



CSRレポート 2006

2005.04.01 - 2006.03.31

Kao Corporation

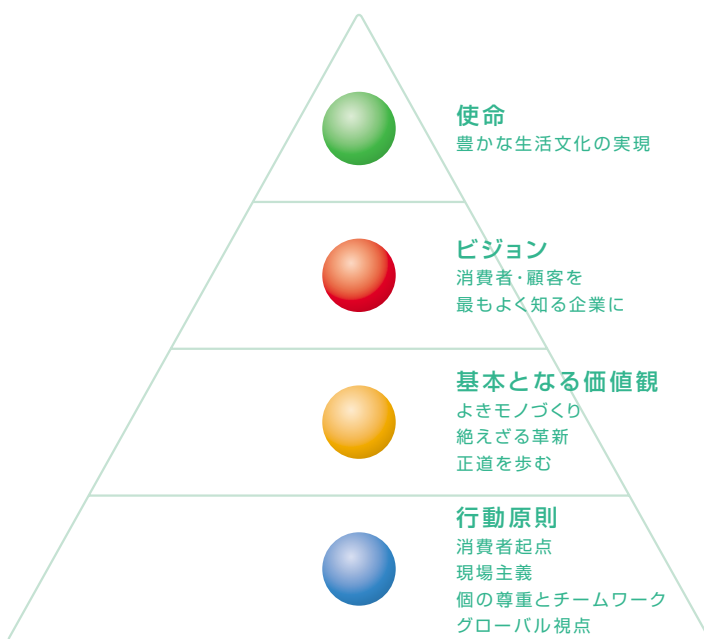


花王のCSRは、『花王ウェイ』の実践です。

花王は、企業活動の根底をなす企業理念について、
従来の『花王の基本理念』をグローバルな視点で見直し、
2004年10月に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。

花王にとってのCSRとは、
この『花王ウェイ』に基づいて“よきモノづくり”を行い、
世界中で豊かな生活文化の実現に貢献することと考えています。

花王ウェイ



花王のCSRの考え方

- 花王は、「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」という企業使命の遂行を通して、社会の持続的な発展に貢献するCSR活動をグローバルに推進します。
- “よきモノづくり”においては、商品開発、調達、生産、流通、使用、廃棄のそれぞれの段階で、社会の持続的発展の視点から「経済、環境、社会」の要素を評価し、改善に努めます。
- 必要な情報を、正確、迅速かつ公平に開示し、消費者・顧客を始めとする多様なステークホルダーとの対話を通じて社会の視点から常に自らの活動をチェックし、企業活動の公正さと透明性を高めます。
- 「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を活動の基本におきます。

CONTENTS

トップメッセージ	2
花王の事業活動	4
事業活動を通じたCSR	6
●特集：安心を支える取り組み	8
化学物質総合管理	9
製品の安全を守る取り組み	10
社員・地域・地球環境の安全	12
2005年度CSR活動ハイライト	14
2005年度CSR進捗状況	16
●マネジメント体制	17
CSR推進体制	18
品質保証体制／RC推進体制	19
コーポレートガバナンス体制	20
コンプライアンス体制	22
社外からの評価	24
●社会面の取り組み	25
ステークホルダーマップ	26
消費者とのつながり	28
顧客・取引先とのつながり	30
社員とのつながり	32
社会貢献活動	36
地域社会とのつながり	38
社会貢献活動一覧	40
●環境面の取り組み	41
ライフサイクルと環境負荷	42
環境目標と実績	43
地球温暖化防止	44
化学物質の排出削減	46
廃棄物削減	47
資源の有効活用と3R	48
その他環境対応	49
環境コミュニケーション	50
●データ集	51
GRIガイドライン対照表	58
レポートを通じたコミュニケーション	59
第三者審査報告書	60

●編集方針

本レポートは、花王の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ものです。内容は、2005年度の日本国内の活動を中心とし、さまざまなステークホルダーの皆様とのコミュニケーションツールとして活用していきます。

花王では1998年から「環境・安全報告書」の発行を開始し、情報開示の充実に努めてきました。昨年からはタイトルを「CSRレポート」に改め、社会面の報告充実を図っています。

本レポートの構成にあたり、報告対象となる幅広い方々の興味や関心を考え、「マネジメント体制」「社会面の取り組み」「環境面の取り組み」としました。また、活動の進捗をよりわかりやすくするため、「CSRの進捗状況」を一覧にまとめました。

●本レポートの対象範囲など

対象組織：国内花王グループ（➡P.52）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。今回の報告範囲に（株）カネボウ化粧品は含まれません。

[対象期間] 実績データは2005年度（2005年4月1日～2006年3月31日）ですが、活動は一部2006年度の内容も含みます。

[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] 花王の事業分野に記載した（➡P.4、52）事業内容に関わるCSR活動の内容。

※経済パフォーマンスデータ詳細は「Annual Report 2006」をご参照ください。

[発行時期]

前回報告書発行 2005年7月

次回発行予定 2007年7月

[参考にしたガイドライン]

・GRI「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」

CSRを通じて、多くのステークホルダーの皆様の共感を得る、魅力ある会社にしていきたいと思います

Q 花王の事業活動のなかでCSRをどのように位置づけていますか？

私たち花王グループは、事業活動面での成長・発展を実現するとともに、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支持され、信頼される存在となることをめざしています。CSRは、そのために不可欠な視点です。

私たちのCSRの基本は、事業活動である“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ですが、加えて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、仕事のしかたと仕組みの革新につなげていくことが重要だと考えています。

Q 活動の基本的な枠組みはどのようなものですか？

まず重要なのは、企業理念『花王ウェイ』の実践です。この花王ウェイには、「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、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」と記しています。

文中の「消費者・顧客を最もよく知る」とは英語では“closest to the consumer/customer”です。これは文字どおり消費者・顧客の皆様を最も近くにあり、最もよく知り、最も信頼される企業になりたいという私たちの夢を語っています。これはまさに花王のCSRのビジョンそのものであるとよいでしょう。

このビジョンに向かって、花王の企業活動と個人の行動の指針である「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)」に則って仕事をすることが、花王のCSRの基本の姿です。

また、2005年に花王は国連の提唱するグローバル・コンパクトに参加しましたが、2006年度も引き続き参加企業としての責任を果たしていきます。

Q CSRは企業の組織風土とどのように関わるのでしょうか？

CSRの基本的な考えによれば、企業は、消費者・顧客、社員、ビジネスパートナー、地域社会、株主といった全てのステークホルダーの利害を、経済、社会、環境の側面においてバランスよく実現しなければなりません。そのためには、企業は社会に開かれた存在として、常にステークホルダーと対話し、その視点を経営の革新に活かしていかなくてはなりません。

私たち花王の使命は、“よきモノづくり”による豊かな生活文化の実現にあるわけですが、そのための組織風土づくりの重要なポイントは、「花王ウェイの実践」「CSRの推進」の2つだと考えています。このようにCSRを経営の主要なドライビングフォースと位置づけています。

Q 今後の重点的な取り組みにはどのようなものが挙げられますか？

まず経済性の面では、事業の継続性という観点から、持続可能な資源への転換と確保が重要な課題として浮かび上がってきます。花王の商品の原料は、植物由来のオイルや石油、パルプなどですが、化石燃料の枯渇の可能性や植物原料の採取における生物多様性、労働条件などの問題が地球的規模の課題として挙げられています。こうした事柄が10年後、20年後の事業の制約要件にならないよう、早めに布石を打つことが大切です。

社会性の面では、多様な人材の活用が挙げられます。イコール・パートナーシップやワーク&ライフバランスの実現といった視点から、多様な人材が集う働きがいのある職場をつくっていくことが目標です。知的障害者の雇用を目的とした「花王ピオニー(株)」の設立もその一端です。また、次世代の育成をコンセプトとした社会貢献活動を積極的にグローバルに推進していきます。

環境の面では、花王の商品が化学物質を使用しており、また容器包装の使用量が多い、という2つの側面から社会に対して果たすべき役割が生じると考えています。前者でいえば、すでにグループ内で「マスター・インデックス」というツールを使った独自の化学物質管理システムを運用していますが、この考え方をさらにサプライチェーン全体に広げていきたいと思えます。また後者でいえば、容器包装のリデュース、リユース、リサイクルの3Rの切り口から、循環型社会の実現へと大きく貢献すべきであるとと考えています。その他、地球温暖化防止対策は、いまや社会の一員として当然取り組まなければいけない企業の責務です。

Q CSRを推進していくうえで、社長の考えるポイントは何ですか？

重要なのは社員のマインドの向上です。昨年度の「CSRレポート2005」は国内外のグループ社員約17,000名に配布しました。読後アンケートを実施するとともに、社員との「CSRレポートを読む会」を実施しました。ふだん社員は、必ずしも会社全体の広範な活動を意識して仕事をしているわけではないと思いますが、こういった機会に会社の考えていることをよく知ることで、自社に対する誇りと高いモチベーションが生まれることを実感しました。

花王が企業として今後もCSRを推進していくためには、それを担う社員のCSRに対する理解を深め、動機づけをし、それが働く喜びにつながる風土と仕組みをつくるのが、経営者としての重要な責務であると考えています。

私は社長就任以来、社員に「お客さまと共に感動する会社」をキーワードとし、いきいきと仕事をしていこうと呼びかけています。

CSRは、まさに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です。私は、花王を全てのステークホルダーの皆様と感動を分かち合う、魅力ある会社にしていきたいと考えています。

2006年7月

花王株式会社

代表取締役 社長執行役員

尾崎 元規



グローバルに幅広い事業活動を展開

花王は“よきモノづくり”こそCSRの実践という考えのもと、幅広い分野で、グローバルに事業を展開しています。

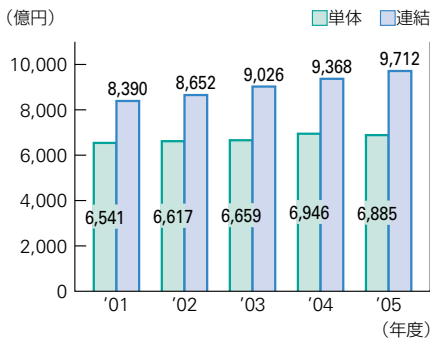
花王は、1887年の創業以来、事業活動＝“よきモノづくり”を通じて社会に貢献することを第一に歩んできました。「花王石鹼」に始まった製品群は、洗剤やシャンプー、サニタリー製品など、生活に欠かせない家庭用製品や、美を追求する女性を応援する化粧品、性能だけでなく環境にも配慮した工業用製品へと広がっています。1999年の「エコナ」発売以降、健康な毎日をお手伝いする製品群も拡大しています。また、世界中に広がる拠点でそれぞれ、現地に根づいた製品を生産、販売。全世界で、毎日の暮らしに密着した製品をお届けしています。

会社概況(2006年3月31日現在)

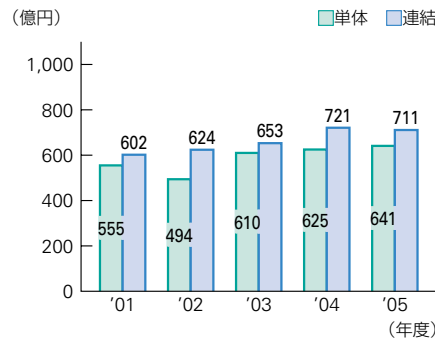
(詳細 →P52)

商 号：花王株式会社 (Kao Corporation)
 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
 設 立：1940(昭和15)年5月
 資 本 金：854億円
 社 員 数：5,652人(連結 19,356人)
 代 表 者：代表取締役 社長執行役員 尾崎元規

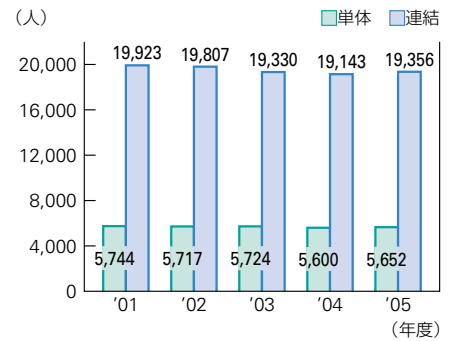
売上高



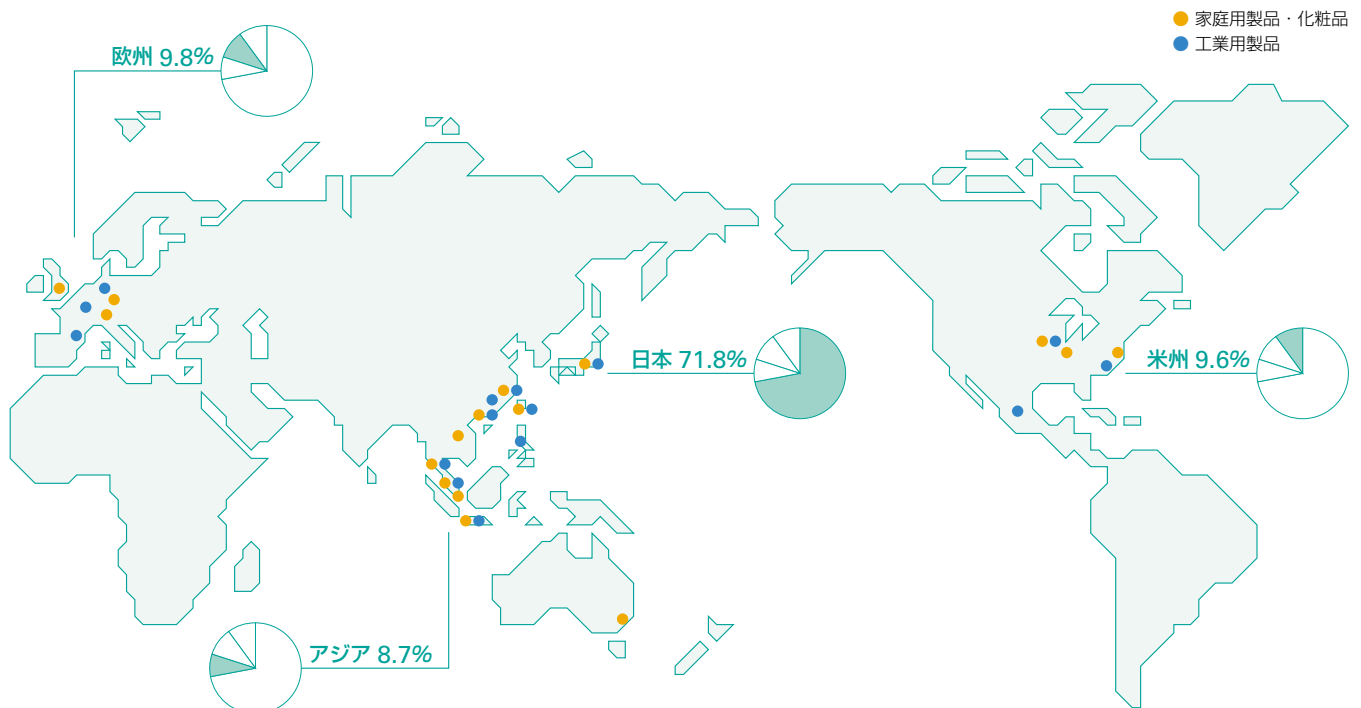
当期純利益



社員数

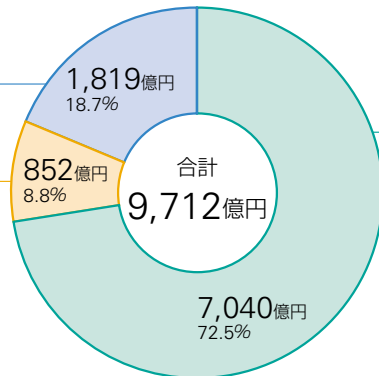


世界展開と売上高の地域別構成比 (2005年度)



連結売上高の構成比 (2005年度)

工業製品	(単位: 億円)
日本	1,145
アジア	535
欧米	721
内部売上消去	▲583



家庭用製品	(単位: 億円)
日本	5,390
パーソナルケア製品	1,878
ハウスホールド製品	2,375
サニタリーほか製品	1,136
アジア	571
欧米	1,153
内部売上消去	▲75

化粧品

※記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しています。
グラフの売上高は、外部顧客に対する売上高を表示しています。

家庭用製品

花王の製品は発売のたびに消費者の暮らしを豊かなものにしてきました。
そして現在も「清潔で美しくすこやかな」暮らしを実現するための製品をつくり続けています。



パーソナルケア製品
フェイスケア製品／ボディケア製品／ヘアケア製品／
入浴剤／オーラルケア製品



ハウスホールド製品
ファブリックケア製品／キッチンケア製品／
ホームケア製品



サニタリー製品
生理用品／紙おむつ／介護用品／おしりのケア用品



ヘルスケア製品
食用油／ドレッシングソース／マヨネーズタイプ／飲料



アジアで販売している製品



欧米で販売している製品



業務用の製品も製造・販売しています。

化粧品

女性がよりいきいきと毎日を過ごせるよう、美しさを手助けする製品を生み出しています。



工業用製品

花王は化学品原料メーカーとしての顔もっています。油脂製品をベースに、産業界のさまざまな分野に製品を提供。古紙再生用脱墨剤やフロン代替の洗浄剤など、それ自体が環境や安全に貢献するような製品も多数生産しています。



HP 花王の事業分野
http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a04/

事業活動を通じた花王の社会的責任

人々の豊かな生活文化を実現するために、
「清潔で美しくすこやか」な暮らしを手助けする商品を生み出す努力を続けています。

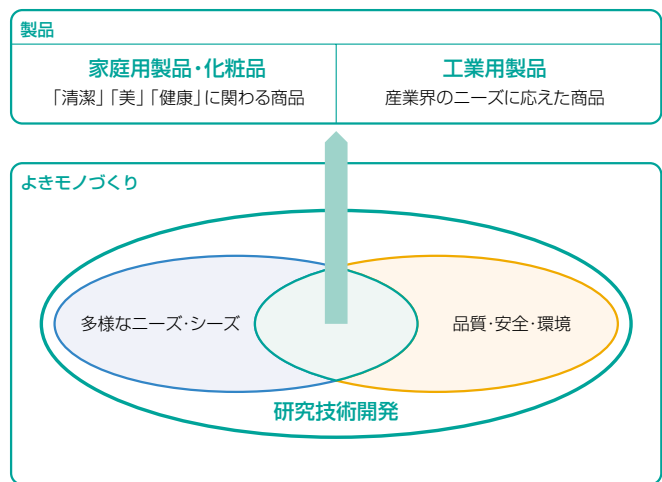
豊かな生活文化の実現に貢献する“よきモノづくり”

花王では、商品をつくり出す際、心をこめた“よきモノづくり”を行うことを企業使命として掲げています。“よきモノづくり”とは、消費者の「清潔で美しくすこやか」な暮らしに役立つ商品を生み出すこと。それにより、世界の人々の豊かな生活文化の実現に貢献することが花王の社会的責任です。

また、商品を通じた貢献により、全てのステークホルダーの支持と信頼を獲得し、社会の持続的発展に寄与することができるという信念のもと、日々の業務を行っています。

消費者・顧客の多様なニーズとオリジナリティあるシーズとを融合させ、かつ品質、安全、環境に配慮したものがこそ、真に社会に貢献できる商品であると考えています。

よきモノづくりと研究開発



2005年度活動事例

各国の生活・慣習に合わせて

グローバルな観点から、それぞれの国の生活実態に目を向け、真に最適な商品の開発をめざしています。たとえば、タイでは手洗いで洗たくをしている家庭が多く、大きな家事負担になっています。それを踏まえ、2005年に手洗い用の洗剤「Attack Easy」を開発。汚れ落ちがよいのはもちろんのこと、もみ洗いの労力を軽減した洗剤です。たいへんな家事を少しでもラクに、という思いで取り組み、つくりあげた商品です。



環境負荷の低減に寄与

より環境負荷の少ない商品を生み出し、より環境負荷の少ない方法でつくり、提供する努力を続けています。

2006年3月には、「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」が、「グリーン・サステナブルケミストリー※」推進の一環として認められ、平成17年度化学工学学会技術賞を受賞しました。機能性複合粉体製造は、主にベースメイクアップ化粧品などに活かされる技術。製造工程において有機溶剤の使用を省くことができ、環境にやさしく安全なプロセスで商品をつくり出すことが可能です。



※ グリーン・サステナブルケミストリー：商品設計、原料選択、製造方法など、商品の全ライフサイクルを見通した技術革新により、「人と環境の健康・安全」「省資源・省エネルギー」などを実現する化学技術

新しい生活提案型商品の開発

OA機器の普及、冷暖房設備の充実など、生活環境の変化に伴い、腰痛、肩こり、胃腸の不調、疲れなど、さまざまな身体の不調を感じる人が年々増加する傾向にあります。花王では、これらの身体の不調への対処として、「温熱治療」に着目。その研究成果をもとに、2005年10月「めぐりズム 蒸気温熱パワー」を発売。現代人のためのデイリーヘルスケア用品として、新しい生活提案を行いました。



真に社会に必要な商品を生み出す研究開発

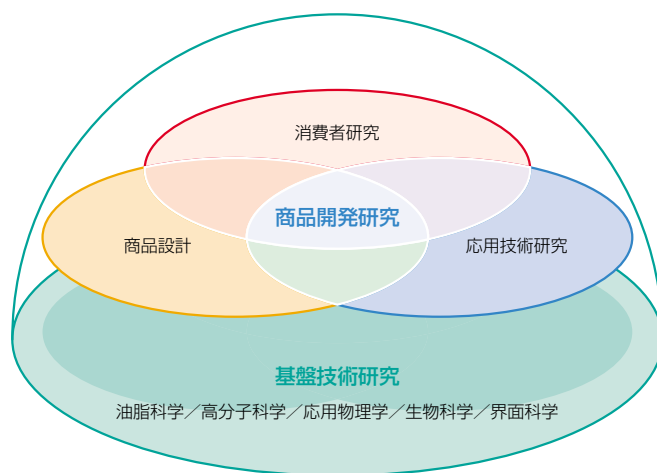
“よきモノづくり”の中核をなすのは研究開発です。

研究開発には、消費者ニーズを背景に商品を生設計し実用化する「商品開発研究」と、ものごとの仕組みを解明する「基盤技術研究」の2つの活動があり、両者を融合させることで革新的な商品の開発に取り組んでいます。

商品開発研究では、消費者のニーズを深く理解する消費者研究をもとに、具体的な商品設計と応用技術研究を行っています。また、商品開発を行うために重要な役割を果たす基盤技術研究では、さまざまな領域の先端の科学・技術を活用してものごとの背景にある真理を掘り下げる研究を行っています。

これらの研究開発活動を通じて、人々の暮らしがより「清潔で美しくすこやか」になるよう、真に価値ある商品の開発をめざしています。

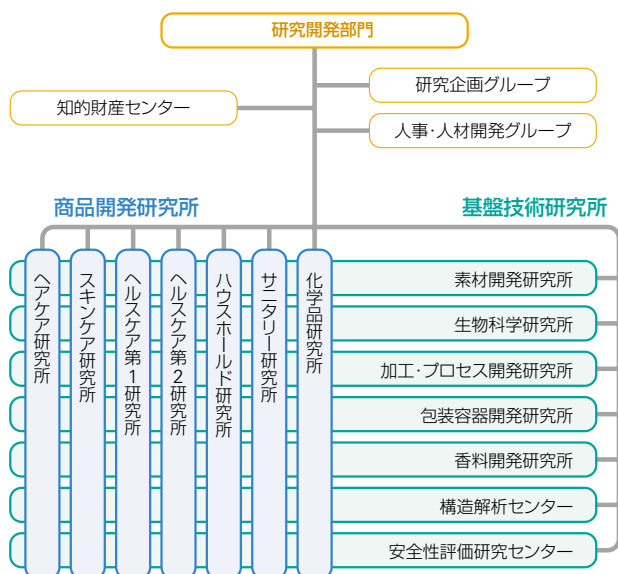
重層的な研究開発体制



複合的な研究開発体制

商品開発研究所と基盤技術研究所は、ともに研究開発部門というひとつの組織に属しています。課題ごとに、さまざまな組み合わせで両者が共同して研究を推進する「マトリクス運営」が行われています。この運営の仕組みにより、それぞれの専門領域の知識が柔軟に交わり、研究開発のスピードアップにも貢献しています。

研究開発体制図



Column

花王の研究開発活動とCSR

研究開発部門のスピリットは、花王の企業風土の中核をなす“よきモノづくり”へのあくなき挑戦です。我々は、消費者、顧客にとって最もよいものは何かという視点で、革新的な価値の創造をめざしています。より高い消費者・顧客価値を的確に実現するには、コアとなる基盤技術を深耕し世界に通用する技術を構築する必要があります。環境対応技術についても花王の重要な基盤技術のひとつととらえ、環境問題に対する世界の動向などを先取りした技術開発をめざしています。今後も社会・環境に配慮した、真に社会に有用な商品・サービスの開発・提案を通して、環境負荷の低減・資源の再生の拡大などに積極的に取り組んでまいります。



研究開発部門統括
沼田敏晴



特集

安心を支える取り組み

メーカーである花王では、モノづくりのあらゆる段階で品質・安全・環境への配慮を徹底。化学物質の管理をはじめとしたマネジメントを徹底することで、人や地域社会、自然環境へ配慮しています。

