



CSRレポート 2008

2007.04.01 - 2008.03.31

Kao Corporation



本レポートの対象範囲など

対象組織

花王グループ※を基本としています。
掲載するデータについて、集計範囲が異なる場合は、文中に明記しました。

対象期間

実績データは、2007年度(2007年4月1日～2008年3月31日)。ただし、労働安全および海外グループ会社に関するデータは、2007年(2007年1月1日～12月31日)となります。また、活動は、一部2008年度の内容も含まれます。

第三者検証

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

対象分野

花王の事業分野(▶P.5)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 2008」(2008年7月下旬発行予定)をご参照ください。

発行時期

前回発行 2007年7月
次回発行予定 2009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 2006」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」／「環境会計ガイドライン2005年版」
- (社)日本化学工業協会「化学企業のための環境会計ガイドライン(2003年11月)」

※花王株式会社および連結子会社。
対象組織名は以下に掲載しています。

 <http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/boundary/>

CSR報告の方針

「冊子」と「Webサイト」の2つのメディアを活用してご報告しています。

編集の基本方針

CSR活動の方針や進捗状況の報告を基本としています。

花王は、1998年から「環境・安全報告書」の発行を開始しました。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、多様なステークホルダーの皆様のご関心に応える情報開示・情報提供に努めてきました。

報告にあたっては、企業理念「花王ウェイ」に則って推進している日々のCSR活動の方針や内容を、その進捗状況とともに開示することを基本としています。

本レポートの基本構成について

3つの章を柱に構成しました。

本レポートでは、花王グループの「CSRマネジメント体制」、主要なステークホルダーの皆様とのさまざまな取り組みをご紹介する「ステークホルダーへの責任」、環境保全活動の考え方や活動パフォーマンスをお伝えする「環境への取り組み」の3章を柱として構成しています。

なお、読者の皆様がより読みやすいよう、文字サイズを昨年度版よりも大きくしました。また、昨年度版に続いてユニバーサルデザインフォントを使用しています。

「特集」の掲載について

社会的に関心の高い2つのテーマを「特集」としました。

2008年は、上記の基本構成に加えて、社会的に関心の高い以下の2つのテーマを「特集」として編集、掲載しました。

ひとつは、京都議定書の第一約束期間が始まり、急速に関心が高まっている「地球温暖化防止」をテーマとした活動を紹介しています。

もうひとつは、偽装表示問題や異物混入による中毒事件などを踏まえ、「安全・安心な商品をお届けするための品質保証活動」をテーマとしました。

これらのテーマ選定にあたっては、ステークホルダーの皆様との対話を通じて得た声を参考にしています。

Webサイトの活用について

花王グループの報告事項・開示項目のすべてを掲載しています。

花王グループにおけるCSR活動の広がり背景に、年々、「CSRレポート(冊子)」に掲載する情報が増えていること、また「冊子のページ数が多すぎて読みづらい」という読者の声にこたえて、2008年の冊子では「社会からの関心や開示要請が高い事項」や「進捗があった取り組み」を中心に記載しました。加えてWebサイトを活用して、花王グループのCSR活動の報告事項をすべて掲載しています。



Web  CSRレポート 2008
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/>

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

特集1 地球温暖化防止に向けた取り組み	10
着実に、そして継続的に。	

特集2 安全と安心への取り組み	16
「安全品質」、そして「安心品質」へ。	

CSRマネジメント体制	21
コーポレートガバナンス	22
コンプライアンス	24
CSRの推進	26
リスクマネジメント	27
品質保証	28
化学物質マネジメント	30
RC(環境・安全)活動	31

ステークホルダーへの責任	33
お客様への責任(消費者・法人顧客)	34
社員への責任	37
サプライヤーへの責任	40
株主・投資家への責任	41
地域社会のために	42

環境への取り組み	45
商品ライフサイクルと環境負荷	46
環境目標と実績	48
地球温暖化防止	49
化学物質の排出削減	51
廃棄物削減	52
容器包装の3R	53
その他の環境対応	54
環境コミュニケーション	56
環境会計	57

第三者検証意見書	58
社外からの評価	59

「基本となるCSR」を着実に果たしていくとともに、
「企業価値を高めるCSR活動」を推進します。

2007年度の事業活動を どう総括していますか。

2007年度の花王グループ全体の事業活動は、「原材料高」によるコスト増に見まわれながらも、「商品の高付加価値化」を推進したことによって、業績は当初の予定通り順調に推移しました。また、昨年度から従来の事業区分を新たな4つのユニット（ビューティケア、ヒューマンヘルスケア、ファブリック&ホームケア、ケミカル）に再編しましたが、これによって花王グループの強みを一層発揮することができ、業績にも反映されるようになってきました。さらに、これからの成長のポテンシャルとなるアジアについては、約3年前から進めている「日本を含めた“アジア一体運営”」と名づけた業務革新活動が軌道に乗り、業績面でも上昇基調になってきています。

そのような経営環境のなかで CSR活動をどのように進展させましたか。

花王グループは、本業すなわち“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活動をめざしています。そのために、約3年の間、私が委員長を務めるCSR委員会で、花王では日々どのようなCSR活動が実際に行われているか、さらに社会的な視点から見て、どのような活動が求められているのかなどを議論してきました。グローバル・コンパクトなど国際的な枠組みへの参画、グリーン調達からCSR調達への移行は、その成果といえます。さらに、2007年度は、CSR活動をより一層推進していくために、もう一度、花王ならではの「CSR活動の核」となるものを抽出しようと、議論を重ねてきました。その結果、「基本的なCSR活動」として、コーポレートガバナンス、内部統制、コンプライアンス、リスク管理、人材育成、環境保全、労働安全、品質などの活動を、花王グループ全体の必須項目として着実に進めること、その土台の上に立って「企業価値を高めるCSR活動」を促進していくことを決定しました。

また、これらを具体化していくために、花王グループのCSR活動のスローガンを「“よきモノづくり”を通じて、人と地球の清潔・美・健康に貢献します」と定め、重点的な

活動として、より一層の環境負荷低減をめざした商品の開発や、今まで以上に社会的課題解決を意識した商品の開発に力を注ぐことにしました。2008年度からは、CSR委員会での議論をさらに活性化させ、“よきモノづくり”を通じた実質的なCSR活動の拡大と意識の浸透、重点活動の具現化を図ってまいります。

環境分野での取り組みについて 聞かせてください。

2008年は、日本で洞爺湖サミットが開かれ、京都議定書の第一約束期間が始まります。地球温暖化への対応は待ったなしの状況を迎え、まさに国をあげて地球規模で温暖化防止対策を進化させなければなりません。こうしたなか、当社は、商品の企画・開発段階から使用・消費、廃棄段階まで、事業活動全体を通じて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。このほか、商品を通じた省資源化や地域での環境保全活動支援を推進しており、今後もグループ全体で地道に継続していくことが重要と考えております。一つひとつの商品についても、「環境適合設計」の自社規準に従い、環境負荷低減に一層力を入れていきます。一方で、技術のイノベーションも不可欠です。環境をテーマにした基盤研究を強化し、環境への負荷低減のための新たな技術や素材開発に向けて研鑽を重ね、確実に商品に反映できるものを開発したいと考えています。

CSR活動を推進する上で 社員の役割をどう位置づけていますか。

CSR活動の多くは、日常的な業務のなかで行われるべきであり、その意味では、実践の主役は、一人ひとりの社員であると私は考えています。

もちろん、活動の方向性については、私も含めた経営陣の方針が重要ですが、それを形にして企業の活動とするのは、社員です。社員が昨今の社会的課題をよく理解し、自分たちの仕事のなかで課題解決のために何を成すべきか、言い換えれば、持続可能な地球や社会を築くために、どのような商品を開発すべきか、議論し考えること

が大切であると思います。

花王は、これまで常にそうした姿勢を持ち続けてきたからこそ、一世紀を超えて事業活動を継続してこられたのだと思います。今後も「花王ウェイ」の日々の実践を通じて、脈々と受け継いでいる価値観を花王グループ全体で理解・共有し、未来へつなげていきたいと思っています。

2008年に向けての抱負を 聞かせてください。

私は、花王グループの2008年度を「アジア飛躍の年」と位置づけていますが、その先にあるのは花王グループ全体の真のグローバル化に向けた取り組みです。もちろん、各グループ企業は、その国、その地域で、多くのお客様の支持を得るために、消費者起点に立った“よきモノづくり”を行うことが大切ですが、同時にその企業が拠って立つ国や地域において尊敬される「よき企業市民」をめざさなくてはなりません。

幸いにも花王は、2007年度の「World's Most Ethical Companies」※に選出されたほか、「FTSE4 Good Global Index」をはじめとする持続可能性への取り組みを評価するいくつかの世界的な投資指標にも組み入れられており、花王グループの取り組み全体が評価された結果であると理解しています。事業活動の発展や企業価値向上の背景には、CSR視点での企業の組織としてのあり方も年々重要性を増す時代となってきました。2008年度も「花王ウェイ」の実践を地道に行い、社会への貢献とグローバル化へ向けた取り組みを進化させていきたいと考えています。

※ 米国の雑誌Ethisphere Magazineが2007年から開始した企画。世界の5,000社以上を企業倫理の観点から評価し、92社を選定。

2008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

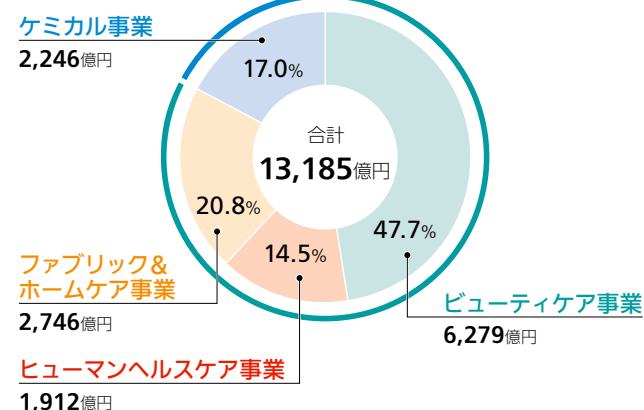
1887年の創業以来、花王は、「消費者・顧客起点」に立った“よきモノづくり”を通じて社会に貢献することをめざして歩んできました。1890(明治23)年10月17日の高級化粧石けん「花王石鹼」に始まった製品群は、洗剤やシャンプー、サニタリー製品など、生活に欠かせない家庭用製品や化粧品、健康な毎日をサポートする「食」の分野へと拡大しています。さらに、化学品メーカーとしても、世界の産業界に機能や性能だけでなく環境にも配慮した工業用製品を提供しています。また、世界各地の拠点では、それぞれの地域の生活や産業に根ざした製品を生産、販売し、毎日の「清潔で美しくすこやかな」暮らしを支えています。

会社概要(2008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	5,742名(連結32,900名)

連結売上高の構成比

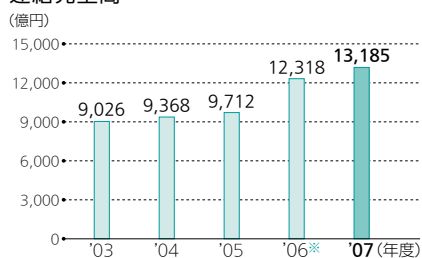
ケミカル事業 (単位: 億円)		コンシューマー プロダクツ事業 (単位: 億円)	
日本	1,293	日本	8,684
アジア	751	アジア	853
欧米	988	欧米	1,562
内部売上消去	▲787	内部売上消去	▲161



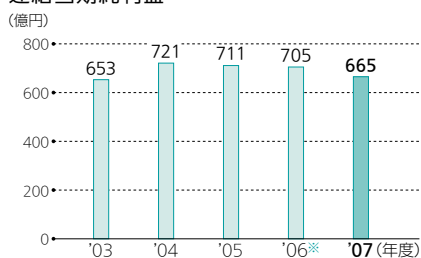
※1 記載金額は、億円未満を切り捨てて表示しております。
 ※2 グラフの売上高は、外部顧客に対する売上高を表示しております。
 ※3 内部売上消去とは、地域間、事業間の消去であります。

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)

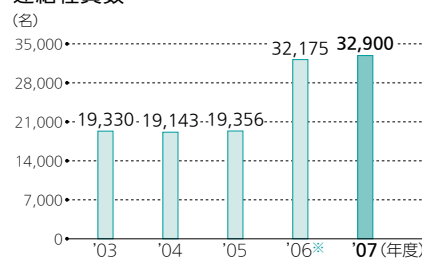
連結売上高



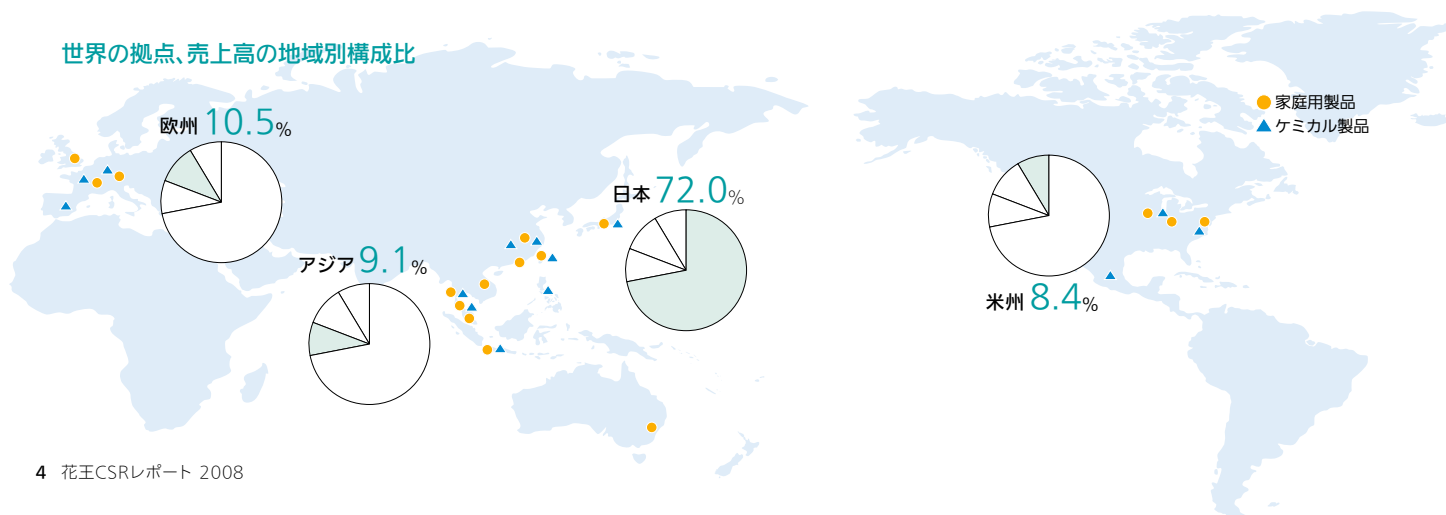
連結当期純利益



連結社員数



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、2007年4月1日から、以下の4つの事業ユニットを通じて製品を企画・開発・生産・販売しています。

ビューティケア事業

「美しくありたい」という願いにトータルで応える

- プレステージ化粧品 (カウンセリング化粧品、セルフ化粧品など)
- プレミアムスキンケア製品 (化粧石けん、洗顔料、全身洗浄料など)
- プレミアムヘアケア製品
(シャンプー、リンス、ヘアスタイリング剤、ヘアカラーなど)



ヒューマンヘルスケア事業

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」

- フード&ビバレッジ製品 (食用油、飲料など)
- サニタリー製品 (生理用品、紙おむつなど)
- パーソナルヘルス製品 (入浴剤、歯みがき、歯ブラシ、男性化粧品など)



ファブリック&ホームケア事業

「快適で楽しく!こころ豊かな暮らし」を提案

- ファブリックケア製品 (衣料用洗剤、柔軟仕上げ剤など)
- ホームケア製品
(台所用洗剤、住居用洗剤、掃除用紙製品、業務用製品など)



ケミカル事業

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

- 油脂製品 (油脂アルコール、油脂アミン、業務用食用油脂など)
- 機能材料製品 (界面活性剤、コンクリート用高性能減水剤など)
- スペシャルティケミカルズ製品 (トナー・トナーバインダー、香料、インクジェットプリンターインク用色材など)



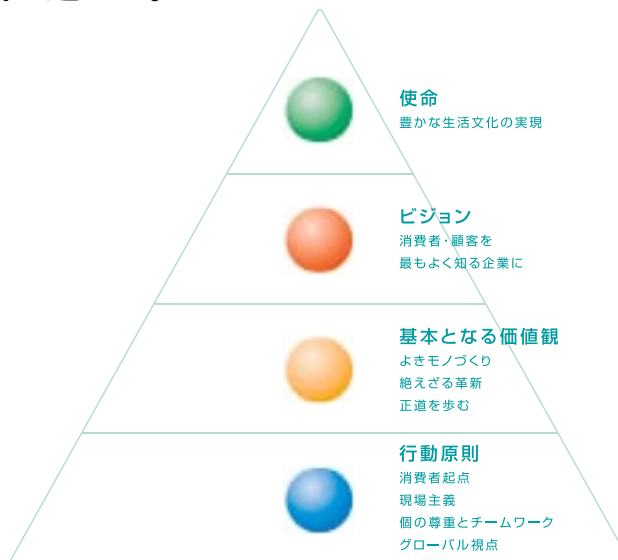
豊かな生活文化の実現を追求していきます。

あらゆる企業活動の基盤「花王ウェイ」の実践を通じて。

花王グループは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。以来、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しています。

花王グループのCSR活動は、この精神をベースに「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。

花王グループは、これらからも「花王ウェイ」の実践を通じて、世界の人々の「豊かな生活文化の実現」に貢献していきたいと考えています。



Web 花王ウェイ全文 http://www.kao.co.jp/corp/about_kao/kaoway/

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

TOPICS

「花王ウェイ」をもとにCSR経営のビジョンを考える「CSR戦略策定プロジェクト」を実施。

花王は、中長期的な戦略に沿って、グループ全体でCSR活動を推進していくために、2007年7月から9月にかけて「CSR戦略策定プロジェクト」を実施しました。

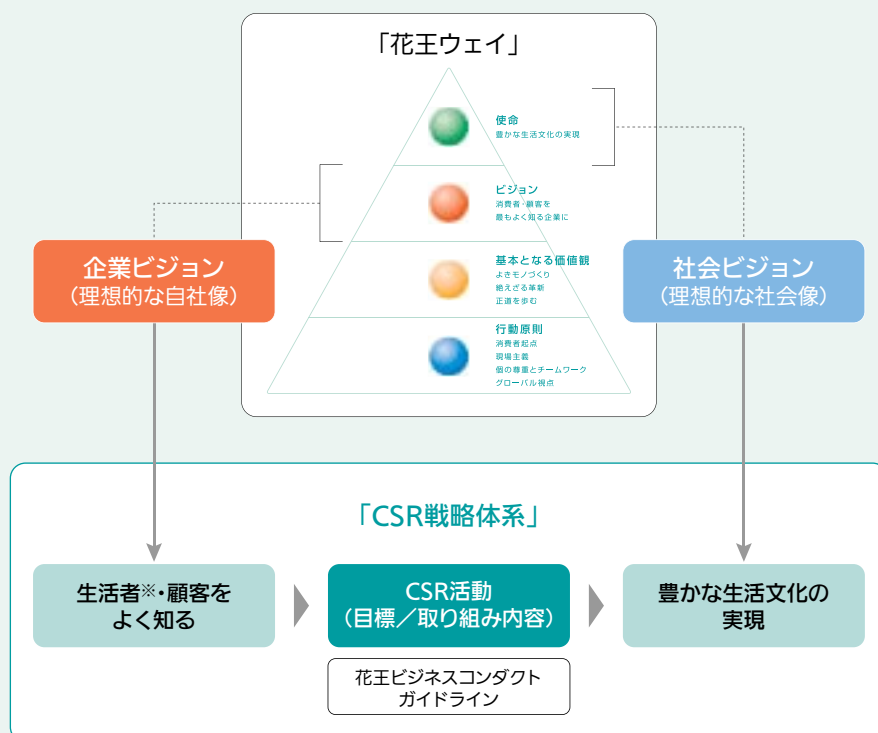
同プロジェクトでは、CSR推進部が事務局となり、社内14部門から集まった若手社員をメンバーとして、討議を重ねていきました。合宿なども取り入れた討議では、「花王ウェイをCSRの観点からどう理解すべきか」「社会と花王グループの双方が持続的に成長できるCSR活動のテーマは何か」「花王が重点的に取り組むべきCSR活動は何か」などをテーマに、CSR戦略体系の第一次案をまとめました。

第一次案では、環境配慮型や社会課題を解決する商品開発、社員のCSR意識向上が重点課題として挙げられました。

今後は、より具体的なテーマや定量的な活動目標などを設定し、花王グループ全体への浸透を図っていく計画です。



「企業理念」と「CSR活動」の体系



「花王ウェイ」に定める「使命」を、理想的な社会像、すなわち「社会ビジョン」と位置づけ、同じく花王ウェイの「ビジョン」を、理想的な自社像、すなわち「企業ビジョン」と位置づけた上で、「企業ビジョン」を出発点に「社会ビジョン」の実現をめざす花王グループのすべての活動を「CSR活動」と位置づけました。

