



グローバルチーム — 共に勝利を

2009年 サステナビリティレポート

サステナビリティの実績、目次、レポートの目的

2005年から2009年のサステナビリティの実績

生産1メートルトンあたりの環境指標

廃水量(COD排出)	-11%	▼
廃棄物	-12%	▼
二酸化炭素(CO ²)	-25%	▼
エネルギー	-26%	▼
水	-37%	▼
労働災害(労働時間100万時間あたり)	-57%	▼
揮発性有機化合物(VOC)	-59%	▼
二酸化硫黄(SO ²)	-77%	▼
重金属	+15%	▲

2005年から2009年の事業の業績

単位：% 指標：2005年



※2008年及び2009年：一時費用・所得及びリストラ調整後の営業利益(EBIT)

目次

- 1 序文
- 2 世界のヘンケル
- 4 バリューとサステナビリティ戦略
- 6 サステナビリティのステewardシップ(管理責任)
- 8 基準とマネジメント
- 11 購買とサプライヤーマネジメント
- 12 生産と物流
- 16 環境指標
- 18 持続可能なブランドとテクノロジー
- 18 ランドリー&ホームケア
- 22 コスメティックス/トイレットペーパー
- 26 アドヒーズテクノロジー(接着技術)
- 30 社員
- 34 職場の衛生と安全
- 35 社会貢献の促進
- 37 社会的指標
- 38 ステークホルダーとの対話
- 40 外部評価
- 41 お問い合わせ、制作者、その他の刊行物

本レポートの目的

ヘンケルは早くも1992年に、初めての環境レポートを発行しました。それが後に改良され、現在の年に1度発行されるサステナビリティレポートとなりました。本レポートはヘンケルの年次レポート及びインターネットサイト www.henkel.com/sustainability とともに、コーポレートレポート一体化コンセプトの構成部分のひとつとなっています。そのため **SR** 41ページのその他の刊行物の箇所に、追加情報についての参照を記載しています。

本サステナビリティレポートは2009年度の主要な環境的及び社会的な展開を記述したものです。2003年に国連のグローバルコンパクトに参加して以来、ヘンケルのサステナビリティレポートは、提出が義務付けられている年次経過報告書の土台としての役割も果たしています。基本情報は、インターネット上で公開しています。

本レポートの内容は、ヘンケルが関わる持続可能な開発についての実質的な課題を反映しています。選ばれたテーマの中には、幅広いステークホルダーと継続的に行っている対話の成果もあります。国際的なサステナビリティの専門家との対話、欧州化学工業連盟(CEFIC)の要求、金融及びサステナビリティ指向の様々な格付け機関の判定基準、そしてGRI(Global Reporting Initiative)ガイドラインについては特に詳細な検討がなされています。GRIインデックスの詳細及びリンクはインターネット

www.henkel.com/sr2009 →1

でご覧いただけます。

本サステナビリティレポートは連結財務諸表に含まれるすべての企業の情報を掲載しています。生産に関連する環境指標は、57ヶ国の生産拠点のデータに基づいて決定されます。これは全世界のヘンケルの生産量の95%以上を占めています。ヘンケルは深刻な労働災害でもその期の報告期間に起きたものであれば、災害とそれに対してとられた対策について隠さずに報告しています。労働災害はグローバルで統一された報告システムを使用して記録されます。このシステムにはヘンケルの社員の99%まで及び範囲を含めます。社会的指標は2009年に初めて加えられましたが、これには全社員の約95%が対象に含まれています。

追加情報

本サステナビリティレポートの中には、多くの箇所にサステナビリティレポート、年次レポート、ヘンケルのインターネットサイトへの参照箇所があります。本レポート内のインターネットのすべての参照箇所には照会番号が書かれています。詳細を見る場合は www.henkel.com/sr2009 にアクセスします。ここにはそれぞれの照会番号とともにすべての参照ページが掲載されています。さらに、ヘンケルのインターネットサイトでは、1992年以降に発行されたすべての環境レポートとサステナビリティレポートを見ることができ、ダウンロードも可能です。

AR 年次レポート **SR** サステナビリティレポート

[www](http://www.henkel.com) インターネット



ヘンケルのインターネットサイトでは、サステナビリティのさまざまな側面について最新情報を提供しています。対応ソフトウェアを搭載した携帯電話で左記のQRコードの写真を撮れば、ヘンケルのインターネットサイト「News」ページに直接アクセスができます。

グローバルチーム – 共に勝利を



Dear Readers,

数十年に1度の最悪の経済危機のさなかにあつて、2009年は私たちにとってもまた困難な1年となりました。厳しい状況下にもかかわらず、サステナビリティと社会責任はヘンケルにとって、今なお長期的な成功要因とイノベーションの推進力であり続けています。

市況は変化により、私たちは決断力を要する対応を強いられました。残念なことにその対策の中には、一部の社員を手放すことも含まれました。このことは私たちにとっても胸が痛むものですが、企業としての長期的競争力を確保するために、また経営を持続するために不可欠なことでありました。経済的に成功を取めた企業のみが、環境的及び社会的責任を果たす行動を起こすことができるからです。

133年にわたり、私たちはヘンケルのブランドとテクノロジーを通して、次世代の発展機会を損なうことなく、その時々の人々の要求に応えようと取り組んできました。世界人口は増加し、平均生活水準は向上し、関連する消費も増加しています。その結果、より多くの資源が消費され、一方で排出物は世界的に増加しています。従って持続可能な消費を推進していくために自分たちの役割を果たすことは、私たちの優先事項であり続けるのです。

私たちの望みは、可能な限りの最高品質と有効な環境保護及び社会的責任を統合させることです。これを成し遂げるために、世界中のチームメンバーが小売業や産業分野のお客様、サプライヤーの皆様、研究機関と緊密に働いています。私たちの目的はサステナビリティに向けて共通の戦略的な方向性を見つけ出すことです。

サステナビリティはヘンケルの卓越した特質のひとつです。私たちはこの点におけるリーダーシップの役割をさらに拡大していくつもりです。その実現のため、私たちは会社全体を通じてサステナビリティに関するイノベーションプロセスに注力してきました。そのおかげで私たちが明言したコミットメントを達成することができるのです。それは、「ヘンケルの新製品はすべて、私たちの5つの注力分野であるエネルギーと気候、水と排水、原材料と廃棄物、安全衛生、社会的発展のうち少なくとも1つにおいて、持続可能な開発に貢献します。」というものです。ヘンケルの製品情報を通じて、私たちはお客様と消費者の皆様がこの付加価値を明らかにしています。

ヘンケルの社員はヘンケルの持続可能な開発において非常に重要な要素です。従って私たちは常に、スタッフのトレーニングや継続的な教育に投資をしています。このことにより、私達のグローバルチームはその先の課題に取り組み、世界中の産業分野や小売業のパートナー様たちと共に働き続けることができます。なぜなら私たちのグローバルな成功は、共に力を合わせることでしか成し得ないからです。

カスパー・ローステッド
経営委員会会長

世界のヘンケル

ヘンケルのグローバルチームは世界中で地域の発展に貢献しています。

» ヘンケルは**133**年にわたり、サステナビリティと企業の社会的責任 (CSR) という課題に継続的に取り組んでいます。

» 約**50,000**人の社員が、自分の影響力が及ぶ範囲でサステナビリティに対する責任を持ち、重要な貢献をしています。

» **世界中**の人々がヘンケルの革新的なブランドとテクノロジーに信頼を寄せています。

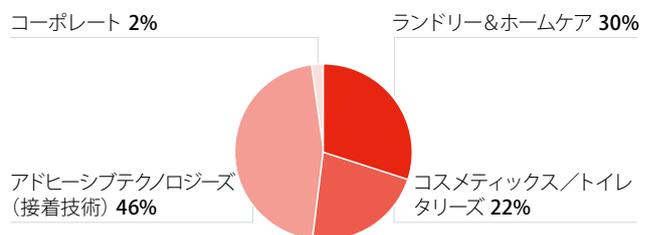
成長市場に向けての戦略

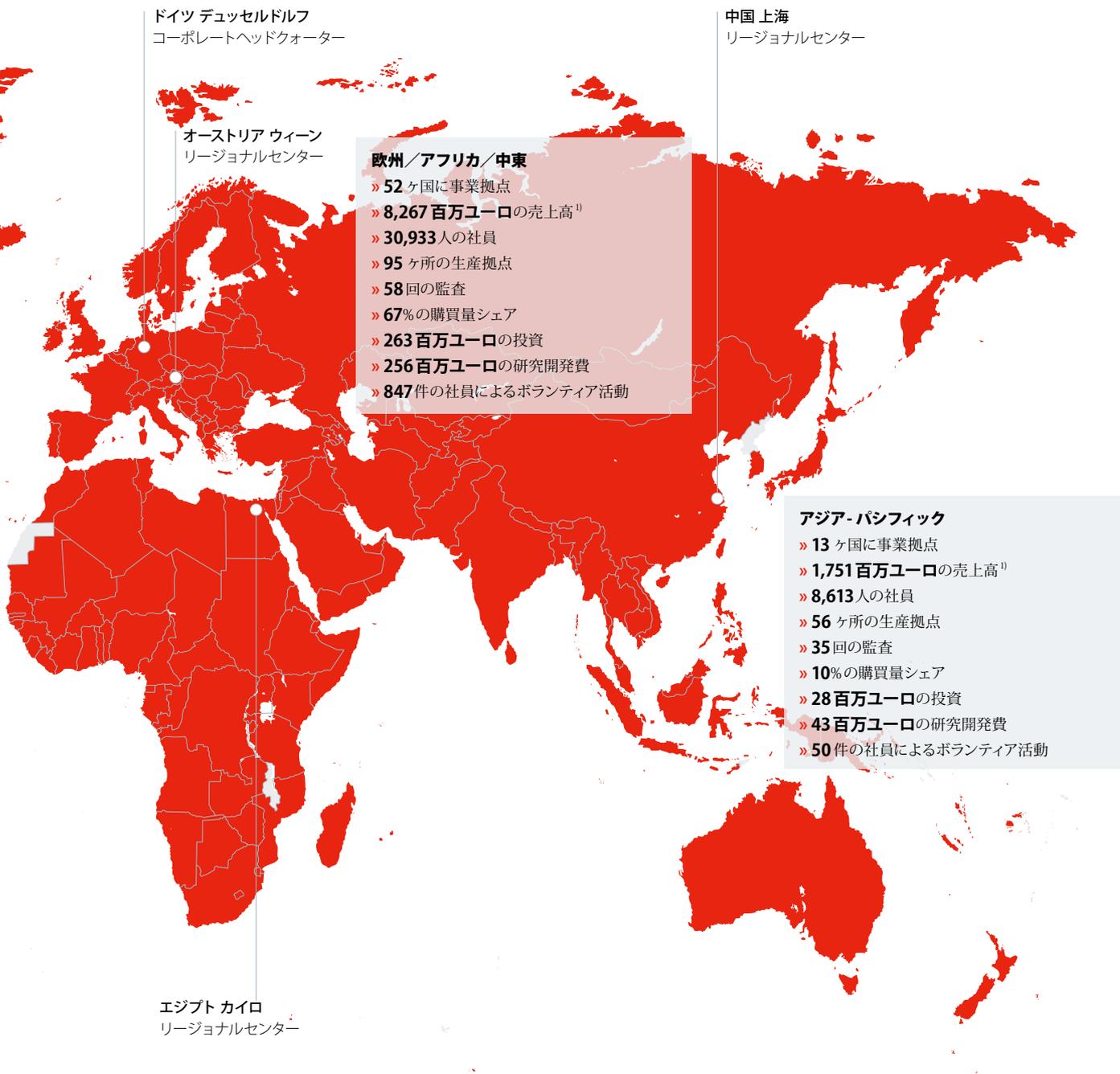
2009年、ヘンケルにおける成長地域である東欧、アフリカ/中東、中南米、アジア(日本を除く)の売上は全売上高の38%を占めました。私たちはこの数字を2012年までに45%に増加させる考えです。ヘンケルの社員の約54%が現在この地域で雇用されており、この地域での購買量はヘンケル全体の27%を占めています。したがってヘンケルは多くの地域で、重要な雇用主であり、且つ地域の経済パートナーであるのです。特に成長地域では、製品の社会的付加価値を問う声が増えつつあります。ヘンケルにとって低所得者層の消費者ニーズに沿った製品は、大きな経済的チャンスであるばかりでなく、例えば家庭の衛生状況を改善することによって健康面において積極的な社会貢献を果たす存在でもあります。私たちはできるだけ多くの皆様にヘンケルのパフォーマンスと品質をお届けできるよう、製品を地域の状況や異なる所得水準、インフラ、文化的なニーズに対応させています。

www.henkel.com/sr2009 → 2



事業部門別売上高





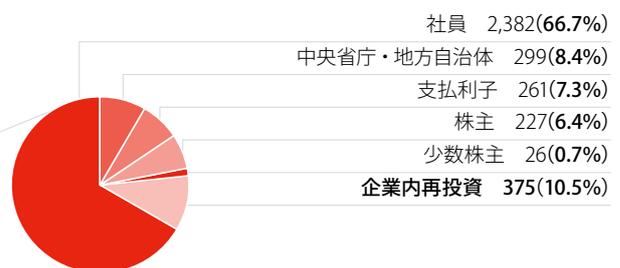
¹⁾ 顧客所在地による、コーポレート(210百万ユーロ)を除く

2009年 付加価値ステートメント

単位：百万ユーロ

売上高	13,573(99.5%)
その他の収入	62(0.5%)
売上高／その他の収入合計	13,635(100%)
原材料費	5,900(43.3%)
非流動資産の償却／減価償却	545(4.0%)
その他の費用	3,620(26.5%)
付加価値	3,570(26.2%)

内訳：



バリューとサステナビリティ戦略

ヘンケルは社員、消費者の皆様、産業分野のお客様、小売業の皆様とともにひとつのチームとして、サステナビリティに向けての変革を推進していきます。—今日も、そして明日も。

サステナビリティに対する包括的コミットメント

私たちは持続可能で、且つ社会的責任を果たす形での事業活動を行います。この理念は何十年もの間にわたり、私たちのコーポレートバリューの欠くことのできない要素です。私たちは最も高い期待に応え得る製品とテクノロジーとプロセスを提供します。私たちは事業活動を行うすべての地域において社員の安全と健康および環境と生活の質の保護をお約束します。私たちはバリューチェーン全体を通じてすべての活動において、責任を持って行動することにより売上と利益を創出します。経済と環境保護と社会的責任の調和という根本的な願いは、ヘンケルのコーポレートアイデンティティ、ひいては言動の指針にしっかりと根づいています。この「DNA」により、私たちは企業としての高い評価と世界の市場におけるトップとしての地位を得ることができたのです。私たちはこれからも、会社全体を通して世界規模での持続可能な開発を継続してゆきます。世界中で働く50,000人のヘンケル社員ひとりひとりが、自分たちの影響が及ぶ範囲で日々、この取り組みに対する責任を負っています。

サステナビリティにおける戦略的注力分野

持続可能な開発の課題は事業運営と結びついているため、私たちはバリューチェーン全体を通じてすべての活動において、その課題に組織的に取り組んでいます。私たちはこれらのサステナビリティの課題を、5つの包括的な注力分野に分けました。その中に、私たちの行動が及ぼす主要な影響についても見ることができます。これら注力分野の重要性は、世界人口の継続的な増加と平均生活水準の上昇、及びそれに伴う消費の増加により、さらに増えています。したがって私たちは、ビジネス活動と製品を通じてこれら5つの注力分野の発展を牽引することを目的としています。私たちのすべての行動の中心となるのは、ヘンケルのビジョンとバリューです。ヘンケルが「環境保護と安全の原則と目標」の中で、職場の健康と安全の促進、資源の保護、排出削減を宣言したのは、遠く1980年代にさかのぼる出来事です。2007年までに達成した成果に基づき、私たちは2012年に向けての新しい企業目標を設定しています。

www.henkel.com/sr2009 → 5

注力分野と2012年に向けた目標



これらも私たちの取り組みの中心です:

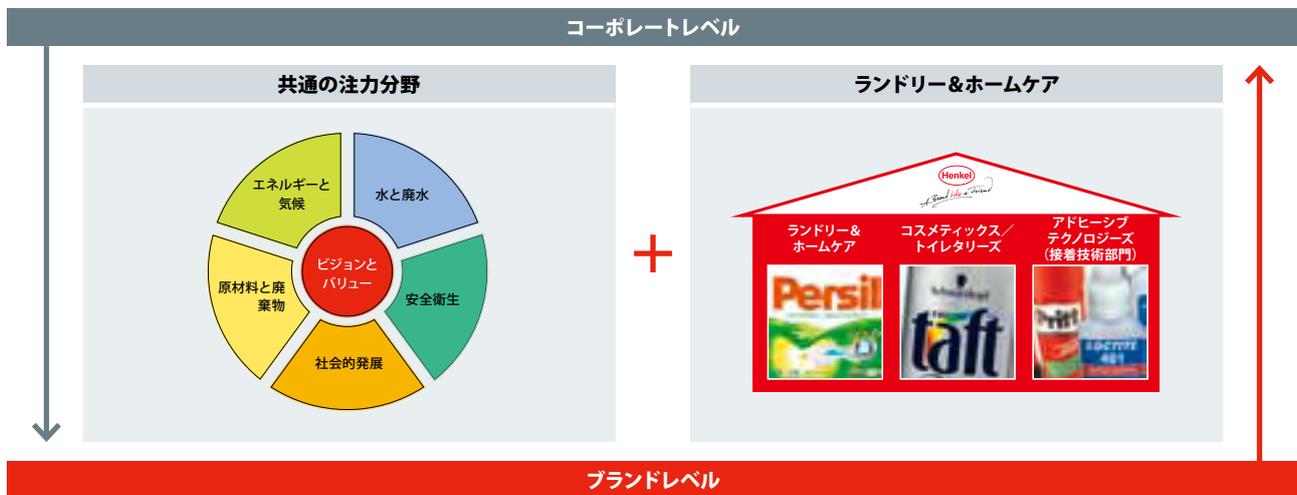
新しい製品はすべて、少なくとも1つの分野で持続可能な開発に貢献します。

すべての社員は、自分の義務において適任であるよう、研修および継続的な教育を受けます。

私たちの戦略におけるすべてのサプライヤーは、企業倫理の面で私たちの期待に応えます。

¹⁾ 生産量1メートルトン毎、基準年: 2007年

市場における成功要因としてのサステナビリティ



ヘンケルは持続可能で、且つ社会的責任を果たす形で事業活動を行うことを約束します。私たちのブランドは、最高のブランド品質と持続可能な開発を組み合わせることで、この約束を果たしています。中心的な課題と市場に特化した実践に注力することにより、私たちのブランドとテクノロジー、ひいては私たちの会社に対する信頼が強化されるのです。

戦略的プライオリティへの貢献

私たちは継続的にサステナビリティに注力することが長期的な会社の価値を高め、私たちの戦略プライオリティ (AR 35-36ページ参照) の実現の助けになると確信しています。会社の社会的責任はヘンケルの社員のモチベーションと会社への帰属意識を強化し、その結果強いグローバルチームの基礎を作り出します。すべての新製品は、優れた性能と人と環境に対する責任を両立するものでなければならないという私たちの主張は、より有効な製品と改善された技術ソリューションをもたらしています。サステナビリティはイノベーションを牽引する鍵であり、私たちのビジネスチャンスを最大限にするために欠かせないものです。ヘンケルの何十年にもわたるサステナビリティの経験が、お客様に有効なソリューションを提供し、私たち自身をお客様にとっての主要なパートナーとして位置づけているのです。それと同時に、企業レベル及びブランドレベル間の相互作用が私たちに対する信用を高め、支持を強化しています。

