

CSR報告書 2011

日本ゼオン株式会社
Corporate Social Responsibility



ZEON

編集方針

「CSR報告書2011」をお届けします。2011年度版には特別企画「ISO26000時代のCSR～社会は企業に何を期待しているか」として、社外の有識者と経営者とのステークホルダーダイアログを掲載しております。本報告書はWebと冊子で構成され、詳細な資料を含む全活動項目についてWebに掲載し、その中からより多くのステークホルダーの皆様にお読みいただきたい内容を冊子にまとめています。また、Webでは最新のCSR関連ニュースを逐次更新しています。

本報告書を通じて、当社グループのCSR活動に対する理解を少しでも深めていただければ幸いです。

2011年8月

報告にあたって

■ 対象期間

2010年4月～2011年3月(一部2011年4月以降の最新情報を含みます)

■ 対象範囲

当社および下記の子会社・関連会社を含みます。

国内：ゼオン化成(株)、ゼオンポリミクス(株)、(株)オブテス、ゼオンケミカルズ米沢(株)、RIMTEC(株)、東京材料(株)、ゼオン環境資材(株)、ゼオンメディカル(株)、ゼオン山口(株)、ゼオンノース(株)、岡山ブタジェン(株)

海外：ゼオンケミカルズ社(米国)、ゼオンケミカルズヨーロッパ社(英国)、ゼオンケミカルズタイランド社(タイ)、ゼオンアドバンスドポリミクス社(タイ)

<参考にしたガイドライン>

- (1) 本報告書は年次報告書として毎年発行します。
- (2) 環境省の「環境報告ガイドライン(2007年版)」とGRIの「サステナビリティレポートガイドラインG3」を参考にしました。

ホームページURL

<http://www.zeon.co.jp/>

目次

ごあいさつ	2
事業案内	4

日本ゼオンのCSR

企業理念とCSR基本方針・CSR行動指針	6
CSR推進体制	7
安全理念・環境理念	9
コーポレートガバナンスと内部統制	10
危機管理・コンプライアンス体制	11

特別企画

ステークホルダーダイアログ 「ISO26000時代のCSR～社会は企業に何を期待しているか」	12
---	----

ステークホルダーとの関わり

お客様との関わり	18
株主・投資家との関わり	18
社会との関わり	19
取引先との関わり	19
社員との関わり	20

環境安全への取り組み

環境に配慮した製品開発	22
【トピック】タイヤの低燃費化に貢献する合成ゴムの開発について	24
計画と実績	25
省資源・省エネルギー・温室効果ガス排出量削減	26
労働安全衛生	27
経済でみた環境側面	27
第三者意見	29



本社(新丸の内センタービル)

まず、このたびの東日本大震災により被災された方々に謹んでお見舞いを申し上げますとともに、当社及びグループ関連会社の社員一同とともに、被災地の一刻も早い復旧・復興を、心からお祈り申し上げます。

これまで当社は3年毎に中期経営計画を策定し、各年度の方針展開をしてまいりました。前計画IZ-60の最終年度である2010年度においては、この3ヶ年を総括するとともに、次の3ヶ年について、グループ内の各層において、ワークショップ等を通じ、多くの社員が議論に参加し、2011年度からの新中期計画を策定いたしました。

この新中期経営計画の前提として、当社の企業理念である『大地の永遠と人類の繁栄に貢献するゼオン』と2010年4月に制定した3項目のCSR基本方針(『コンプライアンスを徹底し、社会の安全・安心に応える。企業活動を通じ、社会の持続的発展と地球環境に貢献する。一人ひとりがCSRを自覚し、行動する。』)をベースに、当社の重要な価値観である『スピード・対話・社会貢献』と大切にするゼオンらしさ『仲間との相互信頼』を定義し、その上で2020年のありたい姿を『一化学の力で未来を今日にする ZEONー わたしたちゼオンは、お客様の夢と快適な社会の実現に貢献し続けます。』という形で描きました。

その2020年のありたい姿を実現させるための2013年度までの具体的な計画が新中期経営計画であり、その事業戦略の基本は、『エラストマー素材事業と高機能材料事業それぞれの強みを磨き上げ、両輪でグローバルに事業を拡大する』ものです。具体的な事業戦略の中身については、計画そのものをご覧くださいと思いますが、そのベースとなるところは、企業理念とCSR基本方針であり、ゼオングループの役員・従業員全員がこれを常に肝に銘じ、CSR活動をレベルアップしながら、事業活動に邁進し、社会に貢献してまいりたいと思います。

弊社は、これまで、「人のマネをしない、人がマネのできない独自の技術」により、環境保全に貢献する数々の製品を開発し、レスポンシブル・ケア活動を通じ、これらの環境貢献製品を安定・安全に社会に供給してまいりました。地球温暖化の原因とされるCO₂排出につきましては、1990年度に比べ、2010年度は8.8%の排出削減となっており、京都議定書の目標(6%削減)を達成しております。C4留分、C5留分という石油由来原料を



総合利用する化学企業としては、単に製造するときだけではなく、お客様がお使いになるとき、そして、廃棄に至るまでのトータルのエネルギー収支を考えたライフサイクルアセスメント(LCA)の視点から、出来る限りその見える化に取り組むことが必要と考えております。

CSR活動全体につきましては、昨年度は、4月にCSR基本方針・CSR行動指針を制定し、今年1月より、CSR会議を頂点とする新たなCSR推進体制を構築し、CSR活動を展開する上での仕組みの整備に注力してきました。今年度は、その仕組みの下で、ゼオンのCSRの新たな礎を築くべく、CSR活動を分野別ステークホルダー別に整理し、その見える化を図る(CSRマトリクス)とともに、全員が参加できるような新たなCSR活動の構想(CSRコアプロジェクト)に取り組んでまいりたいと思います。

ゼオングループとしては、CSRを重視した社会から信頼され社員も誇りに思えるグループづくりを、スピード、対話、社会貢献を以って追求し、取引先・お客様をはじめ、株主・投資家の皆様、各事業所の地元の皆様、また、協力会社の皆様のご期待・ご要請に応え、社会の持続的発展に貢献していきたいと考えております。

最後になりますが、この報告書をご覧いただいた皆様方からの貴重なご意見、ご指導を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2011年8月
代表取締役社長 古河直純

新中期経営計画

● 中期経営計画の位置づけ

企業理念 大地の永遠と人類の繁栄に貢献するゼオン

CSR基本方針

- ・コンプライアンスを徹底し、社会の安全・安心に応える
- ・企業活動を通じ、社会の持続的発展と地球環境に貢献する
- ・一人ひとりがCSRを自覚し、行動する

重要な価値観

- ・スピード
- ・対話
- ・社会貢献

大切にせるゼオンらしさ

仲間との相互信頼

2020年のありたい姿

— 化学の力で
未来を今日にする ZEON —
わたしたちゼオンは、お客様の夢と
快適な社会の実現に貢献し続けます。

2010～2013年度までの実行計画に展開

中期経営計画（新3ヵ年計画）

● 事業戦略

エラストマー素材事業と高機能材料事業
のそれぞれの強みを磨き上げ、
両輪でグローバルに事業を拡大する

事業セグメント別戦略

エラストマー素材事業

成長市場へのグローバルな対応による強い事業の更なる強化

高機能材料事業

重点3事業分野での研究開発の加速による事業拡大

コスト競争力強化

当社の新中期経営計画は、当社の企業理念とCSR基本方針をベースに、当社の「重要な価値観」と「大切にせるゼオンらしさ」を定義した上で、2020年のありたい姿を策定いたしました。

この2020年のありたい姿を実現させるための2013年度までの具体的な計画が新中期経営計画であり、その事業戦略の基本は、上記のとおりです。

具体的に、エラストマー素材事業では、成長市場へのグローバルな対応による強い事業の更なる強化を図るべく、シンガポールでS-SBR[※]製造プラント建設に取り組むとともに、Zetpol[®]（水素化ニトリルゴム）の新工場建設を計画し、併せてコスト競争力の強化にも取り組んでおります。

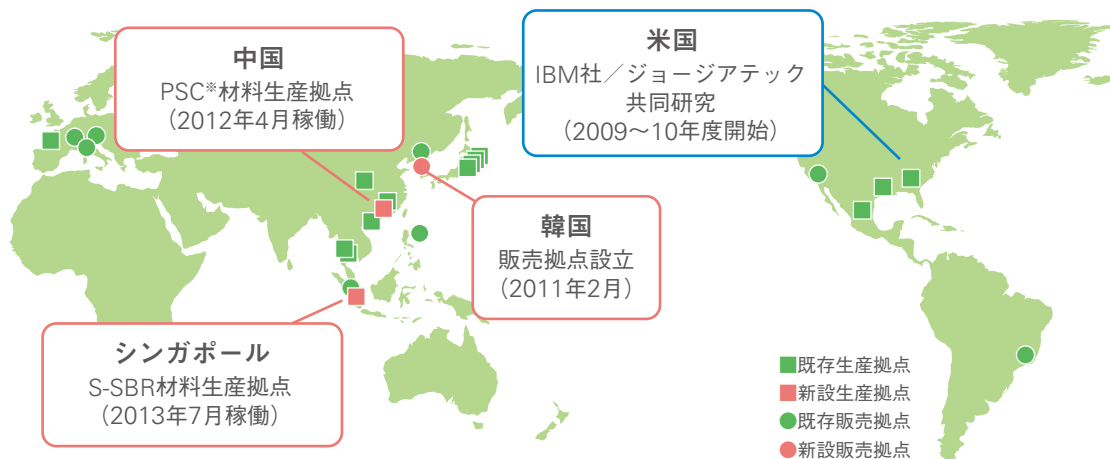
また、高機能材料事業では、重点3事業分野での研究開発として、情報用部材（3D-TV用フィルム、塗布型有機絶縁膜、Low-K材、電子看板用フィルム、液晶ディスプレイ用位相差フィルム、有機EL用材料、エッチングガス、モバイル情報端末用フィルム）、エナジー用部材（リチウムイオン電池用バインダ、高容量キャパシタ電極、リチウムイオン電池用シール材）、医療デバイス（センサ付IABPバルーン、バイポーラESD処置具、IABPバルーン、バイポーラスネア）へ注力していくこととしております。

そして、以下のようにグローバル展開体制を構築し、2020年には海外生産高比率50%以上を目指してまいります。

※S-SBR：溶液重合スチレン・ブタジエンゴム

成長市場にてスピーディに、確実に、研究開発・生産・販売する体制を整える。

2020年海外生産高比率50%以上を目指す



※PSC：自動車用パウダースラッシュコンパウンド

事業案内

ゼオンは独創的技術で社会に貢献します。

ゼオンはタイミングベルトなど、自動車エンジンの最重要保安部品に使用される特殊合成ゴム、香水や食品用香料などの用途に使用されるグリーン系香料(リーファルコール)、環境にやさしく軽くて透明な樹脂であるシクロオレフィンポリマー並びにオゾン層を破壊せず環境にやさし

い半導体用エッチングガスなど、世界で圧倒的な強みをもつ製品群を揃えております。“人のまねをしない、人がまねのできない”独創的かつ革新的な技術を活かし、強いものをさらに強くするという事業方針に則り、社会にとって存在意義のある会社を目指します。

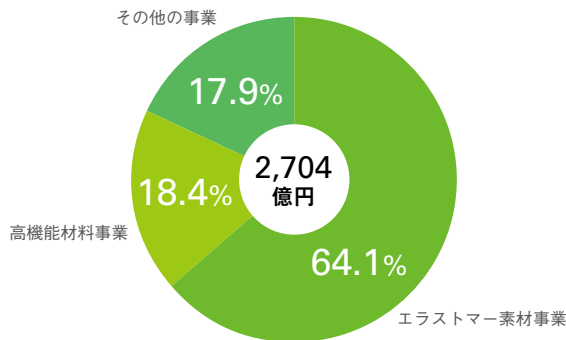
会社概要

- 社 名 日本ゼオン株式会社 (ZEON CORPORATION)
- 設 立 1950年(昭和25年4月12日)
- 資 本 金 242億円(2011年3月末)
- 従業員数 連結2,836名、単体1,590名(2011年3月末)
- 事業内容 エラストマー素材事業 合成ゴム、合成ラテックス、
 化成品の製造・販売
 高機能材料事業 化学品、情報材料、
 高機能樹脂の製造・販売
 その他の事業(ゼオングループの事業を含む)
 RIM配合液・成型品、医療器材、ブタジエン抽出技術等、
 包装物流資材、住宅資材、その他
- 本 社 〒100-8246
 東京都千代田区丸の内1-6-2(新丸の内センタービル)
 TEL 03-3216-1772(代表) FAX 03-3216-0501

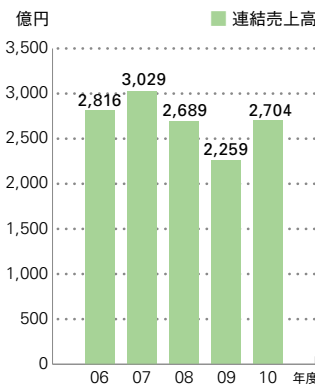


水島工場全景(岡山県倉敷市)

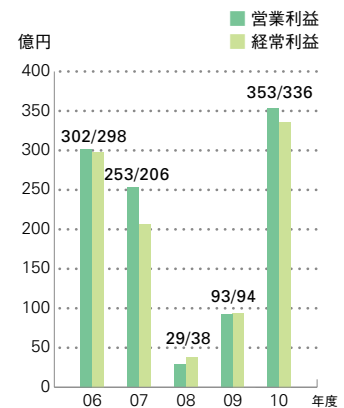
業 績



売上高比(2010年度)



連結売上高の推移



営業利益・経常利益の推移

日本ゼオンの事業内容

エラストマー素材事業

●合成ゴム

スチレン・ブタジエンゴム、ブタジエンゴム、
イソプレンゴム、アクリロニトリル・ブタジエンゴム、
アクリルゴム、エピクロルヒドリンゴム、
水素化ニトリルゴム、カーボンマスターバッチなど

