



# CSRレポート 2007

2006.04.01 - 2007.03.31

Kao Corporation



## 花王グループの「使命」

私たちは、消費者・顧客の立場にたって、  
心をこめた“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、  
豊かな生活文化の実現に貢献することを使命とします。

私たちは、この使命を達成するために、全員の熱意と力を合わせ、  
清潔で美しくすこやかな暮らしに役立つ商品と、  
産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、  
消費者・顧客とともに感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供します。



この「使命」を、着実に、確実に実践していくために、  
さまざまなステークホルダーの皆様とともに  
取り組んでいる花王グループのCSR活動について、  
ご報告します。

### 「CSRレポート2007」の編集方針

花王は、1998年から「環境・安全報告書」の発行を開始して  
きました。また、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、幅広いステークホルダーの  
皆様の関心に応える情報開示・情報提供に努めてきました。

本レポートでは、経営の基盤となる「CSRマネジメント体  
制」、さまざまな取り組みをご紹介します「ステークホルダーへの  
責任」、環境保全活動の進捗やパフォーマンスをお伝えする  
「環境への取り組み」を本編の柱として構成しています。

また、日々の事業活動に根ざした花王のCSRへの取り組み  
——“よきモノづくり”を具体的にご理解いただくために、「特  
集」として、「ヘルスケア食品事業」と「ケミカル事業」を取り上  
げ、それぞれの事業の進展の様子と、事業にかかわる社内外の  
ステークホルダーの声をお伝えしています。

なお、読みやすさへの配慮のため、本年から、ユニバーサルデ  
ザインフォントを使用しています。

#### 本レポートの対象範囲など

対象組織	花王株式会社※を基本としています。 異なる範囲について報告する場合は、文中に明記しました。
対象期間	実績データは、2006年度(2006年4月1日～2007年3月31日)。ただし、労働安全に関するデータは、2006年(2006年1月1日～12月31日)となります。また、活動は、一部2007年度の内容も含まれます。
第三者審査	2003年より継続して第三者審査を受けています。本年は(株)トーマツ環境品質研究所による第三者審査を受けています。
対象分野	花王の事業分野( <a href="http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a04/">http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a04/</a> )に記載した事業内容にかかわるCSR活動の内容。 経済パフォーマンスデータ詳細は「Annual Report 2007」をご参照ください。
発行時期	前回報告書発行2006年7月 次回発行予定2008年7月
参考にしたガイドライン	●GR「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」 ●環境省「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」/ 「環境会計ガイドライン2005年度版」 ●(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)」

※【事業場】茅場町、すみだ、大阪、【工場】酒田、栃木、鹿島、東京、川崎、豊橋、和歌山、愛媛サニタリープロダクツ株式会社、【研究所】栃木、東京、和歌山

HP 国内事業所  
[http://www.kao.co.jp/corp/about\\_kao/a06/place\\_01.html](http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a06/place_01.html)

## CONTENTS

トップメッセージ	2
花王グループの概要	4
花王グループのCSR	6
<b>特集Ⅰ</b> ヘルスケア食品事業とCSR “健康な毎日”を願う人々の声に応える 花王の「ヘルスケア食品事業」	8
<b>特集Ⅱ</b> ケミカル事業とCSR 世界的な需要増加に応える サステナブルな生産体制の確立をめざして	12
2006年度CSR活動成果	16
<b>CSRマネジメント体制</b>	<b>17</b>
コーポレートガバナンス	18
CSR推進体制	20
コンプライアンス	21
リスクマネジメント	23
品質保証	25
RC(環境・安全)活動	28
社外からの評価	30
<b>ステークホルダーへの責任</b>	<b>31</b>
お客様への責任(消費者・法人顧客)	32
社員への責任	36
サプライヤーへの責任	41
株主・投資家への責任	42
地域社会のために	43
<b>環境への取り組み</b>	<b>49</b>
商品ライフサイクルと環境負荷	50
環境目標と実績	52
地球温暖化防止	53
化学物質の排出削減	55
廃棄物削減	56
容器包装の3R	57
その他の環境対応	58
環境コミュニケーション	60
環境会計	61
GRIガイドライン対照表	62
レポートを通じたコミュニケーション	63
第三者審査報告書	64

## 「よきモノづくり」を通じて、多様なステークホルダーの皆様との共感を創造するCSR活動をめざします。

### あらゆるステークホルダーの皆様から信頼され、支持される企業をめざして

私たち花王グループは、「よきモノづくり」を通じて豊かな生活文化の実現に貢献することをめざして事業活動を行っています。このようななかで、CSR活動を行う意味は、さまざまなステークホルダーの皆様の視点から事業活動を見直し、評価することにより、仕事の仕方と仕組みの革新につなげていくことにあると私は考えております。

つまり、事業活動において成長・発展し続けていくためには、広く社会のなかの一員として、あらゆるステークホルダーの皆様から信頼される存在をめざし、健全な事業運営に努めていく必要があります。CSR活動は経営そのものといわれておりますが、こうした観点から、私は企業の経済活動と両輪にある活動であると考えております。

### 企業理念「花王ウェイ」を基盤にした事業活動

2004年に従来の企業理念を見直し、「花王ウェイ」として再構築した時から、私は、世界中のグループ社員に、「花王ウェイ」の実践を唱えてきました。「花王ウェイ」では、ビジョンとして「私たちは、それぞれの市場で消費者・顧客を最もよく知る企業となることをグローバルにめざし、すべてのステークホルダーの支持と信頼を獲得するとともに、社会の持続的な発展に寄与します」としています。これは、私たちの「消費者・顧客の皆様を最も近くで、皆様のことを最も良く知り、最も信頼される企業になりたい」という、めざすべき夢を表しています。

この夢の実現に近づけるよう、2006年度は、新たな飛躍のために組織を大きく変更しました。すなわち、企業を取り巻くさまざまな事業環境の変化に対応して、消費者・顧客を最もよく知る企業となるために、従来、商品カテゴリー別だった事業の区分を、生活シーンに合わせて、消費者起点に立つ4つのユニットに再編したのです。事業活動のありかたそのものを見直して、よ

り消費者・顧客にベネフィットを与えることができる体制をめざしました。

### CSR活動の土台は、コンプライアンス

花王グループは、「花王ウェイ」を基盤とした事業活動を推進していくために、グループ社員一人ひとりの行動の拠り所を「花王ビジネスコンダクトガイドライン(花王企業行動指針)」で定めています。こうした指針は、ややもすれば策定しただけで満足してしまうことも多いのですが、私たち花王グループでは、悩んだ時はこの行動指針に立ち戻って考えるよう、日頃から経営陣自らが率先して行動しています。また、海外も含めたグループ全体に行動指針を徹底していくための体制づくりを積極的に進めています。2005年に参画した「グローバルコンパクト」の参加企業としての責任を果たすことはもちろんのこと、今後も社内全体へのさらなる理解と浸透を深めていきます。

### グローバルな事業活動に向けたCSR活動

2006年度は、6回のCSR委員会を開催し、花王のCSR活動の状況や、取り組むべき問題点について討議を重ねました。その結果、新たな取り組みがなされましたので、代表的なものをご紹介します。

まず、いくつかの準備過程を経て、2007年1月からCSR調達に取り組み始めました。従来から実施してきたグリーン調達を一步前進させて、今後は品質、環境面に加えて、人権や労働安全など企業の社会的側面も配慮したサプライチェーンを構築するよう、調達先への説明会や調査活動などを開始しました。また、2007年4月には、主原料の一つであるパーム油の持続可能な調達を実現していくために、国際的なNGO「Roundtable on Sustainable Palm Oil(RSPO)持続可能なパーム油のための円卓会議」に参加しました。

環境面では、国内全工場でゼロエミッションを達成したことも大きな成果といえます。また、安全・安心を司る仕組みとして、独自の化学物質総合管理システムを運用していますが、2006年からは、国内だけでなく世界の法規・法令、品質や労働安全面のデータベース化を図り、商品の研究段階から生産、流通段階まで、環境・安全・品質に配慮した“よきモノづくり”を支える基幹システムとして稼働させました。

## CSR活動を通じて働く喜びを社員とともに

花王グループが発展を続けていくためには、世界の多様な人材が安心して働くことができ、一人ひとりが能力を発揮できる職場環境の整備を進めていく必要があります。ワーク・ライフ・バランスの推進や子育てがしやすい制度づくりなどはその活動の一環です。

こうした風土を築くためにも、花王グループ全体でCSR活動に対する理解と認識を深め、世界の花王グループ全員の働く喜びと成長につながる仕組みをつくっていくことが、経営者としての重要な責任であると考えています。そこで、2007年からは、国内の花王で2年ごとに行ってきた社員の意識調査「Find」を世界のグループ企業に広げ、グローバルな視点に立って社員の声を収集し、業務革新に活かしていきます。

私は社長就任以来、社員に「お客様とともに感動する会社」をキーワードに、いきいきと仕事をしていこうと呼びかけています。これをCSR視点に置き換えると、花王グループがめざすCSR活動とは、「“よきモノづくり”を通じて、多様なステークホルダーの皆様との共感を創造する活動」といえるでしょう。

「CSRレポート2007」は、花王グループのCSR活動の全体像を示したのですが、まだまだ深めていかなければいけない取り組みや課題も数多くあります。花王グループは、これからも多くのステークホルダーの皆様とのコミュニケーション活動を通じて、着実に活動を前進させ、持続可能な社会づくりに貢献していきたいと考えております。

2007年7月

花王株式会社  
代表取締役 社長執行役員  
CSR委員会 委員長

尾崎 元規



# 清潔で美しく すこやかな毎日をめざして。

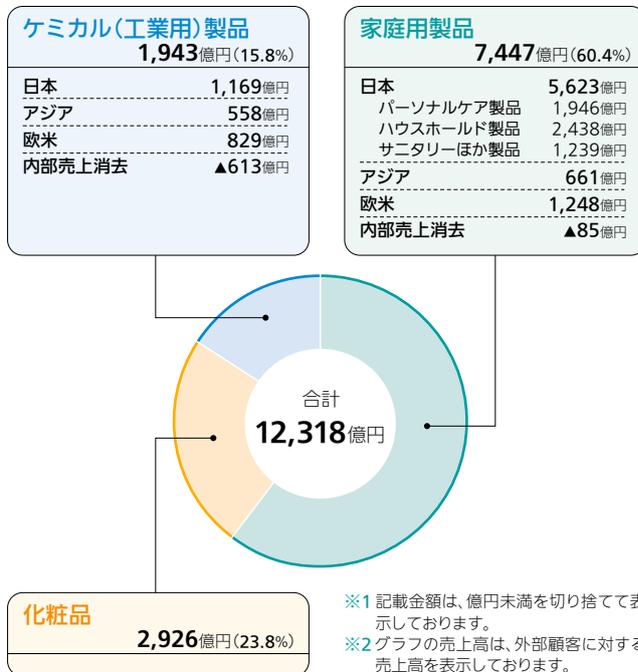
## プロフィール

1887年の創業以来、花王は、「お客様本位」を基本姿勢に、「よきモノづくり」を通じて社会に貢献することをめざして歩んできました。1890(明治23)年10月17日の国産初の高級化粧石けん「花王石鹼」に始まった製品群は、洗剤やシャンプー、サニタリー製品など、生活に欠かせない家庭用製品や、美しさを追求する女性を応援する化粧品へ、また近年は健康な毎日をサポートする「食」の分野へと拡大しています。このように、人々の「清潔」「美」「健康」に深くかかわる製品を提供するとともに、花王は、化学品メーカーとして、世界の産業界に機能や性能だけでなく環境にも配慮した工業用製品を提供しています。また、世界中に広がる拠点では、それぞれの地域の生活や産業に根ざした製品を生産、販売。世界各地で毎日の「清潔で美しくすこやかな」暮らしを支えています。

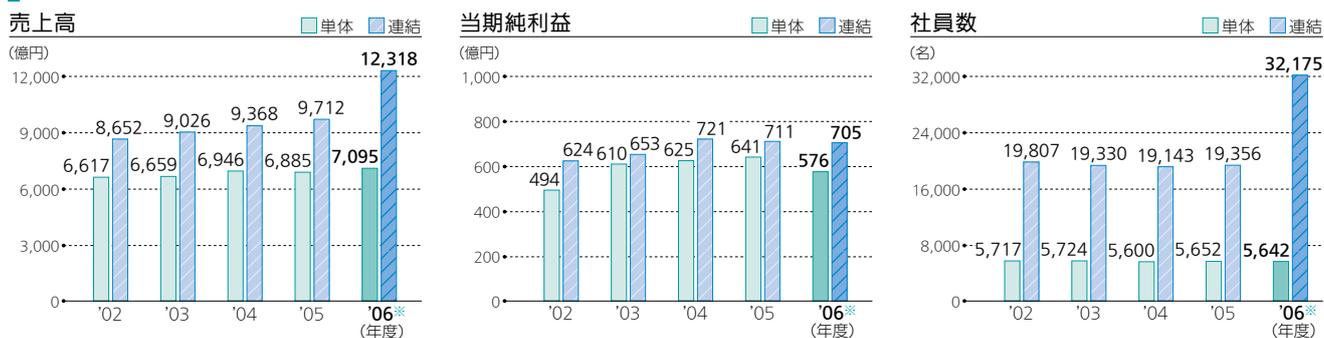
## 会社概要 (2007年3月31日現在)

商号 花王株式会社 (Kao Corporation)  
 代表者 代表取締役社長執行役員 尾崎 元規  
 本社所在地 東京都中央区日本橋茅場町一丁目14番10号  
 創業 1887(明治20)年6月19日  
 設立 1940(昭和15)年5月21日  
 資本金 854億円  
 社員数 5,642名(連結32,175名)

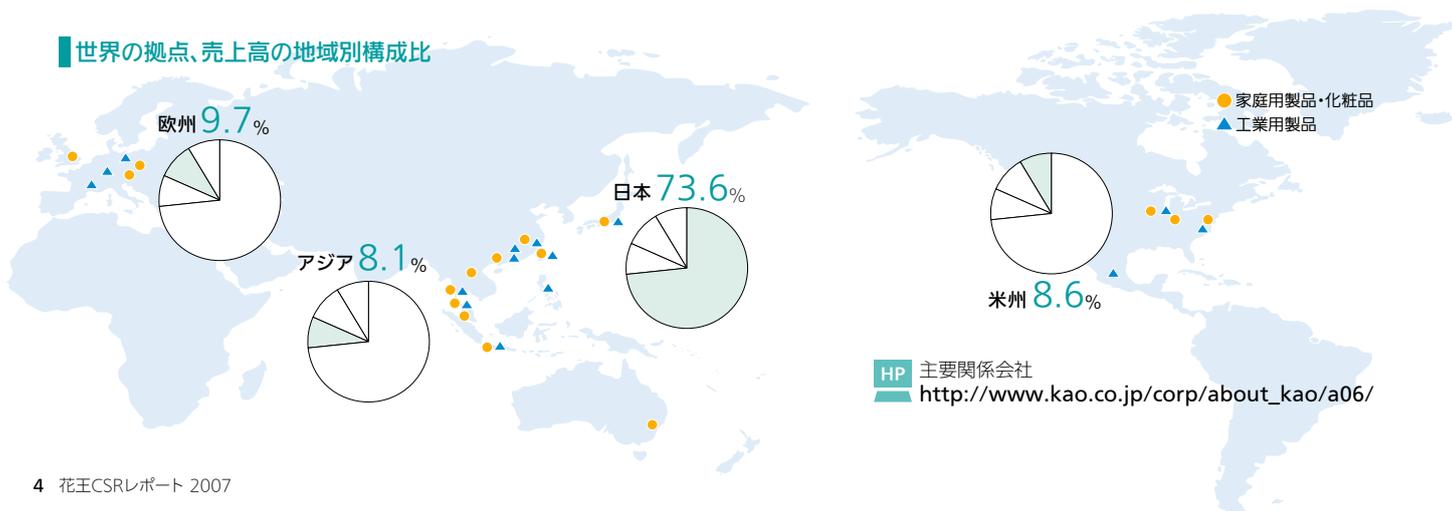
## 連結売上高の構成比



## 主な経営指標 (※ 2006年度からカネボウ化粧品が連結会社として加わっています)



## 世界の拠点、売上高の地域別構成比



## 4つの事業ユニットを通じて

花王グループは、「清潔で美しくすこやかな」暮らしを実現する高品質な製品を、2007年4月1日から、以下の4つの事業ユニットを通じて企画・開発・生産・販売しています。

### ビューティケア

「美しくありたい」という願いに  
トータルで応える

スキンケア化粧品・ファンデーション・メイクアップ化粧品  
フェイスクケア製品・ボディケア製品  
ヘアケア製品・ヘアスタイリング剤・ヘアカラーリング剤



### ヒューマンヘルスケア

毎日の快適な健康生活のための  
「心と体のデイリーヘルスケア」

食用油・ドレッシングソース・マヨネーズタイプ・飲料  
入浴剤・オーラルケア製品  
生理用品・紙おむつ・介護用品・おしりのケア用品



### ファブリック&ホームケア

「快適で楽しく!こころ豊かな暮らし」を提案

衣料用洗剤・柔軟仕上げ剤  
食器用洗剤・住居用洗剤



### ケミカル

明日の産業界に貢献する  
“驚き”のある花王独自の製品とサービス

オレオケミカル製品(油脂関連製品)  
機能材料製品(界面活性剤)  
スペシャルティ製品(情報材料、香料)



# “よきモノづくり”をあらゆる企業行動に。

## 花王の企業理念とCSR

花王は2004年10月、企業活動の根底を成す企業理念を、花王独自の企業文化、企業精神を明示した「花王ウェイ」として策定しました。花王のCSR活動は、この花王ウェイの「基本となる価値観」に明示する“よきモノづくり”の精神を、日々の事業活動で実践するだけでなく、「事業活動に伴う経済側面での公正さの

追求」や「環境側面での問題解決に向けた不断の努力」「社会的側面におけるさまざまな責任を果たす活動」など、多様なステークホルダーとのかかわりを視野に企業行動全般を通じて発揮し続けていくことです。花王はこれからも“よきモノづくり”を通じて、地球社会の健全な発展に貢献していきたいと考えています。

## 花王ウェイ

### 使命

私たちは、消費者・顧客の立場にたって、心をこめた“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、豊かな生活文化の実現に貢献することを使命とします。

私たちは、この使命を達成するために、全員の熱意と力を合わせ、清潔で美しくすやかな暮らしに役立つ商品と、産業界の発展に寄与する工業用製品の分野において、消費者・顧客とともに感動を分かち合う価値ある商品とブランドを提供します。

### ビジョン

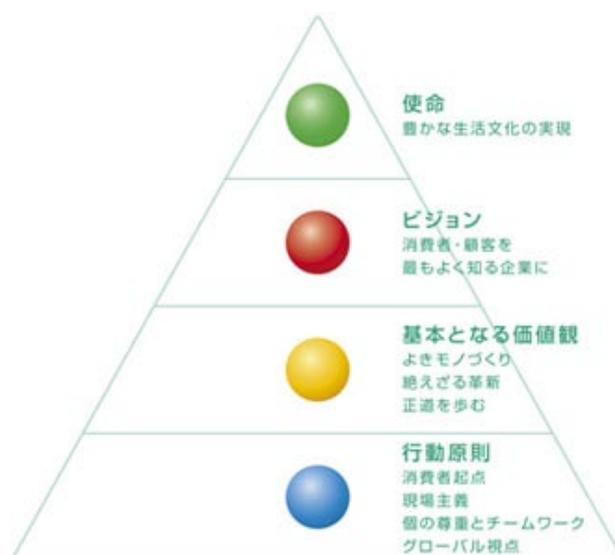
私たちは、それぞれの市場で消費者・顧客を最もよく知る企業となることをグローバルにめざし、全てのステークホルダーの支持と信頼を獲得するとともに、社会の持続的な発展に寄与します。

### 基本となる価値観

よきモノづくり	ニーズとシーズの融合 個の力の結集 よきモノづくりのサイクル
絶えざる革新	改善と革新 健全な危機意識 危機をチャンスに
正道を歩む	敬意、公正、誠実、勤勉 法と倫理の遵守 社会的責任の遂行

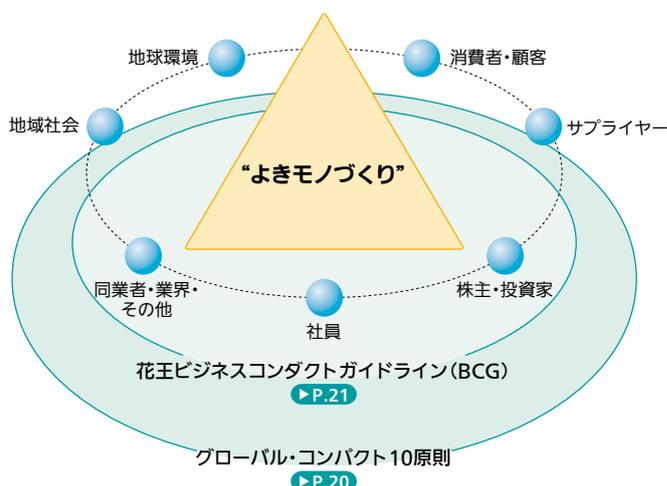
### 行動原則

消費者起点	消費者第一 消費者理解 消費者との交流
現場主義	生活の現場を知る 現場からの一体感 現場からの発想
個の尊重とチームワーク	多様性の尊重 個の力の発揮 自由闊達なコミュニケーション ビジネスパートナーとの協働
グローバル視点	ローカルニーズの熟知 ローカルマーケットに対応した仕事 オープンに学ぶ姿勢 グローバル最適



HP 花王ウェイ全文  
[http://www.kao.co.jp/corp/about\\_kao/kaoway/](http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/kaoway/)

## “よきモノづくり”を通じたCSR活動



## ■花王のステークホルダー

- 主なコミュニケーション機会
- 主なコミュニケーションツール

### ● 消費者・顧客

花王は、消費者・顧客のニーズを見極め、心を打つ満足と感動を与える商品とブランドを提供します。優れた機能や情緒的な魅力だけでなく、年齢や障害の有無にかかわらず誰もが使いやすく、また環境への負荷が少なく、安全で安心して使える商品の開発をめざします。さらに、商品についての正確な情報を積極的に提供します。

#### 化学品、業務品の取引先

- 代理店との意見交換会
- 花王化学品、C&Sフェア
- 代理店とのエクストラネット
- 「花王ケミカル便り」
- ホームページ(化学品・業務品)

#### 家庭品の取引先

- 商品勉強会
- 有力販売店懇談会
- 展示会

#### 一般消費者

- グループインタビュー
- 消費者モニター家庭訪問
- 消費者相談活動
- リリーフふれあいダイアル
- 化粧品店頭での推奨販売
- 「花王の企業概況」
- ホームページ
- 製品ニュースリリース
- 「消費者相談活動報告書」

### ● 社員

花王は、社員の人権・人格と一人ひとりの多様性を尊重し、安全で快適な職場環境を保ちます。仕事の成果を公正に評価し、果敢にチャレンジする機会を与え、仕事を通じて能力と人格を高めるよう支援します。

- トップとの社員懇談会
- 安全衛生委員会
- コンプライアンス相談窓口
- 「こころの健康相談室」
- 「Find(社員意識調査)」
- 「Te-ni-te」(福利厚生広報誌)
- 「花王ファミリー」(社内報)
- 「Kao News Quarterly」(英文版社内報)
- 「仕事と家庭の両立支援ガイドブック」
- 「花王ビジネスコンダクトガイドライン」

### ● サプライヤー

花王は、公正で透明性のある取引を徹底します。力を合わせて、サプライチェーンマネジメントの充実を図るとともに、環境や人権問題をはじめとする社会的な課題とともに取り組み、改善を図ります。

- 取引先懇談会
- 品質会議、環境調査
- CSR調達調査
- サプライヤー満足度調査
- 原料調達基本方針
- CSR調達基準

### ● 株主・投資家

花王は、既存事業のさらなる強化、新規事業の育成、海外事業の拡大を通じて、利益ある成長を実現し、企業価値の向上に努め、株主の支持と信頼に応えます。そのために、コーポレートガバナンスの強化と充実を図り、情報、資産を厳正に管理します。

- 株主総会
- 決算説明会
- 投資家訪問
- 「中間・期末報告書」
- 「有価証券報告書」
- 「Annual Report」
- ホームページ(投資家情報)

### ● 地域社会

花王は、法令遵守や納税などの義務を果たすだけでなく、事業を行う地域社会との交流を積極的に図り、環境保全や人権などに十分配慮をし、地域社会の一員としてその発展に貢献します。

- 地域住民との懇談会、共同イベント
- 工場見学会
- 社会貢献活動/NPOとの交流会
- 環境・安全サイトレポート
- ホームページ(社会・文化活動)

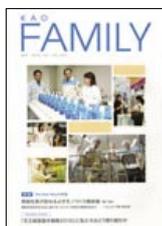
### ● 地球環境

花王は、地球温暖化防止対策を推進し、3Rの取り組みにより循環型社会の形成実現に努めます。特に、原料から廃棄までの化学物質の適正な管理に注力します。

- 行政・業界の委員会
- 消費者相談
- 環境コミュニケーション
- 「CSRレポート」
- ホームページ(環境への取り組み)
- 「環境と安全の生活情報」
- 「くらしと環境」

### ● 同業者・業界・その他

- 同業者との共同研究など
- 業界活動
- メディア(新聞・雑誌・テレビ)の取材
- 記者との懇談会
- 行政主催の委員会
- 関連学会、研究機関との共同研究
- 採用活動、アンケート
- ニュースリリース
- ホームページ
- 「花王ヘルスケアレポート」



社内報  
「花王ファミリー」



「Annual Report」



消費者相談



サプライヤー懇談会



環境調査(教員フェローシップ)

# “健康な毎日”を願う人々の声に応える 花王の「ヘルスケア食品事業」 —「エコナ」から「ヘルシア」へ。“よきモノづくり”の実践

肥満を原因とする生活習慣病が日本人の健康に深刻な陰を落とすなか、花王では、徹底したマーケティングによって浮かび上がった消費者ニーズと食用油の開発で培った油脂科学の知見・基盤技術を融合して、「エコナ クッキングオイル」「ヘルシア緑茶」をはじめとする「ヘルスケア食品事業」を展開しています。その開発プロセスには、社内外のさまざまなステークホルダーと対話を重ねながら“よきモノづくり”を追求していく花王のスタッフたちの姿があります。

## INFORMATION

### 生活習慣病と特定保健用食品

国の調査によると、食生活の欧米化によって脂質の摂取量が増え、日常的な運動不足も加わり、日本人に「肥満」が増加しています。2003年度の国民健康栄養調査報告では、30～60歳代の男性の3人に1人が肥満であるという結果が出ています。肥満は生活習慣病の危険因子の一つであり、最近では内臓脂肪の蓄積によって高脂血症、高血圧、糖尿病など複数の生活習慣病が引き起こされる「メタボリックシンドローム」と呼ばれる症状の危険性が認識されてきました。こうした状況のなか、国は1991年に特定保健用食品制度を施行して以降、次々と施策を発表しています。

#### ●主な生活習慣病の予防対策

- 1978年: 第1次国民健康づくり対策
- 1988年: 第2次国民健康づくり対策
- 1991年: 「特定保健用食品制度」施行
- 2000年: 「健康日本21」策定  
メタボリックシンドローム予防の重要性を啓発し、運動習慣や食生活の改善を図る強化策を発表
- 2003年: 「健康増進法」施行  
個人の取り組みを支援する地方公共団体の体制が整備
- 2005年4月: メタボリックシンドロームの診断基準が設けられる

#### ●特定保健用食品(「トクホ」)

身体の生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでいて、「お腹の調子を整える」など、特定の保健の目的が期待できることを表示できる食品。このような「保健の用途」を表示するには、個別に生理的機能や特定の保健機能を示す有効性や安全性などに関する科学的根拠の審査を受け、厚生労働大臣の許可を受けることが必要(健康増進法第26条)。許可を受けたものには、許可証票がつけられている。

## Phase ① 「エコナ」というエポック

### 生活習慣病の改善という社会の要請に 独自技術で応えた「エコナ」が大ヒット

1999年2月、特定保健用食品「トクホ」(左記参照)の許可を取得し、パッケージに「体に脂肪がつきにくい」と表示された日本で初めての食用油、「エコナ クッキングオイル」が発売されました。“毎日無理なく摂取でき、健康をサポートする”という「エコナ」の商品特徴は、肥満を原因とする生活習慣病への不安を抱く消費者はもちろん、医師や栄養学の専門家などからも大きな関心をもって迎え入れられ、発売2週間で当初の販売計画の2倍以上を売り上げるヒット商品となりました。

「エコナ」の開発がスタートしたのは、1980年代。一人の研究者が開発中に得た副生物への科学的関心からでした。その関心とは、天然油脂に微量含まれている成分である「ジアシルグリセロール」がもつ消化機能。以来、花王の研究スタッフは、15年の歳月をかけてジアシルグリセロールの脂質代謝メカニズムをあらゆる角度から解析・評価していきました。一人の研究者の“関心”は、花王の研究スタッフたちの手で、食品の栄養や代謝、抗肥満研究といった分野での“発見”や“知見”をもたらし、「エコナ」という画期的な商品に結実したのです。





