目標

項目	対象範囲	2025年目標
PET容器への再生プラスチックの使用率	日本花王グループ（家庭用製品）	100%

2030年長期目標

項目	対象範囲	2030年目標
化石由来プラスチック使用量	花王グループ	ピークアウトさせる
革新的なフィルム容器包装の普及量	花王グループおよび他社	3億本※1
花王が関与したプラスチック再資源化（率）	花王グループ	50%
廃棄物量※2	花王グループ生産拠点※3	ゼロ（1%未満）
製品廃棄物・販促物廃棄物の削減率	日本花王グループ	95%

花王がプラスチック再資源化に関与した量がプラスチック包装容器使用量の50%以上となることをめざします。

花王および社会が包装容器で使用するプラスチック量の削減貢献量※4を200千トンにすることをめざします。

また、花王が使用するプラスチック包装容器の40%を再生材を使用し、化石由来プラスチックの使用量をピークアウトさせることをめざします。

※1 年間普及量
※2 拠点から排出し、リサイクルされないもの
※3 生産拠点から開始
※4 革新的フィルム容器、つめかえ、つけかえ、濃縮化により削減された量

2040年長期目標

プラスチック包装容器ごみゼロ※5をめざします。

※5 花王のプラスチック包装容器使用量と花王がプラスチック再資源化※6に関与した量が等しい状態
※6 ポジティブリサイクルしたプラスチック量＋花王が容器包装で使用した再生プラスチック量＋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

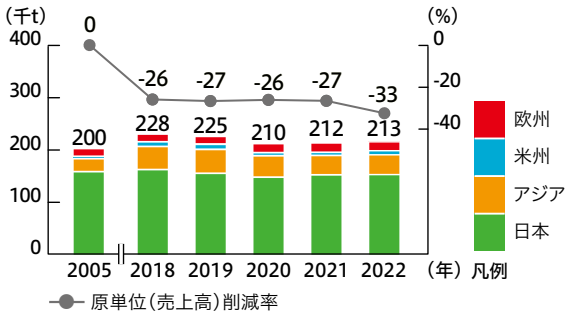
2050年長期目標

化石由来プラスチック使用量ゼロをめざします。

プラスチック包装容器ごみネガティブ※7をめざします。

※7 花王のプラスチック包装容器使用量より花王がプラスチック再資源化※6に関与した量が多い状態

廃棄物等発生量の推移 ☑（全拠点）



※ 集計対象拠点：2005年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、2005年度は日本基準、2017年度以降は国際会計基準（IFRS）にて算出しています。

廃棄物等発生量

2022年の廃棄物発生量は213千トンとなり、前年より1千トン増加しましたが、売上高も増加したため原単位（売上高）削減率は33%で大幅に改善しました。

有害廃棄物発生量

廃棄物等発生量のうち有害廃棄物量は27千トン、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。

廃プラスチック類

2022年の日本国内における廃プラスチック類の排出量（自社処理含む、有価物は除く）は、7,340トンで前年実績（8,670トン）を下回りました。法人単位で250トン以上排出したのは花王株式会社のみで、排出量は6,770トンで前年実績（8,110トン）を下回りました。今後も前年実績以下を目標に削減に取り組みます。

リサイクル

紙おむつなどを生産する際に発生する切れ端などの廃材をパレットにしたり、紙製品にするなどの二次利

ごみゼロ GRI301-2, 306-2, 306-3, 306-4

用を推進しています。

再使用・リサイクル※された廃棄物等は195千トン☑、リサイクル率は91%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18年連続で達成しています(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)。

2021年から、ごみゼロの新たな指標として、直接埋立・単純焼却率の集計を開始し、2022年は全生産拠点の合計で4.2% でした。これを2030年までに全拠点合計で1%未満(=ゼロ)にすることをめざします。

直接埋立・単純焼却率は、日本でいう産業廃棄物に該当する廃棄物を対象に、拠点からの排出量に対する、直接埋立量(中間処理せずに埋立処分した量)と単純焼却量(熱回収せずに焼却した量)を合わせた割合です。各国の法令で直接埋立または単純焼却せざるを得ないもの、その国に直接埋立または単純焼却以外の方法で処理できる施設がないものは除外します。

※ 集計対象拠点:花王グループの全拠点、日本の営業車含む
※ 保証対象はリサイクル量

製品廃棄物・販促物廃棄物の削減率

本活動の目標を2021年に設定しました。2022年の実績は20%でした(2020年実績14%)。

食品廃棄物

2018年から食品廃棄物の削減活動に取り組んでいます。花王における食品廃棄物は容器の破損や賞味期限などを考慮した返品によって発生しました。2022年に花王グループで廃棄した食品廃棄物は706トン、うちメタン発酵と堆肥化によって8トンを有効利用しています※。また、お取引先と共に、消費期限が近い商品の返品ルールの見直しにも取り組んでいます。

※ 食品のメタン発酵・堆肥化のほかに外装部(缶やカートンなど)の有効利用量を含めています。

食品廃棄物の推移 ☑(トン)※1

項目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
食品廃棄物発生量	1,081	251	592	723	706
有効利用量※2	54	20	27	43	8
自社内処理	1,027	230	565	680	698

※1 2021年データより第三者保証を取得しています。
集計対象範囲:花王の食品事業
※2 外部委託処理
外部委託処理にあたっては、食品のメタン発酵・堆肥化のほかに外装部(缶やカートン等)のリサイクル量を含めています。

処理業者施設の確認

2022年は新型コロナウイルスの影響が残るものの現地確認件数は増加し、書類による調査も含め122社の処理業者にご協力いただき148施設の確認を行いました(日本)。その結果、花王の評価基準で不適合となった処理業者はありませんでした。

包装容器における材質ごとの使用量

2022年の紙・パルプの使用量は、174千トンでした。うち、紙・パルプの認証品比率は97% でした。包装容器における金属は4.5千トン、ガラスは0.6千トン使用しました。

フィルム容器包装の水平リサイクル

花王は、2021年6月より和歌山研究所に導入したフィルム容器リサイクルのパイロットプラントでリサイクル技術の開発・検証を進めています。また、2021年10月1日より、神戸市と小売、日用品メーカー、リサイクラー(再資源化事業者)が協働して日用品の使用済みつめかえパックをリサイクルし、資源循環型社会の実現をめざす「神戸プラスチックネクスト ～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～」プロジェクトに参加しています。

リサイクルしやすい包装容器の設計などを検討して、リサイクル率の向上と水平リサイクルの実現をめざしています。

100%再生可能、再利用可能な包装容器

日本における家庭向け製品で使用しているプラスチック製包装容器は、容器包装リサイクル法のもとリサイクルすることができるしくみが整っているため、すでに100%再生可能となっています。

日本以外において、再生可能な包装容器の定義は国・地域によって異なり、また、再生可能性は地域のリサイクルシステムに依存する場合もあるため、包装容器の仕様だけではなく、その販売エリアについても確認を

ごみゼロ GRI301-2, 306-2, 306-3, 306-4

進めています。

※段ボール、紙、プラスチック、金属、ガラス

プラスチック包装容器使用量

2022年のプラスチック包装容器使用量は91千トンでした。このうち化石由来プラスチック使用量は88千トンでした。

花王(株)におけるつめかえ・つけかえ製品の数は389品目(2022年12月時点)、普及率は79%と約80%で推移しており、特に衣料用漂白剤のつめかえ用の比率は約90%で推移しています(本数ベース)。

また、つめかえ・つけかえ用製品によるプラスチック削減量は84.6千トンとなりました。製品の濃縮化による効果を加味すると、プラスチック削減量は144.0千トンに上り、削減率は79.0%でした(全品が本品容器である場合との比較)。

包装容器使用量の推移(千トン)

項目	2019年	2020年	2021年	2022年
プラスチック包装容器使用量	65.6	116.6	92.9※	90.8※
リサイクル材の使用率	0.07%	0.37%	1.5%※	2.9%※

※一部重複計上があり、除外して再集計

革新的なフィルム容器の普及量

2022年の革新的なフィルム容器の数は、「ラクラクecoパック」「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」をはじめ総計で13百万個でした。

再生プラスチック使用量

使用済みプラスチックからなる再生プラスチックは、花王台湾における各種シャンプー、コンディショナー、ボディ用洗浄剤、欧州のサロンで展開しているブランド「ケラシルク」や、アメリカで展開している「オリベ」や、日本においても「アタックZERO」「キュキュット」などで使用しており、その使用量は2,559トン(2021年比1.5倍)となりました。

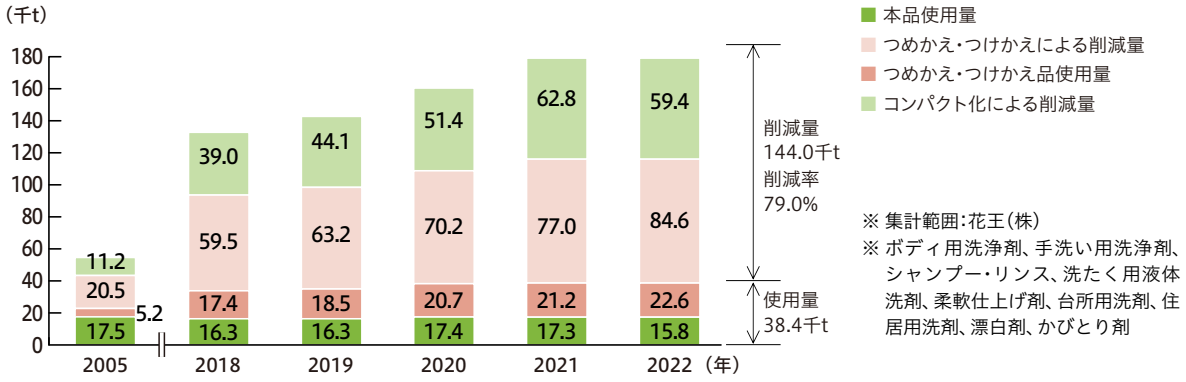
PET容器への再生プラスチック使用率

日本の家庭用製品を対象とした活動で、「アタックZERO」や「キュキュットClear泡スプレー」などで使用を開始し、2022年は69%でした。

植物由来プラスチック使用量

「メリット」シャンプー・コンディショナー、「セグレタ」シャンプー・コンディショナー、「キュキュット」1,380ml、「ラクラクecoパック」、「and and」シャンプー・トリートメントなどで使用しており、その使用量は513トン(2021年比1.1倍)でした。

つめかえ・つけかえ製品のあるカテゴリーのプラスチック使用量と削減量の推移



ごみゼロ GRI301-2, 301-3

主な取り組み

製品における取り組み

製品の材料使用量削減

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を継続しています。例えば、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%製品重量を削減しています。

紙製湯道管

ケミカル事業部門が取り扱っている紙製湯道管は、パルプモールド成形技術と高温材料技術を融合させ、古紙を原料に利用しています。一般的な陶器製の湯道管に比べ、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。

「ヘルシア緑茶」

内臓脂肪を減らすのを助ける「ヘルシア緑茶」ではドリップ方式を採用することで効率的に有効成分茶カテキンを葉から抽出しています。これにより利用後生産委託先で食品廃棄物となる茶葉の使用量を37%減少させています。

リサイクル材を利用した製品

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。

廃棄PETをアスファルト改質剤「ニュートラック5000」に使用

ケミカル事業部門では、廃棄されるPET素材(廃棄PET)を花王独自の変性・配合技術によって新たなアスファルト改質剤「ニュートラック 5000」にポジティブリサイクルし、2020年末より本格販売を開始しました。

従来の改質剤の特長であるアスファルト舗装の耐久性向上に加えて、社会問題のひとつである廃棄PETをアスファルト改質剤の原料として再利用することで、環境に配慮した高耐久アスファルト舗装が可能となりました(舗装面積100m^{2}中PETボトル約1,430本分相当の利用が可能)。

使用済み紙おむつのリサイクル

使用済み紙おむつを炭素素材へ変換する実証実験を、花王サニタリープロダクツ愛媛(株)のある愛媛県西条市の協力のもと、2021年1月から開始しました。リサイクル時に発生するCO_2を削減しつつ、殺菌・消臭しながら体積を減らす炭素化技術を開発。得られた炭素素材の産業利用、空気・水環境の浄化、植物の育成促進への活用を進めます。

リサイクルシステムの開発は、2025年社会実装をめざした京都大学オープンイノベーション機構との共同研究です。

包装容器における取り組み

Reduceの取り組み

スマートホルダーとラクラクecoパック

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、最後まで無駄なく使えて環境に配慮し、簡単な操作で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2017年から提案しています。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。

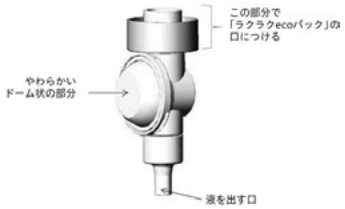
これまでオンラインサイトのみでの販売でしたが、2020年4月より店頭での販売を本格的に開始しました。より多くの生活者が手に取りやすくなり、使用をさらに促進することができると考えています。

スマートホルダーとラクラクecoパック

ごみゼロ

軽い力で押すだけでフィルム容器から一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を実用化

2020年9月発売の「ビオレu ザ ボディ ぬれた肌に使うボディ乳液」において、「ラクラクecoパック」につけて使うことで、軽い力で押すだけで一定量の液が出せる「らくらくスイッチ」を採用。この容器はポンプつきのボトル容器と比較して、プラスチック使用量を約50%削減。力が弱い人でも楽に使えるなどユニバーサルデザインの観点でも優れた特長を持っています。



らくらくスイッチ

P74 サステナブルなライフスタイルの推進>よきモノづくりと活動
提案:包装容器からの環境へのチャレンジ

「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」を米国発売の「MyKirei by KAO」に採用

2020年4月に米国で発売した「MyKirei by KAO」では、花王が開発したフィルム容器「Air in Film Bottle(エアインフィルムボトル)」を初めて採用。フィルムはつめかえ用容器に使われるやわらかい素材ですが、容器の外側に空気を入れて膨らませることで、自立する容器として使用することができ、プラスチックの使用量をポンプ型ボトルに比べ約50%少なくすることができます。また従来のボトルに比べて液残りが少なく最後まで使うことができます。

MyKirei by KAO

P80 パーパスドリブンなブランド>パーパスドリブンなブランドの活動

薄型フィルム容器

フィルム容器はそれ自体でも本体容器に比べ、プラスチック使用量を低減できますが、改良によりさらなる薄膜化を進めています。タイで発売しているアタックイージーでは、厚みが29%薄くされたフィルム容器を採用しています。

植物由来プラスチックの使用

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。

例えば、つめかえ用製品「ラクラクecoパック」において、植物由来プラスチックを重量ベースで15%取り入れています。

Reuseの取り組み(つめかえ・つけかえ製品の推進)

つめかえ・つけかえ製品の提供やスマートホルダーの拡販を、引き続き実施しています。

店頭でのつめかえ

モルトンブラウンでは2020年のパッケージ削減の取り組み(ハンドウォッシュ レフィルの店頭つめかえ)に引き続き、2021年から、欧州および米州のオンラインストアおよび店頭で、繰り返し使える容器と「アロマリード レフィル」の販売を開始しました。レフィルでは、使い捨てプラスチックの使用量、および廃棄量を82%削減することが可能です。

「アロマリード レフィル」

ごみゼロ GRI301-2, 301-3

Recycleの取り組み

リサイクリエーション活動

花王は、新しい資源循環に向けた研究に取り組み、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「リサイクリエーション」という考え方を提案し、これまでに5つの地域の皆さまといっしょに検証を続けています。

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つめかえパックを回収・リサイクルし、さまざまなモノ・価値をつくるという「クリエーション」を象徴するブロックをつくり、新しいまちづくりや暮らしづくりに役立てようとしています。2020年9月より、ライオン株式会社とリサイクリエーションの協働を決定し、新たに東京都墨田区のイトーヨーカドー曳舟店において、つめかえパックの店頭回収とリサイクルの実証実験をスタートしました。2020年10月30日から2021年10月末までの約1年間に、フィルム容器約9,500枚※を回収しました。将来的には、再びフィルム容器へ再生する水平リサイクルをめざしていきます。

※累計回収量170.2kgを18.0g/枚としてフィルム容器枚数に換算
(2021年報告時は14.4g/枚で枚数換算)

Web リサイクリエーションFacebook
https://www.facebook.com/RecyCreation.jp/

リサイクリエーション活動のイメージ

ワンウェイプラスチックの水平リサイクル※に向けた資源循環型モデル事業の実証を開始

花王は2021年10月より、神戸市と小売、日用品メーカー、リサイクラー(再資源化事業者)が協働して日用品の使用済みつめかえパックをリサイクルし、資源循環型社会の実現をめざす「神戸プラスチックネクスト～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～」プロジェクトに参加しています。

プロジェクトでは、神戸市民の皆さまに洗剤やシャンプーなどの使用済みつめかえパックの回収を呼びかけ、市内の小売店舗75ヵ所に設置した回収ボックスにお持ちいただいた使用済みつめかえパックを、小売店舗の配送戻り便や廃棄物等を収集する既存業者との連携により、効率的に環境負荷を抑えて収集します。回収した使用済みつめかえパックは、リサイクラーとメーカーが連携して生活に役立つリサイクル品に再生すると共に、再びフィルム容器として利用する水平リサイクルをめざします。神戸市と16の参加企業・団体が協働して資源循環に取り組み、神戸から全国に広がる活動へと推進していきます。

KOBE PLASTIC NEXT みんなでつなげよう。つめかえパック リサイクル

※ 同じ用途を持つ製品にリサイクルすること

リサイクル材の使用

花王台湾では2016年より、本体容器にリサイクルプラスチックを使用しています。2021年に再生ポリエチレンの使用を開始し、2022年はよりリサイクル品の使用が難しいとされるポリプロピレンについてもリサイクル品の使用をスタートしました。

ごみゼロ GRI301-2, 301-3, 404-2

欧米サロンではケラシルク、グールの製品にリサイクル品を用いた製品を2023年3月に上市しました。これらの製品のチューブには市場から回収して再生されたPCR材が用いられています。

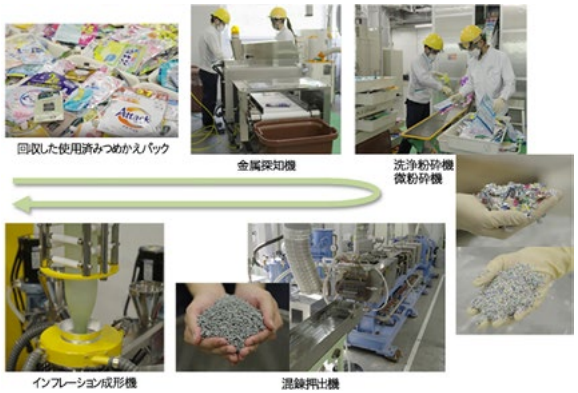
フィルム容器のリサイクル技術の開発

本体容器に比べてプラスチック使用量を大きく削減できるつめかえパックは、内容物を温度や湿度、紫外線などから薄いフィルムで守るため、ペットボトルのような単一原料ではなく何層もの複合材料からつくられています。そのため、リサイクルすると多種類の成分からなる不均質なプラスチックとなってしまい、再びフィルム容器として利用することは現状ではまだ困難です。

花王は、2021年6月より和歌山研究所に導入したフィルム容器リサイクルのパイロットプラントでリサイクル技術の開発・検証を進めると共に、併せて生活者の皆さまからの効果的な分別回収のプロセスや、リサイクルしやすい包装容器の設計などを検討して、リサイクル率の向上と水平リサイクルの実現をめざしています。

ライオン株式会社との協働により液体洗剤のつめかえ容器に水平リサイクル再生材料を一部使用したつめかえパックを製品化し、一部店舗※にて数量限定で発売します。

※ イトーヨーカドー一部店舗、ウエルシア薬局一部店舗では花王とライオンの製品、イオンの一部店舗では花王の製品のみ



拠点における取り組み

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で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を導入して廃棄物量を削減しました。

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

廃棄物のリサイクル強化

製造時の廃棄物のリサイクル

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。

2020年までに772トンの廃棄物をプラスチックパレット49,620枚にリサイクルしました。現在は必要量のプラスチックパレットが確保されたため中断しています。

社内でのごみゼロ意識の浸透

グローバルRCミーティング

レスポンシブル・ケア活動の一環として、日本と工場を有する海外子会社のRC担当者が一堂に会する会議

ごみゼロ GRI308-2, 404-2

を年1回開催しています。各子会社の廃棄物削減を含むRC活動の活性化とレベルアップを目的としています。

2022年は新型コロナウイルス感染症の影響で書面での開催となりました。

SCM部門RC環境部会

SCM部門ではRC環境部会を年2回開催し、日本の工場の廃棄物の発生抑制、リサイクル化を推進するために、各工場の実情把握、ベストプラクティスの共有などを図っています。

容器検討会

社内の理解と活動の推進のために、包装技術研究所では、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。

2022年は日本で47回、アジアで9回、いずれもオンラインで開催しました。

“いっしょにeco”を基盤としたステークホルダーとの協働

お客さまと“いっしょにeco”

花王エコラボミュージアムにおける啓発活動

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、花王の包装容器の取り組み紹介を花王エコラボミュージアムやエコプロ展で行いました。

包装容器のプラスチック使用量を実感できる展示

エコバッグを清潔に保つお手入れ方法や洗い方

環境に対する意識や関心の高まりや、レジ袋の有料化に備えることなどにより、スーパーで買い物をする人の88%がエコバッグを持参すると回答しました(2019年12月 花王調べ)。

2020年7月に全国でのプラスチック製の買い物袋、いわゆるレジ袋の有料化が実施されたことを機会に、花王 生活者研究センターでは、利用頻度が増えるエコバッグを清潔に保つためのお手入れ方法を「くらしの研究」サイトに掲載しました。

パートナーと“いっしょにeco”

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

社会と“いっしょにeco”

クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス

海洋プラスチックごみ問題の解決に向けた取り組みを世界全体で推進することをめざし設立された「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」に参加しています。花王(株)の取締役会長が会長を務めており、日本の企業をリードしています。

Web クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス
https://cloma.net/

循環経済パートナーシップ(J4CE)

循環経済への流れが世界的に加速化する中で、国内の企業を含めた幅広い関係者の循環経済へのさらなる理解醸成と取り組みの促進をめざして、官民連携を強化することをめざし設立された「循環経済パートナーシップ」に参加しています。花王は、注目事例集に事例紹介を提供すると共に、注目事例集発刊・ウェブサイト開設発表式におけるパネルディスカッションにおいてパネリストとして参加しました。

Web 循環経済パートナーシップ(J4CE)
https://j4ce.env.go.jp

ごみゼロ

容器回収活動

自然界に排出されてしまった包装容器などを回収する活動を外部団体と共に推進しています。

2020年10月に和歌山市と連携協定を締結しました。海洋プラスチックをはじめとする陸上活動に起因する汚染から海を守るため、友ヶ島、片男波、浜の宮海水浴場で海洋プラスチックごみの調査と回収を行いました。回収した海洋プラスチックごみを海辺施設で使用する机・椅子への再利用や、海沿いのサイクリングロードで使用する道路用高強度剤としての活用に関し研究を推進しています。また、花王は独自に、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。

廃棄物セミナー等での事例紹介

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、処理業者内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共に、自ら行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っています。

これらの活動の結果2021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。

社員の声

海洋プラスチックごみ問題への取り組み

研究開発部門
マテリアルサイエンス研究所 兼
コーポレート戦略部門企業文化部
齋藤 明良

2020年10月に和歌山市と花王はSDGs推進に関する連携協定を締結しました。和歌山市には国内で最大の事業拠点である和歌山事業場が位置しています。花王はこの連携を通じて、地域社会の持続的な発展に、幅広い事業領域とそれを支える研究技術で貢献しています。一方、研究開発部門では“プラスチックごみゼロ”に向けて、使用済みプラスチックの再資源化とごみ問題に対して取り組むための『リサイクル科学研究センター』(研究所横断プロジェクト)が設立されました。私はそのメンバーとして海洋プラスチックごみ問題に取り組み、和歌山市との連携協定のひとつに掲げられた「海をはじめとした豊かな自然環境の継承に関すること」を推進しています。

海洋プラスチックごみ問題への取り組みは、この問題を「知る」ことから開始しました。和歌山市沖の友ヶ島群島は、閉鎖性海域である大阪湾の南の開口部である紀淡海峡に浮かぶ無人島群であり、大阪湾集水域経済圏のごみが数多く漂着することで知られています。我々は行政やNPOと共に島の調査に参加して初めて、そこには想像を超えるおびただしい量のプラスチックごみが漂着していることを知りました。それは花王製品も例外ではなく、中には50年以上前に発売されていた商品の包装容器も見つけることができました。私はこの経験を通じて、海洋プラスチックごみ問題を、生活者に商品をお届けする花王の社員として自分事化でき、「私たちのプラスチック包装容器宣言」に掲げられた『すでに自然界に排出されてしまったプラスチックの回収と再生』について本気で取り組む必要があると実感しました。

「回収」については、人間科学の観点から実効性のある海ごみ回収の仕掛けとして海ごみをキャラクター化することに着想し、感覚科学研究所と共に生活者の意識や行動変容につながるモデル／コンテンツづくりを行いました。これは令和３年度の環境省ローカル・ブルー・オーシャン・ビジョン推進事業として採択され、環境と観光を両立した実例としての成果が認められたことから、令和4年度も引き続き採択され実証を進めています。「再生」については、物質科学の観点から漂着物(特にペットボトル)の材質・物性・性状に見合った再生方法を検討しており、花王の研究資源を活かしたインフラへの応用をめざして研究を行っています。

これらの取り組みはまだ実証実験の段階ですが、今後、和歌山市との連携で進めている海洋プラスチックごみ問題への取り組みを広くアピールし、この問題を通じて資源循環のしくみの強化と、３Ｒを具現化する技術の社会実装を推進していきたいと考えています。

ごみゼロ

ステークホルダー・エンゲージメント

石川 雅紀 氏
叡啓大学特任教授・学長補佐

2022年度は、花王社の活動はさらに前進している。全国でさまざまな主体と協働してプラスチック容器の回収・再資源化活動を進めており、活動の輪が拡がり、量的に増加しているだけでなく、質的な面でも目的とする自社製品での利用を目指して着実に成果を重ねている。

神戸で展開しているプログラムでは、参加企業数が当初のメーカー10社、流通4社、再資源化事業者2社の合計16社から、メーカーが12社となり、小売店舗76店舗で回収を実施している。2022年度からは神戸市が設置している資源回収拠点も当初の1ヵ所から執筆時点(2023/4/27)で10ヵ所まで増加している。

質的側面では、回収物からマテリアルリサイクルによってフィルムを製造する技術を確立し、ごみ袋を生産し、神戸市などのクリーンアップイベントで使用するところまでできている。また、本来の目的である水平リサイクル製品としての回収物から詰め替えパウチを生産することも実現しており、製品化までのステップを着実に進めている。この技術はPEとPETの複合フィルムからマテリアルリサイクルによって実用に耐えるフィルムを製造したという点で世界的にも聞いたことがない。

神戸での回収・再資源化事業の次のステップは、経済的な持続可能性の担保であり、そのためには、回収量の大幅な増加と同時に回収・選別保管費用の大幅な削減が必要となる。この課題は全国で展開しているRecyCreation活動や同種の活動に共通する課題でもあり、解決策は社会全体として極めて大きく普遍的な価値がある。

また、回収PETボトルから生産されたアスファルト改質剤は、プラスチックのリサイクル促進にとどまらず、アスファルト舗装の耐久性を5倍に伸ばし、粉塵の発生も抑える等の効果があり、環境問題の解決とインフラ維持費の低減という経済的な持続可能性に大きく貢献するという意味で素晴らしい。

ここで触れた2つの事例はいずれも花王社のコアコンピタンスである界面科学が核となっている。花王社は動脈企業がコアコンピタンスを資源循環に向けることで新しい価値を創造できることを示し、この種の活動のリーディングカンパニーとしてより輝くことを期待する。

昨年のご意見を受けて

前年、ご提言いただいた2040年カーボンゼロ、2050年カーボンネガティブ達成の目的に向けて、ESGステアリングコミッティを設置し、ESGガバナンス体制を強化しました。

生活者から協力が得られるよう、コミュニケーションが重要というご提言に対し、ポスターやチラシ、動画作成など準備を進めてきました。回収品の活用についても、リサイクルの技術開発を進め、リサイクル製品の実現に一歩近づきました。2023年には、そういったコミュニケーションの素材や、リサイクル技術を活用し、より生活者の協力が得られるよう、ステークホルダーの皆さまと取り組んでまいります。

水保全 GRI303-1, 303-2

製品使用時の水保全、使用時の節水効果の高い製品の提供などを通じ、製品ライフサイクル全体に渡り、水保全を進めています。

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。例えば日本では、家庭用水は洗浄を目的とするものが大部分を占めている※1といわれています。また、日本のご家庭で花王製品を使用する際に使用された水量は生活用水使用量の15%程度を占めている※2ことから、花王には水資源の保全に大きな社会的役割があると認識しています。

現在、多くの地域において局所的な大雨や洪水、慢性的な渇水やそれに伴う長期間の乾燥などの問題が顕在化していますが、今後は人口増加や気候変動により、ますます深刻化することが予想されています。

さらに、水は地域的な資源であることから、例えば、河川から同じ量の水を取水する場合でも、水資源が豊富な流域での取水と水ストレスの高い流域での取水では、水資源への影響は大きく異なります。そこで、花王が持続的に事業を行う上で、自社の水リスク低減と、地域環境・住民への配慮の双方が求められていることを認識しています。

※1 国土交通省水管理・国土保全局水資源部
※2 花王調べ

方針

花王製品のライフサイクルを通じた水の使用量は、使用段階が90%程度、原材料工程が10%程度を占めています。そこで花王は、日本における消費財のトップメーカーとして、リーダーシップを発揮し、節水製品の積極的上市や行政・サプライヤー等とのエンゲージメントを図っています。

花王は、製品の開発から廃棄に至るすべての過程において、水に関する影響を最小化する活動を継続的に行なっています。

環境宣言において示している「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品が関わるライフサイクルの中で消費者をはじめさまざまなステークホルダーの方といっしょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」の方針のもと節水型製品にていっしょにeco活動を推進します。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行い、環境負荷が小さい製品の提供に努める」と掲げています。また花王レスポンシブル・ケア方針において、「環境負荷が小さく、消費者・顧客が安心して使用できる製品の技術開発とその提供に努める」「事業活動において、節水等を含めた省資源を進めると共に、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。

Web 環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

花王 環境宣言
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

戦略

リスクと機会

リスク

世界の大都市の住民は増え続けています。都市の水関係インフラ能力が、増え続ける住民の需要を満たすことができなくなると、住民は十分な水を使用できない、排水処理が適切になされない状況となり、住民の清潔・衛生を脅かす可能性があります。また市水のコストアップがあると、工場運営コストが増加し利益減となるリスクがあります。さらに、工場においては、流域の環境・住民への配慮のある行動が求められており、この対応を行わないことで、地域住民などからのレピュテーションリスクが発生すると考えています。

水保全 GRI303-1, 303-2

さらに気候変動により、渇水や局所的大雨による影響が世界各地で表れています。政府・企業はCO_2排出量の削減に向けてさまざまな取り組みを進めていますが、今後、気温がさらに上昇することは必至で、これらの影響はさらに深刻化していくと理解しています。

2020年から、新型コロナウイルス感染症により、新たなリスク、機会が発生しました。一方、ライフサイクル、特に使用場面での水使用量が増加しました。その結果、花王が掲げる水削減目標が達成できない可能性が高まり、目標未達に対するレピュテーションリスクが発生すると考えています。洗浄意識が高まった状況で、渇水が発生すると、生活者が十分な洗浄行為ができなくなり、Kirei Lifestyleを維持することができなくなるリスクがあります。

機会

気候変動に関連する節水意識や清潔・衛生意識の高まりは、花王の事業に深く関係することから、大きな機会があると考えています。上記の状況を見据えて工場における水使用量削減を継続的に実施していることは、コストダウン・利益増にもつながると考えています。

節水意識の高まりは、洗濯や身体洗浄などの節水型製品の販売増加の機会となります。また、清潔・衛生意識の向上はすべての洗浄製品の売上増の機会となります。

戦略

水は、花王の製品を生産する上で重要な原材料であるだけでなく、水が必要な花王製品をご家庭で使用していただいていることから重要な役割を果たしていると認識しています。近年地球温暖化などの影響により、世界各地で渇水リスクが顕在化してきています。水を使用する花王製品は可能な限り水使用量が少なくあるべきと考え、節水製品の開発を継続しています。このような節水への取り組みがステークホルダーに認知され、価値に共感いただくことで、商品選択につながり、売上増に貢献します。

社会的インパクト

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ことをめざしています。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。これは工場が用水として利用する流域(河川やその水源)の保全につながると考えています。

地域住民の生活が水リスクに脅かされた際、地域に根差したよき住民の一員として、積極的に地域住民への支援を行います。

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。これにより、水使用量に制限がある場合でも、生活者の清潔な暮らしを続けることができると考えています。

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、工場が使用する水の取水源がある流域の淡水の持続可能性に寄与し、生態系の保全によい影響を与えると考えています。また、製品使用時と製品ライフサイクル全体の水使用量目標を達成することで、水道に関わるインフラ維持の負荷が低減され、生活者の水使用量が削減されることで上下水道料金負担の軽減にもつながります。

貢献するSDGs

事業インパクト

花王グループ全拠点の水使用量目標を達成することで、工場が使用する水の取水源がある流域の淡水の持続可能性に寄与し、生態系の保全によい影響を与えると考えています。また、製品使用時と製品ライフサイクル全体の水使用量目標を達成することで、水道に関わるインフラ維持の負荷が低減され、生活者の水使用量が削減されることで上下水道料金負担の軽減にもつながります。渇水地域や災害時に限らず、節水製品を使用する価値に共感いただくことで、売上増加が見込まれ、中期経営計画K25の達成に貢献するものと考えます。

※ 出典:水道事業の将来予測と経営改革(日本政策投資銀行、2017年)

水保全 GRI3-3, 303-1, 303-2, 404-2

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「水保全」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。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。

「水保全」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当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共にコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

レスポンシブル・ケア推進委員会とリスク・危機管理委員会の事務局は、コーポレート戦略部門危機管理・RC推進部が務めています。

「水保全」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。同コミッティの委員は事業、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。同コミッティとその下部組織のESG推進会議は、水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。同コミッティ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。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

製品ライフサイクルにおける水使用量の90%程度が使用段階であることから、節水に貢献する製品設計を行うことが重要です。そのため、社員に対し教育の機会を多く設けています。

花王社員が工場の節水活動や、節水製品の研究開発を担うにあたり、さまざまな機会を通じて水に関わる知識を得、自主的・積極的に水保全に対する活動に取り組むことが花王の活動のレベルアップにつながります。

また、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、製品を選択する側となります。したがって、社員も生活者として、水保全に取り組むことが必要です。2021年よりKirei Lifestyle Planの全社員向け教育用として水保全動画の配信を開始しました。

ステークホルダーとの協働／エンゲージメント

生活者がKirei Lifestyleを実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてすべてのステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における水使用は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーションをとっています。

各国・地域が抱える水問題を解決していくために、政府や自治体、NPOなどが進める活動に積極的に参加しています。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、未来の洗濯や洗浄について、議論や提案をしていく未来洗浄研究会を主導しています。中国においては節水キャンペーンを実施、また日本においては環境省Water Projectに参画しています。

水リスクが高いセクターに属するサプライヤーには、自らの水管理レベルの向上を理解し、行動をしていただく必要があります。毎年CDPサプライチェーンプログラムを通し、回答を依頼しています。そして、各サプライヤーの活動をレベルアップしていただくよう、花王による評価結果をフィードバックしています。

生活者のKirei Lifestyleの実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、すべての生活者が日々使用する水を題材に、Kirei Lifestyleを考えるきっかけを提供しています。例えばエコラボミュージアムでは、生活用水の量を実感できる展示をしています。

水保全 GRI3-3, 303-1, 303-2, 303-5

リスク管理

リスクと機会のアセスメントのプロセスについては、コーポレート戦略部門が花王で想定されるリスクと機会を検討し、社内で取り組みを実施する各部署担当者や社外有識者の意見を踏まえてリスクと機会のアセスメントを実施し、それぞれ内部統制委員会とESGコミッティで承認を受けています。

花王として、リスク・危機管理委員会事務局(危機管理・RC推進部)から各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査が実施され、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しが進められています。基本的には、主管部門が中心となり対応していますが、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、関係部門と連携して対応の強化を図り、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応が行われています。

P280 リスクと危機の管理＞ガバナンス＞教育と浸透＞リスク調査

目標と指標

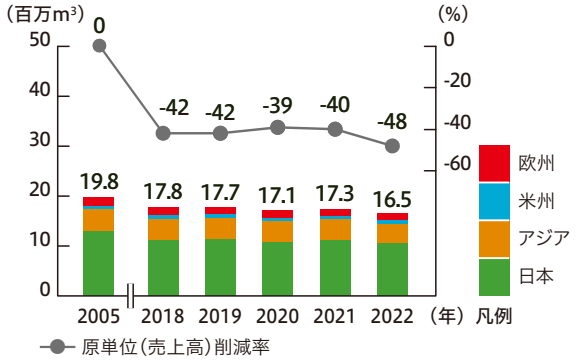
中長期目標と2022年実績

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)

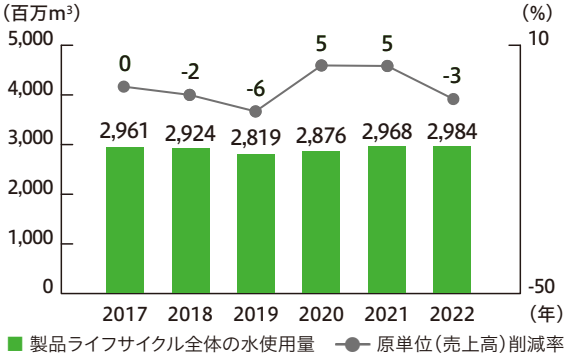
花王グループ各拠点においては生産、研究、事業すべての活動において節水を日々推進しています。製品ライフサイクル全体で節水型製品を提供するとともに、ステークホルダーの皆さまに節水の価値を伝えていきます。

水使用量(取水量)の推移 ☑(全拠点)



※ 集計対象は2005年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。2016年以降はすべての非生産拠点を含みます。
※ 保証対象は水使用量(取水量)

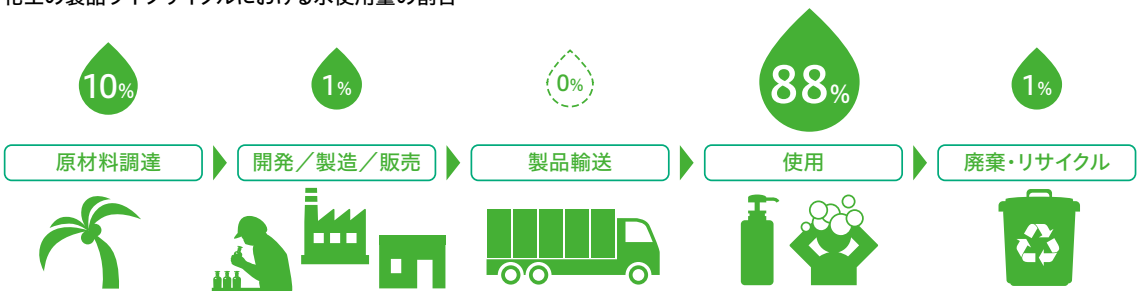
製品ライフサイクル全体の水使用量の推移 ☑
(花王グループ)



※ 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、産業界向け製品は、調達に関する水使用量は含みますが、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

水保全 GRI303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

花王の製品ライフサイクルにおける水使用量の割合



水源別取水量の推移(百万m³)※ ☑(全拠点)

	2020年	2021年	2022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)	5.1	5.4	5.4
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	11.8	11.9	11.1
他の組織からの排水	0.1	0.01	0.03

※ 集計対象拠点:花王グループ全拠点

放流先別排水量の推移(百万m³)※ ☑(全拠点)

	2020年	2021年	2022年
河川・湖沼	2.7	2.9	2.8
半塩水取水源・海	5.7	5.7	5.0
地下水	0.0	0.0	0.0
下水道	2.8	2.9	2.7
他の組織への排水	0.0	0.0	0.0
合計	11.2	11.4	10.5

※ 集計対象拠点:花王グループ全拠点

P110 脱炭素 > 目標と指標 > CDPによる評価

2022年実績に対する考察

水使用量(全拠点)は、前年より少ない16.5百万㎥で、売上高が増加したため原単位(売上高)削減率は昨年より改善して48%となり、2022年目標の41%を大きく上回る削減を達成しました。また、取水リスクのある生産拠点の水使用量は2.9百万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)は、前年より16百万m³増加しました。原単位(売上高)削減率は2017年比で3ポイントの減少になりました。

食器用洗剤の販売増により、製品ライフサイクル全体の水使用量は増加しました。一方で、原材料価格の高騰による価格転嫁分の売上増の影響により、水使用量原単位は微減の結果となりました。

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。

水保全 GRI303-1, 303-2, 308-2

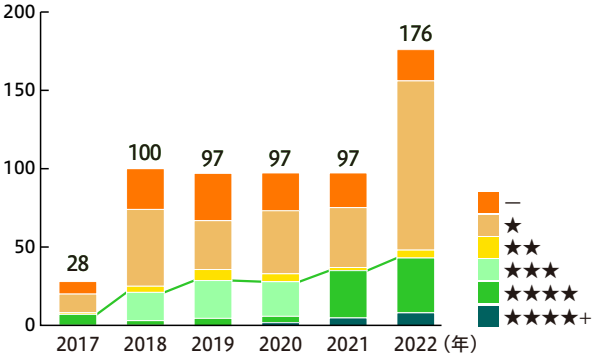
主な取り組み

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、CDPの質問書に回答いただき、花王独自の評価法によりサプライヤーの水管理状況等を評価し、結果をフィードバックしています。

2021年の調査の結果、「★★★」以上の評価となったサプライヤーは前年に比べ8社増加し、サプライヤーの活動レベルが向上していることがわかりました。一方、79社に新たに回答を依頼したことで「★」となった企業が大幅に増加しました。今後、「★★★」以上の評価を取得できるようエンゲージメントを進めていきます。

サプライヤーの活動レベル(水)



開発・生産・販売における取り組み

水使用量削減の取り組み

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用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実施しています。

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

気候変動シナリオ分析

気候変動による降水量の変化や海面水位の上昇は世界で均一ではなく、地域差が大きいことが報告されています。将来の年平均降水量は、RCP8.5モデルの2080年から2100年の期間で、高緯度域および太平洋赤道域では増加、中緯度や亜熱帯の乾燥地域では減少すると報告され、海面水位上昇量は同モデル・期間において世界平均では0.71mですが、その幅は0.51mから0.92mと大幅に異なっています。

そこで花王は、事業場・工場・物流拠点を対象に、気候変動による水リスクの評価を行いました。

一次スクリーニングとして、立地条件の把握(主に洪水/高潮の観点で近傍の河川、海岸線、標高等の確認)、既存ツールによる確認(Aqueduct、ハザードマップな

水保全 GRI303-1, 303-2

ど)、過去事例の確認(過去の水害その他自然災害の有無)を行いました。次いで、一次スクリーニングで抽出された拠点について、気候モデルで豪雨、少雨、高潮のリスクを現在気候(1951～2011年)と比較しました。

結果、少雨の発生頻度は全拠点において現在気候と同程度であること、豪雨と高潮の発生頻度は、現在気候より増加する拠点があること、浸水の被害は花王のこれまでの想定とほぼ同一であることがわかりました。

さらに渇水のリスクが高いと見込まれる複数拠点を対象に、流域における水資源量リスクの定量評価をCBWTの手法に基づき実施しました。結果、本評価法が有効であることを確認できました。順次定量評価を継続しており、リスクが高くなる工場が複数あることを確認しました。今後評価の対象拠点を拡大し、リスクが顕在化しないような予防措置、顕在化した時の対策を検討していきます。

使用における取り組み

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90%程度を占めていることから、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に取り組んでいます。

花王は、すすぎ1回で十分な洗濯が可能な衣料用洗剤「アタックNeo」を2009年に日本で発売。2019年には、洗浄力・消臭力・洗剤残りゼロを両立した「アタックZERO」を発売しました。水使用量の少ないドラム式洗濯機専用の製品においてもすすぎ1回でのお洗濯が可能です。また、すすぎ1回を可能にする衣料用洗剤は、日本、台湾で提供しています。花王は、洗濯におけるすすぎ1回のあたりまえ化をめざしています。

花王は、泡に着目した本質研究により、他の製品群においてもすすぎ水を削減することに成功しています。2010年には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年にはすすぎ水を20%減らすことができる食器用洗剤「キュキュット」を、2015年にはすすぎ水を10%減らすことができる浴室用洗剤「バスマジックリン」などを上市しました。引き続き本質研究に基づく節水型製品の展開を図っていきます。

節水方法についても、さまざまなアプローチで生活者に伝えています。例えば、より少ない水で洗髪できる「エコシャンプー術」を開発し、生活者への啓発も行っています。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。

“いっしょにeco”のもとで推進する教育と活動

社員

・レスポンシブル・ケア活動に基づく社員教育において、全社員を対象に教育を実施
・ISO 14001を取得している工場・研究所において、対象事業場で働く全社員を対象に教育を実施
・花王エコラボミュージアムにおいて社員向け説明会を実施(新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、社員向け「オンライン見学会」を実施)

お客さま

・花王エコラボミュージアムで節水に関する展示を実施(新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、一般向け見学は中止。小学校向けの「オンライン見学」にて暮らしと水について説明を実施)

ビジネスパートナー

・重要サプライヤーをお招きしたベンダーサミット
・CDP質問書への回答を要請

地域社会

・多くの工場で毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーション

行政／自治体

・中国において節水キャンペーンを実施
・日本において環境省Water Projectに参加

中国清潔・節水全国運動—節水キャンペーン10年連続実施

花王(中国)投資は、中国生態環境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

水保全

しています。

中国国内での一般市民および大学生の節水意識を喚起する活動として、これまで「節水」をメインで展開してきました。2020年から活動テーマを増やし、2022年は中国生態環境部宣伝教育センターと提携し、キャンペーンテーマである「清潔で美しい中国へ(中国語表記:清洁美丽中国行)」の新たな展開を開始しました。新スタートにあたり、引き続き大学生に焦点を当て、中国各地の大学から「プラスチック削減」「低炭素化」「生物多様性」「持続可能な開発」などさまざまな環境テーマで活動提案を募集し、その中から選ばれた提案の実施や大学の広報活動を支援するキャンペーンを実施しています。中国の環境優先という戦略的な方向性にさらに焦点を当て、花王グループの環境保護における戦略とその実践を融合させます。そして大学生がより多様な活動を展開し、環境問題に対する考えを深め、環境活動のための革新的アイデアを創出することを期待しています。

このキャンペーンは、「オンライン+オフライン」の活動を組み合わせています。大学向け国家小額助成プログラムとミニプログラムが開始されました。これまでに154の大学協会が提案書を提出しています。

応募締め切り後、生態環境部宣伝教育センターと花王(中国)の支援により、最終選考に残ったプロジェクトが実施される予定です。

社員の声

肌にやさしい洗浄剤の開発を通して

スキンケア4室
冨川 明日香

我々スキンケア研究所では、「汚れをきちんと落とし、汚れによるさまざまな刺激から肌を解放すること」、「洗浄による肌への影響(角層のバリア機能の低下など)を最小限に抑えられること」の2つ同時に満足させられるような洗浄剤の開発を続けています。

「ビオレu ザ ボディ泡タイプ」は、ポンプを押すだけで生クリームのような細かく白い泡が出てきて、誰でも手を用いて簡単に摩擦レスで身体を洗えることが特徴です。「洗いすぎない発想」で、より肌に心地よく、使うことで気分まで前向きになってもらえる商品となるよう研究を進めてきました。

身体洗浄時の水の使用量を算出すると、道具を使用した場合と比べて、手で身体を洗う場合は水使用量が12%削減できることがわかっています(Web調査より 泡立て・洗い中に水を止めた場合)。液体タイプのボディウォッシュをナイロンタオルなどの道具で泡立てて使用する場合、身体を流す水だけでなく、道具をすすぐための水が必要になります。手で身体を洗うことで、肌にやさしく摩擦レスに身体を洗えると共に、道具をすすぐための水が減るので、節水にもつながると考えています。

今後も、より人にも環境にもやさしく、誰でもいい泡で幸せな気持ちで身体が洗える製品を届けられるよう研究を続けていきたいと考えています。

水保全

ステークホルダー・エンゲージメント

伊坪 徳宏 氏
早稲田大学理工学術院教授

昨年のご意見を受けて

前年提言いただいたことを踏まえ、渇水地域や災害時に貢献できる製品開発を継続しています。国際宇宙ステーション(ISS)に搭載された「Space Laundry Sheet」と「3D Space Shampoo Sheet」は宇宙空間のみならず、被災時や入院時、さらには水不足の国や地域への応用が期待できます。また、前年に引き続き、泡で出てくることによって節水が期待できる「ビオレu ザ ボディ」を上市しています。引き続き、節水製品の開発を続けてまいります。

花王は毎年バリューチェーン全体の水使用量を分析している。使用総量は約30億m³であり、日本の1年間の水使用量約800億m³の4%を占める。一企業としてはかなり大きな規模である。それだけ、花王の環境貢献に対する期待は高い。

花王への期待を2つ挙げたい。ひとつは、途上国の水問題解決である。水問題は途上国の社会問題である。16億人が安全な飲料水を利用できず、28億人は下水設備が整備されておらず、19億人が手洗い設備を利用できない。安全な飲料水が無ければ長時間かけて水汲みの作業を行い、下水施設が無ければ女性が学校に行く意欲が消失し、手洗い設備が無ければCOVIDをはじめとした感染症リスクが飛躍的に高まる。花王のバリューチェーンを通した水使用の1割、すなわち、3億m3は原材料調達である。その多くはパーム油の栽培などを目的とした途上国の水源が担っている。途上国の取水に私たちは間接的に影響を与えている。生産国の農家や自治体との連携を通してどのように取水源を確保して、排水の質を改善していくのか。途上国の水問題解決を通して教育やジェンダー問題の解決へとつながるプロジェクトの創出を期待する。

もうひとつの期待は、DXの進展である。水負荷の効果的な低減は消費者の行動変容が重要な鍵となる。これは花王の水使用の約9割は使用段階にあることから見ても明らかだ。エネルギーに関しては、HEMSなどの見える化やナッジの利用により省エネのプロジェクトが多く見られるようになった。水については節水に関する試みはいくつか見られるものの、スマートメータなどの利用によるデータドリブンの行動変容に向けた活動が期待される。以前、花王と共同でつめかえ型と付け替え型の包材の環境パフォーマンスの比較を生活者のモニタリングを通して分析を行った。その結果は国際誌に掲載され、現在の付け替え型の商品普及に一定の貢献があったことを覚えている。現在は、大量のモニタリングのデータをさまざまな形で入手、活用をすることが求められる。花王は水問題解決のための情報プラットフォーマーになっていただきたい。

現在、ライフサイクルの環境影響を評価するLCAは、ソーシャルLCAも含めて環境と社会の双方を網羅した評価手法へと変容しつつある。環境・社会LCAを水問題の解決に利用し、ESGを牽引する企業としてますます発展されることを期待している。

大気および水質汚染防止 GRI303-2

製品の製造中または使用時に、大気や水系への放出による人や環境への影響を最小化するように配慮します。

社会的課題

大気汚染、水質汚染、土壌汚染が人の健康、農作物や植物、生態系へ悪影響を及ぼすことはいうまでもありません。持続可能で豊かな共生世界を実現するために、悪影響をおよぼさない事業活動と共に、すでに影響が出ている汚染に対してはステークホルダーの皆さまと持続可能な状態へ回復することを花王はめざしています。

窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、粒子状物質(PM)や揮発性有機化合物(VOC)などの大気汚染物質は、喘息などの肺疾患の有症率を上げることが知られています。これら大気汚染物質の多くは化石燃料の燃焼や有機溶剤の使用が原因です。大気汚染が原因の早期死亡者数は全世界で年間880万人、欧州では79万人に上るといわれています(ドイツ、マインツ大学)。また、近年では家庭におけるエネルギー効率を高めるために、室内の気密化が高まっており、室内で発生する化学物質が室内に長時間とどまり、その濃度が高まることで、健康に影響を与えるという報告もあります(日本、横浜国立大学)。

人を含むほとんどの生物は水がなければ生きていくことができません。また、清潔な暮らしを営むためには衛生的な水を利用することが必要です。水質汚染は、工場や生活排水に含まれるさまざまな物質が主な原因となっています。

土壌汚染は、例えば人の健康への影響としては、汚染土壌に直接触れたり口にする直接摂取による影響と、汚染土壌から溶出した有害物質で汚染された地下水を利用するなどの間接影響があります。土壌汚染は、一度発生すると、有害物質が蓄積され汚染が長期にわたること、大気汚染や水質汚染と比較して汚染状態を体感しづらいことなどの特徴があります。

2030年までにSDGsを達成するには、取り組みのスピードを速め、規模を拡大しなければならず、国連では2020年1月、SDGs達成のための「行動の10年(Decade of Action)」をスタートしています。

方針

花王は、家庭用製品から工業用製品まで幅広く化学物質を扱っており、開発から廃棄に至るすべての過程において、化学物質による影響を最小化する活動を継続的に行っています。

環境・安全の基本理念と基本方針において、「製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行い、環境負荷が小さい製品の提供に努める」と掲げています。また花王レスポンシブル・ケア方針において、「環境負荷が小さく、消費者・顧客が安心して使用できる製品の技術開発とその提供に努める」「事業活動において、廃水・排ガスの適正処理を行い、環境影響を継続的に改善する」と宣言しています。

さらに環境宣言において、「モノづくりのプロセスだけでなく、お客さまに使っていただく中でも花王独自の技術を活かし、環境に負荷を与えない製品をつくっていきます。そして、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄など、製品が関わるライフサイクルの中で消費者をはじめさまざまなステークホルダーの方といっしょに実行できる、よりecoな方法を提案してまいります」と決意を表しています。

Web 環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

花王 環境宣言
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

大気および水質汚染防止 GRI303-2

戦略

リスクと機会

リスク

項目			内容
リスク	移行リスク	政策・法規制	大気や水質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、工場立地エリアの大気汚染状況や、工場排水を排出する水域の水質汚染状況によっては、政府や自治体から操業の制限を要請され、生産が予定通りに行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 ・大気汚染物質に対する規制　・オゾン層を破壊する物質に対する規制　・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　・製品の水関連環境性能や化学物質に関する表示制度
		技術	大気や水質に関わる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・地域レベルで大気汚染物質に対する規制が強まると、大気汚染の原因となる物質(有機溶剤など)の含有量が少ない、あるいは含まないケミカル製品の需要が増大する一方で、従来型のケミカル製品の売上が減少するリスクがあります。 国・地域レベルで水質汚染物質に対する規制が強まると、水質汚染の原因となる物質(アルカリなど)の含有量が少ない、あるいは含まない業務用製品の需要が増大する一方で、従来型の業務用製品の売上が減少するリスクがあります。 開発している製品等の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	柔軟剤などの香りによるいわゆる香害により、ブランドオーナーに対する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	急性	森林火災による大気汚染や、オイルタンカーの事故による水質汚染などにより、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時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、大規模な大気汚染や水質汚染により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。
		慢性	大気汚染や水質汚染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。

機会

機会		
	資源効率性	物流を最適化してトラックの空車走行距離を短縮することは、大気汚染物質の排出削減のみならず輸送費用の低減につながり、利益増にもつながります。
	製品・サービス	大気汚染物質のひとつである粒子状物質(PM)は、健康被害をもたらすだけでなく、美容の観点では肌のくすみの原因になることがあります。今後、温暖化ガス排出削減を目的として石炭火力発電が減少し、大気中のPMの量は中長期的には少なくなると予想されますが、世界のすべての地域でPMがなくなるまでは一定の時間を要すると予想され、ヘルス＆ビューティケア事業やハイジーン＆リビングケア事業においてはPM対応商品の機会があります。 産業界では、現場の大気汚染の原因となる有機溶剤や粉じんを減らすケミカル製品の機会があります。 多くの花王の製品は使用後、水環境に排出されます。界面活性剤の使用量を低減できる界面活性剤や、アルカリフリーの業務用洗剤は、水環境の改善という環境価値を提供します。
	市場	粒子状物質(PM)による大気汚染が顕在化することでPM対応型消費者向け製品が注目され、その売上が増加する機会があります。 現場の有機溶剤や粉じんの規制が強化されることにより、対応するケミカル製品の需要が伸びる機会があります。
	レジリエンス	工場で大気汚染や排水汚染の対策を継続的に行っていることは、製品製造の面で大気・水質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年以上の生活者相談対応と、40年以上にわたり構築したデータベースにより生活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。

大気および水質汚染防止 GRI3-3, 303-2, 404-2

戦略

製造拠点における大気および水質汚染防止の活動を実施しています。万一、拠点からの環境汚染が指摘された場合、生産活動を停止する必要に迫られる可能性があることから事業の存続に環境汚染防止の活動は必要不可欠です。

また、使用されることで環境汚染につながらない製品開発も重要です。このような環境汚染防止への取り組みがステークホルダーに認知され、価値に共感いただくことで、商品選択につながり、売上増に貢献します。

環境汚染や衛生状態に課題のある地域で清潔を保つには、花王製品が必要となってくると考えられることも売上増に貢献します。

社会的インパクト

花王では、花王の工場から排出されるNOxやSOx、VOCなどの大気汚染物質の排出量や、工場排水中に含まれる有機物等の低減に努め、各国・地域の法令を遵守し、法令を上回る基準値を定めて厳しく管理することで、工場周辺地域の大気汚染・水質汚染を防止しています。

大気汚染に関し、世の中の働く人の健康維持にも配慮しており、ケミカル事業においてさまざまな製品を提案しています。

水質汚染に関し、各工場では、地域で利用されている地下水が汚染されていないことを確認するために、土壌の状況を定期的に調査しています。

また、家庭用製品、業務用製品、ケミカル製品のすべての事業において水質汚染防止に貢献するさまざまな製品を提案しています。

事業活動に伴うVOC、COD排出量を開示し、同時に対話を重ねることで、工場周辺住民とのコミュニケーションが向上し、ひいては社会全体のVOC、CODの排出量のレピュテーションリスクの低減につながると期待しています。

貢献するSDGs

事業インパクト

中長期目標を達成することにより期待できること：事業インパクト

事業活動に伴うVOC、COD排出量を開示することで、労働安全対策や公害対策の透明性が向上します。社員の健康が維持され、公害発生リスクが低減することで、事業運営費の低減が図れ、利益増に貢献します。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「大気および水質汚染防止」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。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。

「大気および水質汚染防止」に関するリスク管理は、内部統制委員会（年2回開催）とその下部組織のリスク・危機管理委員会（年4回開催）で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「大気および水質汚染防止」に関する機会管理は、ESGコミッティ（年6回開催）で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG 推進会議がESG 戦略を遂行しています。

P285 レスポンシブル・ケア活動 > ガバナンス

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

化学物質を取り扱う会社の社員として、さまざまな機会を通じ事業活動と製品の大気および水質への影響に関する知識を得、自主的・積極的にこれら汚染防止活

大気および水質汚染防止 GRI3-3, 303-2, 404-2

動に取り組むことが重要であると認識し、教育の機会を多く設けています。

工場の大気および水質汚染防止活動や、低VOC製品、生分解性の高い製品の研究開発を担うのは社員です。社員の大気や水質に対する意識を向上させることが花王の活動のレベルアップにつながります。また、社員も生活者として、大気および水質汚染防止に取り組むことが必要です。

具体的には、レスポンシブル・ケア活動において、全社員を対象に大気および水質汚染防止を含む環境教育を実施しています。また、ISO 14001ないしRC14001を取得している工場・研究所では、対象事業場で働く全社員を対象に、大気および水質汚染に関する法規制遵守の重要性を含む教育を実施しています。

ステークホルダーとの協働

生活者がKirei Lifestyleを実現するために、花王は双方向のコミュニケーションを通じてさまざまなステークホルダーとの相互理解を深め、協働していくことが必要と認識しています。

生産における大気および水質の汚染につながる物質の排出は地域社会に影響を与えるため、地域社会とのコミュニケーションが必要です。多くの工場では毎年環境報告書を作成し、地域の住民とコミュニケーションをとっています。

事業活動により大気および水質の汚染につながる物質の排出は行政により規制がなされています。花王は、規制値より厳しいレベルの自主管理値を設定し、それを監視、遵守しています。また、水質の調査を花王単独だけでなく、業界団体としても継続して行っています。

物流の取り組みにより、大気汚染の改善に貢献することが必要です。内閣府のプログラムに同業他社と共同で参画しています。

生活者のKirei Lifestyleの実現のためには生活者の行動変容が必要です。ミュージアムや工場の見学を通して、すべての生活者が日々使用する水を題材に、Kirei Lifestyleを考えるきっかけを提供しています。例えばエコラボミュージアムでは、生活排水と下水処理に関する展示をしています。

ライオン株式会社と協働したスマート物流

内閣府が推進する戦略的イノベーション創造プログラムに参加し、2020年10月より花王とライオン株式会社の拠点間定期往復輸送を開始しました。この取り組みにより、従来の輸送方法と比較してトラックの空車走行距離を短縮し、両社合計で大気汚染物質排出量の45%削減を見込んでいます。

リスク管理

リスクと機会のアセスメントのプロセスについては、危機管理・RC推進部が花王で想定されるリスクと機会を検討し、社内で取り組みを実施する各部署担当者や社外有識者の意見を踏まえてリスクと機会のアセスメントを実施し、それぞれ内部統制委員会とESGコミッティで承認を受けています。

総合的リスクへの統合

花王として、リスク・危機管理委員会事務局（危機管理・RC推進部）から各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査が実施され、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しが進められています。基本的には、主管部門が中心となり対応していますが、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、関係部門と連携して対応の強化を図り、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応が行われています。

指標と目標

中長期目標と2022年実績

2025年中期目標

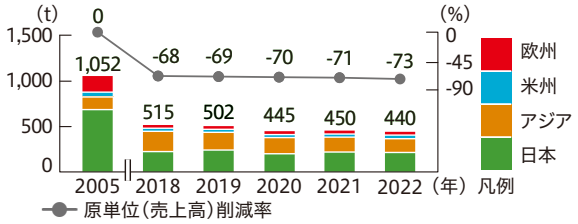
項目	対象範囲	2025年目標
VOC、COD排出量を開示する工場の比率	花王グループ全拠点	100%開示

大気および水質汚染防止 GRI303-2, 303-4, 305-7, 307-1

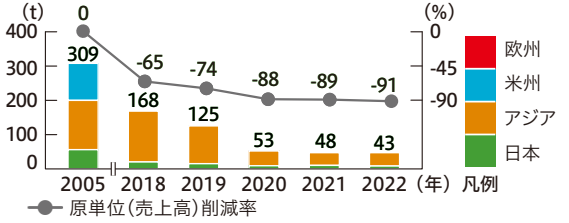
2022年の実績

※ 売上高原単位は、2005年度は日本基準、2017年度以降は国際会計基準(IFRS)にて算出しています。

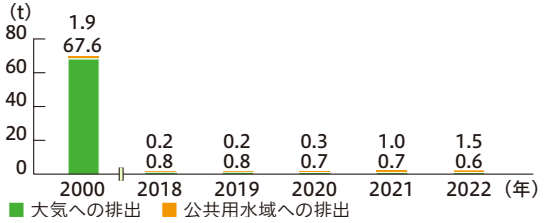
NOx 排出量の推移 ☑(全生産拠点)



SOx排出量の推移(全生産拠点)



PRTR法対象化学物質の総排出量の推移



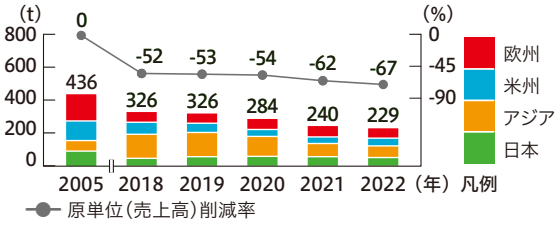
揮発性有機化合物(VOC)の排出量

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。

環境省環境管理局長通知の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2022年に1トン以上取り扱ったVOCは32種であり、大気中への総排出量は6.8トン ☑でした。

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

環境法規制の遵守

2020年は川崎工場で廃棄物処理施設(汚泥脱水施設)の軽微変更の届出漏れ、花王スペシャルティーズアメリカズで集塵機の定期点検漏れとスクラバー水の流量不足(罰金146千円)、キミ花王でスクラバーからのアンモニア水漏えい(罰金460千円)がありました。

2021年は花王葫芦島鋳造材料でガス検知器の設置不足(罰金542千円)と選任者の届出漏れ(罰金1,444千円)、花王USAで硫化水素の規制値超過(罰金1,192千円)がありました。

環境法規制 遵守状況

区分	単位	2020年	2021年	2022年
逸脱件数※1	件	4	3	0
内漏出	件	1	0	0
罰金総計※2	千円	607	3,178	0
内漏出	千円	460	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

2022年実績に対する考察

2022年は環境法規制逸脱はありませんでした。

大気および水質汚染防止

主な取り組み

大気汚染防止への取り組み

工場における取り組み

規制の遵守

大気に放出される汚染物質の量や濃度は行政により規制されています。花王は、規制値より厳しいレベルの自主管理値を設定し、それを監視、遵守しています。

よりクリーンな化石燃料の利用

NOx、SOx、PM などは燃料の燃焼に伴い発生することから、花王はクリーンな化石燃料である天然ガスを、インフラの整っているすべての工場で使用しています。石炭を使用している工場はありません。

PRTR法対象化学物質の排出削減

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2022年に1トン以上取り扱ったPRTR法対象化学物質は69種で、大気および公共用水域への総排出量は2.1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。

VOC(揮発性有機化合物)の排出削減

日本以外の工場の中には、まだVOC排出量を把握できていない工場や、排出量の多い工場があります。これらの工場の排出量の把握、削減を進めていきます。

物流における取り組み

ライオン株式会社と協働したスマート物流

内閣府が推進する戦略的イノベーション創造プログラムに参加し、2020年10月より花王とライオン株式会社の拠点間定期往復輸送を開始しました。この取り組みにより、従来の輸送方法と比較してトラックの空車走行距離を短縮し、両社合計で大気汚染物質排出量の45%削減を見込みます。

製品における取り組み

水性インクジェット用顔料インク「LUNAJET」

花王が培ってきた「顔料ナノ分散技術」を応用した世界初の水性インクジェット用顔料インク「LUNAJET(ルナジェット)」は、VOCレス設計※で、印刷時に放出されるVOCが極めて少なく、大気汚染防止のみならず印刷作業労働者の作業環境にも大きく貢献します。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。

※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。

コンクリート吹付け工事用増粘剤「ビスコトップ UT」

山岳トンネル工事のコンクリート吹付け時に発生する粉じんを大幅に軽減する増粘剤「ビスコトップ UT」を開発、本格的に販売を開始しました。「ビスコトップ UT」は、粉じんが飛散しやすい「粉体急結剤」を使用しても粉じんの発生を大幅に軽減できる特長があり、一般的な粉じん低減剤の半分の使用量で、粉じん濃度2mg/m³以下(2021年4月から運用が開始された粉じんガイドライン)の達成が期待できます。NETIS(新技術提供システム)※にも登録済み(番号KT-200035-A)で、国や地方公共団体などが発注するさまざまなトンネル工事で採用されることが期待できます。

※ NETIS:国土交通省が新技術に関わる情報を共有、および提供する目的で運用されているデータベースシステム。

水質汚染防止への取り組み

製品開発における取り組み

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

大気および水質汚染防止

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により、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い、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。

工場における取り組み

排水規制の遵守

河川や海、下水道に放出される汚染物質の量や濃度は行政により規制されています。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、適切に処理した後、場外へ排出しています。花王は、規制値より厳しいレベルの自主管理値を設定し、それを監視、遵守しています。

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。

製品使用後の排水への取り組み

花王は、製品使用後の廃水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。

これまで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の予測についてシミュレーションモデルの有用性検証や新モデル開発を専門家と協働で進め、各地域の環境に配慮した事業活動をめざしてきました。近年は日本において、生態モニタリングと河川環境モニタリングのデータを活用し、化学物質の生態系への影響を詳細に解析しています。

さらに、日本石鹸洗剤工業会が1998年から実施している環境モニタリングに花王も参加しています。現在、代表的な4種の界面活性剤を対象として都市河川にて実施し(4河川7地点、年4回測定)、生態系におよ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。

製品における取り組み

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われる工事では、環境に配慮し、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、水辺の環境を汚染することなく施工が可能です。「ビスコトップ」は福島第一原子力発電所の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

大気および水質汚染防止

アルカリフリーの業務用洗剤「スマッシュ」

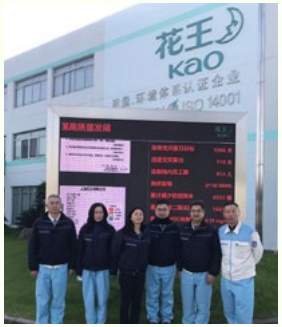
落としづらい厨房の油汚れに用いられるアルカリ洗剤は、水質汚染を防ぐため洗浄液の排水時にpHを調整(中和)しなければならず、一方でアルカリを含まない中性洗剤は一般的に十分な洗浄効果が得られません。

新たに販売を開始した厨房油汚れ用洗剤「スマッシュ」は、アルカリ洗剤と同等の洗浄力を持ちながら中性処方なので安全に作業でき、素材にも優しく、水質汚染防止に貢献します。

厨房油汚れ用洗剤「スマッシュ」

社員の声

上海工場COD、VOCの可視化の取り組み



毛建権
Mao Jian Quan
上海花王

上海花王工場は住宅地区に立地しており、いわゆる都市型工場となっています。

来訪者、近隣住民、従業員の皆さまからの信頼を得るため、上海花王は2018年に、敷地外に見えるように大型LEDディスプレイを設置しました。社長のメッセージ、安全スローガン、太陽光発電量、環境排出データ(COD、VOC)をLEDスクリーンに表示し、住民の皆さまをはじめとした社外の方にもご覧いただいて共有できるようにしています。

大気および水質汚濁防止においては、排出データの公開と可視化が活動推進の第一歩であり、自社のみならず社会全体の省エネルギー・排出削減を推進することが目標です。

大気および水質汚染防止

ステークホルダー・エンゲージメント

古川 憲治 氏
熊本大学 名誉教授

花王の大気および水質汚濁防止に関する取り組みへの評価と期待

国際環境NGOのCDPは、グローバル企業の環境に関する開示や取り組みを「気候変動」、「フォレスト」、「水セキュリティ」の3分野で評価し、その結果を12月に発表した。いずれかの分野で最高評価(A)を受けた日本企業は91社。3分野でA評価(トリプルA)を3年続けて取得した企業は、評価レベルが引き上げられたこともあり、昨年から2社減って世界で12社のみである。日本では花王のみがトリプルAを3年連続で獲得し、環境情報開示や取り組みに関して、花王が世界のリーディングカンパニーであることが認定されたことになる。

以下、花王サステナビリティレポート2022、環境活動データ集をもとに、花王の「大気汚染および水質汚濁防止」に関する花王の取り組みについてコメントする。

1．大気汚染防止への取り組み

燃料の燃焼に伴い発生するCO_2、NOx、SOxの排出量に関しては、天然ガスに切り替えることによってCO_2、SOxの排出量を着実に削減できているが、NOxに関しては排出量、原単位削減率共に横ばい状態である。和歌山工場でのNOx排出量が飛びぬけて高いことから、和歌山工場に注力したNOx削減対策が求められる。花王には国内工場ではVOC排出規制の対象となる設備がないものの、自主的にVOC排出量を各工場ごとに把握して、その削減に取り組んでいる点は評価できる。しかし、海外工場に関しては、VOC排出量の把握は緒についたばかりだが、まだ調査のできていない工場もある。海外のすべての工場でVOC排出量を把握すると共に、VOC排出量の多い工場でのVOC排出の原因を明らかにすると共に、削減目標を立てて確実に削減を進めることを求めたい。

2．水質汚濁防止への取り組み

花王の全生産拠点からのCOD排出量は着実に減少している点は評価できる。今後は、COD排出量が多い海外工場に対する削減に取り組んでほしい。

3．イトミミズによる汚泥減容化

排水処理施設の曝気槽に付着固定化担体を投入すると担体に付着固定化された活性汚泥量が高まり、活性汚泥に対する負荷量(BOD-SS負荷量)が低下する。BOD-SS負荷量を低く維持できると、イトミミズが活性汚泥の食物連鎖のトップに立つ状態になり、余剰汚泥の発生しない排水処理が可能になる。水質、水温、pH、負荷量変動の大きい工場排水の曝気槽でイトミミズの生息環境を整えることは簡単ではない。花王では、イトミミズの安定棲息が可能な工場排水の選択に苦労しているが、汚泥減容はイトミミズが生息しなくても可能である。BOD-SS負荷量を低くできれば、ワムシ類、貧毛類が食物連鎖のトップに立ち、汚泥減容が可能になる。この状態を長く維持

大気および水質汚染防止

する過程で、その環境に馴養したイトミミズが出現し、さらなる汚泥減容につながることも期待できる。最適なイトミミズの生育環境に固執することなく、曝気槽に付着固定化担体を投入することを提案したい。

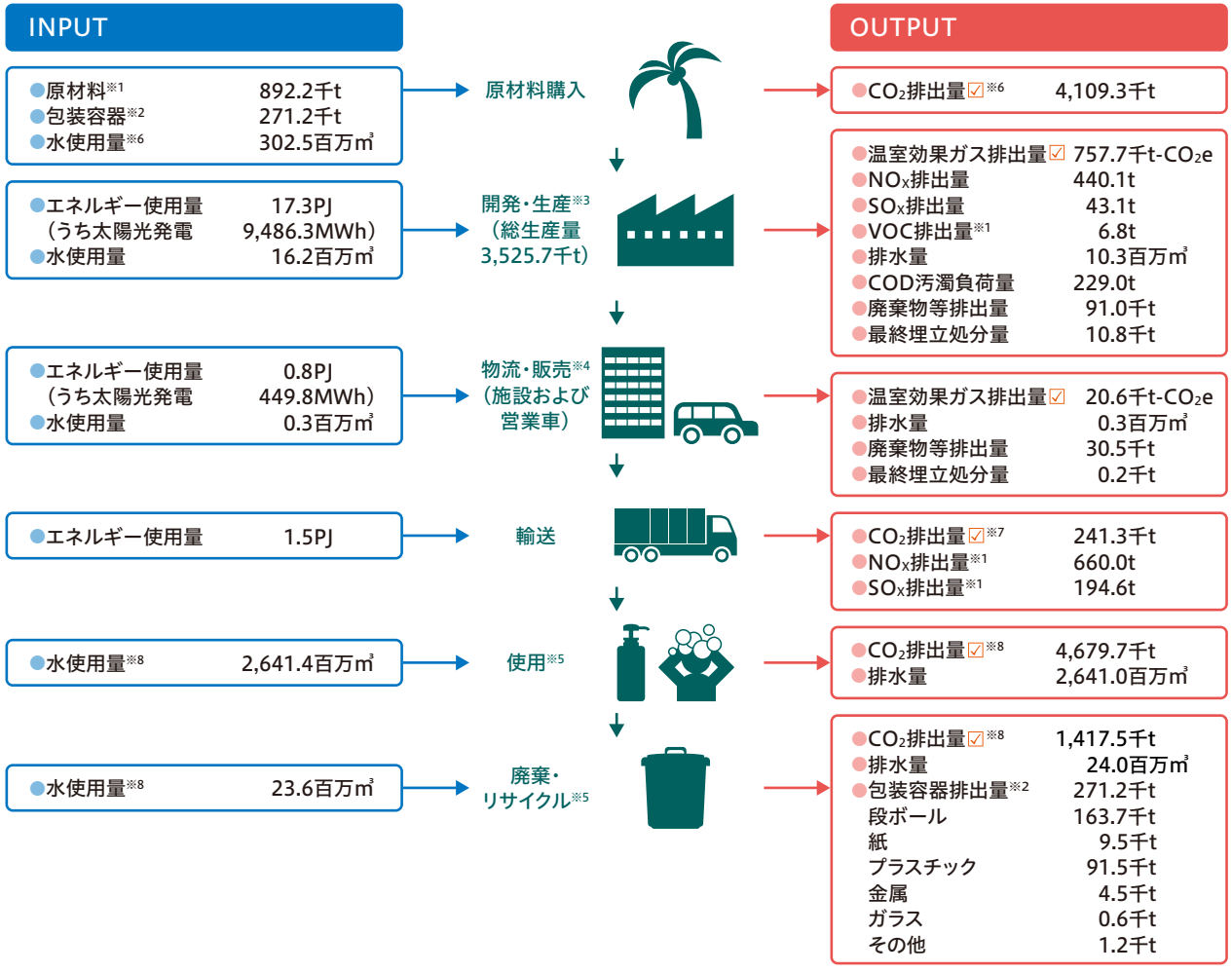
4．終わりに

ESGを重視した花王の企業経営は国際的に高い評価を受けている。花王サステナビリティレポート2022のトップメッセージに記載されているように、「消費を前提としたモノづくり」から、「資源を循環させるモノづくり」への変革を着実に進めることに期待したい。地球を含めたステークホルダーを巻き込みながら事業を発展させることで、花王のパーパスである「豊かな共生世界の実現」をめざしてほしい。

製品ライフサイクルと環境負荷 GRI301-1, 302-1, 303-3, 303-4, 303-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-7

花王では製品のライフサイクル全体を通して資源を無駄なく使用すると共に、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。

2022年の事業活動と環境負荷



集計範囲

※1 日本花王グループ
※2 生活者向け製品を対象として、製品1個当たりの包装容器使用量に当該年度の販売数量を乗じて算定しています。
※3 全生産拠点
※4 全非生産拠点（研修所、寮等を含む）
※5 消費者向け製品
※6 消費者向け製品および産業界向け製品を対象として、製品1個当たりの原材料製造段階（自社グループの製造工程除く）のCO_2排出量および水使用量に当該年度の販売数量を乗じて算出しています。
※7 集計対象は消費者向け製品および産業界向け製品。日本は省エネ法に基づいて算定しています。海外は日本の実績に基づき算定した製品1個当たりの輸送時CO_2排出量と各国での販売数量と各国内での推計輸送距離を乗じて算定しています。
※8 消費者向け製品を対象として、製品1個当たりの使用時CO_2排出量および水使用量もしくは製品1個当たりの廃棄時CO_2排出量および水使用量に当該年度の販売数量を乗じて算定しています。

製品ライフサイクルと環境負荷 GRI417-1

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、包装容器材料、燃料などは含まない）

●包装容器
販売された製品に使用した包装容器の量（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（太陽光発電量の集計対象は自家発電分のみ）

●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（太陽光発電量の集計対象は自家発電分のみ）

●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
（CO_2換算値・スコープ1+2）

●CO_2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

●NOx排出量
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量

●SOx排出量
各ばい煙発生施設および輸送からの排出量

●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

●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した量

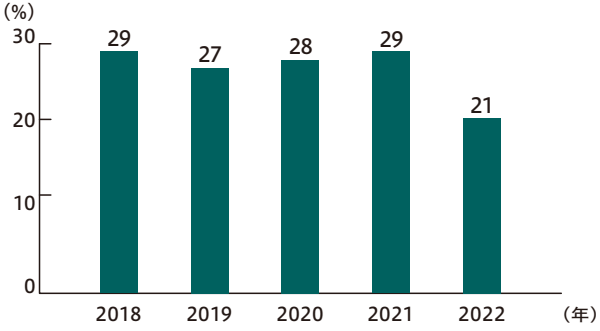
●包装容器排出量
販売された製品に使用した包装容器の量（段ボールを含む）

“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。

2022年の“いっしょにeco”マーク表示製品の売上比率（日本国内消費者向け製品）は21％となり、前年より減少しました。

“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）



Web “いっしょにeco”マークの表示基準
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/eco-friendly-products-policy.pdf

“いっしょにeco”マーク表示製品一覧
https://www.kao.com/jp/sustainability/klp/policy/eco-products-policy/eco-together-products/

環境会計

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。

2022年の環境会計報告

❶ 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。

❷ 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。

❸ 期間は2022年1月1日から2022年12月31日までです。

P156 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)、花王グループ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、(株)エキップ、花王プロフェッショナル・サービス(株)、花王サロンジャパン(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)、(株)消費生活研究所、花王ピオニー(株)、花王コスメプロダクツ小田原(株)

※2 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		主な取り組み内容	日本 投資額	日本 費用額※1	アジア・米州・欧州 投資額	アジア・米州・欧州 費用額※1
(1)事業エリア内コスト			785	4,361	5,428	5,353
内訳	①公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	61	1,861	1,102	1,983
内訳	②地球環境保全	省エネルギー	460	586	1,219	1,011
内訳	③資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	264	1,914	3,106	2,357
(2)上・下流コスト		環境対応製品生産設備、包装容器リサイクル	13	2,455	0	2,031
(3)管理活動コスト		EMS取得・維持、環境広報、事業場内緑化	0	1,094	4	264
(4)研究開発コスト		環境対応研究開発	405	7,565	2	325
(5)社会活動コスト		事業場外自然保護・緑化、支援金	0	22	16	13
(6)環境損傷コスト			0	0	0	29
合計			**1,203**	**15,497**	**5,876**	**8,023**

環境保全コスト(環境保全対策分野に応じた分類)

(単位:百万円)

分類	主な取り組み内容	日本 投資額	日本 費用額※1	アジア・米州・欧州 投資額	アジア・米州・欧州 費用額※1
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	460	586	835	725
②オゾン層保護対策に関するコスト	代替フロンへの切り替え	0	0	384	249
③大気環境保全に関するコスト	大気汚染防止、粉塵防止、悪臭防止	3	505	423	708
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	1	5	88	71
⑤水環境・土壌環境・地盤環境保全に関するコスト	水質汚濁防止	58	1,351	588	1,190
⑥廃棄物・リサイクル対策に関するコスト	省資源、産業廃棄物の減容化、リサイクル	277	4,369	3,106	2,625
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	409	7,565	2	315
⑧自然環境保全に関するコスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	21	20	124
⑨その他コスト	EMS取得・維持、環境広報、事業場内緑化	0	1,083	1	2,343
合計		**1,208**	**15,485**	**5,874**	**8,359**

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
収益	有価物、固定資産の売却金額	526	304
費用節減※3	省エネルギーによる費用節減金額	269	387
費用節減※3	省資源による費用節減金額	1,645	1,359
費用節減※3	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	30	1,299
合計		**2,470**	**3,349**

※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。

正道を歩む

ページ	アクション	2022年の活動ハイライト	キーテーマ	ページ
P161	**実効性のある コーポレート・ガバナンス**	従来より通報者の保護を心がけた通報・相談対応に尽力してきましたが、2022年改正公益通報者保護法施行を機に体制を見直し、対応者への徹底と窓口の全社へのPRを実施しました。	コンプライアンス通報・相談	P170
		通報・相談対応を受けた会社課題の抽出、中でも注視すべき案件・テーマを選定し、それらの原因・再発防止に向けた活動を推進しています。	コンプライアンスリスクの低減	P167
		社員同士の対話を促進させることでハラスメント防止をめざして研修や啓発を実施しました。	ハラスメント防止	P165
		会社の活動が社会の変化に沿ったものであることを確認する指標として毎年エントリーしている外部評価活動で、2022年の活動においても選定されました。	「World's Most Ethical Companies® 」選定	P171
P173	**徹底した透明性**	情報公開に必要な香料成分名リストの作成および転送システムを整備しました。ウェブ上での開示に向けた作業における人為的ミスの最小化ならびに開示情報作成から開示までの大幅な時間短縮を図りました。	より正確かつタイムリーな開示のためのインフラ構築	P176
		ハイジーン＆リビングケア事業と化粧品事業で、計3つのブランドで新規開示をスタートしました。その他、すでに公開済みのブランドでも香料成分に変更があったものに対して情報更新を行っています。2022年末時点でのKPIの進捗は18%となりました。	香料成分名の開示（情報の更新ならびに新規開示）	P176
P180	**人権の尊重**	新設された人権・DE&Iステアリングコミッティで部署横断的な議論を行い、人権侵害ゼロをめざしています。	人権・DE&Iステアリングコミッティの活動	P183
		花王グループにおいて想定される人権リスクを人権・DE&Iステアリングコミッティで見直し、花王にとって重要な人権テーマを特定しました。	人権デュー・ディリジェンス（潜在的リスク評価ワークショップ）	P189
		人権リスクアセスメントでリスクが高いと判断した外国人労働者・技能実習生に対し、直接インタビューを行いました。	人権デュー・ディリジェンス（外国人労働者・技能実習生へのインタビュー）	P189
P194	**人財開発**	2021年より導入したOKRとこれに連動した評価制度についてさらなる活性化に向けて対話の推進や教育プログラムの見直しを検討・実施しました。	OKRの活用	P201
		OKRをベースとして、各種施策を連動させることで社員のさらなるチャレンジを引き出しています。OKRの共有が連携を促し、職場単位でのレコグニション、そして表彰へとつながっています。0★1Kaoの活動も活発に進めています。	チャレンジを認める評価・処遇・表彰	P201
		自律的な学びの場を設け、社員のチャレンジを支援しています。また、会社が注力するDX人財育成のような領域については、計画を達成できるよう組織も一丸となって進めています。	キャリア自律と自ら学ぶ能力開発	P202
		国内花王グループにおいて、従来の社員意識調査（FIND）を見直し、新たにKao Engagement Surveyを実施しました。	社員エンゲージメントの向上	P204

P209	**受容性と多様性のある職場**	社員の希望に沿った育児休職取得と円滑な職場運営に向け、手引きの配布や上長との面談プロセスを新たに設けました。	「意欲高く働く」育児両立支援	P220
		多様性を強みとし、対話を通じてチームで成果を上げる組織風土醸成に向け、心理的安全性ワークショップを実施しました。	Inclusiveな組織風土醸成	P224
P229	**社員の健康増進と安全：健康増進**	花王グループ健康宣言をリニューアルし、健康維持増進活動を社員・家族・地域・職域・生活者へ広げています。	花王グループ健康宣言	P229
		世界保健機関（WHO）が定める世界保健デーを「花王グループ健康の日」とし、社員と家族の健康増進、世界の人々の暮らしと健康を支えるメッセージを発信しました。	花王グループ健康の日	P230
		2025年に向けた健康中期計画を策定・推進。6つの取り組みを中心に健康維持増進活動を展開しています。	Kao健康2025	P233
	社員の健康増進と安全：安全	労働安全衛生のマネジメントシステムを構築し、これにより労働災害の減少をめざしています。	ISO45001マネジメントシステムの国内導入準備	P247
		リスクを最大限に減少させるために、リスクアセスメントの再点検を実施しました。	労働災害の撲滅	P248
		自然災害を想定した訓練を充実化させて、備えを行いました。	緊急時対応	P247
		化学物質の危険性を評価し、取扱者への周知を強化しました。	化学物質のリスク評価	P251
P253	**責任ある化学物質管理**	2020年以降の化学物質と廃棄物管理国際目標策定に向け行政等と意見交換し、産官学連携による協力体制を議論しました。	ポストSAICM	P259
		EU CSSに基づく規制改革に関して、情報収集を行い、適切な規制となるように国内外行政に働きかけ、事業へのインパクトの最小化に努めました。	欧州の持続可能な化学物質戦略（EU CSS）	P259
		ポスト2020生物多様性枠組み策定とTNFD運用に先駆け、化学物質管理が生物多様性の保全と回復に与える影響を整理しました。	生物多様性の保全と回復に対する影響把握	P257
		外部有識者による、気候変動、生物多様性損失、化学物質汚染の地球規模の危機の現状と課題の講話を通じ、リスクと機会を議論しました。	ストックホルム+50を踏まえた課題認識	P255

実効性のあるコーポレート・ガバナンス

花王は、「グローバルで存在価値ある企業『Kao』」となるために、透明性の高いコーポレート・ガバナンスのあり方を随時検証しています（花王グループのコーポレート・ガバナンスの取り組みについては、P265をご参照ください）。その取り組みに不可欠な企業活動の土台として、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うことを「正道を歩む」という創業者の教えとして経営理念である花王ウェイの「基本となる価値観」の最初に位置づけ、事業戦略やESG戦略を着実に実行していきます。本章においては、コーポレート・ガバナンスを支える企業風土の基盤となる「正道を歩む」を実践する活動についてご紹介します。

社会的課題

コロナ禍において、これまで当たり前だと思っていた日常が当たり前でなくなった今、これまでと違う働き方、社員コミュニケーション、非対面営業活動のあり方が新しい日常となり、そしてセキュリティリスクの高まり等が加わり、さらに異なる問題が発生することも想定して活動をしていくことが必要になると考えています。

我々はこのような変化の状況を、適時に的確に把握し柔軟に対応できるような体制を整備して、リスクに備えながら、すべての働く人が働きやすい、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重要と考え、ハラスメント防止徹底をはじめとする活動をさらに継続します。

方針

花王における「実効性のあるコーポレート・ガバナンス」の考え方

企業風土の基盤となる「正道を歩む」の実践

花王は創業者の遺言にある「正道を歩む」を実践することが、コーポレート・ガバナンスの実効性を高めるとの認識のもと、日々の活動を推進しています。コーポレート・ガバナンスの取り組み（P265）に加えて、社員一人ひとりが企業活動を支えることが不可欠であると考えています。

方針

花王は、花王ウェイの中で「正道を歩む」を基本となる価値観の最初の項目に掲げ、この「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応えていくための指針としています。

上記「正道を歩む」を日々実践していくために、以下の3つの項目を活動目標として掲げ、花王グループ全体（グローバルベース）で活動を進めています。

1. 通報・相談窓口の対応を通じた、①法律・倫理違反等の早期発見・早期解決の実現と②会社課題等の把握
2. 社員に向けたBCGに対する理解促進のための教育啓発活動を通じた、絶えざる成長と変革の推進
3. 「花王ビジネスコンダクトガイドライン（BCG）」やコンプライアンス関連規程等の鮮度維持

Web コンプライアンス／正道を歩む
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/compliance/

これらの活動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共に、不正を発見した場合、すぐ経営層へ報告され適切な対応が迅速にとられるような、風通しのよい職場の実現をめざした活動を実施しています。

また、社員一人ひとりが、コンプライアンスを「自分ごと」と捉え、BCG等に明記された行動を意識して、業務の中でコンプライアンスリスク防止を意識した行動をとり、相手に配慮した働きやすい職場を実現できるよう、経営トップからのメッセージを含めた教育活動を継続していきます。

実効性のあるコーポレート・ガバナンス

戦略

リスクと機会

リスク

環境変化への対応が遅れることは、企業にとって競争力を失うリスクにつながります。また、多様性を活かすことができない場合も、変化への気づきが遅れるリスクにつながるものと考えています。

短期的には、従来の価値観から抜け出せないことで生じるハラスメント（パワハラ・セクハラ）や多様な働き方に適合できない長時間労働、中長期的には、社会変化のニーズを捉えながらも、新しい事業に対する挑戦を躊躇してしまうことで、時代を先駆ける競争力を発揮できないリスク、長期的には、多様な社員やサプライチェーンを尊重できないことで生じる人権リスク、雇用リスクなどが考えられます。

機会

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う）を最も重要な価値観のひとつとして企業活動を進めてきた結果、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、生活者や株主等のステークホルダーの花王製品や会社へのますます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。

さらに、コンプライアンスの発想を転換し、一人ひとりの社員が目的に照らした適正な行動をとる視点や姿勢を持つことで、変化の多い世の中における新しい事業や取り組みを始める際には、強みとなり新たな事業への挑戦につながっていきます。

戦略

2030年に向けた戦略として、世の中の変化、社会の変化を受けてどのような課題が生じているかを、社員からの通報・相談を受けることでその端緒を早期に敏感に感じ取りリスクとして早期に把握し、会社の課題として抽出し、その原因や再発防止につなげる柔軟な対応をめざしていきます。