●合成ラテックス

スチレン・ブタジエン系ラテックス、
ブタジエン系ラテックス、
アクリロニトリル・ブタジエン系ラテックス、
アクリレートラテックス

●化成品

C5石油樹脂、
熱可塑性エラストマー SIS など



水素化ニトリルゴム Zetpol®



合成ラテックス



C5石油樹脂



ガスケット類



合成ゴムを使用した
タイミングベルト



合成ラテックスを
使用した手袋

高機能材料事業

●化学品

合成香料、特殊溶剤、機能性ケミカルなど

●情報材料

フォトレジスト、エッチングガス、トナー関連製品、
磁気テープ用バインダー樹脂、
リチウムイオン電池用シール材、
リチウムイオン電池用バインダーなど

●高機能樹脂

シクロオレフィンポリマーおよび加工品



シクロオレフィンポリマー



合成香料を使用した香水



原反フィルム



高機能樹脂を使用した医療器材



高機能樹脂を使用した携帯電話

その他の事業

●RIM

合併処理浄化槽、住宅設備部材、
RIM(反応射出成型)配合液、
建・農機用部品、ゲーム機外箱など

●医療器材

治療用各種カテーテルなど

●その他

ブタジエン抽出技術、イソプレン抽出技術、
ブテン-1抽出技術、合成ゴムおよび合成ラテックス
製造技術、包装物流資材、建設・建築資材



合併浄化槽



RIMにより製作したトラック
のウインドデフレクター



RIMにより製作した
浴槽パン



医療器材
(胆管用ステント)

企業理念とCSR基本方針・CSR行動指針

ギリシャ語の大地を意味する「ゼオ」と、永遠を意味する「エオン」。この二つの言葉から生まれた社名ゼオンは、その名の由来どおり大地の永遠と人類の繁栄に貢献する企業を経営理念とし、個性豊かで独創的な企業を目指しています。

また、2010年に制定したCSR基本方針のもとに、全員が「気づき」、「考え」、「行動し」、常にチャレンジして行く企業でありたいと考えています。

企業理念 (1997年4月制定)

『大地の永遠と人類の繁栄に貢献するゼオン』

大地(ゼオ)と永遠(エオン)からなるゼオンの名にふさわしく、
世界に誇り得る独創的技術により、地球環境と人類・社会の持続的発展に貢献する。

CSR基本方針 (2010年4月制定)

- コンプライアンスを徹底し、社会の安全・安心に応える
- 企業活動を通じ、社会の持続的発展と地球環境に貢献する
- 一人ひとりがCSRを自覚し、行動する

ゼオングループのCSRの基本的な考え方として、従来のゼオン7条(1997年9月制定)に代わるものとの位置づけで2010年4月に制定したもので、各項目の意味するところは次のとおりです。

第1項目

法令遵守の徹底はもとより、社会の構成員としての企業人・社会人に求められる価値観・倫理観によって誠実に行動し、社会に迷惑をかけること。また、企業内の環境安全活動を通じ、事故を防止し、従業員・地域社会にも安心を与え、品質問題・PL問題に十分な注意をし、社会の安全・安心を損なうことないよう、行動すること。

第2項目

本業を通じ、ユビキタス社会・地球環境保全の実現などに貢献すること。世の中を先取りし、独創的技術に磨きをかけ、次々と新しいものを創造すること。社会になくてはならない役に立つ会社として、企業価値を高め、社会の期待に応えること。

第3項目

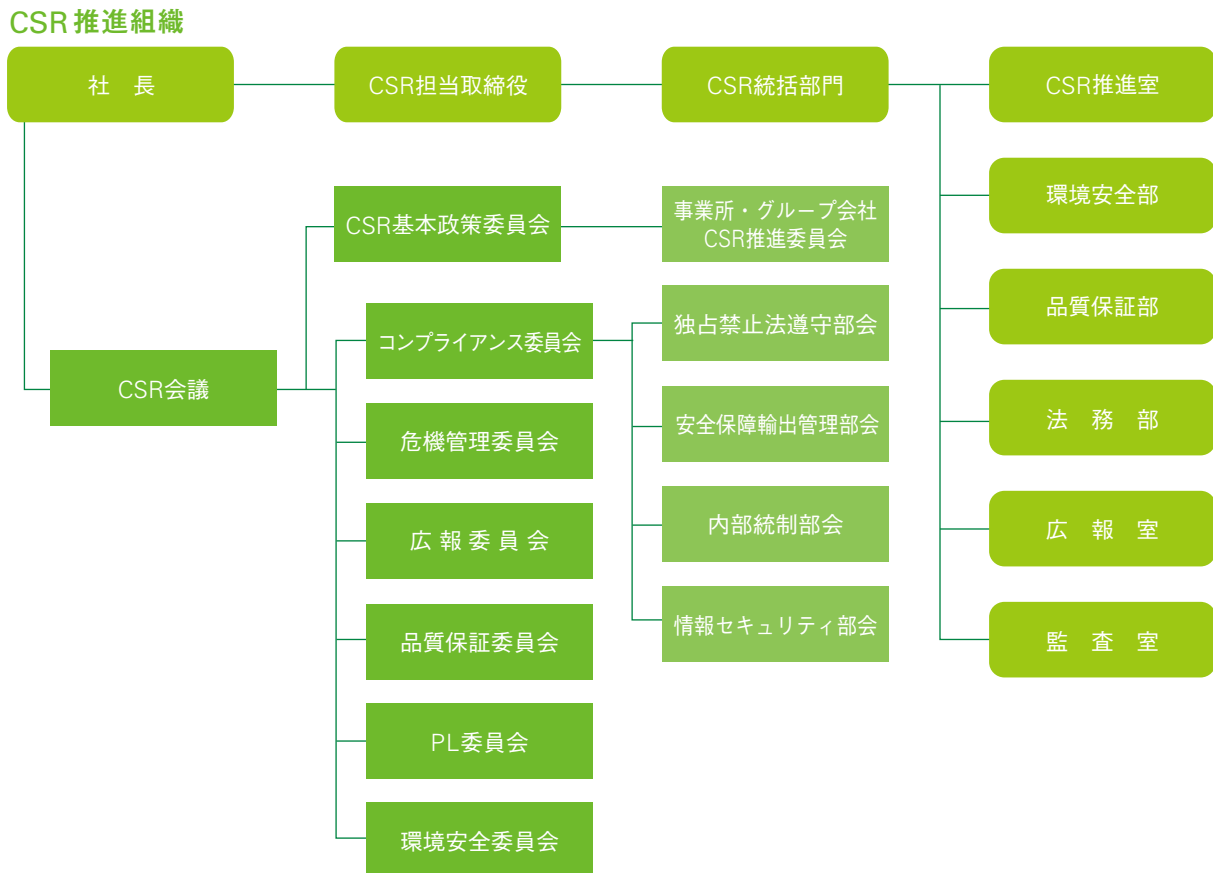
CSR経営を柱に、コーポレートガバナンスをしっかりと、従業員全員がCSRを自分のものとして十分自覚し、行動し、社会の期待に応えるという使命を達成し、感動と喜びを以って、ゼオンのCSRを実現すること。一人ひとりの参画と組織的な活動により、環境・安全・品質にこだわりを持つこと。

CSR行動指針 (2010年4月制定)

CSR基本方針の制定に伴い、従来のコンプライアンス行動指針(2003年10月制定)を全面的に見直し、制定したものです。コンプライアンス行動指針が、法令遵守を中心に、やってはいけないことのスチークホルダー別禁止リスト集という性格であったものを、CSR基本方針の項立に従って、社会の期待に応えるという視点から、積極的にどのように行動するかを規定しました。

CSR推進体制

2008年6月の組織改正により、企業の社会的責任を束ねる部署としてCSR統括部門を設置しました。また、2011年1月の組織改正により、当社グループのCSR活動を決定・推進する組織をCSR会議のもとに整理・統合しました。



● CSR会議

CSRに関する最高決議機関として設置し、CSR基本政策委員会、コンプライアンス委員会、危機管理委員会、広報委員会、品質保証委員会、PL委員会および環境安全委員会の年度活動計画および関連する諸施策を審議・決定し、その進捗報告を受け必要な指示を行います。必要に応じて適宜開催し、社長が議長を務めています。

● CSR基本政策委員会

当社グループのCSR活動を活性化させるために設置し、CSR活動の基本政策を企画立案し、全社的に推進しています。

● コンプライアンス委員会

法令違反の予防のために設置し、法令遵守の教育・訓練計画を立案し、主管部門に実施させています。当社グループの役員・従業員が一人ひとり、社会から求められる価値観・倫理観によって誠実に行動することを求め、それを通して公正かつ適切な経営を実現し、地域・社会との調和を図り、当社の事業を発展させていくことを目的としています。必要に応じて適宜開催しています。

○ 独占禁止法遵守部会

当社グループの役員および従業員が独占禁止法に違反することを事前に防止し、公正で自由な企業間競争を行うため、コンプライアンス委員会の下部組織として設置しており、必要に応じて適宜開催しています。

○ 安全保障輸出管理部会

当社グループが販売する製商品および供与する技術に関して、外国為替及び外国貿易管理法ならびに同法の関連法令の規定に従い、適正な輸出および国内販売を行うため、コンプライアンス委員会の下部組織として設置しており、必要に応じて適宜開催しています。

○ 内部統制部会

当社グループの財務報告に係る内部統制を推進するために、コンプライアンス委員会の下部組織として設置しており、必要に応じて適宜開催しています。

○ 情報セキュリティ部会

当社グループにおける情報の適切な管理をすること、ならびに当社情報資産の秘密性、完全性および可用性を、故意、過失、事故、または災害の脅威から安全に保護するために、コンプライアンス委員会の下部組織として設置しており、必要に応じて適宜開催しています。

● 危機管理委員会

事業継続のリスク管理のために設置し、組織的に潜在リスクを予防し、表面化したリスクを収拾します。また万一発生した危機に対して統制の取れた対応を取ることによって、損失を最小にとどめることを目的としています。必要に応じて適宜開催しています。

● 広報委員会

当社グループの企業イメージの向上を図ること、および適時適切な情報開示をするために、開示の有無と開示内容について審議・決定します。必要に応じて適宜開催しています。

● 品質保証委員会

当社グループの品質保証に関わる管理改善活動および教育に関する計画立案ならびに品質保証に関する実行状況の管理を行っており、原則毎年2回開催しています。

● PL委員会

当社グループの製造物責任に関わる予防活動および教育に関する計画立案ならびに緊急時対応に関する実行状況の管理を行っており、原則毎年2回開催しています。

● 環境安全委員会

当社グループの環境安全に関する諸施策の具体的事項の企画、立案および環境安全に関する課題の実行状況の管理を行っており、原則毎年4回開催しています。

安全理念・環境理念

生産活動における基盤は、安定・安全な現場です。当社は1997年に安全理念を、2001年に環境理念を制定し、環境への負荷の低減を図りつつ、お客様に安全・安定した品質の製品をお届けすることを目指しています。

安全理念

(1997年3月制定)

1. 安全は、事業活動の基盤であり全てに優先する
2. 安全は、全ての事故を防止できるとの信念が基本である
3. 安全は5S^{*}と一人ひとりが責任を持つことにより達成される

環境理念

(2001年8月制定)

1. 環境保護は社会の公器としての企業の使命である
2. 環境保護は独創的技術で達成できるとの信念が基本である
3. 環境保護は、全員が使命感を持ち、挑戦することにより達成される

レスポンシブル・ケア行動指針 (1998年6月制定)

1. 環境・安全の優先

環境・安全を守ることは企業活動の大前提であり、全てに優先させる。そのために、事故防止の施策と全員への教育・訓練を継続・徹底し、保安・環境事故の防止に努める。

2. 化学製品の最新情報の収集、提供

化学製品が適切に取り扱われ、使用され、廃棄されるために必要な最新情報を収集、蓄積、整備して従業員および使用者に提供する。

3. 有害化学物質、廃棄物排出の極小化

有害化学物質の排出削減、廃棄物の減量化と循環化・再資源化のための技術開発に努める。

4. 省資源・省エネルギー活動の推進

地球温暖化防止の観点からも、全員参加の省資源・省エネルギー活動を積極的に進めるとともに、独創的技術の開発によりエネルギー使用量の飛躍的削減を目指す。

5. 環境・安全を配慮した新プロセス・新製品開発、品質保証

研究の初期段階から環境・安全面からの評価を確実に実施し、環境・安全に配慮した技術・製品の開発を行い、その品質を維持・向上することに努める。

6. 社会との共生

地域、国内外および所属する団体等の環境・安全に関する規制を遵守することはもちろん、その活動に協力するとともに、当社の活動について地域、社会から正しい理解が得られるようにコミュニケーションに努め、社会からの信頼の一層の向上に努める。

7. 継続的改善

「レスポンシブル・ケア監査」および「保安全管理システム」、「ISO14001に基づく環境マネジメントシステム」、「労働安全衛生マネジメントシステム」の運用により、環境・安全に関する管理と技術を継続的に改善していく。

* 5S: 整理・整頓・清掃・清潔・躰

コーポレートガバナンスと内部統制

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、株主をはじめとする多様なステークホルダーの利益を尊重し、利害関係を調整しつつ利益を上げ、企業価値を継続的に高めることを目指しています。その実現のために、コーポレートガバナンス(企業統治)を通じて効率的かつ健全な企業経営を可能にするシステムを構築する努力を続けています。

コーポレートガバナンス体制を整備することにより、各機関・社内組織の機能と役割分担を明確にして迅速な意思決定と執行を行っています。そして、その経過および結果についての適切な監視と情報公開を行い、経営の透明性を上げています。これらを有効にさせるべく、コーポレートガバナンス体制をさらに充実させていきます。

当社のコーポレートガバナンス体制を構成する主な組織は以下のとおりです。

● 取締役会

取締役会は、業務執行の法令・定款への適合性を確保するため、監査役の出席のもと、原則毎月開催しています。法令に定める職務のほか、経営の基本方針・戦略その他重要な業務執行の決定を主要任務としています。2011年6月の株主総会において、社外取締役1名を選任しました。