Phase 2 「ヘルスケア食品」の事業化

食品の三次機能に着目したヘルスケア食品プロジェクトを開始

「エコナ」のヒット、生活習慣病への社会的な関心の高まりを受けて、花王は2000年、「ヘルスケア食品プロジェクト」を開始しました。テーマは、食品の一次機能(栄養:生きるための栄養を摂取する)、二次機能(味覚:嗜好の満足)に加えて、三次機能(体調調節:健康的に生きるための生体維持)を発揮する、日常生活で無理なく摂取できる食品開発。そこで事業部では、「日常的・習慣的に摂取する食品」「肥満が気になる消費者が好む」「トクホの許可商品」といった複数の条件をもとに、徹底的なマーケティング調査を実施しました。

一方、研究開発部門では、「ジアシルグリセロール」のメカニズムの探求プロセスで培った分析・評価技術をもとに、100種類以上の食品素材のスクリーニングを開始。試行錯誤の末、茶葉に含まれるポリフェノール的一种である「茶カテキン」に内臓脂肪の蓄積を抑える機能があることを発見しました。これらマーケティング調査の結果と、研究部門の成果を統合して生まれた商品が「ヘルシア緑茶」です。

このように、徹底したマーケティングによって得た消費者ニーズと、研究部門が開発した独自の技術シーズを融合して生まれた花王らしい商品が「ヘルシア緑茶」なのです。

Phase 3 「ヘルシア緑茶」の商品化

高度な専門性をもった社内外のスタッフが対話を重ねる「マトリックス組織運営」で機能・品質・開発スピードを向上

花王では、商品コンセプトが決定した後、実際の商品化に向けて、社内外のさまざまな専門技術者が対話を重ね、商品の機能・品質・開発スピードの向上を図っています。それを支えるのが、基盤技術研究と商品開発研究の成果を縦横に重ねながら商品化を進めていく「マトリックス組織運営」です。

「ヘルシア緑茶」の開発では、ヘルスケア食品研究所が中心となって「健康機能」「風味」の軸を設け、商品開発全体を統括しました。健康機能軸では、生物科学研究所が抗肥満の脂質代謝を活性化するメカニズムを探求。一方、風味軸では、香料開発研究所のフレーバリストが約1年かけて全国の緑茶の産地を訪問。茶葉の種類やお茶の入れ方による味の違いを徹底的に研究し、

● 花王ウェイの実践[絶えざる革新]

消費者や流通関係のお客様の声に耳を傾け、オリジナリティ溢れる商品企画に挑戦していきます



田代 和宏  
(フード&ビバレッジ事業グループ 開発リーダー)

「より多くの人々の健康に貢献できる商品をつくりたい」そんな思いから、身近な飲料に注目しました。飲料は、多くの新製品が出てはすぐに消える競争が激しい市場ですが、真に役立つ機能商品であれば消費者に支持されるのではないかと考え、挑戦しました。発売までに何度も調査を繰り返し、議論を重ねて商品の完成度を高めていきました。販売戦略においては、ビジネスパーソンが気軽に買えることを考慮し、一部のコンビニから販売を開始し、安定供給のための量産体制にメドがついてから販路を拡大していきました。商品開発の仕事は、お客様に本当に役に立つ“よきモノづくり”を、研究部門と両輪となってナビゲートし、花王の商品戦略を具現化していく仕事です。これからも、お客様の声に真摯に耳を傾け、オリジナリティ溢れる、花王らしい商品開発をしていきたいと思っています。

● 花王ウェイの実践[よきモノづくり]

品質保証体制の構築に努めています



今城 敏  
(品質保証本部 品質保証センター 食品品質保証室)

厳格な品質保証が求められる食品。そのため花王では、食品専門の食品品質保証室を設けて関連部門と緊密な情報交換などを行っています。また、社内だけでなく、原料調達先や製造委託先なども定期的にミーティングをもち、時には勉強会の講師となっていただくなど、サプライチェーン全体での品質保証体制の構築に努めています。こうした活動を通じて心がけていることは、例えば製造委託先に殺菌などの管理条件を要請する際には、科学的データなどを交えて「なぜその条件が必要か」を明示すること。これにより、単にルールを守っていただくというレベルではなく、より高い品質意識が醸成されると考えています。花王にとって、食品分野は事業の柱となるべき重点分野。さらに高い品質保証の仕組みや管理体制づくりを通じて、花王の食品に対する安心感を創造していきたいと思っています。



風味の解析

“健康な毎日”を願う人々の声に応える  
花王の「ヘルスケア食品事業」  
—「エコナ」から「ヘルシア」へ。“よきモノづくり”の実践

INFORMATION

花王ヘルスケアリサーチセンター

花王のヘルスケア食品事業の総合研究センターとして2004年2月に竣工。「ヘルスケア開発研究エリア」では栄養代謝に関する臨床研究、味の研究、生産プロセス研究までを一貫して実施できる体制を整えています。「香料開発エリア」では、消費者視点に立った商品の香り開発・評価と、においの解析と香りを創り出す研究を行っています。



●最先端設備の導入

全身の脂肪量、筋肉、骨密度などが簡単に測定できる「Dual Energy X-ray Absorptiometer (DEXA)」では、従来のMRIなどに比べて被験者への負担が少なく、測定の信頼性が高いことが特徴。抗肥満研究において、被験者の全身の体脂肪変化の測定などに役立っています。また、「ヒューマンメタボリックチャンバー」は、食事・運動・仕事・睡眠など日常生活に近い環境で、長時間にわたって被験者のエネルギー消費量を測定できる居住空間で、国内では国立健康・栄養研究所、筑波大学に次いで3番目の導入となります。



●「日経ものづくり大賞」を受賞

花王ヘルスケアリサーチセンターは「2006年日経ものづくり大賞(日本経済新聞社主催)」を受賞しました。この賞は「ものづくり」にかかわる優秀な工場や研究所、そこで採用されているプログラムや仕組みを表彰する制度です。「エコナ」「ヘルシア」などのヘルスケア食品の開発に重要な役割を果たすなど、最先端の研究機能が集積した事業所であることが評価の対象となりました。



ホームページ「ヘルシア緑茶」



ホームページ「栄養代謝の研究開発」

解析科学研究所と協力して風味を分子レベルで解析しました。さらに、これら研究成果を外部の第三者臨床検査機関で検証し、トクホの申請に必要なデータを蓄積。同時に、生産技術部門でも、開発成果である高濃度の茶カテキンの苦みを抑え、お茶としての旨味や風味を再現する生産技術を開発していきました。

こうして2003年3月、花王の叡智を結集した「ヘルシア緑茶」は厚生労働省からトクホ食品の許可を受けました。

ステーキホルダーから 花王の研究成果の社会還元への期待

日本では、これまでに人類が経験したことのない高齢時代となり「健康ブーム」といわれていますが、実際には歩行数も減り、野菜類や魚介類の摂取量も減っており、その結果、メタボリックシンドロームは成人男性の約半分、中年女性の2割を占め、問題となっています。メタボリックシンドロームは、日常生活できちんとした食事と運動の習慣に注意を払えば防げるのですが、いくら健康に良い習慣とわかっていても、なかなか実行・継続することができないのが現状です。そのため、手軽においしく利用できる食品で、かつ、無理なく健康を維持できる新製品の開発に期待しています。それによって、「美味しいものを食べたいけれど、気になって食べられない」という負担感を軽減できれば、食生活の改善もしやすくなるでしょう。



女子栄養大学  
副学長  
香川 靖雄先生

Phase 4 情報発信・啓発活動

メーカーとしての社会的責任を果たすために、積極的な情報発信を実施。

2003年5月、花王は、トクホの許可表示を受けた新しいお茶飲料「ヘルシア緑茶」を発売。ネーミングは、“healthy assist”を略したもので、科学的根拠のある機能性食品を通じて人々の健康な毎日を支えていくという開発コンセプトが込められています。

こうした考え方、商品の機能を幅広い消費者に知っていただくための正確な情報発信は、消費者の安全や健康を守るための、メーカーが果たすべき基本的な社会的責任です。なかでもトクホは、その正しい機能や使い方を知っていただくことが重要であり、啓発活動はトクホそのものへの信頼性の確立、そして人々の健康意識の啓発にもつながっています。

花王は、脂質代謝における「ジアシルグリセロール」や「茶カテキン」の研究レポートなどのほか、肥満予防や生活習慣病の予防に関する最新の科学的研究成果が盛り込まれた「花王ヘルスケアレポート」を発行するとともに、マスコミ関係者を招く「花王ヘルスケアフォーラム」や、医師・栄養士といった専門家を対象にした各種講習会や勉強会への協力などを推進しています。



店頭で並ぶ「ヘルシアウォーター」

Phase 5 絶えざる技術革新

花王ウェイの実践を通じて  
“脂肪をエネルギーとして消費しやすくする”  
「ヘルシアウォーター」を開発

人々の生活に密着した数多くの商品を提供する花王では、“よきモノづくり”“絶えざる革新”という花王ウェイに基づき、常に商品の開発・改善に努めています。「ヘルシア緑茶」発売後も、技術スタッフたちは茶カテキンに関する多面的な研究を継続し、マーケティングスタッフは、飲料市場のさらなる可能性追求のため、仮説と検証を重ねていきました。

そして、2006年5月には「ヘルシアウォーター」を発売。スタッフたちは、「ヘルシア緑茶」の「体脂肪が気になる方に」という表示から一歩踏み込み、茶カテキンのメカニズムを表現するわかりやすい表示許可を得るという目標を立て、カテキンの継続摂取によって脂肪を消費しやすくするという科学的根拠を究明。社内外の研究機関での実証を経て、スポーツドリンクで初めて“脂肪をエネルギーとして消費しやすくする”というトクホの許可表示を得た商品を発売しました。また、「ヘルシアウォーター」では茶カテキンの苦味を大幅に抑える技術によって、苦味の苦手な方々に薦められる商品になっています。

花王は、ヘルスケア食品事業を注力事業に位置づけ、「エコナ」「ヘルシア」というブランド価値をさらに高めるとともに、研究開発、マーケティングに継続的に取り組み、人々の健康で豊かな食生活に貢献していきます。

● 花王ウェイの実践[消費者視点]

生活者の目線に立った情報提供を通じて  
花王への信頼感や期待感を  
高めていきたいと思えます

金谷 郁穂子(生活者コミュニケーションセンター)



私が所属する「生活者コミュニケーションセンター」は、商品に関する適切な情報を発信することを使命としています。「ヘルシア緑茶」などのヘルスケア商品を紹介する際には、トクホならではの機能や安全性について、より多くの人に、より正確な情報を知ってもらうよう努めています。とくに注力しているのが、地域の食の専門家である栄養士の皆様を対象とした情報提供です。市民向けの健康教室や健康イベント、勤務先や病院での食事指導など、生活のさまざまな場面で健康について頼りになるのは栄養士さんです。その栄養士さんを通じて、多くの消費者の方々に商品を正しく知ってもらうためです。また「ヘルシアウォーター」では運動との関連も大切ですので、「健康運動指導士」の方とも新しいネットワークを構築しています。

ステーキホルダーから 花王ヘルスケア食品への期待・要請

現在、わが国における国民の健康に対する関心は高く、あらゆるマスメディアを通して各種情報が提供されています。しかしながら、情報の送り手が正しく詳細な情報を発信しても、受け手がその内容を正しく理解しているかという点については疑わしい面があるように思われてなりません。多種多様な健康食品が市場に流通していますが、何をどれだけ補給すれば良いかを認識して利用されている方はごく一部にしか過ぎないと感じているところです。



社団法人  
日本栄養士会  
常任理事  
川名 伸二先生

情報の受け手である国民に、正しく理解され実行していただくため、行政や関係企業はどうすべきなのかを、協働して真剣に検討する必要があると感じている昨今です。

INFORMATION

情報発信・啓発活動

ヘルスケア食品事業では、消費者に安心して商品をご利用いただき、健康に寄与するために、食品成分に関する科学的なデータをもとにしたメカニズムや機能に関するさまざまな情報や、生活改善に役立つ情報発信活動を推進しています。活動にあたっては、消費者の皆様やマスコミに向けた広報活動を行うとともに、栄養代謝など専門的な見地から「食生活の改善」「肥満予防」などの分野で社会的責務を担う医師、栄養士などの皆様に向けた情報発信を強化しています。

● セミナー、シンポジウムの開催

研究開発部門が中心となって、医師、管理栄養士など栄養代謝の専門家に向けた「セミナー」「シンポジウム」を開催・協賛しています。



● 流通・食品業界、公的団体の活動支援

食品業界や自治体などが主催する研修会や講習会への講師の派遣のほか、共催・協力を実施。また、花王健康食生活アドバイザーを採用し、地域に根ざした情報発信活動を推進。

● 栄養士の活動サポート

食生活改善の役割を担う栄養士会が開催する研修会や講習会に講師を派遣。一方、栄養士の皆様には店頭での栄養相談に協力いただいています。



● 「花王健康科学研究会」を設立・運営

脂質栄養研究および生活習慣病の予防などを対象とした研究のさらなる発展のため設立。上記分野に対して研究助成を行うとともに、成果や最新の健康に関するレポート「KAOヘルスケアレポート」を発行。

# 世界的な需要増加に応える サステナブルな生産体制の確立をめざして

— 海外生産拠点「ピリピナス花王」の取り組み

再生可能な植物性油脂でつくられる花王の「油脂アルコール」は、世界的な経済成長と環境問題への関心の高まりから、需要が急拡大しています。こうした状況を踏まえて、フィリピンの現地法人・ピリピナス花王は、2006年、世界市場に製品を安定供給するための新たなプラントを竣工。

環境負荷の低い高品質な製品づくり、安全で快適な職場づくりを推進するとともに、

積極的な人材採用や地域社会との交流、製品輸出などを通じて

フィリピン経済、現地社会とともに“よきモノづくり”を追求。サステナブル(持続可能)な成長をめざしています。

## Angle ① 世界市場への安定供給

### “再生可能資源を用いた油脂アルコール製品”を 世界市場へ安定供給するために新プラントを建設

オレオケミカル事業(▶P.13)の中核製品である「油脂アルコール」。ヤシ油やパーム油を原料とする花王の油脂アルコールは、衣料用洗剤やシャンプーなどの家庭用製品や、各種プラスチック製品の基剤として幅広く産業界で使用されています。世界的な経済成長に伴い、油脂アルコールの需要は年々高まってきており、花王はこれまで段階的に生産能力を拡充してきました。さらに近年は、BRICsなど新興国の急速な経済成長から需要が一層拡大しており、石油化学系アルコール原料の価格高騰、地球環境問題や循環型社会への世界的な関心の高まりなどを背景に、再生可能資源——植物性油脂を原料とした製品に注目が集まっています。

こうした状況を受けて、フィリピンの現地法人「ピリピナス花王(Pilipinas Kao, Inc.:PKI)」は、2006年12月、年間生産能力を従来の2.5倍、10万トンへと拡大する新たなプラントを竣工。花王グループ全体での年間生産能力は約30万トンとなり、

世界市場への安定供給体制が整うとともに、世界トップクラスの地位を確立しました。

## Angle ② 現地経済・社会への貢献

### 地域社会の生活文化の向上、 産業社会の健全な発展に貢献

グローバルな事業体制を擁する花王グループのケミカル事業において、1977年に設立されたPKIは、その先駆的な存在です。運営にあたっては、“現地の人々の生活文化や産業社会の健全な発展に貢献しながら、世界市場に製品を安定供給する”という、花王のグローバル化のコンセプトをいち早く実践してきました。例えば、設立当時、フィリピンは工業化の一環としてヤシを原料とした化学工業の育成を図っており、積極的な誘致活動を展開していました。花王は、製品の安定供給と現地社会への貢献を果たすために、PKIの設立を決定。現地のパートナー企業を選定する際には、倫理性や経営状況を確認したほか、PKIに隣接する自治区に住む人々を積極的に採用。また、地域社会

#### ピリピナス花王の概要

設立 : 1977年1月

所在地 : フィリピン

事業内容 : ヤシ油を原料とする工業用製品の製造販売

社員数 : 140名

資本金 : 433.8百万ペソ

出資比率 : 花王100%



とのさまざまな交流活動(▶P.14)を推進してきました。

現在、PKIでは、約100名の社員のうち約半数を地元のハサン市出身者が占めています。そして、フィリピンの経済区庁「PEZA」※の許可を受け、同国のヤシ生産量の約1割を使用して付加価値の高い油脂アルコールを生産。約90%を輸出するなど同国経済の発展に貢献しています。

※ Philippine Economic Zone Authorityの略。フィリピン経済区庁は、原則として製品を70%以上輸出することを条件に、税制などの優遇措置を設けている。

### ● 花王ウェイの実践[グローバル視点]

#### 現地社会との信頼関係が、プロジェクトの遂行に追い風となりました

有北 周平(PKI プラントマネージャー)

プラントの建設工事や保全業務にあたっては、地域の自治体と雇用の覚書を交わすなどの地域貢献に努めました。こうした活動を永年継続してきたPKIは、地域社会から好感をもって受け止められています。「家族や知り合いが勤めている」「PKIに寄付してもらったことがある」など、親しみをもって語ってくれる多くの人々のおかげで、工事の要員の確保や社員の採用、行政との折衝、地域住民への説明会などの業務もスムーズに遂行できました。



### Angle 3 地球環境問題への対応

#### 花王の環境管理基準に則った環境マネジメントシステムを構築・運用

植物性油脂を主原料とする花王のケミカル事業にとって、地球環境問題は、事業の継続性はもちろん、サステナブルな社会をめざす花王グループにとって見逃すことのできない問題です。こうした観点から、PKIではフィリピンの環境関連法規制に則ることはもちろん、規制項目によっては同国のそれよりも厳しい基準をもつ日本国内の法規制や環境管理基準に則った花王の環境マネジメントシステムを導入。運用にあたっては、ISO14001の取得をめざすなど、社員の参加意識を高めながら活動を推進しています。なお、活動にあたっては、硫黄分の少ない燃料への転換を図るなど、当地の美しい自然環境、大気環境に配慮しています。

### ● 花王ウェイの実践[絶えざる革新]

#### 高品質かつ環境負荷の低い触媒プロセスの開発に取り組みました

片山 孝信(加工・プロセス開発研究所 第2研究室)

油脂アルコールで世界的なシェアをもつ花王にとって、品質に優れ、コスト競争力のある製品の生産能力を高めていくことは、いわば社会的使命といえます。と同時に、より環境負荷の低い生産プロセスを確立することも不可欠です。これら使命を果たすために、我々技術陣は、先輩たちが積み、蓄積してきた物質や反応に関するデータや解析ノウハウを用いてさまざまな試行錯誤を重ね、新しい価値を提案できたと自負しています。これからも高度な触媒技術、プロセスエンジニアリング技術を受け継いで、“よきモノづくり”に挑戦していきます。



### INFORMATION

#### 花王のケミカル事業

3つの柱で構成される花王グループのケミカル事業は、2,200億円以上の規模※を有しています。

※ 家庭用製品の原料として用いられる内部売り上げを含む

**オレオケミカル事業** 触媒・プロセス技術をコアとして、「油脂アルコール」を中心に、食器用洗剤やリンス・コンディショナーの原料となる「三級アミン」などの誘導体製品を世界市場に供給しています。

**機能材料事業** 界面活性剤の乳化・分散・表面改質技術をコアに、建材・製紙・プラスチック加工・食品メーカーなど、お客様のニーズに応えた特長ある機能化学製品を提供しています。

**スペシャルティ事業** ポリマー分子設計技術・顔料分散技術をコアに、トナーやインクジェット用色材、ハードディスク研磨剤などの「情報材料」、有機合成技術を活用した「香料」を提供しています。

#### 主な環境配慮製品

##### ● 高機能洗浄剤「クリンスルー」シリーズ

電子機器などの製造工程で用いられる代替フロンを用いた冷媒や溶剤は、京都議定書で削減対象となっています。花王は、水系で溶剤並の洗浄力を実現する高機能洗浄剤「クリンスルー」シリーズを提供しています。



##### ● 高高剤「KB」シリーズ

界面活性剤を応用して、製紙業界の抄紙工程に活用される高高剤「KB」シリーズを製品化しています。これを用いることで、同じ厚みの紙をつくる場合でも、より軽量化が図れ、またパルプ漂白剤ほか原料の使用量も減らすことができます。



##### ● 鑄造用湯道管「EG-ランナー」

再生パルプを活用した花王クエーカーの鑄造用湯道管「EG-ランナー」は、切断作業で粉塵などの廃棄物がほとんど出ません。また、軽量で丈夫なために移動時や使用時のエネルギー消費量を抑制することができます。



##### ● 高機能特殊増粘剤「ビスコトップ」

2種類の界面活性剤よりつくられる高次構造体が水の粘弾性をコントロール。セメントスラリー、モルタルなどが水中でも材料が分離することなく固まるため、水辺の環境を汚染することなく、護岸工事や港湾の建設ができます。



世界的な需要増加に応える  
 サステナブルな生産体制の確立をめざして  
 —海外生産拠点「ピリピナス花王」の取り組み

● 花王ウェイの実践【個の尊重とチームワーク】

「個」を尊重し「チームワーク」を重視する  
 “権限委譲”のスタイルで  
 無事プロジェクトを終えることができました

大脇 浩(生産技術部門 化学品生産センター)



プロジェクトでは、社員の安全確保や意欲の向上などを目的に、大幅に“権限委譲”をしました。「日本人スタッフはアドバイザーに徹する」という基本方針のもと、一人ひとりの個性や指向性、適性を踏まえた役割——建設工事や試運転、商業運転と、段階ごとにリーダーにふさわしい力量を持った社員を登用。リーダーに強い自覚と責任感が生まれたことで、ローカルスタッフたちもオーナーシップをもって仕事に取り組むようになり、職場に「チーム」としての一体感が生まれました。また、それが一人ひとりの社員の、新たな知識の習得、生産性向上、安全ルールの遵守などの意欲を喚起し、組織的な生産力・学習力が高まったと思います。彼らのおかげで、ピーク時には、2,000名もの人々が集まったプロジェクトで「無事故・期間厳守」という目標を達成することができました。



プロジェクトメンバーの打ち合わせ

Angle 4 安全・快適な職場環境づくり

社員と経営層が毎月、  
 職場環境の改善について対話する  
 「人材開発委員会」を開催

PKIでは、花王グループの労働安全衛生マネジメントの規程(▶P.28)に則り、「労働災害ゼロ」をめざして各種の活動を推進しています。推進にあたっては、経営陣と社員が常に対話しながら、より安全で働きやすい職場環境の実現をめざしています。具体的には、「モチベートされた労働環境をつくること」を合い言葉に、各部門の代表社員と経営層の双方が、社員の「安全、健康」「休暇」「賃金・手当」など幅広いテーマについて意見交換する「人材開発委員会(HRRDC)」を設けています。

HRRDCは、社員から寄せられた声・提言などに応じて、月1回以上開催しており、2006年度は、「働きがいのある安全な職場づくり」をテーマに退職手当や災害保険などのルールを改訂。また、2007年度中に国際的な労働安全マネジメントシステムの認証「OHSAS18000」を取得することも決定しました。

Voice 人材開発委員会・代表メンバーから

HRRDCのメンバーとして心がけていることは、仲間たちが安心できる制度や公正な処遇が約束された「より良い職場環境づくり」を通じて、全員が助け合う会社にしていくことです。また、毎月開かれる委員会では、多くの仲間の声を聞きつつ、一方で経営陣の考えも踏まえながら、いかにスムーズに運営していくかを考えています。その意味で、仕事が忙しくて会議に出席できない時や、同僚から過度な期待をかけられた時などは責任を果たすことの難しさを感じますが、最終的に社員のためになる制度や方針が生まれた時は大きな達成感を感じます。



PKI プロダクション  
 ディビジョン  
 Mr.  
 Dindo Cabello

2006年度に実施した  
 主な地域交流・社会貢献活動

PKIは、「貧しい人々が自立し、生活の質を向上できるように支援していくこと」をコンセプトに、さまざまな地域交流・社会貢献プログラムを実施しています。プログラムの策定にあたっては、「CSR委員会」での対話を参考にしています。

教育支援

● 新たな奨学金制度を開始

PKIは、カガヤンデオロ市にあるXavier University、ハサン市にあるMindanao Polytechnic State Collegeの両校に独自の奨学金制度を設けています。2006年度からは、Luz BanzonとSolana地区で高校に進学する学業優秀な生徒10名を対象とした新たな奨学金制度をスタートさせました。



地域貢献

● 近隣地域の火災に消防自動車を活用

化学工場として近代的な設備をもつPKIでは、万一の火災などに備えて消防自動車を配置しており、定期的な消防訓練を実施しています。一方で、PKIのあるハサン市には消防自動車が配備されていないため、同市近隣で火災が発生した際に、消防車を出動させています。



消防車を出動させています。



竣工式

Angle 5 地域社会との交流

地域住民と一体となって課題解決に取り組む「CSR委員会」を開催

PKIのあるハサーン市は、首都マニラから南におよそ1,400km。ミンダナオ島北部の自然林豊かな地域にあります。市には大きな企業が少なく、地域の人々の暮らしは決して裕福とはいえません。そこでPKIは2005年、隣接するLuz Banzon地区、Solana地区から選ばれた地域住民<sup>※</sup>とPKI社員が一体となって「生活・暮らし」「健康・衛生」「教育」「環境」などに関するさまざまな課題を解決していく「kao-barangay CSR委員会」を設置。月1回の定期的な委員会を通じて、住民とPKIがお互いの問題意識や関心事項を話し合いながら具体的な活動内容・計画を決定し、実施状況を報告しています。

<sup>※</sup> Luz Banzon地区から4名、Solana地区から3名が参加。barangayは最小自治区の通称

「CSR委員会」で計画・実施した主な活動

2006年度

- 地域住民の有志を対象にした溶接の技能講習の開催
- 知的障害をもつ子どもたちを対象とした教育玩具の寄贈
- 未就学児童のための教育用機器 (DVDプレーヤー、テレビなど)の自治会への寄贈
- 街灯の設置

2005年度まで

- ココヤシ苗の配布
- 住民を対象とした歯科医療奉仕
- 学校の修繕
- PKI新プラント建設プロジェクト・設備保全業務における地域住民の雇用

● ハイブリッドヤシの苗木を農家に無償提供

花王はヤシ産業振興のために、ヤシの品種改良による生産性向上をめざす研究を行いました。研究は実用化に至りませんでした。PKIでは、研究農園に残るハイブリッドヤシの親木を活用して、周辺の農家に苗木を無償提供しています。2006年度までに提供した苗木は約2,000本で、約20haのヤシ園に相当します。



環境保全活動

● ジャイアントバンブーを植樹

ハサーン市内の森に自生するジャイアントバンブーは、近年、宅地造成のための伐採が進んでいます。地下水保全などのため、PKIでは、地域のボランティアと共同でジャイアントバンブーの植樹を行っています。2006年も植樹を実施し、実績は約2,000本となりました。



Voice CSR委員会に参加する地域住民代表から

CSR委員会は、PKIの社員、マネジメント層とオープンなコミュニケーションができる貴重な場となっています。こうした場を通じて、我々住民はPKIの使命やビジョン、価値観、環境方針などを理解し、逆にPKIも住民たちが何を考えているかについて理解を深めることができます。こうした相互理解の上で議論し、決定したプログラムは、「PKIの事業」と「人々の生活」の双方の発展にとって有効に機能するものばかりであり、相互の尊敬と信頼の基盤となっています。今後は、さらに議論を進めて、PKIが引き続きOECD「多国籍企業行動指針<sup>※</sup>」を遵守することを期待しています。



CSR委員会  
地域住民代表  
Mr. Edgardo  
Bolipata

<sup>※</sup> 世界経済の発展に大きな影響を有する多国籍企業の行動に関して、加盟国政府が企業に対して責任ある行動をとるよう勧告する際の指針。OECDが1976年に作成した。労働基準、環境、等幅広い分野における、責任ある企業行動に関する任意の原則と基準が定められている。

TOPICS

循環型社会を支える原料調達をめざして——「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)」に参画

花王は、戦前からパーム油やヤシ油などを用いた製品づくりを推進してきました。これら植物原料は、近年、「再生可能な循環型資源」として注目を集めており、世界的に需要が拡大しています。ところが、需要拡大に伴うプランテーションの開発によって、生物多様性の減少、劣悪な労働条件の固定化といった問題も顕在化しています。こうした状況を改善していくために、2004年、世界的な自然保護NGO「世界自然保護基金 (WWF)」と、関連企業・団体が参加し、国際的なNGO「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)」が設立されました。RSPOは、環境・社会の両側面から、「パーム油の持続的な供給体制をいかに確立していくか」をテーマに活発な議論を行っています。花王は、これらの活動が、社会の持続的な発展に大きく貢献すると考え、2007年4月4日、RSPOに正式に参画しました。今後も立場の異なるさまざまな人々と対話を重ね、パーム油生産にかかわる環境活動、社会活動に一層積極的に取り組んでいきます。

フィリピン経済区庁「PEZA」から「顕著なコミュニティ活動企業」として表彰されました

PKIは2007年4月、これまでの多様な地域交流・社会貢献活動が高く評価され、フィリピンの経済区庁「PEZA」の投資家向け年次表彰において、「顕著なコミュニティ活動企業」として表彰されました。表彰は今回で12回目、他に「顕著な輸出貢献企業」「顕著な雇用促進企業」「顕著な環境保護企業」などが表彰されました。



