



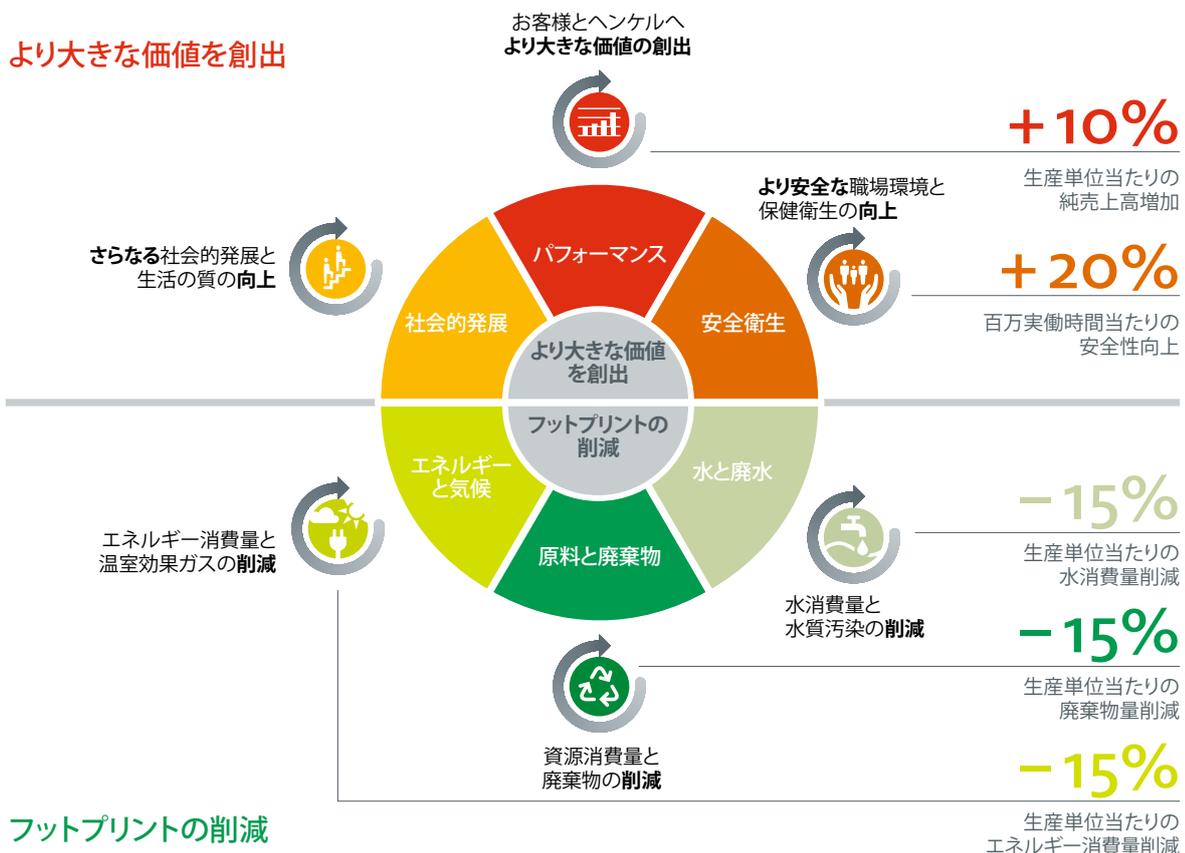
サステナビリティレポート 2012



ヘンケルのサステナビリティ戦略概要

ヘンケルのバリュー	サステナビリティにおけるリーダーシップに専心します。
ヘンケルの基準	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティ：「2050年、限りある地球資源の範囲内で90億人が豊かな暮らしを営む」[※] ・リーダーシップ：長期目標、明確な2011年～2015年目標、戦略的指針に従い責任を持ってビジネスを形成し、経済的成功を達成し続けていく一方、サステナビリティの課題に対する新しい解決策を率先して開発していきます。
ヘンケルの戦略	削減でより大きな目標達成：環境フットプリントを削減しながら、企業顧客、消費者、地域のために価値を増大させていきます。
戦略を実行するための手段・方法	<ul style="list-style-type: none"> ・2030年へ向けた20ヶ年目標：ヘンケルの事業活動、製品、サービスのフットプリント量に対し創出する価値を3倍増やします。この野心的な目標を「ファクター3」と呼び、効率性を3倍高めることを目指します。 ・2015年へ向けた5ヶ年目標：20ヶ年目標を踏まえ、注力分野ごとに具体的な中期目標を立てています（下図参照）。 ・6つの注力分野：持続可能な開発の課題である6つの注力分野はヘンケルの事業活動と深くかかわるため、ヘンケルはバリューチェーン全体のサステナビリティ活動をこの6つの分野に集中させています。 ・3つの戦略的基準：戦略の実施を成功させるために、製品、パートナー、社員という3つの戦略的指針を明確にしました。
Factor 3	
	※ 持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）のビジョン2050

注力分野と2015年までの目標



数字で見るヘンケル

目次

- 1 序文
- 2 サステナビリティ戦略と経営
- 8 サステナビリティへの責務
- 12 ビューティーケア
- 16 アドヒーズテクノロジーズ（接着技術）
- 20 社員
- 24 社会貢献
- 26 ステークホルダーとの対話
- 30 指標
- 34 外部評価
- 35 お問合せ、その他の刊行物、制作者

サステナビリティレポート

本サステナビリティレポートは2012年度のヘンケルの主要な環境および社会的活動の進展を紹介しています。連結財務諸表に記載されているヘンケルグループの企業を報告範囲の対象としています。本レポートの内容は持続可能な開発の中でもヘンケルと関わりのある重要な課題を反映しています。本印刷版のサステナビリティレポート、ウェブ版のサステナビリティレポートとアニュアルレポートを合わせたものが、ヘンケルの総合的な企業報告書となります。またヘンケルが2003年から参加している国連グローバル・コンパクトに提出している年次進捗報告書は、このサステナビリティレポートに基づき作成しています。

本サステナビリティレポートではサステナビリティレポート自体やアニュアルレポート、ウェブ版サステナビリティレポートに掲載されている詳細情報への参照箇所が示されています。

オンラインコンテンツの参照箇所は次のようなコードナンバー www.henkel.com/sr2012 | 5 で示してあります。こうした参照箇所はウェブページ www.henkel.com/sr2012 で閲覧いただけます。ウェブページ右側のコラム「サービス」にコード検索機能があり、そこに適切なコードを入力すればお探しの情報へ直接移動できるようになっています。ウェブ版のサステナビリティレポートには、地球的規模報告イニシアチブ(GRI)のガイドラインリンク付けされた次のように表示の詳細索引 www.henkel.com/sr2012 | 1 もあります。

ハイライト

136 年
ブランド成功の歴史

約 **47,000** 人
を超える従業員数

165 億ユーロ
2012 年度売上高

120 カ国
を超えるビジネス拠点数

43 %
ヘンケル全体の売上高の内、
新興市場による割合

約 **31 %**
管理職者中の
女性の割合

44 %
ヘンケル全体の売上高の内
トップ 10 ブランドの割合

2,339
2012 年度の社会貢献活動
件数

約 **6,000**
の方策を 670 のアクション
プランミーティングで策定

世界にあるヘンケルの拠点



ヘンケルはブランドとテクノロジーのグローバルリーダーとして、ランドリー&ホームケア、ビューティーケア、アドヒーズテクノロジーズ（接着技術）の3つの分野で事業展開をしています。1876年に創立以来、ドイツのデュッセルドルフに本部を置いています。54カ国に生産拠点を構え、現地での雇用、購買、投資を通じて、経済の発展に貢献しています。事業業績および地域ごとの主要指標の詳細につきましてはアニュアルレポート 56～62 頁およびウェブサイト www.henkel.com/sr2012 | 2 をご参照ください。

指標

経済的指標

	2011	2012
売上高(単位:百万ユーロ)	15,605	16,510
調整後 ¹ の営業利益(EBIT)(単位:百万ユーロ)	2,029	2,335
調整後の売上高営業利益率(EBIT)(%)	13.0	14.1
調整後の優先株一株当たりの利益(EPS)(単位:ユーロ)	3.14	3.70
研究開発費(百万ユーロ)	410	408
普通株一株当たりの配当金(単位:ユーロ)	0.78 ²	0.93 ²
優先株一株当たりの配当金(単位:ユーロ)	0.80 ²	0.95 ²

¹ 一次費用 / 所得およびリストラ費用のため調整

² 2013年4月15日に予定している年次株主総会での株主に対する提案額

環境的指標

	2011	2012
生産拠点数	180	171
生産高(単位:千メートルトン)	7,550	7,587
エネルギー消費量(単位:千メガワット時)	2,220	2,197
二酸化炭素排出量(単位:千メートルトン)	652	651
水消費量(単位:千立方メートル)	7,921	7,734
廃棄物のリサイクルと廃棄(単位:千メートルトン)	145	138

社員指標

	2011	2012
社員数 ¹ (12月31日現在)	47,265	46,610
研修生(ドイツ)	483	489
女性就労者数の割合(単位:%)	32.5	32.6
社員の平均研修日数	2	2
社員の持ち株プログラム参加率(%)	31.3	28.4
百万実働時間ごとの労働災害数	1.1	1.0

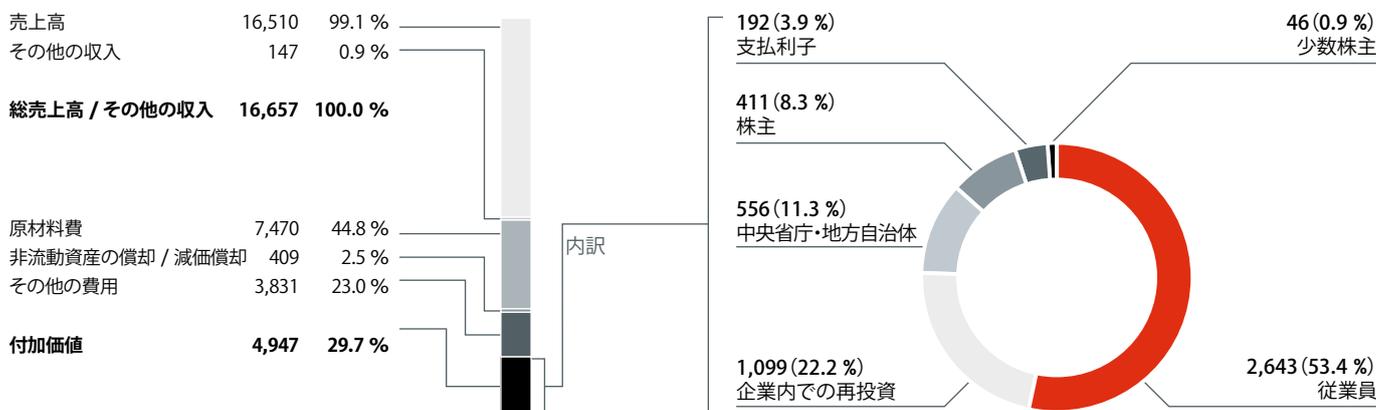
¹ 基準: 研修生を除いた正社員数

社会的指標

	2011	2012
百万ユーロ単位の寄付金(資金援助、製品寄付、ただし有給休暇日数算出は含まず)	6.0	7.3
支援プロジェクト数	2,343	2,339

2012年 付加価値計算書

(単位:百万ユーロ)





Dear Friends of the Company,

「私たちはサステナビリティにおけるリーダーシップに専心します。」これはヘンケルの掲げる5つの企業バリューのひとつであり、2030年に向けてサステナビリティ戦略を展開するための基盤となっています。私たちは「削減でより大きな目標達成」を実現して今後20年間で効率を3倍にすることを目指しています。その第一歩として資源効率を2015年までにおよそ30%向上させたいと思っています。

2012年に私たちはこの戦略を公表しました。世界中で670回の社員とのワークショップを行い、戦略実行にむけた約6,000の方策を取り決めました。

現在ヘンケルの社員は中・長期で達成すべきことを明確に理解しています。ヘンケルのパートナーたちは、私たちの目標や長期計画について、またサステナビリティの分野におけるヘンケルのリーディング・ポジションが、長年にわたり多数の国際評価で繰り返し立証されていることに対して高い敬意を表しています。たとえば、ヘンケルは12年間FTSE4Goodのインデックスに選定されています。2012年にはダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスで関連事業部門におけるサステナビリティのリーダーとして6年連続選定され、5回連続で「世界で最も倫理的な企業」のひとつに選定されました。

私たちは今までの取り組みにより成果をあげてきましたが、これからも長い道のりであることはよく分かっています。限りある自然資源への需要が益々増加することを考慮して長期的目標に合わせた短期的課題に取り組み、引き続き効率を向上させていかなければなりません。事業運営や日常業務にサステナビリティを継続的に組み入れてこそ、それが可能になると確信しています。

目標に向かって前進するにあたり、サステナビリティ活動への社員の関わりをより深め、バリューチェーンにおけるヘンケルのパートナーとの協力を強化し、評価、指揮、コミュニケーション・ツールの更なる向上に重点を置いていきます。

私たちは明確に定義された長期的戦略とはっきりとした目標、すなわち「削減でより大きな目標達成」を基盤としてサステナビリティにおけるリーダーシップに専心します。

Catherine Menges

カトリーン・メンゲス

人事部門担当取締役副社長
サステナビリティ評議会会長

カトリーン・メンゲス

人事部門担当取締役副社長
サステナビリティ評議会会長

サステナビリティ戦略と 経営

私たちの大きな目標

サステナビリティにおけるリーダーシップへの専心は私たちの中核的な企業バリューのひとつです。私たちはサステナビリティ戦略を通じて持続可能な発展と企業の経済的成功の両方を達成しています。

ヘンケルはサステナビリティにおけるリーダーとして責任ある企業運営の方向付けをし、経済的成功を着実なものとしながら持続可能な発展にむけた新たなソリューション開発を行っています。この目標はバリューチェーン全体のあらゆる活動を対象としており、世界中の約 47,000 人の社員は日々の業務に持続可能な開発の原則をしっかりと取り入れ、それに即して考え、行動しています。

