戦略

花王は、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、ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」を策定しました。Kirei Lifestyle Planに基づき、ESG視点での「よきモノづくり」を推進することで、事業において革新を進め、さらなる社会のサステナビリティ実現と生活者・顧客からのロイヤリティ向上による持続的な事業の成長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、事業活動を通じ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。こうした先人たちが培ってきた精神や文化を次世代に受け継ぎ、企業活動の拠りどころとするため、企業理念「花王ウェイ」を策定しています。花王ウェイの中では「豊かな共生世界の実現」を使命として掲げ、その中で「すべての人と地球にとってより清潔で美しくすこやかな暮らし方であるKirei Lifeを創造します」と明記しています。この使命は花王が社会に存在する意義「パーパス」としても定められています。

P13 企業理念

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

2030年までに達成したい姿「K30」と中期経営計画「K27」

2030年までに達成したい姿「K30」

花王は、パーパスである「豊かな共生世界の実現」をめざしながら、持続的に企業価値を向上させるために、2030年までに達成したい姿「K30」を定めています。「K30」では「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、売上高2.5兆円をめざして、以下の3つを目標として設定しています。

(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

これは、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すことで、その利益を社会に還元していくという決意です。

中期経営計画「K27」

2020年には「K30」達成を見据えた中期経営計画「K25」を発表し、ESG経営を推進してきましたが、原材料価格の高騰や景気の減速などにより、計画と進捗に乖離が生じました。この乖離の原因である、「資本効率の悪化」と「グローバル展開の遅れ」を解決するために、「構造改革」と「成長戦略」を軸に中期経営計画「K27」を新たに策定しました。

中期経営計画「K27」においても、ビジョンである「Sustainability as the only path」と経営方針は継続しますが、「K27」の達成をより確実なものにすべく、「グローバル・シャープトップ」戦略のもと変革を加速させていきます。

まずは、ROICと海外売上高の2つの指標を新たに目標として設定することで構造改革を断行し、中期的な収益改善と事業基盤の強化を推進します。具体的には、ROIC 11％以上、海外売上高 8,000億円以上、EVA 700億円以上、営業利益の過去最高更新をめざします。

成長戦略としては、資本効率性が高い「安定収益領域」であるファブリックケア事業やホームケア事業などのさらなる収益性向上とシェアの拡大、成長性が高く見込まれる「成長ドライバー領域」のスキンケア事業、化粧品事業、ケミカル事業、ヘアケア事業への投資とグローバル展開を加速させていきます。

経営戦略におけるESGの役割

グローバルで複雑化する事業環境において、成長戦略を実現し、企業価値を持続的に向上させるためには、ESGの視点を組み込んだ独自性のある技術や性能を有する製品・サービスを提供することが重要だと考えています。それにより社会課題解決や生活者のよりサステナブルなライフスタイルの実現に貢献できるだけでなく、生活者や顧客から高いロイヤリティを得ることで事業成長につながるからです。花王が経営戦略の根底にESGを置いているのはそのためです。

戦略

花王の価値創造

花王の価値創造モデル

《Purpose》豊かな共生世界の実現

Social Issues

解決すべき社会問題

- 環境問題
- 高齢化
- パンデミック
- 多様化の影響

Inputs

価値創造の源泉

人的資本	・従業員	34,257 名
	・成長活性化制度 OKR	
	・変革アイデア公募制度 0★1 Kao	
関係資本	・販売国・エリア数	約 100
	・子会社数	113
	・お客さま、ビジネスと社会貢献のパートナー、アカデミア	
財務資本	・連結売上高	1兆5,326 億円
	・連結コア営業利益*	1,147 億円
	・EVA（経済的付加価値）	149 億円
知的資本	・ブランド数	81
	・特許保有件数	15,000 件
	・商標保有件数	22,000 件
	・研究開発費	626 億円
製造資本	・生産拠点数	36
	・設備投資額	930 億円
自然資本	・エネルギー使用量	16.7 PJ
	・水使用量	16.2 百万 m^3
	・プラスチック包装容器使用量	85.0 千t
	・製品ライフサイクル CO_2 排出量	10,094 千t