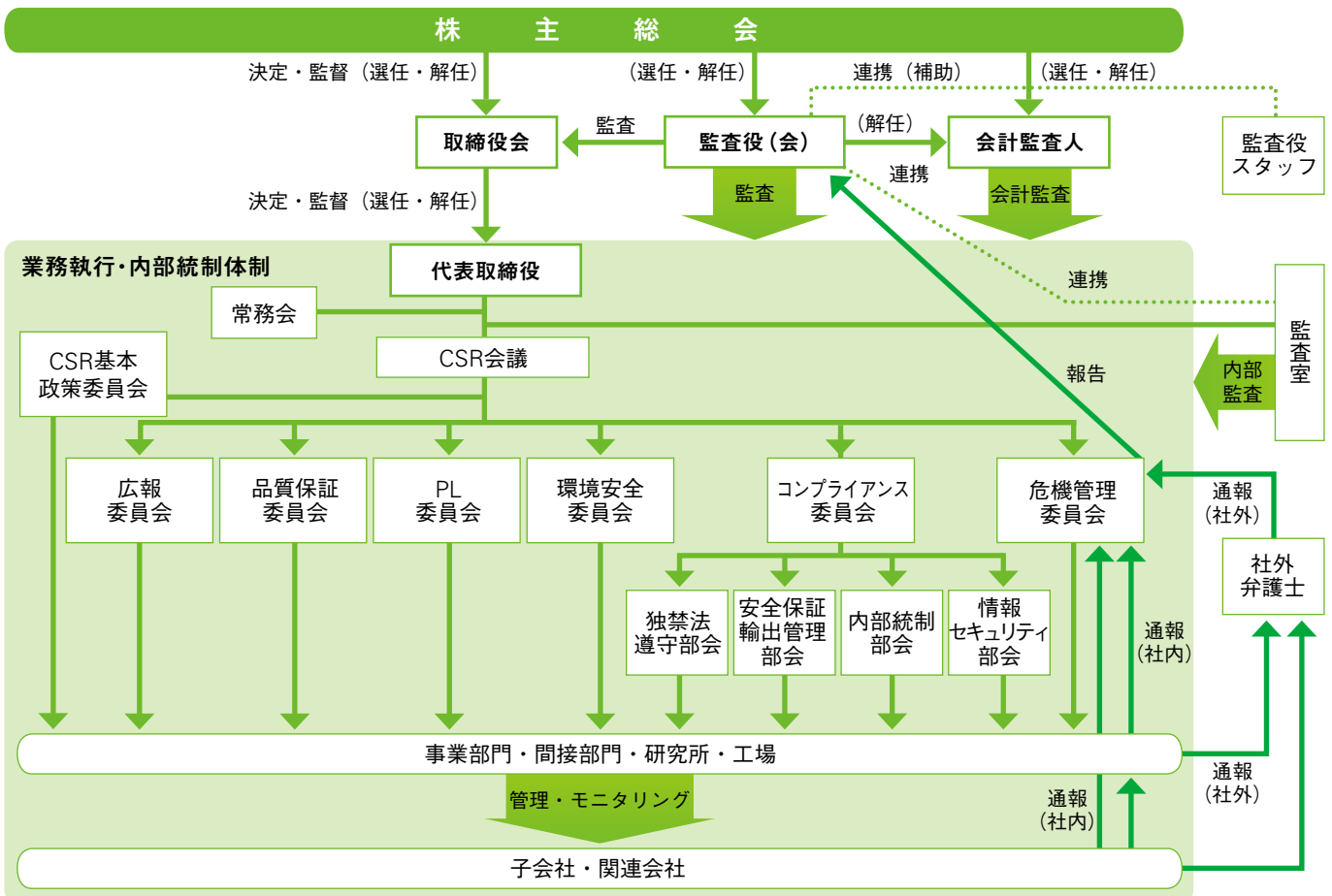
● 常務会

常務会は、常務会規程に基づき、社長、常務以上の役付執行役員および社長が別に委嘱した者で構成され、原則毎月2回開催し、経営に関する重要事項について、出席常勤監査役の意見を参考にし、十分な議論を行い審議・決定します。議案のうち取締役会規程に定めのある重要事項について、取締役会にて審議・決定しています。

● 監査役会

監査役会は、社外監査役3名を含む5名で構成され、原則4カ月に1回開催し、監査に関する重要事項について報告・協議・決議を行います。各監査役は監査役会が定めた監査役監査基準に基づき、取締役会への出席、子会社を含む業務状況の調査等を通じ、取締役の職務遂行の監査を行っています。

ガバナンス体制図



危機管理・コンプライアンス体制

社長を議長とする「CSR会議」のもとに、常設された7委員会が損失の危険の管理にあたります。このうち「危機管理委員会」、「コンプライアンス委員会」および「コンプライアンス委員会」の下部組織である「独占禁止法遵守部会」「安全保障輸出管理部会」「内部統制部会」「情報セキュリティ部会」が、ゼオングループの危機管理・コンプライアンス活動を推進しています。

2010年度の各委員会・部会の主な活動内容は以下のとおりです。

●「危機管理委員会」では、2010年度も発生した案件を処理し、再発防止策を講じました。また、2010年度はBusiness Continuity Plan (BCP) への取り組みの一環として、5大リスクと認識する、「関東地区における大地震」「工場の爆発事故」「新型インフルエンザ」「製品供給および原料調達リスク」および「製造物責任リスク」について、対応計画の見直し・改定に取り組みました。しかしながら、このたびの東日本大震災の発生を踏まえ、総合的な見直しを行っています。

●「独占禁止法遵守部会」では、2010年度もグループ会社を含む製品価格改定に際して、値上げの根拠・実施時期・原料値上がりとの整合性などの事前審査を行いました。また、業界団体への出席状況調査をおこない、ルールの徹底を図るとともに独禁法に関する社内講習会を開催しました。

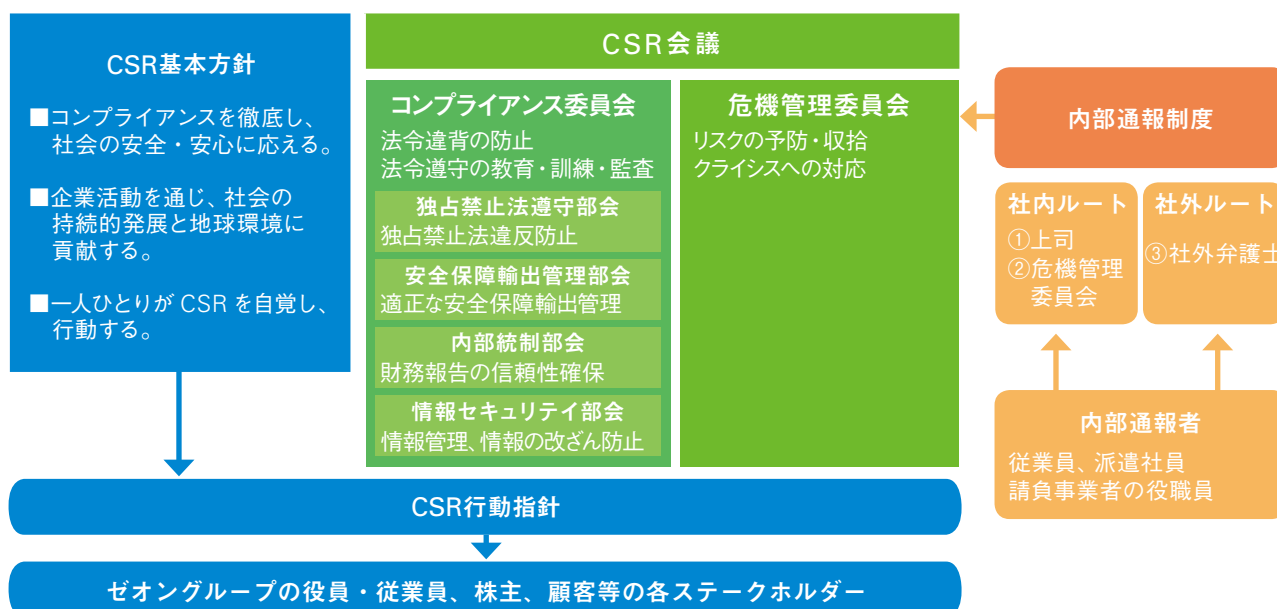
●「安全保障輸出管理部会」では、2010年度はリスト規制該非判定189件、キャッチオール規制に対する審査32件、ユーザーからの当社製品該非判定依頼318件を実施するとともに社内講習会を開催しました。

●「コンプライアンス委員会」では、2010年度には、新たに制定されたゼオングループ共通のCSR基本方針およびCSR行動指針の周知徹底を目的とした説明会を、国内各事業所のみならずアジア地区子会社においても実施しました。また毎年実施しています法令講習会を各事業所で開催するとともに、「コンプライアンス月間」には、コンプライアンス標語の募集や法令遵守一斉点検等を実施し、ゼオングループの役員・従業員のコンプライアンス意識の向上を目指しました。

●「内部統制部会」では、3年目を迎え、内部統制評価チームの評価効率向上を図るとともに作業の標準化に注力してきました。この結果、作業マニュアル9件を整備、懸案の実地棚卸手続の国内グループ会社の統一化を達成しました。

●「情報セキュリティ部会」を新たに設置し、コンプライアンス委員会の下部組織として2010年1月から活動開始しました。情報セキュリティ教育・監査に加えて、ゼオングループの情報管理システムの整備に取組む計画です。

ゼオングループの危機管理・コンプライアンス体制図





「ISO26000時代のCSR ～社会は企業に何を期待しているか」

当社では、本年1月より新たなCSR推進体制を整備し、その体制の下でCSRの推進に取り組んでいます。今般、その一環として、社外からの意見を伺うという趣旨で、社外有識者の方3名と当社取締役社長の古河以下経営層にて、「ISO26000時代のCSR～社会は企業に何を期待しているか」をテーマに意見交換をし、理解を深めました。(2011年6月9日開催)



秋山 ねね氏
株式会社インテグレックス
代表取締役社長



足達 英一郎氏
株式会社日本総合研究所
主席研究員
ESGリサーチセンター長



藤井 敏彦氏
独立行政法人 経済産業研究所
コンサルティングフェロー
埼玉大学大学院経済科学研究科客員教授
経済産業省通商政策局通商機構部総括参事官



古河 直純
日本ゼオン株式会社
取締役社長



武上 博
取締役執行役員



山本 俊一
執行役員・CSR統括部門長
(司会)

ゼオンのCSR～そのきっかけと最近の取組み

—山本 本日は、社外有識者のご三方にお集まりいただき、「ISO26000時代のCSR～社会は企業に何を期待しているか」ということについて、議論を深めていければと存じます。皆様方には、既に、日本ゼオンの会社紹介ビデオとTVCMをご覧いただき、事業の概略については概ねご理解をいただいたものと思っております。

それでは、まず、弊社古河社長より、経営者としてのCSRへ取り組み思いを述べさせていただきます。

—古河 2003年6月末に社長に就任しましたが、その年の3月に欧州委員会からNBR(ニトリルブタジエンゴム)の取引で競争制限行為があったとのことで呼出ががかり、更に米国でも同様のことが起きまし

た。また、5月頃から、いくつかの化学メーカーで高圧ガス認定保安検査の検査漏れがあり、原子力安全・保安院から、他の社でもないかということで調べてみると、弊社も徳山工場と水島工場で検査漏れがあり、11月に認定保安検査実施者の認定を取消されました。前者については、塩ビの業界には、昭和50年代の不況カルテルという歴史があり、海外でもその延長線上での体質が残っていたのかもしれませんが。また、後者については、バブルの弾けた93年・94年と2年連続して無配になり、利益目標がうまく達成できないので、固定費の管理に走り過ぎ、工場にお金をかけないというようなことが、認定保安検査の検査漏れを起こしてしまったのではないかと思います。このようなことときっぱり訣別しようということで、今のCSRのような格好いい話ではなく、最初は、徹底的に、法令遵守、コンプライアンスの徹底ということで、当時の専務が先頭に立って、認定保安検査実施者の認定を再取得しまし

た。これらの教訓により、法律を遵守するということができるようになったと思いますが、それだけでいいのかなと思っていますときに、中島茂弁護士とのコンプライアンスとCSRの話の機会があり、やはり、更に、社会に貢献できる企業になりたい、CSRに取り組もうという思いに至りました。最初は、地域貢献、工場での夏祭りなどで地域の皆さんに楽しんでもらうというところから、一歩すすめて、品質保証など、事業全体としても、CSRということを進めていきたいと思っています。例えば、省燃費タイヤなどライフサイクルアセスメント(LCA)でどのようにゴムが貢献できているかなど、きちんと出していけるといいのですが、なかなか難しいのですが、そのような方向性を模索しています。今、2020年の社会を見据えて新中期経営計画を作成しておりますが、その大元は、社会に貢献する企業として、CSR基本方針の精神を活かしていきたいということで、最後のつめをしているところです。



一山本 社長の発言を補足する形で、ここ1年余のゼオンのCSRの取組みについて説明させていただきます。2010年度は、ゼオンのCSRにとって大きな変革の年でした。4月にCSR基本方針・CSR行動指針を策定し、12月にはCSR推進体制の見直しということで全社会議体のあり方を見直し、この1月からCSR会議を頂点とする新しい推進体制になっております。それぞれの節目には、全従業員にCSRを考える機会を持ってもらうため、本社・全事業所・全グループ企業に対し、CSR説明会を2度開催しました。これらを通じて、一人ひとりがCSRについて、「気づき、考え、行動する」ということが浸透するよう、新推進体制のもとで、本社CSR基本政策委員会と本社・5事業所・10グループ企業に設置されたCSR推進委員会の連携によって、それぞれの部署毎に、分野別・ステークホルダー別のCSR活動について体系図をつくり見える化していくCSRマトリクス活動を展開しています。また、これが「ゼオンのCSRプロジェクト」といえるような全員参加の活動を作り上げようというCSRコアプロジェクト活動を開始したところで、この2つの活動が、今後のゼオンのCSRの基礎になるものと思っております。