私たちは今計り知れない困難に直面しています。2050 年までに世界の人口は 90 億人に膨らむと予測されています。それに伴い世界の経済活動が加速して消費の増大と資源の枯渇を引き起こし、今後数十年で利用可能な資源をめぐる競争が激化すると考えられます。

削減でより大きな目標達成

私たちの戦略は持続可能な発展のための世界経済人会議（WBCSD）のビジョン 2050（Vision2050）である「2050 年、限られた地球資源の範囲内で 90 億人が豊かな暮らしを営む」ための構想に基づいています。つまり、企業としてすべきことは資源消費量を削減して種々の排出量を減らしながら価値を創出して人々が豊かな暮らしを営む一助となることです。

ヘンケルの新しいサステナビリティ戦略の中核にあるのは「削減で大きな目標達成」という概念です。企業顧客や消費者のため、また私たちが事業で関わっている地域社会や私たち自身のためにエコロジカルフットプリントを削減するとともに価値の創出を拡大したいと考えます。そのためには利用する資源を削減しながらも生活の質を向上できるイノベーション、製品、技術が必要です。

2030 年に向けた目標： 効率を 3 倍に

ヘンケルの目標は 2030 年までに効率性を 3 倍高めることです。私たちはこれを「ファクター 3」と呼んでいます。つまり、ヘンケルの製品やサービスに関わるエコロジカルフットプリントに対して、私たちが企業活動を通じて創出する価値を 3 倍に高めることです。





サステナビリティ評議会のメンバー。(左から) ピーター・フロレンツ博士、トーマス・ゲルト・クーン氏、アンドレアス・ブルース博士、ベルトラン・コンケレ氏、クラウス・コートマン氏、カーステン・ティルガー氏、カトリーヌ・メンゲス氏 (評議会議長)、トーマス・ミュラー・キルシュバウム博士、ゲオルグ・バラッタ氏、マリーイブ・シュレーダー氏、トーマス・フォルスター博士、エンリク・ホルツバッハー博士、ラモン・パカルディット博士

評議会は全社的なサステナビリティ戦略の策定・実施を推進しています。詳細につきましては本書 6 頁もしくは www.henkel.com/sr2012 をご覧ください。

2030年に向けた大きな目標

私たちはビジョン 2050 とは 2050 年までに効率性を 5 倍に高めることだと考えています。そのため、エコロジカルフットプリントに対して企業運営が創出する価値を 2030 年までに 3 倍にすることを目指しています。この長期目標を達成するためには効率性を大幅に改善し、ヘンケルの製品やサービスによるエコロジカルフットプリントを削減しなければなりません。

効率性を 3 倍高めるといふこの目標を私たちは「ファクター 3 (3 倍数)」と呼んでいます。目標を達成する方法のひとつはフットプリントを同程度に維持しながら 3 倍の価値を創出する方法です。あるいはエコロジカルフットプリントを今日の 3 分の 1 に削減しながら同等の価値を提供して効率を上げ「ファクター 3」を達成する方法です。

私たちの壮大な目標を 2030 年までに達成するには年間平均 5 ~ 6% の割合で効率を改善しなければなりません。従って、2011 年 ~ 2015 年の期間にはヘンケルが創出する価値とエコロジカルフットプリントの関係を全体で 30% 改善することを目指します。

注力分野と戦略的基準

持続可能な開発の課題が集約する 6 つの注力分野はヘンケルの事業活動と深く関わっているため、私たちはこれらの分野にサステナビリティ活動を集中させています。それぞれの注力分野ではヘンケルの製品や技術を通じてバリューチェーン全体に持続可能な開発を推し進めています。注力分野をさらに「より大きな価値」を目的とする分野と「フットプリントの削減」を目的とする分野の 2 つのグループに分けました。戦略を確立して目標を達成するには約 47,000 人のヘンケル社員が「より大きな価値」と「フットプリントの削減」の双方を常に意識して日々の業務に従事し、ビジネスプロセスに反映していかなければなりません。そのためにヘンケルは次の 3 つの戦略的基準を定めました。製品、パートナー、社員です。

「私たちが目指しているものは、削減によるより大きな目標の達成です。この長期戦略を成功への中核要因として、また競争上の強みとして捉えており、私たちとお客様との関係を強化し、イノベーションを促進し、社員のやる気を引き起こすものだと考えています。」



カスパー・ローステッド
経営委員会会長

持続可能な世界に向けて一致協力

ペーテ・ヘ博士は北米ヘンケルのサステナビリティマネージャーです。2012年8月ヘンケルとウォルマート・メキシコ&中央アメリカが共同で開催したイベントにてサステナビリティ戦略を紹介しました。「ヘンケル・サステナビリティ週間」は将来的な共同プロジェクトについてお客様と話し合う素晴らしい機会になりました。



社内における戦略の定着

全社員にサステナビリティ戦略についての説明をするため、2012年に世界的規模で戦略展開を実施しました。全社員がこの戦略の真意を理解し自ら貢献するようになれば、サステナビリティは日々の業務の中で不可欠な要素となります。

社内コミュニケーションの中核にはアクション・プラン・ミーティングがありました。全ての階層の管理職は自身の部署の社員と協力して担当分野におけるサステナビリティ・アクション・プランを推進し、その際「ファクター3」に向けてのサステナビリティ目標を達成すべく短期、長期双方の達成計画を策定しました。ワークショップには2つの目的があります。ひとつは、私たちのサステナビリティ戦略の根底にある基準を伝えることで、もうひとつはサステナビリティ目標を達成するために各部署が取り組んできた内容を体系的に記録することでした。2012年には670のアクション・プラン・ミーティングが行われおよそ6,000の方策が提案されました。

さらに、その他のコミュニケーション手段も利用して私たちの戦略が社員に広まるようにしました。その中には社内報、パンフレット、プレゼンテーションなどの方法に加えて、専門家とのミーティング、ポスターキャンペーン、オンライン、様々な特別セミナーなどが含まれます。

持続可能な消費に向けて団結

私たちの戦略における重要課題は持続可能かつ資源節約にかなう消費を促進することです。ここで鍵となるのは製品です。ヘンケルの製品は日々何百万の家庭や産業工程で使われています。そのため、私たちはエネルギーや水などの資源を有効に利用できる製品開発に専念しています。

ヘンケルではまた、ターゲットを絞ったコミュニケーションを通じて製品を利用する際の責任ある態度を推進しています。これは特に重要なことです。ヘンケルの製品の大半のエコロジカルフットプリントはそれらが正しく利用されるかどうかによって大きな影響を受けるからです。

適切な製品の提供に加え、小売業者との協力体制も重要です。小売業者はヘンケルが持続可能な消費を目指すうえでとても大切なパートナーです。持続可能な製品について消費者に紹介し製品を使用する際の環境に責任ある方法を勧めるための優れたプラットフォームを提供してくれるからです。2012年に、ヘンケルは小売業者との共同活動を数多く行いました。例えば、ウォルマート・メキシコ&中央アメリカと共に2012年8月、「サステナビリティ週間」を開催しました。(本頁上参照)その目的はサステナビリティを展開していく経験を共にすることです。メキシコのヘンケルでは可能なかぎり多くの知識を伝達するため環境教育キャンペーンも行いました。

このような状況の下、教育はヘンケルにとって中心的役割を果たしています。ドイツの薬局チェーンの dm (drogerie market) (24 頁参照) との教育パートナーシップで両企業の若手社員が「実行しながら学ぶ」ワークショップに出席して様々な製品のサステナビリティについて理解するための取り組みを自分たちで計画しました。その後その知識を携えて製品を正しく利用することでどれだけエネルギーを節約できるか、消費者に向けて店内で実演説明を行いました。

また、2012 年 8 月にドイツでレーヴェ対話フォーラムが開催されました。その中でも、製造業やそのパートナー小売業者はいかにして消費者に責任を持って製品を利用してもらえるように、適切に伝えることができるかに重点が置かれました。

「ファクター3」に向けたサステナビリティの目標

注力分野	目標	現状
	パフォーマンス： ・生産単位当たりの売上高（外部）を 2015 年までに最低 10% 増加（2010 年比）	●
	社会的発展： ・全社員を対象とした職務に適した継続的な研修と専門能力の開発 ・女性管理職者の割合を最大で年間 2% 増加（21-22 頁参照）	● ●
	安全衛生： ・2015 年までに世界中の労働事故率をさらに 20% 低減（2010 年比） ・2020 年までに消費者向け接着剤に使用する溶剤を 50% 削減（2010 年比）	● ●
	エネルギーと気候： ・生産単位当たりのエネルギー消費量とエネルギー消費に伴い生じる二酸化炭素排出量を 2015 年までにさらに 15% 削減（2010 年比） ・再生可能エネルギーの使用が環境的また経済的に有益であるか判断するために生産拠点を定期的に点検	● ●
	水と廃水： ・生産単位当たりの水消費量を 2015 年までにさらに 15% 削減（2010 年比） ・2012 年までに石鹸、シャワージェル、シャンプーに使用する易生分解性成分の割合を 90% まで増加	● ●
	原材料と廃棄物： ・2015 年までに生産単位当たりの廃棄物量をさらに 15% 削減（2010 年比） ・2015 年までに製品の原材料のベースとして使用するパーム油およびパーム核油にはすべて持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）による認証を取得したものを使用	● ●
	全注力分野を対象とする包括的な目標 ・新製品はすべて 1 つ以上の注力分野における持続可能な開発に貢献 ・バリューチェーンに対するヘンケルの製品の貢献度を評価し、製品カテゴリーにおける進捗を定量化する一般に認められた測定システムの確立	● ●

● 達成 / 計画通り進行中 ● 更なる注力が必要 ● 未達成

組織と経営管理

ヘンケルの経営委員会はサステナビリティ戦略及びコンプライアンス体制の全責任を負っています。

経営委員会のメンバーが議長を務めるサステナビリティ評議会はヘンケルの全分野に影響力を持ち、中央決議機関として全世界的にサステナビリティ活動を推進しています。サステナビリティ評議会のメンバーは事業部の代表でありサステナビリティ戦略を実行に移す責任を負う管理部門すべての代表です。

ヘンケルのコンプライアンス体制は法的規制や社内指針を遵守しています。

世界共通の基準

ヘンケルはそのビジョンとバリューに基づき、規範全般及び企業基準に明記する拘束力のある行動規則を策定しました。こうした規範や基準は全ての事業分野や文化圏のヘンケル全社員に適用されます。

「行動規範」は最も重要な企業方針と行動規則を定めています。起こりうる利害の衝突に対処するための指針が補足されています。この指針は汚職対策の鍵としての役割があります。さらに企業基準では競争や独占禁止法、安全・衛生環境基準及び社会的基準の遵守、ならびに公共の事項のような特定の題目について取り上げています。規範や企業基準はヘンケルが2003年から参同している国連グローバル・インパクトを実施するうえでの基盤でもあります。

www.henkel.com/sr2012|5

ヘンケルのコンプライアンス体制

私たちのコンプライアンス体制、行動規範、企業基準は統合された経営管理システムと明確に責任を定義した組織的構造で支えられています。2007年、それまで分散していたコンプライアンス部署をひとつにまとめて世界中の対策や対応に関する責任を負う中枢体制にしました。

最高コンプライアンス責任者は直接、経営委員会会長にコンプライアンスの報告をします。そして総合的なコンプライアンス・リスク委員会、社内監査部門、世界中に任命されたおよそ50人のコンプライアンス責任者、そして企業コンプライアンス事務局が最高コンプライアンス責任者を支えています。企業データ保護責任者もまたコンプライアンス体制の一員です。このようなチームが丸となって情報の流れをまとめ、社員が要求事項を実施する後押しをします。例えばトレーニングコースを通して各地域の課題を考慮できるようにすることなどが挙げられます。

最高コンプライアンス責任者はいかなる違反も、またそれに対処する対策についても定期的に経営委員会に報告します。私たちの社内報告及び苦情の伝達ルートも社員が行動規範や企業基準の侵害を報告できるように設けたコンプライアンスホットラインで拡大しました。これは独立した社外プロバイダーが運営しており、74カ国での利用が可能です。

コーポレート・ガバナンス

ヘンケルのコーポレート・ガバナンスとコンプライアンスに関する包括的な情報および経営委員会の役員報酬報告書は、年次報告書とインターネットで提供しています。

アニュアルレポート
24～41頁

www.henkel.com/sr2012|4

ヘンケルにおけるサステナビリティの組織



サステナビリティ評議会は中核的な意思決定機関として、世界におけるヘンケルのサステナビリティ活動の方向性を決定しています。評議会メンバーはヘンケルの事業部門および全管理部門を代表しています。www.henkel.com/sr2012|6

コミュニケーションと研修に注力

ヘンケルは世界規模で事業を展開しているため、社員は多種多様な法制度や価値体系に直面します。トランスパレンシー・インターナショナルのような機関が腐敗行為に直面するリスクが高いと報告している国においても数多くの社員が業務に従事しています。そのような環境であっても全社員には例外なく同じことを適用します。つまり、私たちは法律や基準の違反に断固として反対し不正な事業活動を許さないということです。明確な行動規則の周知と日々の業務における利害対立の回避を可能にするため、社員には研修コースや情報伝達的手段に特化したコンプライアンス研修を実施しています。2012年、世界中でこの課題についてのセミナーを実施し11,100名以上の社員に研修を行いました。

管理責任者の任務としてのコンプライアンス

ヘンケルの管理職者はコンプライアンスに関わる重要な役割を果たしています。その立場からヘンケルの管理職者は社員に規範を示す特別な責務があります。常に倫理的かつ合法的に行動している管理職者の姿を社員が見ていればそれだけでコンプライアンスは全社員の行動に対する指針になります。こうした理由から9,000人に及ぶ世界中の全管理職者には年に2回コンプライアンスのeトレーニングプログラムの履修を必須とし、実例を見ながらコンプライアンスに関する様々な課題に取り組みます。主に反汚職法及び独占禁止法に重点が置かれています。2012年の管理職者によるコースの履修率はほぼ100%でした。