そのために、以下について取り組みます。

①グローバルな法令遵守の体制を構築し、各部門・各地域で責任を持って適正な業務の遂行に努めます。

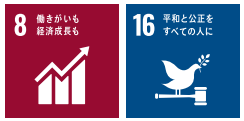
②問題が生じた場合には、速やかに本社に報告を行う第一報報告体制が機能するように推進します。また、社員・社外からの通報・相談を受ける窓口の体制も充実させることで、声を聴きながら組織の課題の把握に努めます。

③研修においても、マネジメント上の対話を充実させることでコンプライアンスリスクを低減させること、一人ひとりの社員の意識向上のための研修を効果的に検討・実施します。

社会的インパクト

・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
・上記製品・サービスの提供による清潔でこころ豊かな生活の実現、さらに環境保全等のSDGsの実現への貢献
・株主・社会をはじめとするステークホルダーからの信頼の維持・向上

貢献するSDGs



事業インパクト

・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、適切な対応の実施により影響の拡大・長期化を回避し、損害を最小化
・社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
・不正が発生することにより、損失の発生、花王製品への信頼低下、優秀な社員の雇用機会の喪失など

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI2-25, 3-3, 205-2

ガバナンス

体制

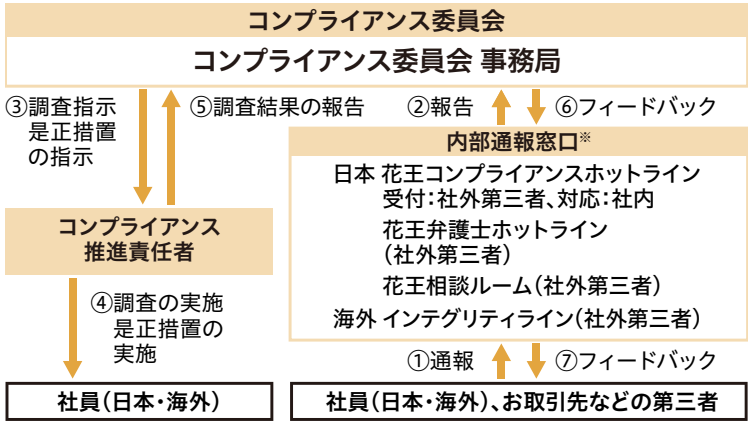
取締役会の監督のもと、「実効性のあるコーポレート・ガバナンス」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「実効性のあるコーポレート・ガバナンス」に関するリスク管理は、各部門の責任者等で構成されるコンプライアンス委員会(四半期ごとに開催)およびその事務局(毎月開催)が方針や年間計画ならびにこれを実行するための具体的な活動内容を作成し、この実行を各部門や子会社の責任者等に指示します。コンプライアンス委員会は、内部統制委員会の傘下委員会のひとつとして年1回取締役会から活動の評価を受け、これを改善活動につなげています。コンプライアンス通報・相談窓口の対応体制としては、グループ共通のコンプライアンス通報・相談窓口を設置してコンプライアンス委員会が受け付け、自ら、または各子会社のコンプライアンス推進責任者を通じて調査し、必要な是正措置をとり解決を図っています。

また、コンプライアンス違反やその疑いが発生した場合の第一報報告ルールを明確化し、現場の各部門からの報告を促し、早期解決に結びつける体制を整備しています。

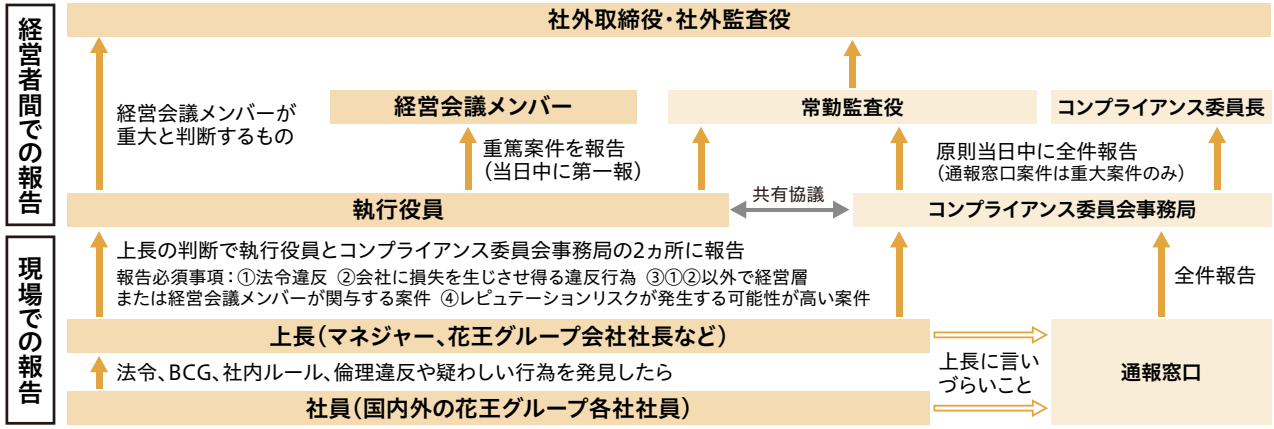
「実効性のあるコーポレート・ガバナンス」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG 外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。

コンプライアンス通報・相談窓口の対応体制



※ 内部通報窓口
・国内:社内窓口→就業時間内
社外窓口→12時～21時まで(平日)
→9時～17時まで(年末年始を除く土日祝日)
・海外:社外委託先により、24時間、365日、すべての事業国に対する通報・相談の受付を実施

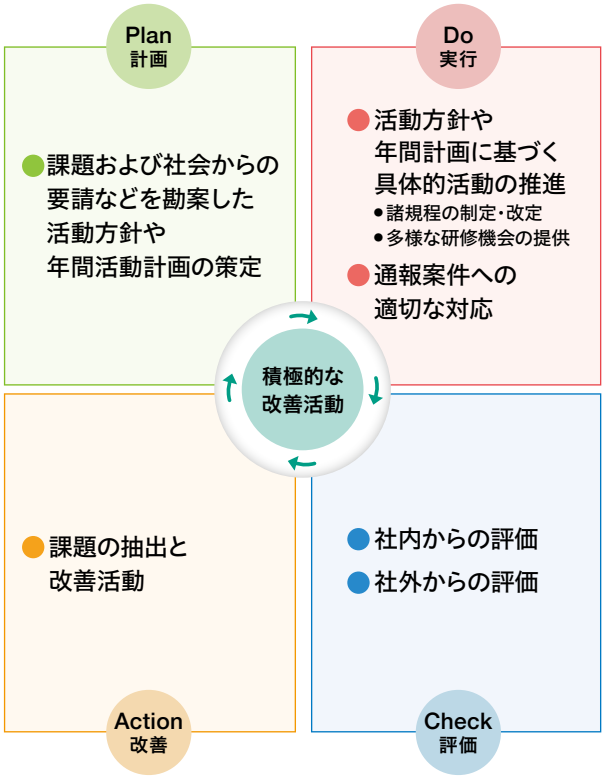
第一報の報告ルール



実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI2-25, 3-3, 205-2

コンプライアンスの継続的改善のためのPDCA

下記に示したPDCAサイクルで、コンプライアンス推進活動を実施しています。コンプライアンス委員会が、方針や年間の計画を作成し、コンプライアンス委員会事務局がこれを具体的な活動に落とし込み推進します。実施した活動については評価を行い、課題の抽出・改善をまとめて翌年以降の計画の策定につなげます。



Plan(計画)／Do(実行)

花王は、常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。

同委員会は四半期ごとに実施され、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.「正道を歩む」を徹底するための活動方針の決定
2.「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・改定の決定
3.「正道を歩む」の浸透・定着のための国内外での教育啓発活動などの年間計画の決定
4. コンプライアンス通報・相談窓口の運営・対応状況の確認

取締役会に対しても必要な規程改定の提案や内部統制委員会を通じた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・相談への対応を会議開催前に全件共有した上で、その対応の妥当性を検討するほか、上記委員会での決定に従い、具体的な活動の企画立案・ 活動の推進などを行っています。コンプライアンス委員会開催後、翌月の執行役員会で委員会における議論の要旨を共有しています。

Check(評価)

社内からの評価

●取締役会からの意見

取締役会においては、内部統制委員会の活動報告を通じて年次活動報告を実施しています。

取締役会はこれらの活動に対しモニタリングや評価も行い、この評価や意見はPDCAサイクルによる改善に活用されています。

●通報・相談からの課題

毎月の事務局会議において、当該月の案件の傾向から会社の課題の端緒となるテーマを抽出し、必要な体制変更、社内教育や注意喚起等の対応を実施しています。

●リスク調査からの課題

花王では、コンプライアンスリスクも含めたリスク調査を毎年実施しており、その結果を踏まえたリスク分野や具体的なリスクシナリオの抽出に基づき、関連部門と連携しながら、必要な対応を実施しています。

●社員意識調査

コンプライアンス委員会による各組織の風通しのよさなどに関する調査を、国内外グループ会社に対して隔年で行っています。それら回答から見えた組織風土の傾向をもとに、より具体的な職場状況を聴く機会を設け、必要な対応を実施しています。

●風土活性化・改革に向けた新しい取り組み

新しい社員活性化策として2021年より導入したOKRにおいては、社員一人ひとりがめざす姿・ありた

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI2-25, 3-3, 205-2, 404-2

い姿を表明し、上長・同僚などと対話を繰り返し目標を設定し、挑戦を促進します。

このOKRの中では、各組織に対して社員が望む姿をめざすための活動を目標として設定することもできます。このような目標設定と日常的な対話のプロセスを通じて、従来の意識調査に代わり各組織の課題解決・風土改革を進めて社員どうしの結束を高めていきます。

社外からの評価

●第三者機関、外部評価機関等からのフィードバック

社会的要請が盛り込まれているSRIアンケート項目への回答や他社との情報交換を通じて、花王として未実施の項目について、必要に応じて翌年への活動に反映しています。

教育と浸透

社員一人ひとりがコンプライアンス違反を起こさないとの確固たる意識を持つと共に、コンプライアンス違反を発見した場合には速やかに報告され適切な対応がとられる風通しのよい職場の実現、そして、相手の立場に配慮した働きやすい職場の実現を「2030年までに達成したい姿」と考えています。

これを達成するためには、社員一人ひとりがコンプライアンス違反による損害の発生や花王への信頼の失墜等の影響を自覚すること、管理者が自らの職場で起きうるコンプライアンスリスクを自ら認識し、これを低減するための活動を実践すること、働きやすい職場を実現するために共に働く人々の多様性を受容し、相手に配慮した言動が重要なことを自覚することが求められます。そこで、下記の研修体系のもとで適宜教育を実施しています。教育により、社員に気づきの機会を提供し、「自分ごと」化につなげています。また、判断に迷った場合にはコンプライアンス通報・相談窓口を活用するよう促しています。

花王グループの社員は、入社時、マネジャーへの昇格時、海外子会社の責任者としての赴任時等役割が大きく変わる際に、その役割に応じたコンプライアンス研修を受講します。

また、全社員に向けて、コンプライアンスを振り返る機会を定期的に設け、継続的に意識づけを行うため、部門責任者による研修やBCG確認テスト等を実施しています。さらに、毎年コンプライアンスメッセージと称して、コンプライアンス委員会委員長や部門責任者によるメッセージを通じて、思いやりを持った言動や風通しのよい組織風土の重要性等を発信しています。各法令に関わる教育は、個別に定められた主管部門により企画・実施されます。

花王のコンプライアンス研修

地域	テーマ	対象者	目的	頻度
グローバル共通	入社オリエンテーション	入社者	花王のコンプライアンスの考え方、BCGを学ぶ	入社時(誓約書)
	管理職向け研修	日本:新任管理職 海外:管理職	グループワークを通じ管理職がコンプライアンスリスク低減を意識する	日本:管理職昇格時 海外:3年ごと
	部門責任者による研修	管理職・一般社員	部門責任者から直接社員にメッセージを伝えることにより、コンプライアンスを自分ごと化する	2年に1回(日本・海外隔年)
	BCG確認テスト＋コンプライアンス意識調査	役員・管理職・一般社員	BCGを学び直すと共に、コンプライアンスリスクの高い部門を抽出する	2年に1回(日本・海外隔年)
	コンプライアンスメッセージ	管理職・一般社員	コンプライアンスの重要性を定期的に再認識する	毎年
	BCGケースブック	管理職・一般社員	具体的事例を通じてBCGを学ぶ	BCG改定後に見直し
	コンプライアンスケーススタディ	全員	自社や他社の事例を通じてコンプライアンスに関する留意事項を学ぶ	日本:毎月 海外:年2回(4月、10月)
日本	①基本講座 ②リーディングスタッフ層まとめ研修	①3年目社員 ②リーダー	①SCM部門の業務において特に留意すべきコンプライアンスやBCGの内容を学ぶ ②具体的事例を通じて学ぶ	①入社3年目 ②昇格時
	役員研修会	執行役員以上の役員	経営視点のコンプライアンスリスクを学ぶ	毎年
海外	インテグリティ ワークショップ	入社者	BCGの内容を各項目に関連する事例と共にグループディスカッション形式で学ぶ	入社から3年以内

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI3-3, 205-2, 404-2

ステークホルダーとの協働

BCGには、取引先に対してもBCGの理解と共感を得ると共に、それに基づく行動を促すことを明記しています。

取引先のコンプライアンス違反が花王製品の品質・信頼の失墜につながることが大きなリスクと考え、まず原材料のサプライヤー、製品の製造委託先、花王グループ構内で製品の製造業務を委託している取引先を優先して取り組みを進めています。

特に、取引先で社員の人権が守られずに不満を持つことがコンプライアンス違反の誘因となることが多いため、人権の尊重を優先して推進しています。具体的な活動は以下の通りです。

1. 年に1度開催される取引先との会議において、コンプライアンスも含めた花王の調達方針等の説明、コンプライアンス通報・相談窓口の紹介等を実施しています。
2. 社外アンケートを通じた社会の要請の把握と必要な活動の実施
   毎年、社外アンケートへの回答にあたり、設問内容を通じて社会の変化を認識・把握し、翌年にそれを踏まえた活動目標を掲げ、対応しています。
3. コンプライアンス通報・相談窓口を社外の臨床心理士、顧問弁護士でない弁護士に依頼し、会社と独立した窓口として、件数のみ月次で会社に報告を受けるものの、内容は各窓口で把握し必要な相談対応を実施しています。社員の声を直接聴いていただく社外の関係者として、社員からの相談内容を受けて感じる組織風土の懸念について年に1～2回定期的に意見交換する機会を設けています。

リスク管理

リスクと機会のアセスメントのプロセスについては、法務部門が花王で想定されるリスクと機会を検討し、社内で取り組みを実施する各部署担当者や社外有識者の意見を踏まえてリスクと機会のアセスメントを実施し、それぞれ内部統制委員会とESGコミッティで承認を受けています。

コンプライアンスに関するリスクを特定し、評価するためのプロセスは以下の通りです。

・コンプライアンス通報・相談案件（マネジメントライン経由の報告含む）からの会社課題の把握
①コンプライアンス委員会事務局会議で毎月報告
②要注視案件の設定と原因・再発防止策の注視
③コンプライアンス委員会で四半期ごとの課題共有
④委員会翌月の執行役員会で状況を共有
⑤年度の重大なコンプラ違反の該否判定
・コンプライアンス意識調査による組織風土の把握
・リスク危機管理部で実施するK25に向けたリスク把握において、コンプライアンス活動の視点からリスク項目を提示し、全社リスクとして統合

目標と指標

中長期目標と2022年実績

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よ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

2030年長期目標

・“よきモノづくり”を徹底するための国内外での法令遵守体制の確立・維持
・効率的に重大コンプライアンス違反を防止するためのリスクの高い領域にフォーカスした活動の実施
・不正の早期報告、適切な対応を推進するための報告ルールの明確化およびその周知・徹底
・働きやすい職場の実現のためのハラスメント防止に関するポリシーその他必要な社内規程の整備およびその周知・遵守の徹底

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI404-2

2022年実績

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約250法令について、遵守を推進する責任のある主管部門を明確にしています。2022年は、重大なコンプライアンスリスク低減に向けて、①適正な就労環境の確保(サービス残業防止)、②ハラスメント防止、③安心して相談できる通報・相談体制というテーマを掲げ、各主管部門を中心として、適切な対応を実施しました。

要注視案件の原因分析と再発防止策の徹底

内部通報を端緒に組織としての課題を要注視案件として抽出し、当該事案を深掘りし発生原因を検討し、事案の総括を行った上で、再発防止策を確認し、組織として課題の改善に取り組んでいます。

2. コンプライアンス意識の醸成・定着のための教育活動

・日本における新任マネジャーを対象とする研修にて、OKRのマネジメント手法がうまくいかない場合に発生しうるコンプライアンスリスクについて考える新しい形式のコンプライアンス研修を実施
・海外において、BCG確認テストと意識調査を併せて実施
・4月以降コンプライアンスメッセージとして、委員長、9月以降に各機能部門の責任者、海外グループ会社社長によるメッセージ、その他情報発信を実施
・具体的な事例を通じた理解促進を目的として、国内では毎月、海外では年2回、コンプライアンスケーススタディとして社内イントラネットを通じて発信

P169 主な取り組み:コンプライアンスメッセージ

3. コンプライアンス推進体制の整備

下記の取り組みにより、コンプライアンス問題の早期報告・適切な解決によるリスク低減が図れる体制を整えました。

・重大なコンプライアンス案件について、四半期ごとにコンプライアンス委員会、執行役員会、監査役および内部統制委員会の報告を通じて取締役会などに報告し、対応の妥当性について評価を受けました。
・通報・相談窓口の信頼性を高め、安心して通報・相談ができるように通報・相談規程に基づき運用。2022年6月の改正公益通報者保護法施行に向けて、改めて通報・相談者の秘密の保護の徹底、通報・相談者を探し出さないことに加え、不利益取り扱いを行わない旨を再度徹底周知しました。

P170 主な取り組み:コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況

4. 評価活動

・海外において、コンプライアンス活動の浸透度と職場の風土についての意識調査を実施
・他社との情報交換や外部アンケート調査への回答を通じて、課題洗い出しと改善活動への計画を実施

5. 外部評価

2022年度の活動においても「World's Most Ethical Companies® (世界で最も倫理的な企業)」の1社に選定されました。

P171 主な取り組み:「World's Most Ethical Companies® (世界で最も倫理的な企業)」に17年連続選定

2022年実績に対する考察

中長期目標に対する課題と対策

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

重大コンプライアンス違反低減に向けた法令遵守活動の推進に加えて、内部通報を端緒として組織としての課題を要注視案件として抽出し、当該事案の発生部門自らが発生原因を深掘り検討し、事案の総括を行った上で、再発防止策を確認する取り組みを通じて、対応部門が自分ごと化する活動を進めています。今後も重点課題を定め継続して対応していきます。

実効性のあるコーポレート・ガバナンス

2. 不正の早期報告、適切な対応が可能となる風通しのよい職場の実現による損害の最小化

コンプライアンス案件発生時に速やかに報告するよう指導してきましたが、報告が遅延する案件が発生しているため、第一報報告ルールの周知・遵守の再徹底を行いました。

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

パワーハラスメント等については、重点的に再発防止を図る取り組みを実施しています。具体的には、1.にも記載している内部通報を端緒として組織としての課題を要注視案件として抽出し、当該事案の発生部門自らが発生原因を深掘り検討することで、再発防止策の立案・実施を徹底しました。

社員の声

花王インドネシア化学におけるコンプライアンス推進の取り組み

Sally Sinaga
General Affairs
PT KAO INDONESIA CHEMICALS
（筆者は左から２番目）

コンプライアンス活動を魅力的でわかりやすい言葉で推進することは容易ではありません。研修では格言を用いながら、またインテグリティ研修テストの受賞者には、花王とコンプライアンスのロゴが入ったマグカップをプレゼントし、受賞者の写真や感想を掲載し、コンプライアンスメッセージのバナーをオフィスに掲げています。また、KICすべての社員のコミットメントと努力に感謝し、コンプライアンスの真の模範となるよう努めています。今後もコンプライアンス意識が維持・高まるよう、新たなアイデアの発想に取り組み、花王の成功と持続性に貢献していきたいと考えています。誠実に行動して笑顔を絶やさないように! もちろん安全や健康を保ちながら！

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI205-2

主な取り組み

「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」を実践するための行動規範です。社会の要請や自社の状況等を踏まえて毎年内容を見直しており、直近では2019年4月に改定しています。

その周知のため、BCGに関連する事例をQ&A形式でまとめた「BCGケースブック」を、日本語・英語のほか17言語で作成し各社に共有しています。

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。また、「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、具体的に接待・贈答の提供・受領金額の基準を定め事前報告を義務づけるほか、取引先選定時・契約更新時の贈収賄リスクの評価等、贈収賄防止に向けた運用を規定しています。2022年度において腐敗や贈収賄に関連する違反は花王グループにおいて発生しませんでした。

マーケティングや広告においては、事実に基づいた公正な内容と適切な表現をすること、社会や環境に与える影響についての誇張された表現をしないこと、社会的弱者といわれる方を含めさまざまな人に配慮すること、などの取り組みを実施しています。また競合他社やその商品について、生活者に情報提供しないことを定めています。

さらに、ハラスメントについては、社員をはじめとする業務従事者に対して、人権・人格を損なう、または侮辱するような言動を含む一切のハラスメント行為を許容しない旨を定めています。

上記に加え、花王グループ会社との競業行為・取引行為に個人的に関与する場合、これらを行う会社へ投資する場合、花王グループ会社との金銭貸借などの場面および近親者がこれらの行為をする場合において、許可・届出など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。

2021年10月にはマネーロンダリング方針(Money Laundering Policy)を花王グループにおいて導入し、反マネーロンダリングの姿勢を明確にしています。2022年においても違反案件はありませんでした。

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」を改めて周知した上で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点検しています。

業界団体および政治団体への支出額

業界団体の委員会、ワーキンググループ等への参加を通じて法律の制定・改定に影響をおよぼす可能性のある意見を政府に伝えています。これらの業界団体への会費を除き、政治キャンペーン、政治団体、ロビー活動、業界団体、非課税団体、または政治キャンペーンや公共政策や法律に影響を与える役割を果たすその他の団体への献金を行っていないことを確認しました。

業界団体および政治団体への支出額

単位:百万円

	2020年	2021年	2022年
業界団体	498	485	436
ロビー活動	0	0	0
政治献金	0	0	0
合計	498	485	436

主な業界団体への支出額

単位:百万円

	支出額
日本石鹸洗剤工業会	39
Der Verband der Chemischen Industrie	28
Personal Care Products Council	25

コンプライアンスメッセージ

コンプライアンス活動を身近に自分ごととして捉えるきっかけとして、コンプライアンスメッセージを経営トップから発信し、国内外の活動の浸透を図っています。

2022年は、「“おかしい”と気づく力、声だす勇気

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI2-25, 2-27, 205-2, 419-1

～仲間を守り、職場を変えよう～」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、社会の変化に合わせることができていない職場の違和感を掴む感度を上げて声を上げることにより、活き活きと働ける職場風土の実現に向けた活動を推進しました。

また、イントラネットやポスターによるコンプライアンス委員会委員長のメッセージの掲示、海外の各リージョントップ・各社社長によるケーススタディ発信、2022年からは国内の機能部門の責任者によるコンプライアンスメッセージ発信等を実施しました。

コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況

花王では各国・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、もしくは社外のみに設置しています（詳細はP163の図参照）。

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上で、通報・相談者のプライバシーを保護し、通報・相談したことで報復や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、関係者に調査を行う場合も、原則として、通報・相談者の承諾を得て行っています。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。

また、前述のように、コンプライアンス違反やその疑いが発生した場合の第一報報告ルールを明確にし、現場の各部門からの報告を受ける体制を整備しています。

2022年は、通報者の保護や通報者に対する不利益取扱いを防ぐために通報・相談窓口の方針や対応について定めた通報・相談規程を改定したほか、相談対応者向けに対応の留意点について研修を実施しました。

2022年は上記の通報・相談体制のもと488件（海外グループ会社含む）の通報・相談が寄せられました。前年から件数が増加していますが、コンプライアンス通報・相談窓口の周知活動や社員の意識の高まり等の背景があることを認識しています。通報・相談申し出内容の内訳は、パワー・ハラスメントなどのハラスメント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、法令違反が2割と、この3つのカテゴリーで約9割を占めています。法令違反は、内部統制上の点検で発見されたものも多く含まれます。

相談者の所属する組織・事業所・職種については、特段の傾向は見られませんでした。

2019年4月に公表されたKirei Lifestyle Plan の「正道を歩む」の項目において、「重大なコンプライアンス違反件数」をゼロとする指標を設定しました。

この、「重大なコンプライアンス違反」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コンプライアンス違反案件をいい、違反行為の悪質性（違反法令の重要性／重大性、故意性、継続性、組織性）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、コンプライアンス委員会、監査役ヒアリングでの意見を聴取し、経営会議での審議を踏まえて決定し、その結果を執行役員会および取締役会に報告します。

この判定にあたっては、コンプライアンス通報・相談窓口やマネジメントラインから報告を受けた案件に対して、週次会議で全件レビューを行い、会社の課題として認識すべきテーマを抽出します。そこでの検討を踏まえて、毎月のコンプライアンス委員会事務局会議の中で、アドバイザーとして出席している外部弁護士による第三者の目から見た評価や提言をいただきながら、再発の可能性のある案件や、全社に広がる可能性のある案件を要注視案件として抽出するほか、法令違反の中から重大なコンプライアンス違反案件となりうる案件を抽出します。発生部門は、自らその発生の原因・背景や再発防止策を検討・実践し、コンプライアンス委員

実効性のあるコーポレート・ガバナンス GRI2-25, 2-27, 419-1

会にて総括報告を行います。その報告に対して各委員からの評価や提言を受けるプロセスを経た上で、最終的に経営に重大な影響を与え、企業価値を大きく毀損するコンプライアンス違反案件が判定されます。2022年は、488件のコンプライアンス通報・相談がありました。このうち、コンプライアンス違反の懸念があり事実調査を行ったのは264件あり、その結果業務プロセスの見直し、組織内啓発や対象者への口頭注意を含め、何らかの是正措置・再発防止策を実施したのは212件でした。なお、これらについてはコンプライアンス委員会事務局会議、コンプライアンス委員会、経営会議において審議・検討を行い、上記に該当する重大なコンプライアンス違反に該当するものはありませんでした。

また、社員個人によるパワハラ・セクハラなどのハラスメントと認定される行為が6件あったほか、利害の対立行為（就業時間内の副業）1件、その他業務上の横領、窃盗、暴行、就業時間中の喫煙・飲酒、給与支払いに関わる不正などの不正行為により、懲戒解雇または諭旨退職に至った事案は国内外合わせて15件発生しました。

コンプライアンス違反については、①組織的な課題として対処すべきもの、②個人の意識改善を要するもの、③統制活動のPDCAの中で発見されたもの、の3つに分けて、発生部門等が作成した再発防止策の妥当性をコンプライアンス委員会事務局会議またはコンプライアンス委員会等で検証するなどにより、再発防止に努めています。

「World's Most Ethical Companies®（世界で最も倫理的な企業）」に17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2023年3月に発表した「World's Most Ethical Companies® 2023」に選定されました。これは2007年の初回選定以来、17年連続となります。17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軸から評価を行うものです。

この受賞は、花王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。

ETHISPHERE® WORLD'S MOST ETHICAL COMPANIES® 2007 - 2023

コンプライアンスに対する花王の知見を社外に発信・交流

法務部門の責任者が、大学や大学院で、企業法務やコーポレート・ガバナンスに関する講義をボランティアで行い、将来の企業法務の人材育成に取り組んでいます。2022年は2つの大学で法学部生を対象に企業法務全般の講義（6月と9月）、また大学院においても9月に企業法務・コンプライアンスについて、11月にコーポレート・ガバナンスについての講義を行いました。

また、3月には著書「企業法務のWhyとHow」を執筆・出版しました。コンプライアンスやサステナビリティなどのトピックもカバーし、法務関係者に限らず広く社会人に対して法務視点から仕事の楽しさを伝えることに努めました。また著書に関連して、7月には経営をリードする法務部員となるために必要なマインドセットやスキルなどについて約1,000人の聴衆にオンライン講演を行いました。

実効性のあるコーポレート・ガバナンス

ステークホルダー・エンゲージメント

川俣 尚高 氏
丸の内総合法律事務所
弁護士

コンプライアンス委員会等への信頼の獲得を

コンプライアンス委員会の下部組織として、事務局が置かれているところ、コンプライアンス推進部をはじめ、各部門の担当者をメンバーとして、事務局会議が月に1度開催されている。その事務局会議に、2021年度に引き続き、2022年度についても、アドバイザーとして陪席をし、昨年発行されたサステナビリティレポートにもステークホルダー・エンゲージメントを寄稿した。

昨年のステークホルダー・エンゲージメントにおいては、大略、コンプライアンス上の非違行為が起きざるを得ないような原因があるのであれば、その原因を除去しなければ、再発防止を図ることはできないのであって、コンプライアンス上の非違行為に対して、案件の背後に潜んでいる根本的な原因(真の原因)の発見・深掘りを行うことが、コンプライアンス委員会(事務局)に求められていることを、指摘させていただいた。

2022年度においては、コンプライアンス違反が疑われる案件について、①組織的な課題として対処すべきもの、②個人の意識改善を要するもの、③統制活動のPDCAの中で発見されたもの、の3つに分けて、それぞれ対応を図ることとしてきたが、このうち、①組織的な課題として対処すべきものについては、当該部門の中に根本的な原因が潜んでいることが多いが故に、当該部門自らの主体的な取り組みが特に必要不可欠である。そのため、コンプライアンス委員会(事務局)においては、当該部門に対し、発生の原因・背景の分析を求め、その分析に基づく再発防止策を策定するよう求めることで、当該部門に対し自分ごと化を求めている。その上で、当該部門が分析した発生の原因・背景および策定した再発防止策を、コンプライアンス委員会(事務局)において、批判的に検討することで、当該部門が分析した原因・背景を客観的な立場から再検証し、再発防止策の実効性の確保を図っている。

もっとも、コンプライアンス委員会(事務局)において問題認識を有していない案件については、組織的な課題があったとしても対応は困難である。組織的な課題については、各部門において個別最適化され、各社員がなじんでいる仕事の進め方に潜んでいることが多く、社員等からの通報等に期待するにしても、そのハードルは高い。経営トップからのコンプライアンスメッセージを、2022年は「“おかしい”と気づく力、声だす勇気　～仲間を守り、職場を変えよう～」として、各職場にポスターを掲示し、通報その他により「声を出す」ことによる職場改善を呼びかけている。社員に声を出してもらう前提としては、コンプライアンス委員会(事務局)に対する社員からの信頼が必要である。信頼獲得に向け継続的な活動を行い、コンプライアンス委員会(事務局)に対する信頼を、従前にも増して勝ち得ていくことを期待している。

昨年のご意見を受けて

予防的啓発活動に止まらず、「非違行為が起きざるを得ないような」兆候がないか、毎月のコンプライアンス委員会事務局会議の中で、通報・相談を起点として傾向や問題意識の共有を行い、再発または全社に広がる可能性のある案件を要注視案件として抽出し、会社のコンプライアンス違反の芽と捉え、重大な違反の発生を未然に防ぐ活動を継続しています。実際に違反の発生があった部門に対しては、自らその発生の原因や仕事のしくみの見直しを含めた再発防止策を検討し、コンプライアンス委員会にて総括報告を行ってもらうことで現場自身の自分事化を促し、委員会での多面的な評価と提言をもとに現場の改善活動に活かしてもらえるようにしています。

徹底した透明性

花王は、製品に関する透明性を通じて、生活者とより強固な信頼を構築することをめざしています。生活者にとって必要な情報を適切にわかりやすくお伝えしていくことが、生活者の正しい選択やこころ豊かな暮らしにとって重要であると考えています。ウェブサイトやさまざまなステークホルダーとの交流の場を通じて、タイムリーに情報を開示しています。

社会的課題

現代の社会生活においては、個人にとって必要なあるいは重要な情報を得たいというニーズが高まると共に、SNSの発達でより多くの情報を手軽に入手できるようになっています。生活者においては、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」が広がりを見せており、個々の製品の品質はもちろんのこと、信頼できる企業から製品を購入したいという考えが広がっています。

しかしながら、企業やモノの情報はまだ断片的であることが多く、生活者は正しい選択が十分にできないのが現状です。

方針

透明性に関しては、花王ウェイ、花王ビジネスコンダクトガイドライン、情報開示指針を基本に、個人・社会・地球に対して正しい選択をするために、必要な人が必要とする情報を必要な時に簡単に入手できること、そして、その正しい情報をもとに、ステークホルダーとの対話がより発展していけるよう、活動を推進しています。社会から信頼され、支持される企業となることをめざし、すべてのステークホルダーの皆さまに適時・正確かつ公平に情報を開示していきます。

まず、花王内の事業活動のすべてにおいて、透明性が主流化される必要があります。そして、時代と共に求められる透明性の範囲やレベルに一歩先んじて活動を拡大・高度化すると共に、社員の自発的な呼びかけにより透明性が促進されることが望まれます。自主的に立ち上がった個々の活動がそれぞれ調和・連動することで、生活者の安全・安心と、企業と生活者の間で信頼や共感を生み、人と社会、地球にとって価値のある選択へとつながることをめざしています。

また、情報の保管と管理を主な目的に個別設計されていた各データベースの統合が促され、社内外のステークホルダーとの間で情報の流れがスムーズになるようなシステム面での対応が必要になります。透明性の向上をさらに進めることで、求められる情報を開示するという段階から、Kirei Lifestyle Plan実現のためのコミュニケーション促進、双方向活動の推進へと発展し、ESG視点のよきモノづくり（ESGよきモノづくり）へとつながると考えています。そして、花王ウェイに定めるビジョン、「人をよく理解し期待の先いく企業」へと近づきたいと考えています。

2020年以降、あらゆる社会活動において非接触、非対面を中心としたデジタル技術が広く浸透した結果、多くの人がデジタル技術の持つ新たな価値に気付き、日常生活そのものも大きく変化しつつあります。消費行動と消費に必要とされる情報へのアクセスもそのひとつです。生活者のお手元に、適切なかたちで素早く価値提供することがより重視されるようになってきました。そのためには、場所や時間にとらわれないコミュニケーションを可能とするデジタルの力が欠かせません。私たちは徹底した透明性の活動の中に、ESG活動におけるDX推進を取り入れていきます。

正道を歩む会社として、科学的根拠に基づいた、生活者のこころ豊かな暮らしを支える商品に有益な情報を添えて、さまざまなステークホルダーと共に人と社会、地球と共に持続可能な企業となることをめざします。

戦略

リスクと機会

リスク

素早く変化する市場や生活者に適切なタイミングで、質・量ともに十分な情報を提供できない場合、また、その情報が、企業や企業が提供するモノと親和性がない場合は、購入対象の製品はもちろん、企業さえも生活者の選択肢から排除されてしまう可能性があります。

徹底した透明性

機会

日本は欧米に比べるとまだエシカル市場が成熟していないのではないかといわれます。その原因のひとつに、生活者が商品を選択するのに役立つ情報を企業が十分提供しきれていないことが挙げられます。

エシカル、すなわち人や地球環境、社会、地域に配慮した考え方や行動を取ることはとても大切なことです。花王がめざすKirei Lifestyleにも共通します。適切な情報開示と、ESGよきモノづくりが一体となり、生活者が日々の暮らしの中で正しい選択が可能となる環境をいち早く整備できれば、日本におけるエシカル市場のけん引役となれる可能性があります。

花王は生活者への情報提供を第一優先と考え、活動を進めてきましたが、いまだ十分ではありません。

製品に関わる情報も、成分に関するもののほか、容器包装や環境影響に関するものがあり、取り扱う情報は広がっています。

法規制など、開示義務が課せられた情報はもちろん、化学物質管理や各種格付け機関からのESG 関連情報に関する質問、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD ※1)や開発中の自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD ※2)への対応など、企業に対する情報開示を求める動きはますます加速、そして複雑化しています。このような世の中の動きに対して準備を怠れば、開示要求に対応できず、企業としての信頼性の低下につながります。

一方、世の中の動きに対応し、願わくば、半歩先駆けて透明性を高めることができれば、信頼性の向上につながるだけでなく、共通の情報に基づく生活者や市場、投資家からのフィードバックをもとにした、強い商品・サービスの提供が可能になると考えています。

昨今の社会活動における非接触、非対面を中心としたデジタル技術の浸透に対応するべく、私たちは徹底した透明性の活動の中に、ESG活動におけるDX推進を取り入れていきます。

※1 気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD : Task Force on Climate-related Financial Disclosures)
※2 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD: Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)

戦略

花王は、予めESGの視点と情報を盛り込んだモノづくり、すなわち、ESGよきモノづくりをより一層推進し、従来の物理的な性能軸だけでなく、モノとサービスに込められた背景や思いをお伝えしていきたいと考えています。

そして花王は、透明性に関する活動を、外部からの要求への対応(発信や回答)から、KLP実現のための双方向コミュニケーションツールへと発展させていきたいと考えています。対応の段階では、開示の促進やトレーサビリティの確保、ユーザーフレンドリーでアクセスが容易なインターフェースの整備が必要となります。また、双方向のコミュニケーションの段階では、哲学を伝え共有することや、生活者の要求に対するカスタマイズ性、よりよい生活スタイルの提案が求められるようになると考えます。

変化が激しい現在社会では、対応の段階でも相応の労力がかかりますが、短期的かつ基本的な目標としています。

並行して、透明性の活動を
・ESGに関わる事業リスクの低減と事業機会の創出
・ESGと事業の統合加速
・研究開発等の社内活動の活性化
へつなげていきたいと考えています。

社内のあらゆる活動において透明性向上が主流化し、その結果として自発的な呼びかけにより透明化を推進する対象項目が増え、新たな活動が発足することが重要と考えています。また、上述のようなデジタルの力が不可欠であり、科学的根拠に基づいた確かな情報をデータベース化し、いつでも取り出せる状態にしておく必要があります。

花王のモノづくりは、最新の科学的知見に基づく徹底的な本質的研究に支えられていると自負しています。そのため、所有する個々のデータの信頼性は非常に高いと言えますが、さらに各データが有機的に結びつくことで新たな価値やビジネスの機会が発掘されるものと期待しています。

徹底した透明性 GRI3-3

社会的インパクト

必要とする情報を入手することで、生活者は安全・安心な商品・サービスを選びやすくなり、快適な暮らしを送ることができます。また、生活者個人の選択が、本人が意識することなくSDGsに貢献することになり、これらの活動による環境影響が、地球が許容できる範囲内にとどまることが大切だと考えています。

そして、イノベーションや新しい価値を適切な情報を添えて世の中に提供することで、新しい市場を創出すると共に、持続可能で、人々の信頼に満ちあふれた世界の実現に貢献します。

製品の持つ情報に対する企業と生活者の非対称性が解消し、製品を選ぶ選択軸が増えることが期待できます。その結果、生活者と企業が共通の情報を介して、ともに、「ESG視点のよきモノづくり（ESG よきモノづくり）」、よりよい社会構築に参画できるようになると考えています。

生活者が正しい情報をもとに、生活者にとって意味のある製品や安全で安心な製品を選ぶようになることは、花王のみならず他の企業にとっても行動変容の機会となります。それは、社会全体が環境や生物多様性などに配慮した持続可能な生活と商品、サービスを選ぶことにつながると考えています。

そこに発生した課題もまた情報として世の中に発信され、見える化が進むことで、その課題の解決手段を有する個人や企業、団体等の参入による新たな協働が生まれる社会が形成されると考えています。

貢献するSDGs

事業インパクト

生活者が必要とする情報を獲得し、生活者にとって意味のある製品や安全で安心な製品を選べることは、市場拡大の機会となり、花王が正しい行動と商品開発を行うことにつながると考えています。

また、一部流通では、香料のみならず、用いられている成分や環境インパクト等の情報をもとに、取り扱う商品の選別も進められています。花王にとって、環境や生物多様性に配慮した持続可能なモノづくりと、製品情報の公開を進めていくことがますます重要となっていきます。

また、ますます活発、迅速かつ複雑化してきている開示要求、例えば、TCFDやTNFD、各種格付け機関への質問状に対して誠実に対応することは、信頼の向上につながり、生活者や市場、投資家からのフィードバックを得ることで、よりよい生活を支援する商品・サービスの提供が可能になります。花王は、これら開示要求の流れを、事業活動を通して社会課題解決を行えているかのベンチマークとして捉えています。

ガバナンス

体制

私たちは、すべてのステークホルダーに花王のありのままの姿をお伝えすることが徹底した透明性につながると捉えています。これまでも各主管部門が透明性向上の活動を進めてきました。

その中でも特に注力すべきものとして、生活者の皆さまが直接触れることの多い、製品に関わる情報に関しては、グローバルかつ部門横断的な活動を加速することが必要と考えました。

そこで、2019年に、ESG委員会（現ESGコミッティ）の下部組織であるESG推進会議内に、製品情報開示のためのタスクフォースを設置し、世界的に見て開示要求が強い香料成分名の開示から活動を開始しました。2020年2月のESG委員会にて、「香りに関する方針」を公開すること、方針の公開に合わせて香料成分名の開示をスタートすること、2030年までの目標について審議、承認を得ました。

2022年現在、全体の方針と戦略立案、進捗管理、インフラ整備を行うチームと、それぞれの事業領域で活動を推進するチームが2つ、合計3チームで活動を推進しています。事業計画を鑑みながら、開示計画の策定と開示情報の準備等を進め、半年に1回の全体会議で、互いの進捗を共有しています。また、ESGよきモノづくり会議では、製品情報開示に関する世界の動きを共有す

徹底した透明性 GRI3-3, 404-2, 417-1

ると共に、自社の活動に関する2022年の計画（3月度）と進捗（11月度）を報告し、開示促進を働きかけました。その年のKPIの進捗実績はESGコミッティで報告しています。

個別案件については、2週間～1ヵ月に1回の頻度で打ち合わせを行い、PDCAを回してきました。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

「正道を歩む」は、花王ウェイに記載されており、「My Kirei Lifestyle」の基盤でもあります。法や規則等の遵守はもちろん、個々人が倫理に則って社会的に正しい行動をとることが非常に重視されています。この考え方は、研修など特定の機会のみならず、日常の業務を通して社員の間に浸透され、仕事を離れた日々の生活においても徹底されています。

また、同じく花王ウェイに記載された「現場起点」の考え方に則り、世界中の生活者のために必要な情報とは何かを、各ステークホルダーとの対話を通して学んでいます。

ステークホルダーとの協働

透明性向上のためには、サプライヤーの協力が不可欠であり、業界団体とも連動して、製品情報開示の動きを進めています。

さらに、アカデミアとの交流を通じて、常に最新の科学的知見の収集を行っています。

製品関連情報に対して生活者から直接お問い合わせいただくご相談・ご意見のみならず、流通、NPO／NGOとの対話の中から、社会と市場からのニーズをくみ取るようにしています。

リスク管理

徹底した透明性の活動は、ESG委員会の下部組織であるESG推進会議の下に設置されたタスクフォースです。

そのため、適宜進捗報告を行うと共に、活動を進める上で生じた課題に対しては、上部会議に上がる体制が整っています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

私たちは、必要な情報（量・質）が入手できるブランドを「透明ブランド」と定義し、2030年までに花王が所有し、販売しているすべての家庭用品ブランドが「透明ブランド」となることを目標としています。そして、生活者の皆さまがより簡単でわかりやすいと感じていただける情報の開示方法も検討していきます。

2022年の実績

ハイジーン＆リビングケア事業と化粧品事業で、計3つのブランドで新規開示をスタートし、2022年末時点でのKPIの進捗は18%となりました。

化粧品では「SENSAI」で開示アイテムを追加し「athletia」「SUQQU」での開示をスタートしました。

香料成分名の開示をより正確に、タイムリーに進めるための基盤整備、ITシステムの構築に注力しています。

香料成分名開示の活動をスタートした当時は、開示のための香料成分名リストの作成からウェブページへの反映までをすべて手作業で行っており、この作業に大変な人的負荷と時間が掛かっていました。そのため、よりタイムリーに情報を反映させることが難しく、ヒューマンエラーの危険性も残っていました。そこで、2021年7月には、データベースから香料成分名リストを自動作成する機能を稼働させ、新規公開と更新に活用してきました。

2022年、基盤整備として特に力を入れてきたのが、香料成分名リストの自動転送に関するシステム整備です。人の手を介さずにシステム間でデータが受け渡しされることで、予期せぬ転記ミスがなくなる、開示情報作成から開示までのタイムロスが短縮できるといったメリットがあります。2021年11月より2022年9月まで、ほぼ週1回の定期打ち合わせを行い、システム開発を進めてきました。2022年12月には、ワンクリックで所定のウェブサイト上にデータを反映するしくみを構築し

徹底した透明性 GRI417-1

ました。

Web 製品カタログサイト
https://www.kao.com/jp/products/

欧米やアジア各国など、地域によってはこれらのしくみが導入されておらず、ブランドサイトでの情報開示となります。迅速な開示といった点ではまだ課題があります。ブランドサイトはブランドの特徴やこだわりを表現できるメリットを有しており、情報の種類と性質によって、生活者と企業がよりよいコミュニケーションを取るためにどのインターフェースを用いるべきなのかも課題のひとつと捉えています。

また、社会的に関心が高い成分として、昨年公開した5つの成分に加えて、アルキル硫酸塩、ホルムアルデヒド遊離型防腐剤、1,4-ジオキサン、タルクについての考え方を、日本およびグローバルサイトに公開しました。

P65 より安全でより健康な製品

2022年実績に対する考察

今年新たに香料成分名を公開できたブランドは、3ブランドとなりました。

2022年は、開示作業において人手に頼る部分が残っていました。2023年以降は、データを揃える段階では時間は必要ですが、その後の開示までの時間は大幅に短縮できるものと考えています。ただし、機械的に開示を進めて実績を伸ばすというよりも、戦略的に優先ブランドを決めて開示作業を進めていきたいと考えています。いつでも開示が行えるよう、香料成分に関する情報収集は開示計画に先駆けて進めています。

また、最近では、香料のみならずその他の成分情報や、環境への影響、サプライチェーン全体の透明性が求められ、お伝えすべき相手も生活者のほかにさまざまなステークホルダーが対象になります。そのため、さらなる社内体制の強化ならびに各データベースの充実とシステム間の連動、社内外の連携を進め、2030年までの100%「透明ブランド」化の目標をできるだけ前倒しで実行していきたいと考えています。

徹底した透明性 GRI417-1

主な取り組み

ウェブサイト「製品カタログ」や各種製品サイトにおける配慮

お客さまがこれから購入しようとしている製品や、すでにお手元にある製品が、安心して購入・使用できるかの判断に必要な情報を開示しています。

ウェブサイトにある「製品カタログ」や各種製品サイトを通して、製品の特徴や製品に用いられている成分に関する情報を科学的根拠に基づいて掲示しています。

ハイジーン＆リビングケア事業と化粧品事業で、計3つのブランドで新規開示をスタートしました。その他、すでに公開済みのブランドでも香料成分に変更があったものに対して情報更新を行っています。2022年末時点でのKPIの進捗は18%となりました。

Web 製品カタログサイト
https://www.kao.com/jp/products/

香りに関する方針ならびに香料成分名の開示

2020年5月に公開した「香りに関する方針」では、香りを通した“よきモノづくり”への思いや提供したい価値、香りに関する研究事例などを紹介しています。また、以下3つの点を開示方針として記載しています。

1. 私たちは、販売する地域の規制を守ることはもちろんのこと、最新の安全性データを収集しています。
2. 私たちは、国際的な香料安全基準である国際香粧品香料協会(IFRA)スタンダードに準拠した香料を使って香りを創出しています。
3. 私たちは、製品中に0.01重量%以上配合されている香料成分情報を開示していきます。

Web 香りに関する方針
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/fragrance-policy/

開示の閾値(製品中0.01重量%以上配合されている香料成分)は、SCCS opinionを参照し決定しています。この基準は、欧米同業企業における開示基準とも合致しています。

Web SCCS opinion on fragrance allergens in cosmetic products
https://www.bibra-information.co.uk/industries/consumer-products

この基本方針のもと、さらに業界の動きにも連動しながら、日本およびアメリカの合計19のブランドで、香料成分名の公開を開始しました。

化学物質の有用性と安全性に関する情報開示

責任ある化学物質管理推進の基本方針のもと、生活者と社会に対して、これまで行ってきた化学物質の安全性に関する情報のわかりやすい開示に加え、有用性情報発信の取り組みを開始しました。

P253 責任ある化学物質管理

社会的に関心が高い成分の方針開示

2022年には、社会的に関心が高い成分である8成分アルミニウム塩、PEG(ポリエチレングリコール)、鉱物油、フェノキシエタノール、フッ化物、BHT(ジブチルヒドロキシトルエン)、オキシベンゾン、オクチノキサート)について、サステナビリティサイトにて科学的根拠に基づいた考え方を公開しました。

P65 より安全でより健康な製品

サプライチェーンにおける透明性

花王では、サプライチェーンにおいても透明性を高める活動を推進しています。資源保護、環境保全や安全、人権などに配慮した原材料を調達するとともに、トレーサビリティの確保に努め、サプライヤーとの対話を通じ、よりサステナブルな原材料調達をめざしています。2025年までにパーム小規模農園までのトレーサビリ

徹底した透明性

ティ100%完了をめざしています。2021年より花王が購入しているパーム油脂の搾油ミルリストを公開しています。

Web 2022年上期ミルリスト
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/progress-2022-001.pdf

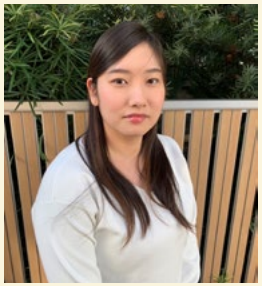
花王は、サプライチェーン上の人権に関する透明性についても取り組みを進めています。2022年9月には、小規模パーム農園の人権に関する課題に対して、ビジネスと人権を専門とする NPO法人経済人コー円卓会議日本委員会(CRT日本委員会)と協働で、グリーバンスメカニズムの運用を開始しました。スマトラ島の約50農園からスタートし、順次対象農園を増やす予定です。また、問い合わせ内容や対応の結果は、花王ウェブサイトで公表していきます。

Web 花王、インドネシアの小規模パーム農園を対象にグリーバンスメカニズムの運用を開始
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/news/2022/pdf/20220831-001-01.pdf

P91 責任ある原材料調達

社員の声

よりスピーディで正確な情報開示に向けて



菊間 優希
情報システム部門 EBE部 PLMG

香料は複数の香料原料を調合し生成される一方で、香料自身も洗剤やシャンプーなどの製品処方に含まれる原料としての一面もあります。このような香料・それに含まれる香料成分・製品処方の複雑な構造をどのようにシステムで管理するかが重要なポイントでした。香料成分名開示のプロジェクトにIT部門として参画し、香料の開発研究者、製品カタログの担当者などの関係者と実現方法の協議を重ねました。その中で、各担当者の香料成分開示までのワークフローを明確にし、どの部分をシステムに自動化させるか検討を重ね、シンプルに・正確に・スピーディに香料情報がお客さまのもとに届くよう努めてまいりました。結果、従来より大幅に改善されたかたちで、香料の開発データが直接製品カタログに連携されるシステムを実現し、透明性の活動に寄与することができ、大変嬉しく思います。透明性に関する活動はこれからも高まり続けるといえるため、少しでもお客さまの花王商品に対するご関心にお応えするべく、香料だけに留まらず、さまざまな製品情報をよりタイムリーに提供できるよう、継続して取り組んでまいります。

人権の尊重 GRI2-23

花王は、人権に関する国際規範を支持、尊重し、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、企業活動全体において人権侵害ゼロの実現に向け取り組みを進めています。「花王人権方針」は、2015年に初めて公表し、2021年に、社会動向を踏まえ、かつ、花王の決意をより強く表す表現にすべく、取締役会の監督を受けるESGコミッティの承認のもと改定しました。人権方針はM&A、新規プロジェクトを含むあらゆる事業活動を対象にしています。

社会的課題

人権は最も基本的な権利であり、多様な価値観がある中で、互いに人権を尊重し、誰ひとりとして差別や格差で苦しまない社会の達成が望まれます。

企業活動は、社員、お取引先、生活者、地域社会など、さまざまな人の人権と密接に関わっています。その中で、人権侵害が生じる可能性はゼロとは言えません。

例えば、ILO、国際人権団体ウォーク・フリー、国際移住機関(IOM)が2022年9月に発表した、強制労働と強制結婚についての報告書「現代奴隷制の世界推計(Global Estimates of Modern Slavery: Forced Labour and Forced Marriage)」には、2021年時点で世界で2,800万人が強制労働を課されているとあります。企業活動のグローバル化の進展により、途上国のサプライヤーでの強制労働が生じるリスクが指摘されており、企業の人権尊重の取り組みは重要です。職場内においても、コロナ禍で増えた在宅勤務を含め、多様な働き方を支えるしくみが求められたり、社員の多様な価値観を活かしたり、差別が生じないような工夫が求められています。生活者に対しても、広告表現が生活者の人権を侵害したり、生活者がSNSなどで拡散した広告等に人権侵害につながる内容が含まれていれば、間接的に生活者が人権侵害に加担することにもなります。

また、気候変動などの世界的な課題も、人権と密接に関わっていることを認識しています。

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」が承認されてから10年以上が経過し、欧州を中心に企業の人権への取り組みやその開示について法制化の議論が進むなど、企業の人権への取り組みがますます重視されてきています。企業には人権尊重の責任があります。人権侵害のリスクを把握し、人権侵害が発生した時の是正や、リスクを低減し発生を防止する努力を続けなければなりません。

花王では、企業活動全体において、人権侵害をゼロにし、図らずも問題が起きた場合は速やかに問題解決することをめざしています。特にパーム油をはじめとするサプライチェーンと、社員の人権の2つが花王にとって大きな社会的課題と認識しています。

また、2030年までにSDGsを達成するには、取り組みのスピードを速め、規模を拡大する必要があると認識しています。

方針

花王は、豊かな共生世界の実現を使命としています。その実現に、人権の尊重は不可欠です。

花王は、企業活動全体において、人権侵害をゼロにし、図らずも問題が起きた場合には速やかに問題を解決することをめざします。花王人権方針をはじめ、以下の方針などに沿って、人権尊重の取り組みを進めています。

・花王人権方針
　企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
・花王 ビジネス コンダクト ガイドライン
　人権を尊重することを明記し、児童労働、人身売買、強制労働を行わないことにコミット
・調達基本方針
　人権に配慮した購買行動を行い、社会的責任を果たすことを表明
・お取引先に求めるパートナーシップ要件
　人権・労働の要件として「強制労働、児童労働、不法労働の禁止措置等」を要請
・お取引先とのESG推進活動
　サプライヤーとともに、サプライチェーン上の人権・環境に関わるリスクを把握し改善に向けた活動を行うことを明記
・ハイリスクサプライチェーンからの調達
　ハイリスクサプライチェーンにおける人権・環境に対する本質的課題解決に向けたアプローチを明記
・CGF※の強制労働撲滅に向けた決議および優先業界原

人権の尊重 GRI2-23

則を支持

また、社内外からの通報・相談を受け付ける窓口を設置し、いただいた通報・相談はコンプライアンス委員会を中心に議論・調査し、必要に応じた対応を行います。

Web
花王人権方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/kao-humanrights-policy.pdf

花王 ビジネス コンダクト ガイドライン
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/compliance/business-conduct-guideline/

調達基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-policy.pdf

お取引先に求めるパートナーシップ要件
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-partnership-requirements.pdf

お取引先とのESG推進活動
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-esg-promotion-activities.pdf

ハイリスクサプライチェーンからの調達
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-supply-chain-management.pdf

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
https://www.kao.com/jp/sustainability/walking-the-right-path/humanrights/

コンプライアンス通報・相談窓口
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/compliance/compliance-contact/

消費者相談室
https://www.kao.com/jp/support/products/

※CGF：The Consumer Goods Forum

戦略

リスクと機会

リスク

リスクに関しては、リスクアセスメントの実施を通じて、「リスクアセスメントにより花王グループにて特定されたリスク」表のようなリスクがあり、特に、ともに働く人々や、生活者・顧客に関連するリスクが高いと認識しています。これらのリスクの状況は、定期的なリスクアセスメントの実施により捉えています。

短期：
・「英国現代奴隷法」などの法規制への対応が不適切な場合に罰則を受けるリスク
・劣悪な労働環境下での製品の製造が、労働者の健康を害しあるいは品質上の問題を引き起こすリスク
・人権への配慮が不十分な広告表現への指摘がレピュテーションを低下させるリスク

中期：
・人権への配慮不足により花王の信頼が毀損することで購買行動にマイナスの影響が出るリスク
・社員のモチベーションやロイヤリティが低下することで生産性への悪影響や離職が増加するリスク
・離職が増加することで採用活動への悪影響が生じるリスク

長期：
・人材流出や、社会的課題への対応が進まないことで社会からの信頼を失い、企業として存続できなくなるリスク

機会

短期：
・人権に配慮した広告表現が共感を得ることで販売を促進する機会

中期：
・花王への信頼が増加することで、取引先と良好な信頼関係を構築・維持でき、購買行動にプラスの影響が生じる機会
・取引先でも人権尊重の取り組みが進み、強靭なサプライチェーンが構成・維持される機会
・社員のモチベーションやロイヤリティが向上することで生産性が向上し、離職が減少する機会
・取り組みが共感を得ることで、レピュテーションが向上し、販売増加や優秀人財獲得増進となる機会

長期：
・花王の姿勢や取り組みが広く社会の共感を得られ人権尊重の取り組みが増えることで、社会全体での人権への意識が高まり、誰ひとりとして差別や格差で苦しまない社会の実現に貢献できる機会

戦略

花王が、社会的課題に配慮しつつ未来への5つの約束

人権の尊重 GRI2-23

を達成するためには、人権の尊重は、欠かすことのできない重要な基盤となる活動です。また、中期経営計画(K25)においては、特に、方針1「持続的社会に欠かせない企業になる」、方針3「社員活力の最大化」に貢献します。

人権尊重の取り組みは、花王人権方針に則って実施しています。

人権の問題は多岐にわたるため、人権・DE&Iステアリングコミッティで部署横断的に議論して方向性を検討し、啓発による社員の意識向上の促進を図り、各部署でのそれぞれの取り組みを進め、人権侵害ゼロをめざします。

人権リスクの把握のため、花王グループでどのようなリスクがあるかを検討し、リスクアセスメントを実施しています。KPIとして、社内、サプライヤー、場内協力会社のリスクアセスメント実施率を置き、実施率向上に向けて取り組んでいます。また、サプライヤーや場内協力会社にリスク調査にご協力をいただき、その結果を踏まえて、リスクが大きいと判断した場合、より詳細な調査や監査を行っています。

このリスクアセスメントを通じてリスクを把握し、人権侵害ゼロに向け、実際のまたは潜在的な影響に対応します。

Web 花王のパーパスと価値創造
https://www.kao.com/jp/corporate/purpose/

経営戦略と中期経営計画「K25」
https://www.kao.com/jp/corporate/strategy-and-mid-term-plan/

社会的インパクト

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。例えば、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共に、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・サービスの提供は、生活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もつながります。

企業が人権を尊重しないことは、人権侵害を引き起こし、侵害を受ける人は言うまでもなく、場合によっては社会にまで大きな影響を与える可能性があります。

花王では、企業活動全体で人権配慮を進めていくことを「花王人権方針」でうたっています。花王グループの企業行動指針である「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」でも、すべての取引を公正・誠実・適正に行うこと、企業活動全体を通じて人権を尊重すること、社員の多様性を尊重することをうたっています。購買活動では、公正・公平な活動を推進しており、「お取引先に求めるパートナーシップ要件」で花王と同様の取り組みをお取引先にも求め、「お取引先とのESG推進活動」で遵守状況を確認することを明示し、サプライチェーン全体で“よきモノづくり”を進めています。

図らずも問題が起きた場合には速やかに問題解決することをめざし、ステークホルダーからの意見を取り入れるコンプライアンス通報・相談窓口などを設置し、顕在化した事象には関係部署が協力して取り組んでいます。

花王だけでなく、多様なステークホルダーと連携して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、人権侵害ゼロに少しでも近づき、「花王ウェイ」で使命とする「豊かな共生世界の実現」に貢献します。

企業活動全体を通じて人権尊重の取り組みを進めることで、ともに働く人々の人権を守り、生産性を高め、生活者からも信頼される企業となります。

貢献するSDGs

事業インパクト

企業の人権への取り組みはますます注目を集めており、取り組みが不十分で人権侵害を引き起こした場合、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、生活者から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・軽減を継続して行うことは、直接的な経済損失を回避

人権の尊重 GRI2-23, 2-24, 2-25, 3-3, 404-2

するだけでなく、企業姿勢への共感を通じた生活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、優秀人財の獲得機会の増進、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。

花王は、リスクアセスメントを端緒に負の影響の軽減・予防を図り、人権侵害ゼロをめざします。

ガバナンス

体制

取締役会の監督のもと、「人権の尊重」に関するリスク管理は内部統制委員会で、機会管理はESGコミッティで行っています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

「人権の尊重」に関するリスク管理は、内部統制委員会(年2回開催)とその下部組織のリスク・危機管理委員会(年4回開催)で実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

「人権の尊重」に関する機会管理は、ESGコミッティ(年6回開催)で実施しています。外部有識者で構成されるESG外部アドバイザリーボードがESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外の視点を経営に反映し、ESG推進会議がESG戦略を遂行しています。

加えて「人権・DE&Iステアリングコミッティ」が役員クラスのオーナーのもと、戦略策定から実行計画化も実施し、確実かつ迅速に実行に移しています。このコミッティでは、さらに、社員、ビジネスパートナー、コミュニティの3つのワーキンググループを設け、目標を設定し、ワーキンググループや関連する部署でそれぞれ取り組みを実施します。人権への負の影響の防止・軽減の取り組みと、各部署のミッションや事業目的とで調整が必要になる場合には、人権・DE&Iステアリングコミッティで議論を行い、抜け漏れのない活動をめざします。

人権の問題は多岐にわたるため、ステークホルダーごと、テーマごとにさまざまな部門が個別の取り組みを行っています。社員への取り組みであれば、職場の安全・安心についてコーポレート戦略部門が、受容性と多様性のある職場について人財戦略部門が中心になって取り組みを進め、サプライヤーへの取り組みは主に購買部門が担っています。生活者に最も関係する広告表現における人権配慮については事業部門や作成センターが担当しています。また、人権侵害への迅速な救済につなげるため、社内外からの通報・相談を受け付ける窓口を設けています。

人権の取り組みは、ESG部門を統括する執行役員が責任者となっています。

人権の取り組み全体については、ESG部門が情報を取りまとめ、年1回、取締役会の監督を受けるESGコミッティ・ESG推進会議に報告を行います。

リスクアセスメントのプロセスについても、人権・DE&Iステアリングコミッティで、花王で想定されるリスクを部署横断的に検討し、社外有識者の意見も踏まえてリスクアセスメントを実施しています。

※人権・DE&Iステアリングコミッティのメンバーは、人財戦略部門、法務部門、事業部門、購買部門、SCM部門、ESG部門から構成されており、月1回程度のミーティングを重ねています。

P18 Our ESG Vision and Strategy >ガバナンス

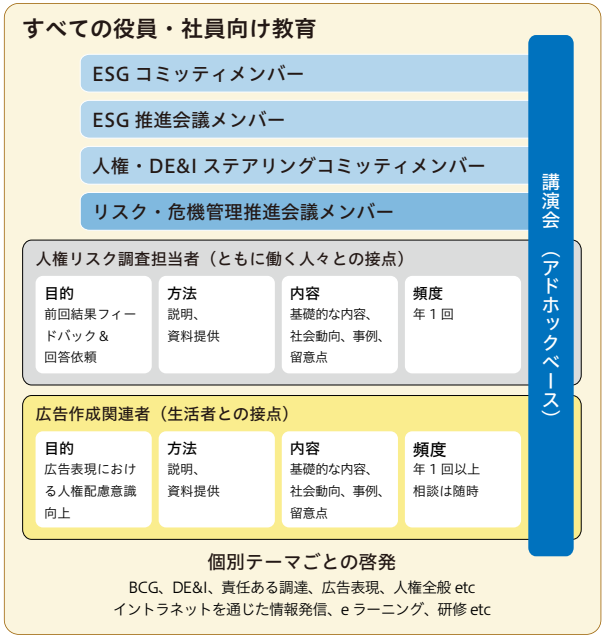
教育と浸透

人権侵害をゼロにするためには、企業活動のあらゆる側面において人権リスクを予防・軽減することが必要であり、社員一人ひとりが人権について理解を深め、人権尊重の取り組みを進めることが重要です。このため、花王人権方針に沿った情報発信や教育・研修を行うと共に、Kirei Lifestyle Planを推進するための必須知識を学ぶeラーニングプログラム「Kirei Lifestyle Plan講座」人権編の展開、コンプライアンス、責任ある調達、職場の安全・安心、人財の多様性など、個別のテーマごとの教育・研修も、さまざまな機会を捉えて実施しています。社員の理解をさらに深め、一人ひとりが業務において人権配慮を進めるため、より効果的なプログラム展開について、人権・DE&Iステアリングコミッティで議論します。

・BCGを通じた人権尊重の考え方の啓発(グローバル)
・イントラネットを通じた人権尊重の考え方の啓発(グローバル)
・業務特性に応じた人権啓発(日本)

人権の尊重 GRI2-24, 2-25, 3-3, 404-2

・人種差別問題やダイバーシティへの理解を深める取り組み



ステークホルダーとの協働

花王は、企業活動全体で人権尊重の取り組みを実施しています。花王人権方針では「人権に対する潜在的および実際の影響に関する対応について、関連するステークホルダーと協議を行なう」としています。人権の取り組みについて関連するステークホルダーは、社員、サプライヤー、生活者、地域社会など幅広く、これらステークホルダーとの対話を通じて活動のレベルアップを継続していくことが重要と認識しています。

ステークホルダーとの対話では、人権侵害を受ける当事者からの声を聴くことが重要です。直接の当事者に加え、その代弁者となり得る有識者・NGOなどとも真摯に対話を行っています。

花王では、社員、サプライヤー、生活者、株主、取引先、地域社会、行政機関などに対して、さまざまな機会・手段を通じて、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。

社員に対しては、毎年実施する花王フォーラム、社員懇談会や社員エンゲージメント調査により現場課題や社員意識の把握に努めています。サプライヤーとは、ベンダーサミットで活動を紹介し、意見交換を行っています。地域社会に対しては、工場でサイトレポートを発行し、工場の活動を紹介して理解を求めたり、地域の方からのご意見を伺う機会としています。

有識者との双方向のコミュニケーションとして、経済人コー円卓会議（CRT）日本委員会の海外有識者ダイアログに参加し、国際的にビジネスと人権の議論を牽引する有識者と意見交換を行っています。CRT事務局長の石田寛氏とのコミュニケーションから、外国人労働者に対する取り組みの推進が求められていることを認識し、場内協力会社における実態調査も進めています。

P204 人財開発＞社員エンゲージメントの向上

リスク管理

人権の問題は多岐にわたるため、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。花王では、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、まとめています。

人権の尊重 GRI2-24, 2-25, 3-3

リスクアセスメントにより花王グループにて特定されたリスク （リスクが高いものに下線を引いています）

		研究開発	調達	生産	マーケティング	物流	販売	廃棄	コーポレート（業務支援）
ステークホルダー	ともに働く人々（花王社員/正社員・契約社員、派遣社員、協力会社社員、サプライヤー社員）、（女性、移民労働者含む）	・強制労働　・人身取引　・児童労働　・劣悪な労働環境　・結社の自由や団体交渉権の制限　・不適切な賃金（未払い、生活賃金を満たさない低賃金）　・あらゆる差別（年齢、出身地、国籍、外国人・移民労働者（技能実習生を含む）、人種、女性、性別、LGBTQ+差別、障がい・病気、妊産婦）　・あらゆるハラスメント　・DE&I配慮不足　・同一労働同一賃金							
			・不衛生な会社提供住居 ・パーム農園における劣悪な労働環境・強制労働・児童労働	・不衛生な会社提供住居					・社員のプライバシー侵害 ・採用活動における差別
	ビジネスパートナー	・花王による優越的地位の乱用によりビジネスパートナーの労働環境が悪化							
	生活者・顧客（女性・子ども・高齢者を含む）	・商品設計上の事由による健康・安全への悪影響			・顧客のプライバシー侵害 ・不適切な広告・宣伝による生活者への悪影響（子ども・高齢者・女性など）		・顧客のプライバシー侵害 ・虚偽説明による誤認 ・不適切なパッケージングやラベル表示による誤認		
	地域社会・先住民族		・工場等建設に伴う先住民族の文化・伝統・生活の侵害 ・工場等建設、運営に伴う生態系や地域社会へのダメージ（工場設置、水供給、排水・排ガス等による健康被害など含む）	・工場等建設に伴う先住民族の文化・伝統・生活の侵害 ・工場等建設、運営に伴う生態系や地域社会へのダメージ（工場設置、水供給、排水・排ガス等による健康被害など含む）		・輸送時の有害物質の漏えいによる健康被害	・製品の誤使用による健康被害、生活への悪影響	・廃棄時の有害物質の漏えいによる健康被害	・国際的に認められた人権を下回るような事業慣行

これらリスクは定期的に見直しをしており、2022年度は、人権・DE&Iステアリングコミッティメンバーにより見直しを行い、有識者の意見も踏まえて表をまとめました。

このうち、リスクが顕在化した時にステークホルダーに与えるインパクトが深刻なものから優先して対応しています。侵害を受ける側にとって高リスクである「ともに働く人々」に重点を置き、社員とサプライヤーのリスク調査を行い、負の影響の低減・予防を図ります。また、花王は多くの広告を出稿しているため、広告表現においての人権侵害リスクの軽減も重要であると認識しています。広告表現の作成にあたっては、複数の目を入れることを徹底するなどの社内のしくみを整えています。

平時から、人権課題への理解を深めるため、NPOや有識者との対話を行い、社内で共有する機会も設けています。

人権侵害が明らかになった場合には、速やかに対応できるよう、社内の危機管理体制も整えています。コンプライアンス違反などには通報対応体制を整えており、また、品質問題やレピュテーションに影響する可能性があるリスクは、コーポレートリスクマネジメント体制に準じています。例えば、広告表現などで指摘を受けるとレピュテーションへのマイナスの影響が考えられるため、あらかじめ決められた手順にのっとり、社内に報告をし、緊急事態のレベルに応じて対策組織を立

人権の尊重 GRI2-24, 2-25, 3-3, 412-1, 412-3

ち上げ、迅速かつ適切に対応します。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

総合的リスクへの統合

花王として、リスク・危機管理委員会事務局（危機管理・RC推進部）から各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査が実施され、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しが進められています。基本的には、主管部門が中心となり対応していますが、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、関係部門と連携して対応の強化を図り、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応が行われています。

「人権の尊重」に関わるリスクは、NPO／消費者団体／財団（EMFなど）の対応、レピュテーション対応、サプライチェーン上の花王ブランド毀損行為など「コーポレートリスク」管理体制の中で管理されています。

P278 リスクと危機の管理 > ガバナンス

P280 リスクと危機の管理 > リスク調査

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

花王は、企業活動全体において人権侵害をゼロにし、図らずも問題が起きた場合には速やかに問題を解決することをめざします。このために、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、花王の企業活動における人権リスクの特定・防止・軽減を継続して行います。

人権リスク把握のためにリスクアセスメントを実施します。社内のリスクアセスメント実施率の目標は常に100%です。これは、人権尊重の取り組みは、常に、継続して行っていく必要があると考えるからです。一方で、サプライヤーや場内協力会社には、リスク調査へのご協力をお願いすることから始めており、2022年時点での実施率はそれぞれ62%、約15%です。今後も働きかけを強化し、毎年、実施率を拡大していく計画です。

2022年実績

人権デュー・ディリジェンス

社内

人権デュー・ディリジェンス潜在的リスク評価ワークショップを実施し、人権・DE&Iステアリングコミッティにおいて、部署横断でステークホルダーごとにどのような人権リスクが存在するかを検討しました。その結果、花王にとって重要な人権テーマとして、「グループ会社やサプライチェーンを含む国内の外国人労働者」と、「原材料調達先の生産者や農家の労働環境」の2つが特定されました。

①リスクアセスメント

・花王グループ会社全社（56社）を対象にSedex※の「自己評価アンケート」による調査を実施（対象会社回答率：100%）

・花王グループ全生産拠点（41工場）を対象にSedex※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%）

②リスクの特定・改善

花王グループ拠点のリスクアセスメントの結果、花王が強制労働・児童労働など、人権に対する負の影響を引き起こした、あるいはこれを助長したという事実は発見されませんでした。よって、深刻な人権侵害につながるリスクはなく、改善を行った拠点数はゼロで、実施された救済手続きはありません。

③状況確認

本年はリスクアセスメントおよび潜在的リスク評価ワークショップを通じてリスクの特定を行いました。

④ルール・基準の見直し

生産拠点を除いた花王グループ各社の調査は、2021年まで花王独自の「人権チェックリスト」を使用した調査を行っていましたが、社会からの要請をより強く反映した調査にするために、第三者運営で客観性の高い

人権の尊重 GRI2-25, 412-1, 412-2, 412-3

Sedex※へ移行しました。

※ 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う世界最大規模の協働プラットフォーム

サプライヤー

・グローバルの直接材全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。
・2022年末時点でグローバルの取引の88%(金額ベース)がSedex加盟会社(代替プログラム、花王SAQ 含む)との取引となりました。
・2022年12月時点でアクセス権が設定され、SedexのSAQ(自己評価アンケート)に回答した1,221サイトに対する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は、S 評価が24%、A評価が38%でした。

P91 責任ある原材料調達

委託先

・委託先については、生産拠点の場内協力会社を対象として2021年よりSedexによるリスク調査を開始し、2022年のリスクアセスメント実施率は約15%でした。
・和歌山工場と豊橋工場の場内協力会社で働く外国人労働者(技能実習生を含む)に対し、現地インタビューを実施

救済

・社員・サプライヤー・委託先からの通報・相談、生活者からの通報・相談を受け付ける窓口を設置
・2022年9月より、インドネシアの小規模パーム農園を対象としたグリーバンスメカニズム(苦情処理メカニズム)の運用を開始
・各工場の場内協力会社の外国人労働者に向けたグリーバンスメカニズムを導入するため、対象を検討

P91 責任ある原材料調達

教育

社員

・「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)」の研修やコンプライアンス研修、コンプライアンスケーススタディの発信等を通じ、人権尊重の考え方を啓発
・イントラネットに人権やDE&Iにまつわる話題を提供し、社員の関心を喚起
・Kirei lifestyle Plan講座 人権編を継続展開
・世界人権デーに合わせ、ESG Trends Newsletter特別号発行や国内外各拠点における啓発ポスター掲示、茅場町事業場食堂にてテーブル上に人権に関するクイズを掲示するなどの企画を実施
・コンシューマープロダクツ事業統括部門では広告作成における人権配慮、花王グループカスターマーケティンググループでは販売活動における人権尊重等、各業務特性に応じた研修を実施
・多様な社員の活躍推進と多様なお客さまを理解していくことの一環として、LGBTQ+に関する勉強会やALLY(アライ)※募集を継続して実施
・欧米において人種差別問題やダイバーシティへの理解を深める取り組みを実施
・ESGコミッティにおいて、株式会社カレイディスト代表取締役でG20 EMPOWER 日本共同代表の塚原月子氏のDE&Iに関する講演会を実施

※ ALLY(アライ):LGBTQ+ を理解し、支援する人

P91 責任ある原材料調達
P161 実効性のあるコーポレート・ガバナンス
P209 受容性と多様性のある職場

サプライヤー

・ベンダーサミットにおいて、花王より人権リスクについて啓発を実施

P91 責任ある原材料調達

社外

・埼玉大学教育学部附属小学校の社会科授業、日本の工業生産の単元において、花王の取り組みを紹介し、パーム油サプライチェーンに関する人権問題を啓発

人権の尊重 GRI2-25, 412-1, 412-3

対話・協議

・経済人コー円卓会議(CRT)日本委員会が主催する海外有識者ダイアログに参加し、ステークホルダーコミュニケーションを実施
・グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム、日本サステナビリティ・ローカルグループの社会的サステナビリティ・ワーキンググループ、日本化粧品工業の人権関連部会に参加し、他企業、NPO、国際機関、官庁の有識者との情報交換を実施

情報開示

・花王の取り組みについてウェブサイト等を通じて情報発信
・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)」に対応し、花王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
・2018年に豪州において制定された「2018年現代奴隷法(連邦)」に対応し、花王オーストラリアが声明を豪州政府に提出
・花王人権方針の内容を解説する資料として、「花王人権方針付属書」の作成を開始し、2023年公開予定

2022年実績に対する考察

花王は、企業活動全体において、人権侵害をゼロにし、図らずも問題が起きた場合には速やかに問題を解決することをめざしています。人権侵害状況は、人権リスク調査や会社に寄せられる声から判断できると考え、リスク調査を実施し、グリーバンスメカニズムの運用を行っています。2030年までに花王グループ、サプライヤー、委託先(花王グループ事業場内)を対象に、人権デュー・ディリジェンス対応実施率を100%にすることを目標にしています。2022年の調査実施率は、花王グループが100%、サプライヤーが62%、委託先が約15%でした。

調査の結果、花王グループでは、強制労働や児童労働等の深刻な人権リスクは発見されませんでした。サプライヤーにおいては、引き続き「お取引先に求めるパートナーシップ要件」や「お取引先とのESG推進活動」などの花王の考えを共有し、協力の依頼を継続してアセスメント実施率100%をめざします。本年は、アセスメント結果が低いサプライヤーも38%程度あったため、これらのサプライヤーに対して改善を求めていきます。委託先への調査は当年の目標としていた14%を超えましたが、次年度以降も引き続きご理解・ご協力をいただけるよう継続して取り組んでいきます。

人権リスク調査を広く展開することと並行して、潜在的リスク評価ワークショップで重要な人権テーマとして特定された外国人労働者に対して、さらなる調査(インタビュー)を実施しました。インタビューは、花王グループの2つの工場の協力会社の外国人労働者(技能実習生を含む)を対象に、ビジネスと人権の分野で活動する非営利組織である経済人コー円卓会議(CRT)日本委員会が実施しました。その結果、会社と労働者との間の関係性は良好と評価され、労働環境や賃金支払いの面も含め、現時点で問題は発見されませんでした。一方で、外国人労働者は脆弱な立場に陥りやすいため、グリーバンスメカニズム導入の必要性への認識を強めました。次年以降も、アセスメントの実施や、通報・相談窓口、パーム油サプライチェーンでのグリーバンスメカニズム運用などを通じて寄せられた声から人権侵害状況を確認し、人権リスクの特定・防止・低減に努めます。

・外国人労働者インタビュー:強制労働、生活賃金、労働安全について問題ないことを確認
・通報・相談窓口:ハラスメント等に関連するもの、職場におけるコミュニケーションの問題や労働条件・勤務等に関するものなどを含めて、年間を通じて488件の通報・相談が寄せられた
・パーム油サプライチェーンでのグリーバンスメカニズム:認証制度、パーム生産、持続可能な農園などについて約100件の要望・問い合わせが寄せられた

通報・相談窓口、パーム油サプライチェーンでのグリーバンスメカニズムに関する詳細はリンク先を参照ください。

P161 実効性のあるコーポレート・ガバナンス
P91 責任ある原材料調達

人権の尊重 GRI2-25, 412-1, 412-2, 412-3, 414-1, 414-2

主な取り組み

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、取り組みを行っています。

社内、サプライヤー、委託先、または合併・買収などの新規ビジネス取引を対象としたリスクアセスメントを実施し、結果のレビューとリスク特定を行うことで、人権の負の影響を特定、防止、軽減することに努めています。

社内での取り組み

人権デュー・ディリジェンス潜在的リスク評価ワークショップを実施

人権・DE&I ステアリングコミッティにおいてワークショップを実施しました。多岐にわたる部門から参加した30名がグループに分かれ、花王の企業活動全体における人権リスクについて議論しました。その結果は前出の「リスクアセスメントにより花王グループにて特定されたリスク」の改定に反映されています。また、ワークショップの結果、有識者により、花王にとって重要な人権テーマとして、「グループ会社やサプライチェーンを含む国内の外国人労働者」と「原材料調達先の生産者や農家の労働環境」が特定されました。これを受け、和歌山工場・豊橋工場の場内協力会社の外国人労働者に対するインタビューを行いました。

リスクアセスメントの実施

毎年、花王の世界中の拠点に対して、世界的な企業倫理情報共有プラットフォームであるSedexを活用したリスクアセスメントを行っています。

2022年は、41工場と56のグループ会社が回答し、回答率は100%となりました。これらの結果、工場、花王グループ各社において、深刻な人権侵害につながるリスクは発見されず、改善を実施している事案はありません。

サプライチェーンでの取り組み

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「お取引先に求めるパートナーシップ要件」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。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。2022年末時点でグローバルの取引の88%(金額ベース)がSedex加盟会社(代替プログラム※、花王SAQ 含む)との取引となりました。

※ EcoVadis等Sedexに代わる調査プログラム

P91 責任ある原材料調達

場内協力会社 外国人労働者の現地インタビュー

和歌山工場内で働く協力会社在籍の技能実習生と雇用会社経営者・管理責任者に対して、経済人コー円卓会議(CRT)日本委員会による直接インタビューを行いました。雇用会社の社員のサポートにより、良好な職場・生活環境の整備が行われているとの評価が得られました。

豊橋工場においても場内協力会社3社に在籍する外国人労働者と各社管理責任者に対して、現地でインタビューを実施し、日本人スタッフと良好な関係が築かれ、賃金についても適正および生活賃金が保証されていると言えることから、満足度の高い労働環境が整備されているとの評価が得られました。

どちらのインタビューにおいても重大な人権への負の影響は指摘されませんでしたが、脆弱な立場に陥りやすい外国人労働者に対しては、グリーバンスメカニズム導入の必要性への認識を強めました。

人権の尊重 GRI2-25, 412-2, 412-3, 414-2

救済

インドネシア小規模パーム農園を対象にグリーバンスメカニズムの運用を開始

2022年9月より、インドネシアのパーム独立小規模農園（農家）に対してグリーバンスメカニズムの運用を開始しました。

P91 責任ある原材料調達

場内協力会社における外国人労働者を対象にグリーバンスメカニズムの導入を検討

サステナビリティデータブック2021、サステナビリティレポート2022における経済人コー円卓会議（CRT）日本委員会事務局長の石田寛氏からの寄稿や、その後のエンゲージメントをうけ、外国人労働者に対する取り組みやグリーバンスメカニズムの設置の重要性を認識してきました。それらを受け、場内協力会社に雇用されており、脆弱な立場になりやすいと考えられる外国人労働者に対するグリーバンスメカニズム導入への準備を行ってきました。2022年は、早期導入に向け、場内協力会社とのコミュニケーションを進めました。

教育・浸透

BCGを通じた人権尊重の考え方の啓発（グローバル）

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の教育活動を行っています。入社者、新任マネジャーに向けたコンプライアンス研修、部門の要請に応じたハラスメント防止研修、その他イントラネットを通じて最近の事例を踏まえた対話の促進や、多様性の寛容度を高めることをめざしたコンプライアンスケーススタディの発信を実施しました。また、海外子会社においてはBCG確認テストを実施しました。さらに海外子会社を含むグループ全体として、毎年のコンプライアンスメッセージにおいてコンプライアンス委員長および国内外の責任者よりメッセージを発信することで、職場の中で「おかしい」と気づく力を養うこと、また「おかしい」と声を上げる勇気を讃えるメッセージと共に、より働きやすい職場風土の実現に向けた活動を推進しました。

P161 実効性のあるコーポレート・ガバナンス

イントラネットを通じた人権尊重の考え方の啓発（グローバル）

社員の関心喚起につなげるため、人権に関連する話題をイントラネットへの投稿やニュースレターのメール配信を通じて発信しています。

本年は特に、2021年に公開したESGのeラーニング、「Kirei Lifestyle Plan講座」人権編の継続展開に注力しました。講座では、世界中で起きている人権にまつわる出来事や、小規模パーム農園支援といった花王の取り組みなどを紹介しており、社員がビジネスと人権への理解を深め、自身の業務と人権との関わりを考えるきっかけを提供します。12月1日の世界人権デーにESG Trends Newsletter特別号を発信したり、社内ポスター掲示を行い、その結果、受講者数は89%増加し、受講者からは「人種差別はもちろんのこと、性差別やマイノリティ差別、ルッキズムなどさらに勉強を進めていきたい」「十分理解できていない部分がまだあることを認識できた」というコメントが寄せられました。

業務特性に応じた人権啓発（日本）

各部門におけるそれぞれの業務と関連した人権啓発を行っています。販売会社である花王グループカスタマーマーケティンググループでは、販売活動に関わる内容を中心とした人権啓発・確認テストを全社展開し、11,378名の社員が受講、テストには店頭勤務者を除く全員が回答しました。事後アンケートでは、「商談時・商品紹介トーク・商談資料・POPなどは特に注意深く対応しなければいけないとわかった」などのコメントが寄せられました。コンシューマープロダクツ事業統括部門では、広告表現の人権配慮に関してのeラーニングを作成しています。商品の開発やマーケティングに携わる新入社員・転任者がこれをもとに学んでいます。化粧品事業部門では、「Celebration of individuality」と題して、化粧品ならではの人権課題について啓発を行いました。化粧品事業はジェンダーやルッキズムと切っても切れない関係にあるため、Kirei Lifestyle Plan講

人権の尊重 GRI2-25, 412-2, 414-2

座に加えて、広告作成の際の注意点に関しての動画を新たに制作し、展開しました。

人種差別問題やダイバーシティへの理解を深める取り組み

米州では、黒人歴史月間やプライド月間などの年間行事に合わせ、社会問題についてのワークショップや専門家による講義を実施し、過小評価され、社会的弱者となっているコミュニティに影響を与えている問題について、社員の理解を深めました。全社員を対象にアンコンシャス・バイアスと人種差別のワークショップを継続実施したほか、新たにアライシップとマイクロアグレッションのテーマでのワークショップも実施しました。

また、「ダイバーシティ・エクイティ・インクルージョン委員会」を立ち上げると共に、ニュースレター「#StrongerTogether」を発行したり、社員が自分自身の体験談をほかの人と共有することで理解を深めあう機会を設けるなど、インクルーシブな社内風土をつくるための活動を行いました。

そして、「花王プライドERG(Employee Resource Group)」は、LGBTQ+コミュニティに属する人やALLY(アライ)の人を幅広くサポートする取り組みを推進するネットワークを構築するために結成されました。花王プライドERGは、LGBTQ+の人たちのキャリアアップと成長を促進し、米州のあらゆる社員の多様な声に目を向け、社員が自分らしく過ごせるオープンな環境を整備するための活動をしています。また、国際カミングアウトデーに社員によるパネルディスカッションを主催したほか、ジェンダー代名詞※の使用や性別の二元論からの脱却についての啓発のため、ゲストスピーカーを招いたイベントを開催しました。

欧州では、花王コミュニティと呼ばれる、ジェンダー・インクルージョン・文化的多様性・障がいなどにフォーカスした8つのERGを発足させ、黒人歴史月間やプライド月間、国際人称代名詞デーや不妊教育週間などの重要なトピックについてオープンな会話を促進するため、6つのオンライン啓発イベントや講演会を開催しました。また、10月10日の世界メンタルヘルス・デーには、ドイツの黒人コミュニティについて、講演者を招いたセッションを開催しました。

※ ジェンダー代名詞
「she/her」「he/him」「they/them」などの代名詞のこと

日本の活動は「多様性と受容性のある職場」で紹介しています。

P209 受容性と多様性のある職場

対話・協議

海外有識者とのダイアログ

花王の「ビジネスと人権」の取り組みに対する客観的な意見を得るため、経済人コー円卓会議(CRT)日本委員会が主催する海外有識者ダイアログに参加しました。「ビジネスと人権」分野で活動する2名の海外有識者に花王の取り組みを説明し、意見交換を行いました。課題解決のためにはサプライヤーと協働した具体的アクションが重要であり、取り組みが実効性を持つには社会的に脆弱な立場に置かれている人々と信頼関係が不可決であるとの示唆を得ました。そのためにライツホルダーエンゲージメントやグリーバンスメカニズムの必要性をより認識しました。

広告表現の人権視点でのチェック体制

広告やパッケージ、販促物等の表現は、人権に十分配慮するために、複数の目で確認する体制を整えています。始めに、事業部の担当者と上長で人権侵害とみなされるような内容を含まないかを確認し、同時にコミュニケーション作成部に情報を共有します。また、コミュニケーション作成部内の人権マイスター※も目を通し、判断が難しい案件に関しては、ESG部門へ相談・確認を行い、対応するプロセスを整え、運用しています。2022年からは、この確認プロセスを新たに化粧品事業部門全体にも拡充し運用しています。

この確認プロセスを経る中で内容の変更を適宜行い、生活者の人権を侵害しない表現であることはもちろん、人権に配慮した広告としてブラッシュアップし、生活者の共感・支持を得られ、社会によい影響を与えられるよう努めています。

※ 人権マイスター
コミュニケーション作成部内で人権配慮リテラシーの向上に努め、部を牽引する人財

人権の尊重

社員の声

携わるすべての人が幸せな製品づくり

グローバルSCM戦略センター
ESG・業務推進部部長

野元 秀利

「製品に携わった人たちが幸せでなければ、本当の意味での“よい”製品ではなく、それを使うお客さまも幸せにはなれない」と私は考えます。我々の製品は、研究開発から原材料の調達・生産・ロジスティック・販売と社内はもちろん社外の方々も含め多くの人が協力し合うことでお客さまの手へ届きますが、それに携わるすべての人の人権を尊重するのはもちろんの事、皆が対等で活き活きと働ける環境であることが重要です。

花王グループでは2016年からSedexを活用し、自社製造拠点の人権リスクの排除に取り組んでおり、さらに2021年からはその対象を場内協力会社様へも広げるべく活動を開始しています。外国人労働者の方も多く在籍している拠点もあり、すべての人にとって働きやすい環境にしたいと考えております。

人権の尊重

ステークホルダー・エンゲージメント

石田 寛 氏
経済人コー円卓会議
日本委員会
事務局長

昨年のご意見を受けて

昨年は、サプライチェーンにおいて脆弱な生産者や労働者(ライツホルダー)との直接対話を行い、人権侵害を受けている人々を特定し、対処できるかどうかが重要であるとのご指摘を受けました。これに対し、2022年には、インドネシアの小規模パーム農園を対象にグリーバンスメカニズムの運用を開始しました。また、花王の工場内で業務に当たる外国人技能実習生へインタビューを行い、直接、人権侵害がないことを確認しました。花王への期待として言及された経営層の関与については、人権・DE&Iステアリングコミッティでの活動を開始し、そこでの議論の開示に努めました。引き続き、ライツホルダーとの対話を継続し、活動を強化します。

花王における「人権尊重」の取り組み

■ 世界動向:UNGPsに基づいた外部視点によるマネジメント体制強化

今年は日本でも政府が「ビジネスと人権」に関する取り組み強化をサプライチェーン含めたかたちで、企業に求める姿勢が顕著になってきた。また欧州では、人権と環境を絡めたデュー・ディリジェンスおよび、レジリエンスな企業のビジネスモデル構築に向けたトランジション(transition)へのロードマップを示唆することを求めてきている。

■花王の活動で評価できること

2022年の活動は、正当性の担保を得るために、UNGPsに基づいた外部視点によるマネジメント体制のフレームが整備され、PDCAサイクルの歯車が稼働してきたことを評価したい。