※ 花王グループのCSR戦略では、より広範囲を対象とするために、花王ウェイでの消費者を生活者として捉えています。

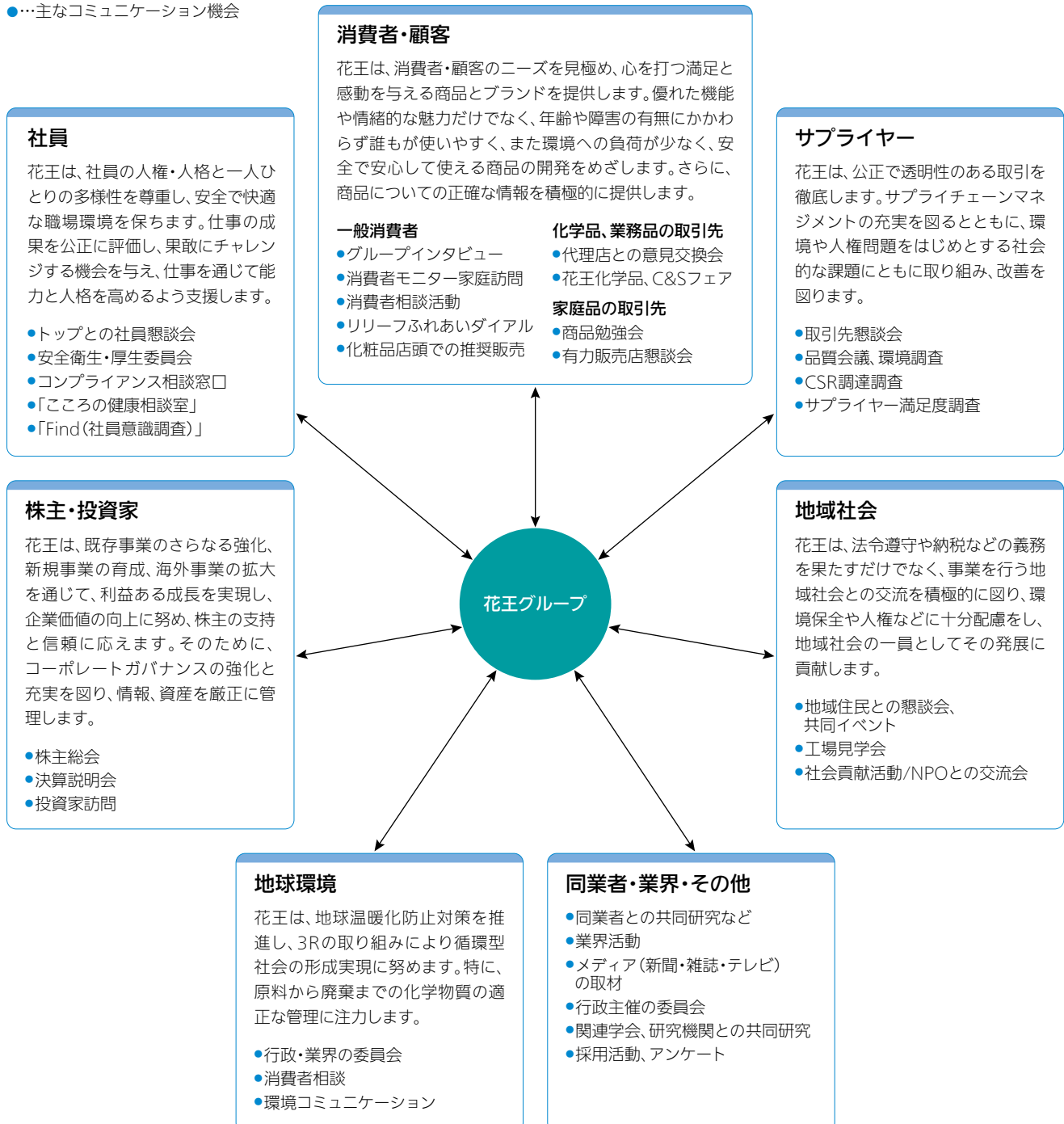
豊かな生活文化の実現を追求していきます。

ステークホルダーとの継続的な対話をベースに。

花王グループは、CSR活動の推進にあたって、すべてのステークホルダーと日常的、継続的な対話の機会を設け、対話を深めていくことを重視しています。花王の商品やサービスに対して、また企業活動や社員一人ひとりの

企業行動に対して、多様なステークホルダーが何を考え、どう感じ、何に期待しているかを一つひとつ把握しながら、着実に、的確に応えていくことで、豊かな生活文化の創造に貢献していきたいと考えています。

●…主なコミュニケーション機会



CASE STUDY

事例1 アジアの女性のニーズを反映して生理用品を改良

市場調査の結果やお客様の声から、多くのアジア女性が経血モレの不安を抱え、安心感を求めるニーズが高いことがわかったため、花王は、2000年からアジア市場で生理用ナプキン「ロリエ スーパーガード」の発売を開始しました。以来、段階的に改良を重ねながら商品ラインアップを拡充し、2007年にはどんな姿勢でも吸収体がフィットする改良品を発売しました。

これからも世界の人々のニーズを反映する“よきモノづくり”に努めていきます。



タイで発売された「ロリエ スーパーガード」

事例2 男性の育児休職取得を促す「次世代育成キャンペーン」を実施

花王は、社員の意見や要望を取り入れながら、社員の男女共同参画による次世代育成を支援しています。2007年10月には、男性社員に「育児休職制度」の活用を促すために「次世代育成キャンペーン」を実施しました。その一環として、和歌山事業場では「次世代育成フォーラム」を開催し、中央大学の広岡守穂教授による企業の育児支援に関する講演などを実施。社員の理解促進に努めています。



和歌山事業場での「次世代育成フォーラム」

事例3 「安全・安心なくらし」を考える全国消費者フォーラムに参加

花王は、2007年12月、全国の行政、消費者団体、NPOなどによる活動報告と意見交換の場である「全国消費者フォーラム(国民生活センター主催)」に、唯一の企業として参加しました。フォーラムのテーマは、「安全・安心なくらしをどう創るかー消費者・行政・事業者の連携を考える」。花王は、「よきモノづくり」への消費者の声の活用」をテーマに日頃のコミュニケーション活動と2007年に実施した消費者調査について報告。また、参加団体が企業にどのような役割を求めているかについても情報交換を行いました。



「2007年全国消費者フォーラム」にて消費者調査を報告



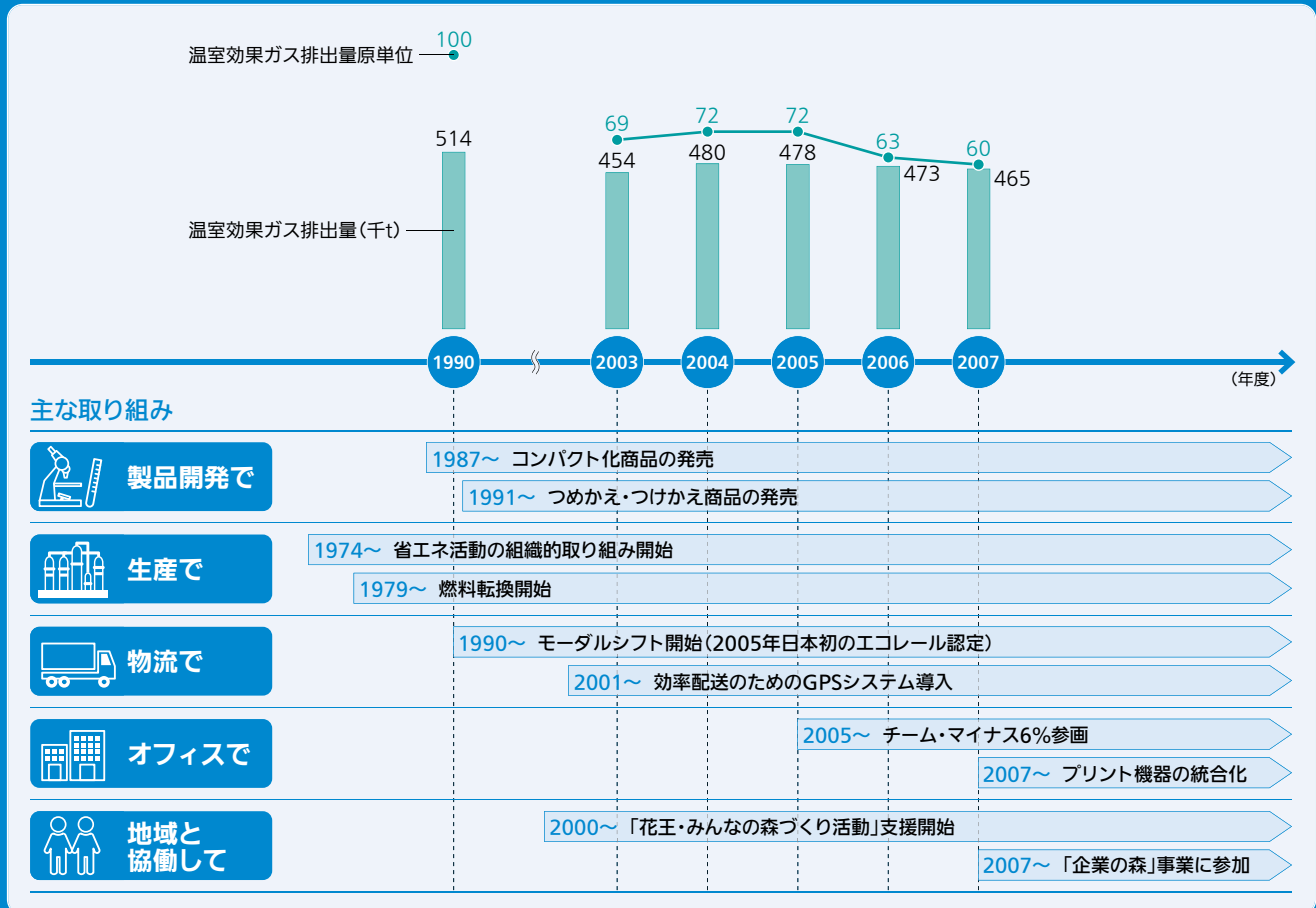
着実に、そして継続的に。

花王は、「温室効果ガスの排出」「化学物質管理」「廃棄物」「容器包装材料」を重点課題として環境負荷低減に取り組んでいます。

なかでも、「温室効果ガスの排出」に関しては、商品開発から生産、物流に至る企業活動全体を網羅した活動を行っています。

また、オフィス(事務所)での活動や、地域社会、NPOと一体となった温室効果ガス削減にも継続的に取り組んでいます。

温室効果ガス排出量の推移と花王の取り組み





製品開発で

商品の性能向上と環境への配慮を両面から追求

花王では、“商品そのものの性能や機能を向上させながら、いかに環境負荷を下げていくか”を重視したモノづくりを通じて、お客様満足の向上と社会的責任を果たすことをめざしています。

たとえば、ベビー用紙おむつ「メリーズパンツ」では、1994年の発売以来、「赤ちゃんの肌にやさしいおむつ」として、高い通気性を追求してきました。その一つとして、通気性を阻害する接着剤を少量、薄く塗布して、接着性を低下させずに通気性を高める技術を開発し、ムレにくい機能の向上と同時に材料を削減し、環境負荷も下げました。また、おむつの構成素材である高分子吸収体の性能を向上させることで吸水パッドの使用量を削減。商品の軽量・薄型化を進めることで、流通段階でのエネルギー使用量の低減、使用後の家庭ごみの削減などにも寄与しています。

花王は、こうした技術革新を重ねて、機能向上と環境負荷の低減を同時に進めています。

基本性能をさらに向上させながら、人と環境にやさしい商品仕様を実現

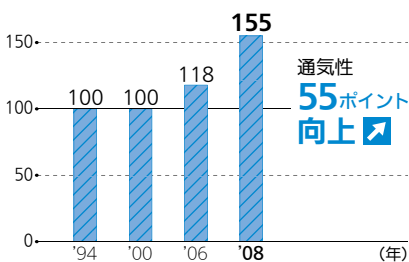
ヒューマンヘルスケア研究センター
サニタリー研1室 佐々木 純

「メリーズパンツ」の開発では、常に環境配慮を意識しながら商品開発を行ってきました。たとえば、通常、商品構成材料を削減すると性能は低下します。そこで私たちは視点を変え、材料を削減することで今まで以上の性能を発現する新しい研究に取り組んできました。今年の改良は、そのような技術が盛り込まれた環境にも赤ちゃんにもやさしいパンツです。

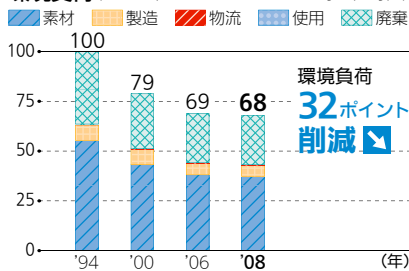


「メリーズパンツ」通気性性能と環境負荷(LCA※)の変遷

通気性(1994年の通気性を100とした時の相対値)



環境負荷(1994年のLCAを100とした時の相対値)



※ LCA ライフサイクルCO₂排出量



「メリーズパンツ」



製品開発で

環境性能の向上を通じて、地球温暖化防止に貢献

花王のケミカル事業では、世界の幅広い産業界のお客様に化学品(中間原料)を提供しています。これら工業用化学品は、顧客であるメーカーを通じて幅広い分野で利用されるため、花王グループでは個々の製品の環境性能の向上を通じて地球温暖化防止に取り組んでいます。

たとえば、複写機やプリンターの印刷に使われるトナーは、色材(顔料)と、色材を紙に接着するトナーバインダーを混合して利用されます。花王グループは世界のトナーバインダーの約3割を供給するトップシェア企業であり、独自に開発したポリエステル樹脂系製品は、従来品と比べて接着性に優れているほか、より低温での定着を実現することが可能です。最近では、従来品に比べ約30℃の低温定着性を実現したポリエステルトナーも開発しています。定着ローラー温度を低く設定できることにより、消費電力の約40%削減※が期待できます。

※ 通紙時の定着部のみの消費電力の比較。当社比。



プリンター・複写機用トナー

製品開発で

容器のプラスチック使用量の削減

花王は、衣料用洗剤やシャンプー、化粧品など、年間約20億個を超える家庭用製品を販売しています。これらすべての商品の容器包装を削減することで、省資源はもとより商品の使用後の廃棄物削減に大きく貢献することができます。こうした考えをもとに、早くから容器材料であるプラスチック使用量の削減を開始し、これを出発点に、容器の製造過程におけるCO₂排出量の削減などを追求してきました。

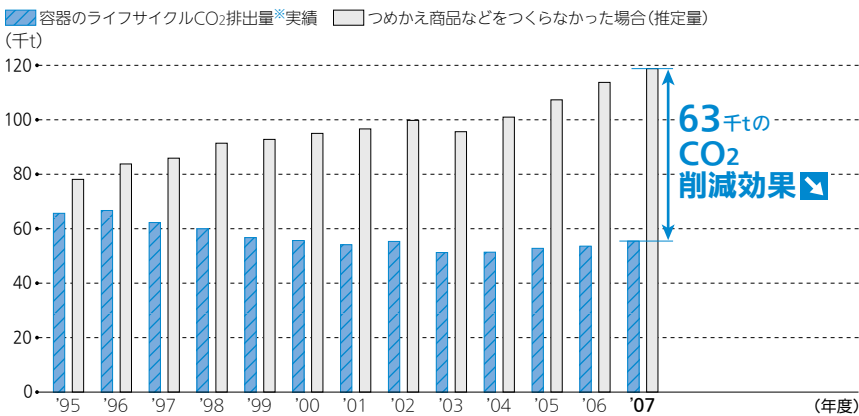
内容を衝撃から守り、保存にも十分に耐える頑丈さという容器本来の機能を保ちながらプラスチックを削減するために、内容物の濃縮化による容器のコンパクト化、容器の薄肉化、つめかえ・つけかえ商品の導入という3つの方法をとっています。

これによって、2007年度では、削減しない場合と比べてプラスチック使用量を37,000トン削減したことになります。これはCO₂換算で63,000トンの排出抑制に相当します。



つめかえ・つけかえ商品

容器のつめかえ・つけかえ・コンパクト化によるCO₂排出量削減効果

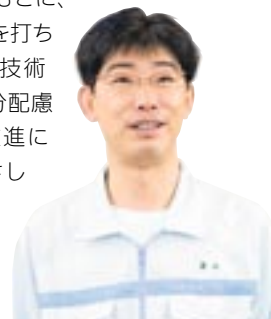


* 資源採掘から容器製造・加工までの各プロセスに必要な電力消費などに伴うCO₂排出量合計。
 ※ 集計範囲は花王(株)。

さらなる包装材料の使用量削減に取り組みました

包装容器開発研究所 第1研究室
 藤田 実智昭

包装容器開発研究所では、これまで「なくす」「へらす」「かえる」を指針とし、容器のプラスチック使用量削減・つめかえの推進・再生材料の利用といった“3R”の取り組みを積極的に展開してきました。その結果、現在では過剰な包装仕様がほとんどなくなってきています。今後も、これまで培ってきた技術をもとに、発想の転換や常識を打ち破ることによる新技術の開発、環境に十分配慮した適正包装の推進に注力し、環境にやさしく、人にやさしい、使いやすい魅力的な容器開発を行っていきます。





生産で

燃料転換によるCO₂排出量の削減を1979年から開始

花王グループは、CO₂排出量の削減に向けて、省エネ機器の導入や製造プロセスの合理化、エネルギー効率の高いプロセス開発など、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。

とりわけ、石油から天然ガスへの「燃料転換」は化学業界のなかでも早くから取り組んでおり、1979年に川崎工場で初めて天然ガスを導入して以来、現在では国内外を問わず、天然ガスのインフラが整備されているエリアにある工場はすべて天然ガスへの転換を完了しています。

2007年度は、和歌山工場に蓄熱式脱臭炉を設置するとともに、ボイラー燃焼のプロセスを見直し、最適化を図りました。これによって、年間で約1,460,000Nm³の都市ガス使用量の削減(原油換算:約1,700kl/年;CO₂換算:3,300トン/年)を見込んでいます。



蓄熱式脱臭炉



生産で

日本で培った環境技術を海外のグループ会社へ展開

ケミカル製品の生産拠点・花王インドネシア化学では、2004年に石油から天然ガスへの燃料転換の検討を開始し、2005年に本格化しました。燃料転換を進めるにあたっては、日本国内で得られた天然ガス設備に関する知識・経験を活かし、ガス導管敷設工事の遅れなどがあったものの、2007年9月に計画通り燃料転換を完了しました。これによって、従来と比べて20%以上のCO₂排出量削減が見込まれています。また、家庭用品の工場である花王インドネシアでも2008年2月に天然ガスへの燃料転換を完了しました。

今後も、省エネ・環境技術を国内外のグループ会社に展開し、グループ全体でのCO₂削減に貢献していきます。

自国の天然資源を活用し、環境対応を考えた企業活動を

花王インドネシア化学
Tatang Sutarman

自国で産出する、よりクリーンなエネルギー源である天然ガスへの燃料転換は、インドネシア政府のエネルギー政策とも一致しています。転換にあたっては、ガス設備の安全対策のために、我々花王インドネシア化学と和歌山にある技術センターが連携して準備を進め、円滑に操業を開始することができました。今後も、愛するインドネシアのために、そして地球全体のために、地球温暖化防止に取り組んでいきたいと思っています。





物流で

環境負荷の少ない輸送手段へのシフトを推進

国内花王グループでは、物流段階でのCO₂排出量の削減に向けて、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などに早くから取り組んできました。

なかでも、モーダルシフトへの取り組みについては、2005年には、鉄道貨物輸送を活用し、地球環境問題に積極的に取り組んでいる商品・企業であることを表示するマーク「エコレールマーク」の第1回認定企業に選ばれました。

また、トラック輸送においては、輸送容器の大型化と積載率の向上によるCO₂排出量削減に取り組んでいます。商品の需要予測システムと連動した積載システム管理を実施し、一般に62%程度といわれているトラックへの積載率を、2007年度は約99%にまで高めました。



エコレールマーク

トラック輸送に比べてCO₂排出量が約8分の1とされる鉄道貨物輸送についての社会的な認知を高めるために、国土交通省が一定の条件のもとで商品への貼付を認定しています。2008年3月現在、計20商品、40企業がエコレールマークの認定を受けています。



オフィスで

プリント機器の統合化で環境・セキュリティ意識を向上

茅場町事業場では、近年、OA機器の増加により、安易なプリントや放置プリントが散見されたため、2007年度に消費電力の削減および紙使用量・廃棄物削減、また個人情報の保護などを目的として、コピー機を中心としたOA機器の運用方法を変更しました。

取り組みは、人事総務グループが主体となり、プリンター、コピー、ファックスなどの機能を最新の複合機に統合し、IDカード認証リーダーを搭載。出力に応じて個々の利用実績を蓄積し、個人や職場にフィードバックしていくことで、環境・セキュリティ意識の向上を図りました。