持続可能な社会に欠かせない企業になる

Outcome & Vision

未来への5つの約束 ＆ ありたい姿

1. Regenerative Lifestyles
   再生する暮らしへ。
2. Toward Carbon Negative
   CO_2 削減を超えて、再資源化へ。
3. Zero Waste
   何ひとつ、無駄にさせない。
4. Precision Life Care
   違いに寄り添い、精確にケアする。
5. Leave No One Behind
   誰ひとり取り残さない、着実な一歩。

Sustainability as the only path
未来のいのちを守る

＊「コア利益」は、非定常的な要因により一時的に発生した損益（事業撤退・縮小や資産の除売却から生じる損益等）を除いた利益。

戦略

ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」

サステナビリティに関するリスクと機会

花王のビジネスモデルやバリューチェーンを特徴づける要素には次のようなものがあります。

1. 世界中の生活者に向けた、コンシューマープロダクツ事業製品を製造、販売
2. 世界中の幅広い産業の顧客に向けた、ケミカル事業製品を製造、販売
3. コンシューマープロダクツ事業とケミカル事業に共通する鍵となる素材としてケミカルを使用
4. 原材料の製造から製品の販売まで、グローバル・バリューチェーンを形成しているため、上流には多数の原材料サプライヤー、下流には多数の流通・小売・ビジネスパートナー・顧客が存在

花王はコンシューマープロダクツ事業から、ケミカル事業まで、幅広い事業領域を有しています。そのため、花王が社会のサステナビリティに関わる範囲は生活者の「暮らし」、「社会」、「環境」に加え、「事業基盤」の4つの領域に整理できます。

サステナビリティに関するリスクと機会、対応する戦略

区分	リスク	機会	戦略
暮らし	・生活者の豊かな暮らしに貢献する付加価値よりも価格を優先した日用品／パーソナルケア製品の台頭による売上・利益の減少 ・各地域の生活者の暮らしと乖離した製品展開による事業機会の喪失	・暮らしの豊かさを求める生活者のニーズに応える高付加価値製品の提供、地域特性に応じたグローバル展開による、既存事業の拡大、新規市場創造	・生活者の暮らしの豊かさをめざした製品開発、事業展開、グローバル展開 ・事業と連動した生活者への意識行動変容を促す啓発・コミュニケーションの戦略的な展開
社会	・パーム油などリスクが高い原材料調達の不適切な管理／対応による、調達困難化、評判悪化	・社会への関わりをパーパスとして示すブランドのロイヤリティ向上による事業成長 ・イノベーションによる革新的な製品／サービスの提供による事業機会の拡大 ・調達における社会課題への的確な取り組みによる調達安定化	・パーパスドリブン・ブランドの強化によるロイヤリティ向上 ・イノベーションによる製品・サービスの革新 ・サプライチェーンの的確な管理とサステナブルな原材料選択
環境	・脱炭素やプラスチック廃棄物などの環境課題の深刻化、生産者責任の拡大により、課税や企業負担が増加し、収益を圧迫 ・異常気象による原材料の調達や生活者への商品提供、事業継続の困難化	・環境課税や規制等のリスク回避、効率化、コストダウンによる収益増加 ・製品の高度な環境対応による生活者のロイヤリティ向上による事業成長	・全ライフサイクルに渡るCO_2低減 ・プラスチック等資源の循環化 ・生産、製品使用における節水化 ・生産、製品使用における大気・水質汚染防止
事業基盤	・コンプライアンス、人権、化学物質に関する管理不充分による事業継続困難化 ・優秀な人財の確保困難化や企業風土の劣化	・花王らしい品質管理や化学物質管理によるステークホルダーの信頼性向上 ・人財力向上による事業拡大、競争力向上	・実効性のあるコンプライアンス ・バリューチェーンに渡る人権管理 ・人財力や組織力の強化 ・化学物質の高度な管理

