



# 花王 CSR/サステナビリティ レポート 2010

2009.4.1-2010.3.31

自然と調和する  
こころ豊かな毎日をめざして

**KaO**

# CONTENTS

CSR報告の方針	2
本レポートの対象範囲など	3
特集1 持続可能な社会の実現に向けて	5
特集2 エコナについて	12
<b>CSRマネジメント</b>	<b>22</b>
コーポレートガバナンス	23
CSRの推進	27
コンプライアンス	30
リスクマネジメント	38
RC（環境・安全）活動	43
品質保証	50
化学物質マネジメント	57
<b>ステークホルダーへの責任</b>	<b>63</b>
お客さま（消費者）への責任	64
お客さま（法人顧客）への責任	74
社員への責任	80
サプライヤーへの責任	103
株主・投資家への責任	107
地域社会のために	111
<b>環境への取り組み</b>	<b>124</b>
環境宣言で掲げた中期目標の達成に向けて	126
製品ライフサイクルと環境負荷	128
環境目標と実績	130
地球温暖化防止	133
環境に配慮した製品・容器の開発	138
化学物質の適正管理	144
廃棄物の適正管理	147
水の有効利用と排水管理	149
生物多様性への対応	152
土壌汚染対策	154
環境コミュニケーション	155
環境会計	158
2009年度の受賞歴	161
環境データ集	162
<b>GRIガイドライン対照表</b>	<b>184</b>
<b>第三者検証意見書</b>	<b>200</b>

## CSR報告の方針

### さまざまなツールで花王グループの取り組みをお伝えしています

#### 本サイトの編集方針

花王は、1998年に「花王のレスポンシブル・ケア環境安全報告書」というタイトルで環境・安全報告書の発行を開始しました。2004年には社会面の情報も充実させ、タイトルを「環境安全・社会報告書」としました。2005年からは、事業活動を企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR)の視点から紹介する「CSRレポート」に内容を改め、多様なステークホルダーの皆さまの関心に応える情報開示・情報提供に努めてきました。報告にあたっては、企業理念「花王ウェイ」に則って推進している日々のCSR活動の方針や内容を、その進捗状況と共に開示することを基本としています。

2010年4月からは、事業活動のあらゆる側面から地球や社会の持続可能性実現に取り組むため、活動の名称も「サステナビリティへの取り組み」と変更しました。2010年のレポートについては紙資源保護のため、冊子は印刷せず、ウェブサイト「CSR/サステナビリティ レポート」として発行しています。

#### 主に3つのレポートで企業活動をご報告しています

花王グループでは、ステークホルダーの皆さまに企業活動をご報告するにあたり、「花王レポート」、「Kao Annual Report - Financial and Operating Review」、ウェブサイトの「CSR/サステナビリティ レポート」の3つのコミュニケーションツールを発行しています。「花王レポート」は、環境・社会的側面と経済的側面の両面から花王グループをトータルにご報告しています。また、「Kao Annual Report - Financial and Operating Review」「CSR/サステナビリティ レポート」は、それぞれ経済的側面、環境・社会的側面から過年度の活動実績や定量データなどをご報告しています。

#### 花王グループのコーポレート・コミュニケーション体系



## 本レポートの対象範囲など

### 対象組織

花王グループ(花王株式会社、子会社および関連会社)を基本としています。  
ただし、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。

### 対象組織名

事業区分		主要な会社	
コンシューマー プロダクツ 事業	ビューティ ケア 事業	国内	当社、花王カスタマーマーケティング(株)、 花王プロフェッショナル・サービス(株)、 愛媛サニタリープロダクツ(株)、ニベア花王(株)、 (株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)、 (株)エキップ、(株)リサーチ、 その他7社(計16社)
	ヒューマン ヘルスケア 事業  ファブリック & ホームケア 事業	海外	上海花王有限公司、花王(上海)産品服務有限公司、 上海佳麗宝化粧品有限公司、花王(香港)有限公司、 Kao (Taiwan) Corporation、 Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd.、 Kao Commercial (Thailand) Co., Ltd.、 Kao (Singapore) Private Limited、P.T. Kao Indonesia、 Kao Brands Company、Guhl Ikebana GmbH、 Kao Brands Europe Limited、 KPSS - Kao Professional Salon Services GmbH、 KPSS Inc.、KPSS Deutschland GmbH、 Molton Brown Limited.、Kanebo Cosmetics (Europe) Ltd.、 その他53社(計70社)
ケミカル事業		国内	当社、花王クエーカー(株)、昭和興産(株) その他1社(計4社)
		海外	Kao (Taiwan) Corporation、Pilipinas Kao, Incorporated、 Kao Industrial (Thailand) Co., Ltd.、 Fatty Chemical (Malaysia) Sdn. Bhd.、 Kao (Singapore) Private Limited、 P.T. Kao Indonesia Chemicals、 Kao Specialties Americas LLC、Quimi-Kao, S.A. de C.V.、 Kao Chemicals GmbH、Kao Corporation S.A.、 その他8社(計18社)
その他		国内	花王ロジスティクス(株)、花王システム物流(株)、(株)KCロジ スティクス、花王マーチャンダイジングサービス(株)、その他6社 (計10社)
		海外	Misamis Oriental Land Development Corporation、 その他9社(計10社)

## 対象期間

---

実績データは、2009年度(2009年4月1日～2010年3月31日)。ただし、労働安全および海外グループ会社に関するデータは、2009年(2009年1月1日～12月31日)となります。また、活動は、一部2010年度の内容も含まれます。

## 第三者検証

---

2003年から継続して第三者検証を受けています。2009年は日本レスポンシブル・ケア協議会レスポンシブル・ケア検証センターによる第三者検証を受けています。

## 対象分野

---

花王の事業分野に記載した事業内容に関わるCSR活動の内容。

▶ [コーポレートサイト - 事業分野](#) 

## 発行時期

---

前回発行 2009年7月

次回発行予定 2011年7月

## 参考にしたガイドライン

---

- GRI-G3「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」/「環境会計ガイドライン2005年版」
- (社)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)」

## 特集1 持続可能な社会の実現に向けて

花王は2009年、環境を経営の根幹に据えたエコロジー経営を推進することを表明し、2020年に向けた取り組み目標を掲げた「環境宣言」を発表しました。また、2010年4月には取り組みをさらに進め、サステナビリティを軸に事業活動の革新に取り組んでいくという考えから、企業理念である「花王ウェイ」の使命の中に社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを明記しました。

### 環境を経営の根幹に据えた“よきモノづくり”の推進

#### 花王の考えるエコロジー経営とは

2009年6月、花王は「環境宣言」を発表し、原材料調達から生産、物流、販売、使用、廃棄など製品のライフサイクル全体を通して、消費者、ビジネスパートナー、社会など多様なステークホルダーの皆さまと協働して取り組みを進める「いっしょにeco」活動を推進していくことを社会に表明しました。

この宣言の背景には、地球温暖化や資源の枯渇という地球規模の課題に人類が直面しているという状況のなか、使命として「世界の人々の豊かな生活文化の実現に貢献する」ことを掲げる花王が、自分たちがめざす「豊かさ」とは何かを考える過程で、中・長期的な経営戦略として「環境への負荷低減をベースとしたモノづくり」を進め、化学物質を取り扱う企業としての責任を果たしながら、自然と調和するエコロジー経営を推進すべきだという判断に至ったからです。

花王の製品の多くはご家庭で日常的にお使いいただく製品であり、ライフサイクル全体でCO<sub>2</sub>排出量や水の使用量を削減していくためには、消費者であるお客さま、ビジネスパートナー、また社会全体と一緒に取り組むことが必須となります。こうした背景からさまざまなステークホルダーと「いっしょにeco」が活動のテーマとなりました。

またCO<sub>2</sub>排出量や水の使用量を大きく削減するにはエコイノベーションともいべき新しい環境技術の開発が不可欠です。技術面での取り組みを大きく推進させるために、2011年6月に和歌山事業場内に「エコテクノロジーリサーチセンター(ETRC)」を新設いたします。この研究所はエコロジー経営を具現化するための環境分野の総合研究開発拠点として、将来的には次世代環境技術の開発にも取り組んでいきます。



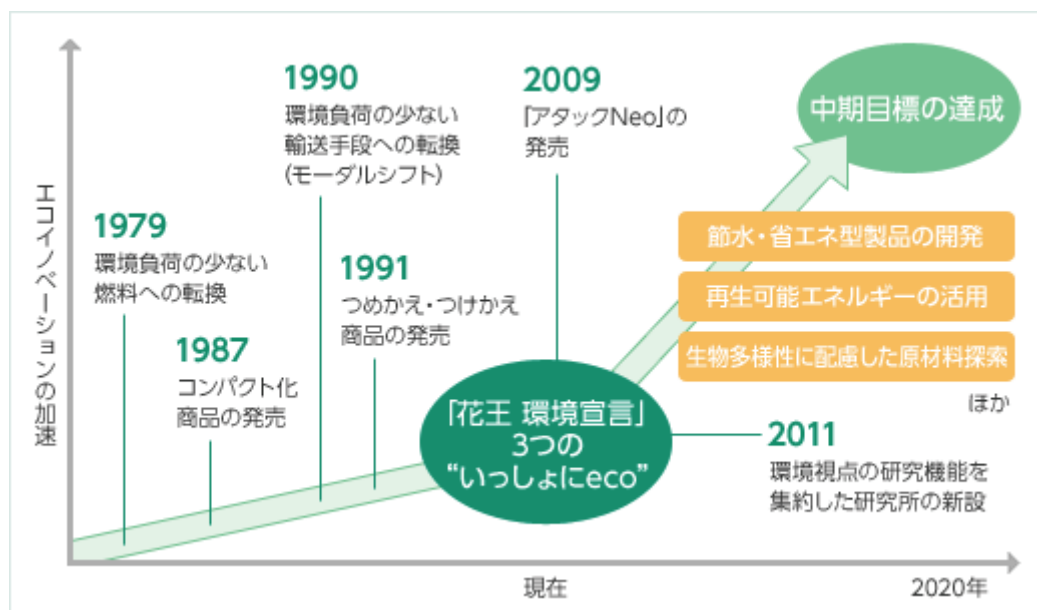
ETRC「本館研究棟」と「植物・バイオマス研究棟」(完成予想図)

## 「環境宣言」後の動き

「環境宣言」で掲げた目標の達成に向け、2009年10月にはCSR委員会(2010年4月、サステナビリティ委員会に改称)の下部組織として環境戦略推進委員会を設置しました。この委員会では環境宣言の目標実現に向けた戦略の立案、実行を行なうため、事業ユニット、生産、研究、購買、販売、ロジスティクス、コーポレート等の各部門からメンバーが参加し、商品、技術、資源、エネルギー調達それぞれの分野の方向づけを議論しています。エコアクション推進プロジェクト、方針策定会議、エコ戦略コミュニケーションプロジェクトなど、目標達成に向けての活動が始まっています。

環境への取り組みは、たとえば1970年代には洗剤の無りん化、生産分野の排ガス処理から始めており、その後も1987年に世界初のコンパクト衣料用洗剤「アタック」の発売、1990年にはトラック輸送から環境負荷の少ない鉄道輸送に変えるモーダルシフトの開始、また1991年からつめかえ、つけかえ製品の発売(現在では138品目)、1995年に世界の化学産業界の自主管理活動レスポンシブル・ケア(RC)活動の開始など継続してきました。こうした活動を土台にして、地球や社会のサステナビリティ実現に貢献するため、「環境宣言」を具現化するものとして「節水・省エネ型製品の開発」「再生可能エネルギーの活用」「生物多様性に配慮した原材料探索」などに、さらに積極的に取り組んでいきます。

## 花王の環境への取り組み



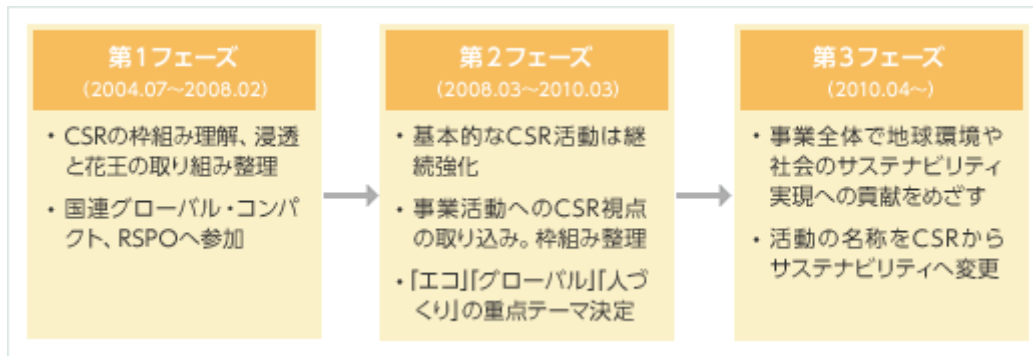
## 特集1 持続可能な社会の実現に向けて

### CSRからサステナビリティへ

#### 花王のCSRの進化～2004年からの3つのフェーズ

花王では2004年7月にCSR委員会、CSR推進部を設置し、花王グループ全体でCSR活動に取り組んできました。まずはCSRに関する社員の理解を促進することから始め、各部門での活動をCSRの枠組みで整理するとともに、国連グローバル・コンパクトやRSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)などへも参加しました。コーポレートガバナンスやリスク管理、コンプライアンスなど、企業存続に必須である基本的なCSR活動は継続的に強化しながら、2008年からは、日々の事業活動の中にCSRの視点を組み入れた活動の中で「エコ」「グローバル」「人づくり」の3つのテーマも定まりました。2010年4月からは、花王グループの事業全体が地球や社会のサステナビリティ(持続可能性)実現に貢献することをめざすという考えから、活動の名称もCSRからサステナビリティへと変更しています。

#### CSRの推進状況





### 3つのテーマ「エコ」「グローバル」「人づくり」

花王グループでは、各ステークホルダーが重視する社会課題、および花王グループ自身の中長期的な企業戦略、この両方を踏まえてサステナビリティ活動のテーマを定めています。

#### 「エコ」

地球環境・資源の持続可能性への挑戦

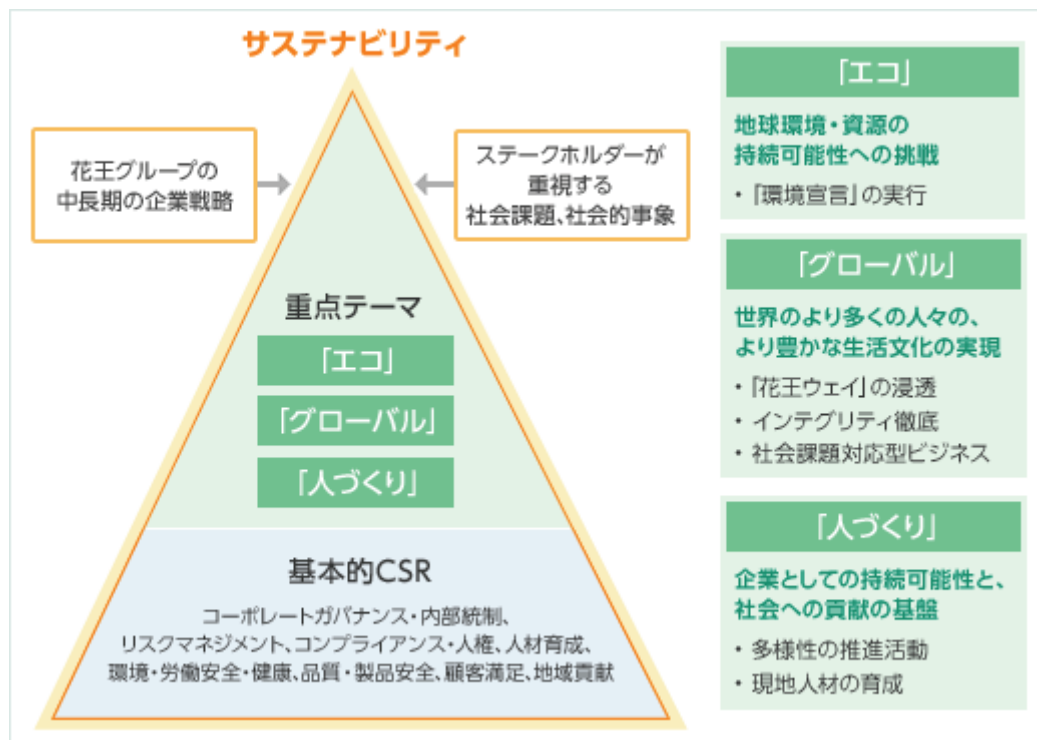
#### 「グローバル」

世界のより多くの人々の、より豊かな生活文化の実現

#### 「人づくり」

企業としての持続可能性と、社会への貢献の基盤

#### 花王のサステナビリティ概念図



## 創業時からのCSR視点と「花王ウェイ」

「人々の清潔で快適な生活に貢献したい」という願いから1890(明治23)年に発売された「花王石鹼」以来、花王は常にCSRの視点を持ちながら事業活動を行っており、こうした創業以来の精神を2004年、企業理念「花王ウェイ」としてまとめました。花王にとってのCSR活動は花王ウェイの実践と言い換えることもできます。2010年4月、CSRからサステナビリティへという大きな進化を明確に示すため、「花王ウェイ」の使命も「私たちは、消費者・顧客の立場にたつて、心を込めた“よきモノづくり”を行ない、世界の人々の喜びと満足のある豊かな生活文化を実現するとともに、社会のサステナビリティ(持続可能性)に貢献することを使命とします。」と改訂しました。

### 花王グループの経営とCSR視点

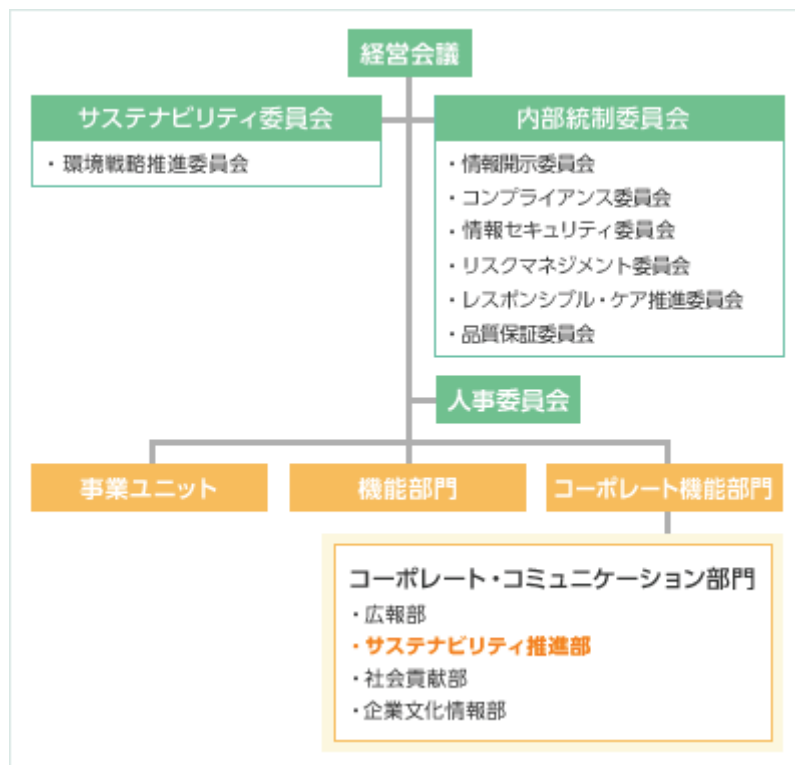


## 特集1 持続可能な社会の実現に向けて

### サステナビリティ実現に向けた体制

サステナビリティを軸に事業活動の革新を進めるため、2004年7月から活動してきたCSR委員会を発展的に解消し、2010年4月からサステナビリティ委員会を発足させました。グループ全体の方針決定、課題の把握や改善に向けた議論などを行ないます。また、委員会の事務局であったCSR推進部もサステナビリティ推進部に名称変更し、サステナビリティ委員会の事務局機能、および花王グループ全体への啓発、浸透、情報発信等の活動を行なっています。

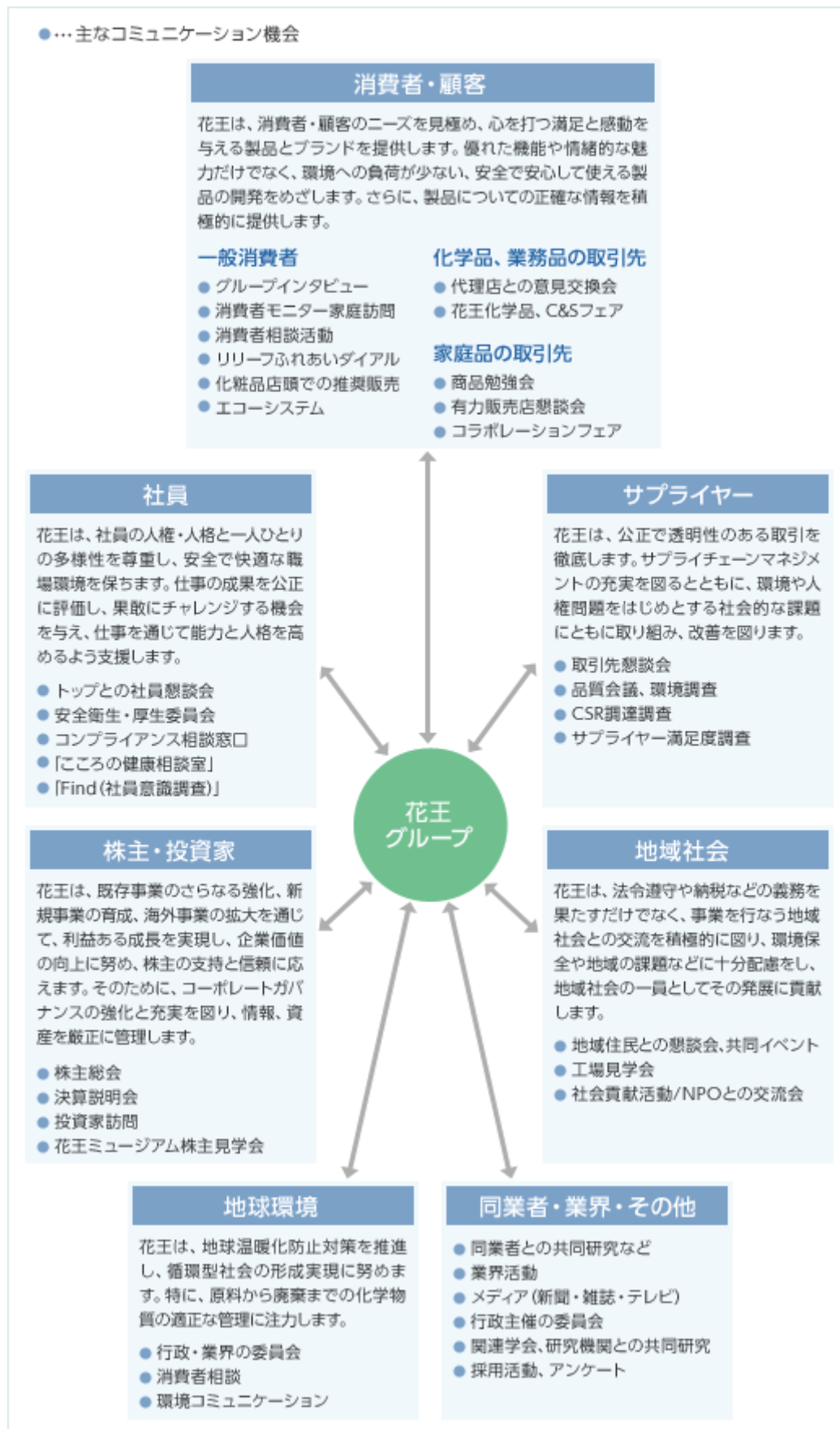
#### サステナビリティ経営体制



### ステークホルダーとの継続的な対話

花王グループでは各部門が積極的に行なう下記のようなステークホルダーとの継続的な対話を通して、地球や社会のサステナビリティ(持続可能性)の実現に向け、事業活動を推進しています。

## 花王グループのステークホルダーとの対話の機会



## 特集2 エコナについて

2009年9月、花王はドイツのリスク評価研究所が公表した化学物質に関する最新の研究結果を受けて、エコナ関連製品の製造・販売を中止し、翌10月には特定保健用食品（以下、トクホ）許可の失効届けを提出しました。この一連の出来事と花王の対応について、多くのステークホルダーの皆さまに、ご心配、ご迷惑をおかけしましたことを、まずは心よりお詫び申し上げます。

販売中止以降、花王では、本件への対応および今後に向けた体制を全社的に構築してまいりました。ここでは、中止に至った経緯と、中止を発表してからの当社の対応、今後の取り組みについて、そしてステークホルダーからのご意見を報告させていただきます。

### 販売中止に至った経緯

#### エコナ油にグリシドール脂肪酸エステルが含まれていることを確認

2009年3月にドイツのリスク評価研究所BfR※1（以下BfR）が、精製油脂などにグリシドール脂肪酸エステルという化学物質が含まれていることを公表しました。グリシドール脂肪酸エステルは、発がん性を含め、安全性への懸念を示す報告はないものの、体内で分解されると、発がん性があるといわれているグリシドールに変化する可能性を指摘されています。そのため、万が一の事態を想定して、BfRでは関連業界に対してグリシドール脂肪酸エステルの低減対策の必要性を提唱しました。

こうした情報を受け、花王でも自主的にエコナ油を分析したところ、グリシドール脂肪酸エステルが精製工程で生成され、その含有量が一般食用油と比べて多く含まれていることが判明しました（一般食用油の0.5～9.1ppmに対して、エコナ油は91ppm※2）。花王はこの結果をすぐに厚生労働省へ報告し、2009年7月および8月の食品安全委員会合同専門調査会で検討が行なわれました。

※1 BfR (Bundesinstitut für Risikobewertung)  
ドイツ連邦リスク評価研究所。

※2 91ppm=0.0091% 3-MCPD換算値。

## エコナ油の安全性と製造・販売を中止した理由

エコナ関連製品の安全性については、1998年のエコナ油のトクホ表示許可申請時から多くの評価を積み重ね、科学的根拠と客観的評価に基づいて、安全性に問題がないことを確認しています。たとえば、一度に多量に食べた場合や長期間食べ続けた場合の影響、一生毎日摂取した場合の発がん性、生殖毒性(世代を越え、子どもへ影響を与えるかどうか)、遺伝毒性(遺伝子に障害を与えるかどうか)などを試験しています。いずれの試験も、GLP基準※3適合の機関において実施され、特に発がん性試験においては世界的に認められている安全性試験法が用いられました。

現時点で、体内においてグリシドール脂肪酸エステルがどのように代謝されるのか、グリシドールにどの程度分解されるかどうか、知見がほとんどなく、実験方法も確立していません。仮に、体内でグリシドールに変わるとすると、発がん物質としてリスクが評価され、暴露マージン(MoE)※4が適用されます。MoEとは、発がん物質の評価に用いられる定量的なリスクの評価の手法で、JECFA※5やEFSA※6等で国際的にも採用されている方法です。これは動物において確認した腫瘍のできる量をヒトの推定摂取量で割って算出される値で、一般に10,000を超えると健康上の懸念がないと考えられています。エコナ油で、グリシドール脂肪酸エステルが100%グリシドールに変わるとする最悪のケースの場合、MoEは約250でした※7。

たとえば酒類中のエチルアルコールやコーヒー中のカフェ酸のMoEは3~90※8ですが、私たちはこれらの食品を日常的に摂取しており、規制されていません。また、アクリルアミドという物質が新たな発がん物質として話題になりましたが、これはMoEで75~300(摂取量によって異なる)という数字です※9。アクリルアミドは、アミノ酸と糖類を多く含む食品を高温で加熱すると生成するもので、揚げたジャガイモやビスケットに多く含まれており、国際的に低減策は講じられていますが、規制は行なわれていません。

エコナ油の安全性試験はグリシドール脂肪酸エステルを含有した状態での試験で、一般食用油と比較して安全性に問題は認められていませんが、これらの数値からもエコナ油のグリシドール脂肪酸エステルを低減する措置が必要であるという判断から、製造販売中止に踏み切りました。すでに、グリシドール脂肪酸エステルを一般食用油並みの10,000以上になるように、含有量のめどがつき、再発売に向けた取り組みをしています。

### ※3 GLP基準(Good Laboratory Practice)

「優良試験所基準」などと訳される。試験が正確かつ適切に行なわれたことなどを保証するための基準。

### ※4 暴露マージン(MoE)

動物において確認した腫瘍のできる量をヒトの推定摂取量で割って算出される値。

### ※5 JECFA

国連食糧農業機関(FAO)および世界保健機構(WHO)の合同食品添加物専門家会議。

### ※6 EFSA


欧州食品安全機関。

### ※7 内閣府食品安全委員会「第62回新開発食品・第75回添加物合同専門調査会」において、エコナ油で、グリシドール脂肪酸エステルが100%グリシドールに変わるとする最悪のケースの場合の算出されたMoE値が報告された。

### ※8 米国人の平均1日暴露量からMoEを計算した値。

▶ [The Carcinogenic Potency Database\(CPDB\)](#) 

### ※9 WHO FOOD ADDITIVES SERIES:55, Safety evaluation of certain contaminants in foods, Prepared by the Sixty-fourth meeting of the Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives (JECFA)

▶ [農林水産省ウェブサイト JECFAの評価と勧告](#) 

## 特定保健用食品の失効届けを提出

このようにグリシドール脂肪酸エステルの含有量をできるだけ早く低減するために製造・販売を一時中止し、そのことを2009年9月16日に発表したのですが、コミュニケーションの至らなから、多くのステークホルダーの皆さまに不安と心配をおかけしてしまう結果となり、発表翌日の1日で花王に寄せられたお問い合わせの電話の総コール数は従来の1年分に相当する16万件を超えました。予想をはるかに上回る混乱が、花王のみならず行政や食用油業界にも飛び火してしまったことを受けて、2009年10月8日、エコナ関連製品のトクホ許可失効届けを提出しました。

## 失効届け提出後の花王の対応

現在、花王では、すでにグリシドール脂肪酸エステル含有量低減のめどがつき、再発売に向けた取り組みを進めています。グリシドール脂肪酸エステルを低減した上で、商品としての安全性と有効性に関して再度知見を整理し、トクホの新規申請を行いません。

再び消費者の皆さまの健康な暮らしに貢献できる機能性食用油の提供ができるよう、努めてまいります。

さらに、機能性食用油に加えて、皆さま一人ひとりの状況に応じた食生活提案ができる新しい情報サービスを提供することで、現代の日本人がかかえる生活習慣病の予防や改善に貢献できるよう、全力で取り組んでまいります。

## 特集2 エコナについて

### ステークホルダーへの対応

#### 「エコナ消費者相談室」の設置

販売自粛の発表と合わせ、花王はステークホルダーの皆さまからのお問い合わせ増加を想定した専用フリーダイヤル「エコナ消費者相談室」を設置しました。しかし、予想を超えるお問い合わせが寄せられ、当初は十分な対応ができずに多大なご迷惑をおかけしてしまいました。それを受けて、急遽フリーダイヤルを追加で開設したほか、研究所や関連部門にも応援を要請し、全社をあげて対応にあたりましたが、それでも通常の相談窓口も含めて電話がなかなかつながらないという状態がしばらく続きました。

相談件数は販売自粛を発表した2009年9月16日から2010年3月末日までの累計で40万5000件（手紙とメール含む）にのぼり、主な内容は「返品について」「安全性について」「花王の企業姿勢について」などでした。花王では、いただいたご意見を真摯に受け止め、社内で共有するとともに、回線の追加増設、ウェブサイトでの説明、また各地の消費生活センターへの情報提供など、ステークホルダーの皆さまへの情報発信に努めました。



社員による「エコナ消費者相談室」

#### 返品への対応

お問い合わせに対する説明と並行して、製品の返品を希望されるお客さまに対しては、商品相当額のギフト券を返送するという対応をとりました。エコナ関連製品は製品の種類・発売数量ともに非常に多いため、ピーク時には全国4つの事業所に返送センターを設置して、花王グループ社員や協力会社のべ約1万5000人（2010年3月末日まで）が対応にあたりました。現在は、規模を縮小して返品対応を継続しています。



全社員による返品対応

#### 積極的なコミュニケーション活動

花王では今回のエコナ関連製品の製造・販売中止、トクホ失効届けに関するご意見をいただくために、消費者団体やマスコミ関係者、管理栄養士、保健士、生協関係者、食品メーカー、学識者あるいは大学関係者、病院関係者など、幅広いステークホルダーに対して説明会や意見交換会を実施しており、双方向コミュニケーションの重要性や、食品のリスクへの考え方など、それぞれの立場からさまざまなご意見をいただくことができました。今後も、こうした幅広いステークホルダーとのコミュニケーション活動を推進し、相互理解を深めていきます。



## ウェブサイトを通じた継続的な情報発信

「エコナ」に関するさまざまな情報は、販売自粛を発表した当初から、花王ウェブサイトにて『エコナ』に関する大切なお知らせ」と題した特設サイトを設け、継続的に発信してきました。また、研究サイトページでは、最新の研究成果を掲載するとともに、より詳細な説明を行なっています。

さらに、2010年5月からは、これまでの情報を整理し、よりわかりやすい説明を心がけて、「エコナホームページ」を更新しました。最新ニュースやQ&Aコーナー、食品安全委員会や消費者庁ウェブサイトといった関連サイトへのリンクなど、「エコナ」に関するさまざまな情報を一元化して発信しています。

▶ 栄養代謝の研究開発 

▶ エコナホームページ 



「エコナ」に関する大切なお知らせ  
(現在は「エコナホームページ」に一元化)



栄養代謝の研究開発



エコナホームページ

## 専門家やマスコミ、一般消費者の方々に向けた冊子の発行

花王は、2010年夏、食の専門家や報道関係者を対象とした『Kaoヘルスケアレポート 別冊』を発行する予定です。さらにエコナ関連製品をお送りいただいたり、「エコナ消費者相談室」にお問い合わせいただいたお客さまの中で、ご承諾をいただいた方に、『お客様向け冊子』をお届けします。『Kaoヘルスケアレポート 別冊』は、2003年から継続して年4回発行している『Kaoヘルスケアレポート』の特別号として、「エコナ」に特化した内容にしています。また、『お客様向け冊子』では、「エコナ」について一般のお客さまにも理解していただける内容になるよう配慮いたしました。

## 今後に向けた花王の取り組み

前述しましたようにグリシドール脂肪酸エステルに関しては、世界的に標準とされる分析法が確立されておりませんでした。花王はこのたび、食用油中のグリシドール脂肪酸エステルを直接分析する方法を新たに開発いたしました※。また、グリシドール脂肪酸エステルの含有量を一般食用油と同程度に低減する目処が付き、再発売に向けた取り組みを進めています。グリシドール脂肪酸エステルを低減したうえで、商品としての安全性と有効性に関して、再度知見を整理し、トクホの再申請を行なう予定です。引き続きEU・アメリカ・日本国内の産官学と協働して代謝研究のため微量分析法の開発や、さらなる低減技術の確立に向けた研究を継続していきます。

また、今回のエコナ関連製品の製造・販売中止に至った一連の出来事では、ステークホルダーの皆さま、特に「エコナ」をご愛用いただいていたお客さまへのコミュニケーションの至らなから、ご心配やご迷惑をおかけしてしまいました。いただいたお叱り、不安、激励のお言葉を誠実に受け止め、今回の件を教訓に、リスクに対する組織対応のしくみづくり、ステークホルダーとの対話、コミュニケーションに一層努めてまいります。

※ Masukawa Y, Shiro H, Nakamura S, Kondo N, Jin N, Suzuki N, Ooi N and Kudo N, J Oleo Sai, 59, 81-88(2010)

## 特集2 エコナについて

### ステークホルダーからのご意見

## 科学ライターの立場から



松永 和紀(まつなが・わき)氏

京都大学大学院農学研究科修士課程修了(農芸化学専攻)。毎日新聞社に記者として10年間勤務した後、フリーの科学ライターに。主な著書に『「食品報道」のウソを見破る～食卓の安全学』(家の光協会)、『食の安全と環境～「気分のエコ」にはだまされない』(日本評論社)など。『メディア・バイアス～あやしい健康情報とニセ科学』(光文社新書)で科学ジャーナリスト賞2008を受賞。

### 業界のリーディングカンパニーとして、正面からリスクコミュニケーションを

がんは、日本人の死因の第1位。誰でも、がんにはなりたくない。だから、「体内で発がん物質に変わりうる物質がエコナに含まれる」と聞いて、多くの人が不安に駆られた。センセーショナルな報道も横行した。だが、焼けた魚や肉、野菜、塩蔵物など多くの食品に、発がん物質がごく普通に含まれているという予備知識が消費者やメディア関係者にあったら、どうだっただろう？ リスクゼロの食品など存在しない。そして、エコナ製品の発がんリスクは、最悪のケースを想定しても非常に大きいとは言い難い(「[エコナ油の安全性と製造・販売を中止した理由](#)」参照)。そうした科学的な情報を、花王は消費者やマスメディアにもっときちんと伝えるべきだった。そうすれば、消費者のエコナに対する反応も報道も、もっと落ち着いたものになったのではないか。

しかし、初期のニュースリリースはただ、「安全性に問題がないことを確認しているが、安心感を得られていないから販売を自粛する」と主張するばかりで、科学的な説明はなかった。花王が当初、そうした広報姿勢を選んだ理由はわからなくもない。「食品はリスクゼロ」と信じ込んでいる多くの消費者にいきなり、「リスクは否定できませんが、大きいとは言い難い」などと説明したら、どんな反応になるか予測しづらい。感情的な“企業バッシング”に火がつき大混乱となることを恐れたのは想像に難くない。

しかし、それでも、科学技術の適切な利用に力を尽くし伸びてきた企業だからこそ、情報公開と丁寧で科学的な説明を行なうべきではなかったか？ 花王がエコナの販売自粛に関する最初のリリースを流した2日後だったか、私はある生協職員から尋ねられた。「普通の食品には発がん物質が含まれていますよねえ。これは大騒ぎする問題ではないのでは？ でも、花王のウェブサイトや広報資料を見ても、なんの説明もなくて、わからないんですよ」。花王は消費者の感情的な反発を恐れるあまり、こうした冷静な人々の「きちんと説明してほしい」という思いを裏切ってしまったのだ。

業界のリーディングカンパニーだからこそ、これからは正面からリスクコミュニケーションに挑んでほしい。個々の企業がその努力をしなければ、日本の消費者は変わらない。社会は変わらない。ゼロリスクの食品はないのに、たまたま槍玉に挙げられた食品がたたかれ、企業が大きなダメージを受ける不毛の現象が繰り返されてしまう。社会の変革の先鞭をつけるのも、企業としての社会的な責任のあり方ではないか。企業の努力によって消費者が知識と判断力を得られれば、その努力が高く評価される時が必ずくる。企業の信頼に結びつく。

## ステークホルダーからのご意見

## 消費者代表という立場から



古谷 由紀子(ふるや・ゆきこ)氏

中央大学法学部法律学科卒業。(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会(通称NACS)常任理事、消費生活研究所担当理事。CSR、コンプライアンスを中心に、企業と消費者との持続可能な関係づくりのために活動するほか、経済産業省ISO/SR国内対応委員会、内閣府「社会的責任に関する円卓会議」運営委員などを務める。

## ステークホルダーと共に解決するリーダーシップを

2009年9月にエコナを販売自粛したこと自体は、消費者の不安に応えようとした対応だと思えますが、問題は情報発信のタイミングと伝え方にあると思います。従来の常識からすれば、2009年9月の消費者への情報発信は決してタイミングが遅いわけではありません。しかし、情報があふれ、企業への不信がある社会では、リスクに関わる情報かもしれないということがわかった2009年3月の時点から、BfRが公表した事実を提示し詳細はつかめないまでも、問題解決の過程をその都度開示していったならば、消費者の安心感はずいぶん違ったのではないのでしょうか。

「エコナ消費者相談室」が、一時150回線というフリーダイヤルの追加設置でも対応しきれなかったとのこと、これだけの回線と人を用意したのは貴社の日頃の消費者対応の実績があったからだと思えます。また幅広いステークホルダーに対し何度も説明会や意見交換会を開催したことも日頃のコミュニケーション力の強みが発揮できた結果だといえます。しかし、今回はクライシスになってしまったからの対応であり、社会問題化するまえに消費者の気持ちに沿ったコミュニケーションをすることが今後の改善点といえるでしょう。

私がエコナ問題に関わったきっかけは、行政や消費者団体等が科学的知見による安全性評価の判断をしない懸念を感じ、NACSの食を専門とする委員会等に声をかけ、2009年10月15日に消費者庁や厚生労働省等に「特定保健用食品の表示の許可に関する審査に対する意見書」を提出したことです。エコナについては、前例のない事態であったとはいえ、科学的判断で対応しながら、消費者の不安にも的確に応えるという難しさに挑戦しなければ、真の消費者利益の実現は図れないことを感じさせる事例だったと思います。貴社には厳しい経験であったと思いますが、避けては通れない社会の課題であり、持続可能な未来をつくるために、ステークホルダーと共に解決していくリーダーシップを期待します。

## 特集2 エコナについて

### ステークホルダーからのご意見

## CSR経営の専門家の立場から



デイヴィス・スコット氏

立教大学経営学部 教授。オーストラリア国公立ニューサウスウェールズ大学卒業、同大学大学院博士課程修了、立教大学大学院博士課程修了。特殊法人 日本労働研究機構専任研究員、麗澤大学教授を経て、2006年4月より現職。専門分野は「社会的責任と経営戦略」。

### 花王の対応を客観的に振り返る

「エコナ」の製造・販売中止に関する花王の対応を客観的に評価するには、企業不祥事の際の最悪の対応パターンと今回の花王の対応とを比較することが有益です。

最悪の対応パターンとしては、まず、本来行なうべき6つの行動がなされないことが挙げられます。

1. 問題が起きた時、問題があることを示す情報を無視する。
2. 問題が起きたことを社内で共有しない。トップへ報告しない。報告を先延ばしにする。
3. 当局への報告をすぐに行なわない。
4. 問題に対応するための全社的な体制を構築しない。
5. 原因の解明や問題が起こった背景を考査しない。
6. 関係する利害関係者に対して情報開示を自発的に行なわない。

また、本来なら避けるべき3つの行動をとってしまうことです。

1. 必要に迫られた時に、必要最低限の情報開示を行なう(その場しのぎの回答が多く、毎回、見解が変わる)。
2. 追及を受けた時のみ、追及した者にだけ回答する。
3. 情報開示の姿勢、開示するタイミング、開示内容が総じて不誠実な印象を与える。

今回の「エコナ」への花王の対応は、明らかに上記の最悪の対応パターンとは正反対で、むしろ、誠実さと責任感は注目に値するものでした。今後、ジョンソン・エンド・ジョンソン社の「タイレノール事件※1」のように、責任ある企業の行動の一例として各ビジネススクールで研究されるのではないのでしょうか。

しかし、これほど責任ある態度で対応したのに、なぜ人々の不安を招き、議論を呼ぶことになったのか。この疑問に答えるには、製品としての「エコナ」の独自性と、そこから生じる2つの要因を検討する必要があります。

#### ※1 タイレノール事件

1982年に発生した解熱鎮痛剤への毒物混入事件。ジョンソン・エンド・ジョンソン社は意図的な毒物混入の疑いが出た直後から、TV、新聞、電話対応などで消費者に対して製品への注意と回収を呼びかけ、被害を最小限に抑えた。企業の危機管理の模範といわれている。

## ユニークな製品としての「エコナ」

花王は、消費者が日常生活で直面する課題を解決したり、不足を補ったりする製品の開発を通じて、生活の質を向上させるという使命を長年追求してきました。「エコナ」はそんな製品のひとつであり、花王にとって大きな挑戦でした。すなわち、一般消費者向け食用油市場への新規参入を意味すると同時に、新技術を応用することでほかに類を見ない独自の食用油を開発することを意味したのです。したがって、「エコナ」は花王・市場の双方にとって初めての経験だったのです。

花王は、多くの年月を費やして技術を研究し、製品を開発しました。その間、「エコナ」は日本の当局が要求するあらゆる規制に従ってテストされ、販売許可に必要とされる安全および長期使用基準のすべてに適合しています。業界で要請される基準以上に、通常の生活で長期間使用した場合の影響や効果についての科学研究にも幅広く参加しています。こうした研究は「エコナ」発売後も継続され、大学の医学研究チームの研究にも花王は進んで応じています。

「エコナ」は要求されたテストすべてに合格し、試験手順や結果の公表に花王が影響を及ぼすことができない第三者の治験にも合格しました。さらに、継続的な製品開発と改良の長期的プロセスの一環として、発売後も花王は「エコナ」のテストを継続しました。ここで注目すべき点は、「エコナ」が安全な製品であると十分に立証されていたことでした。つまり、「エコナ」の問題点は安全性ではなく、「コミュニケーション」と「規制」なのです。

## コミュニケーションの問題としての「エコナ」

「エコナ」は、現代の生活スタイルの利便性を享受しつつ、健康を維持するという目的のために開発された画期的な製品でした。花王のいう「新しい健康提案」です。花王は最先端の素材や技術を用いて新しい製品を開発していますが、これは製品を通して生活の質を高めるといふ花王の使命によるものです。この使命や、それを実現するための努力というものは継続的なプロセスであり、つまり、花王は消費者が製品をどのように使用するか、それが消費者の理想の生活スタイルにどう関連しているかを継続的に研究し、製品の発売後も改良のチャンスを積極的に探求し、さらに進歩した新製品をつくり出すべく新技術の開発を継続的に進めているということです。「エコナ」のグリシドール脂肪酸エステル含有の事実の判明は、花王の継続的な改良のための努力の結果であり、それに続く販売自粛措置もまた、使命から導き出される当然の対応でした。