2007年10月に試験的に複合機を導入したところ効果が確認できたため、2008年3月には全フロアに同様の機種を導入し、プリント機器を全体で127台から48台に削減しました。出力用紙の削減によって11.7トン-CO₂/年相当のCO₂排出量削減を目標に取り組んでいます。

今後、主要事業所に同様の取り組みを広げていくことで、より大きな効果を創出していきます。

プリント機器統合化で環境活動の見える化を推進

人材開発部門 人事総務グループ
佐藤 邦典

オフィスでの環境活動は、ゼロエミッション活動やクールビズ、ウォームビズの実施など確実に前進していますが、社員個人の参加意識は必ずしも高くありませんでした。今回実施したプリント機器の統合化では、紙使用量、廃棄量からCO₂排出量までを個人単位で見ることができるよう、参加意識が高まりました。今後も、環境保全をはじめとした活動の推進状況を「見える化」していくことで、着実な成果に結びつけていきたいと思っています。





地域と協働して

「花王・みんなの森づくり活動」を継続し、「企業の森」事業にも参加

花王は、未来の子どもたちに、美しい日本の里山や緑豊かな環境を引き継ぐという考えから、「花王・みんなの森づくり活動」に取り組んでいます。

2000年にスタートしたこの活動は、財団法人都市緑化基金と花王が推進する緑化プログラムで、シャンプーや洗剤などのつめかえ用製品の売上の一部(上限3,000万円/年)を活用して、身近な場所の緑を守り、育てる活動に取り組んでいるNPOや市民団体などを支援しています。

2007年度までに支援した280団体の活動では、のべ約112,000人の市民が参加し、約82,000本の苗木の植栽、間伐などの保全管理活動が行われました。その結果、約1,850ヘクタールの「みんなの森」が整備されました。これを樹木のCO₂吸収量に換算すると、計約2,500トンのCO₂排出量削減に相当します。

また、2007年には、和歌山県が推進する、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「企業の森」事業に参加。海草郡紀美野町の森林0.7ヘクタールを「花王の森」として借り受け、森林保全活動に取り組む協定を和歌山県および紀美野町と結びました。2007年4月に植樹式を実施した後、花王社員が定期的に参加して、下草刈りなどの保全活動に取り組んでいます。

緑は一人じゃ守れない・つukれない

コゲラの森づくりの会
佐藤 留美様

小平市に残された貴重な雑木林を“コミュニティ・フォレスト(みんなの森)”にしようと、地主の方や地域住民とともに活動を推進しています。今、荒れた森は美しく甦り、地域の宝物となりました。花王の「みんなの森づくり活動」は、私たちの励みになるだけでなく、次世代の子どもたちにもつながる大切な事業だと思います。環境問題が深刻化するなか、全国では、多くの市民が今日も地域の森づくりに取り組んでいます。環境にやさしい企業の代表として、これからも末永く市民の森づくりを応援していただけることを期待しています。



「花王の森」活動に関する評価・花王に期待すること

和歌山県庁 森林整備課 主任
大平 泰弘様



和歌山県では、都市部の企業の活力を社会貢献活動に活かしていただき、荒廃した森林環境の整備や地域の再生に取り組む「企業の森」事業を実施しています。現在、38企業(団体)に参画いただいておりますが、なかでも「花王の森」では、社員の方が毎月現地確認を行い、独自で下草刈りを実施するなど、とくに熱心に森林保全活動に取り組まれています。今後も引き続き地域と一体となった活動を展開されることを期待しています。



「花王の森 紀美野」下草刈りの様子



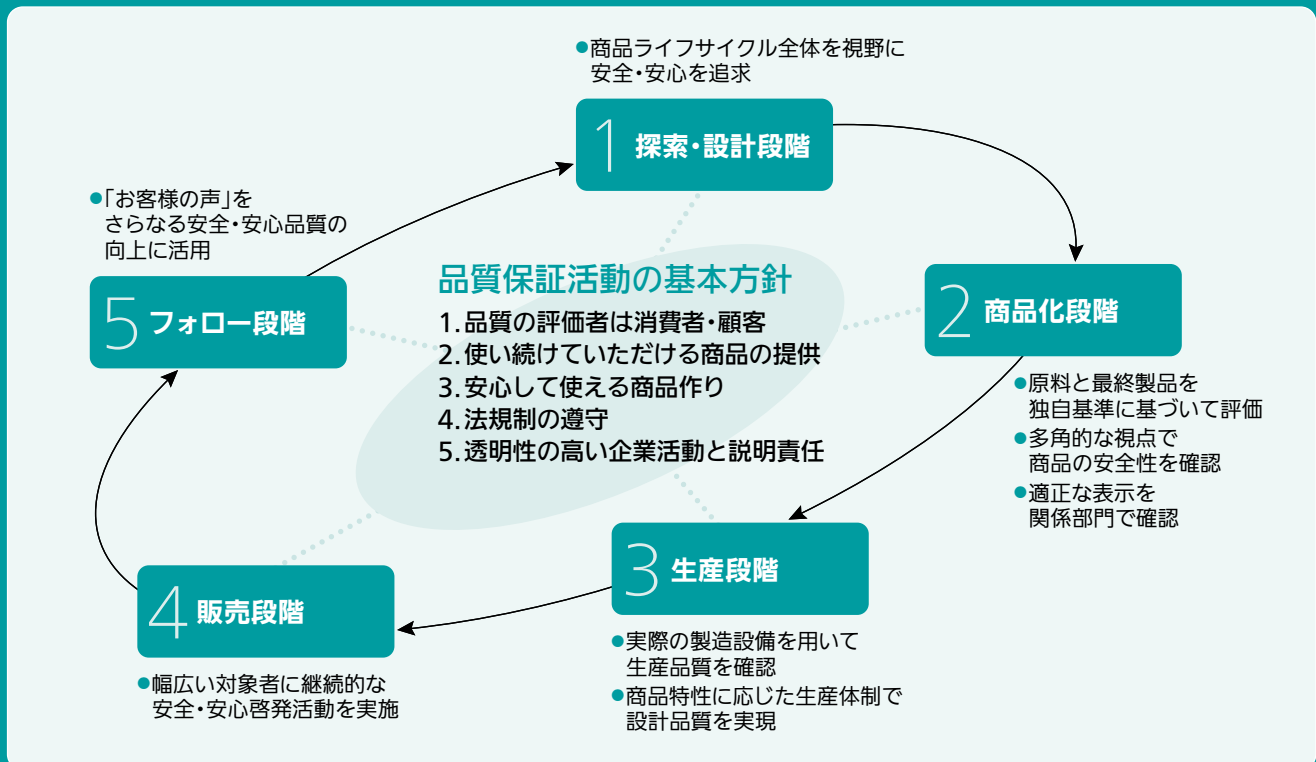


「安全品質」、そして「安心品質」へ。

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――。

花王は、企業理念である「花王ウェイ」に基づき、モノづくりの各プロセスで科学的手法を用いた安全性確認に取り組むほか、お客様に安心して商品を使用していただくためのさまざまな情報発信に努めるなど商品のライフサイクル全体を通して「安全」と「安心」を追求しています。

モノづくりの各プロセスにおける安全・安心への取り組み



1

探索・設計段階

商品ライフサイクル全体を視野に安全・安心を追求

花王は、さまざまな商品の企画やその検討段階から、安全・安心に配慮した取り組みをスタートしています。たとえば、商品像を想定した段階で、店頭での購入、家庭での保管・使用・廃棄までのプロセスにおける「人の健康や地球環境に与えるリスク」を洗い出し、「チェックシート」として全社で活用しています。これらを実現するためにさまざまな仕組みを構築しています。

2

商品化段階

原料と最終製品を独自基準に基づいて評価

——「安全性評価」

商品化段階では、法的な安全基準に加え、花王独自の「安全性基準」を定め、すべての原料、最終製品の「人の健康や環境」に対する安全性を厳しく評価しています。

評価は、「安全性評価研究所」が担当しており、まず、商品の種類や特性、花王での使用実績の有無などによってリスクの大小のランク分けをします。その後、ランクに応じた評価手順や評価方法を定めて、科学的なリスク評価を行っています。

「高い商品性」と「安心・安全」の両立をめざしています

ファブリック&ホームケアユニット
ホームケア事業グループ 清水 一雄

家庭訪問やアンケートを活用したニーズ探索から、研究開発部門と共同での試作品づくり、消費者評価まで、バスタイレ関連商品の商品企画プロジェクトのマネジメントを担当しています。業務にあたっては、清潔で衛生的な暮らしを実現する高い商品性能を追求することはもちろんのこと、常に消費者の立場に立って「感動と満足を与えられる商品」「安心して使える、安全で高品質な商品」をめざしています。



Case Study 家庭用商品の安全性確保

花王が販売する商品は、原料の選定段階から実際に使われる場面まで、広く安全性の確保に努めています。

原料評価



花王では、皮膚への刺激性やアレルギー性、変異原性など、10項目以上の安全性評価を行い、安全性が確認された原料だけを選択しています。

製品試験



直接肌に触れる商品では、商品の特性に応じて実使用試験や皮膚科医の指導のもとでパッチテストなどを実施し、実際に使われる場面での安全性も確認しています。

店頭カウンセリング



ビューティケア商品の一部では、店頭のビューティアドバイザーがお客様の肌の状態をチェックし、一人ひとりに合った商品をお勧めしています。

2 商品化段階

多角的な視点で商品の安全性を確認——「安全性検討会」

花王は、安全性が確認された商品だけを発売するために、「安全性検討会」という仕組みを設けています。

商品の安全性は、科学的な視点に加えて、社会科学的な観点からも十分に検討、確保しています。とくに新規性が高い商品は、消費者相談、品質保証など多くの担当部門が参加する「安全性検討会」において、課題について複数の視点による徹底的な議論を行い、必要に応じて見直しを実施します。見直しは、組成や容器だけでなく商品訴求、商品の使用方法や注意表示なども含まれます。

2 商品化段階

適正な表示を関係部門で確認——「承認回覧システム」

花王は、商品化の際に、パッケージや使用説明書の表示・表現を「安全性への配慮」「法的な適合性」「わかりやすさ」などの観点からチェックしています。また、これらのチェックを確実に実施するために、「承認回覧システム」を導入し、消費者相談、商標、薬事などを担当する部門が商品ごとにチェックしています。

開発段階から安全性を確保するよう働きかけています

安全性評価研究所
吉田 雪子

「安全性評価」は、商品の用途や使用方法、使用者といったさまざまな特徴を考慮しながら、商品と使用原料の安全性を科学的に確認する仕事です。的確に安全性評価をするだけでなく、商品開発の担当者と密にコミュニケーションをとり、安全性の視点を盛り込んだ商品開発を行うことで、安全な商品を提供していきたいと考えています。



Case Study 「強力カビハイター」の安全性確保

花王は、安心して使用いただける商品づくりに努めています。家庭のなかの清潔、衛生を保つための製品のなかには、間違った使用方法によっては事故につながる作用の強い成分を使わざるを得ないものもあります。そのひとつが風呂のしつこいカビ汚れを落とす「強力カビハイター」です。

1998年に商品を発売して以来、常にカビとり能力を高めると同時に、商品を安全に使っていただくために、容器や表示、店頭のリフレットやCMなどで正しい使用方法を紹介しています。

容器の工夫①

うっかり防止ロック

飛沫が飛び散らないノズルを採用するとともに、誤ってレバーが引かれないよう「うっかり防止ロック」を付けています。

容器の工夫②

目を引くシール

商品特長や正しい使い方についてのシールを貼って陳列しています。また、つけかえ用の商品では、「未開封確認シール」を貼付しています。



注意表示①

全面に大きく表示

家庭用品品質表示法をもとに「まぜるな危険」などの特別注意事項を大きく表示するとともに、使用前に「使用方法」や「注意」をしっかり読んでもらえるよう見やすい表示にしています。

容器の工夫③

専用のネジ設計

他の洗剤スプレーで使用できないよう、商品専用のネジを設計しています。

注意表示②

違う色の表示

万一目に入った時や誤って飲み込んだ時、皮膚についた時の応急処置については、色を変えて特別に目立つよう表示しています。



店頭での配慮

販売店に対しては、商品陳列の位置を目の高さより低い位置にして、万一の落下で飛散事故が起きないように要請しています。





3 生産段階

実際の製造設備を用いて生産品質を確認——「ゼロバッチ評価会」

花王は、商品の生産開始に先立って、実際の製造設備・製造条件・容器などを用いて量産試作する「ゼロバッチ」と呼ぶ試験を実施しています。試作した商品は、商品のライフサイクル全体を視野に、それぞれの担当部門が使用テスト、輸送テスト、保存テストなどを実施して性能や品質をチェックしています。その後、関連部門が集まる「ゼロバッチ評価会」を開催し、すべての品質基準をクリアしていることを確認した上で本生産をスタートします。

小さなサンプルも十分な 工程管理・品質検査を行っています

東京工場 プロダクション部門 包装グループ
小林 勝伊

私たち化粧品の生産に携わるメンバーの使命は、美しくなりたいというお客様のご期待にお応えし、気持ちまで前向きになっていただけるような商品を提供することです。安全性や品質の確保はその前提であり、小さなサンプルも十分な工程管理・品質検査を行っています。

また、ファンデーションや口紅に関しては、認定された技術者である“匠”による微妙な使用感の調整も行っています。これからも、お客様の期待を裏切らない“よきモノづくり”をめざしていきます。



3 生産段階

商品特性に応じた生産体制で設計品質を実現

生産段階では、設計品質を実現するために、原料受入から生産、輸送までのプロセスを徹底管理しています。とくに品質を大きく損ねる微生物汚染や異物混入には十分な対策を実施しています。

また、多品種の商品を生産するラインでは、原料の配合ミスを防ぐために、バーコードを使用した管理システムを構築し、正しい原料、容器を使用しない限り生産ラインが動かない仕組みとするなど、商品や生産ラインの特徴に合わせて最適な生産管理の手法を導入しています。



センサーや画像解析装置を用いて 高品質・高速生産を実現

大量・高速生産する商品では、センサーや画像解析装置を導入して、画像処理で品質と生産性の向上を図っています。高速で部材を組み立てる紙おむつなどの生産でも画像解析装置をフル活用しています。



官能検査を実施して 香り、味、色などの品質を検証

化粧品や食品などの商品では、分析装置による検査に加えて、経験を積んだ専門家による匂いや味の検査を行っています。分析装置でも検査できないような微妙な違いも評価できる体制を維持して品質を確保しています。

4 販売段階

幅広い対象者に継続的な安全・安心啓発活動を実施

商品の販売に際しては、「訴求対象者に」「正しい理解で」「正しく使ってもらう」ために、情報発信と啓発活動を計画的に実施し、お客様に安心感をもっていただくよう努めています。

商品によっては、「店頭活動」「広告活動」「学術活動」という3つのアプローチを通じて、お客様だけではなく、販売店の売り場担当者や、医師、薬剤師、栄養士など消費者に接する専門家までの幅広い対象者に、安全・安心に関わる情報発信・啓発活動を実施しています。



啓発活動

お客様に商品の正しい選び方や使い方、商品を安全に使うために役立つさまざまな生活情報をお届けしています。

幅広い生活者に向けて
情報提供を続け、
花王商品への信頼感を
高めていきたい

生活者コミュニケーションセンター
金谷 郁穂子

花王の商品の機能や安全性について、より多くの人に正確な情報を知ってもらうよう努めています。たとえば特定保健用食品（トクホ）の場合は、地域の食の専門家であり、また広く生活者にアドバイスする機会

のある栄養士の皆様を対象にした情報提供に力を注いでおり、市民向けの健康教室や勤務先・病院での食事指導などの活動をサポートしています。



店頭活動

販売スタッフ向けの講習会・勉強会では、商品知識や市場動向などを共有しています。



学術活動

医師など専門家に向けて、花王の研究部門における最新の研究成果を示す論文やレポートなどの提供や講演会を実施しています。

5 フォロー段階

「お客様の声」をさらなる安全・安心品質の向上に活用

日々、安全・安心なモノづくりを実現する上で大きな力となっているのが、商品発売後に消費者相談を通じて寄せられる年間10万件以上のお客様の「生の声」です。多数のお客様の声のなかには、商品開発や改良、販売後の情報提供などに活かすべき有益な提案が含まれています。花王では、独自の消費者の声データベース「花王エコシステム」を通じてこれら貴重な声を関連部門で共有し、商品改良や容器、表示、広告などの継続的な改善につなげています。



CSRマネジメント体制

コーポレートガバナンス
22

コンプライアンス
24

CSRの推進
26

リスクマネジメント
27

品質保証
28

化学物質マネジメント
30

RC(環境・安全)活動
31

効率がよく、健全で透明性の高い経営を実現するために
コーポレートガバナンスの強化、内部統制システムの整備に努めています。

花王は、企業価値を継続的に向上していくために、効率がよく、健全で透明性の高い経営を実現する経営体制および内部統制システムを整備することをコーポレートガバナンスの基本的な考え方としています。2008年4月から適用が始まる「内部統制報告制度(J-SOX)」に対しては、2006年度から「内部統制整備文書化推進プロジェクト」を推進。2008年度からは新たな仕組みをつくり、財務報告に係る内部統制システムの整備・運用の維持や改善を推進していきます。

継続的な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、監査役設置会社の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監督機能を強化しました。

2008年6月27日現在、花王の取締役は社外取締役2名を含む15名、執行役員は取締役兼務者13名を含む25名となっています。

コーポレートガバナンス体制

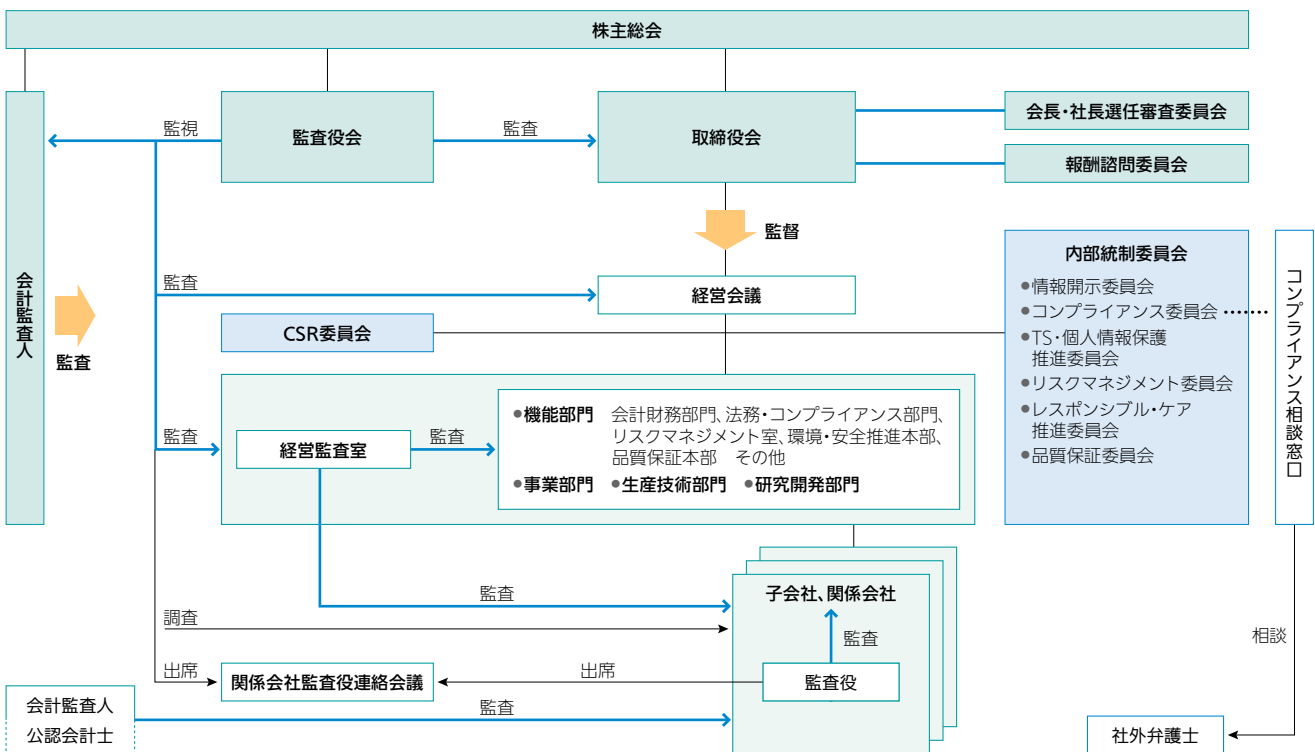
基本的な考え方と経営体制

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

取締役の選任・報酬・評価の仕組み

役員の選任・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、全社外取締役と全社外監査役で構成される会長・社長選任審査委員会を設置し、会長と社長の選任・再選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。社外取締役の選任にあたっては、経営者としての豊富な経験があり、花王に対し

ガバナンス体制



※ 当社は、企業経営および日常の業務に関して、弁護士などの複数の専門家から経営判断上の参考とするためのアドバイスを受ける体制をとっています。

て第三者的な立場で客観的な意見を述べられる方を重視しています。2名の社外取締役の取締役会への出席率は、2007年度は9割以上でした。

また、全代表取締役、取締役会会長および全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、取締役および執行役員の報酬制度やその水準について、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。