戦略

「暮らし」は、生活者のニーズに応え、こころ豊かな暮らしの実現をめざす花王ならではの領域です。「社会」については、グローバルに広がるバリューチェーンを通じた社会との関わりや、ケミカル事業による多様な産業を通じた社会との幅広い関わりを持つことからも、重要な領域です。「環境」については、事業が自然資本に大きく依存していること、地域や環境への影響力がある工場を有していること、世界中の生活者に製品を提供・使用・廃棄されていることから、大きな影響を及ぼしている領域です。これらの領域に対して、的確に対応するために欠かせないのが、人財開発や人権の尊重・擁護、DE&I 活動の推進、化学物質管理などの「事業基盤」の強化です。

花王が関わる社会のサステナビリティに関するリスクと機会を前ページに示しています。これらは、花王の事業特性に起因するものであり、リスク回避と機会創出につながる戦略を推進していくことが事業特性を踏まえた企業価値向上と事業成長につながることを示しています。同時に、単なる製品の提供だけではなく、サステナビリティを基軸とした付加価値のあるサービスを連動させて提供することは、ビジネスモデルの変革につながります。例えば、一人ひとりの身体の状態や、衣類の汚れの種類と量などのライフスタイルや農作物の病害虫の発生状況などの環境についても、精確に把握するサービスが、ビジネスモデルの変革にもつながるということです。また、サステナビリティへの取り組みはバリューチェーンの高度化にもつながり、リスクの高い原材料調達の適切な管理や代替原材料への分散化、再生材の戦略的調達の実現に貢献すると考えます。

花王のESG 戦略

4つの領域に整理したサステナビリティに関するリスクと機会に対応するための戦略も前ページの表に示しています。これらの戦略を踏まえて、ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan(以下、KLP)」を構成する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、その基盤である「正道を歩む」を策定しています。

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意気込みを表したもので、「花王のESG ビジョン」と「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。

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」を継承するものでもあります。

花王のESGコミットメントとアクション

KLP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。

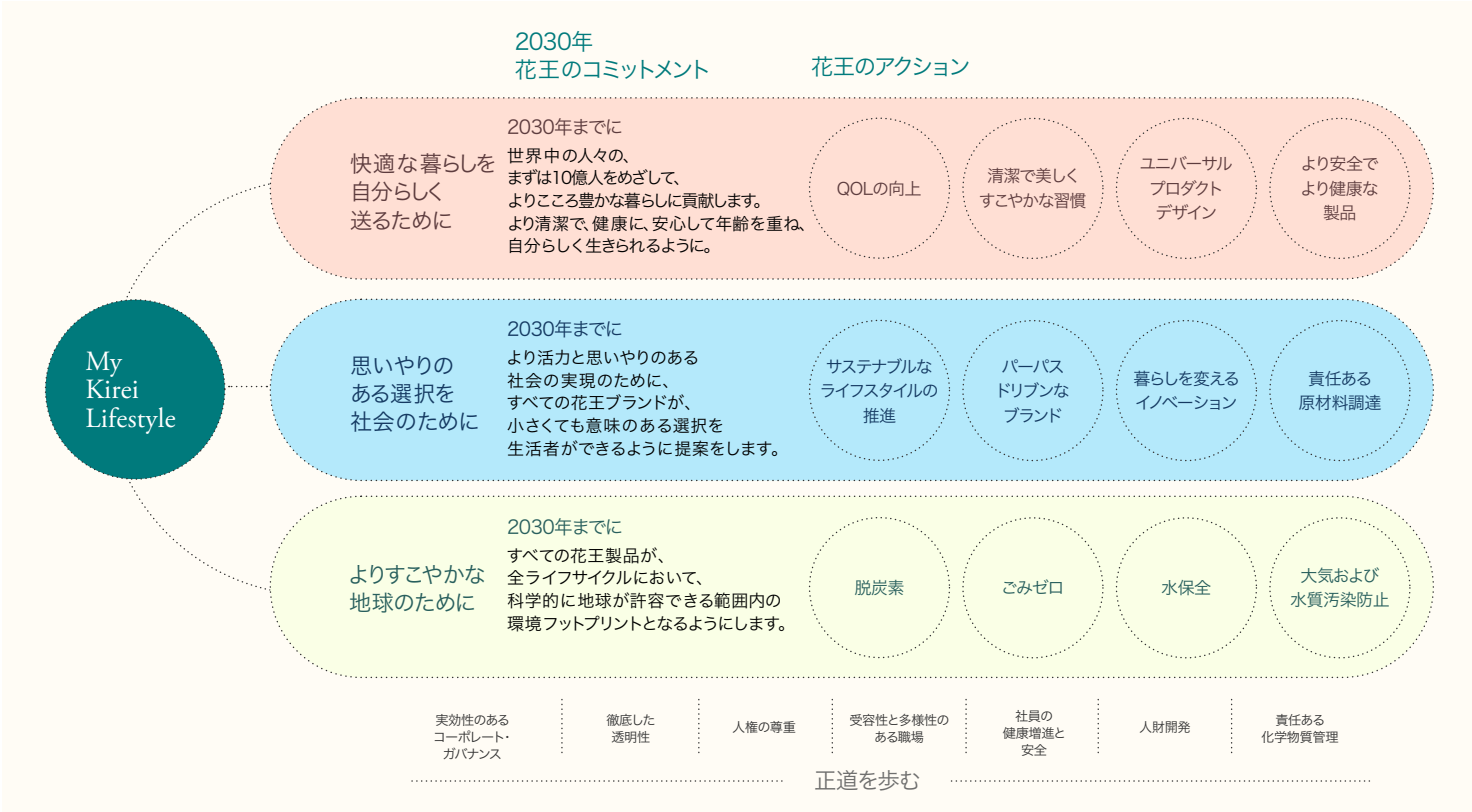
それぞれの柱では、重点取り組みテーマ「花王のアクション」だけでなく、2030年までに達成したい意欲的な目標としてコミットメントを掲げています。