SR 上部イラスト参照

社会的課題としてのサステナビリティ

私たちの事業の成功と産業分野や小売業のお客様、及び消費者の皆様との間には目に見えないつながりがあります。私たちの持続可能な開発に向けての努力についても同じことが言えます。だからこそ私たちは、持続可能な開発が社会全体に課した課題に共に取り組むため、バリューチェーン全体を通じてパートナー様達と緊密に協力しているのです。ヘンケルは、これまでの経験とサステナビリティのリーダーとしての役割を、次世代の持続可能なライフスタイルに関する議論に役立てています。私たちはこのことを、国内外の団体やワーキンググループ、会議—例えば WBCSD (持続可能な発展のための世界経済人会議) や複数のステークホルダーによるイニシアチブである “Forum Waschen”(洗浄に関するフォーラム)、国連環境計画(UNEP) とブッパータル (Wuppertal) 研究所による持続可能な生産と消費のための協力センター (CSCP) 及び2009年に設立されたコンシューマーグッズフォーラムなどにおいて表明しています。

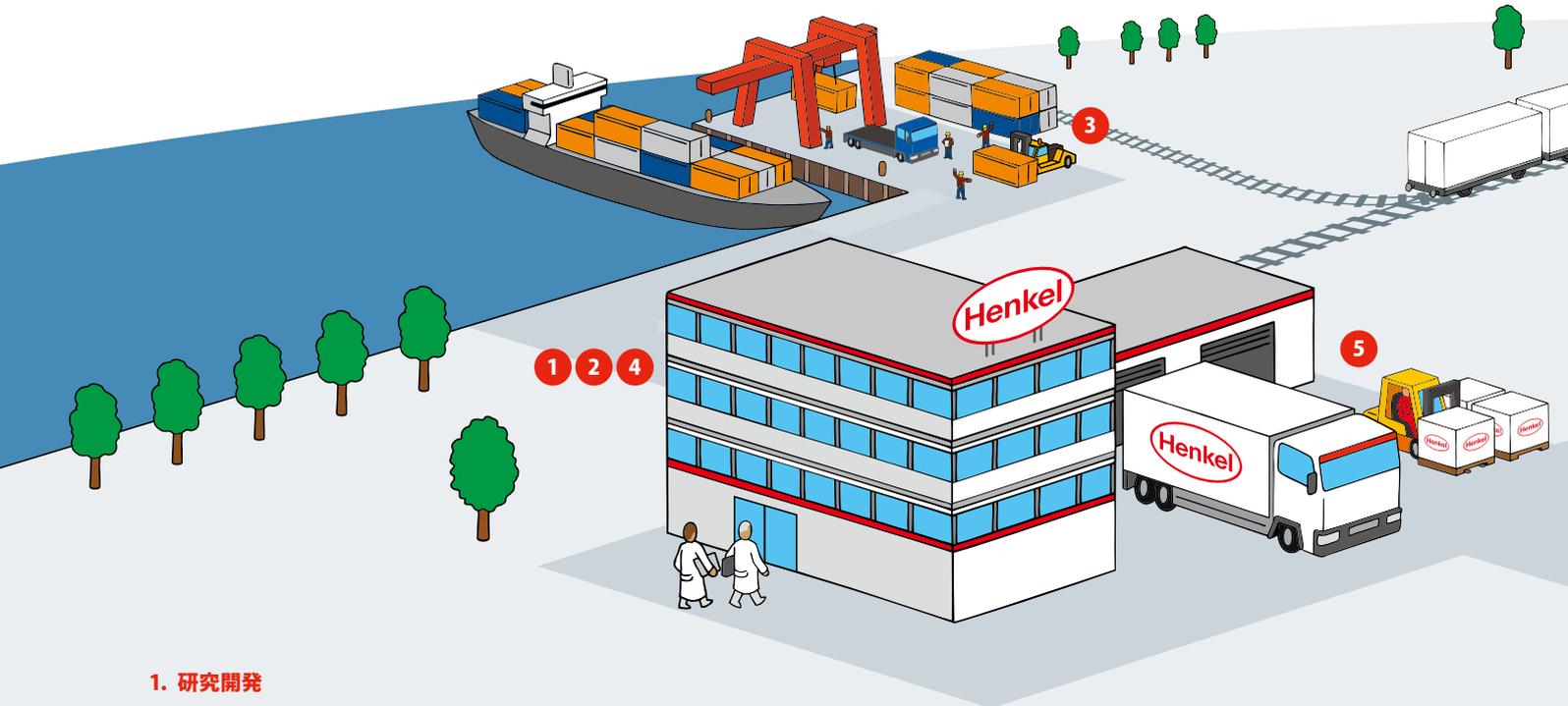
ステークホルダーとの対話

ヘンケルはステークホルダーとの対話を、さまざまな市場のニーズを早期段階で特定し、とるべき行動の方向性を定めるための重要な機会であると捉えています。あらゆる立場のステークホルダーとの対話により、ヘンケルの戦略開発と報告に流れ込んでいく新しいアイデアを生み出すことが可能になります。

SR 38ページ www.henkel.com/sr2009 → 6

バリューチェーン全体を通じた責任

ヘンケルのサステナビリティ戦略にはバリューチェーンのすべての段階が含まれます。私たちグローバルチームの目的は会社および製品のあらゆる面でサステナビリティのパフォーマンスを向上させることです。



1. 研究開発

イノベーションは、ヘンケルの経済的成功の基盤であり、持続可能な開発における鍵でもあります。そこには高度な革新性が求められます。ヘンケルは2009年、研究開発部門に約2800名の人員を採用し、396百万ユーロを投資しました。2008年以來、ヘンケルの注力分野は全社的に標準化されたイノベーションプロセスの中に体系的に根付いています。そのおかげで「ヘンケルの新製品はすべて、少なくとも1つの注力分野において、持続可能な開発に貢献します。」というコミットメントを達成することができるのです。

SR 4ページ AR 53-55ページ www.henkel.com/innovation

2. 製品の安全性

正しく使用する限り、ヘンケル製品が安全であることはお客様や消費者の皆様にとって疑いの余地がありません。私たちの原材料および最終製品には数え切れない試験と調査が義務づけられています。原材料の安全と環境への適合性は研究開発の段階で厳しく評価されます。リスク評価は、新製品および新しいプロセスのひとつひとつに対して行われます。特定のアプリケーションでは一定の危険性を持つ材料の使用は、初期の段階で排除されます。ヘンケルは法により定められている場合かつ容認できる代替手段がない場合を除き、動物実験は行いません。ヘンケルは1980年代前半から代替手段の開発と目的とした研究に取り組み、成功を収めています。

www.henkel.com/sr2009 → 7

3. 原材料

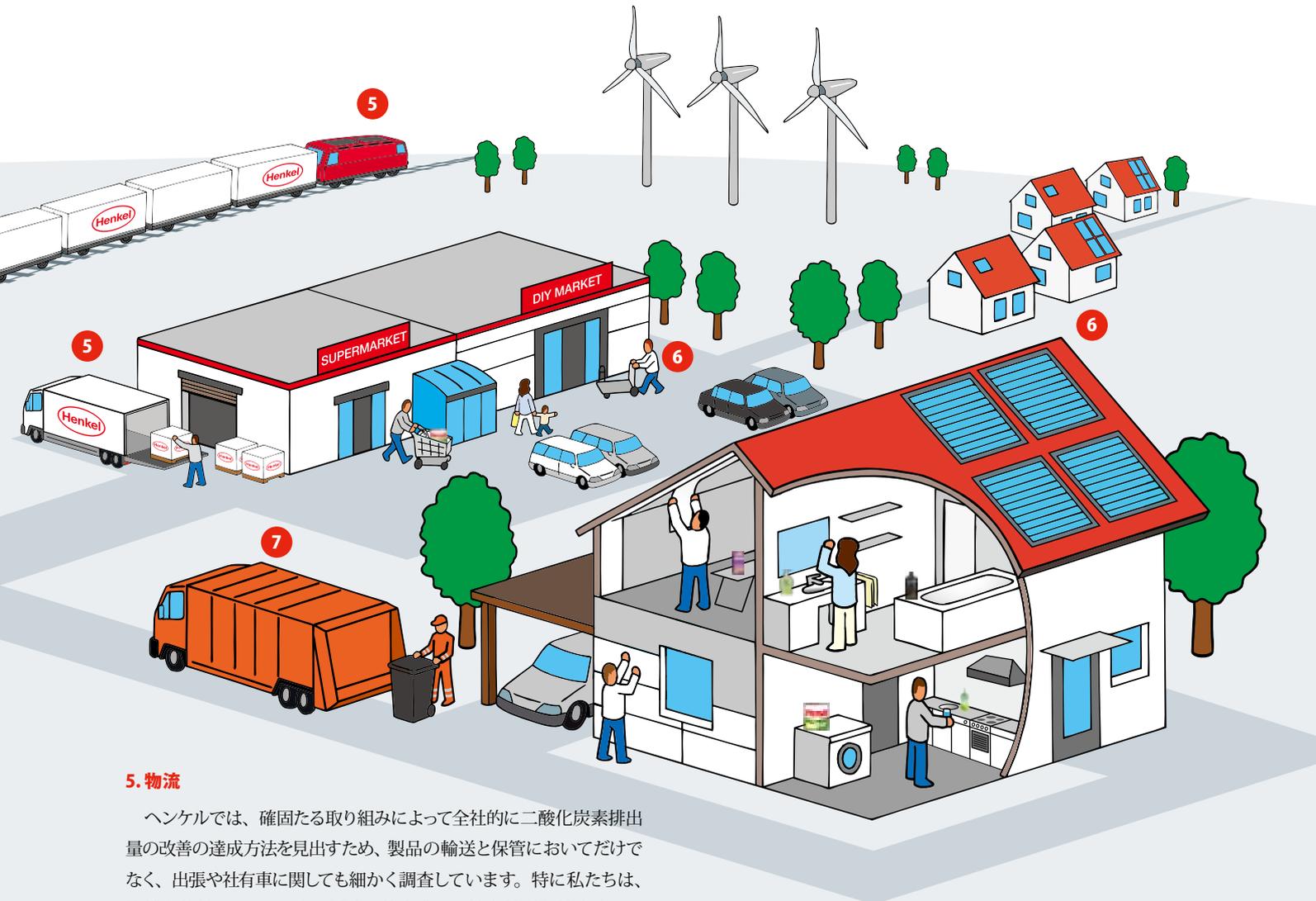
サステナビリティは原材料、天然資源および生態系の多様性の保護に関わる、責任ある管理にまで及びます。ヘンケルでは長年にわたり、製品の全体的な特性を最適化するために、環境的・経済的・社会的に配慮した上で適合するものであれば、再生可能な原材料からなる成分を使用してきました。主要な対象のひとつが鉱物油由来成分の置き換えです。再生可能な原材料は既に、多くのヘンケル製品の主要材料となっています。

www.henkel.com/sr2009 → 8

4. 生産

資源消費および環境負荷の低減と同様に、プロセスと拠点体制の継続的な改善も私たちの品質の約束における重要な要素です。知識と新技術を拠点間で伝達することにより、安全で資源保護に役立つ製造プロセスを世界中で展開することが可能になります。私たちはこのようにして、職場の安全と環境目標の達成に向けての大きな貢献をすることができるのです。ヘンケルが達成してきた省エネルギーと、それに関わる二酸化炭素排出量削減を通じて、私たちは天候の保護に積極的に貢献しています。

SR 4、5ページおよび12-17ページ www.henkel.com/sr2009 → 9



5. 物流

ヘンケルでは、確固たる取り組みによって全社的に二酸化炭素排出量の改善の達成方法を見出すため、製品の輸送と保管においてだけでなく、出張や社有車に関しても細かく調査しています。特に私たちは、複雑な物流ネットワークの減少と他企業との協力輸送を拡大することに向けて努力しています。このようにして、私たちは製品が常にもっとも効率的なルートでお客様の手に届けられるようにしています。物流のパートナーを選ぶ際は、運搬車両のエネルギー効率を選定基準のひとつにあげています。

SR 14、15ページ www.henkel.com/sr2009 → 10

6. 使用：持続可能な消費の促進

サステナビリティ達成のための努力の中には、企業、顧客、消費者それぞれの役割が密に織り込まれています。その理由は、多くの消費財のエコロジカル・フットプリントは生産要因だけでなく、その大部分が消費者の効率的な使用に依存しているためです。ヘンケルの各種ブランドとテクノロジーは、日々、何百万もの家庭や産業プロセスの中で使われています。そのためヘンケルの製品は、気候変動、資源保護、衛生などの社会的な課題に対し、積極的な貢献を果たす大きな可能性を持っているのです。ヘンケルの製品は、お客様や消費者の皆様にとって、エネルギーや水などの貴重な資源のさらなる

有効利用を可能にします。私達は的を絞ったコミュニケーションを通じて、お客様や消費者の皆様の持続的な消費に関する考えを促進する努力をしており、そのことによってお客様が責任を持ってヘンケルの製品を使用できるよう、お手伝いをしています。

SR 18-29ページ www.henkel.com/sr2009 → 11

7. パッケージングと廃棄

家庭用洗剤やクリーナーおよびコスメティックス、トイレタリー製品は、使用后下水道へ流入します。ヘンケルのこれらの製品は、使用することにより水域環境に影響を与えないよう処方されています。産業用アプリケーションによる廃水は最先端技術を駆使して前処理され、専門的に廃棄されます。お客様や消費者の皆様の包装廃棄物の量を低減するために、私たちは革新的なパッケージングソリューションを開発しています。会社全体を通じて、ヘンケルは予防、削減、再利用の3つの原則に従います。

www.henkel.com/sr2009 → 12

基準とマネジメント

公正な事業のみが優れた事業です。私たちの行動規範と基準は世界中すべての社員、事業拠点、サプライヤーおよびビジネスパートナーに適用されます。

グローバル統一基準に基づく管理

ヘンケルのビジョンとコーポレートバリューから、私たちは一連の行動規範と基準に特化した、グローバルに拘束力を持つ行動ルールを作成しました。運営するすべての事業分野と文化で、全社員の行動と活動についてのガイダンスが定められています。

「行動の規範」には全般的な企業方針と行動のルールが記載されており、日常的に社員が倫理的、法的な問題に直面した際、正しく適切に対応するのに役立ちます。2008年には、この規範に事業における利害の衝突、贈答品、個人的な接待などに関する状況への処理の仕方について社員に指示を与えるための、詳細なガイドラインが付け加えられました。このガイドラインでは贈収賄、利益の授受およびその他の不正な商取引をいかなる形であっても厳しく禁じることを強調しています。

「チームワークとリーダーシップの規範」には、全レベルのマネージャーと一般スタッフの行動ガイダンスが記載されています。

「サステナビリティについての規範」には、持続的な事業活動と企業の社会的責任についての私たちの方針が記載されています。これは安全、衛生、環境、購買基準および社会基準に関する全社的

な基準を具体的に形にしたものです。社会的基準は、経済協力開発機構 (OECD) の多国籍企業ガイドライン、社会的説明責任基準 (SA8000)、国際労働機関 (ILO) ガイドラインから抜粋した主な要件をまとめたものです。 www.henkel.com/sr2009 → 13 行動規範と基準はともに、ヘンケルの国連グローバルコンパクトイニシアチブ実施の基盤となっています。 www.henkel.com/sr2009 → 14

責任を明確に定義する

グローバルに適用される私たちの行動規範と基準は、総合的なマネジメントシステムと責任が明確に定義された組織構造に支えられています。 [SR 9 ページの図を参照](#)

最高コンプライアンス責任者は、行動規範と基準を適用し、継続的に発展させています。さらに内部および外部からの要求への準拠を監視し、経営委員会会長に直接コンプライアンスの報告をしています。

最高コンプライアンス責任者が率いる内部監査部門と、世界中で拠点ごとに任命された約50人のコンプライアンス担当者が責任者のサポートをしています。彼らは情報がスムーズに流れ、要求事項に基づいて行動が起こせるよう、地域ごとにコーディネートされた研修コースを開催しています。また違反と、それに応じて取られた措置を報告します。より複雑化する国際的なデータ保護規制を背景に、2009年にコーポレートのデータ保護責任者がコンプライアンス組織の一員となり、ヘンケルのこの課題を中心に指揮を執っています。

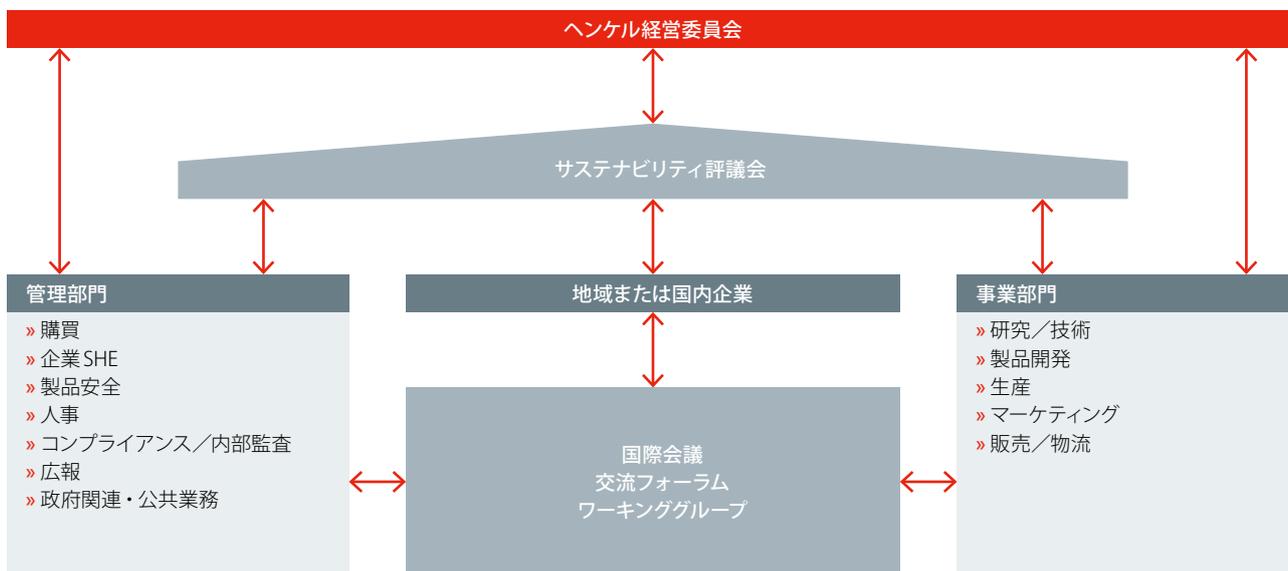
www.henkel.com/sr2009 → 15



ヘンケル全社のデータ保護ワークショップ

2009年11月、デュッセルドルフで行われた1日ワークショップでヘンケル全社のデータ保護責任者が一堂に会し、社員、顧客および消費者のデータをより効率的に管理するための方法について討議しました。そこで最新の国際法的要求事項が盛り込まれた、コーポレートのデータ保護ガイドラインが起案されました。

サステナビリティの組織



Henkel経営委員会は私たちのサステナビリティポリシーに対する全責任を負っています。サステナビリティ評議会のメンバーはHenkelの全地域から選ばれ、経営委員会会長がそのトップを務めています。評議会は意思決定機関の中核として、Henkelのグローバルなサステナビリティ活動の指揮を執っており、メンバーは事業部門と会社の全業務機能を代表しています。 www.henkel.com/sr2009 → 16

不正な商取引をはっきりと拒絶する

Henkelは様々な市場と地域で、様々な法体制、社会的水準、慣習のもとで業務を行っています。例えば個人的な利益の授受については、地域ごとに捉え方がかなり異なります。Transparency International等の機関の調査により汚職に直面するリスクが高いといわれる国々で、Henkelの社員の多くが働いています。Henkelは法や基準、規制への違反に断固として反対します。

私たちの「行動の規範」には、Henkelの全社員に期待される行動が明確に示されています。日々の業務状況の中での不安や葛藤を避けるために、Henkelのコンプライアンス研修はそれぞれの地域に合わせた講座とコミュニケーション手段を中心に展開しています。

コンプライアンスの問題は、新任マネージャーの公式歓迎セミナーの段階から徹底的に取り組まれます。また、この問題はHenkelグローバルアカデミーの不可欠な要素でもあります。トップマネージャーたちは、内部監査部門が主催する定期研修コースでHenkelの企業基準について詳しく学びます。特定のグループを対象としたニュースレターや社内報の記事も、この分野における知識の伝達に役立っています。私たちはまた、幅広いテーマと日常での意思決定状況をシミュレーションしたeラーニングの利用を促進しています。2009年にトップマネージャーの100%がコンプライアンスに関するeトレーニングを修了しました。さらに2009年から目標達成に関するディスカッションの一環として、全マネージャーは適用される全ての基準と法律を遵守しているかどうかを確認しなければならなくなりました。