## 2006年度のCSRに関する主な実施項目一覧

CSR要素	2006年度の主な取り組み	2006年度の主な成果	掲載ページ
製品とサービスの提供	●“よきモノづくり”	●ヘルスケア食品事業がものづくり大賞受賞	▶P.10
		●油脂アルコール生産設備増設	▶P.12
コーポレートガバナンス	●内部統制の強化推進	●文書化推進プロジェクトの発足と実施	▶P.19
CSR推進	●社内CSR意識の向上	●説明会、報告書配布など	▶P.20
		●映画「不都合な真実」の鑑賞支援	▶P.20
コンプライアンス	●花王全グループへの展開	●BCGの導入継続	▶P.21
	●社員の意識向上	●ネット学習ツールの作成と試行	▶P.22
リスクマネジメント	●リスク管理体制の強化	●事業継続計画(BCP)の強化	▶P.24
品質保証	●改正消費生活用製品安全法への対応	●安全管理体制を強化	▶P.26
	●化学物質の総合管理強化	●新システムの導入と世界展開	▶P.27
労働安全	●花王全グループへの展開	●全グループへの拡大を継続	▶P.28
消費者	●消費者団体とのパートナーシップ	●環境展などに参加	▶P.33
	●海外グループへの展開	●アジア消費者相談マネジャー会議開催	▶P.33
社員	●多様性の推進	●次世代育成法への対応	▶P.37
		●シニアパートナー制度導入	▶P.38
サプライヤー	●CSR調達を推進	●CSR調達基準作成と実施開始	▶P.41
株主・投資家	●配当金増配	●17期連続増配	▶P.42
	●株主総会の改善	●電磁的方法による議決権行使開始	▶P.42
地域社会	●市民活動支援	●みんなの森づくり活動の強化	▶P.44
環境	●環境目標の達成	●国内全工場のゼロエミッション達成	▶P.52
		●RSPOへの参加	▶P.15

## CSRマネジメント体制

コーポレートガバナンス  
**18**

CSR推進体制  
**20**

コンプライアンス  
**21**

リスクマネジメント  
**23**

品質保証  
**25**

RC(環境・安全)活動  
**28**

健全な成長を図りながら、企業としての社会的責任を果たしていくために  
 透明度の高い経営を実現するコーポレートガバナンス体制の構築に努めています。

## コーポレートガバナンス体制

### 基本的な考え方と経営体制

花王は、企業価値の継続的な向上を実現するために、効率が高く、健全で透明度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。また、その強化を重要な経営課題と位置づけ、適宜必要な施策を実施しています。

この考え方に則り、花王は2002年度から、取締役と監査役という枠組みのなかで監督と執行の分離を進めるために、執行役員制度を導入するとともに、社外取締役による経営陣への牽制機能を強化しました。

2007年3月末現在、花王の経営陣は、社外取締役2名、代表権をもたず執行に携わらない取締役会議長を含む取締役15名、取締役兼務者11名を含む執行役員23名の体制となっています。

### 取締役の選任・報酬・評価の仕組み

役員を選任・報酬に関しても透明性を確保するよう努めています。具体的には、社外取締役と社外監査役だけで構成される会長・社長選任審査委員会を設置し、会長と社長の選任・再任に関する適正性について意見を具申する仕組みを設けています。

代表取締役、取締役会会長、社外取締役によって構成される報酬諮問委員会を設置し、現任の取締役、執行役員の報酬水準について毎年1回、役員報酬改定時期に審査しています。役員報酬は、株主との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などを基準とした業績連動型報酬としています。

また、定期的に役員の「360度多面評価」を行っています。これは役員として備えるべきリーダーシップを明確にし、上司、同僚、部下の三方向からの評価により、自らの資質改善を目的としています。

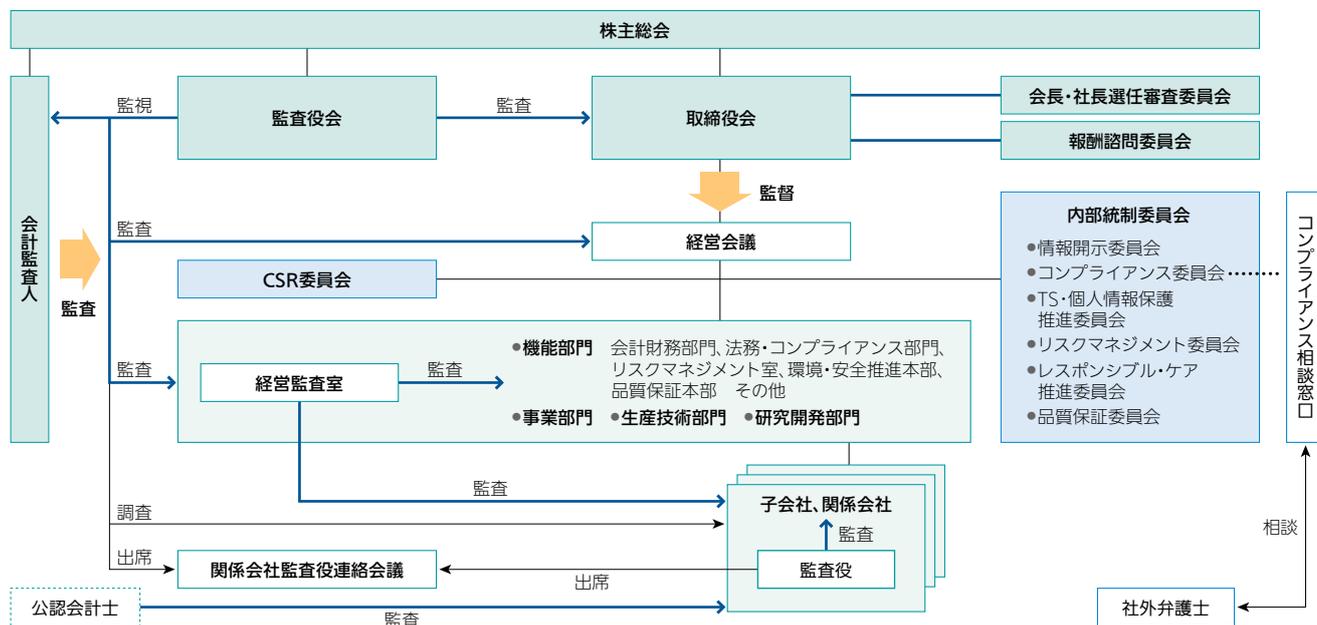
### 経営や事業活動への監視・牽制機能

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監査する目的で経営監査室を設置しています。

社外監査役2名を含む4名の監査役は、代表取締役との定期的な意見交換、経営会議そのほかの重要会議への出席、国内グループ会社の監査役との定例の連絡会議のほか、必要に応じて内部監査部門および会計監査人との情報交換を行うなど、監査の実効性と効率性の向上を図っています。

2006年度は、社内規程に対する準拠性監査、外国為替および外国貿易法に基づく輸出監査などを行いました。

## ガバナンス体制



## 内部統制システム

### 内部統制の仕組みづくり

花王では、内部統制の基本方針や整備・運用計画の審議・決定などを行う内部統制委員会(委員長:代表取締役社長執行役員)を設置しています。

内部統制委員会には6つの関連委員会があり、「情報開示」「コンプライアンス」「TS※・個人情報保護推進」「リスクマネジメント」「レスポンシブル・ケア推進」「品質保証」の側面からPDCAサイクルを回しながら内部統制を推進しています。また、6つの関連委員会の主要メンバーである役員が参加し、全体を統括する役割を担う内部統制委員会事務局には、法務・コンプライアンス、環境・安全推進、品質保証、リスクマネジメント、人材開発、会計財務、情報システム、経営監査を担当する部門の責任者も参加しています。

2006年5月には、「内部統制整備に関する基本方針」を策定し、体制の整備に努めています。

※ TS Trade Secret (機密情報)

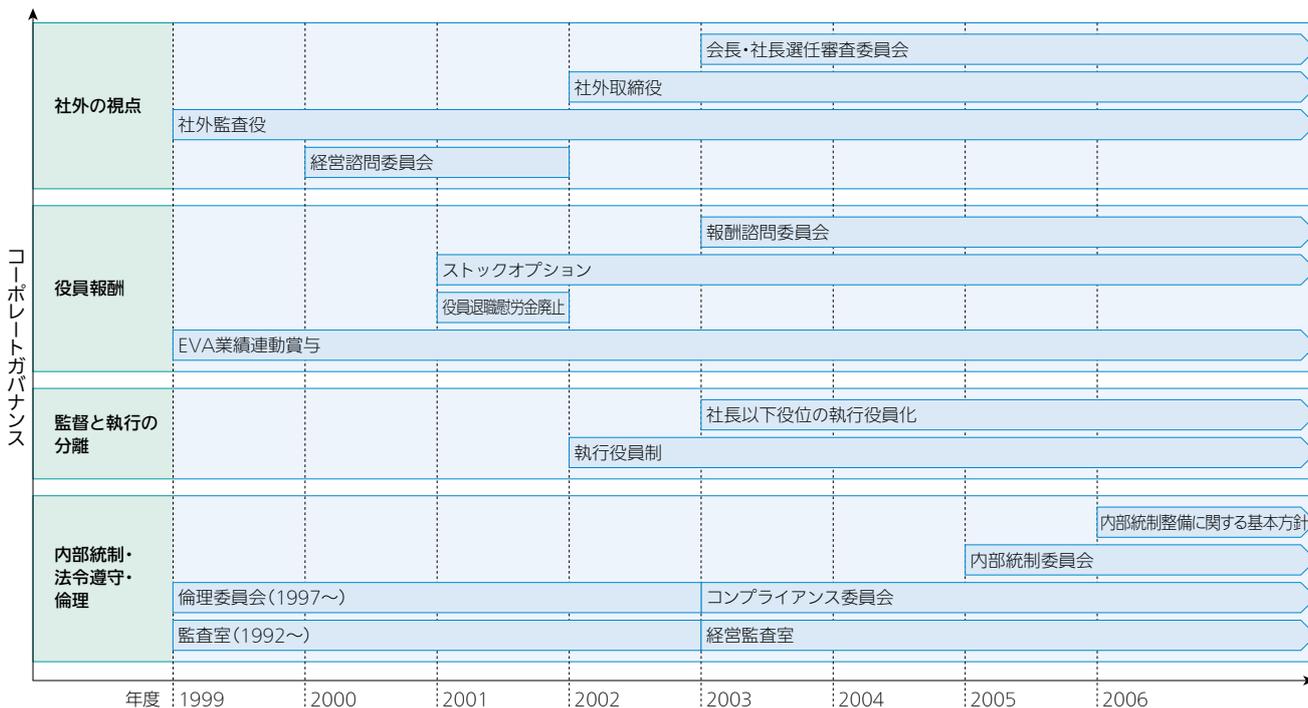
### 「文書化推進プロジェクト」の開始

2006年から、財務報告にかかわる内部統制システムの構築に向けて、「内部統制整備文書化推進プロジェクト」を開始しました。プロジェクトは、株主・投資家をミスリーディングせず、財務報告の信頼性、経営の透明性をより向上させることが目的で、主要な花王グループ会社の主な業務内容を文書化し、業務手続上のリスクとコントロールを明確化し、業務が適切に行われているか否かを評価しています。

2006年度は、花王および主要な国内関係会社の主な業務について文書化を進め、2007年度上期中にこれら文書の評価・改善を実施する計画です。また、主要な海外関係会社における業務文書化もスタートしており、2007年度下期中には、2008年度から実施される内部統制監査の事前監査を受ける予定です。

HP コーポレートガバナンス報告書  
[http://www.kao.co.jp/corp/about\\_kao/a08/](http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a08/)

### 継続する経営改革



CSRをグループ全体の活動として継続的・計画的に推進していくために  
 専門委員会、専任部署を設けるなどの全社横断的な組織を整備しています。

CSR推進体制

基本方針と推進体制

花王では、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」「CSR推進部」を設置しています。隔月で開催されるCSR委員会では、全社のCSR課題を検討し、各部門ごとに課題の解決を図っています。各部門では、「花王ウェイ」に基づく企業活動を機軸に、社員の多彩な能力を活かす仕組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、地球環境保全など、多様な取り組みを継続的に強化・充実しています。

また、国際社会のなかで社会的責任を果たしていくため、国連が提唱する企業の自主行動原則「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。花王では毎年、全世界の花王グループ会社にGCに基づいた調査を実施していますが、2006年度も児童労働など、問題になる事例は報告されていません。

今後は、花王のCSRの基本方針や各種の取り組みを、国内外の花王グループ各社、関係会社内各社に展開していくよう体制を整備していきます。

※ グローバル・コンパクト

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、アナン前国連事務総長から提唱された考え方

HP グローバル・コンパクト  
<http://www.unic.or.jp/globalcomp/>

全員参加型の活動を推進

花王は、CSRを果たしていくためには、全社員がCSRを意識し、具体的な現状や課題を踏まえながら活動を推進していくことが不可欠と考えています。

こうした考えをもとに、2006年度は、「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・浸透を目的とした社員向け説明会を開催しました。

社内でのCSR啓発推進

入社時や昇格時などの定期研修時に、CSRに関する説明を実施しています。

2006年度は、これらに加え、主に生産、研究部門を対象に、CSRについての説明会を21回開催しました。

また、海外の関係会社に向けた啓発活動を推進するために、タイ花王をモデルケースとして、現地でCSR研修会を実施したほか、海外人事部門リーダー研修など、アジア各国からグループの社員が集まる研修を利用してCSR説明会を実施しました。

一方、地球環境への意識を高めるため、映画「不都合な真実」の鑑賞券を社員に優待支援するとともに、役員全員への上映会を実施しました。

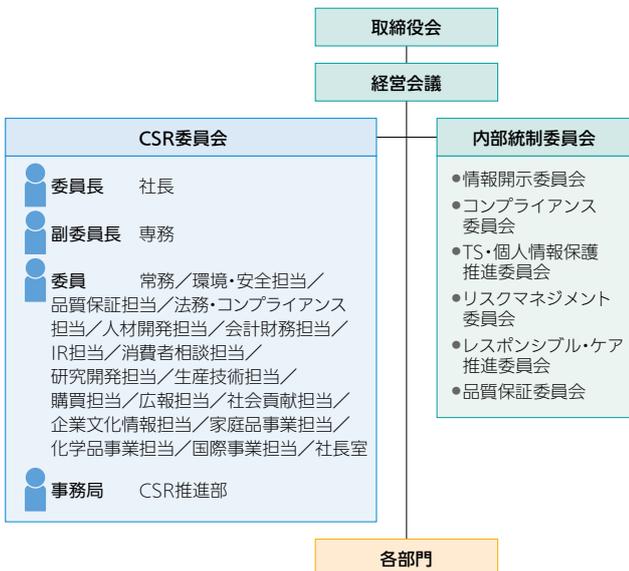
CSRレポートの配布、アンケートの実施

CSR活動の全体像を社員に知ってもらうために、前年度に引き続き、2006年度も国内グループ各社の社員約15,000名、海外グループ各社の社員約1,500名に「CSRレポート」を配布しました。また、管理職全員に対して、担当部門の社員がレポートを読むよう要請しました。

同時に、社員のCSR意識を把握し、またCSRレポートの改善を図るために、レポートに関するアンケートを実施しました。アンケートには、約1,000名から回答があり、「会社全体の活動がよくわかる」「社会の信頼を得るために重要な活動だと感じた」「前年版より充実した」などの感想のほか、「分量が多過ぎる」「読むための工夫をして」などの要望が寄せられました。

また、回答者の80%以上が「花王のCSRを理解している」との結果が出ましたが、「CSRがもっと日頃の活動のなかに定着する必要性を感じている」との意見もあり、CSRを実践面で浸透させていくことが今後の課題となっています。

CSR推進体制(2007年3月31日現在)



「花王ウェイ」が掲げる価値観、「正道を歩む」を基盤に、法と倫理に則って行動し、誠実で清潔な事業活動を通じてステークホルダーの支持と信頼に応えていきます。

## 基本的な考え方と推進体制

近年の続発する企業不祥事の影響から、消費者の企業を見る目は年々厳しくなっています。花王では、「花王ウェイ」のなかに定めた「基本となる価値観」の一つに「正道を歩む」を掲げ、法と倫理に則って行動し、誠実で清潔な事業活動を行うことで、すべてのステークホルダーの支持と信頼に応えることを明文化しています。また、社員が日常的な業務を行う際の行動指針として、「花王ビジネスコンダクトガイドライン(BCG)」を制定しています。作成にあたっては日本経済団体連合会の企業行動憲章やグローバルコンパクトなどを参考にしています。

### 花王ビジネスコンダクトガイドライン

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

HP 花王ビジネスコンダクトガイドライン全文  
[http://www.kao.co.jp/corp/about\\_kao/a02/](http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a02/)

## コンプライアンス推進体制

花王は、常務執行役員を委員長とし、各部門や関連会社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・改定、企業倫理の浸透・定着のための推進活動の実施、コンプライアンス相談・通報窓口の運営・対応状況の検討や確認などの業務を担当し、重要事項、決定事項を取締役に適宜報告しています。

また、コンプライアンスの徹底のために、独自の仕組みである「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中で、法令ごとに選任し、氏名を社内公開しています。社員が

業務を遂行するにあたって法令違反にあたるか否かを判断する際、法令エキスパートは最初の相談窓口となります。さらに、法令エキスパートは、花王における業務が法令や社内規程に反することなく遂行されていることをチェックしており、取締役の監査業務を支援する役割なども担っています。2007年3月末現在、247の法令について84名の法令エキスパートが登録されています。

2006年度の法令エキスパートによる社内説明会は、化学物質総合管理関連、輸出管理貿易令関連、薬事法、改正消費生活用製品安全法、個人情報保護法、証券取引法などに関して行われました。

なお、2006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。

### ■公正取引に関するコンプライアンスの徹底

花王では、BCGで、すべての取引を公正、誠実に行うことを規定しています。また、商品開発から販売までの各プロセスでは、主に以下のようなチェックを実施しています。

- 開発各部門での商品表示チェック
- 広告宣伝部門だけでなく商品開発からマーケティング部門までが参加する広告検討会

## コンプライアンス相談・通報窓口の拡充

法律・倫理違反のおそれがある業務に関する社員の相談・通報窓口として、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相談・通報窓口と、弁護士など専門家に委託している社外相談・通報窓口を設けています。対象は、国内の花王グループの全社員で、お取引先などの社外の方からも相談を受け付けています。また、相談内容は、相談者のプライバシー保護を徹底した上で、その都度該当部門へ確認を行い、是正すべきであれば、改善を図っています。

2006年度は、平均して月10件前後の相談がありましたが、重大な法令違反と判断された事項はありませんでした。

海外の花王グループ社員を対象としたグローバルヘルプラインの導入も検討しています。具体的には、2007年度に北米の関係会社で、アウトソーシングサービスを活用して24時間365日、母国語で相談できる体制を試験運用する計画です。この成果を踏まえて、将来は海外の花王グループすべてにヘルプラインを導入していく予定です。

## コンプライアンス監査とモニタリング

花王では、経営監査室によるコンプライアンスについての内部監査や、全社員による社員意識調査「Find」(▶P.38)、各部門のコンプライアンス委員による「自部門診断」、研修参加者による「コンプライアンス意識のセルフチェック」などを定期的に実施しています。

### ■ネット学習ツールの試験運用を開始

「BCG」の全社員への浸透を徹底するため、ネット学習ツールを準備しています。2006年度には、短時間で理解しやすく親しみやすい内容のパイロット版プログラムを作成、2007年度中の運用開始に向けて試験運用を行いました。将来的には全社員がネット学習ツールを受講し、プログラムに付帯するテストを受けることにより、BCGの一層の浸透をめざしています。

## 知的財産権の保護

知的財産権は、事業活動を支える重要な基盤の一つです。花王では、事業活動に沿った自社の知的財産権の積極的な取得を推進するとともに、他社による権利の侵害についても法令に則り、厳正に対応しています。一方で、他社の権利を侵害しないよう努めています。

花王では“よきモノづくり”を円滑に実施するために、技術特許や実用新案などを扱う知的財産センター、商標・著作権などを担当する商標部などの専門部署を設置し、知的財産権の保護に注力しています。商標部ではアジアの模倣品問題にも対応しています。

また、研究開発やマーケティングなどの部門では、知的財産センターや商標部と緊密な連携を取り合いながら、新製品開発プロジェクトの初期段階から当該製品に関する公知技術や知的財産権の徹底調査を行い、自社の権利の取得を図るとともに、他者の権利の侵害防止に努めています。

## 情報セキュリティ、個人情報の保護

花王では、個人情報保護法などの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」をベースに、「機密情報取扱ガイドライン」「個人情報取扱ガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」を制定しています。また、内部統制強化の一環として、TS(トレードシークレット)・個人情報保護推進委員会や、各部門のTS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しています。また、委員や責任者、担当者への教育、啓発も継続的に行っています。

個人情報保護に関しては、事業活動に伴い、キャンペーンの応募者や消費者モニター、生活者コミュニケーションセンターへの相談者など、多くの個人情報をお預かりするため、経済産業省のガイドラインなども活用しながら厳格に管理しています。個人情報の取り扱いを含む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、監査の実施などの監督を徹底。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。

### 自主パトロールの実施

毎年7～8月に、各部門・部署のTS推進委員と個人情報管理責任者が、自部門のTSおよび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月に開催される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。2006年度は、委託先側の管理体制の不備などの課題があったため、監査を通じて改善を要望するなどの対応策を強化しました。

### 化粧品販売資料の漏洩について

2007年1月、化粧品販売会社のお取引先の機密情報がインターネット上に漏洩していたことが判明しました。これは、社員が自宅に情報を持ち帰り、業務を行った際、個人のパソコンにコンピュータウイルスに感染したファイル交換ソフトがインストールされていたことが原因です。花王はこの情報漏洩を重く受け止め、社内規定やTS・個人情報の取り扱いルールについて、グループ会社も含めて改めて周知徹底を図るなど、再発防止に努めました。

## リスクマネジメントポリシーと、事業部門と機能部門のマトリックス組織をもとに毎年テーマを設けて活動を強化しています。

### 基本的な考え方と「リスクマネジメントポリシー」

品質・安全・環境などへの配慮を徹底し、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。

こうした認識をもとに、花王は、「リスクマネジメントポリシー」に基づき、顧客、取引先、地域住民、社員などの①人命尊重 ②環境保護、③操業維持、④資産保全など、リスク管理・対応の優先順位づけを明確化してリスク管理に取り組んでいます。

### リスクマネジメント体制

花王は、取締役会で定期的に全社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、経営環境・市場環境・新製品開発・海外ビジネス・原材料相場・人材育成な

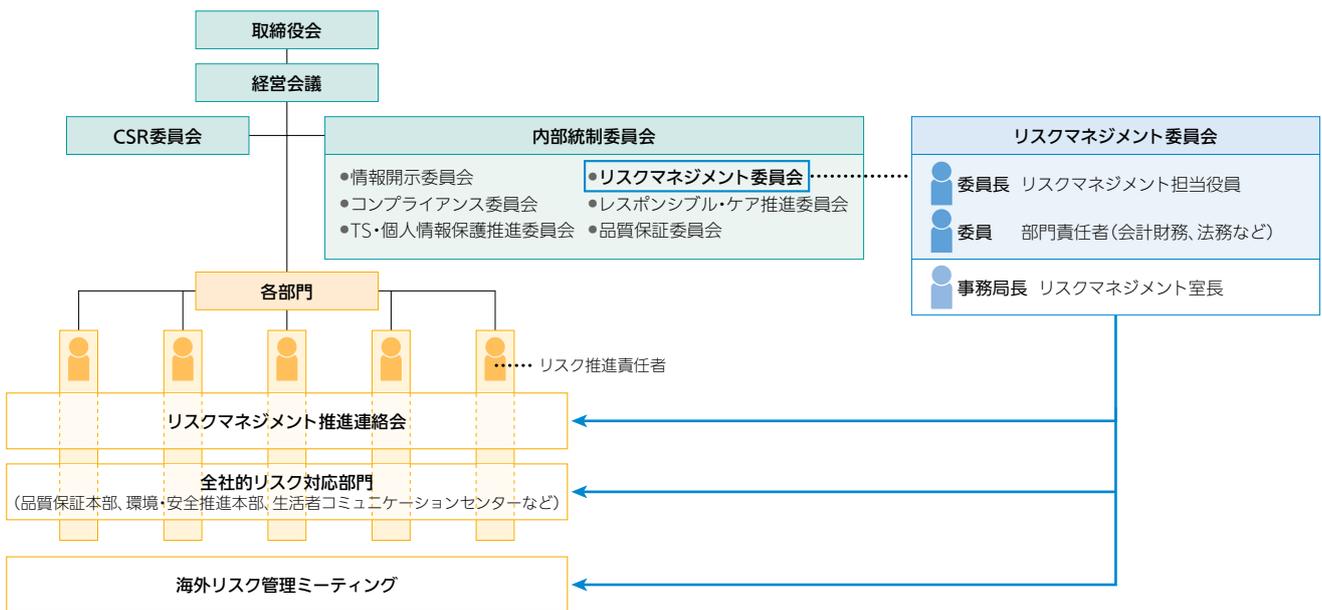
どにかかわる経営戦略上のリスクについては、事前に関連部門においてリスクの分析や対応策を検討し、必要に応じて経営会議や取締役会で審議、決定しています。

各部門では、リスク推進責任者を定め、災害・事故や品質トラブルなど所管部門での業務運営上の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、リスクの確認、評価、回避・低減策の検討、処理方法の策定など適切なリスク管理を推進しています。また、リスク管理方法の標準化などを図っていくために、リスクマネジメント責任者が年3回集まる「リスクマネジメント推進連絡会」を開催するほか、適宜、社長や取締役会にリスク管理状況と対応策を報告しています。

さらに、品質や環境、情報システムなど全社横断的な業務を遂行する主管部門も、同様の観点でリスク管理を実施するなど、マトリックス組織型のリスク管理体制を構築しています。

連結売上高の4分の1を占める海外事業の業務運営上のリスクについては、「海外リスク管理ミーティング」を隔月で開催し、情報交換を行うほか、駐在員研修や緊急連絡網など、体制の整備も行っています。

#### リスクマネジメント体制



### 「リスクマネジメント室」の活動

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、部門横断的・グループ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」を設置しています。

リスクマネジメント室は、役員およびリスクマネジメント委員で構成する「リスクマネジメント委員会」を定期的に開催し、毎月、個々の部門のリスク管理活動の計画立案・実施・報告を確認するほか、関連各部門との情報交換を通じてリスク管理活動の強化を図っています。なお、リスクマネジメント委員会は、2005年9月から、「内部統制委員会(▶P.19)」の一つの委員会となりました。

### 重大リスクと発生時の対応強化

花王では、「事故・災害リスク」や「製品欠陥リスク」などの重大リスクを定め、「人命尊重」を第一としたさまざまなリスク管理体制・活動を構築・推進しています。

2006年度は、万一、リスクが発生した場合の被害・損害を極小化するために、重点テーマとして「事故・災害リスク、商品リスクの予防・初動対応の強化」や「事業継続計画(BCP※)の策定」を取り上げ、活動を強化しました。BCPは、事業影響分析、事業継続計画の策定、実施および運用からなり、大規模災害が発生した際、いかに事業の操業を復旧し、維持するかという取り組みです。業務の優先順位づけ、他工場での代替生産の可否、指揮命令系統の整備、代替拠点の確保など、さまざまな観点から検討を進めています。

※ BCP Business Continuity Plan

### 緊急時・災害発生時の対応

地震などの自然災害や事件・事故などの緊急事態の発生に備えて、各種の対応策を準備しています。

例えば、自然災害が発生した際の社員の安否確認については、職場ごとの連絡網の作成はもちろん、夜間や深夜に備えて「安否情報登録システム」を導入しています。また、帰宅困難者の問題に対しては、食料や寝具を用意して数日間、会社に留まれるようにしています。

これら対応策や具体的な手順については、BCPに明記しています。

### 主要リスクの調査・定量化

2006年度は、「全社リスクマネジメント活動の推進」をテーマに、各部門における主要リスクの調査・定量化を行いました。具体的には、「災害発生による工場停止」など各種のリスクが発生した際のシナリオを想定し、被害額などを算定。重要度や金額の多さなどを全社のリスクマップに反映しました。また、防災対策本部通報訓練や安否確認システム入力訓練なども実施しました。

また、2005年度に引き続き、各事業所におけるBCPの策定を進めたほか、鳥インフルエンザなど海外リスクへの対応体制も強化しました。

開発段階から販売後までの全社的な品質保証体制を構築するとともに、  
万一の品質問題が発生した際の対応を強化しています。

## 品質保証活動の基本方針

花王は、化学品原料から一般消費者向けの家庭用製品まで、1万種類を超える原料を取り扱い、数千点の製品アイテムを消費者や顧客にお届けしています。これらすべての製品を、すべてのお客様に安心してご利用いただくために、「品質を評価するのは消費者の皆様」という消費者起点の考え方を第一に据えた「品質保証活動の基本方針」を定めています。