さらに、2年に一度、役員「多面評価」を実施しています。これは役員として備えるべきリーダーシップの内容を明示し、上司、同僚、部下の三方向からその成果を評価する制度で、評価結果は本人にフィードバックして改善点の気づきを促しています。

経営や事業活動への監視・牽制機能

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。

また、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。

2007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。2008年度は、準拠性監査や輸出監査に加え、内部統制の整備・運用状況を中心にした業務監査を実施する計画です。

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月に策定した「内部統制整備に関する基本方針」については、毎年レビューを行い、それに従った体制の整備を進めています。

※ TS Trade Secret (機密情報)

「内部統制報告制度」の適用に向けた準備を実施

財務報告の信頼性、経営の透明性をより向上させるために、また2008年4月から適用が始まった「内部統制報告制度(J-SOX)」に備えて、花王では、2006年度から「内部統制整備文書化推進プロジェクト」を推進してきました。

2006年度は、財務報告に関連する業務手続上のリスクとコントロールを明確にしながら、花王および主要な花王グループ会社の主な業務プロセスを、順次文書化しました。

2007年度は、花王および主要な花王グループ会社の文書化を引続き進めるとともに、内部統制の整備状況や運用状況を評価し、不十分な点について改善を行いました。また、たとえば花王ウェイや花王ビジネスコンダクトガイドラインのように、企業全体に広く影響を及ぼし、企業集団全体を対象とする全社的な内部統制についても、グループ会社の整備・運用状況の調査を実施し、不十分な点について改善を行いました。

2008年度は、4月1日から「内部統制整備文書化推進プロジェクト」に代わる新たな仕組みをつくり、財務報告に係る内部統制システムの整備・運用の維持や改善を推進していきます。

「花王ウェイ」に則した各種のガイドラインを定めて
国内はもとより海外グループ会社への浸透・定着に注力しています。

花王は、「花王ウェイ」に「正道を歩む」を掲げ、法と倫理に則って行動し、誠実な事業活動を行うことを明文化するとともに、行動指針「花王ビジネスコンダクトガイドライン(花王BCG)」を制定しています。これら企業倫理を全社に浸透・定着させていくために、コンプライアンス委員会の設置やeラーニングによる教育のほか、特定業務に関する国内法令を把握する「法令エキスパート」を、社員の日常の相談窓口としています。さらに、コンプライアンス違反に関する相談・通報窓口を海外の関係会社を含めて設置するとともに、一部の海外子会社ではアウトソーシングサービスを利用した相談窓口も併設しています。個人情報保護法への対応については「情報セキュリティポリシー」をはじめ各種のガイドラインを制定。加えて、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を設置しています。

コンプライアンス推進体制

基本的な考え方

——「花王ビジネスコンダクトガイドライン」

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」のなかに定めた「基本となる価値観」のひとつに「正道を歩む」を掲げ、法と倫理に則って行動し、誠実で

花王ビジネスコンダクトガイドライン(要旨)

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・誠実にを行う
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

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、2003年4月「花王ビジネスコンダクトガイドライン(花王BCG)」を制定しました。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おり、以後も社会情勢の変化などを受けて定期的に内容を見直しており、2008年に一部改定を予定しています。

なお、2007年秋には、これまで花王BCGを適用していなかった一部の関係会社においても、花王BCGを導入し、説明会を実施しました。花王は今後もグループの行動指針として花王BCGの浸透を図っていきます。

コンプライアンス推進活動を継続的に実施

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、花王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。

なお、2007年度の花王グループの活動において、重大な法令違反はありませんでした。

コンプライアンスの強化

コンプライアンス相談・通報窓口を海外法人に設置

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、内部統制システムの構築の一環として、海外の関係会社においても社内における相談・通報窓口を設置しており、2007年中にほとんどの海外関係会社で設置が完了しました。なお、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、是正すべき事柄について改善を図っています。2007年度は、平均して月約19件の相談がありましたが、重大な法令違反はありませんでした。

国内外の花王グループで「独禁法セミナー」を開催

近年、世界各国では、競争重視、カルテル規制、消費者保護などに関わる法令規則などを厳格に運用し、違反者に対しては高額なペナルティなどの制裁を課す例が増加しています。企業は、各国・地域の法律などのルールをよく理解し、細心の注意を払ってカルテルや再販売価格維持などの違反行為を回避し、健全な活動を行う必要があります。

花王グループでは、2007年の6月と7月にスペインとドイツで、9月に日本で、11月には米国で、グループ会社の役員、社員を対象とした「独禁法セミナー」を開催しました。



「独禁法セミナー」(スペイン)

情報セキュリティ、個人情報の保護

機密情報、個人情報の管理を徹底

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、委員や責任者、担当者への教育、啓発を継続的に行っています。

しかしながら、2008年2月には、ウイルス感染していた個人所有のパソコンに、社員が社内規定に違反して業務関連情報を保管していたために情報が社外に漏えいするという事故が発生。緊急対応として、全社員に対して注意喚起をしました。

個人情報保護に関しては、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に則り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。

今後は、アジアを中心とする海外の一部関係会社で進めているTSや個人情報保護の推進体制の構築を、ほかのグループ会社にも展開していく計画です。

「コンプライアンス」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/compliance/>

コンプライアンス推進体制

- 基本的な考え方——「花王ビジネスコンダクトガイドライン」
- コンプライアンス推進活動を継続的に実施

コンプライアンスの強化

- コンプライアンス相談・通報窓口を海外法人に設置
- 「法令エキスパート制度」を運用 **Web**
- 公正取引に関するコンプライアンスをチェック **Web**
- 外部の「ヘルプラインサービス」を活用 **Web**
- コンプライアンス監査とモニタリング **Web**
- ネット学習の実施 **Web**
- 国内外の花王グループで「独禁法セミナー」を開催

知的財産権に関する取り組み

- 他社の権利を侵害しない仕組みを構築 **Web**

情報セキュリティ、個人情報の保護

- 機密情報、個人情報の管理を徹底
- 自主パトロールの実施 **Web**
- 「第14回TS・個人情報研究会」を開催 **Web**

事業のグローバル化に合わせて“グループで”“グローバルに”CSRを推進していく体制づくりを進めています。

花王は、CSR活動をグループとして推進していくために、国連のグローバル・コンパクトへの参加を表明するとともに、全社の活動を統括する仕組みを構築しています。各グループ会社は、それぞれ特徴を活かしながら活動に取り組んでおり、2007年度は、花王カスタマーマーケティングがCSR研修を開始したほか、カネボウ化粧品ではテーマ別のグループを結成し、課題や目標を検討しました。

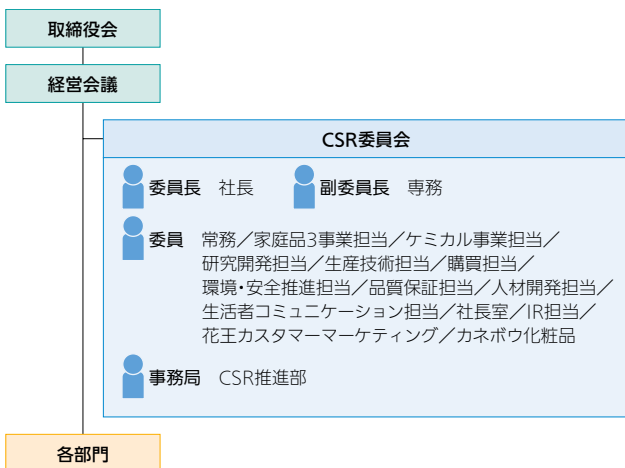
CSR推進体制

CSR活動を継続的に推進

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推進部」「CSR委員会」を設置しています。CSR推進部では、花王グループのCSR活動の方向性を立案するとともに社内外へのCSR情報の開示やコミュニケーション活動を推進しています。また、各部門を代表するCSR委員が集まり、隔月で開催しているCSR委員会を運営しており、部門ごとの課題を共有、全社的な解決に努めています。一方、各部門では、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、花王は、国際社会のなかで社会的責任を果た

CSR推進体制(2008年3月31日現在)



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



GCマーク

継続しており、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。2007年度の調査では、児童労働など問題になる事例は報告されていません。

全員参加型のCSR活動

社内でのCSR啓発を推進

CSRを果たしていくためには、全社員がCSRを意識し、活動を推進していくことが不可欠です。こうした考えをもとに、CSRの理解・浸透を目的とした社員向け説明会を開催してきました。また、2007年度からは、これらのエッセンスを社員の入社時や昇格時などの研修に取り入れるほか、各部門や関係会社の定例会議などでも方針説明するようにしました。

花王カスタマーマーケティングでは2008年2月、社会のサステナビリティを社員一人ひとりが考えていけるよう、CSR研修を実施しました。研修では、自社のCSR活動の特徴やステークホルダーとのコミュニケーションのあり方を討議しました。また、カネボウ化粧品では、2007年7月、CSR推進検討プロジェクトを発足。ここで議論された内容に基づき、課題を再整理してカネボウ化粧品らしいCSR活動の方向性を検討しました。

「CSRの推進」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/promotion/>

CSR推進体制

- CSR活動を継続的に推進

全員参加型のCSR活動

- 社内でのCSR啓発を推進
- CSRレポートの配布とアンケートの実施 **Web**

リスクマネジメント

「リスクマネジメントポリシー」を基本に大規模災害発生時の事業継続プラン策定などに取り組んでいます。

花王は、「リスクマネジメントポリシー」に基づき、優先順位をつけてリスク管理に取り組んでいます。近年は、「事業継続計画（BCP）の策定」に関する体制整備に注力しています。経営戦略にかかわるリスクは、関連部門や必要に応じて経営会議や取締役会が審議・決定しています。「事故・災害リスク」や「商品リスク」「情報システムリスク」など業務運営上のリスクは、各部門でリスクマネジメント推進責任者を定めて管理しています。これらの体制・活動は「リスクマネジメント室」と関連部門が中心となり、「リスクマネジメント委員会」「リスクマネジメント推進連絡会」や「海外リスク管理ミーティング」の開催などを通じて強化しています。

リスク管理体制

基本的な考え方

——「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分析し、リスクの影響の把握やその発生頻度の低減など、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。

こうした認識のもとに、花王は、「リスクマネジメントポリシー」に基づき、①人命尊重、②環境保護、③操業維持、④資産保全など、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。

リスク管理の強化

主要リスクの調査・定量化を推進

花王は、「全社リスクマネジメント活動の推進」をテーマに、毎年、リスクマップを用いて各部門における主要リスクの調査・定量化を推進し、部門ごとに対策を立案しています。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。

リスクマネジメントに関する事例や情報の共有

リスクマネジメント推進連絡会では、各部門の推進責任者に、リスクマネジメント推進のモデル事例紹介や外部講師によるセミナーなどを実施しています。

2007年度のリスクマネジメント推進連絡会では、以下のテーマについて、事例の検証や情報共有化を図りました。

- 国内発生リスク事例の検証
- 部門の重要リスクの定量化事例の報告
- 全社リスクマネジメントとリスクオーナー（外部講師による講演）
- 感染症対応マニュアルの策定
- 部門リスク対応事例の報告
- 2007年度部門リスク調査結果のまとめ

大規模地震を想定した訓練

大規模地震などの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、休日や夜間での発生に備えて「安否確認システム」を導入。帰宅困難者に対しては、食料や毛布を用意して数日間、会社に留まれるようにしています。これらの対応策や具体的な手順については、災害発生時の対応マニュアルやBCPに明記しています。

2007年度は、大規模地震を想定し、初動通報訓練と避難訓練、安否確認システム入力訓練、生産技術部門・ロジスティクス部門・購買部門の通報訓練などを実施しました。

「リスクマネジメント」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/risk/>

リスク管理体制

- 基本的な考え方——「リスクマネジメントポリシー」
- 全社横断的なリスク管理体制を構築 **Web**
- リスクマネジメントのPDCAサイクルを推進 **Web**

リスク管理の強化

- 主要リスクの調査・定量化を推進
- リスクマネジメントに関する事例や情報の共有
- 重大リスク発生時の対応を強化 **Web**
- 大規模地震を想定した訓練

海外でのリスクマネジメント活動

- 海外子会社のリスクマネジメント体制を整備 **Web**

多くの人々に毎日使っていただく家庭用商品・化粧品メーカーとしての自覚をもとに開発から生産、流通・販売までの各段階で厳しい基準・ルールを定めています。

花王は、「品質を評価するのは消費者・顧客である」という消費者起点の考えを基本とする「品質保証活動の基本方針」を定め、品質保証本部が、品質保証体制を統括しています。また、研究、商品開発、生産、流通、販売に至る各段階で厳しい基準を定めて商品サイクル全体を通じた品質保証活動を推進しています。食品の品質保証に関しては、トレーサビリティシステムを構築。2007年度は食品原料データを化学物質総合管理システム(▶P.30)に組み込み、商品化段階から活用できるようにしました。一方、万一の重大事故の際にお客様の安全を確保し、原因究明と再発防止を徹底するために、緊急・重大事故対応体制を構築しています。

品質保証体制

基本的な考え方

——「消費者起点」「現場主義」を基本方針に

花王は、化学品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企業に届けています。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・顧客である」という消費者起点、現場主義の考えを基本に据えた「品質保証活動の基本方針」(▶P.16)を定めています。

全社横断的な仕組みで品質活動を推進

花王は、内部統制委員会を構成する「品質保証委員会」が全社的な品質保証体制の信頼性と有効性を確認しています。品質保証委員会は、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、品質にかかわる全社的な重要方針・施策を決定します。

品質保証委員会の方針を受けて、4つの事業ユニットごとに、「品質保証会議」を開催しており、事業ユニット別に品質保証方針や品質課題、活動の進捗などを確認しています。

さらに、毎月の活動として各ユニットごとに「品質向上検討会」を開催し、新製品や改良品の品質確認や発売後の品質向上について議論し、実行しています。

なお、どの会議にも事業ユニットとコーポレート部門が参加し、事業・コーポレートの双方の視点から議論するマトリックス運営を推進しています。

品質保証本部は、これらの品質活動全体の推進と統括をしています。

全社的な安全管理体制

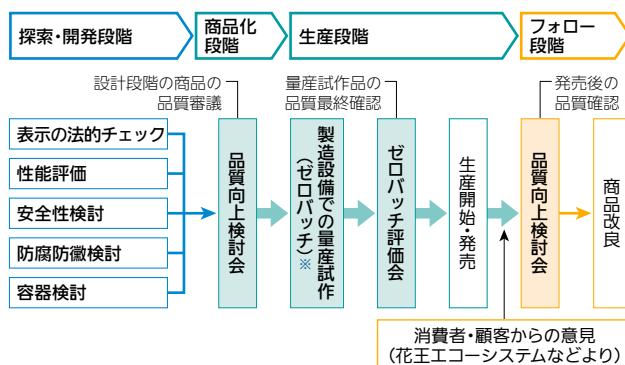
独自の安全性基準を定めて

2007年に改正消費生活用製品安全法が施行され、消費者の事故に対する製造者の責任に社会的な注目が集まっています。こうしたなか、花王では、安全性評価の基本的な考え方に従い、常に安全性を重視して品質の高い商品の開発と提供を“よきモノづくり”の基本としています。具体的には、独自の安全性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などについても評価・検討を行っています。また、万一の事故の際は、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する全社安全管理体制を構築しています。

重大事故に対する緊急対応体制を構築

花王は、日々“よきモノづくり”に努めていますが、予期せぬ事故やトラブル、事件性のある品質問題などが発生する可能性があります。そうした事態に備えて、消費者、外部機関・団体、流通からの情報を生活者コミュニケー

品質保証フロー



ションセンターが収集し、消費者視点で緊急性・重大性のある品質トラブルは品質保証本部に緊急連絡する仕組みを構築しています。また、品質保証本部では危害性と拡大性を迅速に判断し、緊急・重大品質トラブルとして経営トップ、関連部門に連絡し、メーカーとしての社会的責任と品質責任、説明責任を明確かつ迅速に果たせるよう社内関連部門だけでなく、行政や関連機関、流通との連携も含めた体制の確立に努めています。なお、2008年4月の「ヘルシア緑茶」への異物混入（下記参照）の際にもこうした体制が機能しました。

茶系飲料「ヘルシア緑茶」への異物混入に関する対応

2008年3月31日、東京都内のスーパーで茶系飲料「ヘルシア緑茶」(350ml・ペットボトル)を購入し、飲用しようとしたお客様から、風味に違和感があるとお申し出がありました。すぐに当該商品を回収、分析した結果、異物(除草剤成分・グリホサート)の混入を確認、異物が意図的に混入された可能性が示唆されました。花王はすぐに緊急・重大品質トラブル対応体制に従って緊急会議を開き、安全確保措置を実施しました。

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、社内だけではなく、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。たとえば、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

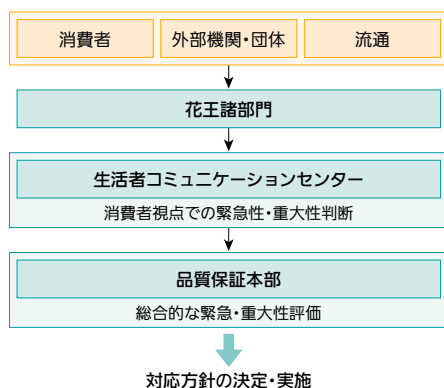
花王の食品はすべて国内で加工生産していますが、使用するすべての原料について、商品のロット番号から栽培・採取国までさかのぼり、法規への適合性はもちろん、使用原料の基原原料まで追跡できるトレーサビリティシステムを構築しています。2007年度は食品原料データを化学物質総合管理システムに組み込み、商品化段階から活用できるようにしました。また、原料供給元に対する定期的な監査や会議などを通じて契約内容や管理体制を確認しています。(▶P.30「化学物質マネジメント」参照)

食品における品質保証

2つの観点から品質管理を徹底

花王は、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・飲料などを提供する「ヘルスケア食品事業」を展開しています。これら食品

緊急・重大品質トラブルへの対応体制



「品質保証」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/quality/>

品質保証体制

- 基本的な考え方——「消費者起点」「現場主義」を基本方針に
- 経営品質の向上を視野に **Web**
- 全社横断的な仕組みで品質活動を推進
- 企業活動全体で「品質」を追求 **Web**

全社的な安全管理体制

- 独自の安全性基準を定めて
- スプレー商品の廃棄方法を周知 **Web**
- 動物実験代替法の開発、確立 **Web**
- 重大事故に対する緊急対応体制を構築
- 茶系飲料「ヘルシア緑茶」への異物混入に関する対応
- サプリメントを自主回収 **Web**

食品における品質保証

- 2つの観点から品質管理を徹底
- 賞味期限管理を徹底 **Web**
- 食品原料のトレーサビリティ、監査

1万種以上の原材料を使った、数千点にのぼる商品の安全・安心を確保するために、製品ごとに成分をデータベース化、全部門で活用しています。

花王では、製品の安全・安心を確保するために、個々の原料の成分をデータベース化した「化学物質総合管理システム」を運用しています。2007年度は、食品の原料情報管理を強化し、フードチェーンにおける食の安全・安心の確保に注力しました。また、化学物質安全性評価の世界的な枠組みに積極的に参加しています。

化学物質総合管理システム

原料の品質や安全性を製品ごとにデータベース化

花王では、製品の安全・安心を確保するために、2001年から、個々の原料・製品に「マスター・インデックス (Master Index) ※1」と呼ぶグループ共通コードをつけた「化学物質総合管理システム」を活用しています。製品を原料や成分に分解して登録し、製品ごとにどのような品質、安全性、防腐性、法規情報などをもった原料が使われているかを瞬時に確認することができるため、万一原料に問題が発生した場合でも、影響範囲を即座に特定することができます。また、研究開発部門では、商品設計の段階から、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つかれるかを確認しています。さらに、薬事法やJAS法、食品衛生法などで規制される製品では煩雑な成分表示が自動作成されるため、表示作成の容易化やミスの防止に不可欠なツールとなっています。

2006年11月からは、国内外の法規制の改正などに対応していくため、システムの機能をGHS※2対応へと

拡充し、化学品分類・表示の国際調和に対応したMSDS作成・管理システムの運用を開始しました。これにより、2006年12月施行の改正労働安全衛生法でのGHSラベル・MSDS要件をクリアしています。

2007年度は、食品の原産地、アレルギー物質、食品添加物、遺伝子組み換えなどの情報の管理を強化し、フードチェーンにおける食の安全・安心の確保に貢献する「フード・インデックス (Food Index)」を導入しました。

今後も研究開発のスピードアップやグローバル法規制の動き (RoHS指令※3、REACH規制※4など) への対応力を強化するために、化学物質総合管理システムの進化を図っていきます。

