



やさしきをつくる。やさしさでささえる。

unicharm Corporate Social Responsibility Report 2009

# CSR報告書 2009



本誌の印刷には、環境に配慮した  
植物性大豆油インキを使用しています。



この印刷物の本文用紙は、森を元気にする  
ために間伐した木材の有効活用に使われて  
います。

● 会社概要／報告内容／ 「CSR報告書2009」編集にあたって	2
● 冊子・Web掲載内容一覧	3
● トップメッセージ	4
● 事業紹介	6
● 特集① 高齢化社会に対する取り組み	8
● CSRのグローバル展開	12
● 特集② 環境負荷低減に向けた取り組み	14
● CSR推進体制	16
● 企業理念とCSRの方向性	18
“やさしさ”をすべてのステークホルダーの皆様へ	
Phase 01 お客様の声を届ける製品づくり	20
Phase 02 株主・投資家とのコミュニケーション	22
Phase 03 お取引先との協働	23
Phase 04 いきいきと働ける職場であるために	24
Phase 05 地球環境保護のために	26
Phase 06 社会貢献活動	30
● 第三者審査報告書	31

会社概要

社名	ユニ・チャーム株式会社
英社名	UNICHARM CORPORATION
設立	1961年2月10日
資本金	15,992百万円(2009年3月31日現在)
発行済株式数	68,981,591株(2009年3月31日現在)
本店	愛媛県四国中央市金生町下分182番地
社員数	978名[グループ合計6,904名] (2009年3月31日現在)
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
事業内容	ベビーケア関連製品 フェミニンケア関連製品 ヘルスケア関連製品 化粧パフ ハウスホールド製品 ペットケア関連製品(ユニ・チャームペットケア株式会社) 食品包材などの販売
URL	http://www.unicharm.co.jp/

おもな連結子会社および関連会社

日本	ユニ・チャームプロダクツ(株) ユニ・チャームマテリアル(株) 国光製紙(株) コスモテック(株) ユニ・チャームベットのケア(株) ユニ・チャームメンリッゲ(株)
海外	嬌聯股份有限公司(台湾) Uni-Charm(Thailand) Co.,Ltd.(タイ) 尤妮佳生活用品(中国)有限公司(中国) LG Unicharm Co.,Ltd.(韓国) PT Uni-Charm Indonesia(インドネシア) Uni.Charm Mölnlycke B.V.(オランダ) UniCharm Gulf Hygienic industries Ltd.(サウジアラビア) Uni-Charm Corporation Sdn.Bhd.(マレーシア) UniCharm India Private Ltd.(インド) Unicharm Australasia Pty Ltd.(オーストラリア)
その他	14社

2009年3月31日現在

報告内容

対象範囲	事業概要、CSRビジョン、活動目標、体制、推進実績、会計データなど。2008年度の実績を中心に、一部2009年の最新の情報を含め、報告しています。
対象組織	ユニ・チャームグループ連結ベースで記載しています。環境活動報告については、Webサイトに報告対象事業所を記載しています。
対象読者	すべてのステークホルダーの皆様 (お客様、株主、お取引先、社員および社会)
対象期間	対象期間 2008年4月1日～2009年3月31日 (一部前後の活動や将来目標を含む)
参考ガイドライン	●GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン2006」 ●環境省「環境報告ガイドライン2007年度版」
本書発行日	2009年6月24日
今後の発行予定	毎年6月下旬
掲載媒体	●当社Webサイト「CSR情報」「環境情報」(当社全報告項目) ●本冊子(ダイジェスト報告)

「CSR報告書2009」編集にあたって

本報告書は、会社案内を兼ねて作成し、ユニ・チャームの理念、事業活動、商品サービス等についてご報告しています。今年度は、各ステークホルダーへの誓いとそれを実現するための活動という構成で、分かりやすい表現を心がけました。また、特集では本業における社会貢献をご理解いただくため、高齢化社会における取り組みなどを掲載しました。引き続き、数値、推進プロセスの透明性と信頼性を高めるために第三者機関の審査を受け、その結果を「第三者審査報告書」として付記しております。今後も、より多くの方々へ正確かつ有益な情報をご提供していきたいと考えております。忌憚のないご意見をお聞かせいただければ幸いです。

〈CSR活動についてのお問い合わせ〉

コーポレート・ソーシャル・レスポンス・ビリティ部(CSR部)  
TEL.03-6722-1041(直通) FAX.03-6722-1018

〈企業情報全般についてのお問い合わせ〉

企画本部秘書広報室 ●財務IR情報 URL http://www.unicharm.co.jp/ir/index.html  
TEL.03-6722-1019(直通) ●「アニュアルレポート2009」は9月下旬発行予定です。

「CSR報告書2009 Web版」のご案内

http://www.unicharm.co.jp/csr/index.html

昨年度より環境配慮の観点から、冊子を「ダイジェスト版」と位置づけページ数を大幅に削減し、Webサイトにすべての項目を報告させていただき開示方法に変更しました。

- ▶Web版の特徴
- GRIのガイドラインに準拠し、網羅性を重視してより多くの項目を開示しています。
  - 目的の情報にすばやくアクセスできるように検索性を高めた編集を行っています。
  - CSRに関する最新情報を随時アップし、タイムリーな情報開示を行います。



冊子・Web掲載内容一覧

章タイトル	項目	Web版	冊子版	ページ	章タイトル	項目	Web版	冊子版	ページ	
会社概要	会社概要		●	P2		物流パートナーとともに輸送効率の改善を実現	●			
編集方針	編集方針		●			化学物質使用に関する商品安全への取り組み	●			
冊子・Web掲載内容一覧	冊子・Web掲載内容一覧	●	●	P3	Phase 04	社員・家族の幸福の実現	●	●	P24-25	
トップメッセージ	トップメッセージ		●	P4-5	いきいきと働ける 職場であるために	各種支援制度	●	●		
	社是	●	●			社員の健康への取り組み	●	●		
事業紹介	事業紹介			P6-7		ノー残業デー	●	●		
	主要製品紹介		●			四国地区大運動会	●			
	主な経営指標		●			グローバル人事会議	●	●		
特集① 高齢化社会に対しての 取り組み	「ライフフリー」による貢献	●	●	P8-11		人事理念	●			
	「排泄ケア研究所」について	●	●			人権の尊重	●			
	「ヘルスケア業務営業在宅ケア推進部」について	●	●			全社安全大会	●			
CSRのグローバル展開	グローバル10ビジョンに基づく国際展開でのCSR	●	●	P12-13		家族工場参観日	●			
	国連グローバルコンパクトへの参加	●	●			「裁判員・検察審査員休暇制度」・「骨髄ドナー 休暇制度」・「バースサポート制度」	●			
	中国・タイでの安全性に向けた取り組み	●	●		パラリンピック出場	●				
	上海工場での環境保全に向けた取り組み	●	●		社員の自己実現をサポート	●				
	ユニ・チャームプロダクツの海外交流について	●	●		人事関連データ	●				
特集② 環境負荷低減に向けた取り組み	「エコチャージング」について	●	●	P14-15	Phase 05	ふたつの“エコ”実現のための取り組み	●	●	P26-29	
	「カーボンフットプリント」への取り組み	●	●		地球環境保護の ために	トップダウンでの環境活動推進体制	●	●		
	「エコプロダクツ」へ出展について	●	●			ISO14001に基づく環境マネジメント	●	●		
CSR推進体制	CSR委員会	●	●	P16-17		環境教育による環境意識啓発	●	●		
	コーポレートガバナンス	●	●			環境リスク予防とパフォーマンス向上のための環境監査	●	●		
	コンプライアンスの考え方	●	●			ライフサイクル全体で環境影響を把握し、環境 負荷を低減	●	●		
	内部監査	●	●			LIME2の活用	●			
	「りんりんダイヤル」	●	●			環境目標とアクションプラン	●	●		
	CSR実行のための浸透活動と成果	●	●			環境情報の透明性を確保する環境会計	●	●		
	内部統制システム整備	●				地球温暖化の防止および省エネルギーへの対応	●			
	コンプライアンス意識向上への取り組み	●				資源有効活用とリサイクルの推進	●			
	情報セキュリティの徹底	●				有害化学物質削減の取り組み	●			
	迅速な危機対応のために	●				水質・土壌汚染・悪臭	●			
	知的財産を守るために	●				PCB保管状況	●			
	企業理念とCSRの方向性	CSRの取り組みの展開	●	●	P18		PRTR対象物質	●		
Phase 01 お客様の声を届ける 製品づくり	No.1の商品、新たな価値創造	●	●	P20-21		設計段階での環境配慮	●			
	日本初 生理用タンポンで医療機器の国際規格 「ISO13485」認証取得	●	●			製品環境ワーキンググループ活動報告	●			
	最適・迅速なお客様対応を実現するお客様相談センター	●	●			省エネ対策ワーキンググループ活動報告	●			
	グローバルお客様相談室大会	●	●			廃棄物リサイクルワーキンググループ活動報告	●			
	品質保証の考え方と体制	●				サイトデータ	●			
	製品の安全性を確保する仕組み	●				カーボンオフセットキャンペーン結果報告	●			
	お客様視点での品質表示	●				Phase 06	人々に愛され歓迎される企業を目指して	●	●	P30
	CSRバトロール	●				社会貢献活動	中国四川省大地震被害への支援	●	●	
	お客様の声による商品反映	●					ピンクリボン活動	●	●	
	苦情対応連絡会の取り組み	●					タイの植樹プロジェクトへの協賛	●		
Phase 02 株主・投資家との コミュニケーション	業界一級の利益還元	●	●	P22		外周清掃	●			
	株主の皆様への利益還元の基本方針	●	●			学校自慢エコ大賞への協賛	●			
	投資家の皆様への情報開示	●	●			キッズ用マスクを配布	●			
		●	●			第三者審査報告書	●	●	P31	
Phase 03 お取引先との協働	お互いの健全な成長	●	●	P23	第三者審査報告書	第三者審査報告書	●	●		
	品質方針説明会	●	●			第三者審査手続きの補足説明	●	●		
	卸・小売業様との協働で目指すお客様満足	●	●			CSR会計	●			
	品質監査	●				CSR報告書2008アンケート集計結果	●	●	アンケート裏面	



# 第一級の商品とサービスの創造により、 人類の豊かな生活の実現 に寄与する



ユニ・チャーム株式会社  
代表取締役 社長執行役員

高原豪久

## 1. 社是の実現こそユニ・チャームが果たすべき夢

ユニ・チャームは「市場と顧客に対し、常に第一級の商品とサービスを創造し、日本および海外市場に広く提供することによって、人類の豊かな生活の実現に寄与する」ことを社是に掲げています。この社是の実現こそユニ・チャームが果たすべき夢であり、自然環境や資源の有効活用に対する配慮と同時に、人類のより豊かでより快適な生活の実現への寄与という、2つの命題に対して、使い捨て商品を中核に“両立できる解”を求め続けることがユニ・チャーム社員一人ひとりの使命であると考えております。

そもそもユニ・チャームの事業そのものが日本国内の高齢化問題、少子化問題や新興国における衛生問題などへの対応といったすべて社会貢献性の高いものであり、日本のみならず、アジア、そして世界中の人々に快適と感動と喜びを提供していける極めて大きなチャンスを与えていただいていることに大きな誇りと喜びを感じております。