①ESG戦略において、「人権・DE&Iステアリングコミッティ」を2022年に立ち上げたことにより、これまで以上に充実したマネジメント体制構築基盤が整備できた。

②このコミッティでは、関連部署を集め、第三者機関を巻き込んだ人権デュー・ディリジェンスを実施し、人権テーマ(外国人ワーカー&原料のパーム油)を抽出した。

③抽出した人権テーマにおいて、人権侵害有無確認のため、国内工場の技能実習生を対象にした第三者によるインタビューや従前から取り組んでいたパーム油小規模農家への苦情処理メカニズムを9月からSMILEプロジェクトとして取り組みだした。

■今後花王に期待していること

①人権と環境のデュー・ディリジェンスの実装

引き続きサプライヤーを含めた国内外の外国人ワーカーおよびパーム油小規模農家との直接対話を通じた信頼基盤を構築し、そこから発展したかたちで苦情受付窓口もその潮流の一環として取り組むこと。また、ライツホルダーとの直接対話を通じ、地域社会での環境負荷低減に向けた取り組みを行うこと。

②経営層に関与(E×S×G)

欧州では今後これまで以上に、取締役への責任(役割分担)が強く求められてくることが予想される。よって、ESGコミッティでの議論や意思決定プロセスのより明確化することで経営層の関与を強めること。

③“Quality Relationship”

今年実施ライツホルダーとの直接対話や人権に関する海外有識者に加え、今後ESG関連投資家ともダイアログを行い、レジリエンスな企業のビジネスモデル構築に向けたトランジションへのロードマップの基盤づくりを行い、企業価値を高めること。

人財開発 GRI404-2

企業が強くなるためには、ワクワクして働く社員の活力は欠かせません。多様な人財の一人ひとりが大きな志をもち、ひたむきに挑戦していく風土の強化を進めています。そして企業の責任として、よりよい仕事環境と成長を支援する機会を提供していきます。

社会的課題

デジタル化の進展を伴ったグローバル競争の激化や社会と企業のサステナビリティの同期化に向けた改革に加えて、2020年より続く新型コロナウイルス感染症により、従来に増して変化に対して柔軟に対応しながらイノベーションを推進していく変革力が求められています。

また、個人のキャリアや働き方に対する価値観はこれまで以上に多様化し、より一層社会全体での人財の流動化が進むと考えられます。

このような中、社員一人ひとりの活力を最大化し、多様な人財を最大活用することによって、イノベーションを生み出すとともに持続的社会の実現に貢献していきます。

方針

花王では、多様な人財が集い、それぞれが能力と個性を最大限に発揮して個の成長を追求することが、組織としての成長に結びつき、企業の集積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。

そこで人財開発に関して次の3つの方針を掲げています。

「平等から公平へ」
社員全員にチャレンジする機会を確保する

「相対から絶対へ」
一人ひとりのチャレンジを認め、評価し報いる

「画一・形式から多様・自律へ」
個々の特徴、個性、意欲を最大限活かす

この方針に則り、全員チャレンジと立場を超えた連携を促進するための施策展開、専門性の高い多様な人財が最大限能力を発揮するための風土醸成と人財育成、効率的で柔軟な働き方を実現するための環境整備を進めています。

また、役割・職責を明確にし、一人ひとりのチャレンジと貢献を適切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・処遇を行っています。社員の報酬については自社の実力や成長に見合った水準とすることとし、生活賃金への十分な配慮と共に外部市場等の検証を通じて市場競争力を有する水準を担保しています。

戦略

リスクと機会

リスク

多様な人財が活躍するための組織風土醸成や働き方改革、キャリア・能力・健康開発が十分でない場合、優秀人財の維持・獲得ができず、「2030年のありたい姿」の実現のための計画遂行に支障をきたす可能性があります。

機会

多様な社員一人ひとりが健康で働きがいを持って絶えず挑戦と成長を続けられること、また、良好な労使関係を前提にさまざまな立場を超えた連携を活発化することにより、持続的社会の実現に貢献し、グローバルで存在感のある会社を実現します。

戦略

中期経営計画K25の基本構想として、①持続可能な社会に欠かせない企業になる ②投資して強くなる事業への変革 ③社員活力の最大化を掲げています。多様な社員一人ひとりが大きな志を持ち、互いに尊重し高め合いながら、ひたむきに挑戦をしていくことで事業の変革が可能となり、持続可能な社会に欠かせない企業に成り得ると考えています。

「社員活力の最大化」に向けて、“人の成長機会の提

人財開発 GRI3-3

供”と“良い仕事環境の提供”を人財戦略の2つの柱として、各種人財開発施策と環境整備を進めています。

Web 経営戦略と中期経営計画「K25」
https://www.kao.com/jp/corporate/strategy-and-mid-term-plan/

社会的インパクト

・多様な人財が活躍できる環境整備による雇用確保
・人財の最大活用による、よい製品、サービスの提供とサステナブル社会の実現
・行政機関や業界団体等、外部団体への積極的な人財派遣による、社会課題解決への貢献

目標達成に向けて、社員と組織の活性度、キャリア開発や働き方の状況および報酬等について、広くグループ横断的に確認し改善していきます。

貢献するSDGs

事業インパクト

・多様な人財がより活躍しやすい組織になることによる優秀人財の維持・獲得
・チャレンジと連携風土の醸成・実践による社会的課題解決につながる新規事業の創造と既存事業の強靭化

ガバナンス

体制

取締役会での人財開発に関する方針の議論を経て、経営トップを委員とする「人財企画委員会」を毎月開催しさまざまな課題や施策に関する議論と決裁、進捗状況の共有を行っています。具体的には、重要な組織の新設・改編、主要ポジションの任免、人員・人件費に関する計画や重要な人事施策の新設・改廃等について議論し決裁すると共に、導入後のレビューを行いさらなる改善につなげています。

また、人財開発に関する基本的な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。グローバル人財情報システムによる人財情報の活用、グローバル共通のOKR・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・育成の強化などはその一例です。これらの活動は、人財戦略部門統括を責任者とし、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。

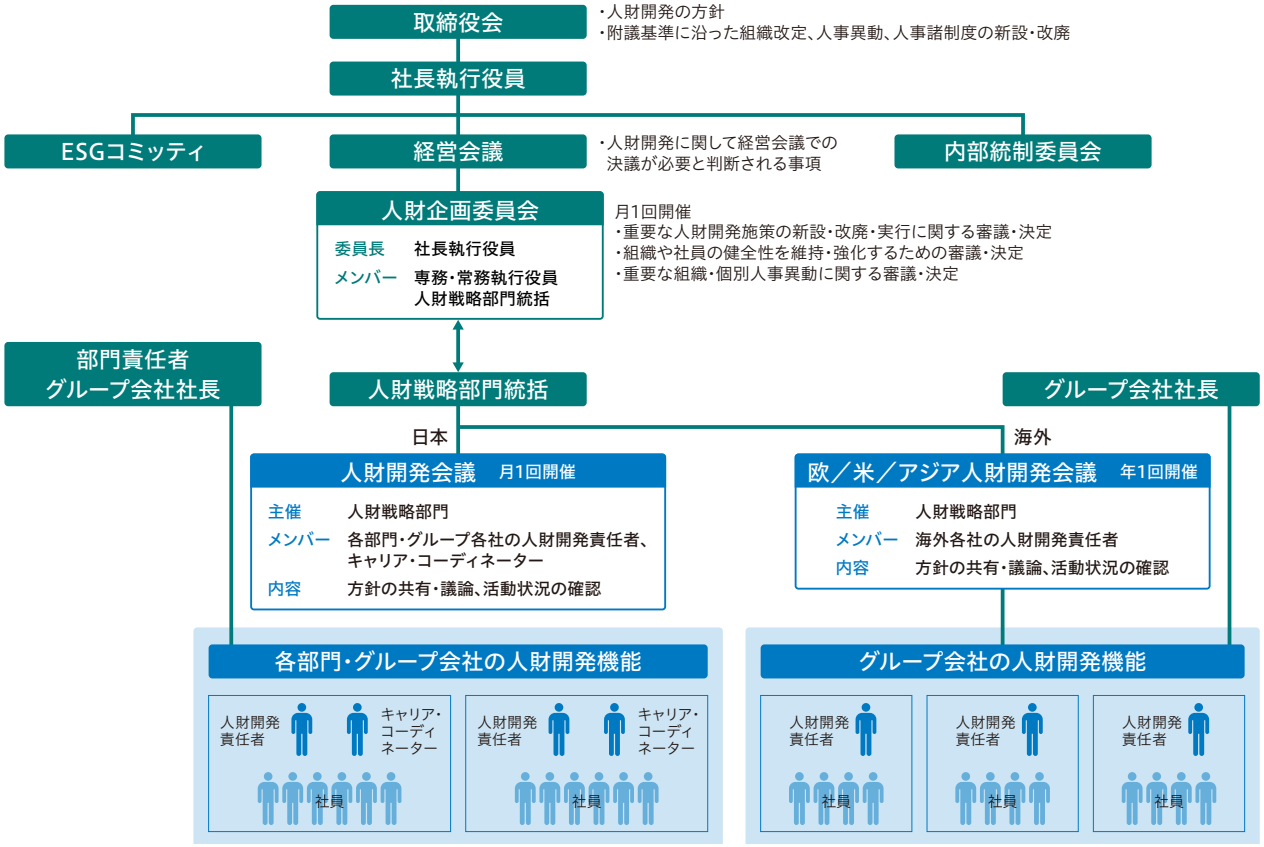
また、日本においては主要部門に人事機能を設置すると共に、現場の社員一人ひとりの育成とキャリア開発を担当するキャリア・コーディネーターを配置しています。

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月1回開催、海外の人財開発責任者との会議を毎年定期的に開催し、花王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。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

人財開発 GRI3-3, 404-2

人財開発の推進体制



教育と浸透

人財開発に関するさまざまな方針や施策については、社内のイントラネットを通じて常に社員が確認できる環境を整えています。また、新たにマネジメントを担う社員に向けた研修やグローバルリーダーを育成する研修など、さまざまな場面で共有することで、広く浸透させるよう取り組んでいます。

さらに、経営層と社員との相互理解を深め、グループ全体の一体感を醸成することをねらいとして、社員との対話の機会を設けています。

これらの活動を継続的に進め、花王の進むべき方向や課題を幅広く社員と共有し浸透させています。

ステークホルダーとの協働

経営層と社員との対話の機会として、さまざまな意見交換の場を設けています。

経営層から社員へ、会社の現状と方針・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ことで、経営層と社員の相互理解を促進します。

また、エンゲージメントサーベイや働き方に関する社員へのアンケート調査等も実施することにより、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の改善等につなげると共に、社員の働く意欲の向上も図っています。

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

人財開発 GRI3-3

ループ全体の花王フォーラムを設けています。

花王フォーラムは日本と欧州で実施しており、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。

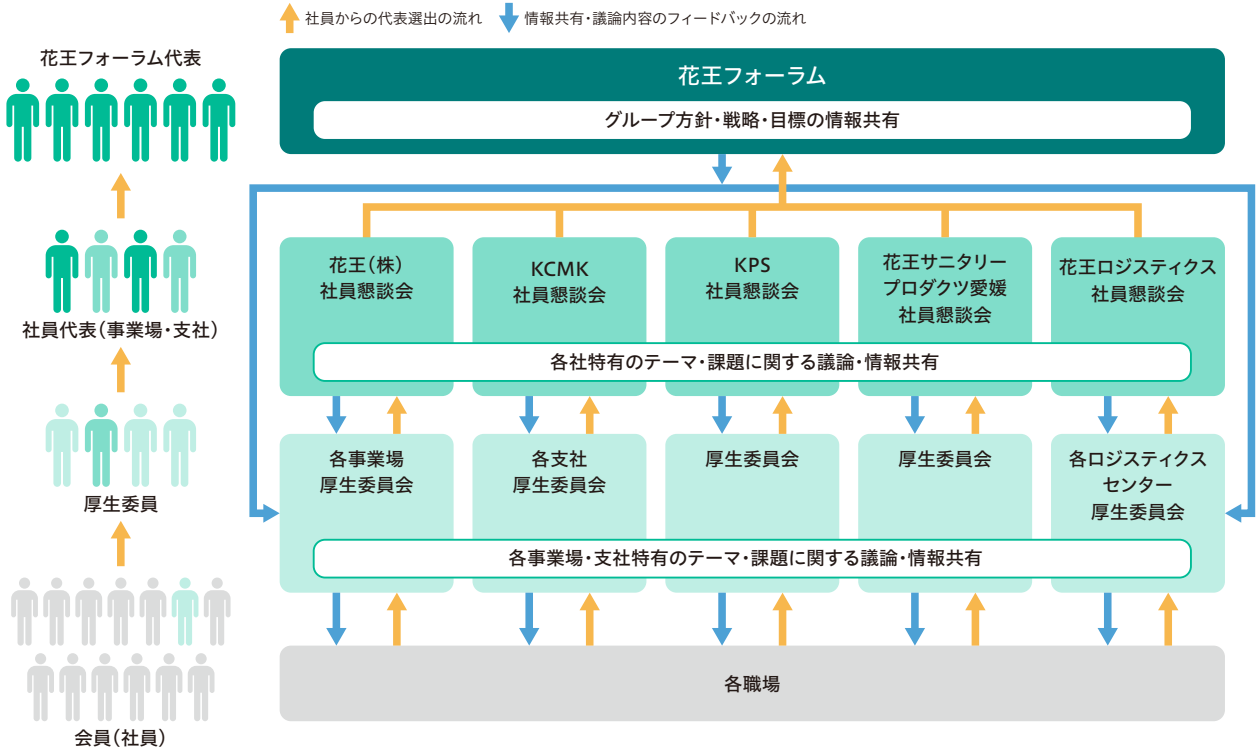
厚生委員会は月1回実施、社員懇談会・花王フォーラムは年2回実施しています。それぞれの会で議論・共有した内容は社員代表や厚生委員を通じて、社員への継続的・相互的な情報共有を実施しています。

花王(株)の和歌山工場、酒田工場の単位組合や花王グループ各社の労働組合とは、労使協議を通じ、会社の方針共有と理解促進を進めると共に、社員意見の経営施策への反映を図っています。

また、経団連の各部会への委員としての参加や化学品業界団体、人事・労務に関する外部団体活動を通じた行政への政策提言や外部講演等を通じた事例紹介等も行っています。

※ 労働組合に加入している従業員は全体の29%です。
※ 労働組合加入率は、情報保護・結社の自由の観点から、会社側から組合加入の有無について確認ができない国があるため、従業員の組合加入有無を把握していない会社を除外しています。

社員との対話に関する体制



人財開発 GRI3-3

リスク管理

人財開発に関するリスクについては、各種法改正や社会動向と共に、「人員」「採用」「退職」「多様性」「報酬・人件費・労働生産性」「就業」「健康管理」等の統計データによる傾向把握や、社員との対話の場である社員懇談会やエンゲージメントサーベイ等による社員の声、社外有識者の意見等から人財戦略部門にて検討しています。

上記により把握したリスクについては、内部統制委員会による確認と共に、人財戦略部門責任者と各部門・各社の人財開発責任者が参加する「人財開発会議」にて対応すべき課題を特定しています。その対応策を議論すると共に、全社的に影響の大きい施策については、経営トップを委員とする「人財企画委員会」にて議論し実行に移しています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

人財戦略の2つの柱である、“人の成長機会の提供”と“良い仕事環境の提供”を実現するために、特に以下の4つの視点を重視し、施策に取り組んでいます。

・個の成長
・組織力の最大化
・成長する環境づくり
・仕事の能率化

これらを実現するために実行すべき3つの基盤的アクションと７つの戦略的アクションをベースに、具体的な施策を立案実行しています。

K25実現に向けた人財開発活動の位置づけ

人財開発 GRI404-2

人財戦略実現に向けた指標と目標（2023年5月更新）

人財戦略およびその実現に向けたアクション			KPI	2022年	目標値 2025年
エンゲージメント向上			・社員エンゲージメントサーベイへの回答率	97%※2	95%
			・高モチベーション人財比率 社員エンゲージメントサーベイの肯定回答率 カテゴリー：「社員の活力度」	68%※2	80%
重点取り組み項目 人の成長機会の提供 ・個の成長 ・組織力の最大化 良い仕事環境の提供 ・成長する環境づくり ・仕事の能率化	戦略的アクション	戦略的タレントマネジメント	・後任が必要なポジションに対し、計画されている候補者の数（倍率）	3.3倍※4	7倍
			・後任候補からの任命率	17%※4	80%
			・キャリア採用（DX人財・専門性人財）	0.9倍（2020年比）	3倍（2020年比）
		キャリア自律と自ら学ぶ能力開発	・社員教育投資	1.3倍（2020年比）	2倍（2020年比）
		チャレンジを認める評価・処遇・表彰	・挑戦志向型人財	25%※1	50%
			・社員エンゲージメントサーベイの肯定的回答率 カテゴリー：「挑戦を推奨する組織風土」	79%※2	75%
			・01Kao提案実現率	25%	50%
		多様な活躍の場の創出	・入社後3年間の定着率	68%	80%
			・外部団体・企業への人財輩出数	70人	200人
		挑戦と成長を前提とした適正配置	・部門を超えたローテーション件数	438件	500件
		フレキシブルワーク実現 先端技術活用による業務の能率化	・働き方満足度 社員エンゲージメントサーベイの肯定的回答率 カテゴリー：「効率的で柔軟な働き方」	74%※2	70%
			・職場満足度 社員エンゲージメントサーベイの肯定回答率 カテゴリー：「職場の満足度」	75%※2	80%
			・DX人財	1.5倍※3（2020年比）	3倍※3（2020年比）
			・1人当たり年間総労働時間	1803h	1810h
基盤的アクション		OKR活用	・OKR導入率	62% 90%※3	75% 95%※3
		DE＆I推進	・社員エンゲージメントサーベイの肯定的回答率 カテゴリー：「インクルーシブな組織風土」	69%※2	68%
			・女性管理職比率	31%（女性社員比率53%）	女性社員比率に対し70%
		健康開発推進	・社員エンゲージメントサーベイの肯定回答率 カテゴリー：「GENKI率」	77%※2	80%
			・平均長期休業日数の減少	182日※5	126日※3
			・長期休業者率	2.74%※5	1.5%※3

※ 特に記載がない限り、花王グループで集計
※ 従業員には正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む
※1：社員意識調査
※2：日本花王グループのうち、花王ロジスティクス（株）、伊野紙（株）含まず
※3：日本花王グループのみ
※4：花王（株）のみ
※5：日本花王グループのうち、伊野紙（株）含まず

2022年実績に対する考察

2021年から導入した新人財活性化制度「OKR（Objectives and Key Results）」は、個の成長を促すと共に、その力を会社のめざす方向と合わせて結集することで、組織の力を最大化するためのしくみ※です。

このOKRを2022年には国内90%、グローバル62%の社員に導入拡大しました。その上で、評価、処遇、表彰とさらに連動させることで、多様な人財の一人ひとりが大きな志を持ち、ひたむきに挑戦していく風土がこれまで以上に浸透しつつあります。また、自ら設定したOKRの達成に向け、自律的な学習を促すプログラムをさらに充実させると共に、メンバーの挑戦を通した成長を後押しできるマネジャーの育成プログラムも拡大しました。部門を越えた自律チャレンジ制度である0★1 Kaoの展開と併せて、これらの施策を発展させていくことで、社員の一層の成長につなげていくことが重要と考えています。

加えて、挑戦する社員が、より活躍できる多様な場を提供していくことが、組織力の最大化と共に、さらなる

人財開発 GRI404-2

成長を促すという認識のもと、OKRやキャリア志向、適性を踏まえた人財の再配置、ローテーションなどを進めました。戦略的なタレントマネジメントを通して、花王グループに必要な変革・価値創造をけん引していくビジネスリーダーを計画的に育成する取り組みとも合わせて、サステナブルな組織運営を引き続き推進していきます。

また、個の成長と組織力の最大化の基盤として、それを後押しできる環境づくりや仕事の能率化を進めることが重要です。2022年は、より効果的なコミュニケーションや業務推進をめざし、2021年に続き、部門や役割に応じたフレキシブルな働き方の推進を図りました。同時にウェブ会議や配信、RPA（Robotic Process Automation）なども活用して、業務自体の能率化を進め、より生産性が高く、成果につながる、仕事の進め方を促進しています。これらを継続的に推進することで、社員の働き方や職場への満足度を高めていきます。

2022年はこれらの活動や施策展開を前年以上に拡大しました。その活動は社員のエンゲージメント、活力に必ずつながるという認識のもと、さらに推進していくことが、重要と考えています。

※ 社員一人ひとりが理想的な社会や会社の実現に向けた大きな挑戦を「事業貢献」「ESG」「ワンチーム＆マイドリーム」の３つの軸で掲げ取り組んでいます。

人財開発 GRI404-2

主な取り組み

OKRの活用

2022年は社員一人ひとりのOKRを花王グループ全社員で共有し、社員どうしが自由にコミュニケーションできるシステムを構築しました。国や地域、仕事や立場を超えた連携を加速させています。

OKRに関する社員調査では、すでに約25%の社員が自らの目標をチャレンジングに定め、それを実践していることがわかり、OKRが「人の成長機会」を提供しているという声が聞かれました。また、同時に「対話」がOKRの推進に重要な役割を果たしていることも確認できたため、個人の対話マインドとスキルの向上をめざすプログラムを提供し、さらなる浸透を図っています。特にマネジメント層の「対話」の質と量を向上するための取り組みは、部門別・職層別などきめ細かく実施しました。

また、全社を挙げて「対話フェス」を実施し、各種ツールの提供、花王ウェイワークショップやウェビナーの開催などにより個の成長を支援し、自由闊達な組織風土づくりを進めました。この対話フェスにより、マネジャーの態度変容に影響をおよぼしたという調査結果も出ています。

ミドルマネジメント層に向けては、360度評価、自己評価を取り入れ、リーダーシップとマネジメントを継続的に学ぶ機会を提供しています。また、経営層と参加者が花王グループの課題について話し合う対話型プログラム「KURUMAZA~車座~」を開始しました。教育投資の強化によって、個の成長と組織力の最大化を加速しています。

チャレンジを認める評価・処遇・表彰

OKRの目標設定と評価

OKRにおける目標は、中長期の時間軸で、所属する組織の目標も加味しつつ設定します。日々の進捗は定期的な上長との対話によって確認します。年度末にはOKRの進捗に加えて基本的役割における1年間の貢献やプロセスを評価し、多様な挑戦に報いています。また、社員の様々な挑戦について、各職場で共有し認め合う活動(チャレンジ共有会など)を実施することで、チャレンジを推奨する風土を実現しています。

表彰

OKRの導入に伴いリニューアルした表彰制度は、大きな目標を掲げ日々挑戦する社員に報いる制度です。大志に向けた小さな一歩を身近な職場で称え、励まし合う日々の感謝(レコグニション)、部門にとって手本となるチャレンジを表彰する「部門賞」、部門・会社の域を超えたチャレンジを表彰する「社長賞」があり、活動内容によって個人やチームを表彰し、チャレンジ・連携に報いています。2022年はリニューアル前の過去5年間平均に比べて2.6倍の案件、2.4倍の社員の表彰につながり、さらなる成長機会を提供しています。

0★1Kaoの推進

2021年にスタートした0★1 Kaoは社員からの新規アイデア公募を軸にした自律チャレンジ制度です。社員自らが自由に夢の実現に向け提案でき、チャレンジを促進する場として発展しています。

中でも保育園向けおむつサブスクリプション子育てサポートサービス「Smile登園」、一部のチェーンストアと協働がスタートした「循環型オリコンによる環境負荷低減および店頭作業生産性向上」は、花王が取り組むESG経営にも寄与しています。

戦略的タレントマネジメント

花王グループの不連続な成長の実現に向けて、必要な変革・新たな価値創造をけん引していくビジネスリーダーを計画的に育成し、サステナブルな組織運営を実現するための仕組みを推進しています。

シニアマネジメント・スペシャリストに当たる重要ポジションの将来の後任候補となる基幹人財をキャリアステージの早い段階から見出し、計画的で積極的な教育・配置任用・課題付与を行い、花王グループをリードする人財を育成しています。

P209 受容性と多様性のある職場

P229 社員の健康増進と安全

人財開発 GRI404-2

キャリア自律と自ら学ぶ能力開発

自律的な学習を促進するプログラムの提供

自己啓発プログラムでは6,000を超える通学・通信教育・eラーニングがあり、いつでも、どこでも気軽に学べる機会を用意しています。

入社導入期には、グループ一体の対面集合型にこだわり花王ウェイを学ぶと共に、社内ネットワークを構築することを推奨しています。また、45歳、50歳、55歳を対象に、自らキャリアを考えた上で、必要に応じたリスキリングも啓発する、自律的キャリア開発プログラムを実施しています。

組織力最大化のキーパーソンであるミドルマネジメント層に向けては、社内講師によるMHPP（Managing Human Performance Program）研修を、継続的に実施しています。またKURUMAZAでは、毎回異なる役員が、参加者と文字通り車座になって、直接対話を行い、率直な意見交換を行います。このKURUMAZAによって、参加者は経営方針への理解を深め、活動をより戦略に連動させることが期待されます。また対話による共振を通して連携の重要性に気づき、部門をも超えた拡大の推進力になることをめざしています。

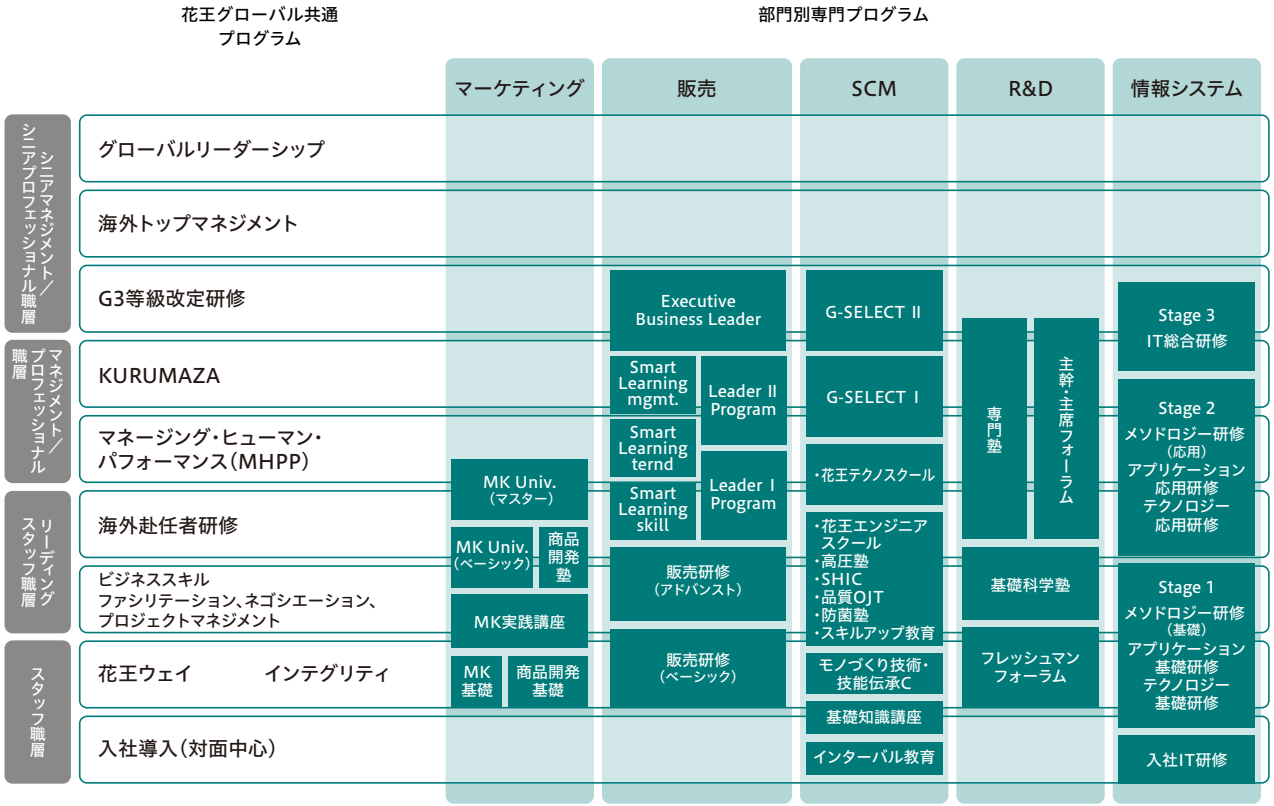
DX人財の育成

社員のDX人財3倍化に向けて積極的な学習提供を進めています。希望者に向けて、AI、データサイエンス、プログラミング等を学べるeラーニングプログラムを提供し、デジタルスキルの業務活用を推進しています。さらに、部門ごとにDX化に向けた必要スキル習得のためのきめ細かい学習提案を行っています。

人財開発 GRI404-2, 404-3

グローバル共通プログラム・部門専門プログラム

イノベーションの源泉となる高い専門性と創造性を持ち、花王ウェイをベースに多様性の理解・連携・協働を通じて花王グループのポテンシャルを最大限に発揮できる人財の育成を強化する



挑戦と成長を前提とした適正配置

社員の持つ能力や可能性は無限であるとの考えのもと、社員一人ひとりが活躍できるキャリア開発の実現をめざしました。「能力・キャリア開発支援(SeEDS:Self Education & Development Scheme)」※とキャリア・コーディネーター制度のもと、社員のキャリア志向を丁寧に把握すると共に、社員の適性を判断し、所属上長と連携しながら、社内外への異動や配置を行いました。

2022年は438件の部門を超えたローテーションを実施し、長期的な視点での社員の能力・キャリア開発につなげると共にAnother Kaoと呼ばれる新規事業や強化分野にも人財を戦略的に集中させ、中期事業計画実現のための足掛かりとしています。

※ 能力・キャリア開発支援(SeEDS:Self Education & Development Scheme)年に1回、本人が業務を通じて得たスキルや希望するキャリアの方向性を申告し、上長との面談を通じて、個別キャリア開発を計画的に推進する制度。

多様な活躍の場の創出

社会全体が一体となって取り組むべき大きな課題に対して、社員のスキルや専門性を活かし、共に解決することを目的に、行政や産業界の連携機関への社員の派遣を拡大しています。2022年12月時点で70名の社員が花王グループでの経験を活かし、社外で活躍しています。

人財開発 GRI404-2

フレキシブルワークの実現

2020年の新型コロナウイルス感染症の拡大以降、在宅勤務制度に代表されるリモートワークを拡大し、働く場所や環境の多様化を図りました。2022年は社員間のコミュニケーションや連携・共創をより進めるために、職務や役割に応じつつ、一定の出社時間を確保するような働き方を進めています。その結果、現時点では、国内全体の出社率は概ね50%となっています。

なお、このような柔軟な働き方を進めるにあたり、在宅勤務における就労実態も可視化できる、SWS（Smart Work Support）というアプリケーションを開発・導入しました。これらを通して、社員が安心しかつ能率的に働ける環境を整備していきます。

先端技術活用による業務の能率化

リモートワークと出社を組み合わせたハイブリッドな働き方が進む中、オフィス環境もウェブ会議環境の整備等、より社員の創造性を発揮した柔軟な働き方を推進するかたちに変化しています。

また、以前よりRPAやチャットボットの活用による定型業務、問い合わせ業務の削減や効率化を進めてきましたが、それらに加えて業務アプリケーション開発によるプロセスの改善や効率化も積極的に進めています。

その推進を行う上で必要となる社内DX人財についても、外部機関と連携して育成を行うなど、体制づくりも同時に行っています。

社員エンゲージメントの向上

2022年は、国内花王グループにおいて社員エンゲージメントサーベイを実施しました。これは社員活力最大化に向けて、従来の社員エンゲージメントサーベイから内容を大きく見直すと共に、日本の労働安全衛生法に基づき実施しているストレスチェック制度も含んだかたちで2018年以来４年ぶりに実施したものとなります。

調査結果については、エンゲージメントに関する主要ファクターと考えられる「貢献意欲」、「職場への愛着・仕事への誇り」、「目的意識・やりがい（モチベーション）」、「経営への信頼」といった領域についての肯定的回答率は過半を大きく超えている状態であることがわかりましたが、「業務を通じた活性化」や「仕事への満足度」など、相対的に肯定的回答率が低い項目も散見されるため、適切な打ち手でこれらの改善を図っていきます。また同様の傾向がみられた「経営方針の明確さ」、「組織や仕事に変化がある際の社員の意見の反映機会」については、花王フォーラムや社員懇談会、労働組合との労使協議等、経営層や人財戦略部門と社員代表との間の直接対話の場を設けています。内容は社内のサイトや事業場の厚生委員会を通じて社員に広く周知・共有を行い、改善につなげていきます。そして毎年の社員エンゲージメントサーベイでの結果確認・検証を積み重ねながら、中長期目標が達成できるように進めていきます。

人財開発

社員の声

社員ひとりの熱い想いが明日の花王を変えていく

近藤 貴斗
花王株式会社
コーポレート戦略部門 経営企画部
01Kao事務局

01Kaoは、全社員からアイデアを公募し、事業化や社内構造改革等を実現させる制度として2021年7月にスタートしました。以来、提案者の熱い想いに共感した数々の社員による知見共有や技術支援によって、その想いがかたちとなり、社内外に大きなインパクトを与える提案も生まれ始めました。一方で、より迅速かつ効果的な提案の実現化に向けての施策検討や審査の透明性向上など事務局として取り組むべき課題も見つかりました。

01Kaoは、経験や役職、所属部署を問わず、誰でも自由に新しい事業や制度を提案できる点が最大のポイントです。普段接する機会の少ない事業部や研究開発部門等のプロフェッショナルとのディスカッションやフィードバックは提案者にとって大きな刺激となると同時に、オープンな場での議論への参加者やその提案を応援する人達にとっても挑戦に向けた動機づけになっています。

この01Kaoのよさを最大化するため、これまでの運営を通して見つかった課題は早急に対応し、明日の花王の顔となる事業創造に向けて邁進してまいります。

多様な働き方のための主な就業制度(一部関係会社を除く日本花王グループ)

主な制度	内容
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 コアタイムは設定せず、フレキシブルタイム(7:00～20:00)を設定しており、この範囲内で始業・終業を設定 清算期間を1ヵ月単位に設定
在宅勤務制度	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 利用回数は業務特性や組織運営上の必要性に応じて部門ごとに設定 終日、時間単位での利用が可能
遠隔地勤務制度	看護や介護、育児、私傷病等のやむを得ない事情がある場合に遠隔地での常時在宅勤務が可能 出社せずに勤務することで支障がない業務に従事していることが条件
年次有給休暇の時間単位取得	年間5日分を上限に年次有給休暇の1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
私傷病特別休暇	自身の私傷病の際に有給の特別休暇を取得可能(年間40日もしくは20日付与)。原則8日以上の休業を要する場合に取得が可能
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
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有給の特別休暇を取得可能(年間5日付与) 1日もしくは半日の単位での取得が可能
勤続功労リフレッシュ休暇	勤続10・20・30・40年の節目に有給の特別休暇を取得可能(年間5日付与)

※その他、育児・看護介護両立支援としての制度については、「受容性と多様性のある職場」パートに記載

就業制度の利用状況(花王(株))

	2019年	2020年	2021年	2022年	単位
所定外労働時間平均(月)	17.7	14.4	14.3	13.4	時間
年次有給休暇 平均利用日数	14.4	13.3	15.5	16.6	日
年次有給休暇 平均取得率	74.6	69.6	80.6	85.8	%
時間単位休暇取得者 平均取得時間	2.98	2.41	2.71	3.15	時間
海外赴任同行休職取得人数(男性)	0	0	0	0	人
海外赴任同行休職取得人数(女性)	8	3	6	7	人
ボランティア特別休暇取得者 平均取得日数	1.0	1.0	1.3	3.0	日
ボランティア特別休暇のべ取得人数	30	9	90	1	人
在宅勤務制度利用人数	584	7,218	7,781	7,653	人

※在籍会社で集計
※正規雇用の従業員のみ

人財開発 GRI2-7, 2-30, 404-1

従業員・管理職の人数(人)

		2019年			2020年			2021年			2022年		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
花王グループ	従業員	33,603	16,946	16,657	33,449	16,814	16,635	33,507	16,589	16,918	35,411	16,677	18,734
	管理職	6,770	4,779	1,991	6,501	4,629	1,872	6,539	4,567	1,972	6,974	4,845	2,129
日本	従業員	22,101	10,809	11,292	22,038	10,715	11,323	21,816	10,485	11,331	23,584	10,404	13,180
	管理職	4,751	3,745	1,006	4,499	3,634	865	4,495	3,574	921	4,555	3,534	1,021
うち花王(株)	従業員	7,905	5,979	1,926	8,135	6,077	2,058	8,508	6,147	2,361	8,403	5,974	2,429
	管理職	2,637	2,158	479	2,712	2,166	546	2,919	2,245	674	2,957	2,238	719
アジア	従業員	7,170	3,900	3,270	7,202	3,914	3,288	7,057	3,876	3,181	6,948	3,848	3,100
	管理職	1,131	592	539	1,096	551	545	1,111	554	557	1,154	605	549
欧州	従業員	2,934	1,547	1,387	2,830	1,514	1,316	3,222	1,533	1,689	3,376	1,691	1,685
	管理職	540	276	264	574	296	278	564	268	296	920	545	375
米州	従業員	1,398	690	708	1,379	671	708	1,412	695	717	1,503	734	769
	管理職	348	166	182	332	148	184	369	171	198	345	161	184

※ 2020年まで国内取締役、監査役含まず
※ 女性比率に関するデータについては「受容性と多様性のある職場」に記載

国籍別 従業員比率(花王グループ)(%)

		2021年	2022年
日本	従業員	64.9	69.3
	管理職	69.4	66.3
インドネシア	従業員	6.0	5.6
	管理職	2.5	2.3
中国	従業員	4.4	4.2
	管理職	4.8	3.1
タイ	従業員	4.1	3.6
	管理職	5.0	4.3
ドイツ	従業員	2.7	2.5
	管理職	5.8	4.8
台湾	従業員	1.6	1.8
	管理職	1.6	1.6

※ 従業員比率上位6カ国
※ 非開示の従業員を除く

年齢層別 従業員比率(%)

		2021年	2022年
花王グループ	30歳未満	20.6	19.3
	30歳～50歳	51.4	51.9
	50歳超	27.9	28.7
日本	30歳未満	19.5	18.0
	30歳～50歳	49.4	49.9
	50歳超	31.2	32.1

労働組合員の状況

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	人数(人)	11,038	10,523	13,097	12,716
	比率(%)	36	34	43	29
日本	人数(人)	6,979	6,773	8,838	8,560
	比率(%)	32	31	40	27

※ 非開示の会社を除く

人財開発投資(従業員1人当たり)

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	平均研修時間(時間)	14.13	9.19	10.47	12.98
	平均研修費用(円)	51,000	27,000	29,000	32,000
日本	平均研修時間(時間)	11.53	9.67	11.81	12.90
	平均研修費用(円)	58,000	28,000	30,000	32,000

※ 2020年からは新型コロナウイルス感染症の影響によりオンライン形式での研修が主体となる。2022年より研修時間の集計基準を明確化

※ 特に記載がない限り、在籍会社で集計。2021年まで正規雇用の従業員のみ。2022年より正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む。各年12月末時点
※ 一部データについて、連結対象98社のうち下記1社(人員カバー率0.01%)を含まず。
Washing Systems Limited

人財開発 GRI401-1

採用の状況

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	合計(人)	1,841	1,829	1,568	1,555
	男性(人)	783	783	702	625
	女性(人)	1,058	1,046	866	930
	女性比率(%)	57.5	57.2	55.2	59.8
日本	合計(人)	1,023	1,001	567	208
	男性(人)	407	402	250	110
	女性(人)	616	599	317	98
	女性比率(%)	60.2	59.8	55.9	47.1
うち花王(株)	合計(人)	411	398	269	103
	男性(人)	290	275	170	71
	女性(人)	121	123	99	32
	女性比率(%)	29.4	30.9	36.8	31.1

※ 2020年までは、人事システム未連携の会社(連結対象98社のうち22社)を除く

年齢層別 採用者比率(%)

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	30歳未満	81.5	69.3	68.0	52.5
	30歳～50歳	17.7	27.4	27.0	41.3
	50歳超	0.9	3.3	4.0	6.2
日本	30歳未満	84.8	84.0	90.0	62.0
	30歳～50歳	14.7	15.5	10.0	38.0
	50歳超	0.5	0.5	0.0	0.0

※ 2020年までは、人事システム未連携の会社(連結対象98社のうち22社)を除く

※ 特に記載がない限り、在籍会社で集計。2021年まで正規雇用の従業員のみ。2022年より正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む。各年12月末時点
※ 一部データについて、連結対象98社のうち下記1社(人員カバー率0.01%)を含まず。
Washing Systems Limited

採用コスト(採用した従業員1人当たり)(円)

	2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	—	—	424,480	570,933
日本	622,206	507,638	624,912	1,650,470

内部人財により満たされた空きポジションの割合(%)

	2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	–	–	79.11	77.72
日本	87.99	88.70	88.72	94.99

新規採用における中途採用比率(%)

	2019年	2020年	2021年	2022年
花王(株)	25.7	34.0	9.7	35.9
花王グループカスタマーマーケティング(株)	19.7	15.7	8.0	17.4
花王ビューティブランズカウンセリング(株)	–	–	0.0	0.0
(株)カネボウ化粧品	5.6	13.3	0.0	0.0
(株)エキップ	–	–	–	100.0
花王ロジスティクス(株)	0.0	0.0	0.0	*
花王プロフェッショナルサービス(株)	40.0	44.2	54.8	41.7
ニベア花王(株)	100.0	100.0	100.0	100.0
花王ビジネスアソシエ(株)	100.0	100.0	100.0	*
花王サニタリープロダクツ愛媛(株)	36.8	18.2	0.0	*
花王コスメプロダクツ小田原(株)	3.7	0.0	0.0	100.0
花王製紙富士(株)	50.0	0.0	0.0	100.0
花王ピオニー(株)	100.0	100.0	0.0	*

※労働施策総合推進法に基づく開示
※「*」印は採用実施なし

再雇用の状況(花王(株))

	2019年	2020年	2021年	2022年
定年退職者数(人)	129	174	183	237
うち、再雇用者数(人)	110	144	165	204
再雇用者比率(%)	85.3	82.8	90.2	86.1

人財開発 GRI401-1

退職の状況（%）

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	総退職率	—	—	5.67	6.17
	自己都合退職率	—	—	4.03	4.61
日本	総退職率	3.11	2.44	2.24	3.76
	自己都合退職率	2.22	1.64	1.53	2.68

※［日本］退職率の母数は、2020年までは年度開始1月1日時点の人数、2021年からは年度末12月31日時点の人数

男女別 退職者比率（%）

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	男性	—	—	41.18	35.10
	女性	—	—	58.82	64.90
日本	男性	30.70	36.65	43.03	27.62
	女性	69.30	63.35	56.97	72.38

年齢層別 退職者比率（%）

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	30歳未満	—	—	35.81	36.11
	30歳～50歳	—	—	41.76	41.69
	50歳超	—	—	22.43	22.20
日本	30歳未満	38.45	37.57	35.45	40.92
	30歳～50歳	34.29	33.33	32.99	32.02
	50歳超	27.26	29.10	31.56	27.06

男女別 自己都合退職者比率（%）

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	男性	—	—	36.77	29.78
	女性	—	—	63.23	70.22
日本	男性	17.67	24.93	30.93	18.64
	女性	82.33	75.07	69.07	81.36

年齢層別 自己都合退職者比率（%）

		2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	30歳未満	—	—	44.77	43.81
	30歳～50歳	—	—	46.93	47.92
	50歳超	—	—	8.30	8.27
日本	30歳未満	53.41	55.07	51.05	56.08
	30歳～50歳	43.37	43.01	44.45	38.86
	50歳超	3.22	1.92	4.50	5.06

※ 特に記載がない限り、在籍会社で集計。2021年まで正規雇用の従業員のみ。2022年より正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む。各年12月末時点
※ 一部データについて、連結対象98社のうち下記1社（人員カバー率0.01%）を含まず。
Washing Systems Limited

受容性と多様性のある職場

多様性を花王の強みとして社会に貢献するために、多様な社員それぞれが能力と個性を最大限に発揮し、個人と企業がともに成長できる環境と風土づくりをめざします。

社会的課題

社会の価値観や人々の暮らしは大きく変化し、多様化しています。また、ビジネスはグローバル化しており、経済や社会情勢の不確実性は高まっています。さらに、これまでの世代と比較して新しい価値観を持つといわれるZ世代をはじめ、多様な背景や価値観を持つ人たちが生活者、社員となる今、これまでの当たり前にとらわれない考え方のもと、ワークとライフに関する人々の意識や社員の会社に対する期待も変化しています。

そのような環境の中、企業が持続的に成長するためには、人財開発の基盤的活動としてダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン（Diversity, Equity and Inclusion: DE&I）を推進する活動を積極的に展開することで、多様な社員が意欲高く働く環境や風土を整え、社会の変化に積極的にアプローチしていくことが必要不可欠です。

方針

花王では、企業理念の「花王ウェイ」において、社員の持つ可能性を最大限に活かした成長ができるインクルーシブな職場をつくること、すべての人を尊重し、心を開いて接すること、多様な文化、国籍、信念、人種、性別、アイデンティティ、能力を積極的に受け入れ、すべての社員、ビジネスパートナー、そしてコミュニティをありのままに尊重することを明記しています。

その上で、変化する社会の中で持続的に成長するために、社員一人ひとりが互いを受け止め共生する、多様性が強みとなっている花王グループの実現をめざします。

また、花王はブランド、製品・サービスを通じた事業やすべての企業活動における取り組みとして、グループ全体のDE&I推進活動を進化させ続けることが使命であると考えています。2022年は、それをコミットメントとして明確に示し、社内外のステークホルダーとの協働体制を構築することで活動を強化していくために、花王グループのDE&I方針策定に向けた議論をグローバルで進めました。

戦略

リスクと機会

リスク

多様な社員が意欲高く働くことが困難な職場では、社員のエンゲージメントが下がり、企業の財産である社員の定着や新たに優秀な人財を採用することが難しくなります。また、多様さを受け入れず、均質化した組織、特に意思決定層において女性を含む多様性が欠ける組織は、社会の変化に機敏に柔軟に対応することができず、企業の持続的成長への貢献が難しくなります。さらに、昨今、社会のサステナビリティへの関心の高まりとあいまって、社員を対象とした企業のDE&I推進活動への関心が世界的に高まると共に、投資の判断材料としての重要度も増しています。そのような中、多様性を活かすDE&I推進活動、さらには最も多くの人財に関わる多様性のひとつである女性社員の活躍推進が十分になされないことは、企業の成長におけるリスクとなると共に、レピュテーションリスクにつながります。

機会

花王グループにおいてDE&Iが浸透し、属性を超えて一人ひとりの真の多様性を活かす受容性と多様性のある職場が実現すると、多様で優秀な人財が集まり、定着し、意欲高く力を発揮できるようになります。その結果、新規事業創出も含め、社会の変化や人々の価値観の多様化に応える商品やサービスの提供につながるとともに、社員のエンゲージメントの高まりによる活動生産性の向上が期待されます。それにより、企業としてさらなる成長が見込まれ、社会や投資家からの評価向上につながると共に、DE&Iに関する社会機運向上への貢献も可能となります。

戦略

中期経営計画K25は「持続可能な社会に欠かせない企業になる」「投資して強くなる事業への変革」「社員活

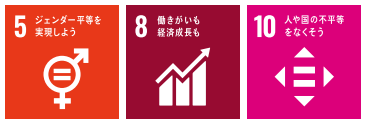
受容性と多様性のある職場 GRI3-3

力の最大化」を基本構想としています。その実現に向けた人財戦略の4つの柱「個の成長」「組織力の最大化」「成長する環境づくり」「仕事の能率化」を実現するためには、多様な人財が集い、一人ひとりがお互いに認め合った上で、各々の視点や考え方を受け止め、それを組織の力とすること、一人ひとりが持てる能力と個性を最大限発揮できる環境を整えることが重要です。その実現に向け、ダイバーシティ・エクイティ推進活動として、女性を含めた多様な人財一人ひとりが働きやすい環境の中で定着し、公正に機会を得るために必要な支援を行います。併せて、インクルージョン推進活動として、社員全員がDE&Iの意義を理解し、実践できるようにすることに加え、一人ひとりが安心して自分の考えを発信し、バイアスのない環境で健全な議論ができるインクルーシブな組織風土醸成のための教育、啓発活動に取り組みます。これらの取り組みは、多様性のある組織を当たり前のことにする、すなわち多様性組織の標準化に向けた取り組みであり、人財戦略実現と同時にKLP実現にもつながります。

社会的インパクト

花王は、日本などの市場において、生活者が毎日の生活の中で当たり前に使用するコンシューマープロダクツ関連の商品やサービスを、存在感をもって提供しています。このような生活者に近く、身近なものの生産者として広く認知されている花王の活動は、生活者を含めた社会全体にも影響をおよぼすことができます。そのひとつがDE&Iであり、花王のDE&Iへの取り組み拡大が、社会全体のDE&Iに関する意識向上につながります。また、社員のDE&Iの向上により、これから存在感を拡大していく国々や市場において、多様な価値観の期待に応える商品・サービスが提供されることで、生活者のこころ豊かな生活が実現します。

貢献するSDGs



事業インパクト

多様なアイデアや革新に基づくよりよい商品・サービスの提供が可能となり、企業の成長につながります。また、社員のエンゲージメントの高まりにより、社員一人ひとりの活動生産性が向上します。さらに、より魅力ある会社になることで社員の定着や採用競争力が向上し、採用コストが削減されます。

ガバナンス

体制

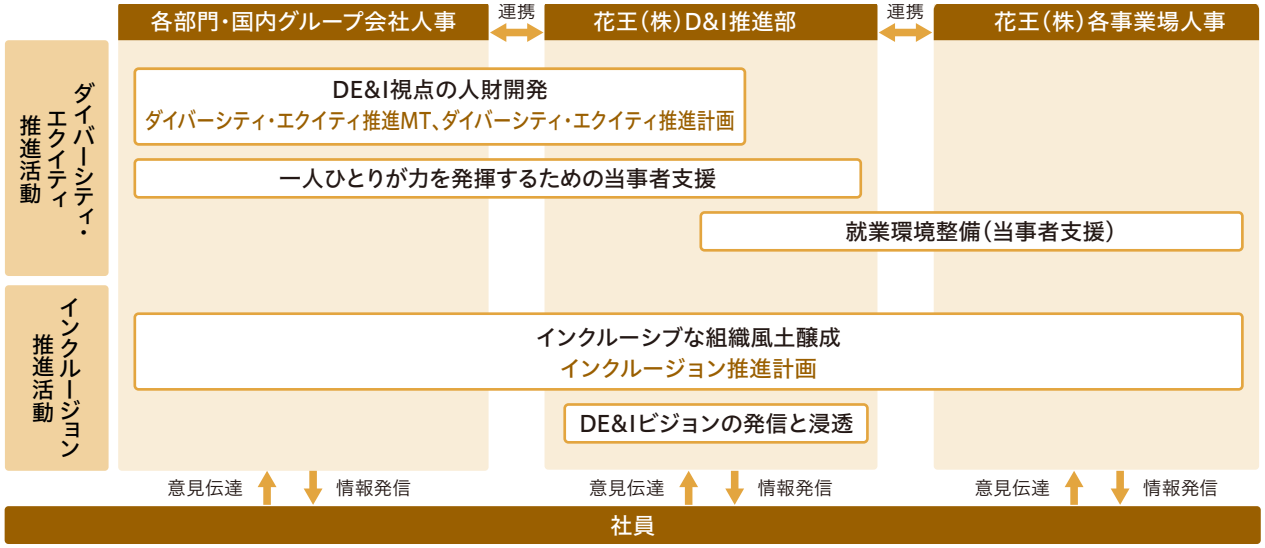
取締役会での人財戦略に関する方針の議論を経て、経営トップを委員とする人財企画委員会にてDE&Iに関する重要な案件についての議論と決裁、進捗状況の共有を行っています。方針に沿った国内グループ全体のDE&I推進活動は、花王(株)の専任組織(D&I推進部)が、花王(株)の各部門、国内グループ会社の人事責任者および花王グループカスタマーマーケティング(株)(KCMK)グループのDE&Iに関する専任組織と人財開発会議やダイバーシティ・エクイティ推進ミーティング、その他個別の会議を通じて連携し、国内グループ全体の課題を明確化した上で計画、実行しています。すべての活動で、参加した社員の声をアンケートなどで確認すると共に、上記メンバーと適宜意見交換を行い、次の活動へ反映しています。DE&I推進に関する、現場近くでの情報発信やサポートを必要とする社員の個別支援、受け入れ、定着のためのインフラ整備に関しては、花王(株)の9事業場と主要関係会社の人事責任者・担当者がD&I推進部と連携し実行しています。

グローバルでは、D&I推進部が米州(Americas:コンシューマー向け製品に関連するアメリカ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランドのグループ会社)および欧州(EMEA:コンシューマー向け製品に関連するヨーロッパ、中東、アフリカ地域のグループ会社)のDE&I推進責任者と連携し情報共有や意見交換を行うと共に、活動はそれぞれの課題に合わせ各地域で推進しています。

Americasでは、社員の多様なニーズとグループ会社のDE&I目標をサポートするための社内推進組織として、社員の多様性を代表するDiversity, Equity & Inclusion

受容性と多様性のある職場 GRI3-3, 404-2

DE&I 推進活動の体制(日本花王グループ)



Board(DE&I ボード)を設置しています。DE&I ボードは、より多様で公平、かつインクルーシブな企業文化を醸成する活動を行っています。

EMEA では、2022年に全事業分野を代表する12人のシニアチームメンバーで構成されるD&I ステアリング・ボードを設置しました。さらに、Kao Communities という8つの社員リソースグループ(ERG)を発足させました。このコミュニティでは、Gender Inclusion、Cultural Diversity(民族性を含む)、All Abilities(障がいとニューロダイバーシティに注力)、LGBTQIA+ All Stars、Parents(子育て世代)、EmpowerAge(世代を超えた関係構築)、不妊治療と養子縁組、更年期障害サポートに関する活動を推進します。

さらにグループ全体では、活動をより一層推し進めるために、2022年に人権・DE&I ステアリングコミッティを立ち上げました。人権・DE&I ステアリングコミッティでは、社員だけでなく、サプライチェーンや社会など花王のステークホルダー全体の人権とDE&I の向上をめざし、グループ横断で活動を進めると共に、各部門の活動の確認を行っています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

多様性を組織の力とするために、その意義の浸透と実践に向けた知識や情報の提供を行っています。特に多様性を活かすために重要な役割を担うマネジメント層への研修や、事情を抱えて働く社員の周囲者への啓発に取り組んでいます。また、社員がDE&I を自分ごと化し、自ら行動する必要性を認識することを目的に、社内のDE&I に関する好事例やDE&I に関わる活動についてイントラネットを活用し広く周知しています。さらに、社員一人ひとりが自分らしく力を発揮し、多様な背景に基づく意見を健全に戦わせることができる組織となるために、社員全員がその基盤となる心理的安全性、アンコンシャスバイアスへの理解を深めるための研修も始めています。これらすべての活動において、アンケート等で参加した社員からのフィードバックを受け、その意見を次の活動に反映させるなど、社員の声を活動に活かしています。

ステークホルダーとの協働

社内外のDE&I に関する理解促進および意識向上には、DE&I を推進しているNPO、行政、他社と積極的に協働することが重要です。

育児両立支援に関しては、さまざまな社会課題の解消に向けて「笑っている父親」を増やす取り組みを推進しているNPO法人ファザーリング・ジャパンと10年来

受容性と多様性のある職場 GRI3-3, 404-2

連携し、育児期社員の意識改革を行っています。また、女性活躍推進に関しては、30% Club Japan等のイニシアチブに社長が参画、議論を行うと共に、花王(株)D&I推進部が事務局チームに参画し、他社と協働で社内外の取り組みを推進しています。さらに、障がい者がビジネスを含めた社会のさまざまな場面で活躍できる環境づくりへ企業が率先して取り組むために設立された国際イニシアチブ「The Valuable 500」にも賛同を表明し、活動の促進と社会機運向上に努めています。2022年には、武田薬品工業(株)が主催し新たに発足した「日本橋ニューロダイバーシティプロジェクト」に花王グループとして賛同を表明しました。本プロジェクトは、発達障害を含む脳や神経の違いを多様性として尊重し合う社会をめざす産官学連携の活動であり、今後社内への周知、啓発を推進していきます。これらの活動に加え、行政や諸団体の研究会メンバーとして議論へ参加するとともに、講演会・セミナーでの企業事例紹介、特例子会社での見学の受け入れなども実施しています。

リスク管理

企業の財産である多様な人財が意欲高く働くことができているのか、その状況をエンゲージメントサーベイや社員へのアンケート調査、厚生委員会などを通じて把握するよう努めています。女性を含む多様な社員の活躍状況については、女性管理職比率などの指標を用いてその状況を確認しています。また、行政やマスコミ等からの調査への回答や、ESG関連の各種機関の評価を受けることで、さまざまなステークホルダーに対し自社の状況を開示すると共に、ステークホルダーからの要請や社会における自社の状況を確認しています。さらに、投資機関等からの個別の対話にも積極的に応じ、自社の活動に対する理解を深めてもらうと共に、活動の改善に活かしています。

上記により把握したリスクについて、D&I推進部や各社人財開発責任者が対応すべき課題を特定し、人財戦略部門責任者と各部門・各社の人財開発責任者が参加する人財開発会議にて対応策を議論すると共に、全社的に影響の大きい施策については、経営トップを委員とする人財企画委員会にて議論し実行に移しています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

多様性を花王の強みとするために、社員一人ひとりが自分らしく力を発揮し、その力を結集して新たな価値を生み出すインクルーシブな組織風土の形成をめざします。また、さまざまな意思決定の場に多様な視点が入るよう、多様な背景を持つ人財の雇用と活躍を推進すると共に、ひとつの指標として女性管理職比率を女性社員比率と同等にすることをめざします。

そのために、ダイバーシティ・エクイティ推進活動としてDE&I視点での人財開発、および女性・LGBTQ+・外国籍・障がい、育児期・介護期といった属性にあたる社員の活躍推進に取り組みます。またインクルージョン推進活動として、花王グループのDE&Iビジョンの策定とグローバルでの浸透活動、社員一人ひとりがお互いの多様な背景を理解し適切な行動ができるようになるための啓発活動、および心理的安全性とアンコンシャスバイアスへの理解を深めるための取り組みを行います。

中長期目標に対する進捗を確認するために、「インクルーシブな組織風土」に関する社員意識、および女性管理職比率を引き続き測定していきます。

2022年実績

日本花王グループ

ダイバーシティ・エクイティ推進活動

各部門・関係会社でのDE&I視点の人財開発を促進するため、個別にダイバーシティ・エクイティ推進ミーティングを行い、課題に対する意見交換を行うと共に、ダイバーシティ・エクイティ推進計画の進捗の確認と新規策定を行いました。

女性活躍推進に関しては、中長期目標の達成に向け、

受容性と多様性のある職場 GRI404-2

課題を整理し重点アクションを設定しました。その中で、女性リーダー育成強化については、女性フェローとの座談会（キャリCafé）、異業種勉強会、KCMKグループでは多様性推進プロジェクトを実施しました。

LGBTQ+社員の活躍推進に関しては、LGBTQ+に対する社員の理解を深める目的で、トランスジェンダー当事者社員との座談会を実施しました。

外国籍社員の活躍推進に関しては、「違い」を価値と捉えそこから学ぶ組織風土形成に向け、「ちがうって面白い」と題した異文化から学ぶウェルビーイングセミナーを実施しました。

障がいのある社員の活躍推進に関しては、ノーマライゼーションの推進活動を継続する中で、障がい者サポーターの連携を推進しました。

育児両立支援に関しては、社員の希望に沿った育休取得と円滑な職場運営を目的として、妊娠から出産、育休、復職までの過程における手続きや、当事者と上長が適切にコミュニケーションするための情報をまとめた手引きの配布を開始しました。

介護両立支援に関しては、両立における会社の制度の活用方法を学べるオンラインセミナーを実施しました。

インクルージョン推進活動

花王グループの事業活動全体におけるDE&I推進の方針策定に向け、人権・DE&Iステアリングコミッティにおいて、商品開発や原料調達に関わるメンバーも加え、グローバルで議論を進めました。

“多様性を強みとし、対話を通じてチームで成果を上げる組織風土づくり”に向けて、心理的安全性の基礎知識の理解浸透と職場への定着をねらいとした、「心理的安全性ワークショップ（基礎編）」を実施しました。

従来啓発テーマとしている女性・LGBTQ+・外国籍・障がい・育児両立・介護両立などの各テーマにおいては、啓発動画、セミナー・イベントの開催、社内好事例の共有などに加え、オリジナルのケーススタディ7問を含む「クイズでまなぶD&I」、社員一人ひとりのDE&Iにフォーカスした記事「Kao Mates」、「LGBTQ+当事者社員による座談会」といったこれまでにないさまざまなアプローチでグループ社員のDE&Iへの注目の喚起に努めました。

さらに、双方向コミュニケーションの場「花王D&Iのひろば」を開設し、社員の自発的な参画を促進しました。

米州・欧州花王グループ

ダイバーシティ・エクイティ推進活動

Americasでは、LGBTQ+コミュニティを支援するために、新しいERG（Employee Resource Group）「Kao Pride」を立ち上げました。

EMEAでは、Kao Communitiesという8つのERGを発足させ、各コミュニティが活動を開始しました。

インクルージョン推進活動

Americasでは、社会的正義や人種的平等に関するトピックスについて、理解を深め、行動を促すことを目的に、一年を通して社員向けにバーチャルイベントを開催しました。

EMEAでは、プライド月間や英国黒人歴史月間など重要な日を祝うと共に、国際人称代名詞デーや不妊治療理解週間の重要なトピックスについてオープンな会話を促進するために、6つのオンライン啓発イベントや講演会を開催しました。

2022年実績に対する考察

ダイバーシティ・エクイティ推進活動については、それぞれの課題に対する取り組みを着実に進めることができました。特に女性活躍推進に関しては、中長期目標を達成するための課題を整理し、重点アクションを設定、男性の育児休職取得促進を含む育児両立支援や、心理的安全性およびアンコンシャスバイアスへの理解浸透もその中に位置づけ、目標達成に向け総合的な活動を開始しています。

インクルージョン推進活動に関しては、インクルージョン推進計画に基づき毎月2～3件のコンテンツを新たに公開し、継続的に利活用を告知することで、グループ社員のDE&Iの理解促進と職場での実践の定着につなげています。特に2022年は新たな啓発施策により多様な社員の注目を喚起することができ、イベント・セミナーの参加人数、記事の閲覧数や録画視聴数、アンケート回答数等において前年比2～3倍の反響を得ることが

受容性と多様性のある職場 GRI404-2

できました。重点テーマである心理的安全性については、社員の認知が進み、組織目標や活動に組み込まれたり、さまざまな場面で見聞きすることが多くなるなど社内で変化が芽生えています。ただ、DE&Iは、グローバルですべての社員が十分に理解し、実践できるようになることが重要であり、その点ではまだ十分とは言えません。インクルーシブな組織風土醸成に向け、DE&Iに対して感度の高い社員だけでなく、現時点で関心の薄い社員を含め、社員全員が真に腹落ちして日々の業務の中でDE&Iを実践していけるよう、さらに活動を推進します。

受容性と多様性のある職場 GRI404-2, 405-1

主な取り組み

ダイバーシティ・エクイティ推進活動

組織の中で多様性が向上し、社員一人ひとりが公正に機会を与えられ、自分らしく力を発揮できる環境・風土を整えることをめざしダイバーシティ・エクイティ推進活動を行っています。

DE&I視点の人財開発(日本花王グループ)

基幹人財の選抜を含め、属性によらない個人の能力に基づく採用・評価・教育・登用等を徹底しています。役員による人事に関する会議でも、上級職候補者における属性の偏り等も確認しながら、多様性の確保を推進しています。

2022年は、各部門・国内グループ会社ごとのDE&Iに関する課題の明確化と着実な対応に向けて、花王(株)のD&I推進部が各組織の人事責任者、キャリアコーディネーターと個別にダイバーシティ・エクイティ推進ミーティングを実施しました(全17回)。毎年組織ごとに策定、実行しているダイバーシティ・エクイティ推進計画の進捗状況の確認、および主に女性社員の活躍推進と障がいのある社員の人財開発に関し、DE&Iに関する数字情報をもとに組織ごとの課題の確認と今後のアクションについて意見交換を行いました。引き続き花王(株)D&I推進部と各組織間の定期的な意見交換を継続し、各組織の特徴に応じたDE&I視点の人財開発を進めます。

女性活躍推進

最も多くの人財に関わるダイバーシティ要素として、女性の活躍は花王の成長に不可欠という考えのもと女性活躍推進活動を進めています。「すべての社員が思い込み※1を超えて、個人の意欲と能力が十分に発揮され、性別によらず自分らしく活躍できる職場環境の整備と風土醸成」という方針をかかげ、さまざまな意思決定の場に多様な視点が入ることをめざします。その実現に向け、女性管理職比率と女性社員比率に差のある日本においては、3つの重点アクション「リーダーをめざす、担える人財の育成」「意欲高く働くための育児両立支援※2」「バイアスのない育成や登用を実現するマネジメント教育」に取り組んでいます。

※1 性別役割分業意識、リーダー像など
※2 育児両立支援(P219)に詳細記載

リーダーをめざす、担える人財の育成

女性リーダー研修(日本花王グループ)

女性社員のキャリア意欲向上や視座の拡大、他社メンバーとの協働を通じた学び・ネットワーク構築に向け、外部女性団体主催(NPO、公益社団法人)のリーダー研修、他社と合同で企画運営している異業種勉強会への参加機会提供などを行っています。参加者から、「自分の行動指針ができた」「異業種とのネットワーキングにより視野がひろがった」などの声を受けると共に、職場からも参加者のよい変化に関する評価を得ています。

キャリCafé(Women's Career Café)(花王(株))

女性社員が前向きに「リーダーになりたい」と思える気づきを得て、自分らしいリーダー像について考えること、また共感し合える仲間づくりをねらいとして、社内女性フェローとの少人数の座談会「キャリCafé」を昨年に引き続き実施しました。「大先輩の経験談やアドバイスがキャリアを発展させるヒントになった」「同世代女性リーダーとの悩みや実践の共有は、とても励まされ前向きになれた」など、参加者に高い満足度と意識の変化をもたらしました(参加者の100%が満足、90%がキャリアへの前向きな意識の変化あり)。

女性マネージャー異業種勉強会(花王(株))

社内の女性フェローが他社の役員と連携し自主的に企画・運営している異業種勉強会に参画しています。2022年度は幹事会社として「ニューノーマル時代に発揮する、しなやかな私たちの力」のテーマにてパネルディスカッションおよびグループディスカッションを実施しました。23社、約100人の女性マネージャーが参加し、双方向の意見交換により、管理職としての意欲向上と異業種ネットワーク構築につながりました。

多様性推進プロジェクト(KCMKグループ)

KCMKでは多様な人財が創造性を発揮し得る組織風土の実現に向け、同質化された組織風土から多様性・柔

受容性と多様性のある職場 GRI404-2, 405-1

軟性・公平性を備えた変革型の組織風土への転換をめざし、2021年度より選抜型のプロジェクトを開始しました。女性を中心とした参加メンバーに対し、自身の成長につながるさまざまな場を提供することで高い視座、経営視点の形成を図り、『KCMK変革の先駆者・先導者』としての“チャレンジ”実践につなげると共に、次世代を牽引する人財として育成しています。

バイアスのない育成や登用を実現するマネジメント教育

ダイバーシティマネジメント教育(日本花王グループ)

新たに管理職に登用された社員を対象に、ダイバーシティマネジメントに関するeラーニングを実施しています。また、メンバーの多様性を組織の力とするために重要な要素である心理的安全性やアンコンシャスバイアスに関する理解を深める活動を進めています(P224)。

女性活躍への理解促進(日本花王グループ)

3月国際女性デーに合わせて、啓発動画「女性活躍について考えよう」を配信し、女性活躍推進の目的やそれを阻害するアンコンシャスバイアス等の要因、乗り越えるためのヒントを伝えました(視聴数約700回)。「女性活躍推進が女性だけのメリットではなく、男性を含めたすべての人の活躍を応援する活動であると理解した」等多くの反響が寄せられました。

Gender Pay Indicators

女性活躍のひとつの指標であるGender Pay Gap※は花王グループグローバルで管理職が106.4%、非管理職が90.6%となっています。また、男女の報酬の年間平均額(第三者保証済み)はP228に記載の通りです。花王では、同じ役割であれば男女で賃金の差は設けていないため、この差は、特に日本において給与が高くなる傾向にある勤続年数の長い社員における男性比率が高いこと、また、給与の高い職群の社員における男性比率が高いことによるものと考えています。そのため、Gender Pay Gapの解消の方針として、女性活躍推進の取り組みにより、女性の定着をさらに向上すると共に、管理職や上級管理職、役員の女性比率を女性社員比率に対して適正に上げることを実行していきます。

※ 基本給+その他現金インセンティブ年間平均額の男性に対する女性の比率

LGBTQ+社員の活躍推進

「すべての社員があらゆる性別、性別の認識または表現、性的指向を尊重し、社員一人ひとりが自身の性を率直に表現することのできる環境をつくり、持てる意欲と能力を存分に発揮して、自分らしく活躍できる組織風土の形成をめざす」という方針のもと、LGBTQ+当事者社員が働きやすい職場環境の整備と風土醸成を進めています。

LGBTQ+当事者社員が働きやすい組織風土醸成

LGBTQ+当事者社員との座談会(日本花王グループ)

LGBTQ+への理解を深めるために、社内のトランスジェンダー当事者社員との座談会をAlly※表明者向けに実施し、約110人が参加しました。当事者社員が自身の経験や当事者と対面した時の留意事項を語ることで、「当事者にしかわからない困りごとなどについて聞くことができ、LGBTQ+への理解が深まった」など参加者から高い評価を得ました。さらに、録画を全社員向けに公開し、社員がLGBTQ+を身近に感じ、自分ごととして捉えることを促すきっかけとなっています。

※Ally(アライ)
LGBTQ+を理解し、支援する人

プライド月間啓発活動(KCMKグループ)

6月のプライド月間に、①LGBTQ+の基礎知識、②コミュニケーション上の留意事項、③社内LGBTQ+当事者の声、④世の中の環境、について4週にわたり情報発信しました。期間中は、多くの社員が「個の尊重」について考え、職場では性の多様性を話題にすることでLGBTQ+への理解や受け入れる風土、身近にいる事を理解してもらうきっかけとなりました。

Allyの募集(日本花王グループ)

Allyの募集を継続して行っています。今年度594人のAlly表明があり、表明者は累計1,072人(前年比224%)になりました。Ally表明者にはストラップを配

受容性と多様性のある職場 GRI404-2, 405-1

布し、着用を推奨しています。

Kao Pride(Americas)

Americasでは、LGBTQ+ コミュニティやAllyを支援するためのDE&Iイニシアチブを推進するネットワークの構築に向け、新しい社員リソースグループ(ERG)「Kao Pride」を立ち上げました。Kao Prideは、LGBTQ+の人たちの成長を促進し、Americasのあらゆる階層で多様な声を反映させ、単なる美談や虹色に染めるだけで終わることなく、社員が自分らしく自由になれる安全でオープンな環境の醸成に取り組みます。2022年は、Americasとしてシンシナティ・プライド・パレードに参加しました。ナショナル・カミングアウト・デーには、社員によるパネルディスカッションを行いました。また、性別に関係なく使える「ジェンダーレス代名詞」の拡大や、性別の二元論を打ち破るための啓発活動として、ゲストスピーカーを招いて、職場でよりよいAllyになるためのイベントを行いました。

LGBTQ+当事者社員が働きやすい職場環境整備

LGBTQIA+ All Stars(EMEA)

EMEAではERGのひとつとしてLGBTQIA+ All Starsを立ち上げました。D&Iステアリングボードのサポートのもと、LGBTQIA+ All Starsがロンドンオフィスにジェンダーニュートラルトイレを導入したり、従業員が個々のジェンダーにあった人称代名詞を署名の後に記載することができるようにしました。

外国籍社員の活躍推進

「外国籍の社員が意欲を持って自分らしく能力を発揮できる環境を整備すると共に、社員一人ひとりが文化、言語、価値観の違いを認め合い、それを活かす組織風土の醸成に取り組みます」という方針のもと、外国籍社員が働きやすい職場環境の整備と風土醸成を進めています。

外国籍社員が働きやすい組織風土醸成

外国籍社員を紹介する記事の配信(日本花王グループ)

外国籍社員と日々同じ職場で働いている社員だけでなく、そのような状況にない社員であっても、社内の多様性のひとつとして身近に感じ、自分ごととして捉えることを促すため、外国籍社員個人を紹介する記事の配信を開始しました。日本花王グループで活躍する外国籍社員にスポットを当て、その方自身の入社の経緯や働く上での思いなどと共に、上長や同僚の声も併せて発信することで、職場でのインクルージョンの好事例として社員が多様性やグローバル化を考えるきっかけとなっています。

異文化に学ぶウェルビーイングセミナー(日本花王グループ)

「違い」を価値と捉え、そこから学び新たな価値を創出する組織になることをめざし、「ちがうって面白い」というタイトルのもと、フィンランド人講師によるウェルビーイングをテーマにしたセミナーを実施しました。ライブ・録画配信合わせてのべ1,000人を超える社員が視聴し、フィンランドのウェルビーイングに関する考え方やそれに基づく働き方から新たな学びを得ると共に、日本のよさや日本の価値を再認識する機会となりました。

外国籍社員が働きやすい職場環境整備

帰国サポートの継続(日本花王グループ)

コロナ禍でのさまざまな制約の中、自国にいる家族との絆を大切にしながら花王で活躍できるように、2021年から実施している外国籍社員の自国への帰省をサポートする特別措置を継続しています。今後もエクイティ視点での支援を進めていきます。

障がいのある社員の活躍推進

「障がいのある人もない人も共に働き、共に生きる社会をめざして障がいの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」という方針のもと、障がいを多様性のひとつと捉え、障がいのある社員が働きやすい職場環境の整備と風土醸成および障がい者の積極的な雇用を進めています。

受容性と多様性のある職場 GRI404-2, 405-1

障がいのある社員が働きやすい職場環境整備

障がい者サポーター（日本花王グループ）

社員向けの相談窓口として、全国の拠点に「障がい者サポーター」を配置しています。障がいのある社員に対し、定期的に障がい者サポーターの案内を行うことで、相談窓口の認知向上といつでも相談できる雰囲気づくりにつなげています。

障がい者サポーターに対しては、定期的にミーティングを開催し、サポーターとしてのスキルアップとサポート体制の強化を図っています。2022年は主に知的障がいや精神障がいのある社員が働く職場の障がい者サポーターを対象にミーティングを開催し、職場における障がい者雇用の課題と解決策について意見交換を行いました。参加者からは、「ほかの職場の事例や工夫点を聞けて参考になった」などの声が寄せられ、社員サポートの質の向上につながっています。

周囲者との相互理解とコミュニケーション支援（日本花王グループ）

障がいのある社員と周囲者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「コミュニケーションシート」などを作成し、D&Iポータルサイトで提供しています。

聴覚障がいのある社員に対しては、コミュニケーション支援ツールとして音声認識アプリ「UDトーク」を導入しています。また、UDトークやMicrosoft Teamsのライブキャプション機能など音声認識ツールを社内で紹介し、活用を推進しています。

内定者への支援（日本花王グループ）

障がいのある内定者へ、会社の障がい者支援に関する情報を入社前に提供すると共に、必要な支援を事前に確認し対応することで、入社後の不安解消に努めています。

障がいのある社員が働きやすい組織風土醸成

障がいに関する理解促進（日本花王グループ）

障がいを理解するための施策を定期的に実施しています。2022年は「障がいのある社員と一緒に働く上で知っておきたいヒント」をテーマに啓発動画を作成し、D&Iポータルサイトで公開しました。

障がい者の人財開発（KCMKグループ）

障がい者一人ひとりについて、各自の能力・適性に応じた最適な業務への配置、また必要に応じた育成ローテーションを実施しキャリア形成を図っています。障がいのある社員が異動する際は、異動先の上長、メンバーへの勉強会を実施しています。特にコミュニケーションに配慮を要する聴覚障がい者の異動の際は、聞こえ方、最適なコミュニケーション法は一人ひとり異なることを説明し、対話をしっかりと行う重要性を強調しています。

All Abilities（EMEA）

EMEAではERGのひとつとしてAll Abilitiesコミュニティが発足し、ロンドンの新しいオフィスのバリアフリー化などアクセシビリティを向上する取り組みを支援しました。また、外見からはわかりにくい障がいを持つ人が、必要なサポートを受けられるように「Hidden Disability Sunflower Scheme」を導入しました。

Hidden Disability Sunflowerストラップ（外見からはわかりにくい障がいを持った人がサポートを受けられるように使用するストラップ）

障がい者の積極的な雇用

和歌山工場 プロダクション部門 和佐グループ

和佐福祉工場は、和歌山県和歌山市の指導・助成および医療機関の協力のもと、障がい者に業務を提供し、生活指導と健康管理を行い、経済的・精神的な自立と社会参加を支援する場として1993年4月に設立されました。2020年に和歌山市の社会福祉法人スミやより譲受し、花王和歌山工場の組織（プロダクション部門 和佐グループ）として運営しています。現在は21人の障がい者を含む合計26人の社員が、花王の旅行セットの詰め合わせやシャンプー、リンスのミニボトル充填を行ってい

受容性と多様性のある職場 GRI404-2, 405-1

ます。

特例子会社「花王ピオニー(株)」

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雇用し、プロダクション部門では化粧品およびビューティケア製品の“セット・梱包作業”、また、2017年に立ち上げたオフィスサポート部門では、日本花王グループの業務プロセスの一部を支える“事務サポート業務”を行っています。花王ピオニー全体では2023年1月現在、障がいのある社員65人を含む87人が働いています。

雇用拡大へ向けて(花王ピオニー(株))

プロダクション部門では、事業戦略の変化とインバウンドの減少により、化粧品のセット作業の減少が続いており、ライン操業率の向上に向け、新たな製品の取り込みを開始しています。工場で外部委託していた製品を取り込むことによりキャッシュアウトを抑制し、花王グループの財務面でも貢献しています。

オフィスサポート部門では、事業ESG推進部が全国の学校に無償で提供している次世代育成プログラムに参画しています。その一環である、衛生習慣化プログラム「みんなで手あらい盲学校向け教材」の制作では、実習用手袋教材の制作だけでなく、子どもたちや保護者に向けた、点字シール付きメッセージカードの制作・梱包も行いました。盲学校の先生方からは感謝のお言葉を数多くいただいています。また、企業向けにオンライン見学会を開催し、「非常に参考になった」との評価をいただいています。

両部門共に障がい者雇用の拡大に向け新しい業務の探索を行っており、引き続き障がいを持つ方々が安心して働くことができる環境を整えていきます。

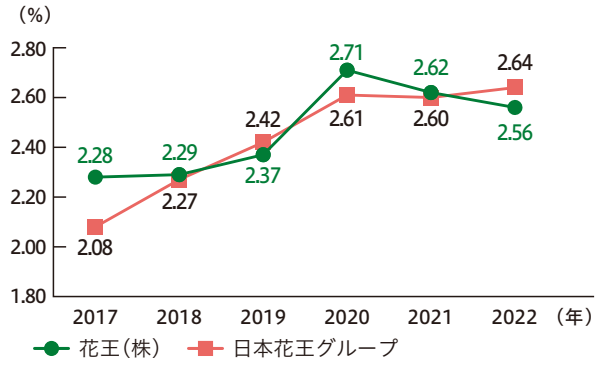
オフィスサポート部門　盲学校向け手洗い教材作業風景

プロダクション部門　セット作業風景

障がい者雇用率(日本花王グループ)

日本花王グループの障がい者雇用率は2.64%となっており、法定雇用率を上回っています(2022年6月現在)。

花王グループ　障がい者雇用率※



2022年6月1日時点

※ 集計範囲
障害者雇用促進法の関係会社特例によるグループ適用会社13社(花王(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)、花王ビューティブランズカウンセリング(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)、花王製紙富士(株)、特例子会社花王ピオニー(株))

育児両立支援

「社員一人ひとりが仕事と生活を両立しながら、意欲と能力を存分に発揮して活躍することを支援する」という両立支援方針のもと、女性活躍推進の重点アクションのひとつにも位置づけ、社員が自身やパートナーの妊娠・出産、および育児等の各ライフステージを迎えた際に、安心して仕事と家庭生活を両立しながら意欲高く働く

受容性と多様性のある職場 GRI404-2, 405-1

ための環境整備や風土醸成に取り組んでいます。

主な仕事と育児の両立支援

- ●仕事と家庭の両立支援ガイドブックの提供
- ●育児に関わる手続きおよび円滑な両立に向けて家庭や職場で適切なコミュニケーションを行うための情報等をまとめた手引きの配布
- ●男性社員向け育児休職取得に関するリーフレットの配布
- ●妊娠期・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長と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、企業主導型保育所の活用
- ●eラーニング「ダイバーシティマネジメント」(マネジャー向け)

意欲高く働くための育児両立支援

妊娠から育児休職取得・復職までの手続きやコミュニケーションにおける支援(日本花王グループ)

当事者である社員の希望に沿った育児休職の取得と、円滑な職場運営を推進するため、社員本人またはそのパートナーの妊娠から本人の育児休職取得・復職までの過程における会社とのコミュニケーションフローを整えています。2022年から、本人または配偶者が妊娠したことを報告するプロセスや報告を行った社員とその上長とで育児休職取得や今後の働き方などについて意向を確認する面談を新たに追加しました。また、当事者やその上長が、各過程において必要となる手続きを知り、適切な職場コミュニケーションを行うための情報をまとめた手引きの配布や、妊娠期・子の誕生後に活用できる、育児に関連した制度やサポートをわかりやすくまとめた資料の配布を開始しています。

育児休職者復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)(日本花王グループ)

男女問わず1ヵ月以上の育児休職からの復職予定者とそのパートナーを対象に、育児休職者復職前セミナー(タツノオシゴトセミナー)を毎年実施しています。2022年は、「働き続ける」から「意欲高く働く」へと目的をシフトし、社員とパートナーそれぞれが将来に向けてのキャリアを考え共有し、それを実現するためにどのような両立体制を整えるべきかを話し合うことで、復職に向けた準備や意識の向上を図る内容へと改編しました。参加者からは「自分やパートナーのキャリアや今後の生活について話し合い、考えるよい機会になった」など、復職に向けての意識向上につながると共に、高い満足度を誇る充実した内容となっています。

男性社員の育児休職取得促進(日本花王グループ)

育児期社員自身および職場での主にマネジメントによる性別役割分業意識の払拭をめざし、男性社員の育児休職取得を促進しています。育児休職を取得していない男性社員とその上長に対し、取得を促す活動を個別に実施することで、男性社員の育児休職取得率は年々向上し、2022年度は95.6%と高い水準となっています。2022年からは、育児休職取得にあたり、家族のサポートや両立体制を整えるために休業中に実施することを取得者と上長とで共有するプロセスを設け、その後の両立体制構築に向けた実りある育児休職となるよう働きかけています。

復職支援の拡充(花王(株)および一部関係会社)

育児休職から社員が希望する時期に復職できるよう、新たな復職支援施策として企業主導型保育所の利用を可能とする「子育てみらいコンシェルジュ」を導入しました。社員が利用できる保育所の選択肢を広げることで、社員が自分のキャリアを見据え、適切な時期に復職することを支援しています。

養子縁組方針の見直し(Americas)

Americasでは、養子縁組方針の見直しを行い、代理出産で授かった子どもの養子縁組にかかる弁護士費用の負担を規定しました。

受容性と多様性のある職場 GRI401-3, 404-2, 405-1

子育てサポートに関する外部評価

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年に「プラチナくるみん」認定を取得しました。また、(株)カネボウ化粧品、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)では、それぞれ2009年、2011年、2019年に「くるみん」の認定を取得しています。

介護両立支援

「社員一人ひとりが仕事と生活を両立しながら、意欲と能力を存分に発揮して活躍することを支援する」という両立支援方針のもと、「一人ひとりが自ら主体的に行動できる」「お互いさま意識を持って助け合える」ことをめざし、介護両立を可能とする職場環境整備と風土醸成に取り組んでいます。

主な仕事と介護の両立支援

- ●仕事と家庭の両立支援ガイドブックの提供
- ●介護ハンドブックの提供
- ●介護セミナーの開催
- ●社外介護相談窓口の設置
- ●人事担当者の介護相談対応スキルの強化

介護両立を可能とする環境整備と風土醸成

介護両立に関する情報提供(日本花王グループ)

介護に関する情報をまとめた「介護ハンドブック」や、介護に関する会社の制度や福利厚生サービスをわかりやすくまとめた「仕事と家庭の両立支援ガイドブック」を社員がいつでも入手できるように、D&Iポータルサイトで公開しています。

介護セミナー(日本花王グループ)

介護について知り、社員自ら両立体制を整えることができるようになること、また、介護している人の状況を理解し配慮できる周囲者を増やすことを目的に、定期的に介護セミナーを実施しています。2022年は、両立体制構築のステップや、両立における会社の制度の活用方法を学べる内容で、参加者からは、「介護準備の具体的な進め方を学べた」「会社の制度の内容と使い方への理解が深まった」など、高い評価を得ました。併せて録画配信を実施し、広く情報提供を継続しています。

多様な働き方のための主な就業制度:育児・看護・介護関連(一部関係会社を除く日本花王グループ)

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。なお、生計の維持が困難と会社が認める場合は休職期間中を通じて有給扱い(給与相当額を立替支給)	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
有給育児休暇	子の1歳4月末日までの期間中の取得を必須とする有給休暇(10勤務日)を付与	
短時間・時差勤務	・子の小学校3年生修了まで取得が可能 ・1日当たり2時間までの所定就業時間の短縮、もしくは1日当たり2時間までの所定就業時間の開始・終了時間の変更が可能 ・子の1歳の4月末日まで取得が可能 ・最大1日4時間・週3日までの所定就業時間・日数の短縮が可能	・最長3年間取得が可能(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、週3日勤務、週5日の半日勤務、もしくは1日当たり2時間までの所定就業時間の開始・終了時間の変更が可能
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
育児時間	生後満1年未満の子女を養育する女子社員が対象 1回30分の育児時間を1日につき2回まで取得可能	
看護・介護特別休暇	小学校3年生修了までの子女の急な疾病・負傷による看護および予防接種・健康診断の受診で短期的な休業を要する時に毎年5日まで有給の特別休暇を取得可能 終日・半日・時間の単位での取得が可能	「配偶者」「子女」「本人の父母」「配偶者の父母」「祖父母」「兄弟姉妹」「孫」のいずれかに該当する家族の看護や介護の事由が発生した際に有給の特別休暇を取得可能(年間40日もしくは20日付与) 終日・半日・時間の単位での取得が可能
遠隔地勤務	・育児、看護・介護等のやむを得ない事情がある場合に遠隔地での常時在宅勤務が可能 ・出社せずに勤務することで支障がない業務に従事していることが条件	

受容性と多様性のある職場 GRI405-1

育児・看護・介護に関する就業制度の利用状況

		2019年	2020年	2021年	2022年
育児休職取得率(男性)(%)	日本	−	−	−	95.6
	花王(株)	42.6	42.2	51.6	108.7
育児休職取得率(女性)(%)	日本	−	−	−	107.7
	花王(株)	96.6	100	100	108.8
育児による時短・時差勤務 取得人数(男性)(人)	日本	−	−	−	1
	花王(株)	1	3	2	1
育児による時短・時差勤務 取得人数(女性)(人)	日本	−	−	−	268
	花王(株)	122	68	62	41
看護・介護休職 取得人数(男性)(人)	日本	−	−	−	1
	花王(株)	0	0	1	0
看護・介護休職 取得人数(女性)(人)	日本	−	−	−	7
	花王(株)	2	0	3	1
看護・介護による時短・時差勤務 取得人数(男性)(人)	日本	−	−	−	0
	花王(株)	0	0	0	0
看護・介護による時短・時差勤務 取得人数(女性)(人)	日本	−	−	−	5
	花王(株)	0	0	0	0

※在籍会社で集計
※正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む
※育児休職取得率は、2022年より育児介護休業法に基づく算定方法に変更

受容性と多様性のある職場

インクルージョン推進活動

社員全員がDE&Iの意義を理解すると共に、社員一人ひとりの多様さを組織の力として価値につなげるスキル向上と環境・風土の形成をめざしインクルージョン推進活動を行っています。

花王グループのDE&I方針策定

ブランド、製品・サービスを通じた事業やすべての企業活動における取り組みとして、グループ全体のDE&I推進活動を進化させ続けるために、人権・DE&Iステアリングコミッティにおいて、花王グループのDE&I方針策定に向け、商品開発や原料調達に関わるメンバーも加えグローバルで議論を進めました。その中で、社員を対象としたDE&I推進活動のビジョンについても議論を深めました。今後社員への周知を開始します。

インクルーシブな組織風土醸成

インクルーシブな組織風土醸成に向け「DE&Iへの理解や関心の向上」と「多様性を組織の力にする風土醸成とスキル向上」に取り組んでいます。

DE&Iへの理解や関心の向上

日本花王グループではインクルージョン推進計画に基づき、女性・LGBTQ+・外国籍・障がい・育児両立・介護両立などの各テーマにおいて、啓発動画やセミナー、社内好事例の共有など毎月2～3件のコンテンツを公開し、グループ社員のDE&Iの理解促進と職場での実践の定着につなげています。

社員の多様性をクローズアップした記事「Kao Mates」（日本花王グループ）

花王グループで働く多様なバックグラウンドを持つ社員一人ひとりの素顔にフォーカスして紹介する企画「Kao Mates」を開始しました。社員のダイバーシティとエクイティに注目して、職場でのインクルージョンに関するエピソードを紹介することで、特に当事者以外の社員がDE&Iを身近に感じ、自分ごととしての意識の高まりや行動を変えるきっかけとなることをめざしています。2022年は、外国籍社員2人、LGBTQ+当事者社員、長期間の育児休職取得経験のある男性社員、聴覚障がいのある社員の計5人を隔月で紹介しました。毎回、本人と関わりの深い上長や同僚も登場し、氏名や写真入りで紹介することで、身近にある実例として多くの社員の関心を集め、当事者・周囲者それぞれの立場の読者から、共感や気づきなど非常に多くの反響が寄せられています（各回とも掲載後１ヵ月間での閲覧数は約5,000～10,000）。

啓発動画の制作・公開（日本花王グループ）

ダイバーシティ・エクイティへの理解促進と職場での インクルージョン実践につながるヒントの提供をねらいとし、10分未満でエッセンスをまとめた啓発動画の内製を継続しています。2022年は新たに「外国籍・異文化の社員との働き方」「女性活躍推進について考えよう」「障がいのある社員と一緒に働く上で知っておきたいポイント」の3つのテーマで公開しました。このほか、従来は特定の研修受講者が視聴可能としていた「花王のD&I推進活動全体」についての講義動画を国内グループ全社員向けに公開し、誰でも必要な時に学習できる環境を整えました。

「花王D&Iのひろば」開設による社員コミュニケーション活性化（日本花王グループ）

DE&Iに関心のある社員同士の双方向コミュニケーションの場として、6月に「花王D&Iのひろば」をTeams上に開設しました（12月末時点で370人参加）。全社のインクルージョン推進各施策の告知のほか、社内のさまざまな組織・コミュニティによるDE&I関連活動や社会的なトピックスについて、日々情報共有・意見交換がなされています。オンライン上の気軽なやりとりを通じて気づきや想いを共有することができ、グループ社員の新たなネットワークが徐々に広がっています。