規則違反に容赦なし

ヘンケルは不正な行為を一切容赦しません。ヘンケルの経営委員会及び上層部経営陣は全てこの基本原理に従っています。不正行為は公正な競争性を損ない、私たちの信頼性や評判を傷つけます。社員は公正で完全に倫理的なビジネス環境を重んじています。法律違反、規範や基準の違反には断固とした態度で対処し、必要であれば懲戒処分をもって臨みます。2012年にはコンプライアンス規則を違反した結果、12名の社員が文書訓告の処分に、43名が契約解除になりました。

監査プログラムの結果

社内規範と基準のコンプライアンスを検証するためヘンケルは生産拠点および経営拠点での監査を定期的に行い、請負業者や物流センターの監査も徐々に増やしています。監査はリスクや改善の余地がある点を見つけ出す重要な手段です。

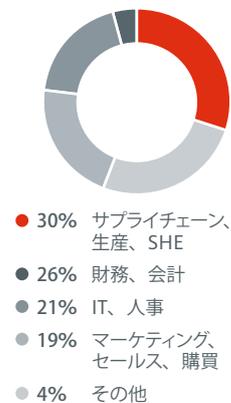
2012年は世界各地で57件の監査を実施しました。監査の過程で計1,619件に上る是正措置を取るようになりました。2012年は主に価格決定及び利益性と安全・衛生・環境(SHE)の基準を重視しました。SHE基準のコンプライアンスについては54の事業所を監査し、413件の最適化対策を講じる結果となりました。ヘンケルの「社会的基準および多様性と一体感を育む方針」の維持に関する検証は世界中にある15事業所で監査の一部として実行しました。

SHEや社会的基準の監視を含めた監査結果のすべてはヘンケルの経営委員会に提出された内部監査部門によるアニュアルレポートに記載されています。

内部監査部門はコンプライアンス、リスクマネジメント、社内監査の面で担当者への研修を継続します。この方針に沿って2012年に行われたセミナーや監査の中で世界中にある全事業部門、管理部門の社員約350名に再び研修を行いました。

2012年の監査が対象とした
主な部門

2012年ヘンケル監査プログラムの
配分割合



サステナビリティへの責務

イノベーションの管理

よりよい生活の質と資源の消費を切り離すには製品のイノベーションが不可欠です。ヘンケルのサステナビリティ戦略を実行するための原則のひとつが「製品」である理由はここにあります。製品はより少ないエコロジカルフットプリントで企業顧客や消費者により高い価値とパフォーマンスを提供すべきです。ヘンケルにとってこれは「グリーン」製品を開発するというだけの問題ではありません。それでは製品の環境的な側面が改善されるだけです。私たちはあらゆる側面を考慮し、製品ポートフォリオ全体を継続的に改善することを目指しています。これには高度な革新性が重要です。

2012年、ヘンケルは研究開発分野に約2,700名を配し、この分野の活動に4億800万ユーロを投入しました。製品開発を初期段階からサステナビリティ戦略に沿って進めるため、2008年より注力分野を全社的なイノベーションプロセスに組み込んできました。(下図参照)。

サステナビリティの評価

バリューチェーンのどこがサステナビリティに最も影響を与えられるかを特定するべく、ヘンケルでは様々な評価方法の開発に重点を置き、「価値」と「フットプリント」の最適化という目標達成を目指しています。そして、評価結果を基に適切な改善策を策定します。製品のライフサイクル全体を考慮に入れてはじめて、対策による製品のサステナビリティ特性の全体的な向上が可能になるのです。

製品のカーボンフットプリントやウォーターフットプリントを測定する方法を含め、分析方法をさらに発展させ簡素化するために私たちは外部のパートナーと共同で取り組んでいます。サステナビリティ・コンソーシアムやコンシューマー・グッズ・フォーラムの測定グループへの参加もその一例です。

イノベーションプロセスにおけるサステナビリティ評価



2008年以降ヘンケルの注力分野は、そのイノベーションプロセスに体系的に組み込まれてきました。つまり、研究者はいずれかの時点で製品のパフォーマンスと企業顧客や消費者への付加価値、社会的基準の観点から、自らのプロジェクトの利点を実証しなければなりません（「価値の創出」）。またどのように使用資源の低減に役立つかを示すことも求められます（「フットプリントの削減」）。ヘンケル・サステナビリティマスター（右頁参照）は研究者が製品の貢献度を評価するために使用するツールの一つです。

サステナビリティの測定を可能にするため、ヘンケルはヘンケル・サステナビリティマスターを構成する様々なツールを開発しました。これはドイツのヴッパータールにあるCSCPとの共同開発で、小売業者、NGO、研究所、その他のステークホルダーとの対話を実施する際に様々な方法で利用されています。

この評価システムの中心にあるのは「価値」と「フットプリント」の変化を評価するために利用できるマトリクスです。ライフサイクル分析や実験データなどの科学的測定方法を基に各製品カテゴリーにおけるいわゆるホットスポットを特定することができます。この分野はサステナビリティに最も関連性が高く、「価値」と「フットプリント」の両面に適用します。(下表参照) マトリクスを利用して2つの製品や製造過程のサステナビリティの成果を比較することも可能で(15、19頁参照) 変化の度合いを定量的に示すことができます。ヘンケルの研究者はこれらの結果をイノベーションや製品の継続的改善に活用します。ヘンケルのサステナビリティマスター及びライフサイクル分析の詳細についてお知りになりたい場合は、www.henkel.com/sr2012|9をご覧ください。

製品と消費者の安全性

ヘンケルの製品は本来の使用目的に適した使用であれば、企業顧客や消費者に安心して使用していただけるようになっています。生産、使用、廃棄における高い安全性を確保するため、すべての原材料や最終製品について数多くの評価と検査を実施しています。これは法的規制及びさらに広範囲に及ぶヘンケルの基準の遵守に基づくものです。

製品開発者や製品の安全性に関する専門家は成分の評価を最新の科学的知見や特定の安全性データに従って行い、市場に出たヘンケルの製品を引き続き追跡して得られた見識を評価に取り入れています。ヘンケルにおける安全評価は、物質が本来持つ潜在的危険性だけでなく、特定の処方における物質の実濃度や使用状況を特に重要視しています。製品の化学成分の安全性はたびたび公衆の議論にとり上げられるテーマとなっています。その度に、ヘンケルは特別な注意を払って評価の見直しを行っています。もとより、危険な性質を持つ物質の使用は特別な場合を除いて禁じています。その他の場合、代替となる成分を開発して健康に害を及ぼさないよう改善に努めています。(13、18頁参照)

ヘンケル サステナビリティ マスター 液体洗剤カテゴリーのホットスポット

		原材料	生産	物流	小売	使用	廃棄
価値	パフォーマンス					ホットスポット	
	安全衛生						
	社会的発展					ホットスポット	
フットプリント	原材料と廃棄物	ホットスポット					ホットスポット
	エネルギーと気候			ホットスポット		ホットスポット	
	水と廃水					ホットスポット	

このマトリクスはヘンケルのサステナビリティマスターの要であり製品や製造過程のサステナビリティを評価するツールです。また、これはヘンケルのバリューチェーンにおける個々の段階や6つの注力分野に基づいています。製品価値を高め、同時にフットプリントを削減することを目的としています。科学的測定方法に基づいて各製品カテゴリーのホットスポットを特定できます。これはサステナビリティに最も関連性の高い分野で、上段の「価値」や下段の「フットプリント」の両方にわたり特定されます。

イノベーションと代替試験方法

ヘンケルは1980年代初期から、原材料及び製品の生物学的影響と適合性を検査する方法を新たに開発するため研究を進めており、成功を収めています。高度な分子生物学的手法を使ってヒトの皮膚細胞に対する原材料の影響などを徹底的に調査することで、最適化した処方を生み出すことができます。この手法は製品のイノベーションを成功させるための基本的な必須条件の一つです。

大きな目標の一つは、ヘンケルの製品や使用している成分の安全性に関する問題に全く動物実験を行わずに答えられるようになることです。ヘンケルの方針として、法規で定められていてなおかつ必要なデータを得る方法が他にない場合にのみ、動物実験を実施します。

また、成分の皮膚適合性に関する問題は現在生体外試験を用いて調査できます。ヘンケルは外部のパートナーと提携して過去数十年間で皮膚モデル（ヒト表皮モデル）

などの生体外試験方法を開発し、動物実験の代わりとなる試験方法として承認を受けるために欧州代替法検証センター (EURL-ECVAM) に提出しました。世界でこの方法を利用するためには公式承認が必要不可欠です。ヘンケルのみならずヘンケル以外の機関でも使用ができるようにしたいと考えているからです。

この研究の成果はオープンソースモデルで自由に利用できるようにし、例えば業界紙などで生物学者、研究所の技術者がその試験方法を無料で入手できるようにする計画を立てています。このような決意を持ってヘンケルは代替試験方法を世界中で活用できるようにするための重要な一歩を踏み出しています。ヘンケルの科学者は現在フ라운ホーファー研究機構の研究者達と共に取り組み、1セント硬貨ほどの大きさの皮膚モデルを一つ一つ研究所で生産できるようにするだけでなく、将来的には、機械での生産を可能にしようとしています。工程の効率がさらに上がれば生産量を拡大できるようになります。

パッケージの開発におけるサステナビリティ例



Le Chat Eco Gel — 濃縮液体洗剤用ボトルを最適化

2012年以來、フランスにおけるLe Chatブランド、およびその他の欧州におけるPersilブランドのジェル状の濃縮液体洗剤を新ボトルで提供しています。ボトルは従来の物より43%軽量化され、カーボンフットプリントを大幅に削減しています。



Fa — デオドラントスプレー缶に再利用アルミを使用し製造

アルミ缶の製造には比較的大量のエネルギーを消費します。このためヘンケルは2013年、Faデオドラントスプレー缶の約25%に再利用アルミニウムの使用を開始します。そうすることで缶の重さは10%軽量化されるうえに、カーボンフットプリントが大幅に削減されます。



Ceresit — タイル接着剤のパッケージを耐破損ポリエチレンで製造

タイル接着剤を入れていた従来の紙製袋は輸送の際簡単に破れることがありました。そこでこのたびCeresitタイル接着剤は2012年に導入されたポリエチレン100%の20kg袋により耐水性と耐破損性を兼ね備えたパッケージで提供されることになりました。また、ストップダスト技術を採用したプラスチック袋によりタイル接着剤を残すことなく取り出すことが可能になりました。

原材料の責任ある使用

Henkelは、原材料の責任ある管理、特に天然資源や生物多様性の保全に全力で取り組んでいます。長年、再生可能な原材料を使い、環境・経済・社会的な配慮と両立できる範囲で製品の全般的な特性を最大限に高めてきました。再生可能な原材料は石鹸、シャンプー、スティックのり、壁紙用接着剤など、すでに多くのHenkel製品で重要な成分として使われています。Henkelの衣料用洗剤に含まれる界面活性剤（洗浄活性物質）の30%以上が再生可能な原材料に由来します。Henkelはパーム核油などの原材料を界面活性剤及び原材料のサプライヤーから調達しているため、この場合は間接利用です。

パーム油及びパーム核油に関する活動の進捗状況と新たな目標

植物性成分の使用にあたって責任ある態度を取ることの重要性を表した格好の例としてパーム油とパーム核油が挙げられます。パーム油とパーム核油の持続可能な生産を推進するため、私たちは2003年から持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）に参加しています。Henkelは2008年に世界で最初にRSPO認証を受けたパーム油を購入する会社となりました。このような認証はパーム油プランテーションの持続可能な管理を推進する方法のひとつです。

Henkelの製品に直接使用している少量のパーム油やパーム核油には2010年からRSPO認証を受けたものを使用しています。2012年にHenkelは認証検査機関による2度目の監査を受け、持続可能なパーム油及びパーム核油製造認証の購入におけるRSPO基準を模範的に遵守していることが確認されました。

2015年に向けてHenkelは全事業部門の製品に直接的あるいは間接的に原材料として供給されるパーム油やパーム核油にすべてRSPO認証を受けたものを使用することを目指しています。2012年の時点ですでにランドリー&ホームケア事業では世界中で衣料用洗剤や家庭用クリーナーの全種類にRSPO認証の製品を使用しています。これに並行して原材料のサプライヤーと継続的な対話を維持し、生産過程で使用するパーム油やパーム核油を持続可能なものに早急に切り替えるよう推奨していきます。

さらに2011年初期からは持続可能なパーム油に関するフォーラム（Forum on Sustainable Palm Oil）の首唱者として運営委員会のメンバーを務めています。

ドイツ、オーストリア、スイスの製造業者、小売業者、NPO法人の共同によるこの取り組みは持続可能なパーム油の生産を目標としています。この取り組みはRSPOが規定した基準に基づいており、今後この基準に微調整を加え展開していく意向です。

Henkelはまた、コンシューマー・グッズ・フォーラムで承認された世界的な森林破壊対策と生物多様性の保護に関する決議に調印しています。フォーラムの参加企業は2020年までの間独自で、あるいは共同で世界的な森林破壊を食い止めるための活動を起こし全力で取り組みます。Henkelにとってこの活動は特にパーム油やパーム核油のような原材料と結びついています。

www.theconsumergoodsforum.com

パッケージ廃棄物の抑制

Henkelは全社で抑制、削減、再利用の3つの基本原則を採用しています。サステナビリティにおけるリーダーシップをパッケージの開発まで拡大するために、2011年には今後に向けた総合的な目標を策定しました。

消費者向け製品のパッケージは様々な機能を果たします。パッケージは製品の衛生確保や損傷保護以外にも消費者に向けた必要情報を提供するためのスペースを与えたり、興味をそそるパッケージのデザインや陳列棚での目立ち具合で購買決定に関わる重要な役割を担います。パッケージ開発者は廃棄量を最小限に抑えるため、使用する材料を必要最低限にとどめながらも洗練されたパッケージのデザインに日夜取り組んでいます。

「よりスマートなパッケージ」のコンセプトで、Dialハンドソープは2次的なパッケージを必要とせずパレットのまま陳列し、購入できるようにしています。また、トイレの芳香洗剤WC Frish Kraft-Activ（Bref「Power Activ」）は、製品のパッケージに使用するプラスチックの量を55%低減することができました。