そして“100年に一度の金融危機”といわれるこのような環境下においても、より一層、コア事業に関連するさまざまな社会貢献活動にも取り組み、その国の社会に貢献し、人々に愛され、歓迎される企業へと発展していきたいと思っております。

## 社 是

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <p>1. 我が社は、市場と顧客に対し、常に第一級の商品とサービスを創造し、日本及び海外市場に広く提供することによって、人類の豊かな生活の実現に寄与する。</p> | <p>1. 我が社は、企業の成長発展、社員の幸福、及び社会的責任の達成を一元化する正しい企業経営の推進に努める。</p> | <p>1. 我が社は、自主独立の精神を重んずると共に、五大精神の高揚に努め、誠実と和協を旨として、全社員協働の実をあげる。</p> |
|---|--|---|

(1974年制定)



## 2. グローバル10計画とSAPS経営の推進

ユニ・チャームは、社是の実現のために2008年度より「グローバル10計画」をスタートさせ、2010年までの3年間で世界の吸収体マーケットで10%以上の金額シェアを獲得する計画を立てました。アジア市場は、2010年には世界市場の30%を占める規模に達することが予測されます。アジアのシェアを30%まで拡大することができれば、2010年には世界シェアを10%へと高めることができます。本業を通じた社会への貢献をさらに加速させてまいります。

ユニ・チャームは、グローバル10計画を成功させるためにSAPS経営を推進しております。SAPS経営とは優先順位や付加価値の高い課題に時間と行動を集中させ効果を高める手法であり、最も大切な“時間”という資源の使い方を見直すことで、社員一人ひとりが人生をより豊かに、より幸福に過ごすことに繋がります。

## 3. 社会にやさしい、社員にやさしい会社を目指して

ユニ・チャームは、2008年に業績面で大きな成長を実現しましたが、一方で、社会からの要請に応え、同時に社員の幸せに対するサポート面でもさまざまな変革を実施しました。環境問題に対しては、“エコチャージング”という独自の基準を作り第1弾として「シンクロフィット」や「ムーニーマンズリムパンツ」に適用しました。また、2008年6月の世界環境デーに合わせた「CO<sub>2</sub>排出権付き紙おむつムーニーマン」の販売や、カーボンフットプリントの業界全体の取り組み牽引など、積極的に取り組んでまいりました。「ソフィ」では乳がん撲滅のための「ピンクリボンキャンペーン」を実施し、多くの賛同を得ました。そして、社員に対しては、ワークライフバランスを推進するための仕掛けを数多く実施しました。例えば、全社一斉のノー残業デーや、バースサポート、ドナー休暇などの導入や男性を含めた育児休暇制度など、社員一人ひとりの価値観を大切に、社会にも個人にもやさしい会社を目指しております。

## 4. ふたつの“エコ”の実現

ユニ・チャームは、持続発展可能な社会を推進するために必要な、「環境負荷低減」と「経済性」のふたつの“エコ”を実現した製品や技術を意識して開発してきました。言うまでもなく、地球温暖化防止や環境汚染対策など、ユニ・チャームを含め日本が保有する技術で世界をリードし、貢献できる分野はますます広がっています。日本の長期目標である2050年までに温暖化ガス排出量を半減するには、まさに革新的なイノベーションと低炭素社会への転換が必須条件となります。新興国での事業拡大を中核戦略に置く我々は、国内のみならず地球規模での対策を求められる中で、これまで以上に重要な役割を担い責任を果たしていきたいと考えております。



# 皆様の暮らしに、快適さと豊かさを。

## やさしさを届けるユニ・チャームの5つの事業

ユニ・チャームは、ベビーケア用品や生理用品、大人用排泄介護用品、生活用品、ペットケア用品など、皆様の快適で豊かな暮らしに欠かせないさまざまな商品を提供しています。  
赤ちゃんからお年寄りまで、すべての人の心と体をやさしくサポートしていきます。

### 赤ちゃんとお母さんの育児生活向上へ



ユニ・チャームでは、赤ちゃんの健やかな成長を願うママの目線に合わせたベビー用紙おむつやおしりふきなど、さまざまな商品をラインナップしています。日本では、「やさしさ」を追求する「ムーニー」と「楽しさ」を演出する「マミーポコ」の2ブランドで皆様からの支持を獲得しています。海外では、グローバルブランド「Mamy Poko」を中心に、東アジア・東南アジアから中東諸国まで、広く世界の赤ちゃんへ紙おむつを提供しています。

### すべての女性に普段通りの快適さを



すべての女性が生理の不快や不満から解放され、普段通り快適に過ごしてほしいとの思いから、生理用ナプキン、タンポン、パンティライナー、生理用ショーツなどトータルフェミニンケアを提供しています。日本では「ソフィ」「センターイン」「チャーム」など女性の心と体の仕組みを捉えた各ブランドを展開しています。海外では「Sofy」をグローバルブランドとして積極展開しています。東アジア・東南アジアなど各国の女性に高い評価をいただいています。

### 生きる喜びを感じる高齢化社会へ



日本の高齢化は、今後もさらなる進行が予測されます。ユニ・チャームでは、「ライフリー」を通じて、介護者・被介護者の排泄介護における肉体・精神・経済的負担の軽減を追求しています。トイレでの自立排泄を促す「ライフリー リハビリパンツ」は高い評価をいただいています。そのほかにも、軽い尿もれ対処品の「チャームナップ」、セルフメディケーショングッズとして定着しつつある「超立体マスク」など、ヘルスケアのニーズに応えるさまざまな商品を提供しています。

### 快適・便利・衛生的な暮らしを



ユニ・チャームでは、不織布・吸収体の技術を活用して、「快適・便利・衛生的」をコンセプトにした生活用品の提案を行っています。「ウェーブ」は、驚くほどきれいに簡単に掃除できるリビング用シートクリーナー、「シルコットウェットティッシュ」は高機能ウェットティッシュ、「シルコット」は上質な化粧パフとして、その機能性や品質の高さから多くの方にご愛用いただいています。

### ペットと人との暮らしをより快適に



少子化・高齢化の影響から、今やペットは大切なパートナー・家族の一員としてかけがえのない存在です。ユニ・チャームグループのユニ・チャームペットケア(株)では、「健康と清潔でペットの暮らしを快適に」をモットーに、ペットケア事業を展開。「愛犬元氣」「ねこ元氣」などのペットフードや、不織布・吸収体技術を活用したペットシート・ペット用紙おむつなど、ペットとの快適な生活に向けたさまざまな商品を提供しています。

#### 商品紹介



#### 商品紹介



#### 商品紹介



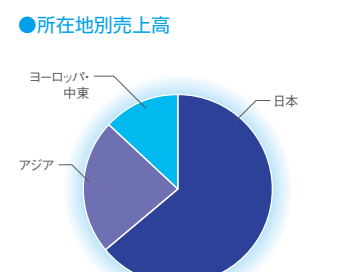
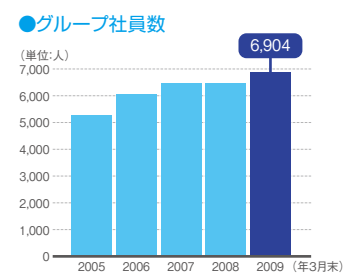
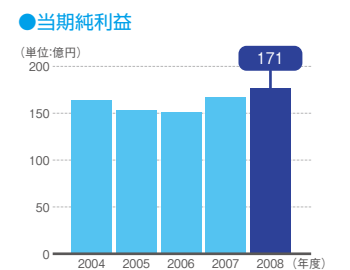
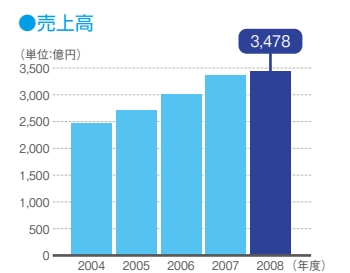
#### 商品紹介



#### 商品紹介



#### 主な経営指標





# 本業を通じた 高齢化社会への貢献。 その活動を続けています。

高齢化社会に希望を持てるような商品を作れないか？本業を通じて、私たちに何かできることはないか？ユニ・チャームでは、日本の高齢化社会の到来を早くから見据え、その貢献に向けた活動を推進してきました。1987年に参入した大人用排泄ケア事業においては、高齢者のトイレでの排泄を促す商品を開発しました。また、排泄ケア研究所の設置による自立排泄の支援に向けた研究も推進しています。その他にも、地域の高齢者福祉に対するコンサルティングなど、さまざまな貢献活動を積極的に行ってきました。介護を受けるご本人が、いつまでも自分らしく生きることができるよう。そうした思いを胸に、私たちが取り組んできた活動の一部をご紹介します。

## “生きることがリハビリ”。 「ライフリー」による高齢化社会への貢献。

ユニ・チャームでは、高齢化社会への貢献活動の一環として、大人用排泄ケア用品の開発を推進してきました。1987年の大人用排泄ケア事業への参入を皮切りに、1995年には“寝たきりゼロを目指して”というコンセプトのもと、大人用紙おむつ「ライフリー リハビリパンツ」を発売しました。寝たきりを防ぐ排泄ケア用品として、高齢者のトイレでの排泄を促すなど、市場に新しい概念を広めてきました。そして2008年には、「ライフリー ズボンを脱がずに交換 リハビリパンツ」を発売しました。トイレリハビリの考えをさらに進化させたこの商品には、“生きることがリハビリ”という新たなブランドメッセージが込められています。今後も引き続き、「ライフリー」ブランドで快適な高齢化社会に貢献できるよう、より良い商品の開発に注力していきます。



ライフリー  
ズボンを脱がずに交換  
リハビリパンツ

ライフリーリハビリパンツ



ユニ・チャーム株式会社  
グローバル開発本部  
商品開発部  
ヘルスケア商品開発  
釘持 泰彦

VOICE **ライフリーを通じて、新たなリハビリの概念を  
さまざまな商品・サービスを通じて啓発しています。**

リハビリとは、立つ・歩く・食べる・寝るといった当たり前の生活を取り戻すことです。それまで日本でいわれていた「寝かしておくことが良い介護」という認識に疑問を感じ、95年に「ライフリー リハビリパンツ」を発売しました。以来、「体が動く限り、トイレで排泄してほしい」という思いのもと、パンツタイプによる新たなリハビリの概念をさまざまな商品・サービスを通じて啓発しています。また、コミュニケーションにおいては店頭を重視しており、「歩ける方」「立てる・座れる方」「寝て過ごす」などの日常動作に合わせて区分した売り場づくり(ADLゾーニング)により、パンツタイプの利便性を訴求しています。今後は、歩ける方に対して、“歩くことの重要性”を伝える提案などにも着手していきます。



ユニ・チャーム株式会社  
グローバルマーケティング本部  
ヘルスケアSBU  
ブランドマネージャー  
永井 昭弘



## 高齢化社会に“生きる喜び”の メッセージを伝えることも、 トップブランドとしての責務と考えています。

ユニ・チャームでは、高齢化社会に必要とされる商品を提供すると同時に、高齢者の皆様が生きる喜びを持てる社会的なメッセージを伝えていくことも、重要な責務と考えています。「ライフリー」のブランドメッセージである“生きることがリハビリ”の発信にあたっては、よりリアリティをもって伝えたいと考え、ご自身が介護生活の経験者でもあるジャズシンガーの綾戸智恵さんを起用しました。テレビCMや当社ホームページ、販売店様などを通じ、介護に携わるより多くの方々にエールが届くよう、そのコミュニケーション活動に積極的に取り組みました。