2009年にトップマネージャーの
100%
がコンプライアンスに関する
eトレーニングを修了しました。

マーケティング、販売/流通、購買など、独占禁止法が特に関係ある分野では、定期研修コースを開催しています。

2009年度Henkelではこのような活動を続け、その間700名以上の社員がヨーロッパおよびアジアで研修を受けました。従って関連分野におけるHenkelの社員の大多数は、独占禁止法のコースを受講しています。

Henkelのコーポレートガバナンス

Henkel AG & Co. KGaAは、特に会社の法的形式と会社定款に特化した部分を考慮し、2点を除いてドイツ・コーポレートガバナンスコードの主な勧告に従いました。経営委員会の報酬についてもまた、このガイドラインに適合しています。コンプライアンス宣言の詳細や報酬レポートなどの総合的な情報は、年次レポートとインターネットに掲載されます。

AR 22-26 ページ www.henkel.com/sr2009 → 17



ヘンケルサステナビリティ評議会メンバー、コンプライアンス代表 ディルク・ステファン・コーダイク インタビュー

あなたは2007年後半からコンプライアンス責任者という立場で世界中のヘンケルバリューを見てこられました。ヘンケルにはなぜ、このような組織が必要なのでしょう？

ディルク・ステファン・コーダイク: 私たちがグローバルに事業活動を行う中で、異なる法体系や価値体系に直面することがあります。したがって社員に対するアドバイスやサポートは、社員の行動に関するものでなければ実用性がありません。さらに、長期的に見れば、公正な事業のみが良い事業だと私たちは確信しています。公正な事業は、それ自身が有益なマーケティング活動となり、ヘンケルを魅力的なパートナーたらしめます。社員にとっても、公正な労働環境が非常に重要です。不正な習慣は会社の評判を傷つけ、経済的にも損害を与えます。したがって私たちは、例えば汚職や不正競争など、私たちの基準に対するいかなる違反にも断固として反対します。このことは、上記のような習慣が通常のことと認識されている地域にも適用されます。

2009年、ヘンケルは「行動の規範」に対する違反として、67件の社員契約を解約しました。もっとも多いのはどのような理由ですか？

ディルク・ステファン・コーダイク: 窃盗、詐欺、贈収賄、脱税、法や基準の無視のリスクは常にあります。しかしながら通常の勤務中に、もっとも頻繁に起こる問題は利害の衝突です。例えば贈答品を受け取ることは、受け取った側が意思決定をするときの公平性に影響を与える可能性があります。だからこそ私たちは早い段階で、そもそもこのような衝突が起きないようにするためのアドバイスや研修を提供しているのです。全社員は、いつでも私や私のチームに連絡することができます。私たちは問い合わせに対し、24時間以内に対応をしています。

将来の課題は何だと考えますか？

ディルク・ステファン・コーダイク: 私たちは既に、優れた規定を制定しています。必要なのは、グローバルに統一した理解を広げることです。私たちは研修コースやコミュニケーション、定期監査を通してこのことを推進していきます。ヘンケルの「一切許容なし」は言葉の上だけのものではありません。私たちは全ての事業を倫理的および法的に非の打ち所のないやり方で行います。ヘンケルでは、それを無視して責任を逃れることは決してできません。また、グローバルに事業運営をする会社として、自分たちのサプライチェーンに責任を持つことも私たちの義務です。私たちはサプライヤーとその他のビジネスパートナーを、コンプライアンス管理にさらにしっかりと組み入れていくつもりです。

基準の実行

ヘンケルの環境および社会的基準の実行にとって、定期監査は重要です。生産および運営拠点に加え、請負業者や物流センターにおける定期監査も増えてきています。2009年、私たちは合計110回の定期監査を実施しました。安全、衛生、環境(SHE)の統合的な監査は35拠点で行われ、502件の拘束力のある是正措置がとられました。特定された不備の中には、例えば規定どおりの個人用保護具の不足や、利用しづらい避難経路などが含まれています。これらのケースでは継続的な安全対策に対する意識向上の必要性が強調されています。

SR 14ページ

監査では、財務、購買、販売/流通、マーケティング、IT、生産の各部門がプロセスとワークフローをより安全で効率的にするため、合計約2,130件の個別対策に合意しました。

合意された対策の実行とベストプラクティスの例の広範囲への伝達は、内部監査部門により進められ、監視されます。

2007年にコンプライアンスホットラインが設けられ、ヘンケル内部の報告とクレームの伝達ルートが増えたことにより、社員が行動規範と基準への大きな違反を報告できるようになりました。このホットラインは独立した外部プロバイダーによって運営されており、現在38ヶ国で使用できます。しかし、定期調査によりホットライン経由で報告されたクレームはとてもしないことが明らかになっています。現在でも、確立された社内報告ルートと社内の直接連絡窓口の方が、はるかに頻繁に使用されています。

規則の違反には一切許容なし

不適切な行動は決してヘンケルの利益にはなりません。そのような行動は公正な競争を損ね、私たちの信頼と評判に傷をつけます。特に、ヘンケルの社員は正しく、倫理的に非の打ち所のない事業環境を重視しています。

残念なことですが、2009年ヘンケルにおいて詐欺行為を目的とした偽装契約が明るみにでた例のように、断固として不正に加担する人々はコンプライアンスシステムの抜け穴を見つけるものです。この事態を一刻も早く解決するため、ヘンケルは検察庁と緊密に協力をしました。私たちは、法および行動規範と基準への違反に強硬に対応します。必要に応じて、私たちは相応な懲罰を与える場合があります。2009年には、18人の社員が書面での通告を受け、67件の社員契約が解除されました。

www.henkel.com/sr2009 → 18

購買とサプライヤーマネジメント

サプライヤーに期待すること

企業には自社のサプライチェーンに対して責任を持つ義務があります。ヘンケルはサプライヤーに、私たちの企業倫理の基準を満たすことを期待しています。したがって、サプライヤーを選択する際には、サステナビリティと企業の社会的責任における実績も考慮します。この選択手順はヘンケルの企業購買基準、安全、衛生、環境の基準に基づいており、これらの基準は1997年にはすでに策定されていました。

www.henkel.com/sr2009 → 19

サプライヤー基盤の評価

ヘンケルのサプライヤー基盤には現在、約104ヶ国からのサプライヤーとその他のビジネスパートナーが含まれます。購買量の約80%が経済協力開発機構(OECD)の加盟国から供給されています。しかし、私たちはOECDの非加盟国における新しい購買市場開拓により重点を置いた取り組みを開始しています。このことが既存のサプライヤーやその他のビジネスパートナーに対しての需要に影響を及ぼすことはありません。しかし、私たちのサプライヤー評価においては、購買量よりも供給国に関連するリスクに大きな重点を置いていきます。

購買量の

80%

がOECD加盟国から供給されています

80%が経済協力開発機構(OECD)の加盟国から供給されています。しかし、私たちはOECDの非加盟国における新しい購買市場開拓により重点を置いた取り組みを開始しています。このことが既存のサプライヤーやその他のビジネスパートナーに対しての

需要に影響を及ぼすことはありません。しかし、私たちのサプライヤー評価においては、購買量よりも供給国に関連するリスクに大きな重点を置いていきます。

2009年におけるサプライヤー評価手段と状況

ヘンケルのサプライヤー評価は複数の段階で構成されたプロセスであり、「サプライヤーコード」、「自己評価」、「監査」、「さらなる発展」という4つの手段を使用します。

» **サプライヤーコード**：2009年にヘンケルが行ってきた取り組みの最も重要な側面は、世界的に適用できるサプライヤーコードをすべての契約関係の基盤として導入したことです。これは、ドイツの資材管理購買物流協会(BME)の分野横断的な取り組みの一環です。このコードは国連グローバルコンパクトの10原則に基づいているため、グローバルな利用が可能です。将来的には、新規サプライヤーがヘンケルとの契約関係の締結を望む場合に、サプライヤーコード、ひいてはグローバルコンパクトの10原則の認識が必須条件となるでしょう。

» **自己評価**：上記に加えて、ヘンケルは分野特有のアンケートに基づいたサプライヤーの自己評価戦略を推進しています。これらのアンケートは安全、衛生、環境、品質、人権、社員基準、反汚職の分野における私たちの期待を明示しています。2009年には、評価を行ったサプライヤーとその他のビジネスパートナーのうち74%がヘンケルのサステナビリティ基準を満たしていました。一方、残りの26%は個別の基準に関してさらなる改善策を実施することで同意しました。許容し難い商行為を確認した場合には、最終的な結果として取引関係を打ち切る場合もあります。

» **監査とリスク評価**：ヘンケルのサプライヤーチェーンに対する監査プログラムの系統的な展開は、今後数年間の主な焦点となります。今後2012年にかけて、監査を受けたサプライヤーから供給される購買量の割合を拡大させることを目標としています。リスク評価に関しては、国際機関によってリスクレベルが増大していると特定された国々に対してより焦点を合わせていきます。

» **さらなる発展**：サプライヤーの評価を行う目的は、ヘンケルの評判や法的要求に対するリスクから公式に自分たちを防衛することではありません。むしろ目的を持って協力し、私たちのサプライチェーンにおけるサステナビリティを改善することを目指しています。例えば、プロセスの最適化、資源効率、環境と社会的基準に関する知識の伝達と継続した教育が挙げられます。この試みには、「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO: the Round Table for Sustainable Palm Oil)」に関与し、持続可能な方法で栽培されたヤシの木から作られるパーム核油の認証とマーケティングモデルを推進することが含まれます。2008年には、初めて上記の認証証を取得しました。2015年までには、この経験を基にさらなる手段を講じて、認証を受けた持続可能なパーム油とパーム核油をヘンケルの製品ポートフォリオの中心として完全に据える予定です。

SR 20ページ、21ページ

しっかりと根付いた購買管理基準

世界規模で真に責任を負うには、サステナビリティの原則をヘンケルの購買組織全体が本当に理解することが不可欠です。そこで私たちは、2009年に改訂されたヘンケルの購買管理基準のための研修プログラムを世界中で開設しました。まず始めに、さまざまな国において責任を担うマネジャーに対して地域別に6つの研修プログラムを開催し、ヘンケルのサプライヤーのサステナビリティ経歴における必須条件を含む、新しいガイドラインに関する説明を行いました。それから地域の研修コースが開かれ、ヘンケルの購買部門社員の90%以上に対してその内容を開示しました。2010年には、今まで以上に詳細な内容で研修を継続します。

生産と物流

57ヶ国で生産拠点を運営するヘンケルは、地域の雇用者および契約者として経済発展を促進します。

品質保証の一環としての効率的生産

ヘンケルは57ヶ国で生産拠点を運営しています。その他、多くの国に管理、研究、マーケティング、販売拠点と、倉庫、物流センターを備えています。私たちは地域の雇用者、契約者として、多くの地域での経済発展を促進しています。効率的で最新式の生産拠点は、高品質なブランド製品の生産やテクノロジーにとって必要不可欠です。プロセスと体制の継続的な改善は、資源消費や環境負荷の低減とともに、ヘンケルの品質の約束の重要な要素です。世界各地に知識や新技術を伝達することも、これに該当します。

全社的運営手段と地域のアクションプログラム

「生産拠点における優秀なサービスプログラム (EISS: Excellence in Site Services)」は、ヘンケルのグローバルな効率プログラムで、2006年以来、拠点の生産性、品質、安全性を向上すると同時に、資源消費、廃棄物、メンテナンスコストを削減するのに役立っています。多くの場合、包括的な分析とシミュレーションにより、地域の改善手段の基盤が得られます。EISSプログラムの結果、エネルギー、水、廃棄物、建物管理、安全衛生、環境、工場内物流の分野において、世界中の拠点で731の個別手段が確認されました。それに加え、ヘンケルの事業部門は環境目標を達成するための具体的なプログラムを企画しています。

ヘンケル工場の

約 **50%**

が2009年の水の消費量の削減に成功しました

SR 4ページ

2006年以来、私たちは総合生産管理プラスプログラムの一環としてコスメティックス工場における生産プロセス分析を実施しています。その目的は、あらゆる生産分野における損失を見極め、除外することにあります。ランドリー&ホームケアとアドヒーズテクノロジー(接着技術)事業部門における工場と供給ネットワークも同様に、継続的に分析と変更を行っています。スケールメリットを活かし、お客様と地理的に近距離で生産を行うことで、資源の最適な利用が可能になります。2009年だけでも、ヘンケルの世界規模プログラムの結果、拠点におけるエネルギー消費の39%、水の消費量の49%、廃棄物の48%削減を実現しました。これにより2009年の重要なサステナビリティ指標におけるヘンケルの業績をより一層改善することができました。

SR 内表紙と16、17ページを参照

定期的なワークショップの実施と徹底したコミュニケーションを通じて、知識や経験が世界的に伝えられるようにベストプラクティスの手法に関する情報の交換をタイムリーに行います。



節水競争

オーストラリアのキルシス工場のチームは、最新の水道メーターを利用して、生産と管理部門における主要な水の消費地点を測定しました。その結果、無駄のない水の使用方法に関する社員の研修コース開催から、生産時に使われる洗浄水の再利用に至るまで、多くの改善措置が開始されました。現在新しく設置された3つのタンクで最大75,000リットルの雨水が集められ、貴重な飲料水の代わりに生産時に利用されています。これらの対策の結果、水の消費量が42%まで削減されています。

グローバルに適用できる基準

ヘンケルの安全衛生および環境基準（SHE 基準）と社会的基準は、世界の全ヘンケル事業所に適用されています。これらの基準はヘンケルが企業を受け入れる前に実施する、デューデリジェンス手順の一環です。その結果を基に、必要があれば新たに獲得した拠点をヘンケルの基準レベルまで向上させる詳細なアクションプランを策定します。私たちは定期的に監査を行い、基準が適切に実施されていることを確認しています。

SR 10 ページ

地域全体を総合的に捉えるために、外注業者と配送センターにも監査の対象を着実に拡大しています。すべての生産拠点では新しい基準が導入された場合には必ず、自己評価も実施しています。競争上の優位性が生じる場合には、外部機関の認証を受けた個々の事業所において環境管理システムを所有しています。2009年度末の時点で、生産量の約58%が環境マネジメントの国際規格ISO14001の認証を取得した事業所で生産されています。



基準の順守を確認する全社的監査プログラム

ヘンケルの生産と環境と社会的基準が生産と経営拠点において適切に実施されていることを確認するために、定期的な監査を実施しています。また、外注業者と配送センターにもこれら監査の対象を着実に拡大しています。監査はリスクを特定し、改善の可能性を知る重要な手段です。

資源効率向上に対する世界的な貢献

注力分野	貢献
	チョンブリ (Chonburi) タイ: 事業所の廃水処理施設の立ち上げ。これによりコスメティクス生産施設からの廃水をろ過してから市営廃水施設に排出することが可能になります。 結果: 有機物質を含んだ廃水の62%を削減
 	ニューリン (New Lynn) ニューゼaland オークランド市: さまざまなプロセスの改善と、責任を持って資源を取り扱う必要性に関する社員の認識向上を目的とした、水と廃棄物に関する情報キャンペーン。 結果: 水の消費を40%、廃棄物を5%削減。
	広州 (Guangzhou) 中国: 技術研究分野向けの新しい空気圧縮機の設置。 結果: 設備のエネルギー消費を70%削減。
 	アンカラ (Ankara) トルコ: 液体洗濯洗剤の生産に使用される脱イオン水の生成を行う、既存設備の包括的な分析と徹底的な調査 結果: 新プロセスにより、設備のエネルギー消費が67%、水の消費が36%削減。
	ウィーン (Vienna) オーストリア: エネルギーの効率を向上させるための多数のプロジェクト。これらのプロジェクトには、2つの生産ラインにおける照明器具の変更、蒸気発生のための熱交換器の設置、圧縮機の通気と空気制御システムの自動管理への変更が含まれます。 結果: エネルギー消費の22%を削減。
 	クルシュラダーニュ (Körösladány) ハンガリー: 熱損失を防止するための高速回転式ゲートの設置と、蒸気発生容量の調節を含む包括的な効率性と研修対策。 結果: エネルギー消費24%と廃棄物25%の削減。
 	マリボル (Maribor) スロベニア: 生産ラインの水とエネルギー消費量を週1回モニタリング。その結果行われた対策としては、温水ネットワークの更新、復水の完全な再利用、蒸気に働く圧力の最適化と圧縮空気の生成システムなどがあります。 結果: 水の消費が22%、エネルギー消費が12%削減。
	ソールズベリー (Salisbury) 米国ノースカロライナ州: 有害廃棄物を最小限に抑えるプロジェクトの実施。接着剤の生産で発生する液状廃棄物を米国内のお客様に提供し、生産設備で再利用してもらう。例: 生産ラインの洗浄 結果: 有害廃棄物を35%削減。
	ラグレージ (La Grange) 米国ジョージア州: 事業所での生産廃棄物を再利用する対策の拡大と体系化。 結果: 廃棄物を37%削減。
	サバナ・グランデ (Sabana Grande) プエルトリコ: エネルギー効率を向上するさまざまな実験プロジェクトの実施。これらのプロジェクトには屋根から建物内部に反射するソーラーチューブシステムの設置が含まれます。 結果: 試験棟のエネルギー消費を60%削減。

www.henkel.com/sr2009 → 20



2010年初頭以来、ヘンケルはドイツ内のコスメティックス製品の配送を列車で行っています。上の写真は、デュッセルドルフ近くにあるモンハイムにあるヘンケルのコスメティックス物流センターに初の列車が入ってくる様子です。毎年この方法で86,000メートルトンのコスメティックス製品を配送することで、二酸化炭素排出量を年間約7,000メートルトン削減します。

研修と知識の伝達

事業所間の知識や技術伝達を通じて、私たちは安全で効率的、かつ資源保全に役立つ生産工程が世界で確実に用いられる状況を確認していますが、これには先進のマネジメント手法の導入、社員の専門能力開発や資格認定プログラムの導入が密接に関係しています。ヘンケルのサステナビリティ注力の成功には、リーダーシップの発揮やスタッフの育成と意識向上、それらすべてが大きな役割を果たしています。

そのため2007年以来私たちは、安全衛生および環境（SHE）のリーダーシップに関する特別研修プログラムに高い優先度を置いて

共同輸送による二酸化炭素排出の回避

2008年以来、ヘンケルは欧州の物流パートナーと連携して、異なる交通手段を用いて製品の効率的な輸送を行う共同輸送路を徐々に構築しています。

例を挙げると2009年には、洗濯洗剤をデュッセルドルフの生産拠点からイタリアのロマツォとフェレンティノとオーストラリアのウィーンにある倉庫まで約30万キロの距離をトラックの代わりに列車で輸送しました。これにより年間の二酸化炭素排出量を約55%削減します。2010年には、ヘンケルと物流パートナーは製品の輸送を列車に切り替えるのに適切な、その他の欧州の経路をすでに特定しています。アメリカにおいても、共同輸送路の割合が増加しています。

きました。プログラムの内容は、リスク評価から危機管理および管理システムと多岐にわたります。これまでのところ、3日間にわたるSHEリーダーシップセミナーを9回実施し、アジア、アフリカ、ヨーロッパ、南北アメリカから合計180名を超える拠点長および生産マネージャーが参加しました。2009年11月に米国シカゴで行われたセミナーでは、特に2008年の春に買収されたナショナルスターチ事業のプラントマネージャーが対象とされました。世界中の拠点および生産マネージャーの合計約80%がすでにSHEリーダーシップセミナーに参加しています。

ロジスティクスプランニング：変動要因の多い方程式

ヘンケル全体を通して、私たちは物流構造の簡素化と、効率的で環境に適合する物流コンセプトの開発に尽力しています。多くの場合、輸送する最終的な製品の特性に合わせてロジスティクスプランを策定しています。比較的重量や容積が大きい製品の場合は、地域に生産拠点を維持することで、輸送距離を減らし環境負荷を軽減します。特に洗濯用洗剤および家庭用クリーナー、また一部のコスメティックス製品と接着剤がこれに該当します。軽量でコンパクトな特定の製品は輸送にかかる負荷が少ないので、場所にこだわらず可能な限り中央集約の大量生産を行っています。例えばヘンケルの瞬間接着剤は、世界の数拠点だけで生産されています。物流のパートナーを選ぶ際は、保有車両のエネルギー効率を選定基準のひとつに挙げています。

