

Asahi Glass CSR Report 2006

AGCグループは、グループビジョン **“Look Beyond”** を追求し、社会から信頼される企業を目指します。



代表取締役
社長執行役員
CEO

門松 正宏

…… 今、企業のあり方が問われていますが？

門松 企業がその存在を認められ、持続的に発展していくために、社会からの信頼は欠かせません。社会からの信頼とは、一言でいえば、社内外の誰からも「良い会社」と評価されることだと思います。しかし、「良い会社」と言ってもとらえ方はさまざまでしょう。一昔前ならば、業績が良く、企業イメージやブランドイメージがよい会社が「良い会社」でした。しかし今、それだけでは「良い会社」とは言えません。私たちが暮らす社会で「良い会社」と評価されるためには、業績だけではなく、企業のあり方そのものが重視されています。

私たちAGC（旭硝子）グループは、世界23カ国で事業を展開するグローバルな事業体です。私たちが事業を展開する国々では、それぞれ文化や習慣が異なります。こうした国々で私たちが持続的に事業活動を行っていくためには、経済・社会・環境の側面でバランスの取れた経営を行い、社会に必要とされる製品を誠実な方法で提供していくことが必要です。私たちが社会から「良い会社」と評価されるということは、私たちの日頃の活動の結果にほかならないのです。

……社会から信頼される企業であるために、具体的にはどのような行動が必要ですか？

門松 一般的に社会から信頼される企業とは、人々の暮らしをより便利にする会社とか、安全で信頼性の高い商品・サービスを提供する会社とか、環境活動に積極的に取り組む会社とか、コンプライアンスを遵守する会社とか、従業員が安心して働ける会社などを指すと思います。そこに共通するのは、社会からの期待を実現し、企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）を果たすということです。

しかし、こういう言い方をすると、CSRに取り組むためには特別な行動が必要だと感じる人もいるかも知れませんが、私はそうは考えていません。AGCグループにとってのCSRとは、グループビジョン“Look Beyond”が掲げる「よりプライトな世界を創る」ことを目指す活動にほかなりません。ですから、私たちにとってのCSRとは企業活動そのものであり、全従業員が一体となってグループビジョン“Look Beyond”を追求し、その状況を積極的に、かつ適時・適切に情報開示していくことが社会からの信頼に直結するのです。

……グループビジョン“Look Beyond”が掲げる「より
 ブライتنا世界を創る」とは、具体的にはどのようなも
 のでしょうか？

門松 「よりブライتنا世界を創る」ことは、「私たち
 の使命」としてグループビジョン“Look Beyond”の最上
 位に位置づけられています。

具体的には、企業活動を通じて私たちが生み出す「ブラ
 イトネス」として、板ガラスは、建物や自動車の窓として、
 生活に明るい太陽光とエネルギーをもたらし、ディスプレ
 イ部材は、テレビやコンピュータに用いられ、鮮やかな
 画像によって人々のコミュニケーションを支えています。

また、私たちの英知を集めた輝かしいフッ素化学や光の
 技術は、高度情報化社会や新しいエネルギー分野の進歩
 に貢献できると考えています。

私たちは、このような製品によって世の中に明るさ、鮮
 やかさ、輝かしさをもたらすと同時に、私たち自身も輝
 かしい（ブライتنا）前途を持った企業であり続けたい
 と考えています。

……では、「よりブライتنا世界を創る」ためには、何
 が重要でしょうか？

門松 AGCグループは、日本、アジア、ヨーロッパ、ア
 メリカで約5万7,000人の従業員が働いています。国も
 文化も考え方も違う環境のなか、AGCグループ全体で「よ
 りブライتنا世界を創る」ためには、AGCグループの全
 従業員が共有する価値観が必要となります。そこで、グ
 ループビジョン“Look Beyond”を構成する重要な要素と
 して「私たちの価値観」があります。

これは、イノベーション&オペレーショナル・エクセレンス【革
 新と卓越】、ダイバーシティ【多様性】、エンバィロメント【環
 境】、インテグリティ【誠実】の4つで構成されています。また、
 これらの価値観に基づく具体的なCSR活動として、お客
 様満足を向上させる「CS」、従業員の働きがいと誇りを
 追求する「ES」、地球環境を維持し労働環境を改善する
 「エンバィロメント」、ならびに「コンプライアンス」
 の4項目に重点的に取り組んでいます。