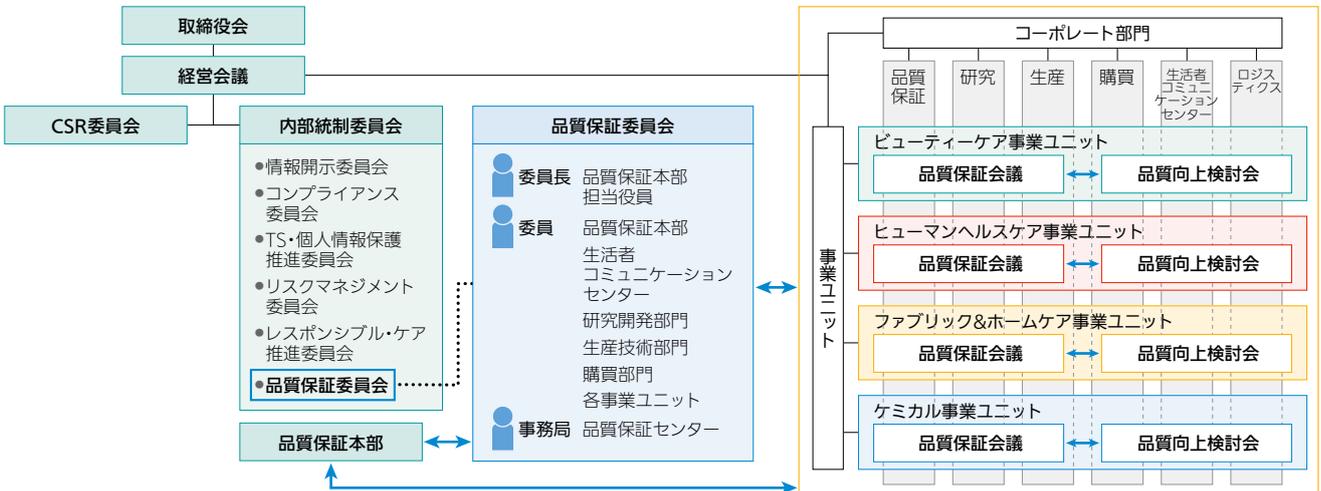
### 品質保証活動の基本方針

1. 品質の評価者は消費者・顧客
2. 使い続けていただける商品の提供
3. 安心して使える商品作り
4. 法規制の遵守
5. 透明性の高い企業活動と説明責任

## 品質保証体制

内部統制委員会を構成する「品質保証委員会」が、その活動の有効性と信頼性を確認する全社品質保証活動を推進しています。また、社内で独立して品質責任を担う品質保証本部が活動を統括・推進しています。「品質保証委員会」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が参加して品質基本方針や施策を審議・決定するとともに、各事業部

### 品質保証体制

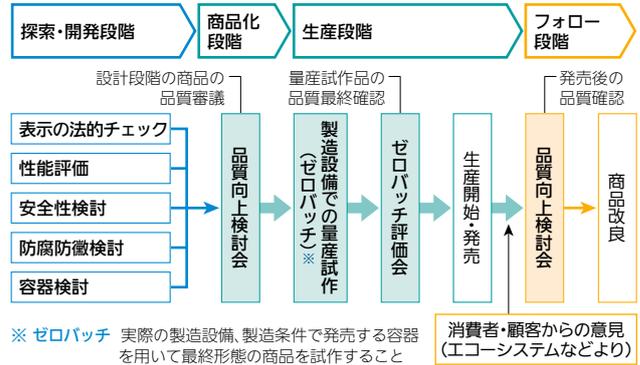


門ごとに行われる「品質保証会議」「品質向上検討会」の討議内容や活動の進捗状況を把握・チェックしています。

## 開発段階から販売後までの全社品質保証活動

花王は、研究から商品開発、生産、流通、販売、さらには使用後の廃棄に至るまで、すべての段階で全社横断的な検討会（安全性検討会、防腐防黴検討会、容器検討会、品質向上検討会など）を実施し、原料、使用方法、商品表示、社会的責任などの幅広い視点から商品の品質を保証しています。これらの活動を通じて、お客様に商品を知っていただく段階から、使用、保管、廃棄まで、最終製品として信頼と支持が得られるかを厳しく吟味し、トータルな「安全・安心」を提供できるよう努めています。

### 品質保証フロー



※ ゼロパッチ 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の商品を試作すること

消費者・顧客からの意見 (エコシステムなどより)

## 全社的な安全管理体制

常に安全性を重視して品質の高い商品を開発・提供することを“よきモノづくり”の基本としています。商品および原料の安全性に関しては、厳しい安全性評価基準を定めて科学的なリスクアセスメントを実施するとともに、実際の使用や予測できる誤使用に関してもさまざまな評価・検討を行い、安全性が確認できた商品だけを発売しています。

しかし、商品に表示している注意事項を守っていただけなかった場合など、日々の暮らしのなかでは思わぬ事故が起こることがあります。また、2006年には湯沸かし器などの事故を契機に、2007年5月14日から改正消費生活用製品安全法が施行されました。こうした情勢に対応して、花王では、万が一、安全性にかかわるトラブルや事故が発生した場合には、お客様の安全・安心を第一に、快復していただくことを最優先に対応するとともに、原因究明と再発防止のための適切な措置を迅速に実施できるよう、品質保証本部を統括部門とした全社安全管理体制を構築しています。

今後も、人への安全性を最優先に、厳しい安全性評価と注意喚起など適切な情報提供、活動に努めていきます。

### 安全性評価の基本的な考え方

- 原料(配合成分)および最終製品の両方について、安全性の評価確認を行うこと
- 商品が使用される通常の使用条件および予測し得る誤使用条件で、人の健康や環境に対する安全性が十分確保できること
- その時点での最新の技術および知識を用いること
- 法規制を遵守し、商品の安全性については、社会科学的視点で議論を尽くし確認すること

## 動物実験代替法の開発、確立

花王では、動物愛護の観点から、国や他企業と協働しながら動物実験代替法の確立に取り組んできました。また、EUでは2009年から、動物実験を経て開発した化粧品の販売が段階的に規制されることから、近年は従来にも増して積極的に研究開発に取り組んでいます。得られた研究成果は、誰もが利用でき

るよう積極的に学会や学術論文として発表しています。

2006年度は、(株)資生堂と共同開発した基盤技術をもとに、化粧品会社7社、国立医薬品衛生研究所と化粧品原料アレルギーの有無を調べられる代替試験法の実用化を開始しました。また、花王とカネボウ化粧品の安全性に関する研究所が共同で、実験動物を使わずに短期間で安全性試験ができる手法を開発しました。(▶P.30)

## ヘルスケア食品の品質保証

花王は、ヒューマンヘルスケア研究に基づく健康機能を追究し、毎日の食生活のなかで安心して食していただける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。これら食品の品質保証に関しては、次の2つの取り組みに注力しています。

- 商品開発にあたっては、有効性および安全性に関して、社内だけでなく、社外の栄養学や医学の専門家との研究も含めて、幾度も評価を重ねて発売する
- 製造・加工プロセスにおける品質管理の徹底と、基原原料※から消費までのトレーサビリティにおける品質保証を実施する

### ※ 基原原料

第一次農畜水産品そのものを指す。例えば、食用油における大豆など

## 食品原料のトレーサビリティ、監査

食品に使用するすべての原料について、商品のロット番号から栽培・採取国までさかのぼり、法規への適合性はもちろん、使用原料の基原原料まで追跡できるトレーサビリティシステムを構築しています。原料供給元に対しては、これらトレーサビリティにかかわる情報を確認した上で、原料品質規格証明書による契約を取り交わしています。

また、定期的な監査および原料供給元との会議などを通じて契約内容や管理体制を確認しています。

## 賞味期限管理

花王の食品の賞味期限は、種々の保存試験の評価結果に十分な安全率を掛けた上で、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、お客様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て生産・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期間の3分の1の期間を販売店への納品期限として設定し、製造ロット番号での管理体制とトレーサビリティを構築しています。

※ 花王の品質保証に関する考え方やマネジメント体制の詳細については、「花王の品質保証活動」というパンフレットにまとめて、発行しています。

### 商品回収について 2006年7月の回収事故の反省を活かして

2006年7月、大阪の百貨店のギフトコーナーで、「エコナヘルシー&ヘルシークッキングオイル」の贈答用試供品において、賞味期限が過ぎたものを誤ってお客様に配布したことが判明しました（配布数は最大48個）。花王では、緊急・重大品質トラブル対応規程に基づき、自主回収を行いました。花王はこれまで商品の賞味期限管理に注力してきましたが、試供品についての期限管理は不十分でした。この反省に立ち、花王は、試供品についても製造から賞味期限までの期間の3分の1の期間を残した配布期限を設定するとともに、配布記録や在庫の管理の徹底などの措置をとるよう、管理体制を強化しました。

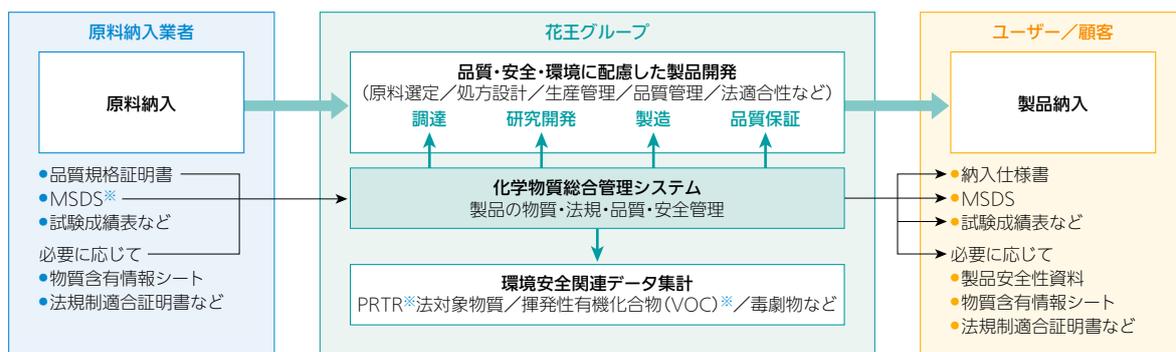
## COLUMN 化学物質総合管理システム

花王は2001年から、「マスター・インデックス (Master Index)」※と呼ぶグループ内で統一化された原料コードをもとにデータベース化した化学物質総合管理システムの構築を開始。順次、物質登録を増やすとともに、最新の法規制（化学品・薬事品・食品・環境関連規制）情報を取り入れ、品質管理部門を含めた各部門で情報共有することで、開発段階から出荷・流通段階まで、どの段階でも製品の安全性や法規制の遵守状況を確認できるようにしました。また、原料トレーサビリティの観点から、個々の製品にどんな成分をもつ原料が使われ、それらが各種の安全性基準や法適合性、社内管理基準にどう則っているかも瞬時にわかるようになっていきます。

さらに近年は、事業活動のグローバル化や事業分野が拡大する一方で、世界の法規制が変化し、品質管理の手法が高度化するなど、事業環境の変化に対応したシステム強化の必要性が生じてきました。そこで花王は、2006年、従来の機能をベースに、国内だけでなく、世界各国の化学物質の法令遵守やそれに伴う表示対応ができるようにしたほか、品質や労働安全面のデータを加え、商品の研究開発段階から多目的に活用できる「新商品化支援システム」を開発。これにより、研究開発の迅速化やグローバル化に迅速に対応することができます。花王グループでは、このシステムを“よきモノづくり”を支える基幹システムとして位置づけています。

※ マスター・インデックスは、家庭品製品、化学品配合製品、原料、成分の4つの階層で構成されています

### 花王の化学物質総合管理の概要



## 化学産業界の自主管理活動「レスポンスブル・ケア(RC)活動」の考え方に則り、「環境」「安全」の視点から全事業の活動をマネジメントしています。

### 環境・安全活動の基本方針

花王は、商品の開発・生産・流通・販売までの全事業サイクルにわたってステークホルダーの皆様の安全を確保し、地球環境に配慮した活動を行うために、化学産業界の環境・安全管理の自主管理活動「レスポンスブル・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※に「社会とのコミュニケーション」を加え、研究開発、生産技術などの各部門が自主的な活動を推進しています。

※ RC活動の基本5項目

「環境保全」「保安防災」「労働安全衛生」「化学品・製品安全」「物流安全」

#### 環境・安全の基本理念

商品の開発・生産・流通・消費・廃棄までの事業の全段階において、環境の保全と人の安全に配慮し、持続的発展可能な社会の実現と世界の人々の暮らしに貢献します。

#### 環境・安全の基本方針

1. 従業員の健康・安全と操業の安全
2. 環境・安全に配慮した製品の開発
3. 省資源・省エネルギー・廃棄物削減
4. 地域の人々の安全と環境保全に責任ある対応
5. 法規制・自主基準の遵守
6. 教育の充実
7. 自主評価の実施
8. 情報開示と社会からの信頼の向上

HP 環境・安全の基本理念・基本方針全文  
<http://www.kao.co.jp/corp/ecology/>

### マネジメント体制

各部門での自主的な活動のレベルアップを図るために、花王では、環境・安全推進本部長が委員長を、各部門の代表者が委員を務める「RC推進委員会」を毎年12月に開催しています。

RC推進委員会は、理念の徹底やマネジメント体制の強化など、各部門の活動を支える取り組みのほか、毎年10月に行う内部監査の結果をもとに、次年度の活動目標などを審議しています。

また、毎年3月には「RC推進計画検討会」を開催し、各部門から出される計画案を一つひとつ審議し、さらなる改善につなげています。2007年3月に開催した検討会では、新たに花王グループの一員となったカネボウ化粧品も参加し、2006年度の活動報告、2007年度の計画案についても意見を交換しました。

なお、RC推進委員会は、2005年9月から、新たに設置された「内部統制委員会(▶P.19)」の一つの委員会となりました。

●環境マネジメント

運用している基準、規程類、仕組みとして、「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」「商品開発5原則」「安全性検討会」「環知安システム」などがあります。

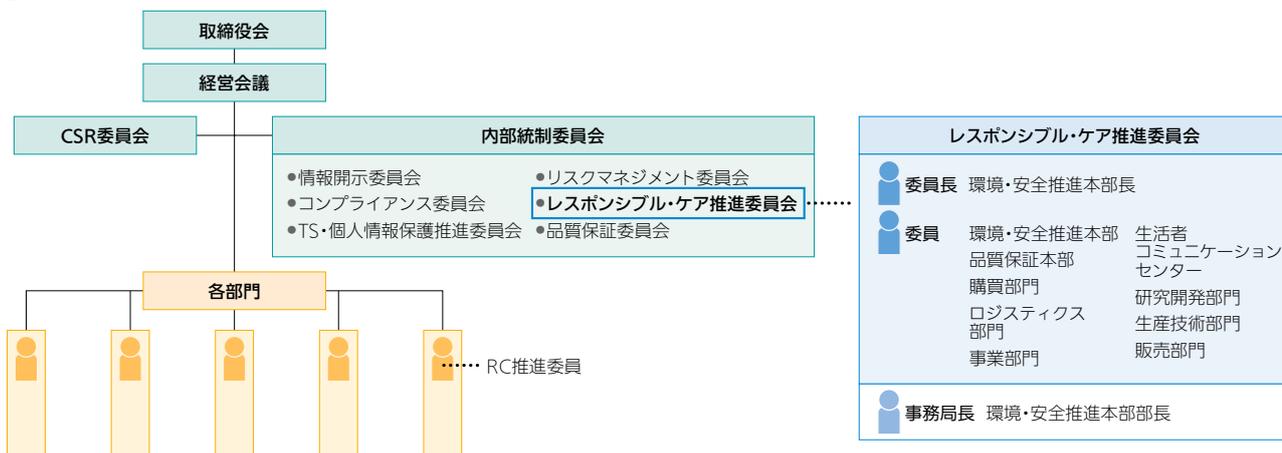
●保安防災マネジメント

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、災害への対応については、「防災対応指針」「救援物資供給要領」を設けています。指針、要領では、地域への支援活動や救援物資の供給方針、手順なども定め、災害発生時には状況に応じて地域への支援を迅速に行っています。

●労働安全衛生マネジメント

事業場ごとに設置している安全衛生委員会の委員とともに、「労働災害ゼロ」に向けた作業環境や設備の改善、安全教育などを行っています。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

### RC推進体制



づいた機械設備のリスクアセスメントや化学設備のセーフティアセスメントを実施し、危険源に対する施策を積極的に進めています。また、工場横断的に安全活動を討議する安全部会を生産技術部門に設けています。

●化学品・製品安全マネジメント

化学原料から一般消費者向けの家庭用製品まで幅広く網羅してマネジメントするため、「化学物質総合管理規程」「化学物質総合管理システム」などの規程や仕組みを整備しています。

●物流安全マネジメント

物流の事故、災害防止のために、物流業務にかかわる社員および輸送業者などにエラーカード(▶P.55)の整備、携帯を要請するとともに、教育研修や緊急時の対応訓練などを実施しています。

HP ISO等認証取得一覧

<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/>

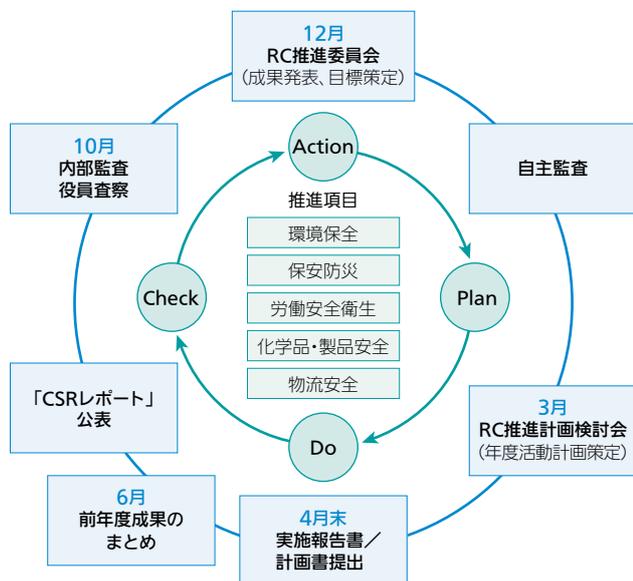
内部監査

毎年10月にRC活動の内部監査を実施し、部門ごとの進捗状況や課題を把握しています。これらの情報は、12月のRC推進委員会における経営層のレビューを経て、次年度の方針や目標策定に活かしています。

2006年度は、2005年度から6部門を加えた28部門を対象に内部監査を実施し、その結果、重大な指摘事項はありませんでした。

なお、今後、内部監査の有効性をさらに高めていくために、各マネジメントシステムの完成度の確認にとどまらず、環境パフォーマンスの向上や安全対策活動などの自主的な確認も積極的に行っていく方針です。

RC活動の年間サイクル



RC活動に関する教育

花王では、RC活動において必要なISOや労働安全衛生活動に関する教育を、社員や協力会社の社員を対象に継続的に実施しています。教育は、RC事務局や各部門のRC担当者が担当しており、特に環境・安全に関する広範な知識が求められる生産技術部門では、各階層別に教育を実施しています。国内で実施する講座には、海外の生産拠点からも多くのエンジニア、オペレーターが参加しています。

環境・労働安全データベース「環知安システム」

PRTR法対象物質や揮発性有機化合物(VOC)の削減、また、労働災害や事故の発生数を低減するために、花王では化学物質総合管理システム(▶P.27)や環境・労働安全データベース「環知安システム」を構築しています。\*

これらのシステムを活用することで、環境負荷データや労働災害・事故報告が蓄積され、温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率などが自動算出でき、また、PRTR法に則った管理業務やMSDSの発行・管理業務もより正確・迅速に行うことができます。

\*「環知安システム」では、PRTR法対象物質に加え、(社)日本化学工業協会指定PRTR物質、揮発性有機化合物(VOC)、毒劇物について自動集計されます。また、共有しているデータは、エネルギー使用量、温室効果ガス排出量、SOxなど、ばい煙排出量、土壌・地下水測定結果、PRTR法対象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、交通事故統計などです。

RC内部監査結果(2006年度)

	生産技術部門	研究開発・事業・コーポレート	関係会社
被検査部門数	8	17	3
設問数	489	459	65
継続観察が必要な項目	79	54	8
評価平均点(5段階評価)	4.9	4.7	4.5

生産技術部門研修実績(2006年度)

研修名	目的	参加人数(名)
テクノスクール	エンジニアリングオペレーター育成	22
若手エンジニア塾	若手エンジニア育成	7
マネジメント基礎	リーダー層の育成	53

## 2006年度における外部からの主な評価や表彰

## 外部機関からの主な評価

調査機関／掲載誌	調査名称	2006年度結果
日本経済新聞	企業評価システムPRISM	27位
Newsweek(日本版)	世界企業ランキング(CSR+財務業績 500社)	22位(日本1位)
日本経済新聞	働きやすい会社	36位
日刊工業新聞	「真の企業力」格付	5位
日本経済新聞	日経企業イメージ調査	ビジネスマン13位、一般16位
FORTUNE	Most Admired Company	Household & Personal Products 7位

## 主な社外表彰

表彰項目	内容
花王ヘルスケアリサーチセンターが「第3回日経ものづくり大賞」を受賞	▶P.10
ピリピナス花王がフィリピン経済区庁PEZAから「顕著なコミュニティ活動企業」として表彰	▶P.15
和歌山工場が2006年度「日本コージェネレーションセンター会長賞(産業部門)」を受賞	▶P.54
「ヘルシアウォーター」が2006年「日経優秀製品・サービス賞優秀賞」を受賞	「日経優秀製品・サービス賞」は、日本経済新聞が毎年1回、各分野をリードする、とくに優れた製品・サービスを表彰するものです。「ヘルシアウォーター」は特定保健用食品の表示許可を取得したスポーツドリンクとして、新たな市場を開拓し、スポーツドリンクの市場を再活性化したことが認められました。
「ジョン・フリーダ」のトリートメント「LCG」がWWDの「Breakthrough Product of the Year」を受賞	「ジョン・フリーダ(John Frieda)」の新製品「Luminous Color Glaze(以下、LCG)」は、ファッション業界の専門誌「WWD」が選ぶ「最も革新的な商品(マスカヘア部門)」で「Breakthrough Product of the Year」を受賞しました。
「ロリエアクティブガード」のパッケージが「第45回JPC衣料品部門賞」を受賞	JPC(ジャパンパッケージングコンペティション)は、(社)日本印刷産業連合会が主催して年1回行われる日本最大の商品包装展で、市場で販売されているコマーシャルパッケージの優秀性を競います。パッケージデザイン分野では最も歴史のある権威ある賞です。
花王とカネボウ化粧品が共同で行った動物実験代替法が日本動物実験代替法学会の「ゴールデンプレゼンテーション賞」を受賞	花王とカネボウ化粧品は、眼刺激性の評価に関する培養細胞を用いた試験法を開発しました。2006年12月に行われた日本動物実験代替法学会では、その有効性が高く評価され、優秀な発表に対して贈られる「ゴールデンプレゼンテーション賞」を受賞しました。
洗浄成分AGEの洗浄力に関する研究でアメリカ油化学会から優秀賞を受賞	非イオン界面活性剤AGE(アルキルグリセリルエーテル)は「ファミリー キュキュット」に使用され、高い洗浄力を示す基剤となっています。このAGEの応用研究の成果が2006年5月に行われた第97回アメリカ油化学会で発表され、界面活性剤・洗剤分野の優秀賞を受賞しました。
毛髪内脂質可視化技術がアメリカ化粧品技術者会の最優秀論文賞を受賞	花王は、毛髪内での脂質がどのように存在しているかを確認する技術を開発しています。その論文が米国の「コスメティックジャーナル」誌に掲載され、その年の最も優れた化粧品関連技術の論文に贈られる「ジョセフ P.シャウデリ賞」を受賞しました。
犬の抗肥満研究が、ペット栄養学会最優秀賞を受賞	第3回日本獣医内科学アカデミー学術大会(後援:農林水産省、(社)日本獣医師会、(社)日本獣医学会)において、花王のサニタリー研究所は「インスリン刺激性の異なる炭水化物の投与が犬の食後脂質代謝に及ぼす影響」の研究発表を行いました。低GI炭水化物による抗肥満技術が評価され、ペット栄養学会最優秀発表賞を受賞しました。
「第3回日本知財学会産業功労賞」を受賞	特許、商標などの知的財産を経営に活かしていく知財マネジメントが注目を集めるなか、花王は、知財重視の経営姿勢が総合的に評価され、知財の創出や活用に顕著な功績があった国内法入会企業として、「第3回日本知財学会産業功労賞」を受賞しました。
「第13回ディール・オブ・ザ・イヤー」国内社債部門で「ベスト・ディール」に選定	花王は、2006年7月に総額1,000億円の社債(花王債)を起債しました。この起債は、短期調達で賄ったカネボウ化粧品の株式取得および知的財産権取得の資金に置き換えるためのものです。これらの活動が評価され、資金調達案件の巧拙を評価する「第13回ディール・オブ・ザ・イヤー」の国内社債部門で「ベスト・ディール」に選ばれました。

## ステークホルダーへの責任

お客様への責任(消費者・法人顧客)

**32**

社員への責任

**36**

サプライヤーへの責任

**41**

株主・投資家への責任

**42**

地域社会のために

**43**

お客様の「声」に耳を澄ませ、「対話」を図るさまざまな仕組みづくりを推進し、商品開発や改良、販売後の情報提供などに活かしています。

## 消費者の声を“よきモノづくり”に活かす仕組み

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”を行い、豊かな生活文化に貢献するという企業使命の実現をめざしています。この使命を果たすため、花王では、消費者の声に真摯に耳を傾け、消費者相談から抽出した課題を情報システムを活用して全社で共有し、商品の改良や新しい企画開発につなげていくなど、消費者の声を“よきモノづくり”に活かす全社的な仕組みづくりを推進しています。

### “よきモノづくり”を支援する情報インフラ「花王エコシステム」

消費者の声を直接うかがう「生活者コミュニケーションセンター」では、花王製品を使う「消費者」としてだけでなく、相談の背景にある生活全般も含めて深く理解し、双方向のコミュニケーションにより、ともに課題を解決するよう努めています。

その迅速・正確・親切な対応をサポートする情報インフラが「花王エコシステム」です。

同システムには、花王の全商品について、基本情報から成分の変更履歴、商品と関連する生活情報など多岐にわたる情報がデータベース化されており、お問い合わせに応じて速やかに必要な情報を検索・確認し、ご返答することが可能です。

また、ご相談内容は個人情報の取り扱いに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。これを活用することで、商品別の相談傾向や生産数量ベースの相談の発現率などを各部門で解析し、商品開発やマーケティ

ングに活かすなど、常に消費者の声を“よきモノづくり”に反映させていくよう努めています。

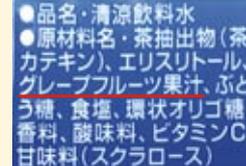
2006年度に寄せられた相談件数は、約13万3,000件(前年度比110%)でした。

## 消費者の声を商品にフィードバック

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、生産など関連部門の連携によって、商品の改良や新しい商品の開発にフィードバックされています。商品の性能ばかりでなく、容器の使い勝手や表示のわかりやすさ、広告表現などにも幅広く消費者の声が活用されています。

### TOPICS 消費者の声による表示改善事例「ヘルシアウォーター」

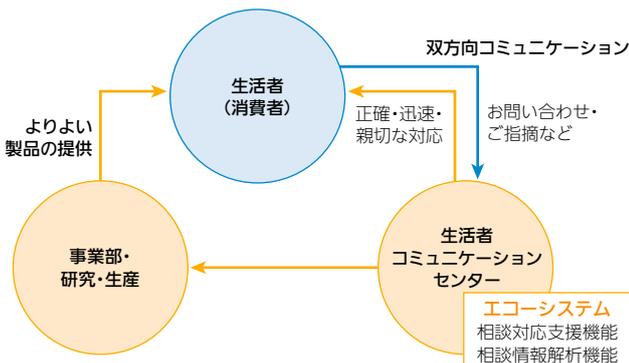
「ヘルシアウォーター」は、果汁を微量(0.5%)含んでいますが、果汁5%以下の場合「無果汁」と表示することを定めた規約に従い、これまで「無果汁」と表示してきました。



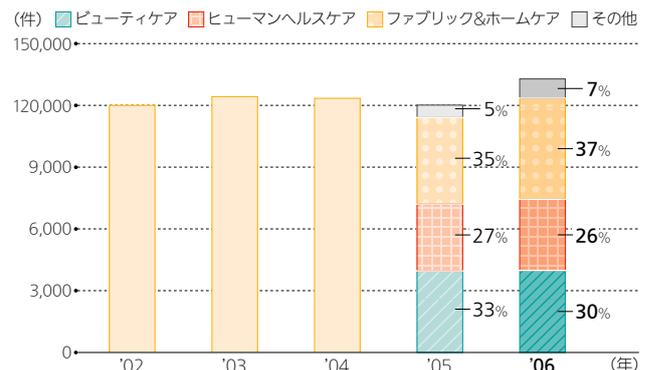
改善後の表示内容

しかし、降圧剤などを服用する消費者のなかには、グレープフルーツ果汁の摂取を控えている方もおられ、果汁の有無についてのお問い合わせが寄せられたことから、花王では2006年8月から「グレープフルーツ果汁0.5%含有」という表示を追加し、果汁含有がわかるようにしました。

### 消費者の声を商品に活かす仕組み



### 消費者相談件数推移(花王+ニベア花王)



## 消費者意識の動向から満足度までを把握

生活者コミュニケーションセンターでは、花王製品への満足度を的確に把握するために、消費者に対する定期的な意識調査とグループインタビューや家庭訪問調査など対面による情報収集を行っています。

また、毎年、相談対応の満足度も調査しており、2006年度の調査では、調査対象者約370名のうち、90%以上の方から「満足・やや満足」という評価をいただきました。花王は、今後も相談対応の満足度をベンチマーキングすることにより、さらに質の高い消費者対応とコミュニケーションの向上をめざしていきます。