品質・安全・環境への総合的な取り組み

日用品を扱うメーカーとして、企業活動における安全性確認は何ものにも優先される重要課題ととらえています。モノづくりのあらゆる段階で品質・安全・環境への配慮を徹底するためには、事業活動全般にわたって生じるさまざまなリスクの発生頻度を低減させて適切に管理し、同時にそれが発生した場合の被害・損害を極小化する必要があります。

家庭用製品や工業用製品は、いずれも化学物質から構成されています。これらの化学物質の性質や法規制をよく知ったうえで、人の健康や環境に及ぼす影響を確認し、適切な選択と取り扱いを行うことが大変重要です。このために、副生成物の確認も含めた追跡(トレーサビリティ)が行えるよう、使用している化学物質の適正管理システムによる総合的な一元管理を実施しています。

また、品質や環境などの分野ごとに主管部門をおき、重要な事態への体制を構築しています。

万一の事態に備え、リスクマネジメントポリシーのなかで、管理・対応の優先順位づけを明確化。顧客、取引先、地域住民、社員などの人命尊重を第一に掲げ、環境保護、操業維持などに努めています。

- 製品の安全 →P.10
- 社員、地域の安全 →P.12
- 地球環境の安全 →P.13



品質・安全・環境への配慮のために化学物質を総合的に管理

花王にとって重要な課題である化学物質を総合的に管理することで、安全・安心をあらゆる面から確保しています。

化学物質総合管理

化学品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いる花王では、数千点の製品アイテム、1万種類を超える原料を取り扱っています。消費者の手元にお届けする製品における安全・安心の追求は、メーカーとしての重要な責務です。

こうした責務を全うするためのひとつのツールとして、2001年にマスター・インデックス (Master Index) という、花王グループ内で統一化されたコードをキーとする「化学物質総合管理システム」を構築しました。このシステムでは、花王製品を各々の原料や成分に分解して登録し、どの製品にどのような品質・安全性・法規情報をもった原料が使われているかが瞬時にわかるようになっています。また、それぞれの原料や成分、さらに製品の安全性・法適合性・社内管理基準などが容易に確認できます。

このシステムの情報は、購買、研究開発、生産、品質保証などの各部門で共有。開発の初期段階、製品設計段階から、どの原料を用いれば品質や安全性が高く、環境負荷の少ない製品が作れるかを確認しながら開発・設計を進めています。このシステムは、原料調達から生産までのトレーサビリティを高め、花王の“よきモノづくり”を支える大きなバックボーンとなっています。PRTR法対象物質等の集計も容易に行え、そのデータは環境安全のデータベース「環知安 (かんちゃん) システム」に取りこまれる仕組みになっています。

現在、これまでのPRTR法対象物質に加え、日本化学工業協会

(日化協) 指定PRTR物質、揮発性有機化合物 (VOC)、毒劇物についても、化学物質総合管理システムの一環として、取扱量の自動集計システムを構築しています。今後、管理対象物質を拡大し、化学物質の管理をよりいっそう強化していく予定です。

Column

化学物質総合管理システム構築について

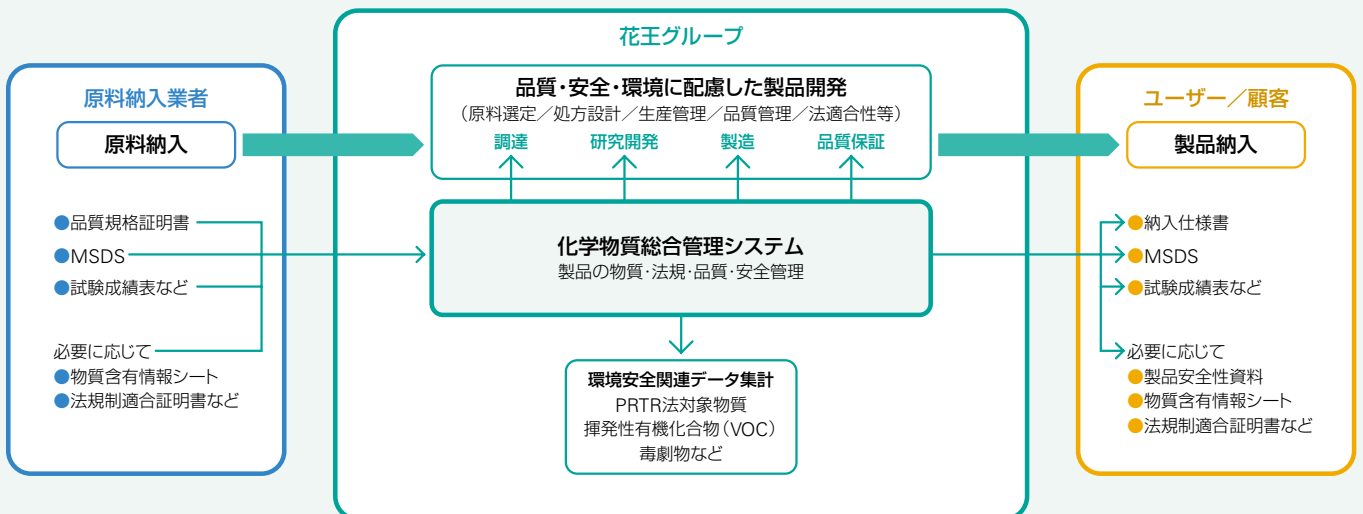
マスター・インデックス (MI) の特徴としては、階層構造が挙げられます。家庭品製品 (M1)、化学品配合製品 (M2)、原料 (M3)、成分 (M4) といった4つの階層で構成されています (▶P.55)。家庭用の製品は通常数十種類の原料が用いられ、その原料のほとんどは数種類の成分で構成されています。従来は、製品の成分を特定するために、使用している各原料のメーカーを特定し、それぞれの原料の組成を確認するというプロセスが必要でした。それがMIをキーコードとする「化学物質総合管理システム」を用いることで、製品の成分構成を瞬時に判別できるようになりました。法規制や安全性確認、コスト計算も容易になり、いまや花王にとってなくてはならないツールとなっています。2001年、システム稼動時のデータは不完全なものでしたが、当部門および研究・購買・生産部門が一体となって一つひとつ確認作業を行い、ここ2、3年でようやくここに出示も恥ずかしくないデータベースが構築できました。



技術法務センター室長 服部泰幸

特集
安心を支える取り組み

花王の化学物質総合管理の概要



自社基準に基づき商品開発の段階ごとに品質・安全性を確認

消費者の皆様には花王の商品を安心して使っていただくために、商品を選ぶ「使う」から「廃棄」まで、消費者の視点に立ってトータルで品質を高め、保証する活動を推進しています。

消費者起点の品質保証活動

花王の商品は、消費者の生活の中でさまざまな使われ方をします。そのため、商品開発にあたっては、科学的な研究に社会科学の視点も加え、種々の条件での実使用テストや消費者モニター評価を積み重ね、機能・性能や使い勝手を確認しています。さらに、原料、容器包装材料および最終製品について、購入、使用、廃棄されるまでのさまざまな状況を想定して、何重にも品質確認を行います。品質保証活動の基本は「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です。(品質保証基本方針 →P.54)

品質の基盤となる安全性評価

人体に対する安全性や環境への影響、また食品の安全性を確認するために、原料や商品について、さまざまな安全性評価を実施し、科学的なリスクアセスメントを行っています。この安全性評価のために、厳しい自社基準と商品特性に適した評価手順を「花王製品および原料の安全性評価基準」として定めています。

Column

トータルな品質の向上活動

品質への取り組みは、まさに“よきモノづくり”そのものです。安全である、欠陥がない、法を遵守しているという当たり前の品質はもちろんのこと、効果を実感できる、使い勝手がよい、わかりやすい、うれしい、といった魅力的な品質、そして企業としての社会的責任を含めた経営品質まで、「品質」をトータルにとらえています。私たちの品質保証活動は絶えざる品質向上活動でもあります。花王では、毎日、商品の品質についての会議をそこかしこで行っています。事業部、研究所、生産技術部門、消費者相談センター、品質保証本部など、いろいろな角度からの議論をととも大切にしています。一人ひとりの熱意とこだわり、現状には満足しない課題への挑戦、そして、地道な毎日の積み重ねによって、消費者の皆様には「ありがとう」と言ってもらえる商品が生まれ育ち、顧客や社会への責任を果たしていけるのだと思います。難しい課題も数々ありますが、消費者の皆様の信頼に応え続けていきます。



品質保証センター長
青木 秀子

商品カテゴリーごとに、商品特性に適した評価手順と評価方法を定め、商品開発とは独立した安全性評価研究センターが全ての原料と商品の安全性評価を行っています。さらに、品質保証本部、安全性評価研究センター、消費者相談センター、生活者研究センター、構造解析センター等で構成される「安全性検討会」で、幅広い視点からの吟味を行い、安全性が確認された商品だけが発売されます。

HP 安心してお使いいただくために
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/safety>

動物実験代替法の推進

動物愛護の観点から、花王ではこれまで皮膚刺激性、眼刺激性、皮膚感作性に関する動物実験代替法の開発に取り組んできました。こうした独自の取り組みに加え、国や他企業とも協働で代替法の開発を行い、得られた結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。

発売後も徹底した安全管理・品質管理を実施

花王の商品や成分の安全性および品質に関しては、発売後も管理基準を定めて徹底した管理を行っています。消費者相談情報をはじめ、文献や学術情報、行政や業界団体からの情報、報道やその他の安全性や品質に関する情報を幅広く収集し、問題や改善すべき点がないかどうかを常に吟味しています。万一、重大な問題があった場合には、安全性を最優先に、告知や商品回収等の措置を速やかに講じられる体制を整えています。安心して使っていただき、より喜びと満足を提供できるように、商品の改良や品質管理の見直し、商品表示や情報提供をわかりやすく工夫するなど、全部門で品質向上に努めています。

安全性評価の基本的考え方

- 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、社会科学の視点で議論を尽くし確認すること

食品原料の品質保証とトレーサビリティ

花王では、食品に使用する全ての原料について、栽培・採取までさかのぼり、原料ごとに法適合性はもちろん、基原原料*1、原産地などのトレーサビリティに関わる情報を確認し、原料供給元と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品質会議によって、契約内容、管理体制の確認を行い、品質保証に万全を期しています。そして、商品のロット番号から、使用している原料の基原原料まで追跡できるトレーサビリティを構築しています。

残留農薬等の管理基準

残留農薬等のポジティブリスト制度*2の関係法令が公布され、2006年5月から施行されています。花王ではこれに先立って、すでに2005年5月からポジティブリスト制度に対応した残留農薬管理基準を定めて運用しています。

残留農薬管理基準は以下のとおりです。

- 1) すべての食品原料について、農薬の使用実態、分析値、データなどの情報を原料供給元から入手し、残留農薬について問題がないことを確認する。

- 2) 主要原料(食用油「エコナ」などに使用する原料油、茶系飲料「ヘルシア」に使用する茶葉、カテキンなど)については、花王が自ら原産地の実態調査等も行い、問題のないことを確認する。
- 3) すべての製品および主要原料については、花王でも残留農薬の分析を定期的に行い、問題ないことを確認する。

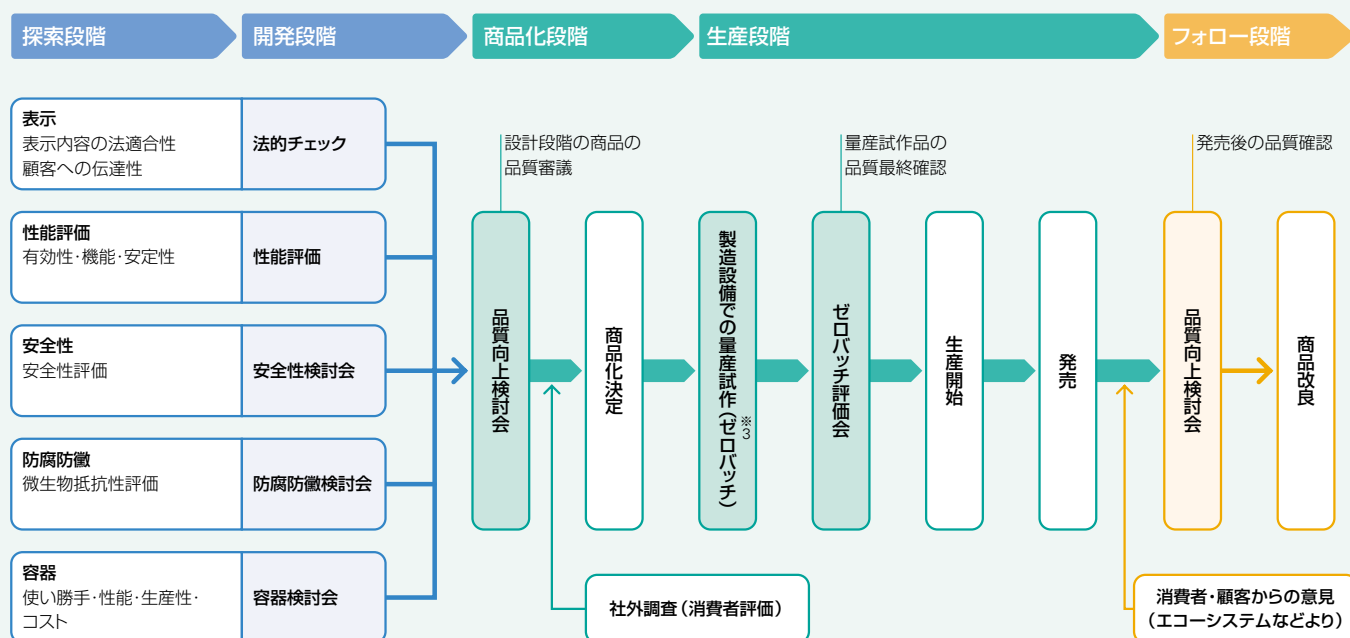
商品の安全性に関する報道について

2005年8月、一部マスコミにおいてエコナ製品の主成分「ジアシルグリセロール」の安全性に関する報道がなされ、消費者からもお問い合わせをいただきました。花王はさまざまな視点から安全性評価を行い、安全性については問題ないと判断しています。詳しくはホームページをご覧ください。

HP エコナの安全性に関する報道について
<http://www.kao.co.jp/econa/050920/>

*1 基原原料：第一次農畜水産品そのものを指す。たとえば、醤油における大豆
 *2 ポジティブリスト制度：基準が設定されていない農薬などが一定量を超えて残留する食品について、販売などを原則禁止する制度

品質保証フロー



環境保全・労働安全の一体的マネジメントを実施

社員や地域の方々の安全、地球環境に配慮した操業や製品開発を行うために、化学産業界の自主管理活動であるレスポンシブル・ケア (RC) 活動に則ったマネジメントを行っています。

RCマネジメント

化学産業界の自主管理活動であるレスポンシブル・ケア (RC) の基本5項目に「社会とのコミュニケーション」を加え、環境・安全のマネジメントを行っています。(環境・安全の基本理念と基本方針 →P.54) 毎年内部監査を拡充し、PDCAサイクルがきちんと運用されていることの確認をしています。

同時に、環境と安全に関する実績を全社で共有し、データの信頼性と透明性を向上させるためのデータベースを独自に開発し運用しています。「環知安システム」と名づけられたこのデータベースには、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る仕組みになっています。

今後は、国内およびアジアの全工場での環境データの共有をスタートさせ、各工場の担当者が他工場の環境負荷の状況をイントラネットで確認できるようになります。これにより、よりいっそ

うの環境・安全改善活動を図っていきます。

共有しているデータ：エネルギー使用量／温室効果ガス排出量／SOx等ばい煙排出量／土壌・地下水測定結果／PRTR法対象物質の取引量および排出量／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

環境・安全教育の継続的実施

花王では、RC活動においてISOのマネジメントシステムや労働安全衛生活動に関する教育を、社員や協力会社従業員に継続的に実施しています。RC活動の教育と普及については、RC事務局や各部門のRC担当者が推進。特に環境・安全の教育が実務上不可欠な生産技術部門では、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。(研修実績 →P.54)

Column

環境・安全への取り組み

花王は化学物質を扱う会社であり、開発・生産・流通・消費・廃棄までの商品の全ライフサイクルにわたって、社員をはじめ顧客全ての安全確保と環境への取り組みは全社的な重要課題のひとつです。これらを通して、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することが私たちの願いでもあります。また、化学産業界のグローバルな自主活動であるレスポンシブル・ケアの規範に則り、理念の徹底、マネジメント体制の強化、データベースの構築、その他、種々の施策に取り組んでいます。一方、私たちの生活では、生態系が健全であることによるさまざまな自然の調整サービスを受用していることをあらためて認識する必要があります。今後さらに、生物多様性が失われつつある地球環境に対し、自然と共生する社会をめざした活動である「保全の強化」「失われた自然の再生」「持続可能な利用」についての活動を強化していく予定です。近年、環境問題は地球規模の課題となっており、地域ごとの対応から総合的なグローバル運営に向けて活動していく必要があります。現場に密着しつつ、全体最適の観点から自然と共生する社会をめざして活動を続けたいと思っています。



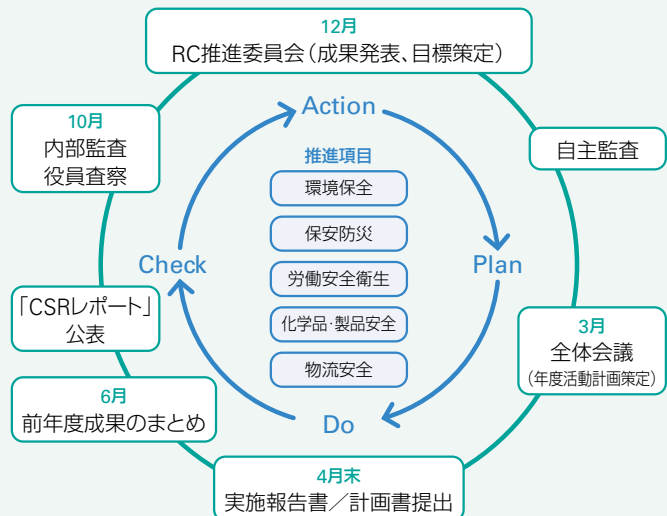
環境・安全推進本部 部長 松井貞

社員の安全・地域の安全

花王では、社員および地域周辺住民の方々の安全はたいへん重要なものと考えています。地域周辺住民の方々との共生なくしては、“よきモノづくり”は達成できないという信念に基づき、毎日の生産活動を行っています。

安全衛生委員会では労働災害ゼロに向けて、作業環境や設備の改善、社員の安全教育を行っています。また、工場では、労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS)に基づいてリスクアセ

RC活動の年間サイクル



スメントを進めています。

また、重大な災害や事故に備え、保安防災管理規程を制定。具体的な防災活動、災害への対応については、防災対応指針や救援物資供給要領を設けています。それらの指針、要領の中では地域への支援活動や救援物資の供給についても定めています。また、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。

地球環境の安全

花王は、製品の原料調達、開発、生産、使用、廃棄の段階にわたって、さまざまな視点から環境に配慮した基準、仕組みをつくり、実行しています。各工場では省エネルギー、温室効果ガス排出量削減、廃棄物削減や化学物質の排出量削減について具体的な数値目標を定め、活動に取り組むとともに、定期的に環境測定を行っています。また、消費者の皆様にも、環境に配慮しながら商品を使っていただけるようホームページを通して情報発信にも努めています。

運用している基準、規程類、仕組みは、グリーン購入・調達基準／化学物質総合管理規程／環境適合設計要領・実施規程／商品開発5原則／安全性検討会／環知安システムなどです。

自然と人工の循環への配慮

衣料用洗剤などの家庭用商品を含む生活排水は、人工的に管理された汚水処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、海などの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は分解されないため、人工的な循環システムによりリサイクルするか、焼却して自然の循環に戻されます。

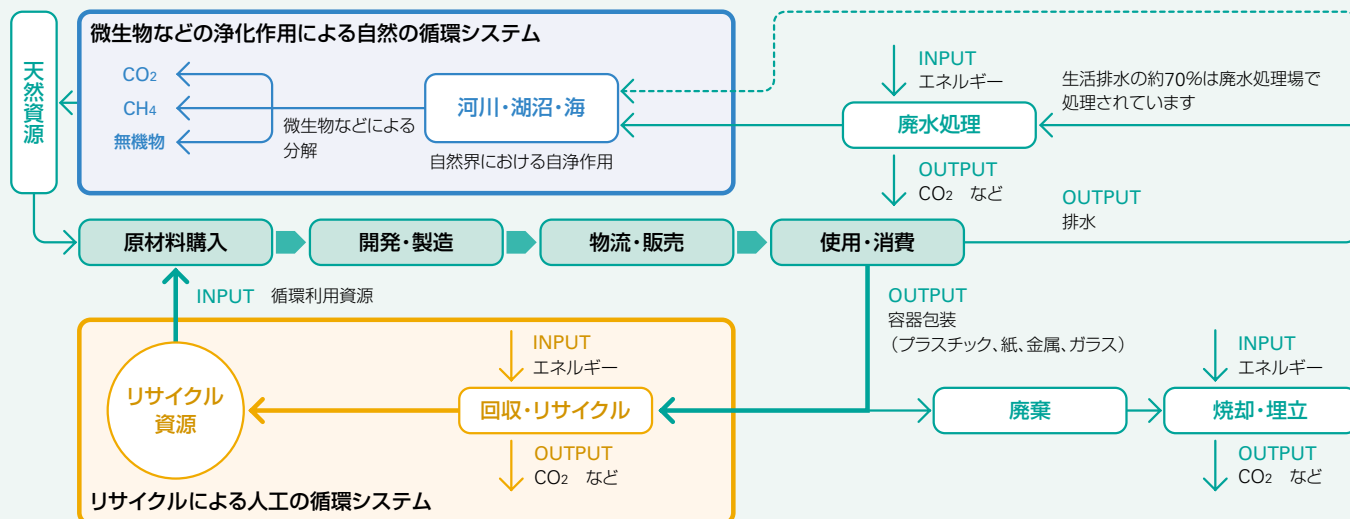
このように、家庭における商品の使用後の処理は人工と自然生態系の2つの浄化・循環システムに依存しています。この浄化・循環システムに過度な負担をかけることなく、商品のライフサイクル全体で環境負荷の低減を推進することが花王の環境適合設計の基本的指針となっています。

界面活性剤の環境安全性の評価

花王では環境適合設計に従い、生分解性（自然環境中の微生物による分解性）が高く、水生生物などの生態系に対して影響が小さい商品の開発に努めています。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安全専門委員会においてほか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。年4回、都市部を流下する多摩川ほかの代表的な4河川で、LASなど4種のPRTR法対象の界面活性剤濃度を測定しています。2004年度の調査に基づいて生態系への影響リスクを評価した結果、これらの界面活性剤濃度は生態系に対する許容濃度より低く、2003年度までと同様に生態系に悪影響を及ぼすリスクは非常に小さいことが確認されました。

HP 日本石鹼洗剤工業会
<http://www.jsda.org/t00top/>

自然と人工の循環システム





2005年度 CSR活動ハイライト

経済、社会、環境のトリプルボトムラインのバランスを意識しながらCSR活動を推進しています。2005年度の活動のなかから、主なものをご紹介します。

1 英国モルトン・ブラウン社、カネボウ化粧品株式取得

2005年7月、スキンケア、ヘアケア、ボディケア製品の製造・販売を行う英国モルトン・ブラウン社の株式を取得しました。欧米を拠点とした花王子会社との連携を図り、よりグローバルに事業を拡大します。また、2006年1月にはカネボウ化粧品の株式を取得。花王のビューティケア事業の中心的存在として展開を図っています。(→P52)

2 グローバル・コンパクトに参加

2005年5月、国内外におけるCSR活動のさらなる推進のため、国連グローバル・コンパクト(→P53)に参加しました。グローバル・コンパクトは「人権・労働・環境・腐敗防止」に関わる10原則を掲げており、それを遵守できているか、花王グループでの調査を行っています。(→P33)

3 消費者相談についてのアジア会議開催

2005年11月、アジア消費者相談マネジャー会議を行いました。アジアから消費者相談担当者が集まり、各国の相談実態把握と相談対応のあり方を議論し、課題を明確化しました。(→P28)

4 花王(スペイン)、EMAS認定

花王(スペイン)に、EU内の企業が自主的に運営する環境管理システムであるEco-Management and Audit System (EMAS)の環境認定書が授与されました。EMASでは、主な環境パフォーマンスについて毎年公認機関によるチェックを受け、結果を公開することが義務づけられています。これを受けて初の環境報告書を英語版、スペイン語版で発行しました。(→P50)

5 内部統制委員会を設置

2005年9月、社長を委員長とした内部統制委員会を設置。これまで個々の委員会、部門ごとに計画、実施していたディスクロージャー、コンプライアンス、リスクマネジメント、内部監査などの内部統制関連の機能を横断的に統合し、業務活動の質の向上を図っています。経営会議の一運営体制として、内部統制活動全般を行います。(→P20)

6 知的障害者の雇用を目的とした花王ピオニーを設立

2005年10月、完全子会社として花王ピオニー(株)を設立、2006年4月に「特例子会社」として認定され事業を開始。知的障害者の働く場を積極的に提供していくことを目的とし、商品・試品のセット作業などを行っています。(→P32)