グローバルで事業活動を取り巻く環境が複雑化し、社会課題も拡大していくことが予測される中で、「K30」を実現するためには、花王が強い意志を持って構造改革を進め、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。そのためにも、19の重点取り組みテーマにおいて、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。

ESG 戦略による事業成長の加速

中期経営計画「K27」において掲げるビジョン「Sustainability as the only path」を実現する基本方針として、「持続可能な社会に欠かせない企業になる」があります。これはパートナーとの協働を通じて、複数の社会課題を同時に解決するビジネスモデルの構築をめざすというものです。これ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

戦略 GRI 3-2



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」としている点です。

これは、花王のESG活動が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に貢献し、その結果として生まれた利益が社会全体に還元されるサイクルを形成していくという考えに基づいています。KLPが経営ビジョンを達成するための土台であり、ESG活動は未来に向けた投資であり、財務と連動する取り組みと位置づけているのはそのためです。

深刻化する社会課題に対応し、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、技術に留まらないイノベーションを創出し、花王の持続的な成長を支え、暮らし、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。

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実現に向けた取り組みは、生活者やさまざまなステークホルダーから信頼やレピュテーション獲得に

戦略

つながるため、製品ブランド価値の向上に寄与すると考えています。したがって、KLPに基づいた、製品やサービス、さまざまなコミュニケーション等は、コーポレートブランド価値及び製品ブランド価値の向上に貢献すると考えています。

重要取り組みテーマ「花王のアクション」のひとつである、「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、ブランドロイヤリティ向上をめざしています。安定収益領域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。ロイヤリティ・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が組み込まれた経営戦略のもと、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きます。その結果、「持続可能な社会に欠かせない企業」となり、社会課題の解決を通じて社会のサステナビリティを実現し、同時に花王の事業成長に貢献すると考えています。

また、生活者が求める暮らし「Kirei Lifestyle」を起点に既存事業の領域を深化させ、また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拡大し、同時に事業成長にもつなげていきます。