Henkelは、公的なリサイクルシステムで再利用できる原材料を活用しています。このようにしてドイツ国内だけで1980年代以降、パッケージの原材料使用を半分に低減することができました。その他の国々でもパッケージ廃棄物の抑制および再利用に積極的に取り組んでいきます。Henkelがチェコ共和国でEKO-KOMリサイクリング・イニシアチブに携わっているのはその一例です。

消費財のパッケージフット
プリント削減に向けた目標
www.henkel.com/sr2012 | 10

2012年のHenkelの
パッケージフット
プリント¹



- 46% プラスチック
- 44% 紙および段ボール
- 9% 金属
- 1% ガラス

¹ およそ506,000メートルトン
(包装材費用に基づき推定)



資源利用を減らす「スマート」な処方について話し合っています。

(左から) ビューティーケアのマルチナ・スピナッチ、ジェンス・ハインミラー、マリーナ・ヴォディッカ、カロール・ヴェストホフ、トーマス・ヒッペ博士

「サステナビリティ・エクセレンスへの道」

ヘンケルのサステナビリティ戦略である「削減でより大きな目標達成」を実行するためにビューティーケア事業部門では「サステナビリティ・エクセレンスへの道」というプログラムを立ち上げました。プログラムは関係する全分野を網羅し、小売業者はもちろん原材料の製造業者やサプライヤーとの戦略パートナーシップを構築し、消費者教育を強化しました。

エコロジカルフットプリントを削減するために重要なのは「スマートな処方」の開発です。つまり、使用する資源を減らしながら有効成分を組み合わせる期待する成果を出せるように、従来の製品を最適化するのです。

「サステナビリティ・エクセレンスへの道」プログラムの一環として様々な製品カテゴリーのライフサイクルを分析します。そうすることでどの分野に改善のポテンシャルが最も高いかが明らかになります。例えば、使用後洗い流しが必要な当社製品は使用段階でのエネルギー消費削減ポテンシャルが最も高いことが分かりました。

シャワーを浴びる、髪をブローする、歯を磨く、手を洗うなどの日常の行為が環境に及ぼす影響について消費者に気付いてもらうために資源消費量計算ページをさらに改良しました。それにより、消費者は製品のカーボンフットプリントにどのように影響しているかを即座に見ることができるようになりました。

www.schauma.com

オンラインで資源消費量計算

浴室でのエネルギー消費量に最も影響を及ぼしているのは消費者です。インタラクティブなオンライン資源消費量計算ページではエネルギー使用量の削減方法をオンラインで見ることができます。



ビューティーケア

サステナビリティ戦略2030の導入

ヘンケルはサステナビリティ戦略で製品、パートナー、社員を三つの戦略的基準と定めました。2015年に向けた目標を達成するためにビューティーケアはこの戦略的基準を具体化して「サステナビリティ・エクセレンスへの道」プログラムを設定し、事業部門全体にヘンケルのサステナビリティ戦略を定着させる手段としました。このプログラムは全事業及び意思決定過程を対象とし、マーケティング、研究開発、購買、製造、物流、営業、流通などの全分野を包括しています。また、サプライヤー、小売業者、消費者をこのプログラムに巻き込んで協力体制を確立しました。

この基準を実行に移すための鍵は進行中であるコスメティック製品の最適化です。資源の効率化を進めることはビューティーケア事業部門の製品開発過程にしっかりと組み込まれています。たとえ小さな改善でもサステナビリティ目標を達成するための一助になることを当部門の高いイノベーション比率が実証しています。全バリューチェーンに沿ってサステナビリティの促進を体系的に行うために戦略パートナーと緊密に協力しています。

ヘンケルのサステナビリティ戦略の実施を必ず成功させるためには社員が極めて重要な役割を果たします。日々の取り組みを通じて社員各自が持続可能な発展に貢献しています。

革新的製品で生活の質を向上

生活の質を向上し、できるだけ多くの人々が幸せに暮らせるようにすることは、世界中の社会的かつ政治的目標です。コスメティック製品は皮膚、髪、歯の衛生などの社会的便益を提供するだけでなく、生活の質における情緒面に貢献しています。例えば、コスメティック製品は身だしなみの良い容姿を保ち、個人のスタイルを引き立てます。数百万人もの人々が世界中で毎日利用しているヘンケルのコスメティックとトイレ用品は、この点において貴重な貢献をしているのです。

革新的で持続可能な製品を開発するために様々な取り組み方を分析し、必要に応じて内部目標に取り入れ、私たちのワークフローにしっかりと組み込んできました。また、6つの注力分野に従ってパートナーとタッグを組み、例えば代替の原材料を探したり、原材料や製品の製造過程の向上に努めたりすることでエコロジカルフットプリントの削減を目指しています。そうすることで主にエネルギー消費やカーボンフットプリントの削減が可能になります。生物分解しやすい原材料のシェアを引き続き拡大することで廃水による水質汚染の削減を達成します。

「人々の生活の質、幸福感、そして健康面を向上させながら、原材料をさらに削減した革新的な製品を開発することが私たちの目標です。」



ハンス・ファン・バイレン
取締役副社長
ビューティーケア事業部門
担当

Diadermine High Tolerance

ヨーロッパの女性の30%以上は、デリケート肌もしくは敏感肌です。Diadermine High Toleranceはドイツ、ベルリンのシャリテ病院の皮膚科とアレルギー研究財団（ECARF）のヨーロッパセンターと共同で、特別にこの対象グループのために開発した初めてのケア製品のひとつです。特にその成分には肌に合った緩和作用や保湿効果があり、染料や保存料は使用していません。シリーズにはクレンジングやケア製品があります。このイノベーションで敏感肌の消費者に非常に効果的な製品を提供できるようになります。





パートナーとの提携

ビューティーケア事業部門は戦略的物流サービスプロバイダーと共に物流業務を最適化し、二酸化炭素排出量の低減に長年取り組んでいます。この目標を達成するために顧客と協力してトラックの稼働率向上を目指しています。私たちが顧客の注文を分析して、それに従い、物流パートナーがトラックに荷積みします。これにより稼働率を25%増やすことができました。



Taft Power V12 Speed Gel

革新的なヘアスタイリング剤、Taft Power V12 Speed Gel は資源効率の向上と製品パフォーマンスの拡大が見事に結びついたものです。

本製品は当社の標準的なヘアジェルよりも優れた品質を消費者に提供しています。48時間の超強力なキープ力と短時間乾燥、多様なスタイリングができます。洗練された処方によってスタイリングポリマーの含有量を社内基準に対して15%削減できました。また、Taft Power V12 Speed Gel はかなり経済的なので、スタイリングに必要なジェルは比較的少なくて済みます。

Taft Power V12 Speed Gel を使用するとスタイリングジェル1回使用量のエコロジカルフットプリントが大幅に削減できます。原材料の使用効率を上げれば、それが製品ライフサイクルの様々な段階に生じるフットプリントに影響して、全体として大幅な削減につながります。従って、この製品は私たちのサステナビリティ戦略がどのように役に立っているかを表す格好の例です。

消費者と美容師へのアドバイス

消費者に向けての包括的なアドバイスは製品の安全性と密接に関係しています。したがって、ヘンケルの製品が販売されているすべての国々にアドバイスホットラインを設け、製品の特性と成分についての確実な情報を的確かつ迅速に消費者にお届けできるようにしています。この結果、ヨーロッパだけで毎年約180,000人の消費者からお問合わせを頂いています。最も多い質問内容

は製品の効果とその使い方についてです。製品関連のフィードバックはすべて品質保証システム上に文書化され、進行中の製品開発過程に反映されています。

私たちは美容師に対しても、研修や情報の提供による支援をしています。アカデミーシュワルツコフ (ASK) を通じてヘンケルの製品の正しい使用方法を含め、高度な職業研修プログラムを提供して様々な方法で美容師の方々をサポートしています。

www.schwarzkopf-professional.com

効率の良い資源消費に向けた消費者の姿勢

消費者が資源消費と関連するカーボンフットプリントに影響に及ぼしていることは疑いようの無い事実です。このことはライフサイクル分析、実証的データ、外部の専門家による評価によって示されています。使用後洗い流す製品は特にそうで、主に水を温めるのにエネルギーが必要なためです。

ビューティーケアのインタラクティブなオンライン資源消費量計算ページによりシャワー、入浴、髪の毛の乾燥、歯磨き、手洗いの際の水の消費量やエコロジカルフットプリント及び費用がどのように変わるかを調べることができ、またやり方をどのように変えれば良いかが分かります。(12頁参照) ヘンケルがライフサイクルの最終段階である「廃棄」に直接影響を及ぼすために重点を置いているのは、パッケージに再利用可能な材料を使用することと製品の処方やパッケージ製造に使用する材料を最小限に抑えることです。

製品の体系的な改善

ヘンケルは持続可能なイノベーションを推進し、製品ポートフォリオを体系的に改善するため、製品がライフサイクルを通じて環境に及ぼす影響を評価しています。製品のエコロジカルフットプリントを予測するためには処方成分を考えるだけでなく、パッケージや輸送、製造及び充填過程、物流、および小売りやショッピングに関わる活動はもちろん、消費者による使用・廃棄までのすべてを考慮しなければなりません。



Taft Power V12 Speed Gel の革新的な処方ではポリマーの含有量がヘンケルの標準的なヘアジェルよりも15%低減しています。更に、スタイルを48時間持続させられる効力もあります。これこそ私たちの言う「削減でより大きな目標達成」なのです。

手始めとして「エネルギーと気候」の注力分野におけるコスメティック製品のキーカテゴリーのカーボンフットプリントを算出しました。製品の原材料の購入から製造、使用、廃棄にいたるまで、バリューチェーン全体で気候変動の原因となりうる、あらゆる温室効果ガスの排出を算出しています。この結果を基に製品カテゴリーごとに改善すべき分野を決定します。例えばヘアスプレーやデオドラント用のアルミ缶の製造は、他と比べてエネルギーを大量に消費します。そこでヘンケルでは再利用のアルミ缶など、代替となる素材でカーボンフットプリントの削減が可能なかを検討しています。(10 頁参照)

製品ごとの処方成分によるカーボンフットプリントを減らすためには通常、製造業者の協力が必要です。同時にヘンケルも自ら原材料の構成に直接影響を及ぼします。つまり、「スマートな処方」の開発によってです。理想としてはその処方が、例えば冷却エマルジョン技術での加工に適した処方の場合のように製造過程において温室効果ガスの排出も削減することを目指しています。

製品のライフサイクルの最終段階である廃棄に私たちが直接影響を与える機会は限られています。しかし、その段階においてさえも「スマートな処方」を最適化し、製品パッケージの材料使用を最小限にし、さらにリサイクル可能にすることで、ヘンケルはカーボンフットプリントの一層の削減達成に貢献しています。



Dial Triple Moisture Body Wash は最適化した処方、再生可能な原材料を基にした有効ケア成分及び濃縮界面活性剤質 - 洗浄活性物質 - を使用することでカーボンフットプリントを削減しています。

ヘンケルサステナビリティ マスター – Right Guardを従来品と比較して

ヘンケルサステナビリティマスターに新しい発汗抑制剤、Right Guard Invisible Power のサステナビリティプロフィールを表示しています。これは水溶性の有効成分を基にしたイノベーションです。その含有物を使用することで、発汗抑制剤を乳液状にすることが可能になります。この新たな技術により実現された長時間持続可能な発汗抑制効果と衣服に染みを作らな

いという長所が消費者にとってのアピールポイントです。この有効成分の製造時には塵埃量が大幅に減少し、労働安全面でも意義深い優位性を見せています。また、従来の粉状有効成分を噴霧乾燥する際に要したエネルギーが不要になります。結果として、エコロジカルフットプリントの削減につながります。

	原料	生産	物流	生産加工	サービス / 使用	廃棄
価値	パフォーマンス				染みにならない	
	安全衛生		粉塵暴露の減少	推進剤ガスの使用	水溶性処方	
	社会的発展					
フットプリント	原材料と廃棄物	無溶媒処方				
	エネルギーと気候	エネルギー投入の削減				
	水と廃水					

大幅な改善 改善なし





ヘンケルアメリカ紙加工部門
担当副社長、ジョン・メツチャ
(右)と EarthSleeve を生産
する LBP マニュファクチャリン
グ社長、マシュー・クック氏

資源節約を実現した新たな多機能接着剤

米国イリノイ州シカゴの LBP マニュファクチャリングとヘンケルは、スターバックス向けの新しい EarthSleeve を共同開発しました。ヘンケルの新しいパッケージ用多機能接着剤を使用することで、この新たなカップ用ペーパー Sleeves の生産資源が 34% 削減されています。

ヘンケルの開発チームの課題は、熱い飲み物を手で持てるよう、従来と同等の断熱性を維持しながら段ボール紙の使用を削減するというものでした。この種の Sleeves は従来、2 枚の段ボール紙を貼り合わせて作られていました。新しい EarthSleeve はこれまでよりも薄い段ボール紙を使用するため、原料が少なくなります。これ

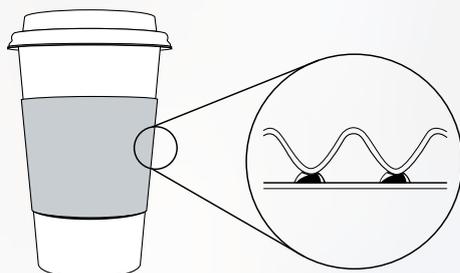
は 2 枚の紙を接着することに加えて断熱効果も発揮するヘンケルの新しい多機能接着剤によって可能になりました。

EarthSleeve は原料を大幅に節約し、かつ再生繊維を 85% 含有していますが、さらに Sleeves の軽量化による輸送面と完全生分解性によって環境への影響も低減します。

EarthSleeve は現在、米国とカナダのスターバックス店舗に導入が始まっており、将来的に世界各国の店舗で使用される予定です。今回の LBP との共同開発では、開発プロセスにおいて資源の効率化を図ることで、お客様に高い価値を提供しながら環境負荷を低減できることが示されました。 www.henkelna.com/paperconverting