綾戸智恵さん出演「ライフリー」のTVCM



## 「ユニ・チャーム いきいきダイヤル」では、 電話での介護相談を実施しています。

高齢化が進み、介護ケアの重要性が高まった90年代に「お客様一人ひとりに合った排泄ケアをご提案し、介護を受ける方・介護をする方のQOL(生活の質)の向上を実現したい」という思いから、業界に先駆けて介護相談専門窓口をスタートしました。リハビリや排泄、介護ケアに関する高い専門知識、お客様対応のプロとしての高い技量、そして共感性に満ちたホスピタリティ溢れる対応で、皆様に感動を提供することをモットーとし、チーム一丸となって取り組んでいます。



いきいきダイヤル相談窓口

お客様からは「商品やアドバイスのおかげで旅行に行くことができた」、「朝までぐっすり眠ることができた」など嬉しいご感想をいただきます。今後もお客様の「ありがとう」の声と「笑顔」のために、心を込めた対応を続けていきます。



## VOICE

利用者と同じに触れ合い、  
真のニーズを追求しています。

ユニ・チャーム株式会社  
業務営業本部 ヘルスケア業務 首都圏営業部  
首都圏第2リージョン  
ライフリーケアアドバイザー 介護福祉士

卯野 香織

ケアアドバイザーの取り組みは、1999年から始まりました。私たちは介護保険制度の中でも注目されている排泄障害と正面から向き合い、テープタイプの方がパンツタイプへ、パンツタイプの方が一般の下着を着用できるよう、アドバイザーとして支援しています。月1～2回ほどの割合で施設や病院を訪問し、ライフリーの使用説明などを通じて現場のスタッフや利用者と同じに接触しています。排泄ケア研究所の調査結果なども踏まえながら、その人らしい生活を実現できるよう尊厳あるケアを追求・提供しています。また、商品使用に対する成功事例などは日報で随時報告し、商品開発の際の貴重な資料とするなど有効に活用しています。



## VOICE

社会貢献につながる、  
トータルな排泄ケアを提案しています。

ユニ・チャーム株式会社  
業務営業本部  
ヘルスケア業務営業 在宅ケア推進部  
部長

村岡 慶隆

私たちは、全国の地方自治体のおむつ給付事業に対して、利用者のお体の状態に合った商品の使い分け提案による排泄ケアの向上を背景にした、在宅介護の改善や介護予防といった「情報面の支援」も含めた提案への取り組みを推進しています。おむつ給付事業の限られた予算の範囲内で、いかに利用者や自治体への価値向上を実現できるかを念頭に活動しています。単に商品提供にとどまる自治体が多い中で、個々の利用者が本当に必要な商品を選ぶよう、他社商品をも含めたラインナップを提案しています。それと同時に、正しい使い方や選び方を自治体関係者や利用者へアドバイスするなど、トータルな排泄ケアを提案しています。



## 本社に排泄ケア研究所を設置。 自立排泄の支援に役立つ 調査・分析を徹底して行っています。



ユニ・チャーム株式会社  
排泄ケア研究所  
研究リーダー  
社会福祉士・介護福祉士

船津 良夫

真に求められる利用者のニーズを抽出。  
排泄ケアのあるべきコンセプトを  
訴求しています。

排泄ケア研究所は、介護保険制度の導入を控えた時期（1997年～2000年）を焦点に1996年に発足しました。当時は「ライフリーリハビリパンツ」の業務用市場への参入が検討されており、排泄ケア研究所は、施設・病院市場の調査・分析を担う部門として位置づけられました。

当時の施設では布おむつの使用が多かったため、“紙おむつに変えよう!”という呼びかけのもと、紙ならではのメリットを利用者・介護者・コストの各面から提示しました。排泄ケアのあるべきコンセプトの訴求とそれを具現化する商品の継続した提案により、施設への導入を推進してきました。現在は自立排泄支援のための

アプローチに注力しています。リハビリパンツ、尿とりパッドの進化を軸に、便座への移乗・トイレ誘導の重要性を提案しています。社内的役割としては、業務営業本部と開発本部との間で機能するほか、在宅介護の分野への情報提供や勉強会なども積極的に開催しています。常にニーズを捉え、本質を追求するブレンとなり、自立排泄支援に向けた取り組みの方向性を指揮しています。



排泄ケアフォーラム

## 高齢者の「生命を守ること」と 「生活を守ること」

研究所の発足当時は「汚れたらすぐに交換してあげる」ことが正しいとされており、「品質の高い紙おむつを使えば、交換回数は減らせる」という理論は、施設側の理解を得るのに困難を極めました。しかし、交換回数を減らすこと、紙おむつ・尿とりパッドを使い分けることによる「安眠効果」や「プライバシーの尊重」といった利用者メリット、また、その結果として介護負担やコスト軽減といった介護側のメリットを訴求することで、施設への導入に結びつけることができました。超高齢化と障害の重度化のもと、求められるニーズは「生命を守ること」と「生活を守ること」であり、それを実現するためには、保健・医療・福祉の連携が必要です。「生命を守る」医療と「生活を支援する」福祉の統合が求められています。私たちは引き続き、排泄ケアという観点から生活を支援する提案を継続し、福祉の側面から高齢化社会に貢献していきます。



紙おむつのあて方教室



## 全国の自治体を訪問し、 サービス向上のための仕組み提案に努めています。

2001年に発足したヘルスケア業務営業在宅ケア推進部では、全国の地方自治体を訪問し、紙おむつ給付事業のサービス向上提案を行っています。具体的には、自治体が高齢者に紙おむつを支給する“給付事業”に対し、利用者・自治体両者のニーズを満たす独自の提案をしています。利用者にはお体の状態や日常動作に合った商品選択の幅やアドバイスの提供を、自治体には事業予算内でのサービス向上による利用者評価獲得など、自治体に合わせた仕組みづくり提案を展開しています。また、ケアマネージャーへのアドバイスや介護者への「おむつの選び方・あて方教室」など、トップメーカーならではの知見を提供しています。さまざまな地域の高齢者福祉の向上に向けた幅広いコンサルティング活動を展開しています。







# CSRのグローバル展開

2008年度も、ユニ・チャームはCSRのグローバル展開を積極的に推進しました。  
日本国内だけでなく、中国をはじめとした海外拠点を含むすべてのグループ企業で  
CSR意識の統一、平準化を目指しています。



## 「グローバル10ビジョン」に基づく国際展開でのCSR

ユニ・チャームでは、商品を通じて世界の皆様に快適と感動と喜びを提供することがユニ・チャームの社会貢献であるという考えのもとに、グローバル10ビジョンとして“世界初・世界No.1の商品、サービスを提供すること”を掲げています。品質の良い商品をより多くの皆様に手頃な価格でお使いいただくために、グローバル商品ラ

インの整備に伴う生産技術の向上や品質管理の徹底を行っています。また、現地のお客様にユニ・チャームの商品価値を正しく伝えるために、お客様が商品を選びやすい売り場づくりのための活動を行いました。

進出国の生活や文化を大切に、商品を通じた貢献を続けていきます。



### 東アジア拠点での事例

#### ●Thailand



店頭PC(プロダクトコンサルタント)が各商品の  
特徴を丁寧に説明し、商品  
価値を正しく伝えています。

#### ●Taiwan



フロアディスプレイと連  
動させ、消費者とのコミュ  
ニケーション力を高めまし  
た。

## 国連グローバルコンパクトへの参加

「社是」で謳う「人類の豊かな生活の実現」に向かい、ユニ・チャームの社会的責任はどうあるべきかを社員一人ひとりが考え、具現化していくことがユニ・チャームのCSR推進の基本です。現在は、国際社会の中でさら

に責任ある行動をとることを明確にするため、国連が提唱する「グローバルコンパクト」の10原則を支持し、参加しています。その実践を通じて、世界の積極的な変化に寄与することを志向しています。

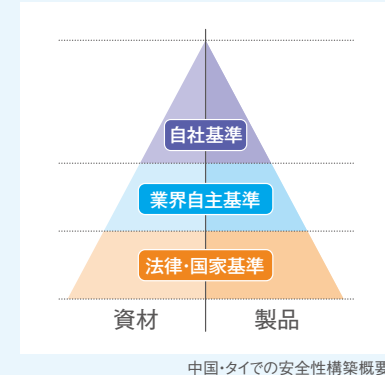
### 国連グローバルコンパクトの10原則

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>人 権</b> 原則1 : 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。<br/>原則2 : 人権侵害に加担しない。</p> <p><b>労 働</b> 原則3 : 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものとする。<br/>原則4 : あらゆる形態の強制労働を排除する。<br/>原則5 : 児童労働を実効的に廃止する。<br/>原則6 : 雇用と職業に関する差別を撤廃する。</p> | <p><b>環 境</b> 原則7 : 環境問題の予防的なアプローチを支持する。<br/>原則8 : 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。<br/>原則9 : 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。</p> <p><b>腐敗防止</b> 原則10 : 強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。</p> |
|--|---|

### 2008年度 海外でのCSR活動報告

#### 中国・タイでの安全性に向けた取り組み

中国・タイにおける安全性の考え方については、法律・業界基準の遵守を基本とし、自社基準を上乗せで設定しています。中国については関係法令がしっかりと整備されているため、法律遵守を重視しています。安全性構築は2007年4月から運用され、現在は中国現地法人が主体となって取り組んでいます。また、タイでは業界自主基準がないため、法律とユニ・チャーム自社基準で資材・製品の安全性をカバーしています。



#### 上海工場での環境保全に向けた取り組み

中国の上海工場では環境保全に向けた取り組みを徹底するため、環境目的、目標の見直しを行いました。また、2ヶ月毎に環境会議を開催し、省エネルギーやリサイクル率の向上、危険廃棄物合法処理といった各活動の進捗状況の共有や、各部門毎の実績や計画の進捗状況の共有を図っています。



上海工場リサイクルパレット

#### ユニ・チャームプロダクツの海外交流について

ユニ・チャーム商品を手頃な価格でご購入いただくためには、現地での生産が必要です。ユニ・チャームプロダクツでは、現地の技術レベル向上のため日本国内の各工場と姉妹工場制による面交流を実施し、国内の成功事例や仕組みの定着を支援しています。



上海での保全者育成研修



インドネシア巡回研究会の様子



詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>

CSR情報 ▶ CSRのグローバル展開

Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。



# ディスポーザブル商品メーカーの責任として、環境負荷低減に向けた取り組みを積極的に行っています。



## 「環境負荷の低減」と「製品価値の向上」の両方を 実現した製品に、エコラベルの表示を開始。



Eco CHARMING  
エコチャーミング マーク

ユニ・チャームは、紙おむつや生理用品など使い捨て商品を扱うメーカーの責任として、環境負荷低減に向けたさまざまな取り組みを展開しています。この度新たな取り組みとして、「環境負荷低減」と「製品価値向上」の双方を考慮した商品へのエコラベル「エコチャーミング」の表示を開始しました。対象商品は、スリム化によるはき心地の改善と原材料の使用量削減を同時に実現したベビー用紙おむつ「ムーニーマン スリムパンツ」と、快適性の向上とCO<sub>2</sub>排出量削減に成功した生理用品「ソフィ シンクロフィット」のほか、「ムーニー 新生児用・Sサイズ」、「チャーム ナップ安心スリム」などさまざまあります。今後も対象商品を増やし、「環境負荷低減」と「製品価値向上」を進め、持続可能な社会の構築に貢献していきます。