クイズでまなぶD&I 2022（日本花王グループ）

旬のDE&Iトピックスや花王のDE&I推進活動に触れ、楽しみながら学び、職場での実践のヒントを得ることをねらいとして、国内グループ社員を対象に「クイズで

受容性と多様性のある職場

まなぶD＆I」を初めて企画・実施しました。DE&I啓発の各テーマから、職場で実際に起こりうる題材を取り上げた7問のケーススタディを作成し、選択式回答と解説を読むことで理解と実践につなげる構成としました。1ヵ月の実施期間中の回答者は3,033人（日本語版・英語版合計）にのぼり、「クイズ形式なのでやってみようという気持ちになった」「職場で気を付けるポイントがわかった」等、社員がDE&Iに触れ、考えるきっかけをつくることができました。また、同時に収集した花王のDE&I推進活動をよりよくするためのフリーコメントには、約500件の回答が寄せられ、DE&Iに対する社員の関心の高さもうかがえました。これら社員からの声を今後の活動に役立てていくと共に、継続希望の多数の声を受け、次年度以降も実施を予定しています。

D&I EXPO 2022開催（日本花王グループ）

花王のDE&Iの「今」を社員に届けるポータルサイト上の特設企画「Kao Diversity & Inclusion EXPO 2022」を2021年に引き続き年度末の3ヵ月間開催しました。2022年は「Let's learn about Diversity & Inclusion.」というテーマのもと、「クイズでまなぶD＆I 2022」の回答集計結果や、社員からフリーコメントで寄せられた「働く私のD＆I経験談」をメインコンテンツとして公開しました。また、2022年に実施した各種DE&I啓発施策（セミナー・イベントの録画配信や動画・記事など）を総集編として再周知することで、EXPOページに来場した社員が各種コンテンツを必要な時に視聴できるよう後押ししました。来場者からは「回答集計結果を見てほかの社員のDE&Iに対する意識を知れた」「私のD&I経験談で紹介されていた内容が印象的だった」等の声が寄せられ、社員のDE&Iへの理解と関心の向上につながっています。

社内好事例・活動の共有（日本花王グループ）

花王グループの職場や有志によるインクルージョン推進活動を取り上げ社内で共有する取り組みを継続しています。2022年は、花王ピオニー オフィスサポート（OS）部門の在籍社員と協働し、多岐にわたる業務領域の中から4つのトピックスについて、障がいのある社員の丁寧な仕事ぶりや話している様子を含めて動画で紹介しました。普段ピオニー社員と直接交流する機会のない多くの社員にとって、実はさまざまな場面でOS部門のサポートや活動に触れていることに気づくきっかけとなり、感謝や応援のメッセージが多数寄せられると共に、花王ピオニーOS部門の活動の認知度向上につながりました。

多様性を組織の力とする風土醸成とスキル向上

心理的安全性ワークショップ（基礎編）（日本花王グループ）

「多様性を強みとし、対話を通じてチームで成果を上げる組織風土づくり」に向けて、2021年より心理的安全性とアンコンシャスバイアスを啓発重点テーマとしています。2022年は、対話ができるチームになるための企画全体をデザインし、その第1弾「心理的安全性ワークショップ（基礎編）」を、国内花王グループで開催した「対話フェス」内の一施策と位置づけ実施しました。心理的安全性の基礎知識をまとめた動画視聴と個人ワークの後に、自分自身が今後行うアクションについて、同様のポジションの社員同士が意見交換を行う「参加者同士で学び合う場」としてワークショップを設定し、挙手制で参加者を募った結果、日本花王グループ各社から全10回・150人が参加しました。「職場は違うが同じような課題があることがわかり共感した」「リーダーとして今後も心理的安全性を高める行動をしていきたい」等、参加者自身が自職場の心理的安全性を高めるための気づきやヒントを得る場とすることができました。今後も引き続き定着に向けた取り組みを推進します。

Courageous Conversations（Americas）

社会的正義や人種的平等に関するトピックスについて、社員の理解を深め行動を促すこと、また組織や個人として、私たちの文化やコミュニティに、より平等な社会を築くためにどのように取り組むことができるかを考えることを目的に、一年を通して社員向けにバーチャルイベントを開催しました。

受容性と多様性のある職場

TOPIC 外部からの評価

ブルームバーグ社「2022年男女平等指数」に選定

2022年1月、花王は、ブルームバーグ男女平等指数（GEI: Gender Equality Index）の企業に2019年より4年連続で選定されました。GEIは、ジェンダーレポートにおける情報開示の透明性の向上と職場における男女平等の推進に積極的に取り組んでいる企業を評価するもので、2022年は世界45カ国・地域の418社が選定されています。

社員の声

家族も含めた意識改革

鈴木 映
花王株式会社
人財戦略部門 D&I推進部

花王グループでは、女性活躍推進の重点アクションのひとつに「意欲高く働くための育児両立支援」を掲げています。育児中の女性が真に活躍するためには、「将来のキャリア形成を意識した仕事と生活の両立体制の構築」と「職場・家庭内における性別役割分業意識の払拭」を実現し、育児しながらもより意欲高く働ける環境にすることが重要と考えています。

そのために、「将来のキャリア形成を意識した仕事と生活の両立体制の構築」について、2022年は、手引きの配布を開始し、その中で、社員とパートナーそれぞれが思い描くキャリアを互いに共有し、それを実現するための協力体制をご家族で話し合い・整えていくことを促しています。また、育児休職から復職する社員とそのパートナーを対象としたタツノオシゴトセミナーにおいては、キャリア実現に向けた両立体制を築くためのセミナーへと改編するなど、当事者だけでなく家族も含めた意識改革に取り組んでいます。

「職場・家庭内における性別役割分業意識の払拭」については、これまでも男性社員に対し育児休職取得を促進してきました。2022年は、育児介護休業法の改正も踏まえ、本人またはパートナーが妊娠した社員に対し育児休職取得の意向確認を開始、それが取得の後押しとなり育児休職取得を前向きに捉える社員が増加しました。さらに、育児休職取得にあたって、家族のサポートや両立体制を整えるために休職中に実施することを当事者と上長とで共有するフローを新たに導入することで、家庭内の性別役割分業意識の払拭の加速につなげています。

今後も社員一人ひとりが仕事と生活を両立しながら、意欲と能力を存分に発揮して活躍できる環境の実現に向け活動を推進していきます。

受容性と多様性のある職場

ステークホルダー・エンゲージメント

塚越 学 氏
NPO法人ファザーリング・ジャパン理事

(株)東レ経営研究所
ダイバーシティ＆ワークライフバランス推進部
チーフコンサルタント

花王では、「性別にかかわらず育児は協力して行う」を方針に掲げ、2006年から男性育児参画に取り組み、もう一段階ギアを上げる2010年のタイミングでファザーリング・ジャパン(以下FJ)にご依頼いただき、私がセミナー講師などで伴走しております。

特に育休復職前社員に向けたパートナー同伴(自社の女性社員の活躍にはそのパートナーをセミナーに同伴させ共に受講する)セミナーは、当時、日本では先進的取り組みとして多くのメディアから取材を受けたのを記憶しています。

FJは父親支援のNPOですが、なぜ日本で父親支援が必要なのかといえば、日本で男性が育児をしようとするとマイノリティになってしまうからです。

最近のデータでも、育児や家事を多く担うのは相変わらず女性ですが、女性活躍と共に、育児家事のスキルもニーズも男性で高くなってきています。

共働き家庭が過半の現在、育児中のメンバーを抱える上長は多様な人材を活かして成果を上げる「イクボス」である必要があります。

つまり「女性活躍」と「イクメン」と「イクボス」は3点セットで推進するのがポイントです。

さらにキャリア形成のあり方として、片働き中心の「バリキャリ」や、子育てを理由にキャリアが二の次になる「ゆるキャリ」よりも、互いのキャリアが育ち、高め合える「育キャリ」が、これからの時代に適したものとして、花王でも早くから推進してきました。

ところが、「育キャリ」推進に取り組んでいても、夫婦それぞれが性別役割分業意識をぬぐえていなかったり、制度や風土が整っていない職場の場合、妻にしわ寄せがいくことがありました。

育キャリ実現への近道は男性の育休取得です。育児・家事推進には、意識啓発より「経験・体験」が必要となります。

そこで、私はNPO活動の中で、2022年の育児・介護休業法の改正にも携わり、妊娠出産の申出労働者に対する制度の個別周知と意向の確認を企業に義務化しました。

これにより会社の規模・業種を問わず、育休制度は会社側から説明しなければならなくなり、従来より男性は育休取得が容易になります。「育キャリ」実現がよりしやすい環境ができました。

この環境下を活かし、花王では意欲高く働くための育児両立支援を推進していますが、「女性活躍」と「イクメン」と「イクボス」の好循環が実現できるしくみをさらにブラッシュアップして、実現が加速されていくことを期待しています。

受容性と多様性のある職場 GRI405-1

女性の状況(%)

		2019年	2020年	2021年	2022年
従業員※1	花王グループ	49.6	49.7	50.5	52.9
	日本	51.1	51.4	51.9	55.9
	うち花王(株)	24.4	25.3	27.8	28.9
	アジア	45.6	45.7	45.1	44.6
	欧州	47.3	46.5	52.4	49.9
	米州	50.6	51.3	50.8	51.2
管理職(全体)	花王グループ	29.4	28.8	30.2	30.5
	日本	21.2	19.2	20.5	22.4
	うち花王(株)	18.2	20.1	23.1	24.3
	アジア	47.7	49.7	50.1	47.6
	欧州	48.9	48.4	52.5	40.8
	米州	52.3	55.4	53.7	53.3
上級管理職※2	花王グループ	—	—	21.2	19.8
	日本	—	—	10.2	10.6
初級管理職※3	花王グループ	—	—	32.6	34.2
	日本	—	22.8	24.7	26.8
売上創出部門管理職	花王グループ	—	—	30.0	29.7
	日本	—	18.6	20.0	21.5
STEM関連部門※4従業員	花王グループ	—	—	22.5	23.9
	日本	—	17.9	20.4	21.1

※1 2020年まで国内取締役、監査役含まず
※2 管理職のうち部長相当職
※3 管理職のうちリーダー相当職
※4 理工系関連部門

平均年齢・平均勤続年数(花王(株))

	2019年	2020年	2021年	2022年
平均年齢(歳)	40.6	40.5	41.0	40.9
男性	41.2	41.0	41.5	41.4
女性	38.8	38.9	39.6	39.9
平均勤続年数(年)	17.7	17.4	17.4	17.6
男性	18.7	18.3	18.4	18.5
女性	14.6	14.7	14.9	15.3

障がい者の雇用状況(%)

	2019年	2020年	2021年	2022年
花王グループ	–	–	1.25	1.34
日本※7 ※8	2.42	2.61	2.60	2.64
花王(株)※7	2.37	2.71	2.62	2.56

※7 行政による算出基準に基づき、非正規雇用の従業員を含めた6月1日時点の雇用率
※8 集計範囲は下記の通り
障害者雇用促進法の関係会社特例によるグループ適用会社13社(花王(株)、花王グループカスタマーマーケティング(株)、花王ビューティブランズカウンセリング(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)、花王製紙富士(株)、特例子会社花王ピオニー(株))

役員

	2020年			2021年			2022年			2023年		
	男性(人)	女性(人)	女性比率(%)	男性(人)	女性(人)	女性比率(%)	男性(人)	女性(人)	女性比率(%)	男性(人)	女性(人)	女性比率(%)
取締役※5	7 (3)	1 (1)	12.5	7 (3)	1 (1)	12.5	7 (2)	2 (2)	22.2	7 (2)	2 (2)	22.2
監査役※5	4 (3)	1 (0)	20.0	4 (3)	1 (0)	20.0	4 (3)	1 (0)	20.0	4 (3)	1 (0)	20.0
執行役員※6	26	1	3.7	26	2	7.1	27	3	10.0	28	4	12.5

※5 カッコの数字は、全体人数のうち社外取締役、社外監査役の人数
※6 取締役兼務も含む
※ 各年1月1日時点

※ 特に記載がない限り、在籍会社で集計。2021年まで正規雇用の従業員のみ。2022年より正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む。各年12月末時点
※ 一部データについて、連結対象98社のうち下記1社(人員カバー率0.01%)を含まず
Washing Systems Limited

受容性と多様性のある職場 GRI405-2

基本給＋その他現金インセンティブ 年間平均額(円)

		2021年		2022年	
花王グループ	全体※1	−		5,733,874	
		男性	女性	男性	女性
花王グループ	管理職	−	−	10,986,981 ☑	11,693,822 ☑
	非管理職	−	−	4,605,267 ☑	4,171,253 ☑
日本	管理職	−	−	9,929,145	8,956,520
	非管理職	−	−	5,516,230	4,143,616
うち花王(株)	管理職	10,260,020	9,211,384	10,259,143	9,263,127
	非管理職	5,597,988	5,468,725	5,625,237	5,411,537

※ 男女差については、同一労働の賃金に差はなく、等級別人数構成の差による
※ 短時間勤務者、休職者、期中の入社者、退職者は除く
※ ☑:第三者保証を取得
※1: 管理職、非管理職のみ

男女の賃金差
(基本給＋その他現金インセンティブ 年間平均額)(%)

		2021年	2022年
花王グループ	管理職	89.7	106.4
	非管理職	96.1	90.6
日本	管理職	−	90.2
	非管理職	−	75.1
うち花王(株)	管理職	89.8	90.3
	非管理職	97.7	96.2

※ 男性に対する女性の比率
※ 男女差については、同一労働の賃金に差はなく、等級別人数構成の差による

基本給 年間平均額(円)

		2021年		2022年	
		男性	女性	男性	女性
花王グループ	管理職	−	−	7,742,661 ☑	8,837,789 ☑
	非管理職	−	−	3,418,174 ☑	3,119,435 ☑
日本	管理職	−	−	6,519,040	5,893,010
	非管理職	−	−	3,783,388	2,961,574
うち花王(株)	管理職	6,547,378	5,845,359	6,568,940	5,909,540
	非管理職	3,670,943	3,571,235	3,731,043	3,582,457

※ 男女差については、同一労働の賃金に差はなく、等級別人数構成の差による
※ 短時間勤務者、休職者、期中の入社者、退職者は除く
※ ☑:第三者保証を取得

※ 特に記載がない限り、在籍会社で集計。2021年まで正規雇用の従業員のみ。2022年より正規雇用の従業員およびフルタイムの無期化した非正規雇用の従業員を含む。各年12月末時点
※ 一部データについて、連結対象98社のうち下記1社(人員カバー率0.01%)を含まず
Washing Systems Limited

社員の健康増進と安全 GRI403-6

事業活動の源泉である社員の心と身体の健康は、よりよい仕事を進める環境土台であり、個の成長と組織力の最大化につながる重要な要素です。
花王は健康経営® を推進し、社員活力の最大化を推進すると共に、その取り組みの好事例を職域・地域・生活者に向け、展開していきます。
※健康経営® はNPO法人健康経営研究会の登録商標です。

健康増進

社会的課題

高齢化

世界的な高齢化の進展により、慢性疾患を抱える人の割合が増加しています。また、高齢者においては、病気や関節・筋肉の衰えにより要支援・要介護となるケースが多く見られます。

日本では、それらを背景に医療費が増大の一途をたどっており、企業の健康保険組合における財政上の大きな課題となっています。

感染症の流行

新型コロナウイルス感染症は世界的な流行を繰り返し、人々の健康、社会生活に大きな影響をもたらしましたが、ワクチン接種が進み、感染予防を行いながら日常生活を送る新しい生活様式が定着しつつあります。

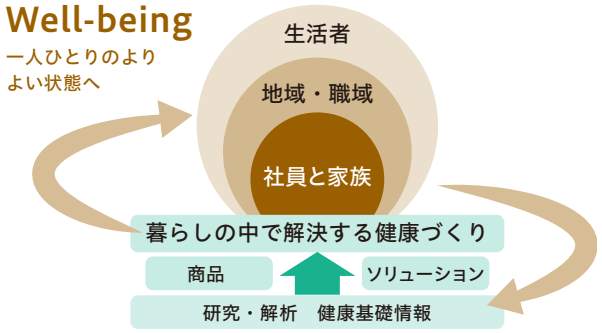
就労年齢の引き上げと女性の社会進出

就労年齢の引き上げや働く女性の増加などを背景に、就労世代の3割ががんを発症すると言われています。がんに代表される慢性疾患を抱えながら仕事をする事例はさらに増加することが予測されます。

方針

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むとともに
社内外のエビデンスに基づいた確かなヘルスケアを
社員・家族だけでなく
地域・職域・生活者のみなさまへ展開し
すこやかでこころ豊かな暮らしをともに実現していきます。



花王グループは、社内外の健康基礎情報の解析とヘルスケア知見から生まれた商品やヘルスケアソリューションを自社の健康経営® に取り入れ、社員と家族が参画する実践型の健康づくり活動を進めています。

自社の取り組みのうち優れた事例や知見については、地域・職域・生活者の皆さまに積極的に展開し、すこやかでこころ豊かな生活の実現を支援していきます。

- 社員とともに：社員と家族の主体的な健康づくりの取り組みを積極的に支援し、元気で活力のある職場の実現をめざします。
- 地域・職域とともに：自社の取り組みの優良事例を、積極的に公開し、地域・職域へ展開します。
- 生活者とともに：生活者が暮らしの中で取り組む商品・ヘルスケアソリューションを提供します。

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

社員の健康増進と安全 GRI403-6

アドバイスをもらえるかかりつけ医がいる社員
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」6つの取り組み

会社として最低限行うべき「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、6つのテーマへの取り組みを中心に実施しています。

1. 生活習慣病
2. がん
3. 禁煙
4. メンタルヘルス
5. 女性の健康
6. シニアの健康

戦略

リスクと機会

リスク

すべての人が健康課題を適切に認識し、自分のベストな状態を保つためのさまざまな生活習慣改善活動を、楽しみながらいきいきと取り組める就業環境および社会の実現をめざしています。

短期：肥満・メンタルヘルス不調の増加、感染症の流行
中期：高年齢化に伴う生活習慣病、がん、筋骨格などの疾病を抱える社員の増加
長期：高年齢社員の増加と医療費負担の増加

機会

健康課題を自分ごととして捉えることができるヘルスリテラシーのある社員が、自律的に健康増進することを会社が後押ししたいと考えています。また、社員の健康維持増進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、地域や職域の健康維持増進活動に活用されています。花王での取り組みが、地域・職域へ波及し、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。

短期：効果の高い健康維持増進プログラムの提供による予防活動の推進
中期：治療と就業の両立支援の促進
長期：医療財政の健全化

戦略

健康中期計画「Kao 健康2025」

中期経営計画K25に掲げる「社員活力の最大化」を実現するためには、社員とその家族が健康であることが基盤となります。健康中期計画「Kao 健康2025」では、社員とその家族が自ら参画することで、一人ひとりがよりよい健康状態になることをめざしています。この活動を通じて得られた知見をさらに進化させつつ、地域や生活者にも広げ、世界の人々の健康に貢献してまいります。

花王グループ健康の日

世界保健機関（WHO）が設立された記念日である世界保健デー（4月7日）を花王グループ健康の日と制定しました。社員とその家族に向けた健康増進活動を積極的に支援すると共に、商品・サービスを通じて世界の人々の暮らしと健康を支えていくことをメッセージとして発信し、花王の活動を広くお伝えしていきます。

社会的インパクト

社員と家族

生活習慣改善の奨励、積極的な保健指導を行うなどの予防的な取り組みにより、社員と家族の健康を守ると共に医療費の増加を抑制する努力を継続しています。また、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。慢性疾患のみならず、がんを含むさまざまな疾患を抱える社員に対しては、疾患と仕事との両立を図るため、画一的な対応ではなく、個々の社員の実情に応じた支援を行っています。

花王の資産として、まず、健康基礎情報（社員の健診結果やイベント参加記録）を経年で蓄積しており、それをストレスチェック結果や就業情報と組み合わせて複合的な解析をすることが可能です。また、自社のヘルスケア知見を活用した健康増進の取り組みが可能であること。そして、長年健康経営に取り組んできている実績から、失敗例も含めた健康経営ノウハウを有しており、

社員の健康増進と安全 GRI3-3, 403-6

それらをこれからの健康維持増進活動に活かすことができます。

地域・職域

自社の取り組みの優良事例を積極的に公開しています。またこれから健康増進・健康経営に取り組む地域や職域への支援・アドバイスを行っており、健康経営知見を世の中に広めることに貢献しています。

生活者

ウェブサイトなどを通じた健康情報の提供により、生活者の皆さまが暮らしの中で健康づくりに取り組めるよう支援しています。

貢献するSDGs

事業インパクト

・長期休業者の低減による労働力損失の防止
・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
・健康経営に取り組む企業の増加による企業従業員の生産性の向上、該当地域の医療財政の健全化

ガバナンス

体制

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い、毎月の定例ミーティングで議論し、施策の検討・立案につなげています。

主要施策については、社員代表も交えた健保組合会議員等やワーキンググループで検討した上で、担当役員が参加する全社の健康づくり推進会議で施策を決定します。

また中期計画などの方針は取締役が参加する会議体で決定します。

決まった施策の推進については、事業場・支社の「健康実務責任者」「健康実務担当者」が、産業医・看護職と共に取り組みます。

海外各社へは日本の推進状況を情報共有し、具体的な健康管理は各国・地域の行政の方針に従い推進しています。

2020年～2022年においては、新型コロナウイルス感染症対策について、緊急事態対策本部会議を随時開催し、海外のグループ会社を含む取り組みについて、会議内で共有・確認しました。またこの取り組み課題については、海外各社の経営トップを通じて、リスク担当・人事担当に共有され、実践につなげています。

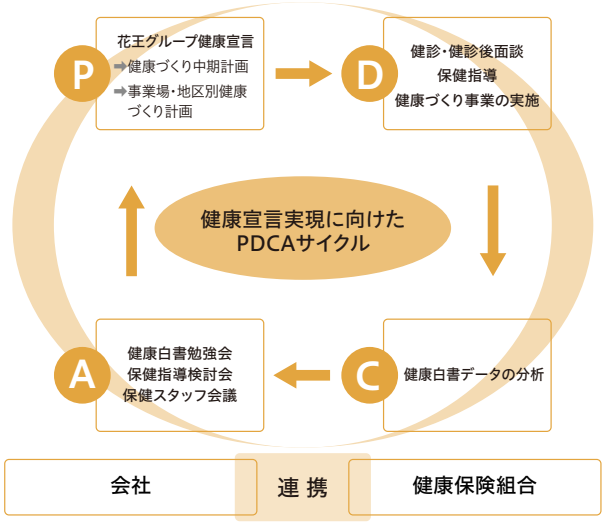
健康づくりマネジメントシステムの「見える化」

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かたちで統計的にまとめ、全国19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を随時開催しています。

健康づくりマネジメントシステム



保健スタッフの育成と社内情報共有

産業保健スタッフの育成と、社内で社員の健康に関する業務を担う人事担当者（健康実務責任者・担当者）

社員の健康増進と安全 GRI3-3, 403-6, 404-2

間の情報共有・対話のため、1999年から毎年「保健スタッフ会議」を実施しています。2020年以降はオンラインで開催。2022年は9月に実施し、全国から約60人が参加しました。

健康づくり事業のPDCAサイクルの展開をより深化するため、各地域での活動事例を募集・審査の上、特に優れた事例を「産業保健ベストプラクティス」として会議内で表彰しています。

2022年のベストプラクティスは、KCMK近畿支社、小田原事業場、栃木事業場が選ばれ、当日は各担当者から受賞内容についてプレゼンテーションを行い、参加者から賞賛が贈られました。

また、全社方針である「Kao健康2025」の理解深化のため、7～8月にかけて「Kao健康2025共有会」を、全国の産業保健スタッフを中心にリモートにて実施しました。6つのテーマ別に今後のありたい姿や取り組んでみたいことについて対話を深めました。

さらに産業保健スタッフのスキル向上のため研修受講を推奨しています。特定保健指導プログラム専門職編23人、特定保健指導プログラム初～上級編64人、保健事業に関する研修会25人、合計112人の産業保健スタッフが参加しました。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

2022年から、4月7日を「花王グループ健康の日」として、社員が自分自身の健康について考えるきっかけとなる取り組みを展開しています。

これは、4月7日が世界保健機構（WHO）の「世界保健デー」であることを受けて実施するもので、2022年はWHOのテーマ「Our Planet, our Health」に合わせ、地球環境と健康について考え、具体的な行動を「健康宣言」として登録してもらう取り組みを行いました。1,349人が登録し、そのうち数人にインタビューを実施。その記事を定期的にイントラネットへ公開しています。

こうした取り組みをはじめ、社内で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。

その結果、生活習慣改善に取り組んでいる社員は男性28.3％（前年比0.3％改善）、女性22.4％（前年比1.2％改善）となっています。また、プレゼンティズム（出勤はしているものの、健康上の問題によって完全な業務パフォーマンスが出せない状況）は22.9％と減少傾向になっています。

※ 2021年定期健康診断時の問診より

ステークホルダーとの協働

日本花王社内で推進している健康増進の取り組みやサービスを、生活者をはじめとする社外の皆さまにも提供しています。

また、社外の職域の健康推進担当者や地域の行政担当者のニーズを踏まえ、花王で開発した効果的なサービスを社外にも提供し、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。

新たな健康価値創造のために、外部機関との共同研究も推進しています。

P240 ステークホルダーとの協働の具体例

リスク管理

社員の健康に関わるリスクについては、複数の会議体で評価しています。

- 感染症に関わるリスク：感染症対策チームと感染症リスクアセスメントプロジェクトが連携し、リスク評価を行います。リスク評価に関する審議が必要な場合は、緊急事態対策本部会議（日本・グローバル）で決裁を受けます。
- 社員の健康に関わるリスク：法的要請、社会状況、社員の声等をもとに健康開発推進部が法務部門やRC危機管理部門と連携し、リスク評価を行います。必要に応じて社内外の専門家のアドバイスを仰ぐこともあります。対応策については、グループ厚生会議等の会議体を通じて決定・報告します。
- 花王健康保険組合加入員に関わるリスク：行政からの

社員の健康増進と安全 GRI3-3, 403-6

通達、加入員の声等をもとに花王健康保険組合がリスク評価を行います。必要に応じて厚生局や健康保険組合連合会のアドバイス、指導を受けることがあります。対応策は健康保険組合会を通じて決定・報告します。

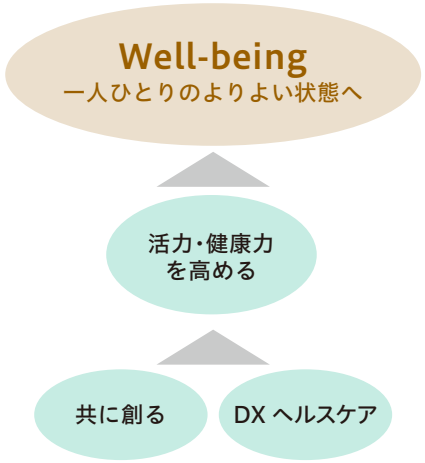
P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標(Kao健康2025)

Kao健康2025では、一人ひとりのよりよい状態の実現を通じて、ヘルスケア意識の高い社員と家族が、活気ある職場、社会づくりを推進していくことをめざします。



主な取り組み

・6つの取り組み(生活習慣病・がん・禁煙・メンタルヘルス・女性・シニア)
・治療と就業の両立支援
・有害業務要因管理とリスクアセスメント
・社員・家族・友人と取り組む健康づくり

Kao健康2025重点指標

	定量目標	2021		2025(目標)	
		男性	女性	男性	女性
こころ	GENKI率 ストレスチェック「活気がわいてくる」「元気いっぱいだ」「いきいきする」の3項目の肯定的回答	77.8%	77.2%	80.0%	80.0%
こころ	高ストレス者率	9.5%	8.5%	8.6%	7.7%
からだ	BMI25以上率	27.3%	14.6%	26.0%	14.0%
からだ	喫煙率	25.1%	15.5%	21.0%	13.1%

新型コロナウイルス感染症の流行により、リモートワークを行う社員が増え、また外出控えの影響から、社員の健康状態は、生活リズムが整い健康改善ができている社員と、生活習慣が悪化し、急激な肥満やメンタル不調に陥る社員の2極化が進みました。

このような背景から、Kao健康2025の重点指標として、「こころ」と「からだ」の指標を掲げています。

・GENKI率:就業環境や働き方に関わらず、活気があり、元気いっぱいで、いきいきと働く社員を増やしていくことを目標に設定しています。
・高ストレス者率:メンタル不調を早期に発見し、対応していくため、高ストレス者率の削減を目標にしています。高ストレスと判定された方には健康フォローを行います。
・BMI25以上率:社員の肥満化が進み、肥満由来の疾病を防ぐ必要があることから、BMI25以上率の削減を目標にしています。
・喫煙率:喫煙率は徐々に低減傾向にありますが、特に女性の喫煙率はまだ高い傾向にあります。喫煙による不調や疾病、また受動喫煙を防ぐ観点からも喫煙率の削減をめざしています。

それぞれの目標値は経年変化をもとに推計し設定しています。

2022年実績に対する考察

グローバル

2022年は健康の日の啓発をグローバルに展開し、花王グループの健康への取り組み姿勢を海外各社にも啓発しました。

日本花王

2020年度と比較すると肥満社員はやや改善傾向にあります。一方でメンタルヘルス由来の長期休業者数が増加しており、早急な対応が求められます。

社員の健康増進と安全 GRI403-6

主な取り組み

感染症対策

新型コロナウイルス感染症対策支援としては月1回開催される緊急事態対策本部会議において、各国での感染状況および対策の取り組み状況を共有しています。

日本花王においては、感染報告の速報化に向けて、感染症報告アプリを導入し、即時に状況把握、対応に着手できるようにしました。

また情報啓発として、以下を実施しています。

■イントラネットへの掲載

・新型コロナウイルス感染症啓発
（年８回：閲覧数62,329回）

・サル痘情報

■社員宛てメールでの啓発

・ゴールデンウイーク、夏季休暇、冬季休暇の際の啓発（年3回）

さらに新型コロナウイルス感染症ワクチン接種支援にも取り組みました。

・ワクチン接種に関する情報啓発（年6回：閲覧数63,630回）
・就業上の支援：ワクチン接種日と接種日以降の副反応による体調不良による休暇を勤務免除とする
・追加ワクチン職域接種：8ヵ所、約10,700人（社員・家族・協力会社社員対象）
・オミクロン対応ワクチン職域接種：1ヵ所、約2,300人（社員・協力会社社員対象）

海外駐在者の健康管理

日本国内から海外に駐在する社員については、海外赴任者の健康管理ガイドラインに基づき、健康状態のグレーディングが行われ、海外駐在の可否が決められています。また、厚生労働省検疫所FORTHの基準に基づき必要な予防接種を受けた上で、海外駐在となります。

海外駐在中の健康管理については、要フォロー対象者には健康相談室がこまめな健康フォローを行うと共に、健診結果に基づく産業医面談を実施しています。健康診断は年に1回日本に帰国して受診することを原則としていましたが、2020年からは現地の医療機関での健診が受診できるよう切り替えを行っています。

鳥インフルエンザ流行地域においては、出張者、駐在者に毎年インフルエンザ予防接種を推奨していましたが、2020年からはインフルエンザ予防接種を希望者全員に全額補助としたため、全地域の駐在者に対して予防接種の推奨を行っています。

生活習慣改善への取り組み

イベント活動

スマート和食®

スマート和食®は、花王が開発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® オンライン料理教室を4回実施。社員とその家族約200人が参加。参加希望の多い人気のイベントになっています。
・社員とその家族を対象に、夏休み企画として、スマート和食® チャレンジを実施。2022年は、ご家庭でつくった料理写真をコミュニティに投稿すると1投稿につき500円をNPO法人TABLE FOR TWO Internationalに寄付しSDGsに貢献するという企画を実施しました。2021年よりも参加者が増え、2022年は43人が参加、103枚の投稿があり、51,500円を寄付しました。
・花王茅場町事業場の食堂で提供されているスマート和食® ランチのレシピ動画を毎月2メニュー配信。延べ約2,200人が視聴。

社員の健康増進と安全 GRI403-6

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「生活機能低下リスク」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」の貸し出しを行っています。

・ホコタッチを97スポットで10,634人に貸し出し

・継続利用率23.0%、そのうち43.6%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

※ 在宅勤務でも利用できるようスマホアプリも提供し、継続利用者の31.7%が利用。

情報発信・キャンペーン活動

出勤、在宅環境下でも健康づくりに取り組めるよう、社内イントラネットで健康情報の発信、啓発活動を行っています。

健康経営活動・自身の健康に関する社内調査

社員の「健康経営についての認知度」と主観的健康意識を把握し、今後の健康経営活動、健康推進活動につなげるために、全社員対象にアンケート調査を実施しました。

結果概要

●実施時期　2022年9月26日～10月5日

●回答率　全体41.9%（10,584人/25,275人）
男性38.6%（4,306人/11,157人）
女性44.5%（6,278人/14,118人）

●男女別回答人数（平均年齢）
男性　4,306人（49.8歳）　女性　6,278人（45.7歳）

●健康宣言認知率　男性67.8%　女性75.7%
全体72.6%

●健康経営銘柄8年連続認定認知度
男性54.0%　女性61.4%　全体58.4%

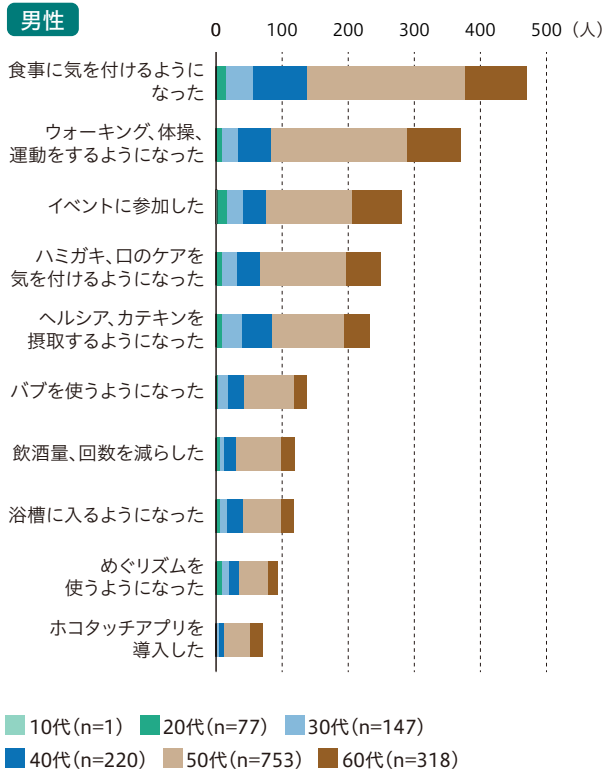
●社員自身の健康維持活動実施状況　男女とも二極化
健康維持活動実施中　男性60.7%　女性48.2%
全体53.3%

●主観的最重要健康課題
男性　体重（27%）　内臓脂肪（20%）
運動不足（11%）
女性　体重（25%）　運動不足（14%）　痛み※（14%）
全体　体重（25.8%）　痛み※（13.1%）　内臓脂肪（12.9%）
※痛み（肩こり、腰痛、頭痛など）

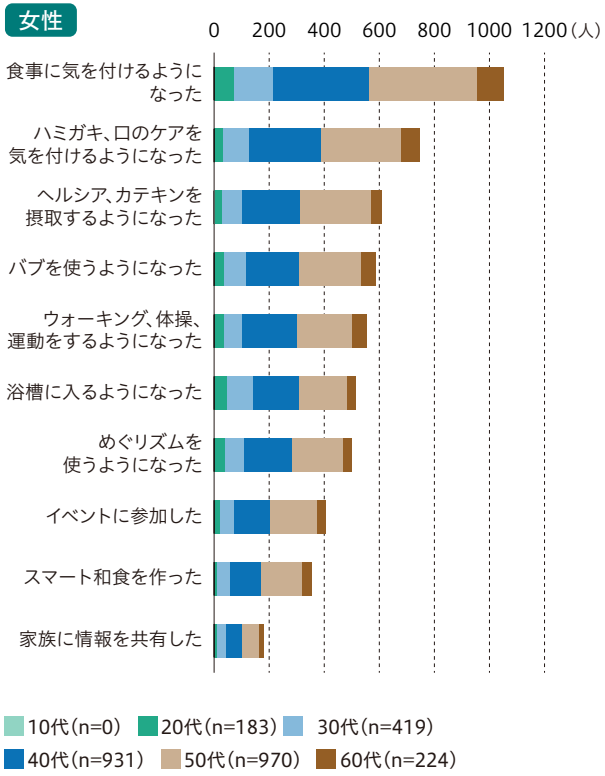
●社内イベント要望
・家族参加型　・簡単　・継続可能

●イントラ情報発信読後の行動変容例
・食事配慮
・運動開始、継続
・イベント参加
・口腔ケア留意

イントラネット　GENKIプロジェクト情報発信読後の行動変容
男女別結果（複数回答）



社員の健康増進と安全 GRI403-6



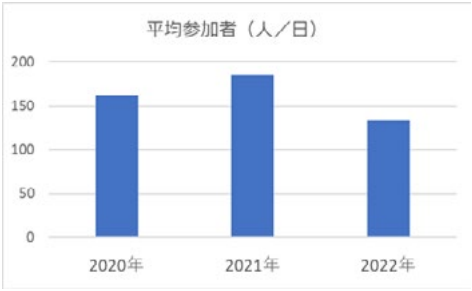
イントラネットでの情報発信 GENKIもりもり通信

2020年から引き続き「GENKIもりもり通信」としてイントラネットで健康に関する情報発信をしています。社員が知りたい情報をタイムリーに関連部門、研究所と協働でわかりやすく表現しています。2022年度も各種健康イベントの様子や、目標達成者へのインタビュー記事、社内で測定会（歩行・内臓脂肪）を実施した事業所のデータをグラフ化した記事で社員が関心を持つよう工夫しました。

オンラインラジオ体操同好会

1月と8月にオンラインラジオ体操同好会を開催。期間中は大勢の社員が参加し活発なコミュニケーションが行われました。

・開催期間　1月11日～14日、8月1日～5日

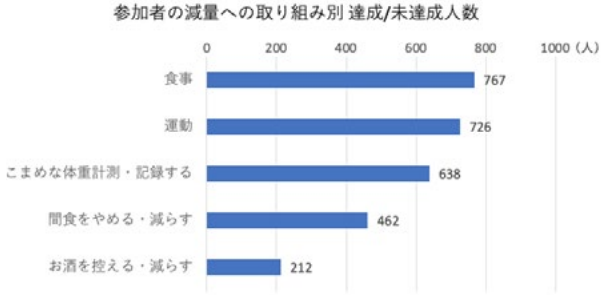


42日間減量チャレンジ

毎年1月から42日間で2kgの減量に取り組むキャンペーン（BMI20未満対象外）を実施しており、2022年は1月17日～2月27日に開催しました。全社産業医のダイエットマガジンの定期配信や、Teamsコミュニティを活用した参加者の体験談披露など、お互いに励ましあって減量に取り組みました。

・2,689人参加（参加率13%）、マイナス2Kg達成者890人（33%）

・減らした脂肪量2.6t



健診前セルフコンディショニングに挑戦（2021年の特定保健指導対象者とその予備群限定）

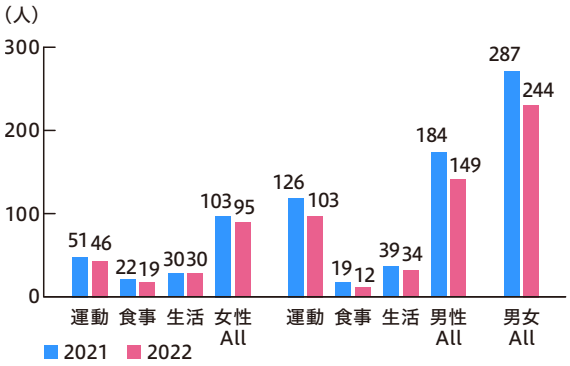
健診2ヵ月前から42日間の減量に取り組むキャンペーンです。参加者は、「運動」「食事」「生活リズム」の3コースから1つ選択、各コース専門スタッフのサポート（コース別アドバイス・動画配信など）を受けながら、体重記録とコース別目的実施有無記録のセルフコンディショニングに励みます。そのほか、期間中は内臓脂肪対策として「ヘルシア粉末タイプ」、リラックス目的として「めぐリズムアイマスク」を供給しました。

・計6回実施、350人参加

社員の健康増進と安全 GRI403-6

・結果　腹囲（男性85cm以上・女性90cm以上）特定保健指導対象者287人→244人

参加者腹囲（男性85cm 女性90cm以上）特定保健指導対象人数

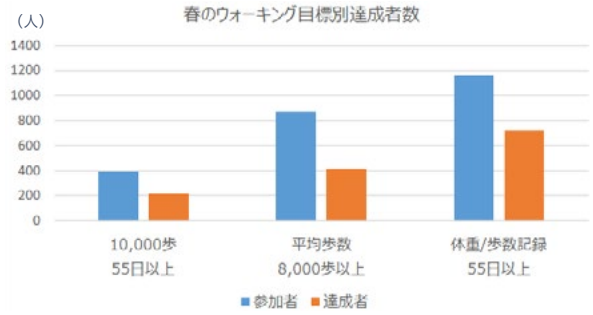


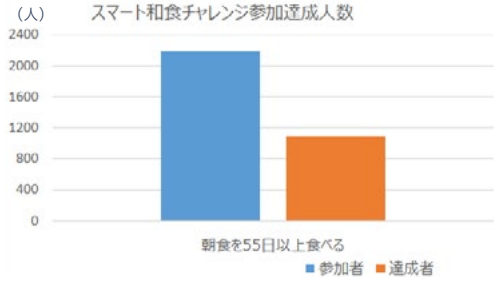
ウォーキング＆スマート和食® チャレンジ

4月19日～6月27日までの70日間、春のウォーキングおよび朝のスマート和食® チャレンジを実施しました。オンラインコミュニティでは、参加者にウォーキングの様子や景色などの写真を投稿してもらい、イベントを楽しく盛り上げ、ひとりでは続かないことでもみんなで行うことで継続しやすい状況をつくり、歩くことの習慣化や食習慣改善をめざしました。

・ウォーキング参加者2,429人（参加率9%）　目標達成1,349人（達成率55.5%）

・スマート和食® チャレンジ参加者2,190人（参加率9%）目標達成1,091人（達成率49.8%）





秋のGENKI Sports イベント

9月14日～11月30日に運動促進のためのイベントとして「秋のGENKI Sportsイベント」を開催しました。参加者が決めた運動を週1回、または週3回以上継続して取り組むことを目標としたイベントです。コミュニティサイトで自分の取り組む運動を宣言し、78日間実践しました。

期間中は、元花王陸上競技部部員による動画配信や、パーソナルヘルスケア研究所研究員からのセミナー配信などを通じて、歩くことや運動についての啓発を行いました。

イベント終了後アンケートでは、67%の人が参加前と比べて運動頻度が増えたと回答しています。

・参加者　3,437人

・達成者　1,389人（40%）

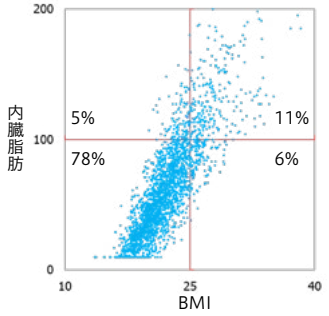
生活習慣測定サービス（生活習慣分析と内臓脂肪測定）

生活習慣に関するアンケートと生活習慣に影響を受けやすい内臓脂肪を測定し、結果を数値化して提示することで生活習慣改善への意識を高めます。

内臓脂肪測定については、①内臓脂肪測定器による計測②写真を撮って内臓脂肪を推定③健診結果から内臓脂肪値を推計する3つのコースを設けました。

・イベント参加者2,556人

内臓脂肪型肥満の割合



ベスト体調・ベスト体重イベント

ウェビナーを開催し、自分自身に合ったベスト体調をめざすことの大切さ、体内時計や暮らし方、食べ方の

社員の健康増進と安全 GRI403-6

具体的な内容について学びました。その後学んだ食べ方・暮らし方にチャレンジし、自分の体の変化を感じられるようGENKIWebに記録を行っていただきました。
・オンラインセミナー参加者　683人
・チャレンジ期間　11月29日～12月20日　参加者691人

メンタルヘルスケア（こころの健康）

2022年はKao Engagement Survey（詳細P199、204）の一環としてストレスチェックを実施しました。

回答結果から早期対応が必要と判断される従業員には、産業医や看護職が速やかにフォローを実施し、やや高ストレスと判定された従業員には個別メールでフォローしています。

また、研修や情報提供を通じて従業員一人ひとりのメンタルヘルス対応能力の向上を図っています。メンバーや職場の仲間、自分自身のちょっとした変化に気づく力をつけ、早期に対処し、苦しい時に助け合う風土づくりにつなげています。

さらに、長期に休業となった場合でも円滑な職場復帰が実施できるようガイドラインを活用しています。不調に陥らない、不調になっても早期に対処していく活動を社員にも組織にも働きかけて、より生産性の高い活力あふれる職場づくりを推進しています。

また、全社員向けのセルフケアセミナーを隔月で動画配信し、さまざまなストレスへの対応力強化に努めています。ラインケア研修として、30分の動画視聴勧奨と外部講師による講演会を実施しました。

そのほか、事業場・支社ではメンタルヘルス管理者研修を実施し、各組織に適したメンタルヘルスケアを推進しています。

全社メンタルヘルスケア活動展開

項目	2022年実績
活性化職場比率	44.7%
ストレスチェック受検率	97.04%
高ストレス者率	9.7%（0.8%悪化）
高ワークエンゲージメント者率	12.1%
管理者向け研修	12回開催　4,729人参加
セルフケア研修	4回開催　1,399人
外部EAPの利用率（件数/対象社員）	電話248件＋メール24件＋対面（含オンライン）216件/25,979人＝1.8%
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）	15,692人

またEMEAではメンタルヘルスのサポートをするために、メンタルヘルス＆ウェルビーイング・ワーキンググループを設立し、精神疾患とそれにまつわる偏見、レジリエンスとストレス管理、一般的なウェルビーイングの3つの課題を中心に取り組んでいます。

禁煙への取り組み

禁煙推進（日本）

健康で快適な職場を実現するため、2018年1月から就業時間内禁煙の推進、2020年4月からは「屋内禁煙」と「喫煙者への配慮」について、経営と合意し、イントラネットを通じ社員へ明示しました。

2022年は、新規にタバコを吸い始める人を減らすため、リーフレットの配布やメッセージを配信し、受動喫煙防止および禁煙推進を強化しています。

花王グループ禁煙週間

5月31日の世界禁煙デーから1週間を禁煙週間とし、喫煙者には、禁煙に関するリーフレットの配布や卒煙を支援するメッセージを配信し、卒煙を支援しています。
・花王グループ卒煙チャレンジ実施
　1月実施：83人参加（うち禁煙達成者44人）
　5月実施：57人参加（うち禁煙達成者27人）
　12月実施：62人参加（うち禁煙達成者35人）
・花王健康保険組合による禁煙達成者への禁煙治療費用補助：1人に支給
・花王健康保険組合より、オンライン禁煙プログラムを実施
　オンライン禁煙プログラム：16人参加

女性の健康

日本において「女性の健康相談窓口（メール相談）」を設け、社員からの相談に産業医が回答しています。また、『Women's Health News』を定期的に（3ヵ月に1回）イントラネットへ掲載し、女性の健康に関する理解を深めています。

また、各地で女性の健康セミナーを開催しています。

社員の健康増進と安全 GRI403-6

シニアの健康

60歳定年以降も健康でGENKIに過ごせるように58歳面談を実施しています。

2022年は378人に実施しました。

長時間労働者の健康チェックの拡大

花王では労働時間の適正化を推進しています。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しています。

2022年の長時間労働者健康チェック実績

活動内容	2022年実績
産業医面談	対象者：1ヵ月80時間超 面談対象106人・実施105人（実施率99%）
ウェブ健康チェック（簡易診断）	対象者： 1）時間外労働2～6ヵ月平均80時間超 面談対象29人・実施29人（実施率100%） 2）時間外労働2～6ヵ月平均60時間超 ウェブ問診回答700人 うち産業医判断により面談対象173人 全員面談実施（実施率100%）

特定不妊治療支援

花王は、日本において2009年から特定不妊治療への支援を行っています。

当初は花王健康保険組合が補助をしていましたが、2013年からファミリー会（共済会）に移管しました。その後見直しを重ね、2017年には男性不妊治療補助を追加、2020年からは支援対象会社を追加したことにより、日本花王グループ全社が支援対象となりました。

2022年の実績は246件（内、男性2件）で前年比94%、16件の減少となりました。

仕事と治療の両立に向けては、各種就業時間制度（フレックスタイム制度・在宅勤務制度・時間単位休暇）を活用しながら両立を図ることができるよう、環境を整備しています。

特定不妊治療支援の内容（日本）

項目	詳細
対象者	会員本人、配偶者 （夫婦とも会員の場合どちらかひとりに支給）
補助金	1回の治療につき、自己負担額の60%（上限12万円） 1夫婦当たり上限100万円（公的助成等他の補助を控除した自己負担額が対象）

GENKIプロジェクトの推進

2020年に組織化されたGENKIプロジェクトでは、花王社内で実践した健康ソリューションの優良事例を社員とその家族また、地域・社会に展開しています。

GENKI-Action

花王はヘルスケアに関する事業において、「内臓脂肪と“くらし”に関する研究」「歩行と健康に関する研究」などに長年取り組んできました。その過程で得られたさまざまな知見は、製品開発だけでなく、健康増進プログラムとして社員と家族の健康づくりに活用されています。この独自の健康づくりを「Kao GENKI-Action」と呼んでいます。「Kao GENKI-Action」の特徴は、健康状態や生活習慣を“見える化”し、それによって健康への意識を高めた上で、“くらし”を通じて効果的に改善することです。健康につながる“くらし”を無理なく、楽しく継続できるよう、健康的な環境づくりの支援や自社製品を使った応援を行っています。

また、「Kao GENKI-Action」のプラットフォームとして花王社員向けの健康コミュニティサイトGENKIウェブを活用し、日々の生活記録や、健康イベント等を実施しています。

KaoみんなのGENKIプロジェクト

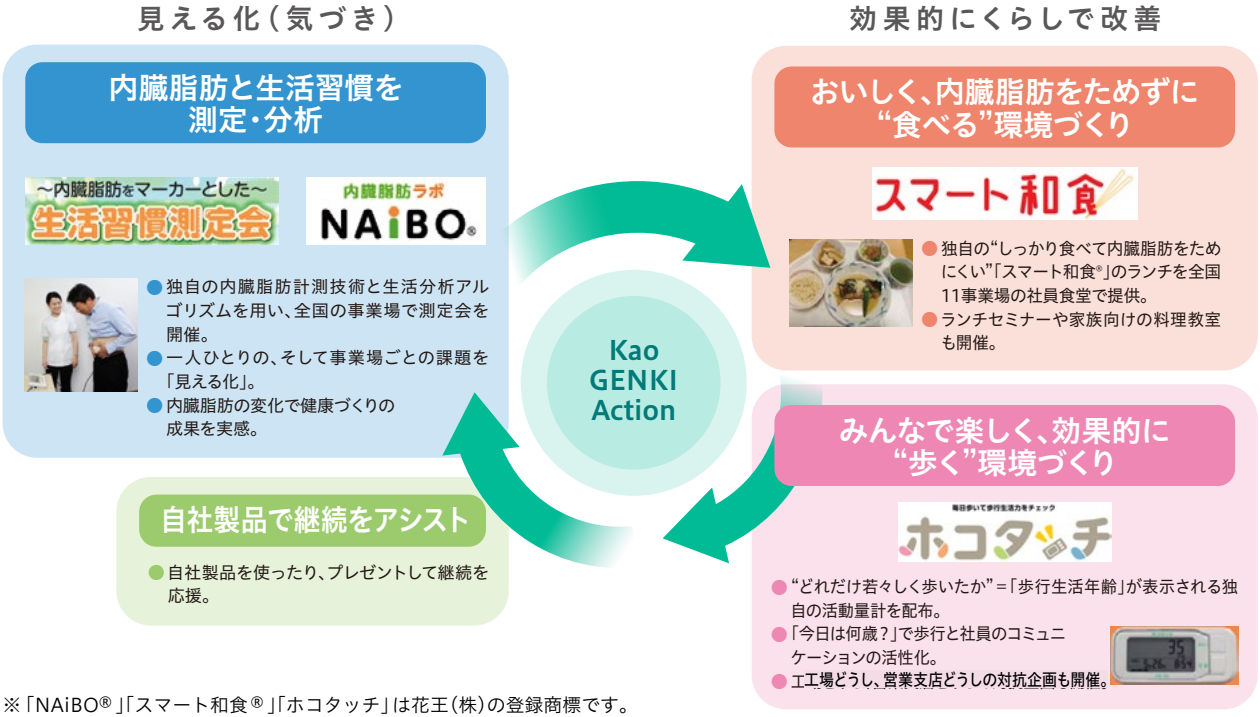
花王グループでは、社員と家族の健康づくりを、積極的に行うと同時に、そのノウハウを自治体、企業、高齢者施設など社外にも提供し、健康増進をサポートしています。

活動内容はKaoみんなのGENKIプロジェクトのウェブサイトから広く社会の皆さまにお伝えしています。

Web Kaoみんなの GENKI プロジェクト
https://www.kao.co.jp/genki/

社員の健康増進と安全 GRI403-6

GENKI-Action



※「NAiBO®」「スマート和食®」「ホコタッチ」は花王（株）の登録商標です。

ステークホルダーとの協働の具体例

日本花王社内で推進している健康増進の取り組みやサービスを、生活者をはじめとする社外の皆さまにも提供しています。

花王グループの栄養改善プログラムをグローバルにも周知していくため、NJPPP（栄養改善事業推進プラットフォーム）に加盟し、活動しています。

日本国内においては、国民の肥満症・メタボリックシンドロームの理解を深め、体重を増加させない健康的な生活習慣を育てていくため一般社団法人日本肥満症予防協会のオフィシャルパートナーとなり、活動しています。

また認定NPO法人健康都市活動支援機構と連携し、国内の活動レポートを作成、広く世の中へ周知しています。

「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。

オンラインセミナー

・保健師・栄養士など専門職向け「スマート和食® マスター講座eラーニング」：レギュラー2回、計38人が受講しました。
・専門職・人事・総務向け「健康づくり＆健康経営支援オンラインセミナー」を無料配信しました。992人の登録がありました。

社員の健康増進と安全 GRI403-6

スマート和食®Instagramオンラインレッスン

・ABCクッキングスタジオ（運営：株式会社ABC Cooking Studio）との協働で、スマート和食®の料理レッスンをInstagram & YouTubeライブ配信しました。ストーリーズ投稿閲覧約22,000、当日視聴約11,000、フィード・IGTV投稿約3,300でした。

スマート和食®の紹介

・BSよしもとのTV番組「GENKIにいただきます」でスマート和食®が紹介されました。タレントさんが、食堂や研究所を体験し、スマート和食の試食を通して特徴を伝えました。

・学会等での動画配信：日本栄養士会、国際栄養学会議でスマート和食®を通しての健康づくり活動や健康経営を国内外の専門家に紹介しました。

生活習慣および内臓脂肪測定サービス

・生活習慣測定：社外の企業・法人等　836人参加

・内臓脂肪レベル測定：日本科学未来館　3,290人参加

歩行促進プログラム

職場や地域で楽しく効果的に「歩く」環境を提供するプログラムとして、花王オリジナルの歩行計「ホコタッチ」の提供や、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：社外の企業・法人・自治体などの事業場登録者数　約16,500人
アクティブユーザー　約12,630人

・歩行基礎力測定会：社外12回・約900人参加

自治体や研究機関との総合的な取り組み

以上の健康づくりソリューションを総合的に組み合わせた取り組みを自治体や大学と連携して提供しています。

福島県「民間企業と協働した健康づくりプログラム」

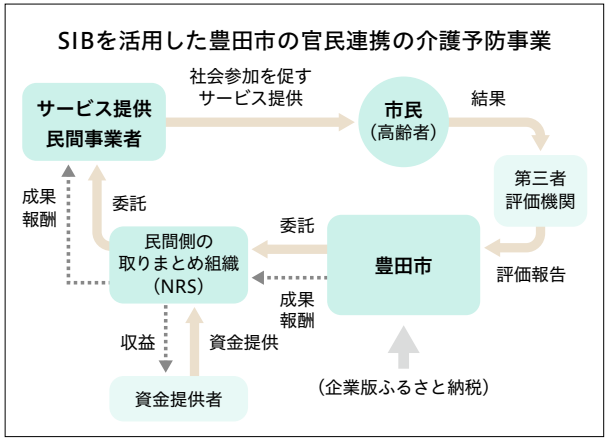
2022年度は5年連続となる「民間企業と協働した健康づくりプログラム（プロポーザル事業）」に加え、県沿岸地域復興支援の一環となる「被災地域の健康課題解決支援事業（随意契約）」も併せて受託。福島県庁や保健所からの支援のもと、県下の6自治体と連携し、各地域住民や職員に向けた歩行改善（推進）プログラムの提供を通して健康づくり施策に取り組んでいます。

今年度も引き続き新型コロナウイルス感染症拡大予防の観点から安全面を十分に確保し、歩行基礎力測定会とホコタッチ利用での日常歩行を推奨。約350人が参加、60歳以上を中心に顕著な改善効果が得られ、フレイル予防の動機付け施策として高い評価を得ています。

愛知県豊田市官民連携介護予防事業「ずっと元気！プロジェクト」

2021年10月より、ホコタッチおよび歩行基礎力測定会を65歳以上の市内在住高齢者に提供開始。初年度2021年は80人に実施し、2022年は280人を目標に実施しています。

本プロジェクトはヘルスケア分野において国内最大規模のSIB（ソーシャルインパクトボンドの略称）を活用しており、社会課題を解決する新たなしくみとして導入が進んでいます。



弘前大学COI研究推進機構との共同研究

サステナブルな健康社会に貢献するため、「寿命革命」に取り組む弘前大学COI研究推進機構と共同研究を進めています。日本一の短命県である青森県をフィールドとして、メタボリックシンドロームの削減に向け内臓脂肪を減らす基盤研究および内臓脂肪の測定と食事・運動習慣を組み合わせた社会実装研究を実施しています。

社員の健康増進と安全 GRI2-28, 403-6

2022年は研究成果を論文6報として発表。社会実装では県内企業・市町村を対象とした啓発型健診「QOL健診」において内臓脂肪測定を実施。健診後のフォローアップとして484人にホコタッチを提供しました。

「保険者機能を推進する会:シニア研究会」

「保険者機能を推進する会:シニア研究会」にて、「シニア層の健康促進と自治体へつなぐ健康事業」を実施しています。

活動資料は、データヘルス・ポータルサイトに共有され、自治体・保険者に活用されています。

「シニア層を中心としたコンソーシアム事業」:保険者

Web 「シニア層の健康促進と自治体へとつなぐ健康事業」の活動資料
https://datahealth-portal.jp/?action_kouhyou_library_material=true

外部団体との情報交換

・「健康と経営を考える会」(一般社団法人健康と経営を考える会主催)に参画し、健康経営の取り組み全般の情報交換を行っています。
・「健康いきいき職場づくりフォーラム」(公益財団法人日本生産性本部ICT・ヘルスケア推進部内)に参画し、快適な職場づくり施策やメンタルヘルスに関する情報共有を行っています。
・「さんぽ会」(産業保健研究会)に参画し、人事・保健スタッフの産業保健事例に関する意見交換を行っています。

健康経営・健康増進事例の社外発信(グローバル)

Workforce Nutrition Alliance Commitment

2021年12月の東京栄養サミットで花王はスマート和食®および健康経営支援の取り組みを世界に広めていくことをコミットメントとして発表しました。その内容がWorkforce Nutrition Allianceを通じて、bookletとなり、世界中に配信されました。

Web Workforce Nutrition Alliance – Case Study Booklet
https://www.theconsumergoodsforum.com/global-learning-mechanism-resources/workforce-nutrition-alliance-case-study-booklet/

健康経営・健康増進事例の社外発信(日本)

東京大学未来ビジョン研究センター主催セミナー

2022年3月8日に開催された「都道府県によるサステイナブルな健康経営施策の設計＝働き盛り世代の健康増進と地域の活性化に向けて＝」のリレートークに澤田会長が登壇し、花王の健康経営の取り組みと自治体での展開について講演しました。「歩く」「食べる」健康支援の具体例を紹介し、これまでの活動で培ったノウハウとソリューションを積極的に展開し、これからも顧客に「寄り添う」企業であることをお伝えしました。

“わたし”をアップデート Mirai can NOW(ミライキャンナウ) 第2弾

2022年10月5日～11月28日、日本科学未来館で開催されたイベントの身体測定体験において、ホコタッチの提供、歩行基礎力測定、内臓脂肪レベル測定の体験提供を行いました。またイベント期間中は「スマート和食®」のレシピを、毎週1回開催されたオプショナルツアー昼食、毎週土曜と日曜に未来館7階レストランにて販売したお弁当に提供いたしました。

SOCIAL INNOVATION WEEK SHIBUYA 2022

2022年11月8日～13日に開催されたSOCIAL INNOVAITION WEEK SHIBUYAのトークセッションに参加し、「歩くを応援ホコタッチ～花王の歩行研究から～」をテーマに花王の歩く知見とホコタッチを活用した健康増進の取り組みについて紹介いたしました。

社員の健康増進と安全 GRI2-28

社員の声

メンタルヘルス対策の強化

関根 牧子
花王株式会社
人財戦略部門 健康開発推進部

世界保健機構(WHO)によると、就労年齢成人の15%がmental disorderを有すると推定され、職場におけるメンタルヘルス対策が求められています。

国内花王グループにおいてもmental disorderによる休業者の増加が課題となっており、特に若年層において顕著です。職業生活をスタートして間もない時期にこころの健康を損なうことがないよう、その未然防止のためにメンタルヘルス研修体系を改めて構築し、メンタルヘルスに関するセルフケアとラインケア双方の学びの場を拡充しました。

リモート勤務が浸透する中、さまざまな職場の社員が気軽に参加できるよう、オープンかつ効果的な内容と効率的な運営を、産業医をはじめとする産業保健専門職とも連携をしながら進めています。

今後はさらに各プログラムの参加率を高め、普段から自身と周囲のこころの健康維持増進を意識し実践することが、社内の共通認識になるよう継続していきます。

こうした取り組みにより、社員一人ひとりのよりよい状態につなげ、社員活力の最大化に貢献してまいります。

社員の健康増進と安全

ステークホルダー・エンゲージメント

坂根 直樹 氏
京都医療センター 臨床研究センター
予防医学研究室長

取り組みへの評価

私が率いる予防医学研究室では糖尿病やメタボ予防の研究を行っている。その結果、生活習慣を改善すれば、糖尿病やメタボを半減することを証明することができた。それをリアルワールド(現実世界)でどのように実装させることができるかが課題である。私はさまざまな企業や自治体に対し、糖尿病やメタボ予防対策に対していろいろなアイデアを提案してきた。しかし、これらのアイデアを即実行してくれる企業や自治体は少ない。花王の社員や家族に対する取り組みでは、いろいろなアイデアが実装されている。興味深いのはプレゼンティーズムなど仕事の生産性について調査している点である。我々も医療従事者のワーク・エンゲイジメント向上プログラムを開発し、ノルマ(仕事の要求度)だけでなく、チームや個人の領域の資源が大切であることを見出している。地域への健康づくりについては、生活習慣測定会(内臓脂肪測定)と内臓脂肪を低減させるスマート和食の普及活動の展開が素晴らしい。また、イントラネットを活用した行動変容の調査から健康維持活動に男女とも二極化がみられているのが面白い。現在の戦略に反応しない層への新たな戦略が望まれる。

花王への期待・提言

70歳までの就業機会確保が企業の努力義務となり、時代はまさに「生涯現役時代」を迎えている。シニア層をターゲットとした取り組みも始まっているようであり、転倒やフレイル予防などの取り組みにも期待したい。また、コロナ禍においてニューノーマルに対応した生活習慣支援の開発が望まれている。オンラインの活用により、幅広く情報を発信することが可能となることを期待する。日本人は「読み書き能力」(リテラシー)が高いとされ、ヘルスリテラシーも高いと思われがちだが、ヘルスリテラシーはEUやアジア諸国よりも低いとされる※。健康に関する情報を正しく選択し、理解して健康に活用できるのがヘルスリテラシーである。しかし、巷では健康やダイエットに関する情報が氾濫している。現在、我々の研究室では健診に特化したヘルスリテラシー尺度と保健指導に役立つ進化型レコメンドの開発を行っている。花王にも家族や社員のヘルスリテラシーを高める取り組みを行うことを期待したい。

※ヨーロッパヘルスリテラシー調査質問紙(European Health Literacy Survey Questionnaire 、HLS-EU-Q47)という、ヘルスリテラシーの包括的な尺度が開発され、ヨーロッパ、アジア、日本で調査が実施された結果から日本が、ヘルスリテラシーがEUやアジア諸国よりも低いとされたことに基づく
https://www.healthliteracy.jp/kenkou/japan.html

社員の健康増進と安全

国内花王グループ社員の主な健康指標

項目	2018年	2019年	2020年	2021年
定期健診受診率	100%	100%	100%	100%
健診有所見者の再検査受診率	93.9%	94.9%	88.1%	92.6%
朝食を週3回以上食べる社員	男性77.6%	男性77.1%	男性76.5%	男性75.8%
	女性75.5%	女性76.1%	女性76.3%	女性76.5%
運動を週1回以上する社員	男性56.4%	男性57.5%	男性60.3%	男性60.2%
	女性35.0%	女性36.5%	女性40.4%	女性56.2%
1日当たり60分以上歩く社員	男性53.9%	男性56.0%	男性55.6%	男性49.1%
	女性60.7%	女性61.7%	女性60.6%	女性56.2%
ぐっすり眠れている社員	男性64.0%	男性63.0%	男性63.8%	男性63.6%
	女性62.2%	女性61.9%	女性62.6%	女性61.7%
たばこを吸わない社員	男性72.3%	男性72.6%	男性74.0%	男性75.2%
	女性80.8%	女性81.6%	女性83.0%	女性84.4%
生活習慣改善に取り組んでいる社員	男性28.4%	男性27.3%	男性28.0%	男性28.3%
	女性18.2%	女性18.6%	女性21.2%	女性22.4%
毎日飲酒しない社員	男性81.4%	男性82.1%	男性82.0%	男性82.1%
	女性91.2%	女性91.4%	女性90.6%	女性90.0%
BMI25以上の社員	男性25.5%	男性26.7%	男性28.5%	男性27.3%
	女性13.4%	女性14.0%	女性15.0%	女性14.7%
メタボリックシンドローム該当者予備群（35歳以上）	男性30.6%	男性32.3%	男性36.9%	男性33.8%
	女性 6.6%	女性 7.4%	女性 8.9%	女性 8.2%
糖尿病のハイリスク者の治療継続率	ー	ー	ー	87.7%
特定保健指導対象者（40歳以上）	男性18.3%	男性19.0%	男性22.4%	男性18.9%
	女性 7.8%	女性 7.9%	女性 9.2%	女性 8.1%
特定保健指導実施率（40歳以上）	72.2%	71.6%	63.2%	71.2%

主な健康施策の投資額

	年度	カテゴリ	件数	円（税抜）
GENKI-WEB	2022年	食事解析		5,450,000
		コミュニティ		5,739,316
		システム利用料		5,086,000
GENKIポイント	2022年	アイテム	4,694	12,779,349
		ハートポケット倶楽部への寄付	1,293	129,300
各事業場・地区における費用助成（健保組合体育奨励費）	2021年	健康づくり事業	115	6,764,183

全社健康推進活動展開（日本）

2022年活動内容	2022年実績	2022年参加者満足度
42日間減量チャレンジ	2,689人参加	62%
健診前減量チャレンジ	350人参加	77%
オンラインラジオ体操	のべ1,195人参加	ー
禁煙マラソン	202人参加（106人達成）	ー
オンライン禁煙	16人	ー
春のウォーキング＆朝食チャレンジ	ウォーキング：2,492人参加	85%
	朝食チャレンジ：2,190人参加	
秋のGENKI Sportsイベント	3,437人参加	
腰痛肩こりセミナー	視聴会：6回開催、1,063人参加	94%
	録画視聴：675人	
	オンライン体操：7回開催、403人参加	
ベスト体調＆ベスト体重でGENKIチャレンジ	セミナー参加者：683人	95%
	チャレンジ参加者：691人	
Women's Health News	4回配信（平均アクセス数：3,624）	ー
GENKIもりもり通信／スマート和食通信	14回配信（平均アクセス数：2,539）	ー
わたしの健康宣言インタビュー	2回配信（平均アクセス数：3,200）	
女性の健康セミナー	190人	94%

各事業所での健康推進活動展開（日本）（イベント／セミナー／キャンペーン等）

活動内容	2022年実績
生活習慣病関連：栄養セミナー、体力測定、健康フェア、産業医講話等	44企画実施、のべ18,880人参加
禁煙	6企画実施、のべ1,167人参加
女性：女性の健康、更年期セミナー等	44企画実施、のべ18,880人参加
メンタルヘルス：メンタルヘルス研修、美容部員、新入社員、昇格者セミナー等	9企画実施、のべ3,035人参加

社員の健康増進と安全

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、花王で働くすべての人の安全・健康の確保に努めています。
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。

安全

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。このような状況の中、安全な操業の維持と全社員が安全に働ける労働環境を提供することは企業の必然的な課題です。

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、「従業員の健康増進と快適な職場環境の形成に努める。また、定期的な訓練を行い、安全の確保、緊急時の対応に備える」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るため、事故・災害のリスクを評価し、その管理策を確実に実施することで、安定した操業を維持していきます。

Web 花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

戦略

リスクと機会

リスク

・重篤災害や作業環境不備で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

機会

もれなくリスクを洗い出し、全社員の労働安全衛生を脅かす要因を評価し、それを低減させることにより、安全・安心で健康にいきいきと働ける職場づくりを実践します。

戦略

企業活動を行う上で、社員とパートナー社員、またその家族の健康と安全な職場環境を維持することで、心身共に健康で安心して働くことのできる環境を実現し、事業活動を充実させ、企業価値を高めることにつなげています。

そのため、さまざまな有害要因から社員を守り、心身共に健全な状態で働くことのできる職場環境づくりに取り組んでおり、2030年に、労働によって発生する災害の発生率(災害度数率)を、花王グループ全体で0.1以下(年間で7名以下)にするべく、設備的、管理的など適切な対策を花王レスポンシブル・ケア(RC)の目標として設定し、継続的に、かつグループが一体となって活動を推進しています。

社会的インパクト

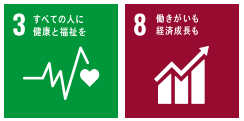
花王レスポンシブル・ケア(RC)方針に「労働安全衛生」の活動方針を定めており、作業・機械・化学物質等のリスクアセスメント活動、健康診断の確実な実施とフォロー、メンタルヘルス対策に注力して活動し、花王で働くすべての人の安全・健康の確保に努めます。

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。

すべての従業員が健康で安全・安心に働けることで、事業活動が正常に行われ、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。

社員の健康増進と安全 GRI3-3, 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 404-2

貢献するSDGs



事業インパクト

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われることは、不要な経費発生を抑え総合的なコスト低減、収益拡大につながります。

ガバナンス

体制

花王グループは、2008年に「RC世界憲章」に社長が署名し活動を開始しました。その後2014年からは世界の花王グループ全体での活動として推進をしています。

取締役会の監督のもと、内部統制委員会において「レスポンシブル・ケア(RC)推進委員会」を設置し、RC推進委員会の委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。RC活動は、“環境保全”“保安防災”“労働安全衛生”“物流安全”“化学品・製品安全”“社会との対話”の6つのコードに関して毎年目標を設定して、各部門や関係会社における活動状況を自己点検しマネジメントによるレビューをすることで、企業活動を行う上でのリスク低減に向けた継続的改善活動を推進しています。

これらの活動は、第三者機関において往査を受け、活動の客観的な妥当性評価を受けており、花王ESG戦略ともリンクしながら遂行しています。

花王グループ全体で推進体制を定め、各部門で委員を選出しレスポンシブル・ケア活動を推進しています。

花王の推進体制および活動については、下記に掲載しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

P284 レスポンシブル・ケア活動

教育と浸透

安全衛生に関する教育計画を立て、入社時や配転時に安全教育を行い、さらに特別な教育を必要とする業務を特定し、必要な社員に対して随時教育を実施しています。

教育を行うことで、職場での労働安全衛生に関する情報を共有し、目標に向けて活動することができています。

また、大地震などの自然災害への対応訓練や社員への安否確認訓練を定期的に実施し、緊急事態にも備えています。

ステークホルダーとの協働

全社員が日々安全・安心に働けるよう職場づくりに努めています。また、事業場で共に働く協力会社社員の安全も確保するため、協力会社を交えた救命講習や消火訓練などの安全・防災行事を行っています。毎月協力会社との間で、花王内の労働災害事故事例とその対策等の安全に関する情報を共有し、協働で安全活動を推進し、安全で安心な企業となるよう努めています。

リスク管理

社員や社会の「環境・安全・健康」を確保するべく、レスポンシブル・ケア(RC)活動を確実に推進するため、企業活動上のリスクを特定し、確実の対策を実施することで、継続的なリスク低減活動を実施しています。

推進部門やグループ会社の活動をRC推進委員会事務局が自己点検をすることで、顕在した、あるいは潜在的なリスクを特定し、個々に改善する活動を行っています。その結果はマネジメントによりレビューされ、翌年以降の目標設定に反映し、花王グループ全体で着実に活動を実施する体制を構築しています。

RC推進委員会、グローバルRCミーティング、また日本RCミーティングの3つの会議体を毎年定期的に開催することにより、推進部門やグループ会社の推進責任者等と定期的に情報共有、情報交換を行うことで、花王グループとしてのリスクを明確にし、花王グループ全体のリスク低減につなげています。

「大地震・自然災害」をコーポレートリスクとして選

社員の健康増進と安全 GRI3-3, 403-1, 403-2

定し、継続的にリスク低減活動を行っています。首都直下や南海トラフにおける大地震発生時の会社としての初動体制を構築し毎年2回の訓練を通して検証し、必要に応じて体制や運用の見直しを行い、有事への備えを整えています。また、津波や大雨による洪水リスク、また、世界的に拡大、激甚化している自然災害や、富士山噴火などの新たなリスクに対してもコーポレートリスクWGの活動テーマとして設定し、リスク低減に向けた活動を推進しています。

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

花王は2030年にグローバルでトップレベルの労働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、協力会社共に、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2030年まで目標としています。

この目標を達成するため、バックキャスティングした目標や活動を毎年のRC目標として掲げ着実に推進しています。

2022年実績

「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、生活型災害防止対策の推進、安全マネジメントシステムのレベルアップ、設備・作業・化学物質のリスクアセスメントの実施、ヒヤリハットや改善提案活動の推進、非定常作業時の安全管理徹底、安全教育の確実な実施、過去災害事例情報の共有、交通安全教育の充実による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。

社員の健康増進と安全 GRI403-9, 403-10

2022年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象		2019年	2020年	2021年	2022年	
				実績	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	0	0	0	1
		内訳	日本	0	0	0	—	1
			アジア	0	0	0	—	0
			米州	0	0	0	—	0
			欧州	0	0	0	—	0
		協力会社(花王グループ)☑		0	0	1	0	0
		内訳	日本	0	0	0	—	0
			アジア	0	0	1	—	0
			米州	0	0	0	—	0
			欧州	0	0	0	—	0
	休業度数率※2	社員+派遣社員(花王グループ)☑		0.78	0.53	0.64	0.38以下	0.65
		内訳	日本	0.67	0.41	0.46	—	0.51
			アジア	0.25	0.07	0.38	—	0.33
			米州	3.21	2.03	4.40	—	1.91
			欧州	3.30	2.85	1.50	—	2.26
		参考:日本化学工業協会加盟会社　社員+派遣社員		0.42	0.28	0.41	—	—
		協力会社(花王グループ)☑		0.24	0.66	0.23	0.19以下	0.77
		内訳	日本	0.66	0.85	0.38	—	1.28
			アジア	0.06	0.14	0.14	—	0.12
			米州	0.00	5.51	0.00	—	6.20
			欧州	4.18	7.88	0.00	—	3.57
		参考:日本化学工業協会加盟会社　協力会社		0.57	0.59	0.64	—	—

※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日以上および身体の一部または機能を失ったもの)

社員の健康増進と安全 GRI403-9, 403-10

2022年 目標と実績(花王グループ)

項目	指標	対象		2019年 実績	2020年 実績	2021年 実績	2022年 目標	2022年 実績
労働災害	全災害度数率※3	社員＋派遣社員(花王グループ)		2.33	1.90	1.82	1.14以下	1.75
		内訳	日本	2.47	2.00	1.73	—	1.84
			アジア	0.49	0.34	0.95	—	0.65
			米州	6.02	4.05	8.00	—	3.19
			欧州	5.78	4.98	2.44	—	3.20
		協力会社(花王グループ)		0.75	1.43	1.07	0.57以下	1.39
		内訳	日本	1.87	2.18	1.78	—	2.85
			アジア	0.18	0.55	0.55	—	0.18
			米州	0.00	5.51	0.00	—	6.20
			欧州	16.70	7.88	2.50	—	4.76
	強度率※4	社員＋派遣社員(花王グループ)		0.01	0.04	0.01	—	0.11
		内訳	日本	0.01	0.05	0.01	—	0.15
			アジア	0.01	0.00	0.01	—	0.00
			米州	0.02	0.03	0.12	—	0.07
			欧州	0.05	0.08	0.02	—	0.03
		参考:日本化学工業協会加盟会社　社員＋派遣社員		0.01	0.11	0.01	—	—
		協力会社(花王グループ)		0.01	0.03	0.30	—	0.02
		内訳	日本	0.04	0.06	0.03	—	0.04
			アジア	0.01	0.01	0.52	—	0.00
			米州	0.00	0.17	0.00	—	0.08
			欧州	0.03	0.06	0.00	—	0.26
		参考:日本化学工業協会加盟会社　協力会社		0.03	0.15	0.15	—	—
	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	0	0	0	0
		内訳	日本	0	0	0	—	0
			アジア	0	0	0	—	0
			米州	0	0	0	—	0
			欧州	0	0	0	—	0
交通事故	過失100%人身事故(件)	販売・配送(日本)		5	1	3	0	5
	過失0%以外百台率※5			6.48	3.68	4.63	8.30以下	5.01

※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

2023年の目標

2030年にグローバルでトップレベルの労働安全衛生を満たす企業となるため、事故・災害の発生防止に努める目標を立て、そこからバックキャスティングした2023年の事故・災害防止目標のもとで活動します。

なお、交通事故の目標は日本のみです。

2023年の目標(花王グループ)

項目	対象	指標	2023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	0.32以下
		全災害度数率※3	0.96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	0.17以下
		全災害度数率※3	0.52以下
	社員	業務上疾病による休業者数(人)	ゼロ
交通事故	販売・配送	過失100%人身事故(件)	ゼロ
		過失0%以外百台率※4	7.9以下

※1 機能損失災害: 負傷が治った時に障害(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日以上および身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

2022年実績に対する考察

2022年の休業災害および交通事故件数は昨年とほぼ同等でした。

社員の健康増進と安全 GRI403-2, 403-4

主な取り組み

労働災害発生状況

2022年の社員・派遣社員の労働災害による被災者数は134人でした。そのうち休業被災者数は50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40人で、そのうち休業被災者数は22人でした。

国内でフォークリフトによる死亡事故が発生しており、真の原因追求を行い再発防止対策を強化しました。

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」が44人、次いで「動作反動」によるものが20人、「激突」によるものが13人でした。近年、「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、人体への影響や自然環境汚染のリスクはゼロではありません。そこで、人や環境におよぼす影響を評価し、リスク低減のための措置を行っています。

また、設備の増改築時や原料を変更する際には、事前に人や環境におよぼす影響を随時評価しています。

これらはSAICMプロジェクトにて対応しています。

P253 責任ある化学物質管理

休業無災害表彰制度による安全意識の向上

さらなる安全意識向上を図るために、2016年より休業無災害表彰制度の対象を、国内工場から海外工場へ拡大しました。また2021年より労働災害の発生が多い国内の販売会社およびロジスティクス会社へ安全表彰制度(休業無災害、交通安全)を拡大しました。

2022年は、国内5工場、海外5工場、ロジスティクス7拠点が表彰されました。

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

休業無災害表彰(2022年)

地域	社名・工場名	ステージ
日本	富士	ステージ4(10年)
	川崎	ステージ2(5年)
	和歌山	ステージ2(540万時間)
	栃木	ステージ1(3年)
	鹿島	
中国	花王合肥	ステージ4(10年)
	花王葫芦島鋳造材料	ステージ3(7年)
タイ	花王インダストリアル(タイランド)	ステージ2(5年)
インドネシア	花王インドネシア(チカラン工場)	ステージ2(5年)
	花王インドネシア(カラワン工場)	ステージ1(3年)

休業無災害表彰(販売&ロジ会社、2022年)

社名	拠点名	ステージ
花王ロジスティクス	徳山センター	ステージ3(15年)
	石狩ロジスティクスセンター	ステージ3(7年)
	愛甲センター	ステージ3(7年)
	福岡北ロジスティクスセンター	ステージ1(5年)
	堺南リージョナルロジスティクスセンター	ステージ1(5年)
	川越ロジスティクスセンター	ステージ1(3年)
	稲沢ロジスティクスセンター	ステージ1(3年)

10年休業無災害で社長表彰を獲得した花王合肥(中国)

10年休業無災害で社長表彰を獲得した花王ロジ・徳山センター

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年より安全スローガンを海外拠点で現地語に翻訳し、社長が登場する安全ポスターとして国内・海外拠点に展開し、グローバルで共有しています。

社員の健康増進と安全 GRI403-2, 403-4

2018年からは安全ポスターの標語をグローバルで募集し選定しています。

2022年は、酒田工場の標語が最優秀賞として選定され、この安全標語で安全ポスターを制作し、日本および海外の関係会社に配布、掲示しました。

グローバルでの安全意識向上のため、今後も引き続き本活動を推進していきます。

社長が登場する安全ポスターを12ヵ国語で展開
(左上から時計回りに日本語、英語、中国語、タイ語)

最優秀賞の表彰風景
(酒田工場(日本))

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共に、各国の作業環境基準や法令を遵守するため、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。

責任ある化学物質管理

花王は、世界の人々が化学物質の恩恵を享受し、そのリスクが適切に管理される安全・安心な社会であることが大切だと考えます。この社会の実現に向けて、ESG（環境・社会・ガバナンス）活動を通じて「責任ある化学物質管理」を推進し持続可能な社会の実現に貢献していきます。

社会的課題

化学物質は私たちの生活を育み、世界の人々の豊かな生活文化の実現に不可欠です。その反面、化学物質が人と環境に負の影響を与えてしまう側面もあります。

気候変動、生物多様性損失、汚染が地球の三重の脅威と称され（UNEP, 2021※1）、化学物質と廃棄物の不適切な管理が世界的な汚染危機を招いていることがG7各国の大臣レベルで認識されています（G7, 2022※2）。2020年以降の化学物質管理に関する国際目標（ポストSAICM※3）策定に向けた議論で交わされているように、関係する幅広いステークホルダーの参加と野心的かつ具体的な化学物質管理が求められています（UN, 2022※4）。

※1 国連環境総会
https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/100153120.pdf
※2 G7 気候・エネルギー・環境大臣会合コミュニケ
https://www.env.go.jp/content/000039435.pdf
※3 SAICM
Strategic Approach to International Chemicals Management
※4 IP4.2 (2022)
http://www.saicm.org/Portals/12/documents/meetings/IP4/Statements/ICCM5%20President%20Opening%20Remarks.pdf

方針

花王は、責任ある化学物質管理をESG戦略における重点取り組みテーマのひとつとして位置づけています。

我々は、世界の人々が化学物質の恩恵を享受し、リスクが適切に管理される安全・安心な社会の構築に貢献したいと考えます。この社会の実現に向けてESG活動を通じて、「責任ある化学物質管理」を先導していきます。

Web 責任ある化学物質管理推進の基本方針
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/saicm/saicm-policy/

P36 Our ESG Vision and Strategy > 指標と目標

戦略

リスクと機会

リスク

化学物質をライフサイクル全体で適切に管理しない場合、健康、地球、社会への問題を引き起こすことがあり、事業の継続が困難になります。

さらに、欧州の「持続可能な化学物質戦略」（CSS: Chemicals Strategy for Sustainability）で予想される、世界的な社会や化学業界の変化に適切な対応をとらない場合、事業の競争力が低下する恐れがあります。

機会

「責任ある化学物質管理」を推進することで、化学物質の有用性を最大限に引き出し、気候変動や生物多様性損失への対策も含めた持続可能な社会の実現に貢献します。それにより社会的信頼も得て事業の成長が期待できます。

戦略

花王は、化学物質管理をESG戦略における重点課題のひとつとして捉えています。2022年4月にはESGコミッティでの意思決定をSAICM推進活動と事業活動により迅速に反映させるため、その下に化学物質管理ステアリングコミッティを設置しました。

「正道を歩む」を活動の原点とし、責任ある化学物質管理の基本方針のもと、化学物質に関わる国際ルール、各国・地域の法規制、業界団体の自主基準等の本質やその価値観を理解し、以下の3つの活動を中心として化学物質の有用性を最大限に引き出すべく自主的かつ戦略的に取り組み、企業価値向上に努めます。

①環境負荷低減製品・プロセスの開発
・製品ライフサイクル全体で環境負荷を最小化

②管理システム※を活用したリスク評価手法の最適化およびリスク評価・管理強化
・化学物質のリスク評価手法の最適化と、管理効率の向上
・化学物質による事故ゼロの実現と、地域社会の安全確保・安心の醸成

責任ある化学物質管理

※物質情報、安全性情報、法規情報、数量・用途情報等

③有用性・安全性情報、取り組みの開示と継続的対話

・化学物質の有用性と安全性に関する情報をわかりやすく開示

・社会から信頼される企業になるためのコミュニケーション

社会的インパクト

化学物質管理は、資源枯渇、気候変動、生物多様性損失、水不足、大気・水質汚染、プラスチック問題、ごみ問題、誤情報・偽情報発信等、さまざまな社会・環境課題と深く関わっています。方針と戦略に基づき、産官学との連携を一層強め、リスク評価を含む化学物質管理の取り組みを社会と共有・協働していくことで、人々の安全・安心の確保や、環境を含むさまざまな社会課題の解決に貢献していきます。

貢献するSDGs

事業インパクト

原材料調達から廃棄・リサイクルまで環境負荷を最小化した製品を市場に投入し続けることで、持続的な事業の成長につながります。

生活者、顧客、社員、流通、行政等、幅広いステークホルダーへの化学物質情報の開示とそれを利用したコミュニケーションの充実により、化学物質とその含有製品の理解が深まり、適正な取り扱い方法の普及が進みます。その結果、社会の安全・安心確保に加えて信頼の醸成が期待され、事業の成長につながります。

責任ある化学物質管理 GRI3-3, 404-2

ガバナンス

体制

2022年からは、ESGコミッティ傘下の化学物質管理ステアリングコミッティで策定する大きな方針のもと、SAICM推進委員会が中心となり、製品ライフサイクルを通じての自主的な化学物質管理を推進しています。

当委員会は執行役員が委員長を務め、推進委員は主要な部門から選出されており、提案された取り組みは各部門の日々の業務に反映されています。決議事項はESGコミッティ、経営会議、執行役員会のいずれかの場において、化学物質管理ステアリングコミッティを通じて年1回以上報告し、意思決定の確実なプロセスを維持しています。

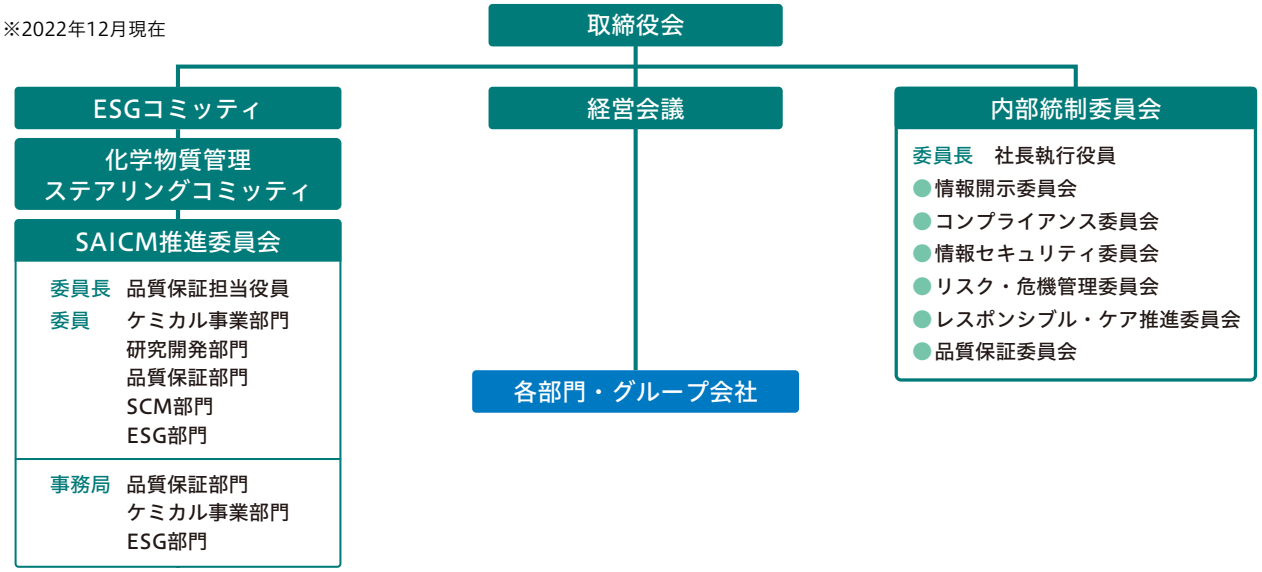
この委員会では活動を推進する5つのチーム※を設置して戦略的な活動を推進しています。各チームのミーティングに加え、年に4回開催されるSAICM推進委員会では、計画、進捗報告、見直しのほか、新規課題への提案・議論や外部有識者を招いた講演会も開催しています。

2022年1月には、社外の視点を反映させるため花王SAICM有識者懇談会を新設しました。SAICM推進委員長および社外有識者で構成され、「責任ある化学物質管理」の考え方や方法へのご指摘・助言をいただくことで活動の真価を追求し続けています。

※ 環境負荷最小化、リスク評価最適化、事故ゼロと地域社会の安全・安心、有用性・安全性情報開示、信頼性コミュニケーション

責任ある化学物質管理活動推進体制

※2022年12月現在



P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

化学物質管理の意識を高め、より正しい理解を深めるために、外部有識者の講演を含む社員向け教育を継続的に行っています。2022年度は以下の取り組みを実施しました。

・化学物質取り扱い関係者への化学品法規説明会
・製造現場での化学物質の危険性・有害性に関する教育
・外部有識者講演会
　・SAICMおよびUNEA5　・ストックホルム+50

ステークホルダーとの協働

生活者を含むステークホルダーが、化学物質をより適切に使用し、安全で安心して暮らすためには、相互理解が不可欠です。私たちは、化学物質のリスクに関する情報をステークホルダーと共有し相互理解すること（リスクコミュニケーション）で、お互いの信頼と安心を育てられるよう、継続的に取り組んでいます。

また、化学物質管理に関連する学会などの専門家とも協働しています。

生活者との連携/コミュニケーション

製品を安全に安心してお使いいただくため、化学物

責任ある化学物質管理 GRI3-3, 404-2

質のリスクに関する情報についてコミュニケーションを継続しています。

顧客・代理店との連携

川上から川下まで、事業者が国内外の化学物質規制に準拠しつつ、化学物質を適切に取り扱えるように、サプライチェーンを通してさまざまな情報が伝達されています。花王も顧客や販売代理店と協力して、効率的な情報伝達や管理に取り組んでいます。