2009年度事業運営上の事故

2009年は、ヘンケルのどの事業所においても大きな事業運営上の事故はありませんでした。3件の比較的小規模な事故は記録されています。そのうち2件の事故では、悪影響を及ぼす可能性のある少量の廃水あるいは排出物が放出されました。残りの1件では、ヘンケルの安全対策が不十分であったことが判明しました。

- » **日本 日野事業所**: タンクからあふれ出た廃水が近辺の水路に流出しました。被害を受けた地域は早急に浄化されました。
- » **アイルランド バリファーマット**: 接着剤の生産から発生した4kgのガスがシリンダーを交換する際に排出されました。既存の緊急時手順に従い、社員の適切な避難と住民に対する事故の通知を確実に行いました。
- » **米国 ミズーリ州セントルイス**: 生産設備内で発生した火災の後、その清掃作業をしていた4人の社員が負傷しました。

すべての事故に関して地方自治体に報告し、徹底的な調査を行いました。最終安全解析の結果、永続的な環境に対する悪影響は発生しないことが確認されました。今後同様な事故の発生を予防するために、一連の予防処置を策定しました。

経営全般の二酸化炭素排出量と物流

効果的な対策の基盤として、私たちは排出量データの向上と完成を目指して絶え間ない努力をしています。ヘンケルは何年も前に、生産体制の包括的なマネジメントシステムを確立しています。これらのシステムにより、自社の二酸化炭素排出量と第三者から購入したエネルギーの発生に起因する排出量の双方を網羅します。

SR 16 ページ

しかしながら、製品の輸送あるいは出張などに関連した二酸化炭素排出量の測定は、はるかに困難です。なぜなら、システム境界、基本データ、手法やプロセスがまだ明確には規定されていないからです。例えば、輸送排出量を計算するには、トラック1台ごとの正確な燃費、稼働率、走行キロ数がわからなければなりません。

各種の平均値、排出の諸要因、既存ライフサイクルデータベースからの二次データを基に算出した予測によると、年間の製品輸送に関わる二酸化炭素排出量は、約50万メートルトンに相当します。出張については、年間約15万メートルトン程度と想定しています。ヘンケルの物流業務に関しては、より正確に排出量を測定し、削減のために行っている措置の効果を検証するために、データシステムのさらなる開発に向けて集中的に取り組んでいます。

総合的な改善のための異なる原点

私たちは自社製品の開発、生産、輸送、在庫の他、出張や社有車も詳細に観察し、経営全般の二酸化炭素排出量における包括的な改善を達成する方法を見つけるために尽力しています。2009年には、サプライチェーン最適化プロジェクトの一環として、米国の完成品を格納する倉庫の簡素化に注力しました。結果として、中間に介在するさまざまな倉庫間の輸送距離を35%削減しました。これは約2,000メートルトンの二酸化炭素排出量を回避したことに相当します。ヘンケルは可能な限り、配送区域数と出荷重量を増やす、あるいは異なる委託品やサプライヤーの同様な製品の輸送をグループ化することでトラックの稼働率を向上させています。私たちは改善の可能性を見出すために小売業のパートナーとの協力を目指し、その一例として欧州の効率的消費者対応イニシアチブ(ECR: Efficient Consumer Response)に参加しています。 www.henkel.com/sr2009 →21



ヘンケルのサステナビリティ評議会の一員で、インフラサービスの他安全衛生および環境(企業SHE)の代表を務めるアンドレアス・ブルーンズ博士とのインタビュー

サステナビリティの価値が議題になることも多いですが、ヘンケルは経済危機の中でも環境目標を堅持しますか。

アンドレアス・ブルーンズ:ヘンケルの財政目標と同様に、2012年におけるヘンケルのエネルギー、水、廃棄物削減の環境目標は、決定しています。これは単に環境保護の理由だけではなく、経済的な理由もあります。エネルギーと原材料コストが上昇し、原材料、水、エネルギー、廃棄物処理コストを1ユーロでも抑えなければならないような経済的に困難な時期にあっては、なおさらです。過去10年間に私たちが行ってきた効率改善によって、単にエネルギー必要量を低減するだけでも約2億ユーロ節約しています。

目標を達成するにあたって最大の試練は何だと思われますか。

アンドレアス・ブルーンズ:とりわけ生産設備においてすでに高レベルの効率性を達成した事業所にとって、これらの目標は非常に野心的です。改善を行ったために他の部分で新しい問題が発生してしまった場合に、困難が生じます。例えば、濃縮液体洗濯洗剤への切り替えによって生産施設における水と原料をかなり節約できました。その一方で、相対的なエネルギー消費、つまり1メートルトンあたりの生産高に対するエネルギー消費は増加しました。消費エネルギーがより軽量な生産高に対して分配されるためです。

ヘンケルの生産事業は、どのように気候保護に貢献していますか。

アンドレアス・ブルーンズ:まず第一に、環境に悪影響を及ぼす排出を予防するために、効率的にエネルギーを提供および活用することに基本的に注力しています。例えば、デュッセルドルフの熱電併給プラントは非常に効率性が高く、約85%です。私たちはまた再生可能なエネルギー源からの電力はどのように使用すれば経済的に有意義となり、気候保護に貢献できるかどうかを検証しています。しかしながら、私たちは常に効率性とエネルギー節約を最優先します。だからこそヘンケルは、その他のすべての選択肢が底を突いてしまった際にも、認証を取得することにより、グリーン電力の使用と二酸化炭素の中和のみを考慮するのです。

環境指標

透明性

ヘンケル全体で使用している指標は、多くの点で透明性を示しています。この指標は改善の余地を見つけ出し、プログラムを進め、目標の達成を監視するのに役立ちます。また、この指標は実績と成長を公表するためのコンパクトな手段としても重要なものです。私たちの指標は、欧州化学工業連盟(CEFIC)の環境指標に基づくものです。このサステナビリティレポートでは、世界中に関係のある主要な指標の公開に重点を置いています。私たちとの関連性が低い対照値については、インターネットのみで公開しています。

www.henkel.com/sr2009-22

世界の状況

生産に関するデータがヘンケルの57ヶ国193の拠点で確定されました。ナショナルスターチの拠点に関するデータは、同事業が買収された2008年以来報告に含まれています。2009年には、これらの拠点で世界中の95%以上の生産が行われました。データは年度末の報告のために中央に集められて検証され、また各拠点でも国際監査プログラムの枠の範囲内で検証されます。**SR 10ページ** 後日データに差異が見つかり報告があった場合は、報告システムの中で遡って修正が行われます。

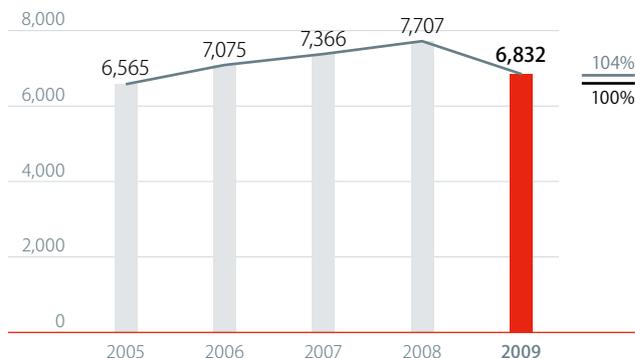
www.henkel.com/sr2009-23

同等の基準

環境指標にデータを提供する拠点の数が示すように、ヘンケルは常に変化しています。2005年に158ヶ所あった拠点は、2009年には193ヶ所になりました。世界規模の再構築計画の一環として、2009年に33拠点を売却、合併、閉鎖しました。これらの変更は単一の割合で起こっていないために、数字が大幅に伸びている箇所があります。年データを比較しやすくするため、指数曲線を示してあります。

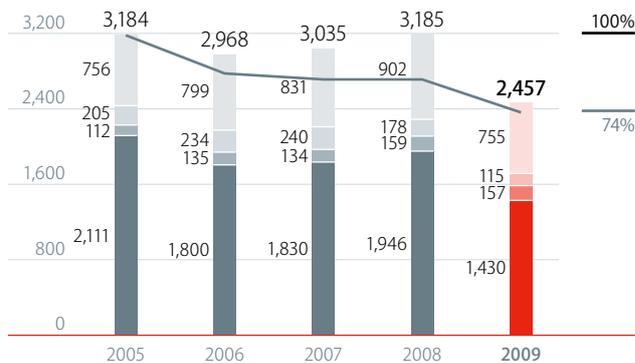
グラフの指数曲線は、生産量(産出量1メートルトンごと)に関連する特定の環境指標の向上を示しています。これらの指数曲線は、2005年を基準(=100%)としています。

生産量
単位:千メートルトン



事業所の閉鎖と年間にわたり産業界の需要が減少したため、2009年の生産量は減少しました。

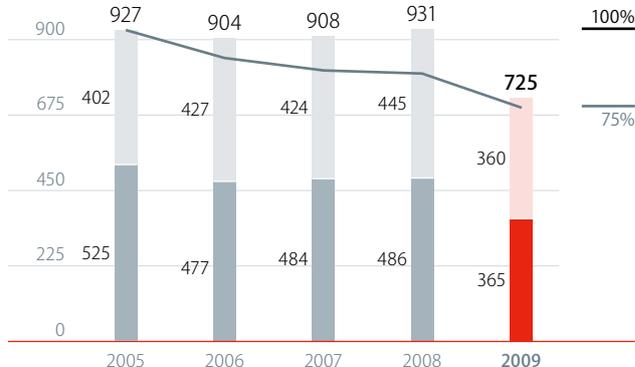
エネルギー消費
単位:千メガワット時



■ 買入れエネルギー
■ 石炭
■ 燃料油
■ ガス

買入れエネルギーとは、拠点外で作られる電気、蒸気、地域暖房を指します。

二酸化炭素排出
単位:千メートルトン

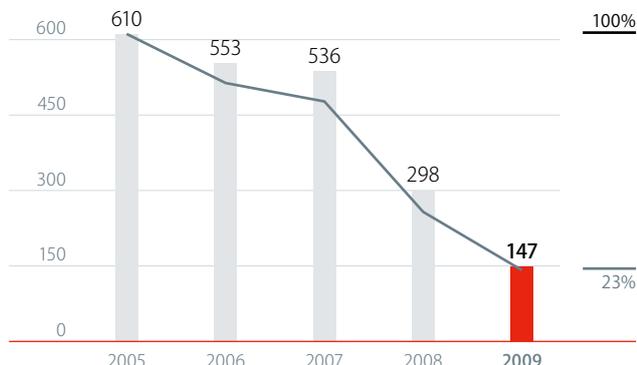


■ 買入れエネルギーからの二酸化炭素排出
■ ヘンケル単独での二酸化炭素排出

エネルギー発生は、ヘンケルの活動によって放出される二酸化炭素のほぼ全部を占めています。ここに記載されている値には、ヘンケルの拠点以外で買入れエネルギーを生成する際に発生する二酸化炭素も含まれます。

二氧化硫黄排出

単位：メートルトン



二氧化硫黄の排出は、特定の拠点での燃料混合が変わったために減少しました。

揮発性有機化合物の排出

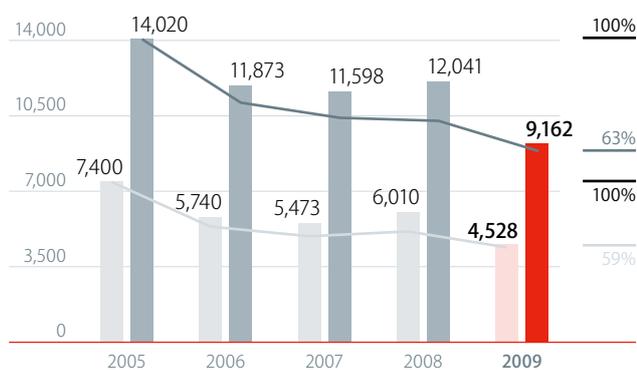
単位：メートルトン



2005年の増加は主に買収によるものです。2007年以來、揮発性有機化合物の排出を減らすための追加策が施行されています。

水の消費と廃水量

単位：千立方メートル

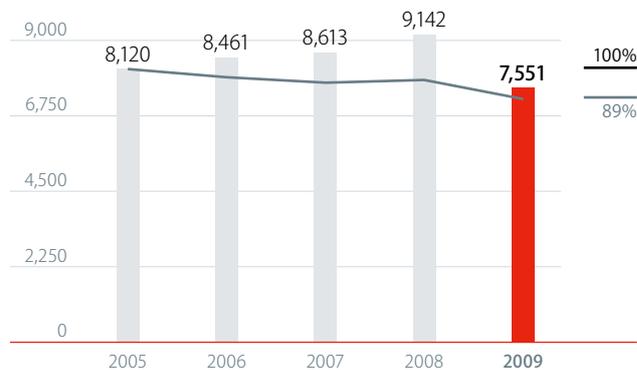


■ 水の消費 ■ 廃水量

数値には、買入れかヘンケルの水源から出たものかにかかわらず、すべての水が含まれます。この水のほとんどがプロセス水です。水は蒸発によって失われ、また多くの製品に含まれるため、廃水量は消費する水の量より少なくなっています。

化学的酸素要求量(COD)の廃水への排出

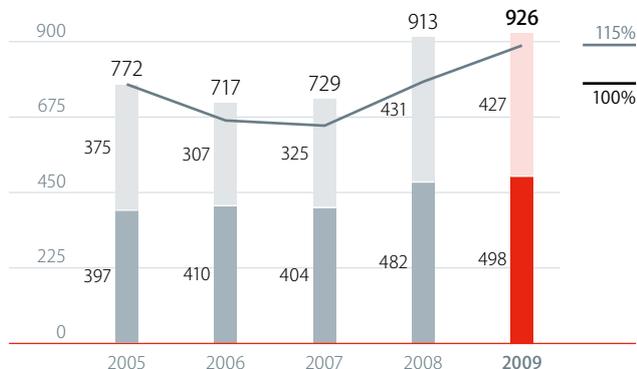
単位：メートルトン



化学的酸素要求量(COD)：有機物質による廃水汚染の測定

重金属の廃水への排出

単位：キログラム



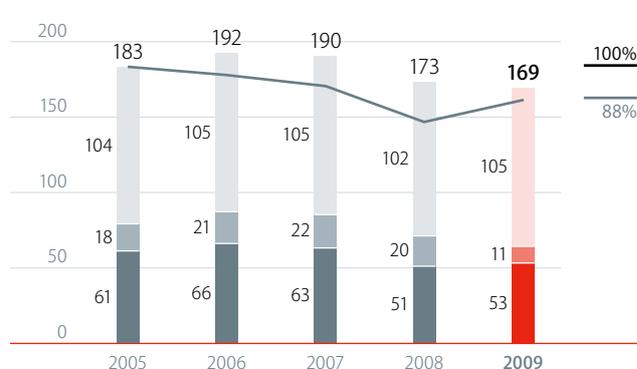
■ 鉛、クロム、銅、ニッケル* ■ 亜鉛

2008年から2009年までの増加は、主に2008年のナショナルスターチ事業の買収と、特定の拠点におけるデータ収集の改善によるものです。亜鉛は通常、環境への影響という点で他の貴金属より害が少ないため、亜鉛の量は別に示してあります。

*水銀やカドミウムなど、特に有害な貴金属はヘンケルの生産には関係がありません。

廃棄物のリサイクルと廃棄

単位：千メートルトン



■ リサイクルした廃棄物 ■ 廃棄した廃棄物 ■ 廃棄した有害廃棄物

「廃棄した有害廃棄物」には、各国の法律で有害と分類されているすべての廃棄物と1989年に施行されたバーゼル条約に記載されている有害廃棄物が含まれます。各国が有害廃棄物のリストを継続的に広げているため、ヘンケルの廃棄物の状況に生じた変化を反映させなくても有害廃棄物の量は増えることがあります。

ヘンケルにとって、「品質と責任」の両立は、未来のイノベーションをもたらす推進力です。ヘンケルの製品とコミュニケーションにより、世界中の革新的かつ持続可能な消費を推進します。



ヘンケルの洗濯用洗剤と家庭用クリーナーは、環境適合性と可能な限り融合をはかりながら、最良の製品性能を提供しなければなりません。「サステナビリティに基づいた性能」チームがこの戦略を実施します。

左から：

ウベ・ベルクマンは、サステナビリティと企業の社会的責任の全社コーディネーターです。

ローランド・シュレーダー博士は、ランドリー&ホームケア事業部門の研究開発におけるサステナビリティと製品安全を担当しています。

フランツ・スピーアーは、小売業者と協力して、洗濯用洗剤と家庭用クリーナーの持続可能な品揃えとプロセスソリューションを開発します。

サバイン・ロルトゲンは、ランドリー&ホームケア事業部門のデジタル通信を担当しています。

ウテ・クルップ博士は、ヘンケルのサステナビリティに関するコミュニケーションを担当しています。

トーマス・シューフェンハウアーは、「サステナビリティに基づいた性能」チームのコーディネーターです。

ゴットフリード・エンゲルス博士は、持続可能な消費に関する市場調査を行います。

ランドリー&ホームケア

ヘンケルの洗濯用洗剤と家庭用クリーナーは、人や環境に対する責任と最良の製品性能の二つを兼ね備えていなければなりません。私たちはこの二つを両立させることを「サステナビリティに基づく性能」と呼んでいます。ヘンケルは、製品性能と責任の両立を通して市場における新しい品質基準を設けることを目標としています。私たちは、この戦略が未来のイノベーションの中心的な推進力となり、明らかな戦略と競争上の優位性を生み出すと考えます。そして長期的

ヘンケルの製品コンセプトは、「サステナビリティに基づく性能」戦略に

100%

連携しています

には洗濯用洗剤と家庭用クリーナー市場におけるヘンケルの地位をさらに強化することとなるでしょう。したがって、「サステナビリティに基づく性能」は、ヘンケルのイノベーション・パイプラインにおける製品コンセプトに100%当てはまります。私

たちは環境に優しい製品の開発というよりはむしろ、より合理的なソリューションの提供に注力しています。その基礎となるのは、ヘンケルのバリューチェーンの正確な分析です。ヘンケルはすべての自社ランドリー&ホームケア製品カテゴリーに対して、サンプル製品のライフサイクル分析を実施し、改善のための適切な出発点を特定しています。

ビジョン2050：持続可能なライフサイクルのためのイノベーション

世界の人口増加と平均生活水準の着実な向上を考慮すると、私たちの生産方法と消費を徹底的に再評価する必要があります。洗濯用洗剤と家庭用クリーナー部門の変化を促進するために、私たちはヘンケルの長年の経験と、サステナビリティ分野の主導的な役割を最大限に活用します。 **SR** 下記を参照 ヘンケルの革新的な製品は、



「サステナビリティに基づいた性能」の主唱者であり、戦略リーダーであるクリスチャン・アンドレ・ワインバーガーが、国連気候会議で開催されたコペンハーゲンビジネスディにて、革新的かつ持続可能な消費の重要性を説明しているところ。

日常的に何百万もの家庭で使われているため、未来の持続可能なライフスタイルの形成を積極的に支援する大きな可能性を秘めています。私たちは消費者の皆様がエネルギーと水をより効率的に使用できるような製品の開発に尽力しています。例えばヘンケルの洗濯用洗剤、Persil ActicPowerは低温でも酵素が働く技術を採用しているため、摂氏15度でも効果的に汚れを落とします。ヘンケルのSomat 9全自動食洗機用洗剤は、わずか摂氏40度で最良の洗浄力を発揮します。食洗機を摂氏40度で使用すると、50度あるいは55度の時と比べ、エネルギーは最大20%節約できます。