接着剤の イノベーション

ヘンケルの多機能接着剤により新たなカップ Sleeves の生産工程における紙資源が 34% 節約でき、資源効率が高まります。



アドヒーズ テクノロジーズ (接着技術)

グローバルリーダーとして

当社の製品とサービスは、世界的な認知度を確立しています。幅広い製品群はさまざまな市場に浸透し、包装材や金属、自動車、エレクトロニクスなどの業界や航空宇宙分野で利用されています。包装材や書籍、携帯電話、家具、靴から自動車、航空機にいたるまで、当社の製品はあらゆる場所で皆様の日常生活を支えています。

アドヒーズ テクノロジーズ(接着技術)部門は、接着剤やシーリング剤、表面処理剤の分野におけるグローバルリーダーです。これは製品の技術面・環境面の適合性だけでなく、健康面への配慮についても言えることです。そのため当社は、お客様の経済的利益と、人や環境に対する責任を両立すべき立場にあります。

より高い価値をお客様に

私たちにとってサステナビリティと効率性は切り離すことができません。当社の長期目標は効率を3倍に高めることだけでなく、お客様の効率性も飛躍的に向上させることです。当社は、お客様に高い価値を提供し、お客様自身がサステナビリティ目標を達成できるよう、常に製品を最適化しています。多くの場合、当社のソリューションは経済的メリットと環境保護の促進、労働安全衛生、消費者保護を兼ね備えたものです。

例えばパッケージ用接着剤 Technomelt Supra 1000 は、当社が包装産業を常に支援していることを示す製品です。この製品によって、以前と同じ分量の包装材に対する接着剤使用量を最大40%節減することができ、お客様のサステナビリティ効率が向上します。さらに接着剤の品質を高めることにより、不良品発生率が低減されます。

ティンバータワー社との共同事業により、ヘンケルは風力発電分野でも新たな時代の先駆者となりました。ハノーバー(ドイツ)の高さ約100メートルのタワーは、トウヒ材で作られた初の木製風力発電所です。木製の構造は、ヘンケルのPurbondブランドの接着剤を複数使用した特殊な技術によって接合されています。建設資材として木材を採用することでより高いタワーを建設することができるため発電量が増し、効率性が向上します。

「当社は世界のマーケットリーダー・技術リーダーとして、お客様の競争力を高めながら、人や環境に対する責任を果たすソリューションを開発します。」



ヤン・ダーク・アウリス
取締役副社長
アドヒーズテクノロジーズ
(接着技術) 事業部門担当

エレクトロニクス産業の効率性を飛躍的に向上

家庭用電化製品や航空機、自動車などの製品生産には、内蔵する電子装置を落下や衝撃から保護するためのアンダーフィル材料が必要です。ヘンケルは、例えば娯楽用の高度な機器を生産するための複雑なニーズに応え、高性能で使いやすいアンダーフィル製品 Loctite UF3810を開発しました。ハロゲンフリーのこの製品は、ガラス転移温度が低く摂氏130度で硬化するため、生産工程のエネルギー使用量を抑えます。



カシャーサ・プロジェクトが受賞

カシャーサ・プロジェクトは2012年、チリ・ヴェルデ・イニシアチブによって最も持続可能性の高い技術のひとつに選ばれ、チリ・ヴェルデ2012を受賞しました。このプロジェクトには、ヘンケルがチリで開発した新しい技術が活かされています。ヘンケルチリは、AgorexブランドおよびPrittブランドの製品に含まれる石油系溶剤をサトウキビ由来のエタノールに切り替えました。有名なカシャーサと呼ばれるアルコール飲料もサトウキビ由来であることから、このプロジェクト名が付けられました。エタノールは現在のところ最も環境にやさしい有機溶剤です。2012年以降、ヘンケルはカシャーサ技術をブラジルやアメリカの製品にも使用しています。
www.agorex.cl



持続可能な製品のための提携

サステナビリティを推進するには、原料サプライヤーから消費者までのバリューチェーン全体を巻き込んだ知識の共有と行動が必要です。従って、私たちは優れたパートナーと共同でさらなる環境保護や労働安全衛生と消費者保護のための効率的なソリューション開発に尽力しています。

その一例が当社と自動車業界との協同です。自動車生産にヘンケルの技術を採用することで数多くの改良をもたらすことができます。例えば、必要な生産工程の数を削減することでエネルギーや水を節約し、車体の軽量化と安全性の向上に役立ちます。

接着技術は溶接やリベット打ち、ボルト締めといった従来の接合技術に代わって多く利用されています。異素材同士を接合する場合、接着は唯一の方法であることも少なくありません。複合材料を使用して車体全体を軽量化すると、炭素排出量も減少します。また接着技術は車体の強度を高め、継ぎ目をふさぎ、溶接箇所を削減し、腐食への耐性を高めます。特殊な接着剤は騒音も抑えます。

接着剤が自動車生産においてメリットを発揮するという理由から、英国のトレーラーハウス・メーカー、Elddis社とヘンケルの提携が実現しました。実際にElddis社の製品のボルトのうち、既に90%がヘンケルの接着剤に変更されています。同社は将来、この比率をさらに高める予定です。

また、接着剤用精密ディスペンシング装置の大手メーカー Nordson Corporation との新たな提携によっても、強力なパートナーシップの重要性が明らかとなっています。この提携により、接着剤の無駄を省くとともにダウンタイムを短縮し、企業顧客の工場で当社の製品を使いやすくする新しいディスペンシング装置が生まれています。

最優先事項は安全

企業顧客や消費者の健康と安全は、私たちの最優先事項です。そのため世界中で常に当社製品に新しい基準を設定する作業を続けています。その際に重要な課題となるのは、一般消費者向けや専門技術者向けの接着剤に含まれる溶剤です。当社の研究者にとって、溶剤型接着剤から無溶剤システムへの切り替えは長年の目標です。それが実現した例のひとつが2011年に欧州全域で発売した Pattex 100% 接着剤です。これは接着力を損なうことなく、ほぼ無溶剤を達成した製品だけで構成される Pattex ブランドの製品のひとつです。

一方、食品業界では2011年に食品包装材に対する規制が今までよりも厳しくなりました。ヘンケルは、低移行性の製品群を食品用に提供する世界初の接着剤メーカーとなりました。製品はすべて水性かつ可塑性不使用で、材料接着面からの化学物質の移行をほぼゼロにしました。またこれらの接着剤は、従来品と同等またはそれ以上の接着力を発揮しながらコストを最大30%削減します。



無溶剤の接着剤 Pattex 100% は、透明で柔軟性の高い接着ラインを形成します。

ライフサイクル評価によるイノベーション

ヘンケルは、接着剤の世界的リーダーとしての責任を認識し、サステナビリティにおける進捗をわかりやすく報告したいと願っています。私たちは、研究開発スタッフの幅広い経験とライフサイクル分析によって、製品ポートフォリオ全体を改善するための最適な出発点を特定します。ここでは当社の製品の成分や生産方法だけでなく、製品の用途やお客様の生産プロセスも検討対象とします。

ヘンケルのサステナビリティマスターには、私たちのバリューチェーンと6つの注力分野(9頁参照)に基づく製品カテゴリーの評価シートが含まれています。これによってサステナビリティに最も大きく関与する分野やホットスポットが特定できるだけでなく、2種類の製品またはプロセスを透明性の高い定量化した方法で比較できるようになります。また、これによってどの分野で改善の見込みが高いかを示すことができます。

アドバイスと研修、意見交換

当社にとって品質とは、高品質な製品の開発と販売だけに止まりません。当社は世界中のお客様にサービスとアドバイスを提供しています。北米のヘンケルは現在、新たな手法で法人顧客の問題解決をお手伝いしています。これはリアルタイムのテレビ会議で技術サポートを提供するものです。画像は一度に3か所まで配信できるため、異なる分野の専門家らがお互いの技術を提供できます。また中東欧のセレスット研修センターでは、建設技術者らがヘンケルの建設用製品の正しい使用方法を学ぶことができます。そこではセレスット表面絶縁製品に関する専門技術を技術者に提供しています。これらの製品は、建物のエネルギー使用量を削減する重要な役割を果たします。

ヘンケルのサステナビリティマスター – Loctite Max 2とエポキシ樹脂の比較

下のヘンケル サステナビリティマスターは、Loctite Max 2のサステナビリティ性能を示しています。炭素繊維またはガラス繊維で補強した複合材料は軽量ながら高い強度を発揮するため、低燃費車の生産においてますます重要性を増しています。Loctite Max 2は、通常使用されるエポキシ樹脂に比べ、次のさまざまなメリットを備えたポリウレタンベースの樹脂

です。まずポリウレタンのカーボンフットプリントは、エポキシ樹脂よりも大幅に少なくなります。またポリウレタンベースの樹脂は硬化が早く、繊維素材の浸透を容易にするため、必要な注入時間が短くなります。サイクルタイムが短縮されると、お客様の経済的メリットが生まれます。

価値		原料	生産	物流	生産加工	サービス / 使用	廃棄
 パフォーマンス					サイクルタイムが短いシステムソリューション		寿命が延長
 安全衛生					反応の管理が容易		
 社会の発展					革新的な新しいデザインが可能		
 原料と廃棄物					表面がより滑らかで再加工が減少		寿命が延長
 エネルギーと環境		カーボンフットプリントが減少			硬化のためのエネルギー使用		
 水と廃水							

フットプリント

大きく改善

改善なし





2012年9月26日は、ドバイをはじめ世界各地のヘンケルでサステナビリティ戦略2030を話し合う日となりました。左から、ラミア・スマウイ、サイード・カフタニ、ラミィ・ベルマウイ。

世界中でサステナビリティがテーマとなったヘンケルデー

2012年9月26日、世界75か国以上でヘンケル社員が当社の136回目の創立記念日を祝いました。ヘンケルデーは、サステナビリティというテーマに取り組む一日となりました。

ヘンケルのサステナビリティ戦略2030「削減でより大きな目標達成」を社内全体に普及させるため、私たちは2011年末の発表直後から対話志向の取り組みを続けています。2012年には、サステナビリティ関連のさまざまなキャンペーンやイベントを実施しました。ヘンケルデーもそのひとつです。その狙いは、世界中のヘンケル社員に多様な活動を通してサステナビリティ戦略を熟知してもら

うことです。なぜなら、サステナビリティの理念と課題に対する社員全員の理解があって初めて、これらが日頃の行動や意思決定のガイドラインとなるからです。

ドバイのアフリカ / 中東地域センターでは、社員がヘンケルデーのインフォメーションスタンドでサステナビリティ戦略について学びました。この日は全社員で海岸の清掃も行いました。また中国やエジプト、ドイツ、ギリシャ、日本、ロシア、韓国、スウェーデン、英国とともに、サステナビリティに関するクイズも実施しました。クイズは、サステナビリティを楽しく伝えるためのものです。オーストリアやドイツ、ロシアでは、健康がヘンケルデーのテーマとなりました。一方、日本やトルコでは、社員が植樹を行いました。世界のヘンケルデーの活動については、次のウェブサイトをご覧ください。

www.henkel.com/sr2012 | 11

チームワーク

ドバイではサステナビリティをテーマとしたヘンケルデーに社員が海岸の清掃を行いました。



社員

人材管理の優先事項

ヘンケルは、グローバルカンパニーとして75ヶ国以上の拠点を120ヶ国を超える国籍の人々を雇用しています。また社員の80%以上がドイツ国外で勤務しています。このような国際性と多様性に富む環境から、当社では共通のビジョンと活きた企業価値によって世界中の社員が一体感を持つことが必要とされます。この一体感の基礎は、平等の原則を含む拘束力のある行動規範によって確立されています。当社の社員には、国籍や性別、年齢にかかわらず、平等に評価・昇進のチャンスが与えられています。

当社にとってさらに重要な点は、社員の能力管理、継続的な研修・教育、健康管理です。また社員全員がサステナビリティの理念を理解し、日常業務で積極的に貢献することが求められています。

2012年も当社は、多くの国で（大卒および中途採用の双方の就職希望者にとって）魅力的な企業のランキング上位に挙げられました。企業認知や企業ブランド構築を専門とする研究機関 CRF Institute は、ヘンケルを第1位とし、これによってヘンケルは3年連続でドイツ国内企業の最上位に選ばれたことになります。

多様性が企業の成功に貢献

職場における多様性は、異なる考え方や働き方を呼び込み、価値と競争力を大きく向上させると確信しています。当社の多様性は、国籍や性別、年齢、専門的経験といった特徴にはっきりと現れています。また各社員の才能や考え方、価値観、知識、能力にも潜在的な多様性を見て取ることができます。これは当社の市場と製品の多様性を反映したものであり、この多様性によって、ヘンケルは自らの市場への理解を深め、長期的な成功を築いていくことができるのです。

当社の人材採用は、能力、可能性、実績のみに基づいて決定されます。当社は、社員一人ひとりの成長機会を損なうような障壁を特定し、排除することに注力しています。この方針の基礎となるのは、2009年に採択された「多様性および一体性の戦略」です。またヘンケルのダイバーシティ・ブログもディスカッションの場として利用され、常にこのテーマでの意見交換が可能です。
www.henkeldiversity.com

女性社員の育成

当社は継続的に女性の管理職を増やしています。その比率は2008年も26%と適正でしたが、2012年末には31%程度に伸びました。ヘンケルはフランクフルト証券取引所のDAX指数構成銘柄30社の中でもこの分野でリーダーの地位を保っています。当社はこの地位をさらに強固にするため、企業全体の女性管理職の割合をすべてのレベルで毎年平均1~2パーセントポイントずつ増やす目標を掲げました。しかし目標人数を定めることは意図的に控えています。

「当社のサステナビリティ目標の達成に向けて、全社員が各自の果たす役割をはっきりと認識するには、グローバルチーム間での定期的な情報のやりとりや緊密な関係構築が不可欠です。」



