エグゼクティブ・サマリー

暮らしと社会への 新価値創造

10の国と 地域へ

GUARD OUR FUTURE の展開国・地域

23.2%

ビオレUV史上最高の 年間シェア※1

約40万回

サービス開始から9ヵ月での サービス利用回数

暮らし 社会 事業基盤 環境

1.2倍

サステナビリティ 高関与ユーザー数※2 1.2倍

ブランドへの好意度※3

26%

環境性能に優れた製品の 売上高増加率

58%

挑戦志向型人財の割合

87%

パーム農園までの トレーサビリティ確認 4年連続

CDPトリプルA受賞

35%

スコープ1+2 GHG排出量(絶対量)削減率

暮らしと社会への 負荷削減

31.1%

女性管理職比率

18年連続

「世界で最も倫理的な 企業」選定

※1 インテージ SRI+日やけ止め市場2023年1月~2023年12月金額シェア ※2 対前年、インテージ SCI 調べ ※3 対前年、花王調べ







指標と目標

-Kirei Lifestyle Plan

暮らし

暮らしと社会への新価値創造

デング熱の被害から未来のいのちを守る 活動の認知度拡大に向けた 新たな取り組み

10の国と 地域へ GUARD OUR FUTUREの展開国・ 地域

生活者のQOL向上をめざした製品の事業のエリア拡大に向け、生活者からの「共感」を活用して、製品の認知度を高めるキャンペーンを開始。2022年6月にタイで発売開始した

新発想の忌避剤「ビオレガード モスブロックセラム」は、 人々の暮らしを蚊から守る製品で、中期経営計画「K27」 のビジョン「未来のいのちを守る」を象徴するものです。 行政、地域、流通、企業と連携して、タイの生活者に向け て、蚊やデング熱に関する啓発活動や本製品の寄付な どを展開しています。

地球温暖化が進むとデング熱の拡大も予想されます。 今後、「GUARD OUR FUTURE」プロジェクトは、タイ 以外にも事業エリアを拡大すべく取り組みを推進して いきます。2024年は、SNSを活用した新たなキャン ペーンをアジア10の国・地域で展開しています。これは 対象国・地域のビオレ公式 SNS アカウントが連携し、投 稿への"いいね"数に応じて同製品をデング熱被害が拡 大するエリアに寄付するもので、生活者からの「共感」 によって、認知度の拡大が期待されます。

| P62 | 清潔で美しくすこやかな習慣>タイで蚊による感染症被害を削減 する取り組み

暮らしと社会への新価値創造

UVケアを通じた社会課題解決製品が 既存カテゴリーに新たな領域を生み出し、 事業拡大に貢献

23.2% ビオレUV史上最高 の年間シェア*1 生活者の皮膚を紫外線から守る日やけ止めのニーズが高まる中、2023年は外出先での手軽な塗り直しという課題を捉えた新製品「ビオレUVアクアリッチアクアプロテクトミス

戦略

ト」を発売し、シェア6.8%*1を獲得する大ヒットとなりました。その結果、ビオレUVの年間シェアは23.2%*1となり、史上最高記録を更新。事業拡大に貢献しました。

紫外線から肌を守るUVケア製品は、従来より花王の成長を牽引する主要な事業のひとつです。サステナビリティ視点で生活者の抱える課題を捉え、QOL向上に貢献することで、既存の事業でも新たなカテゴリーを創出できることを示しました。

中期経営計画「K27」においてスキンケア事業が注力する「スキンプロテクション」事業を構成するのが、UVケア事業です。同事業はグローバル拡大に基づいた「K27」の成長戦略「成長ドライバー領域のグローバル拡大」の象徴でもあります。今後はUVケア製品の海外展開を加速させ、グローバルで確固たる地位をめざします。
※1 インテージSRI+日やけ止め市場 2023年1月~2023年12月 金額シェア

P44 Our ESG Vision and Strategy > 指標と目標 > 事業に及ぼす

暮らしと社会への新価値創造

AI活用による顧客体験サービスにより 商品提案につなげるビジネスモデルを創造

約**40**万回 サービス開始から 9ヵ月でのサービス 利用回数 生活者との双方向のデジタルプラットフォーム「My Kao」では、AI活用による肌測定サービス「肌レコ」において、開始後9ヵ月で約40万回のサービス利用がありました。

「肌レコ」は花王独自のAIアルゴリズムで、一人ひとりの美の可能性を引き出す肌測定コンテンツです。測定した結果に基づいて、美容のプロがパーソナルなスキンケアや美容のアドバイスをし、適切な商品を提案。一人ひとりに合わせたサービスと「肌レコ」を続けたく

なるさまざまなしくみにより、 商品のリピート購入率も高 まっています。

「肌レコ」で得られたデータや知見を商品開発やサービス品質向上にも活用し、お客さまへの新たな価値として還元することでQOLを高いレベルで向上させ、事業にも貢献していきます。