何十年にわたるリーダー、ヘンケルの持続可能な開発への貢献

1907 Persil: 世界初の自己活性洗剤	1986 Persil phosphate-free: 表面水の保護に貢献	1994 Persil Megaperls: 1回の洗濯サイクルあたりの標準洗剤使用量を65%削減	2005 Henkel: 持続可能な洗浄のためのA.I.S.E憲章に調印した最初の企業となる	2008 Henkel: グローバルで「品質と責任」イニシアチブを開始	2008 Persil Gold: 摂氏20度で汚れを落とす最高性能の洗剤	2009 Persil ActicPower: わずか摂氏15度で素晴らしい洗浄力
---	---	---	--	---	---	---

ヘンケルの歴史全体を通して、私たちの研究者たちは持続可能な開発のためのイノベーションが、いかに重要であるかを繰り返し実証してきました。Persil phosphate-freeとPersil Megaperlsは、洗濯の環境適合性と資源保護を明白に改善した、草分け的な画期的製品です。今日のPersil GoldとPersil ActicPowerは、低温で最高の洗浄力を達成します。ヘンケルは長年の経験を最大限に活用して、未来の持続可能な製品を開発します。

www.henkel.com/sr2009 → 24



QRコードは、適切な認識ソフトウェアが入っている携帯電話を使って写真を撮れば、Persilの携帯用インターネットサイトに簡単にアクセスできます。 www.m.persil.de

携帯電話でサステナビリティの情報にアクセス

消費者の皆様はどうすれば自分たちが日常的に購入している商品がどれくらい環境や社会に優しいかどうかを確認できるでしょうか。使用する際にどのようなことに気をつけたら良いのでしょうか。革新的な通信技術がこれらの質問にお答えします。

2010年の初頭からますます多くのヘンケル社製洗濯用洗剤と家庭用クリーナーのパッケージに印刷されているQRコードを使えば、消費者の皆様は携帯電話を使って携帯用インターネットサイトに直接アクセスできます。ヘンケルは二酸化炭素計算ツールなどを含む、サステナビリティに関するさまざまな情報をオンラインで提供します。

すばやく簡単に情報収集できれば、買い物をする際に責任ある購買の決定ができます。ヘンケルは持続可能な消費の促進を目的とした消費者情報をこのような方法で提供する、消費財産業部門における最初の企業です。

革新的かつ持続可能な消費のための協力

持続可能な消費は、私たち皆が協力しなければ達成できません。したがって、消費者の皆様とのコミュニケーションは持続可能な製品を開発するのと同様に重要です。ヘンケルは2008年より洗濯用洗剤と家庭用クリーナーに「品質と責任」のロゴを印刷しており、消費者の皆様が責任ある購買決定がしやすくなるように努めています。このロゴは消費者の皆様にとってこの製品を購入することにより、最良の性能だけでなく持続可能なソリューションも入手することを示しています。ヘンケルは消費財産業部門における最初の企業として、2010年より責任ある製品の使用を促進するためにQRコードを使用します。 [SR](#) 左記の囲み記事を参照

責任ある原材料管理

ヘンケルはすでに何十年も前から再生可能な原材料をベースとした原料を使用しています。例えば、ヘンケルの洗濯用洗剤と家庭用クリーナーに含まれる洗浄活性物質(界面活性剤)は、パーム核油のような再生可能な原材料から抽出されています。2003年よりヘンケルは積極的に「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO: the Round Table for Sustainable Palm Oil)」 www.rspo.org に参画しています。2008年にヘンケルはTerra Activブランド製品 [SR](#) 製品例は20ページを参照の生産のため、世界で初めて、持続可能なパーム核油の認証を購入した企業となりました。結果として、持続可能な方法で育成したヤシの木から採れたヤシ核油が、界面活性剤生産のサプライチェーンに初めて導入されました。私たちは現在この経験を足掛かりにして、2015年までにヘンケルの製品ポートフォリオ全体を認証済みの持続可能なヤシ油およびヤシ核油に連携する予定です。 www.henkel.com/sr2009 →25



Purex Complete 3-in-1 Laundry Sheets

Purex Complete 3-in-1 Laundry Sheetsは、米国の濃縮洗濯用洗剤を新たな高みまで引き上げています。10倍に濃縮された洗剤処方により、1枚のランドリーシートに1回分の洗濯と乾燥サイクルに必要な洗剤、柔軟剤、静電気防止剤のすべてが含まれています。軽量で低容量なこの製品は、輸送に関連する二酸化炭素の排出が約70%、ランドリーシートの詰め替えパックにより包装廃棄物が45%削減されます。どちらの数値もヘンケルの従来型濃縮洗濯用洗剤と比較した場合です。 www.purex.com



高性能かつ環境に優しいTerra Activ



2009年に発売されたTerra Activ洗濯用洗剤もまた、卓越した性能と優れた環境適合性を併せ持った特徴を有しています。60%以上の界面活性剤成分(洗浄活性物質)が再生可能な原材料をベースに作られており、急速かつ容易に完全生物分解されます。Terra Activ洗濯用洗剤は、その高い洗浄力により摂氏20度でもしっかり汚れを落とします。 www.terra-activ.de



材料の効率的な活用

材料の効率活用に貢献するため、私たちは製品パッケージを改良し、リサイクル可能な材料を使用しています。消費者の皆様を使用時の計量ツール、濃縮品、詰め替えパックを提供しています。例えば、Biff、Bref、Sidolin 家庭用クリーナーブランドでは、最高3倍の濃縮度処方さまざまな詰め替えパックが用意されています。従来のパッケージと比較すると、これら詰め替えパックの生産には、約90%のプラスチックが削減されています。同様に、水の消費量、貨物の梱包材および輸送時の重量も削減されています。

www.henkel.com/sr2009 → 26

家庭での衛生と健康への貢献

衛生は世界中の人の健康にとって非常に重要です。私たちは衛生面においても、Henkelの洗濯用洗剤と家庭用クリーナーを通して、全市場において重要な貢献をしています。主要な優先事項は、Henkelの製品を地域の消費者の要求と地域の状況に適合させることです。例を挙げると、2009年より南ヨーロッパの多くの市場とインドにおいて、特別な抗菌剤を配合した洗濯用洗剤を販売しています。中南米において新しく発売された家庭用クリーナーも同様に、抗菌剤を配合しています。 www.henkel.com/sr2009 → 27



Henkelサステナビリティ評議会のメンバーであり、ランドリー&ホームケア事業部門を代表するクリスチャン・アンドレ・ワインバーガーと、トーマス・ミュラー - キルシュバウム教授博士とのインタビュー

Henkelでは、新製品は少なくとも1つの自社注力分野に貢献することになっています。これはどうしてそんなに重要なのですか。

クリスチャン・アンドレ・ワインバーガー：イノベーションは持続可能な開発にとっての鍵です。世界中の人口、生活水準、消費は増加、向上しています。その結果、さらに多くの資源が消費され、排出物も増加しています。したがって、私たちは発展と生活の質を資源消費から切り離れたソリューションを開発する必要があります。これがHenkelの「サステナビリティに基づいた性能」戦略の約束なのです。つまり、新製品を導入する場合には消費者の皆様へ最高の性能を提供する一方で、その製品を既存製品よりもより効果よく、経済的な方法で使用できるように生産しなければなりません。

Henkelはまた、再生可能な原材料から抽出した原料の使用により一層焦点を当てています。その目的はなんですか。

トーマス・ミュラー - キルシュバウム：鉱油は限りのある、二酸化炭素集約的な化石燃料であるため、保全しなければなりません。Henkelの研究者たちの中心となる現在および当面の目標のひとつとして、鉱油をベースとした原料の差し替えがあります。しかしながら、私たちは結果を考慮しないで、単純に再生可能な原材料へ変更したりはしません。私たちは常に環境上、経済上、また社会的な観点から見て状況を改善していなければなりません。Henkelはこれらの側面をイノベーションプロセスの早い段階で評価しますが、その評価方法の一例として「スマート・カーボン・インデックス」という指標があります。この評価により性能と、エネルギー消費と生分解性のような二酸化炭素排出や生物多様性に影響を与える環境パラメーターが統合されます。その結果、Henkelの「品質と責任」の理念が証明されるのです。

Henkelの「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO: the Round Table for Sustainable Palm Oil)」への参画は、賞賛だけでなく批判も呼んでいます。Henkelは正しい方向に進んでいると思いますか。

クリスチャン・アンドレ・ワインバーガー：はい、そう思います。Henkelはこの参画に関しては、明らかに首尾よく先導していると考えられています。もちろん、RSPOには支持者だけでなく、批判者もいることは私達も認識しています。HenkelにとってRSPOはそれ自体が最終目的ではなく、目的への手段だと思っています。もしHenkelやRSPOを代表する他グループが関与をやめてしまえば、油ヤシが栽培されている地域の状況が改善される可能性はなくなってしまいます。私たちの目標は、協力して、パーム油やパーム核油が原料のベースとして使用される場合には、認証を取得した持続可能なヤシから油を抽出することです。Henkelは今後も「品質と責任」の枠組の中で、この目標を追求し続けます。

抗菌効果のあるニーム配合のHenko

インドで発売されている、抗菌効果があるニーム配合のHenko洗濯用洗剤は、洗濯物を細菌から優しく守ります。ニームはインド原産のニームの木から採れる天然原料で、インドではその抗菌効果と皮膚適合性がよく知られています。購買力の低い消費者の皆様にも低価格でこの製品の性能を提供するために、抗菌効果のあるニーム配合のHenkoは、1回分のパックと固形石鹸も販売されています。

www.henkel-india.com



ヘンケルの製品は、そのエコロジカル・フットプリントを向上するため、最適にデザインされています。

この製品開発を通して、ヘンケルは健康と環境保全を意識したライフスタイルトレンドをサポートしています。



学際的かつ国際的な共同研究は、エコロジカル・フットプリントを最適化する際には特に重要です。すべての側面を考慮し、最適化のための可能性を完全に引き出すには、これ以外の方法はありません。またこの共同研究によって最大数の消費者の皆様が、ヘンケルのイノベーションのメリットを受け取ることができます。

この写真では、コスメティックス/トイレタリーズ事業部門の国際チームがプロジェクトの話し合いをしています。

左から：

スーザン・コルネリウス は、ボディケア事業分野の責任者です。

アンドリア・ザッター博士 は、スキンケアボディケア製品の国際製品開発を担当しています。

スコット・モフィット は、北米のボディケア事業を担当しています。

コスメティックス／トイレットリーズ

ヘンケルのコスメティックス／トイレットリーズは、多くの国における衛生と健康に日々貢献しています。ヘンケルの製品が長期的に成功するためには、消費者側に立ち、高い効果をお届けし、優れた適合性を持つことが欠かせません。加えて、環境と社会的な側面は、今や消費者の皆様の購買決定を左右する点で一層重要な役割を果たしています。ヘンケルのイノベーションにより、私たちは効果的なコスメティックス製品を提供すると同時に、健康と環境保全を意識したライフスタイルが好まれる傾向を支援しています。ヘンケルでは、開発の初期段階から製品のライフサイクル分析の結果を積極的に活用しています。この分析によって、革新的なアイデアとヘンケルの注力分野への貢献を結びつけることが可能になります。

最優先事項は製品と消費者の皆様の安全

コスメティックス製品は忍容性が高く安全に使用しなければ、消費者の皆様の長期にわたる信頼を得ることはできません。それゆえに、ヘンケルの最優先事項は、製品の開発段階における健康との適合性と密接につながっています。これにはアレルギーや敏感肌を持つ人のニーズも含まれます。2009年にヘンケルは、ヨーロッパのアレルギー研究財団 (ECARF) やベルリンにあるシャリテ大学病院の皮膚科医を含む、その他の外部パートナーと連携し、ヘンケル製品のこういった側面をさらに改善しました。 www.ecarf.org

すべてのコスメティックス製品と個々の成分は、徹底したアセスメントと評価プログラムによって管理され、その適合性が確保されています。ヘンケルは、完成したコスメティックス製品の適合性を評価するにあたって、非動物生体外試験方法（試験管内で行う試験）と皮膚科学研究を採用しています。数種類の成分については現在も動物試験を行うことが法律で規定されていますが、ヘンケルは1980年代の初めから動物試験を置き換える代替試験方法の開発を集中的に続けています。 **SR** 6 ページ



ヘンケルが開発したこの全層皮膚モデルは、皮膚組織に付着した化学物質の影響を、体系的に評価するために使用できます。

www.henkel.com/sr2009 → 28

代替試験方法の開発

動物試験を代替試験方法で置き換えるという目標は、ヘンケルにとって非常に重要です。そこで私たちは、業界、行政当局、研究機関のパートナーと共に、国際的な共同プロジェクトに参加しています。2009年には、ヨーロッパ化粧品協会 (Colipa) および EU 委員会は共に、全身毒性の代替試験方法の開発のために計5,000万ユーロを投資することに決定しました。ヘンケルは16の産業パートナーの一員として、この研究プロジェクトに精力的に参加しています。ヘンケル自身の研究活動と並行して、私たちはコラボレーションパートナーのプロジェクト開発も支援しています。

再生可能な天然原材料の責任ある使用

私たちはヘンケル製品の処方に再生可能な原材料を使用することによって、限りある資源の保全に貢献しています。例を挙げると、全体の処方の開発において可能かつ適切である場合には、鉱油をベースとした原料をでんぷんベースの代替原料に置き換えています。現在ヘンケルの石鹸、シャンプー、シャワージェル製品の処方における65%以上が再生可能な原材料に基づいています。ヘンケルはまた、再生可能な原材料を購入する際には、環境上と社会的な側面を考慮することをコミットしています。

私たちは可能な限り、原材料の原産国および生産条件に細心の注意を払い、管理された有機農産物から抽出された原料を、今まで以上に使用するよう努力しています。さらに、原材料を購入する際には、原産国とのフェアトレードを支援するサプライヤーおよび地域のステークホルダーと連携する機会を求めています。この活動は「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO : the Round Table for Sustainable Palm Oil)」へのヘンケルの参画にも反映されています。

ヘンケルの石鹸、シャンプー、シャワージェルに使われる原料の

65%

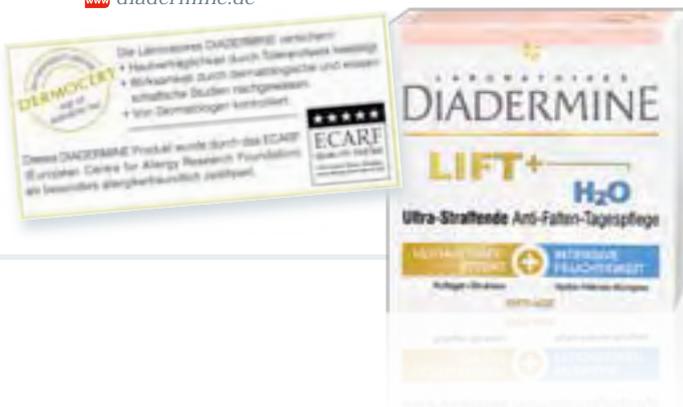
以上が再生可能な原材料に基づいています

Diadermine



2009年にヨーロッパのアレルギー研究財団 (ECARF : the European Centre for Allergy Research Foundation) は、Diadermine スキンクリームに品質保証の標章を授与しました。この授与は、Diadermine の処方が皮膚適合性に関する最も厳しい要求や、敏感肌やアレルギーを持つ使用者のニーズを満たしていることを証明しています。Diadermine の品質は、皮膚科医の指示のもと、Diadermine を使用した神経皮膚炎を患うボランティアの皆様からの苦情が0であったことによっても実証されました。

www.diadermine.de





簡単に安全なヘアカラー

多くの人々にとって、ヘアカラーは今や日常定期的に行う美容ケアの一部となっています。Henkelの新しいインターネットのホームページ (about-cosmetics.com) の「Safe Coloring For You」という見出しの中に、ヘアカラー剤の適切で安全な使用に関する消費者の皆様への情報が書かれています。このホームページにはヘアカラーを行う前、行う際、および行った後の注意事項が書かれています。ビデオでは、ヘアカラー剤を使用する前に実施する皮膚敏感度を調べるテストの方法と、ヘアカラー剤を使用してならない場合のアドバイスが、順を追って説明されます。起こりうるアレルギー反応のリスクや、妊娠中のヘアカラー剤の使用のような、FAQ の回答も書かれています。 www.about-cosmetics.com

環境的性能における全体的な改善

使用後に廃水に流されるHenkel製品は、最適な生分解性を考慮して処方されています。私たちの目標は、Henkelの石鹸、シャンプーおよびシャワージェル中の易生分解性成分の割合を、2012年までに80%まで増加させることです。2009年にHenkelは、進捗状況を監視する新しいソフトウェアを導入しました。このツールは、完成した製品に含まれる易生分解成分の割合を自動的に計算します。さらに、工程内管理手段として、新しい処方を最適化したり、既存処方と比較した相違点を評価する支援をします。Henkelの処方に含まれる易生分解性成分の割合は、現状約65%です。Henkelの環境的性能を改善するためのその他の主な要因としては、二酸化炭素排出とパッケージ材料があります。私たちは2012年までに、それぞれの関連する製品カテゴリーに属する代表的な製品の二酸化炭素排出量を計算する計画です。これらの計算により、とりわけ、Henkelのプロセスの透明性を高め、排出量の削減を達成するための出発点を明らかにできるのです。

80%

易生分解性原料の使用割合に関する、Henkelの2012年に向けての目標



Schauma

ドイツの製品二酸化炭素排出量 (PCF) プロジェクトの一環として、Schaumaシャンプーがシャンプー製品カテゴリーの代表として選ばれ、その製品二酸化炭素排出量が計算されました。その結果、二酸化炭素排出の大部分は洗髪のために水を温めるために、シャンプーを使用する段階で発生することがわかりました。その他のすべての段階における排出量の割合は合計でわずか10%でした。それでもなお、Henkelはこの割合をさらに削減しようと努めています。例えば、Henkelのすべてのコスメティクス製品は、ババイアのヴァッサートリュエーディングンにある生産拠点から、デュッセルドルフ近くのモンハイムにあるHenkelの中央コスメティクス倉庫まで鉄道で輸送されます。これにより、年間約7,000メートルトンの二酸化炭素排出が削減されます。

www.schauma.de



Syoss



プロの美容師の協力を得て開発されたSyossヘアケア製品は、手頃な価格で美容院の品質を提供します。サロン向けサイズの500mlパックは、環境にも有益です。Syossのパッケージと中身の比率に関して、通常の250ml小売パックと比較すると、500mlパックは明らかに優れており、1回の使用量に対するパッケージ材の量が40%以上削減されます。 www.syoss.de



消費者の包装廃棄物を低減するために、私たちは包装の品質と安定性を損なわずに可能な限り製品パッケージに使用する材料の量を減らすよう、努力を続けています。また、包装材料に関するヘンケルの高い要求水準を満たす、適切な生分解性の代替材料の探求も続けていきます。

www.henkel.com/sr2009 → 29

専門的なアドバイスを受けた安全な使用

消費者の皆様への包括的なアドバイスと製品の安全性は密接な関係にあります。そのため、ヘンケル製品が販売されているすべての国にアドバイスホットラインが設置されており、消費者の皆様は、電話、郵送および電子メールで製品の特性や原料に関する信頼できる情報を十分かつ迅速に入手することができます。例えばヨーロッパでは、お客様からのお問い合わせは毎年約12万件にのぼり、その半分がドイツのお客様からのものです。ほとんどのお問い合わせは、ヘンケル製品がもたらす効果とヘンケル製品の使い方に関するものです。

ヘンケルはまた、プロの美容師であるお客様には研修コースや、ヘンケル製品の適切な使い方に関する情報を提供して支援を行っています。国際的なシュワルツコフアカデミー (ASK) を通じて、カット技術、ファッションアドバイス、美容院の経営に関する上級の職業訓練プログラムを52ヶ国で提供しています。2009年には、ヘンケルは34校のシュワルツコフアカデミーで世界各地の325,000人の美容師に支援を行いました。

www.en.ask-schwarzkopf.com



Fa Hygiene & Frische and Dial Complete

Fa Hygiene & Frische 液体石鹸と Dial Complete 泡タイプ抗菌ハンドウォッシュは、その抗菌処方により、皮膚を乾燥させることなく徹底的に洗浄し、細菌を99%まで除去します。このように細菌のまん延を予防しながらも、手肌には優しい製品です。アメリカにおいて Dial 抗菌性液体石鹸は現在、医師が第一に薦めるハンドソープとなっています。 www.dialsoap.com