ここ数年、日本の消費者は食品業界の相次ぐ不祥事に驚かされてきました。期限切れの材料を使った製品、産業廃棄物からつくられた製品、違法な殺虫剤が混入した製品、偽装表示の製品、賞味期限を偽った製品などが毎週のように報道され、その結果、日本の消費者は製品の回収や生産中止イコール不正なビジネス、評判の悪い企業とみなすようになってしまいました。不信感が日本中に蔓延していると言っても過言ではありません。これが、「エコナ」の販売中止が問題になった第一の理由です。

花王は、最近発見された製品中の不純物(数カ月前にその存在が発見された)を低減できるよう、成分構成を変更するか、生産プロセスを再設計できるまで販売を一時自粛すると発表しました。しかし、この不純物に関する知識の有無にかかわらず、「エコナ」は長期使用試験によって安全であることが証明されていることを念頭におく必要があります。花王の行動は、製品の効果や消費者の生活の質の向上をめざし続けると宣言する、企業の使命と製品戦略に基づくものです。科学の進歩によって製品と生産技術のより深い理解が可能になり、花王はこれを製品改良のチャンスととらえました。これは賞賛に値する行動です。しかし、同時に重大な間違いを犯したのです。

花王は日本の消費者の心理を十分に理解できていなかったのです。自社の使命および製品のめざすところを、長年にわたり、消費者に十分に伝えていませんでした。日本の消費者は、相次ぐ食品スキャンダルに驚き、失望し続けた結果、「エコナ」の販売中止は新たな企業不祥事の発生と理解しました。これは、本質的にはコミュニケーションの問題です。

花王はこれまで消費者に対して、より健康な生活の提案という一方的な対話を行ってきただけで、消費者は単により製品を求めるのみでした。花王は、自社製品が売れていけば自動的に使命は実現されているのだと決めてかかるのではなく、企業使命とそこから生まれる製品戦略が理解されるような努力をもっと行なうべきでした。今後、花王はあらゆる努力を行ない、健康とは何か、健康で幸福な生活とは何か、また長期的な健康や幸福な生活をよりすすめるために、製品に関して行なわれている継続的なイノベーションの価値について、消費者との積極的な対話をすすめていかなければなりません。

## 業界全体の問題としてのリスク管理

現在、日本では多くの加工食品が流通しています。食品は通常、「よりおいしく」か「より保存がきく」の2つのうちのどちらかを目的として加工されていますが、この2つには重要な共通点があります。それは、両方とも限界があることです。ひとつの製品ばかり食べる人はまずいないので、ある製品の味をよくするために無限の努力をしても、メリットにはかぎりがあります。同様に、通常の食品の保存可能期間が長いというメリットは、入手できる価値よりも保管のコストが上回ってしまうとなくなります。つまり、食品加工の目的には多くの場合、限度があるということです。

目的に限界がある場合、製品の使用または製造中の“リスクを回避”することが重要になります。一方、「エコナ」やほかのいくつかの製品は、より健康的な生活を提供するという目的で開発されています。健康で幸福な生活には限度というようなものはない—我々は誰でも自分や家族の可能な限り最高の健康な生活を追い求めているわけですから—、技術的に可能なもの以上に健康的な製品を生産するという目標にも限度はありません。目標に限界がなく、その追求も継続されるため、“リスクの管理”は“リスクの回避”よりも重要になります。

現在、加工食品の開発・販売を監視・統制する規制上の枠組みは、目標には限度があるという前提に基づいているため、“リスクの回避”が最優先されます。このシステムでは、潜在的にリスクのある製品は排除されなければなりません。これは「味」や「消費期限」など達成可能なゴールがある大半の食品に対しては常識的なアプローチですが、より健康的な生活を提供する製品、つまり、定義上、継続的な改良を必要とする製品には適していません。科学の進歩により、一般的な食品においても何らかの問題が明らかになることがあります。多くの場合は、その問題点が味や保存というメリットより優先されます。知識が増えるにつれ、回避すべきリスクは明らかになります。しかし、科学の進歩により、より健康的な生活という継続的な目標の達成を目的とした製品を改良するチャンスも生まれるのです。

「エコナ」の販売中止という花王の決定は、“リスクの回避”が最優先されてしまう枠組みの中で行なわれました。そのため、製品改良のチャンスとして“リスクを管理”しようとした花王の行動は、“リスクを回避”する試みにすぎないと理解、評価されました。これが、「エコナ」の販売中止が大きな不安を引き起こした第二の理由です。現行の規制制度は“リスク管理”よりも“リスク回避”を重視した制度で、継続的な改善プロセスの中で積極的に“リスクを管理”する企業に、十分な指導や支援を行っていません。端的にいうと、科学の進歩がもたらすチャンスを活かすには不十分な制度だということです。

日本では、花王などいくつかの企業が健康な生活に貢献できる独自の製品を開発してきました。こうした企業により、日本や世界でまったく新しいハイテク産業が生まれる可能性もあります。また、食生活の欧米化、運動不足や高齢化を考慮すると、日本社会に対するこうした産業の貢献は非常に大きなものになると考えられます。日本は、将来に向けてこうした製品や産業を、責任を持って育成することのできる枠組みを構築する必要があります。日本の関連当局、政府機関、消費者団体および企業は建設的な対話を積極的に行なって、日本における健康的な生活に貢献できる製品の意味を議論し、またこうした製品に対する日本の期待を明確にし、リスクを建設的に管理できる枠組みを確立することで、こうした製品の責任ある開発や販売を促進していくべきです。

これまで花王は、単独でこの目標を達成しようとしてきましたが、企業一社で対応するにはあまりに重要かつあまりに複雑な目標です。花王はこの新しい産業を発展させるために、政府、消費者および業界団体と協力して、率直で建設的な対話を行なう努力を強化しなければなりません。こうした対話の促進に向け、消費者庁の取り組みも期待されます。

※ 筆者は、花王に要請した情報すべてについて十分な開示を受け、当該製品の開発や管理に携わる主要スタッフとのインタビューも自由にさせていただきました。

## CSRマネジメント

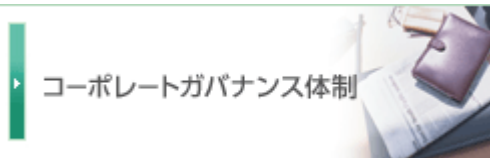
コーポレートガバナンス	23
CSRの推進	27
コンプライアンス	30
リスクマネジメント	38
RC（環境・安全）活動	43
品質保証	50
化学物質マネジメント	57

## コーポレートガバナンス

花王は、企業価値を継続的に向上していくために、効率が高く、健全で透明性の高い経営を実現する経営体制、および内部統制システムを整備することをコーポレートガバナンスの基本的な考え方としています。

コーポレートガバナンスの継続的な強化を重要な経営課題と位置づけ、株主をはじめとするステークホルダーからの要請、社会動向などを踏まえた検証を毎年実施し、適宜必要な施策を実施しています。

▶ [花王株式会社の社外役員の独立性に関する基準 <100KB>](#) 





## コーポレートガバナンス体制

### コーポレートガバナンス体制の向上への取り組み

花王は、社外取締役を含む取締役会と監査役会という枠組みの中で、監督と執行の分離を進めていく体制として、「執行役員制度」を導入しています。2009年6月の定時株主総会後の経営体制は、社外取締役2人を含む取締役15人、社外監査役2人を含む監査役4人、取締役兼務者13人を含む執行役員25人です。社外取締役1名と全社外監査役は、花王の「社外役員の独立性に関する基準」に照らして、経営陣から独立した中立性を保っています。

また、委員会設置会社における報酬委員会および指名委員会と同様の機能を果たすものとして、「報酬諮問委員会」および「会長・社長選任審査委員会」を設置しています。報酬諮問委員会は、全代表取締役、取締役会会長、全社外取締役により構成され、代表取締役が、取締役と執行役員の報酬制度や水準について意見を求めるもので、毎年1回役員報酬改定時期に開催、審査結果を取締役に諮問するものです。会長・社長選任審査委員会は、全社外取締役および全社外監査役だけで構成し、会長と社長の選任や再任の際に、その適正さにつき、事前に同委員会の審査を経て、取締役会に意見具申をするものです。

今後も、上記施策による監査役設置会社としての現体制を基礎として、継続的なガバナンス体制の向上を図っていきます。

### 役員報酬の適正性の確保と多面評価を実施

前述のとおり、取締役および執行役員の報酬制度やその水準については、「報酬諮問委員会」において審査を行なっています。報酬については、株主と利害を共有する目的でストックオプション制度を導入しているほか、EVA(経済付加価値)などを基準とした業績連動型報酬も取り入れています。

また、花王は2年に1度、取締役および執行役員の「多面評価」を実施しています。これは、役員が備えるべきリーダーシップの内容を明示し、上司、同僚、部下の三方向から業務の成果を評価する制度で、結果は本人にフィードバックし、改善点の気づきを促しています。

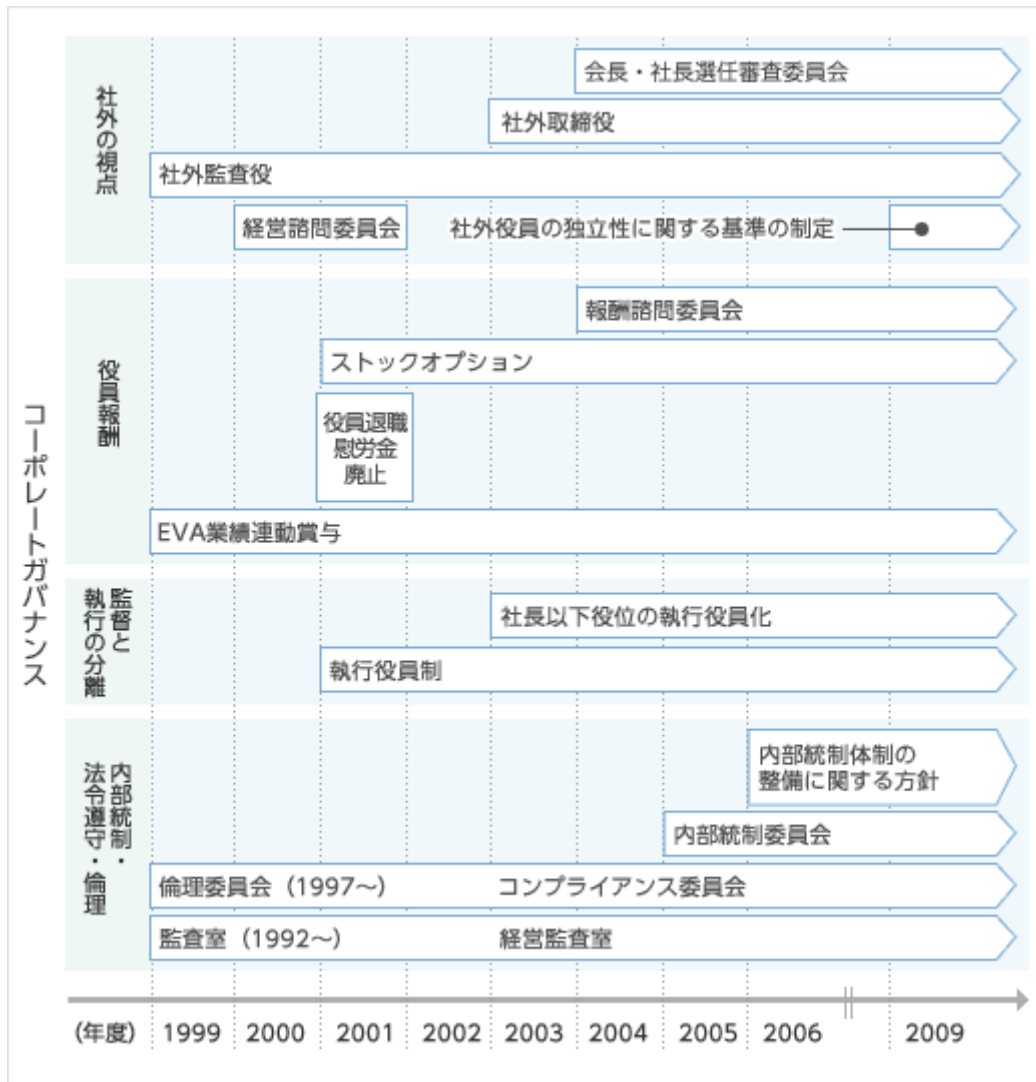
### 監査体制・活動を継続的に強化

花王の経営陣から独立した中立の存在である2人の社外監査役を含む4人の監査役は、監査の実効性の向上と機能の強化のため、代表取締役との定期的な意見交換会、取締役会・経営会議等の重要会議、国内グループ会社の監査役との定例連絡会議に出席するほか、内部監査部門や会計監査人との情報交換や、社内各部門や子会社などへのヒアリングを、定例的かつ必要に応じて行なっています。

また、花王では、国内外の関係会社を含めた業務プロセスの適正性、経営の妥当性および効率性を内部監査する目的で、「経営監査室」を設置しています。

2009年度は、社内規程に対する準拠性監査、輸出監査、内部統制の整備・運用状況を中心とした業務監査などを実施しました。また、2008年7月には花王アメリカに経営監査室を設置し、北米子会社の業務監査を実施しています。

コーポレートガバナンスの全体像の推移



## 内部統制システムの強化

### 基本方針・体制

花王は、2006年5月、経営の透明性を確保し、すべての業務を適正に遂行するため、「内部統制整備に関する基本方針」を策定し、毎年遵守状況等を確認のうえ、必要に応じて見直しを行なっています。この方針に則り、代表取締役 社長執行役員を委員長とする「内部統制委員会」が体制整備や運用計画を審議・決定しているほか、これらを定期的に評価し、必要に応じて改善を続けています。

「内部統制委員会」の傘下には、「情報開示」「コンプライアンス」「情報セキュリティ」「リスクマネジメント」「レスポンシブル・ケア推進」「品質保証」を担当する6つの委員会を置き、それぞれがPDCAサイクルを回しながら、内部統制の強化を図っています。また、「内部統制委員会事務局」会議には、各委員会の主要メンバーである役員も参加して、各委員会の活動状況を含めた内部統制体制の整備・推進状況の確認等を行なっています。

### 内部統制報告制度(J-SOX)に対応

花王は、2008年4月から始まった「内部統制報告制度(J-SOX)」に備えて、2006年度から「内部統制整備文書化推進プロジェクト」に取り組み、主な業務プロセスの文書化や全社統制推進など、財務報告の信頼性向上に努めてきました。そして、2008年度からは、「内部統制整備文書化推進プロジェクト」にかかわって「J-SOX事務局」を発足しました。2009年6月には、内部統制は有効である旨を記載した2008年度の内部統制報告書を金融庁に提出しました。

花王は、今後も継続して内部統制の整備・運用のしくみの改善を重ね、財務報告の信頼性、経営の透明性を向上させていきます。

## CSRの推進

花王グループでは、事業のグローバル化に合わせて“グループ”で“グローバル”にCSRを推進していく体制づくりを進めています。CSRの国際的な原則である「国連グローバル・コンパクト」への参加を表明するとともに、グループ全体の活動を統括するしくみを構築しています。



## CSR推進体制

### 「CSR委員会」を中心とした体制を整備

花王は、CSRをグループ全体の活動として継続していくために、「CSR委員会」と「CSR推進部」を中心とした組織体制を構築しています。

CSR委員会は社長を委員長とし、各部門を代表するCSR委員が参加しての委員会を、年4回開催。部門ごとの活動内容や課題を共有するとともに、課題解決について討議しています。2009年度は、6月に「環境宣言」を発表したこともあり、環境を中心とした重点テーマを花王グループ全体でどう進めていくかが、議論の中心となりました。

また、CSR推進部は、CSR委員会の事務局としての機能を果たすとともに、グループ全体のCSR活動方針の立案や、社内外へのCSR情報の開示といったコミュニケーション活動を担っています。

各部門では、社員の能力を活かすしくみづくりや、サプライチェーン各社へのCSR活動の働きかけ、地球環境保全への取り組みなど、それぞれが明確な目標を定めて活動を継続的に推進しています。

なお、CSR委員会、CSR推進部は2010年4月に、それぞれ「サステナビリティ委員会」「サステナビリティ推進部」と名称を変更し、新たな役割を担って活動を開始しています。

- ▶ 特集1 持続可能な社会の実現に向けて - CSRからサステナビリティへ～体制と対話 - サステナビリティ実現に向けた体制

### グローバル・コンパクト(GC)への参加

花王は2005年5月、「グローバル・コンパクト(GC)※」への参加を表明し、支持を継続しています。全社員にGCの精神を周知するため、2008年度の花王ビジネスコンダクトガイドライン(BCG)の改訂にあたっては、基本精神に「国連が提唱するGCの10原則を支持し、実践します」という項目を追加しました。また、毎年、全世界のグループ会社に対して、GCに基づいた調査を実施しています。2009年度の調査では、児童労働など問題になる事例はありませんでした。



- ▶ [グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワーク](#)

#### ※ グローバル・コンパクト(GC)

世界各国の企業が、人権・労働・環境・腐敗防止の分野における10原則を支持し、地球市民として実践に取り組んでいくもので、1999年にスイスのダボスで開催された世界経済フォーラムの席上で提唱された考え方。

## CSR活動の推進に向けた施策

### CSRの研修・説明会を実施

CSRを果たしていくためには、全社員がCSRを意識し、活動を推進していくことが不可欠です。こうした考えをもとに、花王では、組織の中核を担う各部門のマネジャー層を対象に、「CSRとは何か」「花王のCSR活動とは」「各部門、各社員は何をすべきか」というテーマで、CSRの理解・浸透を目的とした説明会を継続的に開催しています。2007年度からは、説明会のエッセンスを入社時や昇格時などの研修に取り入れたほか、関係会社の定例会議などでも実施しています。また、2008年度からは、アジア、欧米のCEO会議・ゼネラルマネジャー会議でも実施しています。

### CSRの浸透をグループ会社に展開

2009年7月から10月にかけて、花王(株)を含めた、花王カスタマーマーケティング、花王マーチャндаイジングサービス、花王ロジスティクスなどのグループ会社社員、約1万2千人を対象にCSRのネット学習を実施しました。「環境宣言」の背景となる、地球環境や社会の変化に加えて、花王グループのCSRの考え方、他社のCSR事例などCSRに関する基本事項を、イントラネットを利用して学ぶものです。最終的には、対象社員の91.7%が受講し、「花王の進もうとしている方向が理解できた」「アタックNeoの商談に役立つ知識が得られた」などの感想が寄せられました。

一方、カネボウ化粧品では、部門ごとにCSR課題の検討会を行ない、その中で全社横断的な検討が必要な課題については、CSR委員会で議論を重ね、事業戦略と連動したCSR推進の方向性をまとめました。

### 「CSRレポート」のアンケートを実施

CSR推進部では、花王のCSR活動の全体像を社員に知ってもらうために、毎年、国内外のグループ各社の社員にCSRレポートを配布しています。と同時に、各部門の管理職を通じて、一人ひとりにその内容を把握してもらうよう要請しています。

2009年度は、国内グループ各社の社員約2万3000人、海外グループ各社の社員約1,500人にレポートを配布しました。

また、社員のCSR意識の把握やCSRレポートの改善を目的に、毎年、グループ各社から約1,000人を無作為抽出してアンケートを実施しています。

2009年度は、「環境宣言」についてトップメッセージや特集で取り上げていたこともあり、花王の姿勢や「環境宣言」に込められた意気込みがよく理解できたという声が多数寄せられました。その一方で、「もう少し具体的な活動や事例を増やしてほしい」「海外グループ会社の情報なども増やしてほしい」という要望も寄せられました。

## コンプライアンス

花王は、企業理念「花王ウェイ」の「基本となる価値観」の中で、創業者が遺した「正道を歩む」という言葉を掲げています。「正道を歩む」とは、法と倫理に則って行動し、誠実で清潔な事業活動を行なうことです。花王は、この言葉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。

▶ 花王ビジネスコンダクト  
ガイドライン



▶ インテグリティの  
グローバルな共有と浸透



▶ コンプライアンス推進・  
チェック体制



▶ コンプライアンス強化に  
向けた施策



▶ 情報セキュリティ、  
個人情報の保護



## 花王ビジネスコンダクトガイドライン

### 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用

「正道を歩む」を日々実践していくために、花王は2003年に行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン(BCG)」を制定しました。策定にあたっては、日本経済団体連合会の企業行動憲章も参考にしており、制定以降も国連の「グローバル・コンパクト」や社会情勢の変化などを踏まえて、定期的に内容を見直しています。

なお、花王グループでは、国内外のすべての関係会社においてBCG、またはそれと同等の行動指針を導入しています。

### 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」(項目)

1. 商品の安全性と高い品質を確保する
2. 環境と安全に十分な配慮を行う
3. 全ての取引を公正・誠実に行う
4. 社員の多様性と人権を尊重し、個の力を最大限に活かす
5. 利益ある成長を目指し、株主の期待に応える
6. 公正・透明・清潔な企業姿勢を堅持する
7. 情報・資産を厳正に管理する
8. 社会貢献活動を通して豊かな社会の実現に貢献する
9. 各国の文化を尊重し、法と国際ルールを守り、事業活動を行う
10. 公私のけじめをつける
11. 経営者・管理者の責務

▶ [コーポレートサイト - 企業情報 - コンプライアンス - 花王ビジネスコンダクトガイドライン](#) 

### イントラネットで各種規程・ガイドラインを共有・活用

花王とその国内グループ会社では、BCGの実践に役立つ各種の規程・ガイドラインをイントラネットで参照できるようになっています。2010年3月末現在、486件の規程が掲載されており、今後は海外グループ会社の規程の共有化にも取り組む予定です。

#### TOPICS 社会情勢の変化を踏まえて利害の対立の回避に関するガイドラインを改訂

2001年に、個人と会社の利益が対立するような社員の行動を回避することを目的に、利害の対立の回避に関するガイドラインを策定しました。BCGの大項目のひとつである「公私のけじめ」に関する具体的な基準として、位置づけられた規程といえます。

制定から8年が経過し、社会情勢の変化を踏まえることや、一部の規程の明確化を図ることを目的に、2009年7月に改訂すると共に、社員へのガイドライン内容のリマインドを行ないました。主な内容は、「業界団体の会合への参加はその都度、届出制とする」「業務上の講演などの知的活動の報酬は原則会社帰属とする」「ソーシャルメディア(インターネット、ブログなど)での表現活動について守るべき事項の追加」などです。



## インテグリティのグローバルな共有と浸透

### グループ会社におけるインテグリティ研修の進捗

花王の国内外のグループ会社では、立地する国や地域の事情を踏まえながら、BCGまたはBCGと同等の独自の行動指針の導入を進め、2007年度までにすべての会社への導入を終えています。

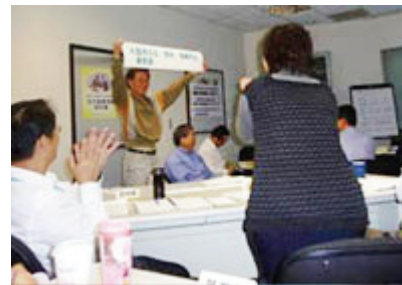
2009年度は、2008年度にスタートしたアジアのグループ会社におけるインテグリティ研修を本格展開させました。各社のBCG改訂(2008年度版)、およびサービスプロバイダーを活用した社外通報・相談窓口「インテグリティライン」の開設準備を並行しながら、各社研修展開のキーパーソンとなるトレーナーの教育を7月に実施。8月以降は、各社トレーナーを中心にフィリピン、タイ、ベトナム、香港、台湾、中国、インドネシア、シンガポール、オーストラリアで順次研修を行ないました。

当初は、国や地域固有の文化・慣習、さらに事業活動の特性を踏まえた11ケースの事例を取り扱い実施しましたが、本格展開を終えるまでに合計34ケースが教材として作成され、各社研修ではその中から約20ケースが紹介・議論されました。

2010年度は、アジア各社の第2、第3ステップへの展開を進めつつ、欧米グループ会社の研修をスタートさせる予定です。



花王ベトナムでの研修風景



花王台湾での研修風景

## コンプライアンス推進・チェック体制

### 「コンプライアンス委員会」を設置

花王は、常務執行役員を委員長とし、各部門や関連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。コンプライアンス委員会は、BCGの制・改訂、企業倫理の浸透・定着のための国内外での推進活動、コンプライアンス通報・相談窓口の運営・対応状況の確認などを審議、実施をし、重要事項や決定事項を適宜「取締役会」に報告しています。

なお、2009年度の花王グループの活動において、重大な法令違反はありませんでした。

### コンプライアンス委員会の「事務局会議」を開催

「コンプライアンス委員会」では事務局を置き、毎月、「事務局会議」を開催しています。会議では、社内外の相談窓口寄せられた相談の対応状況を確認するほか、コンプライアンスに関する新たな取り組みの検討や、教育啓発の企画立案などを行なっています。

### 監査やモニタリングを実施

花王では、経営監査室による内部監査を行なっているほか、以下のようなモニタリングを定期的にも実施しています。

#### 自部門診断

毎年1回、各部門のコンプライアンス委員が、所属部門におけるBCGに反する行為の有無やコンプライアンス啓発活動状況について、自己診断を実施。

#### 社員意識調査「Find」

2年に1回、社員意識調査「Find」を実施し、コンプライアンス遵守状況をチェック。

#### サプライヤー満足度調査

定期的に社外購買先（サプライヤー）や取引先などを対象に「お取引先満足度調査」を実施。

#### 研修でのセルフチェック

研修参加者に「コンプライアンス意識のセルフチェック」を実施。

### TOPICS 「World's Most Ethical Companies」に4年連続で選出

花王は、米国の企業倫理専門誌『Ethisphere』が発表する「World's Most Ethical Companies（世界で最も倫理的な企業）」に、2007年の開始以来、4年連続で選ばれました。調査は、企業倫理や企業の社会的責任を専門にする米国のシンクタンク、「Ethisphere Institute」社が、世界100カ国以上、36業種の企業を対象に実施しており、「CSR関連活動」や「企業統治」など7つの評価ポイントが設けられています。4年連続選定は日本企業では唯一、世界のグローバル企業の中でもごく少数の企業のみとなっています。



▶ 「Ethisphere Institute」社の「2010 World's Most Ethical Companies」[🔗](http://www.ethisphere.com)

## コンプライアンス強化に向けた施策

### 定期的なコンプライアンス研修を実施

花王は、新入社員やキャリア入社者、新任マネジャー、海外関係会社に国内から新任する社長や工場長を対象に、「コンプライアンス研修」を実施しています。研修では、花王のコンプライアンスの考え方や、BCG、その他ビジネスを行なううえで知っておくべき法律や社内ルールなどを学びます。

新任マネジャー向けの研修では、講義だけでなく、具体的な事例をもとに受講者同士がどのように判断・対応すべきかをディスカッションする、「ケース・メソッド※」という手法を活用。より実践的な研修になるよう工夫しています。

また、2009年8月には取締役および監査役を対象とした、弁護士による勉強会を開催。「経営判断とガバナンスの実務 —取締役会が果たすべき機能—」と題されたこの会では、ガバナンスやコンプライアンスに関することを学びました。

#### ※ ケース・メソッド

ビジネスにおいて直面する倫理的ジレンマを、受講者が主体的に分析し、意思決定する教育法。

### イントラネットで事例を紹介

花王では、法令や社内規程の理解を深めるため、コンプライアンスに関わる社内啓発を目的に、2カ月ごとにイントラネット上で「他社ケーススタディ」を掲載。他山の石としても活用するよう閲覧を促してきました。

2009年10月からはこれにかわり、「ミニドラマで学ぶコンプライアンス」と称して、3分程度の動画を毎月2ケースずつ発信しています。

### 携帯端末を活用した教育を実施

カネボウ化粧品では、店頭立つビューティカウンセラーを対象に、パソコンにかわるコミュニケーションツールとして、利用頻度の高い携帯端末を活用した教育を行なっています。毎月1回、コンプライアンスについてのケーススタディや活動のQ&Aなどを配信しているもので、お客さまの信頼を失うような事態を未然に防ぐことが目的です。配信内容はイントラネットを通じて、ビューティカウンセラー以外の社員も見ることが可能です。



携帯端末にコンプライアンス関連情報を配信

## コンプライアンス通報・相談窓口を設置

国内の花王グループでは、法律・倫理違反をはじめ、コンプライアンスに関する通報・相談窓口として、コンプライアンス委員会事務局メンバーが運営する社内の「コンプライアンス通報・相談窓口」(カネボウ化粧品では「ヘルプライン」と、弁護士、外部カウンセラーなど専門家に委託している「社外通報・相談窓口」)を設けています。

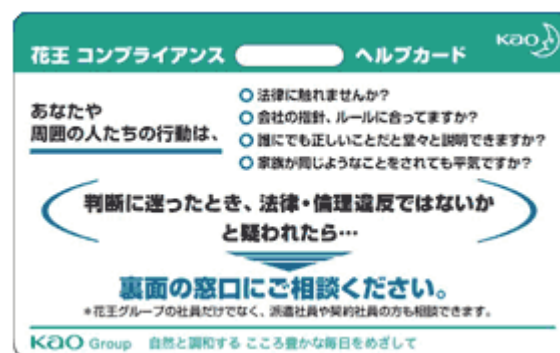
いずれの窓口も、社員だけでなく、お取引先など社外の方からの通報・相談も受け付けており、通報・相談者のプライバシー保護や、通報・相談したことで不利益を被ることがないように努めるとともに、第三者に確認が必要な場合も本人の承認を得て行なっています。また、通報・相談者の心情を鑑みて、メール受信の場合、24時間(営業日)以内に一次回答(通報・相談の受付と今後のフォロー予定方針の連絡)するよう努めています。

海外グループ会社では、2007年12月末までに「社内通報・相談窓口」の設置を完了。さらに2007年5月からは、サービスプロバイダーを起用した24時間365日、母国語で相談できる「社外通報・相談窓口(インテグリティライン)」の設置を順次進めています。

2009年度は、月平均約18件(海外グループ含む)の通報・相談がありました。重大なものはありませんでした。

## 「コンプライアンスヘルプカード」を配布

花王は、社員が日常業務において、自らの行為が正しいか否か迷った場合に活用できるよう、「誰にでも正しいことだと堂々と説明できますか」などの自問式の問いかけや社内外のホットラインの連絡先が記載された、「コンプライアンスヘルプカード」を全社員に配布し、常に携帯するよう推奨しています。2009年度は、社員IDカードのデザイン変更に合わせ、国内花王グループ全員が携帯できるようにしました。



「コンプライアンスヘルプカード」

## 「法令エキスパート制度」を運用

日常業務におけるコンプライアンスの徹底のために、花王は独自のしくみである「法令エキスパート制度」を設けています。

「法令エキスパート」とは、特定の業務に関連する国内法令を把握するとともに、法令改正の動向や関連情報を注意深く見守り、必要に応じて社内説明会などの情報発信・啓発活動を推進する社内担当者のことです。社員が業務を遂行する際、法令違反にあたるか否かを判断する時に最初の相談窓口となり、2010年3月末現在、のべ335の法令について法令エキスパートが選任されています。

2009年度は、労働安全衛生法、消防法、化審法、薬事法、外為法、化学物質管理促進法、食品衛生法、独占禁止法、有価証券上場規程、会社法施行規則などの改正に関して、法令エキスパートによる対応が行なわれました。

## 他社の権利を侵害しないしくみを構築

花王では、新しい技術、商品コンセプト、商品、ブランドなどの知的財産を特許権、意匠権、商標権などの「知的財産権」として確保し、事業活動を推進しています。

これらのうち、技術開発力という重要な企業価値指標となる特許権については、知的財産センターが中心となり、幅広い分野で戦略的出願を進めています。意匠権や商標権については、ブランド法務部(意匠権の一部は知的財産センター)が事業部門と密接に協力しながら出願や管理を担当しています。海外でも積極的な権利取得を進め、国内外とも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、アジアの模倣品問題への対処に注力しています。

一方で、研究開発の初期段階から他社の知的財産権を侵害しないように開発を進める、新製品の発売前に再度他社特許などを確認する、商品パッケージを事前にチェックして権利関係を確認するなど、他社の権利を尊重し、侵害しないしくみづくりにも注力しています。

## 商品表示や広告・宣伝におけるコンプライアンス活動を推進

製品発売にあたり、花王では常に事実に基づいた公正な内容と適切な表現により、関連法規を遵守し、消費者・顧客に誤解を与えないよう努力しています。そのために、主に以下のようなチェック体制を構築・運用しています。

- 薬事品や食品の表示については、商品化支援システムを構築しており、成分表示などの適正性をチェックしています。
- 家庭用製品のラベル表示や使用説明書は、関連法の適合性のほか、表現のいき過ぎやわかりやすさなどの観点から、消費者相談、商標、薬事などを担当する複数部門がチェックを行なう回覧承認システムを運用しています。

広告宣伝については、広告宣伝、製品開発、マーケティングなどの部門が参加する広告検討会を実施しています。そのほか、商談活動や店頭活動においても広告宣伝活動が適正に行なわれるよう、販売担当者に対して関連法の適正運用を啓発推進しています。

## 情報セキュリティ、個人情報の保護

### 機密情報、個人情報の管理体制を構築

花王は、法令に則った活動を推進するために、「情報セキュリティポリシー」をベースとする「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」を制定しています。情報セキュリティ委員会や各部門のTS(トレードシークレット)推進委員、個人情報管理責任者がそれぞれの役割に応じて情報セキュリティ管理を徹底。委員や責任者、担当者への教育、啓発も継続的に行なっています。また、海外グループ会社においても、日本での取り組みをもとに各種の情報管理体制を構築しつつあります。

個人情報保護に関しては、経済産業省のガイドラインに則り厳格に管理し、業務を外部委託する場合には、委託先に対して契約の締結、監査の実施などを徹底しています。社員の個人情報保護についても、厚生労働省のガイドラインに則り、適切に管理しています。

### 携帯情報端末の取り扱いについて注意を喚起

携帯情報端末の増加に伴い、携帯電話やパソコンの紛失、盗難が発生しています。花王では、紛失しても機器の情報が取り出せないようなしくみを活用するとともに、通勤、移動中での機密情報保護徹底の注意喚起を行なっています。

### 自主パトロールを実施

毎年7、8月に、各部門のTS推進委員と個人情報管理責任者が、自部門のTSや個人情報の管理状態を「自主パトロール」しています。パトロールによって浮かび上がった課題は、9月に開催する「TS・個人情報研究会」で共有化し、不十分な箇所を次年度の解決目標としています。

### 「第16回TS・個人情報研究会」を開催

国内の花王グループでは、部門ごとにTS推進委員と個人情報管理責任者を配置しており、定期的にTS・個人情報の保護を目的とした研究会を開催しています。

2009年度開催の「第16回TS・個人情報研究会」では、情報漏えい対策強化策として「データ交換サーバとシンクライアントを活用した新しいセキュリティシステム」について説明。

2009年12月より、導入を開始しました。



第16回TS・個人情報研究会風景

### 個人情報管理のレベル向上に向けた取り組みを推進

花王のグループ会社であるヘルスケア・コミッティー株式会社(健康保険組合などを対象に予防医学に基づく健康ソリューションサービスを提供)では、独自にプライバシーマークを取得しています。

花王では、今後、個人情報管理のレベルをさらに高めていくよう取り組んでいきます。

## リスクマネジメント

花王の企業理念である“よきモノづくり”を実践していくためには、事業活動全般にわたって生じ得るさまざまなリスクを想定した対策を立て、リスクの発生頻度や影響の低減を図るなど、適切な管理を行なうとともに、万一発生した場合の被害・損害を極小化する必要があります。こうした認識を持ち、「リスクマネジメントポリシー」に基づき、1. 人命尊重、2. 環境保護、3. 操業維持、4. 資産保持など、リスク管理・対応の優先順位づけを明確にしてリスクマネジメント活動に取り組んでいます。



## リスク管理体制

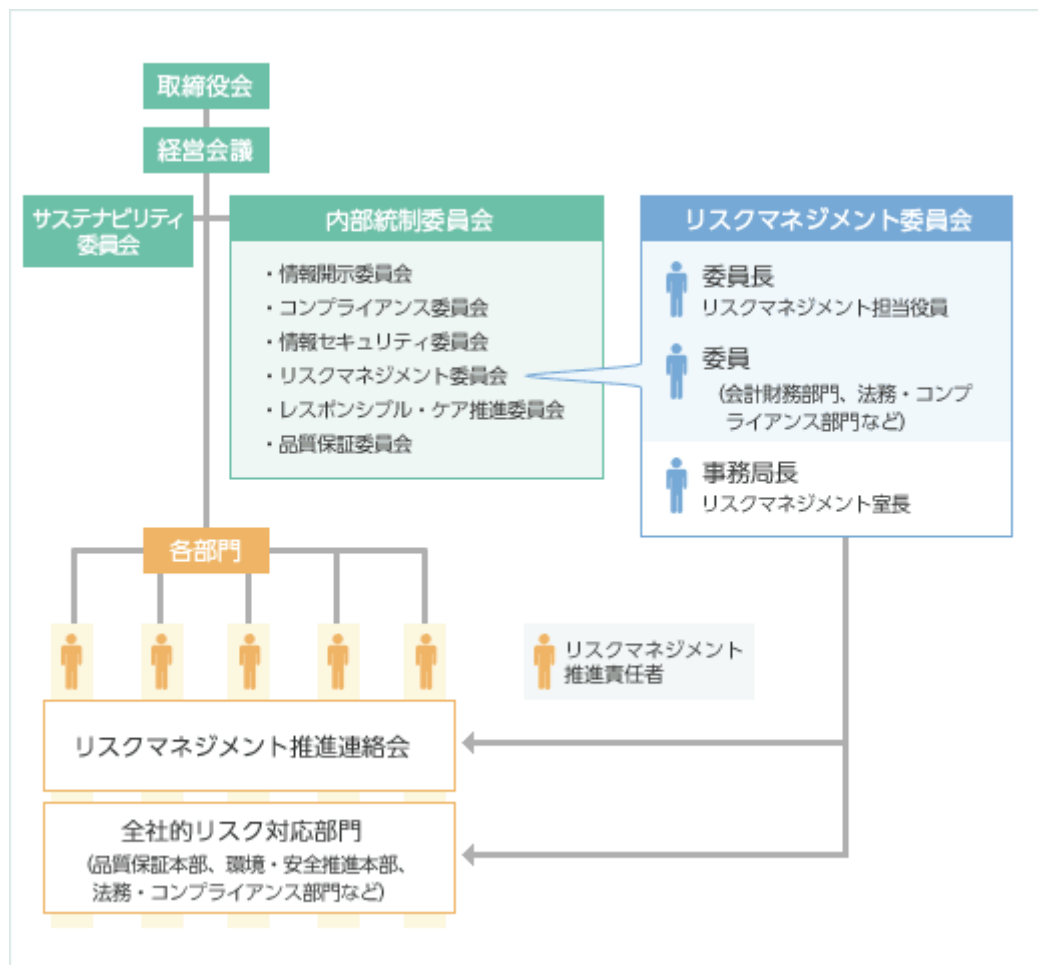
### 全社横断的なリスク管理体制を構築

花王は、取締役会で定期的に、全社横断的なリスク管理体制を確認、監督しており、重大なリスクについての基本方針を定めています。

事業活動全般で生じ得るさまざまなリスクのうち、経営戦略上のリスクについては、事前に関連部門でリスクの分析や対応策を検討し、必要に応じて経営会議や取締役会で確認、監督しています。

業務運営上のリスクについては、各部門でリスクマネジメント推進責任者を定め、リスクの把握と発生頻度の低減、発生した場合の被害・損害の極小化などのために、日頃からリスクの確認、評価、回避・低減策の検討といったリスク管理を行なっています。

### リスクマネジメント体制





## リスクマネジメントのPDCAサイクルを推進

---

各部門のリスク管理状況を把握し、その改善をサポートするために、また、部門やグループの横断的な見地からリスク管理を強化していくために、花王はリスクマネジメントのPDCAサイクルを推進する「リスクマネジメント室」を設置し、毎年活動の注力テーマを定めています。

2009年度は、全社で統一した評価軸を用いてリスク低減活動結果を評価し、低減効果の十分でない対応についてはさらなる低減策を講じることを進めました。

2010年度は、会社として認識すべき重要なリスクを確実に把握し、適切に管理するために、品質保証、環境安全、法務・コンプライアンスなどの全社業務統括部門によるリスクコントロールを推進していきます。

## リスク管理強化に向けた施策

### 重要リスクの調査・定量化を推進

花王は、「全社リスクマネジメント活動の推進」をテーマに、毎年、各部門における重要リスクの調査・定量化を推進し、部門ごとにその対策を立案しています。

また「災害発生による工場の操業停止」、「感染症の蔓延」など、影響が特に大きいリスクについては、発生した際のシナリオを想定し、被害・影響を定量化することで業務活動へのインパクトを認識し、さらに優先度を定めて、それぞれのリスクへの必要な対応を立案・実行しています。

### リスクマネジメントに関する事例や情報を共有

花王は、年3回開催する「リスクマネジメント推進連絡会」において、各部門のリスクマネジメント推進責任者にリスクマネジメント推進のモデル事例や社内外で発生したリスク事例を紹介することで、各部門の意識レベルを高めていくようにしています。

2009年度は、以下のテーマについて事例の検証や情報を共有し、リスクマネジメントレベルの強化を図りました。

- 事業を継続し、事業目標を達成することを第一義と考え、各部門の事業活動を妨げる可能性を部門の重要リスクととらえる考え方の普及
- 社内外でのリスク事例の検証
- 新型インフルエンザ対応についての外部コンサルタントによる講演を通じた意識レベルの向上

### 緊急対応リスク体制の強化と事業継続計画(BCP※)の策定

花王は、「事故・災害リスク」や「製品欠陥リスク」などの緊急対応リスクを定め、「人命尊重」を第一とするさまざまなリスク管理体制・活動を構築・推進しています。

初動対応の強化については、事故、災害、製品トラブル、ネットシステムトラブル、感染症などの対応体制の見直し・整備を継続的に進めています。

大規模地震に対応する「事業継続計画(BCP)」に関しては、2009年度は新たに3工場における策定を行ない、その他の工場では策定済みBCPの見直しを行ないました。

東西の製造主力拠点である和歌山工場と川崎工場では、大規模地震を想定した初動体制とその後のBCPに基づいた復旧行動訓練を行ない、課題を抽出し被災時の行動内容などの見直しを行ないました。2010年度は、広域災害を想定した、全社レベルでの大規模地震対応のBCP策定、訓練などを実施していく予定です。

2009年3月末にメキシコで発生し、全世界へ広まった新型インフルエンザ(H1N1型)に対応するため、花王は発生とほぼ同時に国内外のグループ会社へ対策本部を設置し、手洗い、マスク着用など衛生管理の徹底、感染国・感染地域への移動の制限、感染疑い者の自宅待機など、感染の予防と拡大の防止に努めました。

また、新型インフルエンザに対応する行動要領を定めたマニュアルの見直しと共に、社会的責任の観点から、花王としての事業継続の基本ポリシーを策定し、蔓延時に必要とされる生活必需品の生産・販売を継続する体制を定めました。

▶ **ステークホルダーへの責任 - 社員への責任 - 労働安全・保安防災 - 大規模災害に備えた訓練を実施**

※ BCP(Business Continuity Plan)

さまざまなリスクによって生じる事業活動の中断に対して、重要な業務・機能を継続する、あるいは可能な限り短時間で再開するよう事前に取り決める手順。

## 海外子会社のリスクマネジメント活動を推進

---

海外事業におけるリスクについては、日本本社での活動と、海外子会社におけるリスクマネジメント活動の両面から管理を行なっています。

日本本社では、海外子会社に国内から新任する社長と工場長向けに、新任先のリスク情報や緊急時の対応などを含む研修を実施しています。また、本社との緊急連絡網を含む緊急対応ガイドラインや、各種リスクへの対応ガイドラインを海外子会社へ提供しています。

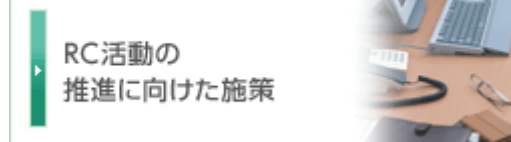
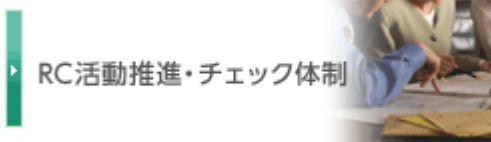
リスクマネジメント活動のグローバル展開をテーマに、2009年度は海外17子会社で、その対象範囲、低減策の自主評価レベルを日本本社に合わせたリスク調査を行ない、各社でリスクマップの作成、重要リスクの評価、低減策の策定を行ないました。

2010年度はその結果をもとに、各海外子会社における重要リスクの低減と、グローバルなサプライチェーンに影響を及ぼすリスクへの対応を主眼としたリスクマネジメント活動を実施していく予定です。

## RC (環境・安全) 活動

花王は、製品の開発、原材料調達、生産、物流、販売、使用、廃棄までの製品が関わるサイクルの中で、消費者をはじめステークホルダーの皆さまの安全を確保し、地球環境に配慮した活動を推進していくことを掲げています。その実現のため、環境・安全推進本部を設け、化学産業界の環境・安全に関する自主管理活動「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の考え方に則った活動を推進しています。

活動にあたっては、RC活動の基本5項目である「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」に加え、「社会とのコミュニケーション」に取り組み、個々の部門がそれぞれのステークホルダーとの対話を通じて、より有効な活動にしていくよう努めています。