## 適切な情報発信

商品の正しい使い方、安全性や環境に関する情報、商品に関連する生活情報など、消費者が必要とする情報は多岐にわたります。花王では、消費者のニーズにタイムリーに応える商品を開発し続けると同時に、長年の研究に基づくさまざまな情報を継続的に発信しています。

### 生活者視点に立った啓発活動や情報発信

生活者コミュニケーションセンターでは、「生活習慣病」「食育」などのテーマで、消費者や専門家を対象にしたセミナーを実施しています(▶P.11)。また、消費者からのお問い合わせが多い内容については、自社のホームページなどを通じて情報発信しています。

2006年度は、ノロウィルスによる食中毒の多発により、塩素系漂白剤に関するお問い合わせが増加したため、ホームページに関連情報をQ&A形式で掲載しました。

また、製品表示についても、変化する消費者実態を反映するように心がけ、消費者が安全かつ適切に使用できるように、内容や表現に十分な配慮を行っています。

### 障がい者への情報提供

花王は、バリアフリー社会の推進をめざして、(財)共用品推進機構と協力し合い、さまざまな障害を抱える人々の生活を理解してもらうためのビデオを制作し、希望に応じて全国の学校に寄贈しています。また、視覚障害のある方が花王製品を快適に使っていただけるよう、音声情報CDや点字シールの無料配布などを行っています。

## TOPICS

### 「国際ユニバーサルデザイン会議」に出展

2006年10月、「第2回国際ユニバーサルデザイン会議」に出展し、ユニバーサルデザインの先駆けともいえる「シャ



花王ブース

ンプーとリンス識別のためのキザミ)や、「開けやすい化粧品の箱」「液が注ぎやすいシャンプーのつめかえ用」などの事例を紹介しました。

## 消費者起点の“よきモノづくり”をグローバルに推進

消費者の声を“よきモノづくり”に活かす取り組みは、花王グループ全体でグローバルに推進されています。

2006年9月には、第2回「アジア消費者相談マネジャー会議」を開催しました。中国、香港、台湾、ベトナム、タイ、インドネシア、マレーシア、オーストラリアの担当者が参加し、活発な活動報告を通して、消費者の声を“よきモノづくり”に活かす企業姿勢への認識を深めました。



参加した各国マネジャー

## 消費者団体などとのパートナーシップを重視

2006年10月には、東京都と消費者団体の協働事業である「くらしフェスタ2006」に参加し、テーマである「環境に配慮した商品・消費生活」に関するシンポジウム参加やイベントへの



花王ブース

出展を行いました。洗剤のコンパクト化による環境への貢献や、容器をリサイクルしやすくした事例などを紹介して、環境へ取り組む姿勢を伝えました。

さまざまな販売パートナーの皆様との“価値ある情報交換”、顧客企業の皆様との緊密な連携を通じて、ともに成長していくことをめざしています。

## 販売店との連携

花王の家庭用製品と化粧品は、ビジネスパートナーである販売店(スーパー、ドラッグストアなど)を通して消費者にお届けしています。これら販売店への営業活動は、2007年4月に家庭用製品と化粧品の2つの専門販売会社の統合によって発足した「花王カスタマーマーケティング(花王CMK)」が行っています。

花王CMKは、店頭活動支援を行う「花王マーチャндаイジングサービス(花王KMS)」と協働して、花王商品を提供するだけでなく、販売店との“価値ある情報交換”を積極的に行い、ともに成長していくことをめざしています。

そのために、日常の営業活動・店頭支援活動以外にも、定期的な「情報交換会」を開催し、花王から情報提供を行うとともに、販売店から店頭での商品の売れ行きや消費者の反応を踏まえたご意見をいただいています。2006年度は、全国で約400社の販売店と情報交換会を実施しました。

### 販売店に“価値ある情報”を提供

販売店への情報提供の一例としては、「商品推奨セミナー」の実施があります。これは、花王CMKの各支社にある「商品教育

センター」を活用して、直接消費者と接する販売店の売場担当の方々を対象に、商品の特徴、性能や使い方、市場の動向などを説明する催しです。このように、販売店の皆様により深く花王の商品をご理解いただくセミナーを通じて、消費者とのコミュニケーションの活性化、販売店のさらなる繁栄にお役立ていただいています。2006年度は、商品推奨セミナーをのべ1,034回実施しました。

### 販売店から“価値ある情報”を収集

販売現場の情報を事業活動の改善につなげる事例としては、「商品アイデア募集」があります。2006年には3回目を実施し、日頃販売店と接している花王CMKや花王KMSの社員・契約社員・パート社員など1,358名から2,774件の応募がありました。これらのアイデアは販売店の店頭から生まれた貴重な情報として、商品開発の参考にしています。また、このほかにも、販売店を通して得られる情報は花王グループの関係部門に随時フィードバックされています。2006年度は、消費者にとって見やすく買いやすい売場づくりという観点のアイデアから販促ツールや商品梱包の改善例が生まれました。

## 花王カスタマーマーケティングと販売店の協働体制

商品と消費者の接点である販売店の繁栄への寄与

### 商品教育センターの活躍

店頭における消費者への情報発信が重要な高付加価値商品を中心として、全国的に販売店向け商品推奨セミナーを展開



### 商品アイデア募集の実施

消費者との接点である販売店の店頭情報(売れ行き、店頭陳列状況)を、小売業の店舗担当者とは花王CMK担当者間で共有し、その結果を商品開発部門へ提案

販売店情報/消費者情報の商品開発や販売活動改善への反映

## TOPICS

### 日本GCI※推進協議会(GCIジャパン)を通じた社会貢献

日本の消費財流通は、絶え間ない改善と人的努力により、サプライチェーンとして世界的にも高いレベルの仕組みを有しています。しかし、それを支える製・配・販という各社のシステムは、多種多様な業務処理仕様に対応してきた結果、消費者への価値提供という観点に立つと非効率な面があるのが現状です。

そこでGCIジャパン(2007年4月現在、88社の民間企業が参画している任意団体)では、効率的で高品質な流通システムの実現を目的に、世界的に活動する標準化団体とも連携し、製・配・販が一体となった、日本における電子商取引分野の標準化(商品情報や受発注情報のデータ交換項目など)とその普及活動を推進してきました。

花王は、製・配・販業界発展活動の一つとして、2002年のGCIジャパン設立当初(当時の組織名はGCI研究会。2005年4月1日改称)から、運営幹事企業の一社として活動を推進。今後も消費者への価値提供のために、製・配・販三層の全体最適をめざした取り組みを継続していきます。

※ GCI Global Commerce Initiative

## 顧客との連携(ケミカル事業)

ケミカル事業は、世界の幅広い産業界のお客様に化学品(中間原料)を提供する花王のコア事業の一つで、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3事業で構成されています。(▶P.13)

これらの事業は、いずれも変化の速い市場ニーズに合わせて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は、顧客企業との密接な情報交換が不可欠です。花王は、製品情報や技術サービスの提供を行うだけでなく、製品の安全な取り扱いのために、各国語版のMSDSを作成するとともに、化学品製造に伴う社会的な責任や関連諸法規の動きなどの最新情報を発信しています。また、顧客企業からは、市場ニーズやユーザーの要望、安全性に関する情報などのフィードバックを受け、必要に応じて花王と顧客企業で共同開発を進めています。また、地球環境への負荷低減を重視する顧客企業のニーズに応え、環境配慮型の製品開発を推進しています。(▶P.13)

### 販売代理店とのパートナーシップ

ケミカル事業では、代理店をビジネスパートナーとして販売している製品も数多くあります。そこで花王は、販売代理店の皆様と日常的な商談や情報交換会を通じて緊密なコミュニケーションを図るとともに、代理店との間でエクストラネットを構築。電子データ交換(EDI)による受発注システムを活用して業務効率の向上を支援しています。

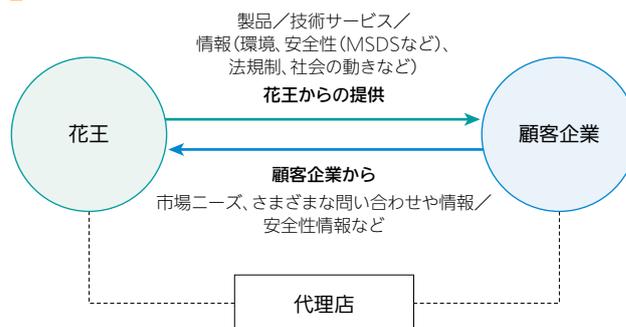
情報交換会では、花王の事業やレスポンシブル・ケア(RC)活動についての方針をご理解いただくとともに、ISOの取得状況や個人情報管理など、RCの基本項目の実施状況を相互に確認しています。また、花王のCSRについての考え方、事業継続計画(BCP)についての説明も行い、代理店にも理解と協力を求めています。さらに、REACHやGHSなど、世界の化学物質規制の動向についての情報も共有し、化学品の販売を取り巻く事業環境の共通認識をもてるよう努めています。

## 業務品顧客との連携

業務品事業は、外食産業、ホテル、病院、クリーニング店など、高度な衛生管理を必要とする企業や施設を対象に、花王が長年培ってきた界面科学と微生物制御技術を活用した製品とサービスを提供しています。グループ会社である花王プロフェッショナル・サービスは、顧客企業で花王製品が使用される現場に密着して個別ニーズを把握。クリンリネス(洗浄)とサニテーション(殺菌)を徹底する製品およびその管理方法、使用方法などの情報やサービスを提供しています。

例えば、病院・保健施設に対しては、手洗い剤、殺菌剤などの製品を納入するだけでなく、施設関係スタッフを対象に院内感染防止セミナーを実施するなど、衛生管理のポイントとなる事柄の啓発や製品の正しい使い方などの情報発信に努めています。また、最近では、多様化する顧客ニーズに対応し、個々の現場診断に基づく改善提案、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ことを通じて、顧客企業の業務における衛生・安全管理、環境管理の改善をトータルに支援しています。

### ケミカル・業務品の販売形態



## 「社員の成長」が「組織の成長」につながる創造的な関係をめざして一人ひとりの個性や能力を活かす職場環境づくり、制度づくりを推進しています。

### 人材開発・育成

花王は、人材開発における基本的な考え方として、「社員個人の成長と組織の発展が重なること」を重視しています。こうした考え方を、各種人事制度や職場環境の整備、風土づくりなどの活動に反映し、社員一人ひとりの力を企業の総合力として統合していくことをめざしています。

具体的にはトレーニングポリシーに基づき、それぞれの職域や役割に応じた各種の研修プログラムを開発。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ぶ機会をサポートしています。

#### 人材開発トレーニング・ポリシー

花王は、企業の持続的な成長・発展に貢献しうる人的資源の充実に向け、組織および個人の成長に資する教育を長期的な視野に立ち、計画的かつ総合的に実施します

1. 意欲と能力のある人材に質の高い教育機会を提供します。また、そうした社員を対象にしたプロフェッショナルとして通用する人材育成に注力しており、高水準かつ充実した教育を計画的に実施します。
2. 個人のキャリアステージに応じた基本教育をタイムリーに実施します。個人のキャリア段階とその役割に応じて、職務遂行に必要な知識・スキルを身につけるための実践的な内容のトレーニングを実施します。
3. 社員の「自ら学ぶ」姿勢を大切にし、自己啓発を支援します。個人の職域や役割に応じた知識・スキルを学べる多様なプログラムを提供します。

### 公正な評価と処遇

花王では、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・報酬に反映させる取り組みを推進しています。

社員の実績評価結果は、評価者の採点基準の主観による不公平をなくすために、各部門内で調整を行っています。さらに、課長相当職以上の評価表には、「バランスド・スコア・カード」を採用するなど、評価の客観性をより高める仕組みづくりに努めています。

また、初めて部下をもち、評価する立場になった社員を対象とした「ピープル・マネジメント研修」、課長相当職への昇格後に実施する全社横断的な集合研修などの評価者訓練を行っています。

#### 人材評価制度

社員（被評価者）、およびその上長（評価者）との間で、評定期間の期首に面談を実施し、双方の協議に基づく当該期間における被評価者の業務目標を設定しています。また、業務目標の達成度を定量的に把握し、客観的に評価するシステムを構築しています。期末には、改めて社員とその上長の面談を行い、目標達成度を評価することで、評価結果の公平性や社員本人の納得度を向上させるよう努めています。

### 研修プログラム体系

	全社教育		部門専門性	自己開発
管理職	<b>経営候補人材プログラム</b> ●経営課題アドバンス ●経営課題研究会 ●ビジネスリーダー開発研修 ●次世代リーダー育成研修 ●社外派遣	グローバルプログラム	<b>上級コース</b> ●社外派遣 ●異業種交流 ●専門学校	<b>各種自己開発プログラム</b> ●英語 ●PCスキル ●ビジネススキル ●資格取得 ●通信教育
中堅層	<b>マネジメントプログラム</b> ●昇格者研修 ●ピープル・マネジメント ●中堅キャリアアップ研修			
担当層	<b>ビジネス・ベーシックプログラム</b> ●ステップアップ研修 ●フォローアップ研修 ●入社導入研修 ●入社前教育	<b>基礎コース</b> ●部門基礎知識		

#### 技術・技能伝承への取り組み

生産部門の中核メンバーとなるオペレーティングエンジニアの育成および技術・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。

テクノスクールは、各工場の20～40代のエンジニアを対象とする、約7ヵ月間に及ぶ長期の集合研修です。生産部門におけるキーパーソン育成を目的としていることから、現場実習や資格取得といった技術スキルの向上のみならず、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用意しています。

#### 職務発明制度

2000年度から「職務発明制度」を実施しています。これは、社員の職務発明成果を正当に評価し、処遇と報酬に反映するとともに、将来に向けた意欲の醸成を図っていく制度です。報奨金については、「職務発明取り扱い規程」に則り、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。

## 多様性の推進と個人の尊重

花王は、企業行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン」において、「社員の多様性と人権を尊重し、個の力を最大限に活かす」と定めています。この指針に則り、文化、国籍、宗教、信条、人種、性別、年齢、身体的障害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と価値を尊重した「イコール・パートナーシップ(対等な関係)」を築くことをめざしています。

その一環として、多様な個を尊重し、差別のない明るく風通しの良い職場、働きがいをもっていきいきと働ける職場の実現をめざして、2000年から、「EPS※推進活動」を推進しています。

2006年度は次世代育成支援対策推進法による行動計画実行などに取り組みました。

※ EPS Equal Partnership(イコール・パートナーシップ)

### 女性の活躍支援

社員が男女の差なくもてる能力を発揮できるよう、女性の職域や活躍の場の拡大に注力しています。

花王の2006年度の女性管理職の割合は6.7%となり、前年度比0.7ポイント増加しました。

今後もさらなる能力発揮とキャリア構築の機会均等を実現する施策を継続的に実施していきます。

### ワーク・ライフ・バランス

1980年代から、社員が多様で柔軟な働き方を選択できる制度を整備するとともに、制度を活用しやすい職場風土の醸成や意識啓発に努めるなど、仕事と家庭生活の両立(ワーク・ライフ・バランス)を支援する活動を積極的に行ってきました。

2006年度は、2005年4月に策定した「次世代育成支援対策推進法」の行動計画に則り、新制度の導入のほか、フォーラムや写真コンクールの開催、社員向けガイドブックの作成などを行いました。フォーラムでは、男性の育児参加を促すため、社外講師による講演や、他社を含めた男性社員による育児休職取得の事例紹介を実施しました。こうした取り組みの結果、2007年4月、花王は次世代育成支援対策を積極的に推進する企業として東京労働局から認定を受けました。

また、2006年度は、花王では出産した女性社員全員が育児休職を取得し、また育児休職からの復職率は97%でした。男性の育児休職取得者は26名でした。なお、以下の制度を2006年度に新設しました。

- フレキシブル勤務制度の導入
- 時差出勤制度の利用可能期間の延長  
(子どもが3才まで→小学校就学前まで)
- 育児休職の開始5日間を有給化
- 育児や介護のための休暇取得で生計維持困難な場合、給与の100%を支給

### 社員関連データ

		2004年度	2005年度	2006年度
正社員(名)	女性	3,131	3,022	9,123
	男性	8,316	8,289	9,744
契約社員等(名)	女性	1,989	2,194	6,161
	男性	94	90	148
採用者(正社員+契約社員等)(名)	女性	791	798	2,199
	男性	145	168	307
育児休職取得者(名)	女性	134	142	355
	男性	1	1	32
女性管理職比率(%)	※データ範囲は花王(株)	5.4	6	6.7
障がい者雇用率(%)	※データ範囲は花王(株)6月末時点	1.95	1.89	2.13

※ 集計範囲は2004年度、2005年度は、花王、花王カスタマーマーケティング、花王クエーカー、花王プロフェッショナルサービス、愛媛サニタリープロダクツ、2006年度はさらにカネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売を加えています。



「仕事と家庭の両立支援ガイドブック」



次世代育成フォーラム



次世代法に基づく「認定事業主」の認定マーク

### 障がい者雇用の推進

「障害のある方もない方も共に働き、共に生きる社会をめざし、障がい者の方々の社会人としての自立を支援する」という方針のもと、障がい者雇用に推進しています。知的障害をもつ人に働く場所を提供する特例子会社の花王ピオニー(株)では、2006年4月の本格操業から約1年で、当初計画を上回る業務実績をあげています。

2006年6月時点の花王の障がい者雇用率は、1.89%、特例子会社を含めると2.13%となっています。今後も花王グループ全体として積極的に障がい者雇用に推進していきます。

### 定年後の再雇用「シニアパートナー制度」の導入

少子化に伴い労働力人口の減少が進むなか、企業では人材の安定的な確保、経験豊かなシニア層の熟練したビジネススキルや技術・技能伝承が重要課題となっています。

そのため、花王では、2006年4月から、高度な専門的知識やビジネススキル、技術ノウハウなどを有し、働く意欲の高い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」を導入しました。なお、現行の制度は、再雇用の対象者を「専門知識を要する特命業務を行う場合」と限定していますが、2008年4月以降は、希望対象者を拡大していく計画です。

### 差別やハラスメントのない職場づくり

花王では、入社時や職群改定時などの研修において、人権やハラスメント防止についての啓発教育を実施しています。

教育は、EPSとコンプライアンスの推進担当が連携し、企業行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン」の徹底を図るとともに、イコールパートナーシップへの理解を促しています。

また、社内外に相談窓口を設置し、電話、FAX、Eメール、手紙による相談・通報に応じるなど、多面的な活動を推進しています。

## 社員の声の反映

### 社員の声・意識調査「Find」

花王は、2001年度から、2年ごとに社員の声・意識調査「Find」を実施するとともに、その調査結果をイントラネット上で社員に開示しています。また、調査結果を業務プロセスの改善や生産性向上につなげていくために、各部門ごとにアクションプランを作成し、実施しています。さらに、アクションプランの実施状況を評価と連動させるなど、実践的で継続的な組織の活性化策につなげるよう努めています。

2006年度は、2005年度の調査結果を踏まえて作成されたアクションプランを実施していきました。

2007年度からは海外グループ会社でも実施する計画です。

### 社員との対話の重視

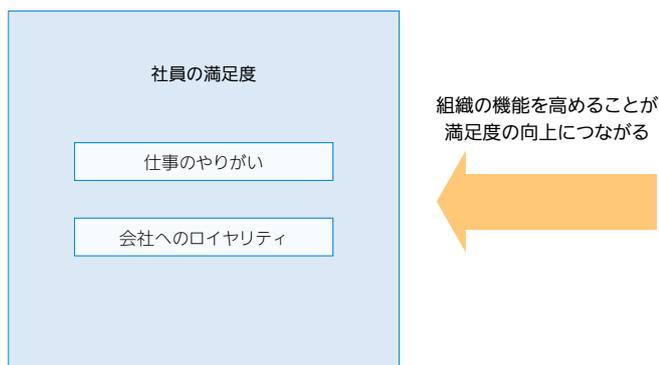
花王では、経営トップと社員とのコミュニケーションを図っていくために、「社員懇談会」を実施しています。社員懇談会には、全事業場の社員代表20名が参加し、社長が事業の現状や将来戦略について説明するとともに質疑応答を行います。2006年度は2回実施しました。



社員懇談会

また、各事業場において労使懇談会、厚生委員会を運営するなど、社員と経営層の相互理解を図る活動を積極的に実施して

### 「Find」調査項目



います。各事業場で行われる委員会は、社員懇談会の結果を報告する場としても重要な役割を担っています。今後もこのような活動を継続していくとともに、さらなる活性化をめざします。

海外においては、1996年に花王欧州労使協議会を設置。毎年1回、欧州各社から社員代表が参加して、欧州事業の責任者から事業状況および計画についての説明を受けるとともに、質疑応答を行っています。2006年度5月には、スペインで開催しました。

## 社員の健康・生活への配慮

### 健康管理のサポート

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」ことを目標とし、2005年度から健康づくり活動「KAO健康2010」を推進しています。社員の健康診断結果や問診結果に基づいて、生活習慣病予防に着眼した保健指導を実施するほか、社員自ら自発的に生活習慣改善に取り組めるよう、健康保険組合と協力してさまざまな支援活動を行っています。

### メンタルヘルスケア

すべての社員が、身体だけでなく心も健康に過ごせるよう、メンタルヘルスケアに力を入れています。

社内の「健康相談室」では、電話、Eメール、面談などで相談を受け付けています。

また、社員支援プログラムとして、外部の専門機関と提携し、電話相談窓口や24時間以内に返信を行う花王グループ社員を対象としたEメール相談を実施しているほか、対面カウンセリングも実施しています。

### 2006年度の健康診断実績

- 健康診断受診率:99.9%
- 健康診断後の保健指導率※:82.7%
- ※健康診断受診者のうち、保健指導を受けた社員の比率

### 2006年度の生活習慣改善支援活動の実績例

- チャレンジウォーキング(運動習慣支援)
- 「外来禁煙支援」(禁煙支援)
- 「健康達人」の契約(減量支援)
- その他 各事業場独自の健康づくり支援策への補助など

### 過重労働の防止

2005年4月から、法改正および労働環境の変化を踏まえ、人的リスク管理の観点から就業マネジメントの徹底を図る「就業マネジメントシステム」を導入しています。

システムは、「賃金不払残業(サービス残業)の防止」「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」など過重労働の防止を目的としています。

各社員の就業時間は、本人および部門責任者が月に一度確認し、法定限度時間を超過した場合は、年2回を限度として、「特別延長連絡書」の提出を義務づけているほか、残業が一定時間(月100時間または2~6ヵ月間の平均値が80時間)を超えた場合は、その都度、健康面談を実施するなど、就業時間管理を強化することで、過重労働の防止を図っています。

### 定年後生活へのサポート

花王は、社員の定年後の生活設計(年金生活)を支援するために、55歳を迎えた全社員を対象とした「ライフプランセミナー」を実施しています。

セミナーは、希望者を集めて一泊二日で実施。花王の退職年金(企業年金)制度や国の社会保険制度を説明するとともに、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の指導、アドバイスなどを行っています。1992年の制度開始以来、2007年3月末までに、1,270名が参加しています。

なお、退職金の企業年金移行に併せて、確定給付企業年金「キャッシュバランス」と確定拠出年金の2本立てとし、本人が選択、運用できるようにしています。

## 労働安全の確保

### 2006年の災害・事故発生状況と対応

#### ■生産技術・研究開発部門の労働災害

生産技術・研究開発部門の休業災害被災者は、2005年と同様1名でした。これは、事業所出口での転倒による足の骨折によるものです。また、全災害被災者数は21名で、前年より3名減少しました。労働災害の傾向としては、機械設備での災害が減少したのに対して、階段や床で転落・転倒するなどの生活型災害および作業中の有害物質や高温物との接触による被災者が増加傾向にあります。

今後は、特に試運転などの非定常作業が多い研究開発部門では、生産部門同様にリスクアセスメントや残留リスクに対する教育を継続して行うとともに、作業手順などの見直しや保護具着用などのルールの徹底を図っていきます。

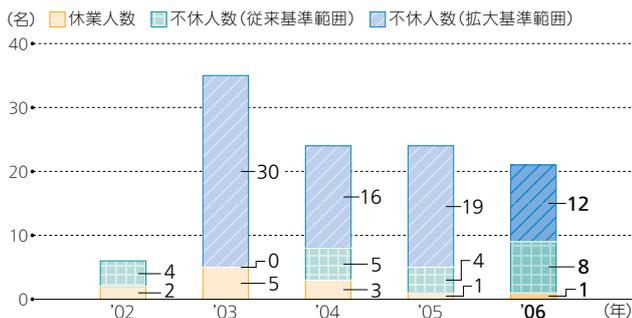
#### ■国内花王グループ全体の労働災害

関係会社を含めた国内の花王グループ全体の災害被災者総数は、2005年の106名に対して2006年は114名、休業災害被災者数は30名に対して32名と、ともに増加しています。

関係会社や各部門では災害発生の都度、その情報を共有して類似災害防止対策や教育に役立てたり、リスクアセスメントを行い予防措置を講じてきた結果、作業や設備での災害は昨年と比べて減少しています。

一方、営業活動での被追突交通事故や転倒、踏み外しなど一般生活でも起こり得る事故の増加が被災者総数増加の主要因となっており、今後はこれらの災害についても減少できるよう安全活動の継続・改善に努めていきます。

#### ■生産技術・研究開発部門の被災者数推移



※ 2003年から災害の基準を拡大し、従来は災害と考慮していなかった程度の軽いものまで含めています。

#### 工場での火災について

花王グループでは、2006年2月にマレーシア工場で発生したメタノールタンクの爆発事故以来、重大な事故はありませんでしたが、2006年は、国内外の工場・事業所で数件のボヤが発生しました。

花王は、これらの事故を重く受け止め、生産技術部門が中心となり、工事手順や諸手続などを見直すなど、再発防止策を実施するとともに、火災予防のための設備対策を実施しました。また、生産時の漏洩物や老朽化機器からの発火を予防するためのパトロールやメンテナンスなどの保全の強化、化学設備のセーフティアセスメントなども実施しています。

2007年には、こうした活動の実施状況や成果を、内部監査を通じて確認する予定です。

#### 緊急時の通報訓練などの実施

花王は2006年11月に、東海・東南海・南海地震を想定し、新たにカネボウ化粧品を加えた6つの広域対策本部と18の現地対策本部(31の勤務地)、茅場町事業場に設置した防災対策本部事務局との間で全社通報連絡訓練を実施しました。

また、茅場町事業場およびすみだ事業場において、災害発生を想定した帰宅ウォーキングを実施しました。

#### アスベスト対策

アスベスト対策については、建物への対策はすべて完了しました。工場の飛散リスクのない配管用シール材については、日本化学工業協会に提出した代替計画のもと切り替えを進め、2008年中には、他の材料への切り替えを行う計画です。

#### ■労働災害発生状況の推移(休業1日以上)の度数率※



※ 度数率 100万延べ労働時間あたりの労働による死傷者数

「公正・公平」「遵法・倫理性」「社会的責任性」の3つを基本にお取引先とのパートナーシップの強化に努めています。

サプライヤーとの連携

サプライヤーとの協働体制

事業活動を推進していく上で、原料、包装材料、機器などのサプライヤーは不可欠なパートナーです。花王では、「原材料調達基本方針」に則り、「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。事業の目的をサプライヤーの皆様と共有し、花王の求める品質・規格をもつ原材料に必要な技術情報を交換するなど、パートナーシップの強化を図っています。

取引先懇談会の実施

花王では、日常の取引を通してサプライヤー各社とのコミュニケーションを図るとともに、定期的な情報交換・意見交換の機会を設けることで相互信頼を深めています。

2006年度は、「CSR調達とその協力依頼」をテーマとする取引先懇談会を実施し、原料、包装材料、機器などのサプライヤー194社に参加いただきました。

原料調達基本方針

花王は遵法と高い倫理観に基づき、公正・公平な購買活動を行います。

花王は購買活動においても環境や安全などに十分配慮し、企業の社会的責任を果たす努力をします。

1. 公正・公平

- (1) 購買取引を行うにあたり、原材料の品質、価格、納期、その購入先の企業経営の安定性、製造・供給能力、環境保全への取り組みなど、合理的な基準に基づき、公正にお取引先を決定します。
- (2) 購買取引を行うにあたり、国の内外問わず、お取引先には公平に競争の機会を提供します。

2. 遵法・倫理

- (1) 購買取引を行うにあたり、関連する法律を遵守し、その精神を尊重した上で業務を遂行します。
- (2) 購買取引を通じて知り得たお取引先の機密情報を守秘します。又第三者の知的財産権などの権利を侵害するような購買取引は行いません。
- (3) 購買取引を行うにあたり、弊社製品・サービスの販売を目的とする相互取引は行いません。
- (4) お取引先との「接待・贈答」は社会常識の範囲内とし、社内基準に従います。又購買部員個人はお取引先との接待・贈答品の授受を原則として禁止しています。

3. 社会的責任

- (1) 購買取引を行うにあたり、「持続的発展可能な社会の実現」への貢献を目指し、資源保護・環境保全や安全、人権などに十分配慮し、企業としての社会的責任を果たす取組みをします。
- (2) お取引先と必要な情報を交換しあい、取引の条件や相互の行動などについて真摯に評価しあい、相互のレベルアップに努めます。