※1 マスター・インデックス

家庭品製品 (M1)、化学品配合製品 (M2)、原料 (M3)、成分 (M4) の4つの階層で構成されている。

※2 GHS

「化学品の分類及び表示に関する世界調和システム」。

※3 RoHS指令

EUの「電子・電気機器への特定有害物質含有の使用制限に関する指令」。2006年7月1日施行。

※4 REACH規制

EUの「化学物質の登録、評価、認可及び制限に関する規則」。2007年6月1日施行。

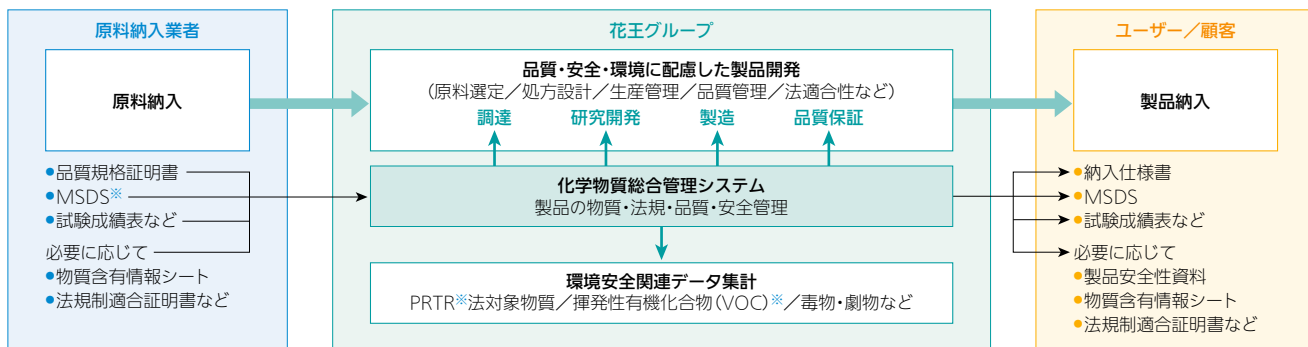
「化学物質マネジメント」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/system/>

化学物質総合管理システム

- 原料の品質や安全性を製品ごとにデータベース化
- 国内外の化学物質安全性に関するプログラムに参加 **Web**

花王の化学物質総合管理の概要



※ MSDS/PRTR/VOC ▶ P.51

RC(環境・安全)活動

定期的な委員会の開催や監査、教育活動などでPDCAサイクルを確立。着実に活動の質を高めています。

花王は、化学産業界の環境・安全に関する自主管理活動「レスポンシブル・ケア(RC)活動」を推進しています。「RC推進委員会」を定期的に開催して各部門の活動をマネジメントしているほか、内部監査の結果をもとに次年度の活動目標を審議しています。2007年度は、推進組織を拡大し、国内花王グループとしてのRC活動を開始しました。また、これら活動の基盤となる環境負荷データや労働災害・事故に関する実績データを統合した「環知安システム」※を構築し、環境負荷や労働災害の低減に活かしています。

RCマネジメント体制

基本的な考え方——化学産業界の一員として

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「レスポンシブル・ケア(RC)活動」の考え方に則った活動を推進しています。

活動にあたっては、RC活動の基本5項目※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」

「RC推進委員会」「RC推進計画検討会」を毎年開催

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、内部統制委員会を構成する委員会のひとつで、活動理念の徹底やマネジメント体制の強化に取り組むほか、毎年11月に行う内部監査の結果をもとに、次年度の活動目標を審議しています。また、毎年3月



RC推進計画検討会

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ています。

各部門では、これらの会議で審議された内容をもとに、活動の改善・レベルアップを図っています。

RC活動推進部門の体制を強化

2007年度から、花王グループのRC推進部門を従来の8部門から10部門とし、それぞれの部門内に活動ユニットを定め、RC活動を推進することとしました。

RC活動の基本5項目の活動要旨

●環境保全

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」「環境・労働安全データベース(環知安システム)」などがあります。

●保安防災保全

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。

●労働安全衛生保全

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。とくに工場では、労働安全衛生マネジメントシステム「OSHMS」に基づ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・製品安全保全

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(▶P.30)」などの規程や仕組みを整備しています。

●物流安全保全

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イエローカード(▶P.51)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。

※ 環知安システム

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)、毒物・劇物についての最新情報も自動集計されます。また、花王グループで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、ばい煙排出量、排水量、排水濃度測定結果、土壌・地下水測定結果、PRTR法対象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。

環境・労働安全データベースを活用

花王では、環境と安全に関する実績データを全社で共有し、PRTR法対象物質や揮発性有機化合物(VOC)の削減、および労働災害や事故の発生数の低減に活かしていくために、「化学物質総合管理システム」「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、花王グループ全体での環境負荷データや労働災害・事故報告を蓄積することができ、温室効果ガスの排出量や労働災害の発生度数率などを自動算出できます。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。

RC活動の監査、教育

自主監査、内部監査を実施

毎年11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。

2007年度は、10月に各推進部門が活動ユニットに対して自主監査を実施し、11月にはRC事務局が各推進部

門に対して内部監査を実施しました。その結果、重大な指摘事項はありませんでした。

継続的な教育を実施

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、2007年度はRC事務局として各部門の社員のべ397名に花王グループにおけるRC活動状況の教育を実施しました。

RC内部監査結果(2007年度)

※ 集計範囲は国内花王グループ

	生産技術部門	研究部門	事業部門	コーポレート部門	関係会社
設問数	44	32	57	58	109
継続観察が必要な項目	7	3	7	8	22
評価平均点(5段階評価)	4.7	4.9	4.9	4.8	4.5

教育実績(2007年度)

※ 集計範囲は国内花王グループ

	生産技術部門	研究部門	事業部門	コーポレート部門	関係会社	計
開催回数(回)	1	1	8	5	14	29
人数(名)	4	10	110	70	203	397

RC活動の年間サイクル



「RC(環境・安全)活動」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/rc/>

RCマネジメント体制

- 基本的な考え方——化学産業界の一員として
- 環境・安全の基本理念と基本方針 **Web**
- 「RC推進委員会」「RC推進計画検討会」を毎年開催
- RC活動推進部門の体制を強化
- RC活動の基本5項目の活動要旨
- 環境・労働安全データベースを活用

RC活動の監査、教育

- 自主監査、内部監査を実施
- 継続的な教育を実施

ステークホルダーへの責任

お客様への責任(消費者)
34

お客様への責任(法人顧客)
36

社員への責任
37

サプライヤーへの責任
40

株主・投資家への責任
41

地域社会のために
42

消費者の声を原点に、双方向のコミュニケーションを深めていくことで“よきモノづくり”に努めています。

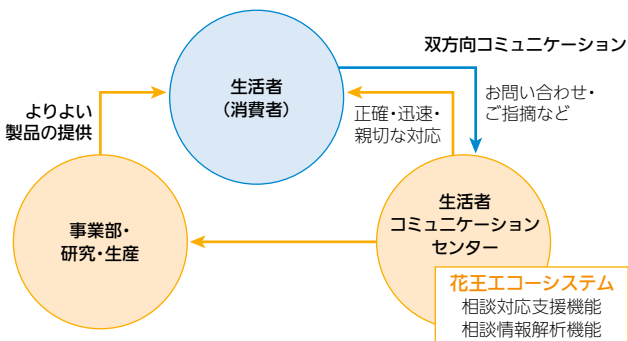
花王は、消費者の声に耳を傾け、その声を“よきモノづくり”に活かす全社的な仕組みを構築しています。相談窓口や消費者意識調査を通して得られたご意見やご要望は、関連部門と共有。商品の改良や新商品開発、広告表現などに活かしています。また、Webサイトやセミナーなどを通じてさまざまな情報を発信しているほか、栄養士などの専門家や消費者団体、行政機関を対象としたイベントなどにも参加しています。2007年度は、Webサイトで中国産原料・製品の安全性問題についてお伝えしたほか、お問い合わせの多い項目を「製品Q&A」としてまとめました。さらに、海外での消費者対応を推進していくために、イントラネットを通じてアジア各国の担当者間の情報共有を開始しました。

消費者の声を“よきモノづくり”に活かす仕組み

企業使命の実現をめざして

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独自の情報システム「花王エコシステム」などを活用して全社で共有し、商品の改良や新しい商品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を構築しています。

消費者の声を商品に活かす仕組み



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活かしています。また、商品の性能だけでなく、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を反映しています。

2007年度に寄せられた相談件数は、約13万3千件(前年比100%)でした。

TOPICS

消費者の声が起点の商品改善事例

- 「強力カビハイター」「キッチン泡ハイター」のつけかえ用に未開封確認シールを貼付

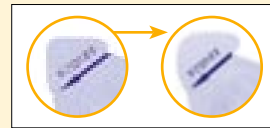
「まぜるな危険」と大きく注意表示されているように、塩素系の漂白剤や洗浄剤に異物が混入すると、ガスが発生して事故につながるおそれがあります。店頭でのいたづらを防ぐために、スプレー式の「強力カビハイター」や「キッチン泡ハイター」にはシールを貼っていますが、2008年2月、つけかえ用のキャップにも「未開封確認シール」を貼付。キャップを開けるとシールが破れるため、開封された製品であることがわかります。



「未開封確認シール」

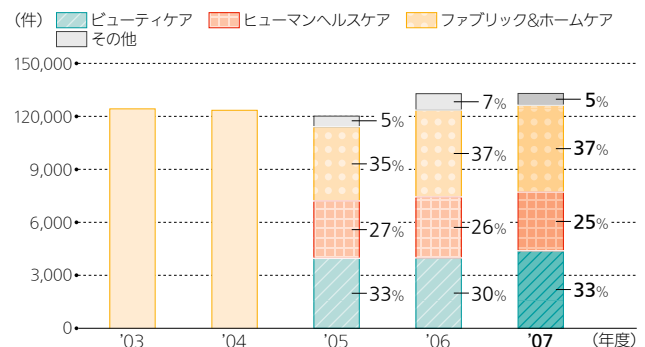
- 「ビオレu」つめかえ用の注ぎ口改良

「入浴中につめかえる時、注ぎ口が切りにくい」というお申し出があったため、2007年3月から、注ぎ口のつまみ部分の大きさや形を改良して、濡れた手でも切り取りやすいようにしました。



注ぎ口のつまみ部分を改良

消費者相談件数(花王+ニベア花王)



適切な情報発信

生活者の視点に立った情報発信や啓発活動を推進

商品の正しい使い方や、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、さまざまな角度から情報のニーズをとらえて、適切な方法で情報を発信しています。

2007年度は、「商品の安全・安心」に注目が集まったため、Webサイトでは、消費者の不安を解消し、安全を守るための情報発信に努めました。中国産原料・製品の安全性問題が報道された際には、速やかに花王製品が安全であることをお伝えしました。また、冬季に増えるエアゾール製品の引火事故やノロウイルスによる食中毒に備えて、予防情報などもタイムリーに掲載しています。これらに加えて、お問い合わせの多い相談への回答集と商品情報や安全性情報をまとめた新しいWebサイト「製品Q&A」も公開しました。

さらに、2007年は、行政や学校、企業などからの要望に応じて、注目されている「食育」や「メタボリックシンド



食育・健康セミナー

ローム」に関するセミナーを実施するとともに、洗濯・掃除などの家事講座、子ども向け手洗い講習など啓発活動の幅を広げました。

Web 製品Q&A
<http://www3.kao.co.jp/qa/>

消費者団体などとのパートナーシップ

消費者団体や行政機関との意見交換を積極的に実施

生活者コミュニケーションセンターは、消費者団体との意見交換会や行政機関の事業にも積極的に参加しています。

2007年4月には、東京都地域婦人団体連盟との意見交換会を実施したほか、7月には日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会および東京都消費者月間実行委員会と、2008年2月には全国消費生活相談協会と意見交換会を行いました。会では、花王のCSRや環境保全、製品の安全性についての考え方、具体的な取り組みを説明し、活発なディスカッションを行いました。

また、2007年10月には、東京都と消費者団体の協働事業である「くらしフェスタ東京」に参加し、食品に関する品質への取り組みの紹介や、界面活性剤が汚れを落とすメカニズムを紹介する「実験講座」などを行いました。



「2007年くらしフェスタ東京」

「お客様への責任(消費者)」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/consumer/>

消費者の声を“よきモノづくり”に活かす仕組み

- 企業使命の実現をめざして
- “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」 **Web**
- 消費者の声を商品にフィードバック
- 「強力カビハイター」「キッチン泡ハイター」のつけかえ用に未開封確認シールを貼付
- 「ビオレu」つけかえ用の注ぎ口改良
- 「ブローネ ヘアマニキュア」の注意表示強化 **Web**

消費者意識の調査

- 消費者意識の動向や満足度を把握 **Web**

適切な情報発信

- 生活者の視点に立った情報発信や啓発活動を推進
- 視覚障がい者向けの「おそうじ講座」を開催 **Web**

海外グループ会社の消費者対応

- “よきモノづくり”をグローバルに推進 **Web**

消費者団体などとのパートナーシップ

- 消費者団体や行政機関との意見交換を積極的に実施

さまざまな法人顧客の皆様とともに、日々の活動を通じた強固なパートナーシップを築いています。

家庭用品や化粧品の販売店、化学製品や業務品の代理店、顧客企業は花王の大切なビジネスパートナーです。花王は、これら法人顧客により良い製品を提供するとともに、密接な情報交換を行うことで強固なパートナーシップを結び、相互の繁栄をめざしています。

販売店との連携

販売店との情報交換を推進

販売店との連携強化は、花王カスタマーマーケティングが、店頭活動支援を行う花王マーチャンダイジングサービスと協働して担っています。ここでは、単に花王商品を提供するだけでなく、販売店との情報交換を通して販売店の繁栄に貢献するとともに、花王の商品開発や活動改善へつなげることをめざしています。その一環として、直接消費者と接する販売店の売場担当の方々を対象に、商品の特長・性能や使い方、市場の動向などを説明するセミナーや勉強会を実施しています。2007年度は、約1,500回実施しました。

また、販売現場の情報を花王の事業活動の改善につなげるために、店頭や消費の現場から発想した「商品アイデア募集」を実施しています。2007年には、4,142名から7,617件の応募がありました。

化学品顧客との連携

密接な情報交換を通じて市場の変化に迅速に対応

ケミカル事業は、花王のコア事業のひとつで、世界の幅広

い業界のお客様に化学品(中間原料)を提供しています。

この事業では、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も、顧客企業との密接な情報交換が不可欠です。

2007年度は、化学物質の危険有害性を国際的な枠組みのもとで管理するGHSにおける、アジア関係会社での



代理店様GHS研修会

対応を開始しました。また、EUの環境対策の柱のひとつであるREACH(欧州化学物質規制)対応についても、KCE(欧州花王化学)と協働で取り組んでいます。

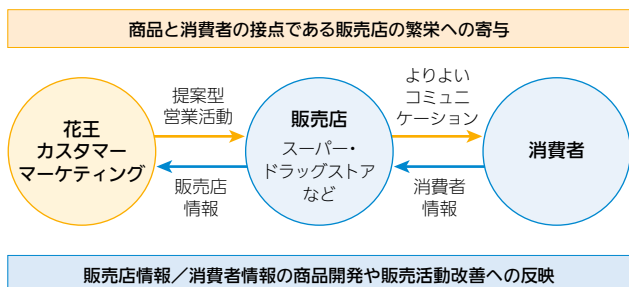
業務品顧客との連携

顧客の衛生・安全・環境管理をサポート

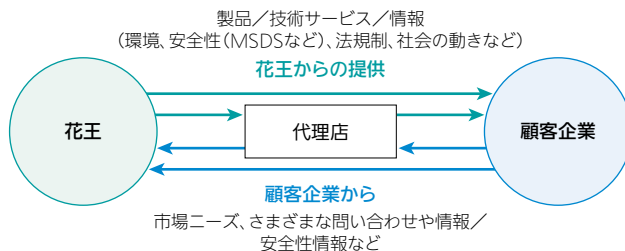
花王プロフェッショナル・サービスは、外食産業や食品加工業界、病院、クリーニング業界など高度な洗浄と衛生管理を必要とする企業や施設を対象に、洗浄剤など商品の提供だけでなく、商品が使用される個々の現場に合わせた業務の衛生・安全・環境管理などについて改善提案、成果の検証、マニュアル化といった一連のソリューションを提供しています。

2007年度は、大手外食企業と新たな衛生管理の仕組みを共同開発するとともに、24時間営業の店舗や、経験の少ないパート社員・アルバイト社員の増加など顧客企業の労働環境の変化に対応するために、24時間365日受付の「花王カスタマーサポートセンター」および「緊急医療相談窓口」を設置しました。

花王カスタマーマーケティングと販売店の協働体制



ケミカル・業務品の販売形態



社員意識調査を起点に、誰もが安心して力を発揮できる教育体系、人事制度・職場環境づくりを進めています。

社員一人ひとりの限りない叡智を結集し、新しい発想で組織を運営することで、個々の力が統合されてより大きな力になります。個人の目標達成への努力が、組織の目標達成の努力となるような環境と風土を整備すること、それが花王の人材開発の基本です。花王は、社員それぞれが能力と個性を最大限に発揮して個の成果を追求することが、組織としての成果に結びつき、企業の総合力となることをめざしています。こうした考え方に則って、社員意識調査「Find」を起点に、各種人事制度や職場環境の整備、風土づくりを進めています。

社員意識調査「Find」

社員の声を各種人事制度や職場環境の整備に反映

「Find」は、花王の組織風土の強みを伸ばし、課題を見つけて改善していくために実施する調査で、“組織の健康診断調査”と位置づけており、2001年度から2年ごとに実施しています。そして、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よう、各部門でアクションプランを作成し、実行しています。

2007年7月に実施した調査では、国内グループ会社の全社員に加えて、海外グループ会社の管理職層にも対象を広げました。調査結果から、花王グループの強みとして「顧客志向」「明確な目標設定と方向性の一致」「高い目標に挑む風土」「コンプライアンスの徹底」などが挙げられ、今後の課題としては「コミュニケーション(部門間、部門内)」「ワーク・ライフ・バランス」などの改善が挙げられました。2008年度は、これらの課題を全社で共有し、改善のためのアクションプランを実施していきます。

人材開発・育成

社員の自主性を尊重したコースを設置

人材開発の方針に基づく「人材開発トレーニング・ポリシー」に従って、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実施しています。プログラムの開発にあたっては、事前にビジネス・ニーズのアセスメントやインタビュー、アンケート調査などを行い、職域や役割にふさ

わしい内容とするほか、自主性を尊重したコースを設けるなど、社員が自らの意思で学べるよう工夫しています。

アジアビジネスを担うリーダー研修の実施

アジア市場での成長を加速させるビジネスリーダーの育成をめざして、2007年度から「アジア・リーダーシップ研修」を開始しました。研修は、「花王ウェイ」に連動した目標や価値観の共有や、リーダーとしての具体的なノウハウを学ぶことを目的としており、第一期生としてアジア8カ国から24名が参加し、9ヵ月のプログラムを受講しました。

多様性の推進と個人の尊重

あらゆる差別を排除

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、身体的障がいなどを理由とする差別を排除するとともに、社員一人ひとりの尊厳と価値を尊重した「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。

イコール・パートナーシップを推進

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「イコール・パートナーシップ(EPS)推進活動」に取り組んでいます。

活動のねらいや取り組みを理解し、日々の活動に活かしていくために、2007年度も継続して新入社員や新任マネージャーを対象とした5つの研修プログラムをのべ10回実施しました。

さらに、2008年2月には「イコール・パートナーシップ推進ネットワーク」を発足しました。これは、イコール・パートナーシップ推進に関する基本の徹底を目的としており、各地区、各関係会社から選出した担当者がメンバーとなり、年2回会議を行っていきます。2008年度のテーマは「ハラスメント防止」と「ワーク・ライフ・バランスの推進」です。

女性の活躍支援

社員が男女の差なく、もてる能力を發揮していくことを基本として、積極的に女性の活躍機会を広げるように努めています。

採用、昇格・登用、育成などについて、人事関係会議で議論する場合は、必ず女性比率を確認しています。

こうした活動の結果、2007年度の女性管理職の割合は花王(株)は7.7%(女性社員比率17.5%)となり、前年度比1.0%増加しました。なお、花王グループ全体での女性管理職比率は19.9%(女性社員比率51.0%)、欧米関係会社での女性管理職比率は49.2%(女性社員比率44.8%)になっています。

男性社員の育児参加を促進

花王は1980年代から、社員の仕事と家庭生活の両立(ワーク・ライフ・バランス)を支援してきました。2006年度には、男性社員の育児参加を促進する目的で、育児休職の開始から5日間を有給とする制度を導入しまし



次世代法に基づく「認定事業主」の認定マーク

た。利用者からは、「家族から感謝され、責任を自覚した」などの声があり、「ぜひほかの人にも取得を勧めたい」という感想が多数寄せられています。

社員関連データ

		2005年度	2006年度	2007年度
正社員(名)	女性	3,022	9,123	11,479
	男性	8,289	9,744	9,884
契約社員等(名)	女性	2,194	6,161	4,011
	男性	90	148	145
採用者(正社員+契約社員等)(名)	女性	798	2,199	1,403
	男性	168	307	345
育児休職取得者(名)	女性	142	355	500
	男性	1	32	66
女性管理職比率(%)	※データ範囲は花王(株)	6	6.7	7.7
障がい者雇用率(%)	※データ範囲は花王(株)6月1日時点	1.89	2.13	2.25