CSRとは～有識者それぞれの思いを伺う

一足達 社長のお話を伺い、襟を正すということでCSRの意味を理解され、「利益ばかりに目が向くことでいろんな無理が生じた、そのアンバランスを元に戻すための取組としてCSRを始めた」ということでしたが、これは日本企業のCSRの入り方の典型例ではないかと思っております。

それが間違っているということでは決していないのですが、ISO26000の作成作業ではアプローチの違いを痛感しました。ISO26000の中の定義にも述べられていますが、組織が意思決定や活動を行うと、必ず何らかのインパクトが生じる。この影響を受ける側が、ステークホルダーです。ステークホルダーは、その影響に対して、それを支持することもあれば、「それは困る」という声を上げることもある。この影響と反応のキャッチボールにどう続けていくのかというのが、CSRなのだ考えられています。

日本国内では、経営者の方に「社内外のステークホルダーからどんな声があがっていますか？」とお尋ねして、パッと箇条書きリストが出てくるといことは滅多にない。一方、海外で取材すると、その切迫感とか優先度の違いをはっきり感じることがあります。例えば、90年代後半に、シェルが北海油田のリグの海洋投棄で批判を浴びたことがありました。当時の担当部長にインタビューしたことがありますが、「CSRは、当時のシェルにとっては、中長期の話ではなく、明日にも、ガソリンスタンドが焼き討ちに遭うかどうかという切迫した意思決定だったのです」との答えが印象的でした。やはり、かなり感覚が違うという思いがいたしました。

先ほど、「ここまでは日本企業のCSRの入り方の典型例ですね」と申し上げましたが、新中期経営計画の中で、グローバル化を掲げておられるわけで、海外というフィールドで、どのような立居振舞をするのかが、御社の次の課題ではないか思います。今取り組まれているCSRマトリクスとCSRコアプロジェクトの中にも、是非そういう視点を入れていただきたいと思っております。

一秋山 私どもでは、2001年からSRI(社会責任投資)のための企業調査を始めましたが、当時は、CSRという言葉はまだ日本になく、調査では、企業倫理・コンプライアンスに焦点を当てました。日本の企業が、コンプライアンスに取り組み始めたきっかけは、企業不祥事で、特に2001年からの大企業の相次ぐ不祥事により、これは何とかしなければいけないと、多くの企業がコンプライアンスに取り組み始めたのですが、当時は、「コンプラだかテンプラだか知らないけど、そんなもので飯が食えるか」と言われるようなこともあり、コンプライアンスという言葉自体、一般になじみのうすい状況でした。が、取り組みが進むにつれて、徐々に、「これをしてはいけない」、「あれをしてはいけない」ということではなく、前向きに、社会に対してきちんと責任を果たして、それをきちんと説明できることが重要だという流れになり、今のCSRにつながってきています。日本の企業のCSRは、「責任を果たす」というところから始まって、ここ数年で、責任を果たすだけではなく、どのように「社会に貢献する」という方向に変化してきました。当初、守りから入ったところをどうやって攻めていき、それを企業の競争力につなげていくかという、そのような取り組み方になってきていると思っております。



私は、CSRの根幹は企業の理念だと思っています。コンプライアンスにしても、法令を守れば良いというのではなくて、守るべきものは企業の理念です。企業理念は、御社でも「大地の永遠と人類の繁栄に貢献するゼオン」と、まさに社会への貢献、人類への貢献をうたっておられるわけですが、これを守っていこうとすると、法令を守れば良いなどというレベルの話ではなくて、理念を実現するために、どのように社会に貢献していくかということになります。CSRは、企業が何を大切にしている、何を目指すのかということからまず固め、それを常日頃より実行しつつ、外に対してきちんと発信していくということであり、昨年、CSR基本方針として、皆にわかりやすく、覚えやすいものを作り、社規体系を見直し、更に、組織体制を整えて取り組みを始められたことは、CSRに取り組む基盤づくりとして非常に重要なことだと思っております。

CSRに取り組むに当たっては、2つの重要なポイントがあって、一つ

は、経営として、会社として、どの分野で、何に重点を置いて、どういう取り組みをしていくのかということ、もう一つは、社内において、それをきちんと伝え、社員の皆さんが同じベクトルをもって日々の仕事ができるようにすること、この二つを同時にやっていかなければいけないと思います。特に、取り組みを実践する社内の従業員との意識の共有がなければ、いくら立派なプランを作ったとしても、絵に描いたもちになってしまいます。

一藤井 私からは2つのことを申し上げたいと思います。一つは、CSRに取り組む価値というものがあるときには、日本の中で良かれとされていることと、日本の外で良かれとされていることには、どうしても差があり、その差分に気づくということが非常に重要なことではないかと思っています。古河社長のご発言にあった不況カルテルは、日本の古き良き時代のもので、かつて日本独特のものとして社会的に是として存在していました。しかしながら、欧米では、歴史的にそういうものは存在せず、決して日本がいい、悪いという問題ではなく、何が是とされているかということについての違いがあったわけです。もう一つ例をあげると、日本のある企業で、身障者雇用で、身障者だけの工場に働いてもらっているのを自分たちの社会的責任の例として、海外のメディアに紹介したところ、欧米人の人権感覚から見れば、身障者の方だけを集めて作業場を作るというのは、それは隔離であり、本来健常者と身障者が一緒に混ざって働くということを目指すべきだということで、危うく大問題になりかけました。最終的には事なきをえましたが、今われわれが正しいことと思っていることが、海外では必ずしもそうでないということが往々に起こります。会社がグローバルに展開していくときには、それが一つの大きなアキレス腱になり、自分の社内に異文化を抱え込む、そういう価値観の相違というものが、組織に何がしかの問題を発生させることが起こりうると思います。



2点めですが、CSR基本方針の説明の中で、企業活動を通じて、社会の持続的発展と地球環境に貢献するというフレーズがありましたが、企業活動を通じてというのは、一体何なのかと考えると、2つあります。一つは、製品サービスを通じて、社会の持続的発展なり、環境に貢献すること。もう一つは、その製品を作り出すプロセスを変えることによって作るものが同じでも、社会的に貢献すること。前者の取り組みが不十分であれば、すぐにマーケットからシグナルがあり、お客さまを失うということとわかりやすいのですが、後者はわかりにくく、即座に何か問題が発生するわけではないので、先ほど秋山さんが言われた理念というものが重要になってくると思います。理念がないとフィードバックがなかなか来ないので、軸がどんどんぶれていく可能性が常にあります。物を作り出すプロセスのように外からすぐに見えないような部分にも特に注力いただくというのが、重要ではないかと思っています。

ISO26000のインパクト

一山本 まず、足達さんから、ゼオンのCSRは日本企業として典型的な入り方というご指摘とともに、ISO26000の策定過程でのご経験を語っていただきました。ISO26000の発行は、認証のいろいろなガイドラ

イン規格とはいえ、1つの国際的な物差しが出来たということは、企業活動に大きな影響があると思います。これに対して、日本の企業としてどのように対応したらよいかというような点にご示唆がありましたら、お願いしたいと思います。

一足達 まず一つには影響(インパクト)の認識というものをどこまでできるかということがあると思います。日本企業には、「不都合な真実」ではないですけど、自らが生み出す悪影響について社内で議論すること自体が憚られる傾向があります。例えば、化学企業において、その原材料である化石燃料を枯渇させるとか、化石燃料の価格を今の3倍、4倍にしてしまうという手の話しは、経営計画を作るときならともかく、普通は議論がしにくいということはないでしょうか。CO₂削減の問題もそうだと思います。まず、こうした認識を、社内で平気で口にする風土になれるのかどうかということは重要だと思っています。ちょっと脱線になりますが、御社の塩ビ事業の撤退には、どんな議論があったのかという点には大変関心があり、単に経済性の問題だけだったのか、今後の10年、20年という社会との関係の中で判断をされたのか、そういうところを語っていただくと、御社に対する見方も変わってくるのではないかと思います。



2つめは、日本企業の場合、ステークホルダーの声というものを意識して、なるべくきめ細かく拾っていく、聞き耳を立てていくしかないと思います。日本国内には声高に声を上げるグループやステークホルダーは少ない。しかし、マーケットは、それを刻一刻きちんと見ているので、これを感知する能力が必要になると思います。

その上で、3つめは、先ほどの影響とステークホルダーの声を掛け合わせると、事業の選択ということになるのではないかと思います。日本では、企業が存在していること、あるいは売り上げを上げているということは、そのビジネスに社会的価値がある、社会に貢献しているということの証しであると考え方が多い。事業の取組分野とか、製品のポートフォリオに貴賤はなく、目の前にあることをきちんと成し遂げていく、あるいは品質を上げていくことがCSRだという考え方です。ただ、私は若干違う思いを持っています。50年後の世の中とか地球とかがどうなっているかということに思いを馳せて、今この仕事、この製品作りをやるべきか、止めるべきかということを、常に社内でフィードバックしていける組織体を作る必要があります。それが実現したとき初めて、社会の持続可能性と同時に企業の持続可能性が保証されるのではないかと考えています。

一山本 影響の認識がどこまでできるか、ステークホルダーの発言に聞き耳を持てるか、中長期的に何を世の中に出していけばいいのかという観点で事業全体を進められるかという3点のご指摘でした。我々もISO26000のポイントの一つである幅広いステークホルダーとの対話を通じた信頼の確保ということで、経団連の企業行動憲章の改正もそこが第1の改正点であったように、これまで必ずしも十分でなかったと認識していますし、これからしっかりやっていかなければと思っています。事業の選択という問題については、日本の企業は、例えば、弊社の新3ヶ年計画も、2020年のありたい姿というイメージを描いて、この3ヶ年どう活動すべきかを考えており、ある程度、出来ているのではないかと

と思います。古河社長、いかがでしょうか？

—古河 まあ、おっしゃるとおりのところがありますよ。ISO26000だけでなく、RoHS指令、REACH規制、そしてIFRSなど海外からいろんな規制が入ってきて、影響の認識ということでは大変な時代になってきたとつくづく思います(笑)ただ、事業自体は、20年先、30年先まで考えながら選択をしていかなければ大変なことになるという感覚は持っているんですけど、影響の認識はきちんとできていないと思います。今回、シンガポールに工場を出すことになりましたが、現地の従業員がどこの国の人になり、どのような文化でということまでの認識はまだだないと思います。このようなことをきちんとやらないといけなくなると、これから企業経営は本当に大変です。

—藤井 ISO26000については、「こんなことまで書いてあるんだ」というところをきちんと認識することが重要ではないかと思います。日本企業がここまで強くなったことの大きな理由の一つは、日本の消費者の品質に対する飽くなき拘りがあり、少しでも傷があると買ってもらえないという消費者の厳しさが日本企業を育てたというのが、多くの経営学者が語っていますが、他方で、日本の消費者は、足達さんの指摘にあるように、会社にいろんな意味での文句を言うことはあまりない。環境問題はまた別でしょうが、それ以外のところ、例えば、差別の問題では、日本ではあまり考えられませんが、欧米では、会社に対して頻繁に提示をされ、不買運動が起こります。日本の消費者は、社会的な面については寛容で、品質については厳しいですから、日本の企業は品質にもものすごく配慮するようになったけれども、社会的なことについては寛容なので、逆に、社会的なところは、あまり考えなくて済んだのだと思います。ある意味で、長期的には、日本企業は欧米企業にハンディキャップを負っているとも言えるのかもしれない。ISO26000には、日本の会社が何でこんなことを書いたんだろうと思うことについて、こんなことまで考えなきゃいけないのはなぜなんだろうというふうに、文化の違いを考えながら読んでいくのに良いのではないかと思います。

—古河 そうですね。日本の企業は、グローバルな視点からの人権や貧困問題に対する対応という視点そのものが欠けているということがあって、今回、企業行動憲章も、その点が手直しされましたが、ゼオンのCSR行動指針を見ても、そういうところは、足りないところがあり、見直していかなければいけないところかと思えます。

—武上 ゼオンのCSR行動指針をあらためてみますと、要は「児童の労働力を使うような製品を買わない」ということを一応書いてありますが、あんまり大きくは書いていない。ゼオンの指針もISO26000の一部がここに反映されているのかと思いますが、その書き方などそのような項目を正面から受け止めて意識して取り組んでいかなければと感じました。

本業での社会貢献

—山本 ISO26000はこれくらいにして、2つめのテーマとして、社会への貢献ということが、秋山さん、藤井さんの発言にありましたが、「本業でどのように貢献していくか」ということについて、環境問題もからめ、議論したいと思います。

まず、武上取締役の方から、本業における環境への貢献ということで、ゼオンがどう社会に貢献しているのかを簡単に説明させていただきます。

—武上 ほとんど製品の宣伝になってしまいますが、まず、本業による社会及び環境への貢献としては、やはりオリジナルな「人のマネをしない、人がマネのできない独創的な技術」を活用し、世の中のニーズにあった製品をきちんと提供していくことが本筋とっております。その代表的な製品としては、①低燃費タイヤ用のゴム、②蛋白アレルギーの少ない手袋用ラテックス、③コピーの省エネに寄与する重合合法トナー「ゼオグラビュール[®]」、④カメラ付き携帯電話レンズ等の光学特性に優れたシクロオレフィンポリマーの「ZEONOR[®]」「ZEONEX[®]」、⑤液晶テレビの更なる薄型化、省エネ化に貢献する、溶剤を使用しない溶融押し出し法での光学フィルム製法による「ゼオノアフィルム[®]」、⑥オゾン層保護・地球温暖化防止に貢献する、米国オゾン層保護賞を受賞した次世代フッ素系洗浄剤「ゼオオローラ[®]」などがあります。

今お話したような環境保全に貢献する数々の環境貢献製品を、これまで培ってきたレスポンシブル・ケア活動により、環境に配慮した、安定・安全な生産を通じて社会に提供しています。さきほどプロセスにおける社会への貢献ということが