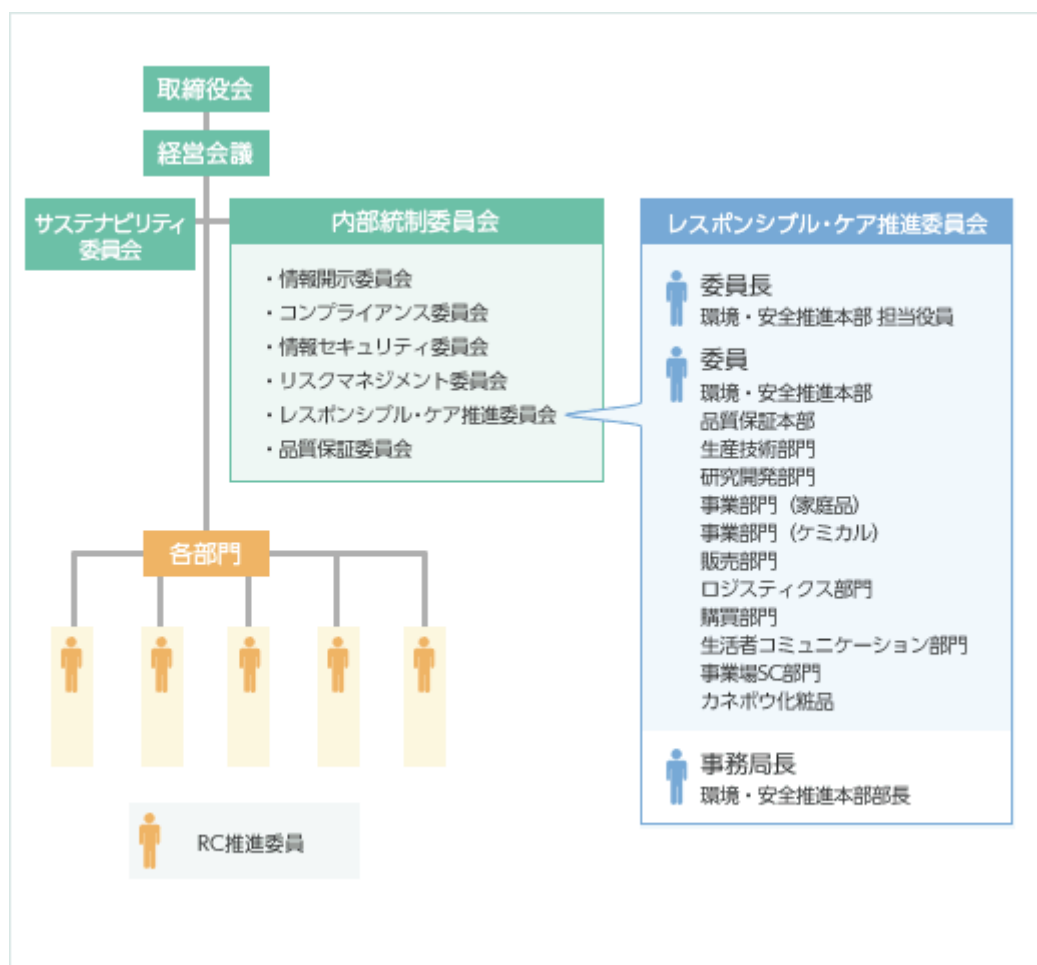


## RC活動推進・チェック体制

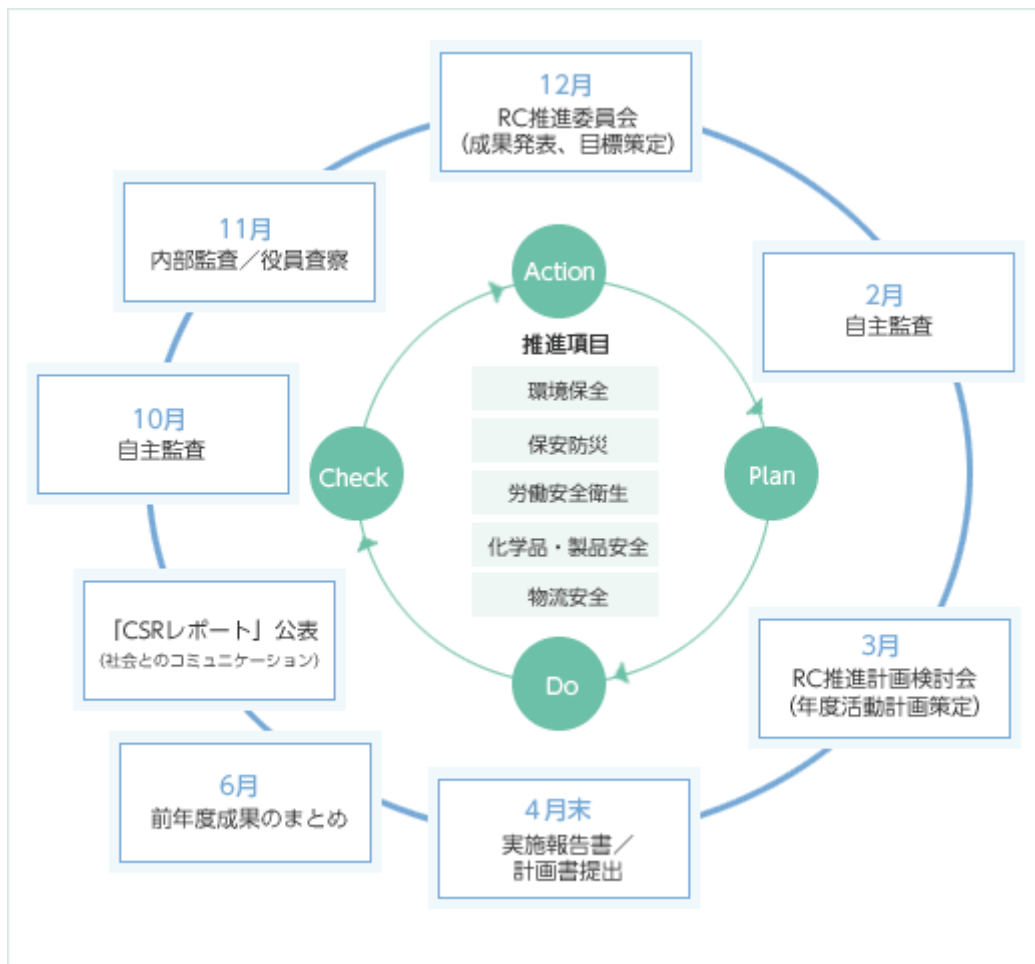
### RC推進体制

花王は、RC活動のPDCAサイクルの進捗を定期的に管理していくために、毎年12月に「RC推進委員会」を開催しています。これは、内部統制委員会を構成する委員会のひとつで、国内花王グループ内でRC活動を推進する10の部門・事業会社から選ばれた「RC推進委員」と、環境・安全推進本部、品質保証本部の代表を加えた12人の委員で構成されており、環境・安全推進本部の担当役員が委員長を務めています。委員会では、活動理念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、毎年11月に行なう内部監査の結果をもとに次年度の活動目標を審議しています。また、毎年3月には「RC推進計画検討会」を開催し、各推進部門から出される計画案をひとつひとつ審議しています。これらの会議で審議された内容は、RC推進委員が各推進部門に持ち帰り、部門ごとに設けたユニットが中心となって活動の改善・レベルアップを図っています。

### RC推進体制



## 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、化学物質を適正に管理するための「化学物質総合管理システム」、環境負荷の低減や労働災害・事故発生数の低減を図っていくための環境・安全データベースである「環知安システム」※1などを構築してグループ全体で運用しています。

これらを活用することで、PRTR※2法に則った管理業務やMSDS※3の発行・管理業務をより正確・迅速に行なうことができます。また、花王グループ全体の環境負荷データや労働災害・事故報告の情報を活用することで、温室効果ガスの排出量や労働災害の発生日数率や強度率などを自動算出することができます。

## ▶ CSRマネジメント - 化学物質マネジメント - 化学物質総合管理の概要

## ※1 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、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、廃棄物の発生量・排出量・最終処分量、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。

## ※2 PRTR(Pollutant Release and Transfer Register)

環境汚染物質排出移動登録の略。PRTR法は、事業者による化学物質の自主的な管理の改善を促進し、環境保全上の支障を未然に防止することを目的としている。

## ※3 MSDS(Material Safety Data Sheet)

製品安全データシートと呼ばれる。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のこと。

## RC監査を実施

花王は、RC活動の進捗状況や課題を把握するために、毎年11月にRC事務局が各推進部門に対して内部監査を実施しています。また、活動ユニットごとに自主監査も実施しており、これらの結果を12月のRC推進委員会で経営層に報告するとともに、次年度の方針や目標の策定に活かしています。2009年度は、10月に自主監査を、11月に内部監査を実施しました。その結果、重大な指摘事項はありませんでしたが、一部の関係会社で2008年度に指摘したRC教育の実施が確認できなかったため、教育の計画作成、実施、記録をするように是正処置を要求しました。

### RC内部監査結果(2009年度)

	生産技術部門	研究開発部門	事業部門	コーポレート部門	関係会社
設問数	39	34	58	66	67
継続観察が必要な項目	4	1	7	16	12
評価平均点	4.85	4.94	4.86	4.80	4.73

### ISO認証取得一覧(国内)

2010年3月現在

会社名	事業場・工場名	ISO9001	ISO14001
花王(株)	和歌山工場	○	○
	和歌山研究所	-	
	すみだ事業場	○	○
	酒田工場	○	○
	栃木工場	○	○
	栃木研究所	-	
	川崎工場	○	○
	鹿島工場	○	○
	鹿島研究所	-	
	豊橋工場	○	○
愛媛サニタリープロダクツ(株)		○	○
(株)カネボウ化粧品	小田原工場	○	○
	製品開発研究所/ 製品保証研究所/ 基盤技術研究所/ テクニカルセンター	-	
花王ロジスティクス(株)	共同配送事業部門	○	-

## ISO認証取得一覧(海外)

2010年3月現在

会社名	ISO9001	ISO14001	その他 EMS
上海花王	○	○	-
上海花王化学	○	○	-
花王(台湾)	○	○	-
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)	○	○	-
花王ソープ(マレーシア)	○	○	-
花王オレオケミカル	○	○	-
花王プラスチックサイザー	○	○	-
花王(インドネシア)	○	○	-
花王インドネシア化学	○	○	-
花王スペシャルティーズ アメリカズ	○	-	RC14001
ドイツ花王化学	○	○	-
花王(スペイン)	○	○	-
キミ花王	○	-	政府認証
上海カネボウ化粧品	○	○	-



## RC活動の推進に向けた施策

### RC活動基本5項目の活動要旨

#### 環境保全

省エネ、省資源活動はもとより、「CSR調達・グリーン購入規程」「化学物質総合管理規程」「環境適合設計要領」などの基準・規程類に基づき、また「安全性検討会」「環知安システム」などのしくみを運用して活動に取り組んでいます。

#### 保安防災

重大な災害や事故に備え、「保安防災管理規程」を策定しています。具体的な防災活動や災害時の対応については、「防災対応指針」「救援物資供給要領」を設けて活動しています。災害発生時には、指針・要領に定められた具体的な手順に沿って、迅速に支援を実施しています。

#### 労働安全衛生

事業場ごとに設置している安全衛生委員会の委員と共に、「労働災害ゼロ」に向けた作業環境や設備の改善、安全教育を実施しています。特に工場では、労働安全衛生マネジメントシステム「OSHMS」に基づく機械設備のリスク評価や化学設備の安全性評価を実施しています。

#### 化学品・製品安全

「化学物質総合管理規程」や「化学物質総合管理システム」の整備を行ない、化学品原料から一般消費者向けの家庭用製品までの幅広い製品の安全をマネジメントしています。

#### 物流安全

物流に関わる事故や災害防止のために、業務に関わる社員や輸送業者などにイエローカード※の整備を要請し、緊急時の対応訓練などの教育研修を実施しています。

#### ※ イエローカード

輸送中の事故発生時に二次災害を防止するため、化学物質の環境・安全・健康面および取扱注意事項の情報を迅速に第三者へ提供できるよう、化学物質の危険有害性、応急措置、通報などの情報を明記した化学物質の輸送時に携帯する書類。

### RC教育を継続的に実施

RC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、ISOや労働安全衛生活動などのRC教育を定期的にも実施しています。

2009年度は25回実施し、のべ341人が参加しました。

なお、廃棄物委託先業者の処理状況確認を行なう現地調査員に対する「適正処理状況確認スキルアップセミナー」は、2008年度に終了しました(実績241人)。

## RC教育実績(2009年度)

	生産 技術 部門	研究 開発 部門	事業 部門	コーポ レート 部門	関係 会社	計
開催回数(回)	5	1	3	8	8	25
参加人数(人)	107	9	64	122	39	341

※ 集計範囲: 花王国内グループ

**TOPICS** 花王インドネシア化学がシルバーアワードを受賞

2009年12月、工業用の各種活性剤の製造・販売を行なっている花王インドネシア化学が、インドネシアのレスポンシブル・ケア協会であるKN-RCIよりシルバーアワードを受賞しました。

これはISO9001(品質マネジメントシステム)、ISO14001(環境マネジメントシステム)、そしてOHSAS18001(労働安全衛生マネジメントシステム)を取得し、改善のためのPDCAサイクルをしっかりと回していることや、2007年からCO<sub>2</sub>の排出量削減のために、燃料を重油から天然ガスへ切り替えたことなどが評価されたものです。また、化学製品のラベルを世界的に統一するGHS(Global Harmonize System)活動を、花王インドネシア化学内に展開しただけでなく、インドネシア国内での推進活動に積極的に協力したことなども評価されました。

花王インドネシア化学は、今回の受賞に満足せず、励みとすることで、さらに環境・安全改善活動を継続し、インドネシアの「持続可能な発展」に貢献していきます。



受賞した花王インドネシア化学の社員代表

## 品質保証

花王は、法規制の遵守、人体や環境に対する安全性の確保といった“当たり前”の品質を実現することはもちろん、より幅広い視点から品質保証に取り組み、“魅力的な品質”の実現をめざしています。たとえば、製品の正しい使い方や使用上の注意事項などについても表示の仕方を工夫し、お客さまに「使い勝手がよい」「効果を実感できる」「役にたつ」と感じていただけるよう努めること。それは、結果的に透明性の高い経営体制の構築や、ステークホルダーに対する説明責任を果たす取り組みなど、花王の企業経営全体の向上にもつながると考えています。



## 品質保証体制

### 全社横断的なしくみを構築

花王では、品質保証体制の信頼性と有効性を確認するために、全社横断的な「品質保証委員会」を開催。年3回行なわれるその委員会では、品質保証本部の担当役員と関係各部門から選任された品質保証委員によって、品質に関わる全社的な重要方針・施策を決定しています。

また、各事業ユニットでは、「品質保証会議」を年に1回開催し、品質保証方針や品質課題、活動の進捗などを確認しています。さらに、毎月「品質向上検討会」を開催し、新製品や改良品の品質確認や発売後の品質向上について討議、施策を実行しています。

なお、品質保証委員会や各事業ユニットの会議では、事業を担当する部門と品質などのコーポレート部門の代表者が参加して、「事業」「コーポレート」の双方の視点から議論するマトリックス型の運営を行なっています。

### 品質保証監査を実施

品質保証本部では、花王グループの品質保証に関わる監査活動を把握するとともに、継続的に「品質保証監査」を行なっています。これは、監査テーマを決め、事業・研究・生産部門の品質保証活動が適切に行なわれているか否かを確認する取り組みです。課題があった場合は、その本質を追求しながらしくみを見直し、全社の監査状況とともに品質保証委員会で報告しています。2009年度は6つのテーマを設け、研究、生産、SCMセンター、委託製造管理部門を監査しました。

2009年度の全社的に受けた外部監査としては、薬事法に関わる製造販売業、製造業の許可更新に伴う各地での都道府県からの査察で、順当に更新許可を受けています。また、各工場のISO9001などの外部監査や内部監査のほかに、委託先、原材料メーカーに対する監査も実施しました。

### 品質保証活動役員表彰を実施

花王は、品質保証活動の活性化を図っていくために、2000年度から「品質保証活動役員表彰」を実施しています。2009年度は対象をアジアのグループ会社にも拡大し、表彰だけでなく長期の地道な活動に対する「感謝状」の制度も導入しました。

この表彰は、年に1回、全社全部門から品質保証に関する活動実績を募集し、事務局である品質保証センターの一次選考に選ばれたグループ、チームの代表者が、品質保証委員会で役員にプレゼンテーションして、最終審査されます。大きな成果を上げた活動だけでなく、地道な活動にも光をあてることで、品質保証活動の推進につなげています。

#### 2009年度の表彰

- グローバルエコシステム導入によるアジア品質向上への貢献
- F&HC製造品質のリスク総点検・標準化活動

#### 2009年度の感謝状

- 研究管理製品制度の刷新活動
- 化粧品自主GMPIに基づく医薬部外品・化粧品原料の品質管理
- 中国花王一包装材料品質向上(PQM)プロジェクトによる品質保証システムの確立

**TOPICS** ピリピナス花王が、国際QCサークル大会で金賞を受賞

2009年10月、国際QCサークル大会(International Convention on Quality Control Circles)において、フィリピンを代表してピリピナス花王の工場から出場した2チームが、同時に金賞を受賞しました。

この大会は、現場に密着したQCサークル活動を通して、品質の向上に努めた活動内容や成果を、広く国際的な舞台で競い合うことを目的としています。1978年に開催された第1回の東京大会から定期的に開催され、今回は、東南アジアを中心に9カ国から133のサークルが集い、部門ごとに分かれてお互いの活動を披露しました。

受賞した2チームの活動内容は、品質保証グループによる「汎用試薬の在庫ゼロ化(サークル活動名:FUSION)」と、3級アミン製造グループによる「排ガス処理設備における泡立ち防止剤の低減(サークル活動名:AMINATORS 2)」でした。サークル活動を通じて、日々の業務に潜む無駄や環境の改善に地道に取り組み、その結果として品質向上につながったことが評価されたものです。



授賞式に参加した、ピリピナス花王の社員の皆さん



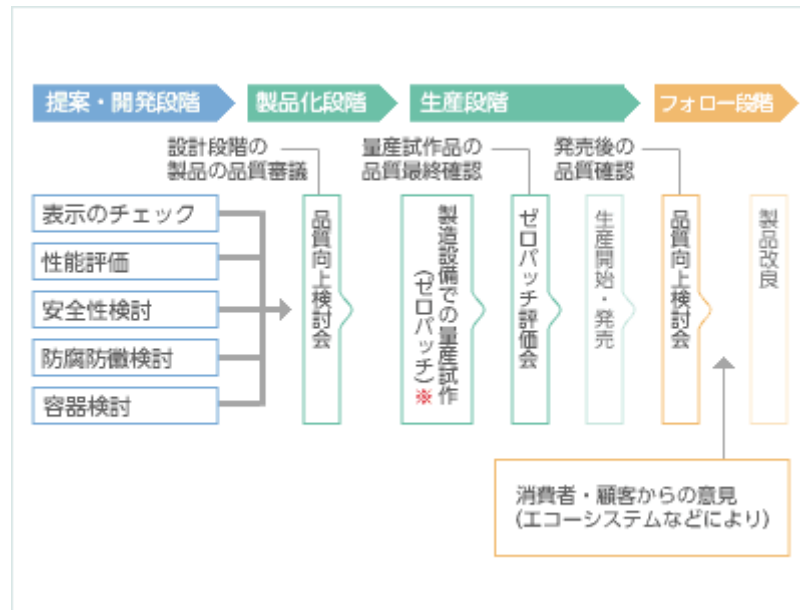
「国際QCサークル大会」の受賞盾

## 製品サイクルを通じた品質保証活動

### 製品サイクル全体で「品質」を追求

花王は、「品質保証委員会」や「品質保証会議」「品質向上検討会」など組織的な品質保証体制を構築するとともに、ひとつひとつの製品について、研究から製品開発、生産、流通、販売、お客さまのもとでの使用・保管・廃棄に至るまで、製品サイクル全体を通じた品質保証活動を推進しています。

#### 品質保証フロー



#### ※ ゼロバッチ

実際の製造設備、製造条件で発売する容器を用いて最終形態での製造確認を実施すること。

### 回覧承認システムを運用

#### ～適正な表示を関係部門で確認

花王は、パッケージや使用説明書の表示・表現を、「安全性への配慮」「法的な適合性」「わかりやすさ」などの観点から厳しく検証しています。検証を確実に実施するために、消費者相談、商標、薬事などを担当する関係部門すべてが製品ごとに個々の検証項目を承認する回覧承認システムを導入・運用しています。

## 製品の安全性確保

### 科学的観点と使い手の立場の両面から安全性を追求

花王は、製品の人体に対する安全性や環境への影響、食品の安全性を確認するために、厳格な自社基準を設けて製品特性に応じた評価手順を定め、商品開発研究とは独立した「安全性評価研究所」がすべての原料と製品の科学的な安全性評価を実施しています。

一方、製品選択から購入、使用・保管・廃棄に至るまでの実使用における安全性を確保するために、容器を含む製品の対象者や成分・特性、用法、注意表示、広告表現などについて、品質保証、消費者相談、基盤研究などの部門が集まって「安全性検討会」を開催しています。

また、花王とカネボウ化粧品は、動物愛護の観点から、国や他企業の研究機関と協働しながら動物実験を代替できる安全性評価技術の確立に取り組んできました。そのうち、皮膚感作性試験については、(株)資生堂と共同で開発した細胞を用いる試験法が、他企業と共同研究を進めた結果、欧州の代替法検証センターにて検証研究が開始されました。

さらに欧州化粧品工業会(COLIPA)が推進する複数の動物試験代替法の開発プロジェクトに参加し、推進メンバーとして重要な役割を果たしています。

こうした一連の取り組みにより、花王は日々“よきモノづくり”に努めていますが、品質問題など万一の事態には、品質保証本部が「危害性」「拡大性」を迅速に判断し、経営トップや関連部門に連絡。メーカーとしての社会的責任や品質責任、説明責任などを迅速・確実に果たせるよう、社内はもちろん、行政や関連機関、流通パートナーなど社外との連携も含め、的確に対応していけるよう体制の強化にも努めています。

▶ [コーポレートサイト - CSR - 商品の安全性と品質保証への取り組み](#) 

#### TOPICS スプレー容器の取替え時期を表示

環境への配慮から、洗剤などのつめかえ使用が増えるなか、ボトルをつけかえてスプレー部分を繰り返し使用する「スプレー容器」の経年劣化による中身の洗剤の漏出が人体に与える影響が懸念されています。

そこで花王は、容器の耐久性向上を進めるとともに、2009年度から、次亜塩素酸ナトリウムを含む製品について、新しいスプレーに取り替える時期の目安を表示しています。



使用時にレバーから液が漏れていたら劣化のサイン。危険なので、新しいスプレー品に買い替えてください。

## 食品事業における品質保証活動

### 2つの観点から品質管理を徹底

花王のヒューマンヘルスケア事業ユニットは、脂質栄養代謝など健康機能に関する研究から生まれた健康機能性食品を提供する「ヘルスケア食品事業」を展開しています。

これらの食品を、消費者の皆さまに安心してご利用いただくために、以下の2つの観点から品質保証に取り組んでいます。

1. 製品開発は、有効性および安全性に関して、社内だけではなく、社外の栄養学や医学の専門家との共同研究も含めて、何度も評価を重ねたうえで発売する。
2. 製造・加工プロセスにおける品質管理を徹底するとともに、基原原料※1から消費までのトレーサビリティ※2を確保する。

#### ※1 基原原料

第一次農畜水産品そのものを指す。たとえば、食用油における大豆など。

#### ※2 トレーサビリティ

製品、原料などについて、その基原、使用、製造履歴、所在などを記録などにより把握すること。

### 「フードディフェンス」の考え方を実践

花王では、日々の品質管理において、人、モノ、機器、管理体制の動きを把握し、異常がないことを確認しています。これは、人為的な食品への危害防止を狙った「フードディフェンス」の視点にもつながる管理です。委託製造先においても、フードディフェンスを含めた継続的な内部監査活動を通じて、意識喚起と管理体制の強化を推進しています。

### 賞味期限管理を実施

花王は、食品の賞味期限について、種々の保存試験の評価結果に十分な安全率を掛け、「品質に問題なく、おいしく食していただける期間」として設定しています。

また、お客さまが賞味期限内においしく召し上がっていただけるように、原料の賞味期限管理も含め、生産・流通段階での鮮度管理に注力しています。具体的には、製造から賞味期限までの3分の1の期間を販売店への納品期限として設定し、製造ロット番号で管理するとともにトレーサビリティを確保しています。

### すべての原料を対象に「原料品質規格証明書」を取得

花王の食品は、すべて国内で加工・生産していますが、原料の一部は世界各地から調達しています。これらの安全性を確保するために、花王はすべての原料を対象に、原材料サプライヤーから「原料品質規格証明書」を取得し、基原原料のトレーサビリティを把握しています。

2007年度からは、こうしたデータを化学物質総合管理システムに組み込み、製品化の段階から活用できるようにしています。また、内部監査や品質会議などを通じて、原材料サプライヤーと契約内容や管理体制について確認しています。



## 食品原料の原産地やアレルギー情報などをウェブサイトで開示

---

花王は、消費者の食の安全・安心に関する意識の高まりに応えるために、ウェブサイトなどを通じて食品の安全性に関する情報を積極的に発信しています。

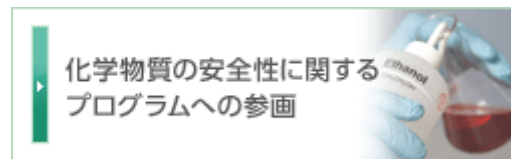
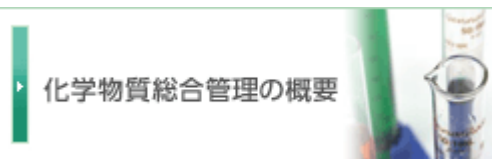
花王ウェブサイトでは、製品ごとに「成分情報」として原材料名や成分分析、アレルギー物質などの情報を開示。また、消費者からの原料原産地に関するお問い合わせに対しては、代表的な原料や基原原料の原産地情報をすぐにお答えできる体制をとっています。質問の多い原産地情報については、2009年5月からウェブサイトで公開しています。

▶ [成分・容器・安全性Q&A](#) 

## 化学物質マネジメント

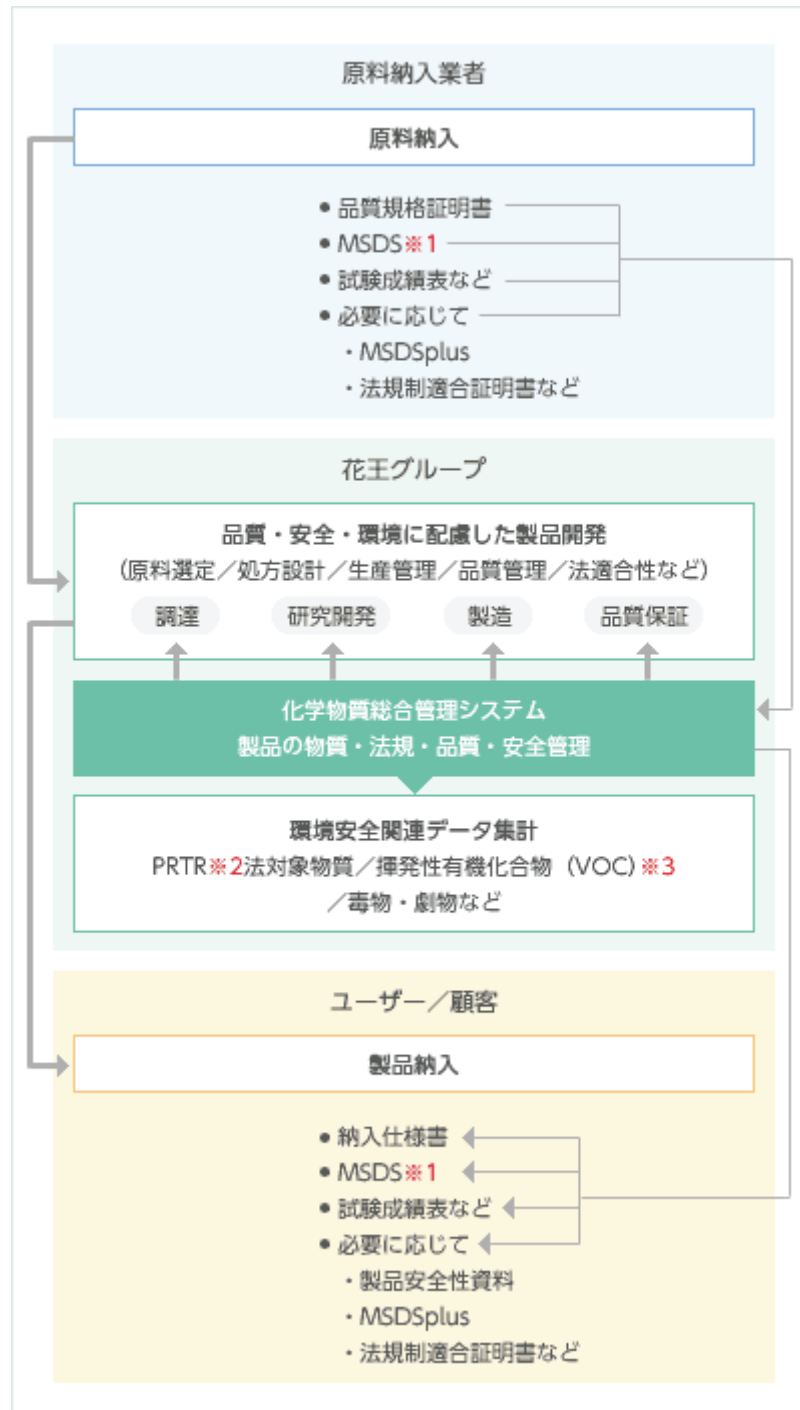
花王は、2001年から個々の製品や原料、成分に、グループ共通コードをつけてデータベース化した「化学物質総合管理システム」を運用し、品質、安全性や関連法規をさまざまな角度から確認していくよう努めています。

このシステムを活用することで、製品・原料・成分グループごとに安全性や防腐蚀性、関連法規などの情報が瞬時に確認できるため、万一品質等に問題が発生した場合でも、影響範囲を即座に特定できます。これらの情報は、購買、研究開発、生産、品質保証、環境安全などの各部門で共有・活用されており、“よきモノづくり”を支えるバックボーンとなっています。また、このシステムでは、薬事法やJAS法、食品衛生法などで規制される製品の煩雑な成分表示が自動作成されるため、表示ラベル作成が容易になり、またミスの防止に不可欠なツールとなっています。



## 化学物質総合管理の概要

### 化学物質総合管理の概要



※1 MSDS (Material Safety Data Sheet)

製品安全データシートと呼ばれる。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のこと。

※2 PRTR (Pollutant Release and Transfer Register)

環境汚染物質排出移動登録。PRTR法は、事業者による化学物質の自主的な管理の改善を促進し、環境保全上の支障を未然に防止することを目的としている。

※3 VOC (Volatile Organic Compounds)

揮発性有機化合物のこと。

## 化学物質の安全性に関するプログラムへの参画

### SAICMIに沿った化学物質の管理

2002年に開催された「持続可能な開発に関する世界首脳会議(WSSD)」で、化学物質によるリスク削減手法のさらなる必要性や、国際的な活動の調和・効率化を図る議論を受け、「2020年までに化学物質の製造・使用が人の健康と環境にもたらす悪影響を最小化する」ことが国際的な目標として制定されました。また、その実現のための政策枠組みとして「国際的化学品管理に関する戦略的アプローチ(SAICMI)」が2006年に国連によって決議されました。

花王は化学物質を取り扱う企業の責任として、SAICMIの考え方に則った「レスポンシブル・ケア世界憲章」に2008年に署名するとともに、世界各国の政府や業界団体と協力し、安全性データの提供や報告、コンソーシアムへの積極的な参加など、さまざまな活動を進めています。今後も、海外関連会社を含めた花王グループで活動を深化していきます。

### SAICMIに沿った取り組み

- ▶ OECDのHPVプログラムに参画
- ▶ 「Japanチャレンジプログラム」に参画
- ▶ 化学物質総合管理システムを継続的に拡充
- ▶ REACH対応の管理システムを欧州花王化学に導入
- ▶ アジア各国でGHS対応のMSDSおよび製品ラベルを作成
- ▶ MSDSplus(特定の科学物質の情報伝達シート)の発行を継続
- ▶ グローバルな化学物質管理の実施

### OECDのHPVプログラムに参画

経済協力開発機構(OECD)は、1992年から高生産量化学物質(High Production Volume Chemicals)の安全点検プログラム(HPVプログラム)を開始しています。このプログラムは、OECD加盟国に対して、年間1,000トン以上生産または輸入する化学物質について、安全性情報の収集を求めるものです。

花王は、1998年から日本・海外の同業他社と共に積極的にこのプログラムに参加しています。

### グローバルな化学物質管理の実施

花王は、レスポンシブル・ケア(RC)活動を強化するため、「レスポンシブル・ケア世界憲章」に対するCEOの支持宣言書への署名を行なっています。

これら取り組みの一環として、花王は国際化学工業協会協議会(ICCA)が推進する「グローバルな化学物質管理を強化する行動指針(GPS)」を基本概念とした、グローバルな化学物質のリスク評価とリスク管理、そして日本化学産業界が新たに取り組んでいる「リスク評価プログラム(JIPS※)」活動に協力。花王はJIPSから得られた化学製品の適切なリスク情報について、積極的に社会に公表していきます。

※ JIPS(Japan Initiative of Product Stewardship)

消費者・顧客に化学製品を安全に使用していただくためのリスク評価プログラム。健全な科学的知見に裏づけられたリスク評価と製品の全ライフサイクルに応じた化学製品の管理を行なうために、化学物質のハザード情報やリスク情報のデータをインプットしている。

## ISO/TC217のワーキンググループに参画

---

国際標準化機構(ISO※)は、国家・地域基準の無秩序化・複雑化の防止のために運営されています。近年、経済のグローバル化や技術開発競争の激化により、国際規格の重要性が増大しているため、花王は、日本化粧品工業連合会の活動を通じて、化粧品関連TC(テクニカル・コミッティ)217の「微生物試験法」「包装・表示」「分析法」「用語」「GMP」「紫外線防御」のワーキンググループに参加、協力しています。

※ ISO(International Organization for Standardization)

工業標準の査定を目的とする国際機関で、各国の標準化機関の連合体。1947年に設立されて、現在では161カ国が参加している。

## 「Japanチャレンジプログラム」に参画

---

花王は、化学物質の安全性情報を広く国民に発信することを目的に、2005年4月に産業界と国の連携により開始された「官民連携既存化学物質の安全性情報収集・発信プログラム(通称「Japanチャレンジプログラム」)」に参加しています。

花王は、2010年3月時点で、13物質をスポンサー登録(花王単独4物質、コンソーシアム9物質)しており、国内で最も登録数の多い企業として評価されています。

## 情報管理の強化に向けた施策

### 化学物質総合管理システムを継続的に拡充

花王は、化学物質に関する国内外の法規制の改正などに迅速に対応していくため、GHS※1に対応した各国語の表示ラベルや、MSDSを発行できる情報システムの機能拡充を図っています。

2009年度は、2011年から施行される改正化審法※2の対応に向けて、製造時の物質情報や自社内外の用途情報を一括管理するシステムの構築を進めています。今後も、化学物質総合管理システムの整備を通じて“研究開発のスピードアップ”と“より安全なモノづくり”を推進していきます。

※1 GHS(The Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals)  
化学品を世界的に統一されたルールに従って危険有害性の種類と程度により分類し、その情報が一目でわかるようなラベル表示や安全データシート(MSDS)を提供するシステムのこと。

※2 化審法「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」  
2009年5月公布の改正化審法では、各製造・輸入者に用途別の製造・輸入物質の数量報告を義務づけ、それらの暴露に関わるデータと共に各物質の安全性データを加味して当局がリスク評価を行なう。その結果、リスクが許容できないとなった場合は、数量規制などの対応が該当物質の製造・輸入者に要求される。

### REACH対応の管理システムを欧州花王化学に導入

欧州の化学品製造拠点である欧州花王化学は、2008年度、同地域での化学品規制 REACH※に対応するために、物質ごとの数量管理システム(Substance Volume Tracking System)を化学物質総合管理システムと連動する形で導入しました。

※ REACH(Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)  
EUの化学物質の登録、評価、認可および制限に関する規則。

### アジア各国でGHS対応のMSDSおよび製品ラベルを作成

アジア各国においてGHS導入の動きが活発化しています。そこで花王は2008年度から、GHSの導入が本格化した台湾・中国向け化学品製品について、化学物質総合管理システムを用いたGHS対応MSDSおよび製品ラベルの作成を開始しています。

2009年度には、台湾に輸出する製品について中国語(繁体字)版MSDS、製品ラベルの提供を開始。また、GHSが導入された中国、韓国への輸出製品については、それぞれの国の言語でのMSDSの作成を進めています。

## MSDSplus(特定の化学物質の情報伝達シート)の発行を継続

アーティクルマネジメント推進協議会(JAMP※1)は、世界的な基準に基づく製品含有化学物質情報を管理していくために、化学物質含有情報の開示・伝達シート「MSDSplus」の普及を推奨しています。これは、製品中に含有される管理対象物質・成分に関する「法規等の名称」や「含有有無」「物質名」「CAS番号」「濃度」などの情報を記載することで、ユーザーに適切な管理を促すものです。

花王は、JAMPの設立メンバーとして、「MSDSplus」の「しくみ」づくりにも積極的に参画。

2008年5月に「MSDSplus Ver.2」を業界に先駆けて発行し、管理対象物質にREACH規則の認可対象候補物質(SVHC※2)、自動車関係のGADSL※3および電気・電子関係のJIG※4などを追加した改訂版Ver.3を、同年12月に発行しました。

2009年度も「MSDSplus」の発行を継続し、JAMPの活動普及に努めています。

※1 JAMP(Joint Article Management Promotion-consortium)

アーティクル(部品や成形品などの別称)が含有する化学物質情報を適切に管理し、サプライチェーンのなかで円滑に開示・伝達するための業界横断の活動推進主体として2006年9月に発足。

※2 SVHC(Substance of Very High Concern)

発癌性、変異原性、生殖毒性、難分解性、生物蓄積性等を有する高懸念物質。

※3 GADSL(Global Automotive Declarable Substance List)

自動車の原材料、部品等に含有される物質の国際的な統一申告物質リスト。

※4 JIG(Joint Industry Guideline)

電気電子機器に関する含有化学物質情報開示のガイドライン。

## ステークホルダーへの責任

お客さま（消費者）への責任	64
お客さま（法人顧客）への責任	74
社員への責任	80
サプライヤーへの責任	103
株主・投資家への責任	107
地域社会のために	111



## お客さま（消費者）への責任

花王は、企業理念である「花王ウェイ」に基づき、消費者の立場に立って心をこめた“よきモノづくり”を行ない、豊かな生活文化の実現に貢献することを企業使命としています。

この使命を果たしていくために、花王では、きめ細かなコミュニケーションを図りながら、消費者の声に真摯に耳を傾け、製品の改良や新製品の開発、サービスの向上などに活かしています。

### ▶ 体制としくみ



### ▶ “よきモノづくり”の実践



### ▶ CS向上に向けた 消費者意識の把握



### ▶ 適切な情報発信



## 体制としくみ

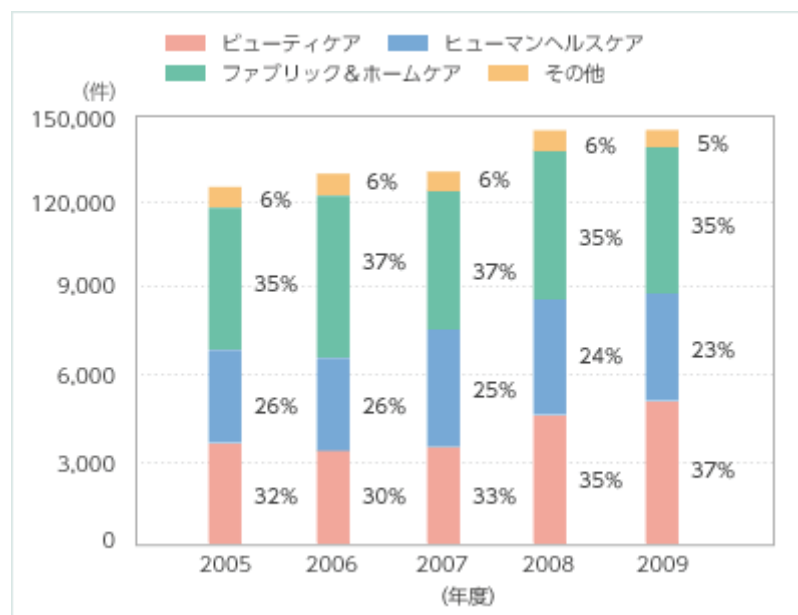
### 消費者の声をうかがう「生活者コミュニケーションセンター」

生活者コミュニケーションセンターは、製品に関する消費者からのご意見やご要望をうかがうだけでなく、その背景にある「生活者」としての意識までくみ取りながら“正確・親切・迅速”をモットーに対応することをめざしています。

2009年度に電話やメールなどで同センターに寄せられた相談件数は、約14万5000件※(前年度比100%)でした。

※「エコナ」関連製品の製造・販売中止関連を除く。

#### 消費者相談件数の推移(花王+ニベア花王)



### 独自に開発した「花王エコシステム」を国内外で活用

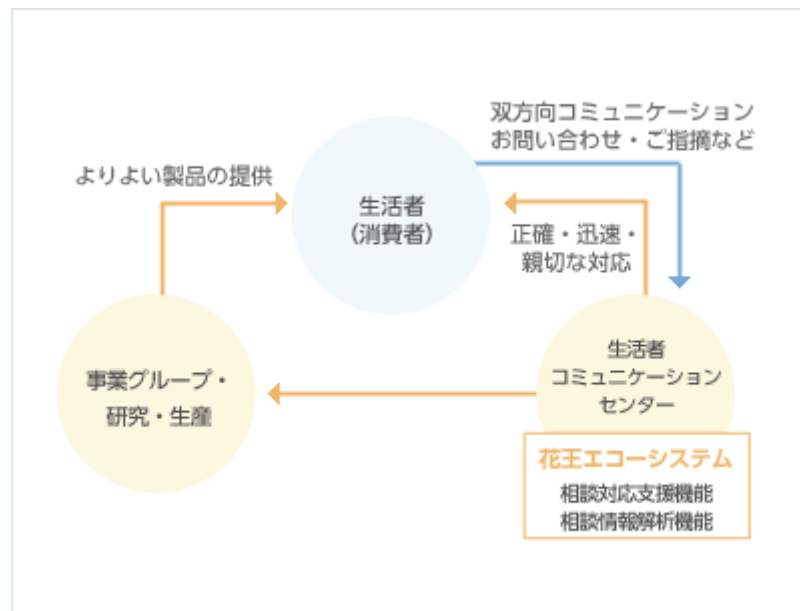
消費者と花王のコミュニケーションを支援し、消費者の声を全社で共有・活用する基盤になっているのが、1978年に開発して以来、6度にわたるバージョンアップを重ねてきた独自の情報システム「花王エコシステム」です。

このシステムには、花王の全製品の情報や改良の履歴から生活情報まで、多岐にわたる情報が蓄積されており、消費者からの相談に対する迅速で的確な対応を支えています。

また、相談内容は、個人情報の取り扱いに十分配慮しながら逐次データベース化し、翌朝には全社で閲覧できるようにしています。これらのデータをもとに、各部門が製品別の相談傾向や発現率などを解析し、製品開発やマーケティング、生産活動などに活かしています。

2009年1月からは、カネボウ化粧品やアジア、オーストラリアの9つのグループ会社にも「花王エコシステム」を導入し、情報を共有・活用することで、花王グループ全体の顧客満足度の向上を図っています。

## 消費者の声を製品に活かすしくみ



## “よきモノづくり”をグローバルに推進

花王は、消費者の声を活かした“よきモノづくり”の考え方やしくみを、国内外のグループ会社へと広げています。

2005年から「アジア消費者相談部門マネジャー会議」を開始し、毎年、アジア各国の消費者対応担当者が集まって、よりよい消費者対応のあり方と消費者の声の活用について意見交換を行なっています。また、2009年からは「花王エコシステム」を国外9つのグループ会社に導入。2009年の香港・シンガポールでの「リーゼ 泡カラー(Liese Bubble Hair Color)」発売にあたっては、国内の「泡カラー」の相談状況の報告や対応研修を現地で実施するなど、各社間で消費者の声や取り組みをリアルタイムに共有し、“よきモノづくり”のための活動をグローバルに推進しています。



アジア消費者相談部門と品質保証部門の合同会議の様子



会議に参加した日本と海外グループの消費者対応担当者

## “よきモノづくり”の実践

### 消費者の声を製品に反映

消費者との密接なコミュニケーションを通して得られたご意見やご要望は、開発、研究、生産など関連各部門で共有し、“よきモノづくり”に活かしています。

製品の性能や容器の使い勝手、表示のわかりやすさ、さらには広告表現まで幅広く消費者の声を反映していくことで、顧客満足度の向上を追求しています。

### 消費者の声を製品改善に活かした事例をウェブサイトで紹介

消費者からいただいたご意見やご要望をもとに改善した、製品の性能や容器の使いやすさ、表示、デザインなどの事例を、ウェブサイトで紹介しています。

▶ お客様のご意見をよきモノづくりに活かして 



お客様のご意見をよきモノづくりに活かして

**TOPICS** ヘアカラーが肌について着色した時の落とし方を表示

髪を染める時、ヘアカラーが肌につくと着色してしまうことがあります。そのため、着色しやすい顔まわりや耳などには水をはじくクリームをつけて肌にカラーリング剤がつかないようにし、皮膚についた場合にはすぐにふき取るよう、使用説明書に記載しています。しかし、誤って皮膚につけてしまった方から「洗ったがきれいに落ちない。このまま色が残ってしまうのではないか」と不安の声をいただいていた。そこで、2009年秋、「ブローネ泡カラー」の使用説明書に、より効果的に着色を落とす方法を表示しました。不安を解消していただくために、洗髪や入浴により数日程度で自然に落ちることに加え、強くこすって肌を傷めないように注意をお願いしています。