※ 集計範囲は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年度以降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。

なお、2007年度国内花王グループ全体の育児休職取得者数は、女性500名(前年比141%)、男性66名(前年比206%)と、ともに増加しました。

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」ことを目標に、2005年度から健康づくりのための活動「KAO健康2010」を推進しています。具体的には、社員の健康診断結果や問診結果に基づいて、病気の早期発見、早期治療推奨にとどまらず、生活習慣病予防に着目した保健指導を実施しているほか、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たさまざまな支援活動を行っています。

2008年4月から、35才以上の被保険者(社員)に対して特定健診の受診促進と産業看護職による特定保健指導を実施していきます。

●2007年度の健康診断実績

- 健康診断受診率:99.9%

●2007年度的生活習慣改善支援活動

- チャレンジウォーキング…
参加者数:3,084名(対象者15,508名、参加率20%)
- 健康マイレージ…参加者(登録者)数:4,264名(参加率27%)
- その他外来禁煙支援や減量支援を実施

労働安全・保安防災

2007年の災害・事故発生状況と対応

●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、2006年の114名に対して2007年は115名と横ばいでした。休業災害被災者数は、32名に対して29名と減少しています。従来から災害の削減に注力してきた「はさまれ・巻込まれ」「交通事故」については減少しましたが、「生活型災害(道や床で転倒、階段踏外し等)」が増加し横ばいになりました。

●生産技術・研究開発部門の労働災害

2007年の生産技術・研究開発部門の休業災害被災者は、0名でした。全災害被災者数は26名で、前年より5名増加しました。増加した要因としては、一般的に生活型災害といわれる階段や段差での転倒でした。これらの対策として、個人の安全意識を高める活動を継続していきます。

アセアン地域6工場の環境・安全担当者向けの研修を実施

花王は、2007年12月、アセアン地域の6工場(タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム)の安全防

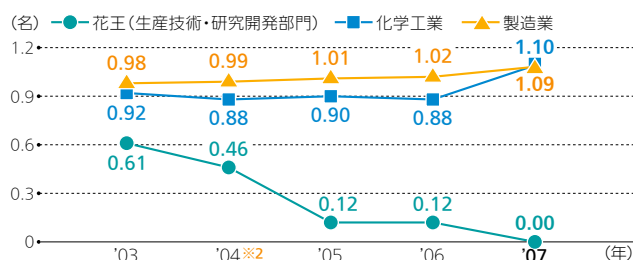
災・環境管理のレベルを向上していくために、和歌山工場に安全防災・環境担当責任者を集め、集合教育および意見交換会を実施しました。

工場での火災について

2007年は、花王グループで重大な事故はありませんでしたが、7月に花王ブランド(KBC)の屋上設置タンクでバルブ漏れが原因で自然発火するなど、海外工場で火災が1件、国内工場ではボヤが2件発生しました。いずれもけが人はありませんでした。

花王では、これらの事故を重く受け止め、生産時の漏洩物や老朽化機器からの発火を予防するパトロールやメンテナンスなどの活動を強化しました。

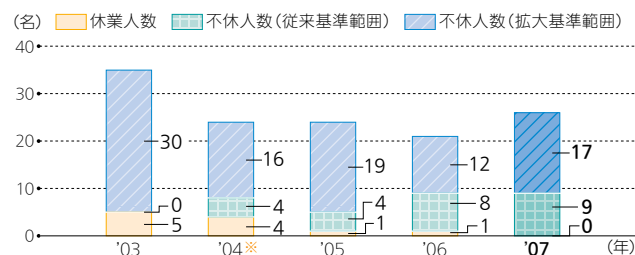
労働災害発生状況の推移(休業1日以上)の度数率※1)



※1 度数率 100万延べ労働時間あたりの労働による死傷者数。

※2 2004年に発生した不休息災害の中で被災者1名に障害等級が付いたため、度数率を変更しました。

花王(株)生産技術・研究開発部門の被災者数推移



※ 2004年に発生した不休息災害の中で被災者1名に障害等級が付いたため、不休息から休業にカウントを変更しました。

「社員への責任」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/employee/>

社員意識調査「Find」

- 社員の声を各種人事制度や職場環境の整備に反映

人材開発・育成

- 社員の自主性を尊重したコースを設置
- 自己啓発のための研修プログラムをイントラネットで紹介 [Web](#)
- アジアビジネスを担うリーダー研修の実施
- 「花王ウェイ」のグループ内啓発活動を推進 [Web](#)
- 技術・技能伝承を目的とした研修を実施 [Web](#)

公正な評価と処遇

- 一人ひとりの能力と実績を公正に評価 [Web](#)
- 人材評価制度 [Web](#) ●職務発明制度 [Web](#)

多様性の推進と個人の尊重

- あらゆる差別を排除 ●イコール・パートナーシップを推進

- 女性の活躍支援 ●ワーク・ライフ・バランスを支援 [Web](#)
- 男性社員の育児参加を促進 ●障がい者雇用の推進 [Web](#)
- 定年後の再雇用「シニアパートナー制度」の導入 [Web](#)
- 差別やハラスメントのない職場づくり [Web](#)
- 社員との対話の重視 [Web](#)

社員の健康・生活への配慮

- 健康管理のサポート ●メンタルヘルスケア [Web](#)
- 就業時間管理を強化 [Web](#) ●定年後生活へのサポート [Web](#)

労働安全・保安防災

- 2007年の災害・事故発生状況と対応
- 工場での火災について
- 爆発事故の反省を踏まえた安全防災活動を推進 [Web](#)
- 緊急時の通報訓練を実施 [Web](#)
- アスベスト対策の実施 [Web](#)
- アセアン地域6工場の環境・安全担当者向けの研修を実施

「グリーン調達基準」から「CSR調達基準」へ、
サプライヤーの皆様とともに社会の信頼に応えていきます。

花王は、「原材料調達基本方針」を定めて、サプライヤーとの公正・公平な調達活動を推進しています。また、事業の目的をともに達成していくために、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。

サプライヤーとの連携

サプライヤーとの協働体制を構築

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、サプライヤーに対して「公正・公平」「遵法・倫理性」「社会的責任性」の3つを重視した調達活動を推進しています。また、事業の目的を共有し、花王の求める品質・規格を満たす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。

取引先懇談会を実施

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。

2007年度は、「調達基本方針」「サプライヤー満足度調査結果と対応」「CSR調達における“社会面”“環境面”評価結果」「原材料調達のリスクマネジメント」をテーマとする取引先懇談会を実施。原料、包装材料、機材などのサプライヤー174社に参加いただきました。

品質向上会議を開催

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。

2007年度は、46社、のべ99回の品質向上会議を実施し、包装・容器の成形不良・印刷不良などの課題を改善しました。

公正・公平な取引

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か否かを確認するために、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。

2007年度は、主要取引先約160社を対象に、無記名式の調査を実施。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32項目についての評価結果を指標化し、その結果を調達活動に反映しています。

下請法遵守を徹底

花王グループの各事業所、部門に下請法対応組織を設置し、社内ガイドラインに沿った運用を徹底しています。さらに、2008年度から実務担当者向けにeラーニングを始めるなど、より一層積極的な取り組みを進めています。

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、2004年4月に定めた「グリーン調達基準」をもとに、サプライヤー工場の環境マネジメントシステム（EMS）の構築・運用状況など環境面での取り組みを評価してきました（▶P.51）。2007年1月からは、CSR調達を推進していくために、「グリーン調達基準」を「CSR調達基準」に改定し、環境面だけでなく、法令や社会規範の遵守、労働・人権問題への取り組み、社会支援活動、商取引や管理・運営体制などの社会面の調査・評価を実施しています。

2007年度の社会面の対象企業は、580社（国内487社、海外93社）であり、96.0%の会社が基準に達していることを確認しました。また、2007年10月からは、海外グループ会社12社のサプライヤーの評価も開始しました。

基準に満たなかった会社については改善要請を行い、システムの構築や運用のレベルアップなど、CSR調達の徹底を図っていきます。

株主・投資家の皆様からの信頼と期待に応えるために、積極的な情報開示やコミュニケーション活動を展開しています。

花王は、株主や投資家の皆様とともに成長していくために、積極的な情報開示やコミュニケーションを図るとともに、安定的かつ継続的な配当を実施することを基本方針としています。情報開示については、「情報開示指針」に則り、適時適切かつ公正に情報開示するよう努めています。コミュニケーションに関しては、株主総会での審議はもちろん、専用のお問い合わせ窓口を設けるなど、双方向性を重視しています。

配当に関する方針・実績

配当性向40%を目標に

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年度から、連結での配当性向※を40%程度をめどとすることを目標としています。

また、成長のための設備投資計画や買収案件などの資金需要、資本効率の向上などを勘案しつつ、有利子負債の返済とのバランスを踏まえて、2007年度は株主還元の一環として自己株式の取得を再開。300億円の自己株式を取得しました。

2008年3月期の年間配当金は、前期に比べ2円増配の一株あたり54円、連結での配当性向は44.1%となり、18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を。

情報開示とコミュニケーション

公平性を重視した情報開示を推進

花王は、「情報開示指針」に則り、適時適切かつ公正に情報開示することを基本方針としています。

決算発表に際しては、東京証券取引所の開示基準に基づき、TDネットに決算短信・四半期情報および決算説明会のプレゼンテーション資料をファイリングすると同時に、自社のWebサイトの「投資家情報」コーナーにも情報

を掲載。タイムリーかつ公平な開示の観点から日本語・英語の同時開示を行い、国内外機関投資家および個人投資家に広く情報を開示しています。また、Webサイトでは、希望者を対象に決算関連情報やニュースリリースをeメールで通知するサービスも実施しているほか、専用のお問い合わせ窓口を設け、双方向のコミュニケーションを図っています。

株主総会の活性化と議決権行使の円滑化を促進

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けるよう、花王は毎年、株主総会の約1ヵ月前に招集通知を発送しています。また、より多くの株主の皆様が議決権を行使していただくため、2006年の定時株主総会から電磁的方法による議決権行使を導入しました。

さらに、全株式の半数近くを所有する外国人株主の皆様に対しても、迅速かつ公平に情報開示を行うため、招集通知の発送日にその英訳(要約)を自社のWebサイトから閲覧できるようにしており、また、株主総会での説明内容および決議結果についても、Webサイトに和英両文で掲載しています。

2007年6月に開催した株主総会には、758名の株主に出席いただきました。株主の皆様からは議案に関するご質問のほか、「花王の中国ビジネス」「広告・パッケージ



2007年株主総会

の評価方法」「女性役員の登用」など、多くのご意見・ご質問をいただき、活気ある総会となりました。

NPOと協働した会社説明会を開催

花王は株主・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。

2007年度には、学生、個人投資家、消費者、投資クラブなどを対象に、証券と証券投資に関する知識の普及・啓発活動を行い、個人投資家の育成に寄与することを目的とするNPO「エイプロシス」と協働して、個人投資家向けの会社説明・施設見学会を開催しました。

地域社会との共存共栄をめざして、国内外で社会貢献活動や災害支援活動、地域交流活動を推進しています。

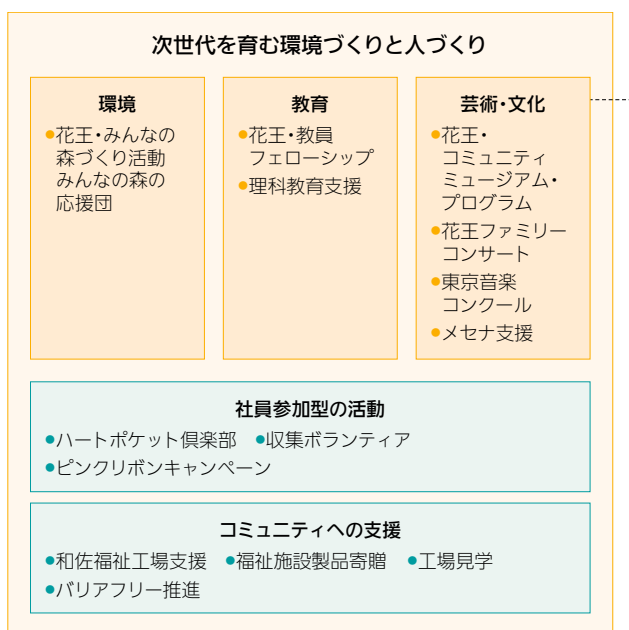
花王は、2007年度から「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに、環境、教育、芸術・文化の3つを重点分野に定めて社会貢献活動に取り組んでいます。また、「花王グローバル寄付ガイドライン」を定め、花王グループの寄付に関する決済基準を統一しました。地域交流では、国内外の工場、事業場ごとに、地域の特性や事業内容に合わせた工場見学、地域イベントへの参加・協力、地元経済団体やまちづくりへの協力、理科教育、ファミリーコンサート、周辺清掃などを推進しています。

社会貢献活動

「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに

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きました。また、2007年度からは、より具体的な「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマとし、重点分野も、環境、教育、芸術・文化の3分野に決めました。

社会貢献活動の全体像



(財)花王・芸術科学財団

花王・コミュニティミュージアム・プログラムを開始

花王は、2007年から、全国各地の美術館や博物館などミュージアムを拠点に市民活動を行っている市民団体を対象とした助成プログラム「花王・コミュニティミュージアム・プログラム」を開始しました。

ミュージアムを拠点としたさまざまな市民活動を応援することで、ミュージアムの活性化、市民活動の発展、地域文化の発展に貢献することを目的としています。また、プログラムでは個々の市民活動を支援するとともに、活動の発展という視点から、団体相互の交流についても助



団体相互の交流ミーティングの様子

成しています。

2007年は、154件の応募があり、うち16件の助成を決定しました。

栃木地区で活動する市民団体への助成を開始

社員有志による寄付組織「花王・ハートポケット倶楽部」では、地域のコミュニティづくりや、より良い地域社会づくりに貢献することをめざして、事業場がある地域で活動する市民団体を応援する新たな仕組みを開発しました。具体的には、2007年から栃木地区で活動する特定非営利活動法人「とちぎボランティアネットワーク」と連携して、市民活動団体への助成を行っています。花王は、



ハートポケット倶楽部 地域助成贈呈式

プログラムの運営について、助成基金のインフラ整備費や運営管理費などを支援しています。

花王グループ合同社会貢献企画「ピンクリボン100万人キャンペーン」を実施

花王、花王カスタマーマーケティング、カネボウ化粧品、カネボウ化粧品販売は、2007年10月、共同で花王ソフィーナ・エストやカネボウ化粧品などの店頭で、美容部員が乳がんの早期発見のための啓発リーフレット

を配布する「花王グループ ピンクリボン100万人キャンペーン」を実施。乳がんの正しい知識と早期発見の大切さを多くの方に知っていただきました。啓発リーフレットは、国内花王グループ全社員にも配布し、啓発活動を行いました。



店頭での活動の様子

リーフレット

災害支援活動

寄付に関する決済基準をグループで統一

「花王グローバル寄付ガイドライン」では、災害支援を行う基準についても、以下の通り定めています。

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

TOPICS

中越沖地震の被災地の人々を支援

2007年7月に発生した新潟県中越沖地震の被災地支援として、地震発生翌日に現地に社員を派遣し、新潟県災害対策本部と連絡をとりながら支援活動を行いました。自衛隊の炊き出しに使用する鍋や釜の洗浄用の食器用洗剤をはじめ、大人用おむつや子ども用おむつ、歯ブラシなどの生活必需品(500万円相当)も提供しました。

また、義援金として新潟県災害対策本部を通じて200万円、特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォームを通じてNPO、NGOの緊急支援および復興活動資金として100万円を寄付しました。さらに、災害ボランティア活動資金として、社員で構成する寄付組織「花王・ハートポケット倶楽部」から社会福祉法人中央共同募金会を通じて40万円(うち20万円は花王からのマッチングギフト)を寄付しました。

地域社会との交流

「工場見学会」を実施

国内花王グループの全工場で、工場見学会を実施しています。2007年度は、近隣にお住まいの方から、小・中・高・大学生、市民団体の皆様まで、約34,000人に来訪いただきました。

和歌山、豊橋、鹿島、栃木、酒田、川崎の各工場では、花王製品の仕組みが容易に理解できるとともに、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、高分子吸収体などを利用した化学実験を見学に組み込んでいます。酒田工場では「出前理科実験教室」も開催しました。

障がい者の工場見学にも配慮

国内の花王全工場の見学者受け入れは、2005年度には1,091件あり、そのうち約1.7%(18件)は障がいをもつ方の来訪でした。しかし工場によっては、見学コースのなかにバリアフリー化されていない箇所があるという理由で受け入れをお断りせざるを得ないケースもありました。

そこで、障がい者用トイレ、車椅子用スロープなどについて不備であった工場を対象に見学コースの見直しを実施し、障がい者の受け入れを充実させました。

介護老人保健施設に美容講師を派遣 ——カネボウ化粧品

カネボウ化粧品は、「新横浜介護老人保健施設 カメラリア」様の「ふだん美容から遠ざかっているご高齢者に、肌のお手入れやメイクを通して元気になってもらいたい」という声にこたえて、2002年6月から隔月でカネボウ化粧品教育センターの講師を派遣して、入居者のスキンケアやメイクアップ講習を行っています。男性に対してもフェイシャルマッサージのレッスンをを行っています。

マレーシア・ペナンでの地域交流・支援活動 ——ファティケミカルほか3社

ファティケミカル(FCM)ほか3社では、地域社会との絆を深めるCSR活動を、企業の本質的な活動のひとつと

位置づけ、毎年、さまざまな交流・支援を実施しています。

たとえば、マレーシアでは2万人から3万人の子どもたちが自閉症に苦しんでおり、社会に適応していくための援助が必要とされています。そこで、マレーシア国立自閉症協会を訪問し、自社の製品提供や寄付を実施するとともに、直接、施設の子どもたちと触れ合う機会を設けています。

また、老人施設への製品提供や寄付も行っています。訪問に際しては“汝の両親を敬え”という現地の言い伝えに則して入居者との対話に努めています。

これらのほかにも、障害のある子どもたちの施設やNGOが営む透析センターを訪問し、同様の支援をしています。

TOPICS

バリアフリー化推進活動が評価され 内閣府特命担当大臣表彰優良賞を受賞

花王は、1991年に容器側面に識別きざみをつけたシャンプーを業界で初めて商品化しました。そのほか、視覚障害者に向けて音声情報であるCD「花王・暮らしのボイスガイド」や点字シールを無償配布したり、共用品推進機構とバリアフリービデオを共同制作し無償貸し出しするなど、バリアフリー社会の実現に向けて活動してきました。



受賞式

これらの活動が評価され、「平成19年度バリアフリー化推進功労者表彰 内閣府特命担当大臣表彰優良賞」を受賞しました。

2007年度の社会貢献活動実績(海外花王グループ)

海外花王グループ	活動内容
花王ブランド(米国)	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の小学校で読み方指導ボランティア ●恵まれない子どもたちへクリスマスプレゼント ●赤十字への寄付キャンペーン
花王スペシャルティーズアメリカズ(米国)	<ul style="list-style-type: none"> ●地元で開催された教育サミットへの支援 ●若年性糖尿病研究への支援
モルトン・ブラウン(英国)	<ul style="list-style-type: none"> ●ガン研究のための支援 ●恵まれない子どもたちへの援助活動
花王ケミカルズ(ドイツ)	<ul style="list-style-type: none"> ●貧困に苦しむ人々への援助
花王プロフェッショナルサロンサービス(ドイツ)	<ul style="list-style-type: none"> ●アフリカ支援のNPOに寄付
花王(スペイン)	<ul style="list-style-type: none"> ●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
花王(中国)投資	<ul style="list-style-type: none"> ●地元小学生への化学実験講座
花王(香港)	<ul style="list-style-type: none"> ●恵まれない子どもたちへの援助活動
花王(台湾)	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の小学生に交通安全の啓発活動
泰国花王実業・泰国花王商業	<ul style="list-style-type: none"> ●恵まれない子どもたちへの援助活動
ピリピナス花王	<ul style="list-style-type: none"> ●地域での火災発生への対応 ●地域の小学校修繕
花王(インドネシア)	<ul style="list-style-type: none"> ●水害被災者への支援
花王インドネシア化学	<ul style="list-style-type: none"> ●地域の安全システムへの協力 ●地域の水害被災者への支援
ファティケミカルマレーシアほか3社	<ul style="list-style-type: none"> ●学校、病院、公的機関などへの石けん寄贈

「地域社会のために」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/community/>

社会貢献活動

- 「次世代を育む環境づくりと人づくり」をテーマに
- 花王・コミュニティミュージアム・プログラムを開始
- 栃木地区で活動する市民団体への助成を開始
- 「花王暮らしのボイスガイド」をWeb上で発信 **Web**
- 花王・教員フェロウシップを実施 **Web**
- 花王グループ合同社会貢献企画「ピンクリボン100万人キャンペーン」を実施
- 障がい者の生活を伝えるビデオを制作 **Web**
- (財)花王芸術・科学財団の活動 **Web**