ESG戦略と財務

サステナビリティに関するリスク回避及び機会拡大や創出に向けた投資を行い、KLPに基づいたESG活動も推進しました。例えば、パーム油の調達においては、一般的なものよりも高価なRSPO認証油の購入を継続しています。その投資効果として、パーム油の調達リスクやレピュテーションリスクを回避できたと考えています。機会拡大としては、タイで発売している新発想の忌避剤ローション「ビオレガード モスブロックセラム」のさらなる展開に向け、蚊から未来のいのちを守るプロジェクト「GUARD OUR FUTURE」に投資しました。今後の事業拡大が、投資効果として見込まれます。

持続可能な社会の実現に貢献する花王の企業姿勢や取り組みをわかりやすく伝達するために、「もったいないを、ほっとけない。」をメッセージに生活者に向けたコミュニケーション活動にも投資しました。その結果、投資した活動費以上に、花王製品の購買促進を実現することも確認できました。

また、工場周辺地域における公害防止等、事業活動に関わる環境分野のリスク回避及び機会創出についても、適切な投資を継続し、安定操業による事業継続を実現することができました。2023年の環境保全に対する投資額は55.6億円、費用額は268億円であり、経済効果として84.6億円でした（右表参照、詳細は環境会計）。経済効果の内訳としては、主に省資源による費用節減効果で、投資及び費用額の4分の1を回収する結果となりました。

2023年はESG活動の推進をより加速すべく、サステナビリティに連動した2件の資金調達を開始しました。1つは、2023年3月に開始し、200億円の借り入れを行ったサステナビリティ・リンク・ローンです。本ローンは、サステナビリティ・パフォーマンス・ターゲットの達成状況に応じて金利が変動するもので、CDPの3つの評価のうち、2つ以上の「A」評価を獲得することを低利条件としています。もう一方は、2023年6月に発行したサステナビリティ・リンク・ボンドで、250億円の社債です。本ボンドのサステナビリティ・パフォーマンス・ターゲットは、2026年度までに CO_2排出量（スコープ1＋2）の39％削減（2017年度比）です。こうした資金調達を通じて、機会創出につながる事業活動の推進と気候変動に伴うリスク回避の両立を実現します。

単位：百万円

地域	投資額	費用額	経済効果
日本	4,148	16,301	2,326
アジア・米州・欧州	1,414	10,536	6,136
計	5,562	26,837	8,462

※数値は2023年実績

P165 環境会計

ESG戦略のレジリエンス

今後10年間のグローバルリスクとして、異常気象、地球システムの危機的変化、生態系の崩壊、資源枯渇など、環境領域の要素だけでなく、人権の侵害などの社会領域の要素が上位に挙げられています[※1]。

こうした将来のリスクの度合いが変動しても、KLPには一定のレジリエンスがあると考えています。例えば、

戦略 GRI 3-1

社会・環境リスクの悪化度合いが大きい場合には、化石由来原料の使用制限やパーム油の調達コスト増加といった影響があると考えられます。しかし、KLPに基づき、最小の資源で最大の機能価値、社会価値を発揮させるESG視点のよきモノづくりを通じてつくられた製品は、ライフサイクル全体でのCO_2低減、消費エネルギーや原材料使用量の削減、再生可能エネルギー比率の増加に貢献できるため、影響を最小限に抑えることができると考えます。

一方で、リスクの悪化度合いが小さい場合は、社会全体が環境保全の重要性に対する認識レベルが高く、悪影響を最小限に抑える活動を行っているということです。このような社会においては、環境に配慮している製品の競争優位性がある市場が形成されていると考えられるため、ESG視点のよきモノづくりによって生み出される環境性能の高い製品に対する需要は高く、ブランドロイヤリティも高まっていると考えます。従って、KLPは将来的に予想されるリスクに対しても、レジリエンスを有しており、社会だけでなく、事業のサステナビリティにも貢献できると考えています。