カトリーン・メンゲス
取締役副社長
人事 / インフラ部門担当

フレキシビリティの促進

ヘンケルは2013年夏、デュッセルドルフの拠点に「Die Waschbären（アライグマ）」と呼ばれる3つ目のデイケアセンターを開所し、これまで以上に社員のニーズに応える保育オプションを提供する予定です。これは社員のワーク・ライフ・バランスの実現を手助けする事業の一環です。この写真はデュッセルドルフのヘンケル社員、マリア・ドミンゲス・パーラが息子のルイスを迎えにヘンケル・デイケアセンター「Kleine Löwen（小さなライオン）」に来たところです。



ヘンケル ワーク・ライフ・フレキシビリティ憲章

柔軟性の高い勤務モデルは、最高の人材を獲得するために必要な要素であり、仕事と私生活の両立に悩むすべての社員にとって魅力的な条件です。出勤の文化から信頼と能力の文化へと移行するため、ヘンケルの取締役会と経営陣は、グローバルな全社規模の「ヘンケル ワーク・ライフ・フレキシビリティ憲章」に署名することで固い意思を表明するという決定を行いました。この憲章の基本的な理念は、柔軟性の高い勤務モデルを今後さらに受け入れていくことです。世界中の当社の管理職は、それぞれの担当部署で自発的に柔軟な勤務を促進することとされており、自らもその取り組みを実践しています。

2012年の主な研修分野



34%	安全、健康、環境、品質
25%	コミュニケーションと言語
15%	業務管理
11%	マネジメントとリーダーシップの能力
9%	化学・技術
5%	IT
1%	その他

ヘンケルはすでにフレックスタイムやパートタイム勤務、モバイル機器の幅広い利用、ホームオフィス制度など、さまざまな柔軟性の高い勤務モデルを導入しています。この優れたコンセプトの恩恵はすべての関係者（会社、管理職、社員）にもたらされ、それぞれが固有のニーズに従い、これまでよりも効率的に時間を割り振ることができるようになりました。

人材開発

ヘンケルの戦略的企業目標を達成するには、創造性の高い管理職と社員、チームが必要です。当社の目標は、世界中の高い能力を持つ人々の中から最適の人材を獲得し、当社のグローバルチームをさらに強化することです。私たちは毎年、管理職社員を統一原則と明確に定めら

れた能力基準に沿ってディベロップメント・ラウンドテーブルで評価します。2012年、当社はこの能力管理プロセスを将来性の高い非管理職社員にも拡大しました。このように実績と将来性を統一された基準や能力に照らし合わせて年1回評価し、透明性の高いミーティングでフィードバックすることは、非管理職社員の育成にも効果があります。

継続的な研修と教育

ヘンケルのグローバルチームの質は、国際市場における当社の成功の鍵を握っています。私たちが社員の研修を更に拡大しようとするのはそのためです。当社の社員は、専門研修コースや自己啓発コースを平均して年に2日間受講します。管理職セミナーや語学研修、安全・コンプライアンス・環境関連の研修など、幅広い選択肢が用意されています。豊富なEラーニングプログラムが参加形式のトレーニングを補っていますが、これらは今後さらに追加される予定です。

成果主義に基づく報奨

個々の社員の実績を市場慣行に従った公平な給与システムで正当に評価することは、当社の企業文化の基本です。当然のことながら、このシステムにおいて男女の社員に給与差はありません。

当社の業績に対する個人の関与と貢献に報いるため、約9,000人の管理職社員の給与には利益連動報酬が含まれています。年間の個人実績を評価し、これを特に大きく給与に反映させます。管理職の報酬については世界的ガイドラインを設定していますが、管理職以外の社員に対するこれらの奨励報酬制度は、文化や地域ニーズをもとに決定します。

賞与は常に当社のビジョン & バリューに基づき、社員の実績を評価して決定します。もし、社員がサステナビリティ基準に影響を及ぼす立場にあり、明らかに業績に関わる場合は、エネルギーや水の節約、事故率の削減といった項目も、個人の設定目標に含まれます。また目標達成会議では、各社員が該当するすべての法規とヘンケルの基準を遵守していることを必ず確認します。

健康と仕事量の増加

当社は、社員の健康に配慮しつつ、パフォーマンスを最大限に発揮できるよう取り組んでいます。長期疾患をもたらす可能性のある職場関連リスクを排除するため、健康と疾患予防を目的としたプログラムを設けています。これらのプログラム作りでは、各事業所が地域のニーズに合わせた独自の優先事項を定めます。

時間的に厳しい要求が増えるに従って、心の健康を守るための社内プログラムがより重要になりつつあります。そこで多くの事業所では、労働時間やストレス、悩みについて対処するためのカウンセリングを社員に提供しています。また「ワーク・ライフ・フレキシビリティ憲章」など、社員のワーク・ライフ・バランスを改善するための取り組みも設けています。

さらに当社は、緊急時に社員が適切なケアを確実に受けられる態勢を整えています。ヘンケル社員のおよそ8人に1人が応急処置の講習を受けています。この講習は処置の質を維持するために2年ごとに行われています。

人権と社会的基準

1994年から、ヘンケルは事業を行う各国の社会的価値と文化圏を尊重するという企業理念を掲げてきました。

私たちは、2000年の行動規範の導入や2003年の国連グローバル・コンパクト加盟でもこの理念を強調しました。また、当社が2006年に導入した社会的基準は、国際労働機関 (ILO) のガイドラインや、グローバル・コンパクト、OECD 多国籍企業行動指針、ソーシャル・アカウンタビリティ・スタンダード (SA 8000) に基づくものです。この社会的基準は、研修や講演、Eラーニングプログラムを通して確実に社内全体に定着しています。さらにコンプライアンスについては、グループ全体の監査プログラムの一環として定期的に検証します。

アクションプラン・ミーティング - サステナビリティ戦略 2030 の定着のために

明確なサステナビリティ戦略は、単なる出発点ではありません。社員全員がサステナビリティの基礎となる原則を理解し、自らがこれに貢献して初めてサステナビリティは社員一人ひとりの日常業務に根付くのです。

これが、2011年末にヘンケル サステナビリティ戦略 2030 のアクションプラン・ミーティングを開催した理由です。ミーティングを重ね、2012年、全レベルの管理職とそのチームが、自らの管轄する分野で「ファクター 3」へのサステナビリティ目標達成に向けた短期および長期の取り組みを明確にし、サステナビリティ・アクションプランを作成しました。このミーティングは、サステナビリティ戦略 2030 の原則や現在と将来の課題を話し合う場ともなりました。

経営陣を対象にサステナビリティ戦略の導入とコ

ミュニケーションに関する調査を実施したところ、聞き取り調査で4分の3以上がアクションプラン・ミーティングを優れた情報チャンネルであると評価しました。回答者らは、このミーティングがサステナビリティ戦略について議論し、各部署と社員に情報を伝達し、各チームのサステナビリティ目標達成に向けた取り組みを確認するための最善の枠組みとなると述べています。



サステナビリティ戦略の発表以来、670回のアクションプラン・ミーティングで約6,000の対策が生み出されました。写真はヘンケルフランスのマネジメントチームのメンバー。



デュッセルドルフの dm 店舗
で消費者に説明するヘンケ
ルの化学技術研修生、ト
ーマス・クヴィチャーレ

エデュケーショナル・パートナーシップ – サステナビリティを体験

誰もが日常生活の中で環境保護に貢献することができます。その方法を知ってもらうため、2012年10月初旬、ヘンケルと dm-drogerie markt の研修生約 60 人がデュッセルドルフとその周辺 15 か所の dm 店舗でイベントを行いました。簡単な実験によって、誰もが家庭用品を正しく使用することでエネルギーや水を節約できることを紹介するというものです。

ヘンケルと dm-drogerie markt による提携の狙いは、研修生がヘンケルの製品を使用して自ら実験することでサステナビリティをより良く理解することです。dm 店舗内のイベント会場では、販売研修生や化学研修生、将来の薬剤師たちが学んだことを消費者に紹介しました。このキャンペーンは、2012年9月中旬にデュッセルドルフのヘンケルオフィスで開かれたワークショップで両社の若手社員が基本的なアイデアを出し合って実現したものです。

ドイツ連邦教育研究省のイニシアチブ



<http://en.zukunftsprojekt-erde.de>

このキャンペーンは、両社が共同で始めたエデュケーショナル・パートナーシップ「体験による理解 – ともに未来を築くために」から生まれました。

実用的な内容と研修生自らがイベント会場をデザインし、このプログラムの成功に大きく貢献しました。このエデュケーショナル・パートナーシップは、ドイツ連邦教育研究省の「サイエンス・イヤー 2012 – プロジェクト・アース：私たちの未来」に応じ、ヘンケルがサステナビリティをテーマに企画した3つのプロジェクトのうちの1つです。
www.henkel.com/sr2012 | 12

サステナビリティ・ワークショップ

2日間のワークショップで、ヘンケルは自社と dm-drogerie markt の研修生に環境に優しい製品の情報を提供しました。彼らはこの情報を各 dm 店舗で消費者に紹介しました。



社会貢献

積極的な参加

社会貢献（コーポレート・シチズンシップ活動）は、フリッツ・ヘンケルが1876年に当社を創業して以来、当社の企業責任のひとつとして特に重視されてきました。

2011年、ヘンケルはフリッツ・ヘンケル基金を設立しました。この基金は、企業利益には直接結び付かない社会事業へのヘンケルの長期的なコミットメントを強調するものです。この基金は当社の活動の中でも特に国際緊急援助や世界的なブランドおよび企業による貢献、MIT（Make an Impact on Tomorrow – 明日にインパクトを与えよう）イニシアチブによるドイツの社員のボランティア活動支援などを効率的に管理するためのものです。ヘンケルが社会貢献で特に注力するのは、教育関連分野です。2012年、当社の寄付金総額は約730万ユーロに上り、その30%以上が教育分野に拠出されました。

社員によるボランティア活動

余暇にボランティア活動をする社員や定年退職者への支援は、当社の社会貢献の重点分野です。社員や退職者は自らのプロジェクトに対して最高1万ユーロの支援金や製品の提供に加え、年間最大5日間の有給休暇を取得することができます。社員や退職者が実施しているボランティア活動は、地域のボランティア消防団から自助グループ、他国での教育プロジェクトなど多岐にわたります。

MITは2013年に創設15周年を迎えます。この機会にヘンケルは、特別プロジェクトを1件選び、5万ユーロの1回限りの支援金を提供します。世界中のすべての社員や退職者がこのプロジェクトに応募できます。

ソーシャル・パートナーシップ

教育は、個人の成長と社会の双方にとって不可欠なものです。教育に関わるイニシアチブが当社の社会貢献の中でも優先事項のひとつとされているのはこのためです。

2012年もパーシルは、「Projekt Futurino」イニシアチブの一環としてドイツ国内全域でさまざまな環境・教育活動を支援し、合計16万ユーロを拠出しました。その一例が2007年にベルリンの団体「Actiontouren – leben. lernen. e.V.」が始めた活動に対する支援です。これは都会に住むベルリンの子供たちが夏休み中、メクレンブルクの村で自然を体験するというプロジェクトです。

2010年11月、シュワルツコフプロフェッショナルは、慈善団体SOS子どもの村と共同で「Shaping Future – 未来をつなぐ夢はさみ」イニシアチブをインドやペルーで始めました。この活動の目標は、若者に基本的な美容技術を習得させることです。2012年は、美容師らとシュワルツコフ社員がブラジルのSOS子どもの村で4週間にわたるボランティア活動を行いました。2010年以降、シュワルツコフは、ブラジル、コロンビア、インド、ラトビア、モロッコ、ペルー、ベトナムの7か国で研修コースを実施し、これまでに合計204人の若者が受講しています。

※ 同イニシアチブは、2008年に日本のシュワルツコフプロフェッショナルがカンボジアで活動したのが始まりです。その後、日本発のイニシアチブは、他のオフィスまで広がりを見せています。

緊急支援

自然災害発生時、当社はフリッツ・ヘンケル基金を通して援助を必要とする世界中のあらゆる地域への緊急支援を行います。2012年にはグアテマラ地震の被災者に当社の製品と救援金を提供しました。また同年のフィリピンの洪水直後には、当社の社員や助けを必要としている人々に資金援助を提供しました。この援助の際には、寄付金総額がすべて被災者に手渡されるよう配慮しました。

社会貢献に関する詳細は、www.henkel.com/corporate-citizenship をご覧ください。



サステナビリティをテーマとした一連のラウンドテーブル・ディスカッションのひとつで社員と語り合う米国アリゾナ州立大学 Global Institute of Sustainability (GIOS) 教授兼上級学部長、ロブ・メルニック博士

サステナビリティを共に推進

さまざまな分野のサステナビリティの専門家との対話は、当社のサステナビリティ戦略を推進するうえで重要な役割を果たします。そのためヘンケルは、世界中のさまざまな地域の専門家と定期的に対話を持ち、また意見交換の場に彼らを招いています。この意見交換によってさまざまな地域の活動に外部の期待を反映させ、各地域固有の事情に合わせた活動を計画できるようになります。

一連のラウンドテーブル・ディスカッションのひとつとして、2012年5月、アリゾナ州立大学 Global Institute of Sustainability (GIOS) 教授兼上級学部長のロブ・メルニック博士がドイツのデュッセルドルフでヘンケル社員

に向け講演を行いました。この日のテーマは、より質の高い生活にサステナビリティを取り入れる上で地域や自治体が直面する課題についてでした。また2012年2月には、ドイツを拠点とするヴァーバル气候・環境・エネルギー研究所所長のウベ・シュナイデウイント教授が持続可能な開発がもたらす課題と可能性について論じました。

2012年に行われたこの一連の社内ディスカッションや社外関係者との対話によって、ヘンケルのサステナビリティ戦略2030に対する社員の理解を深め、また社外関係者にその戦略を伝えることができました。

サステナビリティ・ラウンドテーブル

2012年の一連のラウンドテーブル・ディスカッションでデュッセルドルフのヘンケル社員は、社内・社外の専門家とサステナビリティについて語り合う機会を得ました。



ステークホルダーとの対話

対話の目的

企業活動が社会に受け入れられ、理解を得ることは、持続可能な将来に向けた実行可能な解決策を見出す上で不可欠な前提条件です。そのためさまざまな社会的なグループとの対話は、ヘンケルのサステナビリティ戦略にとって重要な要素です。私たちは消費者や企業顧客、サプライヤー、社員、株主、地域社会、政府当局、関係団体、非政府組織、政治家、学術機関をはじめとするすべてのステークホルダーとの対話を継続的に創出し、実施しています。