7 「第3回ジャパン・サイエンス&エンジニアリング・チャレンジ(JSEC)」に協賛

花王が社会貢献活動のテーマとしている次世代育成のひとつとして、高校生のための科学と技術の自由研究を競うコンテスト、JSECの協賛企業に加わりました。「絶滅危惧種アツモリソウの増殖に関する研究～生育環境調査をもとにした培養支持体及び通気培養法開発～」に花王賞を贈呈しました。(→P40)

8 第4回「誠実な企業」賞 大賞を受賞

2006年3月、第4回「誠実な企業」賞 大賞を受賞しました。これはCSRに関する調査をもとに、コンプライアンス面でのコミュニケーション体制やチェックの仕組みなど、先進的な取り組みを行っている企業に授与されるものです。

HP 第4回「誠実な企業」賞の発表について
<http://www.kfikk.co.jp/newsdata/AWARD2006.pdf>

9 「チーム・マイナス6%」に参加

環境省が提唱する温暖化防止のための国民運動「チーム・マイナス6%」に参加。事業場では冷房温度を28℃に設定し、クールビズを励行しました。また、店頭において洗濯仕上げ剤とともにクールビズ/ウォームビズについての表示を展開。消費者にも啓発を行いました。(→P45)



2005年度のCSRに関する主な実施項目

CSR活動に関する2005年度の進捗状況を一覧にしました。

項目	2005年度の主な実施項目	掲載ページ
CSR推進	グローバル・コンパクトに参加	→P.18
品質保証	薬事法改正に伴い、責任体制を再構築	→P.19
レスポンシブル・ケア	レスポンシブル・ケア (RC) 推進委員会組織強化	→P.19
コーポレートガバナンス	内部統制委員会を設置 事業継続計画の策定検討	→P.20 →P.21
コンプライアンス	ビジネスコンダクトガイドラインのグローバル標準版を作成 海外グループ会社へのコンプライアンス教育強化	→P.22 →P.22
消費者とのつながり	生活者の視点や意識を研究する部署「生活者研究センター」を発足 海外相談対応強化のためアジア消費者相談マネージャー会議を開催	→P.28 →P.28
取引先とのつながり	化学品販売代理店にRCパトロールを実施	→P.30
調達先とのつながり	「原材料調達基本方針」策定 CSR調達に向け基準の作成や予備調査を開始	→P.31 →P.31
株主・投資家とのつながり	株主配当の16年連続増配	→P.21
社員とのつながり	知的障害者雇用の特例子会社、花王ピオニー(株)を設立 ワーク&ライフバランス制度の強化 第3回社員意識調査を実施 海外グループ会社での人権・労働関連調査を実施 アスベスト問題への対応のため、社内調査・対策を実施	→P.32 →P.32 →P.33 →P.33 →P.35
社会とのつながり	社会貢献活動の外部評価を実施 社員寄付組織にて第3回支援先報告会を開催	→P.36 →P.37
環境報告	チーム・マイナス6%へ参加 廃棄物最終処分量を1/4に削減 廃棄物処理業者に関する情報の共有システムを構築 サイトレポートを国内5工場で発行 花王(スペイン)で環境報告書を発行	→P.45 →P.47 →P.47 →P.50 →P.50
コミュニケーション	CSRレポートを初めて発行 社員とのステークホルダーダイアログを開催	→P.59 →P.59

マネジメント体制

全社横断的な体制でCSRの取り組みを支える

グローバル・コンパクトをCSR活動の推進力としながら、
全社横断の委員会で課題を明確にし、担当部門のアクションにつなげています。

CSR推進体制

花王は、各部門それぞれがCSRに関わる活動に取り組んできました。2004年7月、CSRをグループ全体の活動として展開していくために、CSR委員会とCSR推進部を設置しました。委員会は社長を委員長とし、CSRの全ての分野を担当する部門代表から構成されています。隔月で開催されるこの委員会において、委員長主導のもとに全社のCSR課題が検討され、各部門が課題の解決を図っています。各部門は活動を年々強化、充実させ、各ステークホルダーとの対話、地球環境保全の活動、サプライチェーンへの展開、社員の多様性の尊重など、CSRに関する課題の解決に取り組んでいます。

一方、今後の大きな課題としてCSR活動のグローバル展開があります。これに関しては、2005年5月に代表的なCSRの国際的枠組みのひとつである国連「グローバル・コンパクト」に参加しました。その基本原則を尊重する姿勢と取り組みを内外に明確にするとともに、グローバルなネットワークに加わり、花王グループとしてのCSR活動強化を図っています。

CSRの浸透

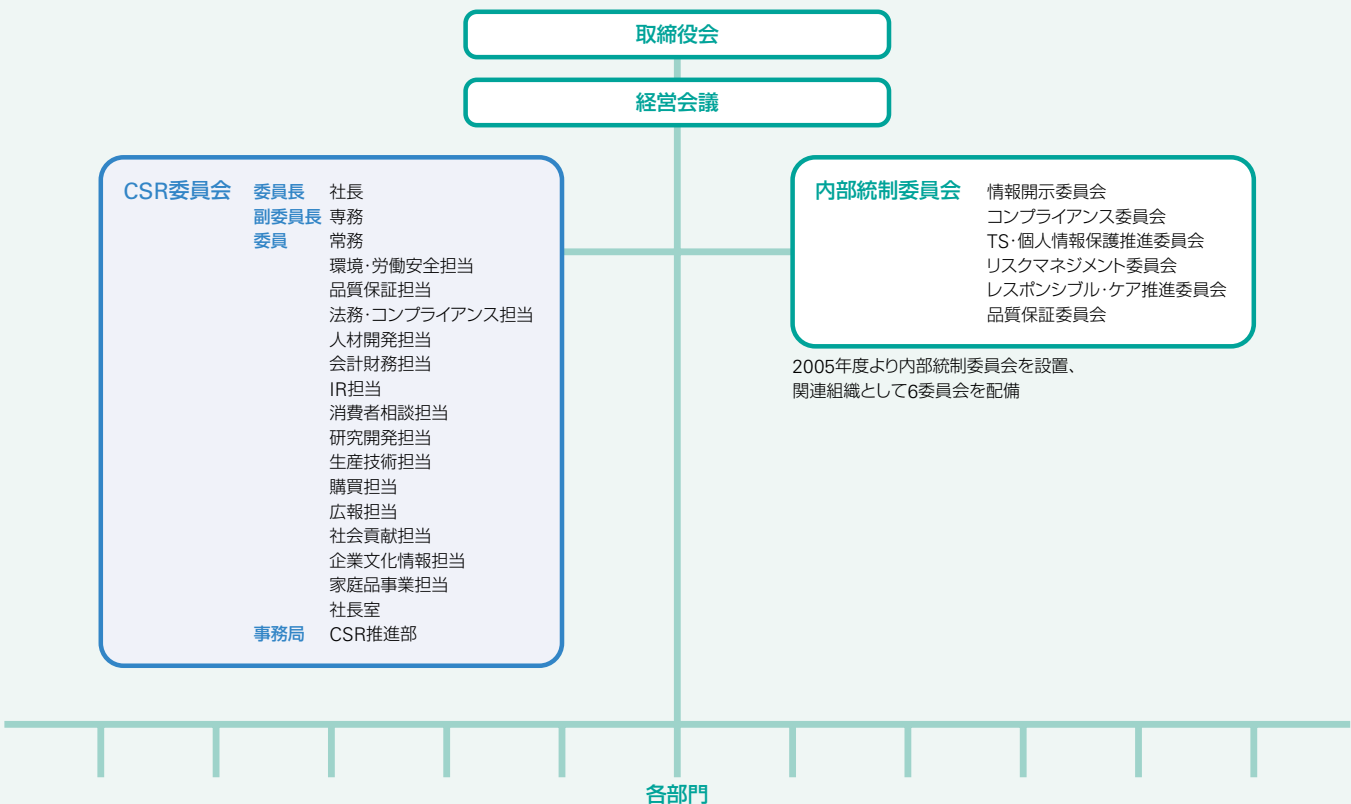
CSRは全員参加型の活動が不可欠であると考えています。全社員が現状を理解し、会社の課題に取り組めるよう啓発に努めています。2005年度は活動のいっそうの理解を深めるため、作成したレポートを国内グループ会社の社員約15,000人に配

布、また、海外グループ会社にも英語版1,600部を配布しました。

一方、昨年実施した社員意識調査「Find」(→P33)においても社員のCSRに関する意識について調査しています。回答を寄せた国内グループ会社社員約12,000人の内、まだ10%に相当する社員が「CSRという言葉を知らない」「CSRには関心がない」と答えています。CSR推進部ではこの結果を大きな課題のひとつであると考えています。グループ会社別、部門別等に分けて解析し、アクションプランを立てて社員への活動の啓発と浸透を図っています。また、海外グループに対しても、今後さらなる啓発活動を展開していきます。

CSR体制

(2006年3月31日現在)



品質保証体制

花王グループの品質保証活動に関しては、内部統制委員会を構成する委員会である「品質保証委員会」を設置し、基本方針および重要施策を審議・決定するとともに、活動の有効性と信頼性を確認しています。品質保証本部は、基本方針および重要施策を策定し、品質保証委員会に提案するとともに、品質保証活動を統括・推進する役割を担っています。また2005年4月から施行されている薬事法の改正に伴い、安全管理および品質管理の責任者である総括製造販売責任者は品質保証本部長とし、安全管理責任者、品質保証責任者も品質保証本部の責任者が務めています。

また、事業分野ごとに、事業部門、研

究開発部門、生産技術部門、消費者相談センター、品質保証本部等の責任者が参加する品質保証会議や品質向上検討会を設定し、「品質を評価するのは消費者の皆様」という消費者起点での全社的な品質保証活動を行っています。

RC推進体制

RC活動は各部門が主体となって取り組み、推進事務局および各部門代表の推進委員がサポートしています。2005年9月より、RC推進委員会が内部統制委員会の関連組織と位置づけられ、各部門の推進委員が出席しています。全社の計画、各部門の目標・計画の審議・策定に参加し、活動を積極的に推進する役割を担います。

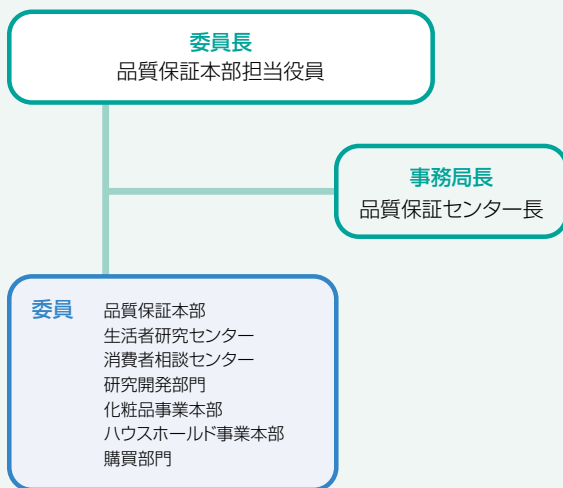
これにより、従来以上に綿密で責任ある活動への強化が図られました。また、総務担当部門の活動を明確化し、オフィスビルでのRC活動を強化しました。

RC内部監査の結果

監査の結果、重大な指摘事項はありませんでしたが、各部門の指針、組織図の更新が不十分であったことから、継続観察が必要な事項(→P54)がありました。他部門に比べ活動の進んでいる生産部門は活動内容を充実しさらなる向上を図ります。研究・事業部門については、環境適合設計の実施が不十分であり、今後注力していきます。また、関係会社については改善が見られましたが不十分な点もあり、全社レベルでの幅広い展開が課題です。

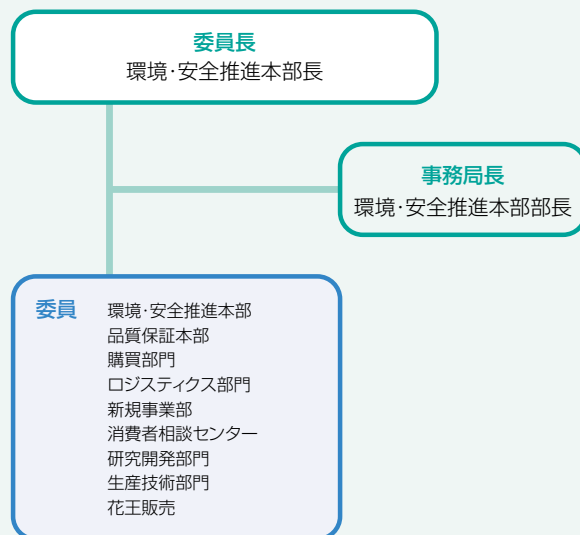
品質保証委員会

(2006年3月31日現在)



RC推進委員会

(2006年3月31日現在)



コーポレートガバナンスのたゆまぬ改革を推進

成長を続け企業の社会的責任を果たすため、コーポレートガバナンスを継続的に改革しています。

経営の監督と執行を分離してガバナンスの適正を図り、多様な監視体制の下に監査を行っています。

コーポレートガバナンスの改革を継続して推進

基本的な考え方と経営体制

企業価値の継続的な増大をめざして、効率がよく、健全で透明性の高い経営が実現できるよう、経営体制および内部統制システムを整備し、必要な施策を実施していくことが、花王のコーポレートガバナンスに関する取り組みの基本的な考え方であり、経営上の最も重要な課題のひとつです。

花王では、従来の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ていく体制として社外取締役および執行役員制度を2002年度から導入しています。

会長／社長の選任プロセス、 役員の評価と報酬

花王では、委員会等設置会社における指名委員会および報酬委員会と同様の機能

を果たすものとして、全社外取締役および全社外監査役だけで構成される会長・社長選任審査委員会および代表取締役、取締役会会長および全社外取締役により構成される報酬諮問委員会を設置しています。役員報酬については、株主との利害を共有化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。

社内外のさまざまな監視体制

国内外の関係会社を含めた業務プロセスの適正性および経営の妥当性、効率性を監査する目的で経営監査室を設置しています。また、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、経営会議その他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。

さらに、経営会議の一運営形態として、内部統制の基本方針や運用計画の審議・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2005年9月に設置しました。なお、内部統制委員会の関連組織として6つの関連委員会を配備し、花王グループ全体について横断的な内部統制の推進を図っています。

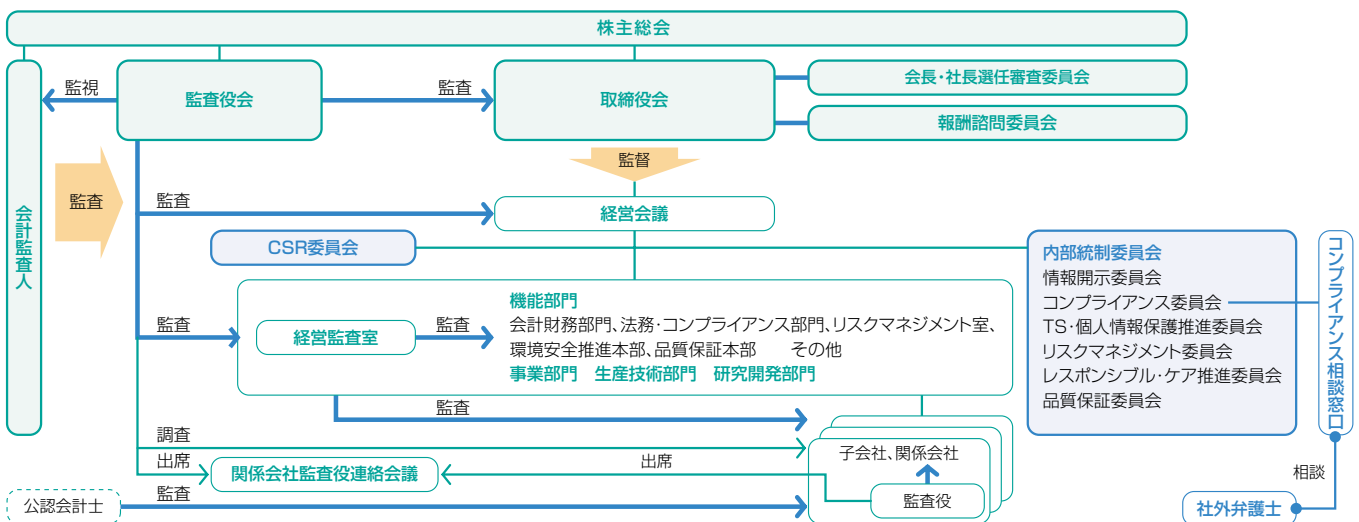
HP 花王のコーポレートガバナンス
http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a08/

全社でリスクマネジメントを徹底

リスクマネジメントポリシーと組織

事業活動全般にわたり生じ得るさまざまなリスクのうち、経営戦略上のリスクについては、事前に関連部門においてリスクの分析やその対応策の検討を行い、必要に応じて経営会議、取締役会において審議を行っています。業務運営上のリスクについては、1999年度に創設したリス

ガバナンス体制図



2006年3月末現在、社外取締役2名と代表権の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19名の経営体制となっています。
 会長・社長選任審査委員会：会長と社長の選任および再任の際に、候補者の適正さについて事前に審査するとともに、取締役会に意見具申する。
 報酬諮問委員会：取締役および執行役員の報酬制度や水準について妥当性の審査評価を行う。

クマネジメント室を中心に、「花王リスクマネジメントポリシー」に基づいてグループ横断的な活動を実施しています。

基本の活動は、1)リスクの予防・抑制活動、2)リスクが現実化し、不測の事態が発生した場合の危機管理の2点に重点をおいています。

各部門のリスク把握と全社対応

災害・事故や品質トラブルなどのリスクを分類し、各部門の所管するリスクを定めています。各部門で部門リスク調査を行う一方、リスクマネジメント室では、部門横断的なリスク、所管のないリスクの発見および対応策の策定を行い、部門ごとのリスクマネジメント推進担当者とともに、「リスクマネジメント推進連絡会」を開催しています。このなかで、各部門のリスク管理状況を検討し、リスクのとらえ方やマネジメント方法の標準化などを図っています。

また、連結売上高の1/4を占める海外

事業の業務運営上のリスクについては、海外リスク管理会議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きます。

予防、初動対応と事業継続計画

花王では2005年度の重点テーマとして、事故・災害、商品、海外関連リスクの予防、初動対応や事業継続計画(BCP*)の検討などに取り組みました。

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にいかに重要業務の操業を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、重要拠点の確保など、さまざまな観点から検討を進めています。

*BCP：Business Continuity Plan

Column

株主・投資家とのコミュニケーション

従来より株主・投資家の皆様に対し、透明性の高い情報開示に積極的に努め、対話に取り組んでいます。経営トップが積極的に投資家との対話に参加し、市場からの高い信頼を得ています。成長戦略など投資家の関心が高いテーマに社長自らが答えている点、IR活動を通じた投資家やマーケットの意見の経営への反映など一連の活動が評価され、東京証券取引所からディスクロージャー表彰も受けています。

株主の皆様が株主総会において議案を審議いただくための十分な時間を確保すべく、株主総会の開催日の4週間以上前に招集通知を発送しています。また、外国人株主の皆様の便宜のため、英文でも同時に作成し、ホームページに掲載しています。株主総会での説明の内容および決議の結果についても和英両文でホームページでの開示を行っています。

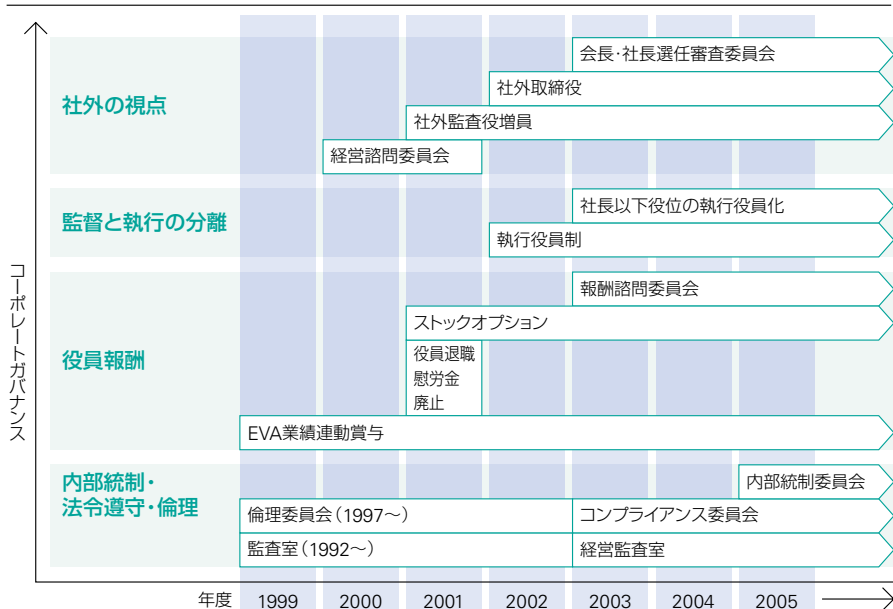
なお、配当金は2005年も増加し、16年連続の増配となりました。(→P52)

HP 投資家向けHP
<http://www.kao.co.jp/corp/ir/>



株主総会

継続する経営改革



コンプライアンスを徹底し、社会から信頼される企業活動を遂行

「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を基本におき、良識ある公正な行動により、誠実で清潔な“徳のある企業”として、広く社会から信頼される企業活動を遂行します。

コンプライアンス体制を強化

基本的な考え方と

コンプライアンス委員会の活動

近年の続発する企業不祥事の影響もあり、消費者の企業を見る眼は年々厳しくなっています。花王では、「花王ウェイ」のなかで基本となる価値観のひとつとして「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、全てのステークホルダーの支持と信頼に応えることを謳っています。

また、社員の日常の業務での行動指針として、「花王ビジネスコンダクトガイドライン（花王BCG）」（→P.53）を制定し、社内外の相談窓口の設置や定期的なコンプライアンス研修などを通じて、常に風通しのよい透明な会社であるよう努めています。こうした取り組みにより、全社員がのびのびと自信をもって仕事ができるよう、「コンプライアンスは、私たちの、私たちによる、私たちの活動」であることの周知徹底を図っています。

コンプライアンス委員会の位置づけを変更

花王には、常務執行役員を委員長とし、各部門や関連会社の責任者から構成される

コンプライアンス委員会があります。2005年9月に内部統制委員会が設置され、その関連委員会のひとつと位置づけられたことで、情報開示やトレードシークレット(TS)・個人情報保護などの各委員会との連携が容易になりました。（→P.20）

コンプライアンス委員会では、花王BCGの改定、企業倫理の浸透・定着のための推進活動の実施、信頼される相談窓口の運営、対応状況の検討や確認を行い、最終的に取締役会へ報告・提案しています。

花王BCGのいっそうの浸透

2005年度は、花王BCGのグローバル標準版を作成し、海外グループ会社などへの展開を促進しました。また、海外グループ会社社長へのコンプライアンス研修の実施や、各社におけるコンプライアンス担当者の明確化なども進め、TSの規程整備も行っています。

コンプライアンス相談窓口

法律・倫理違反についての相談窓口として、コンプライアンス委員会事務局メンバーが運営する社内の相談窓口と、弁護士など社外専門家に委託している社外の相談窓口を設けています。国内花王グル

ープ社員に公開しているほか、花王の事業に関わる社外の方からも相談を受け付けるよう、一部の窓口を開放しています。相談者や通報者のプライバシー保護はもちろん、相談・通報をしたことによる不利益な取り扱いの禁止により、安心して相談できるようになっています。

2005年度は、平均して月10件前後の相談が届きましたが、重篤な内容のものはありませんでした。また、関連会社や契約社員などからの相談が増加傾向にあります。こうした相談内容のうち、共通の問題については、相談者のプライバシーを保護しながら、その都度社内へのフィードバックを行っています。

コンプライアンス監査とモニタリング

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.33）、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「コンプライアンス実践度セルフチェック」などを定期的実施しています。このうち、花王BCGについての「Find」の結果を分析したところ、まだ意識の低い社員がいること、事務系部門での意識は高いものの、部門によって偏り

研修一覧表

- 新卒入社導入研修
- キャリア入社研修
- 職群改定必須課題支援研修
- ビーブルマネジメント研修
- 等級改定必須課題支援研修
- ビジネスリーダー法務研修
- 海外トップマネジメント基本研修



社内セミナー風景

が大きいことなどが明らかになりました。今後は、意識の低い社員や部門への改善策を実施していきます。

コンプライアンス研修実績と参加者の声

人材開発部門主催のマネジメント研修などのなかにコンプライアンス研修を組み込んでいます。2005年度は500人以上の社員に実施しました。また全社員のコンプライアンス学習用として、イントラネットで他社事例の定期的な発信、コンプライアンス推進室に届いた社員からの質問への回答の掲載などにより、コンプライアンス意識の浸透を図っています。

法令エキスパートの機能強化

社内の各部門においてそれぞれの仕事に関連する法令を理解しておくことは非常に重要であるため、各部門が業務に関わる国内法令についての担当者を定め、法令ごとにエキスパートとして登録しています。2006年3月末現在、246の法令について延べ341人のエキスパートがいます。公益通報者保護法の対象法令の再確認などもあり、昨年より14法令、19エキスパート増加しました。

法令エキスパートは、自部門だけでなく

全社にまたがる役割を担当しており、2005年度もいくつかの法令エキスパートが全社の担当者を対象に勉強会を実施しました。また、遵守すべき社内規程をいつでも確認できるように、イントラネット上に社内規程システムを構築し、社内規程の遵守を促しています。