ソフィ シンクロフィット



©DISNEY

ムーニーマン スリムパンツ



## 「カーボンフットプリント」への取り組み

「カーボンフットプリント」とは、商品のライフサイクルで排出されるCO<sub>2</sub>の量を商品パッケージに表示することで、消費者に対してCO<sub>2</sub>の見える化を推進し、その排出量の削減を目指す取り組みです。この活動は、経済産業省主催の「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」で進められており、ユニ・チャームも「ムーニーマン スリムパンツ」で参加しました。これは、ユニ・チャームが商品のライフサイクルでの環境影響評価結果を積極的に外部に公表していたことが評価された証でもあります。「カーボンフットプリント」への取り組みは国際的な注目度も高まっており、今後もユニ・チャームでは、業界、サプライヤー、流通などのステークホルダーと歩調を合わせながら、こうした活動に積極的に取り組んでいきます。

### ムーニーマン スリムパンツの「カーボンフットプリント」

マークの上部に記載されている数値が、その商品のライフサイクルにおけるCO<sub>2</sub>排出量になります。排出量が見える化されるので、消費者はCO<sub>2</sub>排出量の観点からも商品を比較できるようになります。



6,252g  
CO<sub>2</sub>  
(1パッケージあたり)  
Lサイズ / 42枚入り /  
男の子用・女の子用  
の場合

## VOICE

ユニ・チャーム株式会社  
執行役員待遇 グローバル開発本部  
ニュープラットホームセンター担当  
兼 R&D推進室担当

伊賀上 隆光



地球にやさしいエコチャーミング商品の  
拡大を推進していきます。

「エコチャーミング」には、使い捨て商品の製造メーカーとして、「高い基準で地球環境に配慮した商品を作りたい」という私たちの思いが込められています。ラベルには、エコの「E」とチャーミングの「C」を活用し、ハートをイメージしたロゴにより、やさしさを表現しています。対象商品である「ムーニーマン スリムパンツ」については、薄さ1/2のスーパースリム吸収体を使用し資材を減らすことで、CO<sub>2</sub>の排出量を大幅に低減しました。同時に「スリムになってはきやすい」「ゴワゴワしない」といった機能面でも評価をいただきました。今後もエコチャーミング商品の拡大、また昨年好評だったカーボンオフセットキャンペーンの実施によるエコチャーミングの浸透活動を推進していきます。

## 私たちの環境負荷低減活動への 理解を深めていただくため、 「エコプロダクツ2008」へ出展。



## 出展は、皆様と私たちとのコミュニケーション 機会でもあり、意義ある活動と考えています。

ユニ・チャームは、これまで取り組んできた環境活動をより広く紹介するとともに、皆様のご意見を伺う機会として、2008年12月、東京ビッグサイトで開催された日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2008」へ出展しました。3回目の出展となった今回は、「エコチャーミング宣言!」と銘打ち、初のエコラベル表示商品となったベビー用紙おむつ「ムーニーマン スリムパンツ」と生理用品「ソフィ シンクロフィット」を展示しました。内容としては、経済産業省の「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」に紙おむつの事例として参加した「ムーニーマン スリムパンツ」のCO<sub>2</sub>見える化の事例紹介や、2008年6月5日から7月10日まで期間限定発売した「カーボンオフセット(CO<sub>2</sub>排出権付き)ムーニーマン スリム

パンツ」の販売結果報告を行いました。期間中の販売数量に応じたオフセット量として約3,400tonのCO<sub>2</sub>抑制効果があり、オフセット量は当初の計画を11%も上回ったことを報告しました。ユニ・チャームブースに来られた方は、過去最高の200名を超し、「カーボンフットプリント」への関心の高さ、また女性の「ソフィ シンクロフィット」への期待をうかがえる結果となりました。



ユニ・チャームブース出展の様子②



ユニ・チャームブース出展の様子①

### カーボンオフセット結果報告

2008年6月5日から7月10日まで「ムーニーマン カーボンオフセットキャンペーン」を実施しました。多くの皆様のご賛同をいただき、最終的に3,395tonのCO<sub>2</sub>をオフセットすることができました。2009年度につきましてもカーボンオフセットキャンペーンの実施を計画しています。





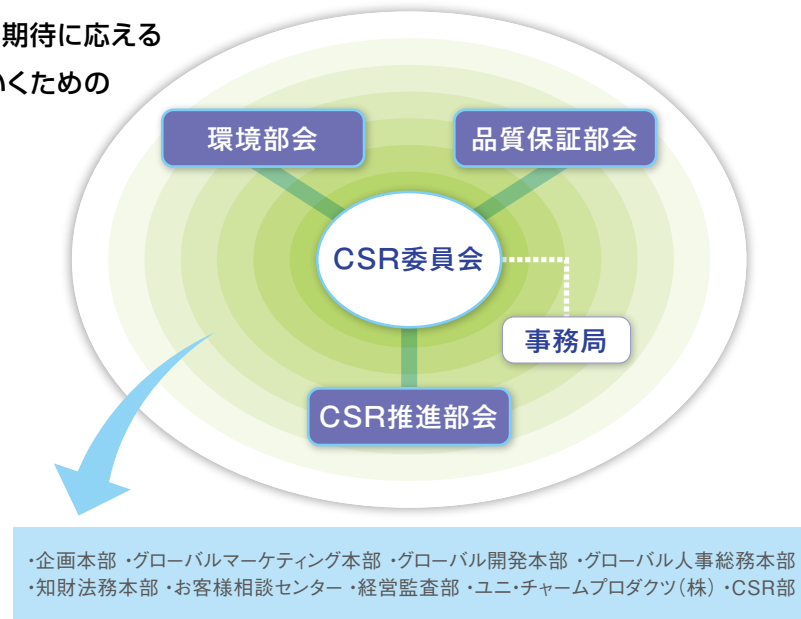


# CSR推進体制

ユニ・チャームでは、ステークホルダーの期待に応えるCSR活動を具現化し、円滑に推進していくための体制を構築しています。

## CSR委員会

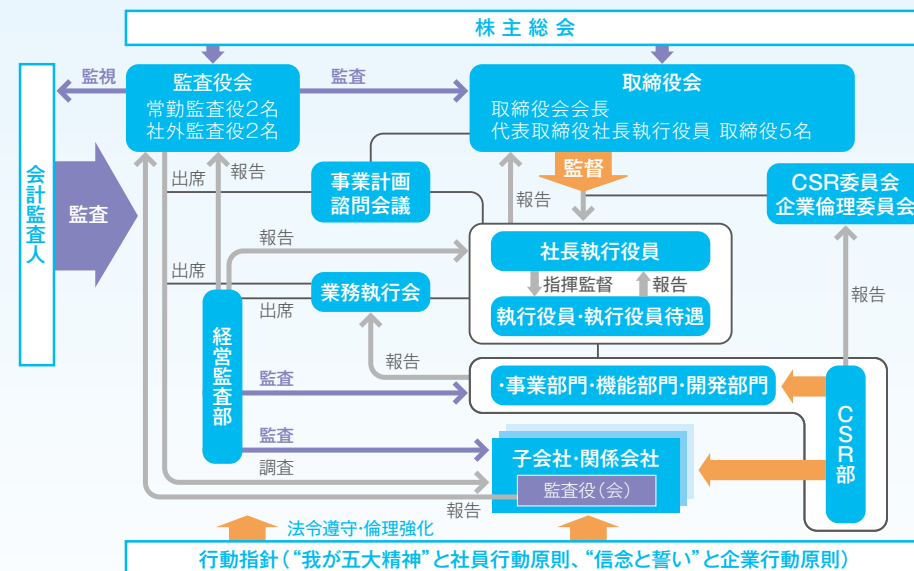
社長を委員長とした全社横断的推進組織となる「CSR委員会」を開催し、CSRに関わる活動の共有を行っています。



## コーポレートガバナンス

ユニ・チャームは常に社是を基にした「正しい企業経営」を推進しています。執行部門が中心となった事業活動を通じ、企業価値の向上と企業の社会的責任の遂行を両立させていくことが重要であるという認識のもと、監査役設置会社という経営形態の中で執行役員制度を一層強化しながら、コーポレートガバナンスの充実を図っています。

### ●コーポレートガバナンス体制



## コンプライアンスの考え方

一般的にコンプライアンスとは、「法律・法令を遵守すること」と解釈されていますが、ユニ・チャームでは法律や法令の遵守はもとより、企業倫理・企業理念に基づいた正しい企業経営の推進をコンプライアンスと捉えています。2005年度には行動指針を制定し、ステークホルダーへの「信念と誓い」(※P18参照)を実現するための具体的な行動を提示しています。情報セキュリティ

ポリシー、クライシスコミュニケーションマニュアルなどと併せ、「The unicharm way」として全社員へ徹底を図りました。今後こうした取り組みを通じて、コンプライアンスの浸透活動を継続して行っています。



マニュアル

詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/> CSR情報 ▶ CSR推進体制  
Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。



## 内部監査

世界的景気の停滞やグローバル化を進めるユニ・チャーム戦略(グローバル10計画)など、08年度はユニ・チャームを取り巻く環境が大きく変化しました。そのような中、ユニ・チャームではステークホルダーから信頼される企業であり続けるために、内部統制推進体制の充実と統制環境の強化を実施しています。

拡大する海外事業への内部統制強化を目的として、海外子会社のUNICHARM THAILAND LTD(08年4月)とUNICHARM CONSUMER PRODUCTS(CHINA) CO., LTD.UCCP(08年10月)に内部監査担当を設置し、現地法人それぞれの状況に応じた内部統制が実施できるようにいたしました。

また、「グローバル化への対応」を狙いに改訂された



内部監査の会議風景

IIA(内部監査人協会)の国際基準(2009年1月1日改訂)をもとに、ユニ・チャームの現内部監査規程を見直しました。

内部監査部門の役割を拡大し、09年度の新組織から内部監査室を経営監査部に改め、海外子会社や国内の内部監査を推進する「部門監査グループ」と金融商品取引法での内部監査を担当する「業務プロセス監査グループ」を設置し、体制を整備しました。よりの確な内部監査の推進に努め、内部統制の充実を図っていきます。

## りんりんダイヤル

ユニ・チャームでは、社員がコンプライアンスに関しての問題を気軽に相談できる窓口として、2004年度より「りんりんダイヤル」を設置しています。全社員へのカード配布、研修の際の窓口説明を通じて、社内での認知向上を図っています。相談対応については、「相談窓口運用規程」に基づき、相談者名の守秘・相談者保護を徹底しています。内容としては、法令・倫理違反に関する問題に気づいて疑問を持った場合のほか、セクシャル