災害支援活動

- 寄付に関する決済基準をグループで統一
- 中越沖地震の被災地の人々を支援

地域社会との交流

- 「工場見学会」を実施
- 障がい者の工場見学にも配慮
- 理科教育を支援 **Web**
- 「花王ファミリーコンサート」を実施 **Web**
- 介護老人保健施設に美容講師を派遣——カネボウ化粧品
- マレーシア・ペナンでの地域交流・支援活動——ファティケミカルほか3社
- 内閣府特命担当大臣表彰優良賞を受賞

環境への取り組み

商品ライフサイクルと環境負荷
46

環境目標と実績
48

地球温暖化防止
49

化学物質の排出削減
51

廃棄物削減
52

容器包装の3R
53

その他の環境対応
54

環境コミュニケーション
56

環境会計
57

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



国内外工場別環境負荷データ、PRTR法対象物質排出量一覧、
つめかえ等の商品一覧と転換率、ISO等認証取得一覧を掲載しています。

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

重点課題を定めて、商品のライフサイクル全体を通じた環境負荷削減に努めています。

商品と環境のかかわり

事業の発展と環境負荷削減の両立をめざして

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により使われています。これらの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究しています。

また、化学物質を取り扱う企業として、事業活動全体はもとより、商品のライフサイクル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、すでに構築した厳格な化学物質管理体制の運営や、より環境負荷の低い商品開発・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、CO₂などの温室効果ガスを排出します。花王は研究・開発から販売に至るすべての段階、またオフィスや研修所、寮、社宅などすべての施設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と環知安システムを活用することで、PRTR法対象物質および揮発性有機化合物(VOC)の管理をしています。

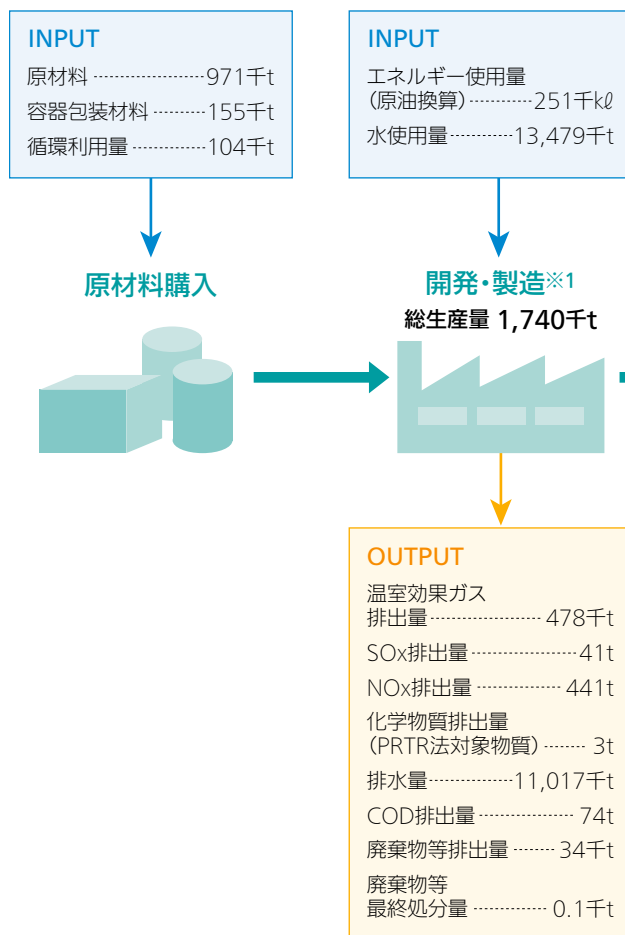
3. 廃棄物

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でゼロエミッションを達成しました。

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。

2007年度事業活動と環境負荷

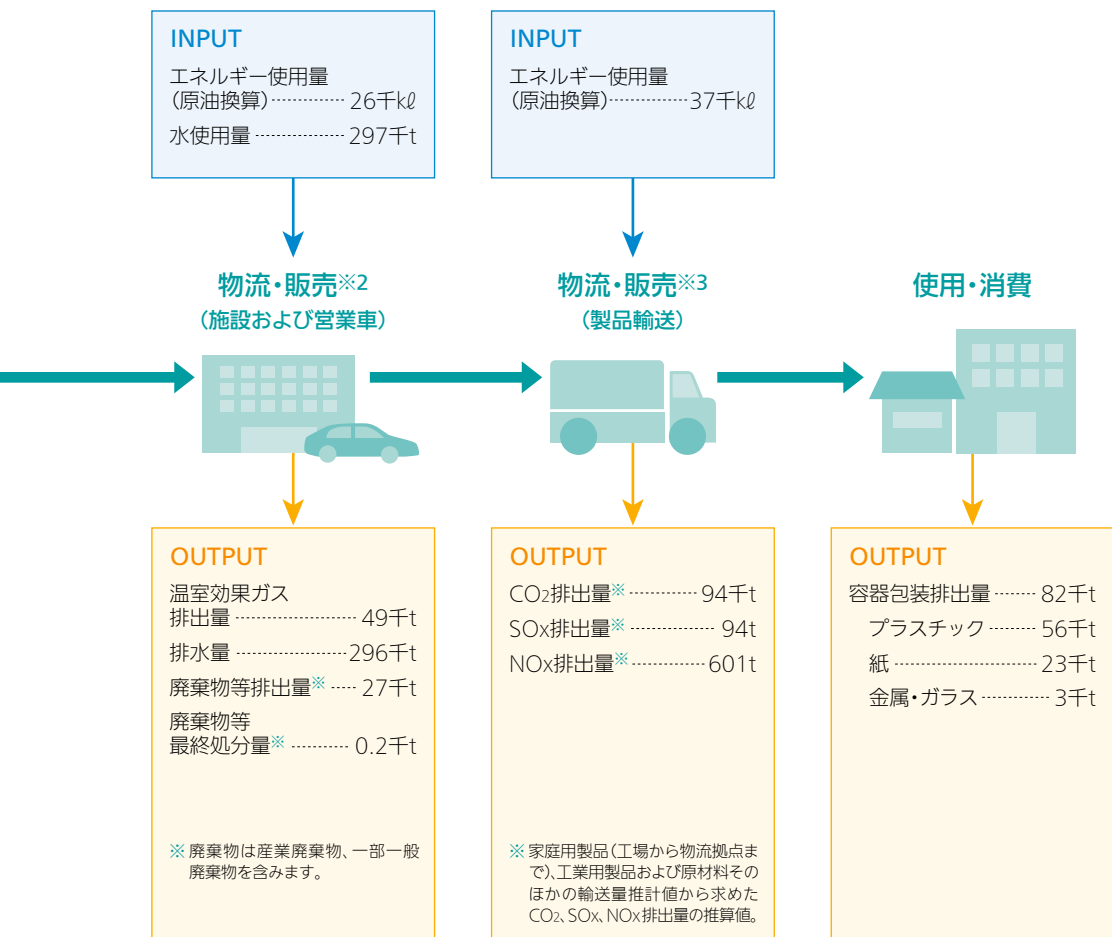


※1 エネルギー生産寄与分を記載していましたが、2007年度は事務所などの生産に寄与しないエネルギーや廃棄物を含む全エネルギーとしました。また、2007年度からカネボウ化粧品とニコー製紙を連結しました。

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、燃料などは除きます）
- 容器包装材料：販売された商品に使用した容器包装材と段ボールの量の合計
- 循環利用量：生産および研究活動により発生した廃棄物などのうち、花王の内部で再資源化している量
- 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
 - カネボウ化粧品とニコー製紙を含みます。
 - 2006年度は生産工程におけるエネルギーは生産寄与分でしたが、2007年度はこれに直接生産に寄与しない事務所や福利厚生も含めました。



※2 2007年度から研修所、寮・社宅を含みます。また、カネボウ化粧品およびカネボウ化粧品販売(株)を連結しました。

※3 花王(株)のみのデータ。

- 水使用量: 水の全使用量
- エネルギー使用量[物流・販売(施設および営業車)]: 物流・販売部門における事務所などの施設内および自動車(営業用)で使用したエネルギー量
 - 集計範囲は国内花王グループ。
 - 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料金当たりの使用量を計算して推算しています(データの捕捉率は90%)。
- エネルギー使用量[物流・販売(製品輸送)]: 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エネルギー量

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: 各生産工場および物流・販売の事務所などから発生した廃棄物等のうち、廃棄物、再資源化物として外部に処理委託あるいは売却した量および最終処分量
- 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)

「地球温暖化防止」をはじめとする
5つの項目を重点課題に、目標達成に努めています。

2007年度の実績と今後の方針

すべての項目で数値目標を達成

2007年度は、すべての項目について数値目標を達成しました。とくに温室効果ガス排出量は1990年度の91%になりました。

花王では、実績を踏まえて新たな目標を設定すると

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。とく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、最終処分率0.2%以下という新たに設定した数値目標のゼロエミッションに努めていきます。

環境目標と実績

重点推進課題	対象部門	2007年度目標	2007年度実績※6	2008年度の方針・目標	2010年度目標	
省エネルギー	生産技術部門	●生産活動で消費したエネルギー量を原単位指数※1で75とする ●省エネ活動の確実な実施	●64 ●運転方法の改善、設備・機器効率の改善などを推進(185件)し、目標を達成	●原単位指数を74を維持 ●省エネ活動の確実な実施	原単位指数を72	
	全社 (生産部門を除く)	—	—	エネルギー使用量を1%削減(対2007年度)	エネルギー使用量を4%削減(対2006年度)	
地球温暖化防止	生産技術部門	●温室効果ガス排出量※2を原単位指数で68とする ●省エネ活動、燃料転換のさらなる推進	●60 ●上述の省エネ活動の推進、酒田工場で燃料転換実施などにより、目標を達成	●温室効果ガス排出量原単位指数67を維持 ●省エネ活動、燃料転換のさらなる推進	温室効果ガス排出量原単位指数を65とする	
	全社 (生産部門を除く)	—	—	温室効果ガス排出量を1%削減(対2007年度)	温室効果ガス排出量を4%削減(対2006年度)	
廃棄物削減	生産技術部門	●全工場で最終処分率0.5%以下を維持 ●廃棄物発生量を生産量原単位で2006年度比0.5%削減	●達成 ●達成	●全工場で最終処分率0.2%以下 ●廃棄物発生量を生産量原単位で2007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、かつ全工場合計で最終処分率を0.1%以下にする ●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	生産技術部門	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トン以下に維持する	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
		VOC※3対象物質	各工場からの物質ごとの排出量を5トン以下に維持する	達成	各工場からの物質ごとの排出量を5トン以下に維持する	各工場からの物質ごとの排出量を1トン以下にする
CSR調達※4	全社 (生産部門を除く)	90%以上を維持	達成 (グリーン調達比率99.1%)	98%以上	100%	
輸送エネルギー削減	生産技術部門・ロジスティクス部門・ケミカル	—	—	輸送エネルギー原単位※5を2007年度比1%削減	輸送エネルギー使用原単位を4%削減(対2006年度)	

※1 原単位指数：付加価値生産高あたりの量をいい、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います。

※3 VOC：Volatile Organic Compounds(揮発性有機化合物)の略。具体的には、環境省環境管理局长通知(平成17年6月17日)別紙1の100物質を花王対象物質とします。

※4 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います。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などの規格認証取得計画)、B(EMSを運用)、C(EMS構築が必要)でランク分けします。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します。環境保全状況の評価方法については、「CSR調達基準」として別に定めています。また、昨年目標を設定していた2007年度のグリーン購入活動は、古紙パルプ配合率などの基準を満たさない工口商品の影響を受けて、「グリーン購入率」という数値目標を設定しない活動に変更しました。環境に配慮した商品を購入するグリーン購入活動は、これまで通り今後も推進します。

※5 輸送エネルギー原単位：売上げ重量あたりの輸送エネルギーをいいます。

※6 2007年度実績：カネボウ化粧品を含みます。ただし、CSR調達、輸送エネルギー削減は含んでいません。

研究開発で、商品開発で、そしてオフィスでさまざまな手法を用いて総合的な温暖化防止に取り組んでいます。

地球温暖化防止に向けて、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と位置づけており、商品開発段階でも環境適合性や安全性を確認しています。生産工程では、天然ガスへの燃料転換やボイラーの燃焼効率の向上など、さまざまな省エネ活動に取り組んでいます。オフィスでは、フロア別の使用電力量を把握するなどしてCO₂排出削減を推進しています。物流面でも輸送車両全社にドライブレコーダーを導入するなどしてエコ運転を推進しています。

事業活動における地球温暖化防止

環境負荷の小さい素材、技術の開発

花王の研究開発部門では、「環境調和技術／素材の開発」を基盤技術研究の重要なテーマのひとつと位置づけ、環境負荷の小さい素材開発、製造技術開発、成形加工技術開発、包装容器開発の分野などに取り組んでいます。素材開発の分野では環境適合性・安全性の高い素材の開発、バイオマス由来原料を活用した素材の開発を推進し、これらから生まれた技術や素材を商品開発に活かしています。商品開発においては商品機能を維持または向上させると同時に、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環境評価を実施しています。

2007年度は、より低温での定着を実現することに成功したトナーバインダーの開発や軽量・薄型化によって流通段階でのエネルギー使用量を低減できる紙おむつの開発などを行いました。(▶P.11)

省エネ機器の導入や製造プロセスの合理化を推進

花王では、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。

2007年度は、和歌山工場で有臭ガスの脱臭に従来のボイラー燃焼から蓄熱脱臭炉燃焼に変更したことによるボイラーの燃焼効率の向上や熱風乾燥炉の運転の見直しなどにより、エネルギー総使用量が原油換算で前年度から4.7千k_l減少しました。また、エネルギー原単位指数は前年度比3.5ポイント改善しました。

燃料転換などによる温室効果ガス排出量の削減

温室効果ガス削減に向け、重油による自家発電を抑制し、CO₂排出量の少ない電力の外部購入を推進することで、CO₂排出量を2004年度比で20,944トン削減しました。

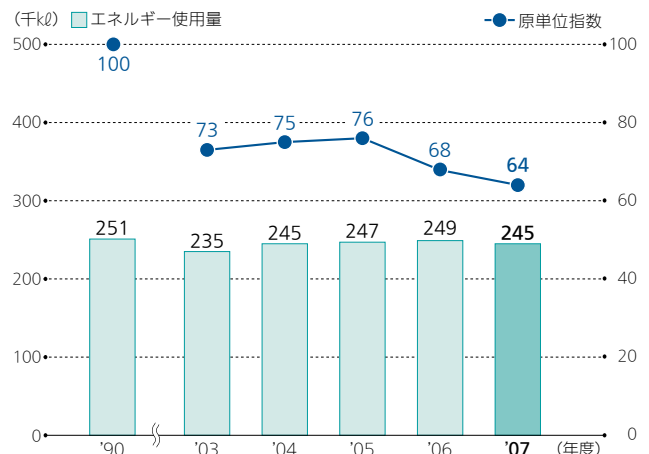
TOPICS

2007年度環境負荷低減に向けた技術開発、製品開発

花王は、機能性素材「グリセリルエーテル」の製造において、亜臨界水熱反応技術により、廃棄物が少なく、水資源の大幅な削減が可能な反応プロセスを開発しました。この技術は2007年度の「第4回グリーンサステナビリティケミストリーGSCポスター賞」を受賞しています。

バイオマス由来の原料を活用した「ポリ乳酸」は、自然界で水と二酸化炭素に分解される生分解性樹脂のひとつですが、これまでは成型時間の長さや透明性が少ないなどの課題がありました。花王は、これをナノ結晶制御技術を活用して解決。ポリプロピレン並みの成形条件で、同等以上に透明で優れた物性の押出シート用「改質ポリ乳酸樹脂」を開発することに成功しました。

生産活動におけるエネルギー使用量の推移



※ 生産寄与エネルギーと直接生産に寄与しない事務所や研究活動で消費する量および廃棄物エネルギーの合計値で表示。2006年度からカネボウ化粧品を連結。都市ガス使用量の一部換算値を訂正し、1990年に遡って値を見直しました。

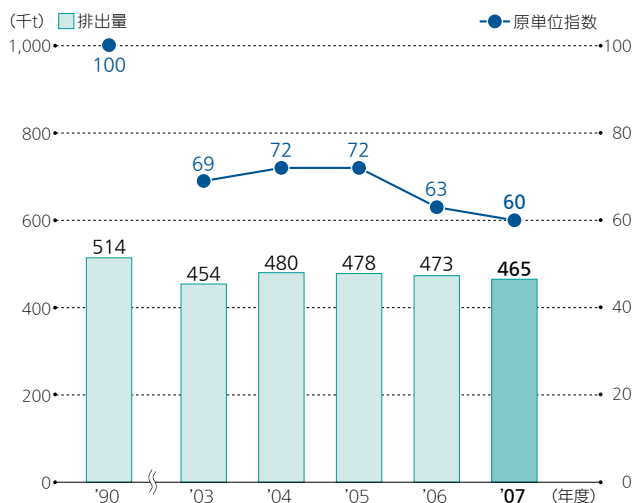
2007年度は、京都議定書の第一約束期間である2008年度から2012年度に対して1990年度比で6%削減するという国の数値目標を踏まえて、天然ガスへの燃料転換をさらに進めるなど、生産現場での地道な活動を積み重ねました。その結果、温室効果ガスの排出量は8,194トン減少し、原単位指数で2006年度比3.2ポイント改善しました。なお、温室効果ガス排出権の取得についても継続的に検討していきます。

チーム・マイナス6%に参加

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。この活動による効果を含めて、2007年度のオフィスの電力使用量は、活動開始前の2004年度より1,295千kWh(2004年度比約7.1%)削減されました。これは原油換算で345kℓ、CO₂換算で539トンにあたります。なお、クールビズの実施により、2004年度に比べて800千kWh(2004年度比約8.2%)、原油換算217kℓ、CO₂換算338トン削減しています。ウォームビズによっても、2004年度に比べて495千kWh(2004年度比約5.9%)、原油換算127kℓ、CO₂換算201トンを削減しました。

このほか、たとえばすみだ事業場では、フロア別の使用

温室効果ガス排出量の推移



電力量を把握し、公開することで社員の参加意識の向上を図っています。

エコ運転などの教育を実施

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。

2007年度は、事故時や事故につながりそうな急加速や急減速が生じた際に、その前後の視界からの映像や走行データなどを記録するドライブレコーダーを花王ロジスティクス所有の小型車すべてに導入しました。記録したデータをもとに、エコ運転などの教育を実施することで、前年度比5%の燃費向上を達成したほか、安全運転の質も高まりました。

また、2007年度から改正省エネ法が施行され、すでに整備していた算定体制に基づいて、算定結果と計画を行政機関に提出しました。

輸送手段と排ガス量(2007年度)

区分	輸送手段	輸送量比率(%)	CO ₂ 排出量(t)	SOx排出量(t)	NOx排出量(t)
家庭用製品	トラック	61	57,131	9	399
	鉄道	15	2,152	1	1
	船舶	24	6,429	71	9
	計	100	65,711	81	409
工業用製品	トラック	78	14,384	2	100
	鉄道	11	281	0	0
	船舶	11	481	5	1
	計	100	15,146	8	101
その他(原材料、廃棄物など)	トラック	80	13,010	2	91
	鉄道	15	355	0	0
	船舶	5	212	2	0
	航空機	0	17	0	0
計	100	13,594	5	91	

- 輸送量＝運んだ製品の重量に距離をかけ合わせたもの。
- CO₂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。
- SOxは、各種燃料の規制値、規格により求めた排出係数、電気のみLCI※を用いて算出。
- NOxは、エコプログラム排出係数、電気のみLCI※を用いて算出。

※LCI ライフサイクルインベントリー。単位あ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。

独自の「化学物質管理システム」と「CSR調達基準」に則して化学物質の着実な排出削減・管理に努めています。

花王は、化学物質の排出量を管理・削減していくために、化学物質法規制情報やMSDS作成・管理システム、輸出入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」を活用しています。また、2007年からは「グリーン調達基準」を「CSR調達基準」に改定し、国内外のグループ会社とともに主要な原材料サプライヤーの環境・社会面の調査・評価を実施しています。

化学物質の管理

原材料から商品まで一貫した化学物質管理を実施

花王は、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、「使用禁止物質」「使用削減物質」「取扱注意物質」「その他(左記以外の物質)」の4つのランクに分けています。

環境負荷の低い原材料調達の推進

花王は、2004年4月に定めた「グリーン調達基準」を2007年1月に「CSR調達基準」へと改定し、主要な原材料サプライヤーの環境面(環境マネジメントシステム:EMSなど)や社会面(法規制や企業倫理の遵守、差別や不法労働の排除など)の調査・評価を実施しています。

2007年度は、環境面における国内外の対象工場数が211工場増加し、751工場になりました。調査の結果、99.1%の工場が基準に達していることを確認しました。基準に満たなかった会社・工場については、引き続きシステム構築や運用のレベルアップを要請していきます。

また、2007年10月からは、グローバル調達の観点から、海外のグループ会社12社のサプライヤーに対する評価を開始しました。

PRTR※法対象化学物質の排出を削減

2007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3トンでした。

※ 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。

VOCの排出量を削減

2007年度のVOC※排出量調査の結果、法規制の対象となる設備はありませんでしたが、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13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。