出しましたが、生産活動に伴うエネルギー原単位は、2010年度で67.8と、1990年に比べ、32%削減しており、化学業界の自主行動計画の20%削減を大きく上回っております。また、これをCO₂排出量ということで計算しますと、2010年度で581千トンと、1990年度(637千トン)の8.8%削減となっており、京都議定書の2008～2012年度6%削減を達成しています。

—山本 先ほど、藤井さんから、企業活動を通じての貢献という場合、2つあるという話が出ました。製品サービスそのものとともに、作り出すプロセスについても、先ほど説明のあった重合合法トナーは、今までの粉碎法とはまったく違うもので、その意味では、プロセスの方も、市場性ということを含めて、かなりできているんじゃないかと思います。ただ残念なのは、やはり、ゼオンの製品は素材、材料、中間製品なので、その製品が本当に世の中に貢献しているのがはっきり見えないうところなんです。そういうところが何とかできないかということで、冒頭に社長がライフサイクルアセスメントについて少し触れていましたが…

—古河 化学産業で合成しているんなものを作るというのは、非常に特徴のあるものができます。例えば、航空機タイヤは、天然ゴムの比率が高く、ほとんど天然ゴムで出来ています。耐久性にバランスが取れているのが天然ゴムなんです。先ほど武上の説明にあったように、燃費だけを考えると、どんどん走れるようにしようとするとうんぬん走れるものはできるんです。だけど、最後、止まんなきゃいけないというときに止まらなくなるので、ある程度それを犠牲にしながら、特徴のあるゴムを作る。全く逆のところにあるのが、F1レースのタイヤに使うゴムで、これは燃費なんか関係なく、高速スピードを出して走るので、燃費とは関係なく、速く走っても滑らないゴムを作ってくれというタイヤメーカーさんのご依頼がある。何でも特徴があるものはできるんです。そういうところで、お客さまからのご要請の中で、何をやっていくのが本当に社会に貢献あるかということと言うと、やはり生産から消費、更には廃棄までのライフサイクル全体で、一番環境に優しいものを作るというのが、われわれの務めと思っています。そのような分析がきちんと数字で出せるようになるといいのですが、これがなかなか難しいのが悩みです。

グローバル展開とCSR

—山本 さて、3つめのテーマとして、先ほど議論のありましたグローバル化の中でCSRをどう考えるのかということを取り上げたいと思います。冒頭社長の方から少し触れた新中期経営計画については、現段階では基本的考え方について公表しております。

そのベースとなるところは企業理念とCSR基本方針であり、この2つを変えないもの、変えてはいけないものとして、このゼオングループの役員・従業員の全員が常に肝に銘じ、CSRをレベルアップしていきたいと考えております。他方、CSR行動指針は時代の要請に合わせてどんどん変えていながら、グローバルに展開していきたいと考えております。それでは、グローバル化との関係で、CSRをどう考えるのかということについて、先ほど藤井さんの方からお話がありました、いかがでしょうか？

—藤井 グローバル化するときの一つの杖の役割を果たすのがCSRではないかと思っております。海外の会社、しかもある程度大きい会社を買うと何が起るかというと、共通した現象として、会社の理念などについてどちらがどちらを買ったのかわからなくなるという経験をされている会社が少なからずあります。欧米人は、世界観を語ることを得意とし、日本の会社は、改善という根強いポリシーで、半歩先をどうするのかという議論、これではなかなかかみ合いません。特に全体のポリシーをどうするのかということについて、日本にある本社がコントロールするのが非常に難しいという状況が発生しかねない。どこまで理念というものを強く持っているのかということが問われることになります。先日、古河社長の今年の年頭挨拶を拝読しましたが、社長の挨拶で、あそこまで分かりやすいものは初めてです。一つ一つの言葉がわかりやすく、訴えかける力がある。欧米人は、言葉で動く人たちですので、これからグローバルに価値観を語っていくときのベースとして、例えば、人権とは何かとか、世界はどうあるべきかとか、貧困の問題というのはどうあるべきかということを語るということはどうしても避けられないということなんじゃないかと思えます。

もう一つは、日本の企業の良さを失うということは、これは自殺行為ですので、決してすべきじゃないと思うのですが、2020年のありたい姿を拝見していて、「お客様の夢と快適な社会の実現に貢献する」というフレーズがありますが、欧米人的な発想だと、「お客様の夢というのは、一体何なのか」と。それは、まさに日本の「お客様にサーブをする」という発想から来るわけですがGoogleなど欧米企業というのは、彼らはまず自分の夢を語るわけですが、自分の夢を実現するためにやっているのであって、お客様の夢を実現するためにいう言い方はしません。もちろんお客様に役立っているんですけども、彼らは「自分の夢はこうなんだ」ということを語る人たちであるということであり、海外に行くと、「ゼオンの夢は何か」ということが問われるということであり、そのときにすべての人が「なるほど」と言うような言葉で語っていくことは非常に重要ではないかと思えます。

—秋山 海外に出ていくと、特に、自らの軸となるものがすごく重要で、先ほども申しましたが、それが企業理念だと思います。理念が、どれだけ一人一人の中に落とし込まれているかが重要です。「海外」と一言でいいますが、一つの「海外」というものはないのであって、アメリカ、あるいはヨーロッパでも国、地域ごとに違うし、アジアでも、それぞれ違

う、そういう、一つ一つの国あるいは地域によって違うんだということ、海外展開する場合は認識しなければいけません。その違うものをどう束ねていくかということ、中心になるのが理念です。軸となる理念は、どの国、地域であろうと変えてはいけないのですが、それをどう説明して伝えていくかということでは、現地の人々がそれを聞いたときにどう感じるかという部分がすごく重要になります。グローバル展開といいますが、グローバルでの取り組みというのは、グローバルを構成するそれぞれの現地であるローカルへの取り組み(グローバル)だと思えます。理念を現地に浸透させるにおいては、そこで働く人たち一人一人が理解できるようなやり方で、もちろん軸となる理念の精神については説明を尽くして徹底するわけですが、同時に、現地の人たちが、「理念を、自分たちの仕事に落とし込むと、具体的にはどういうことなのか」ということを考える機会をつくるのが、非常に重要だと思います。一人一人が自分の仕事と照らし合わせて、理念の実現のためには、どういう仕事をしたいのか、どういう製品をつくれればいいのか、どういうプロセスで仕事をしていけばいいのかを、それぞれ、考えることが重要です。また、海外では、自社工場はもちろん重要ですが、取引先、サプライチェーンまで、きちんと取り組まないと大きなリスクを抱える可能性があるため、その部分まで注意をしていかなければならないと思います。

—古河 そうですね。理念を一人一人の仕事まで落とし込むということが大事だということで、一人ひとりがCSRを自覚し、行動するという基本方針第3項目がまさにそれを表しています。CSRマトリクスの説明がありましたが、16の現場のCSR推進委員会が議論して、基本政策委員会に上がってきたものを再度議論してまとめるという形で、日本ゼオンのCSR活動の骨格を作っていきたいと思っております。

—足達 今の問題で、ゼオンの夢を語るといったときに、その理念の表現方法として、製品サービスに拘りを持たれるということが重要かと思えます。御社の事業は、要は、ナフサの副生成物からスタートし、それをどのように有効利用できるのかを徹底的に追求されてきた歴史のように見えるわけです。いわばリサイクルですね。これを遺伝子として、その精神を継承して、この技術を社会で開かせるんだという種が、いまでも社内であって、それを社外にもきちんとプレゼンテーションされているかがポイントです。これが出来ていれば、自らの夢を語る、理念を語る際の、非常にシンボリックなものになると思えます。



—古河 おっしゃられるとおり、当社はC5を徹底的に使うようにしているんですけど、当初はそういう高尚な考えはなく、船で運んで、行ったり来たりしていると、お金ばかりかかるので、何とかみんな使えるようにできないかというのがその原点の発想で、結果的に、差別化が今はできているということかと思えます。C5のイソブレンは、15%しか取れな

いので、せめてもう少し他で使おうじゃないかということで、いろんなことをやってみたら、結果的に香水が出てきたとかですね。

一足達 そのようなストーリーをご紹介いただくと、御社のCSRが、非常にわかりやすくなると思います。

まとめ～有識者からのアドバイス

一山本 多岐にわたるテーマについて議論がありましたが、最後に、



ゼオンに対してお一方ずつ、アドバイスがありましたら、お願いしたいと思います。その前に、ゼオンでは社外の方とCSRについてこのような形で意見交換をさせていただくのは、初めての試みであり、古河社長から感想がありましたら、お願いいたします。

一古河 ゼオンは、これまで大してM&Aをやっていないのですが、最初米国に出て行ったときは、最初はうまくいっていたのが、その後、スカウトした社長とは、品質管理やレイオフなど文化の違いで大変苦労しました。やはり日本人のような農耕民族と狩猟民族は違うんでしょうね。いや、グローバル展開というのは、本当に、これは大変だなと思います。今度、シンガポールに拠点を作りますが、シンガポリアン、そこへまたインドネシアの人がいっぱい来て、バングラデシュからもとなると、ますます大変だなと思いましたけど。そもそも当社の企業理念「大地の永遠」なんていうのはわかりますかね？もともとは、塩化ビニールのときの話で、カーバイドは土から掘ってきて、石灰岩を持ってきて、電気で焼いて、それに水をかけてアセチレンを作って、塩素と化合して、塩化ビニールを作る。だから「大地」ということになっている。これは、アメリカ人はなかなかわかっていないんだよな(笑)。

一秋山 そのストーリーを皆さんに話されていますか。アメリカ人は、伝えても分からないのでしょうか。日本人もそうですが、アメリカ人も、結構そのような話は好きだと思います。会社の理念や歴史、つまり、今の自分の仕事の背景にあるストーリー・ビハインドというのですが、そのようなストーリーがあるなら、伝えるべきだと思います。私も、今のお話を伺って、「そういうことなのか」と思いましたが、それを知っていると知らないのでは、最初の会社紹介のビデオから受ける印象も、感じ方が違うのではないかと思います。

一古河 それはまだ話していないからですね。なるほど、それでは、今度やってみたいと思います。

一藤井 どの会社もグローバルにとおっしゃいますが、グローバルカンパニーというのを経営するのは人なので、結局は、どこまで自分たち一人一人がグローバルになれるかということ以外のものではないのです。グローバルパーソンというと、あまりに英語っぽくなりますけども、結局は、そういう人の集合体になれるかどうかということです。日本の美学は捨ててはいけなくて、すべて捨ててしまうか、もしくは、それに固執するかという両極端になってしまうようなところがあります。先ほどの児童労働などについてのもの言い方一つにしても、どういう形で言うのかというと、それは、自分の腑に落ちた上でということになりますが、何を腑に落とすのかというのは、たぶん一人一人の永遠の課題で、そこに尽きるような気がします。

一秋山 会社の経営も、CSRも、不易流行だと思っています。変わらないものと変わるべきもの。変わらないものは理念ですが、理念を軸として守ることについては、いくらでも頑固になっていいと思います。それ以外のところは、特に海外に出ていくに当たっては、現地の状況に応じて変わるべきものだと思います。変えるためには、現地をきちんと知ることが必要です。自分たちが出ていくんだから、そこの人たちを知って、その土地を知って、そこの人々の考え方を知ること。対話を通して、理念の背景にある、先ほどのストーリーのような話を含めて、きちんとコミュニケーションして、共有する部分は共有するというのが、重要だと思います。で、もう一つは、仕事に対する誇りです。誇りは、理念自体が誇りであるという部分もありますが、さきほど伺ったいろいろな製品の話などは、社外に向けてと同様、社内でもしっかり共有していくべきだと思います。製品を作っている人たちは知っていても、例えば、本社で管理の仕事をしている人たちは、その製品がどうかたちで社会の役に立っているかのすべては知らないかもしれない。それは非常にもったいないし、それを知ることが仕事や会社への誇りにつながることなので、社員にきちんと知らせる、CSRの取り組み自体についての共有もそうですが、そういった従業員との共有を是非やっていただければと思います。



一足達 ほぼ秋山さんの話と重なりますが、理念を持った上で、やはり多弁であっていただきたい。あえて、多弁であれと私はお願いしたいと思います。多くの日本企業の課題は、「社会に貢献したい」ということを胸を張って言ったり、「こういうところで貢献している」ということを堂々と説明したりすることです。ときには、「皆さんの声を聞いたけれど、うちの会社はこういう意見だ」と、あえて反論することも必要になる。こうした強さ、多弁さには欧米企業に一日の長があります。正直、彼らにはスタンプレードとか、言っていることとやっていることがこんなに違うのにと思われることが多々あるのですが、ただグローバルに出ていったときは、彼らとの競争ですから、日本企業が目指すべきは、コストと手間を掛けてでも、多弁になっていく方向だと思います。そのためのフィールドとして、CSRというのは、非常に格好な、かつ重要なフィールドであるということを感じています。

一山本 本日は長時間にわたりありがとうございました。昨年は、CSR基本方針・行動指針の制定を踏まえ、社内若手従業員との意見交換をしましたが、今年は、社外の有識者の皆さんとCSRについて考えてみました。社会の期待・要請に応えるためには、社外からの声に真剣に耳を傾ける必要があり、本日の会合が、社内でのCSRの議論の活性化につながることを期待して、終わりたいと思います。