ハラスメントなどの問題も受け付けています。2008年度は月平均2〜3件の相談に対応しました。



りんりんダイヤルカード

## CSR実行のための浸透活動と成果

社員一人ひとりがCSRを実行するために、CSR研修を実施しています。2008年度は「新入社員研修」「階層別研修」で、CSR講義を実施しました。

### CSR報告書を読む会に参加しての意見

- ・社会貢献活動を行っていることを知り、ユニ・チャームで働くことに誇りをもった。
- ・今後もよりCSRでの観点を意識した視座の高いユニ・チャーム社員としての活動を、特に商品を通して実行していくと同時に、その責任があることも改めて再認識しました。
- ・自社のCSR活動そのものを意識することがあまりなかったため、自分自身で情報を積極的に収集し、ユニ・チャーム社員として、また開発者としてCSR活動に貢献できることは何なのかを考えるきっかけになった。

また、CSR報告書を通じて社員がユニ・チャームのCSR活動を理解し、ユニ・チャームで働くことを誇りに思うと同時に、社員一人ひとりが自分の仕事の

社会的責任を見つめ直すことを目的として、「CSR報告書を読む会」を小集団の週次SAPS会議にて実施しました。CSR報告書の内容を理解し、自部門の課題についてディスカッションすることにより、CSRの観点で各部門業務を見直す機会となりました。

今後も社員へのCSR教育・情報発信の機会を増やし、CSR意識を浸透させていきます。



新入社員CSR研修資料







# 企業理念とCSRの方向性

世界シェア拡大に向けた事業展開には、グローバルなCSR浸透が不可欠です。

グローバルな事業展開により世界シェアを拡大していくためには、売上拡大だけでなく、海外社員へのCSR浸透が不可欠です。2008年度は、中国に引き続きタイにおいてもCSR担当者を配置しました。業界自主基準のないタイでは、法律とユニ・チャーム自主基準に基づき、資材・製品の安全性に向けた取り組みを推進しています。上海工場においては、目標達成に向けた環境コミュニケーション強化を目的として、環境会議をスタートしました。また、CSR調達ガイドラインのグローバルな活用も検討し始めました。今後も、グローバル商品ライン展開による品質・製品・安全性保持、環境管理のグローバル展開、海外CSR勉強会の拡大などを通じて、グローバルなCSR浸透活動を継続していきます。

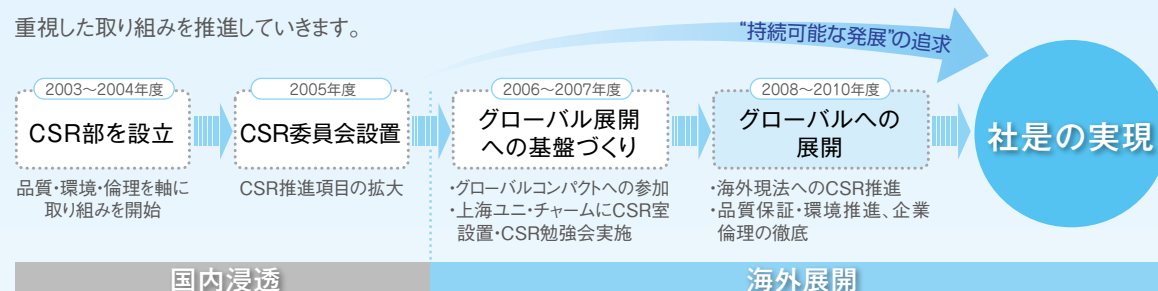


ユニ・チャーム株式会社  
取締役常務執行役員 CSR部長  
兼ユニ・チャームプロダクツ株式会社社長

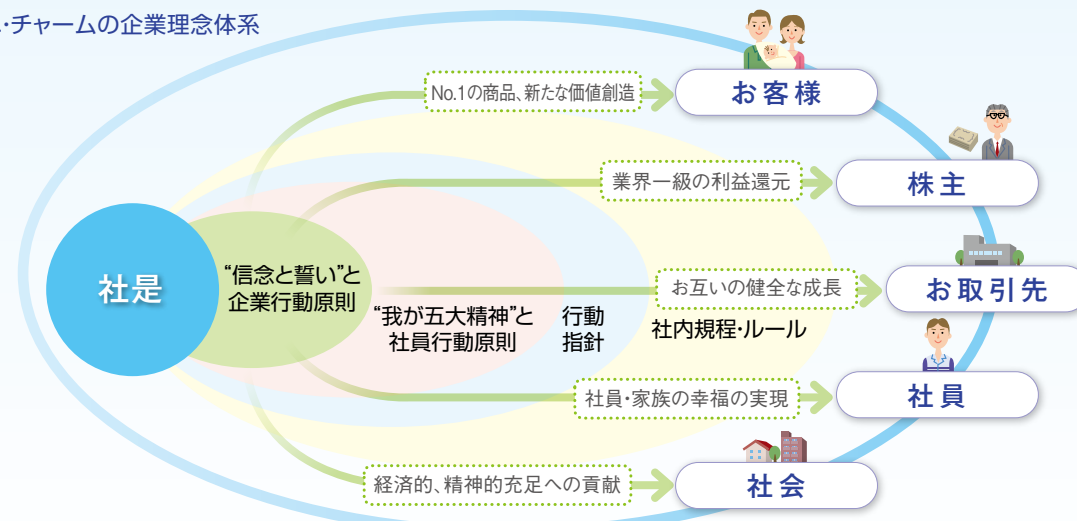
高井 正勝

## CSRの取り組みの展開

「グローバル10」ビジョン実現に向け、グループ&グローバルで経済性・環境・社会性を重視した取り組みを推進していきます。



## ユニ・チャームの企業理念体系



### “信念と誓い”と企業行動原則

#### お客さまへの誓い

私たちは、常に全力で尽くし続けることによって、No.1のご支持を頂くことを誓います。

#### 株主への誓い

私たちは、業界一級の利益還元を、実現することを誓います。

#### お取引先への誓い

私たちは、公平で公正な関係を保つことによって、お互いの健全な成長の実現を誓います。

#### 社員への誓い

私たちは、ひとりひとりに自信と誇りを提供し、社員及びその家族の幸福を実現することを誓います。

#### 社会への誓い

私たちは、全ての企業活動を通じて、そこに携わるひとびと、及び社会全体の、経済的かつ精神的充足に貢献することを誓います。

Click!

詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>

Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。

CSR情報 ▶ 企業理念とCSRの方向性



## “やさしさ”をすべての ステークホルダーの皆様へ

ユニ・チャームの活動は、お客様をはじめ、お取引先、株主・投資家、社員など、社内外のあらゆる方々との関係によって成立しています。常に信頼され、期待され続ける企業であるために、皆様と良好なコミュニケーションを推進し、誠実に社会的責任を果たしていくよう努めています。





## お客様に信頼される 製品づくりこそ、 私たちの大切なCSR活動です。

### 考え方 Idea

#### No.1の商品、新たな価値創造

社内外のすべての顧客に対して自分たちがどのような存在であるべきかを考え、常に顧客の期待値をはるかに超える“感謝”される存在を目指しています。

社員一人ひとりの働きが品質を支えていることを自覚し、商品に携わる全員がCSRの観点に立ち行動することが大切であると考えています。

### 活動事例 Case

#### ① 日本初 生理用タンポンで医療機器の国際規格「ISO13485」認証取得

生理用タンポンは体内に挿入して使用する生理用品のため、より高いレベルでの安全確保が求められます。ユニ・チャームでは2002年から国内外をはじめとする事業所において、品質マネジメントの国際規格である「ISO9001（2000年版）」を取得するなど、グループをあげて品質マネジメントシステムの構築を推進しています。さらなる品質管理体制を求めた成果として2008年11月には、ISO9001をベースに医療機器の安全性や有効性を担保

する特別要求事項を追加した品質マネジメントシステムの国際規格「ISO13485」認証を、生理用タンポンの製造において日本で初めて取得しました。このことは、ユニ・チャームが常に最高品質の商品とサービスの提供を信念とし、品質向上に向けた活動を続けてきた証でもあります。今後も皆様に安心してお使いいただける商品を提供するために、品質マネジメントの徹底に努めていきます。

「ISO13485」認証取得の内容

適合規格	医療機器における品質マネジメントシステム規格「ISO13485」		
適合活動範囲	生理用タンポンの製造		
対象事業所	ユニ・チャームプロダクツ(株)	四国工場 豊浜製造所 第2製造	
		福島工場 製造2G	
		ロジスティクス部	物流G西日本DC
		ロジスティクス部	物流G中日本DC
		ロジスティクス部	物流G北日本DC
主な取り組み	作業環境の整備、製造およびサービス提供の文書化、トレーサビリティの確立など		
審査登録機関	財団法人 日本品質保証機構		
認証取得日	2008年11月28日		

「ISO13485」とは：ISO9001をベースに医療機器の安全性や有効性を担保する特別要求事項を追加した品質マネジメントシステム規格。対象は、メス・注射針・カテーテル・歯科材料など各種医療機器・材料・MRIや人工心臓などの機器、体外診断用薬品など。ヨーロッパ・カナダ・オーストラリアおよび台湾などアジア各国の医療機器の法規制における要求事項として広く採用されている国際標準規格。



「ISO13485」証書

### Employee's Voice



ユニ・チャーム株式会社  
取締役常務執行役員  
COO(チーフ・クオリティ・オフィサー)  
兼グローバル開発本部長  
石川 英二

#### 顧客の期待値を超えた商品とサービスの提供を目指しています。

現在の競争環境では、“顧客満足”を基準にするのでは不十分と感じます。私たちは商品を通じて、顧客とともに新たな市場の創造や、より快適なライフスタイルの浸透を実現していくことで、「常に顧客の期待値をはるかに超える感動、感謝される存在を目指したい」と考えています。また、各ドメイン

市場の顧客のニーズに対しては、きめ細かく俊敏にお応えできるよう、地産地消のものづくりに取り組む「顧客密着」の考え方を推進しています。社内においては、集団の目的と個人の目的との一体化を図り、「現場力(個人だけでなく集団の力)」の最大化を目指しています。

#### ② 最適・迅速なお客様対応を実現するお客様相談センター

安全・安心への関心がますます高まる中、お客様満足度をいかに最大化させるかが重要な課題です。そのため、お客様の声がダイレクトに寄せられる「お客様相談センター」では、より迅速で



お客様相談センターの対応風景

誠実な対応が必要となり、アドバイザーのレベルアップは必須条件です。研修についても、外部講師招聘による話し方の研修や、新商品発売時の事業部による研修などで、常にノウハウとスキルの向上に努めています。2006年7月にはISO10002規格自己適合宣言をし、企業全体での適切なお客様対応を推進しています。苦情対応プロセス文書には、お客様からの声に対し、いかなる時も誠実・迅速に対応することを誓った「苦情対応方針」を定め、社内に周知・徹底しています。また、お客様の声を一元管理し、関係各部署で共有できるSMILEシステムを08年1月にリニューアルしました。従来は日報ベースによる運用でしたが、キーワードでダイレクトに事例を検索し、閲覧・加工・分析が可能になりました。2008年度に「お客様相談センター」に