**皮膚に着色してしまったら…**

無理に落とそうとすると肌を傷めることがありますので、強くこすらないでください。

- メイク落とし(ジェル、クリームなど)を着色した部分につけて、20秒ほどなじませ、ティッシュペーパーなどでふき取ります。次に石けんや洗顔料を泡立てて洗い、すすぎます。
- 落ちにくい場合は、綿タオルで石けんや洗顔料を泡立ててやさしくマッサージし、洗い流してください。

上記のように落とすにもかかわらず、多少色が残った場合でも、洗髪や入浴によって数日程度で自然に落ちていきます。

※メイク落としや石けんなどをご使用の際は、目に入らないようにご注意ください。

泡カラー使用説明書

## CS向上に向けた消費者意識の把握

### 消費者の意識の変化を定期的に調査

花王は、変化する消費者意識を的確に把握するため、定期的に「消費者意識調査」を実施しています。相談窓口にご意見を寄せられる消費者の年代が年々上がり、若い消費者のご意見やご要望が把握しにくくなっているため、最新の調査では、「若年層の意識や行動」をテーマのひとつに加えました。その結果、製品に関する疑問があると、インターネットでの情報収集による解決ばかりでなく、コミュニケーション手段としてもインターネットを活用している実態が見えてきました。

また年代を問わず、企業に苦情を申し出る率は低く、日常会話やインターネットのブログなどによって不満を解消していることもわかりました。

これらの調査結果を活かして、インターネットによる新しい形のコミュニケーションや、消費者が企業に意見を伝えやすい環境づくりを推進していきます。






## 適切な情報発信

### ウェブサイトを活用した情報の発信

消費者から寄せられるお問い合わせの内容は、製品の使い方や安全性、環境への影響など多岐にわたります。こうした多様な情報ニーズに的確に応えていくために、花王はウェブサイトを活用したタイムリーな情報発信に努めています。特に、消費者の安全・安心を守るために、ヘアカラー使用前の皮膚アレルギー試験(パッチテスト)の必要性や、紫外線対策、赤ちゃんにお使いいただく時の注意情報などに重点を置いています。成分や製品の安全性に関するお問い合わせへの回答集「成分・容器・安全性Q&A」、製品の誤食や製品が目に入った場合の応急処置方法をご紹介します「応急処置SOS」も公開しています。また、「アタックNeo」や「ブローネ根元カラー」など新製品を中心に、お問い合わせが多いご質問へのQ&Aを充実させるほか、「製造終了品のご案内」をリニューアルし、代替商品をご紹介しますなど、きめ細かい情報提供に努めています。



成分・容器・安全性Q&A

- ▶ [製品Q&A](#) 
- ▶ [成分・容器・安全性Q&A](#) 
- ▶ [応急処置SOS](#) 
- ▶ [住まい・衣類のトラブルSOS](#) 
- ▶ [製造終了品のご案内](#) 

## TOPICS 「化粧品Q&A」サイトを新設

2009年3月、「化粧品Q&A」サイトを開設しました。消費者から多いお問い合わせや、スキンケア品・メイクアップ品の選び方や使い方、紫外線対策、成分などについての情報を掲載しています。また、「ソフィーナ」や「エスト」などブランドサイトを一緒に表示し、各製品の特徴や使い方にリンクするなど、化粧品の情報が探しやすいように工夫しています。

### ▶ 化粧品Q&A



化粧品Q&A

## セミナーやイベントを通じた啓発活動

生活者コミュニケーションセンターは、各種のセミナーや講座の開催、行政機関の主催するイベントへの参画など、消費者とじかに接するコミュニケーションの機会を積極的に設け、啓発活動や情報発信に努めています。また、今後の取り組みや活動に活かしていくため、さまざまな部門と一緒に消費者団体との意見交換会を開催しています。

2009年度は、6月に行なった花王の環境宣言に伴い「いっしょにeco」に重点を置いた活動を行ないました。お洗たく講座や手洗い啓発活動、障がい者向けの生活講座なども実施しています。

### 消費者団体との意見交換会を実施

花王では、環境への取り組みについてなど、消費者団体の方々と意見交換会を実施しています。2009年度は6月の「花王環境宣言」での具体的事例や、エコナ関連製品の製造・販売中止の経緯について説明を行ないました。

環境などへの意識が高い消費者団体とコミュニケーションを重ね相互理解を深めることで、今後の活動や情報発信につなげていきたいと考えています。



## 障がい者向けの生活講座を開催

生活者コミュニケーションセンターは、障がい者の視点に立った啓発活動を継続的に実施しています。2009年は5月に兵庫県尼崎市視覚障害者協会、7月には大阪市視覚障害者福祉協会で、視覚障がい者の方々に「お洗たく講座」を実施しました。点字テキストを活用しながら、洗剤や柔軟仕上げ剤の容器、衣類などを触って使い方などを確認。デモンストレーションや実習を交えるなど、楽しみながら学べる体験型の講座になるよう工夫し、多くの方から好評をいただきました。



お洗たく講座

## 環境に関するイベント・展示会への参加

2009年10月、消費者団体と行政機関が主催するイベントに参加しました。東京都消費者月間団体連絡会議・東京都主催の「東京都消費者月間 暮らしフェスタ2009」、墨田区主催の「すみだ消費生活展2009」、(財)消費科学センター・消費科学連合会主催の「消費科学連合会創立45周年記念行事」において、3つの「いっしょにeco」、商品からのCO<sub>2</sub>排出量、環境に配慮した新しい洗剤、花王の3R等を紹介しました。



「東京都消費者月間 暮らしフェスタ2009」



「すみだ消費生活展2009」

**TOPICS** 無償配布活動やウェブサイト運営などを通しての「初経教育」

「ロリエ」は1978年の発売当初より、初経を迎えるお子さまとその保護者、小学校に対して、初経教育のさまざまなサポート活動を行っています。

**1. 小学校に対する「ロリエ初経教育セット」の無償配布活動**

全国の小学校等を通じ初経を迎えるお子さまへ、月経やからだの変化についてまとめた教材とナプキンの試供品をご提供。2009年度にご応募いただいた、8,700校以上の小学校等に約732,000セットを配布しました。

**2. お子さまや保護者に向けたウェブサイトの提供**

お子さまにはからだの変化や月経について学んでいただき、保護者には心と知識の準備を始めていただくためのウェブサイト、「おとなになるということ」をご提供。このウェブサイトは、花王の中でも高いページビュー数を記録し、最も滞在時間が長いことから、お子さまや保護者に信頼されている情報源となっていることがうかがえます。

**3. 初経教育講演会の実施**

毎年1回、栃木事業場で、栃木在住のお子さまと保護者約70組を招いて、専門家による初経教育講演会と工場見学会を実施。2010年度で10周年を迎えます。

これらのサポート活動を受けられた保護者や養護教諭からは、「月経について家庭で話し合うきっかけになった」「生理は怖いものというイメージが娘の中で軽くなった様子」といったご感想をいただいています。

**▶ 花王 ロリエのCSR活動**


「ロリエ初経教育セット」

※ セット内容、デザインは変更する場合がございます。



初経教育講演会(栃木事業場)

**TOPICS** 幼稚園や小学校、動物園で「手洗い啓発活動」を実施

花王では、子どもたちに手洗いの大切さを知ってもらい啓発活動を行なっています。そのひとつとして、東京都の推奨する手の洗い方や、幼稚園の先生方へ行なったアンケートをもとに、児童絵本の専門家や有識者の協力も得ながら、正しい手の洗い方を楽しみながら学べる『あわあわ手あらいのうた』を制作。累計6,376の幼稚園と13,077校の小学校に、商品(ハンドソープ)と同時にDVDとポスターを教材として配布しました。

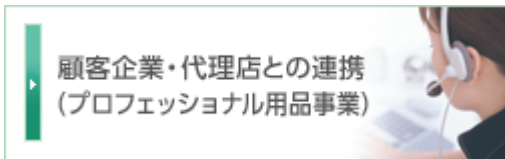
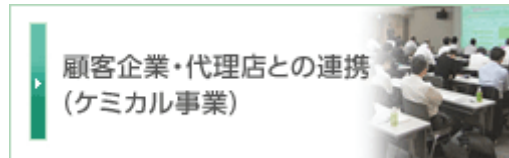
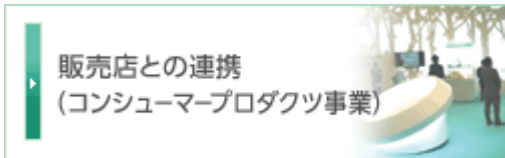
また、講師を派遣して3校の小学校で講義を行ない、28の動物園でパネル展示やイベントなどを行ないました(2010年2月時点)。



講師(花王の社員)による手洗い教室の様子

## お客さま（法人顧客）への責任

花王にとって、コンシューマープロダクツの販売店、化学製品や業務品の販売代理店は、消費者と顧客に安全で価値ある製品と情報をお届けしていくうえで、不可欠で大切なビジネスパートナーです。花王は、これら販売店や販売代理店の皆さまと緊密なパートナーシップを築き、信頼関係を基盤とした相互の繁栄と環境負荷の削減を図っていくために、情報交換をはじめとする各種のコミュニケーション活動や協働活動を積極的に実施しています。



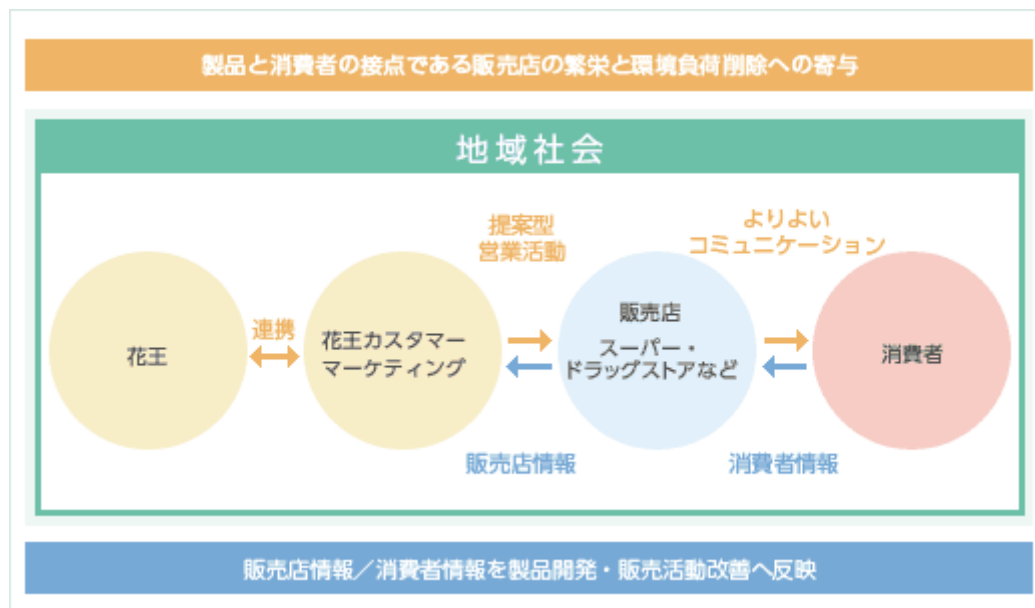
## 販売店との連携 (コンシューマープロダクツ事業)

### グループ会社と共に販売店との連携を強化

花王は、スーパーやドラッグストアなどの販売店を通じて、製品(コンシューマープロダクツ)をお客さまにお届けしています。

これらの販売を担う花王カスタマーマーケティングでは、さまざまな販売店との連携を強化していくために、店頭活動支援を行なう花王マーチャンダイジングサービスと協働して、提案型営業を推進しています。また活動を通じて、販売店の繁栄と環境負荷削減に寄与するとともに、販売店から得られた販売現場の情報を製品開発部門にフィードバックするなど、グループ一体となって“よきモノづくり”を推進しています。

### 花王カスタマーマーケティングと販売店の協働体制



### 販売店向けセミナー・勉強会を開催

花王カスタマーマーケティングは、販売店との連携強化の一環として、直接消費者と接する売場担当の方々を対象に、製品の特長・性能や使い方、市場の動向、売場でのワンポイントセールストークなどを説明するセミナーや勉強会を実施しています。

2009年度は、プレステージ化粧品関連で約3,600回、家庭用品関連で約1,200回、計約4,800回のセミナー・勉強会を実施しました。

また、多忙な売場担当の方々に向けて、個別に販売店を訪れ、短時間で製品知識や接客に役立つ情報を提供する「10ミニッツ勉強会」を実施しています。

**TOPICS** 販売店との連携を強化する「コラボレーションフェア」を開催

花王グループは2009年7月、販売店とのパートナーシップをさらに強化するため、2日間にわたって「コラボレーションフェア」を開催しました。

フェアでは、日本とアジアの有力販売店から約1,100人の経営幹部やバイヤーを招来。花王グループの経営方針、「新CI」と「環境宣言」、販売活動の現状、品質やR&Dなどの取り組みをご理解いただくとともに、販売店のご意見・ご要望をお聞きするなど、活発なコミュニケーションを図りました。



提案ブースゾーン「企業活動紹介コーナー」

## 顧客企業・代理店との連携 (ケミカル事業)

### 緊密なコミュニケーションを推進

花王のコア事業のひとつであるケミカル事業は、オレオケミカル(油脂関連製品)、機能材料(界面活性剤)、スペシャルティ(情報材料、香料)の各分野で、世界の幅広い産業界のお客さまに中間原料としての化学品製品を提供しています。

この事業では、激しく変化する市場ニーズに合わせたタイムリーな研究開発を推進していく必要があり、安全で高品質な製品を提供するためにも、顧客企業や販売代理店との緊密なコミュニケーションが不可欠です。

そこで花王は、日常的な商談や定期的な情報交換会を通じてコミュニケーションに努めるとともに、エクストラネット※1を活用して情報の共有化を図っています。

近年は、製品に関わる法規制や安全性に関して、サプライチェーンを通じた迅速な情報提供が求められており、顧客企業に対してJAMP※2のMSDSplus※3などによる自主的な製品情報の提供を行なうよう、社内や代理店での啓発を継続しています。

#### ※1 エクストラネット

複数の企業間でイントラネットを相互接続したネットワーク。

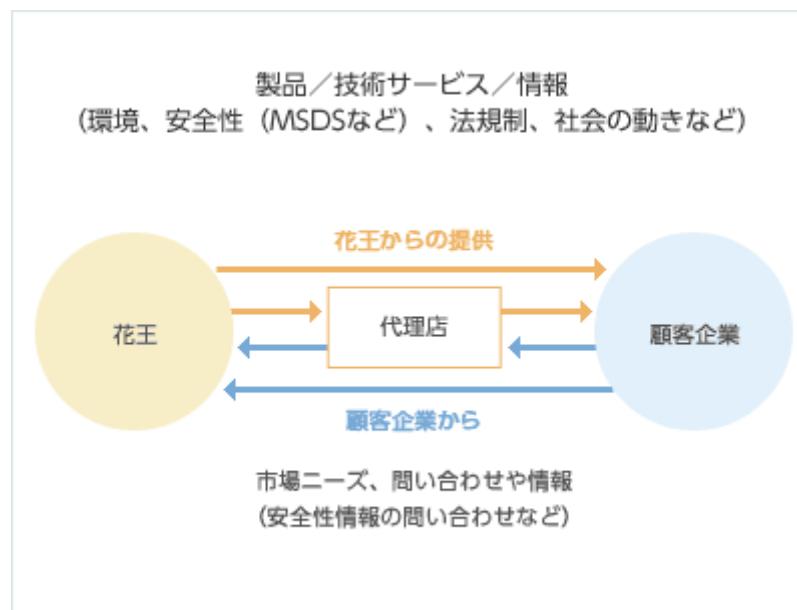
#### ※2 JAMP(Joint Article Management Promotion-consortium)

アーティクル(部品や成形品などの別称)が含有する化学物質情報を適切に管理し、サプライチェーンのなかで円滑に開示・伝達するための業界横断の活動推進主体として2006年9月に発足。

#### ※3 MSDSplus

JAMPが推奨する製品含有化学物質情報を伝達するための基本的な情報伝達シート。

### 顧客企業・代理店との連携体制



### 販売代理店とエクストラネットを通じて情報共有

販売代理店との情報共有や業務の効率化を図るために、花王は1999年、代理店とエクストラネットを活用したEDI(電子データ交換)システムを構築し、受発注業務のシステム化を実現しました。

また、2008年12月には、代理店に対して実施したアンケート結果をもとに、より迅速かつタイムリーな情報交換ができるよう、システムの大幅なリニューアルを実施しました。

## 販売代理店との情報交換会を継続的に実施

花王は、販売代理店とのコミュニケーションを通じた相互の発展をめざし、情報提供や情報交換会などを継続的に実施しています。2009年度は、「代理店新人研修会」や「国内外の法規制動向に関する代理店説明会」、代理店各社を訪問しての「情報交換会」を実施しました。

「代理店新人研修会」は、販売代理店で入社年度の浅い担当者が、安全で高品質なケミカル製品を顧客企業に継続的に提供するために、花王の総合安全管理の取り組みや花王製品についての基礎知識修得を目的に、2年に一度開催している研修会です。2009年度は、和歌山事業場で9月に2日間にわたり行ない、これまでで最も多い70人以上の方に参加いただきました。

また、同じ9月には、東京と大阪の2会場で「国内外の法規制動向に関する代理店説明会」を開催しました。2009年10月施行の改正化管法※と、2010年4月施行の化審法の改正についての説明を中心に行ない、花王と顧客企業の間で、製品や用途の情報伝達に関わる販売代理店の役割が、今後ますます重要になることを認識していただきました。

さらに、2009年度の「情報交換会」は、大阪と東京の主要代理店10社、計15事業所を訪問。花王からは「輸出関連法規制の徹底遵守」を要請したほか、「代理店エクストラネットの活用」「最新の化学物質管理の国際動向」「環境ビジネスへの取り組み」について説明を行ないました。世界各地で化学物質規制が大きく動いているなかで、最新の情報をもとにした情報交換によって、お互いの役割をあらためて再確認することができました。また、事前に実施した訪問代理店へのCSRや環境対応等の取り組みに関するアンケート回答の内容をもとに情報交換も行ない、すべての訪問代理店で継続的にCSRや環境対応へ取り組んでいることを再確認しました。今後もPDCAを意識した活動を販売代理店と共に推進していきます。

### ※ 改正化管法

有害性のある多種多様な化学物質が、どのような発生源から、どれくらい環境中に排出されたか、あるいは廃棄物に含まれて事業所の外に運び出されたかというデータを把握・集計し、公表するしくみ。化管法は1999年に制定され、2009年10月に対象物質の見直しなどが行なわれた改正化管法が施行された。

### TOPICS 「改正化管法および改正化審法に関する説明会」を実施

最近、世界各国で化学物質管理についての各種法規制の制定・改訂の取り組みが盛んに行なわれています。この背景には、環境開発サミット(WSSD)の2020年目標である「化学物質が、人の健康と環境への著しい影響を最小化する方法で生産・利用されることを、2020年までに達成する」ことの実現に向けて、各国がSAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って積極的に取り組んでいることが挙げられます。

こうした国際的な流れを受けて、日本でも化管法が2008年11月に、化審法が2009年5月に改正されました。今回の法改正は、化学物質管理上、大きな変化であり、代理店にとっても顧客への情報提供、用途情報収集などの新たな取り組みが必要になります。そのため花王は、販売代理店を対象とした改正化管法と改正化審法に関する説明会を、東京と大阪の2会場で実施しました。説明会では、化学物質管理の国際動向に関する説明のあと、化管法と化審法の改正概要、これに対する花王の取り組み、代理店の果たすべき役割などについての説明とお願いを行ないました。



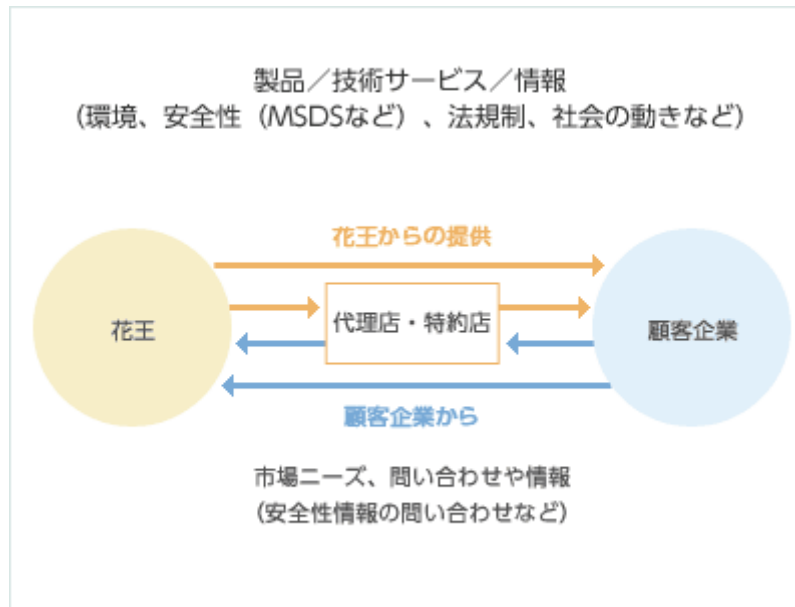
説明に熱心に聞き入る参加者(大阪事業場)

## 顧客企業・代理店との連携（プロフェッショナル用品事業）

### 顧客の衛生・安全・環境管理をサポート

花王プロフェッショナル・サービスは、外食産業や食品加工業界、病院、クリーニング業界など、高度な洗浄と衛生管理を必要とする企業や施設を対象に、洗剤をはじめとした各種業務用品を販売しています。また、製品の提供だけでなく、顧客の現場ニーズをさらに掘り下げ、顧客ごとに異なる衛生管理・安全管理・環境管理についてのトータル・コンサルティングを展開。改善提案から成果の検証、マニュアル化といった一連のソリューションを提供するとともに、社員教育支援なども行なっています。

#### 顧客企業・代理店との連携体制



### 24時間365日対応の相談窓口を設置

業務用品の主要顧客である外食産業では、近年、24時間営業店舗や経験の少ないパート・アルバイト社員の増加など、労働環境の変化が起こっています。こうした変化に対応するために、花王プロフェッショナル・サービスは、2007年度から業界に先駆けて、24時間365日対応する相談窓口を2つ開設しました。

ひとつは、食器洗浄機洗剤についての相談を受け付ける「花王カスタマーサポートセンター」です。一般飲食店や大手外食チェーンからの、適切な取り扱い方法などに関するお問い合わせは毎月約400件ほどです。

もうひとつは、洗剤の使用にあたっての安全上の不安や、身体的なトラブルに関する相談を受け付ける「緊急医療相談窓口」です。現場で働く方々の安全・安心意識の高まりにより、ユーザー様のご要望が拡大しています。

花王プロフェッショナル・サービスは、今後も個々の店舗の状況把握に努めるとともに、相談窓口の対応オペレーターの増員などサービスの拡充を図っていきます。



## 社員への責任

企業理念である「花王ウェイ」の行動原則には、ダイバーシティ(多様性)から生まれる活力が事業の発展を支えるという認識にたって多様性を尊重することを明記しています。

文化、国籍、宗教、信条、人種、性別、年齢、身体的障がいなどを理由とする差別を排除するとともに、社員一人ひとりの尊厳を守り、持てる能力を最大限に発揮し合える環境づくりに努めるなど、「イコール・パートナーシップ(対等な関係)」の構築をめざしています。

▶ 人材開発・育成



▶ 公正な評価と処遇



▶ 多様性の推進と個人の尊重



▶ 社員意識調査  
「Find」を実施



▶ 社員との対話を推進



▶ 社員の健康・生活への配慮



▶ 労働安全・保安防災



## 人材開発・育成

### 個人と企業がともに成長する環境・風土づくり

社員一人ひとりの努力が所属する組織や会社の力を高め、組織の成長を実感することで、社員のモチベーションもより一層高まっていく。花王は、そんな「個人と企業がともに成長する環境・風土づくり」を人材開発の基本方針としています。

こうした考えのもと、花王における「ありたき組織像」と「求められる人材像」を掲げ、組織の成長を追求すると同時に、社員の意欲や個性、組織の目標に応じた能力開発の機会をさまざまな手法で提供し、社員それぞれの成長を支援しています。

### 人材開発の基本方針

花王グループにおいてはラインによる人材マネジメントが基本であり、人材開発は各級マネジャーが主体となり、花王ウェイを共有し自ら実践する人材を現場で育成することが大切です。

マネジャーは、多様な社員一人ひとりの限らない叡智を結集し、環境の変化に対して常に新しい発想に基づき組織を運営することにより、個々の力をより大きな力とし、事業目標の達成に貢献することができます。

そのためには、組織ならびに個人の成長をあらゆる側面において支援し、組織と個人の両者の統合をはかりさらなる発展を目指すこと、すなわち組織全体の目標達成への努力と個々人の目標達成への努力が連鎖し相互の成長が良循環となるような環境と風土をつくることが重要です。

この実現に向け、次の3つの理念を人材開発の基本方針とし、実践します。

#### 人材開発基本方針

- 花王グループが「よきモノづくり」を行ない永続的に発展するために、組織的な創造革新の活動によって、全体としての効果・効率性が常に向上することを目指します。  
(効果・効率性の追求)
- 創造革新の源泉は、限りなく叡智を発揮したいという全社員の熱意にある、という考え方にに基づき、個々の人間としての尊厳が尊重され、自主性と多様性が活かされる環境をつくります。  
(人間性の尊重)
- 社員一人ひとりが現場で思う存分叡智を発揮することが、花王グループの発展につながるよう、諸施策の改善に努め、創造革新の活動を通じて組織と個人の統合を図ります。  
(統合への努力)

#### 人材開発のビジョン

##### ありたき組織像

自由闊達な絶えざる革新の風土を継承し、透明性の高い役割責任体制のもとに花王ウェイに基づいた組織運営を行ないます。そして、常に変化に柔軟かつ機敏に対応する「生体機能的組織」の考え方に基づき、グループ全社が一体的に運営される組織を目指します。

## 求められる人材像

1. 挑戦意欲を持ち続ける人材 (Challenge & Change)
  - 自らを革新することに挑戦し続ける
2. 高い専門性を持つ人材 (Professional Capabilities)
  - 職務や役割に応じた高度な専門性を身につけ、環境変化に強く、自律している
3. 国際感覚豊かな人材 (Global Perspective)
  - グローバルな視点を持ち、世界の多様な発想や技術に目を向け、学び、実践する
4. 協働により高い成果を生み出す人材 (Communication & Collaboration)
  - 双方向の対話に努め協働による高い成果を生み出す
5. 倫理観に富む人材 (Integrity)
  - 価値観を共有でき倫理観に富む

## 中長期のビジネス課題に基づいた研修プログラムの開発と実施

花王では、研修プログラムの開発にあたって、事前にニーズのアセスメントを行なっています。トップマネジメントへのインタビューや社員アンケート調査によって、中長期のビジネス課題やそれを達成するために求められる態度・行動を把握し、プログラムに反映しているほか、自主性を尊重したコースを設けるなど、社員が自らの意思で学べるよう工夫しています。

## 教育研修のグローバル一体運営をめざした「花王クリエイティビティ・キャンプ」がスタート

2010年4月より「花王クリエイティビティ・キャンプ」をスタートしました。「花王のDNAを継承し、『花王ウェイ』を自ら体現できる創造性豊かな人材をグローバルに輩出するベースキャンプとなること」をビジョンとし、グローバル一体運営を推進するため、研修プログラムを国内外で統一し、価値観・目標・仕事の進め方を共有する人材を育成します。2008、2009年度からアジア地域で先行スタートしたアジア・リーダーシップ開発研修・マネジメント研修・インテグリティ研修・グローバル入社オリエンテーションをはじめとするグローバル共通プログラムを、2010年度は順次実施していきます。

### 花王クリエイティビティ・キャンプ ビジョン/基本方針

#### ビジョン

##### <クリエイティビティ・キャンプ>

花王のDNAを継承し、花王ウェイを自ら体現できる創造性豊かな人材をグローバルに輩出するベースキャンプとなる

#### 基本方針

1. グローバルな視点にたつて、グループ社員全員に教育機会を提供
  - グループ社員全員に必須となる教育を、グローバル共通に提供します
  - 自ら学ぶ意欲、能力のある人材に公正に質の高い教育機会を提供します
2. 中長期の戦略に基づいたビジネスニーズに対応した研修企画
  - 中長期的な経営戦略のビジネス課題を達成するために必要な知識・スキル・行動と現状とのギャップを埋めるための教育ニーズを特定し、研修企画に反映して提供します
3. Off-JTとOJTの一体化
  - キャリアステージに応じた基本、専門教育をタイムリーに実施します
  - 現場で実践できる問題解決手法を提供します

## グローバル共通プログラム

Global Leader Development Program II (グローバルリーダー開発プログラムII)	
Global Leader Development Program I (グローバルリーダー開発プログラムI)	
<b>Management (マネジメント)</b> 対象：マネジャー職昇格者 内容：グローバル一体運営に必要な「業務プロセス・意思決定プロセス」と「マネジメント手法」	CEO Program (海外トップマネジメント研修)
	Expatriate Program (海外赴任者研修)
<b>Managing Human Performance Program (マネージング・ヒューマン・パフォーマンス)</b> 対象：初めてメンバーをマネジメントする社員 内容：花王のマネジメント、目標設定・コーチング・フィードバック	
<b>Business Skill (ビジネススキル)</b> <思考> 問題解決技法 (含むロジカルシンキング) <実行> ファシリテーション、ネゴシエーション、ダイバーシティ (異文化対応力)、仕事の進め方、プレゼンテーション、プロジェクトマネジメント <知識> アカウンティング、マーケティング、経営戦略論、人的資源開発 <英語> 英語基礎スキル (話す、聞く、読む、書く)、英語実践スキル (プレゼン、ミーティング)	
<b>Career Development (キャリア開発)</b>	
<b>Kao Way (花王ウェイ)</b>	
<b>Integrity (インテグリティ)</b>	
<b>New employee orientation (入社オリエンテーション)</b>	

## グローバル部門専門プログラム

MK	販売 (CMK)	生産技術	R & D	情報システム
MKリーダー研修				Stage 3 IT総合研修
MK Univ. (マスター)	グローバルKA研修	SCM研修	専門塾 主幹・主席フォーラム	Stage 2 メソドロジー研修 (応用) アプリケーション 応用研修 テクノロジー 応用研修
	TMKE (販売MK研修)	高压塾		Stage 1 メソドロジー 研修 (基礎) アプリケーション 基礎研修
MK Univ. (ベーシック)	KAME (アカウント研修)	グローバルテクノスクール		
	CSE (ECR研修)		基礎 科学塾	
MK基礎Ⅲ	FSE (SA研修)	グローバルエンジニアスクール		
MK基礎Ⅱ	MDE (ISM研修)	生産技術基本講座	FM フォーラム	入社IT 専門研修
MK基礎Ⅰ				

## TOPICS グローバルリーダー開発プログラムⅠ、Ⅱを実施

花王は、2010年からグローバル花王を牽引する選抜されたリーダー層を対象とした2つの研修「グローバルリーダー開発プログラムⅠ」「グローバルリーダー開発プログラムⅡ」を実施します。これは、国内外を問わず有能なメンバーを招集し、より大きな視点から花王の課題を抽出し、経営幹部に提案するという、花王初の世界共通プログラムです。基本言語を英語とすることで、この取り組みをきっかけにして英語をベースとするプログラムの実施を増やしていく予定です。

## 第2回「アジア・リーダーシップ開発研修」を実施

積極的にグローバル化を進めている花王では、国際的な視点に立つ人材育成が急務となっています。そこで、2007年度からアジア市場での成長の担い手となるビジネスリーダーの育成を目的とした「アジア・リーダーシップ開発研修」を開始。将来の現地経営幹部候補および次世代リーダー層を対象に、「花王ウェイ」に連動した目標や価値観の共有を図るほか、ビジネスリーダーに求められる具体的なノウハウの浸透に努めています。

第1回の2007年度は8カ国24人を対象に、第2回は2008年9月から2009年12月にかけて8カ国20人を対象に研修を実施しました。

第2回の研修では、第一期の受講生であり、かつマレーシアで開催した「花王ウェイ」や「花王インテグリティ研修」のファシリテーター（進行役）を務めた社員を講師に起用。受講生に近い立場から、具体的なビジネス・ノウハウの活用例やアドバイスを提供してもらいました。

2009年12月に行なった最終回では、「花王ウェイ」に基づいたリーダーシップにより、組織の目標達成をどのように実践してきたかについて、全員が経営陣にプレゼンテーションを行ないました。その後、社長と「花王ウェイ」についての思いを分かち合い、今後も「世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化の実現」に向けて取り組んでいくことをすべての参加者で確認することができました。

2010年度以降については、アジアだけでなく、日本および欧米も含んだグローバルリーダー開発研修としてリニューアルし、実施していきます。



「アジア・リーダーシップ開発研修」卒業式にて幹部との記念撮影

## 教育研修用コンテンツをイントラネットで運用

花王は、「人材開発トレーニング・ポリシー」に明記した「自ら学ぶ」姿勢を育てていくために、2004年度から社員の自己開発のための教育研修用コンテンツを、イントラネット「MA-navi」上で運用しています。「MA-navi」では、花王の求める人材像や研修方針をはじめ、研修体系や個々の研修内容、自己開発のための各種プログラムなどを紹介。

今後は、グローバル・イントラネットへ移行し、グループ全体の教育研修情報を掲載していきます。

## 「花王ウェイワークショップ」を開催

花王は、企業理念「花王ウェイ」を実践していくために、2005年11月から、各職場で日常の仕事と「花王ウェイ」の結びつきについて議論する「花王ウェイワークショップ」を実施しています。2009年度は下記の部門および関連会社で実施しました。

今後は、サステナビリティや中期的な事業戦略の視点も取り入れながら、まだ実施していない部門はもちろん、全部門を対象にプログラムを更新し、引き続き推進していきます。

### 「花王ウェイワークショップ」実施状況(2009年度)

国内	品質保証部門 生産技術部門 情報システム部門 ロジスティクス部門 会計財務部門 生物科学研究所 安全性評価研究所
関連会社	愛媛サニタリープロダクツ 花王カスタマーマーケティング 花王ロジスティクス モルトンブラウン社 花王ブランド社 KPSS社

### TOPICS 「花王ウェイリコグニション」の運用

2008年度からスタートした「花王ウェイリコグニション」は、「花王ウェイ」の実践を職場で認め合い、事例を共有することで、一人ひとりの社員がより「花王ウェイ」を意識して仕事に取り組むようになることをねらいとした新しいしくみです。制度の導入や運用方法などについては、各社・各部門の自主性を尊重しており、アジアの関連会社などでは独自の表彰セレモニーを催し、社内でベストプラクティスの共有を図るなど、活発に活用しています。

また、英国のモルトンブラウン社では従来の表彰制度と「花王ウェイリコグニション」のアプローチを合体させた、ハイブリッド型のプログラムを開発しました。国内では、法務・コンプライアンス部門や生活者コミュニケーション部門が、同様のハイブリッド型のプログラムを運用しています。リコグニションであげられた事例の中からいくつかを花王ウェイのニューズレターで取り上げ、グローバルにグループで事例を共有し、実践にむけてのモチベーションの向上を図っています。

## 「グローバルテクノスクール」で現場リーダーを養成

“団塊の世代”の多くの人々が定年を迎えるなか、企業では製造現場における技能・ノウハウの伝承が大きな課題となっています。そのため、花王では1989年度から、生産部門の中核メンバーとして“よきモノづくり”を実践するエンジニアリングオペレーターの育成や技術・技能伝承などを目的とした選抜制の研修「テクノスクール」を実施しています。

これは、各工場の20～40代の中堅オペレーターを対象とする約7カ月間の集合研修で、生産部門におけるキーパーソン育成をめざしています。研修では、現場実習や資格取得支援といった実践的な技術スキルの獲得だけでなく、人格形成や視野拡大に向けた講義や販売実習などのプログラムも実施しています。

また、この「テクノスクール」は、日本・中華圏の研修生を対象に日本語で実施していましたが、2008年度からはアセアン圏に範囲を拡大。新たに英語クラスを加え、「グローバルテクノスクール」と改称しました。

「グローバルテクノスクール」は、開校以来20年にわたり、25期819人（うち海外生62人）の修了生を送り出し、生産現場の現場力強化に貢献してきました。「グローバルテクノスクール」は、今後も“よきモノづくり”を現場で実践できる人材の育成をめざしていきます。

### 技術者向け研修の実施状況（2009年度）

研修名	目的	参加人数（人）
グローバルテクノスクール	エンジニアリングオペレーターの育成	国内：12 海外：9
生産技術基本講座	若手現場オペレーターの育成	53
マネジメント基礎研修	初級リーダー層の育成	50
職群改定者研修	リーダー層の育成	16
グローバルエンジニアスクール	アジア一体運営の要となるグローバルエンジニアの育成	プロセス：9

### TOPICS 花王インダストリアル(タイランド)で「タイテクノスクール」を実施

花王インダストリアル(タイランド)では、生産技術部門における人材育成、ひいてはアジアナンバー1の工場をめざし、工場に所属する全部門の次期リーダー候補の社員を対象に、2007年度より「花王インダストリアル(タイランド)テクノスクール(TTS)」を開校しています。日本で実施している「グローバルテクノスクール」と同様、「心と技」をキーワードに、生産技術部門として必要な知識やスキルだけでなく、自己革新のための研修、そしてベストプラクティスを学ぶための他企業見学などを取り入れています。

2009年度は25人の研修生を対象に、5～12月の7カ月間、週2日ペースで実施しました。花王インダストリアル(タイランド)は、継続的な成長のために最も大切な資源ともいえる、社員の育成に今後も積極的に取り組んでいきます。



「タイテクノスクール」実施風景



## 公正な評価と処遇

### 公正かつ客観的な評価・処遇を実施

花王は、社員の職務や役割、職責を明確にするとともに、一人ひとりの能力と実績を公正に評価し、処遇・報酬に反映させるしくみづくりに注力しています。

特に社員の評価にあたっては、評価結果の公正性・客観性や社員の納得度を高めることを重視するしくみを導入しています。具体的には、社員（被評価者）とその上長（評価者）との間で、評定期間の期首に面談を実施し、当該期間の業務目標を設定。以降、目標の達成度を定量的に把握し、期末にあらためて面談を行なったうえで評価を決定します。加えて、評価者の主観による不公平をなくすために、各部門内で多面的な調整を実施しています。

また、課長相当職以上に実施している「バランス・スコア・カード」による評価を、2009年度より海外関連会社の現地幹部社員にも採用し、評価の客観性を高めました。

花王は、今後も社員意識調査「Find」の結果などを踏まえながら、一人ひとりの能力と実績をより公正に評価・処遇していくことで、社員が生き生きと活躍し、働きがいを感じられる処遇制度の構築を進めます。

### 評価者を対象に国内外でトレーニングを実施

花王では部下を持つ社員を対象に、国内外でさまざまなトレーニングを実施しています。

- 初めて部下を持つ社員を対象とした研修
- 主任・課長・部長相当職に昇格した社員を対象とした研修

### 職務発明制度を運用

花王は、社員の研究活動を奨励する目的で、2000年に「職務発明制度」を導入し、2005年4月に特許法の改正などを踏まえた改定を実施しました。

職務発明制度には、特許出願時の補償や、事業への貢献が顕著な特許類に対する実績報奨などの規程を盛り込んでいます。

実績報奨は、事業貢献度の高い発明を顕彰して発明者の労に報いるとともに、ほかの社員の励みになるよう設計しており、特許類を社内ですべて実施した際の「社内実施報奨」と、所定以上の収入があったライセンス収入に関する報奨があります。

報奨内容は「職務発明取り扱い規程」に則り、年に1回、事業貢献度と対象特許の価値評価を考慮した、公平かつ透明なプロセスのもとで決定しており、イントラネットを通じて社員に開示しています。

この制度発足以来、実績報奨の基準を満たす案件が継続的に生まれています。今後も、企業収益に貢献する価値ある研究成果や特許の創出を、物心両面で支える環境づくりに努めていきます。

## 多様性の推進と個人の尊重

### 「イコール・パートナーシップ(EPS)推進」を継続的に実施

多様な個を尊重し、差別のない明るく風通しのよい職場、働きがいを持てる職場の実現をめざして、国内花王グループは2000年から、多様性の尊重、ワーク・ライフ・バランスの推進などをテーマにした「イコール・パートナーシップ(EPS)推進」に取り組んでいます。

2009年度は社内ポータルサイトを再構築し、社員へ向けた情報発信のプラットホームを整備しました。また、国内全グループ社員を対象に、EPS推進活動への理解を促すための情報紙『イコール・パートナーシップ通信+(プラス)』を引き続き8月、12月の年2回発行。8月は人権について、12月は仕事と家庭の両立とセクハラ防止を取り上げました。

また、キャリア入社者や新任マネジャーなどを対象にした研修では、多様性を活かすマネジメントの実践に向け、「多様性推進の必要性」や「ハラスメント防止」「ワーク・ライフ・バランス推進」などについての講義を継続。のべ10回実施し、255人が参加しました。

さらに、人材開発部門と各地の事業場、グループ会社の人事担当者などがメンバーとなり、EPSに対する認識や活動レベルを高め合う「EPS推進ネットワーク会議」を、7月、12月の年2回実施。7月は雇用形態による問題点の確認、障がい者雇用促進についての意見交換と、外部講師による異文化コミュニケーションの講義などを行ないました。12月には、働き方の見直しに関する情報提供と意見交換、育児・介護休業法改正の趣旨の理解促進、そして社内での一層の推進に向けて意見交換を行ないました。



社内ポータルサイト画面

### 女性社員の活躍を支援

花王は、社員の性別にかかわらず、それぞれが持てる能力を十分に発揮していくことを基本として、積極的に女性社員の活躍機会を広げています。

2009年度の花王(株)の女性管理職の割合は5.5%(女性社員比率18.6%)となり、前年度に比べ0.8ポイント増加しました。なお、国内花王グループ全体での女性管理職比率は6.7%(女性社員比率58.4%)、海外を含めた全グループでの女性管理職比率は21.6%(女性社員比率56.8%)となっています。

今後も、能力ある社員が男女の区別なく活躍できる風土を醸成するよう、努めていきます。

## 地域別社員比率(正社員)

	09年度	比率
日本	23,800人	68.2%
アジア(日本を除く)	7,561人	21.7%
米州	1,201人	3.4%
欧米	2,351人	6.7%
合計	34,913人	

## 社員関連データ(国内連結)

		08年度	09年度
正社員(人)※1	女	12,911	13,885
	男	9,916	9,887
契約社員(人)※1	女	3,340	2,483
	男	164	183
女性管理職比率(正社員のみ)※1		6.5%	6.7%
育児休職取得人数※1	女	421	469
	男	89	93
障がい者雇用率 (2009年6月1日時点)	国内グループ全 体※2	1.87%	1.88%
	花王(株)	1.90%	1.84%

※1 集計範囲: 花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王クエーカー(株)、花王プロフェッショナルサービス(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株)、(株)ジョゼ、(株)プライヴ、カネボウコスミリオン(株)、(株)リサーチ、(株)エキップ

※2 集計範囲: 雇用義務のある国内関係会社9社(花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王マーチャンダイジングサービス(株)、花王プロフェッショナルサービス(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王ロジスティクス(株)、花王商事(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株))および花王ピオニー(株)

## ワーク・ライフ・バランス実践の支援

花王は、1980年代から、社員の仕事と家庭生活の両立を支援するため、育児や介護支援に関する諸制度の充実や、制度の活用を促すよう職場風土の醸成や意識啓発に努めてきました。

2008年度からは、それぞれの会社や部門で計画を立て「仕事の見直しによるワーク・ライフ・バランスの実践」に取り組んでいます。各事業場では「早帰りキャンペーン」などを実施し、各職場でもメリハリある働き方の促進や有給休暇取得率向上に努めています。

また、2009年度から、10、11月を「仕事と家庭の両立支援特別月間」として、男性の育児参加や介護に関する情報提供、両立に関するマネジメント向けeラーニング紹介、マミーズ・ランチの実施等、両立に関するさまざまな取り組みを集中して実施しました。そして、10月には花王(株)大阪事業場と花王カスタマーマーケティング近畿リージョン、11月には栃木事業場、3月にはすみだ事業場で、外部講師によるワーク・ライフ・バランスに関する講演会を開催。多くの社員が参加し、仕事と生活の調和について考えを深めるきっかけになりました。

さらに、12月発行の『イコール・パートナーシップ通信+(プラス)』では、特集で社会の動きとグループ各社の取り組みを紹介しました。

今後は、これまでの取り組みを継続していくとともに、将来的な課題のひとつとして介護支援に注力し、まず花王(株)での課題を把握し、検討・改善していく計画です。

## 「次世代育成支援対策推進法」に基づく行動計画を実行

花王は、働きやすい職場の実現をめざし、育児や介護支援制度の拡充と、制度を活用できる風土啓発に努めてきました。

そのなかでも、“育児支援”は全社員の働き方にも関係することとらえ、「次世代育成支援対策推進法(略称:次世代法)」に基づき、301人以上の社員を擁する全国グループ会社で、仕事と生活の調和のとれた働き方の実現をめざして目標と行動計画を策定し、取り組んでいます。その結果、花王(株)では2007年・2009年に、カネボウ化粧品では2007年に計画を達成し、「認定」を受けました。