行政との連携

化学物質に関わる規制当局の信頼を深め、化学物質を取り扱う企業としてより適正な化学物質管理を推進するため、国内外行政との対話と連携を継続しています。

産業界との連携

産業界の化学物質管理の取り組みに貢献するため、さまざまな活動に参加しています。

リスク管理

世界的に化学物質を取り巻く科学・規制・社会のそれぞれの分野で起こっているもしくは起こりうる課題を把握し、SAICM推進委員会が中心となり、リスクと機会を整理した上で、重要事項に優先的に取り組んでいます。例えば、化学物質を取り扱う現場では事故ゼロをめざしPDCAサイクルを継続的に回しています。

これらの活動は、定期的に化学物質管理ステアリングコミッティを通じてESGコミッティに報告しています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

私たちは2030年長期目標の中間点として、グローバルで存在価値ある企業“Kao”を実現する中期経営計画K25を策定しました。その筆頭の「持続的社会に欠かせない企業になる」においては、地球環境問題解決への取り組みは不可欠です。「正道を歩む」を活動の原点と考え、「責任ある化学物質管理」の実現を通じて持続可能なかたちで事業活動を発展させるため、2030年までに達成すべき目標を以下に定めました。

①環境負荷低減製品・プロセスの開発

原材料調達から開発、製造、販売、使用、廃棄・リサイクルまで製品ライフサイクルの全段階において化学物質に係る環境負荷を最小化するモノづくりを社会に提案し、社会と協働してその実行を促進し、持続可能な社会の実現に貢献します。

②管理システムを活用したリスク評価手法の最適化およびリスク評価・管理強化

最適な化学物質のリスク評価手法を開発し、管理システムを駆使して、実際のリスク評価と管理強化を促進します。工場では事故ゼロを実現し、地域社会の安全確保・安心の醸成をめざします。また、リスク評価手法最適化研究の成果と評価結果を社会と共有し、化学物質のリスクが社会全体で適切かつ効率的に管理されることに貢献します。

③有用性・安全性情報、取り組みの開示と継続的対話

化学物質情報と花王の具体的取り組みの情報を正確にわかりやすく発信し、ステークホルダーと継続的なコミュニケーションを行うことで、化学物質に関する社会の信頼・安心を醸成します。

こうしたアプローチに対し、指標を策定し、2020年より公表しています。

〈指標1〉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（目標 100%（2030年））

人や環境への影響や、花王の企業活動における重要性などを考慮して公開する化学物質を選定しています。

責任ある化学物質管理

〈指標2〉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（目標 100%（毎年））

管理の要件は社会・環境の変化と共に変動します。その都度、現実的に利用可能な最良の方法で影響の最小化に努めています。

P36 Our ESG Vision and Strategy > 指標と目標

2022年実績

2022年の計画に沿って活動しました。製品・プロセスの開発、安全性評価、現場のリスク管理を通じて化学物質によるリスクを最小化し、情報開示・対話を通じて化学物質に対する社会の信頼と安心につなげる取り組みを継続しています。

①環境負荷低減製品・プロセスの開発

・サステナブル原料の利用向上とLC-CO_2削減、節水、廃棄物削減に貢献する製品を開発。

・環境負荷低減製品・プロセス開発の進捗を測る評価軸の検討継続。

②管理システムを活用した、リスク評価手法の最適化およびリスク評価・管理強化

・花王優先評価物質の評価実施（2カテゴリー）。

・動物を使わない安全性評価技術に関する学会・論文発表を実施（日本毒性学会、日本動物実験代替法学会など）。

・ポスト2020生物多様性枠組み策定とTNFD※1運用に先駆け、化学物質管理が生物多様性におよぼすリスクと機会を把握※2。

・花王の工場で化学物質のリスク管理を強化するため、化学物質に関連した環境安全情報を一元管理するシステム構築を継続。

※1 TNFD：Taskforce on Nature-related Financial Disclosures（自然関連財務情報開示タスクフォース）

※2 花王生物多様性の基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/biodiversity-basic-policy.pdf

〈指標〉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

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・安全への影響の管理（GHS表示、SDS更新、リスクアセスメント）を継続し、花王工場98%達成。

③有用性・安全性情報、取り組みの開示と継続的対話

・学校の先生等に化学物質のリスクや有用性をより正しくご理解いただくため、動画の作成に着手。

・薬学部の学生を対象とした化学物質のリスクコミュニケーションを継続。

・化学物質の有用性をわかりやすく伝えるため、内容や言葉の定義を整理。

・生活者の思いとその背景を起点とした、化学物質への疑問や不安を解消するためのコンテンツの改良、対話手段を検討。

〈指標〉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

2020年に評価を行った花王優先評価物質の安全性要約書3件（2030年までの目標に対し公開率 29%）、ケミカル製品のGPS 安全性要約書26件を開示。

Web 3カテゴリ：ジアルキル第四級アンモニウム塩、スルホコハク酸エステル、ペンタエリスリトールモノステアレート
https://chemical.kao.com/jp/sustainability/saicm/article_05/

化学物質に関する取り組みで日本化学工業協会の「JIPS賞」を6年連続で受賞
https://www.nikkakyo.org/basic/page/JIPS_award.html

・社会的に関心が高い成分に関する方針および香料成分名を開示

P65 より安全でより健康な製品

P173 徹底した透明性

以上の取り組みにおいては、化学物質総合管理システムを応用・展開し、安全性評価、数量管理、法規や社会的関心の高い物質等の情報の管理と開示に努めました。

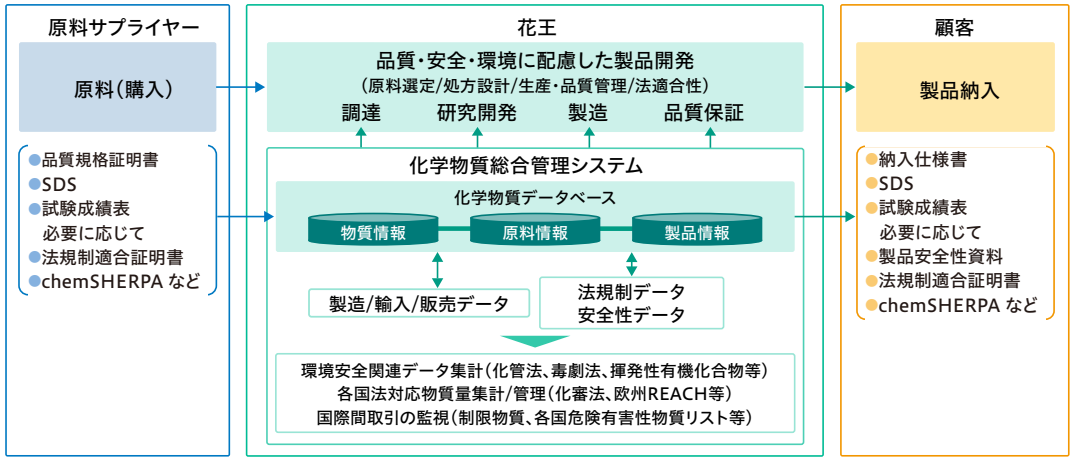
責任ある化学物質管理

化学物質の適正な管理を目的に、化学物質総合管理システムを運用しています。

このシステムでは、原料や製品および含有する化学物質の情報をデータベース化し、安全性や法規制情報の管理を行っています。また、原料に問題が発生した場合は、影響範囲を迅速に特定し、適切な対応ができるようにトレーサビリティの確保に活用しています。

世界的な化学物質関連法規制の動向や事業環境の変化に対応したシステム環境の整備と機能強化を継続します。

化学物質総合管理システム



2022年実績に対する考察

2030年中長期目標実現に向けて、2つの指標を含む2022年の計画を確実に実行しました。特に、EU CSSに基づく規制改革は、世界的な影響が予想されることから、適切な規制となるように国内外の業界団体および行政との対話や、パブリックコンサルテーションへの対応等を実施し、花王への事業影響を最小化することに努めました。

それぞれの活動を融合させ、かつ社会との連携を通じて、包括的に課題解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

責任ある化学物質管理 GRI413-1

主な取り組み

化学物質に関してさまざまなステークホルダーと、以下のようなコミュニケーションに、継続的に取り組みました。

生活者との連携/コミュニケーション

・大学の講座と協働

武蔵野大学薬学部の講座「化粧品産業論」に協力

Web 武蔵野大学 薬学科 カリキュラム
https://www.musashino-u.ac.jp/academics/faculty/pharmacy/pharmaceutical_sciences/curriculum.html

・地域住民とのコミュニケーション

工場周辺の皆さまに安心して暮らしていただくため、国内工場では工場サイトレポートを通じて、工場で取り扱う化学物質に関する取り組みを継続的に発信しました。

顧客・代理店との連携

製品含有化学物質情報の提供

自社の工業製品が含有する化学物質の規制情報等の提供にあたっては、業界共通の情報伝達書式「chemSHERPA※1」を活用して、サプライチェーン上での効率的な伝達を継続しました。

また、急増している顧客からの化学物質規制に関する問い合わせについても、自社独自の化学物質総合管理システムから、製品毎に必要なさまざまな情報を自動収集・帳票化するしくみを開発し、効率的かつ速やかに回答しています。花王の海外関係会社にもこれらのしくみの展開を進めました。

※1 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情報伝達共通スキーム。

SDS※2および製品ラベルのGHS対応

工業用製品が現地の法令に基づき適正に使用されるように、各国・地域のGHSルールに対応したSDSや製品ラベルの作成や改訂を進めました。

特に国内においては、2019年のJIS改正に対応したSDSやラベルの改訂を猶予期限の2022年5月までに完了しました。

※2 SDS
Safety Data Sheet
化学製品を安全かつ適切に取り扱うために、製品に含まれる物質名、危険有害性情報、取り扱い上の注意などに関する情報を記載した書類。

専用ネットワークによる情報提供・情報交換

工業用製品の販売代理店との専用ネットワークを活用して、オンラインでSDSやchemSHERPA-CI※3などの情報を提供し、サプライチェーン上での化学物質管理の推進を継続しました。また主要な販売代理店に対しては、個別に総合安全管理に関する情報交換会を毎年12月にオンラインで実施しています。最新の法規制動向について説明を行うと共に、花王の化学物質管理の取り組みについて、理解と協力をお願いしました。

※3 chemSHERPA-CI
特定の化学物質情報を伝達するための化学品データ作成支援ツールおよびその帳票。

行政との連携

化学物質に関わる規制当局の信頼を深め、化学物質を取り扱う企業としてより適正な化学物質管理を推進するため、行政機関等と4回の情報交換を行いました。

テーマ:ポストSAICM、レギュラトリーサイエンス、情報基盤整備、欧州の持続可能な化学物質戦略(EU Chemicals Strategy for Sustainability; EU CSS)

産業界との連携

EU CSSに基づき、2022年にREACH規則、CLP規則、化粧品規則および洗剤規則の改正に向けた各種パブリックコンサルテーションが行われました。私たちは、将来の事業への影響を最小化すべく、情報収集に努めると共に、より適切な規制となるように主要な役割を務める業界団体を通して、行政とのコミュニケーションを行いました。

このほか、2021年、日本リスク学会よりSAICM推進に係る産官学ステークホルダーに対してグッドプラクティス賞が与えられたことを踏まえ、その代表者であ

責任ある化学物質管理 GRI413-1

る北野大氏と花王が共著で、論文発表を行い化学物質管理の価値伝承と社会からの信頼醸成に努めました。

Web 日本リスク学会
リスク学研究2022年31巻3号
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjra/31/3/31_SRA-0390/_article/-char/ja

グッドプラクティス賞（SAICM社会実装）
https://www.sra-japan.jp/cms/srajaward2021/

2030年中長期目標の実現に向けたチャレンジ（SAICM推進委員会）

また、社内外のエンゲージメントを高め、2030年めざす姿を早期に実現するため、SAICM推進委員会では、2030年のありたい姿を設定しました。高い志を持ち、大きな挑戦に果敢に取り組んでいきます。

めざす姿

私たちは、世界の人々が化学物質の恩恵を享受し、リスクが適切に管理される安全・安心な社会の構築に貢献したいと考えます。この社会の実現に向けて、花王はESG活動を通じて「責任ある化学物質管理」を先導していきます。

ありたい姿

a. Kao製品の有用性・安全性情報をいつでもだれでも容易に入手できるしくみが、実現できている
b. Kaoの発信情報がサイエンスコンテンツとして活用され、子どもたちの化学の学びに貢献している
c. Kaoの開発した評価技術や安全管理手法が世界中で活用されている
d. Kaoが化学物質管理のリーダーとなり、国際目標策定・実現のレギュラーメンバーに選出されている

P201 人財開発＞主な取り組み＞挑戦推奨する組織風土の醸成＞OKRの活用

責任ある化学物質管理

ステークホルダー・エンゲージメント

松下 和夫 氏
京都大学名誉教授

2022年はスウェーデンのストックホルムで最初の国連人間環境会議が開催されてから50年、ブラジルのリオデジャネイロで地球サミットが開催されてから30年の節目となる年でした。一方、国連では、気候変動、生物多様性の損失、汚染（化学物質・廃棄物管理）、を地球の三重の脅威として警告しています。こうしたことから、気候変動と生物多様性損失への対策をも包摂した「責任ある化学物質管理」が一層求められています。

花王では世界の人々が化学物質の恩恵を享受し、リスクが適切に管理される安全・安心な社会の構築をめざし、ESG活動を通じて「責任ある化学物質管理」を先導しています。そのアプローチは、①環境負荷の最小化、②事故ゼロの実現、③リスク評価手法の最適化、④化学物質の有用性と安全性に関する情報のわかりやすい開示、⑤社会から信頼される企業になるためのコミュニケーション、となっています。

その際の基本的姿勢として、「正道を歩む」を活動の原点とし、①化学物質に対して謙虚な姿勢を忘れず安全を追究する、②責任ある化学物質管理活動のブランド化に向け情報開示と共有を行う、③社会との対話を積極的に行い生活者の行動変容につなげる、ことをめざしていることは高く評価できます。

現実に、環境負荷最小化に向けては、ライフサイクルでのCO_2削減目標と進捗管理の共有化に向けた指標を設定し、見える化を進めようとしていること、リスク評価手法の最適化の面では、安全性評価結果の公開に関し、「JIPS賞」を6年連続で受賞したことや学会賞を多数受賞していることなどからも優れた成果を上げているといえます。

また、情報開示と信頼性向上へのコミュニケーションでは、透明性と信頼性を得るための双方向のコミュニケーション内容の検討が進められ、一般生活者向けのナラティブストーリーを複数作成するなど新たな取り組みを行っており、科学的根拠のある情報を適切に発信すると共に、その信頼性向上と行動変容への効果の検証に向けた成果が期待されます。

今後引き続き国際ルールの進展状況や各国・地域の法規制の動向、そして業界団体の自主基準等の本質やその価値観を理解しつつ、社会から信頼されるフロントランナーとしてのコミュニケーションを進めることを期待するものです。

Our Foundations

ページ	アクション	2022年の活動ハイライト	キーテーマ	ページ
P265	G コーポレート・ガバナンス	外国人取締役と女性取締役が就任しました。	ダイバーシティ	P267
P276	G リスクと危機の管理	社員の安全確保、BCP、レピュテーションリスクの視点で対応しました。	ロシア・ウクライナ問題への対応	P283
		変異ウイルスによる感染拡大への対応とコロナ収束に向けた出口戦略を検討しました。	新型コロナウイルス感染拡大・長期化への対応	P283
		「花王グループ中期経営計画『K25』の達成を阻害するリスク」に関するリスク調査と外部環境の分析、経営幹部へのヒアリングをもとに、「地政学リスク」を主要リスク項目に追加すると共に2023年のコーポレートリスクテーマに選定しました。	コーポレートリスクを含む主要リスクの明確化と対応の強化	P276
P284	G レスポンシブル・ケア活動	9月29日に実施し、上半期の活動実績の報告、RC事務局監査の結果報告および翌年のRC目標を決定しました。	レスポンシブル・ケア（RC）推進委員会	P288
		7～8月にRC活動の進捗状況や課題を把握するため、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ました。	RC事務局監査	P290
P293	G 品質保証	欧米の事業に品質保証会議を新設し重点活動項目を策定しました。年末のマネジメントレビューで重点活動項目の推進状況を確認後、品質保証委員会で報告し、次年度の活動方針に反映しました。	全社品質保証活動の推進	P298
		全社横断的な対策プロジェクトでGMP、GVP、GQP体制の強化を実施しました。GVPに関しては中国のお客さま相談部門や販売部門と共に体制の強化を進め、法規制が求める運用を開始しました。	中国化粧品法規の改正に対応した体制強化	P297
		自社製造所のGMP適合性および委託先管理に関して内部監査を実施し、内部統制委員会に報告しました。日本では新たに2工場がISO22716認証を取得しました。	監査・自己点検による品質保証活動の確認	P299
		薬機法改正や消費生活製品安全法、薬事申請・原料登録に関する教育コンテンツを追加してeラーニングによる教育を継続強化し、花王グループ社員のべ9,565人が受講を完了しました。	品質保証教育プログラムの強化	P299

P300	G 情報セキュリティ	セキュリティ対策強化のためセキュリティ戦略ロードマップを作成し、これに沿って予算を確保、セキュリティ強化の施策を展開しています。また、セキュリティ戦略ロードマップの見直しも随時実施しています。	セキュリティ対策の強化	P308
		ウェブサイトのCookieは関連付けすると個人情報として扱う必要があります。そのため、Cookie取得の同意を得るようにしました。	国内改正個人情報保護法施行対応	P308
		花王は、国・地域・事業により海外に29の情報セキュリティ委員会を設置し、サイバーセキュリティ対策、機密情報・個人情報・情報資産の保護を推進しています。	海外各社情報セキュリティ委員会活動のレポート	P308
		Plan：計画策定および機密情報リスト・啓発資料・自己点検の設問等の見直し Do：啓発活動の実施 Check：自己点検・個人情報委託先監査の実施 Action：改善目標を設定し、活動を実施	情報セキュリティ対策のPDCAサイクルによる活動	P306
P309	G 戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）	2022年12月に、お客さまと直接つながるプラットフォーム「My Kao」を新たに立ち上げました。	新プラットフォーム「My Kao」	P313
		本質研究で蓄積してきた様々なデータと独自のモニタリング技術を用いて、生活者の身体情報から変化を予測し、最も適したソリューションを提案する「プレシジョン・ライフケア」を進めました。	未解決課題に最適なソリューションを提案する「プレシジョン・ライフケア」	P313
		誰にとってもアクセスしやすいデジタル情報発信をめざして全社でウェブアクセシビリティ強化を推進しています。	Leave no one behind（誰ひとり取り残さない）	P312
P316	G 知的財産	無駄がなく漏れがない知財ポートフォリオをめざし、権利化および権利の見直しを実施しました。	知財ポートフォリオ適正化	P322
		自社商品・技術・デザインの模倣に対し、事業部と知財部門が連携し毅然とした活動を展開しました。	模倣品問題への対応	P322
		知的財産を取り扱う2つの部門が今まで以上に連携し、会社がめざす活動を強力に支援しました。	花王知財部門の連携強化	P317
P323	G 租税戦略	各国・地域の税務に関する法令・規則などの遵守を徹底しました。	適切な申告と納税	P323
		グループ会社間の国際取引について当該ガイドラインの遵守に努めています。	OECD移転価格ガイドラインの遵守	P323
		各国・地域の関連法令および規定に則った健全な税務管理を行い、適切に納税して明瞭に開示しています。	納税実績の開示	P325
P327	E 生物多様性	2022年4月改訂。Kirei Lifestyleを実現すること、自然や生物多様性への依存と影響を最小限に抑え、人と社会、地球に対する価値を最大化すること、生物多様性を保全・回復させ、自然の再生をめざすことを宣言しました。	生物多様性の基本方針の改訂	P328
		花王の主力商品である洗浄剤を例に、バリューチェーン上の重要課題を特定し、評価した結果をTNFDβ版で提案されたLEAPアプローチに当てはめて報告しています。また、TNFDフォーラムにも参加しています。	TNFDへの対応	P336
		酒田工場が、2021年7月に山形県、酒田市と森づくりに関する「やまがた絆の森協定」を締結し、工場から北に約1kmのところにある庄内海岸クロマツ林の保全活動を開始、2022年は社員が参加して年2回の活動を実施しました。	拠点における生物多様性保全活動	P341

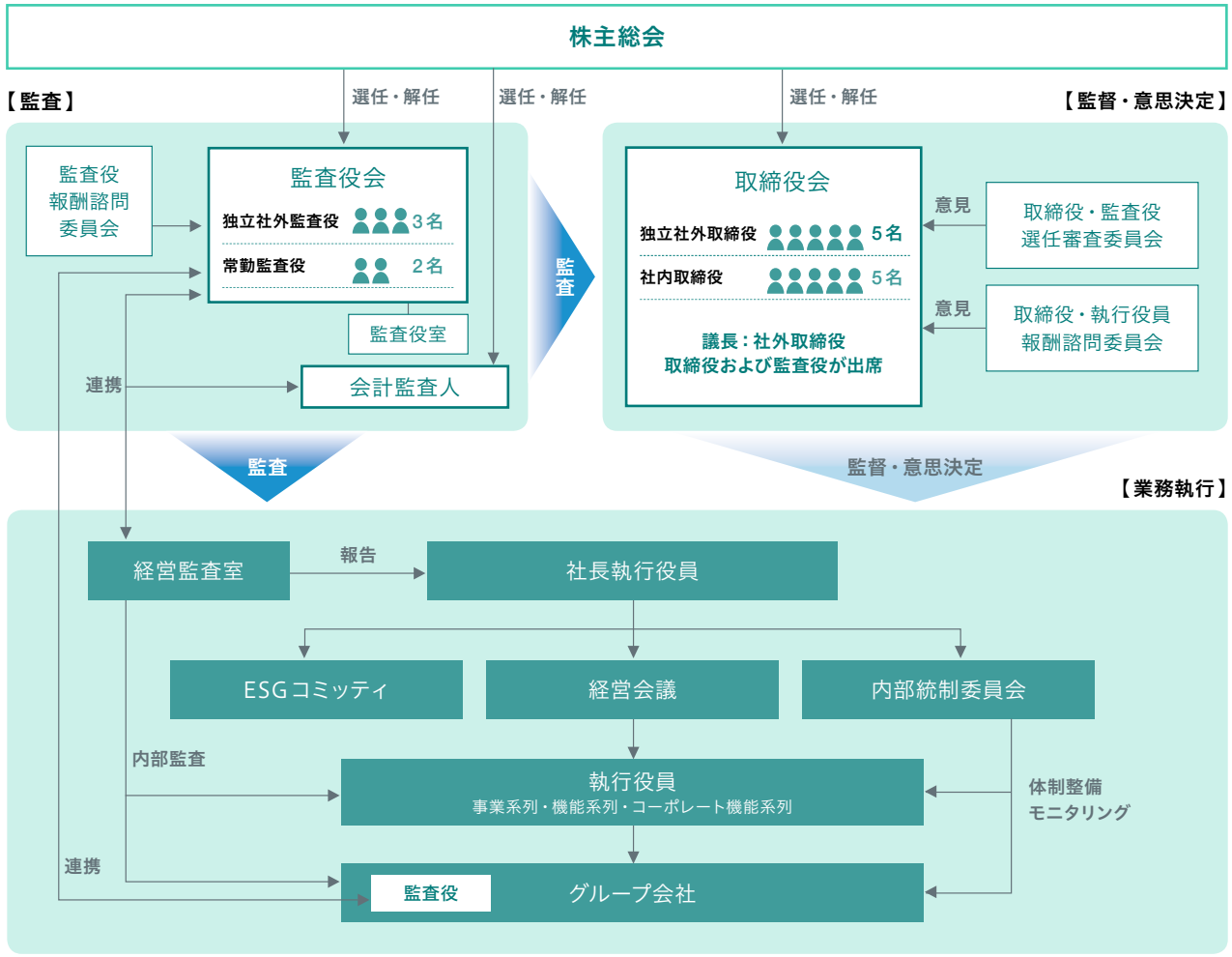
P344	S 生活者とのコミュニケーション	サポート範囲を家庭用品全体(化粧品を除く)に拡大し、利用者が前年同月(12月)比で370%と増加しました。	チャットサポートによるデジタルネイティブ世代へのアプローチ	P347
		化粧品Q&Aサイトを新たに構築し、製品Q&Aサイトにアクセスするユニークユーザー(UU)数が、約460万UU(前年比111%)と増加しました。	製品Q&Aサイトの充実	P348
		感染症蔓延や災害等が発生した際の窓口対応や、リスク管理にかかわるガイドラインを改訂しました。	ISO10002に準拠した取り組み	P348
P352	S 保安防災	高圧ガス設備のマネジメント状況を本社部門により監査し、役員による査察を実施しました。	高圧ガス保安監査・査察	P356
		地震発生を想定し、本部組織が緊急時にも機能するように、年2回の訓練を2022年も予定通り実施しました。	緊急事態対応訓練	P355
P358	S 社会貢献活動	絵画の制作や展示活動を通じて、世界中の子どもたちや生活者が、サステナブルなライフスタルを実践するきっかけを提供しました。	花王国際こども環境絵画コンテスト	P363
		社会課題をビジネスの手法で解決しようとする若手社会起業家の育成を支援しています。	花王社会起業塾	P367
		中学校・高校での「がん教育プロジェクト」を支援。生徒たちの健康意識の向上や、生徒から保護者世代へのよい影響をめざしています。	ピンクリボン活動	P366

コーポレート・ガバナンス GRI2-9

基本的な考え方

花王は、パーパスである「豊かな共生世界の実現」に取り組みながら長期持続的に企業価値を向上し、「K25」で掲げた「持続可能な社会に欠かせない会社になる」ために、コーポレート・ガバナンスを経営上の最も重要な課題のひとつと位置づけ、体制と運用の両面で絶えず強化しています。花王のコーポレート・ガバナンスとは、すべてのステークホルダーの立場を踏まえた上で、多様化・複雑化し予測が困難な変化に適時・適切に対応しながら、社会への貢献と企業価値の持続的な向上を実現するために、透明・公正かつ迅速・果断な意思決定を行うためのしくみです。そのために必要な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を取り組みの基本としています。また、社会動向を常に把握し、ステークホルダーと積極的に対話を行うことで、コーポレート・ガバナンスのあり方を随時検証し、適宜必要な対策や改善を実施しています。

コーポレート・ガバナンス体制(2023年3月24日現在)

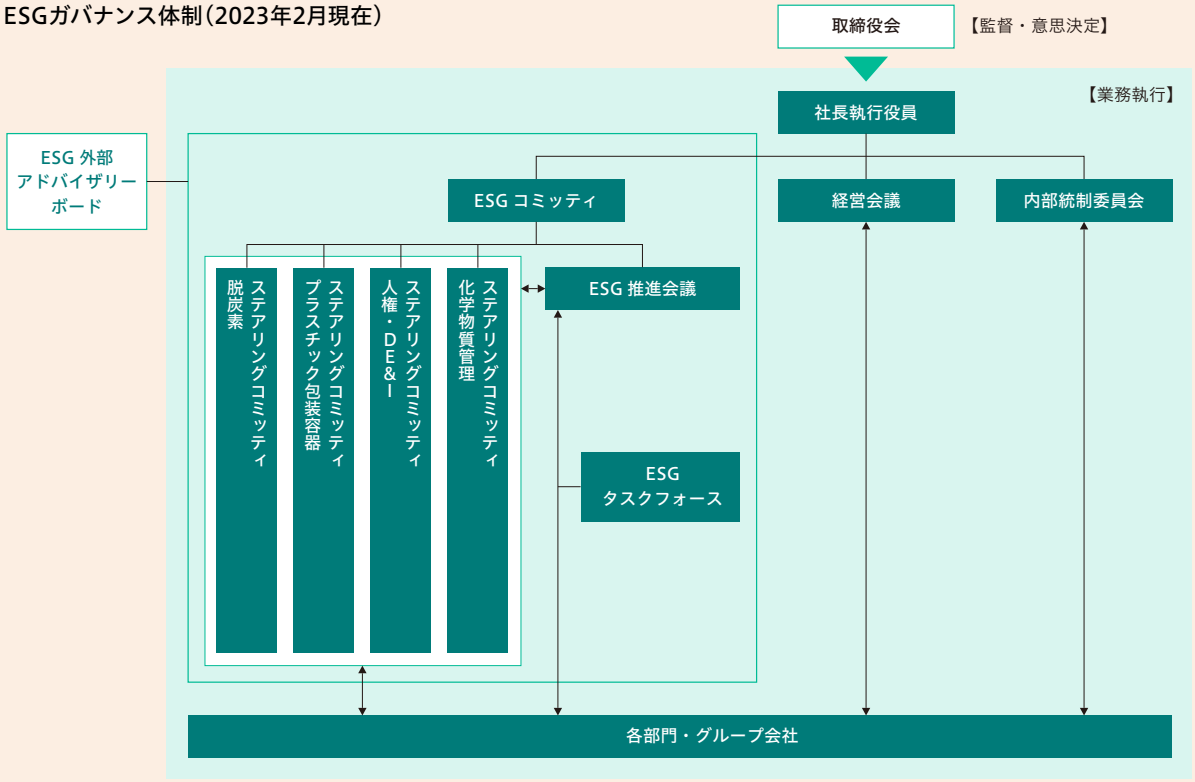


コーポレート・ガバナンス GRI2-9

ESG経営の進化を推進するESGガバナンス体制

花王は、グローバルな変化に迅速に対応すると共に、事業機会の拡大と社会課題の解決をめざし、柔軟で強靭なESGガバナンス体制を構築しています。この体制により、取締役会の監督のもと、社長執行役員および配下の5つの組織体が業務執行を担っています。社外委員が参加する組織が経営層に監督・助言する機能や、経営判断のもと企業のイノベーションや取り組みとして的確かつ迅速に実行する機能が強化されていることが特徴です。

ESGガバナンス体制（2023年2月現在）



ESG コミッティ	ESGコミッティは、社長執行役員が議長となり、委員は専務執行役員、常務執行役員などで運営されています。ESG活動の方針や戦略の策定、投資の決裁、課題・リスクと機会の把握、活動状況の確認などを通じてKLP（Kirei Lifestyle Plan）を推進しています。
ESG外部アドバイザリーボード	この組織は外部有識者で構成され、ESGコミッティの諮問に対する答申や提言を行い、社外からの視点を経営に反映させています。世界トップレベルのESGに関わる計画策定と実行ができるように、情報提供や外部と協働機会の創出、助言を行っています。
ESG推進会議	この会議は主要部門の責任者で構成されています。ESG コミッティで決定した方針、指示、提言に基づき、ESG戦略の具体化を推進します。
ESG ステアリングコミッティ	脱炭素、プラスチック包装容器、人権・DE&I、化学物質管理といった4つの重点課題に対して、ESGへの取り組みを確実かつ迅速に実行に移すために、ESGコミッティと連動し、花王の各部門・グループ会社に提言を行います。
ESG タスクフォース	注力するテーマにおいて部門横断的な体制が必要な場合に設置され、ESG推進会議で策定した計画に基づいた活動を提案します。

コーポレート・ガバナンス GRI2-9, 2-10, 2-11

取締役会の知識・経験・能力のバランスおよび規模に関する考え方

花王は、「K25」のビジョンとして「未来のいのちを守る」「Sustainability as the only path」を掲げています。経営陣は、その実現ために、1. 持続可能な社会に欠かせない企業になる、2. 投資して強くなる事業への変革（既存事業の再生と新事業の創成）、3. 社員活力の最大化の3つの方針に沿って業務執行しています。

取締役会は、経営陣が上記の方針に沿った業務執行を行っていることを監督するため、社内外の取締役および監査役がそれぞれの知識・経験・専門性を補完し合い、高い実効性を発揮できることが重要だと考えます。加えて、性別、国籍、人種、年齢といった多様なバックグラウンドから生まれる多角的な視点が、事業の推進やグローバル拡大、適切な監督や監査に資するという考えのもと、多様な人財の取締役および監査役の登用を進めています。取締役会の女性比率は、2025年までに30%達成を目標とします。社外取締役は、取締役会の多様性および発言力の確保のため取締役の約半数とし、独立性も重視します。監査役会の過半数は独立基準を満たす社外監査役とします。

スキルマトリックスと所属機関

	氏名	属性			経験・知識・専門性									
		在任年数	性別	国籍	経営	海外	消費財業界	化学品業界	人財戦略	研究	環境・社会	IT・DX	法務・リスクマネジメント	財務・会計
取締役	澤田 道隆	14年9か月	男	日本	○		○	○	○	○	○			
	長谷部　佳宏	7年	男	日本	○	○	○	○	○	○	○	○		
	根来　昌一	—	男	日本		○		○			○			○
	西口　徹	—	男	日本		○	○							
	デイブ・マンツ	1年	男	米国		○	○			○	○			
	篠辺　修	5年	男	日本	○						○	○	○	
	向井　千秋	4年	女	日本		○				○	○			
	林　信秀	4年	男	日本	○	○								○
	桜井　恵理子	1年	女	日本	○	○		○	○		○			
	西井　孝明	—	男	日本	○	○	○		○					
監査役	和田　康	—	男	日本		○					○		○	
	川島　貞直	2年	男	日本										○
	天野　秀樹	6年	男	日本		○			○				○	○
	岡　伸浩	5年	男	日本									○	
	仲澤　孝宏	3年	男	日本										○

取締役および監査役がそれぞれ保有している経験・知識・専門性のうち、特に期待されるものに○を記載しています。

コーポレート・ガバナンス GRI2-9

スキルマトリックスと所属機関

	氏名	○をつけた主な理由	所属機関					2022年度 出席状況	
			取締役会	監査役会	取締役・監査役選任審査委員会	取締役・執行役員報酬諮問委員会	監査役報酬諮問委員会	取締役会	監査役会
取締役	澤田 道隆	・当社研究代表取締役社長執行役員の経験　・当社人財開発担当役員の経験 ・当社開発部門の経験(基盤・応用) ・クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス (CLOMA) 会長	○			○		100%(14/14)	—
取締役	長谷部　佳宏	・当社研究開発部門の経験（グローバル運営の経験、基盤・応用、物質循環の知見を含む)）　・当社海外事業推進プロジェクトの経験 ・当社先端技術戦略室統括の経験　・当社人財開発担当役員の経験	○			○	○	100%(14/14)	—
取締役	根来　昌一	・当社ケミカル事業における経験、海外子会社(ケミカル事業)の経営経験 ・当社購買部門の経験(調達におけるサステナビリティ活動推進含む) ・当社会計財務部門担当役員の経験	○			○		—	—
取締役	西口　徹	・当社コンシューマープロダクツ事業における経験 ・当社海外子会社における経営経験	○					—	—
取締役	デイブ・マンツ	・当社海外子会社における研究・事業の経験 ・当社 ESG 部門の経験	○					100%(11/11)	—
取締役	篠辺　修	・大手航空会社の経営者の経験 (CSR や環境マネジメント委員会委員長の経験含む)	◎		○	○	○	100%(14/14)	—
取締役	向井　千秋	・宇宙科学研究の知見(医学・生活) ・アメリカ航空宇宙局(NASA)における経験	○		◎	○		100%(14/14)	—
取締役	林　信秀	・グローバル大手金融機関の経営者の経験 ・13年を超える海外勤務を含め大半を国際業務に従事	○		○	◎		100%(14/14)	—
取締役	桜井　恵理子	・米国系大手化学品企業のグローバル事業部トップ及びリージョントップの経験 ・グローバル事業における報酬、育成・配置等人事戦略全般の担当経験 ・化学品分野におけるサステナビリティに関する知見	○		○	○		100%(11/11)	—
取締役	西井　孝明	・大手食品メーカーの経営者の経験　・海外子会社における経営経験 ・同社人事部の経験	○					—	—
監査役	和田　康	・当社品質保証部門の経験　・当社グローバル生産現場での経験 ・当社生産技術開発および工場管理の経験	○	○				—	—
監査役	川島　貞直	・当社会計財務部門の経験　・当社経営監査室の経験	○	○				100%(14/14)	100%(9/9)
監査役	天野　秀樹	・公認会計士 ・海外駐在およびグローバル監査ネットワークのアジア太平洋地域代表 ・監査・コンサルティング業務 COO として人財戦略、リスクマネジメント等の担当経験	○	○	○	○	◎	100%(14/14)	100%(9/9)
監査役	岡　伸浩	・弁護士　・慶應義塾大学大学院法務研究科教授	○	○	○	○	○	100%(14/14)	100%(9/9)
監査役	仲澤　孝宏	・公認会計士	○	○	○	○	○	100%(14/14)	100%(9/9)

各機関に出席しているメンバーに○、議長に◎を記載しています。

コーポレート・ガバナンス GRI2-9

経験・知識・専門性として設定した理由

経験・知識・専門性	選定した理由
経営	経営トップとしての経験は、経営陣による執行を実効的に監督し、適切なリスクテイクと迅速かつ果敢な意思決定を促す攻めのガバナンスの実現に必要
海外	海外や外資系企業の経営ポジションでの経験と知見は、オンリーワン価値の創出と地産地消モデルへの転換をめざす花王にとって、グローバル戦略に対する適切な助言と執行を実効的に監督するために必要
消費財・化学品業界	消費財業界および化学品業界に関する経験・知識・専門性は、花王の事業領域全体を俯瞰し、市場や事業の未来の洞察に基づく一段高い視点からの議論を促すなど、事業の執行を実効的に監督するために必要
人財戦略	「人」は花王にとって最大の資産。持続的な企業価値向上を実現するためには経営戦略と連動した人財戦略の立案と遂行が不可欠。この人財戦略の妥当性を判断し、執行を監督するための専門的知見と経験が必要。
研究	革新的で高付加価値な商品・サービスを生み出すことで、事業の発展と企業価値向上を牽引する花王の研究開発活動と、生み出された技術資産の効果的な活用を監督するための専門性や経験が必要
環境・社会	経営戦略と融合したESG戦略の策定と実行を監督するためには、ESGに関する世界的な潮流への理解と、環境問題・社会問題とその解決に関する専門的知識が必要
IT・DX	既存事業の高収益化とこれまでの延長線上にない新事業の創造を実現するためには、ITの高度活用とデジタルトランスフォーメーションが不可欠。それらを監督するための専門的知見と経験が必要。（執行役員や外部人財も活用し、取締役会による監督を補完）
法務・リスクマネジメント	企業活動におけるさまざまリスクを適切にマネジメントすること、戦略的に法務対応することは最も重要な経営課題のひとつ。それらを監督するための専門的知見と経験が必要
財務・会計	財務・会計に関する経験・知識・専門性は、資本効率性を重視した経営の推進、持続的な企業価値向上のための適切な資本配分、投資判断に影響を与える財務報告の信頼性の確保において必要

サクセッションプラン

花王は、社長執行役員の後継者を含めた人財戦略を経営における最重点課題のひとつと捉え、取締役会および取締役・監査役選任審査委員会で継続的に議論します。社長執行役員の後継者計画については、次世代の経営環境を見据えた人財要件を示した上で、後継者候補のリストを更新しています。また、各候補者の育成にはスキルマトリクスを活用し、今後強化すべき知見や経験を議論しています。

2022年度の取締役・監査役選任審査委員会では、社長執行役員から前述の通り後継者計画の状況が示されました。これについて審議の上、育成者計画の適切な検討・実行と事業環境や候補者の育成状況を踏まえた継続的な更新が必要であるとの答申がなされ、取締役会に報告されました。また、取締役・監査役選任審査委員会の実効性評価でも、審議の継続と共に、より候補者について委員が知ることができる機会を設ける必要性が指摘されました。

コーポレート・ガバナンス GRI2-13

取締役会

経営戦略などの大きな経営方針について、リスク評価を含めて多面的に審議し、多様な視点から、経営戦略の適切な執行を監督しています。さらに、リスクを峻別し攻めの経営ができる環境を構築するために、内部統制システムやリスク管理体制の整備を進めています。

2022年度は、取締役会のあり方や人財戦略などについて、自由闊達な意見交換・審議を行いました。また毎月、執行報告および経営会議審議事項の報告がなされています。

取締役会の活動―監督機能のさらなる強化と執行への権限委譲を議論・実践

2022年度は、取締役会において、以下の点について、重点的に審議を行いました。

テーマ	審議の内容
取締役会のあり方	取締役会では、取締役会のあり方について議論し、以下の方向性を確認しました。 当社の取締役会は、執行への大幅な権限委譲を行うと共に、モニタリング機能をさらに強化することで、経営陣による適切なリスクテイクと迅速かつ果断な意思決定を促していきます。特に、人的資本を含む経営資源の配分や戦略の実行が経営陣により適切に行われていることを実効的に監督していきます。また、リスク・危機管理体制をはじめとした内部統制体制の整備が取締役会の責務であることを認識し、これらの体制を適切に構築・運用していきます。 これを踏まえ、以下の内容についても審議しました。 ・取締役会付議基準の改定 ・中期経営計画の進捗と課題のモニタリング ・取締役会メンバーに求める知識・経験・能力等の議論
人財戦略	社員活力の最大化や、人財を最大活用するための戦略・計画が適切に策定・実行されているかを確認するため、人財や組織のポートフォリオについて議論を行いました。議論の中で、これまでの延長線上ではなく、今後の成長に向けて必要となる役割と人財要件を定義した上で、計画的な社員の育成や外部登用等による戦略的な人財確保を行うべきとの指摘がなされました。これらが実践され、成果につながっていることを確認していきます。また、OKR（Objectives and Key Results）導入後の進捗と成果についても審議しました。グループ各所における多様な挑戦の増加と拡大、そして対話を通じたさらなる連携が促進されることを確認していきます。
M&A戦略	事業環境・競合状況を踏まえた経営戦略と事業変革の方向性を示した上で、事業ポートフォリオ強化を図るために、M&Aによって獲得すべき領域と要素、想定規模等について議論しました。今後も引き続き、戦略の有効性と計画の進捗について確認していきます。
サステナビリティ（気候変動リスク・人権等）	気候変動リスクと機会（TCFD対応）・持続可能なパーム油調達（人権含む）・生物多様性等、ESGの主要課題について最新動向ならびに花王グループの取組みについて報告を受け、推進状況を確認しました。また、ESGが成長戦略や収益性にビルドインされる必要があること等が議論されました。今後も、サステナビリティの課題について、引き続き確認していきます。

各委員会での審議事項はコーポレートガバナンス報告書をご覧ください。
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/corporate-governance/

コーポレート・ガバナンス

取締役会の実効性評価

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方針のもと、毎年評価を実施し、実効性を高めるための改善につなげています。花王は、取締役会に参加する監査役を含めたメンバー全員の自由闊達な議論を通じて実効性の評価を行うことが有効だと考えるため、現時点では第三者による評価は実施していません。しかしながら、客観的な視点からの評価の有用性も認識し、第三者による評価の導入も検討していきます。

2022年度の評価では、2023年1月度取締役会における自己評価に先立ち、取締役全9名及び監査役全5名に対し以下の観点のアンケートを実施し、結果を事前にフィードバックした上で議論・意見交換を行いました。

2022年度 取締役会実効性評価の結果
(1)取締役会の構成、運営・審議状況

2021年度の課題	2022年度の取り組み	評価	今後の取り組み
取締役会における議論をより充実させるための改善が望まれる	・資料を会日前に送付し、事前質問も受け付ける ・持ち時間の半分を発表に充て、残り半分を質疑応答に充てる	・概ね適正に運営されている ・報告の粒度が細かく、議論の焦点が絞り切れていないことがある ・自由闊達で建設的な議論ができているが、本質的な議論のための時間が十分取れない場合がある	・報告書式を活用し、議論や報告のポイントを明らかにする ・事前質問・回答は全員と共有することで、それを前提とした本質的な議論に時間を割けるようにする

(2)議題選定・議論

2021年度の課題	2022年度の取り組み	評価	今後の取り組み
K25 達成を阻害する課題、それを解決するための施策、優先すべきアクション等についての議論を深め、PDCA をさらに意識して定期的に検証を行う必要がある	・K25を実現するためのM&A 戦略やグローバル戦略を議論 ・K25の進捗状況を示す一覧表を作成し、配布 ・各事業から報告を実施	・K25の進捗の共有はできている ・K25達成に向けた課題や中間総括について定量面含め議論を深めることが必要 ・ステークホルダーとのリレーション戦略も重要	・経営数値のさらなる見える化を行い、K25達成に向けた課題や中間総括の議論を深める ・IR 活動の前後に取締役会で報告
人財戦略は継続的に議論すべき経営上の課題であり、K25を実現するために必要な人財配置、そのための人財登用や育成、幹部人財の評価等の議論をさらに深める必要がある	環境変化や経営戦略もふまえた人財戦略について議論(年3回)	・2022年度は時間をかけて人財戦略の議論ができた ・事業戦略との関連性などさらなる議論が必要	人財戦略について執行での議論を深め、取締役会で報告、議論

内部統制の継続的な検証・議論については、継続的な取り組みや改善が必要であるものの、適正に監督されているとの評価がなされました。また、K25の検証や人財戦略のほか、Reborn Kao(既存事業の再生)における構造改革やAnother Kao(新事業の創成)の進捗等について優先的な議論が必要であるとの意見が出されました。

取締役・監査役選任審査委員会と取締役・執行役員報酬諮問委員会の実効性評価の結果については、コーポレート・ガナンス報告書をご覧ください。
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/corporate-governance/

コーポレート・ガバナンス GRI2-18

監査役会

監査役は、株主の負託を受けた独立した立場で、取締役の職務の執行を監査することにより、当社および当社グループが健全で持続的な成長を遂げ、ステークホルダーからの信頼に応えるガバナンスを確立することをめざしています。

2022年度は、「K25」の2年目にあたり、経営戦略の実行状況ならびに経営環境リスクへの対応状況に関して、経営が認識する改革の必要性と危機感を共有して監査すると共に、当社グループのガバナンスに関して、社会ならびにステークホルダーから、より高度な実効性と積極的な情報開示が求められていることを認識して監査役活動を行うことを方針としました。

花王の監査役活動で特に重視していること

【活発な意見交換】

監査役は、取締役の職務に関する監査に関して、重要会議に出席し、決議における意思決定のプロセスの確認を重視し、活発な意見交換を行っています。

【現場との対話重視】

監査役が各部門および子会社・関連会社に直接往査およびヒアリングを実施し、現場との対話を重視することにより、経営戦略の浸透度合いや主体的な取り組みの確認、現場の課題抽出を行い、役員とも適宜共有することを大切にしています。

往査・ヒアリング開始時に前回の監査結果を再確認し、終了時には、監査役のコメントを指導・要請・アドバイス・優れた取り組みに分けてその場で共有し、各部門の取り組みに活かしていくというPDCAによる実効性向上をめざしています。往査・ヒアリングの約7割には、社外監査役も1名以上参加しています。

和歌山工場での監査役往査・ヒアリング

監査役会の構成・職務執行体制

当監査役会は、常勤監査役2名、社外監査役3名で構成され、社内の豊富な執行経験と多様な知見を持つ常勤監査役と、それぞれの専門性かつ他社の役員経験から豊富な知見を有する社外監査役が、監査に関連する情報を適時共有し、さまざまな視点から審議を行っています。

また、2022年１月に、監査役会の直下に「監査役室」(室員5名)を新設し、監査役の職務の補助と共に、室員が子会社の監査役を兼務する体制を開始しました。

監査役会の審議状況

開催回数:9回、監査役出席率:全員100%
開催時間:平均2時間14分
決議事項:17件　監査計画、監査報告書など
検討事項:38件　監査所見、グループガバナンスの実効性、会計監査人の非保証業務など

監査役会の実効性評価:

監査役会の実効性評価:毎年1回実施しており、重点監査項目を中心に評価項目を決定し、各監査役が評価した後、監査役会で議論し、監査役会の実効性を評価しています。2022年度は、「有効に機能している」という評価に至りました。

コーポレート・ガバナンス

〈評価の主な内容〉
・監査役の経験や専門性のバランスがとれており、監査役会では忌憚ない意見交換が行われている。
・議題の選定は、検討すべき事項をプロアクティブに取り上げられている。
・情報共有や事前の資料配布、新設された監査役室による調査・サポート体制も強化された。

今後、より多様性をめざした監査役会のスキルマトリックスの議論を深めていきます。

重点監査項目	監査方法および取り組み	活動実績および実効性評価
取締役の職務の執行状況	取締役会に出席して審議・決議状況を確認、必要な場合は意見を述べる	各監査役が100%出席。積極的に意見を述べた
	重要会議に出席して意思決定プロセスを確認、必要に応じて説明を求め適時意見を述べる	100%出席。意思決定プロセスを確認、検討すべき事項について意見を述べた
	役員と監査役との意見交換	花王代表取締役(5回)、社外取締役(2回)、役付執行役員(6回) 重要子会社の代表取締役(3回) 経営課題や今後のガバナンス等に関して、率直な意見交換により、認識の共有が進んだ
	各事業場・各部門・国内外の子会社・関連会社への往査およびヒアリング (内部統制等の重点監査項目も併せて確認)	計114回 ・対話を重視(監査役のコメント:計1,136件) ・監査上の発見事項は完了報告を求めて、後日改善状況を確認し、現場の優れた取り組みと共に、役員と適宜共有
	選任審査委員会、報酬諮問委員会	計11回
グループガバナンスの実効性	・花王グループ監査役体制の体系化(当社・子会社・関連会社) ・グループ一体運営の下、各社の特性に応じた監査活動の実効性向上	・監査役室の室員が子会社の監査役を兼務する体制を開始 ・グループ監査役意見交換会(6回)。監査上の発見事項や改善すべき事項の検討を行った。スキルアップ研修も実施 ・重要な子会社に監査役実効性評価を新規導入
	・会計監査人と監査役および関連部門との意見交換会 ・会計監査人の監査に関して、取締役会で報告	意見交換:計21回、取締役会での報告:2回 ・監査計画、会計監査結果、監査上の主要な検討事項、非保証業務管理、監査品質など ・グローバルミーティングにより、国内外の監査人と意見交換を実施
内部統制の整備ならびに運用状況	各事業場・各部門・国内外の子会社・関連会社への往査およびヒアリング	各部門での自己点検や外部監査結果、内部統制システムの運用状況を確認
	・内部統制第二ラインの主管部門へのヒアリング ・内部統制委員会・傘下の主な委員会への出席または議事録確認 ・内部通報窓口の対応状況を確認	四半期又は半期ごとに実施 ・自主点検やモニタリングが定着し、課題に対する改善を確認 内部通報内容および対応状況の適時報告を受け、意見を述べた
	内部監査部門である経営監査室との情報交換	計4回
	内部統制システムの構築と運用状況のチェックリストによる評価	概ね有効
情報開示	情報開示に関する社外からの要請状況を調査し、当社の開示状況や外部評価結果を確認	・評価できる点と改善点に関して、役員との意見交換や関連部門に提言した。推進体制の整備ならびに情報開示状況を確認 ・監査役活動に関する積極開示を推進

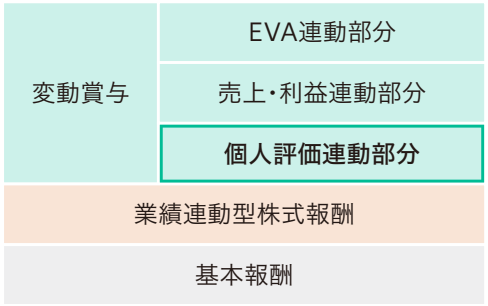
コーポレート・ガバナンス GRI2-19, 2-20

役員報酬制度

役員報酬は、(1)競争優位の構築・向上のための多様で優秀な人財の獲得・保持、(2)持続的な企業価値向上への重点的な取り組みの促進、(3)株主との利害の共有を目的としています。社外取締役を除く取締役および執行役員を対象に、中長期の業績および企業価値の向上への貢献意識を高めるために、会社業績との連動性および透明性・客観性の高い業績連動型の株式報酬制度を導入しています。

長期インセンティブ報酬は、事業の成長度を測る「成長力評価指標」、ESG経営の推進度を測る「ESG力評価指標」、社員意識調査における評価などを通して経営活動の総合的な実践度を測る「経営力評価指標」の3つの視点で多面的に評価しています。

短期インセンティブ報酬の評価指標は、EVAと連結売上高・利益です。EVAは、長期的な企業価値向上への動機づけとして導入しています。連結売上高・利益は、事業活動を通じた利益ある成長への動機づけおよび社員との一体感の醸成をねらいとしています。2023年度から、これらに加え、社外取締役を除く取締役ならびに執行役員を対象に個人評価を導入しました。「K25」の達成に向けて、高い目標を掲げて挑戦し、貢献した役員が報われるよう進めていきます。



［短期インセンティブ報酬］
「EVA」「売上・利益」に加え、「個人評価」を変動賞与に反映する

［長期インセンティブ報酬］
「成長力評価」「ESG力評価」「経営力評価」の3区分で評価する

役員報酬制度の概要

	基本報酬	短期インセンティブ報酬 【変動賞与】	長期インセンティブ報酬 【業績連動型株式報酬】
支給対象	・取締役 ・執行役員 ・監査役	・取締役（社外取締役除く） ・執行役員	・取締役（社外取締役除く） ・執行役員
制度対象期間	−	1年	5年（2021 ～ 2025年）
給付方法	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	単年度の目標に対する達成度に応じて賞与額を決定し支給	中期経営計画の対象となる5事業年度内に花王の株式等を交付
クローバック	なし	なし	制度対象期間開始日から最終の株式等交付の3年後までに重大なコンプライアンス違反行為等があった場合は、交付済の株式等を返還
業績評価期間	−	1年	5年（2021 ～ 2025年）
支給率・係数の決定	−	支給率は、各指標の達成度に応じて0 ～ 200%の範囲で決定	変動部分の係数は、各指標の達成度等に応じて0 ～ 200%の範囲で決定
報酬の構成割合	−	支給率が100%のときの役位別賞与額 ［社長執行役員］基本報酬の50% ［役付執行役員※］基本報酬の40% ※社長執行役員を除く ［その他の執行役員］基本報酬の30 ～ 35%	変動係数が100%のときの1事業年度当たりの株式報酬額 各役位の基本報酬の30 ～ 50%程度

コーポレート・ガバナンス GRI2-19, 2-20

短期インセンティブ報酬の評価指標・基準

評価指標	ウェイト※2	評価基準
EVA	25 ～ 35%	目標達成度
連結売上高・利益※1	25 ～ 35%	目標達成度・前年改善度
個人実績	50 ～ 30%	役員各人のOKRの達成度

※1 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
※2 役位別に３つの指標のウェイトを設定

長期インセンティブ報酬の評価指標・基準

評価指標	ウェイト	評価基準
成長力	40%	事業全体の売上高・利益等の成長度等
ESG力	40%	外部指標による評価および社内目標（KLP等）の達成度等
経営力	20%	花王社員による経営活動に対する評価等

長期インセンティブ報酬の給付方法

交付形態	構成割合	内容
固定部分	30%	毎年、一定数の株式を交付
変動部分	70%	中期経営計画において推進する取り組み・活動の結果等に応じて役員退任時に、株式等を交付

取締役の報酬構成比率

※1 代表取締役社長執行役員の場合　※2 各変動報酬の係数／支給率が100%の場合

2022年度の役員区分ごとの報酬等

区分・員数・報酬等の総額			報酬等の種類別の額（百万円）			
区分	員数（名）	総額（百万円）	基本報酬	短期インセンティブ報酬	長期インセンティブ報酬変動部分	長期インセンティブ報酬固定部分
取締役（うち社外取締役）	10（5）	600（75）	406（75）	48（-）	110（-）	36（-）
監査役（うち社外監査役）	5（3）	110（43）	110（43）	-（-）	-（-）	-（-）
合計（うち社外役員）	15（8）	710（118）	516（118）	48（-）	110（-）	36（-）

（注）1. 長期インセンティブ報酬のうち、変動部分については、当社の中期経営計画「K25」の対象となる2021年から2025年までの5事業年度の最終年度終了後に確定しますので、変動部分は当事業年度の繰入計上額となります。

2022年度の役員ごとの報酬等

氏名・報酬等の総額・会社区分			報酬等の種類別の額（百万円）			
氏名（役員区分）	報酬等の総額（百万円）	会社区分	基本報酬	短期インセンティブ報酬	長期インセンティブ報酬変動部分	長期インセンティブ報酬固定部分
澤田 道隆（取締役）	130	提出会社	104	0	18	8
長谷部 佳宏（取締役）	147	提出会社	87	19	29	11

（注）1. 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。

リスクと危機の管理

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、リスクの顕在化防止と、リスクが顕在化した場合の被害・損害を最小化するために、事業環境の変化に迅速かつ適切に対応できるよう、リスクと危機の管理体制の強化を進めています。

社会課題

気候変動、プラスチックごみ問題や水資源の枯渇をはじめとする環境問題、原材料調達に関する環境・人権の問題、そして、高齢化社会の進行や衛生等の社会課題の増大は、生活者の環境や健康等に対する意識を高め、エシカル消費の潮流やサステナビリティに対する顧客ニーズの高まりをもたらしています。また、新型コロナウイルス感染症の繰り返される流行や政治的・社会的情勢の不安定化や外交関係の緊迫化など、社会を取り巻く環境も大きく変化してきています。

一方、企業におけるコンプライアンス、製品・サービスの安全・安心の確保、情報管理の徹底、人権への配慮、ダイバーシティの尊重、適時適切な情報開示などに対するステークホルダーからの期待・要請も一層の高まりを見せています。これら課題は、多様化すると共に、より一層複雑化すると考えています。こうした状況において社会の一員である企業として花王が果たせる役割もより一層大きくなると考えています。

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、「リスクおよ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することをめざしています。リスクと危機の管理体制と活動方針は、リスク・危機管理委員会が定め、花王の各部門、国内外関係会社は、この活動方針に基づいて、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ています。また、危機発生時には、緊急事態のレベルに応じた対策組織を立ち上げ、迅速かつ適切に対応することで被害、損害の最小化を図ります。

戦略

リスクと機会

リスク

花王の事業環境は、市場競争の激化や市場構造の変化、原材料市況や為替の変動など不透明な状況が続いています。また、新型コロナウイルス感染症は収束の兆しが見えてきましたが、感染力の高い変異ウイルスの出現等、引き続き注視する必要があります。さらに、地政学的な緊張の高まりに伴う人々の分断、深刻さを増す環境問題など、こうした事業環境の変化に伴うリスクに迅速かつ適切に対応する必要があります。花王は、持続的な利益ある発展と社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与えるリスクとして特に重要な主要リスク(次ページ参照)を、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議のもとで選定し、主管部門が対策方針を策定し、進捗管理を行っています。

リスクと危機の管理

主要リスクの内容

主要リスク	内容
1．原材料調達に関するリスク	・原材料の市場価格に急激な変動が生じるリスク、原材料の安定調達に関するリスク ・持続可能な責任ある調達への取り組みが不十分と見なされるリスク
2．社会課題への対応に関するリスク	・気候変動を含む社会課題への取り組みが不十分、あるいは不十分と見なされ、製品やサービスを消費者や顧客に受け入れていただけないリスク ・ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」の進捗状況を十分に示せず、「ウォッシュ」※と捉えられるリスク ※ ウォッシュ 企業が、製品やサービスについて、環境およびサステナビリティに関する特徴を誇張もしくは大げさに主張したり、それらに関する活動について十分な根拠なく訴求すること
3．地政学リスクに関するリスク	・事業展開ならびに原材料調達をしている国・地域において、政治的・社会的情勢の不安定化や外交関係の緊迫化、紛争等により事業環境が悪化するリスク ・人的被害の発生や操業の一時停止、国・地域間の対立に伴う消費者の購買行動が変化するリスク
4．パンデミックに関するリスク	・新型コロナウイルスの変異ウイルスや新たなウイルス等の発生による操業の一時中断 ・外出自粛等がもたらす購買行動の変化による化粧品市場の縮小
5．大地震・自然災害・事故に関するリスク	・大地震や気候変動に伴う大型台風、洪水等の自然災害により、従業員、設備、サプライチェーン等の被害で、市場への製品供給に大きな支障をきたすリスク ・工場での火災・爆発事故などにより、従業員や周辺地域に大きな被害が発生するリスク
6．製品等の品質に関するリスク	・重大な製品問題が発生するリスク ・新たな安全性や環境問題の発生、各国・地域の急激な法規制の変更が発生するリスク
7．情報セキュリティに関するリスク	・サイバー攻撃を含む意図的な行為や過失等により、機密情報・個人情報の漏えいや、事業活動が一時的に中断するリスク
8．レピュテーションに関するリスク	・情報発信やマーケティング活動おける不適切、または不用意な表現に対する批判的な評価等がSNS等を通じて拡散するリスク
9．流通環境の変化に関するリスク	・流通経路の多様化・複雑化に対し適切な販売活動を展開できないリスク ・物流環境の変化に適切に対応できず、配送の滞りの発生や物流コストが大幅に増加するリスク
10．海外事業に関するリスク	・経済成長の鈍化、政治的・社会的に不安定な情勢、急激な法規制・税制の変更、模倣品の氾濫、レピュテーションリスク等が生じることで、事業計画に大幅な遅れが生じるリスク
11．事業投資に関するリスク	・設備投資、M&A等に対して、計画との乖離等により期待される効果が生み出せないリスク
12．コンプライアンスに関するリスク	・当社グループ、委託先等で重篤なコンプライアンス違反が生じるリスク
13．人財確保に関するリスク	・高度な専門性を持つ人財や、変化を先導するリーダーの確保・育成が計画的に推進できないリスク
14．為替変動に関するリスク	・機能通貨である円に対して外貨の為替変動が想定以上となるリスク
15．訴訟に関するリスク	・訴訟などの動向に関するリスク

花王では、事業環境の変化により新たに現れてくるリスク、または、すでに認識しているリスクであって、長い時間軸で経営への影響が大きくなる可能性があるリスクをエマージングリスクと定義しています。毎年の主要リスクの見直しの中で、エマージングリスクの洗い出しも行っており、次のリスクに着目しています。

社会課題への対応に関するリスク

「環境問題」「高齢化」「パンデミック」「多様化の影響」を花王が重視する社会課題として定め、中期経営計画「K25」を実行すると共に、ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」(KLP)を推進しています。その中でも特に、気候変動は重要な課題であり※1、移行リスク(炭素税の導入・引き上げ、プラスチック規制の導入、原材料価格の上昇、生物多様性の保全)と物理的リスク(自然災害)を認識しています。さら

リスクと危機の管理 GRI2-16, 2-24, 2-25, 3-3

に、こうした社会課題の解決に向けた取り組みが目標に対して不十分である、あるいは不十分と見なされた場合、製品やサービスを消費者や顧客に受け入れていただけず、目標とする売上高、市場シェアが得られない可能性があります。また、KLPでコミットメントしたKPIの進捗状況を十分に示せないと、「ウォッシュ」と捉えられる等企業価値の低下につながる可能性があります。これらへの対応不足は、長い時間軸で経営への影響が大きくなる可能性があるリスクと言えます。

※1 第117期有価証券報告書「2 サステナビリティに関する考え方及び取組(2)気候変動への対応(TCFD提言への取組)」を参照

地政学リスクに関するリスク

ロシア・ウクライナ問題等により、当社グループが事業展開している欧州や東アジアにおいて地政学リスクが著しく高まっています。また、原材料調達を実施している国・地域においても地政学リスクが高まる可能性があります。これら国・地域において、政治的・社会的情勢の不安定化や外交関係の緊迫化、紛争等により事業環境が悪化し、当社グループの企業活動に対して、人的被害の発生、サプライチェーンの寸断による操業の一時停止や国・地域間の対立に伴う消費者の購買行動の変化が発生した場合、目標とする売上高、利益が得られない可能性があります。これらへの対応不足は、長い時間軸で経営への影響が大きくなる可能性があるリスクと言えます。

Web 第117期 有価証券報告書「事業等のリスク」
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/securities-fy2022-all-01.pdf#page=31

機会

社会課題や経営環境の変化に対して、経営上重要な主要リスクの明確化と対応を強化することで、ステークホルダーからの強い信頼を得ると共に、社会に必要とされる商品、サービスを提供し続けることを可能とし、「グローバルで存在価値のある企業『Kao』」の実現を支えます。

戦略

「リスクおよ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、事業全般にわたり生じ得る経営上重要なリスクと危機に対して、優先的に対応策を講じることで適切に管理していきます。

社会的インパクト

リスクと危機の管理は、持続的な利益ある発展と社会のサステナビリティへの貢献を支える重要な役割を担っており、生活者、顧客、取引先等のステークホルダーとの信頼関係を維持し、よりよい製品・サービスを継続的に提供することを可能とします。

事業インパクト

危機発生を未然に防ぎ、また、危機発生時には被害、損害を最小化することで、目標通りの事業活動の実現と、持続的な利益ある発展を可能とします。

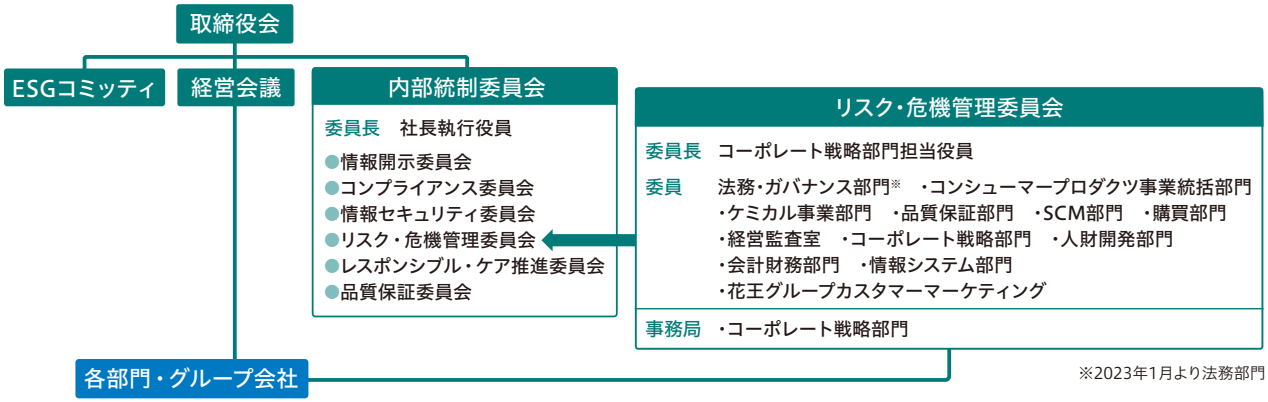
ガバナンス

体制

リスクと危機の管理は、内部統制委員会(年2回開催)の下の関連委員会のひとつであるリスク・危機管理委員会(年4回開催)で、管理体制と活動方針を定めています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。花王の各部門、関係会社は、この活動方針に基づいて、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ています。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っています。

リスクと危機の管理 GRI2-16, 2-24, 2-25, 3-3

リスクと危機の管理体制



※2023年1月より法務部門

※2022年12月現在

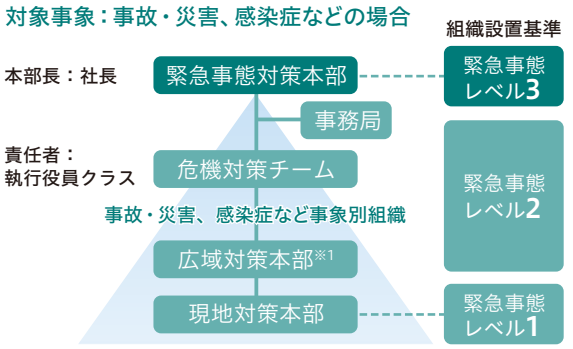
花王では、持続的な利益ある発展と社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与える、特に重要な15の主要リスクを、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議のもとで選定しています。そして、これら主要リスクの中で、経営への影響が特に大きく、対応の強化が必要なリスクを「コーポレートリスク」と定めています。「コーポレートリスク」は、年1回、社内リスク調査の結果分析、外部環境の分析、経営幹部ヒアリングをもとに、経営会議でリスクテーマとリスクオーナー(各リスクテーマ対応の責任者:執行役員)の見直しを行い、リスク・危機管理委員会で進捗管理をしています。また、事業環境の変化に応じて、テーマの追加等を行っています。

一方、危機発生時には、コーポレートリスクについてはリスクオーナーが、その他リスクについては主管する部門または関係会社が中心となって対策組織を立ち上げます。さらに、グループ全体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緊急事態対策本部を設置し、被害・損害をできる限り小さくするために迅速に対応します。また、事業から独立した危機管理・RC推進部は、花王グループのリスクと危機の管理を推進し、改善提案を行うと共に、新たなリスク、主管の不明確なリスクを発見し、対応方針の策定を行います。経営会議ではリスクと危機の管理活動を定期的(年1回)および適時確認し、取締役会が承認しています。内部統制委員会はリスクと危機の管理状況をモニタリングし、管理の有効性を確認しています。

リスクと危機の管理を担当する執行役員ならびに危機管理・RC推進部の実績評価は、前記活動に対する目標達成度が反映されます。また、主要リスク、コーポレートリスク担当の執行役員および主管部門の実績評価にも、取り組みの目標達成度が反映されます。

危機発生時の体制

花王では、発生事象の花王におよ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。



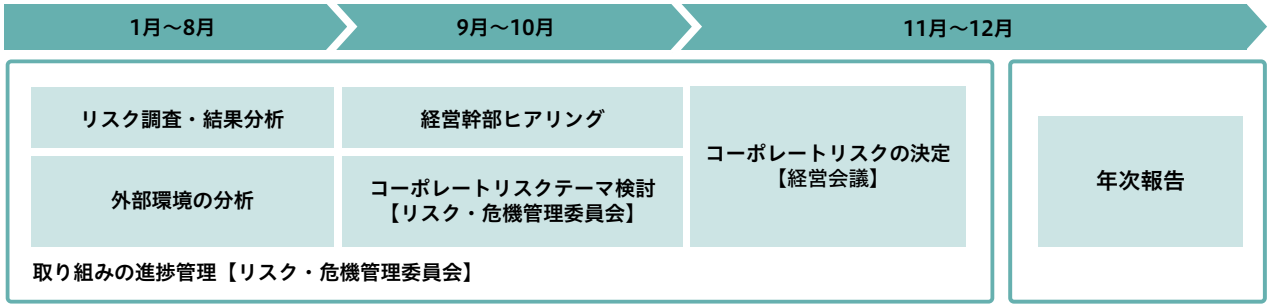
※1 現地情報を収集し、拠点間の連携・支援など、広域的活動の判断・指示を行う組織

緊急事態レベル

レベル1:当該部門、現地で対応できる事態
レベル2:複数部門、複数拠点のオペレーションに影響がある事態
レベル3:全社的な影響、経営に影響がある事態

リスクと危機の管理 GRI2-24, 2-25, 3-3, 404-2

リスクと危機の管理活動プロセス



教育と浸透

リスク管理体制と活動方針の周知

リスク・危機管理委員会で定めた管理体制と活動方針は、委員会事務局から各部門・関係会社に周知しています。そして、自主監査により、海外関係会社も含めて基本方針や活動方針の理解度、活動の実施状況を確認しています。また、社員に対しては、社内ポータルサイトを用いて、リスク管理体制や危機発生時の対応フロー、緊急連絡窓口、ガイドラインなどを周知しています。また、各種リスクに対する注意喚起やeラーニング教育を実施しており、受講状況や理解度を確認することで、リスクと危機に対する意識の醸成を図っています。

リスク調査

各部門、子会社に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査を実施し、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。調査結果は各部門・関係会社にフィードバックし、組織と社員のリスク管理能力の改善・強化に努めています。また、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、主管部門と連携して対応の強化を図り、また、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応を行います。

リスク情報の提供

社員に対して、社内ポータルサイトを用いて、リスクが顕在化した際の連絡網や対応体制を示すと共に、リスクの理解と危機発生時に迅速かつ適切に対応できるように、大地震、自然災害、パンデミック、情報セキュリティ、レピュテーションリスクなどへの対応、ソーシャルメディア使用時の注意点などの情報提供や教育を実施しています。さらに、花王の社外取締役を含む全取締役に対して、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。特に、新型コロナウイルス感染症の拡大・長期化に対して、社内ポータルサイト等を通じて、政府や自治体の方針、国や地域の感染状況に応じた勤務体制や働き方を「危機管理措置」として発信し、全社員が実践してきました。また、職場や家庭内での感染対策の強化ポイントや、社員・家族が感染者・濃厚接触者になった時の対応、在宅勤務における制度や注意点等、新型コロナウイルス感染症対策に関わるさまざまな情報を発信しました。

危機対応訓練

緊急事態対応訓練、総合防災訓練、安否確認訓練、メディアトレーニング、リスクコミュニケーション訓練などを、定期的に実施しています。

ステークホルダーとの協働

リスクと危機の管理を、迅速かつ適切に行うためには、ステークホルダーとのコミュニケーションを通じた相互理解を深めて活動につなげる必要があります。

例えば、製品の安全性と高い品質の維持、安定供給、社会課題への責任を果たすためには、サプライヤーや委託先などとの協働が不可欠です。大地震や大型台風などの災害発生に対しては、被災地への支援物資の提供、必要とされる製品やサービスの継続的な供給のために、サプライヤー・委託先だけでなく、行政・自治体・業界団体と連携することも重要です。

リスクと危機の管理 GRI2-24, 2-25

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

次の基本戦略を実行することで、2030年までに達成したい姿「グローバルで存在価値のある企業『Kao』」を支えるリスクと危機の管理を実現します。

・社内外の環境変化を踏まえた主要リスクの明確化と対応
・花王グループ中期経営計画の達成を阻害するリスクへの対応
・リスク顕在化時の迅速かつ適切な対応

2022年実績

・リスク顕在化時の迅速かつ適切な対応
・新型コロナウイルス感染拡大・長期化への対応
・「花王グループ中期経営計画『K25』の達成を阻害するリスク」に関するリスク調査を通じた重要リスク、課題の抽出と対応
・コーポレートリスクを含む主要リスクの明確化と対応の強化
・部門、子会社のリスク管理活動の強化
・緊急事態に備えた主な訓練
・開示情報の強化　など

コーポレートリスクを含む主要リスクの明確化と対応の強化

・花王の持続的な利益ある発展と社会のサステナビリティへの貢献に悪影響を与えるリスクとして、特に重要な15の主要リスクを、リスク・危機管理委員会、経営会議の審議のもとで選定しました。この主要リスクの内容と主な取り組みは、第117期有価証券報告書「事業等のリスク」に開示しています。
・リスク・危機管理委員会で、2022年度のコーポレートリスク8 テーマの進捗管理を行いました。
・社内外のリスク分析等をもとに経営会議で2023年のコーポレートリスク8 テーマの管理体制を決定しました。

リスクと危機の管理 GRI2-24, 2-25

2022年コーポレートリスクの主なテーマと取り組み

テーマ	リスク内容	主な取り組み
パンデミック対応	新型コロナウイルスの変異ウイルスや新たなウイルス等の発生により、社員の健康被害や操業の一時停止などが発生するリスク	● 緊急事態対策本部会議（本部長：代表取締役 社長執行役員）を開催し、社員と家族の安全確保、事業活動の継続を中心に下記対応を実施 ・社員と家族に対するワクチン接種の推進 ・感染拡大国や地域では、特に生活必需品については政府・自治体と連携する等して生産活動を継続 ・ウイルスの特性の変化と感染状況、各国の規制緩和等を踏まえた勤務体制・働き方の見直し（ハイブリッド勤務の実施、海外出張規制の緩和等） ● 新型コロナウイルス感染症の経験を踏まえ、次のパンデミックに備えたガイドライン、行動計画の見直し
大地震・自然災害・BCP対応	大地震や気候変動に伴う大型台風、洪水などの自然災害による、社員や設備などの資産への被害および製品供給に支障をきたすリスク	● 各拠点の水害リスク調査に基づいたハード・ソフト面の対策を強化すると共に社員とその家族を守るための防災教育の実施 ● 日本における長期操業停止を想定したBCP策定や海外拠点のBCP強化の検討
重大品質問題対応	重大品質問題の発生、社会的信用が失墜するリスク	● 品質問題により重篤な被害が生じた場合の全社対応の強化 ● 重大品質問題発生防止に向けた社内啓発の強化
サイバー攻撃・個人情報保護対応	サイバー攻撃を含む意図的な行為や過失などにより機密情報や個人情報が外部に流出するリスク。サプライチェーン等の事業活動が一時的に中断するリスク	● セキュリティ対策の強化とインシデント発生時の対応手順の明確化 ● グローバルでの機密情報・個人情報・情報セキュリティの保護活動の強化
レピュテーションリスク対応	SNSなどを通じて、当社への批判的な評価等が拡散され、ブランド価値や社会的信用が低下するリスク	● 事象発生時の緊急対応体制の強化 ● SNSなどのモニタリング体制の強化 ● 広告およびSNS活用時の事前チェック体制の整備と社内教育

2022年実績に対する考察

新型コロナウイルス感染症拡大の長期化に対しては、引き続き全社一丸となった対応により、各国の社員と家族の安全確保、衛生関連製品を継続的に供給するなどの社会的責任を果たすことができました。また、花王グループ中期経営計画「K25」の達成を阻害するリスクについては、2021年度からの継続テーマである、「中期経営計画『K25』の達成を阻害するリスク」に関するリスク調査を通じたリスクを抽出し、コーポレートリスクの見直しに反映しました。今後、継続してリスクの発生要因にアプローチすることで対応の強化を進めていきます。

リスクと危機の管理

主な取り組み

リスク顕在化時の迅速かつ適切な対応

・ロシア・ウクライナ問題への対応

社員の安全確保、BCP対応を実施。国・地域間の対立に伴うレピュテーションリスクを考慮し、ロシアへの製品輸出および広告活動を停止しました（女性や乳幼児の衛生的な暮らしを最低限維持できる製品のみ製品輸出を継続）。

新型コロナウイルス感染拡大・長期化への対応

緊急事態対策本部会議（本部長：代表取締役 社長執行役員）※を開催し、社員と家族の安全確保、事業活動の継続を中心に下記対応を実施

・社員と家族に対するワクチン接種の推進

・感染拡大国や地域では、特に生活必需品については政府・自治体と連携する等して生産活動を継続

・ウイルスの特性の変化と感染状況、各国の規制緩和等を踏まえた勤務体制・働き方の見直し（ハイブリッド勤務の実施、海外出張規制の緩和等）

※緊急事態のレベルを最高の「レベル3」として、2020年2月に設置

コーポレートリスクを含む主要リスクの明確化と対応の強化

日本の主要な23部門と4子会社に対して、2021年度からの継続テーマである、「花王グループ中期経営計画『K25』の達成を阻害するリスク」に関するリスク調査を行いました。その結果、重要なリスクとして、新事業を含む事業・方針に関するリスク、事業継続に関するリスク、ESGに関するリスク、地政学リスク等が挙げられました。この調査結果と外部環境の分析、経営幹部へのヒアリングをもとに、「地政学リスク」を主要リスク項目に追加すると共に2023年のコーポレートリスクテーマに選定しました。特に注意すべき国・地域に対してリスクシナリオを作成し、対応体制の整備、政治的・社会的状況のモニタリングを行っています。今後、社員の安全確保、原材料調達等のサプライチェーンネットワークの確保、レピュテーション対応を中心に対応強化を進めていきます。

部門、子会社のリスク管理活動の強化

・海外拠点で選定した重要リスクの管理状況を確認し、必要に応じて本社との連携を強化することで、海外拠点のリスク対応の実践力の強化を図りました。

・リスク・危機管理推進会議で、日本国内8部門、日本・海外の4子会社のリスクマネジメント活動を共有、議論することで、リスク管理活動の連携と強化を図りました。

緊急事態に備えた主な訓練

・総合防災訓練（グローバルの主要工場で実施）

・大地震を想定した緊急事態対応訓練、BCP訓練（日本）

・大地震を想定した安否確認訓練（日本）

レスポンシブル・ケア活動

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

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ケミカル事業を有する企業として、果たすべき重要な社会的責任です。

方針

化学品の製造・販売・流通等に関わる花王は、製品のライフサイクル(製品の開発・製造から使用・消費・リサイクル・廃棄に至るまで)において、環境・健康・安全を確保し、その取り組みを継続的に改善し、生活の質の向上と持続可能な社会の実現に貢献することにより、社会からの信頼の向上に努めています。

この目的達成のため、「環境・安全の基本理念と基本方針」を定めると共に、「花王レスポンシブル・ケア方針」を定め、事業活動を行っています。

花王は1995年の日本レスポンシブル・ケア協議会設立当初から「RC活動」に参加しており、2008年には「RC世界憲章」の支持宣言書に当時の尾崎社長が、さらに2014年には改訂された「RC世界憲章」に当時の澤田社長が、それぞれ署名を行い、RC活動を花王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・健康・安全」に関する「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っています。

この「花王レスポンシブル・ケア方針」は2012年に制定し活動を進めてきましたが、2014年に国際化学工業協会協議会(ICCA)が「RC世界憲章」を改訂、それに伴い2016年に日本化学工業協会(JCIA)も「RC基本方針」を改訂したのを契機に、今後2030年までの活動や目標を決めるにあたり、2020年12月に改訂しました。この改訂では内容を刷新し「継続的教育」を追加すると共に、各項目に表題を付加して社員が親しみやすいよう配慮しました。

※「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」

Web 環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

戦略

リスクと機会

リスク

RC活動の一つひとつが社内および社外へインパクトを与える重要活動であるため、ひとつでも欠けると、中長期的なリスクとしては、グローバルで存在価値ある企業になるという2030年の目標の達成が困難になると共に、花王製品に対するイメージや会社への信頼性の失墜が生じます。

機会

中長期的な機会としては、企業の自主的な活動である「RC活動」を推進することで、ステークホルダーとの強い信頼関係が構築されることは、2030年の目標であるグローバルで存在価値ある企業になることへの前進となると共に、花王製品のブランドイメージや会社への信頼性向上につながります。

戦略

Kirei Lifestyle Planの2030年までの花王のアクションの「脱炭素」「ごみゼロ」「水保全」「大気および水質汚染防止」「社員の健康増進と安全」については2030年目標を設定し、それをバックキャスティングする目標を毎年設定し、日々の活動に落とし込んでいます。

また化学に携わる企業の自主管理活動である「RC活動」をPDCAサイクルを回すことで花王グループ会社全体で推進していくと共に、国際的な認証制度であるISO14001やISO45001なども活用しながら活動を強化します。

レスポンシブル・ケア活動 GRI3-3

社会的インパクト

現在、花王は、事業戦略にESG視点を融合させた化学産業界の自主的な環境・健康・安全を確保する活動である「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に貢献しています。その結果、消費者や顧客企業が安心して花王製品を利用でき、また従業員が安全・安心に働くと共に、工場／拠点の近隣コミュニティが安全・安心な生活を送ることができます。

また、事業活動地域においては環境負荷の低減や衛生状況の改善、地域社会への還元が行われ、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(QOL)の向上に貢献できます。

貢献するSDGs

事業インパクト

花王は、「RC活動」を推進することで、従業員が安全・安心に働け、事業活動が正常に行われ、安定した商品供給が行われると共に、不要な経費の発生が抑えられます。また、こうした活動を通じて消費者や顧客企業などのステークホルダーから安心して花王製品をご利用いただけるだけでなく、RC活動には法順守も含まれるため、社会的レピュテーションの向上により、製品やブランドへの好感度も上がり事業拡大が望めます。

ガバナンス

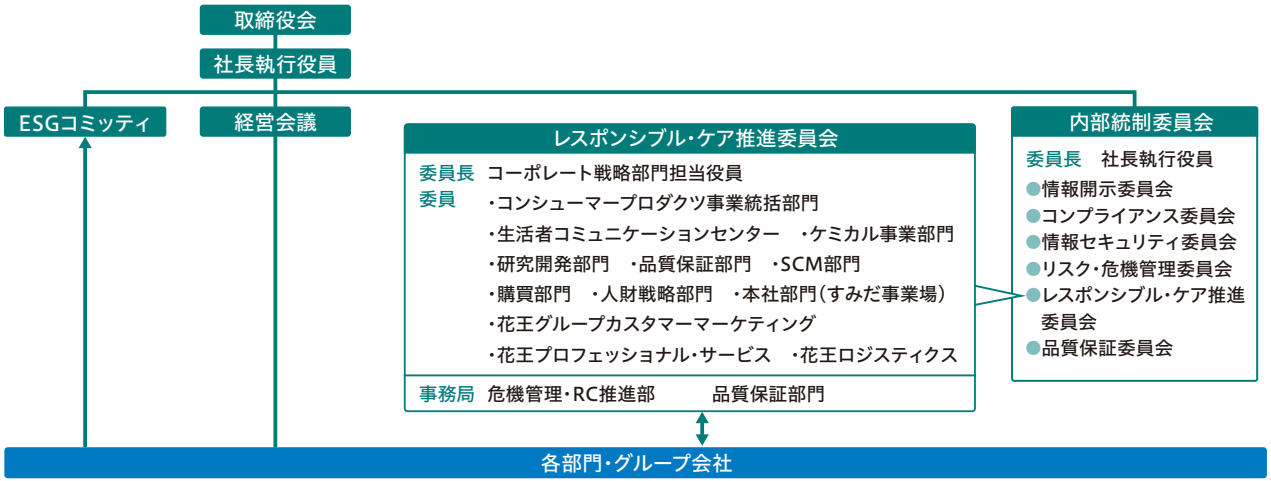
体制

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、内部統制委員会(年2回開催)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と共に、4部門の代表と品質保証部門の担当を加えた委員14人で構成されており、毎年1回開催しています。事務局は危機管理・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。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス
P265 コーポレート・ガバナンス

レスポンシブル・ケア活動体制



レスポンシブル・ケア活動 GRI3-3, 403-5, 404-2

教育と浸透

製品のライフサイクルにおける環境・健康・安全を確保する「RC活動」の理念やその方針は、花王全社員のみならず協力会社とも共有する必要があります。そのため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活動やその方針に関する教育を定期的に実施しています。

P288 具体的な取り組み：RC活動の標準化

ステークホルダーとの協働

花王グループ各社はRC活動の基本項目のひとつである「社会とのコミュニケーション」に基づき、環境・健康・安全に関わる方針や活動状況を積極的に開示し、生活者・顧客、従業員、地域社会等とコミュニケーションを積極的に行い、すべてのステークホルダーの支持と信頼を得るよう努めます。

リスク管理

リスクアセスメントプロセスは、RC推進委員会事務局において、RC活動の基本項目である6つの推進項目のそれぞれにおいて、前年および今年上半期の活動結果と実績を踏まえ、リスクを特定し、そのリスクの評価を行い、優先順位をつけ、翌年のRC目標に反映しています。このRC目標は毎年9月ごろに実施する花王グループRC推進委員会にて各委員により審議され承認され、内部統制員会に報告しています。

また、組織横断的なリスクや共通するリスクについては、必要に応じてコーポレートリスクテーマとして対応が行われています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

P276 リスクと危機の管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

花王は2030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。

そのため「花王グループRC目標」として2030年までの中長期目標を立て、この目標に対しバックキャスティングする毎年の目標を設定し、日々の活動へ落とし込んでいます。

2022年実績

2022年は9月29日に「花王グループRC推進委員会」、12月26日に「日本RCミーティング」を開催しました。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毎年複数の推進部門の自己点検に立ち会い、規程等に基づきRC自己点検が適切に実施されているか確認しています。

2022年は一部の監査や立ち合いを対面（リアル）で実施しましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの監査や立ち会いがリモートとなりました。

また当初11月に予定していた集合での「グローバルRCミーティング」も新型コロナウイルス感染症の影響により中止とし、昨年同様オフラインでの情報共有を実施しました。

P265 コーポレート・ガバナンス

P290 具体的な取り組み：RC事務局監査実施状況

P291 具体的な取り組み：RC活動に関する教育

2022年実績に対する考察

環境では「エネルギー使用量」「温室効果ガス発生量」「直接埋立・単純焼却率」および「水使用量」で目標を達成しました。またKirei Lifestyle Planの中期目標に沿

レスポンシブル・ケア活動

うかたちで設定した「購入電力中の再生エネルギー割合」は目標を達成しましたが、「排水COD、VOC排出量の公開率」は目標未達となりました。

安全では「死亡・機能損失災害」「休業災害度数率」「全災害度数率」で目標未達でしたが、「業務上疾病による休業」「物流漏洩事故」の項目がいずれも発生件数ゼロで目標を達成しました。

今年も目標未達の項目などもありましたが、当初の目標値は変更せず、さらなる改善をめざしていきます。

レスポンシブル・ケア活動 GRI403-1, 403-5

主な取り組み

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。

花王グループRC 推進委員会(9月)

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。

グローバルRC ミーティング(10月～11月)

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。

日本RC ミーティング(12月)

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、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。

2022年は、9月29日に「花王グループRC推進委員会」をオンラインで開催しました。事務局からは2022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、高圧ガス保安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ました。最後に審議事項として、2023年の花王グループRC目標が承認されました。

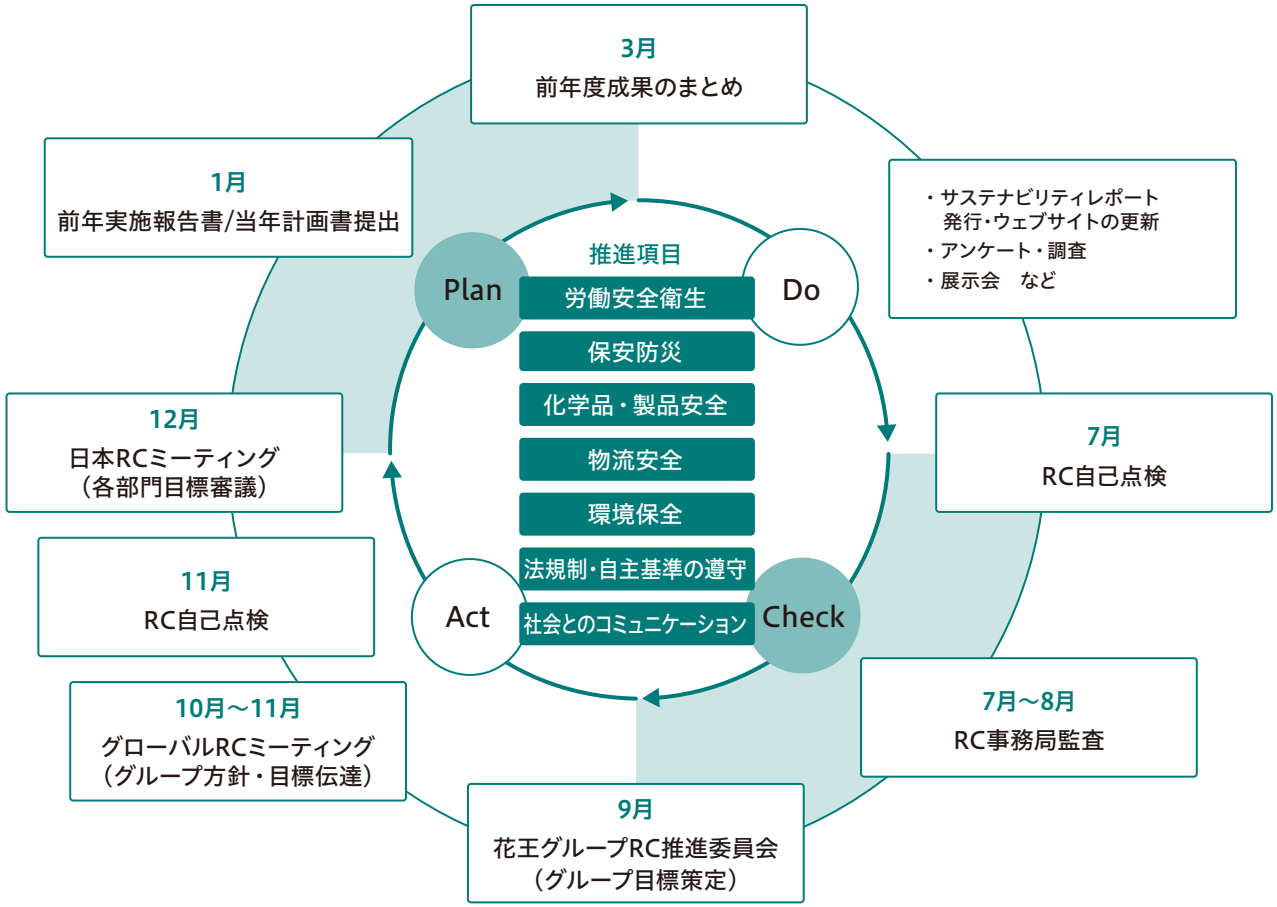
12月26日の「日本RCミーティング」はオンラインとリアル参加のハイブリッドで実施し、各推進部門のRC推進委員が2022年の活動実績を報告すると共に、2023年の自部門の計画案を発表し、審議・承認されました。また事務局からは2022年の環境および安全の実績報告を行いました。