品質向上会議

品質に課題があった品目については、サプライヤーと共同で品質向上会議を開催し、対策を相互に確認し合うなど、原材料の品質改善活動を推進しています。

2006年度は、46社、のべ99回の品質向上会議を実施し、包装・容器の成型不良・印刷不良などの課題を改善しました。

サプライヤー(取引先)満足度調査

花王は、法令や企業倫理を遵守した公正・公平な調達活動が行われていることをサプライヤーに評価していただくために、2~3年に1回、外部機関に委託して「サプライヤー満足度調査」を実施しています。調査は、主要取引先約160社を対象とした無記名式で、サプライヤー選定、品質、価格折衝、接客、発注、コミュニケーションなど約30項目について、評価結果を指標化し、その結果は調達活動に反映しています。

次回のサプライヤー満足度調査は2007年度に実施する計画です。

CSR調達基準に関する調査

■グリーン調達からCSR調達へ

花王は、グリーン調達を推進していくために、主要サプライヤーと新規サプライヤーに対して、環境マネジメントシステム(EMS)の構築・運用状況を評価してきました。(▶P.55)

また、2006年度には、従来のグリーン調達基準に社会的側面の項目を加えた「CSR調達基準」を定め、国内外のサプライヤーに対して調査を開始しています。

調査は、予備調査を経て、2007年1月より本格的な調査を開始しており、主要サプライヤーごとに、国連のグローバルコンパクト10原則を含む16項目の質問表への回答を要請しています。対応が十分でない項目のあるサプライヤーについては、今後、新たな体制づくりを要請するなどCSR調達の徹底を図っていく方針です。2006年度は、国内・海外の主要サプライヤー377社の調査を実施し終わりました。

■CSR調達の一環としてRSPOへ参加

花王は、2007年4月、CSR調達を推進していく一環として、国際的なNGOであるRSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)の正式メンバーとなりました。(▶P.15)

## 株主・投資家の皆様、そして社会から信頼され支持される企業をめざして 情報開示をはじめとしたコミュニケーション活動を推進しています。

### 株主への利益還元

#### 配当に関する方針・実績

花王は、将来にわたって“利益ある成長”を達成し、業績の安定化を図ることを目的として、内部留保および利益配分についての基本方針を策定しています。配当については、安定的かつ継続的に行うことを重視しており、2006年度より、連結での配当性向※を40%程度を目処とすることを目標としています。

また、自己株式の取得については、長期的な株主還元策とらえており、成長のための設備投資計画や買収案件などの資金需要と資本効率の向上を勘案しながら、弾力的に考えていきます。

こうした方針のもと、2007年3月期の年間配当金は、前期に比べ2円増配の一株当たり52円、連結での配当性向は40.2%となり、17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。

### 情報開示とコミュニケーション

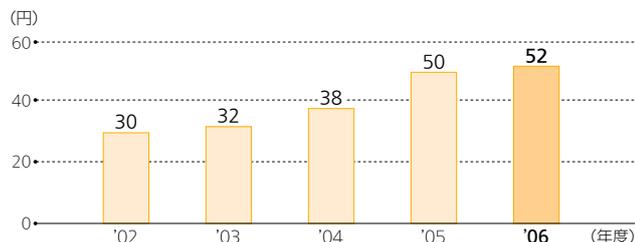
花王は、社会から信頼され支持される企業となることをめざし、株主・投資家をはじめとするあらゆるステークホルダーの皆様に、適時適切かつ公正に情報開示することを基本方針としています。

具体的には、2006年5月に定めた「情報開示指針」に則り、会社法、証券取引法、各種法令および東京証券取引所の定める規則を遵守し、「適時開示規則」に該当する情報の迅速かつ公正な開示を行います。このほか、花王グループにかかわる社会的に有用な情報についても積極的な開示に努めています。

今後は、個人投資家とのコミュニケーション強化を重要な課題としてとらえ、その実現に向けた方策を検討していく予定です。

HP 投資家情報  
<http://www.kao.co.jp/corp/ir/>

#### 一株当たり配当金の推移



#### 株主総会の活性化と議決権行使の円滑化

株主の皆様が株主総会における議案を十分に審議いただくための時間を確保するために、例年、株主総会の約1ヵ月前に招集通知を発送しています。

このほか、より多くの皆様に議決権を行使していただくため、2006年の定時株主総会より、電磁的方法による議決権行使を開始しました。

また、全株式の約半数を占める外国人株主の皆様への情報開示を迅速かつ公平に行うため、招集通知の英文版を和文版と同時に作成・発送するとともに、株主総会での説明内容および決議結果についても、自社のホームページに和英両文で開示しています。

2006年の株主総会には、725名の株主にご出席いただきました。株主の皆様からは、「女性役員の登用」「消費者視点での



株主総会

商品開発」「人材育成方針」「投資単位に対する考え方」などに関するたくさんのご意見・ご質問をいただき、活気ある総会となりました。

#### IR活動について

以下に示すような株主・投資家向け説明会をはじめ、各報道機関の取材などを通じて、業績や財務状況を迅速かつ正確に伝えるよう努めています。

また、決算説明会や証券会社が主催する会議などでは、経営トップ自らが積極的に株主や投資家の皆様との対話に参加するなど、双方向の円滑なコミュニケーションに努めています。

2006年度は、日々の活動から得た株主や投資家の皆様の視点を、直接経営層に伝える仕組みを強化し、IR活動の改善に活かしました。

#### 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：年各1回(米州、欧州にて)
- 事業説明会：年1回
- 個別取材：国内海外合わせて250件以上
- スモールミーティング
- 海外カンファレンスコール
- ホームページ上での情報開示

## 「次世代育成」をテーマにした社会貢献活動や販売ネットワークを活かした災害支援活動など、“花王らしさ”を追求しています。

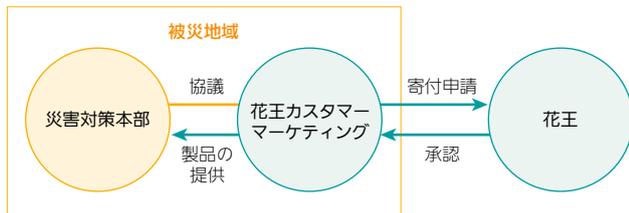
### 災害支援活動

花王は、花王ビジネスコンダクトガイドライン(▶P.21)において、社会性・公共性・有用性に配慮した適切な寄付を行うことを定めています。

災害支援に関する考え方は、原則として日本または花王グループが進出している国で起こった災害を優先対象としています。

日本国内で起こった災害に対しては、原則として、花王製品による支援を行うこととしています。具体的には、行政機関による災害対策本部が立ち上がった後、災害発生地域の近くにある花王カスタマーマーケティングが窓口となり、対策本部と協議して迅速に製品を提供します。支援品の選定にあたっては、石けんやハミガキなど衛生用品を中心に、幼児や高齢者の多い地域では紙おむつを、女性が多い地域では生理用品を多くするなど、人口や家族構成などの特徴を把握し、有用性の高い商品を無駄なく支援するよう努めています。

#### 災害支援製品提供の流れ



### TOPICS 2006年7月の豪雨災害時の支援活動

2006年7月、九州や山陰地方、長野県などに被害をもたらした豪雨災害の被災地支援として、花王カスタマーマーケティング(当時:花王販売)が窓口となり、長野・鹿児島両県の災害対策本部に、洗剤や紙おむつなどを提供しました。

また、この豪雨災害では、日本初の試みとして、被災した家庭に被災地支援パック「うるうるパック」が提供されました。これは、(社)日本経済団体連合会、災害支援NPOなどが企画し、花王も協力した支援物資で、ボランティアが各家



「うるうるパック」

庭を訪問する際に活用できるよう、タオルやマスク、石けんなどをセットにしています。花王からは石けん、ニベア花王からはハンドクリームを提供しました。

### 社会貢献活動

花王は、2000年度から、自社の事業特性や社会的課題を踏まえて、「次世代育成」を統一テーマとするさまざまな社会貢献活動を行っています。

2006年度は、2005年度に実施した社会貢献活動の外部評価の結果を踏まえ、“花王らしい”社会貢献活動を継続するとともに、活動の輪を広げていくよう努めました。その一環として、環境保全活動「花王・みんなの森づくり活動」では、5周年を機に大学生が活動に参加する「みんなの森の応援団」プロジェクトをスタートしました。(▶P.44)

#### 社会貢献活動方針

1. 次世代の育成に役立つ活動を行います。
2. 地域の社会・文化の発展に貢献することを目指した活動を行います。
3. 持続可能な社会に向けて、環境を守り育てる活動を行います。
4. 社会的支援として、バリアフリー社会を推進する活動を行います。
5. 花王の持つ資源を有効に活かせる活動を行います。
6. 一人ひとりの社員が良き市民として、社会的活動に参加できるような風土をつくります。

#### 社会貢献活動の分野



### TOPICS (財)花王芸術・科学財団の活動

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を行うほか、文・理を融合する総合研究への助成・シンポジウムの開催支援などを行っています。



シンポジウム

2006年度は、東京大学教授・日本顔学会会長の原島博先生のコーディネートのもと、「顔と文化」をテーマとしたシンポジウムを開催しました。

## TOPICS 「みんなの森の応援団」活動

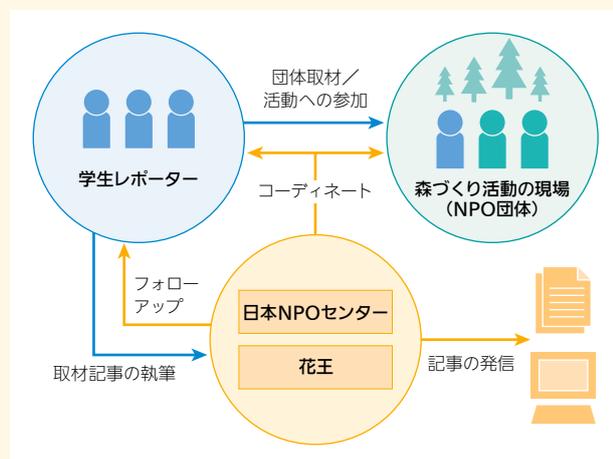
花王は、2000年から、(財)都市緑化基金が推進する環境保全活動「花王・みんなの森づくり活動」を支援しています。この活動は、人々が住む身近な場所に緑豊かな環境を創造することを目的としており、そうした地域で緑化活動を行っている市民団体の取り組みに助成金を出しています。2005年度は、活動5周年を迎えたことを機に、活動を推進している団体への「プロジェクト助成」に加えて、これから取り組もうとする団体や設立後1年未満の団体を対象を広げる「スタートアップ助成」を開始。2006年3月までに210団体、総額1億4,000万円の支援を行ってきました。

さらに、2006年度からは、森づくりの活動が環境保全のみならず各世代間のコミュニケーションを促し、相互理解を深める場となっていることに注目し、環境保全に関心の高い大学生の皆様に活動の様子を取材・レポートしてもらうことで新たな交流の輪を広げる「みんなの森の応援団」プロジェクトをスタート。大学生たちは、活動に携わる人々の生の声を聞き、それぞれの視点で感じたことを自分の言葉で綴り、発表することで活動の意義を深く理解でき、また活動を推進する人々にとっても、自分たちの活動が社会からどう関心をもたれ、評価されているのかを客観的に知ることができるなど、実りある世代間交流の機会となりました。

### ①プロジェクトの発足

2005年に外部評価機関を通じて「社会貢献活動の評価」を実施しました。その調査結果から、「花王・みんなの森づくり活動」は、「環境保全」面だけでなく「異世代間交流」「コミュニティづくり」「コミュニティ再生への貢献」などの面でも寄与していることがわかりました。そこで、森づくりの活動がもつ多様な意義を広く社会に知ってもらおう双方向のコミュニケーションの場として、また、コミュニケーションそのものが新たな交流の輪を広げていく活動

### 「みんなの森の応援団」プロジェクト概要



となるよう、大学生の皆様にも市民団体を取材・レポートしてもらう「みんなの森の応援団」プロジェクトをスタートさせました。

### ②オリエンテーションの開催

2006年4月、プロジェクトのスタートにあたり、花王は、環境活動に興味のある学生を「学生レポーター」として公募決定し、6月に花王霞ヶ浦研修所で合宿形式のオリエンテーションを実施しました。オリエンテーションでは、学生レポーターが活動するために必要な知識・情報の提供や、取材のための班編成を行ったほか、参加者同士の交流を深めていきました。



オリエンテーション

### オリエンテーションの内容

- 花王の企業概況について
- 花王の環境活動について
- 花王の社会貢献活動、「みんなの森づくり」活動について
- 班分けワークショップ
- 市民活動について
- 森づくりの政策と取り組み
- 取材の仕方、記事の書き方について

### ③学生レポーターによる体験取材

9月から11月の間、学生レポーター8名は、3人1組のチームに分かれて9つの市民団体の活動に各2回ずつ参加。併せて取材を行いました。これらの活動は、調整、記録、取材と、チーム内で役割分担しながら進められました。



取材活動

### 学生レポーターが取材した市民団体

- グリーントラストうつのみやワーキンググループ (栃木県宇都宮市)
- 手賀沼トラスト (千葉県我孫子市)
- 特定非営利活動法人しるい環境塾 (千葉県白井市)
- 22世紀の森づくり・神代 (東京都小金井市)
- 多摩グリーンボランティア森木会 (東京都多摩市)
- 麻生多摩美の森の会 (神奈川県川崎市)
- 岩屋緑地に親しむ会 (愛知県豊橋市)
- うみべの森を育てる会 (大阪府阪南市)
- 櫻守の会 (兵庫県宝塚市)



森づくり活動体験

#### ④ レポートの作成、公開

取材後、学生たちはレポートの作成を開始しました。途中、取材した市民団体に確認をしたり、レポートを掲載するホームページ、NPO法人データベース「NPO広場」の関係者と打ち合わせを重ねながら、同ホームページに掲載しています。



ホームページ「NPO広場」

HP NPO広場  
<http://www.npo-hiroba.or.jp/>

#### ⑤ 報告会

2007年2月、花王茅場町事業場に学生レポーター、オリエンテーション講師、取材先の市民団体の方などが集まり、「完了報告会」が行われました。



報告会

報告会では、学生レポーターが、レポートの内容や体験を通して学んだことや気づいたことなどを発表するプレゼンテーションが行われました。

#### 報告会での学生レポーターのコメント

- 森づくり活動を通して、地域のつながりが生まれていることを改めて感じました。「取材を通じたレポートの執筆」は初めてのことで戸惑いましたが、多くの人々にこうした活動のすばらしさを伝えるために、何度もやり直しをしながら書き進めていきました。
- 苦労して書き上げた自分の文章がホームページで公開されたことに感慨深いものがありました。また、退職後の第二の人生をいきいきと過ごしていらっしゃる方々と接することができ、エネルギーと希望をいただくことができました。
- 自分のレポートが多くの人の目に触れることで、自分だけではなく、取材先の市民団体の皆様も改めて活動の意義を考えることができると思います。その意味で、責任ある文章を執筆しなければならないと考え、随分苦労しました。今は、納得のいくレポートが仕上がりと、団体の皆様からも評価いただいたことでホッとした気分です。



学生レポーターの皆様

#### Message



**「森づくり」を通じた異世代交流は、新しい社会貢献のあり方を示しています。**

特定非営利活動法人 日本NPOセンター  
 常務理事 萩原 なつ子様

「みんなの森の応援団」プロジェクトは、森づくり活動の意義を広く社会に伝えることで、活動を行う市民団体の皆様への支援の輪を広げていくこと、また、その一員として、学生の皆様に森づくり活動に参加していただき、取材・レポート作成などを通じて新たな認識や知識を深めていただくこと、の2点を目的としています。私たち日本NPOセンターは、こうした花王の考え、発想に共感して協力させていただくことにしました。具体的には、学生レポーターの募集、取材先や日程のコーディネート、レポート作成の指導・アドバイスといった形で一緒に事業を進めさせていただきました。

ほぼ半年間に及んだ今回のプロジェクトを終えて感じたことは、この取り組みが「新しい社会貢献のあり方」を示す、非常に意義のあるものであった、ということです。「花王・みんなの森づくり」活動は、森づくりに取り組む市民団体の皆様に対象とした支援でしたが、今回のプロジェクトでは、市民団体の方々や学生の皆様という、新たな対話の機会を提供したことで、双方が新しい気づき・学びを得ることができました。こうした異世代交流の経験とその意義を知る人々が、社会のなかで増えていくことで、さらに新しい行動やコミュニケーションが生まれていく——エンパワメントにつながったという点が、今回の取り組みの最大の成果であったと考えています。

今後も、プロジェクトを通じて、学生、市民団体、企業、NPOなど、さまざまなコミュニケーションの輪が社会全体に広がっていくことを期待しています。

## 各地域・各社の地域交流

花王は、持続可能な社会を築いていくために、地域社会との共存を図るためのさまざまな活動を積極的に展開しています。国内の各工場、事業場はもとより、事業活動を行う世界各国においても、“よき一員”として地域社会に貢献し、信頼を得ることをめざしています。活動にあたっては、地域の特性や事業所の活動内容に合わせて、工場見学、地域イベントへの参加・協力、地元経済団体やまちづくりへの協力、理科教育、ファミリーコンサート、周辺清掃など多岐にわたる活動を推進しています。

### 「工場見学会」「理科実験講座」の実施

国内の全工場で見学会を実施しています。2006年度は、近隣にお住まいの皆様から、小・中・高・大学生、市民団体の皆様まで、約30,000人の方々に来訪いただきました。

和歌山、鹿島、川崎、栃木、酒田の各工場では、次世代教育を視野に入れた取り組みとして、「理科実験講座」を開催しています。子どもたちが化学に興味をもつきっかけとなるよう、身近な花王製品や界面活性剤を利用した化学実験などを実施しています。



豊橋工場



酒田工場

### 「花王ミュージアム」の開設

2007年1月、すみだ事業場の「清浄と生活の小博物館」を大幅にリニューアルした「花王ミュージアム」を開設しました。当ミュージアムでは、創業期から「清浄生活の向上」に深くかか



花王の歴史ゾーン



清浄文化史ゾーン

わってきた花王がこれまで収集してきた数々の史料を展示しており、清浄文化の移り変わりをわかりやすく理解できるよう工夫しています。また、展示とともに、花王の創業者たちのメッセージや、今日までの事業活動の歴史、“よきモノづくり”から生まれた最新の製品なども紹介しています。

### 理科教育支援

高等学校の理科教育を支援する活動として、研究員による理科実験講座を開催しています。2006年度は、和歌山、埼玉など5校に協力しました。

和歌山工場では、近隣の和歌山県立桐蔭高校の生徒・教員約80名の皆様に工場に招き、工場見学を実施したほか、工業用製品を用いた理科実験を行いました。

### 2006年度に開催した理科講座

- 和歌山県立桐蔭高校
- 広島県立福山誠之館高校
- 福島県立相馬高校
- 埼玉県立大宮武蔵野高校(サイエンスパートナーシッププログラム)
- 埼玉県高等学校 理化研究会 化学研究委員会

### 「花王・ファミリーコンサート」の実施

事業場周辺地域の方々に本物の音に触れていただき、音楽や芸術を楽しむ心を育んでもらいたいという願いのもと、コンサートを開催しています。コンサートは、地域貢献と文化支援、社会支援を融合したプログラムと位置づけており、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っています。

2006年度は、酒田工場、栃木工場で開催しました。初の開催となる栃木工場では、国際的に活躍するヴァイオリニスト、川畠成道さんをお招きしました。近隣の中学校の吹奏楽部員の生徒や教育関係者、町民の皆様など850名にご来場



ファミリーコンサート(栃木工場)

いただき、好評を博しました。

## カネボウ化粧品の取り組み

### ■「メディカルソワエステティック」

カネボウ化粧品では、形成外科において植皮術などのあと治療として行われるメディカルソワエステティック(MSE)を研究・開発しています。

その成果を社会に還元するために、北里大学病院の形成外科において、1981年から月1回、本社スタッフ(エステティックライフラボラトリー・美容研究所)による施術を継続しています。

MSEは、生まれつきあざのある方、やけどや傷など不慮の事故で容貌や容姿が変化した方に対して、術後の回復を目的としています。スタッフは、来院された方々の症状に合わせて、マッサージや医療用の機器を併用したエステティック施術を行うほか、化粧品メーカーならではのノウハウを活かして、患部のカバーや、個性を引き出すメイクアップのアドバイス、家庭でご本人が実施するスキン



施術の様子

ケアの指導を行っています。施術にあたっては、来院者の方の気持ちに寄り添い、深い信頼関係を築くように努めています。

### 花王ブランドの取り組み

花王ブランドは、消費者と社員との関係同様、地域社会と緊密な関係を築いていくことも極めて重要な社会的責任と考えています。

こうした考えを具現化するために、花王ブランドは、ユナイテッド・ウェイ、アメリカ癌協会、およびマーチ・オブ・ダイムスへの支援を行っています。ユナイテッド・ウェイは、地域社会支援のためにつくられた代表的なNPOです。アメリカ癌協会は、研究と教育を通じて癌を根絶するための地域社会ベースの組織です。マーチ・オブ・ダイムスは、先天性異常に関する最新の研究を支援し、いかにして先天性異常のリスクを減らすかを人々に対して啓発しています。

こうした地域社会への支援とともに、社員の地域ボランティアも支援しています。サンバーナード市の小学校でのメンタリングプログラム「H.O.S.T.S.(Helping One Student To Succeed)」におけるボランティア活動はその一つです。これは、花王ブランドの23名の社員が週に一度、30分間、小学校1年生

から3年生までの子どもたちに会って「読み方」を教える活動で、3年目を迎えています。この活動によって、子どもたちの読書能力は大きく変化し、学年平均以下だった能力が、プログラム終了時には平均またはそれ以上にレベルが上がりました。なお、プログラムには6社が参加していますが、最も多くの社員が参加しているのが花王ブランドです。



ボランティアに参加した社員

花王ブランドは、これからも地域社会の期待に応える活動を通じて、永続的な信頼関係を築いていきたいと考えています。

### 上海花王の取り組み

上海工場がある中国上海市閔行地区では、将来の故郷の発展に貢献できる地域の子子どもたちを育成するために、地方政府の出資をもとに、毎年7月「故郷の美と誇り」をテーマとした学習の場を設けています。上海花王は、地域社会に根ざした企業として、地元政府の依頼に基づき、2003年度から毎年、馬橋鎮強恕中小学校(小中一貫校)の生徒約150名を迎え、上海花王の企業活動の紹介や体験学習を行うなどの学習の場を提供しています。

企業活動の紹介では、工場の品質保証部門の協力のもと、人事総務グループの社員がビデオを用いて花王グループおよび上海花王の事業活動、製品、生産活動を紹介するほか、品質・環境・安全への取り組みの紹介、工場見学などを行っています。また、学生参加型の体験学習では、吸水性ポリマーを用いた吸水実験や、「アタック」を使用した洗浄力テストなどを行っています。参加した生徒たちは皆熱心に、興味深く実験に参加しています。この体験学習は、生徒をはじめ先生や地方政府の方々からもとても好評で、開始以来4年間、継続的に実施の依頼がき



実験に参加した生徒たち

ています。上海花王は、今後も、こうした活動を通して、より一層地域に根ざした企業をめざすとともに、地域社会の発展に協力できるよう活動を続けていきます。

2006年度の社会貢献活動実績(国内花王グループ)

分野	項目	活動実績
環境	花王・みんなの森づくり活動	●1/25 第7回「花王・みんなの森づくり活動」選考委員会開催。40団体へ総額2,300万円支援決定 プロジェクト助成:申請135件、決定27件 スタートアップ助成:申請38件、決定13件
	KIDS ISOプログラム	●環境をテーマとした子ども向けの環境教育プログラム 学校の授業で使用するテキスト500冊を寄付したほか、6名の社員がインストラクターとして協力
教育	花王・教員フェロシップ (海外野外調査体験プログラム)	●応募件数47名、11名参加(7~8月夏休み期間) ●参加プロジェクト:インド(母子健康)、オーストラリア(ハリモグラとオオトカゲ)、アイスランド(氷河)、 北米(島の生態系)、北米(オルカ)、ケニア(マングローブ)
	「ジャパン・サイエンス&エンジニアリング・ チャレンジ(JSEC2006)」 (朝日新聞社主催)協賛	●高校生のための、科学と技術の自由研究を競う世界規模のコンテスト 「花王賞」には、山口県立厚狭高等学校の「富栄養化がメダカとカダヤシの種間関係に与える影響」が受賞
	理科実験講座	●6/15 和歌山県立桐蔭高校 ●8/2 広島県立福山誠之館高校 ●12/21 福島県立相馬高校 ●1/26 埼玉県立大宮武蔵野高校(サイエンスパートナーシッププログラム) ●3/30 埼玉県高等学校理化研究会 化学研究委員会 ●その他、7/28 鹿島工場見学会 2/4 ぐんまこどもの国児童会館 ●科学技術館土曜実験教室にコンテンツ提供
コミュニティ	花王ファミリーコンサート開催	●10/26 「花王ファミリーコンサート in 酒田」 チェリスト長谷川陽子氏、ピアニスト仲道祐子氏のコンサート 950名来場 ●3/11 「花王ファミリーコンサート in 栃木」 ヴァイオリニスト川島成道氏によるコンサート 850名来場
	福祉施設への製品寄贈	●寄贈件数:家庭用製品 444福祉施設、エコナ 82給食サービスNPO
バリアフリー 社会の推進	バリアフリービデオ寄贈	●(財)共用品推進機構と協働で制作した、教育ビデオを、62校に寄贈、52団体に貸し出し
	点字シール	●形が似ている、取り扱いに注意が必要な商品に貼付する点字の識別シール 家庭用品986件、化粧品用1,179件配布
	視覚障がい者向け音声情報	●DAISY版CD「花王・暮らしのボイスガイド」1,129件配布 CD「くらしの中のサイエンス〜お洗たくBOOK」他 250件配布
	視覚障がい者向け 美術鑑賞教育プログラム推進	●「ギャラリーTOM」と取り組む教育プログラムの研究、普及活動。世界の視覚障がい者の教育プログラムを、 ゲストスピーカーがレクチャー。2006年は、ループル美術館キュレーター ホエール・コーヴェスト氏
	聴覚障がいのある子どもたちのための ワークショップ協賛	●音の楽しさを発見してもらうワークショップ 都内近郊の聾学校、養護学校、児童施設10カ所、17回実施
芸術	第4回東京音楽コンクール主催	●2006年はピアノ、弦楽の2部門で募集。95名の応募。1次予選、2次予選、公開審査を経て5名入賞
	美術館連絡協議会への支援	●巡回美術展30企画、延べ59会場で実施 学芸員海外派遣2名、学芸員の研究助成1名、美術館の地域活動助成5件。図録奨励賞6件
社員参加型 活動	ハートポケット倶楽部	●会員数1,593名、NPO・NGO団体活動支援 25件、災害支援 2件
	ワールド・カルチャー・フェスティバル	●キッコーマン(株)、アサヒビール(株)との共催で、食を通じての国際協力プログラム。社員は、33名参加

2006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(中国)投資	●慈善機構に製品寄贈
花王(台湾)	●孤児院に製品寄贈 ●地域の小学校にガードマザー用安全ベスト寄贈
泰国花王実業・泰国花王商業	●貧しい地域の小学生への支援 ●水害被災者への支援
花王(インドネシア)	●ジャワ島中部地震被災者への支援
モルトン・ブラウン	●恵まれない子どもたちへの援助活動 ●ガン研究のための援助活動
花王ブランド	●地域の小学校での読み方指導ボランティア (▶P.47) ●国際的な貧困支援組織への製品寄贈

海外花王グループ	活動内容
花王インドネシア化学	●ジャワ島中部地震被災者への支援 ●地域の孤児、老人たちへの援助
花王スペシャリティーズ アメリカ	●地域の小学校の花壇づくりへの参加
花王ケミカルズ	●盲学校生徒の作品購入
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への援助
ファティケミカルマレーシア	●学校、病院、公的機関などへの石けん寄贈
ピリピナス花王	●地域の小学校の修繕活動 ●地域住民への健康診断援助

## 環境への取り組み

商品ライフサイクルと環境負荷  
50

環境目標と実績  
52

地球温暖化防止  
53

化学物質の排出削減  
55

廃棄物削減  
56

容器包装の3R  
57

その他の環境対応  
58

環境コミュニケーション  
60

環境会計  
61

商品の企画・開発段階から使用・消費、廃棄段階まで、事業活動全体における地球環境への影響を踏まえた環境保全活動に取り組んでいます。

## 花王の商品と環境のかかわり

花王の商品は、主に植物油脂や化石資源を原料としています。これらの多くが消費者の皆様へ毎日使っていただくものであることから、商品の開発設計・生産時には、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及しています。

また、化学物質を取り扱う企業として、商品のライフサイクルはもとより、事業活動全体を通じて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。花王では、厳格な化学物質管理体制の構築や、より負荷の低い製品開発・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。

### 特に課題としている環境負荷

#### 1 温室効果ガスの排出

生産や物流によって、CO<sub>2</sub>などの温室効果ガスを排出します。花王は研究・開発から販売段階に至るまで、すべての段階で温室効果ガス削減に取り組んでいます。