ヘンケルのサステナビリティ評議会の一員で、コスメティックス／トイレットリーズ事業部門を代表するティナ・ミュラーとトーマス・フォルスター博士とのインタビュー

コスメティックス製品の適合性がますます重要になってきています。その理由の1つとして先進工業国におけるアレルギーの有病率増加が挙げられます。これはスキンケア事業にとってどのような意味を持ちますか。

ティナ・ミュラー:ヘンケルにとってそういった製品の開発は今に始まったものではありません。ヘンケルが行った調査で、女性の約50%が自分は敏感肌だと思っていることがわかりました。同時に、これらの女性が効果の高いケア商品を求めているということもわかりました。したがって、私たちの目標は、優れた効果と卓越した皮膚適合性を併せ持った商品を提供することです。

製品開発者にとっての最大の課題は何ですか。

トーマス・フォルスター:香油と保存料は、敏感肌やアレルギーを持つ人にとっては注意しなければならないことが多い成分です。ヘンケルの製品安全対策の一環として、私たちは必ず感作効果を見るために処方とすべての原料を評価します。2009年には、ベルリンにあるシャリテール大学病院の専門医と共に Diadermine ケア製品の処方に関する集中的な討議と試験を行いました。ヘンケルの処方とバイオミメティック(生体模倣)作用原理は、敏感肌やアレルギーを持つ人に対して特に忍容性が高いことが証明されました。すべての Diadermine クリームは、ヨーロッパのアレルギー研究財団 (ECARF: the European Centre for Allergy Research Foundation) による品質保証の標章を授与されています。これは、素晴らしい成功であり、ヘンケルの皮膚科学分野における能力の証明となりました。

同分野で何か他に活動を計画していますか。

トーマス・フォルスター:ECARFの品質保証の標章使用をその他の製品カテゴリーにも拡大適用できるように、2010年にクレンジング製品を含むすべての Diadermine 製品を ECARF に評価していただく計画です。ECARFにより、卓越した適合性と専門的な効果の両立というヘンケルの目標が明確に示されます。しかし私たちは、安全な製品使用には包括的なアドバイスが含まれるべきだと確信しています。そこで私たちは、それぞれの国にホットラインを設置し、製品の使用と原料に関する信頼できる情報を十分かつ迅速に提供しています。

ヘンケルは製品とテクノロジーに関する世界規模の研究活動を実施し、お客様と消費者にとっての経済的利点および人や環境への責任を、最高性能に結び付けます。



ヘンケルのアドヒーズテクノロジーズ（接着技術）事業部門のグローバル研究開発チームは、さまざまな研究機関と協力して、革新的な接着剤、シーリング剤、表面処理剤に取り組んでいます。この写真に登場しているのは、5つのプロジェクトに所属しているチームメンバーです。

左から：

ヨンファ・チャオ博士は、自動車産業で使われる低排出ポリウレタン接着剤を開発しています。

コーネリア・タイセンは、太陽エネルギー産業部門の接着剤によるソリューションを設計しています。

エミリー・バリオー博士は、車両と航空機の軽量化のための高性能接着剤とSF成形法を研究しています。

マリオン・ストックマン博士は、再生可能な原材料をベースとした補修、内装用製品を開発しています。

ラジャート・アガウォール博士は、金属前処理用の無重金属のソリューションに取り組んでいます。

アドヒーズブテクノロジーズ(接着技術)

ヘンケルの接着剤、シーリング剤、表面処理剤はその高品質により世界中で知られています。これらの製品分野において、ヘンケルは、技術、環境および健康への配慮の点でも、世界市場のリーダーとなっています。ヘンケルの製品は、産業分野のお客様、建設業界で働くプロ、消費者、DIY愛好者の皆様のニーズに応えています。ヘンケルの製品はまた、安全性と資源保全にも重要な貢献をしています。

イノベーション、性能、サステナビリティを通じた世界ナンバーワン企業

ヘンケルの製品は、自動車、エレクトロニクス、航空宇宙、金属、パッケージ産業、代替エネルギーの開発、メンテナンス、補修、オーバーホールなど、多くの異なる市場で使用されており、より耐久性が高く、軽量で効率的な工業製品の製造に役立っています。また、私たちの接着剤のノウハウは建造物を寒さや湿気から守り、日用品を補修するのに役立ちます。一方、ヘンケルの糊やテープは家庭、学校、オフィスで高く評価されています。しかしながら考慮すべき重要な事柄は常に、お客様の経済的な利益と、人や環境に対する責任を常に両立させることです。

ライフサイクル分析に基づく改善

この取り組みは何にもましてライフサイクル分析と、ヘンケルの製品ポートフォリオの徹底的な見直しに基づいています。例えばヘンケルは、重金属と溶剤を、水性処方および紫外線架橋処方の実現を可能にする高性能な代替品に着実に置き換えていくという方針を多年にわたって推し進めてきました。2009年には、製品の二酸化炭素排出量プロジェクトの一環として、Liofolラミネート用接着剤とSistaブランドの窓用接合部シーリング剤を製品カテゴリーの代表として選び、その二酸化炭素排出量を初めて計算しました。製品ライフサイクル全体を分析することにより、目標を定めて、最も効果的な場面で改善を実施することができます。



「目に見えない」イノベーション

ヘンケル製品は、ほとんどすべての産業部門で利用されていますが、たいていは目に見えない部分で使われています。ヘンケル製品は、軽量化、剛性の増強、エネルギー消費の削減、安全性のレベルの向上に役立ちます。例えばスポーツシューズの分野では、Aquace W-01は初のスポーツシューズ用水性ポリウレタン接着剤であり、その後一連の革新的製品の発売が続きました。Aquaceシリーズは、溶剤ベースの接着剤を使用した場合と比較すると、加工時に発生する揮発性物質が最大90%削減されます。

ヘンケルは2009年にAquace SW-07を発売しました。Aquace SW-07は、スポーツシューズ用としては最初の一液型接着剤で、廃棄物を最小限に抑える一方で品質も改善できます。現在では、あらゆる主流スポーツシューズブランドが、スポーツシューズ生産設備における健康と環境の保護のレベルが大幅に向上したことによる利益を享受しています。



Loctite 2400および2700

この2つの新しいLoctiteのねじゆるみ止め剤は、従来のLoctite製品の高性能を維持しているだけでなく、「白い」製品安全データシートが添付されています。つまり、両製品は申告する必要がある成分を含有しておらず、危険を表示するラベルを貼付する必要もないので、この製品安全データシートには危険性に關する注意書きは含まれていないという意味です。

www.loctite.com



TerosonおよびSistaの接合部用シーリング剤

TerosonおよびSistaブランドの個別製品の二酸化炭素排出量を算出したところ、接合部用シーリング剤を適時に交換すれば、暖房費を大幅に節減できることがわかりました。高品質で耐久性のあるシーリング剤を使用し、接合部を定期的に補修することによって、窓の耐用年限中にシーリング剤で抑制できる排出量は、既存のシーリング剤で抑制できる排出量の千倍にもなります。

www.sista.de www.pcf-projekt.de



Institutsgeprüfte Qualität von Teroson



Henkelの改善点をわかりやすく伝達

私たちは、お客様がHenkel製品の利点を具体的に把握できるように、さまざまなコミュニケーションツールを開発しています。例えばインターネットサイト、www.henkel-car.com、《画像挿入》Henkel-car.comでは、自動車製造においてHenkelの技術を使用することで、どのような点でサステナビリティを改善できるのかを確認できます。その改善点には工程段階数の削減、エネルギーと水の消費量の低減、より軽量かつ安全な自動車の製造が含まれます。例えば、TecTalisは、車体の前処理で使用される従来のリン酸亜鉛処理にとって代わるもので、エネルギー消費を最小限に抑えます。軽量工学技術の分野では、アルミニウム車体の前処理を2段階工程で行うことにより、廃棄物の量は最大30%削減されます。Henkelは、これらの技術により、効率性と品質を向上させるための自動車産業全体の取り組みを支援します。

包括的な工程のアドバイスのための知識の伝達

信頼できるパートナーかつ有能なアドバイザーとして、私たちはお客様が明日何を必要とするかを今日理解する必要があります。そのため、私たちはお客様との継続した対話を行っています。Henkelの目標はお客様に最高性能を提供すると同時に、バリューチェーン全体を通して持続可能な活動の支援をすることです。この支援においてもまた、Henkelはライフサイクル分析とサステナビリティに関する長年培ってきたノウハウを活用しています。改善を実現するには、Henkel自身の製品の組成を変更、あるいはお客様によるHenkel製品の使い方を変更する必要があるかもしれません。Henkelの製品は、お客様が製造する製品の設計の強化、あるいは生産工程の改善に役立ちます。Henkelのシステムソリューションは、お客様のニーズを熟知することを基本に、お客様や機器メーカー、原材料サプライヤーとのチームワークから生まれることも少なくありません。

Henkelにとってのサステナビリティはお客様のコストや資源の節減を支援すること

お客様がサステナビリティによる経済的、環境上および社会的な利益を受ける場合には、Henkelもサステナビリティによる競争上の優位性を得られます。そのような恩恵の例として、従来のソリューションに比べてより一層効率的な生産工程が可能になる製品開発が挙げられます。例えば、HenkelのLoctiteブランドの補修製品を使用することにより、機器の耐用年数の延長が可能になります。HenkelのPurMelt MicroEmission接着剤は、製造工場における労働安全衛生を改善します。また、TecTalisの防食技術により、生産工程におけるエネルギーと廃水処理のコストが削減されます。

80%

金属前処理工程においてlonGuardを使用した場合の水の消費量削減割合



Hysolアンダーフィル

アンダーフィル接着剤は、均一で隙間のないアンダーフィル層を形成し、携帯電話のような電子機器に内蔵されたマイクロチップなどが衝撃に耐えられるようにします。HenkelのHysol UF3800アンダーフィルは、室温での処理が可能で、低温でも硬化します。Hysol UF3800はまた、再加工が可能で、有害な原料を含有していません。これにより、お客様は製造時のエネルギー消費、廃品材料および加工費を削減することができます。

www.henkel.com/sr2009 → 30



Multan切削液

新しいMultan切削液は、工業用途において起こりがちで解決の難しい細菌の発生を予防します。水性処方であるため、有毒な殺菌剤を使用しなくても卓越した性能を実現します。これにより、生産施設で働く社員の健康危害発生リスクが大幅に低減されます。

www.henkel-multan.com



米国の建設業界では、ヘンケルのOSIグリーンシリーズの接着剤とシーリング剤が環境適合性の高い建物や健康に良い家の建築に使われる新しい基準となっています。私たちはお客様にヘンケルの革新的製品の利点をわかりやすく実証するために、さまざまなツールを開発してきました。その一例が「バリュー計算ツール」です。このツールによって、お客様はヘンケルの製品を使用することで得られる経済的利益を確認できます。バリュー計算ツールは、現在、Bonderite、TecTalis、Macroplast、Macromeltなど、30以上のブランドに適用されています。 www.henkel.com/sr2009-31

お客様との対話、アドバイス、研修を通じたユーザーの安全性

ヘンケルが提供する品質は、高性能な製品を開発して販売するだけにとどまりません。私たちは、世界中のあらゆる産業部門のお客様にサービスとアドバイスを提供しています。私たちの主な目的は、ヘンケルの技術的なノウハウと能力を共有することにより、お客様が効率的かつ安全にヘンケルの製品を使用できるよう支援することです。例を挙げると、米国では、ヘンケルの化学物質管理コンセプトがお客様による化学物質の選択、処理、および廃棄に役立っています。中東欧では、60ヶ所以上のセレシット研修センターでプロ向けにヘンケルの建材の最良な使用方法を紹介しています。ブラジルにおいてヘンケルは、持続可能な工法および建材の開発を推進する国際的なイニシアチブである、グリーンビルディング協議会の創立メンバーです。



ヘンケルのサステナビリティ評議会における、アドヒーズブテクノロジー事業部門を代表するラモン・バカルディット博士とエンリク・ホルツバーカーとのインタビュー

世界中で消費されるエネルギーの40%が建物によるものです。このことは気候保護対策の重要な出発点に思われますが、ヘンケルにはどのような課題が考えられますか。

ラモン・バカルディット:建物のエネルギー効率が目ざされているのは、ヘンケルにとって大きなチャンスです。ヘンケルは窓、ドア、壁の専門的断熱処理用に接合部シーリング剤、断熱フォーム、断熱板、シーリングフィルムから成る多種多様なシステムを提供しています。ヘンケルの最初の主な課題は、意識を向上させ、透明性を確保することです。私たちは、家庭内におけるエネルギーの無駄使いに焦点を当てて説明しなければなりません。私たちがそうすることで初めて、お客様はヘンケル製品の利点を理解できるようになるのです。

どのような方法でそれを行うつもりですか。

エンリク・ホルツバーカー:ヘンケル製品に関する専門的アドバイスや、エネルギー計算ツールのようなツールを提供します。例えばドイツの場合は、インターネットのwww.henkel321.comで検索できます。中東欧など、その他の市場では、プロのための研修センターを開設し、環境適合性の高い資材の重要性に対するプロの意識を向上させるとともに、それらの資材の使い方も指導します。高品質の接着剤、シーリング剤、断熱材への投資は、長期的に見れば回収できるというのがヘンケルの真意です。

事例を教えてください。

ラモン・バカルディット:2009年にヘンケルは、ドイツのエコ研究所(応用生態学研究所)と協力して、窓用シーリング剤の二酸化炭素排出量を測定しました。その結果は確定的でした。決定要因は、原料の品質と、シーリング剤を施した接合部の定期的なメンテナンスと交換でした。使用しているシーリング剤の品質と耐久性が高ければ高いほど、より多くのエネルギーを節約できることがわかりました。

その事実がそんなに明白ならば、なぜ非効率的な建物がまだ多くあるのでしょうか。

エンリク・ホルツバーカー:商業目的に使用される賃貸住宅や建物の所有者は、所有している不動産の環境適合性やエネルギー効率を改善するための措置を講じることを嫌がることは少なくありません。これは、所有者自身が建物を使用しないので、エネルギーを節約しても利益が得られないためです。そこでヘンケルは、米国グリーンビルディング協議会のような国際的イニシアチブへの参加を通して、この状況に取り組んでいます。



Loctite 4309

Loctite 4309 接木接着剤は、植物栽培産業においてこの種では世界初の接着剤です。プラスチックのクリップを手作業で付ける代わりに、Loctite 4309を一滴垂らすだけで台木と穂木を接合できます。これにより、材料が節約され、接木処理が以前のやり方よりも2、3倍速くできるようになるので、植物栽培業者の生産コストが大幅に削減されます。 www.loctite.com

LOCTITE

ヘンケルのグローバルチームは、未来の成功を実現するための最も重要な資産です。



ヘンケルの全社員は、自分の職務に適した能力を確保するために、研修と継続的な教育を受けています。例えば、世界中で約600名の購買部門で働く社員が「購買キャンパス(Purchasing Campus)」を通して研修を受けています。上の写真は、チームが交渉の研修を受けている模様です。

左から：

モラド・カヒーリョ・エルアシュは、ドイツのアドヒーズテクノロジーズ(接着技術)で使われるパッケージ材料の購買を担当しています。この仕事と並行して経営学の学位も取得し、現在ではヨーロッパのパッケージ材料の購買も担当しています。

リエン・トランは、グローバル購買担当マネジャーのアシスタントを務めています。ヘンケルの社員持株プログラムに参加して、自分の将来に対する金融投資をしています。

エリック・シャイドは、情報技術の購買を担当しています。フランスで学び、ドイツのヘンケルでパッケージ担当技術者としてキャリアをスタートしました。ヘンケルは職務ローテーションのため、彼を始めにフランスへ、その後米国に派遣しました。

ペトラ・スポーレックは、原材料のグローバル購買を担当しています。仕事と家庭の両立を図るため、パートタイムで勤務しています。

強いグローバルチーム ー 共に勝利を

ヘンケルの戦略プライオリティの1つは、グローバルチームの強化です。ヘンケルは、社員の多様性、資格、そしてパフォーマンスを育み伸ばすことでこれを実行しています。大切なのはチームです。経済的に困難な時代にはそれが特に重要です。 **SR** 4ページ、5ページ

116

ヶ国から集まった社員が、ヘンケルの世界的成功の土台です

116ヶ国から集まった社員個々人の仕事ぶりは、ヘンケルの成功の基盤です。世界をリードするブランドとテクノロジーの影の推進力は、企業家精神を持つ人々なのです。ヘンケルは、公平さとチームスピリットを基本に、すべての社員が責任を果たすことを期待し、個人の優れた業績が適切に報われ

る、そんな企業文化を促進します。

2009年はヘンケル全体が特別な課題を課された試練の年となり、厳しい決断と大規模な変更にも迫られました。残念ながら、この決断には人員削減も含まれました。辛い選択でしたが、ヘンケルの長期的な競争力を確保するためには不可欠なことでした **SR** 35ページ

ヘンケルでは、グローバルチームを強化するための核心要素として、次のことに注力しています。

多様性と包括性	社員の採用と定着
研修と継続的な教育	人材管理

多様性を通じた力

社員の持つ多様な文化とそれぞれの能力が、市場、お客様、消費者の皆様に対するより優れた理解と、ひいてはヘンケルの長期的成功を促すものであると確信しています。私たちは、チーム構成員の

32%

ヘンケルの社員のうち女性の割合

年齢、性別、国籍を問わず、最高のチームを作りたいと願っています。多様性と包括性は、私たちの企業文化を構成する重要な要素です。

ヘンケルの社会的基準



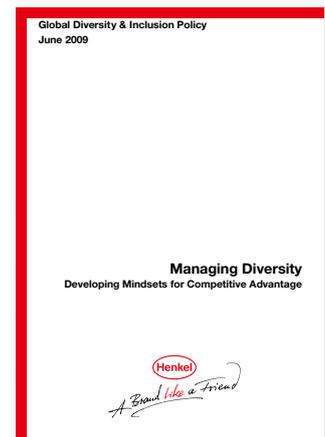
ヘンケルの企業文化は、個人の尊厳を尊重し、全社員のプライバシーの権利を保護し、平等と公平の原則を適用する義務に基づいています。私たちは2000年に「行動の規範」を導入し、2003年に国連グローバルコンパクトに参加することにより、人権の擁護に対するヘンケルの支援を明白に強調しました。2006年に発行した「社会的基準」には、私たちの姿勢が具体的な言葉で記載されています。

プレゼンテーション、研修コース、Eラーニングを通じて、グローバルな拘束力を持つヘンケルの社会的基準が全社にしっかりと定着し、日常の活動に適用されるようにします。定例監査の過程では、選定された事業所において、ヘンケルの社会的基準の順守を確認します。社会的基準は戦略的に重要であるため、2010年以降の年次コンプライアンスレポートにはこれらの社会的基準を盛り込むこととします。 **SR** 8ページ

2009年6月に、ヘンケルの経営委員会は「グローバルな多様性と包括性の方針」を承認しました。この方針にはこれら2つの言葉、「多様性」と「包括性」およびこの書類の一貫した定義と、実施するための手段が示されています。この目的を達成するために、同じ年に「多様性大使」で構成される国際チームも任命しました。このチームの任務は、地域のプロジェクトとイニシアチブを促進および実施することです。

AR 51ページ

www.henkel.com/sr2009 → 32



地域の例

ヘンケル全社	さらに向上したフィードバックの文化を確立するため、マネジャー向けの社内指導教育プログラムを開始
米国とドイツ	多様性デー
ベルギー	新入社員から経験豊富な社員まで、幅広い世代に向けた社内指導教育プログラムの展開



アリッサ・ベスラーは、ヘンケルの化学実験室の助手として、3年間の研修コースに参加しています。ヘンケルは2009年にドイツにおいて511名の若者に対して20種類の職業訓練を実施していますが、彼女はそのうちの1人です。

ソフィー・ハイルベロエックは、2009年8月以来ベルギーのヘンケルに勤務しています。彼女は大学生のための国際的なコンテスト、「ヘンケル・イノベーション・チャレンジ」に参加し、コスメティックス/トイレットリーズ事業部門のマーケティング活動における下級ブランドマネージャーとして雇用されました。