現在、花王(株)では3期目の行動計画を作成、実践中で、特に男性の育児休職取得に向けた風土啓発、仕事と育児等の両立に関する制度の周知強化と運用促進、労働時間の削減による働き方の見直しを進めています。

今後も、仕事と家庭的責任の両立が図りやすく、働きやすい環境の実現をめざして、取り組みを続けていきます。

## 男性社員の育児参加を促進

花王は、男性社員の育児参加促進を目的に、各種の啓発活動や制度改定を実施しています。

2006年度からは、育児休職の開始日から5日間を有給とする制度を導入。制度利用者からは、「家族から感謝され、父親としての責任を自覚した」「ほかの人にも取得を勧めたい」といった感想が寄せられています。また、行政機関の要請を受けて、制度の実態調査やインタビューなどにも協力しています。

こうした活動の結果、グループ全体の男性社員の育児休職取得者割合は36.5%となり、制度を導入した2006年9月から2009年度末まで、のべ281人が利用しました。

2010年度も、男性社員本人の意識啓発やマネジャー層にさらなる理解を促すなど、より積極的に利用促進を図っていきます。

## TOPICS 母親を対象とした「マミーズ・ランチ」を実施

2009年11月、花王(株)の茅場町事業場、すみだ事業場、和歌山事業場にて、育児の悩みを共有し、仕事との両立への意欲を新たにしてもらうことを目的に、小さなお子さんを持つ女性社員を対象にしたランチミーティングを開催しました。ふだんは仕事と育児の両立に忙しく、悩みを共有する機会や組織を超えてのコミュニケーションの場が限られがちであるため、1時間という短い時間でしたが、多くの体験談や意見が飛び交い、大変中身の濃い時間となりました。



「マミーズ・ランチ」の様子

## 障がい者雇用を促進

花王は、「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、障がいのある人の社会人としての自立を支援する」という方針のもと、障がい者雇用を推進しています。

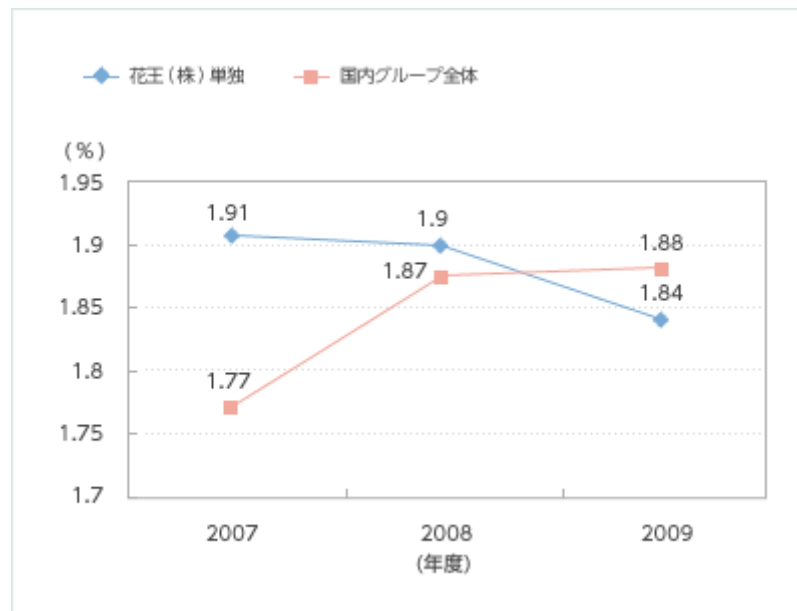
2009年6月末時点での花王グループの障がい者雇用率は1.88%、花王(株)では1.84%でした。花王(株)では例年よりも定年退職者が多く雇用率が低下しましたが、あらためて職域開発と採用活動に注力しています。

また2006年4月に本格操業した特例子会社の花王ピオニーでは、知的障がいのある社員18人を含め、総勢23人が勤務しています。主にパーソナルケア製品や化粧品のセット・梱包作業を、ベルトコンベアを使用した流れ作業方式で行なっています。チームワークによって個人差をカバーし、それぞれ個人の能力の最大化を図っており、運営は順調です。

2009年度は、花王グループの人事担当者を対象に見学会を実施し、7社のべ59人が参加して、花王グループでの障がい者雇用促進の取り組み内容と、花王ピオニーの運営や活動内容について説明を行いました。これによって、障がい者雇用の方針と社内の現状に対する理解が深まると同時に、その重要性を再認識し、より一層の雇用促進を考える機会となりました。

今後も、多様な社員が働きやすい職場づくりを進めていくとともに、障がい者雇用に積極的に取り組んでいきます。

## 障がい者雇用率の推移



※ 集計範囲: 雇用義務のある国内関係会社9社(花王(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、花王マーチャンダイジングサービス(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王ロジスティクス(株)、花王商事(株)、(株)カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売(株))および花王ピオニー(株)

※ 2009年6月1日時点。

## 定年後の再雇用制度「シニアパートナー制度」を運用

国内では少子化に伴う労働力人口の減少が進んでおり、「人材の安定的な確保」や「熟練社員のビジネススキルや技術・技能の伝承」などが企業の重要な課題となっています。

こうした課題を踏まえ、花王(株)では2006年4月、高度な専門知識やビジネススキル、ノウハウなどを有する管理職クラスの定年退職者を契約社員として再雇用する「シニアパートナー制度」を導入。2008年4月より、対象者の範囲を管理職クラス以外の社員にも拡大しました。

その結果、2009年度の再雇用者数は、定年退職者全体の31.6%にあたる31人となり、制度を導入した2006年4月から2010年3月末までの累計は、65人となりました。2010年度もさらに再雇用者数が増加する見込みです。

今後も、意欲、能力のあるシニア層社員が生き生きと働き、事業に貢献できるような制度運用と環境づくりに努めていきます。

## 花王(株)再雇用者数推移

年度	定年退職者数	再雇用者数	比率
2006	58人	3人	5.2%
2007	68人	10人	14.7%
2008	77人	21人	27.3%
2009	98人	31人	31.6%

## 差別やハラスメントのない職場づくりを推進

職場でのハラスメント(嫌がらせ)に関する意識が高まるなか、花王ではさまざまな啓発活動を実施しています。

社内ガイドライン「セクシュアルハラスメント防止のために」「パワーハラスメント防止のためのガイドブック」を随時整備・公開し、2008年度は新任マネジャー研修でのパワハラ防止に関する講義内容を拡充しました。

2009年度からは、12月を「ハラスメント防止月間」として、関連情報や社内の取り組みをニュースレターで全社員へ向けて紹介。さらにセクハラ防止ポスターを全事業場、国内グループ会社へ掲示するなど集中した取り組みを行ない、あらためて防止に向けた意識を全社員に浸透させました。また、コンプライアンス担当が定期的に紹介しているミニドラマでもセクハラを取り上げ、認識の深化を促進しています。こうした取り組みを通じ、ハラスメントが許されない行為であることは社内の共通認識になっています。しかし、特にセクハラは男女間の認識の違い・受け止め方の違いにより生じることもあるため、自身の言動や意識を再確認するためのチェックリストを『イコール・パートナー通信+(プラス)』に掲載しました。なお、各種のハラスメントに関する相談は、社内外に設置した相談窓口で受け付けています。

## 社員意識調査「Find」を実施

### 調査結果をもとに職場環境を改善

花王は、自社の組織風土が持つ強みを伸ばしつつ、課題を発見・改善していくために、国内グループ会社の全社員を対象とした社員意識調査「Find」を2年ごとに実施しています。

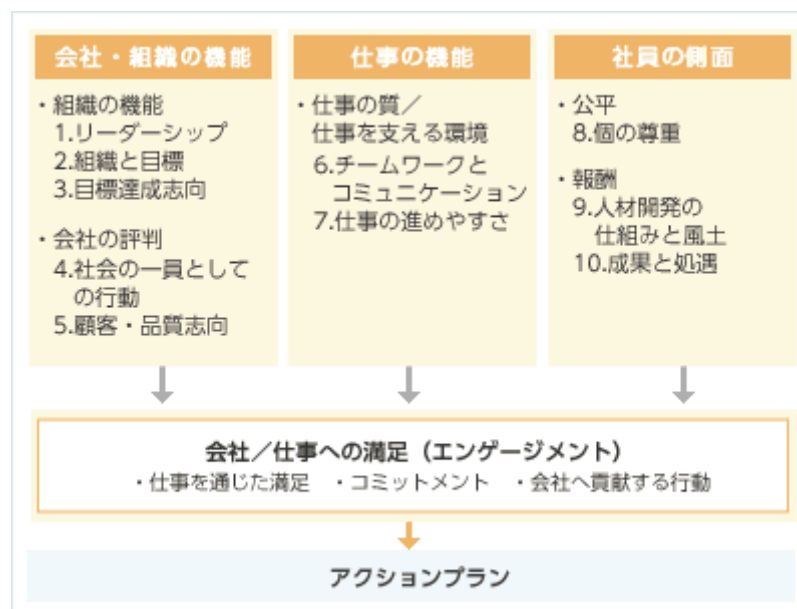
この結果をもとに、各部門では業務プロセスの改善や生産性の向上につなげていくためのアクションプランを作成。そして、その実行を通じて職場環境の整備や風土づくりを推進しています。

また、2007年度からは、対象を海外グループ会社にも広げ、よりグローバルな観点で制度や環境を改善していくようにしました。

2009年度は、「“よきモノづくり”のための業務プロセスの見直しと改善」「日々の業務の実践(OJT)と研修(OFF-JT)を通じた、能力開発の環境づくり」などが今後の課題として挙げられました。

2010年度は、これらを全社で共有し、改善に向けたアクションプランを実行していきます。次回の調査は2011年度の予定です。

#### 「Find」調査項目





## 社員との対話を推進

### 経営層と社員との相互理解を推進

花王は、経営層と社員との相互理解を図るため、毎年「社員懇談会」を実施するなど、国内外でさまざまな対話の機会を設けています。

「社員懇談会」とは、社長が花王(株)の全事業場の社員代表に対して事業状況や将来戦略、人材開発の重点課題などについて説明し、社員からの質問にも答えるという意見交換の場です。2009年度は4月と10月の2回実施し、各種人事制度の基本的な考え方やワークライフバランス、就業マネジメントなどについて話し合いました。そのほかにも、国内各事業場では労使懇談会や厚生委員会などを開催し、経営層と社員の相互理解を図っています。

海外では、欧州地域で1996年に「花王欧州労使協議会」を設置。毎年1回、欧州事業の責任者が欧州各社の社員代表に事業状況や経営計画などについて説明、質疑応答を行なっています。2009年度は、11月にドイツで開催しました。

また、中国でも労使の対話の場として、全社員から選挙で選ばれた委員が運営する「工会」や、部門別のグループから選挙で選ばれた代表者が運営する「職工代表大会」を設けています。



社員懇談会

## 社員の健康・生活への配慮

### 社員の健康づくり活動「KAO健康2010」を推進

花王は、「セルフケア意識の高い、心身ともに健康な社員を増やす」ことを目標に、2005年度から健康づくり活動「KAO健康2010」を推進しています。2008年には「花王グループ健康宣言」を策定し、次の5つの切り口から、花王健康保険組合と共同して社員の健康に対してより積極的な支援を行なうことを宣言しています。

#### 「花王グループ健康宣言」5つの支援

1. 生活習慣病対策
2. メンタルヘルス対策
3. 禁煙対策
4. がん対策
5. 女性の健康対策

1. 生活習慣病対策では、2008年度から厚生労働省が保険者（健康保険組合等）に対して義務付けた「特定健診・特定保健指導」も包含して、社員の健康診断結果と問診結果に基づいた生活習慣病予防のための保健指導を実施。社員が自発的に生活習慣改善に取り組めるよう、支援活動を行なっています。
2. メンタルヘルス対策としては、メンタルヘルスの問診システムを2008年度から導入しました。メンタル不調者に対し、より早期に対応できる体制を構築したほか、マネジャーに対するメンタルヘルス対応研修を積極的に実施しています。
3. 2009年度から、5月31日の世界禁煙デーに歩調を合わせた「花王禁煙キャンペーン」を実施し、禁煙の啓発や禁煙者への支援を行なっています。
4. がんへの対策は、一部を除き早期発見・早期治療が有効であることから、30歳と35歳以上の社員に対しての（安全衛生法における）法定健診にがん検診項目を付加し、実施しています。
5. 女性特有の健康課題に対しては、性差医療からの知見を啓発し、婦人科健診の受診率向上をめざしています。2008年度からは、隔年で一般定期健診（30歳を除く35歳未満対象の法定健診）に乳がん・子宮がん検診を選択受診できることとしました。

また、2009年10月には、茅場町事業場にて産婦人科医・対馬ルリ子先生を講師に迎え「女性のライフスタイルと健康」と題した健康セミナーを開催。今後もこのようなセミナーを企画していく予定です。



「女性のライフスタイルと健康」セミナーの様子



性差医療啓発の資料

**2009年度の健康診断実績(花王(株)および国内関連会社※1)**

- 健康診断受診率:99.9%
- 健康診断後の保健指導率※2:95.7%

※1 花王ロジスティクス(株)および(株)カネボウ化粧品とその子会社6社を除く。

※2 健康診断受診者のうち、保健指導を受けた社員の比率。

**2009年度の生活習慣改善支援活動(花王健康保険組合の支援事業)****健康マイレージ**

花王健康保険組合では、花王の健康づくりの目標である「セルフケア意識の高い、心身ともに健康な社員を増やす」支援策として、「健康であること」「健康改善したこと」「健康意識が高く実践していること」を指標にしたマイレージプログラムを運営しています。以下のプログラムで、獲得した健康マイルを健康グッズに交換できるしくみです。

参加者(登録者)数:6,288人(参加率39.4%)

**1. チャレンジウォーキング**

日々の歩数を入力し、歩数に応じて健康マイルを付与。

参加者数:2,131人(対象者15,859人、参加率13.4%)

参加者一人当たりの1日平均歩数:9,772歩

うち1日平均1万歩以上歩いている人:910人(参加者の42.6%)

**2. 生活習慣チャレンジマイル**

改善したい生活習慣とその目標値を設定し、月末の自己評価に応じて健康マイルを付与。

**3. 健診マイル**

健診データや問診結果に応じて健康マイルを付与。

**4. 健康イベントマイル**

歯科検診受診や事業場独自の取り組みへの参加に応じて健康マイルを付与。

**その他の支援**

病院で禁煙外来等を受け、禁煙を達成した人への費用補助(上限3万円)のほか、2009年度から、ニコチンパッチ、ニコチンガムなど一般に購入できる禁煙補助薬品を利用して禁煙を達成した人への費用補助(上限1万5千円)を開始しました。

また、日本対がん協会主催の「らくらく禁煙コンテスト」に参加し、6週間で完全禁煙を行なうという運動への支援を行ない、2009年度で25人が禁煙に成功しました。

そのほかにも、全国の事業場・リージョンごとに食生活習慣改善キャンペーン、生活習慣病予防セミナー、女性の健康セミナー、体力測定などの取り組みを実施しています。

**『花王グループ健康白書(準備号)』を発行**

2008年8月に「花王グループ健康宣言」を策定したことに続き、2010年2月には『花王グループ健康白書(準備号)』を発行しました。

この健康白書では、2008年度の花王グループ社員の健康に関わるさまざまなデータが集計・分析されており、「健康の見える化」を行なうことで、健康づくり事業の「現状把握」「目標設定」「目標達成のための施策立案」「実行とその評価」というPDCAサイクルを回していくことをめざしています。

本来であればこのような健康データも他者(健康保険組合・自治体・企業など)との比較を行ない、相対的な位置取りも提供すべきですが、参考となる先例が少ないため、当面は花王グループ内での時系列的な分析を行なっていきます。そのために今回の健康白書は、今後の基準年度として扱うことを意味し、「準備号」として発行しました。

今後は毎年発行を続けることで、花王グループの健康度が向上していることの証しにしていきたいと考えています。

## 「就業マネジメントシステム」を活用し、メリハリある勤務を推進

花王は2005年4月から、法改正や過重労働などの人的リスク管理の観点を踏まえ、社員の在社時間・就業時間・残業申告時間を管理する「就業マネジメントシステム」を導入。「36協定(時間外労働に関する協定)の遵守」「長時間労働による健康障害の防止」などに努めています。

社員の就業時間は、本人と部門責任者が月に一度確認し、36協定で合意した延長時間を超える場合は、「特別延長連絡書」の提出を義務づけています。特別延長は1年の半分までを限度としており、法定限度時間内で運用しています。また、残業が一定時間(月100時間または2~6カ月間の平均値が80時間)を超えた場合は、その都度、健康面談を実施しています。

これらの活動の結果、花王(株)では有給休暇取得率が前年度の57%から、2009年度は61%に向上しました。

## 主体的な将来設計をサポート

平均寿命が延び、高齢社会が到来するなか、定年退職後の生活をいかに安定・充実したものにするかが大きな課題となっています。花王は、長きにわたって会社を支えてきた社員が定年退職後も生き生きと暮らしていけるよう、さまざまなサポートを実施しています。

### 「ライフプランセミナー」を実施

1992年度から、社員の定年後の生活設計(年金生活)を支援するために、55~58歳を迎えた全社員を対象とする「ライフプランセミナー」を実施しています。花王の退職(企業年金)制度や国の社会保険制度を説明し、外部講師による年金生活のシミュレーションや、ライフワークに関する指導・アドバイスなども行なっています。2007年度からは「夫婦コース」を導入するなど、対象世代観に沿うよう継続的に内容の充実を図っており、2010年3月末までに累計1,615人(うち夫婦コース83組)が参加しています。

### 「ライフキャリア・デザインセミナー」を開催

2007年度から、45歳に達した社員を対象とする「ライフキャリア・デザインセミナー」を1泊2日で実施しています。

これは、「人生90年時代の折り返しの節目」を機に、積み重ねてきたキャリアを振り返り、自身の仕事観やライフスタイルなどについて考える機会を提供するものです。自己理解を通じて、将来計画を主体的に考えることを目的としています。

2009年度は、対象者369人中、121人が参加しました。今後も内容の充実を図り、参加者の増加に努めていきます。

## 労働安全・保安防災

### 労働災害・事故発生防止への対応を強化

花王は、事業活動に伴う災害や事故から社員の安全を守るため、災害・事故の発生状況や原因を把握・分析し、再発防止に役立てています。また、社員・非正規社員問わず、入社時の教育や配置先での安全教育を徹底することで、労働災害防止と個人の安全意識の向上に努めています。

海外グループ会社における災害・事故についても、社内緊急連絡網を通じて把握するしくみを構築しています。なお、東南アジア地域の工場については、現地仕様の「環知安システム」を活用して労働災害のデータをまとめています。

2009年は、各部門で機械および作業のリスクアセスメントを継続するとともに、整理・整頓・清掃の「3S活動」を推進しました。生産技術部門では、化学物質の取り扱いに関するリスクアセスメントの検討・試行をしつつ、化学設備のセーフティアセスメントを推進しています。また、ロジスティクス部門と販売部門では、交通事故低減のための施策を推進しました。

### 2009年の労働災害発生状況

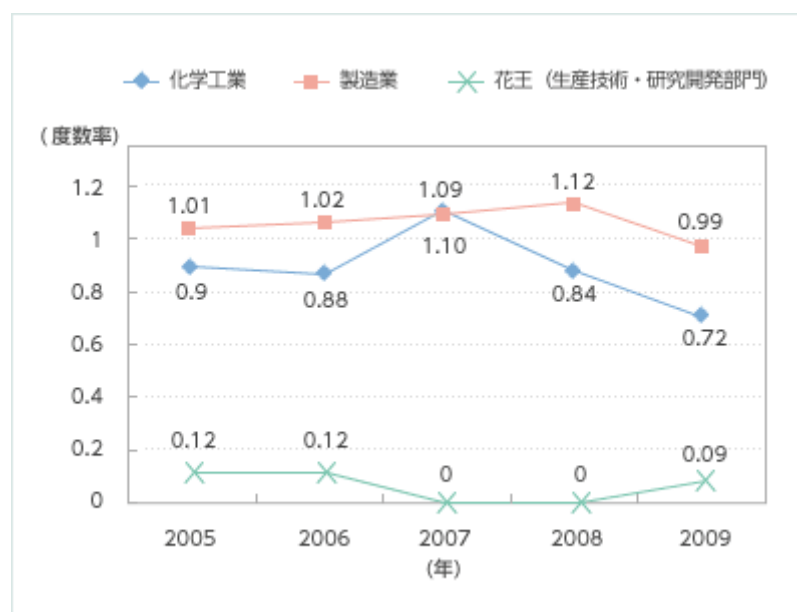
花王国内グループ全体(派遣社員を含む)の労働災害による被災者総数は、2008年の161人から156人に減少しました。その内、休業になった被災者数は、2008年の26人から19人に減少しました。

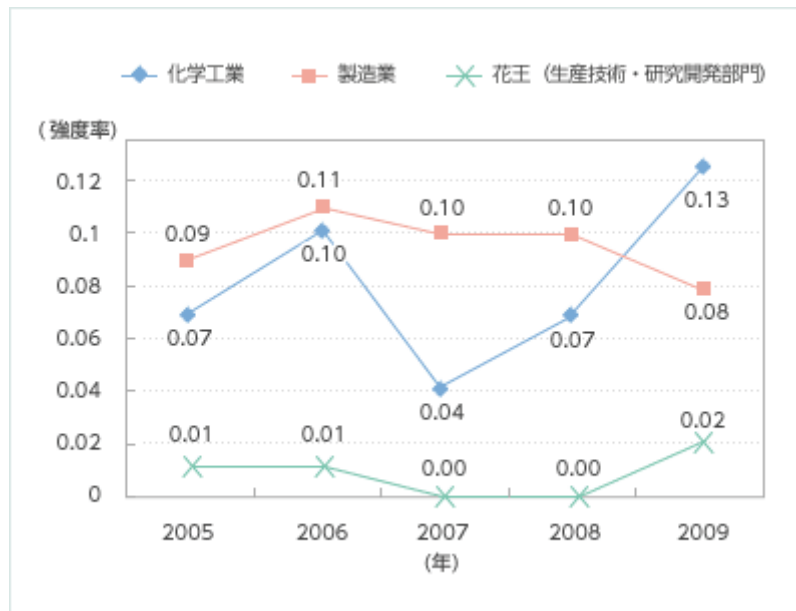
内容別に見れば、販売業務での「交通事故・はさまれ・打撲・切れ」は減少したものの、物流業務での「捻挫・打撲」「カゴ台車等の接触」「腰痛等」の災害比率が高まりました。

また、花王グループの生産技術部門・研究開発部門(カネボウ化粧品生産・研究部門含む)の被災者数は、2008年の40人から35人に減少しました。研究開発部門では、「ガラスでの切れ」「装置によるはさまれ」が減少し、生産技術部門は「有害物・高低温への接触」と「機械によるはさまれ」が増加しました。なお、休業になった被災者は、2007年、2008年と0人でしたが、2009年は1人になりました。

今後も、交通事故の低減対策やリスクアセスメントの実施、残留リスクの削減などの活動を継続していきます。

生産技術部門・研究開発部門の度数率※1/強度率※2の推移





※ 集計方法を見直し、2005年から派遣社員の被災者数も含んだ数値としました。

※ 2008年からカネボウ化粧品の生産・研究部門も対象に加えました。

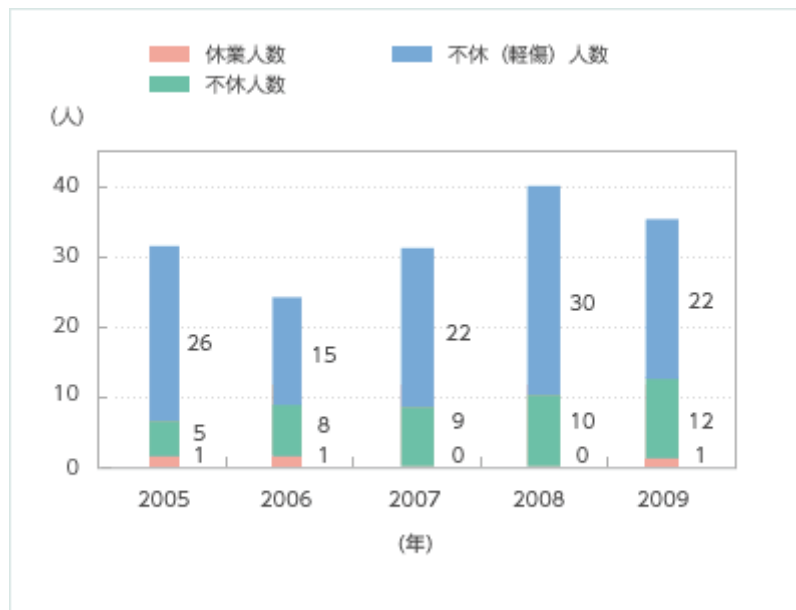
※1 度数率

100万延べ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数(休業1日以上およびからだの一部または機能を失ったもの)。

※2 強度率

1,000延べ実労働時間当たりの労働損失日数。

生産技術部門・研究開発部門の被災者数の推移



※ 集計方法を見直し、2005年から派遣社員の被災者数も含んだ数値としました。

※ 2008年からカネボウ化粧品の生産・研究部門も対象に加えました。

## 2009年の小規模な火災の発生について

花王グループで重大な事故はありませんでしたが、国内で小規模な火災(ボヤ)が4件発生。いずれも、けが人はいませんでした。

### 4月/和歌山工場

配管から漏洩した液が下部蒸気配管のバルブ保温部に浸入し、保温材内部にて蓄熱発火。

### 8月/栃木事業場

サンタリー工場の機械室より、回転体の接触摩擦による火花がパルプへ引火。

### 11月/和歌山工場

ガスタービン発電電気室の制御盤内で、トランス自体の不具合による内部焼損が発生。

### 12月/栃木事業場

雑芥焼却炉前のコンベアローラー不良により、摩擦熱でごみに着火。

以上4件の火災を踏まえて、類似設備の点検を実施し、異常がないことを確認しました。今後も、設備の定期点検・整備・パトロールの管理を徹底していきます。

## 大規模災害に備えた訓練を実施

国内花王グループでは、地震などの大規模災害に備え、さまざまな訓練を実施しています。

2009年11月には、東海地震の注意情報発表と、その後マグニチュード8規模の東海および首都直下地震が同時発生したとの想定で、全社防災通報訓練を実施しました。

地震発生時には、被災地での初動から和歌山・大阪を中心とする防災対策組織(西)の立上げ、通報手順および防災対策本部を栃木へ仮設置するまで、一連の対応を確認しました。今回、初めて実施した東海地震の注意情報発表訓練では、現地での対応手順を明確にしました。安全で迅速な行動を行なえるよう、さらに努力します。

また、大規模な地震などの災害発生に備えた「安否確認システム」については、毎年、国内花王グループで入力訓練を実施しています。2009年は9月7～13日に実施し、対象者の95%(前年度は91%)にあたる27,449人が入力しました。

このほかにも、「緊急地震速報システム」を導入したオフィスや研修所、工場において、速報を取り入れた防災訓練を実施するなど、さまざまな訓練を通じて万一の災害に備えています。

## 安全防災・環境管理の研修を実施

花王は、安全防災・環境管理のレベルを向上していくために、担当責任者向けのさまざまな教育を実施しています。

2009年度は、日本のスタッフが、7月に花王ベトナム工場、8月に花王台湾へ出張し、総合防災消防訓練(屋外消火栓放水訓練、消火器訓練、救出・救急訓練等)の内容確認と提案を実施しました。

### TOPICS 国内外の工場が安全表彰を受賞

和歌山工場は、「災害ゼロから危険ゼロ」をめざして、リスクアセスメントや安全教育を継続的に実施してきた結果、第4種無災害記録1,490万時間(2009年3月27日時点)を達成。2009年7月に、厚生労働省より「無災害記録証」をいただきました。

また11月には、ピリピナス花王がフィリピン政府の労働雇用省から、「Safety Recognition Award」を受賞しました。これは、2006年5月から2009年5月までの3年間にわたり、無事故・無災害を達成できたことが評価されたものです。日本花王と共に進めた安全活動の強化、規程の見直しをはじめ、従業員一丸となった安全への地道な取り組みが、このような形で報われたのだと考えています。

## サプライヤーへの責任

花王は、サプライヤーの皆さまと良好なパートナーシップを長期にわたって築いていくために、花王の理念や事業目的をお伝えするとともに、「原材料・機材調達基本方針」に則った「公正・公平」「遵法・倫理性」「社会的責任性」の3つを基本姿勢とする調達活動を推進しています。

また、基本方針に含まれる「社会」「環境」面に関する対応については、サプライヤーと一体となって改善に努めているほか、花王が求める品質・規格を満たすために必要な技術情報についても迅速に情報交換するなど、パートナーシップの強化を図っています。

▶ [コーポレートサイト - CSR - CSR調達の取り組み - CSR調達の基本方針](#) 





## CSR調達

## サプライヤーへの基準達成率改善に向けた取り組み

花王は、2004年4月に定めた「グリーン調達基準」をもとに、サプライヤー工場の環境マネジメントシステム(EMS)の構築・運用状況など、環境面での取り組みを評価してきました。

2007年1月からは、「グリーン調達基準」を「CSR調達基準」に改定し、環境面に加えて、法令や社会規範の遵守、労働・人権問題への取り組みなど、社会面の調査・評価を実施しています。さらに、アジア花王グループ会社のサプライヤーや国内機材サプライヤーに対しても、調査・評価範囲を拡大しています。2009年度は、前年度調査で基準に満たなかったサプライヤーを訪問し、改善要請をするなどEMSの構築や社会面のレベルアップについての取り組みを実施してきました。その結果、社会面調達基準の達成率が97%から99%に、グリーン調達基準の達成率が96%から98%に向上しました。また、課題のあるサプライヤーに対するモニタリングと、改善に向けての取り組みを開始しています。

さらに、CSR調査・評価結果をデータベース化し、購買担当者がCSRに関連するリスクと多様な調達先の評価を支援する、オンラインシステムを構築しました。アジア花王グループでも、改善の取り組みを検討しています。

## 社会面の調査企業数とCSR調達基準を達成している企業比率

	花王(株) 取引先企業数	アジア花王グループ 取引先企業数
2008年度迄	925社(97%)	353社(98%)
2009年度迄	934社(99%)	380社(98%)

## 環境面の調査工場数とCSR調達基準を達成している工場比率

	花王(株) 取引先工場数	アジア花王グループ 取引先工場数
2008年度迄	1,247工場(96%)	215工場(94%)
2009年度迄	1,256工場(98%)	242工場(95%)

## 公正・公平な取引

### サプライヤー満足度調査を実施

花王は、公正・公平な調達活動が行なわれているかを確認するため、「サプライヤー満足度調査」を実施しています。調査は、無記名で外部機関に委託して行なわれ、「サプライヤー選定」「要求品質」「接客」「コミュニケーション」などの30数項目を評価いただいています。

2007年度に実施した調査結果を踏まえて、1. 採用・不採用を明確に伝える、2. 秘密保持契約の範囲内で評価情報を開示する、3. 見積仕様を標準化する、などサプライヤー選定の公正化・透明化に向けた施策を実施しました。また、取引条件の明確化を図るため、基本契約書を見直すとともに、フェース・トゥ・フェースによるコミュニケーションの重要性を確認し、調達活動の改善に取り組みました。

2010年度も新たに「サプライヤー満足度調査」を実施し、日常の調達活動改善へ反映させていきます。

### グループに下請法対応組織の設置を要請

花王は、サプライヤーとの「公正・公平」な取引を日々実践していくために、各事業所・部門・各関連会社に下請法対応組織を設置して自主点検を行なうよう促すほか、社内ガイドラインに沿った運用を徹底するよう要請しています。

2009年度は、下請法対応に関わる組織全体の運営責任を、より明確にするための管理組織を設置しました。

### 下請法についての社内教育を実施

花王グループでは、2009年7月、下請取引実務の新任者と未受講者837人を対象に、下請法代金支払い遅延等防止法(下請法)に関するeラーニングを実施しました。

また、(財)公正取引協会の研究員など外部講師を招き、下請法の講習会をすみだ事業場など主要事業場5カ所で開催し、対象部門や関連会社の担当者が参加しました。

2010年度も定期講習会を開催するなど、教育、啓発活動を継続的に行ない、遵法の徹底に努めていきます。

## サプライヤーとの連携

### お取引先懇談会を実施

花王では、毎年お取引先との情報共有、意見交換の場として「お取引先懇談会」を開催し、年度ごとのテーマを決めてコミュニケーションを図っています。

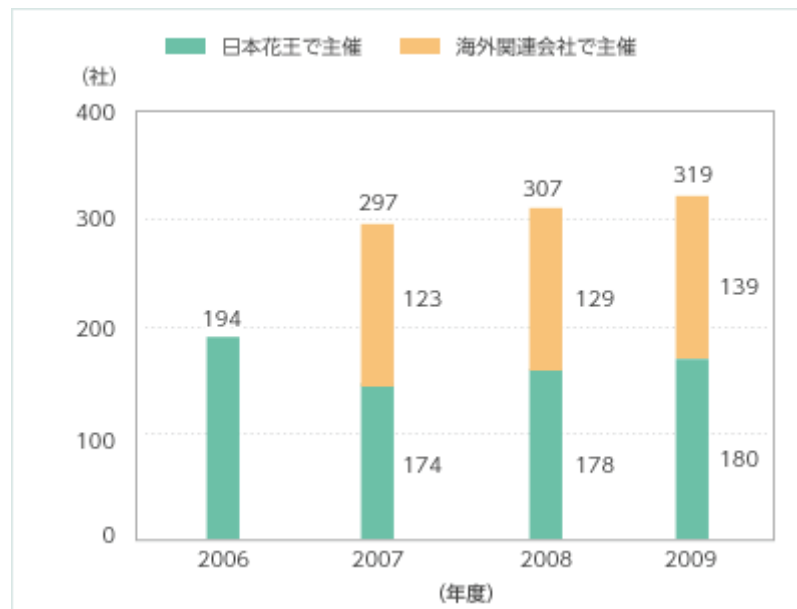
また、海外主要関係会社においても「お取引先懇談会 (Vender summit)」を開催し、パートナーシップの強化に努めています。

2009年度は、計319社に参加いただきました。



「お取引先懇談会 (Vender summit)」の様子

### お取引先懇談会出席会社数の推移



### 「品質向上会議」を開催


花王は、製品の品質において、原材料を含めた課題が生じた場合に、原材料サプライヤーと共同で「品質向上会議」を開催しています。会議には、花王からは品質保証部門、サプライヤーからは工場の品質担当者が参加し、課題の生じた状況や対策を相互に確認し合いながら、改善に向けた活動を推進しています。

2009年度は、39社とのべ93回の会議を実施し、包装・容器の成形不良・印刷不良などの課題を改善しました。


今後も省資源・省エネなど目標値に達しない不適合包装材料の削減目標を掲げるなど、サプライヤーとの協力のもとに継続的な改善を進めていきます。

## 株主・投資家への責任

花王は、株主や投資家の皆さまと共に成長していくために、積極的な情報開示やコミュニケーションを図るとともに、株主還元を重視することを基本方針としています。



▶ 利益配分に関する基本方針



▶ 情報開示と  
コミュニケーション

## 利益配分に関する基本方針

### 安定的かつ継続的な配当を重視

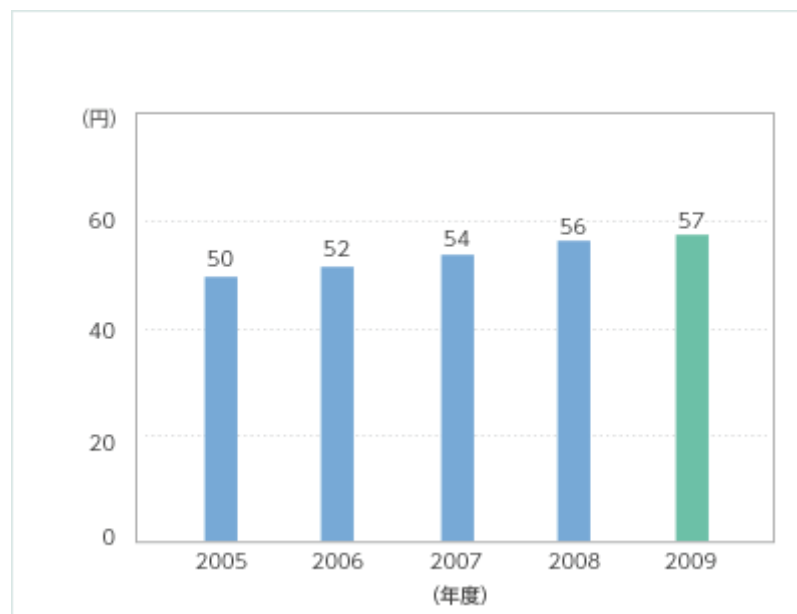
花王は、利益ある成長を達成するため、中長期の経営視点から設備投資や買収を行なうための内部留保を確保し、配当については安定的・継続的に行なうことを重視しています。また、資本効率の向上を勘案した自己株式の取得・消却についても弾力的に考えていきます。

2009年度は厳しい事業環境に見舞われ、当期純利益は37.2%の減益となりましたが、年間配当金は前期に比べ1円増配の一株当たり57円、連結での配当性向※は75.4%となり、20期連続で増配となりました。

※ 配当性向

当期純利益のうち配当金としてどのくらい支払われているかを百分率で表したものです。

### 一株当たり配当金の推移



## 情報開示とコミュニケーション

### 公平性を重視した情報開示を推進

花王は、「情報開示指針」に則り、適時適切かつ公平に情報開示することを基本方針としています。決算発表に際しては、東京証券取引所の開示基準に基づき、TDnetに決算短信・四半期報告書・有価証券報告書および決算説明会のプレゼンテーション資料をファイリングすると同時に、自社ウェブサイト上の「投資家情報」ページにも情報を掲載しています。タイムリーかつ公平に開示していくという観点から、原則として日本語・英語の資料を同時に掲載しています。

2009年度は、株主から決算や経営戦略に関する質問、単元株式数の変更に関する問い合わせのほか、機関投資家からは国際会計基準の導入などについての質問が寄せられました。今後も「機関投資家との対話強化」「個人投資家向けIR活動の強化」などをテーマに、IR活動のさらなる向上を図っていきます。

### IR活動の概況

- 決算説明会：年2回（決算発表同日）
- 海外IRツアー：年3回（米州、欧州およびアジアの3地域）
- 事業説明会・施設見学会：年3回
- 個別取材：国内・海外で年250件以上
- スモールミーティング
- ウェブサイト上での情報開示
- 中間・期末報告書「株主のみなさまへ」（日本語版）、アニュアルレポート（英語版）の発行
- RSS配信※によるIR情報の提供

#### ※ RSS配信

ウェブサイトで情報更新があるたびに配信される、新着情報を得るしくみ。

### TOPICS 単元株式数の変更

投資家の皆さまにとってより投資しやすい環境を整え、当社株式流動性の一層の向上と投資家層のさらなる拡大を図るため、2009年8月3日に、単元株式数を1,000株から100株に変更しました。この成果もあり、2010年3月末時点での個人株主数は前年3月末時点と比べ、21.9%増加しました。また、単元株式数の変更に対応し、2009年12月には米国の証券市場で流通する当社ADR（米国預託証券）の対原株比率を、1:10から1:1に引き下げました。

### 株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進

株主の皆さまが株主総会の議案を十分に審議いただけるよう、花王は毎年、株主総会の約1カ月前に招集通知を発送しています。また、より多くの皆さまに議決権を行使していただくため、電磁的方法による議決権行使を導入しています。

さらに、全株式の半数近くを所有する外国人株主の皆さまに迅速かつ公平に情報開示を行なうため、招集通知の英訳（要約）を日本語版と共にその発送日にウェブサイトから閲覧できるようにしているほか、株主総会での説明内容や議決権行使結果の内容についても和英両文で掲載しています。

2009年6月に開催した株主総会には、702人に出席いただきました。議案に関するご質問のほか、「花王の海外展開や環境問題」「今後の業績展望」など多くのご意見・ご質問をいただき、活気ある総会となりました。

## 株主・個人投資家との対話を実践

花王は、株主や投資家の皆さまとの双方向のコミュニケーションに努めています。  
2009年度は、株主向け「花王ミュージアム見学会」を9月に4日間計8回実施し、約250人の方々に参加していただきました。  
また、個人投資家の皆さまの情報収集の便宜を図るために、花王ウェブサイト上の「投資家情報」にあるお問い合わせ窓口に、FAQ(よくあるお問い合わせ)を新たに加えました。

## 世界の代表的なSRIインデックスへの組み入れ状況

花王は、米国Dow Jones社の「Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World)」や英国FTSE社の「FTSE4Good Global Index」など、世界の代表的なSRI(社会的責任投資)指標に継続的に組み入れられています。

- ▶ FTSE4Good指数シリーズ [🔗](#)
- ▶ MS-SRIモーニングスター社会的責任投資株価指数 [🔗](#)



FTSE4Good



## 地域社会のために

花王は、2000年度から「次世代育成」という統一テーマのもと、自社の経営資源を活かした体系的な取り組みを開始しています。

2007年度からは、より具体的な活動テーマとして「次世代を育む環境づくりと人づくり」を掲げ、「環境」「教育」「芸術・文化」の3分野を重点分野として、地域社会との共存共栄をめざした活動を国内外で推進しています。

### ▶ 環境分野での活動



### ▶ 教育分野での活動



### ▶ 芸術・文化分野での活動



### ▶ 社員参加型活動



### ▶ よりよい コミュニティづくりへの活動



### ▶ 災害支援活動



### ▶ 海外での地域貢献活動





## 環境分野での活動

### 「花王・みんなの森づくり活動」を継続的に実施

花王は、人々が住む身近な場所に緑豊かな環境を引き継いでいくことを目的として、2000年度から「花王・みんなの森づくり活動」に取り組んでいます。

この活動は、(財)都市緑化基金と花王が推進する緑化プログラムで、身近な緑づくり活動を推進するNPOや市民活動団体を支援するものです。

2009年度までの9年間で336団体の活動を支援。これまでに、のべ約15万人の市民が参加し、約9万8千本の苗木の植栽、間伐などの保安全管理活動が行なわれました。その結果、約2,731ヘクタールの「みんなの森」が整備されました。

樹木のCO<sub>2</sub>吸収量に換算すると、計約2,837トンのCO<sub>2</sub>排出量削減に相当します。



花王・みんなの森づくり活動

### 「企業の森」活動に参画

花王は、和歌山県が取り組んでいる、県内の森林資源を所有者(自治体、個人)から無償で借り、さまざまな環境活動のフィールドとして提供する「企業の森」事業に参加しています。

2007年度には、海草郡紀美野町の森林0.7ヘクタールを「花王の森 紀美野」として借り受け、森林保全活動に取り組む協定を県および町と結び、同年4月に植樹式を実施しました。その後は、地元森林組合からの支援をいただきながら、花王社員とその家族が除草活動や下草刈りなどの保全活動に継続的に取り組んでいます。



「花王の森 紀美野」



社員による保全活動

## 教育分野での活動

### 「花王・教員フェローシップ」を実施

花王は、2003年度から特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンと協働で、小・中学校の教員を対象としたプログラム「花王・教員フェローシップ」を実施しています。

これは、夏休みの一定期間、生物多様性保全に取り組む海外の研究者のもとへボランティアとして参加する機会を提供する活動で、その体験や感動を環境教育の現場で活かしてもらうことを目的としています。

2009年度は、カナダ、米国、ケニア、モンゴルでの5つのプロジェクトに、計10人の教員が参加しました。活動開始以来、22プロジェクト、69人が参加しています。また、これまで実施されたプログラムの報告書を作成し、全国の教育委員会に配布しました。



花王・教員フェローシップ

### 理科実験講座を開催

花王は、小学校、中学校、高等学校の理科教育を支援するために、「暮らしの中の科学」をテーマに、研究所員などが講師を務める理科実験講座や授業を開催しています。また、教員を対象とした実験講座や講義のほか、実験用素材を提供するなど、教員自身の活動も支援しています。

2009年度は、11の教育機関・団体に協力しました。

#### 理科教育支援(理科実験講座の実施・実験素材提供)

- 科学技術館「企画展示“美を科学する”」展示・ワークショップ協力
- 科学技術館 サイエンス友の会
- 日本科学未来館 友の会
- 日本化学会 化学だいすきクラブ
- 東京都立調布北高等学校
- 東京電機大学中学校・高等学校
- 開成学園 開成中学校・開成高等学校
- 東京大学教育学部附属中等教育学校
- 東白川村立東白川中学校
- 和歌山市立新南小学校
- 神栖市立波崎西小学校



理科実験講座

### 他組織と連携して理科教育を支援

花王は、理科教育支援として、高校生たちが科学技術の自由研究を競うコンテスト、「JSEC(ジャパン・サイエンス&エンジニアリング・チャレンジ)」(主催:朝日新聞社)に2005年度から協賛しています。また、JSECを理科研究の質の向上を図る活動ととらえ、毎年優秀な研究に花王賞を贈呈しています。

2009年度の花王賞は、長崎県立長崎西高等学校の研究テーマ「ホロミジンコの研究」に贈呈しました。



JSEC表彰式

## TOPICS 科学技術館主催「美を科学する・美-Make展」に協力

2009年8月、科学技術館(東京都千代田区)にて夏休み特別展「美を科学する・美-Make展」が開催され、花王・カネボウ化粧品をはじめとする化粧品5社が展示協力しました。この特別展は、おさま連れで来館される女性(お母さんとお嬢さん)を主対象にした科学館としては初めての試みで、約5万人が訪れました。