ただいたご意見は約6万件に上り、そうした声はレポートや会議を通じて各部門に発信し、商品やサービスに反映するよう努めています。

#### お客様の声による商品反映事例

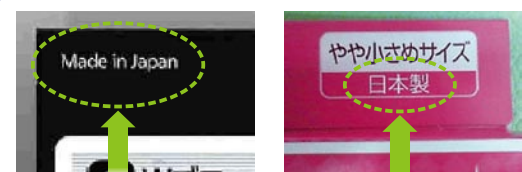
##### ① はだおもいのラインナップを増やして欲しい



「はだおもい33cm」追加発売

もっと大きい(長い)サイズの商品が欲しいとの声から、33cmの製品を追加発売。

##### ② マスクの生産国が分かりにくい



パッケージ裏面で生産国を英語表記していたが、表面への日本語表記に変更。

#### ③ グローバルお客様相談室※大会

2008年7月、中国・タイ・台湾・インドネシアの現地法人に所属するお客様相談室スタッフが参集し、初めて「グローバルお客様相談室大会」を開催しました。「2009年にアジアでNo.1のお客様満足を実現する」というビジョンの共有や、日本のお客様対応スキルとISO10002苦情対応マネジメントシステム運用についての勉強会、またレポートの書式・お客様情報区分の統一、グローバルレポートの準備など、アジア現地法人を通じた情報共有と横展開の推進を図りました。

また、今後は各現地法人のお客様相談室との情報交換をしながら、全グループ会社の対応レベルを上げていきたいと考えています。

※日本のお客様相談室は、2009年4月よりお客様相談センターに名称変更



大会参加メンバー



経営の透明性を高めるため、迅速かつ正確な情報開示に努めています。

考え方  
Idea

業界一級の利益還元

ユニ・チャームは、株主の皆様に対する利益還元を重視するとともに、収益力の向上および財務体質の強化を図りながら、安定した配当を継続することが重要と考えています。

また企業価値向上のため、迅速かつ正確な情報開示に注力するとともに、経営の透明性を高めるような幅広い情報開示を推進しています。

活動事例  
Case

① 株主の皆様への利益還元の基本方針

株主の皆様への利益還元は、重要な経営方針のひとつです。ユニ・チャームではそれを実現するため、キャッシュフローの創出による企業価値の向上に努めています。具体的には、配当と自己株式の取得を合わせた連結当期純利益に対する還元率を50%と定め、株主の皆様へ継続的に還元しています。また、配当の安定的かつ継続的な増加の方

針を堅持していきます。フリーキャッシュフローについては、海外および国内事業の業容拡大、研究開発、情報システム整備などの事業投資に対して重点的に配分し、将来的な企業価値増大を目指しています。2009年3月期の年間配当金は前期より8円増の54円となりました。

② 投資家の皆様への情報開示

ユニ・チャームでは、株主の皆様に向けた報告書を半期に一度、アニュアルレポートを年に一度発行しています。また、当社ホームページでは投資家情報を掲載し、詳細な情報を提供するなど各種IR活動を推進しています。株主・投資家の皆様に対し、わかりやすい情報開示に努めています。詳しくは投資家情報のページをご覧ください。



「投資家情報」ホームページ

Employee's  
Voice

グローバルな取り組みにより、収益拡大と企業価値の向上を目指します。

2009年3月期は、売上高3,478億円、営業利益349億円、当期純利益171億円となり、過去最高を更新しました。売上高では7期連続、営業利益では4期連続で増収増益を達成しました。不況下での順調な業績アップは外部からも高い評価をいただいています。株主との関わりについては、2009年2月に欧州、3月には米国で海外ロードショーを開催しました。また、2008年10月お

よび2009年4月には決算説明会、セルサイドバイサイドアナリストとのスモールミーティングを開催しました。今後は、成長市場における価格帯の異なる商品ラインの充実化、成熟市場での商品イノベーションによる新しい需要創造に努めるとともに、インドや東欧諸国などにも参入エリアを拡大し、売上成長とそれによる収益の拡大を目指し、企業価値の拡大に取り組んでいきます。

ユニ・チャーム株式会社  
経理財務本部  
マネージャー  
大西 潤一郎



詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>

Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。

CSR情報 ▶ 株主・投資家とのコミュニケーション

お取引先と良好なパートナーシップを築き、安心できる製品の提供に努めています。

考え方  
Idea

お互いの健全な成長

お得意先については、お互いの健全な成長を目指し、カテゴリー品質の向上と新たな需要創造による業界総資産の拡大を三位一体で取り組んでいます。

また、サプライヤー様については、資材CSR調達基本方針

に基づくユニ・チャームの姿勢をご理解いただき、社会的責任を果たすための公正で公平な購買活動への協力を要請しています。

活動事例  
Case

① 品質方針説明会

2008年8月に7回目の品質方針説明会を開催し、計56社のサプライヤー様にご出席いただきました。品質向上に取り組んだ1年間の成果を共有し、特に功績のあったサプ

ライヤー様を表彰させていただくとともに、継続的な取り組みをお願いしています。



品質方針説明会

② 卸・小売業様との協働で目指すお客様満足

全国12ヶ所で、「新製品発表会」を開催し、多数の卸・小売業様にご出席いただきました。開催日程を例年より3ヶ月前倒しすることで、お得意先と十分なコミュニケーションを取ることができ、商品だけでなく売り場・売り方をご提案することができ、協働で顧客満足実現のための取り組みを実施しております。ご出席いただきましたお客様からは、「12月の新製品発表会は我々流通業から見ると早すぎる感が以前はありました。しかし参加後は、12月の前倒しの発表会開催は間違いなく『正解』と感じています。御社の熱意を感じ、

一緒に取り組み強化をしたいと思います。」(卸店幹部様のお声)「ユニ・チャームの発表会は『気づき』を感じさせていただける発表会ですので、それを活かして商売につなげていくと同時に、業界全体が良くなるように努めたいと思います。」(小売業幹部様のお声)というような嬉しい言葉を多数いただいております。



新製品発表会

Employee's  
Voice

サプライヤー各社様との緊密な連携により、安全や環境に対する理念を共有しています。

事業拡大している海外において、国内で取り組んだ成功事例を活かし、市長市場における価格帯の異なる商品ラインの品質、機能、安全、環境、サービスにかなった取引関係の構築を目指しています。第7回品質方針説明会では、安全や環境に対する理念の共有の他、カーボンフットプリントやCSRの視点からの情報共有と協力要請、法令・社会規範の遵守・人権労働の配慮に向

けた取り組み状況などの共有を図りました。今後は、海外での新規サプライヤー様との取引開始に当たって、ユニ・チャームの姿勢を理解いただくとともに、浸透を図っていく必要性が高まっています。グローバル調達ガイドラインの制定を進め、現地サプライヤー様の探索、取り組みの再設定や既存取引先への環境、倫理面での協力要請を行っていきたいと考えています。



ユニ・チャーム株式会社  
グローバル開発本部  
購買部部長  
鵜飼 哲男



詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>

Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。

CSR情報 ▶ お取引先との協働





## 各種制度の充実と その活用を促す風土づくりを 推進しています。

### 考え方 Idea

#### 社員・家族の幸福の実現

ユニ・チャームでは、「企業が成長発展するためには、その構成員である一人ひとりの人間としての成長発展が根本であり、だからこそ経営上の最も重要な課題として人材育成が位置づけられる」と人事理念に明記しています。

人材育成のための各種制度を整備・運用するとともに、優先順位や付加価値の高い課題に時間と行動を集中し、最も大切な“時間”という資源の使い方を見直して、一人ひとりの人生をより豊かに、より幸福に過ごせるように配慮しています。

### 活動事例 Case

#### ① 各種支援制度

仕事と家庭を両立させ、充実した生活を送れるようさまざまな支援制度を導入し活動に取り組んだ結果、ユニ・チャームは2008年、東京労働局より「子育て支援企業」として認定され、認定の証である「くるみん」マークを取得しました。ワーク・ライフ・バランス実現のポイントは、制度を利用しやすい環境づくり、風土づくりであると認識し、社内イントラネット上に「出産・育児」ガイドラインコーナーを設け、制度の活用方法、育児をしながら働くアドバイスなど支援制度

の活用推進を図っています。また社内報においても、ワーク・ライフ・バランスの取り組みに関するコーナーを設け、社員の認知アップを図っています。こうした取り組みの結果、育児休業・育児短時間勤務の取得者は年々増えています。今後も子育てを支援するとともに、お互いの家庭と職場を尊重しサポートできるような企業風土をつくっていきます。

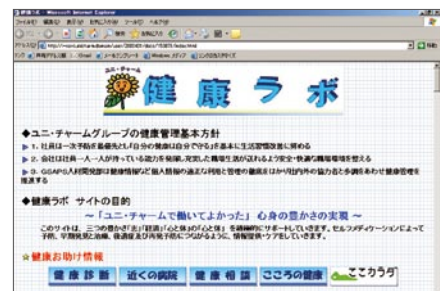


子育て支援企業認定マーク

#### ② 社員の健康への取り組み

「健やかで心身とも健康な社員が健全な経営を支える」というスローガンのもと、社員の健康維持のための取り組みを推進しました。

健康意識向上のために、“心と体”をサポートするサイト「健康ラボ」を社内イントラネットにオープンし、「生活習慣病」「インフルエンザ」「乳がん」など、月間テーマを決めて情報提供を行いました。心の健康に関しては、職場における管理監督者が部下の精神的な不調を早期に発見し正しく対応できるように、「メンタルヘルス勉強会」を営業部門からスタートしました。体の健康に関しては、健康診断受診を促し、また早期発見につながるように、婦人科検診の乳がん、子宮頸がん検診を会社と組合負担で実施しています。



Webサイト「健康ラボ」



健康レポート

詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>  
Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。

CSR情報 ▶ いきいきと働ける職場であるために

### Employee's Voice



ユニ・チャーム株式会社  
グローバル人事総務本部  
人事グループマネージャー  
大竹 英俊

社員が安心して働ける  
会社や職場づくりに寄与していきます。

ユニ・チャームでは、「定年まで働ける(働きたい)会社」を目指し、社員に対しては3つの豊かさ(志・経済性・心とからだ)の実現のため、さまざまな取り組みを行っています。2008年度は裁判員休暇制度や骨髄ドナー休暇などを導入しました。同時にeラーニングなどの活用により、これらを社員に周知徹底し、活用しやすい風土づくりも推進しました。また、定期健康診断の実施時期を早期化し再検査受診を呼びかけるなど、受診後のフォローまでできる体制を整えました。今後は、健康管理体制の充実やメンタルヘルスに向けた取り組み、また人事情報システムの構造改革を通じて、安心して働ける会社や職場づくりに寄与していきたいと考えています。

#### ③ ノー残業デー

ユニ・チャームでは2008年11月から全社「ノー残業デー」の取り組みを開始しました。11月の他、12月から3月までの各月に1日ずつの計5日間を設定し、長時間労働対策に取り組んでいます。この取り組みは、働き方や時間の使い方を考え直す機会を提供し、社員に健康の大切さを伝えるとともに、業務の効率化を狙うなど職場の意識改革も目的としています。また、本社環境目標として掲げられて

いる、“一人あたりCO<sub>2</sub>排出量2007年度比-1%”についても、「ノー残業デー」の実行と昼休みの事務所消灯で実現が可能となるため、環境に配慮した取り組みともないます。ユニ・チャームでは今後も継続的に取り組み、社員がいきいきと働ける職場づくりのため、さまざまな活動を推進していきます。