※1 The Global Risks Report 2024, World Economic Forum

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

戦略 GRI 3-1

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及び社員に評価してもらいました。

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渡り与えるインパクトを考慮して評価しています。

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及び活動計画を策定し、ESG活動を実行しています。

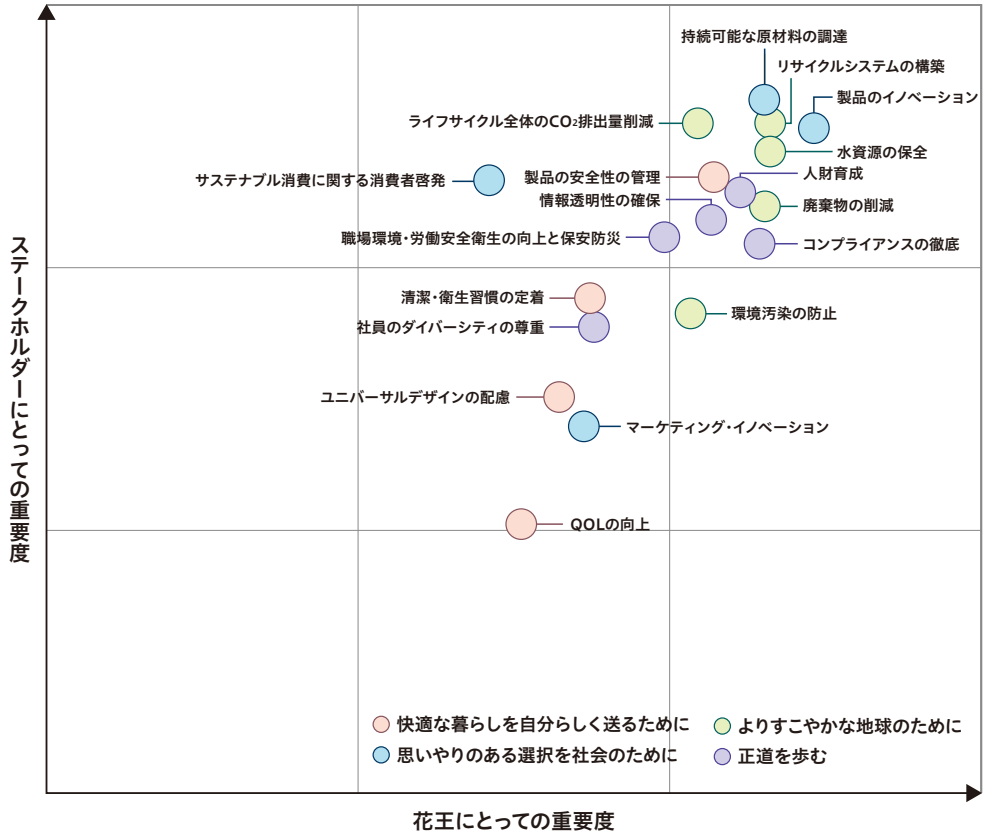
回答者の属性

- 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

マテリアリティ・マトリックス



戦略 GRI 3-1

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。

P25 Our ESG Vision and Strategy > ガバナンス

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成を加速するという方針を掲げました。

そして2021年、特に事業活動と関係が深いテーマをKLPの19の重点取り組みテーマに組み込んで再構成し、「未来への5つの約束」を策定しました。花王は「未来のいのちを守る」企業として社会に欠かせない存在となるために、これらの約束を達成するための活動を推進していきます。

Web Kao Stories
https://www.kao.com/jp/newsroom/stories/

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※1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 ※1 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 貧困をなくそう	2 飢餓をゼロに	3 すべての人に健康と福祉を	4 質の高い教育をみんなに	5 ジェンダー平等を実現しよう	6 安全な水とトイレを世界中に	7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに	8 働きがいも経済成長も	9 産業と技術革新の基盤をつくろう	10 人や国の不平等をなくそう	11 住み続けられるまちづくりを	12 つくる責任 つかう責任	13 気候変動に具体的な対策を	14 海の豊かさを守ろう	15 陸の豊かさも守ろう	16 平和と公正をすべての人に	17 パートナーシップで目標を達成しよう
快適な暮らしを自分らしく送るために																	
QOLの向上			●		●							●					●
清潔で美しくすこやかな習慣			●			●											●
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じて社会に及ぼす影響

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

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

19の重点取り組みテーマとバリューチェーンの関わり

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