情報セキュリティ、個人情報の保護

花王では情報セキュリティポリシーをベースに、「機密情報取扱いガイドライン」「個人情報取扱いガイドライン」「ITセキュリティガイドライン」を制定し、TS・個人情報保護推進委員会、各部門のTS推進委員、個人情報管理責任者を体制とした情報セキュリティマネジメントを実施しています。これらの委員や責任者、担当者などへの教育、啓発も引き続き行っています。

キャンペーンへの応募者や消費者モニター、消費者相談センターへの相談者などの多くの個人情報をお預かりしていることもあり、その保護の徹底を図るため、経済産業省のガイドラインなどに則った取り組みを着実に進めています。個人情報

報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しています。社員の個人情報保護についても、厚生労働省のガイドラインに則って適切に管理をしています。

今後の課題と展開

花王では、コンプライアンス活動を継続して実施し社員のコンプライアンスマインドをいっそう高めていきます。また、国内外の子会社、関連会社でのコンプライアンス体制の確立も進めていきます。

Column

コンプライアンス研修に参加して

私は、入社導入研修で初めてBCGについて学びました。詳しい話をうかがうまでは、難しい内容ではないかと思っていましたが、実際には私たちがいますぐに実践できることが数多くありました。BCGの項目は、決して特別なことではなく、私たち社員を守るものだという印象を受けました。しかし、BCGによって守られるためには、自分自身も定められた内容をしっかりと遵守し、行動していくことが重要であると感じます。これから初めてBCGについて学んだときの気持ちを心に留めながら、花王の社員として気持ちよく働いていきたいと考えています。



人材開発部門
川村理恵

法令エキスパートの役割

- 社員からの法令解釈についての相談窓口、アドバイザー
- 法令改定などのウォッチング
- 法令改定に対応した社内規程の改定
- 法令遵守の徹底
- 監査の実施または監査担当部門への監査の依頼

2005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	05年度結果
日本経済新聞	企業評価システムプリズム	18位
Newsweek (日本版)	世界企業ランキング	44位 (日本5位)
日本経済新聞	働きやすい会社	16位
日経ビジネス	尊敬できる会社／CSR「力」総合ランキング	総合30位
日本経済新聞	企業の品質経営度調査	68位
日本経済新聞	第9回環境経営度調査	168位
日本経済新聞	日経企業イメージ調査	ビジネスマン平均7位、一般平均9位
週刊東洋経済	第1回CSR総合ランキングベスト100	17位
FORTUNE	Global Most Admired Company	Household & Personal Products 5位

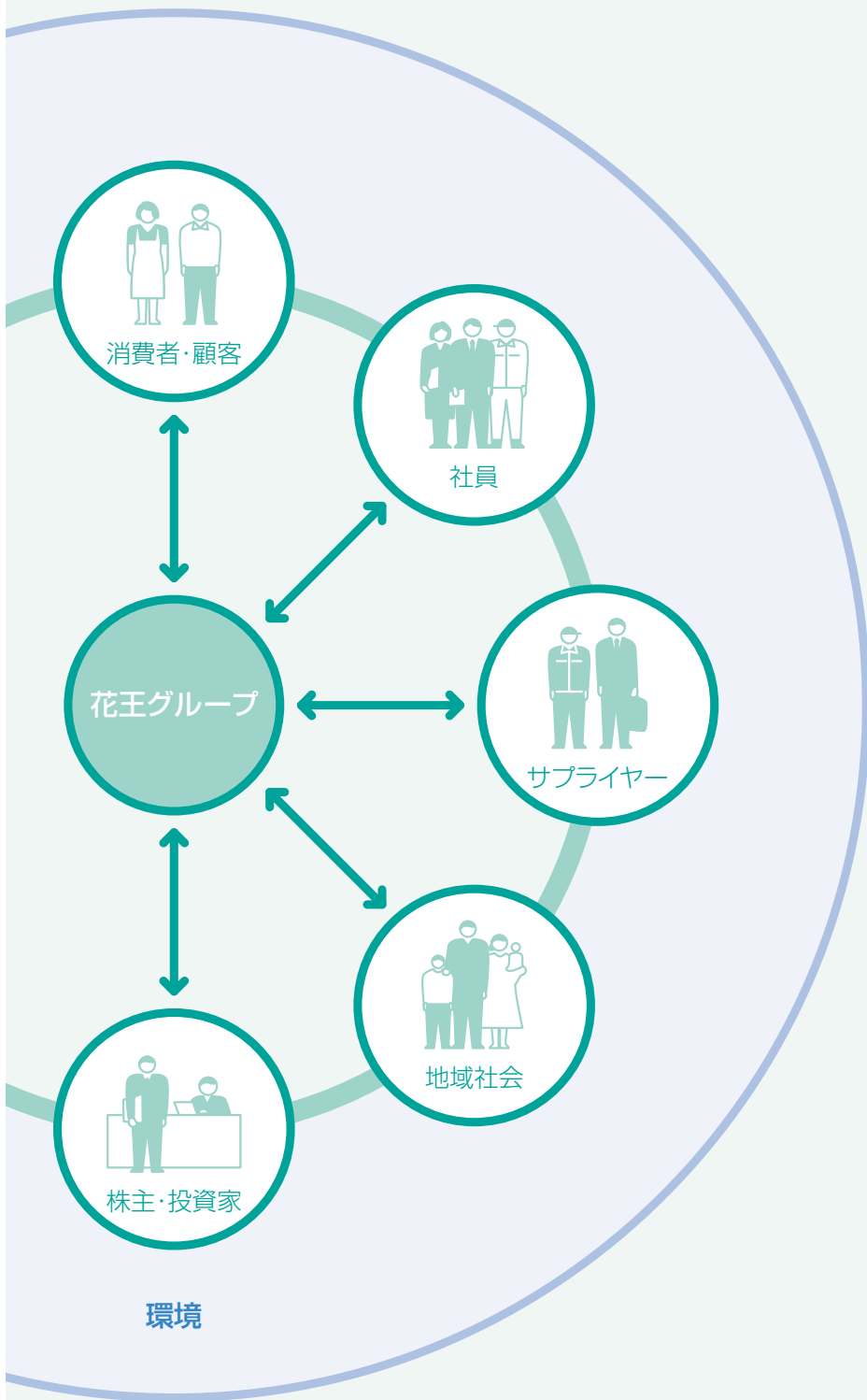
主な社外表彰

表彰項目	内容
平成17年度知財功労賞 「経済産業大臣賞受賞」	特許庁から会社のシンボルマークである「月のマーク」の使用や、「アタック」「ビオレ」といった多くの個別ブランドの立ち上げ・育成において、産業財産権制度を有効に活用し、制度の発展に貢献したことが評価され受賞しました。
Asian MAKE Award Winnersを 4年連続受賞	英国テレオス社からアジアにおけるMAKE (Most Admired Knowledge Enterprises : 最も賞賛される知識企業)として花王が選出されました。企業におけるナレッジマネジメントの実践度合いや能力の調査をもとに、日本からは3社が受賞しています。
第4回誠実な企業賞大賞を受賞	産経新聞社とKFI株式会社が主催する第4回「誠実な企業賞」で大賞を受賞しました。花王は、経営の質の向上のため、内部統制委員会の設置や独自の法令エキスパート認定制度の実施などの取り組みが高く評価され選出されました。(→P.15)
「第37回日化協技術賞・環境技術賞」 を受賞	「Pd/C触媒を用いたアルコールとカルボニル化合物からのクリーンなエーテル製造法の開発」が受賞しました。既存法に比べ環境負荷の少ない原料からエーテルを合成でき、副生物は基本的に水のみという環境に配慮した製造法です。
平成17年度化学工学会技術賞	2006年3月、環境に配慮した製品の製造技術である「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」が、「グリーン・サステナブルケミストリー」推進の一環として認められ、平成17年度化学工学会技術賞を受賞しました。(→P.6)
CEW 2005 Beauty AWARDを受賞	花王ブランド社の「Brilliant Brunette “Shine Shock”」が、業界関係者が選ぶビューティー業界のオスカー賞と言われる「CEW 2005 Beauty AWARD」を受賞。フルネット女性に提案した初めてのヘアケアシリーズである点とその効果が認められ表彰されました。
ヘルスケア研究ビデオが 産業映画コンクールで受賞	社団法人日本産業映画協会主催の日本産業映画コンクールにおいて『花王のヘルスケア研究』ビデオが日本経済団体連合会会長賞を受賞。海外へのわが国経済産業の紹介に寄与する優れた作品であると評価されました。
肌色成分解析がアメリカ写真学会で受賞	千葉大学と共同で執筆した論文「画像に基づく色素成分解析法の化粧応用」が、アメリカ写真学会において「2005年度Charles E. Ives Awards (論文賞)」を受賞。手法の新しさとともに、応用面で工学への寄与が顕著な論文と評価されました。
2005年日経優秀製品・サービス賞を 連続13回受賞	衣料用消臭スプレー「リセッシュ」が2005年日経優秀製品・サービス賞、優秀賞、日経MJ賞を受賞。この賞は日本経済新聞社が毎年、各分野をリードし、新しい市場を開拓した優れた製品・サービスを表彰するものです。

社会面の取り組み

全てのステークホルダーと密接なコミュニケーションを構築

花王は、さまざまな媒体を通して、全てのステークホルダーの皆様とコミュニケーションをとりながら、社会とともに発展していきたいと考えています。



- = ステークホルダーに対する考え方
- = 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を開発します。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。
- 消費者：消費者相談活動（電話、eメール、手紙等）、リリーフふれあいダイヤル（介護電話相談）、消費者モニター家庭訪問、グループインタビュー
顧客（化学品・業務品取引先／販売店）：商談による情報交換、販売店会、取引先との情報交換会、エクストラネット
- 「花王消費者相談センター活動報告書」、ホームページの商品情報、商品パンフレット、「花王の企業概況」、ホームページの産業用化学製品、業務用製品、「花王ケミカルだより」



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。
- 社員意識調査「Find」、上長面談、ヘルプライン、心の健康相談、労使懇談会、厚生委員会、安全衛生委員会、各種社内行事、CSRレポートを読む会
- イントラネット、「Te-ni-te」(福利厚生広報誌)、「花王ファミリー」、「花王ビデオレポート」、「Kao News Quarterly」



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に共に取り組み、改善を図ります。
- 品質会議、定期懇談会、お取引先満足度調査
- 原材料調達基本方針、グリーン調達基準



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。
- 近隣住民との交流会、イベント、工場見学会、NPOとの交流会、社会貢献活動支援
- ホームページの社会貢献活動「花王の社会貢献活動」、環境サイトレポート(5工場)



株主・投資家

- 花王は、「商品の高付加価値化による利益ある成長の達成」に向けて、ビューティケアおよびヘルスケア事業を成長のドライビングフォースと位置づけ、経営資源を投入します。そのために仕事の仕組みを革新し、グローバルにスピードある事業展開を実践していきます。
- 株主総会、決算説明会、eメール(情報提供)、ホームページ問い合わせ窓口
- ホームページの投資家情報、「事業報告書」、「アニュアルレポート」、「有価証券報告書」



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。
- CSRレポートを読む会、消費者相談活動
- 「CSRレポート」、ホームページ内「環境への取り組み」、「環境と安全の生活情報」



消費者との積極的な交流を商品開発と日々の活動に活かす

消費者のニーズと研究開発の独創的なシーズを組み合わせ、革新的な商品を開発するとともに、常に消費者との対話を重視し、その声を商品と事業活動に活かすグローバルな取り組みを続けています。

消費者の視点に立った商品開発

花王は、日常業務の遂行にあたって、それぞれの市場で消費者をもっともよく知る企業となるべく、消費者起点の企業風土を育んでいます。

商品開発とマーケティングを担当する事業部門では、徹底した消費者調査によって商品に対する要望を把握するように努めています。そうした調査に加え、グループインタビューや家庭訪問調査など、直接消費者の声に耳を傾け、生活の様子を観察し、消費者自身もはっきり意識していないような潜在的なニーズの発掘に努めています。

2005年10月には、旧生活文化研究所と旧事業開発部を母体とする生活者研究センターが発足しました。そのねらいは、「生活者視点、現場主義に立脚した生活者研究を深く行うことにより新しい時代の潜在する要求や変化を素早く捉え、新しい価値、ライフスタイルを提案する」ことです。花粉対策や愛犬への接し方など生活実態に基づいた研究を行い、その成果を社内外に発表すると同時に新商品開発に応用しています。

消費者の声による商品改善

消費者との直接の接点である消費者相談センターに電話やeメール、手紙などで寄せられた消費者からの声は、約12万件（2005年度、前年比97%）でした。報道が発端となって、パラベンやナノ粒子、アスベスト等の安全性に関連する相談も多数いただきました。消費者相談センターでは、一つひとつの声に対し、常に消費者の立場に立って「正確・迅速・親切」に対応し消費者のご納得を得るとともに、ホームページに「製品Q&A（よくある相談内容とその答え）」を逐次掲載して消費者への情報提供も充実させるように努めています。

また、相談のなかから商品やサービスなどの課題を発見し、事業部門、研究開発部門や生産技術部門などの関連部門と連携して商品づくりや企業活動に反映しています。消費者の声が改善に活用された事例は、商品性能や容器、表示、広告など多岐にわたっています。

消費者対応をグローバル化

消費者対応の輪をグローバルに広げることを目的に、2005年11月、第1回アジア消費者相談マネージャー会議を開催しまし

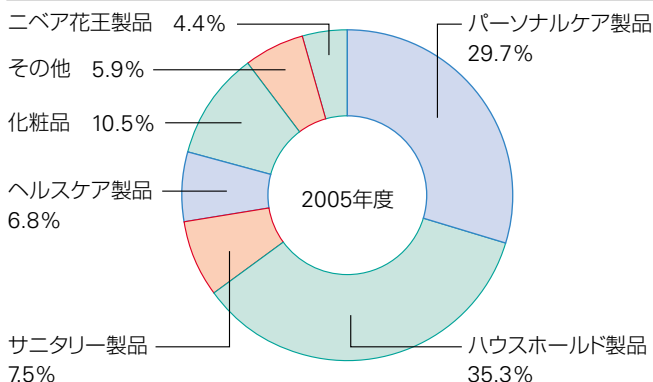
た。中国、香港、台湾、ベトナム、タイ、インドネシア、マレーシア、オーストラリア、日本から各グループ会社の担当者が集まり、各国の相談実態を把握し、対応スキルについて活発に議論を交わしました。商品のグローバル展開はますます進んでいくことが予想され今後も情報交換を続けていくことにより、相談・問い合わせ情報を整理・共有化して、ブランドの育成を支援し、アジア全体で相談対応満足度を向上させていきたいと考えています。

消費者相談に関わる

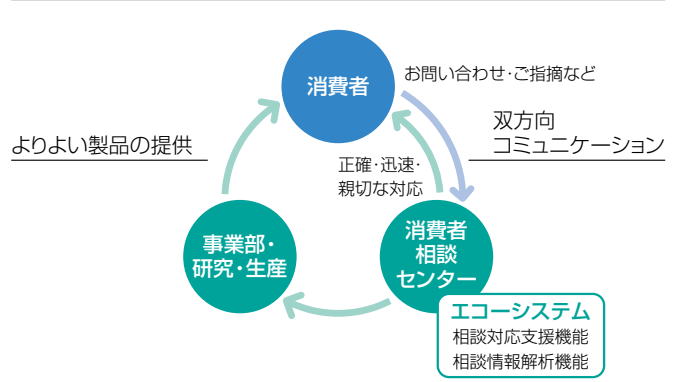
消費者の意識・実態調査

社会環境に応じ、消費者の製品やサービスに関する意識も変化します。消費者相談センターでは、消費者の意識や実態を客観的に把握し、相談業務の改善や革新に役立てるため、消費者相談に関わる消費者意識調査を1987年から実施しています。日用品や化粧品、健康食品を中心に消費者がどのような意識・目線をもっているかとともに、2005年度の調査では新たに男女の意識を比較しました。その結果、消費者はメーカーに対しよりよい品質を期待すると同時に、企業姿勢や社会的責任を果たしているかという点に高い関

事業分野別消費者相談割合（※ニベア花王含む）



消費者の声を商品に活かす仕組み



心があり、また男性は企業に対してよりシビアであることがわかりました。調査のダイジェストは、小冊子「消費者をとりまく環境と消費者の意識研究」を通じて社外にも公表しています。

相談満足度調査

消費者相談センターでは、毎年、花王に相談をお寄せいただいた方々に、花王の相談対応の満足度を調査しています。2005年度は調査対象者の90%以上の方から「満足・やや満足」という高い評価をいただきました。第6次エコーシステムの稼働により、代替品の送付や調査結果の報告がさらに迅速に行われるようになったことが寄与しています。

適切な情報提供

さまざまな理由で生産を終了する商品があります。しかし、どの商品にもご愛用者がいます。その方たちのため、ホームページにて、廃止予定品をあらかじめご案内するとともに、代替品のご紹介も行っています。また、製造中止品について、在庫がある分に関してはホームページ「花王の通販 ご愛用者専用コーナー」で注文できる仕組みを用意して、永く愛用していただいた消費者に対応しています。

HP ご愛用者専用コーナー
<http://www2.kao-shop.jp/fan/>

要望に応えた商品再発売

湯上がり後の汗のべたつきをおさえる「爽快バブシャワー」は、需要が安定しないため2004年春に製造を中止しました。しかし、同年夏は猛暑となり発売再開を求める声が多数寄せられました。冷房を好まない人やあせもに悩んでいる人など子どもからお年寄りまで幅広い年齢層の人が

予想以上に愛着をもっていることがわかり、2005年春に再び発売しました。愛用者に再発売のご案内をお送りした際には大きな反響をいただき、きめ細かいフォローの積み重ねが消費者との信頼関係を築いていくことを実感しています。

消費者相談センターにおける啓発活動

近年、不祥事発覚による企業への不信感、食品の安全性に対する不安感などが強くなっています。適切な情報を迅速に消費者の方に発信することは、企業としての社会的責任を果たすとともに花王への信頼を得るために必要であると考え、消費者相談センターでは消費者向けセミナーなどによる啓発活動を行っています(2005年度は、82件約9,000名の参加)。

多様化する消費者の嗜好や生活習慣にあわせて多くの商品が販売されています。セミナーでは、洗濯の知恵や上手なホームクリーニング、ヘルスケア商品の体脂肪低減効果などについて紹介。受講者の方からは「商品の違いや上手な使い方がわかった」「特定保健用食品や抗肥満に理解が深まった」などのご意見をいただき、花王商品への信頼と理解促進のほか、環境教育にも役立っています。また、情報を得る機会の少ない、ハンディをもった方にも安全に商品をお使いいただくためにセミナーを開催しています。2005年度は大阪聴覚障害者協会からの依頼で、ヘアケアについての講習会を行いました。



Column

消費者の声による改善事例

メリーズ「新生児用小さめ」

宅配サービス

低体重児として生まれてくる赤ちゃんの割合は年々増加しています。それに伴い、病産院専用の「新生児用小さめ」サイズの宅配サービスを2004年より行い、低体重児をもつご家庭に好評をいただいています。



HP メリーズ宅配サービス

http://www.kao.co.jp/merries/products/hos_nbs.html

つめかえ用プラスチック袋への注意表記

つめかえ用製品の普及にともない、プラスチック袋が裂けたり、穴が開いたりして液が漏れるという事故が増えてきました。そこで2005年2月より、「やわらかい材質でできているので、持ち運びや保管時の破損にご注意ください。」という表記を追加しました。



サプライチェーン全体で協力体制を構築

日々の仕事において化学品、業務品、家庭品、化粧品それぞれの顧客と強いパートナーシップを築いています。

また、サプライヤーとは公正で透明性の高い取引を徹底しています。

サプライチェーンのつながり

花王には、化学品（工業用製品）、業務品、家庭品、化粧品それぞれの顧客がいます。各製品群において、顧客と密接なつながりを持ってニーズを見極め、よりよい製品を提供しています。また、サプライヤーに対しては公正かつ透明性の高い取引を行っています。

化学品顧客との連携

化学品は大きくオレオケミカル、界面活性剤、スペシャリティの3つの事業から成り立つ、花王のコア事業のひとつです。さまざまな顧客のニーズに花王独自の技術で応え、満足していただける製品を提供しています。そのためには顧客企業との強いパートナーシップが重要で、顧客企業の商品開発や製品が使用される現場に密着して付加価値の高い製品を提供する活動を行っています。

また、インターネットやエクストラネットにより、安全性や法規制について、スピーディに情報交換しています。グローバルなニーズに応えるためにMSDSも日本版、欧米版のほか、韓国版や中国版も用意しています。

環境と調和する技術や製品開発は持続可能な社会形成に不可欠であり、化学品事業でも積極的に取り組んでいます。

- アルコール製造触媒の完全脱クロム化達成
 - 製紙用高高剤の開発（使用パルプの削減可能）
 - コンクリート用高機能特殊増粘剤ビスコトップの開発（土木工事現場の水質汚濁防止）
- などが主な成果です。

環境や法規制遵守を確保する目的で、2005年は主要11社の販売代理店にてRCパトロールを実施しました。

業務品事業の展開

花王プロフェッショナル・サービスでは、外食産業、ホテル、病院、クリーニング店などを対象に、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ソフトを提供し、業務品事業を展開しています。顧客とのコミュニケーションによりニーズを把握し、製品およびその管理方法、使用方法などの情報とサービスをトータルで提供。最近では安全面や環境面に対する配慮を求める声も高くなっています。

特に食品工場などには、リユースできる大型ポリ容器での製品納入、計量用具による無駄のない安全な使用、専用つめかえ容器の提供、イラストマニュアルによる作業標準化などを含めた、衛生の集中管理システムを提供。顧客の衛生管理、安全管理、環境管理の精度向上に貢献しています。

ホテルとの共同取り組みも継続して行っています。ボディソープ、シャンプーやリンスについて、従来の1回使いきりタイプからディスペンサー容器方式への移行をいっそう拡大。ホテルにおけるごみ削減、資源節約、コスト削減に貢献しています。ホテルのお客様向けだけではなく、従業員の皆様が使用する浴槽洗浄剤についても、洗浄力が高く、泡切れのよいものを提供することにより、節水と作業効率の向上を実現し、好評を得ています。

販売店の成長への貢献

花王では全国規模に展開する花王販売を通じて、日常の商談以外にも販売店と定期的に「情報交換会」を開催し、販売店から店頭での商品の売れゆきや消費者の反応などを踏まえたご意見をいただいています。

Column

化学品「ビスコトップ」開発

「ビスコトップ」は、土木工事の際、コンクリートが水に溶け出すのを防ぐ新機能増粘剤です。これは洗剤に含まれる界面活性剤の技術を土木・建築分野に応用したもので、水質汚濁の防止につながります。土木・建築分野のユーザーの方々とは、技術における常識や、言葉の定義も異なることがあり、驚くことがよくあります。そんななかで、化学メーカーとして花王は何かができるのかを提案し、ユーザー自身が気づいていなかった課題、あきらめていたニーズなどを掘り起こ

して、技術を提供していくことが重要だと考えます。ユーザーと花王の強みをうまく融合、発揮できたときに、これまで世の中になかった価値の高い新技術を開発でき、それが社会への貢献につながると信じています。



化学品研究所
山室穂高

2005年には、日ごろ販売店と接触している花王販売や花王マーチャンダイジングサービスの社員などを対象に、「商品アイデア募集」を実施。消費者のニーズや市場性の高いアイデアが多く集まり、審査結果を社内のイントラへ掲載、商品開発部門との情報の共有化も図りました。

販売店は消費者との重要な接点であり、こうした情報を商品の開発や改良、販売活動に反映することで、消費者満足度の向上につなげています。

商品教育の実施

花王販売では、各支社に「商品教育センター」を設置。販売店への情報提供に取り組んでいます。直接消費者と接する販売店の皆様に、商品の特徴、性能や使い方、市場の状況などを説明。より深く商品を知っていただくことで、消費者とのコミュニケーションを活性化させ、販売店のさらなる繁栄に役立てていただくべく活動しています。2005年度は全国で商品推奨セミナーを計1,047回開催しました。

花王販売と販売店の協働体制

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

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花王販売担当者間で共有し、その結果を商品開発部門へ提案



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

商品と消費者の接点である販売店の繁栄への寄与

CSR調達に向けて

サプライヤーの皆様は花王が企業活動をしていくうえで不可欠なパートナーであり、CSRの観点からも強いパートナーシップを構築する必要があります。すでにグリーン調達については実施しています（▶P.46）が、2005年5月、公平・公正・誠実さに環境・人権などに配慮した「原材料調達基本方針」（▶P.54）を策定しました。現在、方針に従い、基準の作成や予備調査を開始しています。

パーム油、パーム核油は花王の主な油脂原料のひとつです。これらの油脂については「持続可能なパーム油円卓会議（RSPO）」※が、持続可能な生産に向けた世界的な活動を行っています。花王が使用しているパーム油、パーム核油は全てRSPOへの参加企業、または参加業界に加盟している企業から調達していることを確認しています。

※RSPO：持続可能な視点からパーム油のあり方を議論するために、2004年に設立された民間レベルの組織

取引先懇談会・品質向上会議の実施

サプライヤーの皆様とは満足度調査や取引先懇談会、共同活動などによってさらに相互の信頼を深めるよう努めています。

2005年度に開催した取引先懇談会では170社に出席いただきました。花王グループの事業活動実績の説明、「原材料調達基本方針」の表明などを行いました。また、2006年4月の「公益通報者保護法」施行に伴い、「公益通報」の受付窓口を開設したことを報告。課題の多い分野の原材料についてはサプライヤーの皆様と品質会議を開催しており、2005年度は44社と延べ94回開催しました。課題への対策を互いに確認し、原材料の品質向上を図っています。