……2005年度の取り組み状況はいかがでしょう？

門松 「コンプライアンス」については、グローバルコ
 ンプライアンス体制・法務管理体制を整備し、体制の強
 化を図りました。「CS」については、CSの視点で日々
 の仕事を見直すことを、グローバルに展開しています。
 また「ES」については、良好な組織風土づくりを目的と
 して、AGCグループを対象にしたES向上活動を開始し
 たほか、グループ表彰制度「AGC Group CEO Awards」
 を制定しました。「エンバィロメント」では、地球温
 暖化防止の取り組み、廃棄物削減の取り組みを推進しま
 した。

一方、こうした取り組みを行っているなかで、コンプラ
 イアンス上の問題ならびに事故・災害が発生してしま
 いました。私は日頃から、「法令違反や事故・災害は、
 AGCグループの存在そのものを危うくする」と認識して
 おります。そのため、今回のコンプライアンス上の問題
 ならびに事故・災害の発生を重く受け止め、再発を防止
 するとともに、さらに徹底したCSR活動を、AGCグルー
 プ全体で展開していきます。

……最後になりますが、2006年度はどのような活動を
 実施しますか？

門松 2006年度は経営方針“JIKKO” - Execution for
 Excellenceの取り組みを加速する年です。CSRの4つの
 重点課題について引き続きグループ全体で取り組み、ス
 ピード感をもって成果を出すとともに、2005年度の反
 省も踏まえて「強い企業体質づくり」をテーマに、

- 部門課題を個人にまでブレイク・ダウンし、PDCAを回す
- コンプライアンスを徹底する
- 安全・防災への取り組みを強化する
- 真のグローバル企業へと挑戦する