ヘンケルはサステナビリティ関連のさまざまな対話の機会に積極的に参加しています。対話によってサステナビリティのトレンドと課題に対する理解が深まるからです。また、持続可能な開発に沿った将来的なコンセプトや、実行へのアイデアを見出す機会にもつながり、政策全般に関わる科学分野の議論への参加が可能になります。

また対話を通して、それぞれのステークホルダーグループが持続可能な開発のどのような点を特に懸念するのかがわかります。将来の社会問題に関する関係者の懸念に少しでも早く、集中的に取り組むことにより、当社の計画立案と行動にこれらをより良い形でより迅速に盛り込むことができるのです。

この開かれた意見交換によって相互理解の基礎が築かれ、当社の意志決定が社会的に受け入れられる機会が生まれます。同時にこの対話は新しいアイデアの源となり、早い段階で事業の潜在的リスクを特定する機会にもなります。

従ってステークホルダーとの対話は、当社の技術革新やリスクの管理に重要な役割を果たし、サステナビリティ戦略とその報告方法をさらに改善する基盤となります。



第5回ドイツ・サステナビリティ・アワードの表彰式に臨むヘンケル

2012年12月、「ドイツ生まれのサステナビリティ - 環境保護製品の競合に勝つために」のテーマで業界の代表者や政治家、研究者と語り合うランドリー & ホームケア事業部門担当コーポレート上級副社長兼ヘンケル・サステナビリティ評議会のメンバー、トーマス・ミュラー-キルシュバウム博士（左から2人目）。

ヘンケル社員の対話イベント、ポーランドにて

2012年10月、ヘンケルポーランドは「CR Navigator」誌とのタイアップによりワルシャワでサステナビリティ対話イベントを開催しました。ヘンケルポーランド社員のドロタ・ストロシュナイデル（左から2人目）とヨアンナ・グラディシュ（左から4人目）が事業管理を成功させるためのサステナビリティの重要性について参加者らと語りました。



組織的な対話の取り組み

約47,000人の社員には、それぞれの職場での責任を果たし、持続可能な開発の原則に基づいて意思決定することが求められています。ステークホルダーとの対話も各社員の重要な職務のひとつです。そのため私たちは、各国や地域の課題を適切な社内専門家や関与するステークホルダーグループを交えて確実に討議されるようにしています。戦略や解決策の策定に関しては、それらが評価・実践される現場で行います。対話の方法やテーマ、期間、集中度は、個々のステークホルダーグループや課題によって決まります。

2012年も多くの国で、ヘンケルの社員が政治家や事業家、研究者、一般市民との対話に参加しました。ヘンケルは年間を通して、24か国で開催された約150のサステナビリティ関連イベントに参加しました。

その一例として、ヘンケルはドイツ連邦教育研究省の主催する「サイエンス・イヤー 2012 – プロジェクト・アース：私たちの未来」の提携企業でした。2012年2月6日にベルリンで開催されたキックオフ・イベントでは、人事/インフラ部門担当取締役副社長兼サステナビリティ評議会会長のカトリン・メンゲスが「環境と社会・経済の進化をどのように調和させるか」というテーマで政界やビジネス界、科学界の代表者らと語り合いました。

また2012年6月は、経営委員会会長のカスパー・ローステッドがドイツ商工会議所のビジネスリーダーを対象とした第1回サステナビリティ・サミットで講演し、ヘンケルのサステナビリティ戦略を紹介するとともに、この戦略を

3つの戦略的指針（製品、パートナー、社員）に基づいて中東地域においてどのように実践しているかを説明しました。

2012年7月、ヘンケルはスペインのビジネス誌が主催するサステナビリティ・ラウンドテーブルに参加しました。当社は、新サステナビリティ戦略2030を発表し、バリューチェーン全体で革新的かつ持続可能な製品を開発する上での戦略的パートナーシップの重要性を強調しました。

一方、欧州の接着剤業界は「明日を創造する」をモットーに、サステナビリティに関するアイデアを共有するため、第8回世界接着剤・シーリング剤会議を開催しました。この会議はフランスのパリで2012年9月18日から21日まで開催され、400社、約1,000人が参加しました。そこでは当社のサステナビリティ戦略を議論のテーブルに載せ、競合各社やサプライヤー、顧客とのサステナビリティに関する対話のきっかけを作る機会が得られました。

2012年11月、ヘンケルアルゼンチンは、2030年に向けた新たなサステナビリティ戦略を顧客を含む約200人の参加者に説明しました。そこでは、パートナーシップの可能性を見いだすことができました。

他の国際対話集会の例は、www.henkel.com/sr2012 | 13 をご覧ください。

国際イニシアチブへの参加

ヘンケルは地域レベル、国レベル、グローバルレベルでさまざまなプロジェクトや話題性の高い活動、シンポジウムに参加し、持続可能な開発における共通の課題を解決するため、積極的に貢献しています。

このことは、「持続可能な開発のための世界経済人会議 (WBCSD)」や「コンシューマー・グッズ・フォーラム (CGF)」、「国際石鹸洗剤メンテナンス製品協会 (A.I.S.E.)」といった政策決定ワーキンググループへの関与も含まれます。このような場で当社は、サステナビリティ分野での経験とリーダーシップを活用し、たとえばバリューチェーン全体を通じた持続可能な消費などに関する議論を主導しています。

政策立案者との対話

政策立案者や規制当局は多くの場合、政治的な意思決定プロセスで企業の専門知識を求めます。私たちはこの種の枠組みにおいて、政策的配慮がどのようにヘンケルやその社員、ビジネスパートナーに影響を与えるかを説明し、当社の経験に基づく知識を述べることができるとしています。このような活動を行う際の明確な指針は、当社の「公共政策への関心表明」基準に定められています。また私たちは、EU の Transparency Register への加盟を通して当社が関心を持つ分野

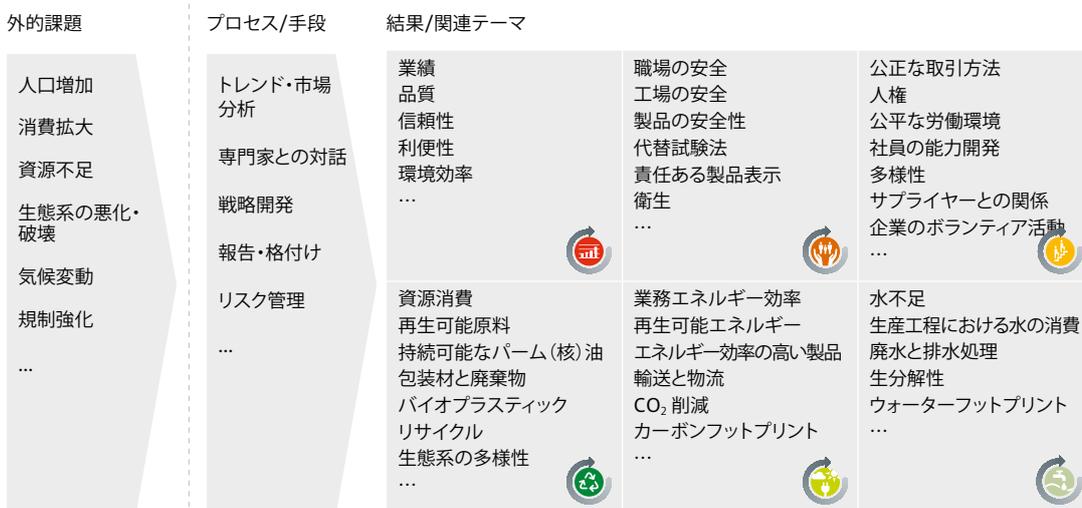
や行政および公共政策に関する事業の範囲について、オープンに情報を提供しています。

2012 年の政治分野における対話の一例として、欧州議会で行われた欧州の化粧品業界団体 Cosmetics Europe の展示会への参加が挙げられます。これはサステナビリティをテーマに 2012 年 5 月に開催されました。ヘンケルは 3 つのプロジェクトとともに、EU 議会の議員や参加者にビューティーケア事業部門が実施するサステナビリティ関連の活動を紹介しました。

重要課題の特定

現代の社会や企業は、さまざまな世界的課題に直面しています。これらの課題のうち当社の事業活動にとって重要なものはどれかを選別するため、私たちは多様な手段やプロセスによってサステナビリティの課題を分析し、その影響の大きさを評価します。このようにしてサステナビリティの管理と報告に関するテーマを特定します (グラフ参照)。この過程では、サステナビリティを専門とする研究機関や国際格付け機関、アナリスト、学術機関と対話の機会を持ち、さまざまな財務指標やサステナビリティ指標の評価基準を検討するとともに、GRI (Global Reporting Initiative) ガイドラインについても考慮します。

サステナビリティの管理・報告のための主要テーマの特定



重要性分析：私たちはさまざまな手段やプロセスを利用して世界のサステナビリティに関わる課題を分析し、ヘンケルのサステナビリティの管理・報告に関連するテーマを特定します。

指標

透明性を高めるために

私たちは透明性を高めるために、全社で指標を記録しています。これらの指標によって改善の可能性を特定し、活動の方向性を示し、目標達成率をチェックし、当社の業績と進捗をわかりやすく一般に公表することができます。各指標における進捗は過去5年分を公開しています。

このサステナビリティレポートでは、グローバル企業として全社的に関連性のある主要指標の公表に重点を置いています。全社的な方向性に比較的関連が低い他の環境パラメータについては、インターネットでのみ公表しています。2012年の生産関連データは、54か国171か所のヘンケル事業所のうち169か所で測定しました。これらのデータは、2012年の世界における当社の生産量の99%以上を網羅するものです。データは年度末報告書

で当社が検証するとともに、各地域でも当社の内部監査プログラム組織（7頁参照）によって審査されます。後日データに不備が発見・報告された場合は、当社の報告システムの中で適時的に修正します。当社の生産体制は、企業買収や事業所の閉鎖などで常に変化するため、データを収集する事業所の数もこれに応じて変化します。2008年の事業所は226か所でしたが、2012年は171か所に減少しています。そこで各年の年間データを比較できるようにするため、生産量ベースの指標による進捗も公表しています。

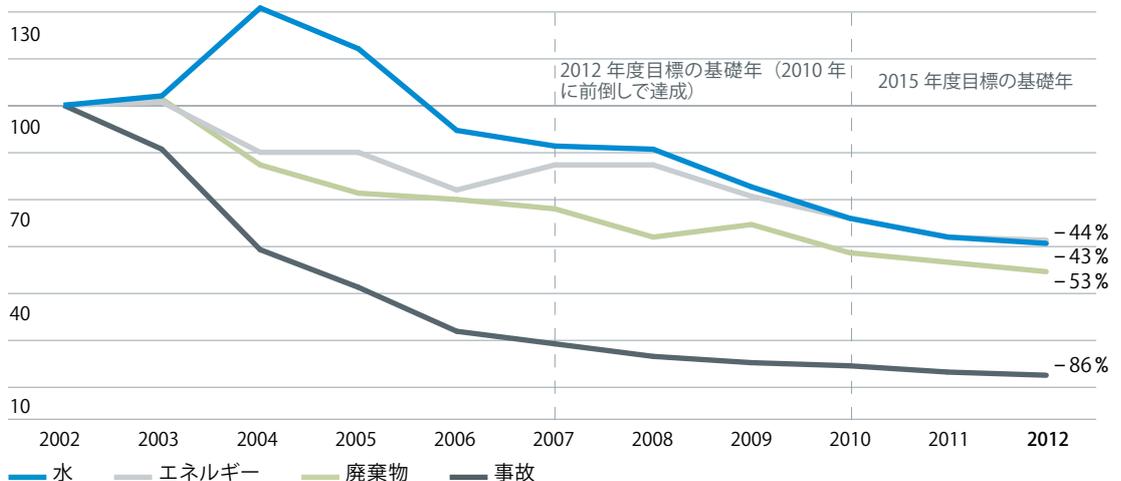
労働災害は、世界同一の報告システムによって記録されます。このシステムでは、ヘンケル社員の99%以上をカバーしています。また公表している社員指標も、社員の99%以上をカバーしています。

二酸化硫黄や窒素酸化物、粉塵の排出量などの環境指標についても、その進捗状況をインターネット上で報告しています。

www.henkel.com/
sr2012 | 14

長期的傾向: 2002~2012年のサステナビリティ実績

生産量1メートルトン当たりの環境指数および100万実働時間当たりの労働災害: 基準年 - 2002年



当社は数十年にわたり、生産プロセスにおける効率性と安全性の向上に努めてきました。過去11年間のサステナビリティ実績がこれを如実に表しています。当社は全3事業部門において、エコロジカルフットプリントを低減しながら価値創造と職場の安全衛生を改善することに重点を置いた最適化を進めています。これまでの実績をもとに、当社は今後もさらなるエネルギー、水、廃棄物の削減および事故率の抑制を目指します（5頁参照）。

生産量

単位：千メートルトン

	2008	2009	2010	2011	2012
生産量	7,707	6,853	7,481	7,550	7,587
指標：2008年から2012年の変化					-2%

経済状況の改善と高まる世界的需要により、ヘンケルの生産量は2010年以降再び増加しています。

二酸化炭素排出

単位：千メートルトン

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケルの二酸化炭素排出量	486	353	341	322	317
買入れエネルギーからの二酸化炭素排出量	445	362	373	330	334
合計	931	715	714	652	651
指標：2008年から2012年の変化					-29%

エネルギー生産はヘンケルの事業活動の結果によって排出された二酸化炭素のほとんど全てを占めています。上記の値にはヘンケルの拠点以外で買入れエネルギーを生産する際に発生する二酸化炭素も含まれています。

水の消費量と廃水量

単位：千立方メートル

	2008	2009	2010	2011	2012
水の消費量	12,041	9,174	8,688	7,921	7,734
廃水量	6,010	4,578	4,045	3,664	3,452
指標：2008年から2012年の変化		水の消費量			-35%
		廃水量			-42%