Column

現場との連携

高付加価値商品育成を目的に、営業部門の本部担当などと連携を図り、商品推奨セミナーを開催しています。セミナーでは、商品説明だけでなく、店頭での接客に活かせるよう消費者の視点に立った売場づくりの方法などを伝えています。販売店の方から「店と消費者の方とのコミュニケーションづくりに役立った」との声をいただくとうれしく思います。また、ドラッグストアチェーンの売場担当リーダーの方と、チェーンの特性や客層に合わせた推奨方法を検証、開発しています。今後は“よきモノづくり”につながるよう、現場の声のフィードバックを推進したいと思います。



花王販売 商品教育センター部長 柴山瑞枝

社員の多様性を尊重し、仕事を通じて能力と人格の向上を支援

社員の声を活かして、一人ひとりの社員が仕事を通じて成長する企業風土の整備と教育を進めるとともに、多様性を尊重し、機会均等を図るイコール・パートナーシップ(EPS)を推進しています。

人材に関する基本的な考え方

人材開発の基本は、社員個人の成長と組織の発展が重なることです。個の成果の追求が、組織としての成果に結びつく制度をつくり、働きやすい職場環境と風土を整え、社員一人ひとりの力を企業の総合力として統合することが花王の人材開発の方針です。特に『花王ウェイ』を深く理解し、体現できるよう、それぞれの役割に応じた研修プログラムを全社的に実施。自主性を尊重したコースも整備して、社員自らが学ぶ姿勢をサポートしています。(人材・研修方針、研修体系 →P.55)

多様な人材活用

働きがいと魅力ある企業風土と環境をつくるために、多様な能力と個性をより活用するEPS推進活動を行っています。「意識・風土啓発面」「制度・システム面」「人材活用面」の3つの視点から、多様性の尊重、男女共同参画、ワーク&ライフバランスの推進に積極的に取り組んでいます。

機会均等と女性の能力活用

意欲と能力ある女性社員の活躍の場の拡大や、女性の採用拡大に努めてきました。

女性の職域も広がり、女性社員の採用比率が増加しています。花王(株)では2005年度の管理職に占める女性比率は6.0%で、前年比0.6ポイントアップしました。今後も性別、国籍、中途採用、年齢などに関わらず、さらなる能力発揮とキャリア構築の機会均等を継続的に進めます。

ワーク&ライフバランス

1980年代後半から仕事と家庭生活の両立を支援する活動を行ってきました。能力以外の阻害要因をできるだけ取り除くことで、もてる力を十分に発揮し、キャリア形成と仕事の成果につながる環境を整備するという考えに基づき、制度の整備と、制度が当たり前のこととして活用できるように周囲の理解促進と支援体制の充実に努めてきました。その結果、花王(株)では出産した女性社員のうち育児休職を取得した人の割合は、2005年度は90%以上、また育児休職からの復職率は100%を達成しています。

2005年4月には「次世代育成支援対策推進法」の行動計画を策定し、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など、利用者の立場に立って、法定を上回る制度の整備に引き続き努めています。今後は、男性の育児参

加を促す取り組みを進める予定です。

HP 育児・看護に関する主な制度

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

障害者雇用の推進

「障害のある人もない人も共に働き共に生きる社会をめざして、障害ある人たちの社会人としての自立を支援する」という考え方のもと、通常職場での雇用を進めてきました。啓発活動としては、職場でのマネジメントに役立つよう2006年4月に「障がい者雇用ガイドブック」を作成、配布。国内花王グループでは2005年度も法定雇用率1.8%を上回っています。

さらに積極的に知的障害者に働く場を提供するために、花王ピオニー(株)を設立しました(2006年4月に障害者雇用促進法に定める「特例子会社」に認定)。

また、和歌山工場では、身体の障害を克服しながら自立と社会参加をめざす人の就労支援を目的とした社会福祉法人「スミヤ和佐福祉工場」に、開設から13年にわたり生産活動の支援を行っています。

再雇用制度の充実

花王では社員の高齢化や技術の伝承の必要性に対応し、働く意欲が高く、かつ高度な専門的知識やスキル・ノウハウなどを

社員関連データ

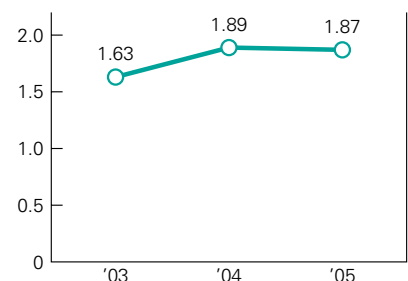
(単位:人)

		2003年度	2004年度	2005年度
正社員	女性	3,269	3,131	3,022
	男性	8,395	8,316	8,289
契約社員等	女性	1,713	1,989	2,194
	男性	108	94	90
採用者(正社員+契約社員等)	女性	539	791	798
	男性	100	145	168
育児休職取得者	女性	125	134	142
	男性	0	1	1
介護休職取得者		5	3	2
女性管理職比率(%)*		4.7	5.4	6.0

*データ範囲は花王(株)

障害者雇用率の推移

(%)



※いずれの年度も6月現在

(年度)

もった定年退職者を活かす制度を導入しました。今後、さらに充実していくことを予定しています。

社員の声の反映

社員意識調査「Find」の実施

花王では2001年から2年ごとに、社員意識調査「Find」を行っています。調査は「組織の機能状況」「行動規範・諸施策の浸透度」「基盤となる強み」「社員の満足度」の4つのフレームに自由記入を加えた設問で構成されています。得られた結果は全社に公表後、さらなる改善、向上を図るためのアクションプランを各部が作成、展開し、組織の活性化に役立てています。

2005年調査では、社員満足度が「Find」導入時から比較し向上していることがわかりました。この結果をもとに、部門別に課題を抽出しさらなる向上をめざして、改善に取り組んでいます。海外花王グループでも実施する予定です。

意欲のある社員のための公募制度

2000年より「意欲があり、能力のある人にとって、より魅力的で働きがいのある会社となる」ことをめざして、社内起業の公募制度を行っています。「事業創造提案(ベ

ンチャービジネス企業)」「自己研究提案(自らの発案による調査・研究)」の2つを募集。2000年には新しい商品開発を自由に募集する「カスタマー事業開発部」(現在「商品開発部」に名称変更)が、2002年には女性のクオリティ・オブ・ライフの向上をめざす「antuプロジェクト」が実現しました。

社員との対話の重視

各事業場において労使懇談会、厚生委員会などを運営し、社員と経営層との相互理解を図っています。2006年度からは、トップと全事業場の社員代表との全社懇談会を新たに設けるなど、さらなる相互のコミュニケーション深化を進めています。

グローバル・コンパクトへの対応

花王は2005年より国連のグローバル・コンパクトに参加しています。それに伴い、グローバル・コンパクト10原則のうち、人権、労働の項目について全世界の花王グループ31社において調査を実施。各グループ会社から自主報告の形でその遵守状況を把握しています。グループ会社は各国の法律に基づいて運営をしており、児童労働、強制労働など、問題になる事例は報告されていません。

Column

花王ピオニーの意義

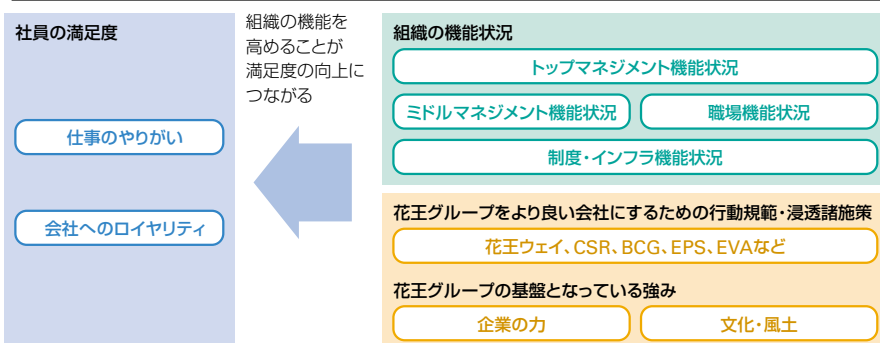
ポテンシャルがあるのに働く場がない障がい者の皆さんに働く場を積極的に提供し「社会人としての自立」を支援して行きたいと考えています。障がい者の方々は、仕事への意欲と喜びを感じ、仕事が楽しいといえる素直な心を持っています。一人ひとりの能力や特徴をとらえて指導し、人、施設・設備などの環境をしっかりと整えれば生産性向上を図ることができます。現在の生産能力は開始当初の1.5倍になっており、一般ラインとほとんど遜色はありません。これからも“よきモノづくり”を通じて、健常者と障がい者お互いが気付き・発見を行い、共に成長したいと考えています。

障がい者の就労支援を行う外部機関と連携しながら今後も雇用を推進していきます。



花王ピオニー
岩井博

「Find」調査項目の構成



HP antuプロジェクト

<http://www.kao.co.jp/antu/>

健康で・美しく・艶やかに生きるための「くらし・からだ・こころ」をテーマに、専門家とともに体験型セミナーを開催

社員の健康づくりへの支援と、安全な職場環境の整備を推進

社員の心身の健康と安全な職場を維持することを全ての事業活動の基盤ととらえ、

社員の健康づくりの支援、職場の無事故をめざした労働安全衛生活動、防災活動を行っています。

社員の健康管理の考え方

全ての社員がよりすこやかで心豊かに過ごせるよう、2005年度から健康づくり活動「KAO健康2010」をスタートしました。「セルフケア意識の高い、心身ともに健康な社員を増やす」ことを目標としています。

そのために、社員の健康診断結果や問診結果に応じて保健指導を推進。全ての社員が自らの健康の維持と改善に主体的に関わる仕組みをつくり、これを活動の基本としています。また、2003年度より健康づくり支援システム「元気くん」を導入し、社員の問診データや健康診断結果をイントラネットで登録できるようになりました。

労働者は増加傾向にあります。花王では、全ての社員が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も力を入れています。社内にある健康相談室では、電話、メール、面談を受け付けています。メールによる相談は、イントラネットからすぐに行うことができます。また社員支援プログラムとして、外部の専門機関と提携、電話相談窓口や24時間以内に返信を行う花王の社員専用のメール相談アドレスを設けているほか、対面カウンセリングも受け付けています。

生活習慣改善

社員一人ひとりが健康に過ごすために、生活習慣改善のサポートを行っています。各事業場では、栄養教育、ウォーキングキャンペーン、禁煙キャンペーンなど、生活習慣改善に向けたイベントや情報提供を行い、健康に対するセルフケア意識の向上を図っています。

メンタルヘルスケア

厚生労働省の調査によると、仕事のうえで強い不安や悩み、ストレスを感じている



イントラネット「健康ひろば」

Column

花王の健康管理

「KAO健康2010」がスタートするまでには、関係部署でいろいろな検討を重ねられてきました。「KAO健康2010」によって、社員の皆さんの健康づくりに今まで以上の成果が上がることを期待しています。しかし、理想的な環境をつくり出しても、それに対応していただけない方々がいることも事実です。「お酒の飲みすぎですヨ」「タバコはやめるように」と注意しても、「仕事上やむをえない」「タバコをやめるほど意志は弱くない」など、ご自分に都合のよい考えをもつ方々がおられます。次の目標は定期健康診断の重要性をこれらの方々にどのように理解してもらうかです。病気になってから「言うことを聞いておけばよかった」と言われても手遅れだからです。どのようにすれば手遅れの人々を出さずに済むかが今後の重要な課題のひとつであると考えています。



統括産業医
林田康男先生

「KAO健康2010」主な指標

● 健診結果
BMI (肥満度)
血中脂質
血圧
糖代謝
● 問診結果 (生活習慣)
喫煙率
欠食率
運動 (運動不足と思う人の率)
睡眠 (ぐっすり眠れない人の率)
飲酒 (毎日多量に飲酒する人の率)
● 勤務状況
長期休業人数・日数

生活習慣改善サポートの例

新入社員健康教育
禁煙キャンペーン
血液さらさらキャンペーン
骨密度測定会
体力づくりキャンペーン
食生活見直しキャンペーン
チャレンジウォーキング
体力測定
健康ヨガ教室

2005年度健康診断実績

健康診断受診率	99.8%
健康診断後の保健指導率*	81.0%

*健康診断受診者のうち保健指導を受けた社員の比率

2005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は、2004年と同じく24名でした。そのうち休業災害は1名で、2004年の3名に比べ減少しました。その原因解析の結果、機械運転中の災害は機械設備のリスクアセスメント実施により減少傾向にありましたが、人手による作業中の災害は減少しませんでした。今後は、この結果をもとに、2005年に引き続き作業のリスクアセスメント実施を継続していきます。

関係会社を含めた国内花王グループ全体では、全災害は106名で、そのうち休業は30名でした。昨年に引き続き、災害発生の多い物流会社（花王ロジスティクス）を中心に作業のリスクアセスメント、安全教育の徹底を推進します。作業中の災害が多いことから一人ひとりの安全意識を高めることが今後の課題です。

2006年2月28日、花王グループ会社であるファティケミカル（マレーシア）（FCM）社の定期保全工事において、希メ

タノールタンク周りの工事業者による配管交換作業中に爆発、炎上事故が発生しました。この事故で工事会社の現地社員3名が亡くなりました。

FCM社はこの事故を重大に受け止め、作業規定の見直しなど、工事業者との安全確認をいっそう強化し、再発防止に努めています。

社員の緊急時安否確認システム構築

2005年1月より、国内の地震等の災害発生時に社員の安否を確認するため、電話回線を通じた花王安否確認システムの運用を開始しています。2005年11月に、このシステムの活用を含めた全社レベルでの防災訓練を実施しました。訓練の反省として、安否情報の掲示板を使つての掲示がルールどおり進まない、状況報告用紙が定型どおりでないなど、いくつかの課題が明確になりました。これらの課題を改善して、2006年も訓練を行う予定です。

また、大規模な地震に対して事前の備えをしておくことが望まれています。すみだ事業場では、東京に直下型地震が発

生し、交通機関や救援・復旧体制が整わないことを想定した徒歩での帰宅訓練を行いました。この健康づくりを兼ねたイベントには83名の参加がありました。

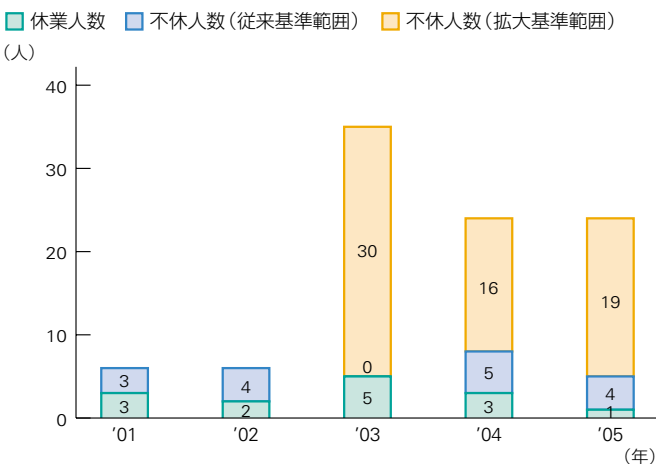
アスベスト対策

2005年に大きくクローズアップされたアスベスト問題に対し、早急な作業環境の調査、濃度測定を進めました。その結果、飛散のおそれのある個所はありませんでした。今後は環境測定を定期的に行い、アスベストを含む建材などを撤去する際は、生産技術部門が定めた「石綿に係わる対応ガイドライン」に従い適正に処分していきます。

また、主に高温の配管ジョイント部のシールとして使用されているアスベストを含む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に基づき切り替えを進めています。2008年までにはほかの材料に切り替える予定です。

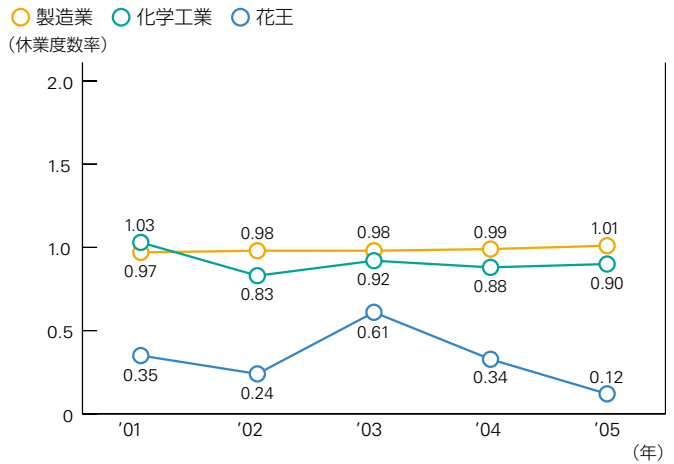
現在までのところ、当社の元社員および現社員のアスベストによる健康被害の相談、問い合わせはありません。

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

労働災害発生状況の推移 (休業1日以上の度数率※)



休業度数率は0.34から0.12へ減少しています
 ※度数率：100万延べ労働時間あたりの労働による死傷者数

「次世代育成」をテーマに、社会貢献活動を展開

豊かな社会とその持続的な発展に寄与するため、次世代育成を統一テーマとし、「芸術」「環境」「教育」「コミュニティ」「バリアフリー社会の推進」の5つの分野で活動を行っています。

社会貢献活動の考え方

花王では、事業特性や社会的課題を意識したうえで、2000年度より「次世代育成」を統一テーマとし、さまざまな社会貢献活動を行ってきました。

社会貢献活動全体の評価を実施

2005年度には、5年間で総括し、より良い社会貢献活動の方向性を検討する目的で、外部評価を実施しました。

全活動について、花王の企業理念「花王ウェイ」に則り、1) ニーズ起点、2) 現場主義、3) パートナーとの協働、4) 企業の

資源を十分に活用しているか(花王らしい活動か)、5) 企業のイメージ向上に貢献しているか、6) 関係者の満足が得られているか、について社内外のアンケート調査とインタビュー調査を行いました。

全体評価としては、地に足のついた花王らしい社会貢献活動の成果が積み重ねられていること、全体の活動テーマが次世代育成であることは、花王の商品群の多様性を超える価値観で、人づくりを重視する日本企業らしいテーマであり、現代の日本が抱えている課題にも対応しているという評価でした。

一方、これから改善していかなければな

らない課題として、本社、財団、各国内事業場、海外拠点の役割分担の不明確さ、海外も含めた地域貢献活動の少なさ、社会貢献活動に関わる社員参加の少なさが指摘されました。

これらの調査を踏まえて、今後数年をかけてメセナ活動の再構築に取り組みます。改善の第一歩として海外グループ企業のための「社会貢献活動の手引き」を作成、海外グループに配布しました。また、社員の社会貢献活動への関心を高めるために、社員参加の寄付組織「ハートポケット倶楽部」の活動への理解を高める活動を行っていきます。

社会貢献活動の分野と活動

分野	活動名	関係機関等
芸術・文化への支援	美術館連絡協議会への支援	読売新聞社、美術館連絡協議会
	音楽公演への支援	オーケストラ団体他
	東京音楽コンクールの主催	東京文化会館
環境への支援	みんなの森づくり活動支援	財団法人都市緑化基金
教育への支援	教員フェローシップ	NPO法人 アースウォッチ・ジャパン
	理科実験講座	自社
コミュニティへの支援	花王ファミリーコンサート	自社
バリアフリー社会の推進	バリアフリー商品の開発	自社
	バリアフリー情報の提供	(財) 共用品推進機構
	視覚障害者向け情報	全国の点字図書館

社会貢献の活動方針

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。

HP 社会・文化活動

<http://www.kao.co.jp/corp/citizenship/>

Column

財団法人 花王芸術・科学財団の活動

花王100周年記念事業のひとつとして設立された(財)花王芸術・科学財団は、2005年10月に15周年を迎えました。これを記念して、芸術の振興と科学技術研究の発展のために貢献してきた財団の軌跡を記念誌『未来を拓く』として発行し、大学・研究機関等の関係各所600カ所に配布。あわせて、現財団関係者が一堂に会し、記念の交流会を行いました。この15年間における芸術文化、科学技術への助成・顕彰は1,024件、7億415万円となりました。

HP 花王芸術・科学財団

<http://www.kao-foundation.or.jp/>



NGO・NPOと社員との交流

ハートポケット倶楽部第3回支援先 報告会を開催

2006年3月17日、花王の茅場町事業場で、2005年度のハートポケット倶楽部の支援先団体の活動報告会を開きました。

花王では、社員が社会的活動に参加するひとつの機会として、社員が主体的に参加、運営する寄付組織、ハートポケット倶楽部を2004年に立ち上げました。任意の会員組織ではありませんが、国内グループ社員・役員の10%、1,500名(2006年3月末現在)が加入しています。加入している社員が寄付申請を行い、社員による運営委員会が決裁し、会社からもマッチングギフトが受けられます。

毎年2回、寄付先のNPO・NGO団体からの活動報告会を開催しており、寄付行為の透明性と、社員が直接多様なステークホルダーと交流する場としても機能しています。今回は支援団体28団体のうち、8団体が寄付の活用状況について報告を行いました。報告の後、行われた交流会では、各団体がブースを設け、社員からの熱心な質問に答えて、交流を深めました。企業組織では、なかなか出会う機会のない方々との交流は、NPO・NGOの方々にとっても、企業を理解し、日ごろ出会うことのない団体同士の情報交換の場として歓迎されています。今後は、全国の主要な事業場を巡回して、報告会を行う予定です。



2005年度支援先一覧(寄付28団体、災害支援3件)

特活：特定非営利活動法人 社福：社会福祉法人

<支援先団体>

(特活) カリヨ子どもセンター／あしなが育英会／エイブル・アート・ジャパン／(社福) 日本点字図書館／(特活) 日本国際ボランティアセンター／(特活) JHP・学校をつくる会／(特活) JEN／(特活) 芸術家と子どもたち／WWFジャパン／(特活) インテルビタ・ジャパン／障害者カヌー協会和歌山支部／(特活) とちぎボランティアネットワーク／(特活) まちづくり福祉推進ネット／(特活) WACわかやま／埼玉視覚ハンディキャップテニス愛好会／(特活) トイボックス／フットルース／(特活) モンゴルパートナーシップ研究会／「愛・地球博」若者プロジェクト ストリートチルドレン芸術祭／(特活) ピースウィンズ・ジャパン／(特活) 民族フォーラム／雨水市民の会／椎葉村台風14号災害義援金／日本車椅子バスケットボール連盟／宇都宮市国際交流協会／(社) シャンティ国際ボランティア会／明るい社会づくり鹿行地区推進協議会

<災害時支援>

宮崎県台風14号被害義援金／パキスタン地震被害義援金／米国カトリーナ義援金

規模に関わらず支援を

グローバルな活動ももちろん大事ですが、同時に地域に密着した小さな活動も重要と思っています。ハートポケット倶楽部は発足して2年で、少しずつ会員も増え、活動の芽が育ってきているという実感があります。CSRという言葉が聞きなれない13年前に、すでに福祉工場(→P32)を設立できたのは、花王に社会貢献に対する思いがあったからこそです。これからもその資質を活かし、今後もより活発な活動をしていきたいと思っています。



ハートポケット倶楽部運営委員会代表
和佐分工場(社会福祉法人「スマイヤ福祉工場」)
市野弘

活動を支援できる誇り

ハートポケット倶楽部の主旨に賛同して、せっかくの機会に自分も携わりたいと思い、運営委員に立候補しました。日ごろの業務で「消費者の立場に立つ」ことを求められる自分にとっては、報告会などで新しい世界を知ることができるのは貴重な体験です。各団体の活動は非常に重要だと思いき、花王がそれらの活動を支援できる企業だということに誇りを感じています。



ハートポケット倶楽部運営委員会
消費者相談センター
桑原学子

地域社会への責務を果たし発展に貢献するため、積極的に交流

各事業場、工場のある地域社会の皆様との交流を積極的に図り、事業活動への理解を促進するとともに、地域貢献活動を通じて、健全で豊かな社会の実現に寄与できるよう努めています。

地域社会との交流

持続可能な社会を築いていくために、地域社会との共存は大切であると考えています。国内の各工場、事業場はもとより、事業活動を行う各国においても地域社会によき一員として貢献し、信頼を得ることをめざしています。地域の特性および事業所の活動内容に合わせ、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、周辺清掃まで多岐にわたった活動を行っています。

工場見学会と講座

国内の全工場で見学会を実施しています。近隣の方々から、小・中・高・大学生、団体の皆様まで2005年度約28,000人の見学者がありました。花王の活動を知っていただくとともに、生産品目、地域特性に合わせた活動を行っています。

和歌山工場、鹿島工場、川崎工場、栃木工場、酒田工場においては、次世代教育を視野に入れた工場見学会も実施。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

験などの理科実験講座を開催。「ハウスホールド研究所」「ヘアケア研究所」のある工場では、研究員による実験講座を実施しています。

また、栃木工場では生理用品講座として、研究員による商品説明と吸水性ポリマー実験、専門家による「生理と健康」講演会なども行っています。

HP 工場見学会

http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/a06/

工場周辺地域の方々との懇談会

2006年1月、酒田工場では、近隣の自治会長の皆様、計11名と懇談会を行いました。工場見学の後、産業廃棄物処理業取得の報告を行うとともに、環境測定データを説明。産業廃棄物に関してのご理解をいただきました。周辺住民の皆様からは生産に関係した質問やご意見をいただくなど、活発に話し合いをもつことができました。このような取り組みは今後も継続して行い、地域の方々との信頼関係を築いていきたいと考えています。