ステークホルダーとの関わり

当社はお客様、株主・投資家、地域社会、取引先、社員などの全てのステークホルダーと良好な関係を維持し、共に発展するための様々な活動を行っております。

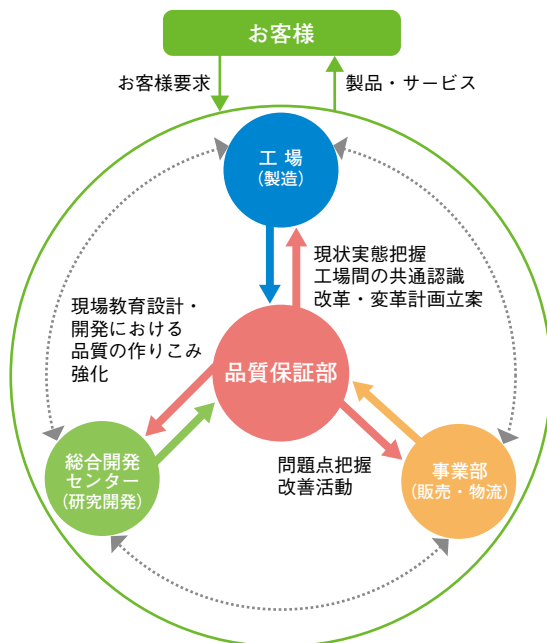
お客様との関わり

品質保証

当社は、常にお客様の視点に立った製品を作り製品品質を確実に保証するため、事業部・研究所(総合開発センター)・工場との連携を密にし、「製・販・技」が一体となったなかで、適正な全社的品質保証活動を進めています。

2010年度は、全社の品質保証強化のため、本体の工場に独立した品質保証部署を設置し、本社品質保証部との更なる連携を図る体制に変更し、更なるコミュニケーションアップと、全社的および工場における問題点の解決を精力的に進めています。

特に、お客様からのクレーム“ゼロ”を目指して、製造部門(工場)で抱える工程内異常において特に慢性的な異常を減らし、お客様への確実な流出防止を講じるため、年度の全社の品質活動課題として、真因追求・対策実施と有効性を確認し標準化を確実に実施する活動を進めています。



株主・投資家との関わり

株主とのコミュニケーション

当社の事業内容を分かりやすくご理解いただくため、定時株主総会当日には当社製品が使われているお客様の商品を説明パネル等の展示とともにご紹介しています。

また当社WEBサイトでは【株主総会】に関する通知事項、四半期ごとの『決算説明会』の音声配信、トップによる『経営の現況』についての動画配信をしています。

投資家とのコミュニケーション

当社では国内外の機関投資家やアナリストの訪問取材に積極的に対応しています。

昨年度はアナリスト向け説明会を四半期の決算発表ごと(2010年8月・11月、2011年2月・5月)に実施しました。また、第二四半期決算、年度決算説明会では、通常の説明に加え、トップによる経営の現況や中長期計画についての説明も行いました。

個人投資家の皆様に向けての活動としては、2010年9月に野村アイ・アール株式会社主催の「合同投資家セミナー」に参加、また2010年11月開催の『ジャパニーズインベスター』誌・宝印刷株式会社主催の「個人投資家のための会社説明会」にも一昨年に続いて参加し、「意外にゼオン」というキーワードに基づいて当社の様々な事

業展開を分かりやすくご紹介しました。

当社では今後も説明会などを通じて株主様への積極的な情報提供と相互コミュニケーションを進めるとともに、個人投資家の皆様を対象としたIR活動にも積極的に取り組んでいきます。



個人投資家様向け会社説明会



個人投資家様向け会社説明会
展示コーナー

社会との関わり

地域・社会

地域・社会との関わりについては、各事業所で取り組んでいます。主な取り組みをまとめると、以下の通りです。

●祭典関係

各事業所主催納涼祭開催

・ゼオン納涼祭・夏祭り(高岡工場、川崎工場、水島工場)

・ゼオン和楽踊り(徳山工場)

地域住民主催納涼祭参加 など

●清掃関係

各事業所周辺清掃の実施、地域主催・近隣企業合同清掃ボランティアへの参加

・氷見クリーン大作戦(高岡工場)

・近隣企業合同の殿町夜光線一斉清掃(川崎工場・総合開発センター)

・東川クリーン作戦(徳山工場)

・塩生地区清掃ボランティア(水島工場)

・丸の内町内会合同清掃活動(本社)

●工場、研究所見学会

高校、高等専門学校、大学、自治体、取引先企業、関連団体等の見学受け入れ



千代田区生活環境条例に基づく合同パトロール

東日本大震災の被災地・被災者への支援

2011年3月11日に発生しました「東日本大震災」による被災者の救済ならびに被災地の復興に役立てていただくため、社会福祉法人中央共同募金会を通じ、義援金として会社から3千万円、社員から1千万円、合計4千万円を寄付いたしました。

今回の災害により亡くなられた方のご冥福を心よりお祈りするとともに、災害に遭われた方々に心よりお見舞いを申し上げます。ゼオングループ社員一同、被災地の一日も早い復興をお祈りいたします。

取引先との関わり

取引先との関わり

当社は、「CSR基本方針」および「CSR行動指針」に基づく日々の活動を通じ、お客様に満足していただける製品を安定的に供給することに努めています。

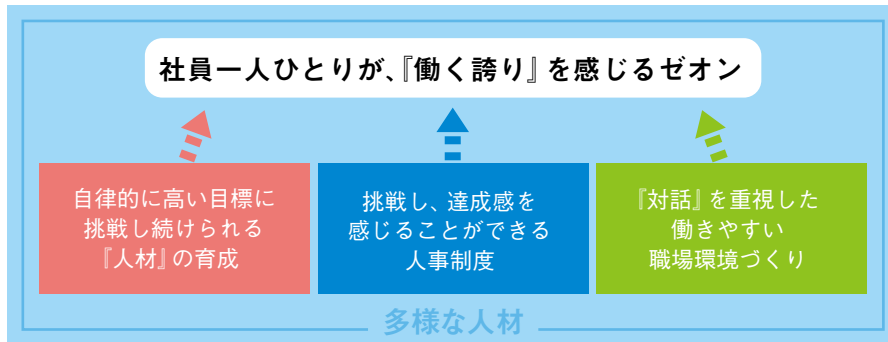
当社の調達活動においては、これまでグリーン調達活動の一環とし

て、取扱禁止物質を定め、各法令、RoHS指令に規制された物質の含有の有無をチェックするなどの活動を行っております。また、製品に含有する物質の積極的な開示に努め、安全な製品を提供するための仕組みづくりを行っています。

社員との関わり

基本的な考え方

当社では、自律的に高い目標に挑戦し続けられる「人材育成」、挑戦し、達成感を感じることができる「人事制度」、対話を重視した働きやすい「職場環境」づくりを通じて、社員一人ひとりが『働く誇り』を感じるゼオンを目指しています。



人材育成

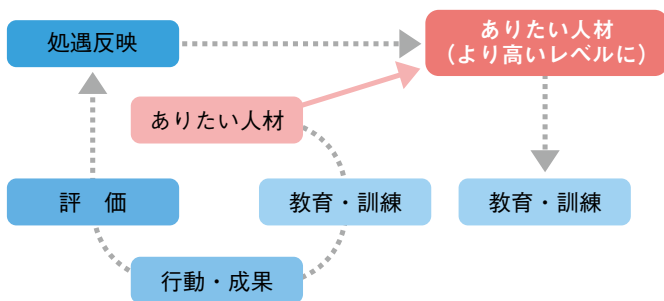
自律的に高い目標に挑戦し続けられる『人材』の育成

当社では、「ありたい人材」を『高い目標に向かって、自ら徹底的に考え抜いて行動し、変え続けられる人材』と掲げています。その達成に向け徹底的に挑戦し、自律し、絶え間ない改革・改善を続けることができる『人材』の育成を目指しています。

これまで、各人が目標となる「ありたい人材」を描くことで、現状とのギャップを埋めていき、また日常の具体的な「行動」につながるように「教育・訓練」の仕組みを変えてきました。その「行動」を通じて達

成された「成果」を公正に「評価」し、「処遇反映」することで、さらなる高い目標につなげることを狙っています。社員一人ひとりが、具体的な「行動」により『改革と改善』を積み重ねることで、会社全体の『現場力の向上』につなげています。

「教育・訓練」については、全員を対象に意識改革や共通知識習得を中心とする基本教育と、それぞれの仕事に応じた職種別専門教育、さらには職場で実施するOJTに大別しています。

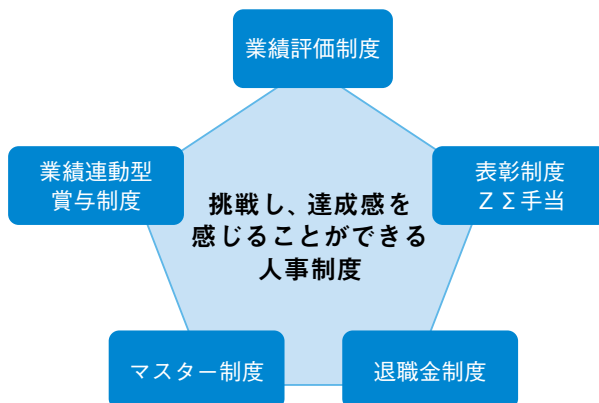


新人配属前研修(6月) この研修を終えていよいよ社会人1年生が始まります

人事制度

挑戦し、達成感を感じることができる人事制度

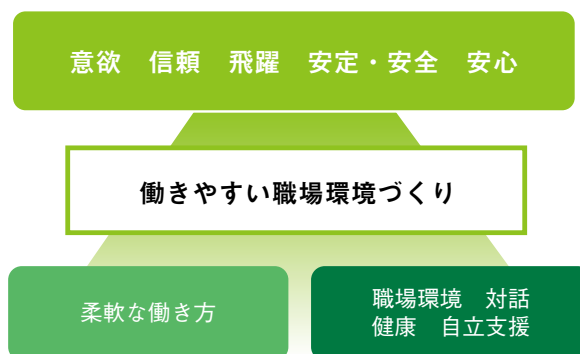
当社では、『企業競争力=個々人が発揮した能力の総和』と考え、組織のベクトルを一つにする中で、各人が高い目標に挑戦し、行動し、その成果が公正に処遇に反映され、達成感を感じることができる人事制度を目指しています。



職場環境

『対話』を重視した働きやすい職場環境づくり

全社で掲げる「意欲」「信頼」「飛躍」「安定・安全」「安心」をキーワードに、CSR重視、コンプライアンス遵守を大前提とした柔軟な働き方を模索しています。また、福利厚生面では「職場環境整備」「対話促進」「健康増進」、「(ライフプランをベースとした)自立支援」の4つを切り口として、“働きやすい職場環境づくり”に継続的に取り組んでいます。



健康管理への取り組み

従業員の心と体の健康管理の維持・改善に取り組んでいます。

看護師による保健指導など、従業員の健康増進に継続して取り組んでいます。心の健康確保についても、メンタルヘルス教育を実施するとともに、一部の事業所で従業員のストレス評価を実施して、ストレスの心身への影響の把握に努め、精神科医や心理療法士を配置し産業医をサポートしています。



メンタルヘルス教育(川崎工場)

環境に配慮した製品開発

革新的独創的な技術で、環境保護に貢献できる製品開発を行っています。

省エネルギーを推進する製品

低燃費タイヤ用合成ゴム Nipol® S-SBR

自動車の安全と省エネルギーを支えるタイヤ材料としてS-SBRが注目されています。

日本では2010年から交換用タイヤのラベリング制度が始まり、低燃費タイヤの普及が進んでいます。欧米でもこれからタイヤラベリング制度が導入されます。

当社のS-SBRはタイヤの燃費性能とグリップ性能を高い次元でバランスさせることができる材料として、国内外タイヤメーカー各社での採用拡大が期待されます。

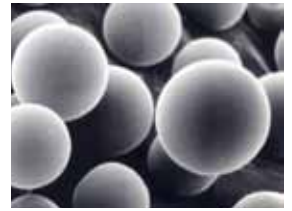


低燃費タイヤ用合成ゴムが使われている自動車用タイヤ

重合法トナー ゼオグラビュール®

プリンタや複写機に使用されるトナーは、従来は粉砕法で製造されてきました。

トナーを重合法で製造すると、製造時の使用エネルギーを削減できることが知られています。当社が開発した球形の重合法マイクロカプセルトナーは、プリンタの高画質化に貢献すると同時に、定着温度を下げることで可能となりプリンタの省エネルギー化にも寄与しています。



トナーの電子顕微鏡写真

有機溶剤フリーを推進する製品

リチウムイオン二次電池用水系バインダー

当社は水系のリチウムイオン電池用バインダーを市場に提供しています。

有機溶媒を使用しないため、溶剤の回収、再生が軽減され、電池製造現場の作業環境の維持、設備投資とランニングコストの低減に寄与しています。また、電池機能の向上が認められリチウムイオン電池搭載のエコカーに採用されています。



省エネルギー・環境に配慮した製品

クインティア™SV

新規開発された「クインティアSVシリーズ」は、透明で成型加工も自在、かつ加熱時に酸素を吸収する酸素吸収性樹脂です。「クインティアSVシリーズ」を包装材に適用すると、

- ボイル・レトルト殺菌時に、包装材内の酸素を吸収することで食品のおいしさを維持するとともに賞味期限を延長させ、廃棄食品の減量に貢献します。
- 透明蒸着フィルムと組み合わせることで、従来のレトルトアルミパウチ、金属缶などの金属包装材のオールプラスチック化が可能となり、易廃棄化による環境負荷低減や軽量化による輸送エネルギー低減に貢献します。



東京パック出展ブース

オゾン層保護・地球温暖化防止に貢献する製品

次世代フッ素系洗浄剤 ゼオローラ®H、 エッチングガス ゼオローラ®ZFL-58

フッ素系洗浄剤「ゼオローラ®H」と半導体製造用ドライエッチングガス「ゼオローラ®ZFL-58」は、1998年に米国環境保護庁「オゾン保護賞」を皮切りに、2003年にグリーン・サステイナブル・ケミストリーネットワーク(GSCN)より「GSC賞環境大臣賞」、2008年には日刊工業新聞主催、経済産業省・環境省後援の「第11回オゾン層保護・地球温暖化防止大賞」など合計5つの賞を受賞した地球温暖化防止に貢献する世界的に認知された製品です。



オゾン層保護・地球温暖化防止大賞

環境リスクの低い製品

新規エーテル系溶剤 シクロペンチルメチルエーテル (CPME)