を推進します。また、このような取り組みを継続的に実
 施することにより、社会から信頼される高収益・高成長の
 グローバル優良企業を目指します。

私たちの活動に対する、皆様からの忌憚のないご意見
 をお聞かせいただければ幸いです。

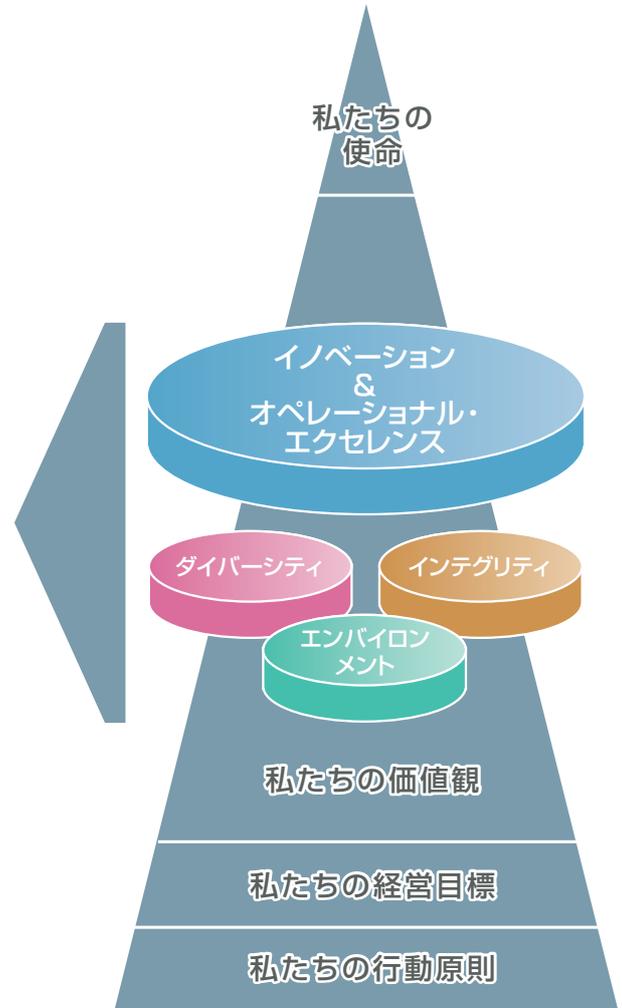
CSRLレポート2006の全体像

AGCグループのCSR活動をよりわかりやすくお伝えするために、冊子とホームページで活動内容を報告します。

冊子の内容

トップメッセージ	P.1
AGCグループのCSR	P.5
コーポレートガバナンス	P.7
インテグリティ	コンプライアンス P.9
	ステークホルダーとのコミュニケーション P.11
イノベーション&オペレーショナル・エクセレンス	CS（お客様満足） P.13
	モノづくりへのこだわりと現場力の強化 P.15
エンバィロメント	AGCグループの事業と環境の関わり P.18
	2005年度の計画・実績・評価と2006年度の計画 P.19
	環境活動 P.20
	労働安全衛生 P.24
	保安防災 P.27
ダイバーシティ	ES（従業員の働きがいと誇り） P.29
社会からの評価	P.33
ステークホルダーダイアログ	P.35
第三者意見	P.37
事業概要	P.38

グループビジョン “Look Beyond”



編集方針

冊子では、CSRの重点課題とグループビジョン“Look Beyond”の中核をなす「私たちの価値観」が、実際のCSR活動にどのように展開されているのかを中心に報告します。またホームページでは、網羅性に配慮しCSR活動の全体像を報告します。

掲載範囲 2005年度（2005年1月～12月）
 ※一部の情報については2006年度の内容も含まれます。
 AGCグループ（AGCとはAsahi Glass Companyの略です）
 ※本文中で「旭硝子」「当社」と記載している場合は、旭硝子（単独）を表します。
 ※旭硝子（単独）とは、本社、中央研究所、工場（関西、北九州、京浜、高砂、千葉、愛知、鹿島、相模）を指します。

参考ガイドライン サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002（Global Reporting Initiative）
 環境報告書ガイドライン（2003年版）（環境省）

発行 2006年5月

CSRホームページの内容

トップメッセージ	
AGCグループのCSR	
コーポレートガバナンス	
コンプライアンス	
お客様・お取引先様とともに	CS（お客様満足） モノづくりへのこだわりと現場力の強化 資材調達
株主の皆様とともに	IR（インベスターリレーションズ）情報
社会とともに	社会貢献
従業員とともに	ES（従業員の働きがいと誇り） 労働安全衛生
地球環境のために	環境マネジメント 環境負荷低減・汚染予防 ポジティブな環境活動 保安防災 サイトレポート
GRIガイドライン対照表	
第三者意見	
お問い合わせ	
ダウンロード	

CSRホームページのURL

<http://www.agc.co.jp/csr/>（日本語版は7月末、英語版は8月末公開予定）

ホームページでは、特に環境に関連するパフォーマンスデータ等を追加して掲載しています。

- ・NO_x排出量推移、SO_x排出量推移、ばいじん排出量推移、総排水量推移、COD排出量推移、グリーン購入の実績、環境会計、PRTR（化学物質排出移動量届出制度）データ、旭硝子各事業所・国内/海外主要関係会社のサイトレポート

※本レポート（冊子およびホームページ）は、編集段階で入手できる最新の情報に基づいて作成していますが、将来予測などの情報に関しては、事業環境の変化などによって結果や事象が予測とは異なる可能性があります。あらかじめご了承ください。