ファミリーコンサートの開催

地域貢献の一貫として、一流の音楽家を招き、音楽を楽しむ心を育ていただく

べく、社員自身が手づくりで行う「ファミリーコンサート」を開催しています。2005年10月、酒田地区では、社会貢献部とともに3回目となる「花王ファミリーコンサート in 酒田」をチャリティーコンサート形式で行いました。収益金は酒田市の中学校2校に対して楽器購入費用として寄付しました。

和歌山社会経済研究所の活動

財団法人和歌山社会経済研究所は1981年に県、諸団体、民間からの寄付金により設立された和歌山県唯一のシンクタンクで、和歌山県の地域発展のために活動しています。この研究所では和歌山地域を取り巻く経済、社会上の諸問題や新しい地域ビジョン等について、総合的な研究開発を行い、情報の収集と提供、研究会の開催、新しい政策の提言を行うなどして、地域経済・社会の振興やまちづくりに貢献しています。和歌山市に主力工場と研究所をもつ花王では、企業市民の役割として1986年より和歌山社会経済研究所の活動に参加。現在も社員が研究員として専任で参加し、和歌山地域発展のために活動しています。



工場見学会



理科実験講座



花王ファミリーコンサート in 酒田

タイでの地域貢献活動

仏教国のタイでは社会奉仕精神が根づいており、泰国花王実業、泰国花王商業でもさまざまな地域貢献活動を実施しています。

タイにおける科学の振興のため、エンジニアリングや化学を専攻する学生を対象とした奨学金制度を約20年間継続して実施しています。2005年度には15人の学生に奨学金を提供しました。

また、「Dream Comes True for Children」というプロジェクトを展開。毎年1校を選び、社員が直接学校生活に参加して子どもたちと交流。新年には子どもたちの作成したニューイヤーカー드를企業カードとして使用します。カードの販売も行い、その収益金を学校に寄付しています。2005年度は、貧しい子どもたちが質の高い社会生活が送れるようにと設立されたムーバーンデク学校(カンチャナブリ郡)が選ばれました。

この活動を通し社員のサービス精神がさらに高まるとともに、カード送付先企業にプロジェクトを周知するきっかけともなっています。



泰国花王

フィリピンでの地域貢献活動

フィリピンのピリピナス花王では「貧しい人々が自立できるプログラムを提供することにより、生活の質を向上することをめざす」というビジョンをもって地域支援活動を実施してきました。金品寄付だけでなく、地域の小学校から大学までの教育向上、地域雇用、健康改善、環境保全など、地域に密着した支援活動を行っています。

2005年度、カガヤンデオロにある工場の社員はさまざまな活動に参加しました。地域の学校に対しては教育用具や校舎の塗り替えに必要なペンキを寄付。また、地元の医師会と協力して近隣住民の健康診断を行い、会場整理や医療品の無償提供を行いました。ほかにも、工場周辺地域にあるザビエル大学に対し、研究費を支援しています。

今後も活動を継続し、地域住民が自立し、より質の高い生活を送る機会を提供していきます。



ピリピナス花王

台湾でのチャリティー活動

台湾では、小学生たちを安全に登下校させ、交通事故から守るお母さんたちのボランティアグループを「ガード・マザー」と呼んでいます。花王(台湾)では、「ガード・マザー」のボランティア活動に賛同し、台湾でも愛用されている「アタック」の名を冠して「アタック・ガード・マザーチャリティ・イベント」と名づけた支援活動を展開しています。

2005年度は、「ガード・マザーの愛に安全ベストを」をテーマに、車の往来が激しい道路で、通学児童たちを交通事故から守るお母さん方に、光反射テープを縫い付けた安全ベスト約800着をプレゼント。また、4月27日には花王(台湾)の総経理、副総経理、工場長をはじめ社員約30名が本社や工場近くの通学路で「1日ガード・マザー」を体験しました。

その他、家庭内暴力から女性を守る運動や孤児院への寄付などを通じて、お世話になっている地域社会に貢献できるよう、積極的な活動を続けていきます。



花王(台湾)

社会貢献活動の2005年度実績

2005年度に花王が行った社会貢献活動の実績を一覧表にまとめました。

分野	項目	活動実績
環境	花王・みんなの森づくり活動	<ul style="list-style-type: none"> 1/20 第6回「花王・みんなの森づくり活動」選考委員会開催。39団体へ総額2,300万円支援決定。 プロジェクト助成：申請152件、決定31件 スタートアップ助成：申請27件、決定8件
	KIDS ISOプログラム	<ul style="list-style-type: none"> 環境をテーマとした子ども向けの環境教育プログラム。学校の授業で使用できるテキスト500冊を寄付したほか、6名がインストラクターとして協力。
教育	花王・教員フェローシップ 海外野外調査体験プログラム	<ul style="list-style-type: none"> 応募件数50件、14名参加（7～8月夏休み期間） 参加プロジェクト：ハンガリー（なきどり）、スリランカ（さる）、北米（サケ、オルカ）、ベトナム（蝶）、カナダ（コクジラ） 10/15 参加報告会実施。
	「ジャパン・サイエンス&エンジニアリング・チャレンジ（JSEC2005）」（朝日新聞社主催）協賛	<ul style="list-style-type: none"> 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、「絶滅危惧種アツモリソウの増殖に関する研究～生育環境調査をもとにした培養支持体及び通気培養法開発～」が決定。
	理科実験講座	<ul style="list-style-type: none"> 7/26 中高生28名 和工見学时実施 8/3 広島県福山市誠之館高校 8/4 福島県相馬高校 8/4 八王子市教育委員会（出前講座、消費者相談センターにて対応） 11/10 和歌山東中学校（出前授業） 夏・春休み時期に近隣小学生工場見学时に各工場SC、品質保証担当にて実施。 7/29 鹿島工場、8/9 酒田工場、8/12、27 川崎工場、7/20 花王ベトナム工場。
コミュニティ	花王ファミリーコンサート開催	<ul style="list-style-type: none"> 10/23 「花王ファミリーコンサートin酒田」開催。バイオリニスト吉田恭子氏によるコンサート「オードリー・ヘップバーンの思い出」、950名来場。1枚500円のチケット収入（約54万円）は全額酒田市の中学校音楽教育に寄付。
バリアフリー社会の推進	福祉施設への製品寄贈	<ul style="list-style-type: none"> 寄贈件数：家庭用製品 442福祉施設／エコナ 82給食サービス運営NPO
	音声情報CD「くらしの中のサイエンス」発行	<ul style="list-style-type: none"> 配布件数：223件
芸術	第3回東京音楽コンクール主催	<ul style="list-style-type: none"> ピアノ、弦楽、木管、金管、声楽の各部門に、277名の応募。1次予選、2次予選、公開審査を経て、13名が入賞。
	美術館連絡協議会への支援	<ul style="list-style-type: none"> 巡回美術展21企画、延べ53館で実施。 学芸員海外派遣：5名（北海道立近代美術館、福島県立美術館、東京都写真美術館、金沢21世紀美術館、福岡市美術館） 学芸員研究助成：4組（神奈川県立近代美術館、新潟県立万代島美術館、埼玉県立近代美術館、大阪市立美術館の各学芸員） 図録奨励賞：5点

海外花王グループの地域貢献活動

海外花王グループでも地域に密着したさまざまな活動を実施しています。右に2005年度の主な活動をまとめました。このほかにも、よき地域の一員として地域行事への協力、支援、寄付活動、ボランティア活動を実施しています。

海外花王グループ	活動内容
花王（中国）投資	小学校を訪れて初潮教育
花王（台湾）	➡P.39
泰国花王実業・泰国花王商業	➡P.39
花王（インドネシア）	スマトラ沖地震への寄付
花王（マレーシア）	スマトラ沖地震への寄付
ピリピナス花王	➡P.39
花王フランス	ユナイテッドウェイへの寄付とボランティア活動 乳がん治療、家庭内暴力防止など女性支援団体への援助 ハリケーンカトリーナへの災害支援
モルトン・ブラウン	恵まれない子どもたちへの寄付活動 スマトラ沖地震への災害支援
花王（スペイン）	化学専攻学生の実地学習機会提供 地域に関する雑誌の発行支援
花王スペシャルティーズアメリカ	ユナイテッドウェイへの寄付 地域の小学校の花壇づくりへの参加

環境面の取り組み

ライフサイクル全体を考慮し、負荷の少ない商品開発を推進

原料の調達から、生産、物流、使用、廃棄までの商品のライフサイクル全体を考慮に入れながら、商品の環境に与える影響を把握し、より環境に負荷の少ない商品の開発を進めています。

花王の商品と環境の関わり

花王は原料として多くの植物油脂や化石資源などを用いて、消費者の皆様へ毎日使っていただく商品をつくっています。生産現場では、常にそれらを無駄のないように有効利用し、省資源、省エネルギーを心がけなければならないと考えています。また化学物質を取り扱う産業として、製造、使用、廃棄などあらゆる段階で、生態系や人体への影響に配慮しなければなりません。将来にわたり事業を持続させるため、事業活動に伴う環境影響を認識し、商品のライフサイクル全体の環境負荷をできる限り削減させることは不可欠です。これからも、自然に回復不能な影響を与

えることなく、事業と環境の両立をめざしていきます。

特に課題としている環境負荷

事業の特性から以下の4つを大きな環境負荷と考えています。これらについては数値目標などを掲げ、重点的に削減を図っています。

1 温室効果ガスの排出

生産や物流によって、CO₂などの温室効果ガスを排出します。花王は研究・開発段階から販売に至るまで、全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

花王では、独自のシステムであるMI (→P.9) を利用して、化学物質を管理しています。このシステムを活用し、PRTR法対象物質に引き続き、揮発性有機化合物(VOC)の削減を進めます。

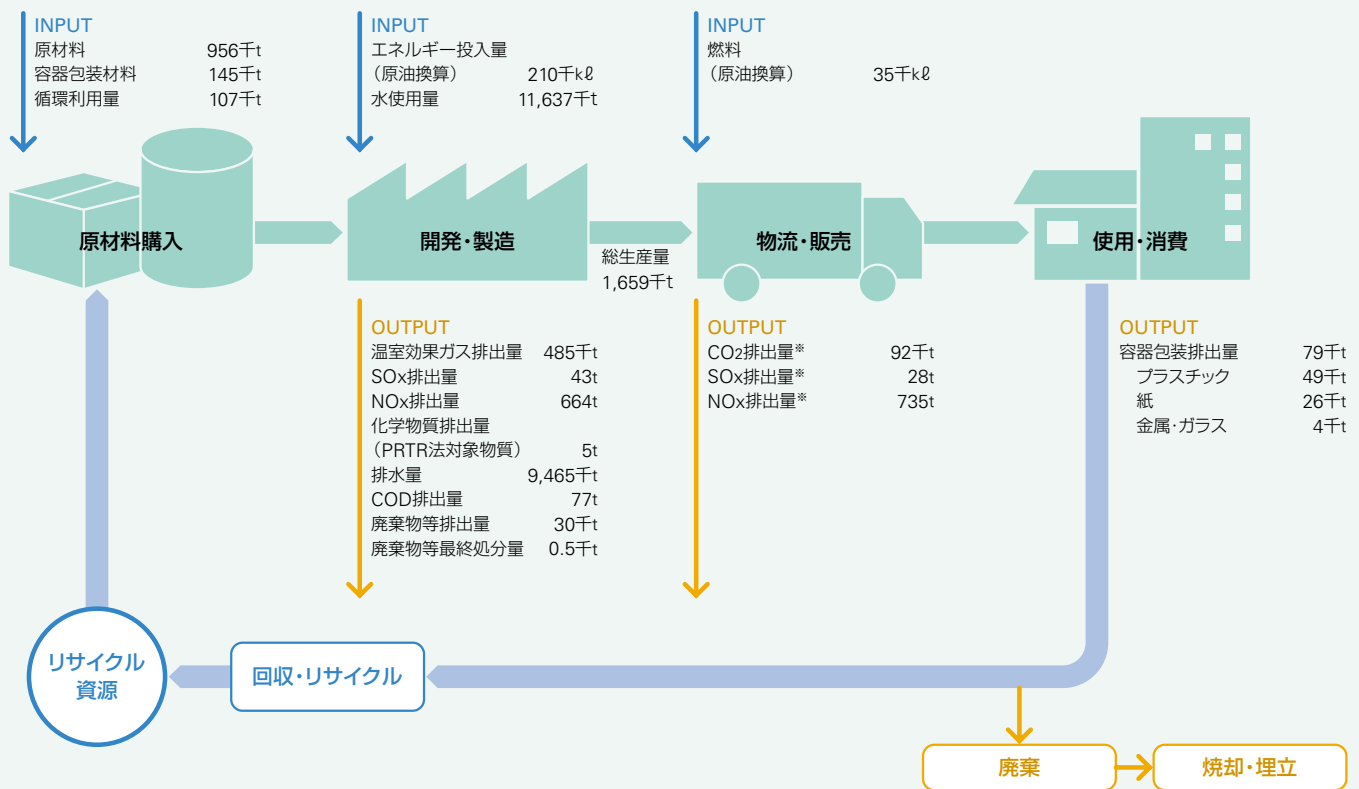
3 産業廃棄物

生産工程では、製品とともに副生物、廃棄物の発生を避けることができません。それらを資源としてできる限り有効利用し、最終処分量を最小限にします。2006年度までに国内の全工場においてゼロエミッション達成をめざしています。

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)を推進していきます。

2005年度事業活動のライフサイクルと環境負荷 (各指標の意味・定義 →P.55)



※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CO₂、SOx、NOx排出量の推算値

環境目標と実績

環境活動では、重要な課題に対し数値目標を掲げ、活動を推進しています。2010年度の目標達成に向かって、2005年度の活動実績を以下の表にまとめました。

2005年度の実績を踏まえ、新たな目標

を設定したり、活動の不十分な項目については新規な対策を実施することで、いっそうの改善を進めています。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、省エネ活動と統合し、強化しました。

また、廃棄物削減の目標については、目

標の達成に伴い数値目標を変更し、さらには、商品の容器包装材の削減目標も検討中です。

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

環境目標と実績

重点推進課題	2005年度目標	2005年度実績	2006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で1990年度比76とする	<ul style="list-style-type: none"> 原単位指数*1で1990年度比77 ボイラーの故障、試作によりエネルギー量が増加し生産性が悪化 運転方法の改善、設備、機器効率の改善等を推進(199件) 	いっそうの省エネ活動の強化と確実な実施 原単位指数で1990年度比76	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	<ul style="list-style-type: none"> 原単位指数で1990年度比70 燃料転換を推進したが、省エネ活動が不十分でエネルギー原単位が悪化したことにより昨年より増加 電力の自家発電から購入への切り替えにより、温室効果ガス排出量を抑制 	省エネ対策とともに温暖化防止対策に対し新たな対策を立て前年度比1%減を目標とする 原単位指数で1990年度比69	原単位指数で1990年度比65
廃棄物の削減	全工場ゼロエミッション*3達成	<ul style="list-style-type: none"> 国内8工場のうち7工場および工場合計でゼロエミッション達成 最終処分量の大幅な削減を達成 	全工場ゼロエミッション達成	全工場合計で300トン以下かつ全工場ゼロエミッション維持
化学物質の排出削減	PRTR法対象物質	各事業場からの物質ごとの排出量を1トン以下にする	新たな排出もなく目標を維持	各工場物質ごと1トン以下
	VOC*4対象物質	調査を完了する	法規制に該当する設備なし	各工場物質ごと1トン以下
グリーン購入*5	コピー用紙、文具類のグリーン購入金額で比率90%以上	89.9%でほぼ達成	90%以上をめざし活動を継続	100%
グリーン調達*6	グリーン調達比率で90%以上	99.8%	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としたときの指数。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、CO₂に換算した排出量をいう。

※3 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。

※4 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)の100物質を花王対象物質とする。

※5 グリーン購入：事務用品、事務機器等を購入する際、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。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。

※6 グリーン調達：生産活動に必要な物品を購入する際、環境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。また環境保全状況の調査対象取引先工場のうち評価がBランク以上の工場数比率を、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、「グリーン調達基準」として別に定める。

製品の開発から輸送までのあらゆる場面でCO₂排出を削減

生産から輸送までの全ての段階で温暖化防止策を実施しています。

CO₂排出を削減するような製品の開発にも積極的に取り組んでいます。

温暖化防止に対する取り組み

花王では、温暖化防止を環境における重点課題のひとつととらえ、積極的な取り組みを展開しています。研究開発においても温暖化防止をテーマとしたモノづくりを推進。特に工業用製品においてはバイオマス^{*1}の活用につながる製品を実際に生み出しています。製造から輸送の段階に至るまで、温室効果ガスの低減に取り組むとともに、商品を使っていただく消費者の皆様にも訴えかけを進めています。

研究開発面での活動

研究開発部門では「基盤技術研究」のひとつとして「環境」をテーマにあげ、全研究所が一体となり取り組んでいます。商品開発の段階から、省資源、省エネルギー、安全性をはじめとした環境への適合性を、LCA、化学物質のリスクアセスメントなどによりチェックしています。

花王の工場から直接排出される温室効果ガスだけでなく、バイオマスの利用を

進めることで、消費者、顧客の皆様が使用、消費される商品を通して排出されるCO₂の削減も進めています。温暖化防止のテーマとしては、エネルギー効率の高いプロセス開発、カーボンニュートラル^{*2}であるバイオマスの利用技術、バイオマス由来の原料を基にした生分解性プラスチックの応用検討などを進めてきました。それらの研究成果は、個々の商品開発や環境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、その実例として、「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」(▶P.6)、「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」などがあります。

また、花王では産業界の温室効果ガス排出削減に対応した「洗浄剤」などの工業用製品を開発・上市しています。2005年にはその代表例としてCO₂排出量の多い産業である鉄鋼業において、鋼板製造時の圧延油洗浄の温度をこれまでの80℃から40℃まで下げても高い洗浄力をもつ低温洗浄剤を開発しました。その使用により加熱のために使用する蒸気量を減少さ

せることが可能となります。その効果はCO₂に換算すると1ライン当たり年間約2,000～4,100トンの排出量削減に相当します。

生産面での取り組み

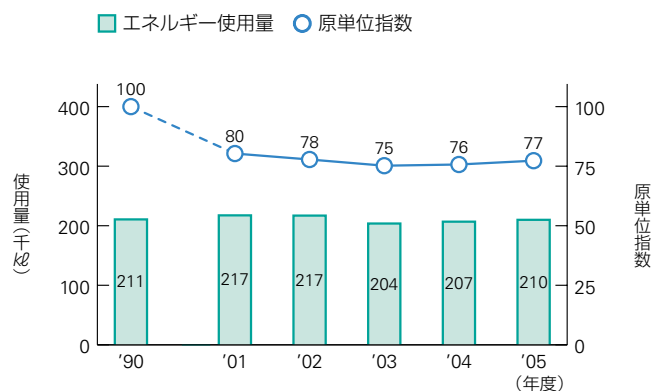
コ・ジェネレーション他の省エネ機器の導入

生産活動の省エネルギー対策として、1991年からコ・ジェネレーション設備を積極的に導入しており、これまでに全工場で計20基導入しています。2005年度は、新たに和歌山工場へ1基増設しました。

生産工程の省エネ活動

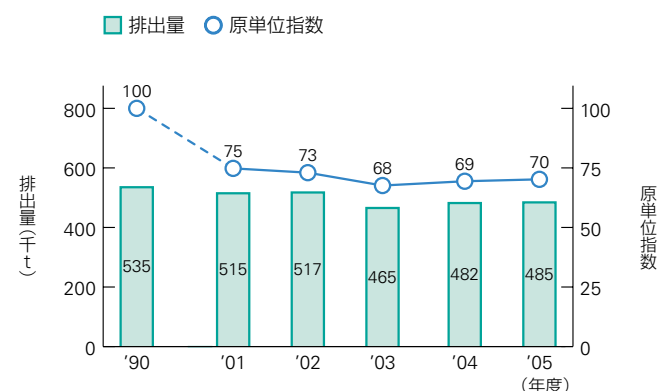
省エネ機器の導入、製造プロセスの合理化、短縮などの細かな省エネ活動の推進により、原油換算で1,600kℓの削減を達成しましたが、生産量の増加に伴ってエネルギー総使用量は増加しました。また、エネルギー原単位は付加価値の減少により、原単位指数で前年比1.6ポイント悪化しました。

生産活動におけるエネルギー使用量の推移



エネルギーは、「エネルギー使用の合理化に関する法律第11条に基づく定期報告書記入要領 平成16年7月」(資源エネルギー庁 省エネルギー対策課)に基づき、1990年度にさかのぼり廃油を除いて再計算。

温室効果ガス排出量の推移



温室効果ガス排出量(CO₂換算)は、「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(試案Ver1.6) 平成15年7月」(環境省 地球環境局)に基づき計算。

燃料転換などによる温室効果ガス排出削減

重油による自家発電を抑制し、CO₂排出の少ない電力の外部購入を推進して、CO₂排出を2004年度比で4,700トン削減しました。

しかし、生産量の増加に伴ってエネルギー総使用量が増え、2005年度の温室効果ガスの排出量は3,000トン増加しました。また、数値目標である原単位は付加価値の減少も相まって、原単位指数で2004年比0.9ポイント悪化しました。これらの結果を踏まえ、2006年度はさらなる天然ガスへの切り替えを進めるとともに、生産現場での草の根活動を積み重ね、前年比1%減をめざします。また将来に向けて、温室効果ガス排出権の取得も検討を進めます。

事務・物流・販売面での活動

生産だけでなく、オフィス部門でも積極的に温暖化防止に取り組んでいます。物流・販売においては、各サプライヤーや取引先と協力しながら温暖化防止策を進めています。

輸送手段と排ガス量 (2005年度)

家庭用製品				
輸送手段	仕事量比率 (%)	CO ₂ (t)	SO _x (t)	NO _x (t)
トラック	72	71,420	23	499
鉄道 (JR)	16	1,961	—	95
海上輸送	11	2,384	1	17
総計	100	75,765	23	610
工業用製品				
輸送手段	仕事量比率 (%)	CO ₂ (t)	SO _x (t)	NO _x (t)
トラック	87	16,264	5	114
鉄道 (JR)	9	194	—	9
海上輸送	5	184	0	1
総計	100	16,641	5	124

・仕事量＝運んだ製品の重量に距離をかけ合わせたもの

・CO₂は、国土交通省・物流政策、輸送機関別CO₂排出原単位より求めた排出係数を用いて算出

・SO_xは、燃料中の硫黄分、国土交通省保安基準より求めた排出係数を用いて算出 (2005年度から排出量推算値をSO₃からSO₂に変更しています)、NO_xは、エコプログラム排出係数を用いて算出

チーム・マイナス6%への参加

環境省が主体となって推進している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。その活動の成果として、オフィスの電力使用量を、2004年度より825 kWh (前年度比約2%) 削減しました。これは原油換算で210kℓ、CO₂換算で310トンにあたります。

また、洗濯仕上げ剤の販売の際、店頭において商品とともにクールビズ、ウォームビズについての表示を展開。消費者の皆様に商品を通じて訴えかけを行いました。

物流での取り組み

省エネ法の改正により、2006年より荷主の責任として省エネ対策を講じることが義務づけられました。これにより、算定の範囲、算定方法の見直しなどを行っています。また、これまで以上に幅広い範囲にわたったデータの取得、省エネ対策を推進するよう準備を進めています。

Column

インドネシアにおける環境マネジメント

私は大学で化学工学を専攻した後、3年前に花王インドネシア化学(KIC)に入社し、環境安全部門で働いています。

KICではISO14001の認証取得を目標に、2005年4月環境マネジメントシステムの改善を主な活動とするプロジェクトを立ち上げました。私はそのメンバーの一員として活動し、ISO14001の認証を2006年5月に取得する予定です。

KICは300以上の製品を製造するため、複雑な工程をもつ化学会社です。インドネシアにはISO14001を取得しているモデルとなるような化学会社がなく、最初のステップである実施案をつくることから苦労しました。また、現状と要求基準の差も大きく、解決していくためにさまざまなプロセスの改善に取り組みました。

今後も4R (Reduce、Reuse、Recycle、Recover)の実践による廃棄物の削減、プロセスの見直しなど、日々の活動のなかで環境パフォーマンスの改善を積み重ねることで、環境に配慮した

会社を実現していきたいと思えます。



花王インドネシア化学
Ervan Giri Basuki

※1 バイオマス：再生可能な生物由来の有機性エネルギーや資源 (化石燃料は除く)。エネルギーになるバイオマスには、木材、海草、生ごみ、紙、動物の死骸・糞尿、プランクトンなどの有機物がある。

※2 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CO₂を排出するが、成長過程では光合成により大気中のCO₂を吸収するので、収支はプラスマイナスゼロになる。

一貫した管理体制に基づいて化学物質の排出削減を推進

化学物質の循環リスクの把握や軽減を図るため、PRTR法に則った管理、MSDSの発行・管理に取り組むとともに、独自に開発した化学物質総合管理システムにより、リスク評価と管理をトータルで行っています。