花王は、アンチエイジングに関する研究知見や民族別毛髪形状などの研究資料を提供するほか、ワークショップ「親子の実験教室」の指導・支援も行ないました。また、カネボウ化粧品は、脳科学と化粧に関する最新知見や、

他人が見る自分を体験できる等身大ミラーなどの体験型展示を提供しました。いずれも来館者の関心は高く、特別展終了後も巡回展示物として全国の公立博物館で活用いただいています。



ワークショップの様子

## キャリア教育への支援

花王は、子どもたちの生きる力を育むキャリア教育を支援するため、中学校、高等学校に社会人講師を派遣したり、総合学習や修学旅行を活用した企業訪問研修を受け入れています。

2010年度は6つの団体に協力しました。

### キャリア教育支援

- 福島県立安積高等学校
- 栃木県立宇都宮女子高等学校
- 広島県立福山誠之館高等学校
- 吉祥女子中学・高等学校
- 千代田区立九段中等教育学校
- サイエンスカフェ「高校生のための中性子散乱実験」  
(サイエンス・パートナーシップ・プロジェクト協力)

## TOPICS 永年の企業研修(修学研修旅行)受け入れに対する「感謝状」を受領

近年、子どもたちの「生きる力」を育てるキャリア教育が注目され、生徒が将来の参考に、また視野を広げるためにと、総合学習の時間や修学旅行に企業訪問を取り入れる中学校・高校が増えています。花王は、以前からこのような企業訪問研修を受け入れており、このたび、広島県立福山誠之館高等学校より、永年の支援活動に対し「感謝状」をいただきました。これからも教育支援活動に継続して取り組んでいきます。



いただいた感謝状を手にする花王の研究員

## 芸術・文化分野での活動

### 「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」を実施

花王は、2007年から、美術館や博物館などミュージアムを拠点として活動する市民団体を対象とした助成プログラム「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」を実施しています。このプログラムは、全国各地のさまざまな市民活動を応援することで、活動の発展はもちろん、ミュージアムの活性化、地域文化の発展に貢献することを目的としています。また、個々の活動を支援するだけでなく、団体相互の交流について助成する交流プログラムも実施しています。

2009年からは、活動の普及や公表を支援する「継続3年目助成」を開始しました。



花王・コミュニティミュージアム・プログラム贈呈式

### 「花王ファミリーコンサート」を実施

花王は、質の高い音楽に触れることで、音楽や芸術を楽しむ心を育んでもらいたいという願いをもとに、事業場周辺地域の方々を招いて「花王ファミリーコンサート」を開催しています。花王では、このコンサートを、地域貢献とメセナ活動を融合したプログラムと位置づけ、会場整理、会場アナウンスなどの運営はすべて社員が手づくりで行なっています。また、チケット収入(1枚1,000円)の全額を、開催地域の文化教育のために寄付しています。

2009年度は、愛媛県西条市、山形県酒田市、栃木県の3カ所で開催しました。



ファミリーコンサートin西条

### 芸術文化活動や科学技術研究への助成・顕彰を実施

1990年に花王の100周年を記念して設立された「(財)花王芸術・科学財団」は、美術・音楽を中心とした芸術文化活動や、独創的・基盤的な科学技術研究への助成・顕彰を行なっています。

2009年度は107件、総額5,330万円の助成と、5件、総額350万円の顕彰をし、設立以来の助成・顕彰の累計は1,454件、9億3,195万円となりました。

今後も、これらの活動を継続していくとともに、2010年度の公益財団法人への移行へ向けて、準備を進めています。



花王芸術・科学財団贈呈式

## 社員参加型活動

### 「ピンクリボンキャンペーン」を実施

花王、花王カスタマーマーケティング、カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売は、グループ合同の社会貢献活動として、2007年から「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。

このキャンペーンは、乳がんの正しい知識と早期発見の大切さを、より多くの消費者に知っていただくため、花王ソフィーナ・エストとカネボウ化粧品の店頭で、美容部員がピンクリボンバッジを着用し、啓発用のリーフレットを配布するものです。

2009年度は、上海、香港のソフィーナ・エストコーナーにて、同キャンペーンを実施しました。



エストコーナー店頭の様子



カネボウ化粧品店頭の様子



上海での活動の様子

### 花王・ハートポケット倶楽部

「花王・ハートポケット倶楽部」は、社員有志が毎月の給与の一部を積み立てて基金とし、市民活動団体への支援や広域災害時支援など社会的活動に役だてる、社員参加型の寄付組織です。2009年度活動実績は、NPO・NGO活動支援が48件（地域助成含）、広域災害支援が5件でした。

また、基金の一部を活用して事業場の所在地域の市民活動団体を応援しようと、2007年度から、特定非営利活動法人とちぎボランティアネットワークと連携して、栃木地域で活動する市民活動団体への助成を行なっています。

2008年度からは特定非営利活動法人わかやまNPOセン

ターと連携して和歌山地域でも取り組み始め、2009年度には栃木6団体、和歌山10団体の助成を決定しました。

活動は、“社員の参加”を原動力としており、両地域とも助成団体の最終選考は社員投票によって決定しています。花王は、プログラム推進におけるインフラ整備費や運営管理費を支援するなど、その運営をサポートしています。



和歌山地域助成贈呈式

## よりよいコミュニティづくりへの活動

### バリアフリー社会に向けた取り組みを推進

花王は、障がいの有無にかかわらず、誰でも豊かな生活ができるよう「バリアフリー社会」の実現に寄与するさまざまな活動を行なっています。

### 視覚障がい者向け音声情報を提供

1999年度から、視覚に障がいのある方を対象に、花王製品に関する情報と関連した生活情報を音声で提供するDAISY※版CD「花王暮らしのボイスガイド」を制作し、約1,300人の希望者に無料で配布しています。毎年7月頃に最新版を発行しており、2007年度からはより多くの人々に活用いただけるよう、花王のウェブサイトにも掲載しています。

2009年度は、「花王暮らしのボイスガイド2009年版」を制作するとともに、生活情報の一部を音楽用CDプレイヤーでも聞けるよう編集し、「くらしの中のサイエンス～入浴基礎講座版」を発行。点字図書館など約130カ所に寄贈しました。

※ DAISY(Digital Accessible Information System)

視覚障がい者や普通の印刷物を読むことが困難な人々のためのデジタル録音図書の国際標準規格として開発された情報システム。DAISY版CDは、1枚のCDに通常のCD約20枚分程度の情報を盛り込むことができる。



花王暮らしのボイスガイド2009年版



くらしの中のサイエンス～  
入浴基礎講座版

### 障がい者の生活を伝えるビデオを制作

さまざまな障がいを抱える方々の生活の様子を、より多くの方に理解し共有していただくためのビデオを、(財)共用品推進機構と協働で制作。ご希望のある全国の学校に寄贈し、道徳や総合の授業で活用いただいています。

## TOPICS 熊本県のユニバーサルデザインへの取り組みに協力

熊本県は、「やさしいまちづくり条例」を制定するなどユニバーサルデザインを県政運営の基本理念とし、活動の一環としてユニバーサルデザイン商品を実際に触れたり使うことで理解を深めるための教材として「UD移動ミュージアム」を製作し、学校での総合的な学習の時間や地域のイベントなど、県内各地へ貸し出しを行なっています。

花王はこの取り組みに協力し、「UD移動ミュージアム」にユニバーサルデザイン商品としてシャンプーとリンスの容器を提供しました。「UD移動ミュージアム」には、授業で利用できるガイドブックもパッケージされ、子どもたちに興味を持ってもらえるよう、クイズ形式も取り入れられています。花王では、この取り組みを通じて、ユニバーサルデザインへの理解と共有が深まることを期待しています。



「UD移動ミュージアム」に花王が提供した商品。容器に施されたきざみの有無で、触れば誰でも容易にシャンプーとリンスの区別がつけられます



阿蘇市立宮地小学校での「UD移動ミュージアム」を利用した授業の様子

## 「工場見学会」を実施

花王は、国内グループ会社の全工場で見学会を実施しています。2009年度は、新型インフルエンザの影響などで前年度より減少はしましたが、近隣にお住まいの方をはじめ、小・中・高・大学生、市民団体の皆さまなど、8つの工場では約29,000人の方々に来訪いただきました。

各工場では、製品製造のしくみを紹介するとともに、子どもたちが理科に興味を持つきっかけとなるよう、見学に理科実験などを組み込んでいます。



理科実験の様子

## 災害支援活動

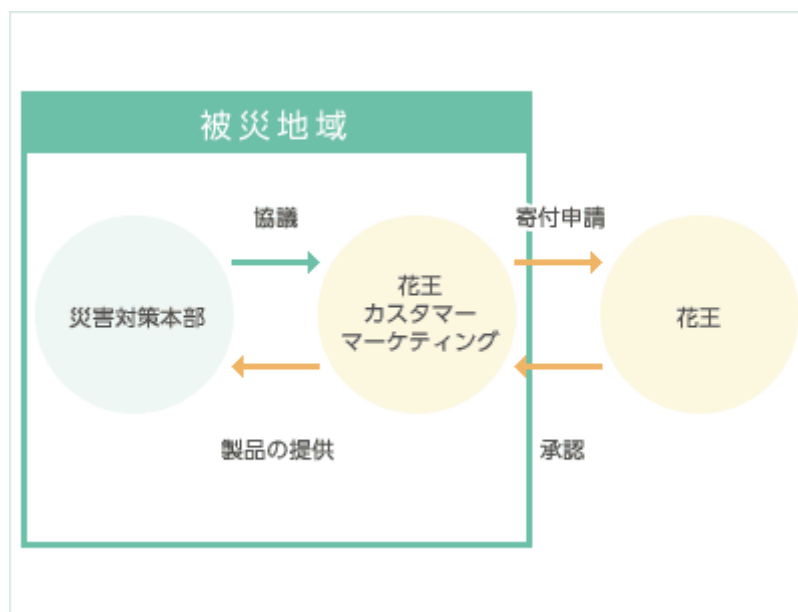
### グループ統一基準をもとに災害支援を実施

花王は、2007年に制定した「花王グローバル寄付ガイドライン」において、災害支援を行なう基準を以下のように定めています。

1. 日本国においては、災害対策本部が設置される規模の災害
2. 海外においては、グループ企業のある国、地域エリアで社会的に支援が要請されている災害
3. 世界で発生した大規模災害

日本国内で災害が発生した場合は、原則として花王製品による支援を行なうこととしており、災害対策本部と協議して迅速に製品を提供していきます。

#### 災害支援製品提供の流れ





## 2009年度の災害支援

災害	時期	支援内容
平成21年7月中国・九州北部豪雨	7月	花王(株)、社員有志をあわせて40万円と、孤立した集落へ救援物資としてシャンプーやハミガキを寄付しました。
台風8号(モラコット)	8月	花王グループでは救援物資として670万円相当の製品を寄付しました。
台風9号	8月	花王(株)では救援物資として180万円相当の製品を寄付しました。
フィリピン台風16号(ケツターナ)	9月	花王(株)、社員有志をあわせて140万円の寄付をしました。
インドネシア・スマトラ島西部パダン沖地震	9月	花王グループ、社員有志をあわせて約250万円と、30万円相当の製品を寄付しました。
ハイチ地震	1月	花王グループでは約170万円の寄付と、救援物資として約40万円相当の衛生品の詰め合わせを寄付しました。
チリ地震	2月	花王(株)、社員有志をあわせて50万円の寄付をしました。

## 海外での地域貢献活動

### TOPICS 「地球の森プロジェクトinタイ」で花王インダストリアル(タイランド)社員が植樹活動に参加

タイでは急激な森林の減少が深刻な社会問題となっているため、5年間で50万本の植樹をめざす「地球の森プロジェクトinタイ」という活動が、地球環境平和団体(FGPE)と国連環境計画(UNEP)の主導で2007年から始まっています。日本花王はこの活動に賛同・協賛し、花王インダストリアル(タイランド)は参加者への「アタックイージー」の提供や社員ボランティアによる植樹を行なっています。2009年9月にプロジェクトの植樹フォーラムが開催され、前年に続き花王インダストリアル(タイランド)の社員とその家族80人がボランティアとして参加しました。

今後も社会の課題解決に取り組み、タイで愛される会社をめざして活動を続けていきます。



地球の森プロジェクトinタイ

### TOPICS 「緑化コミュニティ・プログラム」で植樹活動を実施

インドネシアで「英雄の日」といわれる11月10日、花王インドネシアは、ジャカルタ市内の中学校で植樹を通じた環境保全活動を行ないました。「花王インドネシア 緑化コミュニティ・プログラム」と名づけられたこの活動は、学校やその近辺の住宅で植樹を行ない、未来の担い手である子どもたちに向けて、環境保全の重要性を伝えることを目的としています。

2009年は、サント・フランシスクス・アシシ中学校が植樹場所として選ばれ、多くの生徒が参加。グアバ、マトア、ジャックフルーツなど合計125本が植えられました。

今後は、ジャカルタ市外へと活動を拡大していく予定です。



活動の記念樹寄贈式の様子



植樹作業の様子

## TOPICS 上海市慈善基金会在花王(中国)に寄付荣誉证书を授与

花王(中国)は、2006年から上海市慈善基金会慈善物资管理センター※に家庭用品を寄付し、生活が苦しい人々への支援を行なっています。

2009年11月に商品寄付セレモニーが行なわれ、花王の継続的な日用品寄付に対して基金会の代表から寄付荣誉证书をいただきました。中国は各地方の経済格差が大きいといわれており、大学など各機関で慈善活動が活発に行なわれています。寄付した日用品は上海市の大学や専門大学に配付されています。

花王(中国)はこれからも、支援や援助を必要としている人々への慈善活動を継続していきます。

### ※ 上海市慈善基金会慈善物资管理センター

2000年6月に設立された上海市慈善基金会の所属機構。中華人民共和国の憲法、法律、法規、政策に基づき、上海市民政局と上海市慈善基金会からの委託を受け、国内外の慈善寄贈物の物資の備蓄・管理を行なう専門機関。



華東師範大学で行なわれた寄付セレモニーの様子



各企業から寄付された日用品が並ぶ、華東師範大学の「学生愛心屋」(写真は花王製品)

## TOPICS 花王スペシャルティーズアメリカズが環境美化活動を実施

花王スペシャルティーズアメリカズ(KSA)は、地域貢献の一環として2009年からノースカロライナ州運輸局による「Adopt-A-Highway」プログラムに参画し、社員とその家族が高速道路の路肩のごみを収集するなど、定期的な環境美化活動を実施しています。

参加者からは、社員が協力して地域に貢献できることへの喜びの声が寄せられ、あらためて身近な環境について考える貴重な機会となっています。

KSAでは、今後も3カ月に1回のペースで活動を継続していく予定です。



環境美化活動の様子

## 2009年度の社会貢献活動実績(海外花王グループ)

海外花王グループ	活動内容
花王ブランズ(米国)	・地域の小学校で読み書き指導ボランティア ・恵まれない子どもたちへのクリスマスプレゼント ・地域の芸術支援のための募金活動 ・ガン撲滅、早産予防イベントへの協力
花王スペシャルティーズアメリカズ(米国)	・慈善活動への寄付 ・高速道路清掃活動
モルトン・ブラウン(英国)	・ガン研究のための支援 ・恵まれない子どもたちへの援助活動
花王ケミカルズ(ドイツ)	・障がい者雇用支援 ・慈善団体への寄付
KPSS	・恵まれない子どもたちへの援助 ・ガン研究および患者ケアへの支援 ・慈善団体への寄付
花王ドイツ	・女子学生への職業観育成支援
花王(スペイン)	・地域に関する雑誌の発行支援 ・地域の児童サッカーチームを支援
花王(中国)投資	・慈善団体への製品寄贈 ・地域の小学生への化学実験講座
花王(香港)	・慈善団体への製品寄贈 ・失明予防活動への寄付
花王(台湾)	・地域の小学生に交通安全の啓発活動 ・海岸の清掃
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)ほか	・奨学金をはじめとする地域の恵まれない子どもたちへの援助
ピリピナス花王	・奨学金や学費援助により地域の恵まれない子どもたちを支援 ・洪水被災への支援
花王(インドネシア)	・貧困に苦しむ人々への援助 ・地域緑化 ・地震および洪水被災への支援
花王インドネシア化学	・地域の安全システムへの協力 ・貧困に苦しむ人々への援助 ・地震被災への支援
花王(マレーシア)	・児童福祉施設への製品寄贈 ・地域の中学校で生理教育
ファティケミカルマレーシアほか3社	・児童福祉施設や高齢者施設を訪問、製品寄贈 ・長期にわたる技術指導の提供
花王(ベトナム)	・地域の中学校で生理教育
花王(オーストラリア)	・森林火災被災への支援
キミ花王	・高齢者施設や児童福祉施設への寄付 ・インフルエンザ予防のための製品寄贈

## 環境への取り組み

環境宣言で掲げた中期目標の達成に向けて	126
製品ライフサイクルと環境負荷	128
環境目標と実績	130
地球温暖化防止	133
環境に配慮した製品・容器の開発	138
化学物質の適正管理	144
廃棄物の適正管理	147
水の有効利用と排水管理	149
生物多様性への対応	152
土壌汚染対策	154
環境コミュニケーション	155
環境会計	158
2009 年度の受賞歴	161
環境データ集	162

## 環境への取り組み

花王の製品は、主に植物油脂や化石資源を原料とし、原材料調達や生産、物流、販売、使用、廃棄に至るライフサイクルのすべての段階でエネルギーを使用しており、環境に負荷を与えています。このことを認識したうえで、花王は製品のライフサイクル全体を通して資源を無駄なく利用するとともに、さらなる省資源、省エネルギーを実現する技術を追究しています。また、製品のライフサイクル全体を通じて化学物質が人体や生態系に与える影響を認識し、活動を推進していく必要があります。花王は、厳格な化学物質管理体制のもと、できるかぎり環境へ負荷を与えない製品開発・生産活動を推進し、事業の発展と環境負荷低減の両立をめざしています。

※ 本レポートに記載の環境パフォーマンスデータ範囲は、国内花王グループを基本としています。異なるデータ範囲については別途記載しています。



## 環境宣言で掲げた中期目標達成に向けて

### ステークホルダーと一緒に活動を推進

花王グループは2009年6月に環境宣言を行ない、環境を経営の根幹に据えたエコロジー経営を推進していくことを発表しました。活動のスローガンとして「いっしょにeco」を掲げ、お客さま、ビジネスパートナー、地域社会など、すべてのステークホルダーと一緒に、地球環境と人類社会のサステナビリティ実現をめざします。そのために、2020年に向けた中期目標も定め、その達成に向けたさまざまな取り組みを進めています。

### 製品のライフサイクル全体を通じたCO<sub>2</sub>削減活動を展開

花王グループが目標とするCO<sub>2</sub>の国内の削減量は、2020年までに国内の消費者向け製品のライフサイクル全体で、2005年比マイナス35%（売上高原単位）です。その実現に向け、生産ではコジェネレーションシステムやヒートポンプの導入、物流ではトラック輸送から鉄道や船舶へのモーダルシフトの推進や、製品の需要予測システムと連動した管理による輸送の効率化などを図っています。また、各事業場のオフィスにおいても省エネ活動を推進するなど、多方面での取り組みを進めています。さらに、2009年8月には、超濃縮技術によりすすぎが一回ですみ、節水、節電、時短につながる液体衣料用洗剤「アタックNeo」を発売しました。ご家庭で使用していただくことで家庭からのCO<sub>2</sub>排出を削減することができる「お客さまと「いっしょにeco」」の第1弾となりました。



アタック本体(左)とつめかえ(右)

### 水使用量を低減する、新たな環境対応型製品の創出

製品と共に使用される水の量について、花王グループが2020年までにめざしている国内の削減量は、2005年比マイナス30%（売上高原単位）です。「アタックNeo」はすすぎが1回ですむため節水に大きく役立つ製品ですが、目標達成には新たなエコイノベーション製品の創出が欠かせません。花王グループでは、独自の技術を活用することで「アタックNeo」に続く環境視点での製品開発に一層努力していきます。

### 化学物質の管理

花王グループでは、これまでも独自の管理システムを活用して、一貫した化学物質管理を行ってきました。今後は、これまでも推進してきた化学産業界の環境・安全に関する自主管理活動である「レスポンシブル・ケア活動」を、ハザードベースの管理から人や環境へのばく露量を考慮したリスクベース管理で一層強化するとともに、ヨハネスブルグサミット(WSSD)で定められた国際的な合意であるSAICM(国際化学物質戦略)に沿って、より積極的な管理に努めていきます。

## 生物多様性への対応

花王グループの製品は、原料にパーム油やヤシ油を使用するなど、生物が生み出す自然の恵みを受けています。花王グループでは、事業活動が生物の多様性に影響を与えているという認識のもと、たとえば「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加入するなどして、生物多様性の保全に配慮する取り組みを行なっています。また、社員や社会全体に対しての啓発活動として、「花王・教員フェロシップ」の支援や「花王・みんなの森づくり活動」に取り組んでいます。

### TOPICS 「いっしょにeco」マークの表示について

花王グループではこれまで以上に、環境や社会に配慮したモノづくりに取り組むという企業姿勢を伝えるため、独自に定めた環境基準をクリアした製品に「いっしょにeco」マークを表示し、環境に配慮した製品であることが一目でわかるようにしました。今後は、マークが付いた製品を増やしていく予定です。

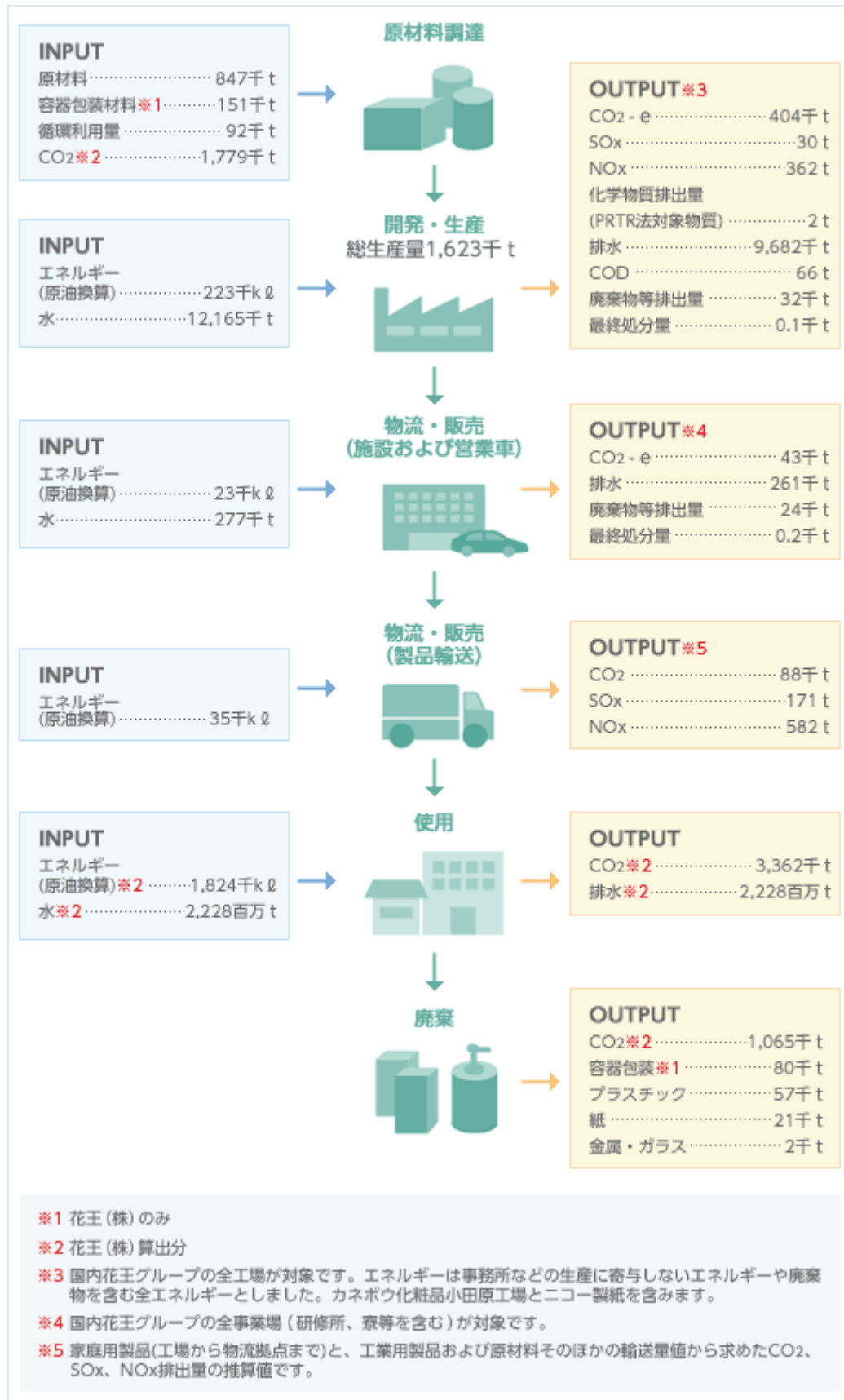


「いっしょにeco」マーク



## 製品ライフサイクルと環境負荷

## 2009年度事業活動と環境負荷



## 事業活動と環境負荷各指標の意味・定義

### INPUT

- 原材料: 製品を製造するために直接使用する原材料の量  
(ただし、容器包装材料、燃料などは除きます)
- 容器包装材料: 販売された商品に使用した容器包装材と段ボールの量の合計
- 循環利用量: 生産および研究活動により発生した廃棄物などのうち、花王の内部で再資源化している量
- CO<sub>2</sub>: 原材料の製造等に伴い排出した量
- エネルギー[開発・生産]: 生産事業場で使用したすべてのエネルギー量
- エネルギー[物流・販売(施設および営業車)]: 物流・販売部門における事務所などの施設内および自動車(営業用)で使用したエネルギー量
- エネルギー[物流・販売(製品輸送)]: 家庭用製品と工業用製品および原材料その他の輸送量から求めたエネルギー量
- エネルギー[使用]: 家庭用製品の使用に伴い消費した量
- 水: 工業用水、上水、井戸水の使用量

### OUTPUT

- CO<sub>2</sub>-e: 事業活動で排出する温室効果ガス(京都議定書で定められた6ガス)の量(CO<sub>2</sub>換算値)
- SO<sub>x</sub>: 各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- NO<sub>x</sub>: 各ばい煙発生施設および輸送からの排出量
- 化学物質排出量: PRTR法対象化学物質の大気および公共水域への排出量
- 排水: 各生産事業場および物流・販売の事務所などからの排水量と家庭用製品使用に伴い消費した量
- COD: 排水量に排水中のCOD濃度を乗じて求めた値
- 廃棄物等排出量、最終処分量: 各生産事業場および物流・販売の事務所などから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処分量
- CO<sub>2</sub>: エネルギーの使用と成分分解等に伴い排出した量
- 容器包装: 販売された商品に使用した容器包装の量(段ボールは含まない)

## 環境目標と実績

### 2009年度の実績と今後の目標

2009年度は、2008年度より調査対象範囲を拡大したCSR調達の項目で、お取引先様との協働による改善活動を開始しましたが、目標を達成できませんでした。2010年度も目標達成に向け、引き続き努力していきます。

一方で2008年度より高いレベルの目標を設定した、生産事業場における省エネルギー原単位指数、温室効果ガス排出原単位指数、および2009年度に目標を厳しくしたVOC対象物質の排出量については、目標を達成できました。

- ▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内)
- ▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外)

## 環境目標と実績

重点推進項目	対象組織	2009年度 目標	2009年度 実績※1		2010年度 目標
			達成		
省エネルギー	生産事業場	全使用エネルギー原単位指数※2を63※3とする	達成	61	全使用エネルギー原単位指数を62※3とする
	生産事業場を除く	エネルギー使用量を1%削減(対2008年度)	達成	6%削減	エネルギー使用量を3%削減(対2007年度)
輸送エネルギー削減	生産技術部門・ロジスティクス部門・ケミカル	輸送エネルギー原単位※4を1%削減(対2008年度)	達成	6%削減	輸送エネルギー原単位を4%削減(対2006年度)
地球温暖化防止	生産事業場	温室効果ガス排出量※5原単位指数を57※3とする	達成	54	温室効果ガス排出量原単位指数を56※3とする
		温室効果ガス排出量を86とする(1990年排出量を100として)	達成	78	温室効果ガス排出量を86とする(1990年排出量を100として)
	生産事業場を除く	温室効果ガス排出量を1%削減(対2008年度)	達成	14%削減	温室効果ガス排出量を3%削減(対2007年度)
化学物質の排出削減 PRTR法 対象化学物質	生産事業場	各工場からの物質ごとの排出量を1t以下に維持する	達成	最大0.9トン	各工場からの物質ごとの排出量を1t以下に維持する
VOC※6対象物質		各工場からの物質ごとの排出量を3t以下にする	達成	最大2.9トン	各工場からの物質ごとの排出量を1t以下にする
廃棄物削減	生産事業場	最終処分率0.2%以下を維持(全生産事業場の合計)	達成	0.05%	最終処分量を150t以下にし、かつ最終処分率を0.1%以下にする(全生産事業場の合計)
		廃棄物発生量を生産量原単位で0.5%削減(対2008年度)	達成	1.9%削減	廃棄物発生量を生産量原単位で0.5%削減(対2009年度)
CSR調達※7	花王	99%以上(グリーン調達比率)	未達成	98%	100%(グリーン調達比率)

- ※1 2009年度実績  
カネボウ化粧品を含みます。ただし、輸送エネルギー削減、CSR調達には含んでいません。
- ※2 原単位指数  
付加価値生産高当たりの量をいい、1990年度を100とした時の指数。付加価値生産高は売価ベースでの生産高から製造変動費を除いた金額。
- ※3 2008年度に、従来よりも高いレベルの数値目標を設定した箇所。
- ※4 輸送エネルギー原単位  
売上げ重量当たりの輸送エネルギー。
- ※5 温室効果ガス排出量  
京都議定書で定められた6種類の温室効果ガスの排出量を、CO<sub>2</sub>に換算した値。
- ※6 VOC (Volatile Organic Compounds)  
環境省環境管理局长通知(平成17年6月17日)別紙1の100物質を対象。
- ※7 CSR調達  
生産活動に必要な物品を購入する際、環境や社会的責任に配慮する取引先を優先する活動のこと。グリーン調達比率とは、環境保全調査において、対象取引先工場のうちEMSを運用している工場の比率のこと。2008年度から機材調達先の調査を開始。

## 地球温暖化防止

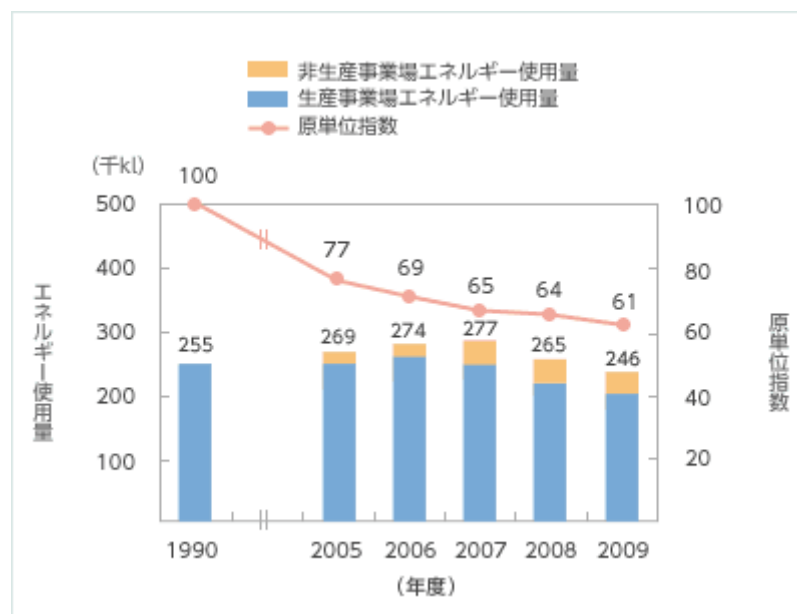
### 省エネ機器の導入や製造プロセスの合理化を推進

花王グループは、CO<sub>2</sub>排出量の削減に向けて、生産工程におけるさまざまな省エネ活動に取り組んでいます。

その一環として、化石燃料由来の蒸気や温水を用いる吸収式冷凍機から、COP(性能係数)に優れCO<sub>2</sub>排出量も少なく、電力を駆動源とする高効率ターボ冷凍機への転換を進めています。2009年度は、和歌山工場、鹿島工場、愛媛サニタリープロダクツの冷凍機を転換しました。またプロセス排熱回収、ドレン回収、圧縮空気設定圧低減など、さまざまな視点からの省エネ活動を進めています。

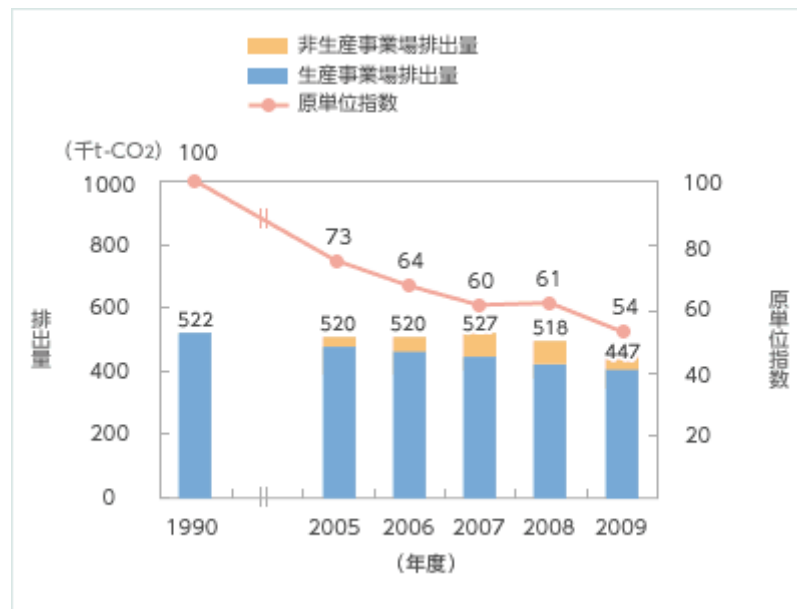
こうした取り組みの結果、生産事業場における2009年度のエネルギー総使用量は原油換算で前年度から17千kl減少しました。また、エネルギー原単位指数は前年度比で3ポイント改善しました。

#### エネルギー使用量の推移



- ※ 2006年度からはカネボウ化粧品を連結しています。
- ※ 生産をしていない事務所等を非生産事業場としてデータを加えました。
- ※ 原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

## 温室効果ガス排出量の推移



- ※ 温室効果ガス排出量(CO<sub>2</sub>換算)は、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル (Ver.2.4)平成21年3月 環境省/経済産業省」に基づき、計算しています。
- ※ 2006年度からはカネボウ化粧品を連結しています。
- ※ 生産をしていない事務所等を非生産事業場としてデータを加えました。
- ※ 原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

## 物流段階での環境負荷削減を推進

物流段階での環境負荷を低減するために、花王では効率的なシステムの構築と運用、トラックなどによる輸送を環境負荷の少ない鉄道や船舶へ切り替えるモーダルシフト、他社との共同輸送などに取り組んでいます。

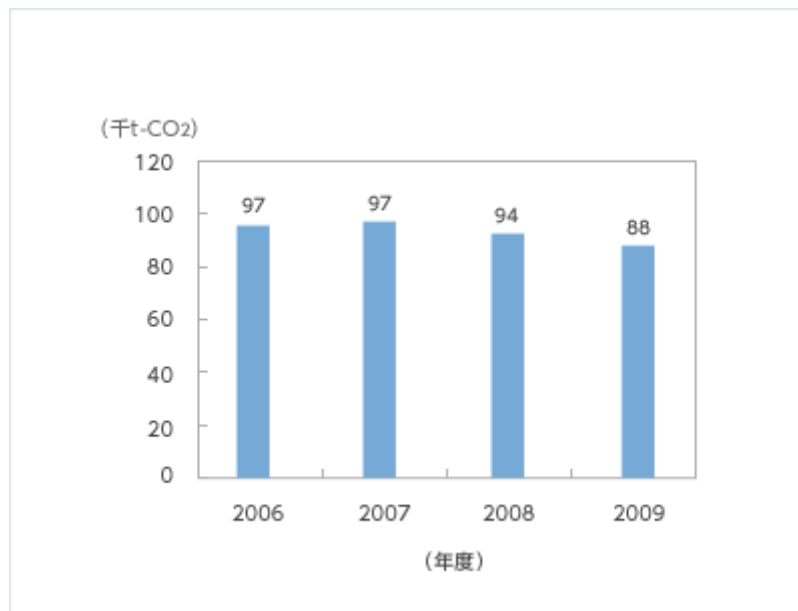
2009年度は、家庭品およびケミカル製品の輸送においては、生産拠点のリアロケーション(複数工場での生産化)や製品の直送化による輸送距離の短縮、輸送容器の大型化による積載率の向上等を実施し、輸送エネルギー原単位で2008年度比6%の削減を達成しました。

また、輸送ルートの見直し等を図ることで、一般に40%程度といわれているモーダルシフト化率が2009年度は64%(対前年+0.6%)になりました。

また、花王ロジスティクスでは、「ドライブレコーダー」で記録した映像や走行データをもとに、エコ運転などに関する教育を実施したほか、ハイブリッド車やエコタイヤの導入も進めました。エコタイヤに関しては、計画を前倒して2009年度に全車導入を完了しました。これらの結果、2009年度の燃費は活動開始前の2006年度に比べて17%向上しました。

配送に関しては、「パートナーと"いっしょにeco"」活動(実施取引先、得意先との連携活動)の成果が表れ始めています。花王カスタマーマーケティング(株)からお取引様への働きかけにより、納品荷姿、納品頻度、納品曜日の適正化が進み、その結果、積載率向上、配送距離の短縮、燃費向上として成果が表れてきています。

## 輸送に伴うCO<sub>2</sub>排出量の推移



※ カネボウ化粧品を連結した値です。

※ 地球温暖化対策推進法に基づく省令に規定されている排出係数、温室効果ガス排出量算定マニュアル(環境省・経済産業省)に記載されている排出係数を用いて算出しています。

## 「チャレンジ25キャンペーン」に参加

花王は、2005年度から地球温暖化防止のための国民運動「チーム・マイナス6%」に参加し、オフィスにおけるエネルギー消費の低減、CO<sub>2</sub>排出量の削減に努めています。

2005年から実施しているクールビズ、ウォームビズ活動に加え、2008年度はすべてのパソコンを省電力モード※に設定。また、電力や紙の使用量削減などを目的として最新複合機の導入を進めるなど、さまざまな施策を進めてきました。

これらの活動によって、2009年度の電力使用量は、活動開始前の2004年度と比較して2,423kWh(13.4%)減少しました。これは原油換算で617kl、CO<sub>2</sub>換算で952トンに当たります。

2010年1月からは、「チーム・マイナス6%」がより高いCO<sub>2</sub>削減目標の達成に向けた運動へと生まれ変わり、「チャレンジ25キャンペーン」として新たに展開しています。花王も、この運動に引き続き参加しています。

※ 省電力モード

15分間操作がないと、ディスプレイ、ハードディスクなどの電源が自動的にオフになるしくみ。

## 「花王グループ エコファミリー活動」の実施

花王は2008年6月から、社員とその家族の環境意識向上や家庭での温室効果ガスの排出量削減をめざして、環境家計簿の活用などを促す「花王グループ エコファミリー活動」を実施しています。

環境省の「我が家の環境大臣事業」に参加し、説明会の開催など、国内グループ会社の全社員を対象とした取り組みを進めました。社員からは、「家族で2年近く継続して取り組んだ結果、去年よりもCO<sub>2</sub>を削減できたことがグラフではっきりわかり、張り合いが出る」という声が寄せられています。

今後も活動の参加者が増えるよう、取り組みを進めていきます。



## CDPの取り組み

「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト(CDP)」とは、ロンドンに事務局を置くNPO団体が、475の機関投資家を代表して世界各国の1,800の企業に対し、気候変動に関する戦略と温室効果ガスの排出状況を報告するよう促している取り組みです。

花王は、2003年の第1回から報告を継続しており、日本企業を対象とした報告書において、情報開示が進んでいる企業リストに2008年、2009年、2年連続して掲載されました。

2009年からはライフサイクル全体の負荷低減に向けて、「CDPサプライチェーンプロジェクト」にも参加しています。自社製品のライフサイクルアセスメント(LCA)評価の結果、原材料調達時のCO<sub>2</sub>排出量が全体の28%と、自社排出量(10%)より多いことがわかっています。また、実用化が模索されているカーボンフットプリント(CFP)の実現・精度向上のためにも、お取引先さまとさらなる協働が必須です。そのサポートも花王の責任だと考えています。

### TOPICS 物流拠点に太陽光発電パネルを設置

環境に配慮した物流センターや配送システムを構築するため、2010年3月にすみだロジスティクスセンターへ97kWの太陽光発電システムを導入しました。年間の発電量は約86MWhを想定しており、その結果削減されるCO<sub>2</sub>は約36トンになります。

今後はこのシステムの検証を行なうとともに、さらなる新エネルギーの導入・検討を進めます。



屋上に設置された太陽光発電パネル

## クリーン開発メカニズムを花王インドネシア化学で実施

花王インドネシア化学が、高いエネルギー変換効率を可能とする「ガス・コジェネレーションシステム」を導入し、2010年2月に日本政府から、3月にインドネシア政府から「クリーン開発メカニズム(CDM)プロジェクト」の承認を得ました。今後国連のCDM理事会に申請する予定です。

CDMとは京都議定書に規定されているメカニズムのひとつで、温室効果ガスの排出削減義務のある先進国が、発展途上国で温室効果ガス削減プロジェクトを行なった場合、国連の承認を経て、その削減分を自国の削減分としてカウントできる制度です。

今回のシステム導入で、同社のCO<sub>2</sub>排出量の約20%に相当する約4千トンの削減を見込んでいます。



CDMの対象のコジェネレーション設備

## TOPICS 上海市閔行区から省エネ賞を受賞

2009年9月、上海花王化学が、中国上海市閔行区の経済情報化委員会から省エネルギーへの取り組みを評価され、「2009年度閔行区節能技術改造奨励項目」を受賞しました。

第1回目となる今回は、第一次審査が閔行区内の9つの地区で行なわれ、プレゼンテーションや政府の専門家による工場視察など、数回にわたる厳しい審査の結果、4社が表彰されました。

上海花王化学では、CO<sub>2</sub>排出量の削減と省エネルギー活動に全社一丸となって取り組んでいます。今回の受賞

は、硫酸化エアードライヤーの排熱回収、硫酸化プロアのインバーター導入など5つのプロジェクトを通じて、CO<sub>2</sub>排出量を年間で903トン削減したことが評価されたものです。これからも、“より少ないエネルギーで、よりよきモノづくり”をめざして、さらなる省エネルギー活動に取り組んでいきます。



授与された表彰状

## TOPICS ファティケミカル(マレーシア)がハイビスカス賞を受賞

2009年11月、ファティケミカル(マレーシア)が、マレーシアの国家環境賞である「ハイビスカス賞」(Prime Minister's Hibiscus Award)を受賞しました。

この賞は、マレーシア国内の全分野の企業を対象として、優れた環境改善活動を行なっている企業を2年おきに表彰し、その活動を国レベルで証明するものです。受賞した企業はその証しとして、マレーシアの国花であるハイビスカスの花をモチーフにしたロゴを、企業活動で利用できる権利が与えられます。

今回の受賞は、ファティケミカルを代表に、花王ソープ、花王オレオケミカル、花王プラスチックサイザーのペナン州を拠点とする4社が、環境改善活動を継続的に行なうための組織やシステムを整備しており、日々の活動において確実に実践していることが評価されたものです。

具体的には、日常活動として4R(Reduce、Reuse、Recycle、Recovery)を実施して廃棄物を低減したほか、窒素、電気や蒸気の使用量の削減などに対して目標値を設定して取り組みました。また、設備面では、CO<sub>2</sub>の削減を目的とし、重油から天然ガスへの燃料転換やボイラーの熱回収設備の設置、環境への負荷を減らす排水処理設備の能力アップなどを行なってきました。

今後も日々の環境改善活動を継続し、さらなる発展をめざしていきます。



「ハイビスカス賞」授賞式

## 環境に配慮した製品・容器の開発

### 性能の向上と環境負荷削減を追求

花王は「製品の安全性と高い品質を確保するとともに、環境負荷を削減していく」という製品開発指針に基づき、原材料調達から生産、物流、使用、廃棄までの全ライフサイクルを通じて環境への影響や負荷を評価する「ライフサイクルアセスメント(LCA)」を実施しながら、環境配慮型製品の開発・技術の実用化に取り組んでいます。

また、そのための独自の指標、「環境適合設計要領」を整備し、環境面や安全性に関わるさまざまな項目について定性的・定量的な評価分析を行なっています。

その中で2008年度から、環境負荷の改善率を明確にするため、新たな指標「環境負荷改善率」を取り入れ、既存の「基準製品」と新たな「開発製品」のライフサイクルCO2排出量を比較・評価しています。

2009年6月に発表した環境宣言でも、製品のライフサイクル全体で環境負荷削減を進めていくこと、そのために多様なステークホルダーと一緒に活動に取り組んでいくことを大きなテーマとして掲げています。

### 再生ポリエステル繊維の利用

より環境負荷の少ない製品を開発するために、花王は「クイックルワイパー」のドライシートに用いているポリエステル繊維を、再生繊維に置き換える技術開発を進めてきました。素材メーカーの協力も得て、繊維の100%（製品全体の約90%）を置き換えることに成功し、2003年10月から発売しています。