P44 Our ESG Vision and Strategy > 指標と目標 > 事業に及ぼす効果







戦略

指標と目標

-Kirei Lifestyle Plan

社会

暮らしと社会への新価値創造

製品の環境配慮が購買行動を喚起し、 売上拡大とブランド評価向上に貢献

1.2倍 サステナビリティ 高関与ユーザー数※1

2023年9月、食器用洗剤ブランド 「キュキュット」から環境配慮型つ めかえ容器 「未来にecoペコボトル」 を採用した製品を発売。サステナビ リティ意識の高い生活者からの支

持を受け、発売前後でサステナビリティ高関与のユー ザー数が1.2倍※1に増加し、売上やシェアの拡大に貢献。 さらに、食器用洗剤市場におけるシェアは対前年で +2%(金額前年比113)※2と伸長しました。

「未来にecoペコボトル」は、つめかえ易さはそのまま に、耐久性を保ちながらも、ボトルの肉厚を極限まで薄 くする花王の包装容器技術(特許出願中)により、廃棄時 のつぶしやすさを実現しています。その結果、食器洗い の負担をトータルで軽減するだけでなく、プラスチック 使用量を約40%※3削減し、容器の生産・廃棄にかかる CO₂排出量も削減しています。生活者の環境意識が今 後も高まると予想される中、環境に配慮した製品を提供 することで、環境保全を通じた社会のサステナビリティ の実現と同時に事業成長にもつなげていきます。

- ※1 対前年、インテージ SCI 調べ
- ※2 インテージ SRI+調べ
- ※3 容器について従来品重量比

パーパスドリブンなブランド>キュキュット 環境配慮、多様化す るライフスタイルに寄り添うブランド活動

暮らしと社会への新価値創造

パーパスドリブンなブランディングで ブランドロイヤリティと売上の向上達成

1.2倍 ブランドへの 好意度※4

生理用品ブランド「ロリエ」は、 パーパスドリブンなブランディン グにより、前年比でブランド好感度 が1.2^{**4}倍に増加、市場シェアは前 年より増加※5しました。

「ロリエ」は「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 せる社会をつくる | をブランドパーパスに掲げています。

このパーパスに基づいた、生活者へのコミュニケー ションや共感型マーケティングを強化したことが、ブラン ドロイヤリティの向上とリピート購入率増加につなが りました。

また、2022年春に開始したBtoB型新事業、「職場の ロリエ」は導入企業数が約50社以上となりました。この 職場における生理用品の備品化プロジェクトはニーズ が高く、約8割の方が職場のナプキン備品化に賛同。社 内啓発の支援も行いながら働きやすい職場環境づくり に貢献し、事業の拡大を進めます。

※4 対前年、花王調べ ※5 インテージ SRI +調べ

暮らしと社会への負荷削減

リスク低減に向けたパーム農園までの トレーサビリティ確認範囲の着実な拡大

87% パーム農園までの トレーサビリティ

パーム油は洗剤やシャンプーな どの基幹素材です。持続可能な責任 ある原材料調達を実現するために、 パーム農園までのトレーサビリティ 確認を進めており、2023年までに

87%完了しました。

トレーサビリティを100%確保することは森林破壊 や人権問題などに関わるリスクを回避するために基盤 となる取り組みであり、安定して事業を継続するために は不可欠です。

2025年までには、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パーム農園まで のトレーサビリティ確認を100%完了させます。





責任ある原材料調達>指標と目標





指標と目標

Our Priorities -Kirei Lifestyle Plan-

環境

暮らしと社会への新価値創造

環境性能に優れた製品がCP事業製品 全体の売上高増加に大きく貢献

26% 環境性能に優れた 製品の売上高増加率

花王のESG戦略のひとつである 「よりすこやかな地球のために」の コミットメントで適用している、環 境に関する厳しい適合要件を満た した製品の売上高は、前年比で26%

増加となりました。

P44

この増加の大部分は、売上比率が大きく、環境性能に 優れた衣料用洗剤「アタック」と食器用洗剤「キュキュッ トーで適合要件が増加したことによるものです。同時に、 これらブランドの売上やシェアの増加は、ファブリック &ホームケア事業の売上高にも寄与し、前年比で1.3% の増加となりました。

今後も、製品ライフサイクル全体で環境負荷の低減 を図り、環境性能に優れた製品の提供を通じて、持続可 能な環境の実現に貢献すると同時に、製品価値を高め 顧客ロイヤリティの向上に努めます。



Our ESG Vision and Strategy > 指標と目標 > 事業に及ぼす

暮らしと社会への負荷削減

「気候変動 |「フォレスト |「水セキュリティ | の分野で最高評価を獲得



国際NGOのCDPから「気候変動」 「フォレスト|「水セキュリティ|の すべての分野で最高評価である「A リスト企業」に選定されました。 2023年、グローバル21.000社以上

戦略

の中からトリプルA企業に選定されたのは10社で、花 王は日本企業で唯一、4年連続で選定されています。

CDP は企業の環境対応に関する評価・格付けにおい て世界を主導する機関であり、機関投資家等がその評 価結果を投資判断に活用しています。現在では136兆米 ドル以上の資産を保有する740を超える署名金融機関 と協働しており、その影響力は強まっています。