水は蒸発で失われ、また製品の多くに含まれているため、廃水量は水の消費量より少なくなっています。

重金属の廃水への排出

単位：キログラム

	2008	2009	2010	2011	2012
亜鉛	482	512	423	454	322
鉛、クロム、銅、ニッケル ¹	431	450	381	292	287
合計	913	962	804	746	609
指標：2008年から2012年の変化					-32%

2010年から廃水への重金属排出量を低減するための追加対策を実施しています。2008年と2009年の増加は2008年のナショナルスターチ事業の買収によるものです。

¹ 水銀やカドミウムなど、特に有害な重金属はヘンケルの生産では使われていません。

エネルギー消費

単位：千メガワット時

	2008	2009	2010	2011	2012
買入れエネルギー	902	758	794	666	665
石炭	178	115	119	119	112
燃料油	158	163	177	165	140
ガス	1,947	1,423	1,350	1,270	1,280
合計	3,185	2,459	2,440	2,220	2,197
指標：2008年から2012年の変化					-30%

買入れエネルギーとは、拠点以外で作られる電気、蒸気、地域暖房を指します。

揮発性有機化合物の排出

単位：メートルトン

	2008	2009	2010	2011	2012
揮発性有機化合物の排出	430	308	367	326	320
指標：2008年から2012年の変化					-24%

2008年以降、揮発性有機化合物の排出を低減するための追加策を実施しています。2010年の増加は生産量増加と製造ポートフォリオの変更によるものです。

廃水への化学的酸素要求量(COD)の排出量

単位：メートルトン

	2008	2009	2010	2011	2012
廃水へのCODの排出量	9,142	7,628	7,714	6,570	5,994
指標：2008年から2012年の変化					-33%

化学的酸素要求量 (COD)：水中の有機物をういた廃水汚濁の指標

廃棄物のリサイクルと廃棄

単位：千メートルトン

	2008	2009	2010	2011	2012
リサイクルした廃棄物	103	107	91	89	79
廃棄した有害廃棄物	20	11	16	15	15
廃棄した廃棄物	51	47	48	41	44
合計	174	165	155	145	138
指標：2008年から2012年の変化					-19%

「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全ての廃棄物、および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。

環境指標

指標

表内の指標は生産量に関連する特定の指標の進捗を表しています。(生産1メートルトン当たり)

指標の基準年は2008年です。(=100%)

職場の安全



指標

表内の指標は実働時間（百万労働時間ごと）ごとの労働災害の推移を表しています。

指標の基準年は 2008 年です。
(= 100%)

百万実働時間ごとの労働災害数

少なくとも1日の損失が発生したもの（通勤中の事故を除く）

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケル社員	1.4	1.3	1.2	1.1	1
ヘンケルの事業所に勤務し、直接契約していた外部企業社員	1.9	1.2	1.0	1.1	0.9
指標: 2008年から2012年の変化					-29%
					-53%

ヘンケル社員の 99% を対象。

深刻な労働災害

50日以上の損失日数

	2008	2009	2010	2011	2012
通常生産活動中の事故	14	13	14	11	7
歩行または移動中の事故（つまづきなど）	4	9	7	7	6

ヘンケル社員の 99% を対象。

社員の指標



社員 (2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケル全社	55,142	49,262	47,854	47,265	46,610
社員の構成					
-非管理職社員	82.0%	80.0%	79.8%	79.9%	79.4%
-管理職社員	16.6%	18.4%	18.6%	18.6%	19.0%
-上級管理職社員 ¹	1.4%	1.6%	1.6%	1.5%	1.6%
全世界の社員の 変動 ²	5.7%	4.9%	4.6%	5.6%	5.8%

¹ 上級副社長、マネージメントサークル (MC) I および IIa レベル

² 社員の退職に基づく

2012 年の社員数は前年同期比 1% 減の 46,610 名となりました。社員定着への取り組み、能力管理、ダイバーシティ戦略が社員数の変動幅を低く抑えることに貢献しています。

年齢と勤続年数 (2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
平均勤続年数	9.8	11.0	10.3	10.2	10.4
社員の平均年齢	39.4	39.3	39.4	39.4	39.6
年齢構成					
16-29	19.5%	18.7%	18.1%	18.3%	17.6%
30-39	32.7%	34.2%	34.4%	34.6%	34.5%
40-49	29.6%	29.7%	29.7%	29.4%	29.6%
50-65	18.2%	17.4%	17.7%	17.7%	18.3%

ヘンケル社員の平均年齢は数年間、一定年齢を維持してきました。退職者が継続的に若い新卒社員により相殺されています。このようにして私たちはヘンケルの全社員数が経験豊かな年配社員とこれから育成する若い社員との良き混合形態となるよう努めています。

社員の国籍数 (2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケル	109	116	119	125	123
管理職社員	77	82	82	91	85
デュッセルドルフ 本社	51	48	50	53	55

ヘンケル全社社員の多様性は各国の管理職ポストには該当国の社員を就かせるという事業方針を反映しています。またドイツ本社では国際的なチームを構成するように努めています。

女性社員の比率 (2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケル	32.9%	31.8%	32.1%	32.5%	32.6%
管理職社員	26.4%	27.4%	28.7%	29.5%	30.5%
上級管理職社員 ¹	13.7%	16.4%	17.0%	18.6%	18.6%

¹ 上級副社長、マネージメントサークル (MC) I および IIa レベル

国際的なレベルと比較すると、女性社員総数比率は高いと言えます。この割合は管理職社員の割合も同様です。ヘンケルが一貫してダイバーシティ戦略に注力している結果です。

期間雇用契約社員数(2012年12月31日現在)

	2010	2011	2012
全社 期間雇用契約社員数	4%	3%	3%
西ヨーロッパ(ドイツを含む)	8%	8%	8%
ドイツ	10%	10%	10%

期間雇用契約の就業モデルは主に西ヨーロッパ、とりわけドイツ国内に関連があります。期間雇用契約社員の81%がこの地域の社員です。アジア、東欧、中東、そして中南米などの新興市場国では期間雇用契約社員数の需要は著しく低くなっています。

社員の能力開発(2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
内部昇進(管理職社員)	1,877	1,462	1,337	1,387	1,101
国際間職務異動	433	443	470	475	503
研修生(ドイツ)	510	511	487	483	489
平均研修日数	2	2	2	2	2

一日平均5名の社員が2012年に昇進。これはわが社の活力と優れた専門性を持つ若手の必要性を示しています。グローバル事業を成功裏に行うためには、国際的な教育が必要不可欠。従って国際的な職務異動数は常に増加しています。

団体協約の対象となっている社員

(2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケル全社の割合	44%	44%	44%	44%	44%
欧州連合(EU)内の割合	79%	79%	79%	79%	79%

ヘンケルでは公式ならびに非公式に社員代表と集中的な話し合いを長年にわたり行っています。社員代表が任命されていない国々においても同様に対話を行います。

社員持株プログラム(2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
ヘンケルの株を所有する社員の割合	27.4%	28.4%	29.3%	31.3%	28.4%

54カ国の社員が2012年に約300万の優先株を購入しました。全社員の約28%がヘンケルの株を所有しています。

社会貢献(2012年12月31日現在)

	2008	2009	2010	2011	2012
支援プロジェクト総数	2,476	2,155	2,493	2,343	2,339
支援を受けた人員数	-	500,000	730,000	753,629	1,046,321
社員主導プロジェクト用休暇数(日数)	285	318	54	135	131
千ユーロ単位での寄付金(資金援助、製品寄付、休暇日数算出は含まれず)	7,529	7,684	6,087	6,002	7,302

プロジェクト数は前年度とほぼ同レベルです。プロジェクトの選択をより重視することで支援を受けた人員数に伸びがありました。しかし、前年度と比べ休暇日数は同じです。社員は年間で最長5日間の休暇申請ができます。

ミレニアム開発目標ごとの社員プロジェクトの割合(2012年12月31日現在)

	2009	2010	2011	2012
1. 極度の貧困と飢餓の撲滅	21%	33%	30%	11%
2. 男女の区別なく普遍的な初等教育の達成	31%	47%	23%	39%
3. ジェンダー平等の推進と女性の地位向上	10%	2%	2%	5%
4. 幼児死亡率の削減	6%	3%	14%	8%
5. 妊産婦の健康状態の改善	3%	1%	1%	3%
6. HIV/AIDS、マラリアその他の疾病の蔓延防止	22%	7%	20%	3%
7. 環境の持続可能性を確保	6%	6%	9%	15%
8. 開発のためのグローバルなパートナーシップの推進	1%	1%	1%	16%

ヘンケルは2003年に国連のグローバル・コンパクトに参画し、ミレニアム開発目標の達成を促進することを公約しました。社会貢献を通して、ヘンケルはこうした目標達成に直接貢献しています。ヘンケルは社員貢献プログラムに申請された社員プロジェクトに対する誘導を行っていません。それにもかかわらず、こうしたプロジェクトの大半が正にこれらの目標達成に貢献しています。www.un.org/millenniumgoals



社会的指標

外部評価

2012年の評価と指標

ヘンケルのサステナビリティにおけるパフォーマンスは2012年も第三者機関から評価されました。外部機関での評価に関する情報は下記サイトをご覧ください。
www.henkel.com/sr2012 | 15



部門リーダーに6年連続選定

チューリッヒ / ニューヨーク：ヘンケルは6年連続でダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックスのワールドとヨーロッパの双方で Nondurable Household Products（非耐久性家庭用品）部門のサステナビリティのリーダーとして選定されました。



12年間連続選定

ロンドン：ヘンケルは FTSE4Good の国際的エシカルインデックスの構成銘柄に12年連続して選定されました。



5年連続選定

ニューヨーク：ヘンケルは「世界で最も倫理的な企業」ランキングに5年連続して選定されました。



2002年より選定

パリ：2012年に、昨年同様、ヘンケルはエティベル・サステナビリティ・インデックス (ESI) のパイオニア・クラス構成銘柄となる世界200社のうちの1社に選定されました。



ヘンケル、第2位

フランクフルト：ヘンケルは Sustainalytics 社による2012年のDAX30サステナビリティの格付けにおいて第2位になりました。この大規模な評価は2年おきに実施されず、企業は環境、社会、企業統治の点で評価されます。



3度目の選定

ハンブルク：ヘンケルはグローバルチャレンジインデックスで世界のわずか50社中の1社に再び選ばれました。



再度の認証

ミュンヘン：2012年にヘンケルは再度プライム・ステータスで oekom 評価会社により認証されました。Bランクでヘンケルは消費財部門における最良企業の1社とされました。



2度目の選定

チューリッヒ：2012年9月、STOXX社は再度ヘンケルをSTOXXグローバルESGリーダーズ・インデックスに選定しました。



5度目の選定

トロント：2013年にヘンケルは「世界で最も持続可能な企業100社」に5年連続で選定されました。

お問合せ、その他の刊行物、制作者

お問合せ先

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

広報室（ドイツ本社）

電話：+49 (0)211-797-3533

ファックス：+49 (0)211-798-4040

Eメール：corporate.communications@henkel.com

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：sustainability@henkel.com

IR

電話：+49 (0)211-797-1631

ファックス：+49 (0)211-798-2863

Eメール：investor.relations@henkel.com

制作者

発行者

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf, Germany
© 2013 Henkel AG & Co. KGaA

編集・調整：

広報室（ドイツ本社）：
Uwe Bergmann, Ines Biedermann, Mareike Klein,
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling

英訳、調整、校正：

ExperTeam®, Neuss: Alice Milne, Susan Salms-Moss, Libby Newmann

デザイン構想

Peter Schmidt Group, Hamburg

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。

弊社のホームページにて1992年以降に発行した全ての環境報告、サステナビリティレポートにアクセスでき、ダウンロードもできます。また次の刊行物もダウンロードできます: アニュアルレポート、四半期報告書、ビジョン&バリュー、行動規範、コーポレートサステナビリティの規範、リーダーシップの原則、SHE基準、公共基準、社会的基準、社史、コーポレート・シチズンシップ雑誌「Together」

www.henkel.com/publications

デザイン制作・配置

mpm Corporate Communication Solutions, Mainz

写真・イラスト

János Bakula, Tobias Ebert, Steffen Hauser, Philipp Hympendahl, Claudia Kempf, Vineeth Nair, Rüdiger Nehmzow, Olaf Tiedje, Alberto Venegas, Wojciech Wojtowicz, Jian Xu; Henkel

プレプリント校正

Thomas Krause, Krefeld

印刷

Druckpartner, Essen

本レポートの発表日：2013年3月6日

PR no.: 03 13 6,000 ISBN: 978-3-941517-49-3



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C017894

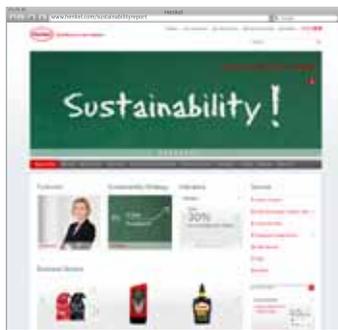
本文中の製品名は全て Henkel AG & Co. KGaA（デュッセルドルフ）またはその関連会社の登録商標です。

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。将来予測に関する記述は、英文中の expect, intend, plan, predict, assume, believe, estimate, anticipate 等の単語の使用を特徴とします。こうしたステートメントは、将来予測の実現を確約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、多くのリスクならびに不確実な要因によって、この将来予測に関する記述とは大幅に異なる場合があります。こうした要因の多くは、経済状況や競合の活動、その他の市場要因など、弊社のコントロールを超えるものや前もって正確に予測することができないものです。ヘンケルは、これら将来予測をアップデートする意向は無く、またそれに関するいかなる義務を負うものでもありませんので、ご了承ください。

本サステナビリティレポート日本語版は、英語版より抜粋し、翻訳しています。

日本語版については、ヘンケルジャパン広報室までお問合せください。

電話：045-758-1707



www.henkel.com/sustainabilityreport



www.henkel.com/annualreport



Henkelのアプリ：



Henkelのソーシャルメディア：



www.facebook.com/henkel

www.twitter.com/henkel

www.youtube.com/henkel