再生繊維を使用した「クイックルワイパー」のドライシート表面

## 植物由来プラスチックを使いやすく改質 ～改質ポリ乳酸樹脂「ECOLA」(エコラ)を開発

花王は、石油を原料とするプラスチックにかわるカーボンニュートラルの植物由来プラスチックであるポリ乳酸樹脂をより使いやすくするために、独自の結晶制御技術や軟質化技術を駆使して「改質研究」に取り組んでいます。改質ポリ乳酸樹脂「ECOLA」(エコラ)はその成果のひとつで、現在の汎用石油系樹脂と比べても遜色のない性能と加工性を実現。その結果、押出成形でつくられるシート製品や、射出成形でつくられる多様な形状のプラスチック製品に活用できるようになりました。これは、成形時間・手間の改善だけでなく、成形時の消費エネルギーの削減にも大きな役割を果たしています。現在「ECOLA」は、複合コピー機のマニュアルを入れるポケットやパソコンの筐体で使用されるなど、利用範囲を広げています。今後は、さらなる用途の拡大に向け、さまざまなビジネスパートナーとの取り組みを進めていきます。



「ECOLA」を使用した複合コピー機のマニュアルポケット(写真提供:(株)リコー)

### TOPICS 「第41回日化協技術賞」の「環境技術賞」を受賞

花王クエーカーの「**※1** 用湯道管(EGランナー)」が、「第41回日化協技術賞**※2**」の「環境技術賞」を受賞しました。「EGランナー」とは、新聞古紙に耐熱性樹脂・繊維などを複合化させ、紙ベースにもかかわらず約1,400℃の高温に耐えられるようにした湯道管で、一般的な陶器製の湯道管と比べて軽量(約1/10)かつ加工が容易で、廃棄物量が大幅に削減(铸造後に残る湯道管の燃えかすとして約1/16)でき、作業性の向上、そして環境負荷の低減が図れます。現在この「EGランナー」は、国内および海外(独・韓・中・タイ)で好評を博しており、今後、EUやアジア諸国を中心に拡販を図るとともに、本技術を湯道管以外へ応用することも検討中です。これからも、花王クエーカーの铸造ビジネスを通じて、持続型社会実現のために努力していきます。

#### ※1 铸造

砂などで作られた铸型に、約1,400℃の溶けた金属を流し込み成形する金属加工方法。

#### ※2 日化協技術賞

(社)日本化学工業協会(日化協)が、化学技術の進歩と化学産業の振興を目的に、1968年に制定。「環境技術賞」は環境負荷低減に対して、著しい効果があった技術に贈られるもの。

## 容器包装の3Rを積極的に推進

容器包装は、運搬時における中身の保護や品質の保持、使用時のさまざまな情報提供など、中身を使い切るまでは製品の一部としての重要な役割・機能を担っています。

花王は、こうした役割・機能を、最小限の資源で満たす容器包装材料の研究開発に取り組むとともに、3Rの観点から再利用や再生材料の使用に積極的に取り組んでいます。また、袋状の容器からのつめかえが苦手な方にも配慮した、ユニバーサルデザインを取り入れた容器の開発にも取り組んでいます。2009年度は、容器包装材料(段ボール除く)の使用量は前年度に比べて800トン増加しました。これはヘルシアスパークリング等の売上げ増加による影響です。

### 容器包装の3R

1. リデュース: 中身の濃縮化、包装容器のコンパクト化
2. リユース: つめかえ・つけかえ用製品による包装容器の再使用
3. リサイクル: 再生材料の使用

### 容器包装材料使用量の推移

(単位:t)

	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
プラスチック	49,200	55,700	55,700	55,000	56,500
紙	26,100	25,600	22,500	21,600	21,300
段ボール	65,600	67,700	73,700	71,700	70,600
ほか	3,800	3,600	3,400	2,700	2,300
計	144,700	152,600	155,300	151,000	150,700

## 容器に使用する樹脂量削減

### 「アタックNeo」濃縮化による資源の削減 (アタックバイオジェルとの比較)



「ヘルシア緑茶」350mlボトルの薄肉化による資源の削減

ボトル樹脂量：約16%削減  
 →CO2排出量：約14%削減（ボトル+キャップ+ラベル）

<個装形態>



<旧ボトル→新軽量ボトル>



※ 2009年より開始。2010年度に順次切り替え予定。

「セグレタヘアエステ」個装包装の大幅な簡素化(改良前と比較)

樹脂量：約16%削減  
 →CO2排出量：約18%削減（容器+ケース）

<旧パッケージ>



<新パッケージ>



製品包装簡素化による包材の使用量削減

「ピュアホイップ3個セット」の包装を簡素化

包材使用量：約23%削減（ピロー包装は変わらず）  
 CO2排出量：約28%削減（ピロー包装+箱）

従来

< (1個箱×3) +ラッピング包装 >



変更後

< 「3個入り箱（ラッピング包装無し）」 >



## つめかえ用・つけかえ用製品の改良

つめかえ用パックは、すっかりおなじみになりました。中身をつめかえることで、シャンプーや液体洗剤のプラスチック本体容器を繰り返し使うことができ、省資源とごみの削減に役立っています。

花王が最初のつめかえ用パックを発売したのは1991年のことですが、その品数は年々増え、2010年3月時点で138品目にのぼっています。私たちは、消費者の方々がつめかえやすいように、ボトルの大きさや内容物の粘度などに合わせた、さまざまな改良を加えています。

### ▶ つめかえ用・つけかえ用製品

また、中身の性質や安全性の観点から、つめかえを消費者の皆さまにおすすめできない製品もあります。そのような場合は、スプレーなどの部品を再使用する、つけかえ用製品をご用意しています。



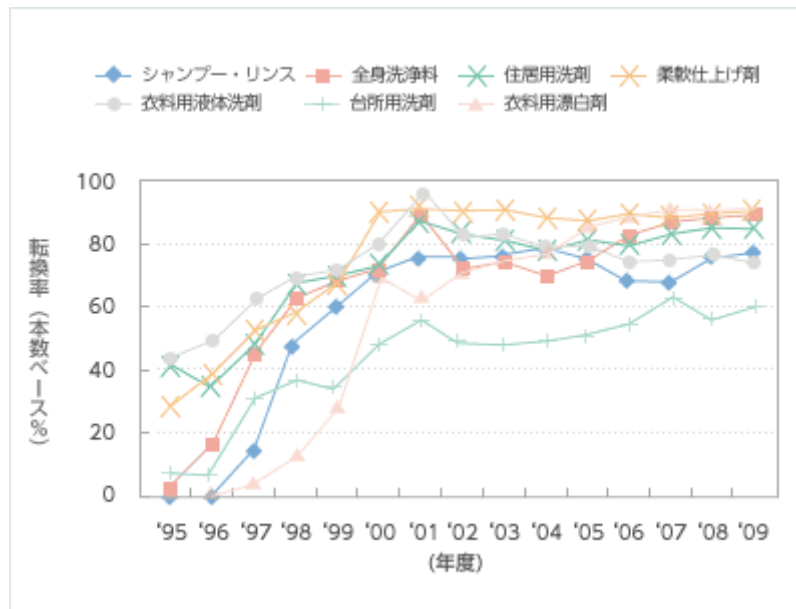
中身を本体容器につめかえて使います



スプレー部分などを、新しい容器につけかえて使います

つめかえ用製品の比率は1997年から急速に増え、現在ではほぼ80%で推移しています(本数ベース)。たとえば「ハミング(濃縮タイプ)」のつめかえ用の比率は96%です。これは、2009年度に販売されたつめかえ・つけかえ用製品が、すべて本体容器(プラスチック容器に入った製品)だった場合と比べると、3万トンのプラスチック使用量を削減したことになります。

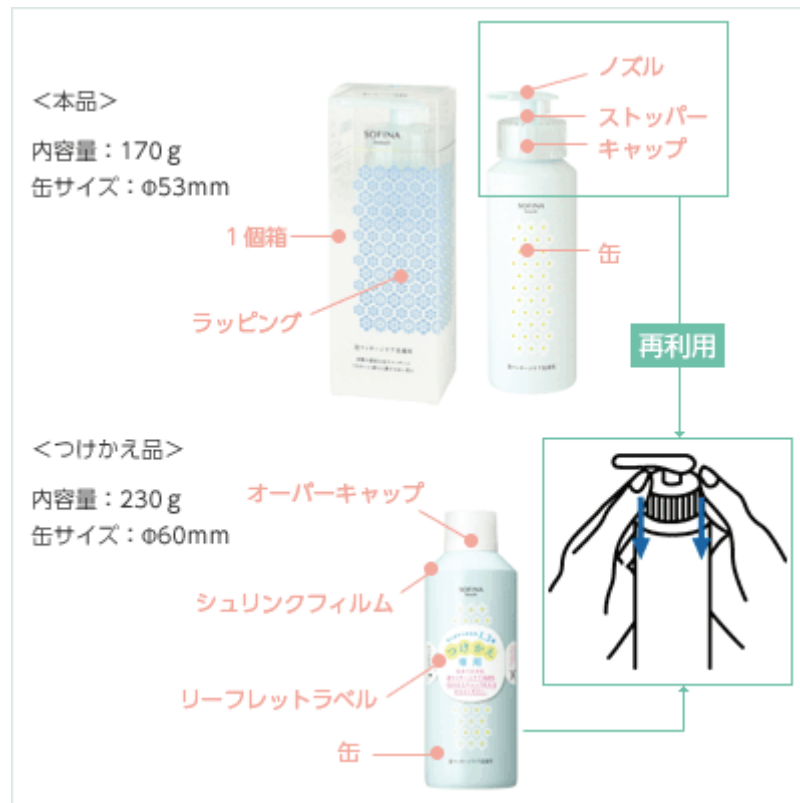
### つめかえ商品への転換率



## つけかえ容器によるCO<sub>2</sub>削減

「ソフィーナボーテ 泡マッサージケア洗顔料」でつけかえ容器を追加し、ノズルとキャップの再利用、1個箱の削除、中身の増量により、1回使用当たりのCO<sub>2</sub>排出量を約20%削減。

### 「ソフィーナボーテ 泡マッサージケア洗顔料」つけかえ用容器の追加



### TOPICS 「キュレル」の新つめかえ用容器が「第33回木下賞」と「World Star 2009」をダブル受賞

「キュレル 薬用シャンプー&薬用コンディショナー」の新つめかえ用容器の開発が、「第33回木下賞」の「研究開発部門賞」を受賞しました。

この賞は、(社)日本包装技術協会が、毎年その年度において包装技術の向上並びに包装産業の発展に貢献した製品、技法、事例、デザイン、アイデアなどの業績を表彰するもので、包装業界一の歴史を誇っています。

ボトルと同じ成形法で開発された新つめかえ用容器は、フィルム製のスタンディングパックと同等の環境調和性を有しています。また、ぬれた手でも開封しやすいプルリング機構や片手で持ってつめかえできる形状など、ユニバーサルデザイン性にも優れている点が高く評価されました。

さらに、World Packaging Organization(世界包装機構：WPO)の世界パッケージコンテスト「World Star 2009 Competition」でも、その技術が認められ、「World Star 2009」を受賞しました。

今後も、社会の環境意識の高まりに対応するため、本技術のさらなる応用展開を進めていきます。



## 化学物質の適正管理

### 原材料から製品まで一貫した化学物質管理を実施

花王は、製品に使用する化学物質を、「使用禁止物質」「使用削減物質」「取扱注意物質」「その他(左記以外の物質)」の4つのランクに分けるなど、独自の「化学物質総合管理システム」を活用した、一貫した管理を行なっています。

▶ CSRマネジメント - 化学物質マネジメント

### 花王における化学物質の管理ランク

#### 使用禁止物質

製造・使用等が禁止または許可制とされているなどの法的規制を受けて、花王での使用を禁止している化学物質(PCB、石綿など)

#### 使用削減物質

今後、全廃をめざして削減する物質(オゾン層破壊物質、特定重金属など)

#### 取扱注意物質

リスクに応じて慎重に取り扱う物質(PRTR法対象化学物質、毒劇物など)

#### その他

上記以外の物質

### PRTR法対象化学物質の排出を削減

花王が2009年度に取り扱ったPRTR法対象化学物質は53種で、これらについて「各工場からの物質ごとの排出量1トン以下を維持する」という目標を達成し、大気および公共水域への総排出量は2トンでした。

また、2009年度に、PRTR法政令改正に則ったMSDSが発行できるように見直しを行ない、2010年度からは、新PRTR法対象化学物質の排出量・移動量を把握できるようPRTR法対象化学物質管理システム(環知安システム)を改修しました。

▶ PRTR法対象化学物質排出量リスト

### 自主活動目標を定めてVOCの排出量管理を実施

花王には、大気汚染防止法におけるVOC排出規制の対象となる設備はありませんが、年度ごとに独自の自主活動目標を定めて、VOCの排出量の削減に取り組んでいます。

2009年度は、環境省環境管理局长通知100種類のVOC対象物質を調査したところ、大気中への総排出量は15トンで、「各工場からの物質ごとの排出量年間3トン以下を維持する」という目標を達成しました。

2010年度は、各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下にするよう、使用量の抑制管理や排出除去の対策を検討していきます。

## PCBを適正に保管・処理

過去に使用していたポリ塩化ビフェニル(PCB)含有機器は、花王の和歌山工場、東京工場と川崎工場  
で厳重に保管しています。これらは、2009年度下期から日本環境安全事業(株)による処理を開始し、  
和歌山工場保管分の高濃度PCBが含まれるコンデンサーの台数で約20%、重量で約10%の処理が終  
了しました。2010年度も引き続き処理を行ない、2011年度で完了の予定です。  
なお、蛍光灯安定器や低濃度PCBの入ったコンデンサーなどの処理時期は未定です。

## GHS対応MSDS、製品ラベルを整備

花王は、工業用製品を販売する際には、2006年に改正された労働安全衛生法が定める表示物質含有  
製品について、2006年12月からGHSに適合したMSDSの顧客への提出と、GHS適合製品ラベルへの  
変更を実施しています。また、同法における表示物質含有製品に該当しない工業用製品についても、  
GHS対応のMSDSの発行と製品ラベルへの変更を順次進めています。

また、2009年10月1日からは、同日施行の改正化学法※に適合したMSDSの提供も行なっています。  
なお、花王は世界各国の市場で事業を展開していることから、多言語に対応するGHS対応MSDS作成・  
管理システムを整備しており、インターネットを通じて各物流拠点で閲覧や印刷をすることができます。

### ※ 改正化学法

有害性のある多種多様な化学物質が、どのような発生源から、どれくらい環境中に排出されたか、あるいは  
廃棄物に含まれて事業所の外に運び出されたかというデータを把握・集計し、公表するしくみ。化学法は  
1999年に制定され、2009年10月に対象物質の見直しなどが行なわれた改正化学法が施行された。

## イエローカード携行を推進

化学物質をタンクローリーで輸送する際には、運送業者に緊急時の対応などを記載した書類を提供する  
とともに、運搬する化学物質の諸情報を記載したイエローカード※の携行を運転手に義務づけています。  
また、少量であっても混載輸送する際は、緊急時の情報を表示した容器用イエローカードを貼付していま  
す。

### ※ イエローカード

輸送中の事故発生時に二次災害を防止するため、化学物質の環境・安全・健康面および取扱注意事項の  
情報を迅速に第三者に提供できるよう、化学物質の危険有害性、応急措置、通報などの情報を明記した化  
学物質の輸送時に携帯する書類。

イエローカード I		KDD	
品名	別紙送り状に記載	国連番号 2725	国連番号 103
主な危険 状態	調剤法 【危険物第4類第3石油類】 労働安全衛生法 【腐食性物質】		
性質	引火性液体【引火点 70~200℃未満】・非水溶性・腐食性		
事故発生時の応急措置			
① 車を安全な場所に移動する。人や人が入らぬよう、できるだけ交通の障害にならぬよう場所に移動し、エンジンを停止してタイヤ止めをする。			
② 事故の発生を大声で告げて、消防署及び警察署に通報し、人を助えに連絡させる。			
③ 火災発生、エンジンやその他の燃焼源は着火源となるので燃焼物から遠ざける。			
④ 防護具を脱ぎ、濡れ止め・脱臭又は洗済を行う。			
⑤ 燃焼物の燃やを土砂などで覆い、河川や下水道などへの流入を防ぐ。			
緊急連絡 消防番 119 ・ 警察番 110			
1. 車の名称は	○○運送会社 ○○です。		
2. いづ	○○番○○台		
3. どこで	○○番○○地区(国・県・市) 運○○番 ○○付		
4. なにが	危険物第4類第3石油類で腐食性の液体が		
5. どうした	漏れています。又は、漏れて火災になっています。		
6. 何人が	何人がいます(燃焼車をお断りします) 又は、何人もいません。		
緊急連絡			
運送会社	花王株式会社	運送会社	○○○運送(株)
住 居	和歌山県和歌山市 1314	住 居	○○番○○番
電話番号	【平日・夜間・休日】 073-422-0191(代番)	電話番号	【平日】 00-00-0000 【夜間・休日】 00-00-0000

イエローカードの一例

## グリーン調達推進

---

2009年度は、前年度調査で基準に満たなかったお取引先の工場に対して、環境マネジメントシステムなどのシステム構築や運用のレベルアップを要請してきました。その結果、グリーン調達基準の達成率が96%から98%に向上しました。引き続き、継続的なレベルアップを要請していきます。

▶ ステークホルダーへの責任 - サプライヤーへの責任 - CSR調達

## 廃棄物の適正管理

### ゼロエミッションの取り組みを促進

花王では、廃棄物に対してはリデュース、リユース、リサイクルの順で重要と考えており、「廃棄物削減プロジェクト」を推進して、発生量の削減に努めています。また、廃棄物を花王内部や外部で処理する場合も再使用やリサイクルに努め、最終埋立処分量をゼロに近づけるようにしています。

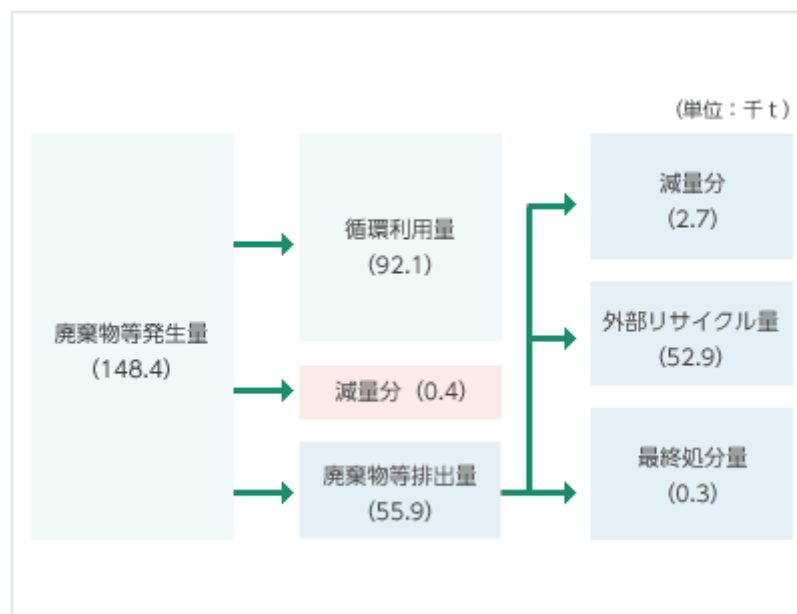
2008年度に、ゼロエミッションの定義を「最終処分率(最終処分量/廃棄物等発生量×100)を0.2%以下」とより厳しく設定しました。2009年度は、排水汚泥のセメントへの利用や、燃えがらの路盤材への利用などリサイクルに努め、「ゼロエミッション達成」への取り組みを強化しました。その結果、国内10工場すべてでゼロエミッションを維持し、最終処分量は65トン、最終処分率は0.05%となり、目標を達成。最終処分量を150トン以下、最終処分率を0.1%以下にするという2010年の目標も前倒しで達成しました。

また、発生量原単位(総生産量あたりの廃棄物等発生量)は前年度比98.1%となり、目標とした99.5%以下に削減できました。

非生産系事業場でも、廃棄物の分別強化や処理先の見直し、全社的な取り組みによる製品包装材料の見直しなどを行ない、最終処分量の削減に努めています。

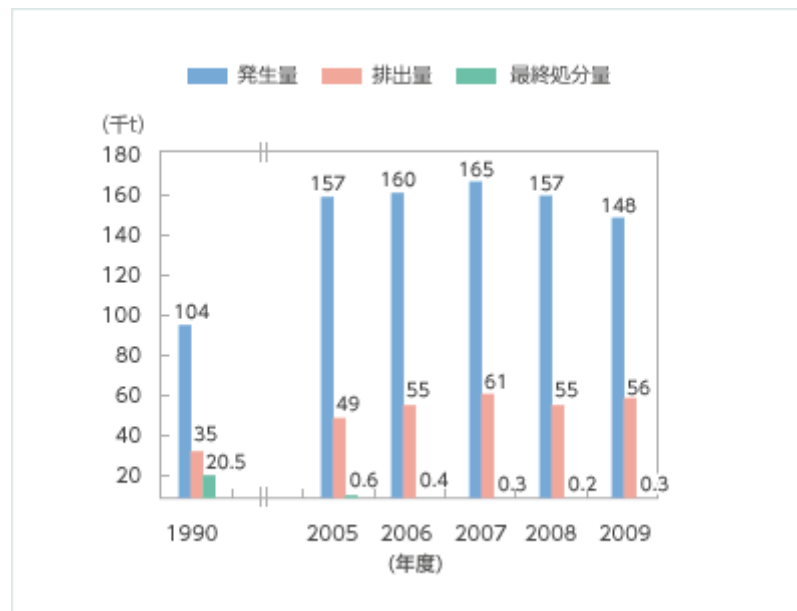
今後も、ゼロエミッションの取り組みを継続していきます。

### 廃棄物等の発生量と処理の流れ(2009年度)



- ※ 廃棄物等発生量  
製品をつくる段階で出てくる不要なものや不良品など(古紙や金属などの有価物やほかの工場で利用できるものも含む)。
- ※ 循環利用量  
工場の中で再使用されたり、リサイクルされたりしたもの(サーマルリサイクル含む)。
- ※ 減量分  
脱水、濃縮、破碎などの処理と単純焼却することで減量した分。
- ※ 廃棄物等排出量  
不要なものや不良品、焼却後の灰、古紙、金属などで工場の外に出したもの。
- ※ 外部リサイクル量  
再使用されるものや資源として利用するもの(サーマルリサイクル含む)。
- ※ 最終処分量  
最終的に利用できないもので安全に埋め立てるもの。

### 廃棄物等の推移(生産事業場)



※ 2006年度からカネボウ化粧品を連結しています。

※ 生産をしていない事務所等のデータも追加加算しました。

### 廃棄物削減に向けてのさまざまな取り組みを推進

花王は、タンク類の洗浄水使用量削減をはじめ、配合タンクのサイズ最適化による廃液の削減、生産計画の精緻化などを推進し、廃棄物の発生量削減を図っています。

栃木工場やグループ会社の愛媛サニタリープロダクツでは、材料用の段ボールを繰り返し使用できる専用プラスチックコンテナにかえたり、原反状材料の紙管を繰り返し使用したりしています。やむなく発生した不用物は、工場内または外部業者に委託して資源の有効利用に努めています。

### 「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」の導入

廃棄物処理法が改正され、処理やリサイクルに関するガバナンス(統治)の重要性が高まるなか、花王では、お取引先(処理業者)との契約や産業廃棄物管理票(マニフェスト)の運用、数量データおよび適正処理調査結果などを統合管理する「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」を開発、運用しています。2009年度は、カネボウ化粧品小田原工場と大阪地区が新たに利用を開始しました。また、処理状況を現地確認するための、適正処理調査票をグループ内で統一し、調査内容の平準化と評価ランクの共有化を推進しました。

## 水の有効利用と排水管理

### 水資源の有効活用

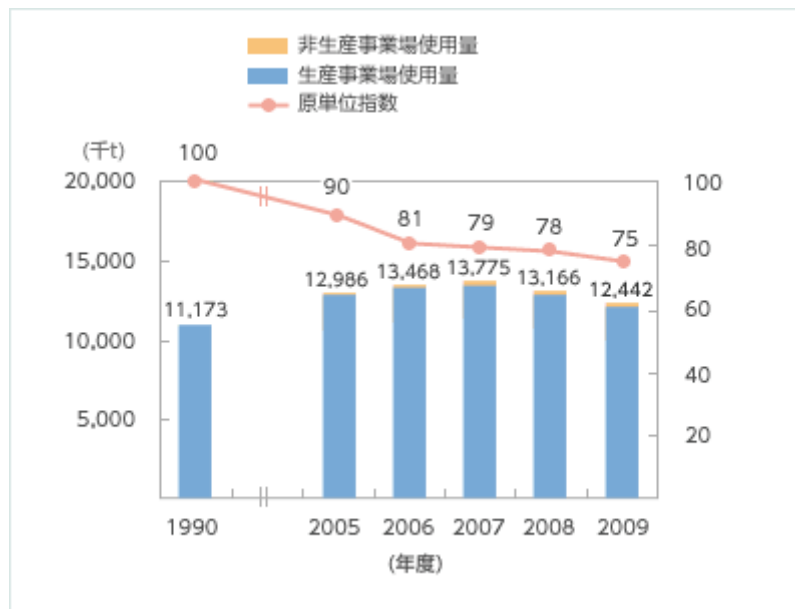
花王の各工場では、製品への配合や設備の洗浄、冷却などに水資源を利用していますが、洗浄などで使用した水を浄化して再使用するなど、一部で有効利用を進めています。また、すみだ事業場では、雨水を貯めて緑地の散水などに活用しています。

2009年度の水使用量と排水量は、2008年度に比べ、それぞれ724千トン、565千トン削減しました。これらの削減は、主にニコー製紙における生産条件を改善したことなどによるものです。



散水に雨水を利用しているすみだ事業場内の緑地

### 水使用量の推移



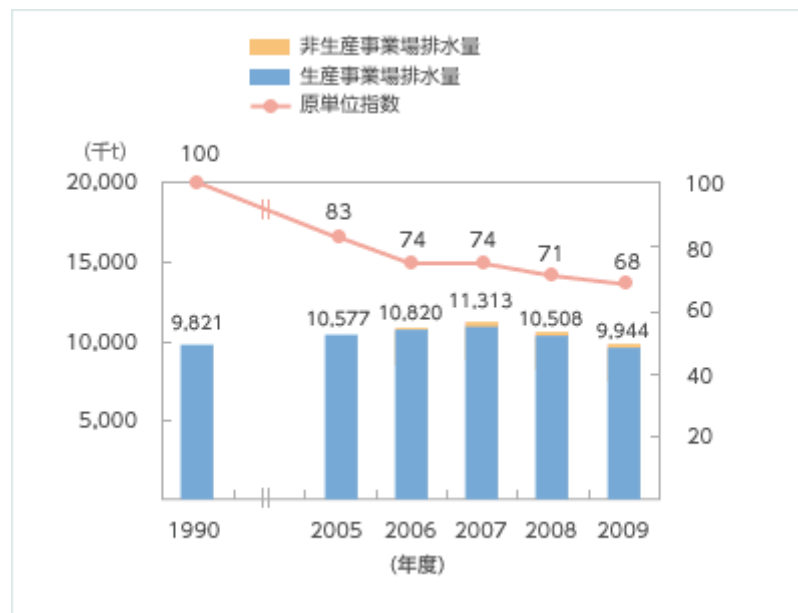
- ※ 2006年度からはカネボウ化粧品を連結しています。
- ※ 生産をしていない事務所等を非生産事業場としてデータを加えました。
- ※ 原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

### 排水基準値超過への対応

2009年10月、川崎工場において、廃液抜き出しポンプから液漏れが発生して排水系統に混入し、排水のCOD値がわずかに規制値を超過しました。管轄の行政に報告するとともに、設備面の改善、排水管理体制の強化を図り、再発を防止しています。

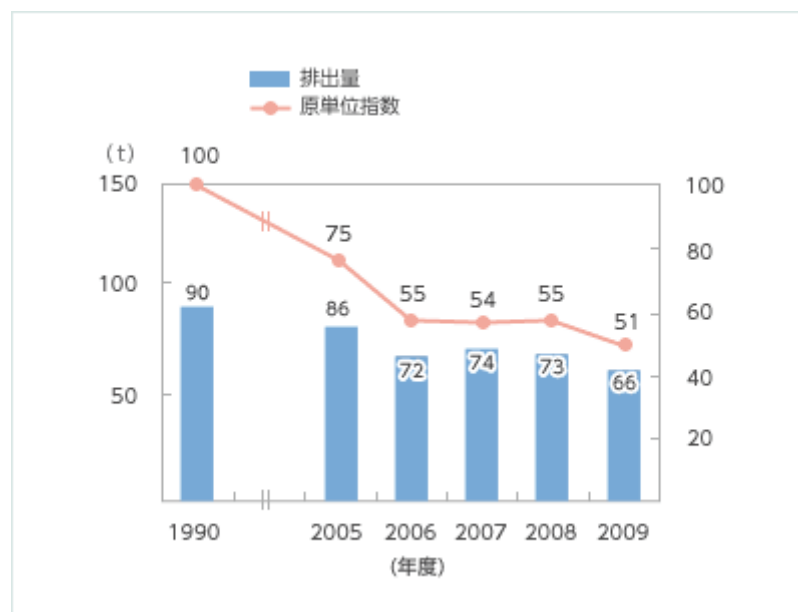
## 排水の管理

### 排水量の推移



- ※ 2006年度からはカネボウ化粧品を連結しています。
- ※ 生産をしていない事務所等を非生産事業場としてデータを加えました。
- ※ 原単位指数は過去からの連続性を考慮して、生産事業場のデータで計算しています。

### COD排出量の推移(生産事業場)



- ※ 2006年度からはカネボウ化粧品を連結しています。

## 製品使用後排水が環境に与える影響について

---

衣料用洗剤など家庭用製品の使用後に出た生活排水は、污水处理施設や河川などに生息する微生物によって分解され、河川、湖沼、海など自然の循環に戻されます。そこで花王は、「製品のライフサイクル全体を通じて環境負荷の低減を推進する」ことを環境適合設計の基本指針とし、微生物によって生分解されやすく、生態系に影響の少ない原料の使用に努めています。

また、使用後の製品が河川などの自然環境に与える実態把握にも目を向け、日本石鹼洗剤工業会の環境・安全専門委員会で、界面活性剤の環境モニタリング調査を実施しています。具体的には、年4回、都市部を流れる代表的な4河川で、製品に含まれるLASなど4種のPRTR法対象の界面活性剤濃度を測定し、生態系に与える影響リスクを評価しています。

これまでの調査の結果、モニタリング調査の範囲では、界面活性剤の水生生物に対するリスクは定常的に高くないことが示唆されました(日本石鹼洗剤工業会「環境年報」Vol.34 2009年度版より)。



## 生物多様性への対応

### 生物多様性の保全をめざして

人間活動による生物資源の乱獲や開発、さまざまな環境負荷などによって、生物多様性は大きく損なわれ、その損失速度は加速しているといわれています。

花王は、製品の主要原料にパーム油や、やし油を使用するなど、事業活動が生物多様性とそこから生み出される自然の恵みに大きく依存し、同時に影響を与えているという認識に立ち、生物多様性の保全に貢献する取り組みを2つの側面から推進しています。

ひとつは、事業活動が及ぼす影響を小さくする企業活動を推進していくことです。たとえば、「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加入し、熱帯雨林や野生生物などの生物多様性に配慮しながら、パーム油の生産と利用について検討を行なっています。また、生産工場による近隣の生態系への影響を可能なかぎり小さくするために、水質や大気へ排出される物質の自主管理値を規制値より厳しくしています。当然ながら、自然保護地域の近隣には工場などを建設しないようにしています。

もうひとつは、社員や社会全体が生物多様性保全の重要性を知るための啓発活動です。具体的には、特定非営利活動法人アースウォッチ・ジャパンの「花王・教員フェローシップ」の支援や、「花王・みんなの森づくり活動」などに取り組んでいます。

花王では、これらの取り組みを一層促進し、統一的でより効果的にするため、事業活動と生物多様性との関係を精査し、取り組みの基本となる考え方や行動をまとめる準備を進めています。その際、「企業と生物多様性イニシアティブ(JBIB)」に参加し、積極的な活動を行なっている企業との共同研究などで得た知見も活かしながら、検討を行なっています。

- ▶ ステークホルダーへの責任 - 地域社会のために - 教育分野での活動 - 「花王・教員フェローシップ」を実施
- ▶ ステークホルダーへの責任 - 地域社会のために - 環境分野での活動 - 「花王・みんなの森づくり活動」を継続的に実施

### 持続可能な原材料調達に向けて

花王は、国際的な非営利組織「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に2007年から加盟しています。RSPOでは、持続可能なパーム油の生産と利用を目的に、法を遵守し、経済的に実行可能で、かつ環境面に適切で社会的に有益な「原則と基準」を採択し、これに基づいたパーム油の認証に取り組んでいます。

花王では、RSPOの発足当初からその基準適用を表明したメーカーをはじめとしてすべてのパーム油をRSPOに加盟しているメーカーから購入しています。また、これらのメーカーと共に、持続可能な認証されたパーム油の調達を検討しています。

さらに、バイオマス素材や認証された素材の活用を図り、生物多様性に配慮した持続可能な原材料調達に取り組んでいきます。



パーム油の原料であるアブラヤシ果房(現地メーカーの取引の様子)

**TOPICS** 行政と協同してマングローブを植樹

ピリピナス花王（PKI）は、2009年2月にフィリピンで開催された「世界湿地デー」の記念イベントにおいて、フィリピン環境天然資源省第10地域、東ミサミス州ハサーン市、Luz Banson地区、Solana地区と協定を締結し、民間企業として初めて官民協同のマングローブ再生プロジェクトに取り組むことになりました。

その最初の活動として、イベントではPKIの幹部や社員、協定先の職員などが参加し、約1000本のマングローブを沿岸地域に植樹しました。

今後は、環境天然資源省から技術的支援を受けながら、マングローブと沿岸地域の生物多様性の再生に取り組んでいきます。



マングローブ植樹の様子

## 土壌汚染対策

### 地下水・土壌汚染の調査・測定を実施

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。

2009年度は、和歌山工場、酒田工場、栃木工場で自主調査を行ないました。その結果、いずれも定量下限値以下であることを確認しました。

また、川崎工場では、工場敷地内の土壌汚染の現況を把握するため、土壌環境基準における土壌溶出量試験を自主測定した結果、いずれの項目も汚染が認められませんでした。

## 環境コミュニケーション

### グループ会社や各工場が環境・安全レポートを発行

花王グループは、各工場の環境保全活動や安全活動をより多くの方々にご理解いただき、頂戴した声を今後の活動に活かしていくためのコミュニケーションツールとして、2005年度からグループ会社や工場ごとに「環境・安全サイトレポート」を発行しています。

2009年度は、国内の花王8工場が作成し、近隣地域の皆さまや工場見学の方々に配布しました。また、カネボウ化粧品も「環境への取り組み(2009年度版)」を作成し、自社のウェブサイトで公開しています。海外では、上海花王が「環境報告書(2009年度版)」を2008年に引き続き発行しました。

#### グループ会社、工場の環境・安全レポート



▶ [カネボウ化粧品の環境への取り組み](#)

### 「環境・安全・防災交流会」を開催

すみだ事業場では、事業場の環境保全や安全防災に関する状況や取り組みについて、近隣住民の方々に理解を深めていただき、意見交換する場として、毎年「環境・安全・防災交流会」を開催しています。

2010年3月に実施した交流会では、近隣6町会から18人の方々にご参加いただきました。

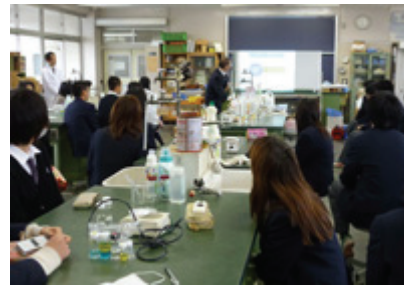
また、川崎工場では、レスポンシブル・ケア川崎地区地域対話に参加しました。

## 環境教育の実施

花王では、消費者啓発の一環として環境関連の出前授業を行なっています。2009年度は、環境展示会「エコプロダクツ」展主催者や経団連などからの依頼を受け、11月に神奈川県立海老名高校、12月に東京都立調布北高校、横浜市立藤の木中学校で実施しました。

授業では、花王の「環境宣言」や「アタックNeo」の取り組み事例を紹介するとともに、動画や実験を取り入れながら、洗剤が果たしている重要な役割を説明。特に実験では、生徒自身が従来の液体洗剤と「アタックNeo」の希釈液を振って比較することで、「アタックNeo」の泡切れのよさを実感し、洗たくにおけるすすぎ1回の環境的意義も理解していただくことができました。

生徒からは、「アタックNeoがなぜ環境によいのか理解できた」「洗剤やシャンプーを環境に優しく使うには、自分たち自身の努力も必要だとわかった」などの感想が聞かれ、花王の取り組みに対する理解を深めていただくとともに、環境への意識をさらに高めるきっかけになりました。



実験中の授業の様子

### TOPICS 「エコプロダクツ2009」に出展

花王は、2009年12月10～12日の間、東京ビッグサイトで行なわれた国内最大級の環境展示会「エコプロダクツ2009」に、2008年に引き続き出展しました。

11回目を迎える今回は、「問い直せ、日本の力。ソーシャルパワー元年」という統一テーマのもと、花王では2009年6月に発表した「花王 環境宣言」のスローガンである「いっしょにeco」をテーマに、節水・省エネ型製品である「アタックNeo」や、「みんなの森づくり活動」「教員フェローシップ」の取り組みを紹介。同時に、産業分野でCO<sub>2</sub>の削減やリサイクル活動に貢献している「エコケミカル製品」なども展示しました。ブースにお越しいただいた

方からは、「パネルの説明を読んで、花王の環境への取り組み姿勢がよくわかった」など、共感の声を多数いただきました。

花王は、今後もこうした場を活用してステークホルダーの皆さまとの対話を推進し、その声を新たな取り組みに活かしていきます。



たくさんの方にご来場いただいた花王のブース

**TOPICS** アジア最大級の環境展示会に出展

花王は、インドネシアの首都ジャカルタで2010年3月に開催された、アジア最大級の国際環境展示会「第6回エコプロダクツ国際展」に出展しました。ブースでは「お客さまと“いっしょにeco”」をテーマに、インドネシアで展開している家庭用・工業用の製品を使って、環境負荷低減に向けた取り組みを紹介。花王のテクノロジーとして、「アタックNeo」の節水技術についても説明しました。また、地元の小学生に「環境保全」をテーマに描いてもらった絵をモニュメントとして展示することで、子どもたちの環境保全に対するメッセージを紹介しました。



「アタックNeo」の泡切れ実験の様子



子どもたちが「環境保全」への思いを込めたモニュメント

## 環境会計

### 2009年度実績集計方法

- (1) 環境省「環境会計ガイドライン2005年版」に準拠しています。  
ただし、(社)日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」も参考にしています。
- (2) 集計範囲は、2009年度から新たにヘルスケア・コミッティー(株)を加え、花王(株)および国内子会社8社です。(株)カネボウ化粧品、花王カスタマーマーケティング(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、ゴールドウエルジャパン(株)、ニコ製紙(株)、ヘルスケア・コミッティー(株)
- (3) 期間は2009年4月1日から2010年3月31日までです。
- (4) 事業活動から排出する環境負荷と廃棄物は、従来の生産活動における量から花王グループ(花王+連結子会社)のすべてのデータとしました。

### 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	投資額	費用額 ※1	
(1)事業エリア内コスト		699	3,731	
内訳	①公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	171	1,739
	②地球環境保全	省エネルギー	257	267
	③資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	271	1,725
(2)上・下流コスト	環境対応製品生産設備、容器包装リサイクル	1,072	1,279	
(3)管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	12	983	
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	2,312	2,330	
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	621	
(6)環境損傷コスト		—	0	
合計		4,095	8,944	

※1 費用額には減価償却費を含んでいます。

## 環境保全効果(物量効果)

効果の分類	環境パフォーマンス指標(単位)	2008年度	2009年度	増減※2
事業活動に投入する資源	エネルギー投入量(原油換算kl)	265,050	245,776	-19,274
	水資源投入量(千t)	13,166	12,442	-724
事業活動から排出する環境負荷、および廃棄物	温室効果ガス排出量(CO <sub>2</sub> 換算:千t)	518	447	-71
	SO <sub>x</sub> 排出量(t)	27	30	3
	NO <sub>x</sub> 排出量(t)	375	362	-13
	排水量(千t)	10,508	9,944	-564
	COD排出量(t)	73	66	-7
	廃棄物等の排出量(千t)	55	56	1
	廃棄物等の最終処分量(千t)	0.2	0.3	0.1
PRTR法対象化学物質の大気への排出量(t)	3	1>	-2	

※2 温室効果ガス排出量(CO<sub>2</sub>換算)は、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル(Ver.2.4)平成21年3月 環境省/経済産業省」に基づき計算しています。

## 環境保全対策に伴う経済効果

(単位:百万円)

効果の内容		金額※3
有価物等の売却	有価物、固定資産の売却金額	115
費用節減	省エネルギーによる費用節減金額	307
	省資源による費用節減金額	1,602
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	168
合計		2,192

※3 費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額です。

※ 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。

※ 有価物および固定資産の売却については、環境省のガイドラインでは収益となっていますが、正確な収益の算出が困難なため、当社は売却金額としています。

※ 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、複数年度に渡って計上はしていません。



## 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	投資額	費用額
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	257	257
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	11	31
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	17	494
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	8
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	142	1,218
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	1,344	2,991
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	2,312	2,330
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	621
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	12	994
合計		4,095	8,944

## 環境会計要約情報の直近3期間の推移表

	2007年度	2008年度	2009年度
①環境保全コスト			
投資額(百万円)	1,608	1,328	4,095
費用額(百万円)	10,733	9,100	8,944
②環境保全効果に関する環境パフォーマンス指標			
エネルギー投入量(原油換算kl)	276,973	265,050	245,776
水資源投入量(千t)	13,775	13,166	12,442
温室効果ガス排出量(CO <sub>2</sub> 換算:千t)	527	518	447
SO <sub>x</sub> 排出量(t)	41	27	30
NO <sub>x</sub> 排出量(t)	441	375	362
排水量(千t)	11,313	10,508	9,944
COD排出量(t)	74	73	66
廃棄物等の排出量(千t)	61	55	56
廃棄物等の最終処分量(千t)	0.3	0.2	0.3
PRTR法対象化学物質の大気への排出量(t)	3	3	1>
③環境保全対策に伴う経済効果			
実質的効果(百万円)	3,354	3,564	2,192

## 2009年度の受賞歴

## 2009年度「環境への取り組み」における受賞リスト

受賞年月	表彰名	表彰対象/内容	実施団体
2009年 5月	「第41回日化協技術賞」の 「環境技術賞」	花王株式会社/ 鑄造用湯道管(EGランナー)	(社)日本化学 工業協会
2009年 5月	「第33回木下賞」の 「研究開発部門賞」		(社)日本包装 技術協会
2009年 11月	「World Star 2009 Competition」の 「World Star 2009」	花王株式会社/ つめかえやすいユニバーサルデザイ ンの新つめかえ用容器の開発	World Packaging Organization (世界包装機 構:WPO)
2009年 9月	「2009年度 閔行区節能技術改造 奨励項目」	上海花王化学/ 省エネルギーへの取り組み	中国上海市閔行区
2009年 11月	マレーシアの国家環境賞 「ハイビスカス賞」 (Prime Minister's Hibiscus Award)	ファティケミカル、 花王ソープ、 花王オレオケミカル、 花王プラスチックサイザー/ 環境改善活動	マレーシア政府
2010年 2月	「第9回グリーン ・サステイナブル ケミストリー賞 (GSC賞)」の 「経済産業大臣賞」	花王株式会社/ 亜臨界水を応用した低環境負荷な界 面活性剤合成プロセスの実用化	グリーン ・サステイナブル ケミストリー ネットワーク (GSCN)

環境データ集

## 生産事業場別環境負荷データ (国内)

温室効果ガス排出量(CO<sub>2</sub>換算)は、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル(Ver.2.4)平成21年3月 環境省/経済産業省」に基づき、計算しております。

## 酒田工場

〒998-0064 山形県酒田市大浜2-1-18 電話:0234-34-5511

敷地面積:141,000m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:パックシート、入浴剤などの生産

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	21,903	21,467	22,650	20,840	20,718	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	9,911	8,049	7,862	8,329	7,667	
廃棄物等の発生量	6,114	4,800	4,436	5,419	5,109	
廃棄物等の排出量	1,455	1,246	1,574	1,894	1,545	
最終処分量	1	1>	1>	6	3	
SO <sub>x</sub> 排出量	4	4	7	2	2	
NO <sub>x</sub> 排出量	60	12	12	12	10	
COD排出量	1>	1>	1>	1>	1>	

## ダイオキシン類排出量(2009年度)

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	0.1>	0.1>

**栃木工場**

〒321-3497 栃木県芳賀郡市貝町大字赤羽2606 電話:0285-68-7000

敷地面積:186,000m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:住居用紙製品、生理用品、ベビー用紙おむつ、大人用紙おむつ、香料などの生産、および基礎・商品化研究

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	62,071	64,810	65,674	63,330	67,659	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	48,588	44,669	41,802	46,288	37,507	
廃棄物等の発生量	7,962	7,680	7,527	7,833	7,607	
廃棄物等の排出量	4,599	4,629	3,957	4,319	4,336	
最終処分量	2	3	1	2	1>	
SO <sub>x</sub> 排出量	7	4	4	4	2	
NO <sub>x</sub> 排出量	236	90	56	11	10	
COD排出量	1>	1>	1	1>	1>	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	0.1>	—