日本発・世界初の環境対応型エーテル系プロセス溶剤です。

環境負荷(廃水・廃液・CO₂)の低減や危険なプロセスの回避、プロセス短縮などの点が評価され、医薬品・香料・電子材料など幅広い分野で使用されています。

2010年にパリで開催された世界最大のファインケミカル展示会「CPhi」において、Innovation Awardsの銅賞を受賞したのに続き、2011年には米国最大のファインケミカル展示会「Informex」において、グリーンケミストリーへの貢献が評価され、Profiles in Sustainabilityの製品賞を受賞しました。



CPhi Innovation Award

植物成長調節剤(活性成分:プロヒドロジャスモン)

プロヒドロジャスモンは、花の香り成分のジャスモン酸類の研究から生まれた植物成長調節剤(農薬)です。

近年の気候の温暖化によって多発するリンゴの着色不良や、柑橘類の果皮の障害を防ぐ効果があります。昨年から実用化されているプロヒドロジャスモンとジベレリンを用いた温州みかんの浮皮抑制技術は、一回散布で顕著な効果があり、現場の高い評価を受けています。生分解性が高く、環境負荷の少ない農薬成分です。



植物成長調節剤 ジャスモメイト®

環境リスクの低い製品・省エネルギーを推進する製品

ウレタン用発泡剤(シクロペンタン)

シクロペンタンは、断熱材向けウレタン製品のスタンダードな発泡剤として使用されています。オゾン層破壊や地球温暖化に関して、現在ほど話題になっていない約20年前から、電気冷蔵庫の断熱材用の発泡剤として供給を開始しました。

オゾン層破壊係数はゼロ、地球温暖化係数も極めて低い製品です。昨今では、建材の断熱ボードやパネルにも幅広く使われるようになり、住宅や建物の省エネルギー性の向上および材料の環境特性の向上のために貢献しています。

シクロオレフィンポリマー

ZEONEX®(ゼオネックス)、ZEONOR®(ゼオノア)

ゼオネックス、ゼオノアは、光学レンズ、光学フィルムとして実績のある透明性の高い熱可塑性プラスチックです。耐熱性が高い通常のエンジニアリングプラスチックと比較して、20%以上軽量の材料であるため、透明材料としてはガラスを置き換え、耐熱プラスチックとしては比重の高いエンジニアリングプラスチックを置き換えることで、高量産性、軽量化に貢献し、移送時、または輸送機器の省エネルギー化にも期待できる材料です。

光学フィルム ゼオノアフィルム®

ゼオノアフィルムは世界で初めて熔融押し出し製法を用いて光学フィルムを生産することを実現しました。この製法は溶剤を使用しない画期的な製法であり、有害物質を大気に放出することがありません。

その製法で得られたゼオノアフィルムは位相差フィルムとして使用することができ、消費電力が少ない液晶テレビには、無くてはならない存在となっています。また、スマートフォンなどの中小型液晶においては、太陽光を利用した表示を行うことで、明るい環境の下でも少ない電気消費量で表示を行うことにも役立てられています。



各種レンズ・プリズム

環境に配慮した製品

ゼオン浄化槽 GPU 型

耐衝撃性に優れたジシクロペンタジエン樹脂 PENTAM®(ペンタム)を外槽に採用したゼオン浄化槽 GPU 型は、輸送、施工、運転に関わるエネルギーを従来当社製品よりも大幅に削減した低炭素社会対応型浄化槽として好評いただいています。

既設単独処理浄化槽の合併化にも対応可能で、窒素除去性能も備えた高度処理型として、水環境の保全にも大きく貢献する製品です。



従来品 GPH 型(左)とゼオン浄化槽 GPU 型(右)

[トピック] 地球温暖化対応(低燃費タイヤ用合成ゴム)

タイヤの低燃費化に貢献する 合成ゴムの開発について

当社の主要製品である合成ゴムのうち、Nipol®S-SBR[※]はタイヤメーカー様にお使いいただいておりますが、昨今各企業における環境意識の高まりから、タイヤの省燃費性能が求められ、当社でも燃費が少しでも改善するようなタイヤ用合成ゴムの研究開発・製造・販売に取り組んでおります。

ところで、ライフサイクル評価(Life Cycle Assessment、以下、LCAという)とは製品やサービスに対する環境影響評価の手法のことですが、わかりやすくいうと、「製品の原料調達～製造～使用～処分までのすべての工程および各工程の間の運搬を含めて、自社製品が環境にどのような影響をどのくらい与えるかを評価すること」です。これにより、より環境負荷の小さい生産方法や、代替原料、代替製品を選択していこうという考え方が広まってきております。当社としても自社製品が原料調達～製造～使用～処分まで、まさに「ゆりかごから墓場まで」のライフにおいて、環境へどんな影響をどのくらい与えているのかは非常に興味深いテーマと考え、LCAへの取り組みを開始しました。タイヤのLCA実施結果については既にタイヤメーカー様のホームページで紹介されておりますので、詳しくはそちらをご覧ください。

日本ゴム工業会から提供されている、タイヤのLCAの結果からは、使用段階で排出されるCO₂は全体の約9割を占めていることがわかります。

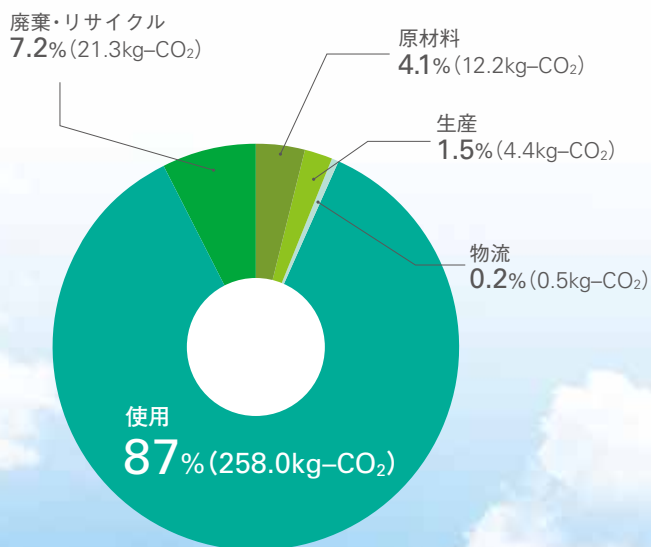
また、タイヤが実際の燃費にどのように影響を与えることになるのかを試算したデータが日本自動車タイヤ協会から提供されております。データによれば、運転条件にもよりますが、タイヤの燃費への寄与率は数%～25%になります。仮に寄与率が10%であるとき、タイヤと接地面との間の転がり抵抗が20%改善されれば燃費は2%改善されるそうです。

当社ではこの「燃費2%改善」を人類にとって重要な課題と認識しており、今後も燃費が少しでも改善するようなタイヤ用ゴムの研究開発・製造・販売に取り組んでまいります。

※S-SBR：溶液重合スチレン・ブタジエンゴム



タイヤのライフサイクルにおけるCO₂排出



出典：日本ゴム工業会

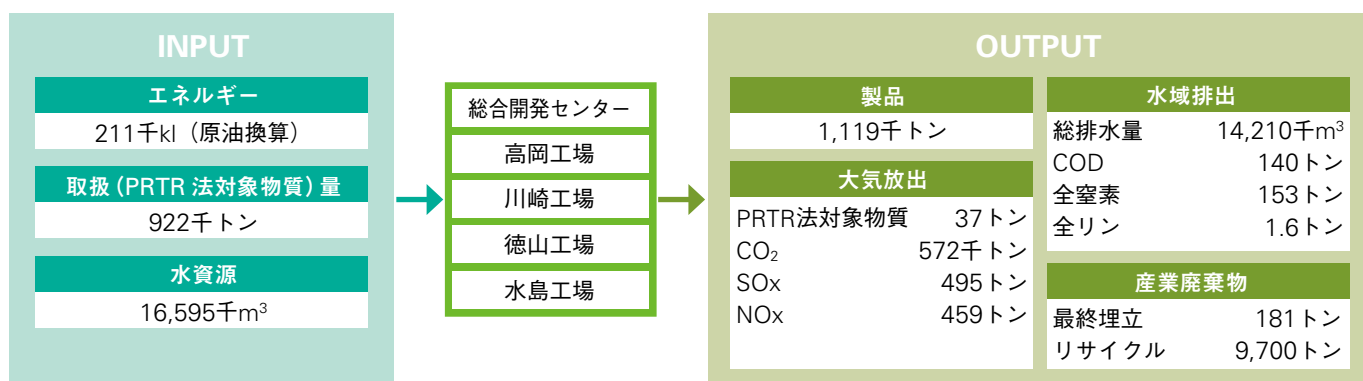
計画と実績

2010年度計画と実績の総括

推進項目	2010年度計画	2010年度実績	自己評価	2011年度計画
1. 環境・保安異常の撲滅	①プラント安全性評価の実施(100%)	17件の審査を実施	★★★★	①プラント安全性評価の実施(100%)
	②自主保安監査の実施(4工場とも1回/年以上)	4工場すべて実施	★★★★	②自主保安監査の実施(4工場とも1回/年以上)
	③事故防止のための感性を高める教育(4工場・1グループ企業実施)	4工場すべて実施(本社、研究所、グループ企業1社も実施)	★★★★	③事故防止のための感性を高める教育(4工場・1グループ企業実施)
	④環境異常ゼロ、保安異常ゼロ	環境異常0件、保安異常1件	★	④環境異常ゼロ、保安異常ゼロ
2. 労災撲滅の実現	休業災害ゼロ、重大不休業災害ゼロ(協会会社も含む)	休業災害3件、重大不休業災害0件	★	休業災害ゼロ、重大不休業災害ゼロ
3. 環境負荷の低減	①大気汚染有害物質の自主管理計画の推進			
	ブタジエン排出量を2009年度5.4トン⇒3.9トンへ削減	ブタジエン:5.5トン(前年度比微増)	★	ブタジエン排出量を2010年度5.5トン⇒3トンへ削減
	アクリロニトリル排出量を2009年度14.1トン⇒9.9トンへ削減	アクリロニトリル:15.2トン(前年度比8%増)	★	アクリロニトリル排出量を2010年度15.2トン⇒9トンへ削減
	②産業廃棄物のゼロエミッション化計画の推進			
	最終埋立処分量目標:2010年度211トン	最終埋立処分量181トン	★★★★	最終埋立処分量目標:140トン
	③省エネルギー全社プロジェクトの強化			
	エネルギー原単位を1990年度比87%へ削減	エネルギー原単位1990年度比67.8%	★★★★	エネルギー原単位を2010年度67.8%⇒67%へ削減
物流にかかわるエネルギー原単位:対前年比1%改善	物流にかかわるエネルギー原単位:対前年比6.7%改善	★★★★	物流にかかわるエネルギー原単位:対前年比1%改善	
4. 化学品・製品安全の推進	①新製品、新規用途での製品安全性確認の実施	31件実施	★★★★	①新製品、新規用途での製品安全性確認の実施
	②顧客への環境・安全情報提供(MSDS)	全製品のMSDSの発行・改訂を実施(実施率100%)	★★★★	②顧客への環境・安全情報提供(MSDS)
	③新規物質の届出(化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律、労働安全衛生法)	100%実施	★★★★	③新規物質の届出(化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律、労働安全衛生法)
	④法違反ゼロ	法違反ゼロ	★★★★	④法違反ゼロ
5. 物流安全の推進	①物流協議会を通じたイエローカード教育の実施	物流協議会を通じたイエローカード教育の実施、携帯確認実施	★★★★	
	②物流事故ゼロ件	物流事故ゼロ件	★★★★	物流事故ゼロ

★★★★目標達成 ★★目標ほぼ達成 ★さらに取組が必要

環境負荷の全体像



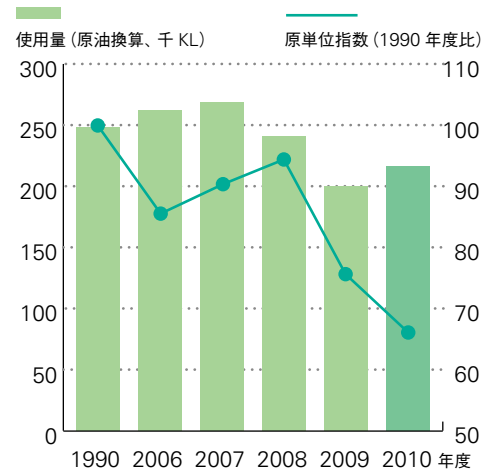
省資源・省エネルギー・温室効果ガス排出量削減

省資源・省エネルギー

2009年度は、水島コンビナート地区における省エネルギー事業を実施したこと、ならびに全社で展開した改善テーマが進んだため、生産量が大幅に増加したにもかかわらず、原油換算使用量の増加を小幅に抑えることができ、エネルギー原単位指数(90年度比)は67.8にまで低減することができました。

水島コンビナート地区における省エネルギー事業は、アスファルトなどの重質油留分から軽質油留分を抽出した際に生じる石油残渣物(ピッチ)を、ボイラ設備の燃料として供給し、従来燃料として使用していた重油使用量を削減し、省エネルギー化を図る活動です。

エネルギー使用量と原単位指数推移



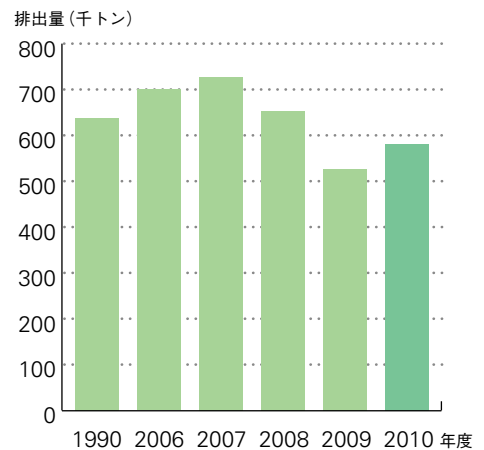
温室効果ガス排出量削減(CO₂削減)