アクセル・オルシンスキーは、1990年からヘンケルに勤務しています。ヘンケルの工業機械工として教育を受け、さらなる研修コースを修了後、現在はデュッセルドルフにあるヘンケルの発電所の運用アシスタントとして蒸気生成を担当しています。

ガイ・シメオンは、1980年よりヘンケルに勤務し、ベネルクス諸国のランドリー&ホームケア製品のサプライチェーンを担当しています。指導者として、若い同僚に知識を伝えています。

最も優秀な才能を獲得するために

ヘンケルのグローバルチームを強化する戦略の核心要素の1つは、世界中で最良の社員を採用することです。これは経済的に困難な時代にあっては、特に重要となります。ヘンケルのチームが未来

300

ヘンケルを雇用主として選択した世界各地の一流大学卒業生の数

の困難を乗り越れるように、私たちは世界中から若い人材を探し出します。ヘンケルはまた、大学および教授の世界的ネットワークを構築し、早い段階でヘンケルにとっての最良の学生を特定します。大学のワーク

ショップやプレゼンテーションへの参画によって、ヘンケルは入社したい会社としての地位を確立しています。

私たちは、特定の市場や地域の要求を満たすために特別に策定された、採用手段を活用します。

地域の例

ヨーロッパ	ヨーロッパでは、「ヘンケル・イノベーション・チャレンジ」を確立しました。2009年には、11ヶ国の121大学から2,100人の学生がこのコンテストに参加しました。コンテストの勝者のうち7名は2009年に、ベルギー、ギリシア、イタリア、オランダ、トルコでの雇用が決定しました。 www.henkelchallenge.com
南アフリカ	文部省と労働省の協力を得て、南アフリカのヘンケルのマネージャーたちは、中等学校の子供たちに仕事への知見とヘンケルでの就業の機会についての情報を提供し、また会社での自分自身のキャリアについて説明しました。

社員の意欲と能力を伸ばすために

国際的な競争に立ち向かうには、グローバルチームの資質が製品の品質とまったく同様に重要です。したがって、ヘンケルの全社員がセミナー、ワークショップ、Eラーニングに参加し、可能な限り自分の職務に適した能力を維持しようと努力しています。これらの研修は、管理職セミナーから安全衛生と環境研修、現場の販売スタッフ向けの製品説明コースまで、多岐にわたっています。私たちはまた、ヘンケルの事業部門や職務単位の要件に応じたセミナーの開催に特に注力しています。「購買キャンパス(Purchasing Campus) **SR** 30ページ」のような特別な指導モジュールにより、社員は新しい知識を習得し、スキルをさらに磨くことができます。

100%

ヘンケルの全社員が職業スキルを向上させるために、研修や教育を受けています

社員に最先端の経営管理ノウハウを提供するために、ヘンケルは社外パートナーおよび国際的な大手ビジネススクールと協力しています。早くも1997年には、管理職向けのヘンケル・グローバル・アカデミーを設立しています。

スキルの認識と育成

ヘンケルでは、それぞれの社員のポテンシャルに応じて、個別に意欲や能力を伸ばしています。私たちはまた、個々の社員の能力に基づいて、その社員のための目標を定めたキャリア計画をサポートしています。全監督者の最も重要な職務の1つは、スタッフのスキルを認識し、育成していくことです。

1,462

2009年、ヘンケル全社での管理職社員の内部昇進件数

2008年にヘンケルは、ディベロップメント・ラウンドテーブル (DRT: Development Round Table) として知られる、上級および下級管理職社員向けの新しいグローバルな人材管理プロセスを導入しました。このプロセスでは、監督者が世界的に統一された基準に従ってスタッフの業績と将来性を評価してから、個別の能力開発プランを策定します。その結果はフィードバックミーティングで管理職社員に伝えられ、話し合われます。これらの話し合いの結果として決定される対策は、社員が自分の能力の分析結果に従ってその潜在能力を十分に実現できるようにすることを目的としています。強力なグローバルチームは、国際的な経験を持つ社員を必要としています。他の文化や市場に対する理解力を深めるために、職務ローテーションが社員の能力開発ツールとして確立しています。ヘンケルは優秀な社員に対して、一定期間他国で働く機会を提供しています。これにより、ヘンケルの全社的なノウハウの伝達が促進され、社員は個人としての、また専門的なスキルをさらに向上させることができます。

www.henkel.com/sr2009 → 33

443

2009年、母国外で勤務した管理職社員の人数

業績に応じた報酬

それぞれの社員の業績を評価することで、社員が企業家のように考え、行動するように促し、意欲を強化します。したがって、公平で業績に応じた報酬は、ヘンケルの企業文化の重要な要素です。ヘンケルは活躍に応じた俸給制度を利用して、社員の個人的な努力と功績に対する報酬を与えます。そして、ヘンケルの成功に対する社員の貢献を評価します。

www.henkel.com/sr2009 → 34

社員の会社への参画

2001年以来、ヘンケルの社員は社員持株プログラムに参加することで、ヘンケルの成功による利益を得られるようになりました。これによって、ヘンケルと社員のきずなが強化されます。高い参加者率 (2009年では約28%) が社員のヘンケルへの信頼を実証しています。

2009年末には、約1万4千人の世界中のヘンケル社員が、社員持株プログラムを通して購入したヘンケルの優先株を所有していました。ヘンケルは社員が3株購入するごとに1株増やすことで、社員の信頼に応えています。

28%

2009年、56ヶ国のヘンケル社員のうち社員持株プログラムに参加した社員の割合



グローバル人事部門担当コーポレート上級副社長のカトリーン・メンゲスと、ヘンケルサステナビリティ評議会の人事部を代表するロルフ・シュルーとのインタビュー

ヘンケルにとって、指導力と社員のモチベーションがなぜそんなに重要なのでしょうか。

カトリーン・メンゲス: 去年の状況は市場においても、ヘンケルの社員にとっても容易ではありませんでした。残念ながら、ヘンケルは困難な経済環境に対応するために人員を削減しなければなりません。それでも、特にこのように困難な時代にあってこそ、ヘンケルの社員はこれまで以上に重要です。ヘンケルが未来の試練をものともせず競争力を保持するために、私たちはチーム・スピリットを奨励します。したがって私たちは、判断を下し、同僚に対してフィードバックを与え、また毎日最善を尽くせるようにやる気を出させ、さらにチームの一員として仕事ができる管理職社員を必要としています。ヘンケルの成功に対して決定的な貢献をするような、勝利の文化を確立するためには、これが唯一の方法なのです。

仕事を始めたばかりの若者は、世界で通用する企業に対して今、何を期待していますか。

ロルフ・シュルー: 献身的な若者は、サステナビリティの経営方針を支持し、社会的責任のある行動をとる企業の成功に貢献したいと願っています。彼らは企業の製品ができる限り環境に影響を与えないことを期待し、企業の社会的発展および社会貢献を望んでいます。企業の社会的責任に関するテーマは、実習や大学のコース時にますます話し合われることが多くなっています。

ヘンケルはこのテーマにどのように取り組みますか。

ロルフ・シュルー: 私たちは世界中でヘンケルに応募してくる若者に対して、ヘンケルの持続可能な開発、企業価値、パフォーマンスに基づいた企業文化に関する明確な情報を提供しています。私たちは多様性と包括性に関するヘンケルの方針を通して提供される機会と、ボランティアプロジェクトへの社会的な貢献に焦点を当てています。これによって、ヘンケルの未来にふさわしい人材を採用、保持できると確信しています。

職場の衛生と安全

健康な社員

目標を設定したプログラム、健康診断、その他の予防措置を通して、ヘンケルは社員の健康を促進し、長期的な労働力を確保します。その対策には、長期にわたる病気の原因となったり、労働が不可能になるような職場におけるリスクの排除が含まれます。

それぞれのヘンケル事業所は、地域の要件に応じた異なる要素に重点を置いた健康促進プログラムを策定しています。身体的な健康促進プログラムに加えて、職場の健康促進では、私たちの社会で出現している新しい病気を予防するために、増加する作業負荷やストレスへの対処方法が一層重視されています。

www.henkel.com/sr2009 →35

ヘンケルの「ゼロ災害」目標

ヘンケルが2000年に設定したゼロ災害という長期目標は、不変です。ヘンケルにとっては、たとえ1災害であっても多い数であると判断します。この目標を達成する道のりの中間目標として、2007年を基準年として2012年までに労働災害をさらに20%低減することを設定しました。

80%

2009年、ヘンケル全社の生産拠点のうち無事故であった事業所の割合

SR 4ページ 2009年は、ヘンケル社員またはヘンケルの拠点で作業をしていた外部会社の社員による死亡事故は、1件も発生しませんでした。不幸にも、1名のヘンケル社員が出張中に、アメリカで飛行機事故により亡くなりました。

労働安全衛生研修

私たちは今後も、ヘンケルの安全衛生と環境基準の徹底した順守を追求し、社員の労働安全衛生の認識を強化していきます。定期的なワークショップ、ニュースレター、地域の安全衛生デーの開催を通して、ヘンケルの社員は正しい行動、安全性リスクの早期認識、災害の予防方法を学習します。

ヘンケルに勤務する外部会社の社員も同様に、労働安全衛生の研修コースに参加します。 www.henkel.com/sr2009 →36

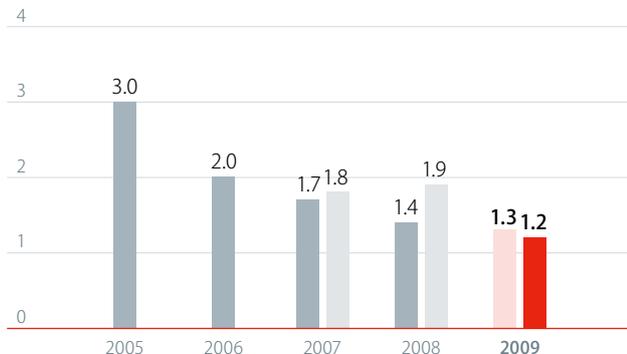
地域の例

スウェーデン	ノルチェピング事業所では、9年間事故が一件も発生していません。スウェーデンの作業組織協会 (Institute for Work Organization) は、事業所の徹底した安全管理を評価し、年間最優秀職場としてノミネートしました。
英国	2009年に、自動車事故を防止するため、全外勤販売社員が追加の自動車運転研修を受けました。
中国	2009年に南江工場は、模範的な労働安全衛生の業績により地元当局から安全対策優良賞を授与されました。
米国	2009年にヘンケルはミズーリ州ノースカンザスシティ事業所を選出し、その非常に特別な業績を褒め称えました。ここ25年間同事業部では、労働災害が原因となる損失日が一日もありませんでした。
欧州	ENWHP (欧州職場健康増進ネットワーク) は、ヘンケルの模範的な職場健康促進活動に対し、「2009年ムーブ・ヨーロッパ優秀パートナー (Move Europe-Partner Excellence 2009)」を去年に引き続き授与しました。



100万時間ごとの労働災害数

少なくとも1日の労働損失が発生したもの(通勤中の事故を除く)



■ ■ ヘンケル社員
■ ■ ヘンケル事業所に勤務し、直接契約していた外部企業社員 (2007年より計上)

ヘンケル社員の99%が計上の対象となりました。

深刻な労働災害数

50日以上の損失が発生したもの



■ ■ 通常生産活動中の事故
■ ■ 歩行または移動中の事故(つまずきなど)
ヘンケル社員の99%が計上の対象となりました。

社会貢献の促進



カースティン・サンチェスマランは、中央アメリカにおけるヘンケルの総務部門責任者です。余暇には、同僚チームと共にグアテマラのサンタ・クララ・ラ・ラグーナという山村の住民を手伝います。MIT(Make an Impact on Tomorrow、明日にインパクトを与えよう)イニシアチブの10周年を記念して、ヘンケルはグアテマラのプロジェクトを支援するために10万ユーロを寄付しました。このプロジェクトは86の候補の中から選ばれ、山村に暮らす120家族に対する支援をしています。HELP独立国際機関と共に、屋内用の密閉型暖炉や、きれいな水を確保するための浄水器を設置、学校教育の支援、農業生産性の改善などのプロジェクトを実施し、家庭の生活状況を改善する支援を行っています。



ペンキ塗りたての壁：スプレー技術を活用して、コロンビアの社員ハイディー・フォン・ハルとグアテマラのヘンケル社員ファビオラ・サマヨアは、グアテマラの山村にある家を修復する間にペンキ塗り作業を迅速に進行させます。

www.henkel.com/smile



イニシアチブを必要とする社会貢献

社会貢献は、ヘンケルの企業文化において重要な役割を果たしています。社会貢献はヘンケルの歴史全体を通して行ってきた伝統であり、企業文化にしっかりと根付いて、私たちの日常活動に反映されています。ヘンケルの社員、退職者、お客様、消費者の皆様、国際機関、みんなで手をとり、社会的な課題に対処できるよう努力します。

ヘンケルスマイルは、直接的な事業利益を超えて広がるヘンケルのコーポレート・シチズンシップ活動をすべて包括する大きな傘となっています。ヘンケルのグローバル活動は、次の3つの核心要素を中心として構成されています。MIT (Make an Impact on Tomorrow、明日にインパクトを与えよう)、世界規模の緊急援助、そして公共の利益のための貢献です。

ヘンケルの社員と退職者は、MITイニシアチブの推進力であり、あらゆるプロジェクトを立案し、実施します。ヘンケルは現物・製品・資金の寄付および、専門家による助言を通して、社員と退職者が実施するボランティア活動を支援しています。2009年にヘンケルは、社員に合計318日間の有給休暇を与えることによって、MITプロジェクトを支援しました。社員はプロジェクトに参加するために、1年あたり最長5日間の休暇を申請することができます。

ボランティア活動を奨励することは、社会、企業、社員自身の関係者すべてにとって利益になると私たちは確信しています。現代の社員は、企業が社会に貢献することを期待しています。社員はまた、雇用者の支援を受けて、自分自身も貢献をしたいと願っています。プロジェクトを通して、ヘンケルの社員は責任感、リーダーシップの資質、チームワークの能力を実証しています。

MITの本質は、提供される資金援助の金額ではなく、社員や退職者がプロジェクトに費やす発想、思いやり、努力と時間にあります。MITの中心は社員と退職者であり、彼らが企業と、その企業が事業を運営する地域社会との架け橋の役割を果たすのです。

社会貢献活動の一環として、ヘンケルは2009年に世界全体で合計2,155件のプロジェクトを支援しました。そのうち、社員および退職者のMITプロジェクト1,143件が大きな割合を占めています。ヘンケルは、被災地における7件の緊急援助対策として資金と現物寄付による援助を行いました。ヘンケルおよびヘンケルの各種ブランドはまた、1,005件のプロジェクトに関与しました。プロジェクトにより、世界全体で約50万人の人々の生活状況が改善されました。2009年にヘンケルスマイルの全活動を支援するために支出された金額の合計は、約760万ユーロとなりました。

2,155

2009年に78ヶ国で行われたヘンケルスマイルプロジェクトの件数



インドのドゥブリーにあるセントポール校の児童は、さらに400人の子供たちを収容する新しい校舎の開設を祝っています。この開設は、イタリアで販売されているヘンケルの主要洗濯用洗剤のブランド、Dixanの関与により実現されました。合計1,000人の子供たちが通学できるようになります。Dixanの売り上げからの寄付により、毎日の給食費も助成されています。1999年に開始されたDixanによる学校援助イニシアチブの目標は、イタリアに住む児童の創造性を促進する一方で、発展途上国における貧しい子供たちの問題への注意を喚起することでもあります。

www.dixanperlascuola.it



フィリピンのヘンケル社員は、台風オンドイの犠牲者に食料を配給しました。2009年9月26日に、台風オンドイがフィリピン全体を襲い、その通過直後に多くの死者を出しました。ヘンケルフレンドシップイニシアチブにより、ヘンケルの社員と台風の犠牲者に対する緊急援助が提供されました。

www.henkel.com/smile

MITを通じた社会の進展

2000年、189ヶ国の国家元首や政府指導者が、国連ミレニアム開発目標と呼ばれる8つの開発目標に同意しました。ヘンケルの社員および退職者は、ボランティア活動を通して、ミレニアム開発目標達成に対する無数の貢献を行います。MITプロジェクトの半数以上が、発展途上の新興国の人々の生活水準向上のために実施されます。地元のパートナー組織は、プロジェクトの実現において重要な役割を果たします。MITプロジェクトは、多くの場合、複数のミレニ

ウム開発目標に貢献できるものです。MITプロジェクトは、極度の貧困撲滅、初等教育の普及、小児死亡率の低下、そしてエイズやその他の疾患の克服に集中して取り組んでいます。

www.un.org/millenniumgoals

500,000

2009年、世界中でヘンケルスマイルプロジェクトを通して支援を受けた人々の数

国連ミレニアム開発目標に対するMITプロジェクトの割合

1. 極度の貧困と飢餓の撲滅	2. 普遍的な初等教育の達成	3. ジェンダーの平等の推進と女性の地位向上	4. 幼児死亡率の引き下げ	5. 妊産婦の健康状態の改善	6. HIV/エイズ、マラリア、その他の疾病の蔓延防止	7. 環境の持続可能性の確保	8. 開発のためのグローバル・パートナーシップの構築
21%	31%	10%	6%	3%	22%	6%	1%

社会的指標

社員数 (12月31日現在)	2008	2009	2009年における社員数の減少は、多数のプロジェクトの実施に起因します。グローバルエクセレンス (Global Excellence) 再構築プログラムが、計画よりも早く実施されました。アメリカにおいてヘンケルは、一般用接着剤事業を部分的に売却しました。そして中国では洗濯用洗剤事業から撤退しました。2008年4月に実施したナショナルスターチ事業の買収は、結果として2009年におけるさらなる相乗効果をもたらしました。これらのプログラムの範囲内で、合計1,596名の社員が工場や事業の売却を通して退社しました。 www.henkel.com/sr2009 → 37
ヘンケル全社	55,142	49,262	
社員の構成			
ー非管理職社員	82%	80%	
ー管理職社員	16.6%	18.4%	
ー最高経営者 ¹⁾	1.4%	1.6%	
全社における社員の変動 ²⁾	5.7%	4.9%	
¹⁾ 経営委員会 (the Management board)、コーポレート上級副社長 (Corporate Senior Vice Presidents)、マネジメン・サークルIならびにIIa (Management Circle I and IIa)			
²⁾ 社員の辞職に基づく			
社員の国籍数 (12月31日現在)	2008	2009	
ヘンケル全体	109	116	
管理職社員	77	82	
デュッセルドルフ本社	51	48	
経営委員会	4	4	
女性比率¹⁾ (12月31日現在)	2008	2009	近年における女性社員の比率は、安定しています。国際的な比較をすると、30%以上という数値は高レベルとみなされます。ヘンケルは今後もマネジメン・サークルと上級管理職における女性の比率をさらに増加させていく予定です。
ヘンケル全体	32.9%	31.8%	
管理職社員	26.4%	27.4%	
上級管理職社員 ²⁾	13.7%	16.4%	
¹⁾ 計上の対象：ヘンケル社員の約95%			
²⁾ 経営委員会 (the Management board)、コーポレート上級副社長 (Corporate Senior Vice Presidents)、マネジメン・サークルIならびにIIa (Management Circle I and IIa)			
年齢と勤続年数¹⁾ (12月31日現在)	2008	2009	ヘンケルの年齢構成はバランスがとれており、大部分を占める若い社員だけでなく、年上でもより経験豊かな社員も含まれています。ヘンケルは年配社員の経験を活用し続ける一方で、常に新しい社員も採用しています。
平均勤続年数	9.8	11.0	
社員の平均年齢	39.4	39.3	
年齢構成			
16-29	19.5%	18.7%	
30-39	32.7%	34.2%	
40-49	29.6%	29.7%	
50-65	18.2%	17.4%	
¹⁾ 計上の対象：ヘンケル社員の約95%			
社員の能力開発 (12月31日現在)	2008	2009	ヘンケルは社員の将来性に応じて能力開発を行い、ヘンケル内部社員から管理職社員を選出することを好みます。それは世界中の管理職社員の内部昇進数により実証されています。ヘンケル全社の非管理職社員の昇進合計数は、まだ未確認です。「研修日数」カテゴリーには、販売と流通担当者の研修コース、労働安全衛生と環境の研修コース、エラーニング、研修員や実習生向けのコースは含まれていません。
内部昇進 (管理職社員)	1,877	1,462	
国際的な職務ローテーション	433	443	
研修員 (ドイツ)	510	511	
研修の平均日数	2	2	
社員持株プログラム (12月31日現在)	2008	2009	2001年に株式プログラムを開始して以来、ヘンケルの株式の契約をする社員数は毎年増加しています。2009年末には、合計数がヘンケル全社で約1万4千人でした。当時56ヶ国の社員が400万株を所有していました。これは全優先株の約2.2%に相当します。
ヘンケルの株を所有する社員の割合	27.4%	28.4%	
団体協約の対象となっている社員 (12月31日現在)	2008	2009	社員代表が規定されていない、あるいは確立されていない国に勤務する社員の場合、現地管理職と社員間の対話が、開かれた意見の交換をするための任意で非公式な手段となります。
ヘンケル全社の割合	44%	44%	
欧州連合 (EU) 内の割合	79%	79%	
社会貢献 (12月31日現在)	2008	2009	プロジェクトの合計数には、ヘンケルが支援を行った社員主導のプロジェクト、緊急援助、慈善プロジェクトが含まれます。「支援を受けた人数」は、2009年に初めて記録されました。社員はプロジェクトに参加するために、1年あたり最長5日間の休暇を申請することができます。
プロジェクトの総数	2,476	2,155	
うち社員主導のプロジェクト	1,306	1,143	
支援を受けた人数	-	500,000	
社員主導プロジェクトのための休暇日数	285	318	
寄付金総額 (単位千ユーロ) (欠勤日を除く)	7,529	7,684	