2008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。

PCBを適正に保管・処理

過去に使用していたポリ塩化ビフェニル(PCB)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。

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を顧客に提出しています。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、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、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。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。

※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、通報連絡先などの情報を明記した書類。

2年連続で全工場でゼロエミッションを達成したことを機に
 今後は「定義」をより厳しく設定していきます。

花王は、2006年度に国内全工場でゼロエミッションを達成しました。2007年度も引き続き活動を強化し、全工場合計の最終処分量を前年比で45%に削減しました。さらに、2008年度からは、ゼロエミッションの定義をより厳しく設定していく方針です。事務所や物流関連会社でも一般廃棄物の3Rに取り組み、資源ごみの分別収集、再資源化を推進しています。

ゼロエミッション活動

ゼロエミッションの定義をより厳しく設定

花王は、タンク類の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。

2007年度は、各工場での収率改善・ロス率改善活動や焼却廃液削減活動の結果、廃棄物の発生量を削減することができました。全工場合計の最終処分量は前年比で45%に削減し、128トンとなりました。なお、全工場を合計した最終処分量率は0.09%です。

2008年度からは、ゼロエミッションの定義を「最終処分量を廃棄物等発生量の0.5%から0.2%へ」とより厳しく設定して廃棄物削減に取り組んでいきます。

非生産系事務所におけるリサイクル活動の推進

茅場町事業場では、残渣を埋立てに出さないという観点で事業系一般廃棄物の処理先を見直した結果、2006年7月以降、最終処分量ゼロを継続しています。

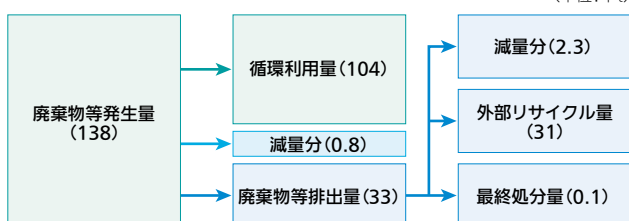
また、花王ロジスティクスでは、商品の運搬、配荷後に不用となったプラスチック類、段ボール類のリサイクル活動を積極的に実施しています。プラスチック類については、すべての拠点で、老朽化した折りたたみ式プラスチック製コンテナを分別収集し、廃プラスチック類のリサイクル業者に委託するなど再資源化を進めています。

「廃棄物・リサイクルガバナンスシステム」を導入

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月からは非生産系部門のうち4部門、関係会社4社でも運用を開始しました。

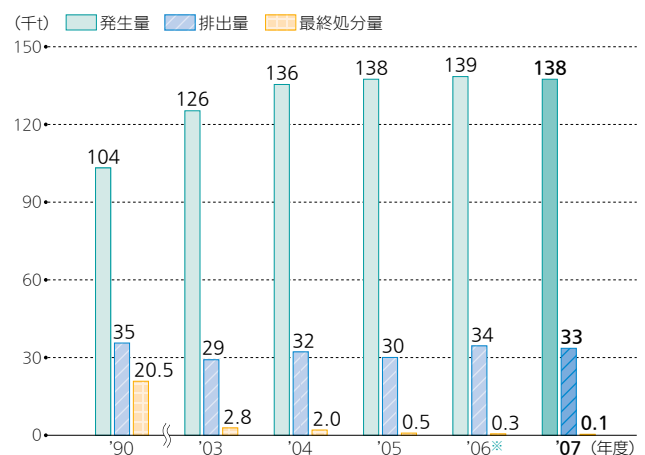
このシステムの運用により、処理業者や契約に関する情報を担当者間で共有することで、透明性を高め、処理業者による不法投棄や不適正処理などのリスクを低減することができます。また、マニフェストの処理状況を一元管理することで、トレーサビリティや適正処理をより徹底することもできます。

廃棄物等の発生量と処理の流れ(2007年度)



- 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)
- 減量分:脱水、濃縮、破砕などの処理と単純焼却することで減量した分。
- 廃棄物等排出量:不用なものや不良品、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



※ 2006年度からカーボニゼーションを連結しています。

最小限の資源で機能を満たす容器や
つめかえ商品の開発などを通じて3Rに取り組んでいます。

花王は、容器包装の役割・機能を最小限の資源で満たすような容器包装を研究するとともに、容器包装材料の3R（リデュース、リユース、リサイクル）に積極的に取り組んでいます。また、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。2007年度は、「アジエンス シャンプー」などのつめかえ商品を発売しました。

資源の有効活用

3Rを積極的に推進

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・機能を最小限の資源で満たすような容器包装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使用
3. **リサイクル**: 再生材料の使用量拡大



Reduce:削減

商品の性能を高めてコンパクト化することで、1回あたりの使用量を減らし、原材料、エネルギー、ごみの量を減らしています。



Reuse:再使用

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。

リデュース、リユース

コンパクト化商品の開発や つめかえ・つけかえ用商品を積極的に開発

花王は、容器包装材料の削減に努めています。2007年度は、「サクセス薬用シャンプー（Wリンス成分配合）」の新発売と同時につめかえ商品も発売し、「アジエンス シャンプー」「アジエンス コンディショナー」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丈夫さをもたせながら容器の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。

2007年度は、「ハミング 特大」のボトル、「業務品 4.5ℓ ボトル」、「ビオレさらさらUV」のキャップに使用する樹脂量の削減、「ヘルシア」「エコナ」のラベル薄肉化などを実現し、これらの合計で年間665トンのプラスチック使用量削減を達成しました。これは、石油換算で1,142klの削減に相当します。

さらに、贈答用品や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あたりの重量を削減しています。その結果、年間で合計1,240トンの段ボール使用量を削減しました。

こうした取り組みにより、容器包装材料の使用量の削減を進めていますが、2007年度は、新製品の発売や売上増加により、前年度比2,700トンの増加となりました。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。

容器包装材料使用量の推移

(単位:t)

	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度
プラスチック	46,800	49,000	49,200	55,700	55,700
紙	26,000	25,800	26,100	25,600	22,500
段ボール	60,300	64,300	65,600	67,700	73,700
ほか	3,300	3,600	3,800	3,600	3,400
計	136,400	142,700	144,700	152,600	155,300

※ 集計範囲は花王(株)。

水資源の有効利用や生物多様性への対応など、さまざまな環境保全活動を展開しています。

花王は、これまで述べてきた取り組み以外にも、水資源の効率的な利用、商品使用後の排水負荷低減、土壌汚染対策、生物多様性への対応などに継続的に取り組んでいます。

水資源の有効活用

洗浄などで使用した水の再使用

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。工場によっては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。

しかし、2007年度は、水使用量は前年度比で141千トン、排水量は253千トン増加しました。これは前年度に比べて生産量が増加したこと、液体洗剤の需要が伸び、粉体洗剤から液体洗剤への移行が進んだことにより、設備洗浄水が増加したことが主な理由です。

排水の管理

排水基準値超過への対応

2007年4月、和歌山工場において、排水系統に化粧品などに使用される原料グリセリンが混入しました。非定

常の運転であったため、原因特定に時間を要し、排水のCOD値がわずかに規制値を超過しました。管轄の行政に報告するとともに、排水システムの改善、排水管理体制の強化を図り、再発を防止しています。

2007年10月には、川崎工場において、洗浄基剤の原料タンクのバルブの経年劣化によって原料の尿素水が漏れ、排水中の全窒素濃度の基準値を超過しました。対策として、バルブの更新を行うとともに、排水異常時の運転対応についても見直しました。

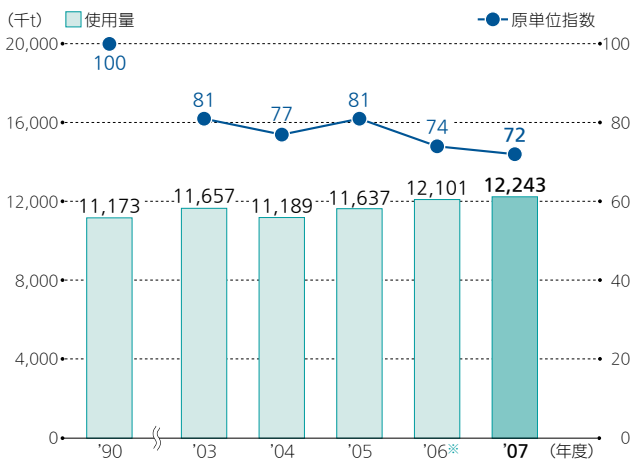
商品使用後の排水負荷低減に向けて

衣料用洗剤など家庭用製品の使用後に生じた生活排水は、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。このように、家庭用製品の使用後の排水処理は、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。

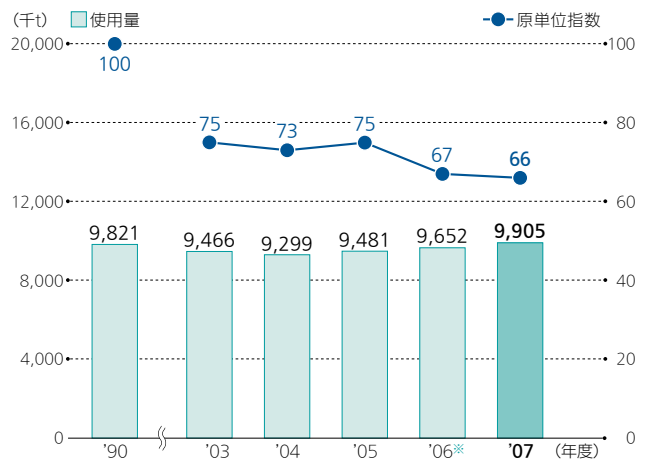
一方で、使用後の商品が河川などの自然環境に与える

水使用量の推移



* 2006年度からカネボウ化粧品を連結しています。

排水量の推移



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、洗浄剤として含まれる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。

2006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.32 2007年度版)。

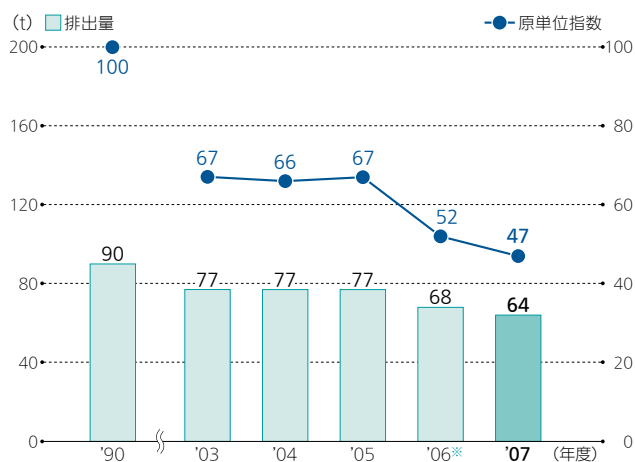
土壌汚染対策

土壌汚染の調査・測定を実施

2007年度、有害物質であるジクロロメタンを取り扱う和歌山工場において、土壌汚染の調査・測定を実施し、基準値以下であることを確認しました。

また、和歌山工場、酒田工場、栃木工場において、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、いずれも定量下限値以下であることを確認しました。

COD排出量の推移



生物多様性への対応

生物多様性の保全をめざして

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ひとつであり、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。

「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加入

花王にとってパーム油は重要な原料の一つです。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。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。

「企業と生物多様性イニシアティブ(JBIB)」に参加

2008年度からは、日本企業14社で発足した「企業と生物多様性イニシアティブ(Japan Business Initiative for Conservation and Sustainable Use of Biodiversity:JBIB)」に参加。国際的な視点から生物多様性の保全に関する共同研究の実施やその成果をステークホルダーの皆様と対話することで、生物多様性の保全に貢献する取り組みを進めていきます。

Webサイトや冊子、イベントなどさまざまな手法を用いて
ステークホルダーの皆様の声を環境保全活動に活かしています。

花王は、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、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WebサイトやCSRレポート、サイトレポートなど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。

環境を通じた さまざまなコミュニケーション

環境・安全サイトレポートの発行

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。

2007年度は国内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、近隣の住民の方々サイトにレポートを配布しました。



環境・安全サイトレポート
(栃木工場・和歌山工場)

減包装商品購入行動についての社会実験に参加

産学連携でごみを減らす社会づくりをめざして神戸大学の学生や社会人などが設立したNPO法人「ごみじゃぱん(代表:神戸大学大学院・石川雅紀教授)」では、2008年5月から3ヵ月間、消費者に包装が少ない商品を選んで購入することを呼びかけ、ごみの発生を抑える社会実験を行う予定です。

実験は、食品やシャンプーなどの生活日用品を対象としており、一般的な製品と比べて外箱やフィルムなどが削減されている商品約800点を「減装(へらそう)商品」に認定して推奨マークを付与。神戸市内のコープなど4店舗で「減装(へらそう)ショッピング」を促し、減包装商品についての消費者の購買活動・意識についてのデータ

を得ることを主な目的としています。

花王では従来から包装容器の3Rを積極的に推進していることから、実験の趣旨に賛同して参加を決定。つめかえ用シャンプーをはじめ推奨商品になっている多くの花王製品に加えて、この実験のために包装を簡易化した商品を新たに2種類企画しました。

「第4回エコプロダクツ国際展(ベトナム ハノイ)」に出展

花王は、2007年3月1日～4日、ベトナム ハノイで開催された「第4回エコプロダクツ展」に出展しました。花王ブースでは、環境への配慮を含めた真摯な企業活動について知っていただくことをメインテーマとし、環境配慮の考え方、容器包装の3Rを中心とした活動事例などを紹介しました。来場者からは、つめかえパウチやリサイクル材料の活用法などについて、活発な質問や意見が寄せられました。



花王の展示コーナー

「環境コミュニケーション」に関する開示項目一覧

Web マークのついた項目はWebサイトで報告しています。
<http://www.kao.co.jp/corp/csr/report/08/ecology/comm/>

環境を通じたさまざまなコミュニケーション

- 環境・安全サイトレポートの発行
- 「環境・安全・防災交流会」を開催 **Web**
- 第4回エコプロダクツ国際展(ベトナム ハノイ)に出展
- 環境教育の実施 **Web**
- すみだ事業場で「環境講演会」を実施 **Web**
- 酒田工場が「酒田港クリーンアップ作戦」に参加 **Web**
- 「GPN 500万人グリーン購入一斉行動キャンペーン」に参加 **Web**
- 減包装商品購入行動についての社会実験に参加

2007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((株)カネボウ化粧品、花王カスタマーマーケティング(株)、愛媛サニタリープロダクツ(株)、花王クエーカー(株)、花王プロフェッショナル・サービス(株)、ゴールドウェルジャパン(株))です。

[3]期間は2007年4月1日から2008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		1,360	4,028
内訳①公害防止	大気汚染防止、水質汚濁防止	458	1,808
②地球環境保全	省エネルギー	375	212
③資源循環	省資源、廃棄物処理・処分	527	2,008
(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	32	2,717
(3)管理活動コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	15	919
(4)研究開発コスト	環境対応研究開発	201	2,958
(5)社会活動コスト	事業場外自然保護・緑化、支援金	0	47
(6)環境損傷コスト		-	0
合計		1,608	10,669

※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)	2006年度	2007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使用量(原油換算kℓ)	249,456	244,775	▲4,681
	水使用量(千t)	12,101	12,243	142
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 ₂ 換算,千t)	473	465	▲8
	SOx排出量(t)	35	41	6
	NOx排出量(t)	458	432	▲26
	排水量(千t)	9,652	9,905	253
	COD排出量(t)	68	64	▲4
	廃棄物等の排出量(千t)	34	33	▲1
	廃棄物等の最終処分量(千t)	0.3	0.1	▲0.2
	PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	3	3	0

※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 ^{※3}
有価物等の売却	有価物、固定資産の売却金額	292
費用節減	省エネルギーによる費用節減金額	284
	省資源による費用節減金額	2,408
	経費節減金額(環境対策設備の保守費用等)	370
合計		3,354

※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	337	201
②オゾン層保護対策に関するコスト		38	12
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	55	574
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	403	1,228
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	559	4,711
⑦化学物質対策に関するコスト	製品・製造開発研究	201	2,958
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	47
⑨その他コスト	ISO取得・維持、環境広報、事業場内緑化	15	928
合計		1,608	10,669

環境会計要約情報の直近3期間の推移表

分類	2005年度 ^{※4}	2006年度	2007年度
①環境保全コスト			
投資額(百万円)	2,322	2,466	1,608
費用額(百万円)	9,530	9,453	10,669
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)	246,954	249,456	244,775
水使用量(千t)	11,637	12,101	12,243
温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算,千t)	478	473	465
SOx排出量(t)	43	35	41
NOx排出量(t)	664	458	432
排水量(千t)	9,481	9,652	9,905
COD排出量(t)	77	68	64
廃棄物等の排出量(千t)	30	34	33
廃棄物等の最終処分量(千t)	0.5	0.3	0.1
PRTR法対象物質の大気への排出量(t)	4	3	3
③環境保全対策に伴う経済効果			
実質的効果(百万円)	1,675	3,189	3,354

※4 2005年度分の物量効果は(株)カネボウ化粧品を含みません。



花王株式会社
代表取締役 社長執行役員
尾崎 元規 殿

「CSR レポート 2008」
第三者検証 意見書

2008年 5月 27日

日本レスポンシブル・ケア協議会
検証評議会議長

山本 明夫
レスポンシブル・ケア検証センター長
田中 康天



■検証の目的

・レスポンシブル・ケア報告書検証は、花王株式会社が作成した「CSR レポート 2008」(以後、報告書と略す)を対象として、下記の事項について、化学業界の専門家としての意見を表明することを目的としています。

- 1) パフォーマンス指標(数値)の算出・集計方法の合理性及び数値の正確性
- 2) パフォーマンス指標(数値)以外の記載情報と証拠資料・証拠物件との整合性
- 3) レスポンシブル・ケア活動の評価
- 4) 報告書の特徴

■検証の手順

・本社において、各サイト(工場)から報告されるパフォーマンス指標の集計・編纂方法の合理性に関する調査及び報告書記載情報と証拠資料との整合性の確認を各業務責任者及び作成責任者に質問すること並びに資料提示・説明を受けることにより実施。

・和歌山工場において、本社に報告するパフォーマンス指標の算出・集計方法の合理性、数値の正確性に関する調査及び報告書記載情報と証拠資料・証拠物件との整合性の確認を各業務責任者及び作成責任者に質問すること並びに資料提示・説明を受けることにより実施。

・パフォーマンス指標及び記載情報の検証についてはサンプリング手法を使用。

■意見

1) パフォーマンス指標(数値)の算出・集計方法の合理性及び数値の正確性

・パフォーマンス指標の算出・集計方法は、本社及び和歌山工場において合理的な方法を採用しています。環境・労働安全の数値は「環知安」というシステムを構築し、自動集計されています。

・調査した範囲において、パフォーマンスの数値は正確に算出・集計されています。計算方法は確実に記録に残されています。

・数値の原始資料に到達することが円滑にできるように、更なる改善を期待します。

2) 記載情報と証拠資料・証拠物件との整合性

・報告書に記載された情報は、調査した証拠資料・証拠物件と整合性があることを確認しました。

・原案段階では表現の適切性あるいは文章・図表の分かり易さに関し、若干指摘事項が認められましたが、現報告書では修正されており、現在修正すべき重要な事項は認められません。

3) レスポンシブル・ケア(以後、RCと略す)活動の評価

・CSR体制を整備し、コンプライアンス、リスクマネジメントを強化していることを評価します。

・エネルギーの使用量、温室効果ガス排出量、化学物質排出把握管理促進法(PRTR法)対象物質の排出量、廃棄物の埋立処分量などは着実に削減していることを評価します。

・和歌山工場では、2004年5月から無災害を継続していること、地域の森林保全活動に参画していることなどRC活動で成果を上げていることを評価します。

4) 報告書の特徴

・報告書の全記載内容を花王のホームページに掲載し、その主要な内容を抽出したものを印刷物として発行しています。

以上

外部機関からの主な評価

調査機関／掲載誌	調査名称	2007年度結果
日本経済新聞	企業評価システムPRISM	27位
日本経済新聞	働きやすい会社	24位
日刊工業新聞	「真の企業力」格付	15位
日本経済新聞	日経企業イメージ調査	ビジネスマン14位、一般18位
Newsweek(日本版)	世界企業ランキング	51位
Ethisphere(米国)	2007 World's Most Ethical Companies	選定(2008年度も継続)



花王が組み入れられているSRIインデックス

SRI評価機関	インデックス名
FTSE社	FTSE4 Good Global Index
Ethibel社	Ethibel Sustainability Index
モーニングスター社	モーニングスター社会的責任投資株価指数



FTSE4Good
Global Index
(英国・FTSE社)



Ethibel Sustainability
Index(ベルギー・Ethibel社)



モーニングスター社会的責任投資
株価指数(日本・モーニングスター社)

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
eメール: csropinion@kao.co.jp

レポートの内容は花王のWebサイトにも掲載されています。

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

発行年月 2008年7月



花王株式会社

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

〒103-8210 東京都中央区日本橋茅場町1-14-10