「2020年度までに省エネ法で定義される燃料由来のCO₂排出量を1990年度の80%とする」という極めて挑戦的な目標を達成すべく、CO₂排出量削減に取り組んでいます。2010年度はZΣ運動の評価項目にCO₂削減効果も加えて、CO₂削減に取り組む体制が整いました。

2010年度のCO₂排出量は約580千トン／年で、1990年度の91%でした。今後は年平均1%ずつ排出量を削減する計画です。

なお省エネルギー法の改正に伴い、2009年度分の報告以降、事業所単位から事業者単位に変わりました。そのため、算定対象範囲を日本ゼオン本体に絞り、関連会社である岡山ブタジエン株式会社は算定対象外とし、1990年度の使用量も含めて見直しを行っております。

CO₂排出量の推移



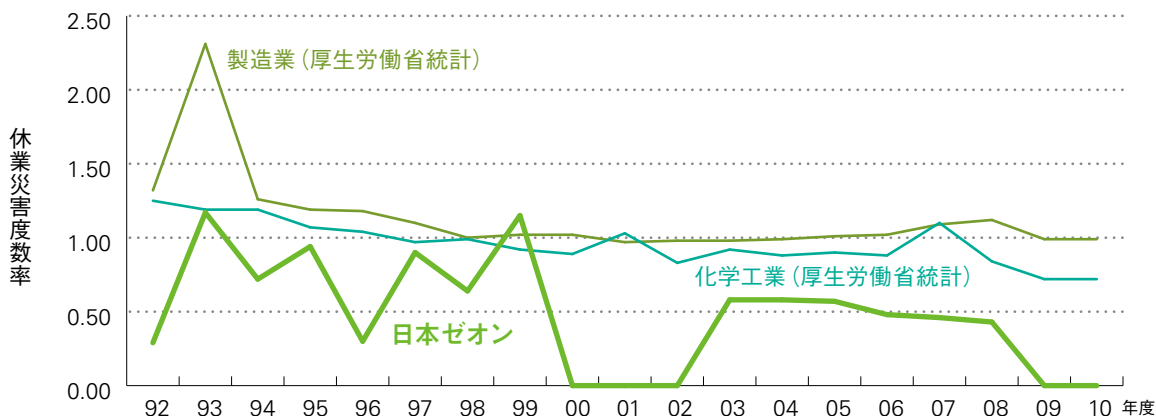
環境への取り組みについては、この他の「PRTR」「環境安全教育」「大気水質」「保安防災」「有機化学物質廃棄物」「物流における環境・安全」等について、ホームページに詳細なデータと合わせて掲載しています。

労働安全衛生

労働災害撲滅を目指した活動を展開するとともに、従業員の健康増進を推進しています。

現場力を高め、安定・安全な生産体制を目指し、安全5S診断、危険予知活動、ヒヤリハット抽出に注力した活動を実施し、体験学習にも取り組んでいます。

休業災害度数率※の推移



※ 労働災害の発生率を示す安全指標の一つで以下の式で算出されます
 休業災害度数率 = 休業災害被災者数 ÷ 延実労働時間 × 100万時間

KY(危険予知)の活動

労働災害を防ぐため、ヒューマンエラーの側面からの取り組みとして、作業前に不安全的な状態を分析し、自らの危険な行動を防止する『4R-

KY(4ラウンド危険予知)活動』に取り組んでいます。2010年度も事業所に配置した『KYトレーナー』を中心に活動を継続しています。

経済でみた環境側面

環境保全コスト

環境保全のための設備投資

2010年度は大気汚染物質の排出量削減のための投資を水島工場・徳山工場、排水を監視するための設備更新等を高岡工場、排水処理能力向上のための設備および監視するための設備に対する投資を徳山工場で実施しました。また省エネルギー投資としては、徳山では廃熱回収設備に対し設備投資を行いました。

2010年度環境会計集計表

環境保全コスト(百万円)		2010年度	
分類		投資額	費用額
(1)事業エリア内コスト		239	2,457
	①公害防止コスト	215	1,761
	②地球環境保全コスト	11	162
	③資源循環コスト	12	534
(2)上・下流コスト		0	0
(3)管理活動コスト		0	90
(4)研究開発コスト		36	1,802
(5)社会活動コスト		0	141
(6)環境損傷対応コスト		0	113
合計		275	4,603

金額(百万円)

項目	本体
当該期間の投資額の総額	9,214
当該期間の研究開発費の総額	8,970

集計範囲: 当社本体(本社、総合開発センター、高岡工場、川崎工場、徳山工場、水島工場)
 対象期間: 2010年4月1日～2011年3月31日

環境保全費用

排水負荷抑制のための技術開発や製品に残留する揮発性物質削減の技術開発に取り組んでいます。特に、有害大気汚染物質であるブタジエンやアクリロニトリルの排出量削減と、T-N（総窒素量）、COD（化学的酸素要求量）などの排水負荷削減に向けて、技術開

発・設備設計・実機運転条件確認などに注力しています。

また、環境にやさしい製品の開発、革新的省エネプロセスなどの開発に注力しています。

環境保全効果

物的効果

2008年度～2009年度はリーマンショックの影響で稼働率が低い状況が続きましたが、2010年度は稼働率が高かったため、すべての環境負荷指標が2009年度に比較し悪化する結果となりました。リーマンショック以前の2007年度と比較すればNO_x排出量以外は削減できていますが、今後とも継続的に環境負荷低減に努めていきます。

経済効果

副生油などの生産に伴う不要物は、燃料化もしくは再生などにより、経済的に有効活用を図っています。また空ドラムや金属ステックなどは、金属としてリサイクル使用に努めています。省エネ活動としては、熱を大量に使用する蒸留工程での熱回収に尽力しています。

環境保全効果(物的効果)

環境負荷指標	2010年度結果	対2009年	対2007年度
SO _x 排出量(トン)	495	+34	-206
NO _x 排出量(トン)	459	+39	+43
COD排出量(トン)	140	+14	-54
CO ₂ 排出量(トン)	571,798	+48,655	-144,617
廃棄物最終埋立処分量(トン)	181	+15	-1,323
PRTR対象物質総排出量(トン)	37	+9	-19

集計範囲:当社本体(本社、総合開発センター、高岡工場、川崎工場、徳山工場、水島工場)
対象期間:2010年4月1日～2011年3月31日

環境保全対策に伴う経済効果(単位:百万円)

効果の内容	
再生処理、燃料化等により得られた効果	37
省エネルギーによる費用削減	1,119
溶剤や触媒の排出量削減や回収再利用による費用削減	1,234
合計	2,390

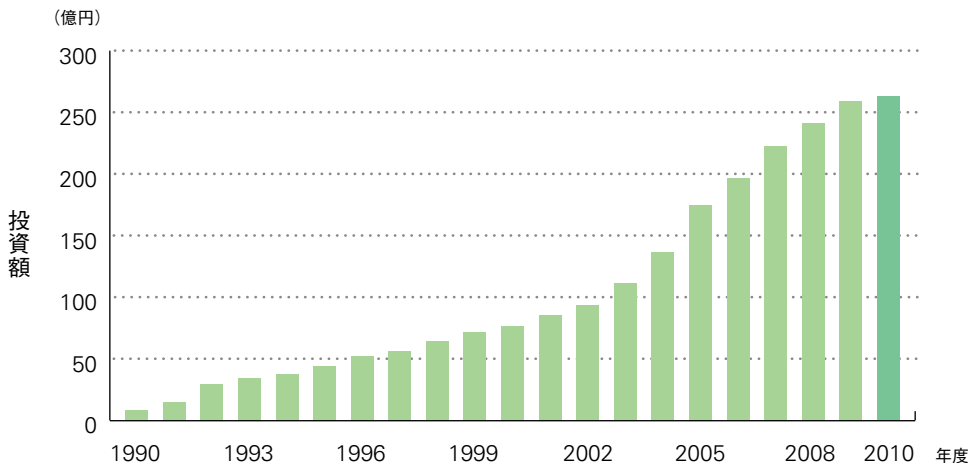
集計範囲:当社本体(本社、総合開発センター、高岡工場、川崎工場、徳山工場、水島工場)
対象期間:2010年4月1日～2011年3月31日

環境安全投資

当社は環境会計で集計した公害防止設備、省資源・省エネルギー設備に関する環境投資に加えて、安全性の向上や危険性排除を目的とした投資(安全投資)も継続して行い、安全性の向上に努めています。

下表に示す環境安全投資(環境投資+安全投資)の累積額推移には、これらの環境安全投資総額を表示しています。

環境安全投資累積額(日本ゼオン単体)



2010年度投資金額(単位:億円)

環境保全	2.8
安全関係	1.9
合計	4.7

集計範囲:当社本体(本社、総合開発センター、高岡工場、川崎工場、徳山工場、水島工場)
対象期間:2010年4月1日～2011年3月31日



「日本ゼオン株式会社CSR報告書2011」を読んで

株式会社 環境管理会計研究所 上席研究員 博士(工学、経営学) / 技術士 岡田 齋

■ CSR重視の経営の実現に向けた基盤整備

社長は、CSRを重視した経営を打ち出されています。社長のこの想いを受けて日本ゼオンは、CSRの推進に注力されてきました。私は2008年度以降の活動についてコメントさせていただいていますが、この間にCSR基本方針とCSR行動指針の制定、CSR会議の設置など、社長のリーダーシップが目に見える形でCSRを重視する経営を推進する仕組みづくりに注力されてきました。その一方で、CSR基本方針の唱和、CSR説明会の開催、各事業所におけるCSR教育など、CSRの地道な教育普及活動も重視され、これらを継続して実践されています。このような活動の結果、2010年度は、日本ゼオンのCSR重視の経営を推進する基盤が整ったといえます。

■ ISO26000とCSR重視の経営のパフォーマンス評価

グローバルに事業を展開されている日本ゼオンにとって、ISO26000への対応も重要です。ISO26000をベースに社内の活動を見直され、CSR重視の経営のパフォーマンス向上とその成果を開示することが望まれます。日本ゼオンでは、CSRマトリクスなどのCSR推進ツールを活用した活動や、全員参加のCSRコアプロジェクトに取組まれる計画です。これらの活動は評価できるものですが、その前提としてKPI(Key Performance Indicator: 主要業績指標)を用いたCSRのマネジメントへの取り組みが望まれます。日本ゼオンが社会から期待されていることをステイクホルダーとの対話を通じて明確にしてCSRとしての意義を明示され、その実現を目指す取り組み目標を具体的に指標化すると共に、PDCAのマネジメントサイクルを活用して実現することです。これらは、次項のステイクホルダーとのコミュニケーションとともにISO26000が重視していることです。社長の想いであるCSRを重視した経営の具現化に向けた精力的な取り組みが期待されます。

■ ステイクホルダーとの双方向コミュニケーション

日本ゼオンでは、2009年度の従業員とのステイクホルダーダイアログに続き、2010年度では有識者によるステイクホルダーダイアログが行なわれました。この特別企画は、たいへん読み応えがあります。また、日本ゼオンのCSRに向けた重要なメッセージの発信でもありますので、従業員への周知が期待されます。今後も、より広範囲なステイクホルダーとの双方向コミュニケーションに継続的に取り組まれることを期待します。

■ 地球環境保全への貢献

日本ゼオンは、2020年のありたい姿を「一化学の力で未来を今日にするZEONーわたしたちゼオンは、お客様の夢と快適な社会の実現に貢献し続けます。」と描いています。そして、「人のマネをしない、人がマネできない独創的な技術」により、地球環境保全に貢献する多数の製品を送り出しています。その多くが、一般消費者が直接目にすることができないものですが、本業を通じたCSRとして、環境への貢献はたいへん大きく、高く評価できるものです。また、日本ゼオンにおける地球温暖化ガスの削減や廃棄物削減への取り組みについても、一部未達の項目もありましたが概ね目標を達成されています。このような日本ゼオンの地球環境保全への貢献は、高く評価できます。

日本ゼオンのCSR重視の経営の発展と、その大きな成果を期待します。

岡田 齋(おかだ ひとし) 株式会社環境管理会計研究所 上席研究員
1979年大阪大学大学院工学研究科溶接工学専攻修了。2006年9月神戸大学大学院経営学研究科現代経営学専攻(社会人専門職大学院)修了。2010年3月神戸大学大学院経営学研究科博士課程学位取得修了。大阪市立大学非常勤講師、経済産業省委託「サプライチェーン省資源化連携促進事業」診断事業評価委員会委員、企業不祥事、CSR、コンプライアンス、ビジネス倫理、再生マネジメントなどの研究を行ないながら、CSR経営、マテリアルフローコスト会計の導入などを支援している。

第三者意見をいただいて

CSR担当取締役執行役員 武上 博

IZ-60の最終年度である2010年度は、4月にCSR基本方針・CSR行動指針を制定し、2011年1月より、CSR会議を頂点とする新たなCSR推進体制を構築するなど、ゼオンのCSRの仕組みの整備の年となりました。

この3年間、環境管理会計研究所の岡田齋上席研究員から継続してコメントをいただいておりますが、今年度はIZ-60の3ヶ年におけるゼオンのCSR活動の進展を概観した上で、今後の取組みとして、KPIを用いたCSR活動への取組みの必要性和2009年度より開始したステイクホルダーダイアログ(ステイクホルダーとの対話)を通じた双方向の対話の継続的実施の重要性について、指摘いただいたところです。

これらについては、いずれも2010年11月に発行した組織の社会的責任の国際標準であるISO26000においても、その実施が推奨されているところであり、CSR基本政策委員会及び本社・事業所・グループ企業に新たに設置されたCSR推進委員会の積極的な活動により、CSRマトリクス(分野別ステイクホルダー別CSR活動展開表)などを通じ、CSR活動の「見える化」に取り組み、CSR活動のレベルアップを図ることにより、更なる社会への貢献に努力してまいりたいと考えております。



日本ゼオン株式会社

お問い合わせ先：日本ゼオン株式会社 CSR推進室

〒100-8246 東京都千代田区丸の内1-6-2(新丸の内センタービル)
TEL:03-3216-0603 FAX:03-3216-0604 <http://www.zeon.co.jp>