#### ④ 四国地区大運動会

ユニ・チャームでは社員の一体感の醸成を図ることを目的とし、製造部門を中心に社内運動会を毎年実施しています。この運動会は、10年間の休止期間がありましたが、社内のコミュニケーション不足に危機感を感じた若手社員達の「社内をもっと活性化させたい」という思いにより2004年から再開されています。2008年度については、1,300名近い社員とその家族が参加しました。事後アンケートでも81%の方が「楽しかった」と回答するなど、有意

義な活動となっています。また、運動会の会場で参加者から募金を集め、ピンクリボン活動に寄付しました。



運動会

#### ⑤ グローバル人事会議

2008年5月にユニ・チャームの中国現地法人で、第5回グローバル人事会議を実施しました。大惨事となった四川省大地震の直後というタイミングでしたが、中国メンバーの協力のもと無事に開催されました。会議では本社人事の中期計画が共有され、参加者全員が協働の意欲を高めることができました。活発な議論が交わされるなど、参加者全員が日頃からの思いや考えを共有しました。社

員同士のコミュニケーションも深まり、有意義な時間となりました。



グローバル人事会議





## ディスポーザブル商品メーカーの 使命として、環境保全活動を 徹底しています。

### 考え方 Idea

#### ふたつの“エコ”実現のための取り組み

日本の長期目標である2050年までに温暖化ガス排出量半減を達成するには、まさに革新的なイノベーションと低炭素社会への転換が必須条件となります。

また、国内のみならず地球規模での対策が求められている現在、新興国での事業拡大を中核戦略に置くユニ・

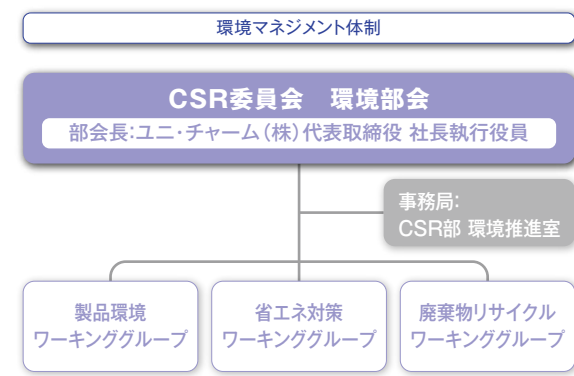
チャームはこれまで以上に重要な役割や責任を担うことになります。

持続発展可能な社会のために必要な、「環境負荷低減」と「経済性」のふたつの“エコ”の実現のための取り組みを推進します。

### 活動事例 Case

#### ① トップダウンでの環境活動推進体制

ユニ・チャームのCSRにおいて、環境活動の推進は重視すべき課題のひとつです。ユニ・チャームでは活動の円滑化を図るため、その中枢となる環境部会をCSRに関する全社横断組織「CSR委員会」内に設置し、トップダウンによるマネジメント体制を整えています。また、下部組織として各ワーキンググループを設け、重要なテーマである「製品環境、省エネ対策、廃棄物リサイクル」という部分に対応しています。各部門が互いに協力し、アクションプランに沿った活動を展開しています。



#### ② ISO14001に基づく環境マネジメント

ユニ・チャームでは地球にやさしい事業活動を推進し、環境保全活動に継続して取り組んできました。1997年の掛川地区事業所でのISO14001認証取得を皮切りに、2005年には国内のほぼ全ての拠点で取得を達成しました。このことは、ユニ・チャームが環境保全に向けた取り組みを継続して推進してきた証といえます。そして近年では、2003年にタイ工場、2007年には環境およびCSRの重要拠点と

位置づけた中国の上海工場での認証取得を完了するなど、海外拠点にも取り組みを拡大しています。今後も、未取得拠点の認証に向けた取り組みを計画的に推進してまいります。



上海環境会議

#### ③ 環境教育による環境意識啓発

環境保全活動を推進していくためには、環境に対する意識の浸透を全社共通で図っていく取り組みが必要です。6月の環境月間に合わせて、環境映画上映会、ノー残業デーなどの取り組みを実施をすることで社員への環境啓発を行いました。また、ISO14001に基づく環境マネジメン

トシステムの一環としての環境教育を、各事業所単位で実施しました。



環境映画上映会

#### ④ 環境リスク予防とパフォーマンス向上のための環境監査

ユニ・チャームでは、環境に関するリスク予防とパフォーマンスの向上を目的とし、環境監査を徹底しており、各事業所の環境マネジメントシステムに基づいたPDCAの中で内部監査によるチェックを実施しています。また、内部監査室の業務監査においても状況を確認し、精度を高めています。その他、廃棄物を新規の取引先に委託する際に

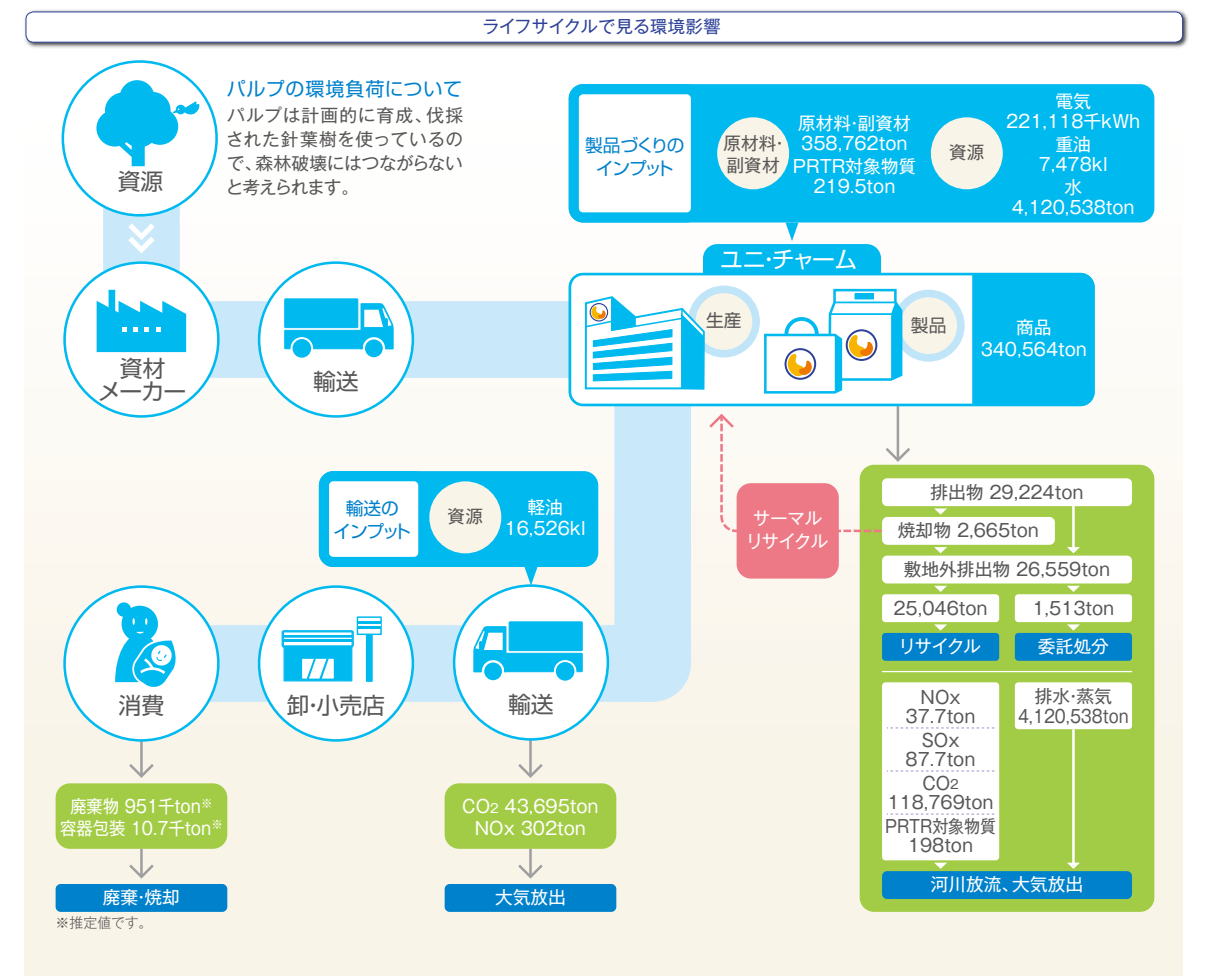
も現地に出向いて確認するなど、さまざまな場面で安全管理の徹底を図っており、今年度は、営業拠点の廃棄物監査を実施しました。2008年度は行政指導が1件発生しましたが、行政に確認しながら適正な処置を行い、対応を完了しております。

#### ⑤ ライフサイクル全体で環境影響を把握し、環境負荷を低減

ユニ・チャームでは、製造から販売にいたる過程において、さまざまな資源を投入しており、最終的に廃棄物が排出されます。

排出する温暖化ガスは主にCO<sub>2</sub>で、生産時のエネルギー使用に伴う発生が大半を占めます。こうした環境への負荷

を低減することは、使い捨て商品を製造・販売している企業として重視すべき課題のひとつです。ユニ・チャームでは、製造段階と商品自体の環境影響を定量的に集計し把握しながら、環境負荷低減に努めています。



詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>

Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。

CSR情報 ▶ 地球環境保護のために





6 3つのワーキンググループを中心とした取り組み

ユニ・チャームでは環境負荷低減活動を推進していくため、優先的に取り組む必要がある重要課題から目標数値を明確に設定して、単年度および中期にわたってのアクションプランを策定し、製品環境、省エネ対策、廃棄物リサイクルといった3つのワーキンググループでの取り組みと、各事業所の環境マネジメントシステムに基づく取り組みを中心に

実行しています。2008年度は、今までの付帯設備の省エネに加えて、生産設備の省エネにも着手し、省エネ率、CO<sub>2</sub>排出量削減とも目標を達成しました。今後は、ポスト京都議定書の中長期目標を検討、設定し継続した取り組みを推進いたします。

2008年度の実績と2009年度の目標・中期目標

テーマ		分類	指標	2008年度実績			2009年度目標		中期目標 (2010年度)
				目標	評価	課題など	目標		
				実績			主なアクションプラン		
直接的環境負荷抑制	省エネルギー・CO <sub>2</sub> 削減	製造	省エネルギー率 (2000年度比)	-11%	○	自然エネルギー の導入の検討	(-24%に含む)	-25%	
				-11.6%			生産設備省エネ対策推進		
			CO <sub>2</sub> 排出量売上高 原単位 (2000年度比)	-23%	○	ポスト京都長期 目標の検討	-24%		
							-33.2%		生産設備省エネ対策推進
		オフィス (本社)	一人あたりCO <sub>2</sub> 排出量 (2007年度比) 対象範囲:三田本社	-2%	○	管理対象範囲 の拡大(改正省 エネ法対応)	(-24%に含む)		
				-2.5% <sup>※1</sup>			昼休み消灯、フロア管理強化		
		物流	CO <sub>2</sub> 排出量売上高 原単位 (2006年度比) 対象範囲:UCP	-2%	○		-3%	-4%	
				-4.5%			モーダルシフトの拡大		
	廃棄物削減	製造	主要3拠点 総排出重量 (1999年度比)	-1%	△	生産量に左右 されない指標の 確立	産廃委託量の削減	-	
				-0.5% <sup>※2</sup>			汚泥のリサイクル化		
間接的環境負荷抑制	技術開発	開発	-	エコラベル対応商品の上市	○		エコラベル対応商品の拡大	エコラベル 対応商品の 拡大	
							4品上市		テーマアップ案件実施
			環境配慮型 商品比率	55%	○	海外商品への 拡大	55%		
							59.9%	テーマアップ案件実施	
	CSR調達	購買	CSR調達の 仕組み	CSR取り組み状況の把握	○		CSR調達の推進		
							アンケートによる確認実施		CSR調達ガイドライン発行
	資源循環	製造	主要3拠点 リサイクル率	99.0%	○		99.0%	99.0%	
							99.1%		福島工場熱回収安定稼働
マネジメント	国内全拠点での 環境活動推進	全拠点	-	EMSマルチサイト化構築 開始	○		マルチサイト認証取得		
							担当者会議の開催、 文書統合推進		マルチサイト運用、審査
	海外拠点での 環境活動推進	現地 法人	-	ISO14001未取得拠点での ISOに則った管理の実施	○		ISO14001未取得拠点での ISOに則った管理の実施		
							韓国、インドネシア現地確 認。今後の対応確定		韓国、インドネシアの2010年度 ISO14001取得に向けた活動