#### 2 化学物質管理

独自の化学物質総合管理システム(▶P.27)を活用することで、PRTR法対象物質および揮発性有機化合物(VOC)の削減を進めています。

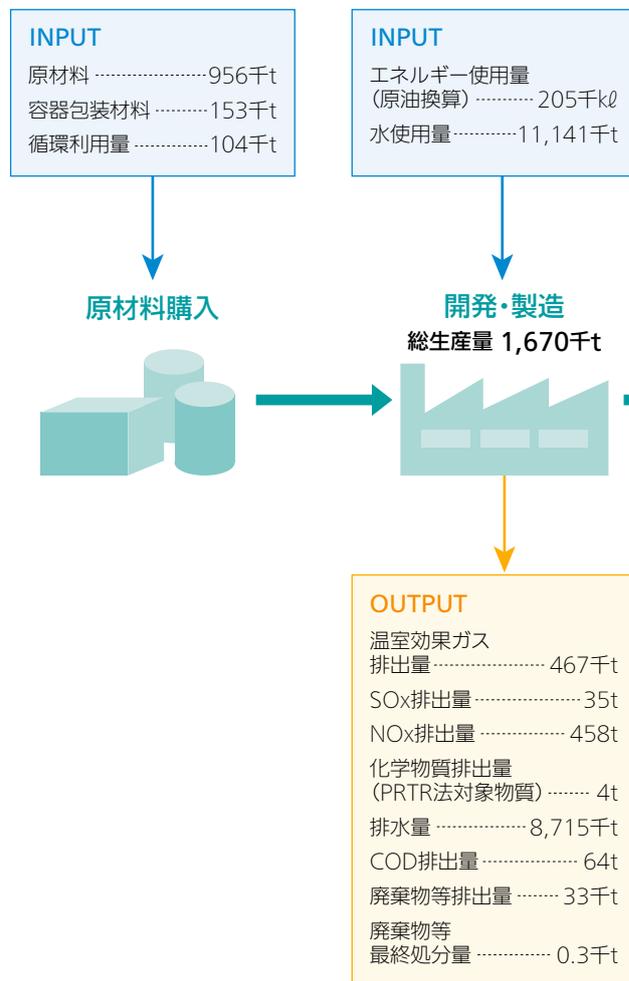
#### 3 廃棄物

生産工程で発生する副生物や廃棄物を可能な限り資源として有効利用することで、最終処分量の削減を図っています。花王では、年間の最終処分量を、廃棄物などの発生量の0.5%以下にすることをゼロエミッションと定義し、2006年度までに国内全工場においてゼロエミッションを達成することをめざしてきました。

#### 4 容器包装材料

容器包装の3R(リデュース・リユース・リサイクル)を継続して推進しています。

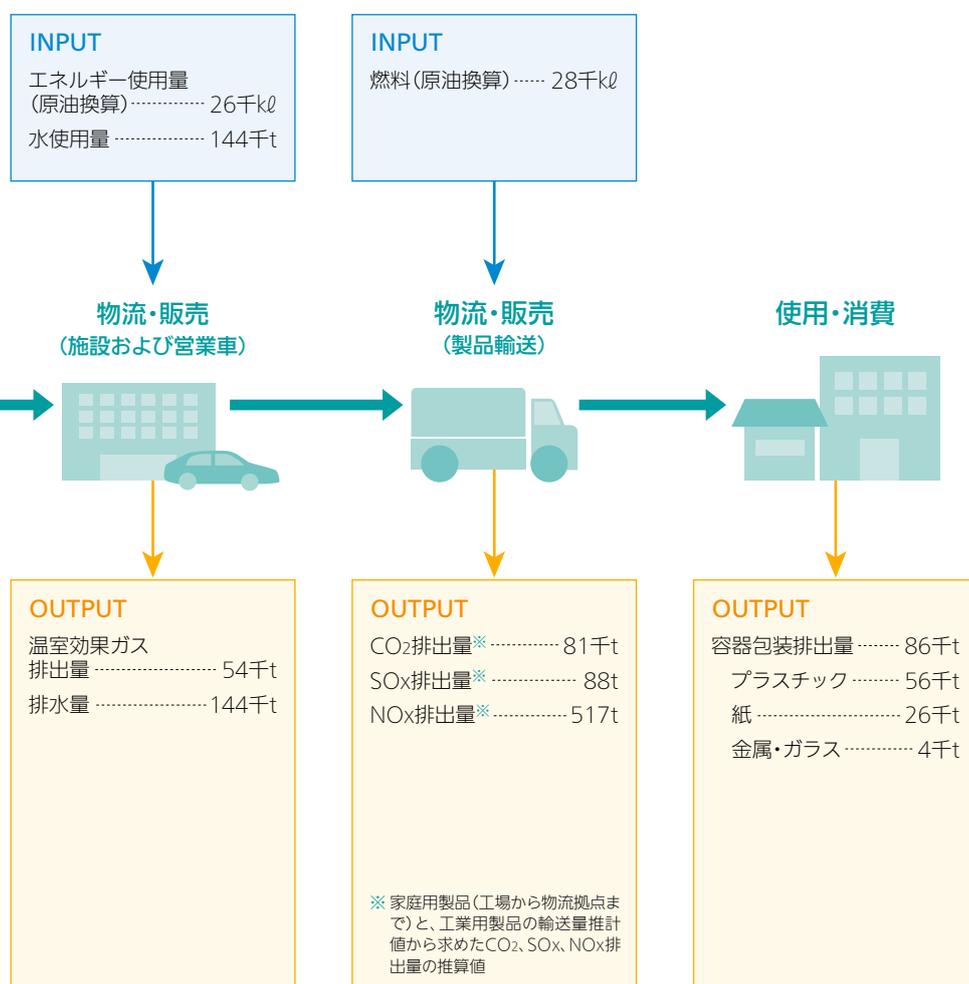
### 2006年度事業活動と環境負荷



#### 事業活動と環境負荷各指標の意味・定義

##### INPUT

- 原材料：  
商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、燃料などは除く)
- 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
- エネルギー使用量(開発・製造)：  
生産活動で消費するエネルギー量(ただし、直接生産に寄与しない  
事務用、研究活動で消費する量は含まない)



- 水使用量：水の全使用量
- エネルギー使用量(物流・販売)：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(販売はテナントビルなどにより実数を把握できない場合があり、捕捉しているデータから一人当たりの量を計算して推算している。データの捕捉率は64%)
- 燃料：家庭用製品(工場から物流拠点まで)と、工業用製品の輸送量推計値から求めた原油消費量

#### OUTPUT

- 温室効果ガス排出量：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(ただしCO<sub>2</sub>換算値)
- SO<sub>x</sub>排出量：各ばい煙発生施設からの排出量の合計
- NO<sub>x</sub>排出量：各ばい煙発生施設からの排出量の合計
- 化学物質排出量：PRTR法対象物質の大気および公共水域への排出量
- 排水量：各生産工場および物流・販売の事務所などの施設からの排水量
- COD排出量：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：生産活動により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
- 容器包装排出量：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)

## 環境負荷低減のための「6つの重点項目」と「2010年までの数値目標」を定めて継続的・効果的な環境保全活動を推進しています。

### 2006年度の実績と今後の方針

花王は、「省エネルギー」「地球温暖化防止」「廃棄物削減」「化学物質の排出削減」「グリーン購入」「CSR調達」の6つの項目を重点課題に、2010年度までの数値目標を掲げて活動を推進しています。

2006年度は、地球温暖化対策の推進に関する法律改正に合わせて、温室効果ガス排出量の算定方法を基準年である1990年に遡って見直しました。そのため温室効果ガス排出量は目標数値に達しませんでした。他の項目についてはすべて目標数

値を達成しました。

花王では、実績を踏まえて新たな目標を設定するとともに、活動の不十分な項目については新たな対策を講じていきます。特に地球温暖化防止については、国の定めた京都議定書目標達成計画に基づき、省エネ活動との統合や燃料転換を推進し、目標数値の達成をめざします。

一方、廃棄物削減目標については、目標の達成に伴い、数値目標を新たに設定し、ゼロエミッション達成に努めるとともに容器包装材の削減目標数値も検討していきます。

HP 国内・海外(アジア・欧米)工場別環境負荷データ  
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/>

### 環境目標と実績

重点推進課題	2006年度目標	2006年度実績	2007年度の方針・目標	2010年度目標
省エネルギー	生産活動で消費するエネルギー量を原単位指数※1で1990年度比76とする	●原単位指数で1990年度比75 ●運転方法の改善、設備・機器効率の改善などを推進(130件)し、目標を達成	●省エネ活動の確実な実施 ●原単位指数で1990年度比75を維持	原単位指数で1990年度比72
地球温暖化防止	温室効果ガス排出量※2を原単位指数で1990年度比69とする	●原単位指数で1990年度比71 ●燃料転換の推進や自家発電から購入電力への切り替えなどを行ったが、算定方法を1990年起点から見直したため※3、原単位指数では目標未達	●省エネ活動、燃料転換のさらなる推進 ●原単位指数で1990年度比68	原単位指数で1990年度比65
廃棄物削減	全工場ゼロエミッション※4達成	全工場達成	●全工場ゼロエミッションを維持 ●廃棄物発生量を生産量原単位で前年度比0.5%削減	●全工場合計で最終処分量を150トン以下にし、かつ新たに定義したゼロエミッション※5を達成 ●廃棄物発生量を生産量原単位で前年度比0.5%削減
化学物質の排出削減				
PRTR法対象物質	各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下に維持する	達成	●各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下に抑えることを維持	●各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下に抑えることを維持
VOC※6対象物質	各工場からの物質ごとの排出量を5トン以下にする	達成	●各工場からの物質ごとの排出量を5トン以下に抑えることを維持	●各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下にする
グリーン購入※7	コピー用紙、文具具のグリーン購入比率を90%以上とする	達成(グリーン購入比率94%)	90%以上を維持	100%
CSR調達※8	グリーン調達比率※890%以上を維持する	達成(グリーン調達比率99.6%)	90%以上を維持	100%

※1 原単位指数: 単位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  
 ※2 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>に換算した排出量をいう  
 ※3 算定方法の見直し: エネルギー使用量を算定するに当たり、特定事業者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令および温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル Ver.1.2と整合させるため、同マニュアルと同じ熱量を採用。また、都市ガスはこれまで常温、1気圧の状態での体積計算をしていたが、これを標準状態(0℃、1気圧)の体積に換算して計算することとした。以上の算定方法で1990年度に遡って再計算をした  
 ※4 ゼロエミッション: 年間の最終処分量を廃棄物等発生量の0.5%以下にすることをいう  
 ※5 新たに定義したゼロエミッション: 年間の最終処分量を廃棄物等発生量の0.1%以下にすることをいう  
 ※6 VOC: Volatile Organic Compounds(揮発性有機化合物)の略。具体的には、環境省環境管理局長通知(平成17年6月17日)別紙1の100物質を花王対象物質とする  
 ※7 グリーン購入: 事務用品、事務機器などを購入する際、購入品のライフサイクル全体を考慮し、環境負荷のより少ない商品(グリーン商品)を優先的に購入することをいう。またグリーン商品購入金額が全購入金額中に占める割合を、グリーン購入比率という  
 ※8 CSR調達/グリーン調達比率: 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し、環境負荷の少ない物品(グリーン物品)を優先的に購入することをいう。CSR調達のうち、環境保全調査において、評価結果をA(環境マネジメントシステム(EMS)を優良に運用している)、A1(ISO14001等の規格認証取得計画中)、B(EMSを運用)、C(EMS構築が必要)でランク分けをする。そして、環境保全状況の調査において対象取引先工場のうちEMSを運用している(評価がBランク以上)工場数比率を、グリーン調達比率という。環境保全状況の評価方法については、「CSR調達基準」として別に定める

## 積極的な技術開発や、生産工程のプロセス改善などの創意工夫を通じて地球温暖化問題に取り組んでいます。

### 研究開発における取り組み

花王の研究開発部門では、「環境負荷低減」を基盤技術研究の重要なテーマの一つと位置づけています。また、商品開発段階では、省資源、省エネルギーなどの環境適合性や安全性を商品のライフサイクルアセスメント、化学物質のリスクアセスメントの観点から実施しています。

さらに、花王の工場から直接排出されるCO<sub>2</sub>のみならず、社会全体でのCO<sub>2</sub>排出量削減につながるバイオマスの利用技術の研究に注力しています。

### CO<sub>2</sub>排出量低減に向けた技術開発

花王は、CO<sub>2</sub>排出量の低減に向けて、エネルギー効率の高いプロセス開発や、カーボンニュートラル<sup>※</sup>なバイオマス由来の原料を活用した生分解性プラスチックなどの工業用製品の開発を推進しています。これらの研究成果は、個々の商品開発をはじめ、環境適合性・安全性の高い新規化学物質の開発などに活かされており、これまで「超臨界二酸化炭素を利用した機能性複合粉体の製造技術開発」「環境調和型改質樹脂／フィルムの開発」「中空形状パルプモールド技術開発」などの成果をもたらしています。

#### ※ カーボンニュートラル

炭素循環の考え方。植物は燃やすと化石燃料と同様にCO<sub>2</sub>を排出するが、成長過程では光合成により大気中のCO<sub>2</sub>を吸収するので、収支はプラスマイナスゼロになる

### 広く産業界に貢献する環境適合商品

花王では産業界の環境負荷低減に対応した工業用製品の開発を推進しています。

その一つである「EGランナー」は、1,500℃以上の溶融した鉄などにも対応できる鋳物用の湯道管です。これは再生紙を原料としており、使用後は灰となるため、再生資源の利用、廃棄物の大幅な削減が可能となります。(▶P.13)

### 生産工程における取り組み

花王では、省エネ機器の導入や製造プロセスの合理化など、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。その結果、2006年度のエネルギー総使用量は、原油換算で前年度から2.3千k<sub>l</sub>減少しました。また、エネルギー原単位指数は前年度比0.9ポイント改善しました。今後も省エネ活動を継続して実施し、目標数値の達成をめざしていきます。

### 燃料転換などによる温室効果ガス排出量削減

温室効果ガス削減に向け、重油による自家発電を抑制し、CO<sub>2</sub>排出量の少ない電力の外部購入を推進し、CO<sub>2</sub>排出量を2005年度比で7.5千トン削減しました。これらの活動により、2006年度の温室効果ガス排出量は9.1千トン減少しました。また、数値目標である原単位指数は2005年度比1.4ポイント改善しました。

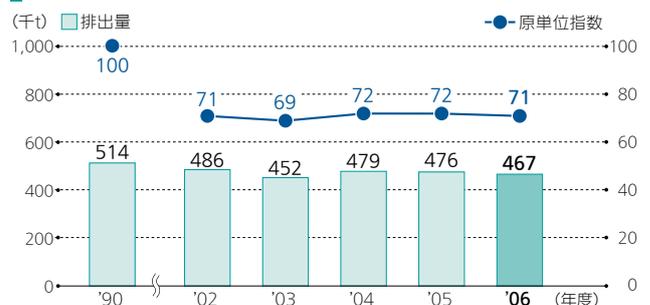
2007年度は、京都議定書の第一約束期間である2008年度から2012年度に向けて、さらなる天然ガスへの切り替えを推進していきます。また、温室効果ガス排出権の取得についても継続的に検討していきます。

### 生産活動におけるエネルギー使用量の推移



※ エネルギー使用量は特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令および温室効果ガス排出量算定・報告マニュアルVer.1.2と整合させるため同マニュアルと同じ熱量を採用しました。都市ガスは(常温、1気圧)の状態では計算していましたが、標準状態(0℃、1気圧)の体積に換算して計算することとしました。この方法で1990年から再計算しています。

### 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)は特定排出者の事業活動に伴う温室効果ガスの排出量の算定に関する省令および温室効果ガス排出算定・報告マニュアルVer.1.2に基づき、再計算しています。特に電気・都市ガスについては各供給会社の排出係数を採用しました。

## 事務・物流・販売面での活動

花王は、商品開発や生産の現場だけでなく、オフィスでも積極的に地球温暖化防止に取り組んでいます。また、物流・販売においては、取引先と協力しながら活動を進めています。

### 物流段階での取り組み

物流段階での環境負荷削減に向けて、効率的な物流システムの構築・運用、トラックなどによる輸送から環境負荷の少ない鉄道や船舶による輸送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。

2006年度は、一部のサニタリー商品でパレットを使用しない新方式のトラック輸送を実施し輸送効率を向上することで、省エネやCO<sub>2</sub>排出量の削減を実現しました。また、4月より改正省エネ法が施行されたことに伴い、輸送に使用する燃料使用量の算定体制を整備。今後、さらなる省エネに取り組む計画です。

## チーム・マイナス6%への参加

花王は、地球温暖化防止運動の国民的プロジェクト「チーム・マイナス6%」に、2005年から参加しています。この活動の結果、2006年度のオフィスの電力使用量は、活動を始める前の2004年度に比べて628kWh(2004年度比約4%)削減しました。これは原油換算で178kℓ、CO<sub>2</sub>換算で264トンに当たります。

また、クールビズの対象衣料のお手入れ方法を紹介する店頭POPを作成するなど、消費者の皆様への啓発活動を行いました。



キーピングスタイルケアの使用により、クールビズの対象衣類がハリのある仕上がりになることをPOPで訴求

## TOPICS 和歌山工場が「第4回日本コージェネレーションセンター賞」を受賞

和歌山工場は2006年5月、日本コージェネレーションセンターによる「第4回日本コージェネレーションセンター賞」の産業部門において会長賞を受賞しました。和歌山工場では、ガスタービンを用いた発電によって排出される高温の排気を、ボイラーの燃焼用空気や高・低圧蒸気の製造に再利用するなど、徹底的な排熱利用を推進しています。また、CO<sub>2</sub>排出係数の低い都市ガスを燃料に使用するほか、タービンやボイラーが停止した場合でも運転維持が可能な新技術の開発、化学プラントで発生したガスの無臭化など、省エネだけでなく、幅広い環境保全活動を推進している点も高く評価されました。



授賞式に出席した主催者ならびに当社社員

### 輸送手段と排ガス量(2006年度)

区分	輸送手段	輸送量比率(%)	CO <sub>2</sub> 排出量(t)	SO <sub>x</sub> 排出量(t)	NO <sub>x</sub> 排出量(t)
家庭用製品	トラック	62	58,535	9	409
	鉄道	14	2,026	1	1
	船舶	24	6,230	70	9
	計	100	66,791	80	419
工業用製品	トラック	79	13,951	2	97
	鉄道	10	123	0	0
	船舶	11	260	6	1
	計	100	14,334	8	98

- 輸送量＝運んだ製品の重量に距離をかけ合わせたもの
  - CO<sub>2</sub>は、温対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出マニュアル(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
  - SO<sub>x</sub>は、各種燃料の規制値、規格により求めた排出係数、電気LCI※を用いて算出
  - NO<sub>x</sub>は、エコプログラム排出係数、電気LCI※を用いて算出
- ※LCI ライフサイクルインベントリー。単位当たりの製品などを製造する際に必要な資源量や、大気排出量など環境負荷のデータ一覧

法規制や管理システムなど、化学物質管理に求められる多様な視点を統合した独自の「化学物質総合管理システム」を活用して“安心”をお届けしています。

## 化学物質の排出削減

花王では、化学物質の排出量を削減するために、新商品化支援システム、化学物質法規制情報、MSDS作成・管理システム、輸出管理サポートツールなどを統合した独自の「化学物質総合管理システム」を活用して一貫した化学物質管理を行っています。管理にあたっては、商品に使用する化学物質を、以下の4つのランクに分けています。

- 使用禁止物質**：花王での使用を禁止している化学物質（PCB、アスベストなど）
- 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法対象物質、毒劇物など）
- その他**（上記以外の物質）

## 環境負荷の低い原材料調達への推進

花王では、2004年4月に定めた「グリーン調達基準」に基づき、主要原材料サプライヤー工場と環境マネジメントシステム（EMS）評価を実施してきました。

2006年度は、国内外対象工場数が108工場増加し、540工場になりました。その結果、99.6%の工場が基準に達していることを確認しています。基準に満たなかった工場については引き続き、EMSの構築や運用のレベルアップを要請していきます。

※ 2007年1月からはグリーン調達基準に加えて、法規制や企業倫理の遵守、差別や不法労働の排除など、社会的責任の観点から国内外の原材料サプライヤーを評価し、サプライチェーン全体でCSRを推進していく「CSR調達」を推進するために、基準の整備を行いました。

## PRTR※法対象化学物質排出削減

2006年度の目標「各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下に維持する」を達成し、大気および公共水域への総排出量は4トンでした。

今後も目標を維持し、活動を継続していきます。

### ※ 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

HP PRTR法対象物質排出量一覧  
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/>

## VOCの排出量削減

2006年度のVOC※排出量調査の結果、法規制に該当する設備はありませんが、花王が対象とする100物質について自主的にVOC排出量調査を実施したところ、大気中への総排出量は11トンでした。また「各工場からの物質ごとの排出量を5トン以下にする」という目標を達成しました。

2007年度は、各工場からの物質ごとの排出量を5トン以下に維持し、2010年度には各工場からの物質ごとの排出量を1トン/年以下にするよう、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。

※ VOC Volatile Organic Compounds（揮発性有機化合物）の略

## MSDSの整備とイエローカード携行

花王では、工業用製品を販売する際には、製品ごとにMSDS※1を提出しています。グローバルな事業を展開している花王のMSDS作成・管理システムは、多言語対応版を整備しており、インターネットを通じて各物流拠点で閲覧や印刷することが可能です。

化学物質のタンクローリー輸送では、運送業者に緊急時の対応情報を書類などで提供するとともに、運転手にイエローカード※2の携行を義務づけています。また、ドラム缶や18ℓ缶など、少量で混載輸送されるものについては、容器用イエローカードを貼付し、そのなかに緊急時の情報を表示しています。

### ※1 MSDS

Material Safety Data Sheetの略。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 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

自社のすべての工場でゼロエミッションを達成。  
 今後は「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」の活用などで活動の質を高めていきます。

## 全工場でゼロエミッションを達成

花王は、生産活動において、タンク洗浄水使用量の削減をはじめ、配合タンクのサイズの最適化による廃液・洗浄水の削減、生産計画の精緻化などを推進し、廃棄物の発生量の削減を図っています。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。

また、2004年度からゼロエミッション※の達成をめざしてきた結果、2006年度は、国内全工場でゼロエミッションを達成。全工場合計の最終処分量は前年度比で57%に削減し、280トンとなりました。なお、全工場を合計した最終処分量は、0.20%です。

今後もさらに最終処分量の削減を促進し、2010年には絶対量で150トン以下をめざします。

### ※ ゼロエミッション

花王では、年間の最終処分量を廃棄物等発生量の0.5%以下にすることを定義

## 非生産系事務所におけるリサイクル活動

茅場町事業場、大阪事業場では一般廃棄物の3Rに取り組み、紙類、プラスチック類、段ボール類をはじめとした資源ごみの分別収集、再資源化を推進しています。

また、物流関連会社では、商品の運搬、配荷後に不用となったプラスチック類、段ボール類の積極的なリサイクル活動を実施しています。プラスチック類については、すべての拠点で、老朽化した折りたたみ式プラスチック製コンテナを分別収集し、廃プラスチック類のリサイクル業者に委託するなど再資源化を進めています。

## 「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」を導入

廃棄物の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、外部業者との契約管理や産業廃棄物管理票（マニフェスト）の運用管理、廃棄物数量データ管理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。2006年10月から花王および関連の9工場で運用を開始しており、2007年4月からは一部の非生産系部門や関係会社でも運用を開始しました。

このシステムの運用により、処理業者や契約に関する情報を担当者間で共有することで、透明性を高め、処理業者による不法投棄や不適正処理などのリスクを低減することができます。また、マニフェストの処理状況を一元管理することにより、トレーサビリティや適正処理をより徹底することもできます。

### Voice

#### 酒田工場 電子マニフェスト導入

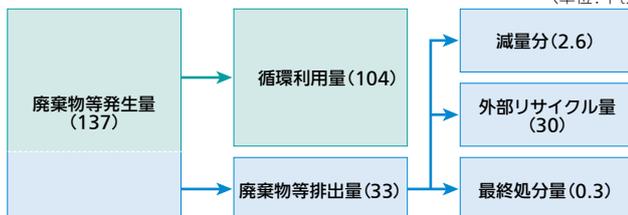
中鉢 ひとみ  
 (酒田工場 プロダクション部門)



酒田工場では、2006年7月から産業廃棄物管理票（マニフェスト）の一部に電子マニフェストを導入しました。電子化は、多量の伝票が不要になるばかりでなく、トレーサビリティを一層高めることができます。社内からは「いつでもコンピュータ上で処理できるのでタイムリーに進捗状況が確認できるようになった」という声が寄せられており、委託先からも「電子マニフェストを活用でき、便利になった」との評価をいただいています。

## 廃棄物等の発生量と処理の流れ(2006年度)

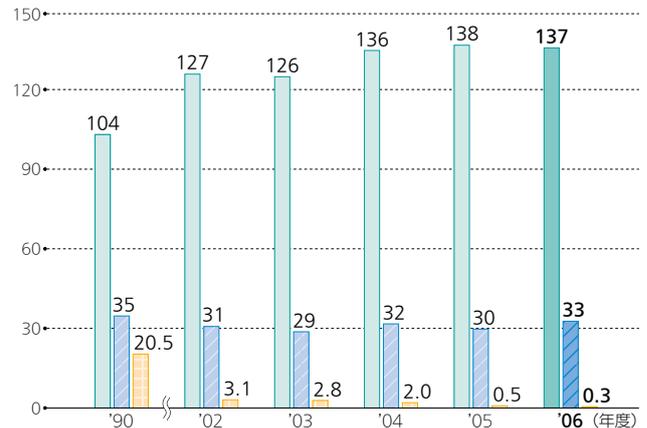
(単位:千t)



- 廃棄物等発生量: 商品をつくる段階で出てくる不用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: 工場のなかで再使用されたり、リサイクルされたもの(サーマルリサイクル含む)
- 廃棄物等排出量: 不用なものや不良品、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工夫して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

(千t) 発生量 排出量 最終処分量



## 高い商品性を確保すると同時に、使用後の再資源化・再利用を踏まえた容器包装の3Rに取り組んでいます。

### 資源の有効活用の考え方

容器包装は、中身を使い切るまでは商品の一部として、運搬時における中身の保護や品質の保持、使用時における情報提供などの重要な役割・機能を担っています。花王は、これらの役割・機能を満たす商品の研究開発を行うとともに、使用後の再資源化・再利用など容器包装材料の3Rに積極的に取り組んでいます。

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・つけかえ用商品による包装容器の再利用
3. リサイクル: 使用済み容器を再生原料として再利用

### リデュース、リユースの取り組み

花王は、コンパクト型商品の開発や、つめかえ・つけかえ用商品を積極的に開発し、容器包装材料の削減に努めています。2006年度は、「ビオレバスミルク」の新発売に伴い、つめかえ商品を同時に発売し、また「サクセスシャンプー」のつめかえ商品も新たに発売しました。

また、内容物を衝撃から守り、保存にも十分に耐える頑丈な容器でありながらプラスチック量を削減するという、相反する条件を高度な容器設計技術によって解決。容器に使用する樹脂量の削減を進めています。2006年度は、「ハイター」「キッチンハイター」「ヘルシア」のボトルに使うプラスチック量の削減や、「ヘルシア」のラベル薄肉化を実現し、これらの商品合計で

年間190トンのプラスチックの削減を達成しました。これは、石油換算で371kℓの削減に相当します。

商品を輸送する際に使用する段ボールについても、強度などの機能性を損なうことなく、単位面積当たりの重量を削減しています。この段ボールを採用した商品では、年間80トンの段ボール使用量を削減しました。

これら3Rの取り組みにより、容器包装材料の使用量の削減を進めていますが、2006年度は新製品の発売や売上増加により、前年度比7,900トン増加となりました。花王は、今後も引き続き容器包装材料の使用量削減に努めていきます。

**HP** コンパクト型商品とコンパクト化率  
つめかえ用・つけかえ用商品と転換率  
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report>

### TOPICS 業界自主行動計画策定

花王が加盟する日本石鹸洗剤工業会では、資源の有効活用に向けて、容器包装プラスチックの使用量(原単位)を、2010年度までに95年度比30%削減することを目標に掲げ、業界自主行動計画を策定しました。対象製品は、ボディ用洗剤、手洗い用洗剤、シャンプー・リンス、洗濯用液体洗剤、柔軟仕上げ剤、台所用洗剤、住居用洗剤、漂白剤・かびとり剤の8製品群で、「つめかえ・つけかえ製品のさらなる普及」「容器の薄肉・軽量化」「内容物の濃縮・コンパクト化」などの施策を実施しています。同製品群を扱う花王でも、自主行動計画に加わり、目標数値の達成をめざしていきます。



**Reduce: 削減**  
製品の性能を高めてコンパクト化することで、1回当たりの使用量を減らし、原材料、エネルギー、ごみを減らしています。



**Reuse: 再利用**  
中身をつめかえることで、シャンプーや液体洗剤の本体容器がくり返し使えるようになり、省資源とごみの削減に役立っています。

### 容器包装材料使用量の推移

(単位:t)

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度
プラスチック	42,800	46,800	49,000	49,200	55,700
紙	21,000	26,000	25,800	26,100	25,600
段ボール	56,400	60,300	64,300	65,600	67,700
他	3,100	3,300	3,600	3,800	3,600
計	123,300	136,400	142,700	144,700	152,600

## 水資源の有効利用や生物多様性への対応など、事業活動に密接にかかわるさまざまな環境保全活動を展開しています。

### 水資源の循環的な利用状況

花王の各工場では、商品への配合水、設備の洗浄水と冷却水、生活用水などに水資源を利用しています。これらの水を効率的に利用するために、洗浄などで利用した後の水を浄化し、再使用しています。