化学物質の排出削減

花王では、独自の管理システムによる一貫した化学物質管理体制を敷いています。その際、商品に使用する化学物質の管理基準として、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)

グリーン調達推進

2004年4月に定めた「グリーン調達基準」に基づき、国内主要原材料サプライヤー工場の環境マネージメントシステム(EMS)評価を実施してきました。2005年度は対象工場数が109工場増加し、432工場にな

りました。その結果、99.8%の工場が基準に達していることを確認しています。基準を満たさない工場については引き続き、EMSの構築とレベルアップをお願いしています。現在、EMS評価を海外の原材料サプライヤーに拡大すべく準備を行っています。

一方、調達に際しては花王の化学物質総合管理基準(使用禁止物質など)を開示し、品質規格証明書や必要に応じて提示依頼した「特定化学物質含有情報シート」等から基準の合致を確認したうえで、原材料を購入しています。

工場からの化学物質排出削減

PRTR法対象物質については、中期目標である「各事業場からの物質ごとの排出量を1トン以下に維持する」ことを実現。今後も目標達成を維持継続していきます。

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

2005年は大気汚染防止法の改正に基づいて調査を行いました。その結果、法規制に該当する設備はありませんでしたが、自主的にVOC排出量調査を実施し、管理を進めています。2010年度には、大気への各工場物質ごとの排出量を1トン/年以下にするよう目標を立てて削減対策を検討していきます。

MSDSの整備とイエローカード携帯

工業用製品を販売する際には、製品ごとにMSDSを提出しています。MSDSは多言語対応版を整備。物流拠点でインターネットにより閲覧も可能です。化学物質のタンクローリー輸送では、運送業者に緊急時対応の情報を提供するとともに、運転手にイエローカードの携帯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は、容器用イエローカードを採用し、貼付ラベルに緊急時の情報を表示しています。

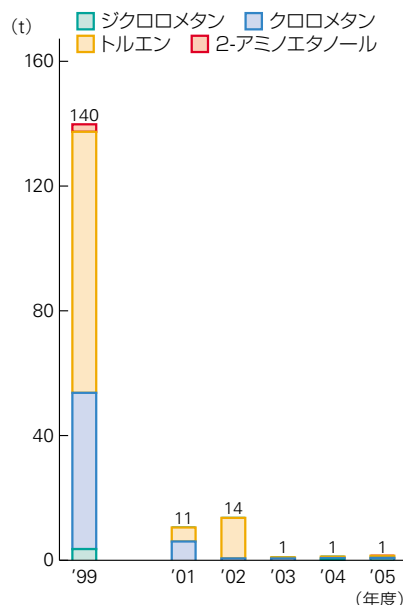
Column

世界の化学物質安全性点検プログラムへの参加

経済協力開発機構(OECD)は、1990年初頭から高生産量化学物質(HPV)の安全性点検プログラムを開始しました。このプログラムでは、OECD加盟国に対して各国で年間に1,000トン以上製造されている化学物質についての安全性情報整備を求めています。花王は1998年から本プログラムに参加。2000年からは、日本・海外の同業他社とともに積極的にこのプログラムを推進しています。2004年度までに7カテゴリー59物質、2005年度にはさらに3カテゴリー49物質に協力することを表明しました。

1) 既存の安全性試験結果共有による不必要な動物試験の削減、2) 共通課題である汎用原料の安全性情報整備による、より安全な製品の製造という目的のもと、化学物質の安全性点検を同業他社とともに進めています。2005年4月には、日本において高生産量物質についての安全性情報収集・発信プログラム(Japanチャレンジプログラム)が立ち上がりました。花王はここにも積極的に参加、2006年4月末時点で全体の約5%にあたる9物質についてのスポンサー登録を行っています。

主なPRTR法対象物質の大気排出量



ゼロエミッション活動を通して廃棄物削減を推進

生産活動においてゼロエミッション達成をめざし、積極的に活動を行っています。

オフィス（事務系事業場）においても3Rに取り組み、花王全体で廃棄物の削減を推進しています。

廃棄物最終処分量を1/4に削減

生産活動では、単に廃棄物を減らすだけでなく、できる限り資源として有効利用できるよう、まず、内部で利用することを考え、次に外部での有効利用を推進しています。2005年度は、生産量の増加のため廃棄物発生量が前年比で微増となりましたが、社外への排出量は2,000トン（前年比6%）削減することができました。

また、2004年度に引き続きゼロエミッション達成をめざした結果、最終処分量は前年の1/4まで削減しました。全工場合計では最終処分量は0.35%となりゼロエミッションを達成しました。2006年度には全工場で達成の見込みです。今後はいっそうの最終処分量の削減を進め、絶対量で300トン以下をめざします。

事務系一般廃棄物のリサイクル推進

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、物流の関連会社では商品の運搬、配荷後に不要となったプラスチック、段ボール類の積極的なリサイクルを推進しています。2005年度は合計で約17,000トンを再資源化しました。たとえば、北海道地区、関東地区、九州地区では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、廃プラスチックのリサイクル業者に委託し再資源化を進めています。

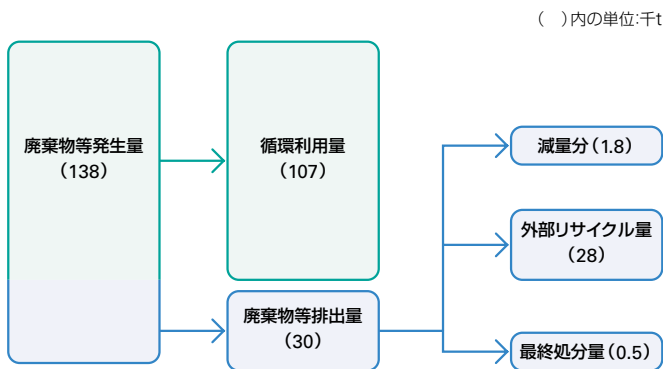
廃棄物管理システムの充実

廃棄物処理に係るリスク低減を目的として、花王が委託している廃棄物処理業者に関する情報の共有化システムを構築、

2005年9月から運用を始めています。このシステムにより、処理業者の廃棄物処理認可状況、花王との処理契約内容や期限などが共有でき、花王が排出事業者としてなすべき業務の適正化、効率化に役立っています。今後は、花王が行った監査結果もこのシステムで共有する予定です。

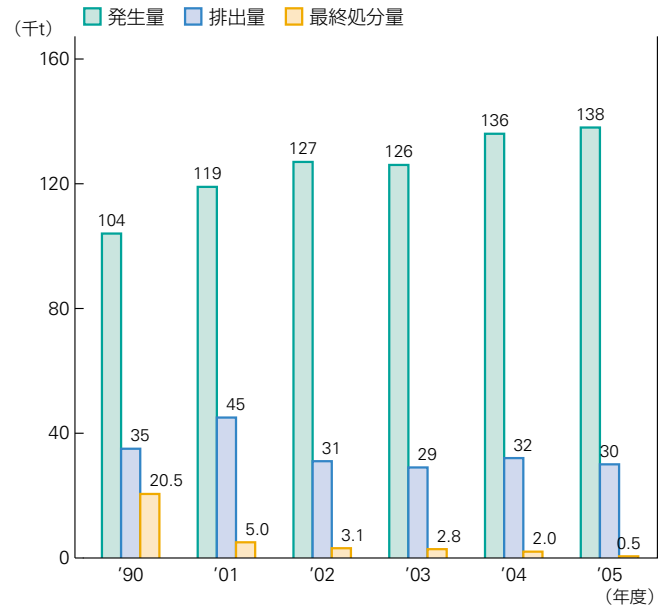
またこれまで工場から排出される廃棄物の管理に使用していたシステムも、事務系事業場や国内花王グループ会社でも活用できるよう、2007年3月の完成を目標に再構築を進めています。

廃棄物等の発生量と処理の流れ（2005年度）



- 廃棄物等発生量：商品をつくる段階で出てくる不要なものや不良品など（古紙や金属などの有価物やほかの工場で利用できるものも含む）。
- 循環利用量：工場の中で再使用されたり、リサイクルされたもの（サーマルリサイクル含む）。
- 廃棄物等排出量：不要なものや不良品、焼却後の灰、古紙、金属などで工場の外に出したもの。
- 外部リサイクル量：再使用されるものや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



容器包装の3Rに寄与する商品の開発を積極的に推進

循環型社会の実現に向けて、容器包装のリデュース、リユース、リサイクルの3Rを進めるために、
つめかえ・つけかえ用商品の開発や、容器包装の再資源化を積極的に実行しています。

資源の有効活用の考え方

容器包装は中身を使い切ったあとは不要となりますが、それまでは商品の一部であり、使用法等の情報提供、運搬時の保護など重要な役割、機能を担っています。花王は商品の研究・開発段階から、これらの役割を十分に発揮させるだけでなく、容器包装材料の3Rに積極的に取り組んでいます。

- 1) 中身の濃縮と商品のコンパクト化(リデュース)
- 2) つめかえ・つけかえ用商品による本品容器の再利用(リユース)
- 3) 使用済み容器を再生原料として再利用(リサイクル)

これら3Rの取り組みにより、容器包装材料使用量の削減を進めています。2005年度は新製品の発売により前年比2,000トンの増加となりました。

現在、日本石鹼洗剤工業会の自主行動計画に基づき、容器包装材料の削減目標値を検討中です。

環境配慮型容器の開発

花王では、従来の紙容器では実現できなかった自由な形をつくり出せる紙カップ成形技術を新しく開発しました。プラス

チックと同等の断熱性、強度をもち、また高い表面精度によりカップに直接印刷することが可能です。この技術は汎用性の高い技術であり、現在ライセンス供与も行っています。

2005年に開催された愛知万博「愛・地球博」では、ライセンス供与先にてカップみそ汁の容器に応用され、キッズエコツアーなどにおいて配布されました。この容器には、内面、ふたにも生分解性の素材を使用し、全てをコンポストで分解できる、「土に還る」カップとして注目されました。

リデュース、リユースの取り組み

容器包装材料の削減にも注力しています。これまでコンパクト型商品の開発やつめかえ・つけかえ用を積極的に発売し、容器包装材料を削減してきました。2005年度もワイドハイターキャップねじ部の変更やビオレuつめかえ用のフィルム設計変更などを行い、容器包装材料の削減を実現しています。また、商品の輸送用の段ボールも外装形態を変更するなどしてその使用量を削減しています。

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/>

リサイクルの取り組み

品質、コスト、環境に配慮して、容器包装材料への再生紙や再生樹脂の利用に努めています。現在、「アタック」の紙箱は再生紙を、計量スプーンは再生ポリプロピレン樹脂を使用しています。他の商品にも再生紙、あるいは再生樹脂を使用しています。また2003年からは「アタック」の蓋をプラスチックから再生紙に変更し、2004年にはプラスチックの吊り手も廃止し、使用後の容器を分別、回収しやすいように工夫しています。

紙箱に再生紙を使用している主な商品

・石けん、ヘアカラー、歯磨き、入浴剤など

再生樹脂を使用している主な容器

・ファミリーフレッシュのボトル（飲料用PET）
・ワイドハイターのボトル（ポリエチレン）など



ふたおよびカップ内面には、花王で開発した生分解性の素材が採用されました。

容器包装材料使用量の推移

(単位:t)

	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
プラスチック	45,100	42,800	46,800	49,000	49,200
紙	21,600	21,000	26,000	25,800	26,100
段ボール	57,200	56,400	60,300	64,300	65,600
他	3,400	3,100	3,300	3,600	3,800
合計	127,300	123,300	136,400	142,700	144,700

見直しの結果、2004年度の値を変更。2005年度の使用量増加は、消臭剤の新発売によるもの。

生産活動における環境負荷を積極的に削減

工場では自主努力により、環境負荷削減に向けた取り組みを着実に向上させています。

また、物流の効率化に努め、環境負荷低減に貢献するとともに、安全性にも配慮しています。

水資源の循環的な利用状況

工場では商品への配合水、設備の洗浄水と冷却水、生活用水として水資源を利用しています。効率的な水使用と洗浄等に利用した後の排水の浄化により、水の循環的な利用を進めています。2005年度は、水使用量、排水量(➡P.57)ともに前年に比べ微増となりました。

この原因は、夏場以降に廃水処理のため、暫定的に井戸水等の使用を増加したことによります。その後廃水処理方法の改善により、井戸水の使用を抑制しており、水使用量は低下しています。今後は一時的な水使用量の増加がないよう努めます。

PCBの処理状況

ポリ塩化ビフェニル(PCB)は和歌山工場に集め適切に保管してきましたが、2005年には新たにすみだ事業場でPCBが混入しているコンデンサー(変圧器)が2台見つ

かりました。すみやかに官庁へ届けを行いました。現在、すみだ事業場で厳重に保管しています。和歌山工場、すみだ事業場ともに2005年に処理依頼を済ませています。

法遵守、規制への対応

2005年度、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。連続監視システムを設置して再発防止策を講じ、和歌山市所轄の担当課に改善計画書を提出しました。また、すみだ事業場で、2004年に引き続き一時的にBOD値が下水排出基準を超過しました。早急に監視、管理体制を強化し、東京都下水道局に報告しました。

上記の2件を除いては、大気へのSOx、NOx、排水中へのCOD、りん、窒素の排出は、全て法の規制値を下回っています。(➡P.57)

生物多様性への対応

省資源、省エネルギー、廃棄物削減、化学物質管理等を推進することにより、自然への影響や、私たち人間および生物への負荷は削減できます。事業活動のなかで、現在の花王の環境に対する方針を進めていくことが生物多様性に対応することであると考えています。

また、調達する原料についてもグローバルなサプライヤーからのグリーン調達に努めており、環境に配慮した原料の確保を推進しています。

さらに緑化、里山の保全、そしてそれらの教育を支援することも生物多様性を守る活動であると考えており、現在、下記のような活動を行っています。

- ・花王・みんなの森づくり活動への助成(➡P.40)
- ・花王・教員フェローシップにより海外の生物多様性調査へ教員派遣(➡P.40)

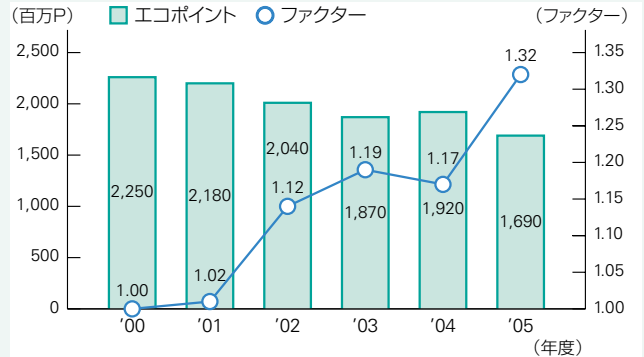
Column

JEPIXによる環境経営指標への活用

企業の環境経営度の自己評価としてJEPIX評価係数による環境効率の算出をしています。経営管理ツールとしての活用には至っていませんが、内部管理ツールとして利用を検討しています。2005年度の花王トータルの環境負荷について、簡易シートを用いてJEPIX評価係数による評価を行いました。その結果、エコポイントが大きく減少し、付加価値の減少にかかわらずファクター(環境効率)は向上しました。その主な要因は、自家発電設備での重油などの消費が減ったことにより、NOx、SOxなどが減少したこと、および廃棄物最終処分量が大幅に減少したことです。

環境効率 = 付加価値(経済指標) / JEPIXによるエコポイント*
 ファクター = 各年度の環境効率 / 1990年度の環境効率

エコポイントとファクターの推移



エコポイントの算出：環境パフォーマンス指標ガイドラインで示されているコア指標のCO₂、SO_x、NO_x排出量、ばいじん量、廃棄物最終処分量、COD排出量、PRTR法対象物質排出量のJEPIX評価係数によるエコポイントの合計値

*エコポイント：生産活動から排出される環境負荷をJEPIXの手法によりひとつの指標として統合化した数値で環境影響の度合いを示すもの。

環境を通じてステークホルダーと積極的にコミュニケーション

花王では、環境に関しても一方的な発信だけでなく、さまざまなステークホルダーの方々と、力を合わせて課題に取り組んでいます。

環境を通じた さまざまなコミュニケーション

環境への取り組みは、全てのステークホルダーの方々とパートナーシップが不可欠です。花王では科学的なアプローチ、フェアでタイムリーな情報開示、謙虚な対話を原則にさまざまなコミュニケーション活動を行っています。環境情報はホームページ、CSRレポート、「環境と安全の生活情報」などの小冊子で発信。また、双方向の対話として、工場見学の時の意見交換や消費者相談などの機会をもっており、いただいた意見は活動に活かしています。

環境サイトレポートの発行

コミュニケーションツールとして近隣地域や工場見学の方々に各工場の環境、安全活動をご理解いただくと同時に、ご意見をいただくために工場ごとのサイトレポートの作成を開始。2005年度は国内5工場が発行しました。特に工場が近隣の住宅と接する東京工場では、近隣の方々にサイトレポートを配布しています。

花王(スペイン)で環境報告書を発行

海外グループ会社である花王(スペイン)では、環境認定書(EMAS)を受けるとともに、2005年10月に初の環境報告書を英語版とスペイン語版で発行



花王(スペイン)より発行された2004年度の環境報告書

(→P15)しました。公認機関により認定を受けた主な環境指標を公開するほか、環境・安全に関する社内監査体制や人事・教育体制、地域とのコミュニケーション活動などの取り組みを掲載しています。

この報告書は、主要な公共機関や団体に加え、顧客や取引先にも配布。EMASシステムによって認可された会社であることを、広くステークホルダーに知っていただくのに役立つものと考えています。報告書は隔年で発行予定です。

環境教育プログラム

「キッズISO14000」の支援

花王では次世代育成をテーマに、子どもたちが環境保護への理解を深め、興味をもつきっかけになる活動の支援を行っています。ホームページに環境キッズコーナーを設置して花王製品に関する子ども向けの環境情報を提供。2005年からは、NGO国際芸術技術協力機構(アーテック)が始めた環境教育プログラム「キッズISO14000」への協力を開始しました。

業界活動への積極的な参加

企業は関与する経済団体、産業団体、学会等に参加し、その発展に協力する義務があります。特に、各産業界の主要企業は産業界の振興と抱える諸問題の解決に主導的役割を果たす社会的責任があると考えています。こうした観点から、花王は家庭用製品や工業用製品など主に化学物質を扱う工業会の業界活動に積極的に参加しています。(→P52)

持続可能な社会に向けて環境保全、安全性確保という共通の課題があります。各企業は協力してこれらの課題への対策と業界方針を検討しています。

2005年8月に東京で行われた第5回ア

ジア石鹼洗剤工業会会議には当社社長が日本石鹼洗剤工業会の代表の一人として参加し、アジア諸国の持続可能な開発に向けた環境、安全性に向けた取り組みとそれを取りまく規制についての情報を共有。同時に花王からは洗剤技術や法規制への対応などについて紹介しました。

Column

和歌山工場の緑地が「社会環境貢献緑地 Excellent Stage 1」に認定

和歌山工場には11.5万㎡の緑地があり、その一部は江戸時代からの防潮林として和歌山県の史跡にも指定されています。和歌山工場では「森の中の工場」をスローガンに、歴史的遺産の保護、周辺住民のための景観向上、そして社員の憩いの場所として、全員参加型で整備に取り組んでいます。2005年には、財団法人緑化基金が企業等によって創出された良好な緑空間とそこにおける活動について評価・認定する制度SEGES*において、「社会環境貢献緑地 Excellent Stage 1」に認定されました。



*SEGES: Social and Environmental Green Evaluation System、社会・環境貢献緑地評価システム。79項目の書類審査と現地審査が行われ、「土地利用の持続性」「緑地管理」「緑地機能の発揮」「ビジョン」「トップランナー」の5項目の総合点によって、Excellent Stage1~3およびGreen Stageの認定が決定。

データ集

事業関連データ	52
CSR関連指針	53
品質、調達、環境・安全指針	54
人材・研修ポリシーと体系／環境指標の意味・定義	55
環境会計	56
環境パフォーマンスデータ	57
GRIガイドライン対照表	58

なお、

- ・育児・看護に関する主な制度
- ・工場別環境負荷データ(花王国内8工場、海外関係会社15工場)
- ・ISO9000シリーズ、ISO14001認証取得一覧
- ・PRTR法対象物質排出量の一覧
- ・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

は全てホームページ<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/>に記載しています。

花王株式会社の事業場、工場、研究所

事業場	茅場町事業場(東京都中央区) 大阪事業場(大阪市西区) すみだ事業場(東京都墨田区)
工場	和歌山工場(和歌山市) 東京工場(東京都墨田区) 酒田工場(酒田市) 川崎工場(川崎市) 栃木工場(栃木県芳賀郡) 鹿島工場(茨城県神栖市) 豊橋工場(豊橋市) 愛媛サニタリープロダクツ株式会社(西条市)
研究所	和歌山研究所(和歌山市) 東京研究所(東京都墨田区) 栃木研究所(栃木県芳賀郡)

愛媛サニタリープロダクツ株式会社は別会社ですが、花王の商品のみを生産していますので、花王の工場とみなしています

主要関係会社

日本	花王販売(株)*1、愛媛サニタリープロダクツ(株)*1、花王化粧品販売(株)*1、花王クエーカー(株)*1、花王プロフェッショナル・サービス(株)*1、花王マーチャンダイジングサービス(株)、ニベア花王(株)、ニコ製紙(株)、伊野紙(株)、(株)カネボウ化粧品*2、カネボウ化粧品販売(株)*2、(株)リサーチ*2、カネボウコスミリオン(株)*2、(株)エキップ*2、ゴールドウエルジャパン、花王インフォネットワーク(株)、花王映像制作(株)、花王システム物流(株)、花王商事(株)、花王バイオニー(株)、花王ロジスティクス(株)
中国	花王(中国)投資、上海花王、花王(上海)産品サービス、上海花王化学、中山花王化学、花王(香港)、花王化学(香港)、佳麗宝化粧品(中国)*2
台湾	花王(台湾)、台湾カネボウ化粧品*2
インドネシア	花王(インドネシア)、花王インドネシア化学
マレーシア	花王(マレーシア)、ファティケミカル(マレーシア)、花王ソープ(マレーシア)、花王オレオケミカル(マレーシア)、花王プラスチックサイザー(マレーシア)

フィリピン	ピリピナス花王
シンガポール	花王(シンガポール)
タイ	花王コンシューマープロダクツ(東南アジア)、泰国花王実業、泰国花王商業、タイカネボウ化粧品*2
ベトナム	花王(ベトナム)
オーストラリア	花王(オーストラリア)
アメリカ	花王ブランド、花王スペシャルティーズ アメリカ、ADM花王、カネボウコスメティックスU.S.A.*2
メキシコ	キミ花王
イギリス	モルトン・ブラウン*3
フランス	花王(フランス)
ドイツ	KPSS、ドイツ花王化学
スイス	カネボウコスメティックスヨーロッパ*2
スペイン	欧州花王化学、花王(スペイン)

*1：本報告書報告範囲の基本となる国内花王グループです

*2：カネボウ化粧品およびその関連会社で2006年1月花王グループに参加

*3：2005年7月花王グループに参加

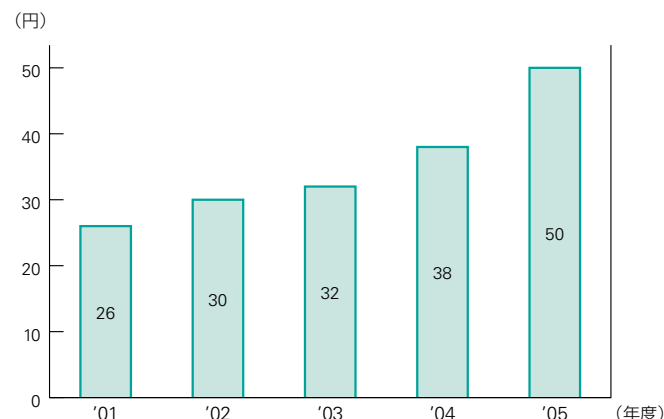
花王の事業分野(⇒P.5)

事業区分	売上区分	主要製品
家庭用製品事業	パーソナルケア製品	化粧石けん、洗顔料、全身洗浄料、シャンプー、リンス、ヘアケア製品、ヘアカラー、入浴剤、歯みがき・歯ブラシ、男性用化粧品
	ハウスホールド製品	衣料用洗剤、台所用洗剤、住居用洗剤、洗濯仕上げ剤、掃除用紙製品
	サニタリーほか製品	生理用品、紙おむつ、食用油、飲料
化粧品事業	化粧品	カウンセリング化粧品、セルフ化粧品
工業用製品事業	工業用製品	業務用食用油、脂肪酸、油脂アルコール、グリセリン、油脂アミン、界面活性剤、ポリウレタン原料、合成樹脂用可塑剤、トナー・トナーバインダー、香料

主な参加同業関連事業団体(⇒P.50)

- 社団法人日本化学工業協会
- 日本レスポンシブル・ケア協議会(JRCC)
- 日本界面活性剤工業会
- 日本石鹼洗剤工業会
- 日本食品洗浄剤衛生協会
- 日本歯磨工業会
- 社団法人日本衛生材料工業連合会
- 日本マーガリン工業会
- 日本浴用剤工業会
- 日本化粧品工業連合会
- 東京化粧品工業会
- 可塑剤工業会

1株当たり配当金の推移(⇒P.21)



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・顧客と共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/

花王ビジネスコンダクトガイドライン (→P.22)