※本報告書掲載記事の無断転載・複製を禁じます。

※表紙：液晶ディスプレイ用ガラス

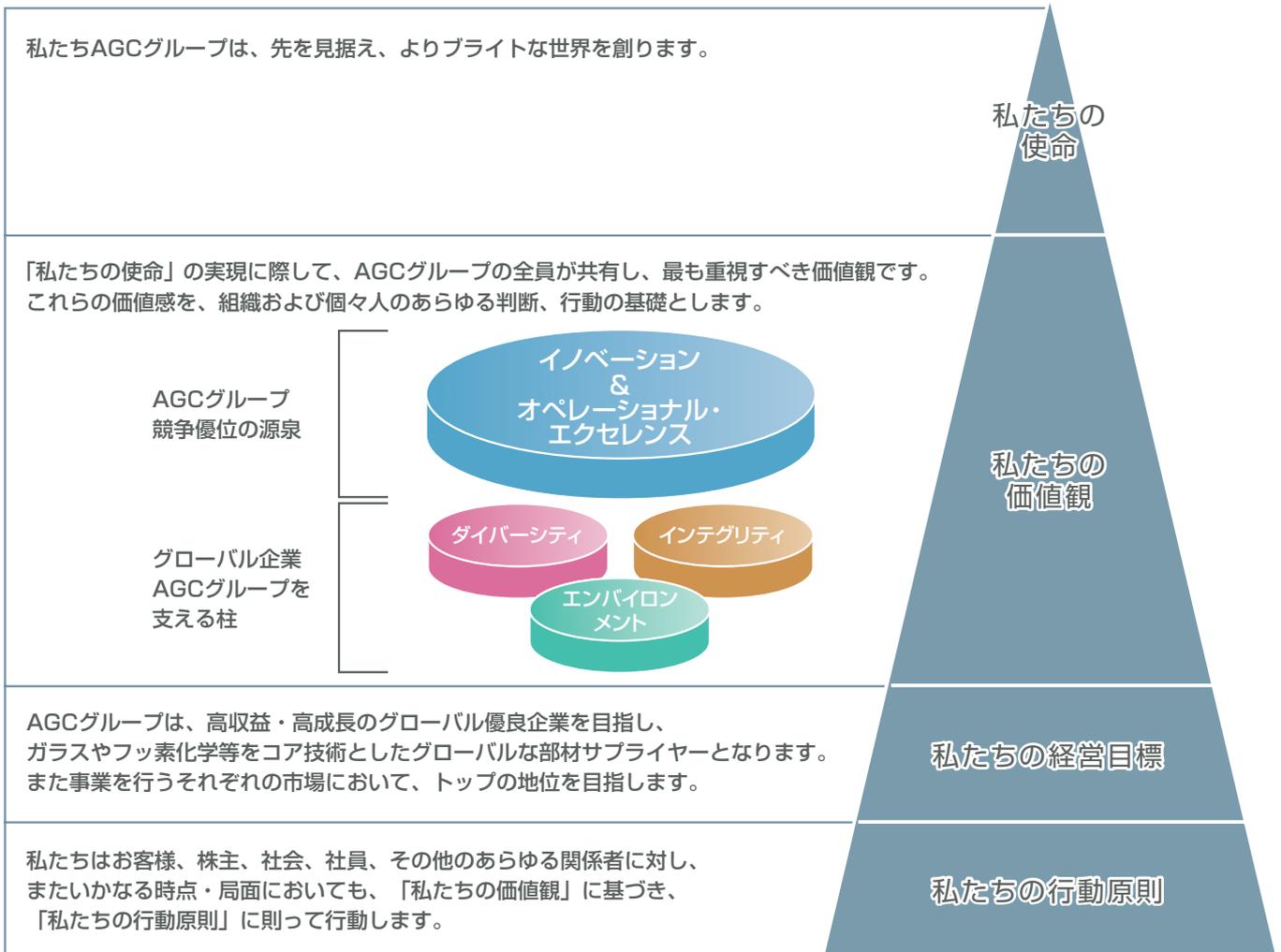
AGCグループのCSR

グループビジョン **“Look Beyond”** を追求する。これがAGCグループのCSRです。

「将来を見据え」「自らの領域を超えた視点を持ち」「現状に満足せず飽くなき革新を追求する」という精神を示しているグループビジョンをCSRに関する複数の外部基準*1と比較検討した結果、グループビジョンは社会から要請される要素をほぼ網羅していることを確認しました。そのためAGCグループは、企業としての社会的責任を果たすために何か特別なことを行うのではなく、**“Look Beyond”** の追求に全力をあげることで、CSRの向上、すなわち社会からの信頼を得て企業価値を向上させることにつながると考えています。

*1.外部基準：社会的責任投資インデックスからDow Jones Sustainability Indexes、情報開示ガイドラインからGRI Sustainability Reporting Guidelines 2002、マネジメントガイドラインからSIGMA Guidelines、行動原則・規範から国連グローバル・コンパクト。