当初11月7日・8日に各国RC担当者が参集し、「グローバルRCミーティング」を本社で開催する予定でしたが、前年に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響で中止し、代替としてオフラインで、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、ベストプラクティスの共有を行いました。

新型コロナウイルス感染症の影響で海外各国RC担当者と直接意見交換などできない状況のため、2022年4月～7月にかけてエリアごとにリモートで情報交換会を計8回開催しました。この情報交換会では事務局からは2021年のサマリーや活動トピックスおよび2021年の目標や活動内容、各国担当者からは2021年の活動状況やトピックスなどを報告すると共に、RC全般の意見交換を行いました。

レスポンシブル・ケア活動 GRI403-1

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共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 GRI403-2

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」で報告すると共に、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。

2022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。2021年にチェックシートを、ISO140001およびISO45001の要求事項、ICCA(国際化学工業協会協議会)のセルフアセスメントツールの項目を反映したものに一部変更すると共に、RC活動のパフォーマンスについても併せて評価する内容に改善しました。

日本については、各推進部門と一部リモートにて、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確認しました。海外については、同じチェックシートを用いた書類監査を実施しました。今回の監査では2021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併せて確認しました。

2022年のRC事務局監査の結果については、全体としては2021年とほぼ同じスコアとなりました。また継続観察が必要な項目としてマネジメントシステム、労働安全に関する指摘が多く見られたため、さらなるレベルアップを依頼しました(下表参照)。

※ 上海花王、花王(合肥)、花王(上海)化工、花王葫芦島鋳造材料、花王(台湾)、花王(ベトナム)、ピリピナス花王、花王インダストリアル(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、花王マニュファクチュア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)、花王チミグラフ

RC事務局監査実績(2022年度)

	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
評価回答数	247	193	235	500	768	6,362
評価平均点【5点満点】※3	4.21(4.26)	4.53(4.70)	4.83(4.84)	4.52(4.49)	4.49(4.62)	4.54(4.52)
継続観察が必要な項目	1(4)	0(1)	0(0)	5(6)	6(7)	—

※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11、欧米8)
※3( )内は2021年の結果

レスポンシブル・ケア活動 GRI403-2, 403-4, 403-5

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。環境の国際規格であるISO14001、労働安全衛生の規格であるISO45001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ISO認証機関で96%、政府などその他の認証機関で2.5%となっています（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サイトで完了しています。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（ISO45001等）

労働安全衛生のマネジメント規格は、労働管理の強化が必要な海外の工場で優先的に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）。

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アジアの5サイトで完了しています。今後、統合する工場を増やすなど認証取得拠点の拡大を検討すると共に、2023年から日本での導入も検討しています。

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

Web ISO等認証取得一覧
https://www.kao.com/jp/sustainability/pdf/environment-activity-data/certification/

RC活動に関する教育

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、保安防災などのRC活動に関する教育を定期的に実施しています。2022年も新型コロナウイルス感染症の影響で在宅勤務が続いている状況を考慮し、対面でなくネット学習（eラーニング）を積極的に活用し教育を実施しました。

2022年は所属する社員が多い和歌山事業場を主とし、日本花王グループの全社員を対象に、南海トラフ地震に対する防災のネット教育および確認アンケート等を実施しました。これら教育の平均受講率は80%程度でした。2022年にRC推進委員会事務局が社員を対象に実施したRC教育は14回、のべ2,000人余りが参加しました。

今後も積極的にeラーニングなどを活用しRCに関する教育を実施していきます。

TOPIC 外部からの評価

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「先進的AI活用によるバッチプロセス異常予兆検知」において、一般社団法人日本化学工業協会「第16回 RC賞」で「RC大賞」を受賞しました。

多様な製品の製造拠点では、設備の高経年化や人財の高齢化・不足、技術伝承などの課題や環境変化への対応が必要となっています。AI技術を活用した運転監視の自動化・異常予兆検知のしくみを導入したことにより、大幅な業務負荷削減に加えて、生産性向上、製造技術の伝承と現場力の向上、監視業務の標準化による属人化の解消を達成したことが高く評価されました。

レスポンシブル・ケア活動

レスポンシブル・ケア活動 関連データ リンク集

レスポンシブル・ケア活動の体制、主な活動内容、2022年の実績は、以下も併せてご覧ください。

労働安全衛生

P229 社員の健康増進と安全

保安防災

P352 保安防災

化学品・製品安全

Web 化学物質をより安全に使用するための取り組み
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/saicm/

環境・安全の基本理念と基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

品質保証
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/

P253 責任ある化学物質管理

環境保全

Web 基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environment-safety-principle-policies.pdf

花王 環境宣言
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/environmental-statement.pdf

環境活動データ集
https://www.kao.com/jp/sustainability/pdf/environment-activity-data/

Topics you care about > 責任ある原材料調達
https://www.kao.com/jp/sustainability/we/procurement/

よりすこやかな地球のために
https://www.kao.com/jp/sustainability/planet/

P327 生物多様性

法規制・自主基準の遵守

P161 実効性のあるコーポレート・ガバナンス

社会とのコミュニケーション

Web 社会貢献活動
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/

品質保証

花王では“豊かな共生世界の実現”を使命とし、生活者・顧客の立場に立って、“よきモノづくり”を行っています。すべての命にとって安心で調和のとれた世界を実現するために、原材料から研究開発、生産、輸送、販売までのすべての段階において、徹底した生活者・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

地球環境の保護への動きが強まる中、化学物質の環境影響に対する関心の高まり、動物実験の廃止に賛同する動きも増えています。高齢化社会はすでに先進国で進行しており、将来は途上国でも進行すると予想されています。加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大により、世界の生活者の衛生意識や行動が大きく変わりました。このように社会情勢が変化していく中、企業活動において積極的に課題解決に貢献することが重要です。花王では、「ESG視点のよきモノづくり(ESGよきモノづくり)」を通じて、衛生、健康、高齢化、環境などの社会的課題の解決に取り組んでいます。

方針

企業理念である「花王ウェイ」にうたわれている“よきモノづくり”を品質保証活動の基本としています。企業行動指針「花王 ビジネス コンダクト ガイドライン」の第一項目にも「常に安全性を第一として、社会に有用で品質の高い商品・サービスを開発・提供し、持続可能な経済成長と社会的課題の解決を図ります」と示しています。

原材料から研究開発、生産、輸送、販売に至るすべての段階で、社員全員参加の生活者・顧客起点の品質保証活動を行っています。

Web 品質保証活動の基本方針
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/safety-quality-policy/

商品ライフサイクル全般にわたる安全性の確保

花王では、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材料、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生活者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っています。日本だけでなく各国・地域で寄せられる生活者の声に関して、アジア・欧米などの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っています。さらに、家庭品、化粧品、食品のそれぞれについて、生活者の「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。つねに花王安全基準に基づき、幅広い使用テストや詳細な安全性点検を行い、万が一懸念される点があれば、生活者の安全を最優先にした迅速かつ適切な対応を行います。

Web 家庭品の安全基準
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/houseware-quality/

化粧品の安全基準
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/cosmetics-quality/

食品の安全基準
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-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、花王はこの考え方に賛同しています。

花王は、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っていません。また、今後も行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。

品質保証

商品の安全性確保は何よりも重要であり、花王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共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に行っています。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、他社等とも協働し、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。

Web 動物実験に対する方針
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/animal-testing-policy/

戦略

リスクと機会

市場においては、生活者の品質価値の多様化、化学物質の安全性への懸念や環境問題への意識の高まり、さらには、企業の透明性を促す情報開示要求などの変化が起こっており、また、ボーダレス化の進展によるグローバルな商品流通が増加しています。そのような中、各国・地域は、持続可能な社会や消費者保護の強化をめざして、新たな法規制の枠組みづくりに動き出しています。

このような環境の変化の中、

①重大な品質問題の発生
②新たな安全性や環境問題への対応の遅れ、および情報開示の遅れ
③各国・地域の法規制の変化への対応の遅れ、品質保証・消費者対応の体制整備の遅れ、また、その対応業務負荷の増大
④従来の品質保証体制による、消費者の品質価値の多様化への対応遅れ
⑤新規事業や新業態における品質保証体制整備への対応遅れ

といったリスクが考えられ、いち早く対応することにより事業成長の機会が得られると考えています。

戦略

先述のリスクと機会に対応すべく、下記の対応を進めています。

①品質問題により重篤な被害が生じた場合の被害最小化のための全社対応の強化と、重大な品質問題発生防止に向けた社内教育の強化
②各国・地域の社会的関心、化学物質の安全性懸念や環境問題に対する要求に先回りした商品開発の推進、および適正な商品情報の提供をめざした価値伝達手段の多様化、さらには、積極的な情報開示による品質保証活動の見える化とステークホルダーとのコミュニケーション強化
③各国・地域の新たな法規制に対する影響分析、さらに法規制への適合性を迅速に確認できるシステムの構築、国・地域を超えて消費者の声を一元的に集約するしくみの導入
④時代にあった多様な価値観に応える適正な品質保証体制への変革
⑤新規事業や新業態に合った、品質保証体制を整備するため、社外リソースの探索と獲得

社会的インパクト

生活者の品質価値の多様化に応えた商品を提供すると共に、化学物質の安全性への懸念や環境問題への意識の高まりに対して、すべてのステークホルダーに適切な情報開示を行い、社会的信頼を構築します。

また、企業の透明性を促す情報開示要求に応え、各国・地域の持続可能な社会の実現や消費者保護の強化に応

品質保証 GRI3-3

えていきます。

事業インパクト

・製品回収等にかかる財務損失の低減
・製品・サービスの価値が表示・広告などを通じて生活者に伝播し、共感を得て、購買行動につながることによる新規顧客の獲得とロイヤルユーザーの増加
・各国・地域の法規制の変化への対応や、ボーダレス化に伴うサプライチェーンの多様化に対する戦略的品質保証体制の構築による海外事業の拡大への貢献
・新規事業への参入、立ち上げに貢献

ガバナンス

体制

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、社長執行役員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を設置し、年4回開催しています。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。年度末の品質保証委員会で、事業部門別品質保証会議の総括及び品質保証監査報告から、全社の品質保証体制の有効性と信頼性を確認し、内部統制委員会および執行役員会で報告しています。

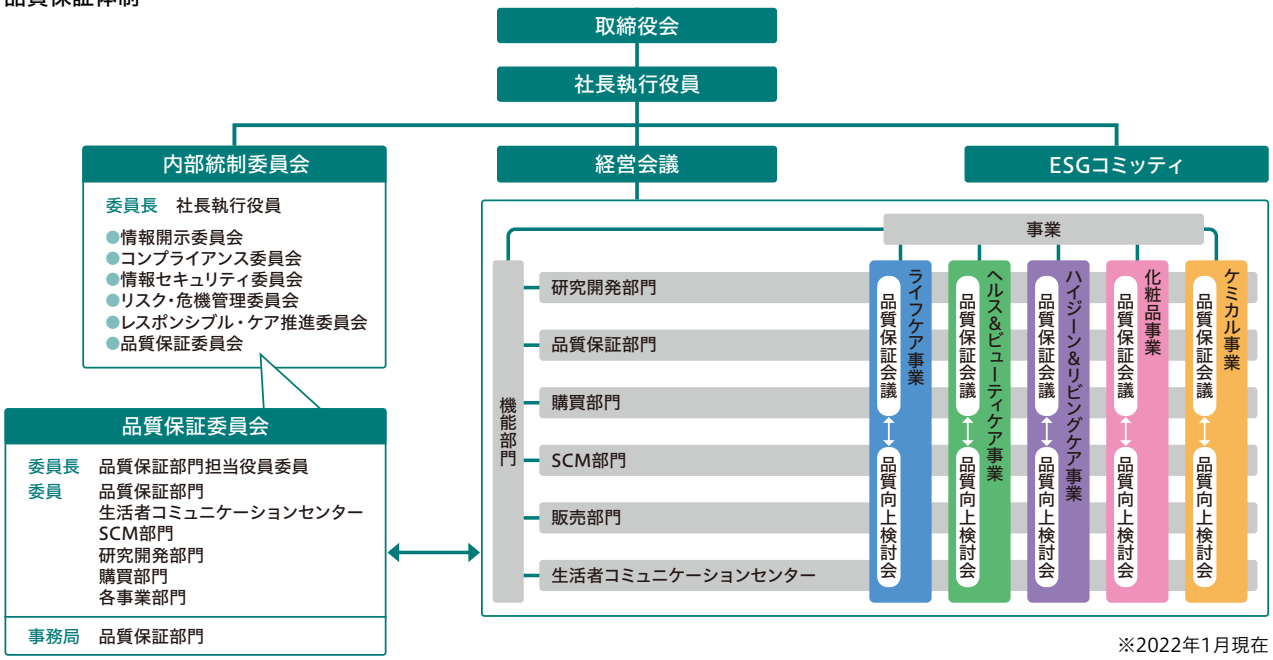
商品発売に際しては、探索～技術開発～商品化～生産の各段階での品質確認と、総合的なエビデンス検証のゲート管理を導入しており、高い安全性と品質を十分確保しています。商品の発売後は各事業の責任者が、事業部門と機能部門（研究開発・品質保証・購買・SCM・販売・生活者コミュニケーションセンター）の責任者全員が参加する品質向上検討会を開催し、消費者・顧客から寄せられたご意見やご指摘を真摯に検討し、商品や情報・サービスの改善に活かす活動を行っています。また、おむつ、サニタリー、化粧品の分野では、品質向上検討会を日本と中国の合同開催としています。

これらの研究開発～マーケティング～生産～物流～販売に至る全社品質保証活動を品質保証部門が統括・推進しています。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い、重要課題については適時報告を行っています。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。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

品質保証 GRI3-3, 404-2

品質保証体制



※2022年1月現在

教育と浸透

企業理念の全社浸透のため、品質保証活動の拠りどころである「花王ウェイ」「花王 ビジネス コンダクトガイドライン」に沿った研修等を行っています。品質マインドの向上と医薬品医療機器等法やGQP（Good Quality Practice）/GVP（Good Vigilance Practice）省令等の法規制に関する教育をさらに強化しています。GMP（Good Manufacturing Practice）基準や各種ISOなどの教育、生産部門での生活者・顧客からの指摘件数を指標とする独自のQCサークル活動も継続しています。品質保証活動方針の浸透・徹底を図るため、日々の品質保証活動や品質向上検討会を通じて、品質教育や啓発も行っています。海外赴任予定者や海外のグループ社員への教育も強化し、グループ全体でのレベルアップに取り組んでいます。優れた品質保証活動を表彰するなど、モチベーションの向上も図っています。

また、花王グループの緊急重大問題対応体制を社内イントラネットに公開し、緊急連絡先も周知しています。国内外のグループ各社で行っている品質保証活動教育の内容に、この緊急重大問題対応体制の運用が含まれており、毎年教育を実施しています。

ステークホルダーとの協働

法令遵守を推進し、ESGよきモノづくりを通して社会のサステナビリティを実現するため、ステークホルダーとの協働が不可欠と考えます。以下の取り組みにおいて、ステークホルダーとの協働を推進すると共に、信頼性を確保しています。

生活者の声を“よきモノづくり”へ活用

生活者から寄せられた声を「花王エコーシステム」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。

Web お客さまの声を活かす取り組み
https://www.kao.com/jp/innovation/safety-quality/improve/

委託先との協働

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生活者・顧客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生活者・顧客起点の品質保証活動を展開していきます。

業界としての取り組みに参画

各国・地域で業界活動に積極的に参画しています。品

品質保証 GRI3-3, 416-1

質・安全性に関する新たな規格や試験法の基準づくり等の取り組みに加わるなど、世界どこでも安心してお使いいただける商品提供に役立てるよう、精力的に活動しています。

行政との協働

基準の策定や改定に関して各国・地域の行政会議に参画し、情報提供や提案をしています。また、安全性や規制に関する国際会議の場にも参加し、積極的に貢献しています。

リスク管理

リスク・危機管理委員会、経営会議の審議で選定されたコーポレートリスクのひとつである「6. 製品品質に関するリスク」では、重大な製品事故の発生、製品に対する安全性や環境問題への懸念が生じるリスク、各国法規制の変更や、安全性・環境問題の解決および製品の成分や安全性等の透明性に対する要求に対して、適切に対応できないリスクを対象として管理しています。

毎月の品質向上検討会では、生活者から寄せられる声を検討し、新製品発売直後の品質状況や設計や製造に起因する品質問題の発生を監視しています。

また、グループ国内工場について、GMP適合性に関わる内部監査および委託先の製造管理に関する内部監査を行い、品質保証体制について監視しています。

重大な安全性や品質に関するトラブルの発生に対して、花王グループの緊急重大問題対応体制を定めており、国内外のグループ各社もこの体制にもとづいて対応しています。

化学物質を取り巻く科学・規制・社会それぞれの分野の動向について、継続的に調査・情報収集を行っています。その結果を踏まえ、社内の関連部門のメンバーからなる定例の会議において議論の上、俯瞰的なリスク判断を行い、物質毎に使用方針を決定しています。また、花王の考えを発信すべき重要度の高い物質と判断した場合には、科学的検証を踏まえた花王の考えを公開し、ステークホルダーからの理解を得られるよう努力しています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

1. 仲間と共に高いレベルの安全と品質を追求し、サステナブルな社会を先導する
2. 法適合と価値伝達の革新によって、ESGよきモノづくりを発展させる
3. 徹底した透明性と責任あるコミュニケーションに挑戦し、信頼の絆を未来につなぐ
4. 変化に挑む姿勢と多様性から生まれる組織の活力で、現場を成長させる

2022年実績

衛生・ヘルスケア事業のさらなる発展への貢献（消毒液への菌種・ウイルス種の訴求ガイドライン策定）

厚生労働省より発出の薬生監麻発0225第9号通知※「医薬品及び医薬部外品の消毒剤における特定の菌種、ウイルス種への有効性に係る情報提供の取扱いについて」により、特定の菌種またはウイルス種への有効性に係る情報提供を市販の外皮消毒剤で実施が可能となりました。この通知を受け、ビオレブランドおよび業務用製品において特定の菌種またはウイルス種への有効性に係る試験結果等の情報提供を開始しています。

※「人体（外皮に限る。以下同じ。）または物品に対する殺菌又は消毒を使用目的とした医薬品および人体に対する殺菌または消毒を使用目的とした医薬部外品（効能・効果において適用菌種が定められていないものに限る。以下「消毒剤」という。）」を対象とし、特定の菌種またはウイルス種への有効性に係る情報提供の取扱について通知したもの。

Web 「ビオレガード 泡で出る消毒液」
https://www.kao.co.jp/bioreu/bioreguard/awa/

「ハンドスキッシュEX」本体 ロングノズル 800mL 業務用
https://pro.kao.com/jp/products/kps01/4901301507198/

中国化粧品法規の改正に対応した体制強化（中国不良反応（副作用）モニタリング体制運用開始）

中国化粧品の最上位法規である「化粧品監督管理条例

品質保証 GRI416-1, 416-2

(2021年1月1日施行)」に続き、品質保証、品質管理、安全管理、トレーサビリティなど多岐にわたる下位法規も施行されたことに対応し、全社横断的な対策プロジェクトによりGMP、GVP、GQP体制の強化を進めました。GVPに関しては、不良反応(副作用)モニタリング法規が10月より施行され、海外企業も現地法人と連携して副作用を報告することが義務づけられました。現地のお客さま相談部門や販売部門と共にGVP体制の強化を進め、法規が施行される前より運用を開始しました。中国で販売する化粧品の市販後安全管理を引き続き着実に進めます。

全社品質保証活動の推進

・品質保証活動教育
　国内外のべ11,700人
・GMP基準や各種ISOなどの教育:722回
・品質向上検討会:227回(国内110回、海外117回)
・QCサークル活動:QC大会年3回開催(9ヵ国のべ1,460人参加)

直近4年間のリコール状況※1

年	2019年	2020年	2021年	2022年
件数	0	0	0	2 ※2

※1 プレスリリースを伴う消費者・流通からの自主回収
※2 対象商品:Jergens Ultra Healing Moisturizer (Kao US)
　Curélクリーム Ec(花王)

2022年実績に対する考察

特定の菌種またはウイルスへの有効性に係る情報提供が市販の外皮消毒剤で実施可能となり、試験結果等の情報提供を開始しています。今後は、お客さまからの反応を注視しながら、引き続き円滑なコミュニケーションに努めます。

中国化粧品法規の改正対応については、今後整備されるガイドライン等に対し、現地法人と連携し速やかに対応していきます。

2022年のリコールについては、お客さまへの影響が最小限になるよう速やかに回収を実施しております。今後は再発防止の徹底に努めていきます。

品質保証 GRI404-2, 416-1

主な取り組み

生活者・顧客起点の全社品質保証活動

欧米品質保証活動の強化・推進

欧米事業体制の変更に伴い、「欧米コンシューマーケア事業部」、「サロン事業部」、「モルトンブラウン」について事業別の品質保証会議を新設しました。

事業別の品質保証会議で、2022年度の全社品質保証活動方針に基づいた重点活動項目を策定しました。年末のマネジメントレビューで重点活動項目の推進状況を確認し、また各事業の品質課題について検討を行いました。これらの活動は第4回品質保証委員会で報告され、次年度の全社品質保証活動方針に反映しています。今後、このPDCAサイクルを継続的に回すことにより、欧米花王グループにおける品質保証活動をスパイラルアップさせていきます。

品質保証教育プログラムの強化

品質マインドの向上と品質保証業務に関する知識習得を目的とした品質保証活動教育を、モノづくりに関わるすべての組織を受講対象として毎年行っています。また、誰もがいつでも質の高い品質保証教育を受けられることをねらいとし、eラーニングによる教育システムを開発し、運用しています。本システムでは、確認テストを導入し、法令や社内規程の理解レベルを常に評価・監視することができます。

2022年は、薬機法改正(法令遵守体制の整備)や消費生活製品安全法、薬事申請・原料登録に関する教育コンテンツを追加して実施するなど、eラーニングによる教育を継続強化し、花王グループ社員のべ9,565人が受講完了しました。また、品質に関するトラブルの事例を実地教育で関連部門に共有し、同様のトラブルの未然防止に努めています。

監査・自己点検による品質保証活動の確認

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共に、日本では新たに2工場がISO22716認証を取得しました。

自社工場に対する内部監査を行うと共に、製造委託先や原材料サプライヤーへの監査を行い、品質改善のためのミーティングを行っています。また、顧客からの外部監査も受けています。

さらに、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。

2022年は、グループ国内工場について、GMP適合性に関わる内部監査および委託先製造管理に関する内部監査を実施し、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。

Web ISO等認証取得一覧
https://www.kao.com/jp/sustainability/pdf/environment-activity-data/certification/

情報セキュリティ

花王では国・地域・事業・会社で30の情報セキュリティ委員会(ISC)を設置しています。このISCがサイバーセキュリティ対策・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エア・ソフトウエア・各種データファイル等の情報資産の保護を目的とした活動を展開しています。

社会的課題

インフォメーションテクノロジー(IT)の急速な発展と普及に伴い、ITは生活のあらゆる部分に浸透し、いまや社会基盤として必要不可欠なものとなっています。社会基盤のITに障害が起きた場合、電気やガスや水道のライフラインや交通インフラの停止等により、経済活動へ大きな打撃を与えることになります。さらに近年、サイバー攻撃により、企業からの機密情報や個人情報といった情報資産の流出が発生しており、サイバーセキュリティの確保が社会的課題となっています。2014年11月のサイバーセキュリティ基本法の成立により、国をあげてサイバーセキュリティ対策に取り組んでいます。

花王では情報セキュリティ委員会(Information Security Committee: ISC)が中心となってリスク危機管理委員会との連携のもとにインシデント対応体制を構築し、有事に備えています。技術的な対策は情報システム部門が主導でリスクアセスメントを実施し、セキュリティ対策のロードマップに沿って対策を実施しています。花王がめざしているのは、サイバー攻撃を受けないためのセキュリティ対策の実施、サイバー攻撃を受けても被害を最小限に押さえ込めるしくみや体制の構築とその維持になります。

また近年、EUのGDPRや各国の法律により個人情報の保護が強化されています。この各国の個人情報保護の強化に対応することも社会的課題として認識しています。個人情報の定義や個人情報の取り扱いに関する事業者の義務は各国の法律ごとに内容が異なります。それらの個人情報保護法の制定や改定の内容を把握し、花王グループ会社が取るべき必要な対応を実施し、各国の個人情報保護法を遵守しています。

方針

花王は、「情報セキュリティポリシー」、「機密情報取扱いガイドライン」、「個人情報取扱いガイドライン」、「ITセキュリティガイドライン(管理者編)(ユーザー編)」、「Web・アプリ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機密情報(トレードシークレット: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。

個人情報の取り扱いについては、「花王グループ会社の個人情報保護指針」で公表しており、お問い合わせ・苦情の受け付けについても「花王グループ会社の保有する個人情報に関するお問い合わせ・苦情受付窓口」で窓口を公表しています。

Web
花王グループ会社の個人情報保護指針
日本語版
https://www.kao.com/jp/privacy/
英語版
https://www.kao.com/global/en/privacy/
EMEA向け(GDPR準拠)
https://www.kao.com/emea/en/privacy/

花王グループ会社の保有する個人情報に関するお問い合わせ・苦情受付窓口
日本語版
https://www.kao.com/jp/privacy/privacy-contact/
EU向け(GDPR準拠)
https://www.kao.com/global/en/EU-Data-Subject-Request/

戦略

リスクと機会

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、機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報といった情報の漏えいによる企業信頼の失墜は大きなリスクです。

機会

サイバーセキュリティ対策や機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報といった情報資産管理を強固にすることで、新たなデータ活用・新たなビジネスの実

情報セキュリティ GRI3-3

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。

戦略

サイバーセキュリティ対策はセキュリティ戦略ロードマップに沿って予算を確保し、実施しています(セキュリティ対策の緊急度と配分できる予算により決定)。

2022年にはメールセキュリティ(メールの添付ファイルやリンクの無害化、なりすましメールの対策)、アカウントモニタリング(アカウントの乗っ取りの防止対策)、EDR(Endpoint Detection and Response:PCやサーバーにおける不審な挙動を検知し、迅速な対応を実施するソフトウェア)の欧米・日本に導入しました。2023年は第1四半期でEDRのアジア導入を完了予定です。また、24時間365日、ネットワークやサーバやPCを監視し、サイバー攻撃やウイルス感染等を検知し、即時対応を行うSecurity Operation Center(SOC)のグローバル展開を実施する予定です。併せて従業員へのセキュリティ教育も実施します。

社会的インパクト

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や日本の企業に共有することにより、業界や日本の企業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。また、業界団体である日本化学工業協会の情報セキュリティ対応部会に参加し、各企業との情報交換にも取り組んでいます。

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。

貢献するSDGs

事業インパクト

サイバーセキュリティ対策により、機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報の漏えい・流出を防ぐことができれば、漏えい・流出が発生した場合の対応コストを低減できます。また、機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報の漏えい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。

ガバナンス

体制

情報セキュリティの管理体制

情報セキュリティに関する最上位規程の「情報セキュリティポリシー」では、「情報セキュリティの対策立案および維持管理を行うために、代表取締役社長執行役員(CEO)の指名による情報セキュリティ最高責任者(CISO)を任命し、これらの指揮・監督を行わせる」となっています。情報セキュリティ最高責任者(CISO)は執行役員で、情報セキュリティ委員会(ISC)の委員長を務め、ISCは経営目標達成のために、機密情報・個人情報等の情報資産(ハードウエア、ソフトウエア、各種データファイル等を含む)の保護を推進する委員会で、花王グループ全体のサイバー攻撃対策や各国の個人情報保護法への対応を行っています。

日本では、ISC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、研究開発、知的財産、生産技術、法務・ガバナ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。

ISCは内部統制委員会を通じて、四半期ごとに取締役会へ報告を行います。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併せて報告されます。ただし、緊急対応の必要な案

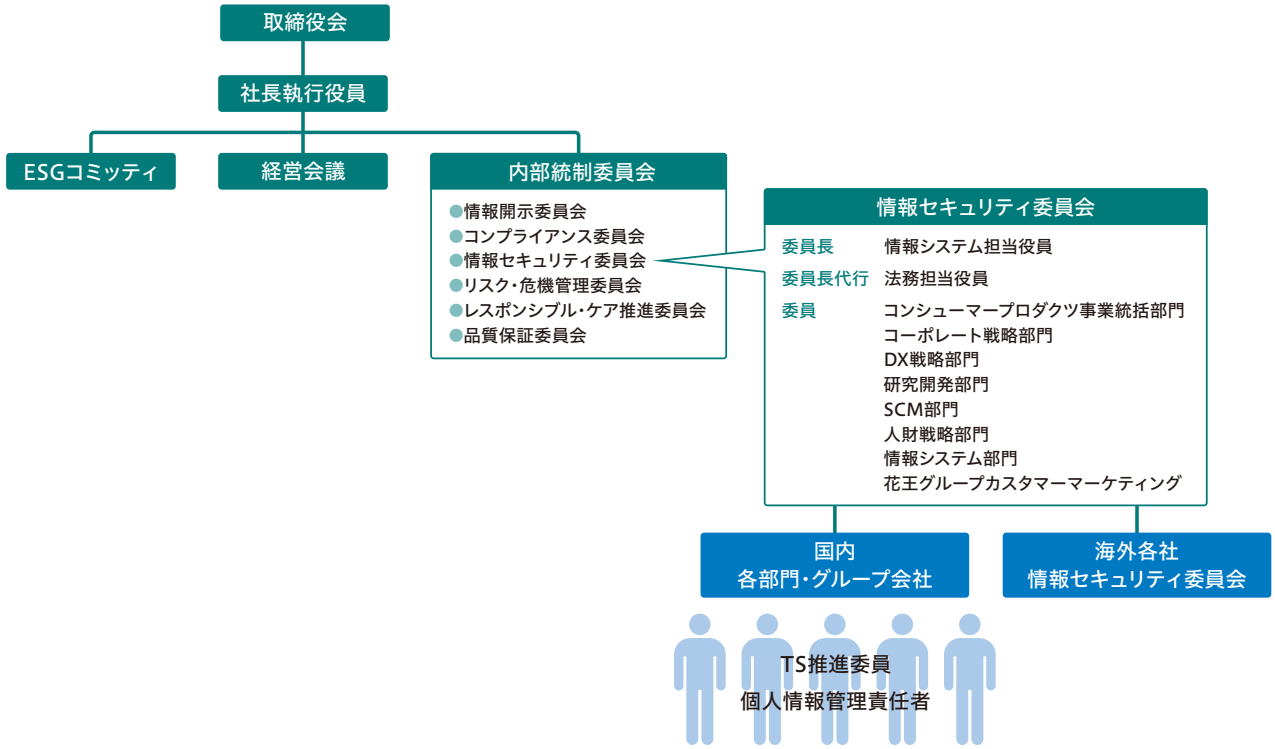
情報セキュリティ GRI3-3

件については、リスク・危機管理委員会と連携して、直ちに経営にレポートされます。

海外では、各社の経営会議メンバーがISCを構成し、日本のISCの傘下に海外の各ISCを配置するかたちになっています。活動は日本と同様に四半期単位のPDCAサイクルによる活動で、3月には日本のISCへレポートの提出を義務づけています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

情報セキュリティの管理体制



※2023年1月現在

情報セキュリティ GRI3-3

情報セキュリティ委員会(ISC)設置状況

部門	番号	会社・リージョン
本部	1	花王(株)
コンシューマープロダクツ	2	花王(台湾)
	3	花王プロフェッショナル・サロン・サービシーズ(台湾)
	4	花王(香港)
	5	花王プロフェッショナル・サロン・サービシーズ(香港)
	6	花王タイ・花王コンシューマープロダクツ
	7	花王(インドネシア)
	8	花王(シンガポール)
	9	花王(マレーシア)
	10	花王(ベトナム)
	11	花王コンシューマープロダクツ(EMEA)
	12	花王コンシューマープロダクツ(アメリカ)
ケミカル	13	花王ペナングループ
	14	ピリピナス花王
	15	花王インドネシア化学
	16	花王コーポレーション(スペイン)
	17	ドイツ花王化学
	18	キミ花王
	19	花王チミグラフ
	20	花王ケミカルズ アメリカズ
	21	花王コリンズ
花王グループ	22	花王中国グループ
カネボウ	23	カネボウコスメティックスヨーロッパ
	24	カネボウコスメティックスドイツ
	25	カネボウコスメティックスイタリア
	26	カネボウコスメティックス台湾
	27	カネボウコスメティックスタイ
	28	カネボウコスメティックスマレーシア
	29	カネボウコスメティックス韓国
	30	カネボウコスメティックスロシア

日本のISCへのレポートフォーマット

No.	項目	内容
1	自己啓発活動	全員を対象に行うこと。啓発内容や対象者を記述する。
2	自己点検	自己点検内容や回答者を記述する。回答者は以下のどのパターンか? ・社員を部門ごとにサンプリングして回答者を選定 ・マネジャーが部門の状況を把握して回答 ・その他
3	改善目標設定・実施	自己点検の結果、成績の悪い項目を改善目標に設定し、改善計画を記述する。
4	事故発生件数	機密情報の盗難・紛失・誤送信による漏えいや情報機器の盗難・紛失の件数を種類ごとに記述する。 詳細は事故報告書に記述する。
5	個人情報に関する情報	個人情報の保有件数、個人情報に対するクレーム件数、個人情報の削除要求件数を記述する。
6	その他	TS・個人情報、サイバー攻撃に関する報告があれば記述する。

情報セキュリティ GRI3-3

インシデント対応体制

サイバー攻撃や情報漏えい等のインシデントが発生した場合に備えて、インシデント対応の体制を整備し、被害を最小限に抑える備えをしています。実際にインシデントが発生した時に備え、机上での訓練を年に複数回実施しています。

花王のインシデント対応のメンバーと役割

名称	メンバー	役割・タスク等
経営幹部	・代表取締役　・監査役	・重大なインシデントの把握 ・対応策、公表、再発防止策の判断・承認
リスク・危機管理委員会	・委員長　・事務局	・サーバー攻撃/個人情報保護対応チームからエスカレーション
緊急対策会議CSIRT Computer Security Incident Response Team	・ISC委員長　・ISC委員　・ISC事務局 ・危機管理　・RC推進部　・企業PR戦略部 ・社員サービス部　・MKプラットフォーム部 ・生活者CC　・主管部門	・インシデントの把握と対応 ・即時対応:ネットワーク遮断、サーバ停止、アカウント停止等の判断 ・経営幹部への報告: 即時対応策、再発防止策の検討・報告・実施、ステークホルダー、外部関係機関への開示の判断
SOC Security Operation Center	・情報システム部門:ネットワーク、サーバー、セキュリティサービス ・企業PR戦略部:マスコミ対応、ニュースリリース作成 ・危機管理・RC推進部:SNS監視 ・カスタマーサクセス部:会員・キャンペーンサイト管理 ・生活者CC:外部からの通報管理 ・ISC事務局:警察庁、IPA、JPCERT/CCからの通報管理	・各種の監視を行い、異常値を検出。異常値が検出された場合、CSIRTへ報告、原因調査、技術的対応実施 ・外部からの通報を受け、事実確認を行いCSIRTへ報告
ステークホルダー/ 外部関係機関	・取引先　・社員　・消費者　・マスコミ ・監督機関　・警察　・IPA ・JPCERT/CC　・情報共有ネットワーク	・ステークホルダーへの情報開示、監督機関への報告 ・警察、IPA、JPCERT/CCへの援助要請 ・情報共有ネットワークへの情報提供

※ 危機管理・RC推進部:危機管理・レスポンシブルケア推進部、生活者CC:生活者コミュニケーションセンター、
MKプラットフォーム部:マーケティングプラットフォーム部

花王のインシデント対応フロー

	検知	把握	対応
経営幹部・監査役 リスク・危機管理委員会		第一報当日	・報告 ・対応策・公表・再発防止策等承認 翌日以降
ISC (CSIRT)	即時	・事実把握 ・緊急度判断 ・緊急対策会議 ・幹部報告準備 ・外部に支援要請	・対応策・注意喚起・公表・再発防止策・問合せ対応等検討・準備
SOC	・モニタリング ・社員から通報 ・外部から通報 ・SNS書込み	当日 ・継続分析 ・原因調査	・対応策・注意喚起・公表・再発防止策・問合せ対応実施
ステークホルダー 外部関係機関セキュリティ会社		・警察、IPA、JPCERT/CCに支援要請 ・契約先と連携	・注意喚起・公表、被害届、情報共有

情報セキュリティ GRI3-3, 404-2

教育と浸透

社内教育は、機密情報(トレードシークレット:TS)や個人情報の基礎知識の周知徹底を目的に各部門での実施を基本としています。そのため毎年11月に、各部門のTS推進委員や個人情報管理責任者を集めて全体会議を開き、

①機密情報(トレードシークレット:TS)や個人情報や情報セキュリティについての講演や啓発
②花王の機密情報(トレードシークレット:TS)や個人情報に関する事故件数や傾向の分析やフィードバック
③各部門での教育のための啓発資料提供

を行っています。2022年は11月に実施し、会議室とウェブ会議で321名のTS推進委員・個人情報管理責任者が参加しました。

全社員向けには社内ポータルサイトによる啓発資料の掲載やタイムリーな注意喚起も行っています。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、改善活動を実施しています。

海外では各情報セキュリティ委員会(ISC)が啓発や自己点検の実施計画を作成・実施し、3月に日本にレポートを提出しています。

ステークホルダーとの協働

サイバーセキュリティ

サプライチェーン全体のセキュリティ対策のため2022年には、包材サプライヤー107社、原材料プライヤー86社にヒアリングを実施し、評価を行いました。リスクの高いサプライヤーに対しては、購買部門が対策の協議を実施しています。

国内の個人情報委託先の書面監査

業務委託先206社に対して、書面監査を実施し、個人情報の管理体制・ルール・安全管理措置を確認し、委託先の監督を行いました。

Webアプリセキュリティガイドライン

システム開発の委託先に花王のセキュリティ要件を示し、その要件を満たすように設計・開発することを求めるために「Webアプリセキュリティガイドライン」を制定・施行しました。

この中には、システム担当者、開発担当者、運用担当者のセキュリティに関わる社内手続きや考慮点も示されています。

リスク管理

日本のPDCAサイクルによる機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報保護推進活動は以下の通りです。

Plan:計画策定・見直し

・推進体制の見直し、情報アクセス権の更新を実施
・機密情報リストの見直しを実施
・啓発と自己点検についての実施計画の共有
・海外情報セキュリティ委員会(ISC)からのレポート(前年実績と本年計画)

Do:啓発活動

・機密情報リストの機密レベル再点検を実施
・個人情報管理責任者の誓約書提出
・社員への啓発活動を実施

Check:自己点検・委託先監査

・機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報自己点検を実施
・個人情報の外部委託先監査を実施

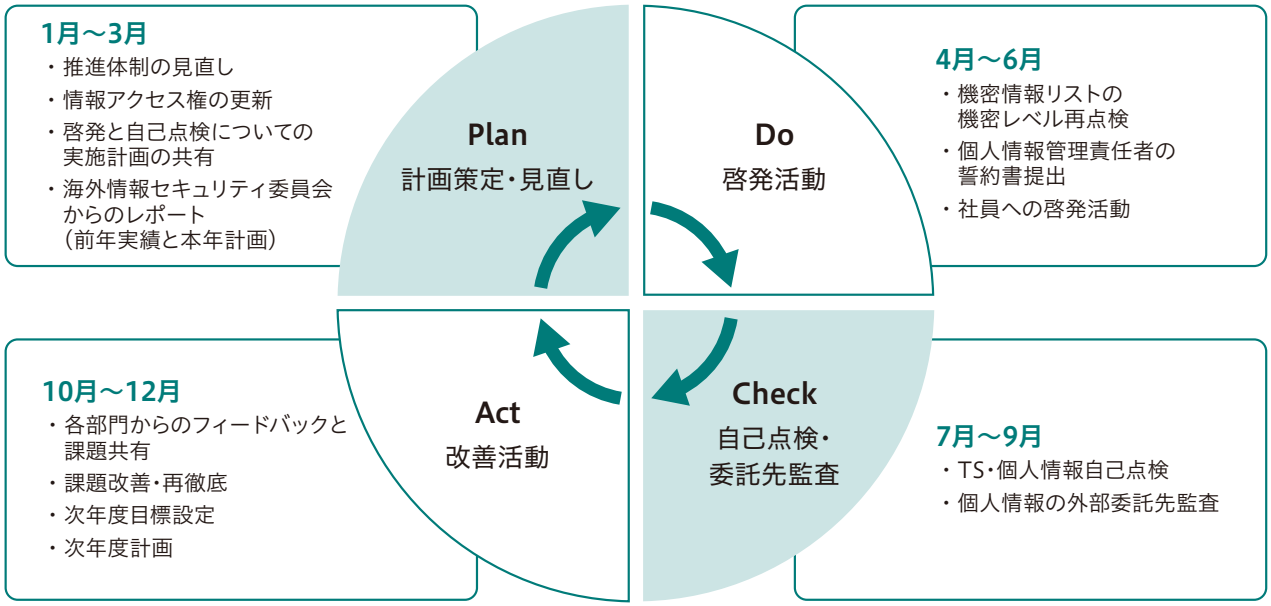
Act:改善活動

・機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報事故の総括を実施
・機密情報(トレードシークレット:TS)・個人情報自己点検のフィードバックを実施
・改善目標の設定

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

情報セキュリティ

情報セキュリティ活動のPDCA



目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

・サイバーセキュリティ対策を含めた機密情報（トレードシークレット：TS）・個人情報およびハードウエア・ソフトウエア・各種データファイル等の情報資産の保護

・情報漏えい事故等、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

2022年実績

花王において、機密情報（トレードシークレット：TS）・個人情報保護を含めた情報セキュリティに関して重大な事故の発生はありませんでした。また、「問い合わせ窓口」に寄せられた個人情報に関する苦情はありませんでした。

Plan：計画策定・見直し

・TS推進委員303名、個人情報管理責任者247名の見直し

・日本の144部門・部署・関係会社で機密情報リストの見直し

・海外29ISCからのレポート受領

Do：啓発活動

・個人情報管理責任者の誓約書提出2,090名

・日本の160部門・部署・関係会社で啓発活動実施

情報セキュリティ

Check：自己点検・委託先監査

・日本の166部門・部署・関係会社でTS自己点検実施
　- 日本の124部門・部署・関係会社で個人情報自己点検実施
・179社に対して個人情報の委託先監査を実施

Act：改善活動

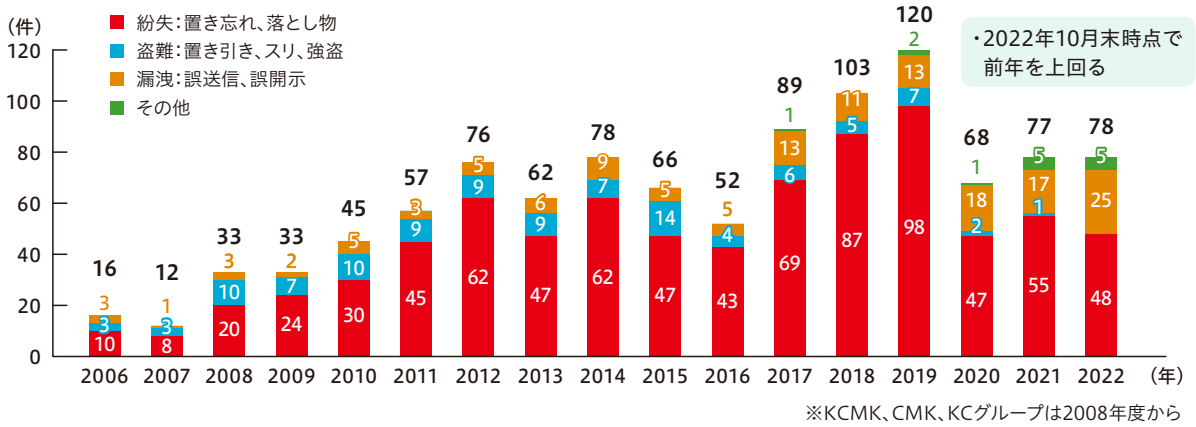
花王において、TS・個人情報保護を含めた情報セキュリティに関して重大な事故の発生はありませんでした。また、「問い合わせ窓口」に寄せられた個人情報に関する苦情はありませんでした。

・2022年11月15日に全体会議を開き、305名が参加しました。
・2022年の機密情報（トレードシークレット：TS）・個人情報の事故件数は10月末時点で78件です。

2022年の機密情報（トレードシークレット：TS）自己点検の結果、改善目標は以下のようになりました。

・部門マニュアル（機密情報リスト）は定期的に見直し、保管期間を明記する。
・自宅での機密情報の管理を徹底し、離席時のPC画面ロックを徹底する。

国内花王グループ事故発生件数推移（2022年10月末まで）



※KCMK、CMK、KCグループは2008年度から

2022年の個人情報自己点検の結果、改善目標は以下のようになりました。

・自部門の取り扱う情報に個人情報が含まれているかを定期的に確認し、個人情報を取得・保管している場合は個人情報取扱い台帳システムに登録する。

2022年実績に対する考察

機密情報（トレードシークレット：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。機密情報（トレードシークレット：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社員が花王の機密情報（トレードシークレット：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、この機密情報（トレードシークレット：TS）・個人情報保護推進活動を花王グループ全体で推進するために、海外の地域、会社グループ、個社の単位で海外に29の情報セキュリティ委員会（ISC）を設置しています。海外のISCから年1回3月に活動レポートにより活動内容を確認しています。

情報セキュリティ

主な取り組み

日本の情報セキュリティ委員会(ISC)の活動目標策定

2022年のISC活動目標を以下のように策定し実施しました。

①海外29情報セキュリティ委員会の活動状況

・KCロシア:活動休止中
・啓発活動の実施:28件
・自己点検の実施:26件
・目標設定の実施:26件
・インシデント発生あり:6社22件
・個人情報に対する削除要求25件(対応済み)
EUのCookie削除要求　84件
・個人情報に対する苦情0件

②サイバー保険更新

③国内改正個人情報保護法施行対応

・規程改定の説明会の1月に実施
・国内WebサイトのCookie取得の同意取得を4月から実装

④サプライヤーのセキュリティ対策のヒヤリング

・6月に包材サプライヤー107社、原材料サプライヤー86社にヒヤリング実施、リスクを把握、対策を検討

セキュリティ対策の強化

⑤セキュリティ戦略の強化のためセキュリティ戦略ロードマップに沿ってセキュリティ対策を強化

・メールセキュリティ、Webセキュリティ、アカウントセキュリティ、エンドポイントセキュリティの強化を実施

⑥PPAP廃止検討

・パスワード付きzipファイルはメール添付するとウイルスチェックが行えないため、花王からパスワード付きzipファイルを添付したメールを送信しない、また受け取らないために代替手段の提供や社内規程の改正を検討、2023年6月からの実施を予定。

情報セキュリティのPDCAサイクル

①機密情報リスト・啓発資料・自主パトロール設問の見直し

②啓発活動(各部門)実施

・個人情報専用サーバー利用の誓約書MS Forms化による電子データでの管理実施

③自主パトロール・個人情報委託先監査の実施

④11月TS・個人情報保護推進会議の開催

・動画による啓発活動
・PPAP廃止の説明
・国内のTS・個人情報事故報告
・自主パトロール総括
・改善目標設定

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）

花王は、戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）を推進しています。場所や時間にとらわれないコミュニケーションを可能とするデジタルの力を味方につけて、お客さまに対しては「よきモノ」の価値をよりタイムリーでカスタマイズした形でお届けし、社員に対しては創造性を高めるソリューションを提供することを推進しています。

社会的課題

将来に向けた世界の社会・経済をめぐる環境は、今後も著しい変化が予測される中、地域・場所・年齢・障がいの有無といったさまざまな制約から開放され、誰もが活躍できる社会の実現が望まれています。

また新型コロナ禍をきっかけとした2020年以降、あらゆる社会活動における非接触やリモートを中心としたデジタル技術の浸透の結果、多くの人がデジタル技術の新たな価値と可能性に気づき、日常生活そのものも大きく変化してきています。

花王はこれまでもサプライチェーンのあらゆる段階でさまざまな先端技術を活用しながら、業務効率化を中心としたDXを進めてきました。これからも最新の先端技術を活用したDXを推進すると共に、生涯にわたり人間の生活に関わる企業だからこそ提供できる価値を追求し、さまざまなパートナーと共に新たな生活文化を創造していきます。

方針

「WakuWaku Transformation」

花王のこれまで培ったモノづくりの強みと先端技術を掛け合わせることで、新しい暮らしを創造する『ワクワク創造企業』をめざします。

「世の中を変えることにワクワクし、自分たち自身も変わることにワクワクする」企業風土をDXの力でつくり上げ、すべてのステークホルダー（社員、顧客、株主、社会）への価値提供レベルを向上させ、2030年においても「社員が充実して働ける花王」「社外から期待してもらえる花王」であり続けることをめざします。

戦略

リスクと機会

リスク

DX の遅れは競合他社に対する売上劣後のみならず、ESG 活動の遅延など社会的責任を全うできないリスクにもつながります。またDXの推進においては、個人情報保護をはじめとする法対応と情報漏えいリスクへの対策が不可欠です。細やかな配慮による個人情報の取り扱いや堅牢なシステムの構築・監視はもちろんのこと、国をまたいだ各国の法対応を社内の法務部門と連携し取り組んでいます。

機会

花王の成長には、社会的課題の解決につながる価値提案は何か、そのための価値提案の方法はどうあるべきか、という2つの視点が不可欠です。今後もモノづくりへのこだわりは持ち続けながら、「一人ひとりに最適な価値提供」をさらに重視します。

また社外パートナーとの協業も広く積極的に行い、最終的なベネフィットを受ける人のための最適解を追求していきます。

戦略

「製造業からUX創造企業へ」

“モノを売る”に留まらず、“最高の体験を提供する”“体験をつくる”ということをめざしていきます。

DXによって花王がめざす姿は、毎日の“暮らし”、そして、お客さまの一生に寄り添いながら、お客さまに「最高の体験」を届ける企業になりたい、すなわち「UX」の創造企業です。そして、花王独自の「UX」「最高の体験」の切り口は、「モニタリング」と「ソリューションマッチング」の2つになります。

「モニタリング」によって、お客さまが自分の身体の状態や変化、あるいは自分に似合うメイクや髪形、あるいは、お家の中の衛生状態、そういったことが目に見えてわかり、その上で、自分に合った最高の「ソリューション」と出会うこと、出会った時の喜び。これが、花王が考える「UX」であり、この「UX創造」ということが、花王がDXという手段を通じてめざすこととなります。

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX） GRI3-3

これは2022年3月に「プレシジョン・ライフケア構想」の中で示した、「人々が真実を共有し、最高に巡り合うために多くの本物が貢献できる『プレシジョンの世界』を目指す」という考えをDXという手段で確実に実行に移していく、ということでもあります。

これから、私たちは「モノづくり」にとどまらず、「最高の体験」すなわち「UX」をつくる企業へ。つまり、「製造業からUX創造企業へ」の変革をめざします。

社会的インパクト

花王はこれまで暮らしをさまざまな側面から研究し続けてきており、その蓄積の中から生まれたいくつかのモニタリング技術によって、その人の状態に合わせた商品やサービスを組み合わせて、株式会社Preferred Networksと共に「仮想人体生成モデル」を開発しました。こうしたお客さま一人ひとりに最適なライフケアを提供すべく、さまざまな事業会社や行政などと協働して、生命・生活・生態における未解決課題に最適なソリューションを「プレシジョン・ライフケア」として提案し、社会的課題の解決への取り組みを加速させていきます。

Web 花王とPFN、「仮想人体生成モデル」を共同開発
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220228-001/

Web プレシジョン・ライフケア構想説明会
・プレゼンテーション
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/presentations-fy2022-plc-01.pdf

・説明動画
https://www.irwebcasting.com/20220316/1/f4fd344f36/mov/main/index.html

またお客さまと直接つながるプラットフォーム「My Kao」を昨年12月にローンチし、さまざまな健康や衛生に関する多くのデータ（「くらしビッグデータ」）を日々蓄積できるしくみも新たに構築しました。こうした蓄積データを産官学のプロジェクトへの参画や白書の発信などにより社会へ還元し、さまざまな生活者がより豊かで健康的な生活を過ごせるような活動支援も行っていきます。

Web 生活者と直接つながる双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』スタート
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20221215-001/

貢献するSDGs

事業インパクト

事業部門のDX化（データドリブンマーケティングの実践・UXの実装）や、My Kaoプラットフォームの充実化による花王ファン・直販ECの拡大などにより、さらなる事業拡大を見込んでいます。

また、デジタル技術を活用して、業務プロセスを抜本的に能率化するための戦略・戦術を提案・実装することにより、業務成果のさらなる高付加価値化と共に業務効率化を進め、収益構造の改善を図ります。

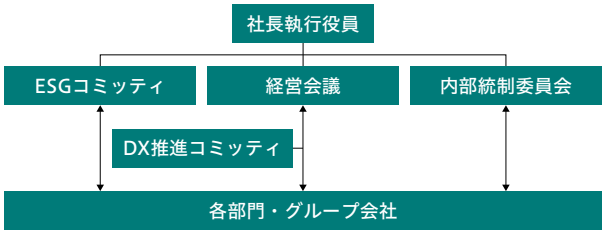
ガバナンス

体制

2023年1月より、DX関連3部門（先端技術経営改革部、DX戦略推進センター、および花王グループカスタマーマーケティングのリテール・マーケティング・イノベーション部門の機能の一部）を統合し、全社横断の「DX戦略部門」を新設しました。

花王のDXに関する戦略立案および投資、具体的推進内容の機会管理については、取締役会の監督のもと、DX推進コミッティにおいて行っています。DX戦略部門担当常務執行役員が議長を務め、代表取締役社長執行役員がアドバイザーを務めています。重要な案件は、経営会議において審議し、取締役会に報告しています。

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX） GRI3-3, 404-2



P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

全社員に向けては、デジタルスキル学習サービスの活用により、イントラネットを通じてDXの基礎知識から専門的なICT関連内容まで、幅広く学習できる機会を設けています。また役員含むリーダー層以上については全員にDXリテラシー講座を受講させており、知識習得と実践に対する意識の醸成を行っています。また、毎月実施している「DX勉強会」により、社内外のさまざまな事例やトピックス・最先端の動向などを発信。毎回多数の社員の積極的な聴講により、幅広いDX関連知識の浸透につながっています。

コンシューマープロダクツ事業においては、事業部の若手社員を対象に、デジタルに関するより実践的な学習プログラムを行っています。具体的には、一般社団法人ウェブ解析士協会の「ウェブ解析士」の資格取得とそのための教育および自己学習や、より高度な分析に関する知識とスキルを持つデータアナリストを育成しています。

ステークホルダーとの協働

取引先とは、単なる顧客とベンダーという関係にとどまることなく、重要なステークホルダーとして、共に企業の変革および社会的価値を創造できる関係をめざしています。

また、お客さまとは「共創」を取り組んでいきます。具体的には『My Kao』の中で、お客さまと双方向でやり取りしながら、いろいろな“コミュニティ”をつくり、これまでになかった新しい商品やサービスを、お客さまと一緒につくっていく、といったことを計画しています。花王の研究員がMy Kaoの会員とやり取りさせていただきながら、これまでなかったソリューションを一緒に考え、「いっしょにつくる、うれしいくらし」を実現させていきます。

リスク管理

「デジタル化やDXの停滞・遅延」を全社重要リスクに定め、経営の最優先事項のひとつとして、戦略推進と並行しながらリスク管理も行っていきます。

花王として、リスク・危機管理委員会事務局（危機管理・RC推進部）からDX戦略部門に対して、網羅的および特定のテーマに関するリスク調査が実施され、重要リスクの洗い出しと対応策の見直しが進められています。組織横断的なリスクや共通するリスクについては、関係部門が連携して対応の強化を図り、必要に応じて全社重要リスクテーマとして対応が行われています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

社会構造が大きく変容する中、消費のあり方も「『消』して『費』やす」モデルからの転換が求められています。花王としても、単なる規格大量化からの脱却と、生活者の多様な幸せの実現をめざしたビジネスモデルやサービスへの転換を進めていきます。そのために、デジタルを活用した花王らしいLX（ライフ・サービス・トランスフォーメーション）を推進します。

具体的な取り組みとして、バリューチェーンの最適化の視点では、「もったいないを、ほっとけない」をデジタルの力で実践し、機会ロス削減と廃棄削減の両立を実現します。

また、「Leave no one behind（誰ひとり取り残さない）」を掲げ、誰にとってもアクセスしやすいデジタル情報発信をめざして全社でウェブアクセシビリティ強化を推進します。

花王はESG戦略「Kirei Lifestyle Plan（キレイライ

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）

フスタイルプラン）」に基づき、生活者の視点から持続可能でこころ豊かな暮らしの実現をめざし、環境や社会に配慮した取り組みを強化しています。ウェブアクセシビリティの取り組みを通じ、より多くの利用者がより多くの利用環境から、より多くの場面や状況で、製品を選択したり使用したりするために必要な“情報”を手軽に得られることをめざします。

目標とするレベルは、World Wide Web Consortium（ワールドワイドウェブコンソーシアム、W3C）が公表しているWeb Content Accessibility Guidelines（ウェブコンテンツアクセシビリティガイドライン、以下WCAG）2.1レベルAAを目標とします。

2022年実績

「ルナソル」廃棄量削減

化粧品の商品廃棄量を減らす目的で、オンライン・オフラインの両方において、先行販売により需要予測する取り組みを前年より開始しています。売れ残りによる商品廃棄は処理過程でのCO_2排出といった環境負荷が発生するため、先行販売の販売動向を生産計画に反映することによって廃棄による環境負荷を低減させることが可能となりました。

（「ルナソル」：商品廃棄量金額（在庫金額＋返品額＋包材廃棄 等）2020年廃棄実績のおよそ5分の1）

ウェブアクセシビリティの推進

WCAG2.1レベルAAを目標とした独自の「花王アクセシビリティガイドライン」を作成しました。現在公開しているウェブサイトは本ガイドラインに沿って順次改修・更新していくよう努めると共に、今後新しく制作するウェブサイトについても本ガイドラインを遵守するよう努めます。また、本ガイドラインは定期的に内容の見直しを行い、よりよいものに改良していくよう努めます。また、「花王ウェブアクセシビリティガイドライン」に沿ってウェブアクセシビリティの重要性や対応方法に関する社内教育を実施し、ガイドラインに則したウェブサイト制作を開始しています。

Web 花王ウェブアクセシビリティガイドライン
https://www.kao.com/jp/web-accessibility/guidelines/

2022年実績に対する考察

活動方針の浸透に伴う社内意識の高まりもあり、目標に対して順調に進捗しています。

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）

主な取り組み

「プレシジョン・ライフケア構想」のスタート

RNAから将来起こりうる病気を予見する「RNAモニタリング※」の技術や、歩行状態から体の変化を察知する技術など、人の命を守る、予防や診断に役立つユニークな技術を花王は多く保有しています。このような技術を用いて高い精度で解析したデータをデジタルライフプラットフォーム上で相互に掛け合わせることによって、より精緻な健康状態の予測が可能になり、今何に対処するべきかを正確に提案できるようになります。これがプレシジョン・ライフケアです。花王だけでなく、多くのパートナーに花王のモニタリング技術を活用していただくことでデジタルライフプラットフォームを成長させていきます。

※ RNAモニタリングとは
日々変動する肌の状態を反映するRNA（リボ核酸）を顔の皮脂から採取し、分析する技術です。DNAがその人固有のもので一生変化しないのに対し、DNAのコピーであるRNAは食生活、紫外線、ストレスなどの外部環境によって変化するという性質があります。そのため、RNAはさまざまな環境要因により日々変化する肌状態を知るのに役立ちます。さらに、AIを使ったディープラーニングに強みを持つプリファードネットワークス社のディープラーニング技術により、RNAを分析して得られたデータを高度に解析すると、その人の将来の肌・健康状態の予測が可能になります。この技術を活用してパーキンソン病などの早期診断の共同研究を進めていきます。

「My Kao」のスタート

昨年12月に生活者と直接つながる双方向のデジタルプラットフォーム「My Kao」の運用を開始しました。お客さま一人ひとりのKirei-Lifeを共創することを目的に、花王のDX知見と資産を結集し立ち上げる、花王初の双方向デジタルプラットフォームです。

My Kaoは、「知る」「体験する」「買う」「創る」の4つの機能を持ちます。また、One-IDでお客さまとつながり、お客さまを深く理解することで、さまざまなUX（顧客体験）を提供していきます。2022年12月時点では、生活者研究やモノづくりを通して得た知見をもとに、毎日の暮らしに役立つ情報を発信することに加えて、「My Kao」内に、ビューティに関する双方向型のコミュニティサイト「Kao Beauty Brands Play Park」、化粧品からスタートするEC機能「My Kao Mall」をオープン。今後、順次拡充を図っていきます。

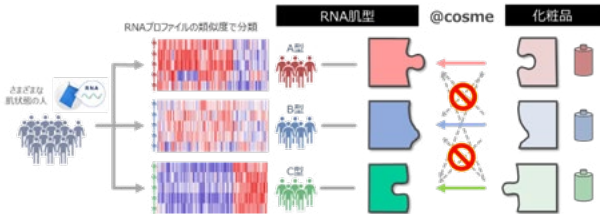
Web My Kao
https://my.kao-kirei.com

「皮脂RNAモニタリングによる化粧品ビジネスの進化」

2022年から「@cosme」を運営する株式会社アイスタイルと共同で、自分に合う化粧品との出会いを創出するサービスの開発に取り組んでいます。皮脂RNAモニタリング技術を用いて類型化したRNA 肌型に基づいて、自分に合う化粧品と出会うことのできるマッチングシステムです。

将来的には、顧客満足度の極大化と、化粧品業界の課題でもある商品廃棄の削減の一助となることをめざしています。

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）

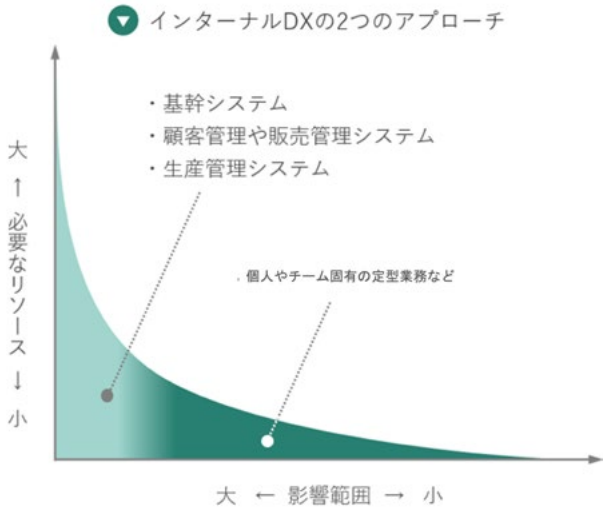


さまざまな肌状態の人をRNA肌型に基づいていくつかのグループに分類する
それぞれのRNA肌型グループに属する人の@cosmeの口コミを分析し、そのグループに合う化粧品を推定する

「シチズン・ディベロッパーによるロングテール型DX」

DXによる働き方や業務プロセスの改善は、2つのアプローチで進めています。基幹システムなどのビジネスインパクトが大きい案件にリソースを集中し、優先的に対応しています。一方、影響範囲が限定的な個人やチームに紐づく多くの案件については、現場の課題とニーズを理解した社員をリスキリングによってシチズン・ディベロッパーとして育成し、ローコードアプリの開発を支援することで、草の根的に対応しています。

2021年にスタートしてから「シチズン・ディベロッパーになりたい」という希望者が増え続け、2023年2月時点で673名となりました。小規模なインターナールDX（業務能率化）を積み重ねることで、大きな成果を生み出しています。



ウェブ製品カタログの全面リニューアル

これまで、花王ウェブ製品カタログの作成更新には、多くの手作業と手続きを要しており、情報掲載までに約1.5ヵ月かかっていました。

一方、相談センターへの商品取扱店舗に関する問い合わせは、月に約3,000件（全体の3割）あり、より便利な店舗検索ツールの提供によって、利便性とUX向上が期待できると考えました。

さらに、在日／訪日外国人の拡大に備えた多言語対応によって、多くの人たちに、花王製品と接する機会を提供するべく、2021年3月にウェブ製品カタログの全面リニューアルを行い、その後も改良を続けてきました。

具体的な改良内容

1. 製品ページ自動生成システムを開発：新しい業務自動化フローを構築することで、これまで約1.5ヵ月かかっていた準備期間が最短1日で公開可能となり、社内ページ制作における業務の能率化を実現しました。

2. 「販売店GPS検索機能」を開発：カタログ検索されたSKU単位で、現在地点から半径10km圏内の取扱店舗を地図上にマッピングできるユニークな「販売店検索機能」を開発し、取扱店舗情報について、お客さまが自己解決できるツールとしてサービス向上を実現しました。現在の店舗検索件数は、月に約21,000件にのぼり、さらに拡大中です。これによりお客さまの店舗を探すストレスを解消し、加えて流通への新たな送客動線の確保として貢献しています。

3. 日・英・中の多言語対応の導入：カタログシステムと翻訳業務支援サービスを連携して、ウェブ製品カタログの多言語対応を行いました。外国の方のアクセス増加やサイト認知度の向上・信頼感の獲得により、花王ウェブサイトの情報価値向上に貢献しています。

4. 「紙の製品カタログ」廃止：流通向け商品規格情報や化学物質等安全データシートを連携することで、流通向けのサービス維持と配付用「紙製品カタログ」の制作コスト削減を両立しました。

戦略的デジタル・トランスフォーメーション（DX）

社員の声

花王株式会社
DX戦略部門　事業DX推進センター
MKプラットフォーム部長
後藤 亮

DXの取り組みとして、花王グループのウェブサイトで最も消費者に活用されているウェブ製品カタログを通して、消費者サービスを向上させること、さらに制作工程に関わる業務の見直しと新しい業務フローを構築することで業務効率化を実現しました。

また、商品取扱店舗に関するお問い合わせにお応えするために、位置情報を活用した近くの店舗の紹介や、在日／訪日の外国の方々に商品情報を届けるため、多言語化（日・英・中）した詳細情報の提供を実現することができました。

製品カタログで検索された「商品」「場所」「情報」などのデータから消費者の「今の」興味関心を可視化することで、マーケティングへの活用が促進されます。

今後も消費者サービス向上と事業への貢献を継続していきます。

知的財産

「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、研究開発部門と事業部門とがスクラムを組み、知財の創造と保護、戦略的な権利活用に取り組んでいます。

社会的課題

地球環境問題や感染症などの世界的な社会課題に対する技術革新や新しく多岐にわたる価値を迅速に提供することを求められる一方で、日本の経済安全保障の観点から特許非公開制度が立法化されるなど、知的財産活動の環境が変化しています。その中でアジア地域を中心とした模倣品問題はさらに複雑化・巧妙化しており、より高度な対策が求められています。それらを解決するには、自社だけでなく産業界が広く連携していくことが重要です。

花王では社会課題の解決や産業の発展、社会への貢献のためにESG 戦略「Kirei Lifestyle Plan」を掲げて活動を推進しています。基本となる価値観である“よきモノづくり”を通じてつくりだされた技術を、自社製品への使用のみならず、社会的課題の解決や産業の発展と社会への貢献のために活用することを重要視しており、適切な社会実装、模倣品対策のために知的財産の確保と適切な権利行使が必要であると考えています。

加えて、社会課題の解決に向けた外部との連携の中で、知的財産を高度に相互活用していくことも必要となります。

方針

花王では、各事業部門が、研究開発や生産、販売などの機能でダイナミックに交わるマトリックス運営を行っており、すべての部門が有機的に連携して活動しています。その活動の中で生み出した研究開発の成果やブランドの象徴として考え出したネーミング等を、事業・研究戦略を実現するために特許権、意匠権、商標権などの「知的財産」として確保し、事業活動を推進しています。

研究開発部門でもマトリックス運営により基盤技術研究と商品開発研究の部門の壁を越えた活動を行い、Another KaoおよびReborn Kaoのそれぞれの事業戦略に基づいた知財ポートフォリオを構築しています。生み出した技術資産を、複数の事業領域で活用する体制の構築と、事業活動に有効活用するための戦略的な知財ポートフォリオの構築を行っています。

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。

同時に、研究開発の初期段階から他者の知的財産権を侵害しないように開発を進め、新製品の発売前に改めて他社特許等を確認し必要に応じて対応するなど、他者の権利を尊重し、侵害しないしくみをグローバルで強化しています。

一方で、知的財産の活用を最大化するために、社外との連携によるオープンイノベーションを推進し、より価値の高い商品・サービスを生活者・社会に提供する活動も進めていきます。世界的な社会課題を解決するためにも、広く産業界および行政とも連携して新しい技術を共創していくと共に、花王の技術資産の活用としてライセンスや技術開放も弾力的に行っていきます。

戦略

リスクと機会

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、開発した技術が容易に模倣され、期待された利益が得られないことから継続的な製品開発に困難が生じ、達成したい姿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、生活者の製品価値への期待を損なうというリスクとなります。これらのリスクを排除するために、知的財産の確保と適切な権利の行使が必要となります。

機会

研究開発部門では、Kirei Lifestyle Planの実現をめざし、社会課題の解決に向けたテーマ設定を行って研究開発に努めています。しかし社会課題の解決をより

知的財産 GRI3-3

早く、より確実に実現するには、従来の花王の事業ドメインを超えるものや、花王単独では困難なテーマも多くあります。そこで同じ志を持つパートナーや、花王の開発した技術をうまく活用して社会実装を実現するパートナー探しにも取り組んでいます。

これらのことから、基盤技術および製品開発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、今後はオープンイノベーションとして開放することも視野に入れた活用も見据え、事業部門とも連携をとりながら広く産業や社会に貢献する機会を得ます。

戦略

これらのリスクと機会を踏まえ、当社の事業活動、研究開発活動の全体を捉えた知的財産活動を展開していきます。

短期的には、特許権・実用新案権・意匠権・商標権といった産業財産権のほか、著作権や営業秘密等も含めた知的財産を総合的・包括的に取得・活用できる体制構築を進めます。そしてグローバル化する知的財産リスクを共に検討する社外との連携も強化していきます。これにより、あらゆるリスクに対応可能な重層的な権利を使って、模倣リスクを抑えます。

中長期的には、花王がめざす社会課題の解決に、志を同じくする社外のさまざまなパートナーと共創できる体制を、さらに拡大していきます。そのために社内の共創マインドを醸成し、本取り組みによる事業収益拡大のしくみを整えると共に、よりよい体制づくりに挑戦していきます。これにより社会課題に対するソリューション提案を、よりスピーディーに、より確実に実現することができると考えています。

社会的インパクト

花王は、基盤技術研究および製品開発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、その成果を知的財産として資産化しています。新しい価値の早期実現が求められている中、独自開発のみならず、社外との共創も開発の方法として捉えています。これは2020年1月28日の特許庁主催グローバル知財戦略フォーラム2020で、研究開発部門統括が講演した「ESG経営を加速する共創イノベーションと知財戦略」にて公表した基本理念です。

研究で得た成果は、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ています。また、社会課題に対応するために社外との連携を強め、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。

持続的社会に欠かせない企業になるために、感染症などから未来の命を守り、サステナブル自走社会をリードしていくことをめざします。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、社会課題の解決に向けて社外との連携によるオープンイノベーションの推進により、花王の知的財産を最大限活用することをめざしています。また、公益的な技術は開放して公共に資しています。

貢献するSDGs

事業インパクト

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ます。これにより製品の収益拡大につなげることが可能となります。一方で社会課題の解決に真摯に取り組み貢献していくことで、社会から期待される存在となることをめざします。

ガバナンス

体制

研究開発部門の知的財産部と法務部門のブランド法務部(以降、両部門を合わせて知財部門と称します)とが両輪となって、事業分野の知的財産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

知的財産 GRI3-3

および技術に基づく意匠については、知的財産部が中心となり、幅広い分野で戦略的に出願、権利化や権利の行使を行っています。責任者は研究開発部門統括です。

デザインに基づく意匠および商標については、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権利化や権利の行使を行っています。責任者は法務部門統括です。

知的財産部とブランド法務部とは、定期連絡会を通じて情報交換を行います。この中で過去には両者が共通する意匠権の議論に終始していましたが、近年では多様化する技術活用の変化を捉え知財MIX戦略の構築や模倣品対策の連携の議論にウェイトがシフトしています。

重要案件については、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。直近では、花王の技術力の源泉であり重要な知財投資であるとして、発明者等への補償に関する規程の改定が経営会議で審議・決定されています。事業に貢献した有用な特許等は、年1回、経営会議にて報告され、職務発明報奨の審議を行います。審議された結果については、取締役会にも報告されます。

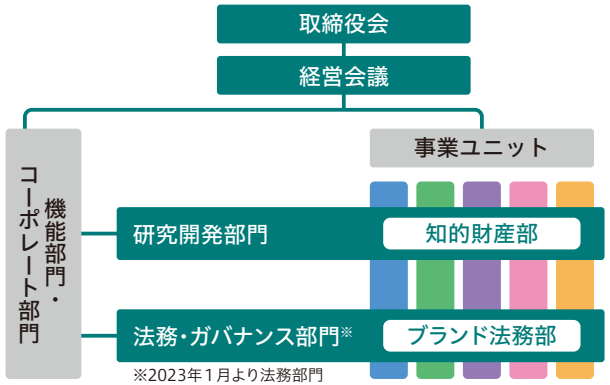
花王グループ全体として、研究開発に密着した活動を行いつつ、事業部門、海外グループ会社とも連携しながら知的財産の従来の運用（出願、権利化、契約、管理、情報解析、知的財産教育）や、模倣品対策、オープンイノベーションの展開はもとより、より戦略的な観点から、知財の活用を進めています。

ESG課題の解決への取り組みに向けては、既存の事業の枠の中だけでなく、新たな事業領域も含めてマネタイズできる組織体制・社外連携を構築して検討を進めています。

一方で、これら知的財産にかかる活動においては、さまざまなリスクや機会が生じ、そのリスク管理は取締役会の監督のもと、内部統制委員会やESGコミッティで実施しています。これら委員会の委員長は共に代表取締役 社長執行役員が務めています。

内部統制委員会（年2回開催）とその下部組織のリスク・危機管理委員会（年4回開催）では、「海外における模倣品対策」に関するリスク管理も実施しています。委員長はコーポレート戦略部門担当役員が務めています。

国内の知的財産管理体制



※2022年12月現在

商標、意匠の管理

商標権と意匠権については、法務部門に属するブランド法務部（意匠権の一部は知的財産部）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うと共に、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。花王（株）本社と欧米3ヵ所に拠点を置き、円滑なコミュニケーションを図っています。また、タイムリーにネーミングを決定するため、ネーミング創作の開始から商標出願、決定に至るまでのスケジュール管理をサポートしています。これら活動により自社商品の顔となる商品名、ロゴマークやキャッチフレーズなどを安全に使用することができ、生活者にも安心して商品を選んでお使いいただくことができます。

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共に、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、その地域拡張を推進しています。巧妙化し日々発生する模倣品被害に対し、地道にこれらの活動を行うことで、模倣品の排除や業者の摘発を進め、生活者へ模倣品が届かないことをめざしています。

さらに他社との共創を想定し、当社の優れた技術やサービスの浸透・定着・認知を目的とした各種ネーミン

知的財産 GRI3-3, 404-2

グの商標化にも取り組んでいます。

いっしょにeco

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、特許制度の講義や明細書の作成方法の講義や実習だけでなく、事業を考慮した知財マネジメントおよび特許を活用する戦略的思考を育てる教育を行っています。2022年にはのべ約430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ます。これらの教育を経験年数に応じて繰り返し受講することで、研究員の知財リテラシーが向上し、自身が開発する技術や商品が競合のものと差別化された機能や魅力を生み出す源泉となっていくことを期待しています。実際に、これらの継続した教育により、年間の出願件数や登録査定率なども高い水準を維持していると考えています。

花王の知財教育プログラムは、特許庁発行の刊行物「特技懇 vol. 295」(2019年11月)にも掲載されました。

その一方で知財部門メンバーの高齢化、世代交代に備えた環境整備としてメンバーの教育の再構築を新たな課題として認識しており、取り組みを開始しています。

ステークホルダーとの協働

「2030年の達成したい姿」を実現するために、知的財産における課題となる模倣に毅然とした対応を行います。知財業界団体や同業者と連携して取り組むことで、活動をより強固なものとし、また知財業界全体の発展に貢献します。

その一環として、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。直近では2021年に特許庁長官と花王経営トップとが知財戦略等について意見交換の機会を持ちました。2022年には、特許庁の審査官を招き技術の説明を行うことや、インドにおける日本との審査協力の上限や適用分野の拡大を特許庁と協力してインド政府に要請すること等をしました。このような対話を通して、近年の審査の動向を把握し、より安定した知的財産権の確立に役立てると共に、花王が考える社会課題の解決を実現するために行政からの支援も要請しています。

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・韓国・中国・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ち、各国法制度に即した権利取得ができるようにしています。

Web 経営戦略と中期経営計画「K25」
https://www.kao.com/jp/corporate/strategy-and-mid-term-plan/

リスク管理

事業活動にはさまざまなリスクが存在しますが、それらをいち早く捉え、評価し、事業活動にフィードバックすることが大切です。花王では危機管理部門がさまざまなコーポレートリスクを想定して部会を設けており、その中で海外における模倣品リスクの部会には知財部門が参画し、ブランド法務部長が推進リーダーとなり取り組んでいます。そこでは模倣のあらゆるステージを分科会に分け、それぞれのステージにおける対応を検討します。検討した結果は、社内では事例集にまとめ実務に活かしています。また、税関当局など行政との差し止め体制の強化に努め、社外団体の模倣品対策部会

知的財産

では情報共有を行いながら、当社だけではなく、国や他社とも連携をとり、リスクを最小に抑える活動を展開しています。このようなリスクと機会のアセスメントを実施し、それぞれ内部統制委員会とESGコミッティで承認を受けています。

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

量と質との両面で最適化された自社知財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、カテゴリーを超えて戦略的に活用できることはもとより、研究開発部門を知財面から強力にサポートし、Kirei Lifestyle Planの実現をめざします。

2022年の実績

積極的な発明発掘により、2022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。出願されたものは権利化のプロセスを経て適切な知財権として保有します。これら一連の知財活動はすべて投資活動であるため、最適化された自社知財ポートフォリオの構築が行われることが必要と考えています。本年はポートフォリオの最適化をめざした活動、具体的には、中長期の事業戦略を見据えて、役割を終えたり活用可能性の少なくなったりした知財権を抽出し、権利化の中止や権利の放棄をすることで権利化・権利維持のコストを抑え、新たな技術の出願・権利化へコストを配分できる活動を展開しました。また、新しい技術や処方を開発した時には、他社特許等のクリアランス実施をチェックするしくみによりその漏れを防止、第三者との知財トラブルを未然に回避しています。

オープンイノベーションの場をつくり、技術の出口を広げ、より多様なかたちで商品を提供することを目的に、2018年11月に「技術イノベーション説明会」を実施して5つのイノベーションについて説明を行いました。当該説明以降、これらの技術に関する社外連携を進めることで、社会実装に向けた活動を推進しています。

2022年実績に対する考察

研究所と密接なコミュニケーションをとり、また事業部との連携により、本年必要な出願や権利化、他社特許の侵害等の防止、模倣品対応を実施することができたと考えています。

グローバルで存在感ある企業をめざして、今後も新しく多岐にわたる価値提供を迅速に行うため、またそれらを海外にも大きく展開していくことも視野に入れ、さらなる新規特許等の出願を行い、それをグローバルに活用していくことを進めていきます。

社会課題の解決に向けて、過去にも花王が開発した技術の開放を実施していますが、近年においてもプラスチックの使用量削減を目的とした包装容器技術を段階的に開放しています。また、いくつかのパートナーとのプラスチック包装容器のリサイクルを含めた連携も進めており、より早期に、より確実な社会実装に向け、さらなるパートナーとの共創をめざしていきたいと考えています。

廃棄資源の削減を目的とした
スマートホルダーとラクラクecoパック

P120 ごみゼロ

2030年に向けて、引き続き持続可能な社会の実現に貢献する企業になること、また切実な生活者に最も必要とされるサービスを提供していくことをめざしています。

それを実現するために、継続的に技術開発を進めて知財権として確保し、技術資産を最大限活用していきます。

知的財産

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生活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(ISO11156: 2011)。

1991年開発当初のきざみ(左)と現在のきざみ(右)

知的財産

主な取り組み

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。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っています。

職務発明の報奨制度

花王(株)では、自社社員に対して、新たなイノベーション創出のインセンティブとなる発明補償金や、事業に貢献した有用な発明等の栄誉をたたえ、さらなる発明活動へのモチベーションとするための報奨金を支払う等、職務発明の報奨制度を有しています。報奨金には、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共に、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があります。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。2022年は、制度開始以来23年連続でライセンス収入についての報奨を行いました。本報奨制度は時代と共にそのあり方を見直しており、2021年には、達成したい姿をめざした研究開発を後押しするため、発明補償金の金額を増額しています。

なお、職務発明の報奨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。

知財ポートフォリオの最適化

Kirei Lifestyle Plan の実現をめざし、Another Kao、Reborn Kao など、新たな取り組みにより研究開発活動も従来の事業ドメインの枠を超え、さまざまな方法に食指を伸ばしています。これに伴い出願活動も活発になる一方で、過去に出願した案件の権利化活動も訪れており、権利化したものは年金を支払い維持していきます。これらの投資活動を経て資産となった権利には、すでに役割を終えたもの、事業計画に変更が生じて不要となったもの等が混在するため、過去から定期的な棚卸しを展開してきていました。

2022年はこの活動を強化し、外国保有特許の全件を対象としたより厳しい検討を行い、費用の抑制はもとより、権利化等の工数削減を図りました。これにより、新しい技術開発への費用・工数の配分(投資先の変更)が可能となります。今回の活動を通して今後の棚卸し方針の変更を図ることで、全体で約3,000件の知財権の権利化中止・権利放棄を行い知財ポートフォリオの持続的適正化を図る体制を構築しました。

新興国の模倣品問題への対応

新興国をはじめ特に海外での事業展開において、現地で受け入れられる製品(人気となる商品)ほど、模倣品の発生と急速な拡大リスクが高く、模倣品の実態を速やかに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物もあり、そのような懸念が生じた場合、現地の生活者の健康や安全を守り、かつ対象となった花王商品のブランド価値を保護する上でも、対策が急務となります。

模倣品対策には、内外の関連会社・部門による横断体制を築き、特に発見の多い海外における事案に対して適切かつ速やかな対応を継続的に行っています。模倣品製造と流通の抑止を目的として、提訴による毅然とした姿勢を示すことも肝要と考えています。

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。

租税戦略 GRI207-1

花王は、税の透明性を確保し、各国・地域の税務に関する法令・規則などの遵守を徹底しています。
また、適切な税務処理に関する各種教育を行い、一人ひとりが税務コンプライアンス意識を高めています。

社会的課題

花王は、各国の関連法令および規定に則った健全な税務管理・納税を行うことが、その国の経済・社会発展に重要な役割を果たすことになると考えています。また、OECDによるBase Erosion and Profit Shifting(BEPS)プロジェクト等の国際的な取り組みが、税の透明性確保や国際的な租税回避を防止するために重要であると理解しています。例えば、グループ会社間の国際取引は、機能、資産およびリスクの分析に基づき、その貢献に応じた適切な利益配分を独立企業間価格に基づいて設定すると共に、その独立企業間価格の算定においては、OECD移転価格ガイドラインの遵守に努めています。

Web OECD: Corporate Tax Statistics Fourth Edition
https://www.oecd.org/tax/tax-policy/corporate-tax-statistics-fourth-edition.pdf

方針

花王の理念である「正道を歩む」に基づき、税務方針を次のように制定しています。

・税務ガバナンス
各国の税制や行政の運用に適時対応し、早期の税務リスクの発見と対応を可能とする運営体制を構築し、企業価値向上のためのリスク管理を行います。

・税務コンプライアンス
租税に関連する法令遵守を徹底します。また、税務調査の要請があれば、税務当局に対して適時かつ適切な情報開示を行い、誠実に対応・協力することで信頼関係を構築します。

・国際的な税務フレームワークへの取り組み
各国税法を遵守すると共に、国際的な取り組みの主旨に則った税務管理を行い、税に関する透明性を確保します。

・タックスプランニング
事業目的に沿って海外進出先やグローバルな事業体制を決定することとしており、タックスヘイブン等を利用する恣意的な租税回避および濫用的なタックスプランニングを行いません。

・税務リスクの低減
事前に発見・予見された税務リスクは、制度上利用できる措置を用い、積極的にこれを低減します。

詳細は以下の「税務方針」をご参照ください。

Web 税務方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/investor-relations/pdf/governance_004.pdf

戦略

リスクと機会

リスク

法令等の趣旨を逸脱する解釈・適用による不適切な納税を行った場合、また、過度な節税策により課税の公平性を損った場合は、生活者・顧客からの企業への社会的信頼を喪失するリスクがあると考えています。

機会

各国の関連法令および規定に則った健全な税務管理・納税を行うと共に、適切な開示を実施してステークホルダーへの説明責任を果たすことで、企業の信頼感を醸成することができると考えています。

戦略

グローバル企業としての移転価格等のポリシーと運用規定等を整備し、それらがグループ会社や関連部門に周知・浸透され、各国の課税リスクが最小化されるしくみを確立します。

世界的な潮流であるデジタル課税について、直近では多国籍企業に対して最低税率の導入をめざす第2の柱(Pillar2)に適切に対応します。市場国に対する一定の利益配分をめざす取り組みである第1の柱(Pillar1)に関しても、将来の適用を見据えて体制を構築します。

租税戦略 GRI3-3, 207-1, 207-2, 207-3, 404-2

社会的インパクト

新興国・発展途上国における事業活動から生じた所得について、現地の課税権を侵害せず、各国・地域の関連法令および規定に則った健全な税務管理を行い、適切に納税することで課税の公平性が確保されると考えています。事業目的・実態の伴わないタックスプランニングやタックスヘイブンの利用は各国・地域における適正な税金の納付を阻害する要因であると理解しています。

事業インパクト

法と倫理に則って行動し適切な納税を行うこと、および誠実で健全な事業活動を通じて生活を豊かにする社会的価値の創造に貢献することで、結果的にブランドや企業の成長につなげることができると考えています。

法令等の趣旨を逸脱する解釈・適用による不適切な納税を行った場合、追徴課税等による財務面への影響だけでなく、企業価値の持続可能性にも影響があると考えています。

ガバナンス

体制

会計財務部門統括を責任者とし、管理部税務会計グループおよび各国・地域の税務担当者が実務を行います。四半期ごとに各国・地域の税務担当者と情報を共有し、現状および将来の税務リスクの把握を行い問題解決に努めています。定期的に各国・地域の税務問題を収集し現状を把握することで、緊急の税務問題について適時情報が届く体制になっています。加えて、解決方法を外部専門家も交えて連携しながら対応する体制が構築されています。

また、これらの税務問題や税務戦略のうち、重要なものについては、定期的に行われている経営会議で報告または審議され、取締役会に報告されています。加えて、税務方針については取締役による承認を得ています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

経理・財務のグローバルな連携

定期的に、グローバルの経理・財務リーダーが参加する会議を開催しています。その中で、各海外子会社の税務担当者とコミュニケーションをとりながら、全社方針の共有や徹底、新たな税務論点の議論を行っています。

教育と浸透

花王は、税務コンプライアンス体制が適切に機能するためには、経営層および社員の税務コンプライアンス意識の浸透・定着を進めることが重要であると考えています。

適切な税務処理に関する啓発、教育、各種情報共有や相談を行い、法令遵守を徹底すると共に、税務リスクの低減に努めています。

ステークホルダーとの協働

花王は、税務当局に対して適時かつ適切な税務情報提供を行い、誠実に対応することで信頼関係の構築に努めています。税務リスクの低減のために、税務当局や外部の税務アドバイザーに適時相談し税務処理の適切性について検討しています。

また、業界団体を通じて経済界と協調し、日本企業の国際競争力の強化に貢献する税制改正要望にも取り組んでいます。

一般社団法人 日本化学工業協会との協働

日化協を通じ、税務実務効率化や企業競争力強化に資する税制改正要望に積極的に取り組んでいます。

リスク管理

花王は管理部税務会計グループが関連部門やグループ会社と連携し、適時の情報収集を行うことで税務リスクの早期発見と最小化を図っています。そのプロセスの中で税務リスクを識別した場合は、速やかに対応を実施すると共に、必要に応じて外部専門家へ助言を求めるようにしています。重要な税務リスクについては社内決裁基準に基づき承認を得ています。

租税戦略 GRI207-4

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

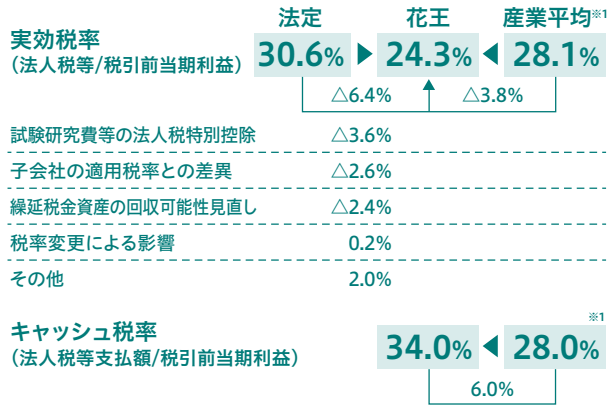
中長期目標と2022年実績

事業実績と納税実績

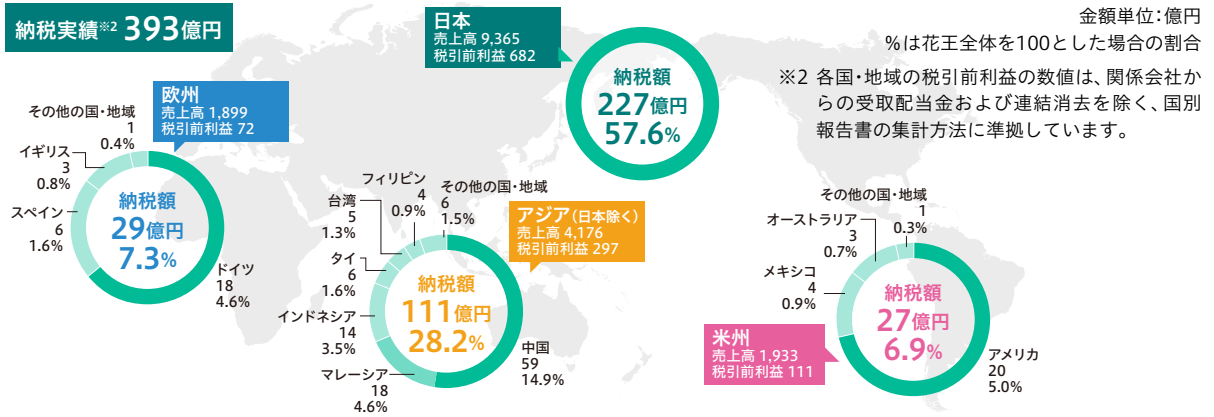
2022年度の花王の実効税率は24.3%でした。法定実効税率との差-6.4%は、主に日本における試験研究費の法人税特別控除の影響、海外子会社との適用税率の差異および繰延税金資産の回収可能性見直しに起因するものです。同様にS&P Global社が発行する産業平均実効税率との差は-3.8%となっており、先述の試験研究費税額控除の影響があるものの、その影響を除けば業界水準並みの納税を実現していると考えられます。