【評価】○:目標達成 △:達成率50～100%未満 ×:達成率50%未満  
※1 指標を見直したため基準年度を変更しています。  
※2 福島工場調整池汚泥を除く(数年に一度の排出のため)

7 環境情報の透明性を確保する環境会計

・環境会計の考え方

環境会計は、効果的な環境対策を推進するために欠かせないツールです。ユニ・チャームでは、その内容を社内外に対して積極的に公開しています。内部的には、環境対策コストと環境負荷低減の費用対効果の分析を目的とし、廃棄物を処理する際の効果的な処理方法の選択などで活用し

ています。外部的には、環境情報の透明性を高めることを目的とし、各テーマのアクションプラン実行にかかったコストを集計し、ステークホルダーの皆様に対して環境保全活動の結果をわかりやすく開示しています。尚、投資額は当期取得額のための計上となり、減価償却費は計上していません。

・2008年度の集計結果

2008年度は省エネ投資が前年よりも増加しております。ただし、福島工場焼却炉ボイラーの投資が一段落したこと、投資額全体としては減少しています。また福島工場の焼却炉工事が完了したことにより、リサイクル向けの外部

委託費用も減少しました。社内の分別強化などの効果により、廃棄物の売却額が増加しています。これらの活動の成果から廃棄物処理全体に関わる費用が減少しました。

環境会計

テーマ		具体的な取り組み	投資(千円)	費用(千円)	合計(千円)	効果
設計	技術開発	環境配慮型商品の開発 LCAの実施	0	52,035	52,035	環境配慮型商品比率59.9%
製造	省エネルギー	省エネ機器導入	103,626	71	103,697	エネルギー費用の削減額 36,441千円 省エネ率 -1.62%
	廃棄物削減	不良品の削減 適正処理の推進	16,349	53,401	69,749	福島工場リサイクル以外の廃棄物処分業者に委託したため増加
	環境負荷低減	リサイクル推進	16,313	408,373	424,686	リサイクル素材売却収入68,347千円 リサイクル率99.1%
	法規制順守	監視・測定の実施 法規制対応設備整備 容器包装リサイクル法対応	220,921	1,016,444	1,237,365	容リ法課金上昇 UCマテリアル排水監視強化 UCPC伊丹工場 悪臭対策強化
マネジメント分野	ISO14001運用	EMS運用、 外部審査、内部審査	0	113,820	113,820	昨年度から大きく変更になった点はありません。社内では社員の啓発のため 環境映画上映会等を実施しました。
	CSR報告書・会計	CSR報告書作成 CSR・環境会計集計	0	18,474	18,474	
	環境教育	外部勉強会、セミナー等への参加	0	3,116	3,116	
	その他	外部コミュニケーション実施 (座談会、情報公開ツールなど)	0	32,571	32,571	
合計			357,209	1,698,304	2,055,512	

集計範囲: 本社環境管理部門、製品開発部門、掛川地区、ユニ・チャームプロダクツ四国工場(大野原製造所、金生製造所、豊浜製造所)、ユニ・チャームプロダクツ福島工場、ユニ・チャームマテリアル、国光製紙、コスモテック、ユニケアー、ミュウプロダクツ、ユニ・チャームベットのケア三重工場、伊丹事業所 ※組織は2008年度名称です。  
期間: 2008年度(2008年4月1日～2009年3月31日)  
注記: ①減価償却費は費用に含めていません。 ②「効果」は確実なもののみで、偶発的效果や推定効果は算出していません。 ③環境推進室の費用を「ISO14001運用」に含めることにしました。 ④容器包装リサイクル法による再商品化委託料について、請求書に基づき当期に支払った額を計上しています。

前年度との比較(ユニ・チャームプロダクツ合計)

項目	2007年度(千円)	2008年度(千円)	増減額(千円)	主な内容
リサイクル委託費用	333,983	253,402	-80,581	福島工場での焼却炉改善工事が完了し、外部委託費用は削減しました。
最終処分委託費用	14,039	20,543	6,504	福島工場での焼却炉改装工事の際に、一部リサイクル以外の処理に委託したため増加しました。



詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>

CSR情報 ▶ 地球環境保護のために

Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。



## 社会と共生する 良き企業市民として、さまざまな 貢献活動を推進しています。

### 考え方 Idea

#### 人々に愛され歓迎される企業を目指して

ユニ・チャームでは、自社の事業そのものがすべて社会貢献性の高いものであり、日本のみならず、アジア、そして世界中の人々に快適と感動と喜びを提供していける極めて大きなチャンスを与えていただいていることに、大きな誇りと

喜びを感じています。

コア事業に関連するさまざまな社会貢献活動にも取り組み、その国の社会に貢献し、人々に愛され歓迎される企業へと発展していきたいと考えています。

### 活動事例 Case

#### ① 中国四川省大地震被害への支援

ユニ・チャームグループの中国現地法人では、2008年5月に発生した「中国四川省大地震」に対して、20万元（約300万円）の義援金を5月15日に寄託しました。今後も地

域に生きる企業市民として、こうした災害時の支援活動に取り組んでいきます。



四川省大地震寄付証書

#### ② ピンクリボン活動

ユニ・チャームでは、乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを訴求する「ピンクリボン活動」に賛同しています。売上げの一部を「乳がんをなくす ほほえみ基金」に寄付する、ピンクリボン限定デザインの「ソフィ」を10月に発売しました。また、乳がん検診をはじめとする婦人科検診を会社と組合負担にて無料で実施しているほか、男性社員でも活動に参加できるよう「ピンクリボン社内基金」を設置しました。176名の社員の協力を得て、147,000円を集めることができました。10月4日には「ピンクリボン スマイルウォーク」にユニ・チャームの社員が参加し、ピンクのゼッケンをつけて都内をウォーキングしました。会場では、マンモグラフィによる乳がん検診も行われ、ピンクリボンのメッセージが多くの人に伝わったのではないかと思います。社員に向けた情報発信については、健康情報サイト「健康ラボ」にて10月に「乳がん」を特集しました。さらに、身近に始められる社会貢献活動情報を発信する「やさしさクラブ」のページを新設し、10月1日付の人事規定改定で定めた骨髄ドナー体験（特別休暇）について紹介するなど、社員への啓発を行っています。



ピンクリボン限定デザイン



ピンクリボン活動



スマイルウォーク

詳しくはWebで → <http://www.unicharm.co.jp/>  
Web掲載情報については、P3の一覧表をご参照ください。

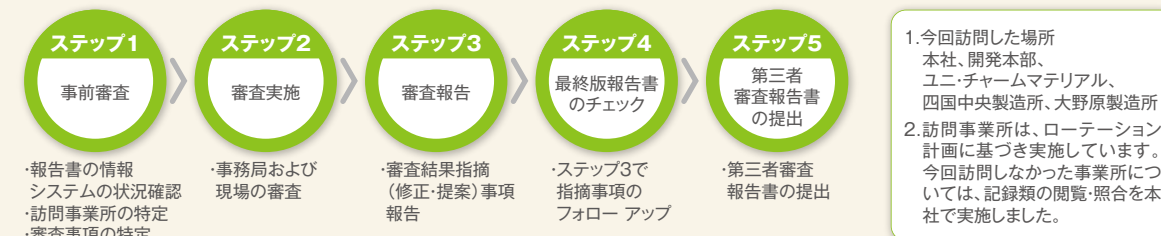
CSR情報 ▶ 地域社会への貢献活動

### 第三者審査報告書

第三者審査報告書		平成21年6月2日
ユニ・チャーム株式会社 代表取締役社長執行役員 高原 豪久 殿		株式会社トーマツ審査評価機構
		代表取締役社長 稲永 弘
<b>1. 審査の対象及び目的</b> 当審査評価機構は、ユニ・チャーム株式会社(以下「会社」という)が作成した「CSR 報告書 2009」(以下「CSR 報告書」という)について審査を実施した。審査の目的は、CSR 報告書 P.26～P.29 に記載されている 2008 年度の重要な環境定量情報(「環境報告ガイドライン 2007 年版」(環境省)及び「GRI サステナビリティ・リポート・ガイドライン 2006」)を参考にし、会社が採用した算出方法等に従って、正確に測定、算出されているかについて、独立の立場から結論を表明することを目的として審査を実施した。		
<b>2. 経営者及び CSR 報告書の審査を行う者の責任</b> CSR 報告書の作成責任は会社の経営者にあり、当審査評価機構の責任は、独立の立場から CSR 報告書に対する結論を表明することにある。		
<b>3. 実施した審査の概要</b> 当審査評価機構は、当該審査の結論表明にあたって限定的な保証を与えるために十分に有意な水準の基礎を得るため、「国際保証業務基準(International Standard on Assurance Engagements) 3000」(2003 年 12 月 国際会計士連盟)及び「環境報告書審査基準」(平成 16 年 3 月 環境省)を参考にして審査を行った。 審査の手法の概要は、CSR 報告書 P.26～P.29 に掲載されている 2008 年度の重要な環境定量情報について、サンプリングにより集計表とその基礎資料との照合、作成責任者及び担当者に対する質問、関連する標準・規程・ISO 関連資料等の閲覧及び照合、事業所視察、その他根拠資料となる内部資料及び外部資料で利用可能なデータと比較し検討した。		
<b>4. 結論</b> 「3. 実施した審査の概要」に記載した審査手続を実施した限りにおいて、CSR 報告書 P.26～P.29 に記載されている 2008 年度の重要な環境定量情報が、「環境報告ガイドライン 2007 年版」(環境省)及び「GRI サステナビリティ・リポート・ガイドライン 2006」を参考にし、会社が採用した算出方法等に従って、すべての重要な点において正確に測定、算出されていないと認められるような事項は発見されなかった。		
<b>5. 特定の利害関係</b> 会社と当審査評価機構又は審査人との間には、わが国の公認会計士法の規定に準じて記載すべき利害関係はない。		
		以上

### 第三者審査手続きの補足説明

第三者審査報告にあたり、審査手続きの概要を補足説明として以下に示します。



### 審査の様子