世界をリードしているCDPの評価基準をめざすこと は、環境全般の活動をグローバル水準に高めることにも

つながります。今後も、グローバル で求められる基準の環境活動を事 業全体で実施し、リスク回避と事業 機会の創出につなげていきます。



CLIMATE FORESTS WATER

脱炭素>指標と目標>2023年実績に対する考察>CDPによる P120

暮らしと社会への負荷削減

全拠点からの温室効果ガス排出量 (スコープ1+2)を着実に削減

35% スコープ1+2GHG 排出量(絶対量) 削減率

花王グループ全拠点からの温室 効果ガス排出量(スコープ1+2)を、 基準年である2017年と比較して、 2023年は35%削減。2030年の目標 である55%削減達成に向け着実に

削減しました。スコープ1においては、工場へのヒート ポンプ導入による化石燃料の使用量削減や、需要に応 じた生産対応などによって17%減少しました。スコー プ2においては、日本でゼロとなり、アジア地域も大幅 に削減できたことから、2017年比63%減少となりまし た。これは、事業拠点だけではなく、国内外の工場にお いても使用電力の再エネルギー化を推進したことや、 インターナルカーボンプライシング制度を活用して、低 コストで長期安定な電力源である太陽光発電の設置を 推進したことが要因となっています。

今後は、2040年までカーボンゼロ、2050年までにカー

ボンネガティブを めざして活動を加 速させ、脱炭素社 会の実現に貢献し ていきます。



P116 脱炭素>指標と目標



-Kirei Lifestyle Plan

事業基盤

暮らしと社会への新価値創造

社員活力の最大化に向けて 多様な社員の挑戦を活性化

58% 挑戦志向型人財の

2023年の社員意識調査の結果か ら、挑戦的な目標に向かって日々活 動している社員は58%となりまし た。その半数は、周囲の協力を得な がら着実に挑戦的な目標の実現を

めざしており、モチベーション高く自己の成長と組織の 成長を両立させています。

2021年に日本から始動したOKRの導入率はグロー バルで70%を超え、高く挑戦的な目標を掲げて活動す る社員の拡大を促進しています。その上で、中期経営計 画「K27」の実現に向けた人財戦略のひとつに「意欲あ る人財をとがらせる」を掲げ、重点アクションとして先 端教育を実施しています。9,000を超える通学・通信教 育·e ラーニングの提供に加え、2023年からは、グロー バル全社員を対象とした新たなDX学習プログラムを開 始しています。

今後も、「社員活力の最大化」に向けて、多様な社員に 「公平な機会の提供」を行った上で、意欲ある人財に成 長の機会を提供し、社員の挑戦を加速していきます。

P218 人財開発>公平な機会の提供> OKR活用

暮らしと社会への負荷削減

女性活躍を推進し女性管理職比率が 着実に増加

31.1% 女性管理職比率

女性の活躍は花王の成長に不可 欠という考えのもと、2023年も女 性活躍推進活動に継続して取り組ん だ結果、女性管理職比率が31.1%と なりました。

戦略

さまざまな意思決定の場における多様性の向上をめ ざし、2030年までに女性管理職比率を女性社員比率と 同じにするという目標を掲げています。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 アクションに取り組んでいます。2023年は、そのひと つである「意欲高く働く育児両立支援」の取り組みとし て、男女共に取得を必須とする「有給育児休暇」を導入 しました。これは、男性の育児家事参画を当たり前にす ることで、性別によらず自身の思い描くキャリア実現に 向けて意欲高く働くことを後押しするものです。

今後も女性活躍を推進し、多様な視点をすべての企 業活動に活かすことで、社会の変化や多様な価値観に 応える製品・サービスの提供を通じた事業成長につなげ ていきます。

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 P231 動>女性活躍推進

暮らしと社会への負荷削減

創業以来続く倫理的な企業風土により 世界で最も倫理的な企業に選定

18年連続 「世界で最も倫理的な 企業」選定

米国のシンクタンク「Ethisphere Institute | が発表した「World's Most Ethical Companies[®] 2024 (世界で最も倫理的な企業)に、18年 連続で選定。同賞創設時から連続受

指標と目標

賞しているのはグローバルで6社で、アジア及び日本で は唯一の企業です。

これは、創業者が残した「正道を歩む」、すなわち法と 倫理に則って行動し、誠実で清廉な事業活動を行うこと を社員一人ひとりが実践し続けてきた姿勢と、それによ り醸成された企業風土による結果であり、現場から経営 まで全社で継続的にレベルアップしていると評価いた だけたものと考えています。

今後も、高い倫理意識の堅持と 実践を通じて、さらなる事業の発 展と、社会のサステナビリティの 実現に貢献していきます。

2007 - 2024

実効性のあるコーポレート・ガバナンス > 「World's Most Ethical Companies®(世界で最も倫理的な企業)」に18年連続選定