2006年度は、前年度に比べて生産量が増加しましたが、水使用量は496千トン、排水量は766千トン削減することができました。これは、2006年度に実施した廃水処理方法の改善による井戸水使用の抑制と、和歌山工場で実施したばいじん抑制のための設備改善に伴う水使用量の削減が主な理由です。

### PCBの処理状況

ポリ塩化ビフェニル(PCB)は、和歌山工場と東京工場で厳重に保管しています。2005年に日本環境安全事業(株)に処理依頼を行い、現在は処理を待っている状況です。

### 法遵守・規制への対応

2005年4月、和歌山工場で一時的にばいじんの基準値をわずかながら超過した排ガスの排出がありました。この問題を解決するために、花王は連続監視システムの設置に加え、設備の抜本的な改善を図りました。すみだ事業場においても、2年続け

て一時的にBOD値が下水排出基準を超過したことから、監視・管理体制を強化するとともに、設備の改善を行い、基準超過が起こらないよう対策を講じました。

こうした取り組みの結果、2006年度は、国内各工場において、大気へのSOx、NOx、ばいじん、排水中へのBOD、COD、りん、窒素の排出量は、すべて法の規制値を下回りました。

### 土壌汚染対策

土壌汚染については、2005年度に和歌山工場、栃木工場、酒田工場において、過去の化学物質の使用履歴を踏まえ、敷地内の地下水中の環境基準物質を測定し、いずれも基準値以下でした。川崎工場は、2004年度に敷地内土壌の溶出試験と土壌中の環境基準物質の測定を行った結果、いずれも汚染は認められませんでした。

2006年度は、土壌についての調査・測定は実施していませんが、不慮の事故に備えて焼却炉の設置場所をコンクリートにするなど、土壌汚染の防止を図りました。

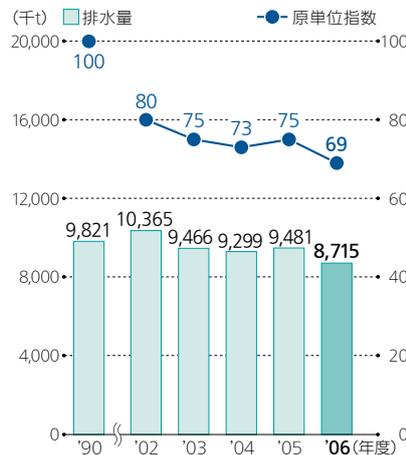
### 生物多様性への対応

生物多様性は、人間を含めた生態系に不可欠な構成要素の一つであり、私たちの暮らしや自然環境の持続性を保つ上で重

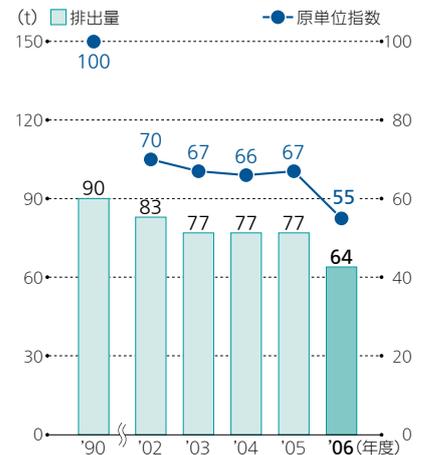
#### 水使用量の推移



#### 排水量の推移



#### COD排出量の推移



※ 算出方法の一部変更のため2005年度の数値がCSRレポート2006と異なっています。

要な役割を果たしています。しかし、人間によって引き起こされるさまざまな環境負荷などにより、生物多様性は低下の一途を辿っています。こうした現状を踏まえ、花王では、生物多様性の保全に貢献するさまざまな取り組みを行っています。

2006年度は、国際的非営利団体RSPOが主催する「持続可能なパーム油のための円卓会議(Roundtable on Sustainable Palm Oil:RSPO)」に正式加入しました(▶P.15)。RSPOは、持続可能な循環型資源として注目されるパーム油の生産の拡大に伴って顕在化している熱帯雨林の伐採による生態系の破壊や農園での厳しい労働条件など、パーム油生産に関する社会面・環境面での課題解決をめざす国際的なNGOです。花王では、今後もグローバルな視点から環境に配慮し、持続可能な原料調達を推進していきます。

また、「花王・みんなの森づくり活動への助成」(▶P.48)や「花王・教員フェローシップによる海外の生物多様性調査への教員派遣」(▶P.48)などの活動を通じて、緑化や里山の保全活動への支援を行っています。

## 商品使用後の環境負荷低減に向けて

衣料用洗剤など家庭用製品の使用後に出了生活排水は、管理された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。また、容器や包装に使われたプラスチック類は生態系で分解されないため、専用の設備を用いてリサイクル・焼却処理されています。このように、家庭用製品の使用後の排水・廃棄物処理は、生態系と人工の2つの浄化・循環システムに依存しています。

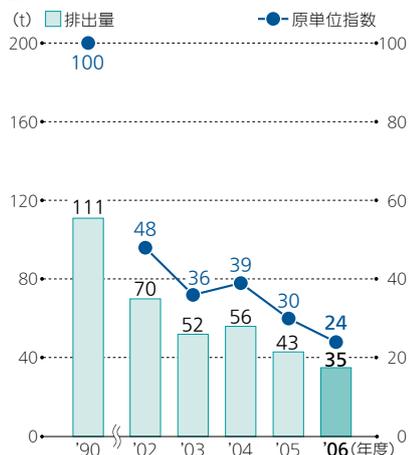
そこで花王は、この浄化・循環システムに過度な負担をかけることのないよう、「商品のライフサイクル全体を通じて環境負荷の低減を推進する」ことを環境適合設計の基本指針とし、生分解性が高く、また生態系に影響の少ない原料の使用に努めています。

一方で、使用後の商品が河川などの自然環境に与える影響にも注意を払い、日本石鹼洗剤工業会の環境委員会・環境安全専門委員会において、他の会員企業と共同で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、都市部を流れる多摩川のほか代表的な4河川で、洗剤として含まれる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。

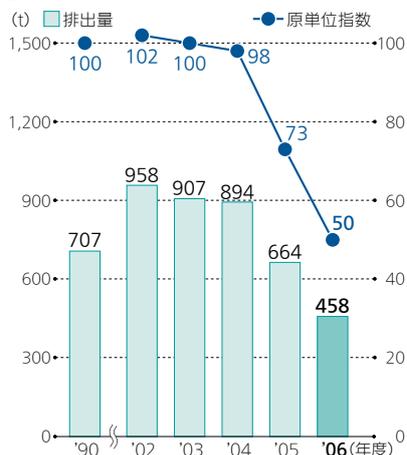
2005年度の調査では、界面活性剤の生態系に対する濃度は許容濃度より低く、前年度までと同様、生態系に悪影響を及ぼすリスクの低いことが確認されました(日本石鹼洗剤工業会「環境年報」Vol.31 2006年度版)。

HP 日本石鹼洗剤工業会  
http://www.jsda.org/w/

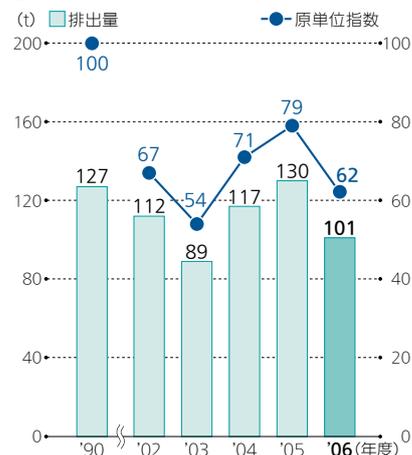
### SOx排出量の推移



### NOx排出量の推移



### ばいじん排出量の推移



※四捨五入の取り扱いは一部見直しのため2002年度の数値がCSRレポート2006と異なっています。

## 科学的な裏づけをもった環境保全活動の成果を さまざまなコミュニケーション活動を通じて積極的に発信しています。

### 環境を通じたさまざまな コミュニケーション

花王では、日頃から科学的なアプローチ、公正かつタイムリーな情報開示、真摯な対話を心がけることで、円滑なコミュニケーションに努めています。また、活動やパフォーマンスについては、自社のホームページやCSRレポート、サイトレポート、「環境と安全の生活情報」などの小冊子を通じて情報発信するとともに、工場見学時の意見交換や消費者相談などの機会を設けるなど、双方向の対話を重視し、ステークホルダーの皆様のご意見・ご要望を日々の環境保全活動に役立てています。

HP 環境への取り組み  
<http://www.kao.co.jp/corp/ecology/>

### 環境・安全サイトレポートの発行

花王は、2005年度から、工場ごとに近隣地域や工場見学の方々を対象にしたサイトレポートの作成を開始しました。花王では、サイトレポートを、各工場の環境保全活動や安全活動をご理解いただくツールとして、また、より多くの方々からのご意見をいただくためのコミュニケーションツールとして位置づけています。2006年度は国内全8工場で発行し、工場が住宅地と密接するすみだ事業場にある東京工場では、近隣の住民の方々にサイトレポートを配布しました。



環境・安全サイトレポート  
(すみだ事業場・和歌山工場)

### 「環境・安全・防災交流会」を開催

すみだ事業場では、2007年1月、近隣地域の方々を対象にした「環境・安全・防災交流会」を開催しました。すみだ事業場の環境保全や安全防災に関する状況と取り組みについて、近隣住民の方々に理解を深めていただくとともに、皆様との意見交換の場として開催したもので、近隣6町会から役員19名の方々に参加いただきました。

交流会では、環境・安全・防災活動の取り組みとして、環境保全活動について報告、続けて、安全活動、地震総合防災訓練や夜間防災訓練などの防災活動などについても、具体的に説明しました。



ご参加いただいた皆様への説明の様子

### エコプロダクツ展(シンガポール)に出展

花王は、2006年10月31日～11月2日にわたり、シンガポールのサンテック国際会議展示センターで開催された「エコプロダクツ展」に出展しました。

花王ブースでは、環境に配慮した事業活動の歴史とともに、洗浄剤や柔軟剤などのつめかえ容器の開発、製品の中身の濃縮・容器のコンパクト化、容器の薄肉化などによるプラスチック使用量の削減、折りたたむことでごみ体積を削減する容器、リサイクル材料の活用法など、さまざまな技術や事例を紹介しま



花王ブース

した。主婦や学生、ビジネスマンを中心とした来場者の方々から多数のご意見やご質問をいただくなど、有意義な展示会となりました。

### 環境教育の実施

鹿島工場では、次世代を担う子どもたちに地球環境保全の重要性を伝えることを目的に、近隣地域の中学生を対象にした環境教育を実施しています。

2006年度は、9月25日、27日の2日間にわたって鹿島工場近隣の中学校で開催しました。環境担当の社員による授業は、「地球温暖化」や「省エネルギー」をテーマに、一人ひとりが取



真剣に聞き入る子どもたち

り組める身近な省エネ活動をはじめ、アスベスト問題なども交えた内容でした。今後も継続して実施し、環境教育の普及に努めていきます。

### 「花王の森」を通じて森林保全活動を推進

2007年2月、和歌山県海草郡紀美野町の森林0.7haを「花王の森」として森林保全活動に取り組む協定を和歌山県と結びました。「企業の森」は、和歌山県が地元の森林組合などと共同で企業や団体に森を無償で貸し出す事業で、現在27社が参画しています。2007年4月には、同地において植樹式が行われ、町長をはじめ町職員や県職員の方々、和歌山工場長、社員など



植樹式

100名が参加しました。花王は、今後も定期的の下草刈りなどの保全活動に継続的に取り組んでいきます。

2006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、花王(株)および国内子会社5社(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)、ゴールドウェルジャパン(株))です。
- [3]期間は2006年4月1日から2007年3月31日までです。

算出方法の変更・再計算について：  
 ●生産活動エネルギー使用量(原油換算kℓ)の2005年度以前の数値は算出方法を1990年に遡って見直したため、CSRレポート2006年度版とは異なっています。  
 ●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.1.2)平成19年2月環境省/経済産業省」に基づき、再計算しております。  
 ●2005年度の排水量の数値は、算出方法の一部変更のため、CSRレポート2006の数値と異なっています。

環境保全コスト(事業活動に応じた分類)

単位:百万円

分類	主な取組内容	投資額	費用額 <sup>※1</sup>
(1)事業エリア内コスト		1,147	3,596
内訳①公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	776	1,693
②地球環境保全	省エネルギー	37	81
③資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	334	1,823
(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	927	2,659
(3)管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	13	866
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	259	2,040
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	56
(6)環境損傷コスト		-	0
合計		2,345	9,217

※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)	2005年度	2006年度	増減 <sup>※2</sup>
事業活動に投入する資源	生産活動エネルギー使用量(原油換算kℓ)	207,394	205,121	▲2,273
	水使用量(千t)	11,637	11,141	▲496
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)	476	467	▲9
	SOx排出量(t)	43	35	▲8
	NOx排出量(t)	664	458	▲206
	排水量(千t)	9,481	8,715	▲766
	COD排出量(t)	77	64	▲13
	廃棄物等の排出量(千t)	30	33	3
	廃棄物等の最終処分量(千t)	0.5	0.3	0
	PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	4	3	▲1

※2 増減で▲は減少を表しています

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 <sup>※3</sup>
有価物等の売却	有価物、固定資産の売却金額	187
費用節減	省エネルギーによる費用節減金額	365
	省資源による費用節減金額	2,431
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	190
合計		3,174

※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	主な取組内容	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	37	81
②オゾン層保護対策に関するコスト		0	0
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	508	583
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	0	10
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	268	1,100
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	1,261	4,482
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	259	2,040
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	56
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	13	866
合計		2,345	9,217

環境会計要約情報の直近3期間の推移表

分類	2004年度	2005年度	2006年度
①環境保全コスト			
投資額(百万円)	1,987	2,322	2,345
費用額(百万円)	9,519	9,530	9,217
②環境保全効果に関する環境パフォーマンス指標			
生産活動エネルギー使用量(原油換算kℓ)	204,954	207,394	205,121
水使用量(千t)	11,189	11,637	11,141
温室効果ガス排出量(CO <sub>2</sub> 換算,千t)	479	476	467
SOx排出量(t)	56	43	35
NOx排出量(t)	894	664	458
排水量(千t)	9,299	9,481	8,715
COD排出量(t)	77	77	64
廃棄物等の排出量(千t)	32	30	33
廃棄物等の最終処分量(千t)	2	0.5	0.3
PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	5	4	3
③環境保全対策に伴う経済効果			
実質的效果(百万円)	2,262	1,675	3,174

ビジョンと戦略	
1.1 ビジョンと戦略に関する声明	P.2-3, 20
1.2 最高経営責任者の声明	P.2-3
報告組織の概要	
組織概要	P.32, Web
2.1 報告組織の名称	P.4
2.2 主な製品やサービス	P.5
2.3 事業構造	P.4-5
2.4 主要部門、子会社等	P.4-5
2.5 事業所の所在国名	P.4-5
2.6 企業形態	P.4-5
2.7 対象市場の特質	P.4-5
2.8 組織規模	P.4-5
2.9 ステークホルダーのリスト	P.7
報告書の範囲	
2.10 報告書に関する問合せ先	P.65
2.11 記載情報の報告期間	P.1
2.12 前回の報告書の発行日	P.1
2.13 報告組織・内容の範囲	P.1
2.14 前回の報告書以降の重大な変更	P.1, 16
2.15 報告組織間での比較への重大な影響	重要な報告事項なし
2.16 以前の報告書についての再報告事項	重要な変更点なし
報告書の概要	
2.17 GRIガイドラインの適用	参考に使用
2.18 コストと効果の算出規準	P.61
2.19 適用測定手段の変更	特に変更なし
2.20 報告の保証への方針と取り組み	P.64-65
2.21 第三者保証書	P.64
2.22 追加情報報告書の入手方法	P.61
統治構造とマネジメントシステム	
構造と統治	
3.1 組織の統治構造	P.18, 20
3.2 独立している取締役等の割合	P.18
3.3 取締役選任プロセス	P.18
3.4 取締役会レベルの監督プロセス	P.18
3.5 役員報酬と目標達成度との相関	P.18
3.6 組織構造と主務者	P.18, 20, 23, 25, 28
3.7 組織の使命と価値の声明	P.6, 2-3
3.8 株主による勧告・指導のメカニズム	P.42
ステークホルダーの参画	
3.9 主要ステークホルダーの定義	P.7
3.10 ステークホルダーとの協議手法	P.7, 32-48
3.11 協議から生じた情報の種類	P.7, 32-48
統括的方針およびマネジメントシステム	
3.13 予防的アプローチ・予防原則の採用	P.23-29
3.14 参加・支持している憲章・原則・提唱	P.2, 20
3.15 会員となっている主な団体	—
3.16 上・下流での影響管理の方針とシステム	
3.17 間接的影響を管理する取り組み	
3.18 報告期間内の所在地・事業内容の変更	特に変更なし
3.19 パフォーマンスに関わるプログラムと手順	P.29, 52
3.20 マネジメントシステムに関する認証状況	P.29

経済的パフォーマンス指標	
顧客	
EC1 総売上上げ	P.4
EC2 市場の地域別内訳	P.4
供給業者	
EC3 全調達品の総コスト	AR
EC4 支払済契約割合	
従業員	
EC5 給与・給付金の地域別内訳	
投資家	
EC6 投資家への配当	P.42
EC7 内部留保の増減	AR
公共部門	
EC8 支払税額の国別内訳	AR
EC9 助成金等の地域別内訳	
EC10 寄付額の内訳	
環境パフォーマンス指標	
原材料	
EN1 種類別総物質使用量	P.50-51
EN2 原材料への再生材使用割合	P.56
エネルギー	
EN3 直接的エネルギー使用量	P.50-51, 53
EN4 間接的エネルギー使用量	P.50-51
水	
EN5 水の総使用量	P.50-51, 58
生物多様性	
EN6 所有等する生物多様性の高い地域	該当なし
EN7 事業による生物多様性への影響	
放出物、排出物および廃棄物	
EN8 温室効果ガス	P.50-51, 53
EN9 オゾン層破壊物質	P.55, Web
EN10 NOx, SOx, その他の大気放出	P.50-51, 59
EN11 廃棄物総量と内訳	P.56, Web
EN12 排水種類別内訳	
EN13 化学物質、燃料の漏出	P.58(重大な排出なし)
製品とサービス	
EN14 主要製品の主な環境影響	
EN15 使用後に再生利用可能な製品	P.57
法の遵守	
EN16 環境に関する違反	P.58
EN17 再生可能エネルギー	
輸送	
EN34 物流輸送に関する環境影響	P.50-51, 54
その他全般	
EN35 環境に対する支出内訳	P.61

社会的パフォーマンス指標	
雇用	
LA1 労働力の内訳	P.37
LA2 雇用創出と離職	P.37
LA12 法定以上の福利厚生	P.37
労働/労使関係	
LA3 労働組合等の内訳	
LA4 組織運営上の変更情報提供等	
安全衛生	
LA5 労働災害等の記録・通知	P.40
LA6 合同安全衛生委員会の対象	P.7
LA7 疾病、病欠、欠勤、業務上の死亡	
LA8 HIV/AIDSについて	
教育研修	
LA9 職位・職域別研修時間	P.36
LA16 雇用適正維持、職務終了への対処	P.39
LA17 技能管理または生涯学習	P.36
多様性と機会	
LA10 機会均等	P.37-38
LA11 上級管理職等の内訳	
人権:方針とマネジメント	
HR1 業務上の人権問題	P.21, 37
HR2 投資・調達の人権配慮	P.41
HR3 サプライ・チェーンでの人権管理	P.41
HR8 人権問題の従業員研修	P.38
差別対策	
HR4 業務上の差別撤廃	P.21, 37
組合結成と団体交渉の自由	
HR5 組合結成の自由	P.20
児童労働	
HR6 児童労働の撤廃	P.20-21
強制・義務労働	
HR7 強制・義務労働撤廃	P.20-21
懲罰慣行	
HR9 不服申し立て	P.21
HR10 報復防止措置	P.21
地域社会	
SO1 地域への影響管理	
SO4 社会、倫理、環境に関する表彰	P.30
贈収賄と汚職	
SO2 贈収賄と汚職	P.21
政治献金	
SO3 政治的なロビー活動や献金	P.21
SO5 政党や政党候補への資金提供	該当なし
競争と価格設定	
SO6 反トラストと独占禁止法令	該当なし
SO7 不正競争行為防止	P.21
顧客の安全衛生	
PR1 顧客の安全衛生保護	P.26-27
PR4 上記の不適合	該当なし
PR5 所轄機関への苦情件数	
PR6 自主規範、製品ラベル、受賞	該当なし
製品とサービス	
PR2 商品情報と品質表示	P.25
PR7 上記の不適合	該当なし
PR8 顧客満足度	P.33
広告	
PR9 広告に関する規準等	P.21
プライバシーの尊重	
PR3 消費者のプライバシー保護	P.22

この対照表は、GRIガイドラインの要求項目に関連する内容を記述したページを記したものであり、準拠していることを保証するものではありません。  
 なお、緑字はグローバルコンパクト10原則の対応項目、ARはアンニュアルレポートに記載されている項目です。

花王は、「CSRレポート」を、ステークホルダーの皆様の花王に対する関心に応える“情報開示ツール”と位置づけ、社内外の皆様から広くご意見・ご感想をいただきながら掲載情報の充実に向けています。また、そうした声を日々の取り組みに活かしていくことで、CSRにかかわる活動レベルを高め、相互理解を深めていく“コミュニケーションツール”としての役割も重視しています。

こうした観点に基づき、花王は、社員に対して、CSRレポート読後アンケート、CSRレポートを読む会、CSR説明会(▶P.20)

などを実施し、意見を収集しています。

また、社外の読者の皆様に対しては、FAXによるアンケートへのご協力をお願いしているほか、ホームページ上で手軽にご意見を送信いただける仕組みを取り入れています。加えて、環境、安全、品質、消費者交流などをテーマとした対面の講座も実施しています。

今後も、皆様からいただいたご意見を日々のCSR活動やレポートづくりに活かしていくとともに、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションのさらなる充実を図っていきます。

## 「花王CSRレポート2006」にいただいたご意見・ご感想

### レポート挟み込みFAXアンケートに いただいたご意見・ご感想

(2007年5月末現在、回答数n=50)

70%の方から「わかりやすい」「充実している」、75%の方から「分量がちょうどよい」との評価をいただきました。

#### 関心をもった、印象に残った記事(複数回答)

1. トップメッセージ	28%
2. 社員とのつながり	22%
3. 製品の安全を守る取り組み	18%
3. CSR推進体制	18%
3. 社会貢献活動	18%
3. 地域社会とのつながり	18%

#### いただいた主なご意見・ご感想

- 専門的な立場から読む読者にとってはとてもよい冊子になっているが、市民がテキストに使う上では詳細すぎる。
- 消費者とのつながりが深い企業の「体制の充実ぶり」を充分認識することができた。
- 今の時代、地域社会とのつながりがあることは非常に大切。スーパーで商品選びをする際もこうした点を参考にしたい。
- 次世代育成について、10年後・20年後を考え、“今”をどうするかをもっと聞きたい。
- 化学物質にかかわるリスクの存在や、容器包装の使用量が多いことなど、ネガティブな面から対策が明示しており、好感がもてた。具体的な数値を盛り込んだ、生態系を意識したCSRへの取り組みがあるととてもよいと思う。

## 改善に向けて

本レポートでは、昨年度の報告書で、章立ての構造が一部でわかりにくかった点を見直すこと、見出しを検索しやすくすること、用語解説をわかりやすい位置に記載する、などの読みやすさの改善を行いました。

### ホームページでいただいた ご意見・ご感想

(2007年5月末現在、回答数n=61)

回答をいただいた方々は、一般消費者が約80%でした。また、20~30代の若い世代が3分の2を占めています。

ご意見をいただいた分野は、環境面:31%、社会面:23%、安心を支える取り組み:21%という順でした。

#### いただいた主なご意見・ご感想

- 一般人には難しかった。文章をもっとわかりやすくしてほしい。
- 「本業を通じたCSR」をしっかり果たすことはもちろん、社会との絶ゆまぬ対話や、社員の動機づけなど継続して行い、より度量の広い会社として社会に貢献する活動を展開してほしい。
- 化粧品などの選択基準は、メーカーの環境への配慮と動物実験の有無に置いている。その点で、花王が努力していることは理解できた。今後はアニマルフリーの製品をより多く生産してほしい。
- 今、環境配慮は企業活動に不可欠であり、さらに積極的に取り組んでほしい。しかし、花王の環境への取り組みをよく知らない消費者も多いのではないかと。
- 知的障がい者に雇用の場を提供する花王ピオニーの活躍は意義深い。一層の発展を期待している。
- 情報が網羅的になっている。このような意見収集の取り組みを見ても真面目な会社だということはわかるが、もっと読者の興味を引く構成も考えてほしい。

CSR活動については、皆様の声に真摯に耳を傾け、一歩ずつ前進させていきたいと考えています。

HP CSRレポート  
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/>

第三者審査報告書

平成 19 年 6 月 20 日

花王株式会社  
代表取締役  
社長執行役員 尾崎 元規 殿

株式会社トーマツ環境品質研究所

代表取締役社長 **古室正充** 

1. 審査の対象及び目的

当環境品質研究所は、花王株式会社(以下「会社」という)が作成した「CSRレポート2007」(以下「報告書」という)について審査を実施した。審査の目的は、報告書に記載されている2006年度の重要な環境定量情報が、「環境報告書ガイドライン2003年度版」(環境省)及び「GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン(2002)」を参考にし、会社が採用した算出方法等に従って正確に測定、算出されているかについて、独立の立場から結論を表明することにある。

2. 経営者及び報告書の審査を行う者の責任

報告書の作成責任は会社の経営者にあり、当環境品質研究所の責任は、独立の立場から報告書の審査に対する結論を表明することにある。

3. 実施した審査の概要

当環境品質研究所は、当該審査の結論表明にあたって限定的な保証を与えるために十分に有意な水準の基礎を得るため、「国際保証業務基準(International Standard on Assurance Engagements) 3000」(2003年12月 国際会計士連盟)及び「環境報告書審査基準案」(平成16年3月 環境省)を参考にし審査を行った。

審査手続の概要は、掲載されている2006年度の重要な環境定量情報について、サンプリングにより集計表とその基礎資料との照合、作成責任者及び担当者に対する質問、関連する議事録・規程・ISO関連資料等の閲覧及び照合、事業所視察、その他根拠資料となる内部資料及び外部資料で利用可能なデータと比較し検討した。

4. 結論

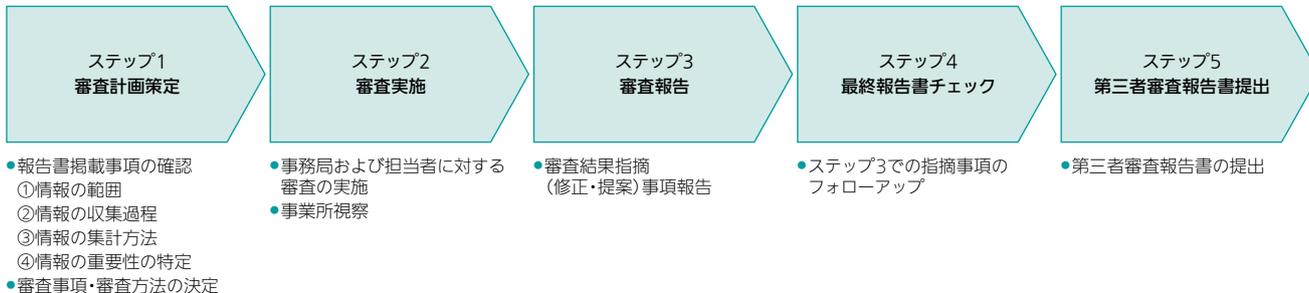
「3. 実施した審査の概要」に記載した審査手続を実施した限りにおいて、報告書に記載されている2006年度の重要な環境定量情報が、「環境報告書ガイドライン2003年度版」(環境省)及び「GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン(2002)」を参考にし、会社が採用した算出方法等に従って、すべての重要な点において正確に測定、算出されていないと認められるような事項は発見されなかった。

5. 特定の利害関係

会社と当環境品質研究所又は審査人との間には、わが国の公認会計士法の規定に準じて記載すべき利害関係はない。

以 上

## 第三者審査実施手続



今回訪問した事業所:茅場町事業場(本社)、和歌山工場、愛媛サニタリープロダクツ(株)

訪問事業所は、ローテーション計画に基づき実施している。今回訪問しなかった事業所については記録類の閲覧・照合を茅場町事業場(本社)で実施した。



## お問い合わせ先

花王株式会社  
 コーポレートコミュニケーション部門 CSR推進部  
 〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10  
 TEL:03-3660-7153 FAX:03-3660-7156

レポートの内容は花王のホームページにも掲載されています。  
 ホームページ <http://www.kao.co.jp/corp/csr/>  
 発行年月 2007年7月

## 本レポートの環境配慮について

用紙は、適切に管理された森林から出荷された材を含むFSC森林認証紙を使用し、インクは、VOC(揮発性有機化合物)の発生を低減する大豆油インキを使用。印刷工程では、有害物質を含む廃液を出さない水なし印刷方式を採用しました。



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.co.jp/corp/>