**鹿島工場**

〒314-0103 茨城県神栖市東深芝20 電話:0299-93-8311

敷地面積:340,000m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:食用油、マヨネーズタイプ、飲料、界面活性剤、油脂化学品などの生産

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	288,662	273,447	286,544	274,447	209,896	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	114,181	106,363	108,039	107,944	86,393	
廃棄物等の発生量	35,097	36,090	32,382	29,832	30,298	
廃棄物等の排出量	5,864	7,925	6,732	4,487	7,422	
最終処分量	22	12	14	5	5	
SO <sub>x</sub> 排出量	20	12	16	14	19	
NO <sub>x</sub> 排出量	64	67	72	58	50	
COD排出量※	10	8	9	7	4	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
ダイオキシン対策特別法に係る施設はありません				

※ COD排出量は公共下水道に排出しているため、下水処理場での除去率を加味しています。

**すみだ事業場**

〒131-8501 東京都墨田区文花2-1-3 電話:03-5630-9000

敷地面積:44,110m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:洗顔料・メイク落とし、化粧品などの生産、および商品化研究

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	4,567	4,032	4,271	4,196	3,948	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	12,676	12,729	12,632	12,192	11,558	
廃棄物等の発生量	1,721	1,421	1,342	1,338	1,263	
廃棄物等の排出量	1,721	1,421	1,342	1,338	1,263	
最終処分量	2	1	1>	1>	1>	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
COD排出量※	1>	1>	1>	1>	1>	

ダイオキシン類排出量(2009年度)				
政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
ダイオキシン対策特別法に係る施設はありません				

※ COD排出量は公共下水道に排出しているため、下水処理場での除去率を加味しています。

**川崎工場**

〒210-0862 神奈川県川崎市川崎区浮島町1-2 電話:044-266-3231

敷地面積:101,000m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:衣料用洗剤、柔軟仕上剤、衣料用漂白剤、衣料用消臭剤、台所用洗剤、台所用漂白剤、全身洗淨料、シャンプー・リンス・トリートメント、住居用洗剤などの生産

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	412,721	421,027	435,629	445,394	433,736	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	73,866	71,971	67,788	63,675	49,574	
廃棄物等の発生量	19,805	15,637	20,015	20,375	16,726	
廃棄物等の排出量	3,007	2,922	3,491	3,562	3,227	
最終処分量	7	6	4	4	4	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	20	19	17	20	13	
COD排出量	2	2	2	2	2	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	0.1>	0.1>



**豊橋工場**

〒441-8074 愛知県豊橋市明海町4-51 電話:0532-23-2711

敷地面積:314,000m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:シャンプー・リンス・トリートメント、入浴剤、洗顔料・メイク落とし、制汗・デオドラント、男性化粧品、ヘアコスメ製品・ヘアブラシ、カラーリング剤、ハイジーンケア、ニベア花王製品などの生産

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	49,902	56,246	59,244	52,100	45,635	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	10,422	10,637	11,111	10,389	9,531	
廃棄物等の発生量	3,241	4,471	4,038	2,807	2,664	
廃棄物等の排出量	3,240	4,471	4,038	2,807	2,664	
最終処分量	1>	0	0	0	0	
SO <sub>x</sub> 排出量	1	1	1	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	22	16	17	2	2	
COD排出量	1>	1>	1>	1>	1>	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
ダイオキシン対策特別法に係る施設はありません				

**和歌山事業場**

〒640-8580 和歌山県和歌山市湊1334 電話:073-423-8151

敷地面積:425,000m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:衣料用洗剤、柔軟仕上剤、衣料用漂白剤、台所用洗剤、台所用漂白剤、全身洗剤、シャンプー・リンス・トリートメント、石けん、ハミガキ、住居用洗剤、界面活性剤、油脂化学品などの生産、および基礎・商品化研究

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	781,465	789,800	803,899	769,319	784,904	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	185,340	190,890	187,610	181,119	169,603	
廃棄物等の発生量	59,238	62,612	62,161	58,150	55,104	
廃棄物等の排出量	9,215	9,075	9,361	8,743	8,510	
最終処分量	442	248	101	78	50	
SO <sub>x</sub> 排出量	10	14	12	8	6	
NO <sub>x</sub> 排出量	256	248	253	261	271	
COD排出量	62	52	50	46	42	

ダイオキシン類排出量(2009年度)				
政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	49.2	1.5

**愛媛サニタリープロダクツ(株)**

〒793-0003 愛媛県西条市ひうち6-3 電話:0897-55-1888

敷地面積:47,800m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:台所用紙製品、住居用紙製品、ペットケア、生理用品、ベビー用紙おむつ、軽失禁・介護用品などの生産

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	37,657	38,890	42,672	36,298	39,309	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	22,821	23,588	23,942	24,068	19,748	
廃棄物等の発生量	4,901	4,722	4,368	4,112	4,007	
廃棄物等の排出量	1,232	1,241	1,418	1,322	1,307	
最終処分量	12	8	3	1	0	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	4	5	3	4	2	
COD排出量	—	—	—	—	—	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
179	ダイオキシン類	(mg-TEQ)	0.3	—

**(株)カネボウ化粧品 小田原事業所**

〒250-0002 神奈川県小田原市寿町5-3-28 電話:0465-34-6111

敷地面積:60,507m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:スキンケア製品・メイクアップ化粧品、シャンプー・リンス等トイレットリー商品などの生産、および商品化研究

項目	年度				単位:t
	2006	2007	2008	2009	
総生産量	15,670	13,909	12,657	12,709	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	4,496	4,430	5,090	4,022	
廃棄物等の発生量※	1,196	1,232	1,311	1,232	
廃棄物等の排出量※	1,196	1,232	1,311	1,232	
最終処分量	4	4	4	2	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	
COD排出量	1>	1>	1>	2	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
ダイオキシン対策特別法に係る施設はありません				

※ 2006年度にさかのぼって汚泥の量を脱水後の値に修正しました。

**ニコー製紙(株)**

〒421-3303 静岡県富士市南松野2329 電話:0545-85-2630

敷地面積:9,062m<sup>2</sup>

2009年度生産品目等:紙製品原料

項目	年度					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
総生産量	4,762	5,182	5,507	4,560	4,317	
温室効果ガス排出量 (CO <sub>2</sub> 換算)	10,939	11,659	12,420	9,516	8,565	
廃棄物等の発生量	730	710	693	535	559	
廃棄物等の排出量	730	710	693	535	559	
最終処分量	2	2	2	0	0	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	9	9	9	7	4	
COD排出量	9	8	10	16	14	

**ダイオキシン類排出量(2009年度)**

政令番号	物質名	(単位)	大気	公共水域
ダイオキシン対策特別法に係る施設はありません				

## 生産事業場別環境負荷データ (海外)

- CO<sub>2</sub>排出量は、エネルギー起因の排出量とプロセスからの排出量の合計値です。
- 2007年のIEAのデータが公表されたことに伴い、2007年の購入電力の換算係数を変更しました。

## 上海花王

所在地: 上海(中国)

事業内容: 洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品など

項目	年					単位: t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	15,000	15,200	14,300	15,200	11,900	
廃棄物等の排出量	496	477	618	540	398	
最終処分量	153	143	97	99	75	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	3	3	3	3	2	
COD排出量	2	2	2	2	2	
BOD排出量	1>	1>	1>	1>	1>	

※ 排水は、工場で1次処理後、自治体の排水処理場で2次処理しています(2005年より)。

## 上海花王化学

所在地: 上海(中国)

事業内容: 各種工業用界面活性剤

項目	年					単位: t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	13,900	14,400	14,900	12,400	11,600	
廃棄物等の排出量	1,985※1	1,832※1	1,585※1	2,097※1	2,313	
最終処分量	1,138	445	189	0	0	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1※1	2	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	1	1	1	3※1	2	
COD排出量	1>	1	1	1>	1>	
BOD排出量	1>	1>	1>	1	1>	

※1 過去データの見直しの結果、修正。

**花王(台湾)**

所在地:新竹(台湾)

事業内容:洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品、産業用化学製品

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	21,000	21,800	21,200	22,900	23,000	
廃棄物等の排出量	583	611	621	640	633	
最終処分量	190	182	150	158	153	
SO <sub>x</sub> 排出量	4	3	4	3	1	
NO <sub>x</sub> 排出量	5	9	6	11	28	
COD排出量	5	4	5	4	3	
BOD排出量	—	—	—	—	—	

**ピリピナス花王**

所在地:カガヤンデオロ(フィリピン)

事業内容:ヤシ油を原料とする産業用化学品、誘導体

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	69,300	73,100	99,100	90,600	93,200	
廃棄物等の排出量	389	2,485	745	343	2,342	
最終処分量	0	0	0	0	104	
SO <sub>x</sub> 排出量	48	47	51	37	39	
NO <sub>x</sub> 排出量	—	—	—	—	—	
COD排出量	12	12	13	10	7	
BOD排出量	8	8	9	7	5	

**花王インダストリアル(タイランド)**

所在地:アマタ(タイ)

事業内容:洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品、産業用化学製品

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	32,500	29,500	30,400	30,800	29,000	
廃棄物等の排出量	5,155	3,782	3,521	3,224	2,954	
最終処分量	2,287	1,002	1,122	669	473	
SO <sub>x</sub> 排出量	66	8	6	11	6	
NO <sub>x</sub> 排出量	25	2	11	4	16	
COD排出量	22	70	88	60	67	
BOD排出量	1>	4	7	4	6	

※ 排水は、工場で1次処理後、工業団地の排水処理場で2次処理しています(2005年より)。

**花王(ベトナム)**

所在地:ビエンホア(ベトナム)

事業内容:洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	1,300	1,100	1,100	1,600	1,500	
廃棄物等の排出量	171	148	148	235	228	
最終処分量	0	0	0	0	0	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1	
NO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1	
COD排出量	2	1>	1>	2	1>	
BOD排出量	0	0	0	1	1>	



**ファティケミカル(マレーシア)、ほか3社**

所在地:ペナン(マレーシア)

事業内容:パーム核油を原料とする産業用化学製品、石けん、合成樹脂用ワックス、可塑剤

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	146,100	142,600※ 1	151,400※ 1	151,500※ 1	152,200	
廃棄物等の排出量	4,897	5,387	4,988	4,787※2	4,171	
最終処分量	4,837	5,039	4,801	4,411	3,841	
SO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	104	117	127	137	142	
COD排出量	20	18	16	12	13	
BOD排出量	1	1	1	1	1>	

※1 天然ガス熱量見直しに伴い、変更。

※2 過去データ見直しに伴い、変更。

**花王(インドネシア)**

所在地:チカラン(インドネシア)

事業内容:洗顔料、シャンプー、洗剤、サニタリー製品

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	17,500	15,800	14,800	14,100	15,100	
廃棄物等の排出量	717	740	886	975	1,189	
最終処分量	0	0	0	5	8	
SO <sub>x</sub> 排出量	5	5	5	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	—	—	—	—	—	
COD排出量	1>	2	2	1>	1>	
BOD排出量	1>	1>	1>	1>	1>	

**花王インドネシア化学**

所在地:タンブン(インドネシア)

事業内容:各種工業用界面活性剤

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	20,500	19,100	20,900	19,300	20,100	
廃棄物等の排出量	555	826	1,757	1,585	1,946	
最終処分量	258	309	156	352	801	
SO <sub>x</sub> 排出量	20	17	13	1>	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	1>	1>	1>	1>	1>	
COD排出量	8	8	10	9	9	
BOD排出量	5	5	6	5	5	

**花王フランス**

所在地:シンシナティ(アメリカ)

事業内容:スキンケア製品・ヘアケア製品の製造・販売

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	25,900	24,900	25,300	23,700	23,300	
廃棄物等の排出量	2,073	2,232	2,798	3,425	3,042	
最終処分量	887	961	1,324	1,954	1,253	
SO <sub>x</sub> 排出量	95	101	101	92	97	
NO <sub>x</sub> 排出量	35	35	36	32	32	
COD排出量	—	—	—	—	—	
BOD排出量	245	191	242	267	213	

※ 排水は、工場で1次処理後、自治体の排水処理場で2次処理しています。

**花王スペシャルティーズ アメリカズ**

所在地:ハイポイント(アメリカ)

事業内容:油脂誘導体の製造・販売

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	21,700	23,900	26,500	26,500	21,800	
廃棄物等の排出量	1,012	741	882	862	520	
最終処分量	1,009	727	723	718	520	
SO <sub>x</sub> 排出量	1	0	0	0	0	
NO <sub>x</sub> 排出量	11※1	10※1	11	12	10	
COD排出量	681	463	560	417	244	
BOD排出量	63	81	75	65	37	

※1 過去データ見直しの結果、修正。

※ 排水は、工場で1次処理後、自治体の排水処理場で2次処理しています。

**キミ花王**

所在地:グアダラハラ(メキシコ)

事業内容:油脂誘導体の製造・販売

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	15,000	16,000	16,000	17,000	17,200	
廃棄物等の排出量	350	570	747	1,257※1	866	
最終処分量	0	0	0	73	333	
SO <sub>x</sub> 排出量	12	2	2	2	2	
NO <sub>x</sub> 排出量	6	5	5	5	5	
COD排出量	7	17	18	9	10	
BOD排出量	4	11	12	6	7	

※1 過去データ見直しの結果、修正。

**ドイツ花王化学**

所在地:エメリッヒ(ドイツ)

事業内容:油脂誘導体の製造・販売

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	19,500	21,300	21,300	21,000	19,900	
廃棄物等の排出量	2,017	1,249	1,955	1,797	2,222	
最終処分量	0	0	0	0	0	
SO <sub>x</sub> 排出量	2	1	0	0	1>	
NO <sub>x</sub> 排出量	1	1	0	0	1>	
COD排出量	595	595	524	495	451	
BOD排出量	—	—	—	—	—	

※ 排水は、工場で1次処理後、自治体の排水処理場で2次処理しています。

**花王(スペイン)**

所在地:バルセロナ(スペイン)

事業内容:油脂誘導体の製造・販売

項目	年					単位:t
	2005	2006	2007	2008	2009	
CO <sub>2</sub> 排出量	49,200	48,000	45,900	44,600	36,900	
廃棄物等の排出量	11,520	10,112	11,037	9,882	6,697	
最終処分量	1,670	1,336	2,029	1,466	1,324	
SO <sub>x</sub> 排出量	—	—	—	—	—	
NO <sub>x</sub> 排出量	184	183	176	173	152	
COD排出量	240	344	416	298	138	
BOD排出量	84	121	139	99	46	

※ 排水は、工場で1次処理後、自治体の排水処理場で2次処理しています。

## つめかえ用・つけかえ用製品

2010年3月31日現在

工夫内容	対応商品(例)
<p>・大容量でも液垂れせず、短時間でつめかえできる <b>プレスラインタイプ</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハミング(濃縮タイプ)</li> <li>・ハミングフレア</li> <li>・スタイルフィット 柔軟仕上剤</li> <li>・ワイドハイターEXパワー</li> <li>・ワイドハイター</li> <li>・エマール</li> <li>・洗たく機用キーピング</li> <li>・ファミリーフレッシュ</li> </ul>
<p><b>凹凸エンボスタイプ</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アタックNeo</li> <li>・アタック高活性バイオEXジェル</li> <li>・ふんわりニュービーズジェル</li> <li>・スタイルフィット 液体洗剤</li> </ul>
<p>・小さいボトル口でも注ぎやすい <b>ストロータイプ</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アタック シュッと泡スプレー</li> <li>・アタック ポイント洗い</li> <li>・クイックル 食卓にも使えるリビングクリーナー</li> <li>・クイックル 舞い上がりをおさえるハウスタスト除去スプレー</li> <li>・ファミリーフレッシュコンパクト</li> <li>・食器洗い機専用キュキュット パワージェル</li> <li>・キッチンマジックリン 消臭プラス</li> <li>・サクセス 薬用シャンプー</li> <li>・ビオレu家族みんなのすべすべバスマイルク</li> <li>・キュレル薬用 ボディーウォッシュ</li> <li>・キュレル薬用 入浴剤</li> </ul>
<p><b>フック式注ぎ口</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バスマジックリン 泡立ちスプレー</li> <li>・トイレマジックリン 消臭・洗浄スプレー</li> <li>・ガラスマジックリン</li> <li>・かんたんマイペット</li> <li>・リセッシュ</li> <li>・スタイルケア アイロン用スムーザー</li> <li>・アイロン用キーピング</li> </ul>

<p>・ボトル口に入れやすく、液の粘度が高くてもボトルの口に入れて絞り出せる</p> <p><b>凹エンボスタイプ(高粘度液体用)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アジエンス シャンプー／コンディショナー</li> <li>・エッセンシャル ダメージケア シャンプー／コンディショナー</li> <li>・セグレタシャンプー／コンディショナー</li> <li>・メリット シャンプー／リンス</li> <li>・ビオレU</li> </ul>
<p>・つめかえの時、粉が飛び散らない</p> <p><b>差し込みタイプ(粉末用)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワイドハイター粉末タイプ</li> <li>・ワイドマジックリン</li> <li>・食器洗い乾燥機専用キュキュット クエン酸効果</li> <li>・自動食器洗い機用ファミリーピュア</li> </ul>
<p>・ぐらつきにくく、安定して注げる</p> <p><b>ボトルタイプ</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キュレル 薬用シャンプー／コンディショナー</li> </ul>

## PRTR法対象化学物質排出量リスト

## PRTR法対象化学物質の排出を削減

## PRTR法対象化学物質の排出量(2009年度)

(各事業場において年間取扱量1トン以上の取扱物質)

(t/年)

政令 番号	物質名	大気排出	公共水域
001	亜鉛の水溶性化合物	0.0	0.0
003	アクリル酸	0.0	0.0
004	アクリル酸エチル	0.0	0.0
006	アクリル酸メチル	0.0	0.0
007	アクリロニトリル	0.0	0.0
016	2-アミノエタノール	0.0	0.0
017	N-(2-アミノエチル)-1,2-エタンジアミン(別名ジエチレントリアミン)	0.0	0.0
021	m-アミノフェノール	0.0	0.0
023	1-アリルオキシ-2,3-エポキシプロパン	0.0	0.0
024	直鎖アルキルベンゼンスルホン酸及びその塩 (アルキル基の炭素数が10から14までのもの及びその混合物に限る。)	0.0	0.1
029	4,4'-イソプロピリデンジフェノール(別名ビスフェノールA)	0.0	0.0
040	エチルベンゼン	0.0	0.0
042	エチレンオキシド	0.1	0.0
043	エチレングリコール	0.0	0.0
046	エチレンジアミン	0.0	0.0
054	エピクロロヒドリン	0.0	0.0
056	1,2-エポキシプロパン(別名酸化プロピレン)	0.5	0.0
058	1-オクタノール	0.0	0.0
063	キシレン	0.0	0.0
065	グリオキサール	0.0	0.0
068	クロム及び3価クロム化合物	0.0	0.0
080	クロロ酢酸	0.0	0.0
095	クロロホルム	0.1	0.0
096	クロロメタン(別名塩化メチル)	0.3	0.0
102	酢酸ビニル	0.0	0.0
145	ジクロロメタン(別名塩化メチレン)	0.9	0.0
166	N,N-ジメチルドデシルアミン=N-オキシド	0.0	0.0
176	有機すず化合物	0.0	0.0
177	スチレン	0.1	0.0
205	テレフタル酸	0.0	0.0
207	銅水溶性塩(錯塩を除く。)	0.0	0.0

224	1,3,5-トリメチルベンゼン	0.0	0.0
227	トルエン	0.2	0.0
231	ニッケル	0.0	0.0
232	ニッケル化合物	0.0	0.0
251	ビス(水素化牛脂)ジメチルアンモニウム=クロリド	0.0	0.0
254	ヒドロキノン	0.0	0.0
263	p - フェニレンジアミン	0.0	0.0
266	フェノール	0.0	0.0
269	フタル酸ジ-n-オクチル	0.0	0.0
273	フタル酸n-ブチル=ベンジル	0.0	0.0
283	ふっ化水素及びその水溶性塩	0.0	0.0
292	ヘキサメチレンジアミン	0.0	0.0
297	ベンジル=クロリド(別名塩化ベンジル)	0.0	0.0
298	ベンズアルデヒド	0.0	0.0
300	1,2,4-ベンゼントリカルボン酸1,2-無水物	0.0	0.0
304	ほう素及びその化合物	0.0	0.0
307	ポリ(オキシエチレン)=アルキルエーテル (アルキル基の炭素数が12から15までのもの及びその混合物に限る。)	0.0	0.1
310	ホルムアルデヒド	0.0	0.0
313	無水マレイン酸	0.0	0.0
314	メタクリル酸	0.0	0.0
318	メタクリル酸2-(ジメチルアミノ)エチル	0.0	0.0
物質の合計		2.2	0.1
179	ダイオキシン類(非意図的物質 単位:mg-TEQ/年)	49.5	1.5



## GRIガイドライン対照表

この対照表は、「GRI サステナビリティ レポーティング ガイドライン 2006」の各指標に対して、当社の解釈に基づいて該当および関連のある報告を特定しています。

「CSR/サステナビリティ レポート 2010」で報告している内容を中心に、一部花王ウェブサイト内の関連ページを参照先にしています。特に以下の項目は、花王ウェブサイトをご参照ください。

- 報告組織の概要(2.1-2.9): [企業紹介](#)
- ガバナンス(4.1-4.10): [コーポレートガバナンス報告書](#)
- 経済的パフォーマンス(EC1-EC9): [投資家情報](#) [有価証券報告書](#)


また、GRIガイドラインと国連グローバル・コンパクトの各項目の関連を表している「[MAKING THE CONNECTION - The GRI Guidelines and the UNGC Communication on Progress](#)」を参考に、「国連GC」の欄には関連原則を付しています。

- ▼ 1. 戦略および分析
- ▼ 2. 組織のプロフィール
- ▼ 3. 報告要素
- ▼ 4. ガバナンス、コミットメントおよび参画
- ▼ 5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

1. 戦略および分析			
項目	指標	該当箇所・備考	国連GC
1.1	組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者(CEO、会長またはそれに相当する上級幹部)の声明	<a href="#">トップメッセージ</a> 「花王レポート」を参照	
1.2	主要な影響、リスクおよび機会の説明	環境を経営の根幹に据えた“よきモノづくり”の推進 CSRからサステナビリティへ～CSRの進化と「花王ウェイ」 CSRからサステナビリティへ～体制と対話 環境宣言で掲げた中期目標達成に向けて	

2. 組織のプロフィール			
項目	指標	該当箇所・備考	国連GC
2.1	組織の名称	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">会社概要</a> </li> <li>「企業情報」を参照</li> </ul>	
2.2	主要なブランド、製品および/またはサービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">花王グループの事業分野</a> </li> <li>「花王グループについて」を参照</li> </ul>	
2.3	主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">会社概要</a> </li> <li>「企業情報」を参照</li> </ul>	
2.4	組織の本社の所在地	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">会社概要</a> </li> <li>「企業情報」を参照</li> </ul>	
2.5	組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">グローバル展開</a> </li> <li>「花王グループについて」を参照</li> <li>▶ <a href="#">花王グループ会社一覧</a> </li> <li>「Kao Worldwide」を参照</li> </ul>	
2.6	所有形態の性質および法的形式	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">会社概要</a> </li> <li>「企業情報」を参照</li> </ul>	
2.7	参入市場(地理的内訳、参入セクター、顧客/受益者の種類を含む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">事業分野</a> </li> <li>「企業情報」を参照</li> <li>▶ <a href="#">花王グループ概要</a> </li> <li>「花王グループについて」を参照</li> <li>▶ <a href="#">花王グループ会社一覧</a> </li> <li>「Kao Worldwide」を参照</li> </ul>	
2.8	以下の項目を含む報告組織の規模 ・従業員数 ・純売上高(民間組織について)あるいは純収入(公的組織について) ・負債および株主資本に区分した総資本(民間組織について) ・提供する製品またはサービスの量	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">花王グループ概要</a> </li> <li>「花王グループについて」を参照</li> </ul>	
2.9	以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 ・施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 ・株式資本構造およびその資本形成における維持および変更業務(民間組織の場合)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">単元株式数の変更</a></li> </ul>	
2.10	報告期間中の受賞歴	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「World's Most Ethical Companies」に4年連続で選出</li> <li>▶ 花王インドネシア化学がシルバーアワードを受賞</li> <li>▶ ピリピナス花王が、国際QCサークル大会で金賞を受賞</li> <li>▶ 国内外の工場が安全表彰を受賞</li> <li>▶ 上海市慈善基金会在花王(中国)に寄付荣誉证书を授与</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ 地球温暖化防止</li><li>▶ 「第41回日化協技術賞」の「環境技術賞」を受賞</li><li>▶ 「キュレル」の新つめかえ用容器が「第33回木下賞」と「World Star 2009」をダブル受賞</li><li>▶ 2009年度の受賞歴</li></ul>	
--	--	--

3. 報告要素			
項目	指標	該当箇所・備考	国連GC
<b>報告書のプロフィール</b>			
3.1	提供する情報の報告期間(会計年度/暦年など)	▶ 対象期間	
3.2	前回の報告書発行日(該当する場合)	▶ 発行時期	
3.3	報告サイクル(年次、半年ごとなど)	▶ 発行時期	
3.4	報告書またはその内容に関する質問の窓口	▶ お問い合わせフォーム  「お問い合わせ」を参照	
<b>報告書のスコープおよびバウンダリー</b>			
3.5	以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス ・重要性の判断 ・報告書内のおよびテーマの優先順位付け ・組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	▶ CSR報告の方針	
3.6	報告書のバウンダリー(国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー(供給者)など)	▶ 対象組織	
3.7	報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	▶ 対象組織	
3.8	共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび/または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	該当なし	
3.9	報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	▶ 対象組織 ▶ RC教育を継続的に実施 ▶ 多様性の推進と個人の尊重 ▶ 社員の健康・生活への配慮 ▶ 労働安全・保安防災 ▶ 製品のライフサイクルと環境負荷 ▶ 2009年度の実績と今後の目標 ▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内) ▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外) ▶ 地球温暖化防止 ▶ 廃棄物の適正管理 ▶ 水の有効利用と排水管理 ▶ 環境会計	

3.10	以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明、およびそのような再記述を行う理由(合併/買収、基本となる年/期間、事業の性質、測定方法の変更など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 労働安全・保安防災</li> <li>▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内)</li> <li>▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外)</li> <li>▶ 水の有効利用と排水管理</li> </ul>	
3.11	報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 対象組織</li> <li>▶ 労働安全・保安防災</li> <li>▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内)</li> <li>▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外)</li> <li>▶ 水の有効利用と排水管理</li> </ul>	
<b>GRI 内容索引</b>			
3.12	報告書内の標準開示の所在場所を示す表	▶ GRIガイドライン対照表	
<b>保証</b>			
3.13	報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	▶ 第三者検証意見書	

4. ガバナンス、コミットメントおよび参画			
項目	指標	該当箇所・備考	国連GC
<b>ガバナンス</b>			
4.1	戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造(ガバナンスの構造)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ サステナビリティ実現に向けた体制</li> <li>▶ コーポレートガバナンス体制</li> <li>▶ CSR推進体制</li> </ul>	原則 1-10
4.2	最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す(兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す)	▶ コーポレートガバナンス体制の向上への取り組み	原則 1-10
4.3	単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび/または非執行メンバーの人数を明記する	▶ コーポレートガバナンス体制の向上への取り組み	原則 1-10
4.4	株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ステークホルダーとの継続的な対話</li> <li>▶ 社員との対話を促進</li> <li>▶ 株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進</li> </ul>	原則 1-10
4.5	最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬(退任の取り決めを含む)と組織のパフォーマンス(社会的および環境的パフォーマンスを含む)との関係	▶ 役員報酬の適正性の確保と多面評価を実施	原則 1-10
4.6	最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	▶ コーポレートガバナンス体制	原則 1-10
4.7	経済的、環境的、社会的テーマに関する組織の戦略を導くための、最高統治機関のメンバーの適性および専門性を決定するためのプロセス	▶ コーポレートガバナンス体制の向上への取り組み	原則 1-10
4.8	経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション(使命)およびバリュー(価値)についての声明、行動規範および原則	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用</li> <li>▶ RC活動基本5項目の活動要旨</li> <li>▶ 人材開発の基本方針</li> <li>▶ 花王ウェイ(企業理念)  「花王グループについて」を参照</li> <li>▶ 『花王 環境宣言』いっしょにeco  「花王の環境への取り組み『いっしょにeco』」を参照</li> </ul>	原則 1-10
4.9	組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ CSRからサステナビリティへ～体制と対話</li> <li>▶ 内部統制システムの強化</li> <li>▶ CSR推進体制</li> </ul>	原則 1-10

	を含む	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ CSR活動の推進に向けた施策</li> </ul>	
4.10	最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ CSRからサステナビリティへ～体制と対話</li> <li>▶ コーポレートガバナンス体制</li> <li>▶ CSR推進体制</li> </ul>	原則 1-10
<b>外部のイニシアティブへのコミットメント</b>			
4.11	組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 花王の考えるエコロジー経営とは</li> <li>▶ リスク管理体制</li> <li>▶ リスク管理強化に向けた施策</li> <li>▶ RC推進体制</li> <li>▶ RC活動基本5項目の活動要旨</li> </ul>	原則 7
4.12	外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ グローバル・コンパクト(GC)への参加</li> <li>▶ 化学物質の安全性に関するプログラムへの参画</li> <li>▶ 「チャレンジ25キャンペーン」に参加</li> </ul>	原則 1-10
4.13	組織が以下の項目に該当するような、(企業団体などの)団体および/または国内外の提言機関における会員資格 ・統治機関内に役職を持っている ・プロジェクトまたは委員会に参加している ・通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている ・会員資格を戦略的なものとして捉えている	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 化学物質の安全性に関するプログラムへの参画</li> <li>▶ CDPの取り組み</li> <li>▶ 生物多様性への対応</li> </ul>	原則 1-10
<b>ステークホルダー参画</b>			
4.14	組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ステークホルダーとの継続的な対話</li> <li>▶ 科学ライター/消費者代表</li> <li>▶ CSR経営の専門家</li> </ul>	
4.15	参画してもらったステークホルダーの特定および選定の基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ステークホルダーとの継続的な対話</li> <li>▶ 科学ライター/消費者代表</li> <li>▶ CSR経営の専門家</li> </ul>	
4.16	種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ステークホルダーとの継続的な対話</li> <li>▶ ステークホルダーへの対応と今後に向けた取り組み</li> <li>▶ 体制としくみ</li> <li>▶ セミナーやイベントを通じた啓発活動</li> <li>▶ グループ会社と共に販売店との連携を強化</li> <li>▶ 顧客企業・代理店との連携(ケミカル事業)</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 顧客企業・代理店との連携(プロフェッショナル用品事業)</li> <li>▶ 社員意識調査「Find」を実施</li> <li>▶ 社員との対話を推進</li> <li>▶ サプライヤー満足度調査を実施</li> <li>▶ サプライヤーとの連携</li> <li>▶ 情報開示とコミュニケーション</li> </ul>	
4.17	その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ステークホルダーへの対応と今後に向けた取り組み</li> <li>▶ 科学ライター/消費者代表</li> <li>▶ CSR経営の専門家</li> <li>▶ “よきモノづくり”の実践</li> <li>▶ 社員意識調査「Find」を実施</li> <li>▶ サプライヤー満足度調査を実施</li> <li>▶ 「品質向上会議」を開催</li> <li>▶ 株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を推進</li> </ul>	



5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
項目	指標	該当箇所・備考	国連GC
<b>経済</b>			
	マネジメント・アプローチの開示	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 環境を経営の根幹に据えた“よきモノづくり”の推進</li> <li>▶ CSRからサステナビリティへ～CSRの進化と「花王ウェイ」</li> <li>▶ 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用</li> </ul>	原則 1,4,6,7
<b>経済パフォーマンス指標</b>			
側面: 経済的パフォーマンス			
中核 EC1.	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <a href="#">有価証券報告書</a>  「投資家情報」を参照</li> <li>▶ 芸術文化活動や科学技術研究への助成・顕彰を実施</li> </ul>	
中核 EC2.	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	▶ 環境を経営の根幹に据えた“よきモノづくり”の推進	原則 7
中核 EC3.	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	▶ <a href="#">有価証券報告書</a>  「投資家情報」を参照	
中核 EC4.	政府から受けた相当の財務的支援	—	
側面: 市場での存在感			
追加 EC5.	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した標準的新入社員賃金の比率の幅	—	原則 1
中核 EC6.	主要事業拠点での地元のサプライヤー(供給者)についての方針、業務慣行および支出の割合	—	
中核 EC7.	現地採用の手順、主要事業拠点で現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	▶ <a href="#">社員関連データ(国内連結)</a>	原則 6
側面: 間接的な経済的影響			
中核 EC8.	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 教育分野での活動</li> <li>▶ よりよいコミュニティづくりへの活動</li> <li>▶ 災害支援活動</li> <li>▶ 海外での地域貢献活動</li> </ul>	
追加 EC9.	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	—	

環境			
	マネジメント・アプローチの開示	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 環境を経営の根幹に据えた“よきモノづくり”の推進</li> <li>▶ 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用</li> <li>▶ RC推進体制</li> <li>▶ RC活動基本5項目の活動要旨</li> <li>▶ 環境宣言で掲げた中期目標達成に向けて</li> <li>▶ 環境目標と実績</li> <li>▶ 『花王 環境宣言』いっしょにeco </li> </ul> 「花王の環境への取り組み『いっしょにeco』」を参照	原則 7,8,9
環境パフォーマンス指標			
側面:原材料			
中核 EN1.	使用原材料の重量または量	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷	原則 8
中核 EN2.	リサイクル由来の使用原材料の割合	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷	原則 8,9
側面:エネルギー			
中核 EN3.	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷	原則 8
中核 EN4.	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	—	原則 8
追加 EN5.	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	▶ 地球温暖化防止	原則 8,9
追加 EN6.	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 環境宣言で掲げた中期目標達成に向けて</li> <li>▶ 性能の向上と環境負荷削減を追求</li> </ul>	原則 8,9
追加 EN7.	間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	▶ 地球温暖化防止	原則 8,9
側面:水			
中核 EN8.	水源からの総取水量	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 製品ライフサイクルと環境負荷</li> <li>▶ 水資源の有効活用</li> </ul>	原則 8
追加 EN9.	取水によって著しい影響を受ける水源	—	原則 8
追加 EN10.	水のリサイクルおよび再利用量が総使用水量に占める割合	—	原則 8,9
側面:生物多様性			
中核 EN11.	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様	該当する地域はない	原則 8

	性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積		
中核 EN12.	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	▶ 生物多様性の保全をめざして	原則 8
追加 EN13.	保護または復元されている生息地	▶ 行政と協同してマングローブを植樹	原則 8
追加 EN14.	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	▶ 生物多様性への対応	原則 8
追加 EN15.	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN(国際自然保護連合)のレッドリスト種(絶滅危惧種)および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	該当なし	原則 8
側面: 排出物、廃水および廃棄物			
中核 EN16.	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷 ▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内) ▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外) ▶ 地球温暖化防止	原則 8
中核 EN17.	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷	原則 8
追加 EN18.	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	▶ 製品のライフサイクル全体を通じたCO2削減活動を展開 ▶ 地球温暖化防止 ▶ つけかえ容器によるCO2削減	原則 7,8,9
中核 EN19.	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	—	原則 8
中核 EN20.	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷 ▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内) ▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外) ▶ 化学物質の適正管理	原則 8
中核 EN21.	水質および放出先ごとの総排水量	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷 ▶ 水の有効利用と排水管理	原則 8
中核 EN22.	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	▶ 製品ライフサイクルと環境負荷 ▶ 生産事業場別環境負荷データ(国内) ▶ 生産事業場別環境負荷データ(海外) ▶ ゼロエミッションの取り組みを促進	原則 8
中核 EN23.	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	▶ 排水基準値超過への対応	原則 8

追加 EN24.	バーゼル条約付属文書 I、II、IIIおよびⅣの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出、あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合	—	原則 8
追加 EN25.	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する	▶ 製品使用後排水が環境に与える影響について	原則 8
側面: 製品およびサービス			
中核 EN26.	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度	▶ 水使用量を低減する、新たな環境対応型製品の創出 ▶ 環境に配慮した製品・容器の開発 ▶ 容器包装の3Rを積極的に推進	原則 7,8,9
中核 EN27.	カテゴリ別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	▶ つめかえ用・つけかえ用製品の改良	原則 8,9
側面: 遵守			
中核 EN28.	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	▶ 排水基準値超過への対応	原則 8
側面: 輸送			
中核 EN29.	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	▶ 物流段階での環境負荷削減を推進	
側面: 総合			
追加 EN30.	種類別の環境保護目的の総支出および投資	▶ 環境会計	原則 7,8,9
<b>社会</b>			
労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)			
	マネジメント・アプローチの開示	▶ 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用 ▶ RC推進体制 ▶ RC活動基本5項目の活動要旨 ▶ 人材開発の基本方針	原則 1,3,6
<b>労働慣行とディーセント・ワーク(公正な労働条件)パフォーマンス指標</b>			
側面: 雇用			
中核 LA1.	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	▶ 多様性の推進と個人の尊重	
中核 LA2.	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	—	原則 6
追加 LA3.	主要な業務ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利	—	

側面: 労使関係			
中核 LA4.	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	—	原則 1,3
中核 LA5.	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	—	原則 3
側面: 労働安全衛生			
追加 LA6.	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	▶ RC活動基本5項目の活動要旨	原則 1
中核 LA7.	地域別の、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	▶ 2009年の労働災害発生状況	原則 1
中核 LA8.	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	▶ RC教育を継続的に実施 ▶ 社員の健康・生活への配慮	原則 1
追加 LA9.	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	▶ RC活動基本5項目の活動要旨	原則 1
側面: 研修および教育			
中核 LA10.	従業員のカテゴリー別の、従業員あたりの年間平均研修時間	—	
追加 LA11.	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	▶ 人材開発・育成 ▶ 評価者を対象に国内外でトレーニングを実施 ▶ 定年後の再雇用制度「シニアパートナー制度」を運用 ▶ 主体的な将来設計をサポート	
追加 LA12.	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	▶ 公正かつ客観的な評価・処遇を実施	
側面: 多様性と機会均等			
中核 LA13.	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体(経営管理職)の構成およびカテゴリー別の従業員の内訳	—	原則 1,6
中核 LA14.	従業員のカテゴリー別の、基本給与の男女比	—	原則 1,6

人権			
	マネジメント・アプローチの開示	▶「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用	原則 1,2,3, 4,5,6
人権パフォーマンス指標			
側面:投資および調達慣行			
中核 HR1.	人権条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた重大な投資協定の割合とその総数	—	原則 1,2,3, 4,5,6
中核 HR2.	人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー(供給者)および請負業者の割合と取られた措置	▶ サプライヤーへの基準達成率改善に向けた取り組み	原則 1,2,3, 4,5,6
追加 HR3.	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	▶「イコール・パートナーシップ(EPS)推進」を継続的に実施	原則 1,2,3, 4,5,6
側面:無差別			
中核 HR4.	差別事例の総件数と取られた措置	—	原則 1,2,6
側面:結社の自由			
中核 HR5.	結社の自由および団体交渉の権利行使が著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務と、それらの権利を支援するための措置	—	原則 1,2,3
側面:児童労働			
中核 HR6.	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策	▶ グローバル・コンパクト(GC)への参加	原則 1,2,5
側面:強制労働			
中核 HR7.	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策	—	原則 1,2,4
側面:保安慣行			
追加 HR8.	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合	—	原則 1,2
側面:先住民の権利			
追加 HR9.	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	該当なし	原則 1,2
社会			
	マネジメント・アプローチの開示	▶「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用	原則 10

社会パフォーマンス指標			
側面:コミュニティ			
中核 SO1.	参入、事業展開および撤退を含む、コミュニティに対する事業の影響を評価し、管理するためのプログラムと実務慣行の性質、適用範囲および有効性	—	
側面:不正行為			
中核 SO2.	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	▶ 監査やモニタリングを実施	原則 10
中核 SO3.	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	▶ イン트라ネットで各種規程・ガイドラインを共有・活用 ▶ グループ会社におけるインテグリティ研修の進捗 ▶ コンプライアンス強化に向けた施策	原則 10
中核 SO4.	不正行為事例に対応して取られた措置	▶ 「コンプライアンス委員会」を設置 重大な法令違反はない	原則 10
側面:公共政策			
中核 SO5.	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加およびロビー活動	— ロビー活動はしていない	原則 1-10
追加 SO6.	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	— 政治献金はしていない	原則 10
側面:反競争的な行動			
追加 SO7.	反競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	—	
側面:遵守			
中核 SO8.	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	▶ 「コンプライアンス委員会」を設置	
製品責任			
	マネジメント・アプローチの開示	▶ 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」を運用 ▶ RC推進体制 ▶ RC活動基本5項目の活動要旨	原則 1,8
製品責任のパフォーマンス指標			
側面:顧客の安全衛生			
中核 PR1.	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	▶ 全社横断的なしくみを構築 ▶ 製品サイクル全体で「品質」を追求 ▶ 科学的観点と使い手の立場の両面から安全性を追求 ▶ 2つの観点から品質管理を徹底	原則 1

追加 PR2.	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	—	原則 1
側面: 製品およびサービスのラベリング			
中核 PR3.	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ステークホルダーへの対応</li> <li>▶ 回覧承認システムを運用</li> <li>▶ ウェブサイトを活用した情報の発信</li> <li>▶ 販売代理店との情報交換会を継続的に実施</li> <li>▶ 顧客の衛生・安全・環境管理をサポート</li> </ul>	原則 8
追加 PR4.	製品およびサービスの情報、ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	— 重大な違反なし	原則 8
追加 PR5.	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 体制としくみ</li> <li>▶ “よきモノづくり”の実践</li> <li>▶ CS向上に向けた消費者意識の把握</li> </ul>	
側面: マーケティング・コミュニケーション			
中核 PR6.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	▶ 商品表示や広告・宣伝におけるコンプライアンス活動を推進	
追加 PR7.	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	— 重大な違反なし	
側面: 顧客のプライバシー			
追加 PR8.	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	— 該当なし	原則 1
側面: 遵守			
中核 PR9.	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	— 重大な違反なし	



## 第三者検証意見書




### 「CSR/サステナビリティ レポート2010」

#### 第三者検証 意見書

2010年5月31日

花王 株式会社  
代表取締役 社長執行役員  
尾崎 元規 殿

日本レスポンスブルーケア協議会  
レスポンスブルーケア検証センター長

三田 三郎 

#### ■ 検証の目的

本検証は、花王株式会社が作成した「CSR/サステナビリティ レポート2010」(以後、報告書と略す)に記載されている、下記の事項について、レスポンスブルーケア検証センターが化学業界の専門家の意見を表明することを目的としています。なお、検証範囲は環境・健康・安全に係る事項に限定しています。

- 1) パフォーマンス指標(数値)の算出・集計方法の合理性及び数値の正確性
- 2) 数値以外の記載情報の正確性
- 3) レスポンスブルーケア活動の評価
- 4) 報告書の特徴

#### ■ 検証の手順

- ・本社において、各サイト(事業所、工場)から報告される数値の集計方法の合理性、及び数値以外の記載情報の正確性について調査を行いました。調査は、報告書の内容について各業務責任者及び報告書作成責任者に質問すること、並びに必要資料提示・説明を受けることにより行ないました。
- ・和歌山工場において、本社に報告する数値の算出方法の合理性、数値の正確性、及び数値以外の記載情報の正確性の調査を行いました。調査は、各業務責任者及び報告書作成責任者に質問すること、資料提示・説明を受けること、並びに証憑物件との照合することにより行ないました。
- ・数値及び記載情報の調査についてはサンプリング手法を適用しました。

#### ■ 意見

- 1) パフォーマンス指標(数値)の算出・集計方法の合理性及び数値の正確性について
  - ・数値の算出・集計方法は、本社及び和歌山工場において、合理的な方法を採用しています。環境・労働安全の数値は、花王グループ共通の「環知安システム」を構築し、自動集計されています。
  - ・調査した範囲に於いて、パフォーマンスの数値は正確に算出・集計されています。
- 2) 数値以外の記載情報の正確性について
  - ・報告書に記載された情報は、正確であることを確認しました。原案段階では表現の適切性あるいは文章の分かり易さに関し、若干問題があることを指摘しましたが、現報告書では修正されており、現在修正すべき重要な事項は認められません。
- 3) レスポンスブルーケア活動の評価について
  - ・エネルギー使用量、温室効果ガス排出量、VOC 対象物質排出量及び廃棄物量の最終処分量を着実に削減していること及び輸送エネルギーの削減と生産事業場以外での温室効果ガスの削減で2009年度目標を達成していることを評価します。
  - ・労働災害発生率(生産技術・研究開発部門)は、化学工業の平均発生率に比べ低く、高い労働安全活動レベルを継続していることを評価します。今後はグループ会社(国内、海外)の労働災害の発生率低減に向けた取り組みに期待します。
  - ・和歌山工場では、「企業の森」事業への参画など各種の地域貢献活動を積極的に行っていること、2004年5月以来無災害を継続していること、そして廃棄物の最終処分量を着実に減少させていることを評価いたします。
- 4) 報告書の特徴について
  - ・本報告書は花王のWebサイト上で、花王グループの環境・社会的側面から過年度の活動実績や定量データ等をすべて報告している。ただし重点的な項目に関しては、環境・社会的側面と経済的側面から花王グループをトータルに報告する「花王レポート」(冊子)にも掲載される。

以上

# KaO

自然と調和する ところ豊かな毎日をめざして

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10 <http://www.kao.com>