ステークホルダーとの対話

すべてのステークホルダー（利害関係者）との開かれた対話は、ヘンケルのサステナビリティ運営の基盤を成しています。

サステナビリティに対する実行可能な解決策を見つけるには、局的、地域的および国際的な社会のあらゆるグループと対話することが欠かせません。したがって、ヘンケルはお客様、消費者の皆様、サプライヤーの皆様、社員、株主、地域社会、政府機関、組合団体、非政府組織（NGO）、科学者を含む、すべてのステークホルダーとの対話の機会を常に探し求めています。この対話により、持続可能な開発のどの側面に個別のステークホルダー団体が特に関心を抱いているのかがわかります。この対話は、ヘンケルとステークホルダー間の相互理解と、ヘンケルの企業としての見解とステークホルダーの見解を比較する機会の基盤を成しています。この対話は、ヘンケルにとっての新しいアイデアの源でもあります。ステークホルダーと対話することにより、将来の要件や、私たちの活動に関連する潜在的リスクを早期段階で特定できます。得られた見識は、ヘンケルのイノベーションとリスク管理における重要な貢献をしています。その見識はヘンケルのサステナビリティ戦略と報告をさらに展開するための基盤を成しています。



2009年にヘンケルは、世界20ヶ国で開催された77のサステナビリティイベントに参加しました。そのうちの1つのイベントは、世界自然保護基金（WWF）とドイツの植物油加工業協会（OVID）により開催され、ローランド・シュレーダー博士とクリスチャン・アンドレ・ワインバーガー（左から3番目と4番目）が参加しました。彼らは「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO: the Round Table for Sustainable Palm Oil）」の認証の取り組みなどの例を参照し、認証システムにおけるサステナビリティと気候保護の問題を討議しました。また、認証を取得したパーム油の現在の低需要をどのように喚起するかという問題も検討されました。

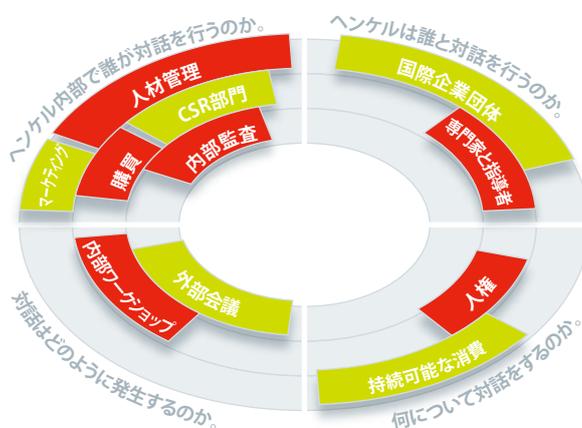
ヘンケルのステークホルダーとの総合的な対話

内部ステークホルダー

対話の手段

外部ステークホルダー

トピック



- ヘンケル内部の人権に関する総合ワークショップ
- 持続可能な消費に関する国際的なワーキンググループへの参画

ヘンケルは、ステークホルダーとの対話をすべての職務、事業部門、地域の組織に体系的に取り入れました。戦略と解決法は、実際の評価と実践を行う場所で開発されます。 www.henkel.com/sr2009 → 38

総合的な対話

サステナビリティに結び付く問題が世界的なものであるにもかかわらず、地域の優先課題とその視点はそれぞれ大きく異なっています。そのため私たちは、ステークホルダーとの対話を自分たちの職務、事業部門、地域の組織に取り入れました。このようにして、ヘンケル社内の適切な専門家と関与するステークホルダーグループとの間で、局地的あるいは地域的な課題に関する話し合いが確実に持たれるようにしています。評価、実践が行われる現地で戦略や解決法が生み出されます。対話の方法、テーマ、期間、集中度は個々のステークホルダーグループと、その特定の課題に沿ったものとなります。

www.henkel.com/sr2009 → 39

ヘンケル社員との対話

サステナビリティがヘンケルのDNAにしっかりと根付くように、5万人のヘンケル社員一人ひとりが持続可能な開発の理念を真に理解し、日常的な活動においてその理念に沿って行動しなければなりません。これを促進するために、ヘンケルは研修コースとオンライン学習モジュールを開発し、イントラネットと社内報で情報を提供しています。例を挙げると2009年には、すべての社員がヘンケルの注力分野に対する貢献を策定し、討論することへの奨励を目的として、サステナビリティのブログを立ち上げました。

その他のイニシアチブとしては、デュッセルドルフにてサステナビリティの1日ワークショップを100人の研修員向けに開催しました。研修員はサステナビリティの3つの側面の均衡を保つことが、いかに困難であるかを直接体験しました。異なる構成要素を活用して、社会、環境およびビジネスという3つの尺度からバランスを保つ必要がありました。

国際的なサステナビリティ専門家との対話

国際的なサステナビリティ専門家とのやりとりは、ヘンケルのステークホルダーとの対話において重要な役割を担っています。そのやりとりは、現在の課題に対する適切な解決策を見出す、あるいは将来への期待に対する早期の見識を得る際に特に重要となります。例を挙げると2009年には、オーストリアのウィーンにあるヘンケルの専門家は、科学者や経済専門家との多数の討議に参加しました。これらの討議は、経済的に困難な時代における、信頼と安全を確立するというトピックを中心に進行されました。

www.henkel.com/sr2009 → 40



ヘンケルサステナビリティ評議会の一員で、それぞれ政府関係と企業広報を代表する、ピーター・フロレンツ博士とマークス・クーネルト博士とのインタビュー

現代の企業は、ほとんどすべての社会的課題に関する解決策の模索を支援するように期待されています。この事実に関するヘンケルの見解はいかがですか。

ピーター・フロレンツ: 企業として、ヘンケルは問題解決の一端を担いたいと願っていますし、担わなければならないと考えています。なるべく早期にかつ精力的にこれらの問題や関与するステークホルダーの見解、それから政府機関および非政府機関の見解も含めて取り組めば、これらの課題に対処するための活動をより効率的かつ迅速に同調することができます。

これらの困難な課題に、ヘンケルはどのように取り組みますか。

ピーター・フロレンツ: 企業が単独で課題を克服できないのは、明白です。これらの課題は、社会全体で取り組まなければなりません。例えばヘンケルは、持続可能な消費の促進をここ数年の最も重要な課題と考えています。これを達成するには、適切な製品の開発が必要ですが、政府の支援および最終的には消費者の皆様からの支援も必要とされます。したがって私たちは、国際的なイニシアチブ、政府機関および非政府機関との対話、製品に関するコミュニケーションを通して、あらゆる関係者の認識を向上させる努力をしています。

さまざまなステークホルダー団体とのやりとりにおいて、最大の課題は何ですか。

マークス・クーネルト: 関係者の数と多様性、それから彼らが必要としている情報の範囲が着実に増加していることです。その好例として、ヘンケル製品の二酸化炭素排出量の試験プロジェクトがあります。計算方法のさらなる開発に関する提案は、詳細な科学的情報のやりとりを必要としますが、一方で消費者の皆様に対する情報は、わかりやすく、実用的な内容である必要があります。したがって、異なる伝達手段と、対象となる受け手に見合った情報の適切な編集が、ステークホルダーとの対話においてより一層重要性を増しつつあります。

ソーシャルメディアのような新しい伝達手段は、どのような役割を果たしていますか。

マークス・クーネルト: 新しい対象団体に呼びかけたり、直接的な対話を行ったり、即時のフィードバックなど、魅力的な機会を提供しています。ヘンケルはすでに、Twitter、YouTube、ブログでそのような経験をしています。しかしながら、これらの新しい伝達手段に伴うリスクもあります。メッセージが非常に短いために、価値ある内容が伝わらない可能性もあります。したがって私たちは、ソーシャルメディア・フォーラムはその他の伝達手段を補完するものと見なしています。いまだ直接的なコンタクトに取って代わるものはないと確信しています。

外部評価



ドイツの「ベストブランド」ランキングの結果、ヘンケルは経済誌「Wirtschaftswoche」と、ドイツのブランド協会により、ベストサステナビリティブランドに選ばれました。2010年2月10日に、ヘンケルの最高経営責任者カスパー・ローステッド(写真左)は、ヘンケルを代表して授賞式に臨みました。



2009年12月8日、国際ビジネスコンサルタントのフロスト&サリバンは、ヘンケルの携帯型電子機器用接着剤を称え、ヘンケルに「グリーンエクセレンス・オブ・ザ・イヤー (Green Excellence of the Year)」賞を授与しました。この賞は、ハロゲンを含まないLoctite製品ラインの開発に対して贈られました。アドヒーズブテクノロジーズ(接着技術)部門担当上級副社長トーマス・ゲイトナー(写真左)は、喜んでこの栄誉を受けました。

ヘンケルのサステナビリティおよび企業の社会的に責任における業績は、2009年にも引き続き社外の専門家に感銘を与えました。ヘンケルが受けたすべての賞と栄誉の一覧は、インターネットでご覧いただけます。www.henkel.com/sr2009→41

2009年の評価と指標



チューリッヒ/ニューヨーク:3年連続で、ヘンケルはダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスにおいて、非耐久性家庭用品部門におけるサステナビリティの指導者として選定されました。



ロンドン:9年連続で、ヘンケルはフリッツィ・フォー・グッド(FTSE4Good)の国際的エシカル・インデックスの構成銘柄に選ばれました。



ミュンヘン:ヘンケルはOekomの企業責任評価において消費財部門の最優秀企業に選ばれました。



ニューヨーク:ヘンケルは、「世界の最も倫理的な企業」ランキングに再び選ばれました。

2009年の受賞と格付け



中国:チャイナ・ビジネス・ウォッチは、ヘンケルを中国の「グリーン企業上位50社」の10位に選定しました。



ブラジル:ヘンケル・ブラジルは、その人材育成と組織開発において最良企業100社の指標に含まれ、2009年のサステナビリティにおけるトップ企業に指名されました。

2009年のお客様による受賞



米国:ウォルマートは、ヘンケルのサステナビリティへの貢献に対し、ウォルマートサステナビリティ賞を授与しました。



米国:ヘンケルのアドヒーズブテクノロジーズ(接着技術)チームは、ケロッグの環境ステewardshipチャレンジ賞(Environmental Stewardship Challenge Award)の史上初の受賞企業となりました。



スイス:クープは、サステナビリティ促進最良企業カテゴリーにおいて、ヘンケルにクープナチュラ賞を授与しました。

2009年のサステナビリティ報告

ドイツ:IÖW 環境保護経済研究所(IÖW Institute for Ecological Economy Research)は、ドイツの最大企業150社によるサステナビリティレポートのうち、ヘンケルを2009年のランキングで11位に選定しました。



ドイツ:ヘンケルは、優良なオンラインレポートにより、Econ賞の銀を受賞しました。

お問合せ、制作者、その他の刊行物

私たちは、ヘンケルのサステナビリティレポート、オンラインレポートおよびサステナビリティに対する姿勢に関するご質問、ご提案、コメントをお待ちしております。

ヘンケル社お客様窓口

企業広報室(ドイツ本社)

電話：+49(0)211-797-2606

ファックス：+49(0)211-798-4040

Eメール：lars.witteck@henkel.com

CSR / サステナビリティ管理部

電話：+49(0)211-797-3680

ファックス：+49(0)211-798-9393

Eメール：uwe.bergmann@henkel.com

投資家向け広報部

電話：+49(0)211-797-1631

ファックス：+49(0)211-798-2863

Eメール：oliver.luckenbach@henkel.com



携帯電話をお持ちの方は、このQRコードを撮影して読み取ることで、ヘンケルのウェブサイトのお問い合わせフォームに直接ナビゲートすることも可能です。

インターネット・アドレス

www.henkel.com

www.henkel.com/sustainability

www.henkel.com/ir

www.henkel.com/smile

発行者

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf, Germany

© 2010 Henkel AG & Co. KGaA

編集・調整:

Corporate Publications(企業出版部):

Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Kathrin Zachary,

Wolfgang Zengerling

CSR/Sustainability Management(CSR/サステナビリティ管理部):

Eva-Maria Ackermann, Uwe Bergmann,

Ines Biedermann, Christine Schneider

英訳、調整、校正:

ExpertTeam[®], Neuss: Dave Brandt, Alice Milne,

Susan Salms-Moss

構想とデザイン:

Kirchhoff Consult AG, Hamburg

写植: workstation gmbh, Bonn

写真・イラスト: Henkel, Thomas Bauer,

Digital Wisdom Publishing Ltd., Olaf Doring,

Andreas Fechner, Vera Hofmann, IISD/Earth

Negotiations Bulletin, Tommy Losch

印刷: Schotte, Krefeld

下記のその他の刊行物は、インターネットからダウンロードできます。年次報告書、四半期報告書、ビジョン&バリュー、行動の規範、チームワークとリーダーシップの規範、サステナビリティの規範、社史、ヘンケルスマイル

www.henkel.com/publications

このレポートの発表日: 2010年2月25日

PR: 02 10 9.000

ISBN: 978-3-941517-13-4

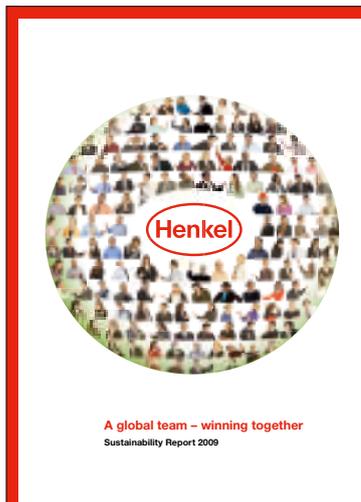


Responsible Care[®]

本サステナビリティレポートはヘンケル社の接着剤を使用して製本を行っています。

本文中の製品名はすべて Henkel AG & Co. KGaA(デュッセルドルフ) またはその関連会社の登録商標です。

本文書は、Henkel AG & Co. KGaA の経営陣による現在の予測および推測に基づく、将来予想に関する記述を含みます。将来予想に関する記述は、期待する、意図する、計画する、予想する、推測する、考える、予測する、予期するなどの単語の使用を特徴とします。このような記述は、いかなる場合も、それらの期待が正確に実現されることを保証するものではありません。Henkel AG & Co. KGaA とその関連会社が実際に達成する業績および決算報告は、数多くのリスクと不確実性に依存するため、この将来予想に関する記述とは大幅に異なる場合があります。これらの要因の多くは、将来の経済環境や、競合他社その他の市場活動など、ヘンケルの統制範囲外にあり、事前に正確な予測を行うことは不可能です。ヘンケルは、将来予想に関する記述のいかなる更新も、計画または保障しません。



このレポートのスローガン、「グローバルチーム – 共に勝利を」は、ヘンケルが表紙に選んだ画像にも反映されています。表紙の地球は、ヘンケルの企業文化に不可欠な多様性、包括性、そして国際性を象徴する137名の社員の写真で構成されています。

左から：

最上列：Anne Baerens, Nastassja Weyergraf, Renate Rauschil, Randy Reginelli, Burcu Devrim Avci, Hui Jin

2列目：Karin Doring, Dr. Mustafa Akram, Evelyn Schulte-Steffens, Simone Schuster, Jari Tuomikoski, Marion Lauterbach, Andreas Kopp, Alexandra Hnila, Katja Kremling

3列目：Frank Tenbrock, Dirk Antkowiak, Thomas Geister, Silvio Mario Claudio Garavoglia, Herbert Pega,

Dr. Inga Vockenroth, Dr. Andreas Bauck, Robert K. Cecilio, Rushikesh Apte, Richard J. Alhage

4列目：Carlos Enrique Alvarez, Henrik Anserin, Lori Pasterski, Julio Munoz Kampff, Fernando Parda, Mileva Mircevska, Claudia Betcke, Carmen Klann, Emmanuel Nweke, Klaus Unutzer, Ashok Konduskar, Jeremy Hunter

5列目：Daniela Schoening, Federica Berardo, Alain-Francois Dabreteau, Helmut Peters, Gerald Anthofer,

Anthony Lallier, Jojo Wilfred, Tadahiko Morihana, Vivian Yang, Manuel Aguarales Navarro, Wenwen Liao,

Vijay Swaminathan, Cornelia Heinrichs

6列目：Alfred Tuchlinski, Deborah De Andres Presa, Esteban Gonzalez Jr., Antje Anders, William C. Zeiler,

Eliane Emond, Dr. Jianping Liu, Gaetano Cappello

7列目：Dr. Regina Jager, Petra Prodohl, Stacey Brown, William A. Simmons, Regis Rogge, Claudia Kurschat,

Andrew Powers, Dr. Karl-Heinz Ott, Lilian Fiorino Llorca

8列目：Justina Vaitkute, Kai Schmidhuber, Laura Magnani, Dr. Shabbir T. Attarwala, Nadine-Tanja Kummer,

Gursel Ceyhan, Lisa Chen, Gregory Vuillemin, Setareh Alaeddini, Marie-Laure Marduel

9列目：Dr. Birgit Veith, Dr. Ciaran McArdle, Esther Kumpan, Rolf Muller-Grunow, Melisa Haracic, Kee How Tan,

Matthew Greaves, Gunther Lambertz, Sabine Hilberath, Janine Lintzen, Fadl Abowafia, Ulrike Beck, Mana Sasaki

10列目：Housseem Bahri, Omar El Masry, Csaba Szendrei, Roberto Gianetti, Lassaad Karray, Beatrice Billot,

Dr. Eva Sewing, Beatrice Jones, Ricardo Serrano, Mireia Martinez de la Torre, Christopher W. Sommer, Asli Cobbers

11列目：Lien Tran, Melanie Hempel, Diane Montgomery, Aurida Ouchenir, Michael Kellner, Verena Frings,

Stephanie Gerth, Annegret Bredemeier, Roswitha Welter, Petra Beer-Michaud, Anna Sundstrom, Axel Christian Funke

12列目：Tanja Kreisel, Dr. Marianne Waldmann-Laue, Dr. Rainer Simmering, Dr. Andrea Sattler, Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Oliver Baldauf, Kate Yeo, Emiliano Mroue, Giannicola Fazio, Pranee Chamroensrisakul

13列目：Dr. Marc-Steffen Schiedel, Holger Scheufen, Dr. Simone Siebeke, Laurent Le Dur, Stefan Krzikawski,

Julia Kirchheim, Michael J. Starzman, Kiem Ho, Petra Spallek

最終列：Siiri Odrats-Koni, Michael J. Terhardt, Dr. Christian Hebler, Robert Risse

Henkel

A Brand like a friend