同様に、納税額を税引前当期利益で除したキャッシュ税率についても、支払いタイミング等の影響があるものの、産業平均に対して+6.0%と適切な水準の納税を実現しています。

2022年 実効税率差異の分析



※1 Household & Personal products



金額単位:億円
%は花王全体を100とした場合の割合

※2 各国・地域の税引前利益の数値は、関係会社からの受取配当金および連結消去を除く、国別報告書の集計方法に準拠しています。

2022年 花王の事業実績と納税実績※2 (単位:億円)

	売上高	税引前利益	納税額	未払法人税	従業員数:人
日本	**9,365**	**682**	**227**	**67**	**(23,604)**
中国	1,362	156	59	6	(1,432)
インドネシア	713	-1	14	0	(1,996)
タイ	530	25	6	3	(1,324)
マレーシア	768	59	18	1	(475)
フィリピン	533	-5	4	0	(199)
台湾	395	28	5	4	(684)
シンガポール	236	14	2	2	(169)
香港	161	21	4	2	(211)
ベトナム	79	1	-0	0	(414)
その他の国および地域内消去	-602	0	0	0	(24)
アジア	**4,176**	**297**	**111**	**17**	**(6,928)**
ドイツ	917	17	18	30	(1,085)
スペイン	577	32	6	0	(578)
イギリス	257	15	3	6	(805)
スイス	80	3	-0	1	(113)
オランダ	45	2	0	0	(151)
イタリア	45	2	0	0	(43)
フランス	22	0	0	–	(17)
オーストリア	12	1	0	–	(31)
その他の国および地域内消去	-57	1	0	1	(225)
欧州	**1,899**	**72**	**29**	**37**	**(3,048)**
アメリカ	1,599	94	20	1	(1,380)
メキシコ	212	14	4	0	(235)
オーストラリア	78	-1	3	0	(92)
カナダ	78	2	1	0	(105)
ブラジル	20	3	1	0	(13)
その他の国および地域内消去	-54	-0	0	0	(6)
米州	**1,933**	**111**	**27**	**2**	**(1,831)**
地域間消去他	-1,862	-5			
総計	**15,511**	**1,158**	**393**	**123**	**(35,411)**

租税戦略

各国・地域の納税主体となる会社の一覧表※

納税管轄地	会社名	主な事業内容
日本	花王株式会社	花王製品のブランドオーナー(ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、ライフケア事業、化粧品事業、ケミカル事業)
	株式会社カネボウ化粧品	カネボウ製品のブランドオーナー(化粧品事業)
	花王サロンジャパン株式会社	ヘルス&ビューティケア事業
	花王フィールドマーケティング株式会社	店頭支援業務サービス
	花王ビューティブランズカウンセリング株式会社	化粧品事業
	花王クエーカー株式会社	ケミカル事業
	花王サニタリープロダクツ愛媛株式会社	ハイジーン&リビングケア事業
	伊野紙株式会社	ハイジーン&リビングケア事業
	花王製紙富士株式会社	ハイジーン&リビングケア事業
	花王システム物流株式会社	提案営業活動とオペレーション設計
	花王プロフェッショナル・サービス株式会社	ライフケア事業
	モルトンブラウンジャパン株式会社	化粧品事業
	株式会社エキップ	化粧品事業
	花王ビジネスアソシエ株式会社	人事、総務、経理等に関する各種サービス業務
	花王ピオニー株式会社	各業務の請負および受託(家庭用製品およびその試供品の製造等)
	花王コスメプロダクツ小田原株式会社	化粧品事業
	SENSAI コスメティックス株式会社	化粧品事業
	花王グループカスタマーマーケティング株式会社	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	花王ロジスティクス株式会社	花王製品の在庫管理・発送
インドネシア	ピーティー花王インドネシア	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	ピーティー花王インドネシアディストリビューション	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	ピーティー花王インドネシアケミカルズ	ケミカル事業
オーストラリア	花王オーストラリア ピーティワイ リミティッド	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
シンガポール	花王シンガポール	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、化粧品事業、ケミカル事業
	クレッセント インシュランス プライベート リミティッド	花王グループ会社の再保険の引き受け
タイ	花王インダストリアル(タイランド)カンパニー リミテッド	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、ケミカル事業
	花王ホールディングス(タイランド)	持ち株会社
	花王コンシューマープロダクツ(東南アジア)株式会社	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	タイカネボウ化粧品 LTD.	化粧品事業
ニュージーランド	花王ニュージーランド リミテッド	ヘルス&ビューティケア事業
フィリピン	ピリピナス花王インコーポレーティッド	ケミカル事業
	ピーケーアイ コマーシャル株式会社	ケミカル事業
ベトナム	花王ベトナム カンパニーリミティッド	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
マレーシア	花王マレーシア スンダリアン ベルハット	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	花王トレーディング(マレーシア) スンダリアン ベルハット	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	ファティ ケミカル(マレーシア)スンダリアン ベルハット	ケミカル事業
	花王ソープ(マレーシア)スンダリアン ベルハット	ヘルス&ビューティケア事業
	花王オレオケミカル(マレーシア)スンダリアン ベルハット	ケミカル事業
	花王プラスチサイザー(マレーシア)スンダリアン ベルハット	ケミカル事業
	カネボウ化粧品マレーシア スンダリアン ベルハット	化粧品事業
韓国	カネボウコスメティクスコリア Co.,Ltd.	化粧品事業
香港	花王 (香港) 有限公司	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、化粧品事業
	ケイピーエスエスー コスメティックス(香港)	ヘルス&ビューティケア事業
台湾	花王(台灣)股份有限公司	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、化粧品事業、ケミカル事業
	台灣鐘紡化粧品股份有限公司	化粧品事業
	ケイピーエスエスー 台湾	ヘルス&ビューティケア事業
中華人民共和国	上海花王有限公司	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	上海花王化学有限公司	ケミカル事業
	花王(上海)産品服務有限公司	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、化粧品事業
	花王(上海)貿易有限公司	ケミカル事業
	花王(中国)投資有限公司	中国における関係会社の統括(ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業、化粧品事業、ケミカル事業)
	花王(中国)研究開発中心有限公司	ヘルス&ビューティケア事業、ハイジーン&リビングケア事業
	佳麗宝化粧品(中国)有限公司	化粧品事業
	花王(合肥)有限公司	ハイジーン&リビングケア事業
	花王葫芦島鋳造材料有限公司	ケミカル事業
	花王(上海)化工有限公司	ケミカル事業
	花王(上海)商务咨询有限公司	化粧品事業

納税管轄地	会社名	主な事業内容
イギリス	モルトン・ブラウン リミテッド	モルトンブラウン製品のブランドオーナー(化粧品事業)
	花王(UK) リミテッド	ヘルス&ビューティケア事業
	ウォッシングシステムズ リミティッド	ライフケア事業
	ケイピーエスエスー UK	ヘルス&ビューティケア事業
イタリア	カネボウコスメティクスイタリー S.P.A.	化粧品事業
	花王チミグラフ イタリー	ケミカル事業
	花王イタリー S.P.A.	ヘルス&ビューティケア事業
オーストリア	花王オーストリア ハンデルスゲゼルシャフトエムベーハー	ヘルス&ビューティケア事業
オランダ	グールイケバナ オランダ	ヘルス&ビューティケア事業
	花王ビジネスサービス	花王グループ事務サービス
	花王ネザーランド ビーブイ	ヘルス&ビューティケア事業
スイス	カネボウコスメティックスヨーロッパ リミティッド	化粧品事業
	花王スイス AG	ヘルス&ビューティケア事業
スウェーデン	花王スウェーデン	ヘルス&ビューティケア事業
スペイン	花王コーポレーション エスエイ	ケミカル事業
	花王ケミカルズ ヨーロッパ エスエル	ケミカル事業
	花王チミグラフ	ケミカル事業
チェコ	ゴールドウェル コスメティックス チェコ	ヘルス&ビューティケア事業
デンマーク	花王デンマーク エーエス	ヘルス&ビューティケア事業
ドイツ	花王ジャーマニー ゲーエムベーハー	サロン製品のブランドオーナー(ヘルス&ビューティケア事業)
	グールイケバナ ゲーエムベーハー	ヘルス&ビューティケア事業
	花王ケミカルズ ゲーエムベーハー	ケミカル事業
	花王 マニュファクチュアリング ジャーマニー ゲーエムベーハー	ヘルス&ビューティケア事業
	カネボウコスメティックスジャーマニーゲーエムベーハー	化粧品事業
ノルウェー	花王ノルウェー	ヘルス&ビューティケア事業
フィンランド	花王フィンランド	ヘルス&ビューティケア事業
フランス	花王フランス サール	ヘルス&ビューティケア事業
	花王チミグラフ フランス	ケミカル事業
ベルギー	花王ベルギー エスエイ	ヘルス&ビューティケア事業
ロシア	カネボウコスメティックスロシア LLC	化粧品事業
南アフリカ	花王南アフリカ ピーティワイ リミティッド	ヘルス&ビューティケア事業
アメリカ	花王USA インク	マス製品のブランドオーナー(ヘルス&ビューティケア事業、化粧品事業)
	HPC リアルティ	資産管理会社
	オークブルックエンタープライゼズ	資産管理会社
	花王アメリカ インク	米国における関係会社へのコーポレートサービスおよび米国ケミカル事業の持ち株会社
	花王ケミカルズ アメリカズ コーポレーション	ケミカル事業
	ハイポイント テキスタイル オーグジリアリーズ 有限会社	ケミカル事業
	花王スペシャリティーズ アメリカズ エルエルシー	ケミカル事業
	モルトン・ブラウン USA エルエルシー	化粧品事業
	花王コリンズ インク	ケミカル事業
	サムガム エルエルシー	資産管理会社
	オリベヘアケア LLC	ヘルス&ビューティケア事業
	スター (デラウェア) リアルティ エルエルシー	資産管理会社
	ウォッシングシステムズ アイエイチディ インク	持ち株会社
	ウォッシングシステムズ エルエルシー	ライフケア事業
	サンテックプロダクツ エルエルシー	ライフケア事業
	WSI ウォーター エルエルシー	ライフケア事業
	カスタムケミカルソリューションズ エルエルシー	ライフケア事業
	バイオハイジーニクス エルエルシー	ライフケア事業
カナダ	花王カナダ インク	ヘルス&ビューティケア事業
ブラジル	花王ブラジル	ケミカル事業
	TBP	ヘルス&ビューティケア事業
メキシコ	キミ花王エスエイ デシーブイ	ケミカル事業
	ジャーゲンズ メキシコ S. de R. L. de C.V.	ヘルス&ビューティケア事業

※ 2022年12月末時点の情報

生物多様性

花王の事業は、製品のライフサイクル全般にわたって、地球上のさまざまな生態系、生物の多様性がもたらす豊かな恵みによって支えられています。
世界共通の喫緊の課題のひとつである生物多様性の劣化を防ぐために、花王は、持続可能な原材料調達や、限られた原材料を有効に活用するための新しい技術開発等を精力的に推進しています。また、事業活動による生物多様性への影響を最小化すると共に、事業拠点のある地域の生物多様性の向上につながる社会活動も推進しています。また、海洋プラスチック問題をはじめ、すでに汚染されてしまった環境の回復にも取り組んでいます。花王は、生活者やサプライヤーほか、ステークホルダーとのエンゲージメントを進めると共に、製品やソリューションの提供を通して、生物多様性の保全と回復、そして自然の再生に貢献してまいります。

社会的課題

生物多様性戦略計画2011-2020および愛知目標の達成状況について分析した地球規模生物多様性概況第5版(Global Biodiversity Outlook 5: GBO5)が、2020年9月15日に生物多様性条約事務局により公表されました。ほとんどの愛知目標についてかなりの進捗が見られたものの、20の個別目標のうち、完全に達成できたものはひとつもないことが示されました。

現在の経済活動は、貴重な自然資本の消費の上に成り立っているという一面があります。また、人間による自然や生物多様性を損なう行為が、これまでになかった動物と人との接触を引き起こし、新たな感染症が生まれるというリスクが顕在化してきました。これら諸問題の解決が企業にも求められています。

そして、いまや生物多様性と気候変動は、互いに関連し合う双子の課題であり、同時に解決しなければならない課題であることが、世界の共通認識となってきています。

世界経済フォーラムが2022年に公表した、今後10年の深刻なグローバルリスクに関する報告書でも、生物多様性の問題を気候変動への対応の失敗や異常気象に次ぐ3位に挙げています。

これらの現状と反省を踏まえて、2022年12月の国連生物多様性条約の第15回締約国会議(COP15)で、2030年までの新たな世界目標「昆明・モントリオール生物多様性枠組」が採択されました。

2050年ビジョンである自然と共生する社会をめざして、前回の愛知目標と比べて、数値目標が数多く取り入れられると共に、企業や生活者を含めた、社会全体として取り組むべき目標が定められたのが特徴と捉えています。加えて、事業者に対して、生物多様性に関する評価と情報開示が促され、生物多様性に関する意思決定に、先住民族、女性、若者の権利保護に関する項目が加わっているというのも注目すべき点です。

国際社会の一員として、ここで定められた目標は必ず達成されなければならないという強い危機感を持って、生物多様性の保全と回復、そして自然の再生に向けた活動に取り組む必要性を私たちは強く認識しています。

花王は、パーム油をはじめとする原材料調達から、研究開発、製造、使用、使用後の廃棄に至るまで、多くの生物資源の恩恵を受けて事業を行っています。世界の生物多様性の劣化は、事業の発展と持続性に大きく影響します。研究開発においては、自然や、生物の生きる知恵をヒントに開発される技術もあり、これもまた、生物多様性から受ける恩恵であると捉えています。また、花王が製造、販売する製品の多くは、使用後に水と共に環境中に排出された後、最終的には自然の力で浄化され、あるいは、プラスチックに代表される包装容器は、時に不適切な形で廃棄されて、環境を汚してしまうことがあります。このように、製品のライフサイクルのすべてのプロセスにおいて生物多様性への配慮が必要であることを強く認識しています。

持続可能な原材料の調達プロセスを確立することも重要です。花王はRSPO認証パーム油の購入を機に、10年以上にわたり、アブラヤシ生産地における森林破壊とそれに伴う生物多様性の損失、現地で暮らす人々や農園労働者の人権侵害等の諸問題に向き合ってきました。これまでに獲得した知見や人的ネットワークを最大限に活かし、花王の事業に関連するすべての自然環境やステークホルダーに対してポジティブな影響をもたらす未来をめざしていきます。

方針

世界は今、自然や生物多様性に対する悪影響を減らすと共に、ポジティブな影響を与える行動を増やし、生物多様性を損失から回復へと反転させることをめざしています。

生物多様性 GRI304-2

昆明・モントリオール生物多様性枠組には、2050年ビジョンとして「自然と共生する社会」を挙げています。これは、花王 way に掲げる使命、「豊かな共生世界の実現」と、正に共通するビジョンです。

2022年12月のCOP15に先駆けて2022年4月に改訂した「生物多様性の基本方針」では、めざす方向性と共に、8つの方針を掲げました。

すなわち、私たちは、日々をこころ豊かに過ごし、社会のために思いやりのある選択をすることで、すこやかな地球を未来へとつなげていく。そんな暮らし方（Kirei Lifestyle）を実現すること、自然や生物多様性への依存と影響を最小限に抑え、その恵みを最大限に生かすことで、人と社会、地球に対する価値を最大化すること、今失われ続けている生物多様性を保全し、回復させ、自然の再生へとつなげていくことをめざしています。

そして、

・バリューチェーン全体での事業と生物多様性との関わりの把握
・生物多様性に与える影響の最少化
・独自の技術開発の推進と実装
・国際的な取り決めの遵守
・地域生態系を損なうことのない事業活動
・社内外の関係者の意識向上と情報共有による協働の効果の最大化
・社外関係者と連携し、生物多様性の保全と回復、そして自然を再生へと導く行動を取ること
・人・自然と化学の共生をめざす

の方針のもと、活動を推進してまいります。

「生物多様性の基本方針」の改訂を機に、これまで行ってきた「生物多様性保全の活動」を継続すると共に、活動のレベルアップや新たな活動を行ってまいります。

Web 生物多様性の基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/biodiversity-basic-policy.pdf

生物多様性保全の活動事例
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/eco_activities_03_04_02_001.pdf

戦略

リスクと機会

リスク

花王における主要な原材料として、パーム（核）油や紙・パルプが挙げられます。パーム（核）油は界面活性剤へと変換され、シャンプーやボディソープなど、花王が製造・販売する多くの洗浄剤に配合されることになります。また、パルプは花王の主要製品のひとつであるサニタリー製品（おむつ、生理用品など）における主要な原材料のひとつです。

今後のグローバル規模での人口増加や経済の発展によって洗浄剤やサニタリー製品の需要が伸びれば、主要な原材料であるパーム油や紙・パルプの需要もます増加すると考えられます。

生物多様性や人権侵害等の諸問題に配慮した持続可能な原材料の調達には付加的なコストが発生します。しかし、その調達において持続可能性への配慮がなされなければ、将来の長きにわたっての調達ができなくなる、あるいは、企業のレピュテーションの著しい低下により、事業存続が困難になるリスクが想定されます。

また、包装容器を含め、製品が消費された後にリサイクル・再利用することなく廃棄されてしまうような直線型経済を続けていくと、資源のより一層の消費と、環境への流出による生物多様性への影響が増え続けるという状態が続いていくことになります。私たちは、資源循環型経済への移行と共に、より少ない資源でより高付加価値な商品を提供することが求められます。

機会

花王は2011年に「生物多様性保全の基本方針」を定め、持続可能な原材料調達や生物多様性保全に貢献する新しい技術開発等に取り組んできました。そして、2022年4月、「生物多様性の基本方針」を改訂し、Kirei Lifestyle の実現と共に、生物多様性の保全から回復、再生へと踏み出すことを決意しました。KLP の実践と「生物多様性の基本方針」に沿った活動を行うことで、自然や生物多様性の損失およびそれに伴い発生するビジネス上のリスクを最少化し、さらにはそこから生まれた製品、技術、各種活動は、新たなビジネスチャンス

生物多様性 GRI304-2

につながると考えています。

例えば、2021年6月に改訂した「お取引先とのESG推進活動」では、パーム油や紙・パルプの原産地における森林破壊ゼロの確認を進めること等を目標に定め、将来に渡る持続的な原材料調達を実現するための具体的な活動をお取引先と共に推進することにより、事業継続の可能性を高めています。

また、花王が開発した界面活性剤「バイオIOS」は、食料には不向きな固体油脂を活用して開発された全く新しい界面活性剤であり、グローバル規模での人口増加に伴い懸念される食糧問題との競合を避け、原材料不足等の諸問題を解消する技術として用途の拡大が期待できます。このバイオIOSを配合した「アタックゼロ」は、すすぎの水を減らすことができる節水型の衣料用液体洗剤であり、比較的水が豊富な地域はもちろん、渇水リスクを抱える地域に対しても貴重な水資源の保全につながるものと考えています。

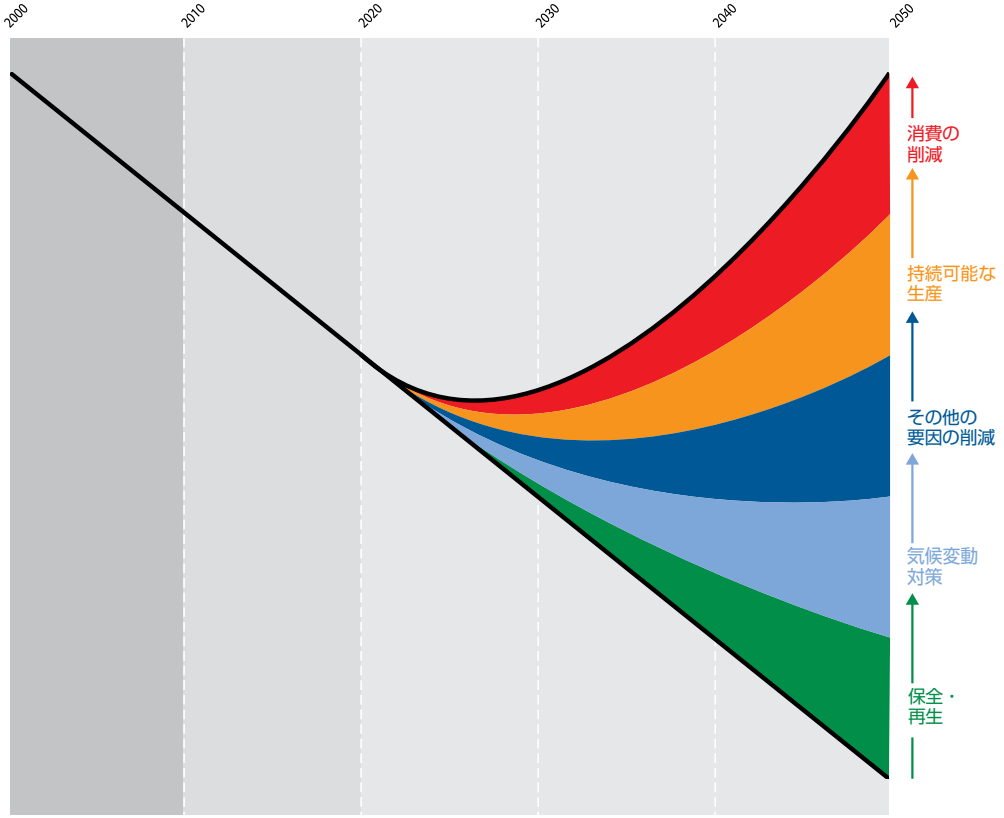
戦略

今世界は、2050年Nature Positiveをめざして、2020年をベースラインとし、以下の3つの時限目標を定めています。

・2020年、プラスマイナスゼロをめざす活動を開始。
・2030年までに、プラスの影響がマイナスを上回る状態にする。
・2050年までに、持続可能な状態に自然を回復させる。

花王がNature Positiveをめざす上で参考となるのが、地球規模生物多様性概況第5版（Global Biodiversity Outlook5）に示された、生物多様性の損失を減らし、回復させる行動のポートフォリオです。

生物多様性の損失を減らし、回復させる行動のポートフォリオ



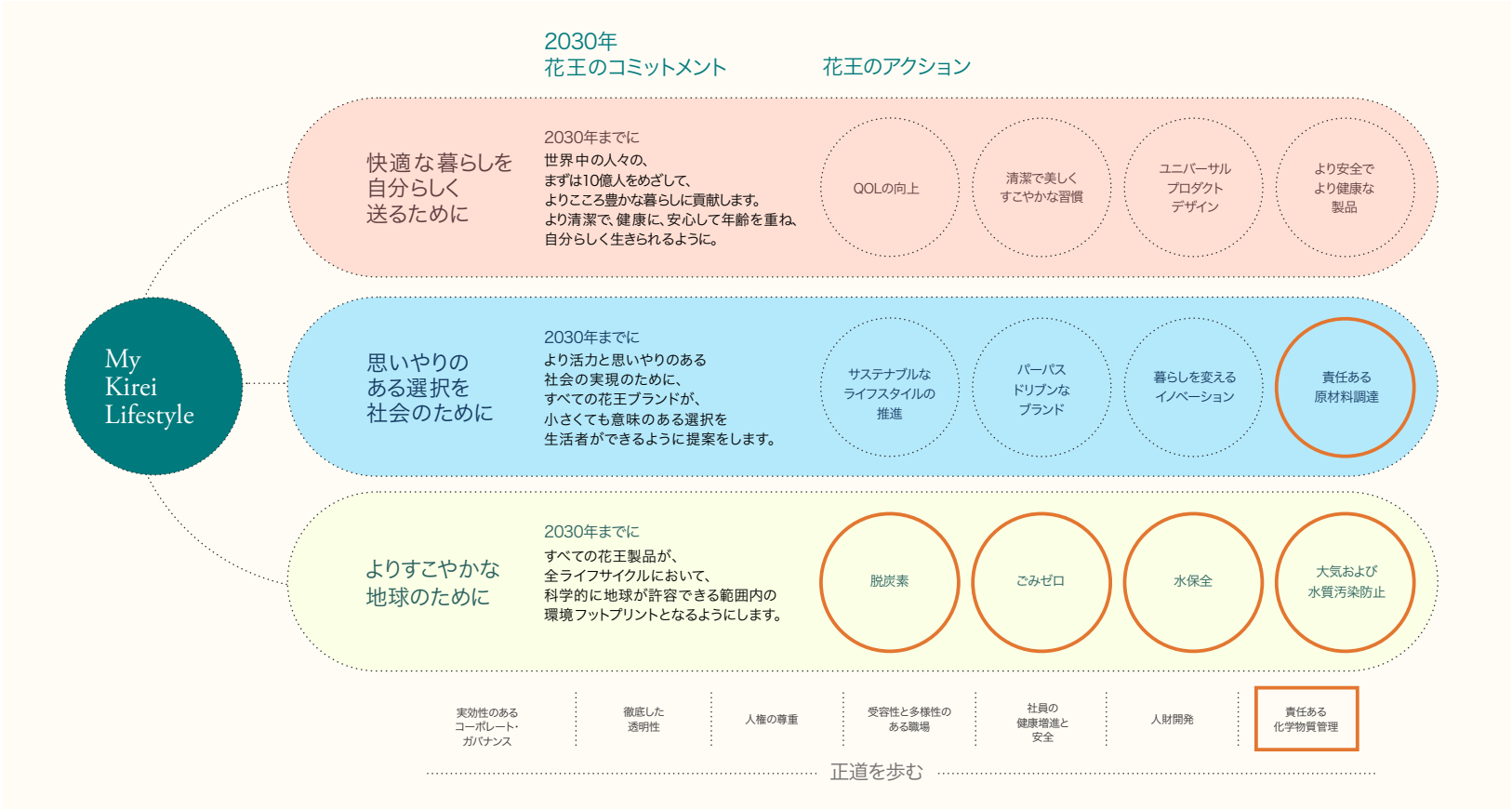
出典：地球規模生物多様性概況第5版 Global Biodiversity Outlook5（2021年3月、環境省自然環境局発行）
https://www.biodic.go.jp/biodiversity/about/library/files/gbo5-jp-lr.pdf
生物多様性の傾向（さまざまな指標、左の軸）は衰退しており、「今までどおり」のシナリオ（傾向線）の下で低下し続けると予測される。さまざまな行動分野が生物多様性の低下を遅らせることが可能で、行動の完全なポートフォリオが組み合わされば、低下を止めて逆転させ（流れを変える）、2030年以降には生物多様性の純増加につながる可能性がある。これらは、下から順に：(1)生態系の保全と回復の強化；(2)気候変動の緩和；(3)汚染、侵略的外来種及び乱獲に対する行動；(4)財とサービス、特に食品のより持続可能な生産；(5)消費と廃棄物の削減。ただし、各行動領域は単独でも、または部分的に組み合わせても、生物多様性の損失の流れを変えることはできない。さらに、各行動領域の有効性は他の領域によって強化される（議論については報告書本体の第三部を参照）。

生物多様性 GRI304-2

それによれば、生態系の保全と再生の強化、気候変動の緩和、汚染、侵襲的外来種および乱獲による行動、持続可能な生産、消費と廃棄物の削減、のすべてを組み合わせることで、生物多様性の回復が期待できるとされています。これらの活動は、KLPにおける「水保全」、「脱炭素」、「大気および水質汚濁防止」、「責任ある化学物質管理」、「責任ある原材料調達」、「ごみゼロ」に関連性があると考えています。すなわち、生物多様性に関連するKLPの推進そのものが生物多様性の損失を減らし、回復させる行動につながると考えています。そして、これまで行ってきた拠点および地域の皆さまとの生物多様性保全の活動を続けてまいります。

後述のパーム代替え技術などは、廃棄物の削減や持続可能な生産に寄与するのはもちろん、世の中に広く普及させることで、より大きなプラスの効果をもたら

Kirei Lifestyle Plan と 生物多様性



生物多様性 GRI3-3, 304-2

すことができます。

社会的インパクト

IPBES※は、生物多様性の目標を達成するためには、“経済・社会・政治・科学技術における横断的な社会変容(transformative change)”が必要だとしています。花王はESG経営において掲げたビジョンや各方針のもとに目標を定め、社会課題解決型のイノベーション技術や製品、日々の活動を通して、生物多様性の劣化防止・回復、持続可能な未来社会の実現に向かって邁進していきます。

※ IPBES
生物多様性および生態系サービスに関する政府間科学-政策プラットフォーム

持続可能な原材料調達に関する2025年目標の達成に向けてのさまざまなプロセスにより、原材料調達地における森林環境の維持・回復やそれによる地域社会で生活する人権の尊重につながります。

森林は、地球の気温や気候を安定させ、保水機能を有するため、災害の防波堤の役割を果たしています。食料や医薬品をはじめ、正常な水や大気など、私たちの生活に欠かすことのできないさまざまな資源と恵みが生態からもたらされ、その経済価値は数千兆円ともいわれています。

企業が原材料調達から製品の使用後に至るまで、生物多様性に配慮した製品を開発・販売し、生活者がそういった商品を選ぶことにより、多くの人が生活の中で生物多様性のことをよく理解し、直接あるいは間接的に生物多様性の回復や自然の再生に貢献できる社会がもたらされます。生物の持つ生産力を考えた、持続可能なレベルでの資源利用ができれば、自然の恵みを利用しこころ豊かな生活を続けることができます。

貢献するSDGs

事業インパクト

持続可能な原材料の調達には少なからず付加的なコストが発生しますが、これは私たちの事業を持続可能なものにするために必要不可欠な投資であり、社会的責任であると捉えています。

また、欧米市場ならびにミレニアル世代・Z世代を中心に、エシカル消費の動きが活発化しており、生物多様性に配慮し、持続可能な原材料を使った商品が求められるようになっています。原材料調達から、商品設計、使用方法、廃棄後に至るまで、花王の提供する製品に生物多様性の視点を盛り込むことは、今後ますます拡大するエシカル消費市場での存在感を高めるものと考えています。

その結果、レピュテーションのみならず、財務・非財務の両面からメリットが生じてくると想定しています。

ガバナンス

体制

生物多様性の損失は花王をとりまく重要な社会課題のひとつです。Kirei Lifestyle Planに定めた19のアクション(KLPアクション)のうち、例えば、責任ある原材料調達、脱炭素、ごみゼロ(プラスチック削減等)、大気および水質汚染防止、責任ある化学物質管理などは、いずれも生物多様性と深く関わる活動になっています。

森林は花王の主要な原材料の供給源であるため、持続可能な原材料調達(KLPアクション「責任ある原材料調達」と関連)といった点ではもちろん重要です。また、森林は多様な生物の生息地であり、水を貯える場所であり、温暖化の原因となる二酸化炭素の吸収源でもあります。森林と共に、炭素貯蔵庫としての泥炭地を破壊しないことは、事業の継続性のみならず生物多様性と温暖化抑制(KLPアクション「脱炭素」と関連)の観点からとても重要です。

そして、製造工程での排気や排水による大気と水質汚染を防止し、製品使用後に、水と共に環境中に排出される成分などの環境への影響(KLPアクション「大気および水質汚染防止」、「責任ある化学物質管理」と関連)、不適切な処理の結果、排出されてしまったプラスチック包装容器の環境中での残留による生物と生態系への

生物多様性 GRI3-3, 404-2

影響を最小化することに取り組んでいきます。

生物多様性にはさまざまな因子が複雑に絡んでおり、これらの活動のいずれかが欠けても、あるいはまた、ある活動がほかの活動へ悪影響を及ぼすことがあっては望ましくありません。そのため、これらの活動を「生物多様性」の視点から横串で整理する必要があります。

2022年には、ESGへの取り組みを確実かつ迅速に実行に移すために、ESGステアリングコミッティが新たに設置されました。役員クラスのオーナーのもと、ESGコミッティと連動し、各部門・グループ会社に提言できる機能を持っています。特に、脱炭素、プラスチック包装容器、化学物質管理に関する課題はいずれも生物多様性に関連するテーマです。

化学物質管理コミッティの下部組織であるSAICM推進会議では、年4回の会議のうち3回、化学物質と生物多様性の関連性について議論を進めてきました。

2022年は2月～4月にかけて、「生物多様性の基本方針」の改訂に関して、ESG推進会議での事前議論を経て、ESGコミッティで審議、承認を受けました。「生物多様性の基本方針」は5月に外部公開しています。

また、レスポンシブル・ケア(RC)活動のひとつである「環境保全」においても、生物多様性保全を活動項目のひとつに定めています。生物多様性に関する方針、目標、計画を定め、活動の進捗と併せてRC推進体制で管理しています。活動の進捗については、年1回開催の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(いずれも担当役員が参加。2022年は、国内はオンラインとリアルのハイブリッドでの会議、海外はオンラインでの複数エリアに分けての情報交換会を実施)において、情報共有を適宜行っています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

P285 レスポンシブル・ケア活動 > ガバナンス

教育と浸透

2011年の「生物多様性保全の基本方針」策定後に日本花王グループの全社員を対象に実施したeラーニングおよび新入社員を対象に毎年実施している環境教育等により、生物多様性について社員への基本的な周知を行っています。昨年に引き続き2022年も、主にSCM部門の現場リーダー向けの研修(国内外から参加)と、新入社員向けフォローアップ研修の場において、生物多様性に関する世界の最新動向と花王の事業活動の関わりについて学ぶ機会を設けました。海外の社員に対しては、毎年開催しているグローバルRCミーティング等を通じて情報共有や啓発等を都度行っています。

また、社内のみならず他企業、投資家との交流も重要な学びの機会として捉えています。例えば、複数の企業との意見交換や、企業と生物多様性イニシアティブ(JBIB)が主催する各種会合の場をお借りして、花王の生物多様性の取り組みを紹介し、共に生物多様性の課題に取り組む外部有識者や他企業の方々から、ご質問やアドバイスをいただいています。

ステークホルダーとの協働

2022年6月には、調達に関する方針およびガイドラインを再編しました。すなわち、調達基本方針のもとに、「お取引先に求めるパートナーシップ要件」、「お取引先とのESG推進活動」、「ハイリスクサプライチェーンからの調達」を再編、内容の見直しを行いました。取引先と共に、サプライチェーン全体のトレーサビリティ確保や、資源保護・環境保全や安全、人権などの社会的課題の解決に貢献していきます。取引先には法令遵守に加え、「社会的責任」と「環境」への配慮を求めており、遵守する取引先から優先して調達しています。「社会的責任」と「環境」への配慮には、森林や水の保全といった、生物多様性に深く関わる課題が含まれています。

Web 調達基本方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-policy.pdf

パーム油・パーム核油、ならびに紙とパルプの調達においては、生物多様性の保全に配慮し、森林破壊ゼロを支持します。原産地まで追跡可能なパーム油・パーム核油の全量調達と、原料木材の原産地の追跡可能なパルプのみの購入を進めています。

パーム油の持続可能なサプライチェーンの構築をめ

生物多様性 GRI3-3, 304-2

ざし、インドネシアの小規模パーム農園の生産性向上、持続可能なパーム油に対する認証の取得を支援するプログラム「SMILE」(SMallholder Inclusion for better Livelihood & Empowerment program)を進めています。

P91 責任ある原材料調達

Web SMILEプロジェクトの進捗ならびにグリーバンスメカニズムの運用開始
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220413-001/
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220831-001/

花王は世界中に事業拠点を有しています。生物多様性保全についての基本的な方針は日本本社で定めていますが、生物多様性の状況や考え方は国や地域で異なるのが現状です。生物多様性保全活動を効果的に推進するためには、それぞれの国、地域において、行政、NGO／NPO、有識者など、関係するさまざまなステークホルダーと積極的に意見交換する機会を設けることが有効であると考えており、各国・地域の担当者に推奨しています。

また、各拠点において生物多様性に配慮した緑地保全活動を推進しており、社員が参加可能なイベントも用意しています。また、外部の生物多様性保全プログラムへの社員のボランティア参加を奨励しています。社員には、これらの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。

和歌山工場にある地球環境と花王のエコ技術の発信基地、エコラボミュージアムでは、未来を担う小学生を中心に地域密着型の啓発活動を行っています。併設された温室では、ヤシなどが育つ南国の高温多湿な気候が再現されており、約60種の植物を見ることができます。

リスク管理

花王が調達する原材料の中から、ビジネス(購入金額等)、ESG(生物多様性等)とエリア(保護地域、人権問題等)の視点から、課題が大きなサプライチェーンとしてパーム油や紙・パルプを「ハイリスクサプライチェーン」として特定し、「ハイリスクサプライチェーンからの調達」に基づいた持続可能な調達に取り組んでいます。原産地での森林破壊ゼロをめざしています。NDPE※1を支持し、サプライヤーならびにサプライヤーのグループ企業に対してNDPE方針、HCSA※2の考え方の遵守を要求しています。現場での対話を通じてリスクを把握し、課題の本質を見極め、取引先やNGOと解決に向けて取り組み、進捗を公表していきます。この活動は、KLPにおける「責任ある原材料調達」に関するもので、購買部門が主管となって活動を行い、経営会議を通して取締役に報告がなされています。

※1 NDPE
No Deforestation, No Peat and No Exploitation(森林破壊ゼロ、泥炭地ゼロ、搾取ゼロ)

※2 HCSA
High Carbon Stock Approach(高炭素貯留アプローチ)

P91 責任ある原材料調達

目標と指標

中長期目標と2022年実績

花王は、企業理念である花王ウェイに、豊かな共生世界の実現を私たちの使命として定めています。生物多様性の視点から見た共生とは、自然の生産・再生能力を超えることなく、自然への依存と影響を最小限に抑え、人と社会、地球に対する価値を最大化することであると考えています。

生物多様性の恵みが持続する社会形成

花王は、主要原材料であるパーム油や紙・パルプに関して、原産地の森林破壊ゼロの確認やトレーサビリティの確保等に関する目標を掲げており、その達成に向けて、森林破壊リスクのマッピングやハイリスクと判断された工場の調査などの具体的な活動を推進しています。2020年に大手プランテーションまでのトレーサビリティ確認を完了し、2025年までに小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認を完了することを目標にしています。

森林破壊や人権侵害等のない持続可能な原材料の生

生物多様性 GRI304-2

産、調達体制を確立し、すべてのステークホルダーに対して生物多様性の恵みが永続的に得られる社会の形成に貢献していきたいと考えています。

製品が生物多様性へ与える影響の最小化

花王は、原材料の調達と活用、製品開発、廃棄後の環境への影響など、事業活動のすべての工程において、生物多様性への影響が最少化することをめざしています。

パーム(核)油は花王の製品の多くに使用されていますが、グローバル規模での人口増加によって今後需要がますます高まることが予測されており、森林破壊や原材料不足が懸念されます。そこで花王はパーム(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。花王はすでに、これまで活用が難しかった油脂原料を界面活性剤として活用できる「バイオIOS」を開発し、衣料用洗剤に活用しています。2022年はバイオマス残渣であるキャッサバ残渣を利用して、非可食バイオノニオン活性剤の製造をめざす実証研究への取り組みを開始しました。また、高効率で油脂原料を生産可能な微細藻類の開発などを行っています。

また、製品使用後に、水と共に環境中に排出される成分の影響(量と質)を最小化し、すでに排出されてしまったプラスチック包装容器と海洋プラスチック問題の解決にも取り組んでいます。

バリューチェーン全体での生物多様性への影響評価

2021年には、自然資本分野の国際金融業界団体「Natural Capital Finance Alliance(NCFA)」の主導のもと公表された、リスクアセスメントの評価ツール(ENCORE:Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure)を用いて、自社の自然資本への依存および影響因子の抽出を行いました。得られた因子の中には、国際的に統一された評価方法が定まっていない項目もあり、全体を一定の定量性を持って評価することはまだ少し時間が掛かります。しかし、自社のバリューチェーン上で注目すべき自然資本とホットスポットが定性的にでも示されたことにより、自社の活動の優先順位づけがしやすくなりました。

今年度は、花王の主力商品である洗浄剤をモデルに、他社ベンチマークと各種ガイドライン、レポート等の追加調査、地理情報システムツール(GIS:Geographic Information System)を用いて、バリューチェーン上のホットスポットを特定しました。

生物多様性の主流化

他社との協働として「持続可能なパーム油ネットワーク(JaSPON)」での持続可能なパーム油の調達・消費の促進、そのほか、拠点の緑地保全活動や社外の生物多様性保全活動への社員参画促進など、多様な活動を推進して生物多様性の主流化に寄与しています。

また、企業と生物多様性イニシアティブ(JBIB)や経団連のポスト2020生物多様性枠組みワーキンググループ等に参加し、最新の国際動向の把握や他企業との連携、情報共有を進めています。

生物多様性や自然と企業活動に関する情報公開の動きも活発化しています。2022年4月よりTNFD※フォーラムに参加して情報収集すると共に、TNFDより公開されるβ版へのフィードバックを行っています。TNFDはオープンイノベーション型でフレームワークを開発しているため、開示体である企業からのフィードバックを積極的に行うことで、実情に合った使いやすいフレームワークとなる可能性があります。また、TNFDコンサルティンググループ(TNFD日本協議会)に加入し、情報収集ならびに国内企業との意見交換を進めています。得られた知見は社内関係部署と共有し、世界レベルに合わせた活動にいち早く取り組めるよう努めています。

※ 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD: Taskforce on Nature-related Financial Disclosure)

2022年の実績

新たな試み

花王における生物多様性に関するマテリアリティの特定

2021年は、リスクアセスメントの評価ツールENCOREを用いて、花王の自然資本への依存および影響因子の抽出を行いました。

花王の事業活動は、原材料としてパーム(核)油やパルプを使い、パーム油をもとに界面活性剤を獲得、各洗

生物多様性 GRI304-2

浄製品に処方されています。また、製品使用後は、使用した水と共に環境に排出され、一部包装容器は不適切に処理され、環境中に排出されます。そのためENCOREからは、パームやパルプに由来する因子や、製品排出後の生態系への影響、温室効果ガスや廃棄物等が抽出されてきました。

2022年は、TNFDのLEAPアプローチに沿う形で花王の主力製品である洗浄剤を例に、バリューチェーン全体の解析を進めました。上流、直接操業、下流それぞれで重要課題を特定し、それぞれの重要課題に対して、各種ツールを組み合わせてマテリアリティを特定しました。

継続的な活動実績

1. 持続可能な原材料調達の推進

パーム油・パーム核油、紙とパルプの調達に関して、トレーサビリティの確認を進めています。

また、RSPO認証油の調達比率を高める活動や小規模パーム農園に対するRSPO認証取得支援を継続しています。

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

2020年より続いている新型コロナウイルス感染症の影響もあり、活動制限を余儀なくされる中で可能な範囲内での活動を推進しました。

3. コピー用紙削減

日本における一人当たりの印刷枚数は前年比93.6%となり、目標(前年以下)を達成しました。

4. グリーン購入の推進

日本におけるグリーン購入率は93.0%でした。

2023年の目標

生物多様性に関する年次目標は、1年間の活動単位でPDCA管理しているRC目標の中で毎年定め、進捗管理しています。2023年目標は以下の通りです。

1. 持続可能な原材料調達の推進

P91 責任ある原材料調達

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

2018年～2019年にかけて実施したグループ全生産拠点の生物多様性評価の結果を受けて、各拠点で実情に即した生物多様性保全活動を個別に計画し、推進します。

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。2021年以降はグローバルで活動を推進し、ひとり当たりの印刷枚数を前年以下にすることを目標としています。

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2023年目標は、グリーン購入率100%です。

2022年実績に対する考察

地域の生物多様性に配慮した事業活動・社会活動については、担当者や参加者の強い熱意によりグローバル各社で継続的に推進されています。生物多様性の活動は継続することに意味がありますので、担当者や組織が変わっても活動が途絶えることのないような仕組みの構築や文化の醸成が必要だと考えています。

コピー用紙削減については、出社勤務が戻りつつあるものの、利用者の積極的な推進により、毎年着実に使用量を減らしています。

グリーン購入の推進については、残念ながら前年より購入比率が低下し、目標の100%達成に至りませんでした。購入者の環境意識の向上に努めると共に、グリーン購入法適合品を購入する仕組みそのものの見直しも検討していきます。

生物多様性 GRI304-2

主な取り組み

事業と生物多様性の関わりの把握

2013年に評価を完了したエコロジカル・フットプリントでは、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を確認しました。

Web 企業活動のエコロジカル・フットプリント
https://www.jstage.jst.go.jp/article/ilcaj/2011/0/2011_0_164/_pdf

2021年は、ENCOREを用いて、自社の自然資本への依存および影響因子の抽出を行い、依存因子として5個、影響因子として9個の因子を抽出しています。それぞれパームやパルプに由来する因子や、製品排出後の生態系への影響、温室効果ガスや廃棄物等に由来する因子であることを明らかにしてきました。それぞれの因子に対して、リスク／機会分析や気候変動シナリオ分析を行い、花王の事業活動に対する財務影響の見積もりを進めています。しかしながら、事業全体を視野に入れた分析を行ったため、カバーする範囲は広いものの、各課題の深掘りという意味では十分ではありませんでした。

そこで2022年は、TNFDのβ版によって提案されたLEAPアプローチ※1に可能な限り従い、花王の主力商品である洗浄剤を例にとって、事業と生物多様性の関連性について深掘りを行いました。

2021年の分析結果に最新の他社ベンチマークと各種ガイドライン、レポート等を追加調査し、課題を再設定しました。そして、それぞれの重要課題に対して、地理情報システム※2ツール（GIS：Geographic Information System）を重ね合わせ、ステークホルダーの関心軸と花王における事業活動への関心軸で整理しました。その結果を以下に示します。

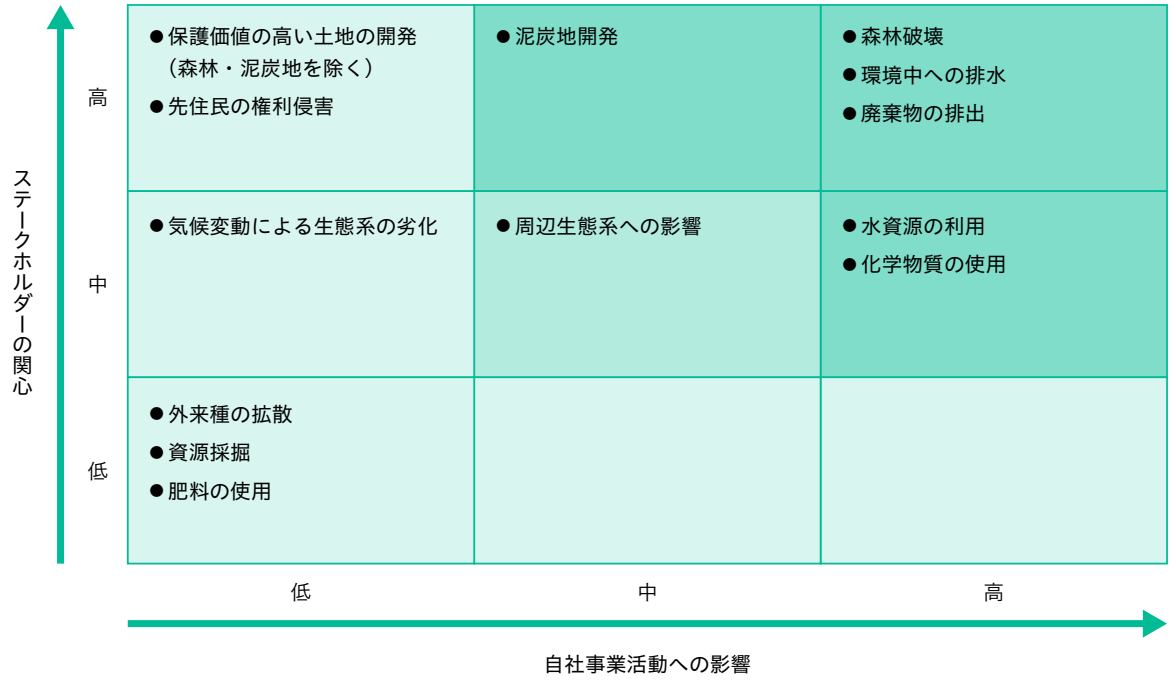
※1 LEAP（Locate, Evaluate, Assess, Prepare）アプローチ
※2 地理情報システム（GIS：Geographic Information System）：地理的位置を手がかりに、位置に関する情報を持ったデータ（空間データ）を総合的に管理・加工し、視覚的に表示し、高度な分析や迅速な判断を可能にする技術

洗浄剤におけるLEAPアプローチの取り組み事例

Locate：自然とのかかわりあいを見つける

花王の主力商品である洗浄剤を例に、2021年の

生物多様性に関するマテリアリティの特定の一例（縦軸と横軸は相対的なもの）



生物多様性 GRI304-2

ENCORE解析の結果に追加調査を加え、花王における生物多様性リスクとして13の課題を設定しました。分析の結果、ホットスポットとして、パーム(核)油の原産国、水ストレスや水質汚染を抱える地域にある拠点および販売国が挙がってきました。

Evaluate:依存と影響を評価

上記13の課題に対して、すでに顕在化しているリスクのほか、潜在的リスクの有無に加え、GISデータを用いた解析を行いました。

バリューチェーン上流ではパーム(核)油の原産国における「森林破壊」と「泥炭地開発」に関すること、直接操業過程では「水利用」と「排水」に関わること、下流では製品使用時の「水使用」、使用後の家庭からの「排水」「化学物質管理」、プラスチック容器に代表される「廃棄物の排出」が自然に対する依存や影響といった面から、事業リスクにつながる課題として抽出できました。

Assess:リスクと機会の特定

ステークホルダーの関心軸と花王における事業活動への関心軸の2軸を使って、各課題の重要度の相対的な序列づけを行いました。

その結果、最も重要な課題として、「森林破壊」「環境中への排水」「廃棄物の排出」が抽出されました。

「廃棄物の排出」に関しては、花王の販売国のうちインフラ整備がまだ十分整っていない国々、例えばアジアの一部の国でのリスクが想定されます。これら課題への対策と応用展開が機会を生むと考えています。

Prepare:リスクと機会への対応と報告

「森林破壊防止」に向けて、森林フットプリントの導入、調達するパーム(核)油の100%RSPO認証油化、小規模パーム農園までのトレーサビリティ確認の完了をめざしています。また、インドネシアの小規模パーム農園支援プログラムSMILEを実施しています。

「環境中への排水」対策として、各拠点での規制の遵守を行いながら、規制値よりも厳しい自主管理の設定を進めています。また、家庭での排水対策としては、例えば泡切れがよくすすぎ水が少なくて済む洗浄剤の提供などを行っています。そして、新たな環境評価手法としての環境RNAによる生体評価技術の開発も進めています。

また、昨今注目されているプラスチック廃棄物に関しては、プラスチック使用量の削減の継続・強化、リサイクル樹脂の活用、プラスチック容器の回収とリサイクル技術の確立に取り組んでいます。

今回の分析を行っていた段階では、TNFDにおけるシナリオ分析や開示要件は開発途上にあったため、今回の分析にはあまり盛り込むことができず、対応できた範囲での結果の一例となっています。今後のTNFDの完成を待って、さらなる分析を進めてまいります。

事業が生物多様性に与える影響の低減

花王の事業活動が生物多様性に与えるさまざまな影響を低減するために、以下の活動を継続的に行っています。いずれも花王のESG戦略における重要な活動であり、詳細は本レポートに掲載しています。

・原材料使用量の削減および持続的に調達可能な環境負荷の少ない原材料への切り替え

P91 責任ある原材料調達

・事業活動に伴うCO_2排出量の削減

P102 脱炭素

・水資源の使用量削減および影響の低減

P137 水保全

生物多様性

・「責任ある化学物質管理」の推進

科学的根拠に基づくリスク評価とライフサイクル全体を通じた適切な化学物質管理により、化学物質による環境ならびに生態系への負荷を最小化するモノづくりを進めています。

生物多様性の恵みを大切に、最小限の使用量で最大限活用するための技術開発

花王は長年にわたり、アブラヤシの実などから採取できる炭素数が12～14の油脂原料を用いて工業用高級アルコールを生産し、さまざまな家庭用製品の原料として使ってきました。炭素数12～14の油脂は、世界の油脂生産量のうちのわずか5%を占めるに過ぎません。残り95%は炭素数16～18の油脂になります（Oil World Annual 2016）。炭素数16～18の油脂には、食料用途には適さない固体部分が含まれており、この固体部分はこれまで用途が限定されていました。そこで花王は、界面科学や界面活性剤の合成技術を適用することで、「バイオIOS」という、品質の高い界面活性剤を生み出しています。「バイオIOS」は、2019年より衣料用濃縮液体洗剤「アタックZERO（ゼロ）」で実用化されています。

今後の人口増加に伴う食糧需要の増加に伴い、パーム（核）油の需要が増大する可能性があります。需要の伸びに応えようとして森林を破壊しパームプランテーションに転換するのは、生物多様性の意味でも、GHG吸収源としての森林を失うという意味で気候変動の面からも好ましくありません。

そこで花王は、森林を破壊することなく界面活性剤の原料であるパーム（核）油の需要増大に対応する方法として、パーム（核）油代替材料の開発を進めてきました。

2022年は非可食のバイオマス残渣であるキャッサバ残渣から非可食バイオノニオン活性剤の製造をめざす実証研究についての取り組みを開始しました。花王の有する酵素ならびに酵素の製造技術を活かし、キャッサバ残渣をケミカル材料の原料である糖に効率よく分解することができるようになりました。また、同じ工場の敷地内で酵素の生産から糖化処理を行うことで、輸送によるCO_2の発生を抑制することをめざしています。

さらに、将来的に向けた技術として、環境負荷が少ない藻類が産生する油脂をパーム油の代替とする研究も進めています。

これまで用途が限られていた原料を界面活性剤の新たな原料にできたこと、食品用途と競合しない油を活用する可能性を広げたことは、「生物の多様性の持続可能な利用」への貢献につながるものと考えています。

また、花王は30年以上にわたって酵素などタンパク質の研究開発を行っており、それらを菌などの微生物を使って効率的に生産する技術の開発にも取り組んできました。その中のひとつに、枯草菌を活用したタンパク質生産技術があります。この技術は、2020年5月に発表された、北里大学、株式会社Epsilon Molecular Engineering（EME）との共同研究による、新型コロナウイルス中和能を持つVHH抗体取得にも貢献しています。その後の研究成果で、ハムスターモデルにおいて、取得したVHH抗体を経鼻投与することにより、新型コロナウイルスの肺におけるウイルス増殖を抑制できることがわかりました。さらに新型コロナウイルススパイクタンパクとVHH抗体の結合様式を明らかにしました。これらの結果は、VHH抗体が新型コロナウイルス感染症の治療薬となりえる可能性を示しただけでなく、経鼻投与という新たな投与方式により治療の選択肢を広げる可能性を示しています。

また花王は、生物多様性評価のための高精度な生態調査方法を確立するため、環境中に含まれる生物のRNA（環境RNA）の研究に取り組んできました。DNAよりも分解されやすいRNAを指標とすることで、その場にいない生物を誤検出してしまうことが少なく、生活排水の影響を受けにくいこともわかってきました。このたび、河川水中の魚のRNAを網羅的に解析する手法に加えて、水質の評価指標となる節足動物（水生昆虫）や藻類に対する評価法を構築することができました。これらの研究成果により、生体を捕獲することなく、生態系の真の姿を高精度で可視化できる可能性があります。

これらの技術の活用により、人為的活動による生物多様性の損失を最小化することで、社会と環境のサステナビリティに貢献することをめざしています。

生物多様性

P83 暮らしを変えるイノベーション

Web 新型コロナウイルス感染症(ハムスターモデル)の治療に成功
VHH抗体の経鼻投与法により臨床応用に大きく前進
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2021/20211116-001/

魚のRNAが河川水中に豊富に存在し、生態調査に有用であることを発見
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2021/20210817-001/

国際的な取り決めの遵守

花王は、生物多様性条約、生物多様性条約締約国会議等で決定され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・地域の国内法を遵守しつつ、事業活動を進めています。

また、花王は、2014年、「原材料調達ガイドライン」の中で掲げた調達目標において日本でいち早く「森林破壊ゼロ」の支持を表明し、また、同年9月にニューヨークで開催された国連気候変動サミットで発表された「森林に関するニューヨーク宣言」にも署名しました。

また、遺伝資源を利用する場合は、ABS※の動向に十分配慮し、遺伝子組換え生物の利用については、カルタヘナ議定書を遵守し、適切な利用と管理を行っています。

今後は、2022年12月に国際合意がなされた昆明・モントリオール生物多様性枠組で定める目標の達成に向けて貢献していきます。

※ ABS:Access to Genetic Resources and the Fair and Equitable Sharing of Benefits Arising from their Utilization(遺伝資源へのアクセスとその利用から生じた利益の公正かつ衡平な配分)の略称。

パーム油に関する取り組み

花王にとって最も重要な自然資本のひとつであるパーム(核)油に対し、社会・環境の面における本質的な課題解決に向けて取り組んでいます。

ひとつは、持続可能な生産と生産性向上に関する教育とRSPO 認証取得に向けた支援になります。2022年中に約600農園がRSPO認証を取得予定であり、花王は認証を取得した小規模パーム農園が販売するRSPO認証クレジットの全量購入を予定しています。

また、土壌への過剰な施肥は、土壌汚染や水質汚染、土中生態系の変化の原因となります。そこで、農園の生産性の向上と、農薬使用量の低減による収益改善や、過剰な施肥を防ぐことによる環境負荷の低減を目的とし、農薬が植物表面で濡れ広がるようにさせる薬剤「アジュバントシリーズ」を無償で提供し、使用方法の指導も行っています。

また、昆明・モントリオール生物多様性枠組の目標の中には、生物多様性に関する意思決定に、現地に住む人々の意見を加味することが謳われています。2022年9月に開始した、インドネシアの小規模パーム農園を対象としたグリーバンスメカニズムも貢献できるものと期待しています。小規模パーム農園の人権に関する課題に対して、ビジネスと人権を専門とするNPO法人経済人コー円卓会議日本委員会(CRT日本委員会)と協働で、グリーバンスメカニズムの運用を開始しました。スマトラ島の約50の農園からスタートし、順次対象農園を増やす予定です。また、問い合わせ内容や対応の結果は、花王ウェブサイトで公表していきます。

P91 責任ある原材料調達

Web SMILEプロジェクトの進捗ならびにグリーバンスメカニズムの運用開始
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220413-001/

https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20220831-001/

生物多様性 GRI304-1, 304-2, 304-3

地球の生態系に配慮した事業活動

花王では、地域の生物多様性に配慮した自社緑地や地域貢献活動に積極的に取り組んできました。日本には、生物多様性への配慮を求める企業緑地に関する認証システムが複数存在しており、花王においても以下の工場・事業場が認証を取得しています。

和歌山工場：SEGES「Excellent Stage1」認定（2005年）、「Superlative Stage」認定（2017年）

Web 緑の認定 SEGES 認定サイト：そだてる緑：花王株式会社 和歌山工場
https://seges.jp/site/A0509.html

鹿島工場：ABINC認証（2015年取得、2018年・2021年更新）

川崎工場：ABINC認証（2018年取得、2021年更新）

小田原事業場：ABINC認証（2020年取得、2023年更新）

Web 第10回いきもの共生事業所® 認証施設
https://www3.abinc.or.jp/facility/10th-creature-facilites/

第13回いきもの共生事業所® 認証施設
https://www3.abinc.or.jp/facility/13th_creature_facilites/

各工場は、認証取得以降も、さらに緑地の保全活動を継続、深化させてきました。和歌山工場はSEGES※1の認定レベルとして5段階評価における最高位である「Superlative Stage」を取得し、これを維持しています。また、鹿島工場は2018年、2021年に、川崎工場は2021年に、小田原事業場は2023年にABINC※2認証を更新しています。

※1 SEGES（Social and Environmental Green Evaluation System；社会・環境貢献緑地評価システム）
企業等によって創出された良好な緑地と日頃の活動、取り組みを評価し、社会・環境に貢献している、良好に維持されている緑地であると認定する制度。

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

グローバル共通の生物多様性評価基準に基づく活動推進

一方、日本以外で花王の生産拠点がある国では、私たちの知る限り、企業緑地を対象とした認証システムは存在しないのが現状です。そこで、花王では、事業を展開しているグローバル各拠点において、地域の生物多様性に配慮した活動がどの程度行われているか評価するための生物多様性評価指標を2017年に導入し、2018年から2019年にかけて、新たに花王に併合した拠点を含むすべての生産拠点における評価を実施しました。生物多様性視点での課題を明確にでき、活動を推進することでスコアを向上することができるため、活動進捗の確認が容易になります。

本評価を導入した一番の目的は、現状を把握した上で、社員が明確な目的意識を持って自拠点あるいは近隣の緑地等における生物多様性保全に積極的に取り組むことにより、自拠点が恩恵を受けている地域生態系の生物多様性保全に貢献することです。

地域住民など関係する多くの皆さまにも私たちの思いが伝わり、活動の輪が大きく広がっていく「生物多様性の主流化」につなげていければと考えています。

川崎工場

緑地の生物多様性調査と保全の実施

常緑樹を中心としたまとまりのある緑地（写真上）が社員の癒し空間となっており、2017年から緑地に生息する生き物の調査を継続していますが、年々その種類が増えてきています。これまでに472種（植物286種、昆虫151種、鳥類23種、ほか12種）の生き物が確認でき、2022年調査では2年前より58種も増えました。その中でも重要種の「カワラヒワ（鳥類）」と「クズハキリバチ（昆虫類）」が確認できたことは嬉しい驚きでした。今年もジャコウアゲハの繁殖保護エリアに生息するウマノスズクサを食べる幼虫も確認できました（写真下）。ウマノスズクサ生態は4地点から9地点へ拡大したこともあって、沢山のジャコウアゲハが舞っていました。長引く新型コロナの影響で生物多様性関連イベントはしばらくできていない状況ですが、各職場での緑化清掃や花壇活動、社員への定期的な情報発信などを継続的に行っています。その他、枯れ木や剪定・伐採後の枝や木からつくったウッドチップを緑地内歩道に再利用したり、弱っている樹木への農薬液の樹幹注入なども行っています。

「場内緑地の整備を通した生物多様性保全活動」を含む4分野でSDGs達成に向けた取り組み・宣言が認められ、

生物多様性 GRI304-1, 304-2, 304-3

2021年7月に「かわさきSDGsゴールドパートナー」の認証を受けています。今後も緑地の維持に努めつつ生き物と人との共生を図り、地域生態系への貢献と社員の癒し空間の維持・向上を推進していきます。

小田原事業場

ABINC認証の更新

小田原事業場内には約9,000m²の緑地があり、植栽樹木のうち90%以上が在来種です。2018年より地域の生物多様性への配慮という観点で生物多様性保全活動を開始しました。ABINC認証を2020年2月に獲得後も、従来の活動維持と新たな取り組みを行ってきました。2022年8月に更新審査を通り、新たに認定書が発行されました。ストロングポイントに挙げられた主な活動は以下のとおりです。

小田原市が取り組む酒匂川水系メダカ(小田原メダカ)保護のための里親制度に2018年に登録し、市より5匹のメダカを迎えました。2019年には卵からの孵化に成功し、25匹まで増加しました。2020年以降は場内の建物に設けた広いベランダに新たに設置したメダカ池で育成を行い、現在は約130匹になっています。2023年には小田原市に帰す予定です。同ベランダには屋上緑地を整備しており、現在ジャコウアゲハの育成にも取り組んでいます(以上、写真左)。

また、小田原事業場の中央に配置した緑地帯(アークスクウェアーガーデン)に位置する東屋横に生物が棲みやすい水辺環境を2022年に新たに整備し、ヤゴ等の水生生物を確認しています。場内の間伐作業時に発生した樹木の枝は積み上げて生物の隠れ家とし、あるいはチップにし敷き詰めてカブトムシの幼虫等が育つ環境を整備しました(以上、写真右)。

酒田工場

「やまがた絆の森協定」に基づく保全活動

花王酒田工場は、2021年7月に山形県、酒田市と森づくりに関する「やまがた絆の森協定」を締結し、酒田工場から北に約1㎞のところにある庄内海岸クロマツ林3.4ha(酒田市大浜地区)を「花王の森　おおはま」と名づけ、活動地としました。このクロマツ林(飛砂防備保安林)は、江戸時代の商人や農民が砂飛びを防止するために植林を進めたといわれています。公益の森の歴史を持つクロマツ林を未来に引き継ぐため、飛砂防備保安林としての機能維持、クロマツの育成によるCO_2削減、社員による社会貢献活動、活動を通じての社員の環境意識向上等を協定締結の目的に挙げています。

2022年6月25日、「花王の森　おおはま」に花王酒田工場と花王グループカスタマーマーケティング東北の社員40名が集まり、雑木の撤去、下草刈り、階段に溜まった砂の除去、ごみ収集などの作業を行いました。また、10月15日には27名が集まり、クロマツに張り付いたツタの除去や階段の清掃等を実施しました(写真上下)。本活動地に

生物多様性 GRI304-1, 304-2, 304-3

は住宅地から海側に抜ける遊歩道があり、ウォーキングをされている方がおられるため、歩きやすくすることで安全に健康増進ができ、また綺麗に整備することで不法投棄の防止策につながることを期待しています。また、この豊かな森林資源を地域の子どもたちの環境学習の場として活用し、親しんでもらうことで、森林維持の大切さを次世代に伝えていければと考えています。

花王台湾

工場緑地の生物多様性保全活動

花王（台湾）では生物多様性保全に関連する以下の活動を行っています。

・家具等の再生木材を用いて鳥の巣や教育機能を兼ね備えた昆虫ホテルを製作し、工場の緑地内、既存の水域付近にそれぞれ設置することで、生物の隠れ場所や繁殖地を提供しています（写真下）。2022年はオーバーホールを実施しました。最近では、タイワンゴシキドリ（Psilopogon nuchalis、台湾固有の鳥類）が営巣のため定期的に巣箱を訪れており、昆虫ホテルにはアリ、水域には両生類の繁殖を確認しています。

・生物モニタリング活動により、場内に生息する生物種（哺乳類、爬虫類、両生類、昆虫）について大まかに把握しています。来場者や従業員に理解してもらうため、緑地付近に鳥類や植物の説明板を設置しました（写真右）。将来的には、新入社員や来場者に対する環境教育も実施したいと考えています。

KSA

在来の野生植物の植樹エリア拡張計画

花王スペシャルティーズアメリカズ（KSA）は、米国南部のノースカロライナ州ハイポイント市に位置しています。針葉樹と広葉樹の多様な樹木で構成される混交林が敷地全体に広がっています。2019年に生物多様性に関するアセスメントを実施し、絶滅危惧種を含むさまざまな生物が敷地内に生息していることがわかっています。

以降、KSAは生物多様性保全活動を本格的に推進しており、従業員も積極的に参加しています。2021年には、従来の生物多様性保全活動に加え、「2025年までにKSA敷地内に1,000m²（10,764平方フィート）相当の在来種の野生植物を植える」という活動目標を設定し、その実現に向けた活動を開始しました。この活動の主

生物多様性 GRI304-1, 304-2, 304-3

な目的は以下の通りです。

・ミツバチや蝶などの花粉媒介者の生息地の提供

・従来の芝地を花の咲く草地に転換することによる芝刈りや必要燃料の削減

2021年11月、KSAの従業員は、地元の種子農場から入手した米国南東部に生息する野生の花の種を220m²に蒔きました。2022年8月から9月にかけて、これらの植物が色鮮やかに花を咲かせたことで、さまざまな昆虫が集まり、また従業員や配達ドライバーの目を楽しませています(写真下)。2022年4月にも、40名以上の従業員が同じ種子農場から223m²の野草の種を植えましたが、成長した苗木は地元の渡り鳥のガンにほとんど食べられてしまいました。そこで、植栽を秋のみの実施とし、さらに問題を軽減するために有益な被覆作物を含めるように変更しました。

10月、従業員は、自ら購入したノースカロライナ原産の植物を植樹(90m²の新しい苗床を追加)する毎年恒例のプログラムを継続しました。今年は24名の従業員が参加し、新たに10本の苗を植えると共に、既存の植栽の手入れを行いました(写真右)。

他団体との連携

花王は、2008年の発足当初から一般社団法人企業と生物多様性イニシアティブ(Japan Business Initiative for Biodiversity:JBIB)に参画しています。JBIBは生物多様性保全の取り組みについて真剣に考え、具体的な活動を実践する異業種の企業の集まりであり、テーマごとに複数のワーキンググループに分かれ、企業がどのような形で生物多様性の保全や回復へ貢献できるのかについて議論を行っています。今年度はCOP15、TNFD、SBT for Natureなど、さまざまな国際枠組みをまとめる動きが加速しており、JBIB内の活動を通して国際動向の入手や意見交換を行っています。

また、昨年より経団連のポスト2020生物多様性国際枠組ワーキンググループに参画してきました。ここでは、ポスト2020生物多様性国際枠組の内容およびそれに基づいて設定される日本の国内政策に対して、事業活動に与える影響や課題、要望事項に関する議論、提言を行っています。

また、2022年4月よりTNFDフォーラムに参加し、TNFDより公開されるβ版へのフィードバック、ならびに情報収集を行っています。併せて、TNFDコンサルティンググループ(TNFD日本協議会)に加入し、TNFDの開発状況の把握、他企業との情報交換を行っています。

Web TNFDフォーラム
https://tnfd.global/about/the-tnfd-forum/

生活者とのコミュニケーション GRI417-1

生活者とのきめ細かなコミュニケーションを通じて寄せられた声を“ESGよきモノづくり”やサービス向上に活かすと共に、幅広い世代の方々の自己解決につながる生活情報を発信しています。気候変動による自然災害の増加、エピデミックやパンデミックによる社会生活への影響、プラスチック廃棄物による海洋ごみ問題、LGBTQ+やジェンダー等の人権問題など、生活者をとりまく環境や意識は大きく変化しています。生活者の企業への関心は、商品やサービスにとどまらず、サステナブルな社会への取り組みへと多様化しています。

花王は「生活者に寄り添う誠実な対応」「花王製品と生活の情報提供」を通じ、よき暮らしづくりの「起点」となって、快適な暮らしが送れるよう、今後も生活者とのコミュニケーションを推進していきます。

社会的課題

サステナブルな社会の実現には、有用で安全な商品・サービスの開発・提供にとどまらず、企業には、生活者のエシカルな消費行動を促進する活動が求められています※1。これまで以上にESGを意識した商品・サービスの提供が求められます。

BtoCにおけるEC市場の拡大に伴い、従来の店舗だけでなく、電子媒体を介した商品・サービスの提供方法の多様化にも対応しなければなりません※2。

また、日本在住の外国人は今後増加することが見込まれています。そのため、生活者とのコミュニケーションもICT、ダイバーシティを意識した新たな手段が求められます※3。

※1 消費者庁　消費者志向経営について知る
https://www.caa.go.jp/consumers/consumer_oriented_management/
※2 経産省　電子商取引実態調査
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/ie_outlook.html
※3 出入国在留管理庁　令和3年末現在における在留外国人数について（技能実習と留学が大きく減少していますが、永住者は増加しています）
https://www.moj.go.jp/isa/publications/press/13_00001.html

方針

私たちは、花王ウェイの行動原則のもと、生活者のお役に立つ製品、サービス、情報の提供に努めています。

相談を通じて生活者の想いを理解し、生活者と花王製品をつないで、暮らしに役立つ製品と生活情報を提供し、花王ファンを拡大すると共に、“ESGよきモノづくり”に貢献します。

1. 生活者の安全・安心、利益を損なう、またブランドの価値を毀損し、事業の業績、花王の信頼性に影響を与える重大リスクの回避
2. KLPで策定されているサステナブルな社会へ貢献する“ESGよきモノづくり”への参画
3. DX推進によるコミュニケーション手段の多様化と、自己解決のための公開情報の拡大
4. パンデミックや災害等に耐えられる相談体制の運用と働き方改革による柔軟な相談対応の推進

Web 消費者相談対応における基本方針
https://www.kao.com/jp/support/products/consumer/#policy

戦略

リスクと機会

リスク

1. 生活者の安全・安心意識の高まりによる、成分や安全性情報などの開示要求に対する情報不足の不満
- 懸念物質（環境面、安全面）への対応の遅れや配慮不足
- 誤った用法、誤認された製品情報等のSNSを通じた拡散
- リサイクル、分別、廃棄の難しい環境負荷の大きい製品の転換の遅れ

2. 国内使用を想定して開発された製品の自国外での利用
- 国内外で発生した製品事故の拡大性判断や製品の安全性判断の遅れによる被害拡大
- 文化などの違いに対しての配慮不足
- 不適切な広告表現、起用タレントの不祥事等のSNSを通じた拡散
- 取得した個人情報の漏えいによる企業信頼の失墜

3. 電話、メールの相談件数の減少によるリスク感度の低下
- SNSへ発信する品質、コンプライアンス、社会課題に

生活者とのコミュニケーション GRI3-3, 417-1

関する相談の増加
・ECチャネルへの販売増加による企業へ相談する指摘件数の減少、対応や品質に関する不満の口コミ増加
4．生産停止、遅延による消費者利便性の低下、品切れによる社会不安の増大
・災害、パンデミック等が発生した際の生活者とのコミュニケーション機能の喪失

機会

1．生活者に向けて
・成分や安全性などの正しい製品情報の提供
・安全・安心に関わる信頼性情報の開示
・ライフサイクルアセスメントに基づく製品情報の公開
・製品の入手方法、取扱店舗情報の積極的公開
2．関連部門に向けて
・グローバルでの消費者相談情報共有による新製品開発、改良への提言の機会
・開発品、販売品、広告等への改善要求の機会
3．多様なコミュニケーションチャネルを生活者に提供
・収集した相談者の声とその分析結果を関連部門に提供
4．BCPに対応するために、場所と時間の分散によるコミュニケーション機能の確保
・デジタル技術を活用した多様な働き方を相談業務に関わる社員に提供

戦略

1．適切な情報提供と重大リスク管理体制
・生活者の気持ちに寄り添う相談対応
2．新規事業領域拡大や販促コミュニケーション手段の多様化に合わせた相談体制の改編により、事業活動をサポート
・“ESGよきモノづくり”に活かす生活者の声の収集と伝えるしくみを強化
3．非電話コミュニケーションなどの相談方法拡充による新規相談者の獲得
・消費者ニーズに基づくタイムリーなQ&A整備と公開による自己解決の促進
4．在宅相談対応の拡充（有人チャット、電話対応）による柔軟な相談体制
・効率的な委託先活用によるBCP対応拡充

社会的インパクト

・地球環境に配慮したエシカルな消費行動の実現
・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の質向上
・正しい商品知識、安心できる製品選びによる生活の質向上、衛生意識の向上

貢献するSDGs

事業インパクト

・多様なコミュニケーション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、生活者の満足度とブランドロイヤリティ向上
・AIを活用したバーチャル対応による消費者対応業務の効率化
・消費者相談窓口の多言語対応による外国人の満足度とブランドロイヤリティの向上
・風評の拡散抑制による生活者の花王に対するブランドロイヤリティの維持

ガバナンス

体制

生活者コミュニケーションセンターは、3つの部で構成しており、すみだ事業場、大阪事業場、KCMK8支社で活動しています。

生活者コミュニケーションセンターの活動内容は、担当の執行役員と事業部門の責任者が出席する報告会（月1回）を開催し、情報共有を実施しています。相談状況

生活者とのコミュニケーション GRI3-3, 404-2, 417-1

の解析結果は、各事業部門が主催し関連部門が一堂に会す品質向上検討会(月１回)で報告し、品質等のリスク対応や商品・表示等の改善提案などを実施しています。

相談コミュニケーション部は、生活者に寄り添うコミュニケーションで、その声と思いを含む相談内容を収集し、迅速にエコーシステムに登録しています。また、品質や社会問題などのリスク情報の発信と対応、社内教育の研修も担っています。

商品コミュニケーション部は、相談情報の解析から生活者視点での品質リスク対応、商品・表示等の改善など、“ESGよきモノづくり”に貢献する活動を実施しています。

コミュニケーション業務推進部は、エコーシステム管理や情報整備、ウェブサイトの製品Q&A情報等の発信、技術情報、社会情報の収集と外部向け情報の作成、全体の業務管理など、生活者コミュニケーション業務の円滑な運営を支えています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

相談応対品質レベルを高く維持し、さらに向上させるため、定期的な社外評価や、教育研修を実施しています。調査会社による「電話応対品質調査」では、応対品質のレベルチェックを行い、均一なサービスと情報提供に努めています。相談者を対象にした「対応満足度調査」では、ネットプロモータースコア(NPS)や商品の継続使用意向を通して、顧客満足度を把握しています。

また、生活者コミュニケーションセンター以外に顧客対応を行うメンバー(花王ミュージアム、DX戦略推進センター)に対する応対研修を実施。海外関連会社の相談窓口とは定期的にVOC(Voice of Customer、生活者の声)の活用事例の情報交換を行い、互いの相談対応やモノづくりへの提言につなげスキルアップを図っています。

今年は新たに事業部門を対象に、エコーシステムに集まった生の声を聴き、商品やマーケティング施策の改善を検討するワークショップを開始しました。社員が生活者の視点をより深く理解し、VOCを事業活動に活かすための取り組みも積極的に行っています。

ステークホルダーとの協働

消費生活センター、消費者団体などとの情報交換

地域の消費者行政を担う消費生活センターなどの公的機関や消費者団体に向け、生活者コミュニケーションセンターの年間の活動報告と最近の消費者の傾向や注目する相談について年に1回情報交換することにより、花王の考えを理解していただくと共に、社外の機関、団体と良好な関係の維持に努めています。

消費者向けイベントでの交流活動

生活者に市民講座や消費者展などのイベントで、洗たく、手洗いのしかた、掃除、オーラルケア、入浴、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。相談窓口とは違った角度から、生活者のさまざまな困りごとを直接理解する機会と位置づけ、“ESGよきモノづくり”につなげていきます。

リスク管理

生活者コミュニケーションセンターでは、リスク情報のうち、緊急かつ重大なリスク情報を「緊急・重大指摘相談」として規定し、対応手順を定めています。該当する情報を入手した場合は、即時にセンター長に共有されます。センター長は、内容(品質トラブル、重篤な身体症状、レピュテーションリスク、コンプライアンス違反等)により、品質保証部門や危機管理・RC推進部が定めた各々のフローに則り、情報内容を全社関連部門に共有し、主管部門による迅速な対応を促します。また、「緊急・重大指摘相談」は、エコーシステムに登録した時点で、登録内容が関連部門の関係者にメールで自動配信され、情報を共有します。これにより、情報が滞ることを防ぐと共に、迅速な対応に寄与します。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

Web 品質保証活動におけるマネジメント体制
https://www.kao.com/jp//innovation/safety-quality/safety-quality-policy/management/

生活者とのコミュニケーション GRI3-3, 417-1

Web ガバナンス体制と取り組み
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/corporate-governance/structure/

コンプライアンス関連の相談対応は、「花王コンプライアンスホットライン」の紹介を基本対応とし、「コンプライアンス通報・相談窓口の運営方針」を共有して適切に対応しています。

Web コンプライアンス通報・相談窓口
https://www.kao.com/jp/corporate/policies/compliance/compliance-contact/

センター内の個人情報や機密情報の管理は、花王の「情報セキュリティポリシー」「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン(管理者編)・(ユーザー編)」に基づき、センターの業務内容や職場環境に応じた「機密情報管理マニュアル」「個人情報管理マニュアル」を定めて運用しています。TS推進委員および個人情報管理責任者は、適正管理のために、年1回以上の頻度で、教育、啓発による注意喚起、自己点検を実施し、また、在宅での相談対応も含めた業務環境に応じたルールの改訂を実施して、紛失や漏えいの防止を徹底しています。さらに、情報の紛失や漏えい発生時には、手順をすぐに閲覧できるようにして、迅速な報告行動を促しています。

P300 情報セキュリティ

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

・生活者がいつでも自分に合ったコミュニケーション手段で相談できる環境を整備していきます。
・安全・安心に関わる信頼性情報、成分情報、製品情報だけでなく、生活者の暮らしにおける困りごとの解決策等を生活者との多様なコミュニケーションチャネルを通じて提供し、企業価値の向上に貢献します。
・エコーシステムを通じて社内の多くの関連部門で生活者の声を共有・活用し、国内のみならずグローバルで展開される製品の新製品開発、改良につなげます。
・消費者対応における情報セキュリティを強化し、場所、時間にこだわらない多様な働き方を提供することで、生活者とのコミュニケーション機能を維持していきます。

中期目標を達成するための主な活動

1. 電話やメール、チャットボット、有人チャット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. Q&Aサービス(Yahoo! 知恵袋)に投稿された質問へのアクティブサポート
4. 品質向上検討会等、社内会議での生活者視点からの“ESGよきモノづくり”の提案
5. 消費者団体、消費生活センターなどとの情報交換
6. 消費者向けイベントでの交流活動
7. 業界団体との連携

2022年実績

1. 電話やメールなどによる消費者相談(グローバル)

2022年、日本において電話やメールなどで寄せられた相談件数は、花王(株)、ニベア花王(株)、(株)カネボウ化粧品の合計で約17万3千件(前年比96%)でした。新型コロナウイルス関連の相談が減少(同比50%)したのが主な要因です。指摘件数は微増(同比101%)でしたが、問合せ件数が前年比91%と減少しており、製品Q&Aサイトや製品カタログ、その他情報発信を充実させたことにより自己解決が増加したことが要因と推定しています。過去4年間とも50%以上を占めていた相談全体に対する問合せの構成比が、2022年は約49%と減少したこともあり、相談件数の2019年比も81%に減少しています。

メールの相談件数は、約1万6千件(前年比77%)と減少しました。減少は、製品Q&Aの充実やチャットボットの導入により、自己解決した相談者の増加が要因です。

事業部別では、新型コロナウイルス関連が減少したことにより、スキンケアが約1万7千件(前年比86%)、ホームケアが約2万4千件(同比94%)と減少しました。

生活者とのコミュニケーション GRI417-1

化粧品（ソフィーナ、キュレル、カネボウ化粧品）は、新製品や改良品の相談により約4万7千件（同比103%）、ファブリックケアは、洗たく機用キーピングの廃止不満により約4万件（同比107%）と増加しました。

また、日本を除くグローバルの合計では約2万6千件（前年比92%）の相談がありました。

アジア各社の消費者相談対応者とは、定期的にオンラインミーティングを実施しており、相談情報の共有と対応の質向上につなげる機会としています。

2. ウェブサイトを活用した情報の発信（日本）

コミュニケーションチャネルの中でも自己解決ができる製品Q＆Aサイトのコンテンツ充実を図りました。家庭用品は全カテゴリーを網羅し、化粧品サイトも新しく公開しました。また、チャットボットにAIを導入しました。電話に頼らない若年層の利用と、週末や平日の夜の閲覧が増えたことにより、2022年の製品Q＆Aサイトのアクセス数は、約460万UU※（前年比111%）と増加しました。

さらに、ウェブサイトに設置したご意見収集機能に寄せられた内容、検索ワード、有人チャットで相談があった生活者からの疑問の声をいち早くキャッチし、製品Q＆AサイトやAIチャットボットに反映しています。

※ UU：ユニークユーザー

3. Q&Aサービス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、2022年は約700件に新規回答しました。Q&Aサービスで回答内容が継続公開されるため、同じ疑問を持つ方に閲覧されています。過去の全回答（約9,000件）への2022年1年間の閲覧数は約355万でした。比較的若い年齢層の問い合わせが多いため、花王の相談窓口ではコミュニケーションできない層の困りごとに回答することができます。花王に直接問い合わせてくる電話やメール相談者とは異なる悩みや困りごとへの回答が上位ランクで閲覧されています。

2022年のウイルスの消毒・除菌に関する質問は主に感染者の自宅療養時の消毒に関するものに変化しました。

気温の上昇と共に、衣類の汗や部屋干し臭、前髪の崩れ悩みの質問が、長期間にわたって投稿されました。

修学旅行や個人旅行が復活したため、飛行機への製品持込み可否の質問が増加しました。

原材料やエネルギー価格の高騰による生活用品の値上げラッシュの時勢から、お得な製品選びや節約術に関する質問が増加し、100円均一の製品に関する質問も多く見られました。また、キャッシュレス決済のポイント還元キャンペーンに関する質問が前年より増加しました。

4. 社外活動

消費者団体、消費生活センターなどとの情報交換

消費生活センターを主として、2019年までは100ヵ所程度消費者行政を担う機関を訪問し、情報交換を行っていましたが、人の移動、訪問での面会が制限されていることから、2021年と同様に生活者コミュニケーションセンターの活動報告書をお送りし、継続的に活動していることが伝わるよう努めました。

消費者向けイベントでの交流活動

2022年は、対面による交流活動を再開（7月のウエルネス講座、11月洗濯講座）。また、オンラインによる市民講座も実施（2月のウエルネス講座）。2023年以降も対面とオンラインを使い分け、市民講座を継続して実施していきます。

5. ISO10002に準拠した取り組み

ISO10002「品質マネジメント - 顧客満足 - 組織における苦情対応のための指針」は2019年に適合を宣言し、運用しています。2022年も内部監査を実施し、適合していることを確認しました。

毎月の消費者相談のトピックス、カスタマーハラスメント対策、在宅での電話相談の開始などの状況をトップマネジメントに報告し、判断や意見を受けて消費者相談プロセスの改善にも取り組んでいます。2022年は、感染症発症時のBCPガイドラインやカスタマーハラス

生活者とのコミュニケーション GRI417-1

メント対策の作成、「自主回収」消費者対応手順やレピュテーションリスク対応の改訂を実施しました。

海外関連会社でも、ISO10002の要求事項を踏まえた相談対応ガイドラインの運用を始めています。

2022年実績に対する考察

製品Q＆AサイトやAIチャットボットは、生活者が調べた時に、知りたい情報があることが大切です。ウェブサイトに設置しているアンケートから収集したご意見や、検索ワード、チャット相談により、デジタル上で双方向のコミュニケーションを行い、PDCAを回すしくみを構築することで、生活者がいつでも自分に合ったコミュニケーション手段による自己解決を促進できると考えています。

生活者とのコミュニケーション

主な取り組み

花王の生活者研究の知見と快適な暮らしのお役立ち情報を提供する『くらしの研究』サイト

withコロナの暮らしは3年目に入り、社会は少しずつ行動制限のない生活に移行してきました。ただ、ロシアによるウクライナ侵攻や円安の影響などから、今までにない物価高騰がおき、「将来に対する不安」から、「自身の生活の見直し」や「生活防衛行動」への関心が高まっており、信頼度の高い情報提供が企業に対しても求められています。

『くらしの研究』サイトは、花王の生活者研究から得られた知見や、快適な暮らしのためのお役立ち情報を提供する生活情報サイトで、2014年より運営しています。2022年は、より読者が探しやすく見やすいサイトデザインに改訂を行いました。また、新規公開記事に加えバックナンバーも活用して、効率よく、必要なタイミングでよりタイムリーな情報提供に努めました。

生活者研究の調査レポート記事では、女性だけでなく男性の更年期の向き合い方や実態、若年層を中心に変化しているメンズメイクの意識・行動変化、物価高騰の中、定点調査から見えた生活者の家計のやりくりや節約の意識・行動の変化など、社会問題としても注目される関心の高い内容を発表して、多くの読者から共感の声をいただきました。発信したデータは、新聞やテレビ、ネットニュース、書籍などで幅広く取り上げられました。

また「くらしのお役立ち情報」では、マスク生活における冬のフェイスケアや脱マスクを想定したフェイスマッサージの方法を動画で紹介するなど、状況の変化に応じたお役立ち情報をタイムリーに提供しています。生活者の関心が高い物価高騰を乗り切る節電・節約術などのノウハウも、具体的な行動に落とした信頼できる情報として発信することに努めました。

こうした『くらしの研究』サイトの情報発信は生活者から高い支持を得ており、サイトの閲覧者数は毎年増加を続け、閲覧回数と共に過去最高となりました。『くらしの研究』サイトは、今後も生活者の暮らしに寄り添い、信頼度の高い役立つ情報提供を強化していきます。

Web 『くらしの研究』
https://www.kao.co.jp/lifei/

2022年に公開した、生活者研究レポート「生活者の今・これからを知る」

4月	働き方でみる暮らしの実態調査 テレワークで変わる家事時間の使い方
6月	え？これも更年期不調？ 「正しく知る」 「わかってもらう」で更年期を乗り越える
8月	空前の値上げラッシュを乗り越える！ 2022年の生活防衛意識
10月	メンズメイクで自己表現 きれいな肌になりたい20代の美容男子
11月	40代以降の不調・イライラに要注意 知っていますか？男性の更年期

2022年に公開した、くらしのお役立ち情報「快適なくらしのお役立ち情報」

2月	マスク内でも、肌は乾燥する？！ 快適！冬のフェイスケア
3月	マフラー、ニット帽、手袋、ファーの上手な洗い方
4月	ヘアアイロンの上手な使い方　初心者が覚えたい６つのコツ
5月	花王研究員が動画で徹底解説 プロが教える「キホンの洗顔」
6月	お風呂のカビ予防・菌対策３つのポイント
7月	電力不足・物価高騰を乗り切る節電＆節約術
8月	足のニオイ、フローリングのベタベタ対策
9月	脱マスク！たるみ・ほうれい線に プロ直伝！フェイスマッサージ
11月	水なし簡単！外さない網戸掃除 汚れも目詰まりもコレですっきり
12月	換気扇・レンジフードの油汚れは 前処理と専用洗剤で簡単掃除！

生活者とのコミュニケーション

社員の声

時代に合った相談チャネルで生活者に寄り添う

生活者コミュニケーションセンター
相談コミュニケーション部
相談３室

山内 華奈子

短時間で疑問を解決したい方、電話やメールが苦手な方が気軽に相談できるツールとして有人チャット相談を開始しました。

短文でやりとりを行うため、即座にお客さまの意図をくみ取りにくいという難しさがありますが、人と人との対応だからこその温かみを感じていただくために、チーム一丸となり、不安や悩みに寄り添うように心がけています。

若年層や耳の不自由な方、子育て中の方、匿名だからこそ聞けるデリケートな内容も「チャットで聞けて助かりました」とお声をいただき、誰もが不自由なく相談できる環境の実現に一歩近づいたと感じています。

今後も時代に合わせた新規ツールを導入し、積極的にお声を集めることで「誰も取り残さない」相談室をめざしたいと考えています。

保安防災 GRI3-3, 403-1

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した操業の維持を目的として保安防災活動を行っています。
こうした活動により事故ゼロをめざします。

社会的課題

化学プラントでの事故や、自然災害が多発化・激甚化している昨今、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きています。

そのような状況の中、現場保安力の向上をめざすと共に、防災対策の強化を日々図っていきます。

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「現場保安力を向上して、事故防止に努める」と規定し、「経営層自らリーダーシップを発揮し、安全第一の安全文化と安全基盤を継続的改善で向上させ、設備的対策や管理的対策を計画的に実施し、安全で安定な操業を維持する。火災・爆発および化学物質漏えいを防止し、人命優先で自然災害に対応し、施設・プロセス・技術に関わるセキュリティ強化も考慮して、定期的訓練を行い緊急時に備える。」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。

Web 花王レスポンシブル・ケア方針
https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/responsible-care-policy.pdf

戦略

リスクと機会

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、それらによる社会からの信頼損失をリスクと捉えています。

機会

一方、地域や社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うことは、社会からの信頼の獲得とブランドイメージの向上につながることを機会と捉えています。

戦略

「保安防災」に関する活動は、レスポンシブル・ケア(RC)活動の一環として推進しており、花王グループのRC目標に則って計画、実施されています。

P284 レスポンシブル・ケア活動

社会的インパクト

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社員に対し安全な操業をすることにより事故のない安心して暮らせる地域社会を提供します。

また、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。

事業インパクト

貢献するSDGs

すべての事業場が安全に操業されることで、事業活動が正常に行われ、不要な経費発生が抑えられ総合的なコストを低減し、機会損失を最低限に抑えることができ収益拡大につながります。