基本精神

- ・「倫理に基づく行動」と「法の遵守」を基本におき、良識ある公正な行動により、花王が誠実で清潔な“徳のある企業”として、全てのステークホルダーから支持されることを目指す。
- ・ここに掲げる『花王ビジネスコンダクトガイドライン』に反してまで利益を追求することはしない。
- ・法律の許す範囲でも、最も清廉な行動をとる。
- ・“会社の利益のため”という動機であっても、また上司の指示によるものであっても、法律や倫理に反する行為を許容しない。
- ・法律・倫理違反や、疑わしい行為を知ったら、見て見ぬ振りや無視をせずに、上司または法務・コンプライアンス部門、コンプライアンス委員会や社外の倫理相談窓口へ通報、相談します。
- ・会社は通報者、相談者のプライバシーを守り、保護します。通報・相談があったことを理由に、通報者、相談者に不利益を与えることはありません。
- ・このガイドラインに違反した場合、就業規程等社内規程に基づく懲戒処分の対象となる場合があります。

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 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/index2.html

グローバル・コンパクト10原則 (→P.14,33)

人権

原則1. 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。

原則2. 人権侵害に加担しない。

労働

原則3. 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。

原則4. あらゆる形態の強制労働を排除する。

原則5. 児童労働を実効的に廃止する。

原則6. 雇用と職業に関する差別を撤廃する。

環境

原則7. 環境問題の予防的なアプローチを支持する。

原則8. 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。

原則9. 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。

腐敗防止

原則10. 強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。

HP グローバル・コンパクト

<http://www.unic.or.jp/globalcomp/>

品質保証活動の基本方針 (⇒P.10)

1. 世界の人々の喜びと満足のある、豊かな生活文化を実現できるように、消費者・顧客の声を真摯に受け止め、企業活動に反映し、商品の品質向上に努めます。
品質の評価者は消費者・顧客
2. 絶えざる品質向上と高品質の維持に努め、消費者・顧客に使い続けていただける商品を提供いたします。
使い続けていただける商品の提供
3. 安全性はもちろんのこと、環境にやさしい商品の開発に責任をもって取り組み、消費者・顧客が安心して使える商品をお届けするとともに、商品の正しい使い方や注意表示などの適切な情報を提供いたします。
安心して使える商品作り
4. 企業活動のあらゆる場面において国内外の法規制を遵守するとともに、政府や地方自治体の施策や国際的な取り決めなどに協力いたします。
法規制の遵守
5. 全社員が責任を自覚して、常に公正で透明性のある企業活動を行い、社会に対する説明責任を果たし、信頼性向上に努めます。
透明性の高い企業活動と説明責任

原材料調達基本方針 (⇒P.31)

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り組みをします。
 - (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。

環境・安全の基本理念と基本方針 (⇒P.12)

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**
従業員の健康増進と快適な職場環境の形成および労働災害の撲滅、潜在的危険性の低減、ならびに安全な操業の維持に努める。また、定期的な訓練を行い、安全の確保、緊急時の対応に備える。
2. **環境・安全に配慮した製品の開発**
製品・技術の開発にあたっては、製造から廃棄までの全段階で環境・安全についての評価を行い、環境負荷が小さく消費者が安心して使用できる製品の提供に努める。
3. **省資源・省エネルギー・廃棄物削減**
地球環境を保護するために、製品の設計段階で省資源、省エネルギー、廃棄物削減等に配慮した技術の開発に努める。生産活動においては、資源やエネルギーの効率的な使用や廃棄物・副産物等の削減、再使用、再生利用に努める。
4. **地域の人々の安全と環境保全に責任ある対応**
事業活動においては地域社会の一員として環境対策に積極的に取り組み、地域の人々の安全と環境の保全に努める。また環境・安全に悪影響を及ぼすような事態や状況には、迅速に責任を持って対処する。
5. **法規制・自主基準の遵守**
事業活動のあらゆる場面において、関係する法規制や取り決めなどを遵守するとともに、自主的な行動基準を設定し、忠実に実行する。
6. **教育の充実**
経営者から従業員一人ひとりに至る全員が、環境・安全に対する自らの責任を自覚して行動するために、教育を継続的に推進する。
7. **自主評価の実施**
PDCAサイクルによる継続的なレベルアップを図るために、定期的な監査・自主評価を行う。
8. **情報開示と社会からの信頼の向上**
環境・安全に関する方針、データを積極的に開示し、双方向コミュニケーションを行い、社会からの信頼の向上に努める。

生産技術部門RC研修実績 (2005年度) (⇒P.12)

研修名	目的	参加人数
テクノスクール	オペレーティングエンジニア養成	17
オペレーション基本講座	若手現場オペレーター養成	51

RC内部監査結果 (2005年度) (⇒P.19)

	生産技術部門	研究開発、事業、コーポレート	関係会社
被監査部門数	8	11	3
設問数	423	322	61
継続観察が必要な項目	83	29	12
評価平均点 (5段階評価)	4.9	4.7	4.2

花王に求められる人材 (⇒P.32)

花王ウェイを実践し企業目標を達成するため、以下に掲げる「花王に求められる人材」の育成を目標とします

- 1. 挑戦意欲を持ち続ける人材**
自ら革新することに挑戦し続ける
- 2. 高い専門性を持つ人材**
職務や役割に応じた、高度な専門性を身につけている
エンプロイアビリティがあり環境変化に強く、自律している
- 3. 国際感覚豊かな人材**
グローバルな視点を持ち、世界の多用な技術や仕事の仕方に目を向け、学び、実践する
- 4. 協働により高い成果を生み出す人材**
双方向の対話に努め協働による高い成果を生み出す
- 5. 倫理観に富む人材**
価値観を共有でき倫理観に富む

花王の研修プログラム体系 (要約) (⇒P.32)

全社教育		部門専門性	自己開発
管理職	経営候補人材プログラム ● 経営課題アドバンス ● 経営課題研究会 ● ビジネスリーダー研修 ● 社外派遣	グローバルプログラム	各種自己開発プログラム ● 英語 ● PCスキル ● ビジネススキル ● 資格取得 ● 通信教育
	マネジメントプログラム ● ピープル・マネジメント ● 中堅キャリアアップ研修		
中堅層	ビジネス・ベーシックプログラム ● 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	等級改定プログラム	基礎コース ● 部門基礎知識

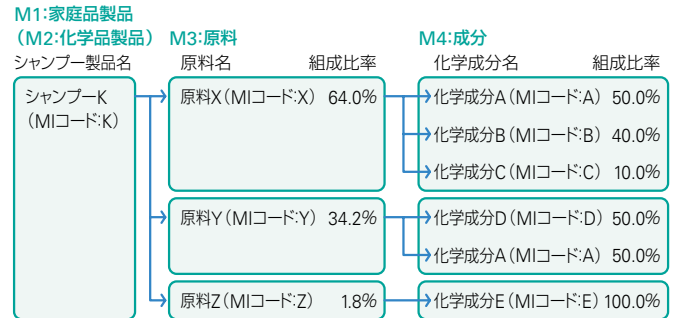
人材開発トレーニング・ポリシー (⇒P.32)

企業の持続的な発展に必要となる人的資源の充実に向け、組織及び個人の成長に資する教育を長期的な視野に立って計画的かつ総合的に実施します

- 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
意欲と能力のある社員に対し、プロフェッショナルとして通用する人材を育成するために、高水準の充実した教育を計画的に行います
- 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役割に応じて、職務遂行に必要な知識・スキルを実践的な内容で実施します
- 社員の「自ら学ぶ」姿勢を大切にし、自己啓発を支援します
個人の仕事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

マスター・インデックスの階層構造 (⇒P.9)

X、Y、Zの3種類の原料で構成されたシャンプーKの階層構造事例



階層ごとにMIコードを割り当て、化学成分の単位で管理できる

事業活動のライフサイクルと環境負荷各指標の意味・定義 (⇒P.42)

- **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、燃料等は除く）
- **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等のうち、花王の内部で再資源化している量
- **エネルギー投入量**：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
- **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CO₂換算値）
- **SO_x排出量**：各ばい煙発生施設からの排出量の合計
- **NO_x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水域への排出量
- **排水量**：各生産工場からの排水量の合計
- **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
- **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
- **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）

2005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6社(花王販売(株)、花王化粧品販売(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、ゴールドウエルジャパン)です。
- 3) 期間は2005年4月1日から2006年3月31日までです。

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*1
(1) 事業エリア内コスト		2,071	3,875
内 訳	①公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	1,710
	②地球環境保全	省エネルギー	342
	③資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	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	15	2,744
(3) 管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	12	895
(4) 研究開発コスト	環境対応研究開発	224	1,970
(5) 社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	45
(6) 環境損傷コスト		-	0
合計		2,322	9,530

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)	2004年度	2005年度	増減*2
事業活動に投入する資源	生産活動エネルギー投入量(原油換算kℓ)	206,820	209,868	3,048
	水資源投入量(千t)	11,189	11,637	448
	温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算:千t)	482	485	3
	SO _x 排出量(t)	56	43	▲12
事業活動から排出する環境負荷、および廃棄物	NO _x 排出量(t)	894	664	▲230
	排水量(千t)	9,299	9,465	166
	COD排出量(t)	77	77	0
	廃棄物等の排出量(千t)	32	30	▲1
	廃棄物等の最終処分量(千t)	2	0.5	▲2
	PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	5	4	▲1

環境保全対策に伴う経済効果

(単位:百万円)

効果の内容	金額*3	
有価物等の売却	有価物、固定資産の売却金額	115
費用節減	省エネルギーによる費用節減金額	105
	省資源による費用節減金額	1,273
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	182
合計	1,675	

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
①地球温暖化対策に関するコスト	省エネルギー	1,026	342
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、粉じん防止、悪臭防止	71	472
④騒音・振動対策に関するコスト	騒音防止	4	11
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	634	1,227
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	352	4,567
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	224	1,970
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	45
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	12	895
合計		2,322	9,530

環境会計要約情報の直近3期間の推移表

		2003年度	2004年度	2005年度
①環境保全コスト	投資額(百万円)	1,839	1,987	2,322
	費用額(百万円)	9,181	9,519	9,530
	生産活動エネルギー投入量(原油換算kℓ)	203,667	206,820	209,868
	水資源投入量(千t)	11,657	11,189	11,637
②環境保全効果に関する 環境パフォーマンス指標	温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算;千t)	465	482	485
	SOx排出量(t)	52	56	43
	NOx排出量(t)	907	894	664
	排水量(千t)	9,466	9,299	9,465
	COD排出量(t)	77	77	77
	廃棄物等の排出量(千t)	29	32	30
	廃棄物等の最終処分量(千t)	3	2	0.5
	PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	3	5	4
③環境保全対策に伴う経済効果	実質的効果(百万円)	2,061	2,262	1,675

※1：費用額には減価償却費を含んでいます。

※2：▲は減少を表しています。生産活動エネルギー投入量(原油換算kℓ)の2004年度の数値は購入電力量の入力ミスを修正したため、CSRレポート2005とは異なっています。

※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。

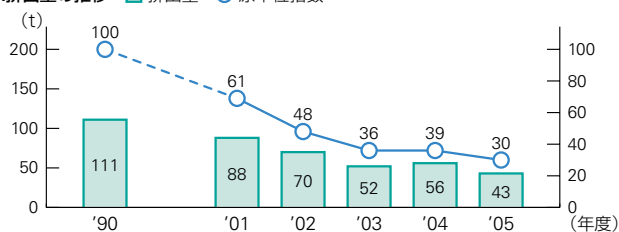
・経済効果は有価物および固定資産の売却金額と費用節減金額を計上し、リスク回避等の仮定に基づく経済効果、いわゆる“みなし効果”は計上していません。

・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。

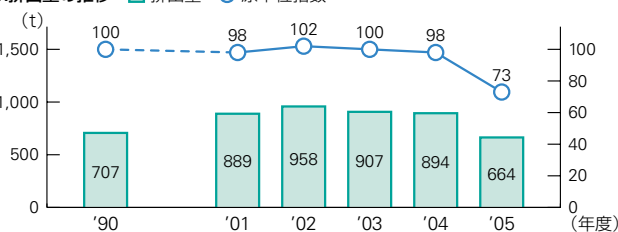
・費用節減金額は、当該年度に発生した項目の1年間の節減額を当該年度のみ計上し、複数年度にわたって計上はしていません。

大気汚染物質・水質汚濁物質排出量／水使用量、排水量 (⇒P.49)

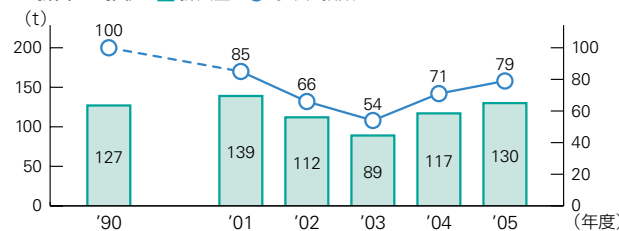
SOx排出量の推移 ■ 排出量 ○ 原単位指数



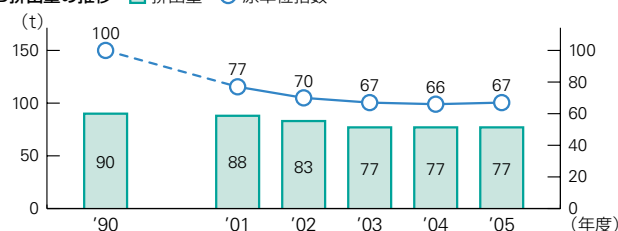
NOx排出量の推移 ■ 排出量 ○ 原単位指数



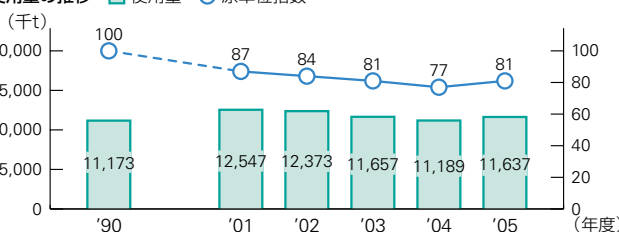
ばいじん排出量の推移 ■ 排出量 ○ 原単位指数



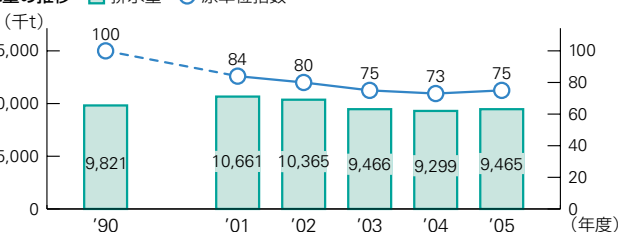
COD排出量の推移 ■ 排出量 ○ 原単位指数



水使用量の推移 ■ 使用量 ○ 原単位指数



排水量の推移 ■ 排水量 ○ 原単位指数



GRI ガイドライン対照表

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, 18
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		
2.1	報告組織の名称	P.4
2.2	主な製品やサービス	P.52
2.3	事業構造	P.52
2.4	主要部門、子会社等	P.52
2.5	事業所の所在国名	P.52
2.6	企業形態	P.4, 52
2.7	対象市場の特質	P.4-5, 52
2.8	組織規模	P.4-5
2.9	ステークホルダーのリスト	P.26-27
報告書の範囲		
2.10	報告書に関する問合せ先	P.61
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.52
2.15	報告組織間での比較への重大な影響	重要な報告事項はなし
2.16	以前の報告書についての再報告事項	重要な変更点はなし
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.56-57
2.19	適用測定手段の変更	重要な変更点はなし
2.20	報告の保証への方針と取り組み	P.1, 60-61
2.21	第三者保証書	P.60
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.20
3.2	独立している取締役等の割合	P.20
3.3	取締役選任プロセス	P.20
3.4	取締役会レベルの監督プロセス	P.20
3.5	役員報酬と目標達成度との相関	P.20
3.6	組織構造と主務者	P.18-19, 20
3.7	組織の使命と価値の声明	表紙裏, P.53-54
3.8	株主による勧告・指導のメカニズム	P.21
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.26-27
3.10	ステークホルダーとの協議手法	P.26-39, 50, 59
3.11	協議から生じた情報の種類	P.26-39, 59
統括的方针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.10-13, 21
3.14	参加・支持している憲章・原則・提唱	P.2, 18
3.15	会員となっている主な団体	P.52
3.16	上・下流での影響管理の方針とシステム	P.9-11, 28-31, 46
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	P.52
3.19	パフォーマンスに関するプログラムと手順	P.12, 43
3.20	マネジメントシステムに関する認証状況	Web

経済的パフォーマンス指標		
顧客		
EC1	総売上	P.4-5
EC2	市場の地域別内訳	P.4-5
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.52, AR
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.42
EN2	原材料への再生材使用割合	P.47
エネルギー		
EN3	直接的エネルギー使用量	P.42, 44
EN4	間接的エネルギー使用量	P.42
水		
EN5	水の総使用量	P.42, 57
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.42, 44
EN9	オゾン層破壊物質	Web
EN10	NOx、SOx、その他の大気放出	P.42, 45, 57, Web
EN11	廃棄物総量と内訳	P.47, Web
EN12	排水種類別内訳	
EN13	化学物質、燃料の漏出	P.49 (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.48
法の遵守		
EN16	環境に関する違反	P.49
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.42, 45
その他全般		
EN35	環境に対する支出内訳	P.56-57

社会的パフォーマンス指標		
雇用		
LA1	労働力の内訳	P.32
LA2	雇用創出と離職	P.32
LA12	法定以上の福利厚生	P.33-34
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.35
LA6	合同安全衛生委員会の対象	P.27
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・職種別研修時間	
LA16	雇用適正維持、職務終了への対処	P.32
LA17	技能管理または生涯学習	P.32
多様性と機会		
LA10	機会均等	P.32, Web
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.53
HR2	投資・調達の人権配慮	P.54
HR3	サプライ・チェーンでの人権管理	P.54
HR8	人権問題の従業員研修	P.18, 23
差別対策		
HR4	業務上の差別撤廃	P.53
組合結成と団体交渉の自由		
HR5	組合結成の自由	P.18, 53
児童労働		
HR6	児童労働の撤廃	P.18, 53
強制・義務労働		
HR7	強制・義務労働撤廃	P.18, 53
懲罰慣行		
HR9	不服申し立て	P.22
HR10	報復防止措置	P.22
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.24
贈収賄と汚職		
SO2	贈収賄と汚職	P.53
政治献金		
SO3	政治的なロビー活動や献金	P.53
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.53
顧客の安全衛生		
PR1	顧客の安全衛生保護	P.10-11
PR4	上記の不適合	該当なし
PR5	所轄機関への苦情件数	該当なし
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.10-11
PR7	上記の不適合	該当なし
PR8	顧客満足度	P.28
広告		
PR9	広告に関する規準等	P.53
プライバシーの尊重		
PR3	消費者のプライバシー保護	P.23

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はアニュアルレポートに記載されている項目です。

レポートを通じたCSRコミュニケーション

花王は、2005年度にはじめてのCSRレポートを発行しました。このレポートを通じて、ステークホルダーにより深く花王を知っていただき、また花王の社会的責任を客観的に把握するため、さまざまなコミュニケーションの機会を設けました。

ステークホルダーダイアログの実施

2005年12月、NPOや有識者の方々にご参加いただき「ステークホルダーダイアログ」を開催しました。2003年度に「環境・安全報告書を読む会」を行ってから3度目となる今回は、5名中4名の方に継続参加いただき、レポートに対する意見や指摘をいただくとともに、CSR活動についての意見交換を行いました。

CSRレポートは、全体として読み手を意識した構成と内容へ改善されているとの評価もいただきましたが、まだ課題も多く、ステークホルダーの皆様とさらなるコミュニケーションをとっていきたいと考えています。

日時：2005年12月2日(金) 13:30～16:30

場所：花王(株)茅場町事業場

ファシリテーター：

坂本文武氏

(ウィタン アソシエイツ(株) PRコンサルタント)

参加ステークホルダー：

古賀桃子氏

(ふくおかNPOセンター 代表)

中川恵子氏

(中部リサイクル運動市民の会 副代表理事)

原井新介氏

(HRラボ 代表)

菊地千恵子氏

(NACS/産能短期大学兼任講師)

井ノ口香子氏

((株)宣伝会議「環境会議」「人間会議」編集部)

花王スタッフ：

コーポレートコミュニケーション部門 統括以下計7名

環境安全推進本部、購買部、人材開発部門 各1名

社員とのCSR意見交換

『CSRレポート2005』は、国内グループ各社の社員、約15,000名に配布しました。

意見交換会

レポートをコミュニケーションツールとしてCSR活動に関する意見交換の場「CSRレポートを読む会」を計5回開催。生産、研究、事業部、販売、コーポレートと幅広い対象者から選抜して行いました。「まじめで実直な社風が表れている」「1冊に情報が網羅されており、辞書的に使えて便利」「CSR活動がよく理解できた」などの意見や、「花王のCSRの方向がわからない」「よりグローバルな視点がほしい」という要望などが出ました。

いただいた意見と代表的な改善例

- ・花王が大切にしている指針・方向などを見つけにくい
- ・社会への広報・報告はあるが、プロセスが見えにくい
- ・社会貢献活動のアウトプットが見えない



- ・CSR活動が花王ウェイの実践であることを巻頭に明示
- ・2005年度の進捗をまとめたページを新設
- ・ハートポケット倶楽部の活動を具体的に紹介
- ・簡潔なタイトルをつけ、コンテンツのメリハリをつける

社内アンケート

全社員向けのアンケート形式による意見・感想募集を2005年8月に実施。343件の回答が寄せられ、結果を社内にフィードバックしました。

今後、CSR活動の見直しとともに、CSRレポートを媒介にした社員とのコミュニケーションを積極的にすすめていきます。



ステークホルダーダイアログ



社内の意見交換会

第三者審査報告書

第三者審査報告書

平成 18 年 6 月 12 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2006」(以下「CSRレポート」という)に関し、CSRレポートに記載されている重要な情報が、「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を目的として審査を実施した。

2. 経営者及び環境報告書の審査を行う者の責任
CSRレポートの作成責任は花王株式会社の経営者にあり、当環境品質研究所の責任は、独立の立場から環境報告書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 (ISAE) 3000」(2003年12月国際会計士連盟)、「環境報告書審査基準案」(平成16年3月 環境省)、「環境情報審査実務指針」(2006年1月 日本環境情報審査協会)を参考にして審査を行った。

4. 結論
審査の結果、CSRレポートに記載されている重要な情報が、「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、日本環境情報審査協会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の補足説明



第三者審査を終えての所感

当環境品質研究所による審査は、昨年度に引き続き2年目になります。以下において、審査で気がついた点と今後さらなる改善を行っていくうえでのポイントについて、コメントさせていただきます。なお、本コメントは、第三者審査報告書とは異なり、なんら保証するものではありません。

1. 環知安システムについて

環知安システムについては、社内的に運用が定着しデータの効率的な管理が実施されているとの印象を受けました。

ただ、運用に関しては、社内規程が定められているものの、実際にシステムを動かすのは「人」であることから、担当者が変更しても同じ運用が実施できるように、教育、内部監査等を通じて確実に運用継続できる仕組みを構築していくことが望まれます。

また、データ収集範囲をさらに拡大し、最終的には連結会社全体のデータを管理できるようにしていくことも今後の課題として取り組みを推進していただければと思います。

2. 法規制順守体制について

今回すみだ事業場で昨年と同様BOD値が下水排水基準を超過していました。

2年連続ということもあり、リスクマネジメントの観点からも、実効性のある再発防止ルールの再検討が望まれます。また、他の工場においても再度ルールの確認を行い、予防と再発防止への対応が適切かを再点検してはいかがでしょうか。

3. 環境会計について

社内ルールが確実に運用されていることが確認できました。一方で、一部非効率的な情報収集を行っているところがありました。より効率的に情報収集をしていくための改善を検討することをお勧め致します。

4. CSR目標について

CSR推進体制が構築されて2年が経過します。今後は、対外的にもコミットしていく目標を設定して開示していくことが望まれます。

今後とも、継続的な改善を実施し、確実かつ有効な運用を通じたCSRのさらなる向上を目指されていくことを期待します。

株式会社トーマツ環境品質研究所

第三者審査を受けて

社内だけでなく外の目で日常の活動を見直し、改善を図っていくことがCSR活動の基本と考えています。

第三者審査は、レポートに記載した情報の正確性について、独立した立場で検証していただくものですが、それは仕事のやり方そのもののチェックと捉えています。今年の審査においても、求められたエビデンスがすぐに示せない、説明がわかりにくいなどの課題がありました。今後部門間の連携、社内での情報の共有化をさらに推進していくことで改善を図っていきます。

また、グローバルなデータの集計や目標の設定、サプライチェーンへの展開も大きな課題であることを認識しています。

花王にとってのCSRは、『花王ウェイ』に基づいて“よきモノづくり”を行い、豊かな生活文化の実現に貢献することであり、CSRレポートの作成も“よきモノづくり”のひとつです。今後も『花王ウェイ』をひとつずつ確実に実践していきます。

コーポレートコミュニケーション部門
CSR推進部部长 石井節

お問い合わせ先

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/>

発行日 2006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クを使用。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。



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

花王株式会社

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10



印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます



FSC認証林及び管理された森林からの製造グループです
www.fsc.org Cert. no. SA-COC-1196
© 1996 Forest Stewardship Council