ガバナンス

体制

日常の保安防災活動は、RC推進体制に基づいて行っています。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。緊急時の組織は、取締役会等とは別組織となり、社長を本部長とした緊急事態組織が立ち上がり、本部長直轄で迅速に対応できる体制となっています。さらに、事故・災害が事業活動に重大な支障をおよぼすと予想される時には、社長を本部長とする緊急事態対

保安防災 GRI3-3, 403-1, 403-5, 403-9, 404-2

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って行います。

※ 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。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

P276 リスクと危機の管理

教育と浸透

業務に関する事故の発生や拡大を防ぐため、過去事例・最新技術や知識など保安防災に関する教育や対応訓練の計画を立て、技術の伝承や保安力の強化を行うと共に、自然災害や火災などを想定した訓練を計画・実施することで、社員の防災意識向上に努めています。

ステークホルダーとの協働

事業場で共に働く協力会社と協働で安全・保安や防災に関する行事を行うことで、さらなる防災意識の向上を図り、より安全で安心な企業となるよう努めています。

また、工場周辺地域の皆さまと情報交換会などを定期的に実施することで、地域とのコミュニケーションを深めています。

リスク管理

「保安防災」に関する活動は、レスポンシブル・ケア(RC)活動の一環として推進しており、リスクの管理、評価は、花王グループのRC目標に則って実施されています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

P284 レスポンシブル・ケア活動

目標と指標

中長期目標と2022年実績

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。

2022年の実績

2022年は「安全で安定した操業の維持」のため、保安上の事故撲滅に向けて、重合や反応時の熱的異常反応などへの対策を含む化学設備のセーフティアセスメント、地震や水害などの自然災害対策を実施しました。また、AIやIoT技術を積極的に導入することで設備の省人化やプロセスの信頼性向上を図ると共に、ビッグデータを解析し、それをシステムへ応用することにより、プロセス異常時の予兆を検知するシステムの運用も行っています。

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、各部門においては詳細な実行内容と計画を策定し活動しました。なお、安全防災レベルの向上をめざし毎年海外の工場で実施している防災監査は、2022年も新型コロナウイルス感染症の影響により中止しました。

さらに、花王が2030年にめざすべき保安の姿として「保安力グランドデザイン」を2021年に策定し、保安力の向上を図るための安全文化と安全基盤に関する13のアクションプランを関連部門や工場と共有すると共に、アクションプランを各現場に落とし込んで活動を推進しています。2022年は小火災の事故の発生がありましたが、爆発事故、漏えい事故、物流漏えい※1事故はありませんでした。各保安事故に対しては4M5E手法※2による事故原因分析を実施し、今後同じ事故を発生させないよう対策を完了しています。2023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。

※1 物流漏えい
製品等の輸送中における漏えい事故

※2 4M5E手法
Man(人)、Machine(機械、設備)、Media(材料、情報)、Management(管理、教育)の4つのMの面で発生要因の分析を行い、Education(教育、訓練)、Engineering(技術、工学)、Enforcement(強化、徹底)、Example(模範、事例)、Environment(環境、背景)の5つのEの視点で対策を実施する手法

保安防災 GRI403-9

事故の概要（2022年）

事故種類	小火災：5件
事故概要	・搬送コンベアのフレームとチェーンが擦れ発火 ・火気工事中の火花が可燃物に飛散し発火 ・ラボ遠心分離機での可燃物漏れによる発火 ・電動ハンドリフトのバッテリーケーブルの設置不良による発火 ・加熱器のフランジより内容物が漏れ発火
今後の対策	・4M5E手法による事故原因の分析および対策を確実に実施 ・設備更新の促進、監視装置の強化を実施

目標と実績

項目	対象	指標	2021年	2022年		2023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）	5	0	5	0
		物流漏えい（件）	0	0	0	0

2022年実績に対する考察

場内火災、爆発事故、漏えい事故などの保安事故ゼロを目標に活動していましたが未達になりました。

各事故に対しては4M5E手法による事故原因分析を実施し、今後同じ事故を発生させないよう対策を完了しています。

保安防災 GRI403-2, 403-5

主な取り組み

大規模災害に備えた緊急事態対応訓練

花王では、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

日本花王グループは自然災害発生に備えウェブ安否確認システムを導入し、全社員を対象にした入力訓練を毎年定期的に3月と9月の2回実施しています。2022年3月の訓練ではメッセージ欄を活用し被害の詳細情報を入力する訓練を実施し、9月の訓練ではスマホアプリを利用した入力訓練を実施しました。今後も実際の災害発生を想定した訓練を継続していきます。

2022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。これら自然災害に対し安否確認システムを使用し安否確認を行った結果、重篤な人的被害はありませんでした。

また、新型コロナウイルス感染症に対しても、この安否確認システムを活用し、社員の健康状況を毎週把握しました。

2022年の安否確認システムの使用状況

年月	災害名	結果
2022年3月	福島沖地震(震度6強)	発信翌日に100%安否を確認

地震を想定した緊急事態対応訓練

花王は、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。2022年は、6月には北海道・東北沖地震を想定した被災現地と東日本の対策組織の訓練、10月には首都直下地震を想定した関東エリアの被災現地と西日本の対策組織の訓練を実施しました。

訓練では主要対策組織内部のIP無線による状況確認を行い、社内災害用SNSおよび情報管理ポータルシステムを用いて、現地の被害状況を緊急事態対策本部まで迅速に伝達し、対策本部は被害情報に基づき必要な対応訓練を行いました。さらに、首都圏が被災想定の10月の訓練では、対策本部長である社長も訓練に参加し、被害者救助のサーキット訓練を実施しました。また新型コロナウイルス感染症の影響も考慮し、オンライン会議ツールを用いて、社員が在宅でも訓練に参加できるよう工夫しました。

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っています。

社長自らがサーキット訓練に参加

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頭巾を準備したほか、見学者を安全な場所へ迅速に誘導できるよう、社員を見学者に見立て、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。

社員を見学者に見たて避難訓練を実施

保安・防災の強化

SCM部門では、AIやIoTなどDX技術の積極的な導入を図ると共に、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対応、地震対策、また、自然災害への対応を引き続き推進しています。

2022年は、化学設備の異常反応等を起因として発生する火災爆発事故防止を評価する熱的リスク評価手法

保安防災 GRI403-2, 403-5

の確立を行い、その評価指針に従い安全対策を実施しました。

地震対策では、地震力対策として設備架台の診断と補強を継続的に進めると共に、和歌山、豊橋における地震による液状化に伴う構築物の損傷防止のための検討を継続的に行い、自然災害での被害の最小化に努めています。

自然災害への対応では、水害リスクへの対策の基本的な考え方をまとめると共に、近年の風害を踏まえ、屋根や外壁といった非構造部材への対応の検討を行い、被害の最小化に向けた取り組みに努めています。

また自らの保安力を確認するため、2018年に続き、保安力向上センターによる現場保安力評価を和歌山工場が受診しました。今回の評価結果での弱みは今後改善すると共に、強みはさらに強化していきます。

なお、グローバルでの保安レベルの維持、向上をめざし行っている安全技術、保全技術などの監査については、新型コロナウイルス感染症で移動が制限される中、リモートにて実施しました。

ドイツ花王化学での夜間緊急時対応訓練

花王スペシャルティーズアメリカズでの化学物質漏洩時対応訓練

高圧ガスの保安

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、2022年は9月に保安管理部門の保安監査、11月に保安管理の長である会長のも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。

他事業場の高圧ガス設備についても、県など外部の検査機関による保安検査を実施しています。これらの設備についても保安監査・保安査察は自社で実施し、安全操業に努めています。

※ 認定保安検査実施者
高圧ガス保安法に基づき、特定施設が技術上の基準に適合しているか否かについて、運転を停止することなく自ら保安検査を行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うことができる者として、経済産業大臣が認定した者

高圧ガス保安査察（和歌山工場）

保安防災教育プログラム

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。例えばSCM部門では、「モノづくり技術・技能伝承センター」で、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ヵ月にわたり、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。

「防災とボランティアの日」に合わせ防災メッセージを日本の全社員向けに毎年発信しており、社員の防災意識の向上を図ると共に、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。さらに、防災マニュアルを日本の全社員に毎年配布し

保安防災

ています。

2022年も2021年に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響で在宅勤務する社員が増加したことを考慮し、在宅でも実施可能なeラーニングを充実させ、日本の関係会社全社員に対し実施しました。

2022年の防災教育としては、南海トラフ地震と津波に関する教育を、在籍社員が多い和歌山事業場の在籍者に対し実施しました。

2022年の保安教育としては、化学製品を扱う会社の社員の基本知識であり会社にとって重要法規のひとつである消防法の危険物について学ぶこととし、「実践編」の教育を2021年に引き続き、実際に消防法危険物を取り扱う部門に対し実施しました。

今後も積極的にeラーニングを活用し、保安防災に関する教育を実施していきます。

花王防災マニュアル

社会貢献活動

花王は、世界中のすべての生活者のKirei Lifestyle と、豊かな共生世界の実現に向けて社会貢献活動を推進しています。
花王が注目する社会課題の解決にあたっては、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芸術文化支援、(公財)花王芸術・科学財団による活動も行っています。

社会的課題

気候変動やごみ問題など、私たちの暮らしに深く関わる環境問題は、国際社会全体で取り組むべき喫緊の課題となっています。政府、企業などだけでなく、すべての生活者がその課題を意識し、日々の生活の中で行動を変えていく必要があります。

また、清潔・衛生や健康は、人の暮らしの基盤ですが、経済格差、ジェンダーなどさまざまな格差がもたらす不平等から、現代の進歩に見合ったサービスを享受できていない人たちが数多く存在します。新型コロナウイルス感染症の脅威は、石鹸や清潔な水などにアクセスできない脆弱な立場にある30億人※の人々に大きな打撃を与えています。

気候変動の影響から起こる洪水やサイクロン、熱波、水不足などは、衛生や健康への影響も大きく、両者は切り離しては考えられません。

これら社会的課題の解決に向けて、企業はその事業活動を通じて貢献すると共に、企業の強みを活かした技術、啓発や寄付、連携などを通じた包括的な視点での取り組みを行うことがますます重要になってきています。

※WHO/UNICEF Joint Monitoring Programme（JMP）2019「Progress on household drinking water, sanitation and hygiene 2000-2017: Special focus on inequalities」

方針

花王グループ社会貢献活動のグローバルでの考え方

花王は「豊かな共生世界の実現」をめざし、世界中のすべての生活者のKirei Lifestyleの実現を、事業活動と社会貢献活動が一体となって推進しています。

社会貢献活動では、花王が重視する社会課題や、多様なコミュニティに関わる社会課題を解決すると共に、それらの活動を通じて社員の挑戦や高い志の実現をめざします。

重点分野

- 花王が重視する社会課題
  - ・環境問題
  - ・高齢化
  - ・パンデミック
  - ・多様化の影響
- 社員活力の最大化

活動ガイドライン

- 生活者がKirei Lifestyleに向けて行動を変える後押しをする
- 誰も取り残さず一人でも多くの人にKirei Lifestyleを届ける
- 志を共にする社員・ステークホルダーと共創する
- 人と社会、地球、それぞれを思いやり、つながりを強化する

戦略

リスクと機会

リスク

社会要請や社会課題現状のより深い理解がないまま、ステークホルダーに対する適切な配慮やエンゲージメントが欠如すると、長期的に、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い、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。

機会

近年、生活者は、自分自身の満足や利便性だけでなく、よりよい社会に向けて正しい選択と行動をしたい、また周囲の人々やとりまく社会も同様であってほしい、という思いを抱いて生活しています。

花王は、消費財メーカーとしてこれまで培ってきた技術、知見、ネットワークなどを活かした社会貢献活動を通じ、衛生と水、健康、生活の質の向上、ごみ問題など、暮らしに身近な社会課題解決に短中期で貢献し、生活者の思いに応えることができると考えます。その結果、

社会貢献活動 GRI3-3, 404-2

長期的にブランド価値を向上させ、持続可能な生活(Kirei Lifestyle)になくてはならない存在になることをめざしています。

戦略

活動の選択と集中、グローバル一体での推進体制強化を通じ、一貫性のある戦略的な活動とPRを行うことで生活者からの信頼と共感を獲得し、K25達成への貢献をめざします。

また、社員の社会課題解決への挑戦意欲を最大化することで、より革新的で価値の高いよきモノづくりや社会貢献活動を行います。その結果、長期的なブランド価値の向上をめざします。

社会的インパクト

自社の持つリソースや強みを活かした、美、健康、清潔、環境、生命の事業領域において、生活者の行動変容を促す啓発活動、技術支援、寄付、異業種連携・マルチセクター連携などの、さまざまなかたちで支援を行い、広く社会に貢献していきます。

環境では、環境コミュニケーション・環境啓発により、一人ひとりの生活者が環境に配慮した暮らしを行うきっかけを与えることで、サステナブルな社会の実現に向けた原動力になると考えています。

衛生・清潔や健康のテーマにおいては、正しい衛生習慣の普及と定着により、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、社会貢献活動への社員参加を促すことで、社員が社会に広く目を向け、寄付やボランティアなどを通じて、より積極的に社会へ貢献することめざしています。

事業インパクト

責任ある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。

また、社会貢献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ESG視点のよきモノづくりが実施され、社会に新たな価値を提供できると考えています。

ガバナンス

体制

花王のESGビジョンであるKirei Lifestyleの実現のため、PR戦略部門が、関連部門や日本・グローバルの各社と連携して、取り組みを進めています。

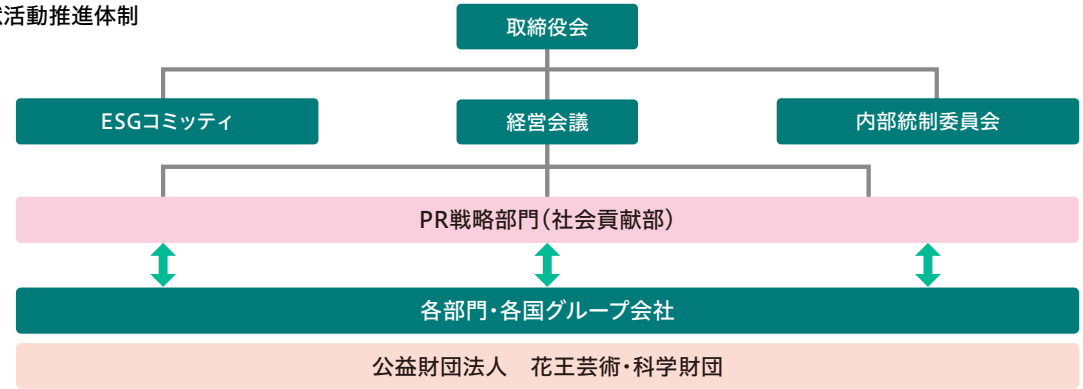
国内外各社・各事業場には、年1回社会貢献活動調査を実施し活動報告を受けると共に、社会貢献活動の概要や費用などについて、年1回、経営会議で報告しています。

P18 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

教育と浸透

花王社員は、世界中の人々の暮らしに配慮し、事業活動と社会貢献活動を通じて、Kirei Lifestyle実現に貢

社会貢献活動推進体制



社会貢献活動 GRI3-3, 404-2

献していくことが大切だと考えています。

社員が社会課題解決に取り組む人々と交流したり、社会貢献活動に参加する場を提供することで、多様な社会を学んで視野を広げ、創造力、連携力などを高めて、よりよいモノづくりや社会貢献活動に活かすことを促進しています。

ステークホルダーとの協働

世界中の人々がKirei Lifestyleを実現するため、ステークホルダーとの対話・協働を通じ、複雑化する社会からの要請をより深く理解すると共に、一企業では果たせない、よりインパクトの大きい働きかけができると考えています。

清潔・衛生・健康のテーマでは、地域の状況を深く理解し高い専門性を有するユニセフ、UNFPAなどの国連機関やNGO、社会起業家などと、環境のテーマでは生活者を巻き込み、行動変容が効果的に行われるよう、行政や自治体、学校、NGOなどと連携した取り組みを行っています。

また、社員が社会貢献活動へ参加することは、会社へのロイヤリティを高め、事業の発展と社会へのさらなる貢献に向けた活力となると考え、注力してエンゲージメントを行っています。

リスク管理

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、長期的にステークホルダーからの信頼を失い、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。

リスクと機会のアセスメントのプロセスについては、コーポレート戦略部門が社内で取り組みを実施する各部署担当者の意見を踏まえて花王で想定されるリスクと機会を検討、アセスメントを実施して、経営会議で承認を得ています。

P33 Our ESG Vision and Strategy > リスク管理

目標と指標

中長期目標と2022年実績

中長期目標

美、健康、清潔、環境、生命の事業領域に関わる分野を中心に、事業や製品では直接アプローチできない人々、脆弱な立場の人々も含め、世界中の誰もがこころ豊かで快適な生活を実現できるよう貢献していきます。

さらに、社員が社会貢献活動に参加し、社会との接点をつくり視野を広げることで、事業の発展と社会へのさらなる貢献に活かすことをめざします。

環境問題

● 花王国際こども環境絵画コンテスト

・コンテスト応募者数、展示活動での接触者数の拡大により、生活者のサステナブルな暮らしへの行動変容を促す。

パンデミック／高齢化／多様化の影響

● 花王・ベトナム衛生プログラム

①ベトナム学校衛生プロジェクト

・ユニセフと連携し、2021～2023年の3年間で、支援が必要な地域において学校を中心とした水と衛生サービスへのアクセスを促進・強化し、3年間で、生徒、教員のべ26,580人にアプローチ。

②病院内の感染管理・衛生環境の向上

・ハノイ医科大学病院での感染管理・衛生環境の向上をめざした取り組みを実施。

③ハノイ市内小学校での手洗い啓発

・ハノイ市内小学校で手洗い啓発を実施し、清潔・衛生習慣の定着を図る。

④衛生奨学金制度

・大学院修士課程で食品衛生・衛生管理を学ぶベトナムからの留学生1名に奨学金支援。2018年から3名を支援。

● ウガンダ月経衛生環境向上プロジェクト

・低価格生理用品の製造販売をめざす社会起業家の支援と上市、生理用品の普及拡大。

● ピンクリボンキャンペーン

・中高生に向けたがん教育プロジェクトの支援

社会貢献活動 GRI203-1

・ブランドや社内プログラムを通じた上記プログラムへの寄付実施。

社員活力活性化

自社に対する信頼を醸成し、社員間の協働やチームワークを高め、社員が沸き立つ活力のある会社となることをめざす。

2022年実績

環境問題

● 花王国際こども環境絵画コンテスト

・第13回コンテスト応募者数(13,214点)

・入賞作品の展示活動(社内外66ヵ所で実施、78,852人が観覧)

パンデミック／高齢化／多様化の影響

● 花王・ベトナム衛生プログラム

①ベトナム学校衛生プロジェクト

・水と衛生に関して、関係省庁、自治体職員や学校教員を対象とした研修、学校主導の衛生トリガリングセッション、世界手洗いの日イベントを実施。

・ディエンビエン省、ソクチャン省の対象自治体における、水と衛生状況の把握と活動計画策定のための調査実施。

・セラミックフィルター付き浄水器の提供。生徒9,674人、教員533人が清潔な水を継続して使用可能に。

・気候や環境に配慮した衛生設備の設計。設置に向けた計画を進行中。

②病院内の感染管理・衛生環境の向上

新型コロナウイルスのベトナム国内感染拡大に伴い活動実績なし。

③ハノイ市内小学校での手洗い啓発

・ハノイ市内の4つの小学校においてベースライン調査を実施。衛生指導の現状や学校が必要とする支援等を把握。

・ハノイ医科大学主導の教員対象の手洗い研修会を2回実施、計45校の関係者が参加。

・2地区48の小学校において手洗い教室とモニタリング活動を実施。

④衛生奨学金制度

日本の大学院修士課程で留学生を受け入れ。2020年4月より2人目の留学生を受け入れ(2022年3月に卒業)。2023年4月に3人目の留学生が神奈川県立保健福祉大学大学院修士課程に留学を開始。

⑤ウガンダ月経衛生環境向上プロジェクト

・製品上市に向け製造体制の強化を推進。製品のラインアップを当初計画より増やし、生理用ナプキンが必要なすべての人に届け続けるための安定した事業体制構築に取り組んでいる。

⑥ピンクリボンキャンペーンを通じたがん予防啓発

・10月～11月に、アジアや欧州の事業展開国の一部の花王グループ会社において啓発活動を実施

・中高生に向けたがん教育プロジェクトの支援

・化粧品、生理用品など商品ブランドを通じ、売上の一部を、がん教育プロジェクトに寄付。

・社員参加型の寄付プログラム(日本):フォト募金で1,794人参加、がん教育プロジェクトに寄付。

社員活力活性化

社会貢献プログラム参加後の自社への信頼感など、社員活力活性化につながる指標を可視化。

国内では、社会貢献活動への参加実態と意識やニーズを確認し、ターゲットとなる社員に効果的なアプローチを実施した結果、新たな社員の巻き込みができ、国内社員のべ7,832人(2021年5,772人)が社会貢献プログラムやボランティア活動に参加。

グローバルでは、のべ約12,100人の社員が、ボランティア活動やプログラム運営に参加。

社会貢献活動費実績

花王の社会貢献活動を把握するために、国内外の関係会社、事業場、関連部門に活動調査を実施。2022年の社会貢献活動費は、花王全体で13億2,500万円(人的貢献9,100万円、物的支援5億3,800万円、寄付金3億2,200万円、プログラム支援3億7,400万円※事業を通じた社会貢献活動を含む)となりました。

社会貢献活動 GRI203-1

2022年実績に対する考察

2022年は、継続する新型コロナウイルス感染症の影響を受け、延期や中止、見直しが余儀なくされる活動がある一方で、オンラインなど活用しながら新たなやり方で再始動ができた取り組みもでてきました。また、社員活力活性化に向けて、活動参画後の意識変化の把握と、それに対応したアプローチを実施したことで、より多くの社員が活動に参画しました。

2023年は、グローバル一体となった活動推進に向けて注力していきます。

社会貢献活動 GRI203-1

主な取り組み

環境問題

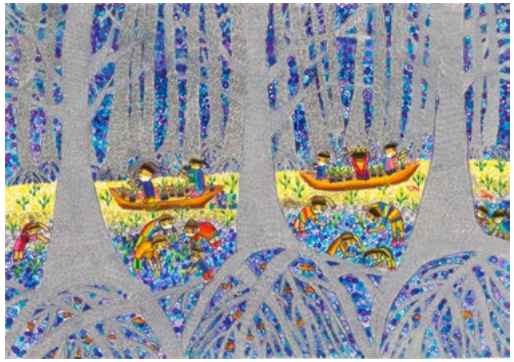
花王国際こども環境絵画コンテスト

サステナブルなライフスタイルの推進

花王は、世界の子どもたちが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て表現した作品とその思いが、世界中の人々の心を動かし、サステナブルなライフスタイルを実践するきっかけとなることを願って、2010年から「花王国際こども環境絵画コンテスト」を実施しています。

第13回コンテストの実施

2022年は、世界中の子どもたちから、13,214点（日本390点、アジア・太平洋12,355点、米州90点、欧州211点、中東168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、10月に社内外審査員による最終審査が行われ、“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。2022年12月11日にオンライン形式で表彰式を実施しました。



“いっしょにeco”地球大賞の作品
タイトル「助け合ってマングローブを植えよう」
Woraphitcha Phuangprakhon さん（10歳）

NPO・行政等と協働した絵画展示活動

世界の子どもたちの絵とそこに込められた思いやメッセージをより多くの人に伝え行動変容につなげるために、入賞作品の展示活動を積極的に進めています。

NPO法人ビーグッドカフェや花王グループカスタマーマーケティング株式会社を通じて、自治体環境関連施設やNPO、教育施設などへ絵画の無料貸出を行っています。

2022年の貸出先は、66施設・団体、来場者数の合計は78,852人となりました。

また、自治体がウェブ開催した環境イベントにも参加し、絵画や子どもたちのメッセージ、「こども環境絵画ミュージアム」（ウェブ）などを掲載しました。花王の展示サイトのページビューは約700にのぼりました。

8月 / かごしま環境未来館

Web 花王国際こども環境絵画コンテスト
こども環境絵画ミュージアム
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/painting-contest/

サステナブル・ライフスタイル研究会

サステナブルなライフスタイルの推進

2021年に、花王と（株）ワンプラネット・カフェが主導して設立した企業ネットワーク「サステナブル・ライフスタイル研究会」では、生活密着企業が共同して、生活者を巻き込み、行政や自治体、学校、NGOなどと連携して、暮らしの行動変容の推進に取り組んでいます。

2022年は、6月および7月には、SNSでサステナビリティ情報を発信したりコミュニティに参加したりして

社会貢献活動

いる生活者とのディスカッションを2回にわたり開催、メンバー企業との議論の中から、10～30代生活者とのコミュニケーションの課題を抽出しました。また、8月～10月には、有志の高校生に1ヵ月間の行動変容トライアルを実践してもらうワークショップを行いました。12月には、メンバー企業の社員向けにオンラインセミナーを開催し、本年の成果報告および消費者庁・企業・生活者が一堂で議論するパネルディスカッションを公開しました。花王社員約90名、メンバー企業社員計約150名が参加しました（事後録画視聴含む）。

Web サステナブル・ライフスタイル研究会
https://www.sustainablelifestyle.jp

生活者とのディスカッション（サステナブル・ライフスタイル研究会）

中国節水キャンペーン

Web 環境（花王中国）
https://www.kao.com/cn/sustainability/society/environment/

2022年「中国清潔・節水キャンペーン（清洁美丽中国行）」を新たな内容でスタート
https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2022/20221021-001/

タイ北部 “FURUSATO”環境保全プロジェクト

Web タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/environment/furusato-thailand/

花王・みんなの森づくり活動

Web 花王・みんなの森づくり活動
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/environment/forests/

パンデミック

花王・ベトナム衛生プログラム

QOLの向上

清潔で美しくすこやかな習慣

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」を実施しています。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」「楽しい手洗い教室」「学校衛生プロジェクト」の4つの取り組みで構成されています。

衛生管理リーダー育成プログラム

病院内の感染管理・衛生環境の向上に向けた取り組みを、ベトナム ハノイ医科大学と協働して進めています。2022年は、前年に実施した手指衛生遵守率向上に向けた取り組みをさらに広げることを検討していましたが、新型コロナウイルスへの対応のため、病棟での具体的な取り組みを行うことができませんでした。

衛生奨学金制度

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くことをめざしています。神奈川県立保健福祉大

社会貢献活動 GRI203-1

学と協力し、大学内に「花王衛生奨学基金」を設け、留学生に奨学金を提供しています。

2023年4月に3人目の留学生が神奈川県立保健福祉大学大学院修士課程に留学を開始しました。

楽しい手洗い教室

ハノイ医科大学と協働し、2020年より小学生向けの手洗い啓発活動を行っています。2022年は、ハノイ市内の4つの小学校においてベースライン調査を実施し、衛生指導の現状や学校が必要とする支援などを明確にしました。またハノイ医科大学主導の教員対象の手洗い研修会を2回実施し、計45校の関係者が参加しました。

そのほか、2地区内48の小学校において、手洗い教室とモニタリング活動を実施しています。

ユニセフ「学校衛生プロジェクト」を支援

衛生環境が整っていない、山間部や農村部、少数民族が多い地域では、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。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年から少数民族が多い北部山岳地域ディエンビエン省に、2022年からは自然災害の影響を受ける南部のソクチャン省にも支援を拡大。

2022年は、2省内の約200校にて水と衛生に関する調査を実施。30%以上の学校に十分に清潔な水と適切な衛生設備がなく、50%以上の学校に子どもたちのための手洗い場がない実情が判明しました。また、安全な水と衛生的な環境、習慣に関連した研修を自治体関係者や学校教員を対象に実施。研修受講者からさらに408名の教員が知識を身につけ、学校を中心に活動しました。そのほか、支援対象校にセラミックフィルター付き浄水器を寄贈し、およそ1万人の生徒や教員が清潔な水を継続して使用できています。併せて、地域の気候の変化や環境に配慮した衛生設備の導入が求められており、現在設置計画が進んでいます。

生徒たちとの衛生トリガリングセッションの様子
©UNICEF Viet Nam

月経衛生環境向上への貢献

インドネシアの中学生に向けた月経衛生教育

Web インドネシア月経衛生管理プロジェクト
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/education/id-hygiene/

ウガンダ月経衛生環境向上プロジェクト

2019年2月より、国連人口基金(UNFPA)とパートナーシップを組み、ウガンダで低価格な国産生理用ナプキンの製造・販売をめざす若手社会起業家が立ち上げた企業「エコスマート」を支援しています。

アフリカには、貧困により生理用ナプキンを購入できず、使い古した布の切れ端や植物の葉などで代用している女性が多くいます。その結果、深刻な感染症にかかるケースが見られます。また、生理用ナプキンを使用できないために生じる衣類の汚れを気にして学校を休み、授業についていけなくなって退学することも少なくありません。

支援によりウガンダの女性が継続的に生理用ナプキンを使用できるようになり、月経期間をより衛生的で快適に過ごせるようになることを期待しています。また、月経期間中も休まず学校に通い、男女共に等しく学べる環境は、社会全体のさらなる発展に寄与すると考えています。

2022年、エコスマートは製品の上市に向け製造体制の強化に取り組みました。製品のラインアップも当初の計画より増やし、生理用ナプキンが必要なすべての人に届け続けるための安定した事業体制構築をめざしています。

生産現場で防護服に身を包むエコスマートチーム
©EcoSmart Uganda

社会貢献活動

教材提供による学校教育支援

清潔で美しくすこやかな習慣

サステナブルなライフスタイルの推進

P51 清潔で美しくすこやかな習慣

多様化の影響

ピンクリボンキャンペーンを通じ、がん教育を支援

QOLの向上

2007年から、毎年10月～11月の2ヵ月間、「花王グループ ピンクリボンキャンペーン」を実施しています。期間中は「あなたと、あなたの大切な人のために」をスローガンに、乳がんの早期発見の啓発のため、国内外でさまざまな取り組みを展開しています。

日本での主な取り組みのひとつとして、認定NPO法人 乳房健康研究会主催の「ピンクリボンアドバイザーによるがん教育プロジェクト」を支援しています。中学校・高校でのがん教育を実施するもので、日本人の2人に1人ががんにかかるとされる中、生徒たちの健康意識の向上や、その保護者世代への影響も期待されています。

2022年は、化粧品ブランド「KANEBO」にて対象商品の売上から一定額を「がん教育プロジェクト」に寄付しました。2013年から継続している取り組みで、毎年対象商品を設定し、乳がんの啓発に関わる活動を支援しています。また、生理用品ブランド「ロリエ」では女性の健康を応援するキャンペーンを実施し、ブランドサイトを通じた情報発信のほか、ブランドTwitterアカウントにおいてリツイートキャンペーンを行い、結果に応じた額を寄付。こちらも「がん教育プロジェクト」のほか、子宮頸がんの啓発を行う活動に寄付しました。

そのほか、社員参加型の寄付プログラムや、特例子会社花王ピオニー(株)とコラボレーションしたピンクリボンキャンペーンビジュアルの制作などを実施し、積極的な啓発活動を行いました。

さらに、海外を含めた一部化粧品店頭やオンラインメディアを活用した啓発活動、異業種企業とのコラボレーション企画など、少しでも多くの方にメッセージを届けるために積極的に活動しています。

P49 QOLの向上＞花王グループピンクリボンキャンペーン2022

Web 花王グループ ピンクリボンキャンペーン2022
https://www.kao.com/jp/pinkribbon/

中学校でのがん教育授業の様子

一般社団法人 日本ボッチャ協会に協賛

QOLの向上

花王は、パラスポーツの「ボッチャ」を通じ、共生世界の実現と多様化という社会課題の解決に社員と共に取り組んでいます。2019年よりゴールドパートナーとして日本ボッチャ協会に協賛し「花王ボッチャ1万人プロジェクト」として、2025年までに社内外ののべ1万人にボッチャを体験してもらうことを目標に掲げています。

パラリンピックが終了した2022年も、ゴールドパートナーを継続し、資金面の支援のみならず、事業活動の強みを活かし、大会開催時等に安全・安心に活動できるように衛生製品等の提供を行いました(合計111梱提供)。

社内体験会に加え、2022年は新たに社員自らが発信者となり家族や知人を巻き込んで活動する「おうちでボッチャ」プログラムを11月からスタートさせ、13件(のべ50人)が参加しました。一方、事業活動を通じて、地域の販売店等と共にイベントでボッチャ体験会を15件(のべ1,189人)実施しました。また、和歌山事業場では、レクレーション活動として初めて職場対抗ボッチャ大会を開催し、障がい者が働くプロダクション部門 和佐グループ社員も含め31チーム、237人が参加しました。さまざまな人との交流を通じて共生世界と多様化について感じ考える場となりました。

2022年度のボッチャ体験者は、社内外でのべ1,501

社会貢献活動 GRI203-1

人、1万人の目標に向け、2019年からの累計でのべ1,583人となりました。

和歌山事業場職場対抗ボッチャ大会
障がいのある社員が働くプロダクション部門和佐グループも参加

情報のバリアフリー

Web バリアフリーの推進
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/community/barrier-free/

テーマ横断

花王社会起業塾

花王は、持続可能なよりよい社会を次世代に引き継ぎたいと考え、2010年より、社会課題を解決する若手社会起業家の育成を支援する「花王社会起業塾」を実施しています。2022年度は、子どもの貧困、居場所づくりによる孤独の解消、日本で暮らす外国人支援の課題に取り組む3組の若手起業家を塾生として採択しました(2022年度を含め、累計38組を採択)。

2022年は、以下の3点を目標に起業家と社員が接する企画を計3回実施しました。

①参加社員数を、前年の２倍に増やす
②花王社会起業塾への共感を通じて、自社に対する信頼を高め、社員活力の最大化に寄与する
③社員の起業家精神や社会課題解決意識を高める

企画内容の充実およびターゲットを絞った参加促進活動の結果、参加者数はのべ674人(前年224人)に増加しました。参加後のアンケートでは、「花王が若手起業家を支援していることを誇りに思う」といった声と共に、特に若い世代から、「刺激を受けた」「自身の業務の参考になった」という声が多数寄せられました。

2022年度社会起業塾「合宿研修」集合写真
※撮影時のみマスクを外しています。

花王ハートポケット倶楽部

2004年に開始した花王グループ社員の有志による社会的支援を目的とした寄付組織です。毎月の給与から1口(50円)以上の任意の金額を積み立て、NGO・NPO・市民団体等への寄付、社員が参加するボランティア活動の支援、広域災害発生時の緊急支援などを行っています。また、社員がボランティアなどで社会参加する機会を提供し、社会課題への感度を高める場となっています。今年度は若年層の参加を促進するための新企画として、「おにぎりアクション」を実施しました。この企画は、おにぎりの写真を１枚投稿するごとに、アジア・アフリカの子どもたちに100円(5食分の給食に相当)を寄付できるというものです。投稿写真500枚という目標に対して1,007枚(参加社員388人)が集まり、社員の潜在的な「社会の役に立ちたい」という思いをかたちにすることができました。

・会員数3,417名(2022年12月20日現在)

● 2022年度活動実績

・寄付件数41件／寄付金額10,007千円
・上記に加え、花王(株)からのマッチングギフト(同額寄付)3,747千円
・社員ボランティア活動参加者　のべ388人(おにぎりアクションは含まず)
・事業場地域の支援先決定のための投票参加者　のべ1,314人
・社員から支援先への応援メッセージ　のべ833件

社会貢献活動

・社内向け活動レポートを年1回発行

「おにぎりアクション」写真コンテスト

地域との共生

芸術文化活動支援・若手芸術家育成支援

花王では、優れた芸術文化の発展・継承と人々の豊かな生活文化の実現に寄与することを目的に芸術文化活動を支援してきました。日本の芸術文化活動の基盤を支える支援も一部継続しながらも、地域社会を活性化させるプログラムや次世代育成のプログラムへの支援に軸足を置き活動を進化させています。

東京音楽コンクールの主催

2003年より、東京音楽コンクール(共催:東京文化会館・読売新聞社・東京都)を主催し、日本の音楽界の次世代を担う人材の発掘・育成の活動を支援しています。各部門優勝者がオーケストラと共演する優勝者コンサートを開催するほか、入賞者には、単独公演の開催を含め、公演機会を提供し、東京文化会館が5年間バックアップを行うなど、育成に重点を置いた支援が特長のコンクールです。

コロナ禍ではありましたが、感染対策を講じて予定通り開催しました。4月にピアノ、金管、声楽の3部門の応募を受け付け、3部門の応募総数は445名、8月の本選において12名の入賞が決定しました。

また、2022年度は、過去の受賞者13名が国内外のコンクールにおいて優勝、上位入賞を果たすなど、すばらしい活躍をしました。

第20回東京音楽コンクールピアノ部門表彰式
写真:堀田 力丸　写真提供:東京文化会館

K-BALLET YOUTH

花王は2013年より、熊川哲也氏を総監督とするジュニア・カンパニー K-BALLET YOUTH の公演に特別協賛しています。これは、次世代の才能あるダンサーの発掘とプロフェッショナル・バレエカンパニーと遜色のない環境での実践の場を提供し、次世代の芸術家育成に取り組む K-BALLET YOUTH の趣旨に賛同することによるものです。2013年の第1回記念公演から、これまでに総勢約500名の若きダンサーが参加し、プロのダンサーとして活躍する参加者も数多く、多くの若者がK-BALLET YOUTH での経験を糧に活躍しています。

2022年は、コロナ禍により延期となった、第 5 回記念公演『ドン・キホーテ』に特別協賛しました。今回は、初めての試みとして、K バレエスクールの系列校以外に門戸を広げオーディションを実施し、200名の応募者の中から選ばれた90名の若手ダンサーが参加しました。コロナ禍でリハーサルはオンラインを活用しながら実施するなど、さまざまなことが従来と変わる環境におかれましたが、公演当日は多く観客から賞賛の声が寄せられました。

第5回記念公演「ドン・キホーテ」
© 言美歩

社会貢献活動

NPO法人ミュージック・シェアリング指導プログラムへの協賛

花王は、ヴァイオリニストの五嶋みどり氏が1992年に設立した認定NPO法人ミュージック・シェアリングが実施する「ICEP」に協賛しています。「ICEP」は、五嶋氏と海外の若手演奏家がカルテットを結成し、アジアの開発途上国の学校・子ども病院・児童施設・高齢者施設などに本物の音楽を届け、同時に、若手音楽家の社会貢献活動の場を提供するプログラムで、花王の次世代育成の思いと重なり、2008年より支援しています。2020年からは、新型コロナウイルス感染症拡大により実施できませんでしたが、オンラインを活用し、音楽を学ぶ機会を提供する「リスニングプログラム」に協賛しています。

「リスニングプログラム」は、五嶋氏による指導動画を10回シリーズで配信するもので、2022年は、日本では大阪府枚方市で市内の小中学校64校に配信しました。日本の学校や病院、アメリカ・オランダ・カンボジアなどの日本人学校にも配信されました。

Web メセナ支援
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/mecenat/

花王ファミリーコンサート

Web 花王ファミリーコンサート
https://www.kao.com/jp/sustainability/society/community/family-concert/

社会貢献活動

公益財団法人 花王芸術・科学財団

花王芸術・科学財団は、豊かな生活を営んでいく上で必要不可欠な芸術文化と科学技術の振興および発展向上と共に、文理融合領域の研究発展にも寄与することをめざす、芸術と科学の支援を併せ持つユニークな財団です。

1990 年に、花王株式会社の創立100周年を記念した拠出を受け設立され、「助成事業」「顕彰事業」「関連事業（文理融合の研究支援）」の3つの事業を柱に活動しています。

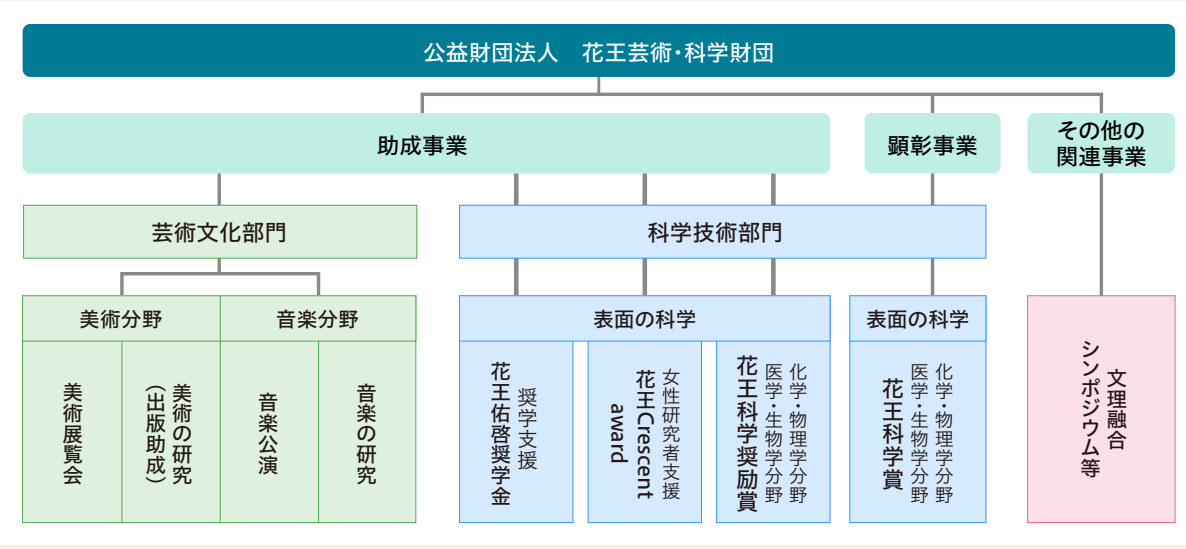
助成事業の芸術文化部門では、美術展覧会や音楽公演等の活動助成、美術や音楽の学術的な研究への助成を、科学技術部門では大学院修士課程の学生に対する給付型の「花王佑啓奨学金」や、化学・物理学、医学・生物学の分野で独創的、先導的な研究を行う若い研究者に対し「花王科学奨励賞」という名の助成を行っています。

また、日本の研究者総数に占める女性研究者の割合が低いことへの課題解決として、2021年から任期付き雇用の女性研究者への助成支援「花王 Crescent award」を立ち上げています。ワーク・ライフ・バランスに配慮し、研究の継続を助けるための使途自由度の高い助成制度で、男女共同参画社会の形成を促進し、よりよい社会の実現をめざしています。

顕彰事業では、化学・物理学、医学・生物学の基礎・基盤研究において独自の成果をあげた研究者に「花王科学賞」を贈り、称えています。

コロナ禍などさまざまな不安定な社会環境下においても、芸術文化活動と科学技術研究への安定した支援の継続に努め、ひいては日本の芸術文化と科学技術の振興および発展向上に寄与したいと考えております。

財団事業組織図



社会貢献活動

JSEC(高校生・高専生科学技術チャレンジ)

花王は、“よきモノづくり”の基盤は科学技術から生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た科学技術に関する自由研究コンテスト「JSEC(高校生・高専生科学技術チャレンジ)」(主催:朝日新聞社、テレビ朝日)に特別協賛しています。花王の研究者も審査に参画し、『花王賞』など3件の賞を授与しています。

20周年記念大会に当たる2022年は、応募件数を増やす取り組みとして、朝日新聞社と共に新たに以下の2つの企画を実施しました。

①高校生に企業の研究開発活動の魅力を伝える動画『洗剤研究から宇宙へ』(宇宙ステーションで使用する製品の開発)を公開

②参加賞として、動画で紹介した製品と同じ知見から開発された製品を応募者全員に進呈

その結果、2022年度は過去最高を大きく上回る339研究作品の応募がありました(過去最高は267研究作品)。

Web JSEC2022 受賞・入選研究
https://manabu.asahi.com/jsec/

受賞者を招待するスタディツアーをオンラインで開催。新たな取り組みとして、現在、博士課程で研究活動を継続している先輩受賞者にも登壇いただき、社員154人(前年56人)が参加しました。高校生からは、「大勢の社員に対して発表するのは緊張したが、自分の研究に興味を持ってくれて嬉しかった。」「先輩のように、自分が好きな研究を続けたい。」といった感想が寄せられました。社員からは当日の質疑やアドバイスに加え、後日、参加した生徒たちへのお礼と応援のメッセージ92件を届けました。

JSEC2022「最終審査会」(12月11日開催)

災害支援

東日本大震災への取り組み

既存の社会貢献のプログラムや花王のリソースを活かしながら、NGO／NPO、企業、多様な組織と連携し、被災地の生活者に寄り添い、現地のニーズや課題に沿った活動を実施しています。現在は「心のケア」と「自立的復興」の2つの柱に取り組んでいます。「心のケア」では、スマイルとうほくプロジェクトに2012年から協賛し、仮設住宅や災害公営住宅訪問を通じた交流や新しい暮らしを応援する取り組みを実施しています。「自立的復興」では、東北の復興に向け、中心となって活躍している復興リーダーの支援や社員ボランティアの活動を通じて、産業の復興やコミュニティづくりを支える活動を行っています。花王社員による2022年の活動は以下の通りです。

震災からの学びを未来へ伝える

いつまでも震災を忘れないという思いのもと、より広く社員が東北に関わる機会として「東北と『食』でつながろう!」をテーマに、3月7日～11日、全国事業場11ヵ所の食堂で、新型コロナウイルスの感染防止策をとり、東北の食材を使用した郷土料理等の提供と、黙食が推奨される中でも耳を傾けてもらい「震災からの学びを未来に伝えよう」と題した、東北の復興リーダーたちが語る今と未来について音声コンテンツをつくり社

社会貢献活動 GRI203-1

内限定で公開しました。社員からは「これからも東北を応援していきたいと感じた」「防災・減災を考えるきっかけになった」などの声が寄せられました。

社員食堂で音声コンテンツを配信

NEXT TOHOKU ACTION

岩手日報、河北新報、福島民報が主催する「スマイルとうほくプロジェクト」は2022年3月より「NEXT TOHOKU ACTION（ネクスト東北アクション）」へ。花王グループカスタマーマーケティングが協賛を継続し、東北の未来をつくるお手伝いを続けています。

その他の災害支援

基盤整備活動支援金

花王より社会福祉法人 中央共同募金会「災害ボランティア・NPO活動サポート募金」へ500万円の寄付を行いました。

ウクライナ危機への支援

花王より国連UNHCR協会を通じUNHCRへ6,450万円（50万ユーロ）の寄付を実施しました。加えて、国内外の花王グループ社員を対象に募金を呼びかけ、国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）などに寄付を実施しました。

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	範囲		
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）	・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） ・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） ・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） ※ 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	・花王グループの家庭用製品 ・花王グループが実施する啓発活動		
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）	・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	・花王グループの家庭用製品		
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）	・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 ・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 ・各種啓発情報発信活動（ウェブサイト／SNS等含む）の到達数	・花王グループ ・対象期間：2016年以降		
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（%）	・A：適合基準[*1 *2]を満たす製品数（個） ・B：すべての製品数（個） *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	・花王グループの家庭用製品 ・新規製品、改良製品		
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（%）	・A：考え方について公開した懸念物質数（個） ・B：設定した懸念物質数（個）	・花王グループ		

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	範囲		
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×100（%）	・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） ・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） ・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） ・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、しくみを提供した累積ブランド数（ブランド） ・E:設定したブランドの数 ※ 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	・設定した花王グループの家庭用製品ブランド ・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		
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）	・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 ・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 ・各種啓発情報発信活動（ウェブサイト／SNS等含む）の到達数	・花王グループ ・対象期間:2016年以降		
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
	A / B×100（%）	・A:生活者調査で高い共感度が得られたブランドの数（ブランド） ・B:設定したブランドの数（ブランド）	・設定した花王グループの家庭用製品ブランド		
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）	・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）	・花王グループの家庭用製品、産業向け製品 ・対象期間:2019年以降		
	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、しくみの提案と実現（2019年からの累積値）			10件以上	2030
	A（件）	・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、しくみに関する累積発表数（件）	・花王グループの事業やしくみ ・対象期間:2019年以降		
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×100（%）	・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） ・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）	・花王グループの家庭用製品に使用した紙製品・パルプ ・花王グループで使用した事務用紙など		
	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（ヵ所）	・A:トレーサビリティを確認した小規模パーム農園数（ヵ所）	・小規模パーム農園		

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 × 100 (%)	・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) ・B:すべての製品数(個)	・花王グループの家庭用製品(売上上位95%) ・一部ブランドを除く		
	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_2排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)			22%	2030
	(1 - A / B) × 100 (%)	・A:対象年の年間ライフサイクルCO_2排出量(t-CO_2) ・B:基準年の年間ライフサイクルCO_2排出量(t-CO_2) ※基準年:2017年	・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		
	スコープ1+2 CO_2排出量(絶対量)削減率(基準年:2017年)			28%	2025
				55%	2030
	(1 - A / B) × 100 (%)	・A:対象年の年間スコープ1+2 CO_2排出量(t-CO_2) ・B:基準年の年間スコープ1+2 CO_2排出量(t-CO_2) ※基準年:2017年	・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 × 100 (%)	・A:使用電力における再生可能電力量(kWh) ・B:使用電力量(kWh)	・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 × 100 (%)	・A:対象年のプラスチック包装容器使用量(t) ・B:前年のプラスチック包装容器使用量(t)	・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)	・A:革新的なフィルム容器販売数(花王グループ)(個) ・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)	・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 × 100 (%)	・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) ・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) ・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) ・B:対象年のプラスチック包装容器使用量(t)	・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 × 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 × 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 × 100 (%)	・A:対象年の製品廃棄物・販促物廃棄物*1の重量(t) ・B:基準年*2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)] × 100 (%)	・A_1:対象年の年間ライフサイクル水使用量(百万m^3) ・A_2:対象年の売上金額(億円) ・B_1:基準年の年間ライフサイクル水使用量(百万m^3) ※基準年:2017年 ・B_2: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 × 100 (%)	・A:VOC排出量・COD排出量を開示している工場数(ヵ所) ・B:全工場数(ヵ所)	・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、その結果を取締役会に報告する	・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（ヵ所）および花王グループの会社数（社） ・B：花王グループ全工場（ヵ所）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	範囲		
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 × 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
	$(A_1 + A_2 + \cdots + A_B) / B$ (日/人)	・A:次の要件を満たす休業日数(日) ①暦で連続30日以上の長期休業 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 × 1000 (‰)	・A:次の要件を満たす長期休業者人数(人) ①暦で連続30日以上の長期休業 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 × 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 × 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 × 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 × 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
	$\frac{(A_1 + A_2 + \cdots + A_C)_1 + \cdots + (A_1 + A_2 + \cdots + A_C)_D}{(B_1 + B_2 + \cdots + B_C)_1 \quad (B_1 + B_2 + \cdots + B_C)_D} \times 100$ (%) D	・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(ヵ所) ・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		

外部評価・外部表彰

外部機関からの評価（2023年3月時点）

花王は、米国のシンクタンクEthisphere Instituteが発表する「World's Most Ethical CompaniesR」（世界で最も倫理的な企業）に17年連続で選定されました。また、国際非営利団体CDPから「気候変動」「フォレスト」「水セキュリティ」の3分野におけるトリプルA企業に3年連続で選定されるなど、毎年グローバルにおいて高い評価を得ています。

※「World's Most Ethical Companies」「Ethisphere」の名称およびロゴはEthisphere LLCの登録商標

社会への宣言

Web 国連グローバル・コンパクト
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/globalcompact/

消費者志向宣言
www.kao.com/jp/corporate/sustainability/our-approach-to-klp/customer-first/

花王が組み入れられているESG投資インデックス（2023年3月時点）

花王は、世界的にその信頼性が認められた以下の代表的なインデックスに組み入れられています。

Web 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/

外部評価・外部表彰

主な表彰

実施年月	表彰対象	表彰名	内容	実施団体
2022/1	花王(株)	全日本物流改善事例大会で「最優秀物流改善賞」を受賞	2022年度全日本物流改善事例大会において、「最優秀物流改善賞」(物流管理部門)を受賞しました。花王では「働き方改革プロジェクト」を始動し、在宅勤務への移行に加え、ベストプラクティスの他工場への横展開や、メンバーのアイデアを実装化していくことで、生産性を50%改善するという目標を持った取り組みなどが評価されました。	JILS(公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会)
2022/2	花王(株)	ジャパンパッケージングコンペティションで「量り売り堂」「ALLIE」が受賞	「第61回2022年ジャパンパッケージングコンペティション」において、上位3賞に次の2件が入賞しました。ウエルシア薬局と協働して取り組んだ、必要な量だけをボトルに入れて販売する専用売り場「量り売り堂」のオリジナルボトル(衣料用洗剤「アタック ZERO」と「エマール」、柔軟剤「フレア フレグランス IROKA」、食器用洗剤「キュキュット」の全4種)が「経済産業大臣賞」を、そして日やけ止めを塗る時間をも楽しく、好きになってもらえるようにという思いで実現したURBAN RESEARCHとのコラボレーション、限定デザインパッケージが「経済産業省商務情報政策局長賞」を受賞しました。	一般社団法人日本印刷産業連合会
2022/2	花王(株)	GOOD FACTORY賞(ものづくり人材育成貢献賞)	人財育成において、グローバルサニタリースクール開校による教育期間短縮など、すぐれた教育システムを整備して力を入れており、これらの取り組みが高く評価されました。	一般社団法人日本能率協会
2022/2	花王(株)	日本化学工業協会「JIPS賞」を6年連続で受賞	「JIPS賞」を第1回目から連続して受賞している企業は花王のみでした。「安全性要約書(GSS)」の累計公開数205件は日本一となります。安全性科学研究所やケミカル事業部門が中心となり、関連部門と協働して2012年から化学物質のリスクに関する評価と公開、現場での管理強化の推進が評価されました。	日本化学工業協会
2022/3	花王(株)	消費者志向経営優良事例表彰で「選考委員長表彰」を受賞	花王とライオンが共同で、消費者庁が主催する令和3年度消費者志向経営優良事例表彰において、「選考委員長表彰」を受賞しました。「選考委員長表彰」は今年度から新設されたもので、複数事業者による消費者を向いた特定の領域での秀でた協働取り組みを表彰するものです。	消費者庁
2022/4	花王(株)	ジャパン・レジリエンス・アワード(強靭化大賞)2022で「準グランプリ・金賞」を受賞	花王の、廃PETを活用した高耐久アスファルト改質剤「ニュートラック 5000」が、国土強靭化に向けての先進的な技術・取り組みであると評価されたものです。	一般社団法人レジリエンスジャパン推進協議会
2022/5	花王(台湾)	雑誌『遠見』の「2022年 CSR & ESG 企業の社会的責任賞」	製品消費から行動のイニシアチブまで、人々が日々の生活の中でESGに触れる機会を提供したことが評価されました。	雑誌『遠見』
2022/5	花王(株)	WorldStar Global Packaging Awards 2022で8年連続受賞	パッケージコンテストWorldStar Global Packaging Awards 2022で、「ビオレu ザ ボディ」、「ビオレu ザ ボディ ぬれた肌に使うボディ乳液」、「ビオレUVアクアリッチライトアップエッセンス」が「ワールドスター賞」を受賞しました。	世界包装機構(WPO)
2022/5	花王(株)	第16回日本化学工業協会「レスポンシブル・ケア大賞」	先進的AIによりビッグデータを解析し、プラント運転監視の自動化や異常予兆を検知するシステムを構築した取り組みが高く評価されました。	日本化学工業協会(JCIA)
2022/5	花王(スペイン)	「FEIQUEセーフティー・アワード」(モレット工場)	昨年「事故ゼロ」の指標を達成したFEIQUE所属の36の企業や生産施設に対し、「FEIQUEセーフティー・アワード」が授与されました。	スペイン化学工業企業連合(FEIQUE)
2022/7	花王(上海)化工	全国「グリーン工場」認定	「グリーン工場」としての選出は、環境保護対策の実施、省エネプロジェクトの推進、製造過程におけるグリーンな製造方式の構築の標準を満たす企業に対して中国工業情報化部(MIIT)が行う権威ある評価です。	中国工業情報化部(MIIT)
2022/8	花王(台湾)	「アジア太平洋持続可能行動賞」	児童の衛生および安全教育を11年連続で推進したことが評価され、「SDGs教育品質銀賞」を受賞しました。	台湾持続可能エネルギー研究財団(TAISE)
2022/8	花王インダストリアル(タイランド)	「CSR金賞」	チョンブリー県の責任ガイドラインの7つの主要項目に沿ってCSRを実施したとが評価され、同社工場が「CSR金賞」を受賞しました。	チョンブリー県 社会発展・人の安全保障局
2022/8	花王インダストリアル(タイランド)	「CSR-DIW継続賞」	社会的責任ガイドラインの7つの主要項目に沿ってCSR-DIWプログラムを実施し、そのCSR活動およびレポートが、タイの工業省(MOI)に承認され、CSR-DIW証明書が付与されました。	タイ工業省(MOI)
2022/8	花王(上海)化工	上海4つ星「グリーン工場」	「グリーン工場」としての選出は、環境保護対策の実施、省エネプロジェクトの推進、製造過程におけるグリーンな製造方式の構築の標準を満たす企業に対して中国工業情報化部(MIIT)が行う権威ある評価です。	上海市工業情報化委員会

外部評価・外部表彰

実施年月	表彰対象	表彰名	内容	実施団体
2022/9	花王(台湾)	「企業の社会的責任優秀賞」	環境保護—グリーン製品のライフサイクルアセスメント(LCA)の推進。 社会的責任—長年にわたり、教育分野に根差し、地域に貢献。 企業のコミットメント—社員のための笑顔あふれる幸せな職場づくり。	雑誌『天下』
2022/9	花王チミグラフ	EcoVadis「プラチナ」メダル(最高スコア)	花王チミグラフは、EcoVadis社により、環境、労務および人権、サステナブルな購入、倫理分野におけるインク製造事業で上位1%の企業として格付けされています。これは、同社のCSRレベルが評価されたものです。	EcoVadis
2022/9	花王インダストリアル(タイランド)	「全国労働安全衛生賞」	労働安全衛生において、全国レベルで優れた実務を行っている法人として、4年連続名誉ある賞を受けました。	タイ労働省(MOL)
2022/9	花王インダストリアル(タイランド)	「エコ工場賞」	花王インダストリアル(タイランド)では、以下の14のエコ工場評価基準のうち、80%を超える評価スコアを獲得しています。 1.原材料の使用効率、2.エネルギー管理、3.輸送と物流、4.グリーン購買、5.緑地面積、6.化学物質および危険物管理、7.水および廃水管理、8.温室効果ガス排出、9.大気汚染防止、10.廃棄物管理、11.労働安全衛生、12.生物多様性、13.社会への所得分配、14.コミュニティー	タイ工業団地公社(IEAT)およびタイ工業連盟(FTI)
2022/10	花王インダストリアル(タイランド)	「2022年タイ首相産業賞」(エネルギー管理部門)	同社工場は、「優れたエネルギー管理を行っており、他のロールモデルになる」と評価され、「2022年タイ首相産業賞」(エネルギー管理部門)を受賞しました。花王インダストリアル(タイランド)の傑出したエネルギー管理活動としては、以下の特徴が挙げられます。 1.経営陣による全面的支援、2.第一に高性能な機械を選択、3.エネルギー消費を測定・記録・監視できるシステムを確立、4.全部門の社員が継続的な省エネを先導	タイ工業省(MOI)
2022/10	花王インダストリアル(タイランド)	「I-EA-Tサステナブル事業賞」(ISBリーダー)	「I-EA-Tサステナブル事業賞」(ISB賞)は、ビジネスインパクト評価(BIA)(ガバナンス、労働者、コミュニティー、環境、顧客)と社会インパクト評価(SIA)の基準に沿って高スコアを獲得した事業に授与されます。同社は、ISBリーダーレベルランクで83.7%の総合スコアを獲得しました。	タイ工業団地公社(IEAT)
2022/11	花王(台湾)	「台湾持続可能模範外資系企業賞」	意欲的なCO_2の削減により、グリーン製品のライフサイクルを推進。 多元的なイノベーションによって、さらに持続可能なソリューションを社会に提供しました。	台湾持続可能エネルギー研究財団(TAISE)
2022/11	花王(株)	「パートナーシップ構築宣言」実施企業の中から経済産業大臣賞を受賞	「パートナーシップ構築シンポジウム」において、「パートナーシップ構築宣言」を行った企業の中から優良企業として選定され、最優秀賞である経済産業大臣賞を受賞しました。	経済産業省
2022/12	花王インダストリアル(タイランド)	「2022年アマタ最優秀廃棄物管理賞」(プラチナレベル)	タイ工業団地公社(IEAT)の要件に沿った廃棄物管理において、2022年の最高ランク(プラチナランク)を獲得しました。花王インダストリアル(タイランド)は、同年で5年連続の受賞となります。	アマタ・コーポレーションおよびタイ工業団地公社(IEAT)
2022/12	花王(台湾)	「国家持続可能な開発賞」	お客様のために「きれいを こころに 未来に」をスローガンに掲げ、地域に根差したESG アクションをきめ細かく展開することで、「きれい」の精神を伝えたことが評価されました。	台湾行政院国家持続可能な開発委員会
2022/12	花王インドネシア化学	環境管理における企業業績評価プログラム(PROPER プログラム)で「ブルー」ランクを獲得	環境管理(有害廃棄物や大気および水質汚染の管理)において、100%のコンプライアンスが認められました。	インドネシア環境林業省
2022/12	花王インドネシア化学	レスポンシブル・ケア・インドネシア賞(金賞)	RCI(レスポンシブル・ケア・インドネシア)プログラムの達成において優れた実績を残しました。	インドネシア国家レスポンシブルケア委員会

独立保証報告書 GRI2-5

独立した第三者保証報告書

花王株式会社
代表取締役　社長執行役員　長谷部　佳宏　殿

2023年5月23日

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一丁目９番７号

代表取締役　斎藤 和彦 印

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レポート 2023(以下、「サステナビリティレポート」という。)に記載されている2022年1月1日から2022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・報告規準(以下、「会社の定める規準」という。サステナビリティレポートに記載。)に従って指標を算定し、表示する責任は会社にある。

当社の責任

当社の責任は、限定的保証業務を実施し、実施した手続に基づいて結論を表明することにある。当社は、国際監査・保証基準審議会の国際保証業務基準(ISAE)3000「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」及びISAE3410「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、主としてサステナビリティレポート上の開示情報の作成に責任を有するもの等に対する質問、分析的手続等の保証手続を通じて実施され、合理的保証業務における手続と比べて、その種類は異なり、実施の程度は狭く、合理的保証業務ほどには高い水準の保証を与えるものではない。当社の実施した保証手続には以下の手続が含まれる。

- サステナビリティレポートの作成・開示方針についての質問及び会社の定める規準の検討
- 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
- 会社の定める規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酒田工場における現地往査及び花王(上海)化工に対する現地往査の代替的な手続としての質問及び証憑等の文書の閲覧
- 指標の表示の妥当性に関する検討

結論

上述の保証手続の結果、サステナビリティレポートに記載されている指標が、すべての重要な点において、会社の定める規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

上記は保証報告書の原本に記載された事項を電子化したものであり、その原本は当社およびKPMGあずさサステナビリティ株式会社がそれぞれ別途保管しています。

花王サステナビリティレポート 2023は環境・社会パフォーマンス指標に関して、より高い透明性を確保して情報公開を行うために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。

保証対象データ

カテゴリー	データ	該当ページ
責任ある原材料調達	認証油購入実績(花王グループ)	P95
	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])	P95
脱炭素	エネルギー使用量の推移(全拠点)	P108
	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)	P108
	温室効果ガス排出量の推移(全拠点)	P108
	スコープ1 CO_2排出量の推移	P109
	スコープ2 CO_2排出量の推移	P109
	スコープ3 CO_2排出量の推移※1,4,11,12のみ	P110
	輸送時のCO_2排出量の推移(日本)	P115
ごみゼロ	廃棄物等発生量の推移(全拠点)	P127
	廃棄物等のうち再使用・リサイクルされた量(全拠点)	P128
	食品廃棄物の推移	P128
水保全	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)	P140
	水使用量(取水量)の推移(全拠点)	P140
	水源別取水量の推移(全拠点)	P141
	放流先別排水量の推移(全拠点)	P141
大気および水質汚染防止	NOx 排出量の推移(全生産拠点)	P150
	揮発性有機化合物(VOC)排出量(日本花王グループ)	P150
	COD 汚濁負荷量の推移(全生産拠点)	P150
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	P156
受容性と多様性のある職場	基本給＋その他現金インセンティブ 年間平均額(花王グループ)	P228
	基本給 年間平均額(花王グループ)	P228
社員の健康増進と安全	社員＋派遣社員(花王グループ)の死亡、機能損失災害	P249
	協力会社(花王グループ)の死亡、機能損失災害	P249
	社員＋派遣社員(花王グループ)の休業度数率	P249
	協力会社(花王グループ)の休業度数率	P249
	社員＋派遣社員(花王グループ)の業務上疾病による休業者数	P250

環境・社会パフォーマンス指標の集計範囲

花王株式会社、子会社およびニベア花王を集計範囲としていますが、受容性と多様性のある職場に関わる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。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。

GRI Standards対照表

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。
「サステナビリティレポート2023での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

一般開示事項

GRI 2:一般開示事項 2021				
1. 組織と報告実務			サステナビリティレポート2023での該当箇所	
	2-1	組織の詳細	●花王グループ概要(レポート外)	—
	2-2	組織のサステナビリティ報告の対象となる事業体	●編集方針	P3
	2-3	報告期間、報告頻度、連絡先	●編集方針	P3
			●裏表紙	裏表紙
	2-4	情報の修正・訂正記述	●指標と目標:19の重点取り組みテーマの中長期目標	P34-36
			●脱炭素: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)	P108
			●脱炭素:スコープ2 CO2排出量の推移	P109
	2-5	外部保証	●独立保証報告書	P382
2. 活動と労働者			サステナビリティレポート2023での該当箇所	
	2-6	活動、バリューチェーン、その他の取引関係	—	—
	2-7	従業員	●人材開発:従業員・管理職の人数	P206
	2-8	従業員以外の労働者	—	—
3. ガバナンス			サステナビリティレポート2023での該当箇所	
	2-9	ガバナンス構造と構成	●ガバナンス:各組織体の役割、構成、開催頻度、審議事項等	P20-22
			●コーポレート・ガバナンス	P265-269
	2-10	最高ガバナンス機関における指名と選出	●コーポレート・ガバナンス:取締役会の知識・経験・能力のバランスおよび規模に関する考え方	P267
	2-11	最高ガバナンス機関の議長	●コーポレート・ガバナンス:スキルマトリックスと所属機関	P267
	2-12	インパクトのマネジメントの監督における最高ガバナンス機関の役割	●ガバナンス	P18-19
	2-13	インパクトのマネジメントに関する責任の移譲	●ガバナンス	P18-22
			●コーポレート・ガバナンス:取締役会	P270
	2-14	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	—	—
	2-15	利益相反	—	—
	2-16	重大な懸念事項の伝達	●リスクと危機の管理:ガバナンス	P278-279
	2-17	最高ガバナンス機関の集合的知見	●ガバナンス:各組織体の役割、構成、開催頻度、審議事項等	P20-22
	2-18	最高ガバナンス機関のパフォーマンス評価	●コーポレート・ガバナンス:取締役会の実効性評価	P272
	2-19	報酬方針	●コーポレート・ガバナンス:役員報酬制度	P274-275
	2-20	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	P274-275
	2-21	年間報酬総額の比率	—	—

GRI Standards対照表

GRI 2:一般開示事項 2021				
4. 戦略、方針、実務慣行			サステナビリティレポート2023での該当箇所	
	2-22	持続可能な発展に向けた戦略に関する声明	●トップメッセージ	P4
			●ESG部門統括メッセージ	P5-6
	2-23	方針声明	●人権の尊重:社会的課題／戦略／ガバナンス	P180-184
	2-24	方針声明の実践	●人権の尊重:ガバナンス／リスク管理	P183-186
			●リスクと危機の管理:ガバナンス／指標と目標	P278-282
	2-25	マイナスのインパクトの是正プロセス	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス:ガバナンス	P163-165
			●実効性のあるコーポレート・ガバナンス:コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況	P170-171
			●人権の尊重:ガバナンス／リスク管理／目標と指標／主な取り組み	P183-191
			●リスクと危機の管理:ガバナンス／リスク管理／目標と指標／主な取り組み	P278-283
	2-26	助言を求める制度および懸念を提起する制度	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス:ガバナンス	P163
	2-27	法規制遵守	●指標と目標:19の重点取り組みテーマの中長期目標	P36
			●実効性のあるコーポレート・ガバナンス:コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況	P170-171
	2-28	会員資格を持つ団体	●ユニバーサル プロダクト デザイン:ステークホルダーとの協働	P60
			●より安全でより健康な製品:業界活動／コミュニケーション	P68
			●責任ある原材料調達:ステークホルダーとの協働	P93
			●社員の健康増進と安全:外部団体との情報交換	P242
			●生物多様性:他団体との連携	P343
5. ステークホルダー・エンゲージメント			サステナビリティレポート2023での該当箇所	
	2-29	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ	●ガバナンス:ステークホルダー・エンゲージメント	P28
			●各報告の「ステークホルダーとの協働」	—
	2-30	労働協約	●人財開発:労働組合員の状況	P206

GRI 3:マテリアルな項目 2021				
	3-1	マテリアルな項目の決定プロセス	●戦略:重点取り組みテーマの選定プロセス	P13-14
	3-2	マテリアルな項目のリスト	●戦略:花王のESGコミットメントとアクション	P11
	3-3	マテリアルな項目のマネジメント	●リスク管理	P33
			●各報告の「ガバナンス／リスク管理」	—

GRI Standards対照表

200:経済に関するスタンダード					
経済パフォーマンス			サステナビリティレポート2023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	●脱炭素:社会的課題/戦略	P102-105	
	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	●社会貢献活動:目標と指標	P361-363	
			●社会貢献活動:主な取り組み	P365	
				P367	
				P371-372	
	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	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス:ガバナンス	P163-166	
			●実効性のあるコーポレート・ガバナンス:コンプライアンスメッセージ	P169-170	
	205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	ー(P171「コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況」:該当するものなし)	—	
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**	**ー(P171「コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況」:該当するものなし)**	—	
租税					
GRI 207: 租税 2019	207-1	税務アプローチ	●租税戦略:方針/戦略	P323-324	
	207-2	税務ガバナンス、管理、およびリスク管理	●租税戦略:ガバナンス/リスク管理	P324	
	207-3	ステークホルダーの関与と税に関する懸念の管理	●租税戦略:ステークホルダーとの協働	P324	
	207-4	税管轄区域ごとの納税状況報告	●租税戦略:事業実績と納税実績	P325	

GRI Standards対照表

300:環境に関するスタンダード					
原材料			サステナビリティレポート2022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	P156	
	301-2	使用したリサイクル材料	●サステナブルなライフスタイルの推進:主な取り組み	P74-75	
			●ごみゼロ:目標と指標	P128-129	
			●ごみゼロ:製品における取り組み	P130	
			●ごみゼロ:包装容器における取り組み	P132-133	
	301-3	再生利用された製品と梱包材	●ごみゼロ:製品における取り組み	P130	
			●ごみゼロ:包装容器における取り組み	P132-133	
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	●脱炭素:目標と指標	P108-109	
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	
	302-2	組織外のエネルギー消費量	—	—	
	302-3	エネルギー原単位	●脱炭素:中長期目標と実績	P108	
	302-4	エネルギー消費量の削減	●脱炭素:目標と指標	P107-108	
			●脱炭素: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	P113-115	
	302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	●脱炭素:目標と指標	P107	
			●脱炭素:使用における取り組み/廃棄・リサイクルにおける取り組み	P115-116	
水					
GRI 303: 水と廃水 2018	303-1	共有資源としての水との相互作用	●水保全:社会的課題/方針/戦略/目標と指標/主な取り組み	P137-143	
	303-2	排水に関連するインパクトのマネジメント	●水保全:方針/戦略/ガバナンス/リスク管理/目標と指標	P137-141	
			●大気および水質汚染防止:方針/戦略/ガバナンス/リスク管理/目標と指標/水質汚染防止への取り組み	P146-150	
	303-3	取水	●水保全:目標と指標	P141	☑
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	
	303-4	排水	●水保全:目標と指標	P141	☑
			●大気および水質汚染防止:目標と指標	P150	☑
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	
	303-5	水消費	●水保全:目標と指標	P140-141	☑
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	
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	P340-343	
	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:戦略	P328-331	
			●生物多様性:目標と指標/主な取り組み	P333-337	
			●生物多様性:地域の生態系に配慮した事業活動	P340-343	
	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	P340-343	
	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	—	—	

GRI Standards対照表

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)	●脱炭素:目標と指標	P109	☑
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	☑
	305-2	間接的な温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ2)	●脱炭素:目標と指標	P109	☑
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	☑
	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)	●脱炭素:目標と指標	P110	☑ (1,4,11,12)
			●脱炭素:輸送における取り組み/使用における取り組み/廃棄・リサイクルにおける取り組み	P114-117	
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	☑
	305-4	温室効果ガス(GHG)排出原単位	—	—	
	305-5	温室効果ガス(GHG)排出量の削減	●脱炭素:目標と指標	P107-109	☑
	305-6	オゾン層破壊物質(ODS)の排出量	●脱炭素:3. 冷媒等の温室効果ガス漏えい量の削減	P114	
	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	●大気および水質汚染防止:指標と目標	P150	☑
			●製品ライフサイクルと環境負荷	P156	
排水および廃棄物					
GRI 306: 廃棄物 2020	306-1	廃棄物の発生と廃棄物関連の重大な影響	●サステナブルなライフスタイルの推進:戦略	P70-71	
			●ごみゼロ:社会的課題	P120-121	
			●ごみゼロ:戦略	P124-125	
	306-2	廃棄物関連の重大な影響の管理	●サステナブルなライフスタイルの推進:ガバナンス/リスク管理/目標と指標/よきモノづくりと活動提案	P71-75	
			●ごみゼロ:社会的課題/方針/戦略/ガバナンス/リスク管理/目標と指標	P120-129	
	306-3	発生した廃棄物	●ごみゼロ:目標と指標	P127-129	
	306-4	処分されない廃棄物	●ごみゼロ:目標と指標	P127-129	
	306-5	処分される廃棄物	—		
環境コンプライアンス					
GRI 307: 環境コンプライアンス 2016	307-1	環境法規制の違反	●大気および水質汚染防止:環境法規制の遵守	P150	
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	●責任ある原材料調達:サプライヤーとの協働	P99	
			●脱炭素:原材料購入における取り組み	P111-112	
			●ごみゼロ:“いっしょにeco”を基盤としたステークホルダーとの協働	P134	
			●水保全:原材料購入における取り組み	P142	

GRI Standards対照表

400:社会に関するスタンダード					
雇用			サステナビリティレポート2022での該当箇所		第三者保証対象指標(☑)
GRI 401: 雇用 2016	401-1	従業員の新規雇用と離職	●人財開発:人財データ	P207-208	
	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	●受容性と多様性のある職場:多様な働き方のための主な就業制度:育児・看護・介護関連(一部関係会社を除く日本花王グループ)	P221	
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	●社員の健康増進と安全:ガバナンス/リスク管理	P247-248	
			●レスポンシブル・ケア活動:主な取り組み	P288-289	
			●保安防災:ガバナンス	P352-353	
	403-2	危険性(ハザード)の特定、リスク評価、事故調査	●社員の健康増進と安全:リスク管理/目標と指標	P247-248	
			●社員の健康増進と安全:労働災害発生状況/化学物質のリスクアセスメント/業員の快適な職場環境	P251-252	
			●レスポンシブル・ケア活動:RC事務局監査実施状況/国際マネジメントシステム認証状況	P290-291	
			●保安防災:保安・防災の強化/高圧ガスの保安	P355-356	
	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	●社員の健康増進と安全:ガバナンス	P247	
			●社員の健康増進と安全:休業無災害表彰制度による安全意識の向上/グローバルで安全スローガンを共有	P251-252	
			●レスポンシブル・ケア活動:RC活動に関する教育	P291	
	403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	●社員の健康増進と安全:ガバナンス	P247	
			●レスポンシブル・ケア活動:ガバナンス	P286	
			●レスポンシブル・ケア活動:RC活動の標準化	P288	
			●レスポンシブル・ケア活動:RC活動に関する教育	P291	
			●保安防災:ガバナンス	P353	
			●保安防災:大規模災害に備えた緊急事態対応訓練/保安防災教育プログラム	P355-356	
	403-6	労働者の健康増進	●社員の健康増進と安全:健康増進パート	P229-242	
	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	●脱炭素: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:適応	P114	
	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	●社員の健康増進と安全:目標と指標	P249-250	☑(一部データ)
			●保安防災:目標と指標	P353-354	
	403-10	労働関連の疾病・体調不良	●社員の健康増進と安全:目標と指標	P249-250	☑(一部データ)

GRI Standards対照表

研修と教育					
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	●人財開発：人財開発投資（正規雇用の従業員1人あたり）	P206	
	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	●ガバナンス：社員ESGエンゲージメント	P30	
			●各報告の「ガバナンス」	—	
			●企業理念の実践：主な取り組み	P42	
			●責任ある原材料調達：主な取り組み	P100	
			●ごみゼロ：社内でのごみゼロ意識の浸透	P133-134	
			●実効性のあるコーポレートガバナンス：目標と指標	P167	
			●人財開発	P194-204	
			●受容性と多様性のある職場	P212-221	
			●品質保証：品質保証教育プログラムの強化	P299	
	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	●人財開発：挑戦と成長を前提とした適正配置	P203	
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	●受容性と多様性のある職場：ダイバーシティ・エクイティ推進活動	P215-222	
			●受容性と多様性のある職場：人財データ	P227	
	405-2	基本給と報酬総額の男女比	●受容性と多様性のある職場：男女の賃金差（基本給＋その他現金インセンティブ年間平均額）	P228	
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	—	—	

GRI Standards対照表

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	●人権の尊重:目標と指標／人権デュー・ディリジェンス プロセス	P186-189	
	412-2	人権方針や手順に関する従業員研修	●人権の尊重:目標と指標	P187	
			●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス／教育・浸透	P189-191	
	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	●人権の尊重:目標と指標	P186-188	
			●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P189-190	
地域コミュニティ					
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	●責任ある化学物質管理:主な取り組み	P259-260	
	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	●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P189	
	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	●責任ある原材料調達:サプライヤーとの協働	P99	
			●人権の尊重:人権デュー・ディリジェンス プロセス	P189-191	
公共政策					
GRI 415: 公共政策 2016	415-1	政治献金	ー(P169「「主な取り組み」にて政治献金を行なわないことを報告)	—	
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ーに対する安全衛生インパクトの評価	●ユニバーサル プロダクト デザイン:リスク管理／目標と指標	P60-62	
			●より安全でより健康な製品:リスク管理／目標と指標／安全・安心な成分の使用と情報開示	P66-68	
			●パーパスドリブンなブランド:パーパスドリブンなブランドの活動	P80-81	
			●暮らしを変えるイノベーション:リスク管理／目標と指標	P87-88	
			●品質保証:リスク管理／目標と指標／主な取り組み	P297-299	
	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:目標と指標／	P298	

マーケティングトラベリング					
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	●ユニバーサル プロダクト デザイン:目標と指標／主な取り組み	P61-63	
			●より安全でより健康な製品:安全・安心な成分の使用と情報開示	P68	
			●製品ライフサイクルと環境負荷:“いっしょにeco”マーク表示製品の拡大	P157	
			●徹底した透明性:目標と指標／主な取り組み	P176-178	
			●生活者とのコミュニケーション:戦略／ガバナンス／目標と指標	P344-349	
	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	●実効性のあるコーポレートガバナンス:コンプライアンス通報・相談窓口の運用状況と2022年の法令違反の状況	P170-171	

ISO26000対照表

「サステナビリティレポート2023での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

	サステナビリティレポート2023での該当箇所	
6.2 組織統治	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●コーポレートガバナンス	P265
6.3 人権	●人権の尊重	P180
	●花王 ビジネス コンダクト ガイドライン(BCG)(レポート外)	ー
6.3.3 デューディリジェンス	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●責任ある原材料調達	P91
	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●人権の尊重	P180
	●社員の健康増進と安全	P229
6.3.4 人権に関する危機的状況	●人権の尊重	P180
	●受容性と多様性のある職場	P209
6.3.5 加担の回避	●責任ある原材料調達	P91
	●人権の尊重	P180
	●社員の健康増進と安全	P229
6.3.6 苦情解決	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●生活者とのコミュニケーション	P344
6.3.7 差別及び社会的弱者	●社員の健康増進と安全	P229
	●社会貢献活動	P358
6.3.8 市民的及び政治的権利	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●人財開発	P194
6.3.9 経済的・社会的及び文化的権利	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●社員の健康増進と安全	P229
	●社会貢献活動	P358
6.3.10 労働における基本的原則及び権利	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●人財開発	P194

	サステナビリティレポート2023での該当箇所	
6.4 労働慣行		
6.4.3 雇用及び雇用関係	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●人財開発	P194
	●受容性と多様性のある職場	P209
	●社員の健康増進と安全	P229
6.4.4 労働条件及び社会的保護	●人財開発	P194
6.4.5 社会対話	●人財開発	P194
6.4.6 労働における安全衛生	●社員の健康増進と安全	P229
	●レスポンシブル・ケア活動	P284
	●保安防災	P352
6.4.7 職場における人材育成及び訓練	●人財開発	P194
6.5 環境		
6.5.3 汚染の予防	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●よりすこやかな地球のために	P101
	●責任ある化学物質管理	P253
6.5.4 持続可能な資源の利用	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●責任ある原材料調達	P91
	●よりすこやかな地球のために	P101
6.5.5 気候変動緩和及び適応	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●よりすこやかな地球のために	P101
6.5.6 環境保護・生物多様性・及び自然生息地の回復	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●責任ある原材料調達	P91
	●よりすこやかな地球のために	P101
	●生物多様性	P327

ISO26000対照表

	サステナビリティレポート2023での該当箇所	
6.6 公正な事業慣行		
6.6.3 汚職防止	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●コーポレート・ガバナンス	P265
6.6.4 責任ある政治的関与	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
6.6.5 公正な競争	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●コーポレート・ガバナンス	P265
6.6.6 バリューチェーンにおける社会的責任の推進	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●責任ある原材料調達	P91
	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●コーポレート・ガバナンス	P265
	●生活者とのコミュニケーション	P344
6.6.7 財産権の尊重	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●知的財産	P316
6.7 消費者課題		
6.7.3 公正なマーケティング・事実に即した偏りのない情報・及び公正な契約慣行	●責任ある原材料調達	P91
	●生活者とのコミュニケーション	P344
6.7.4 消費者の安全衛生の保護	●品質保証	P293
	●生活者とのコミュニケーション	P344
6.7.5 持続可能な消費	●よりすこやかな地球のために	P101
	●ごみゼロ	P120
	●品質保証	P293
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	P293
	●生活者とのコミュニケーション	P344
6.7.7 消費者データ保護及びプライバシー	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス	P161
	●情報セキュリティ	P300
6.7.8 必要不可欠なサービスへのアクセス	●生活者とのコミュニケーション	P344
6.7.9 教育及び意識向上	●ユニバーサルプロダクトデザイン	P58
	●よりすこやかな地球のために	P101
	●品質保証	P293
	●生活者とのコミュニケーション	P344
	●社会貢献活動	P358

	サステナビリティレポート2023での該当箇所	
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	●Our ESG Vision & Strategy	P8
	●快適な暮らしを自分らしく送るために	P44
	●思いやりのある選択を社会のために	P69
	●よりすこやかな地球のために	P101
	●生物多様性	P327
6.8.4 教育及び文化	●快適な暮らしを自分らしく送るために	P44
	●清潔で美しくすこやかな習慣	P51
	●サステナブルなライフスタイルの推進	P70
	●生物多様性	P327
	●社会貢献活動	P358
6.8.5 雇用創出及び技能開発	●社会貢献活動	P358
6.8.6 技術の開発及び技術へのアクセス	●快適な暮らしを自分らしく送るために	P44
	●思いやりのある選択を社会のために	P69
	●よりすこやかな地球のために	P101
6.8.7 富及び所得の創出	●快適な暮らしを自分らしく送るために	P44
	●思いやりのある選択を社会のために	P69
	●正道を歩む	P159
6.8.8 健康	●社員の健康増進と安全	P229
	●社会貢献活動	P358
6.8.9 社会的投資	●快適な暮らしを自分らしく送るために	P44
	●思いやりのある選択を社会のために	P69
	●よりすこやかな地球のために	P101
	●正道を歩む	P159

TCFD対照表

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。
「サステナビリティレポート2023での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

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		サステナビリティレポート2023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	●脱炭素:ガバナンス	P105
		●水保全:ガバナンス	P139
		●リスクと危機の管理:ガバナンス	P276
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	●脱炭素:ガバナンス	P105
		●水保全:ガバナンス	P139
		●リスクと危機の管理:ガバナンス	P276

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、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		サステナビリティレポート2023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	●脱炭素:社会的課題	P102
		●脱炭素:戦略	P104
		●水保全:社会的課題/戦略	P137
		●リスクと危機の管理:目標と指標	P281
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	●脱炭素:戦略	P104
		●脱炭素:目標と指標	P107
		●水保全:戦略	P137
		●水保全:目標と指標	P140
		●リスクと危機の管理:目標と指標	P281
c)	2℃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て、組織の戦略のレジリエンス	●脱炭素:社会的課題	P102
		●脱炭素:戦略	P104
		●水保全:戦略	P137

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		サステナビリティレポート2023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	●脱炭素:社会的課題	P102
		●脱炭素:ガバナンス	P105
		●水保全:ガバナンス	P133
		●リスクと危機の管理:方針	P276
		●リスクと危機の管理:ガバナンス	P278
		●リスクと危機の管理:目標と指標	P281
b)	組織が気候関連リスクを管理するプロセス	●脱炭素:ガバナンス	P105
		●水保全:ガバナンス	P133
		●リスクと危機の管理:方針	P276
		●リスクと危機の管理:ガバナンス	P278
		●リスクと危機の管理:目標と指標	P281
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	●脱炭素:ガバナンス	P105
		●水保全:ガバナンス	P133
		●リスクと危機の管理:方針	P276
		●リスクと危機の管理:ガバナンス	P278

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		サステナビリティレポート2023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	●目標と指標	P34
		●脱炭素:目標と指標	P107
		●水保全:目標と指標	P140
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	●目標と指標	P34
		●脱炭素:目標と指標-スコープ1,2,3 CO2排出量の推移	P109
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	●目標と指標	P34
		●脱炭素:目標と指標	P107
		●水保全:目標と指標	P140

UNGPレポーティングフレームワーク対照表

「サステナビリティレポート2023での該当箇所」をクリックすると、該当ページを表示します。

		サステナビリティレポート2023での該当箇所	
A	人権尊重のガバナンス		
A1	方針のコミットメント		
A1.1	パブリック・コミットメントはどのように策定されたか？	●人権の尊重：方針	P180
A1.2	パブリック・コミットメントがとりあげているのは誰の人権か？	●人権の尊重：方針	P180
A1.3	パブリック・コミットメントをどのように周知させているか	●人権の尊重：ガバナンス	P183
		●人権の尊重：目標と指標	P186
A2	人権尊重の組み込み		
A2.1	人権パフォーマンスの日常における責任は、社内でどのように構成されているか、またその理由は何か？	●人権の尊重：戦略	P181
		●人権の尊重：ガバナンス	P183
		●人権の尊重：リスク管理	P184
A2.2	上級経営管理者及び取締役会では、どのような種類の人権課題がどのような理由で議論されているか？	●人権の尊重：ガバナンス	P183
A2.3	意思決定や行動に際してはさまざまな方法で人権尊重を意識すべきであることを、従業員及び契約労働者に対してどのように周 知させているか？	●人権の尊重：ガバナンス	P183
		●人権の尊重：目標と指標	P187
		●人権の尊重：主な取り組み	P190
A2.4	企業は取引関係において、人権尊重を重視していることをどのように明確化しているか？	●責任ある原材料調達：方針	P91
		●人権の尊重：方針	P180
A2.5	報告対象期間中、人権尊重を実現することに関して企業が得た教訓はなにか、またその結果として何が変わったか？	●人権の尊重：目標と指標	P188
B	報告の焦点の明確化		
B1	顕著な人権課題の提示：報告対象期間の企業の活動及び取引関係に関連した、顕著な人権課題を提示する。	●人権の尊重：リスク管理	P185
B2	顕著な人権課題の確定：顕著な人権課題がどのように確定されたかを、ステークホルダーからの意見も含めて説明する。	●人権の尊重：リスク管理	P185
B3	重点地域の選択：顕著な人権課題に関する報告が特定の地域に重点を置く場合、どのようにその選択を行ったかを説明する。	—	—
B4	追加的な深刻な影響：報告対象期間に発生し、または引き続き取り組まれている人権への深刻な影響のうち、顕著な人権課題以外のものを特定し、その取り組みの方法について説明する	—	—
C	顕著な人権課題の管理		
C1	具体的方針		
C1.1	企業はその方針の関連性と重大性を、当該方針の実施が求められる者に対してどのように伝えているか？	●人権の尊重：ガバナンス	P183
		●人権の尊重：主な取り組み	P189
C2	ステークホルダー・エンゲージメント		
C2.1	企業は顕著な人権課題のそれぞれについて、どのステークホルダーと関与すべきか、またいつ、どのように関与するかをどのように決定しているか？	●人権の尊重：リスク管理	P185
C2.2	報告対象期間中、企業は顕著な人権課題のそれぞれについて、どのステークホルダーと関与したか、またその理由は何か？	●人権の尊重：ガバナンス	P184
		●人権の尊重：目標と指標	P186
C2.3	報告対象期間中、ステークホルダーの見解は、顕著な人権課題それぞれに対する企業の理解や取り組み方にどのような影響を与えたか？	●人権の尊重：目標と指標	P188
C3	影響の評価		
C3.1	報告対象期間中、顕著な人権課題に関わる影響に、目立った傾向またはパターンがあったか、またそれは何だったか？	—	—
C3.2	報告対象期間中、顕著な人権課題に関わる深刻な影響が発生したか、またそれは何だったか？	—	—
C4	評価結果の統合及び対処		
C4.1	顕著な人権課題の管理に影響を与える意思決定と行動を行う社内部門は、解決策を見出し実施することにどのように関与しているか？	●人権の尊重：ガバナンス	P183
		●人権の尊重：リスク管理	P185
C4.2	顕著な人権課題に関連する影響の防止または軽減と、他の事業目的との間に緊張関係が生じた場合、その緊張関係はどのように対処されるか？	—	—
C4.3	報告対象期間中、顕著な人権課題それぞれに関連する潜在的影響を防止または軽減するため、企業はどのような措置をとったか？	●人権の尊重：主な取り組み	P189
C5	パフォーマンスの追跡		
C5.1	顕著な人権課題のそれぞれが効果的に管理されているかどうかを示すのは、報告対象期間のどの具体的事例か？	●人権の尊重：主な取り組み	P189
C6	是正		
C6.1	企業はどのような手段を通じて、顕著な人権課題それぞれに関わる苦情や懸念を受理できるか？	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス：ガバナンス	P163
		●人権の尊重：目標と指標	P187
		●人権の尊重：主な取り組み	P190
C6.2	人々が苦情や懸念を申し立てることができると感じているかどうかを、企業はどのように確認しているか？	—	—
C6.3	企業はどのように苦情を処理し、成果の有効性を評価しているか？	●実効性のあるコーポレート・ガバナンス：ガバナンス	P163
C6.4	報告対象期間中、顕著な人権課題に関する苦情や懸念、及び成果には、どのような傾向とパターンがあったか、また企業はどのような教訓を得たか？	●人権の尊重：目標と指標	P188
C6.5	報告対象期間中、企業は顕著な人権課題に関わる実際の影響からの救済を提供または可能にしたか、またその場合の典型的もしくは重大な事例は何か？	●人権の尊重：主な取り組み	P190

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10
ESG部門

2023年5月発行

UD FONT by HIRAGINO