グループビジョン **“Look Beyond”**



“JIKKO”—Execution for Excellence

2004年4月、経営方針“JIKKO” - Execution for Excellenceを策定しました。

“JIKKO”は、その言葉通り「実行」を重視し、事業執行のあらゆる面で、PDCA（計画・実行・点検・見直し）のサイクルをきちんと回していくことを基本コンセプトとし、お客様満足度（CS）、従業員の働きがいと誇り（ES）、さらには、それらを包括する企業の社会的責任（CSR）の向上を図りつつ、これらが「相乗的なスパイラル」となって、株主価値を継続的に向上させることを目指しています。

Plan

中期経営計画 “JIKKO-2007”

2005年1月に、2005年度から2007年度までの3年間の中期経営計画 “JIKKO - 2007” を策定しました。新たな成長戦略を実行し、グループビジョン “Look Beyond” の実現を目指しています。

Do

AGCグループは、“Look Beyond” が掲げる「私たちの価値観」に基づいて、以下の重点課題に優先的に取り組んでいます。

CSR重点課題

コンプライアンス（法令・企業倫理の遵守）

CS（お客様満足）

エンバイロメント（地球・社会環境）

ES（従業員の働きがいと誇り）

関連項目INDEX

インテグリティ P.8	コンプライアンス	P.9
	ステークホルダーとのコミュニケーション	P.11
イノベーション&オペレーショナル・エクセレンス P.12	CS（お客様満足）	P.13
	モノづくりへのこだわりと現場力の強化	P.15
エンバイロメント P.17	地球環境	P.18
	労働安全衛生	P.24
	保安防災	P.27
ダイバーシティ P.28	ES（従業員の働きがいと誇り）	P.29

Check

重点課題への取り組み状況を、CSR委員会*2やCSRタスクフォース*3で定期的に戻り、活動のステップアップを図っています。

同時に私たちは、私たちの活動やその成果に対する社外の皆様からの声にも耳を傾けています。なぜならば、それらの声は、日頃自分たちでは気づかないことを知る大切な機会だからです。

関連項目INDEX

社会からの評価	P.33
ステークホルダーダイアログ	P.35
第三者意見	P.37

*2.CSR委員会：2005年4月に設置された経営会議に相当する会議体。CEOを委員長とする。
*3.CSRタスクフォース：CSR委員会の下部組織。グループコーポレート・職能部門にて構成される。

Action

ふり返りによって発見された課題は、新たなミッションとなります。私たちAGCグループは、新たなミッションに対し、スピード感をもって取り組みます。

関連項目INDEX

トップメッセージ	P.1
----------	-----

旭硝子は、コーポレートガバナンス体制整備の基本方針として経営監視機能と経営執行機能を明確に分離し、経営監視機能の強化をしています。経営執行部分では、コーポレート機能と事業執行機能を明確に区分し、事業執行における迅速な意思決定を図ることとしています。

経営監視の体制と施策の実施状況

2002年6月の定時株主総会において、取締役会を「AGCグループの基本方針承認と経営執行の監視機関」と位置づけ、取締役数を20名から7名に減員、うち2名を社外取締役として、任期を1年に短縮する取締役会改革を実施しました。（2006年3月30日現在、取締役は7名〈うち社外取締役3名〉となっています。）また、同時に執行役員制も導入し、執行役員（任期1年）は、商法規定の取締役と明確に区別され、AGCグループの経営および事業の執行責任を負うこととしました。

2005年度は合計15回の取締役会を開催し、AGCグループの経営執行の監視を行うとともに、取締役候補者および監査役候補者の決定、次期執行役員の内定および決定、重要財産の取得および処分、中期経営計画の進捗および次年度の事業・資金計画などの重要事項の承認を行いました。

2003年6月には、コーポレートガバナンス体制のより一層の強化を目指し、取締役および執行役員等の評価・選任および報酬に関する客観性を高めるため、取締役会の任意の諮問委員会として、「指名委員会」と「報酬委員会」を設置しました。指名委員会は、現在3名の社外取締役を含む合計5名の取締役で構成され、委員長は取締役会議長が務めています。2005年度は合計5回の指名委員会を開催し、取締役候補者、監査役候補者および次期執行役員の推薦を取締役会に対して行いました。また、報酬委員会は、現在3名の社外取締役を含む合計5名の取締役で構成され、委員長は取締役会議長が務めています。2005年度は合計4回の報酬委員会を開催しました。同委員会は、株主と経営陣の間で利益が共有され、グループの持続的な発展を目指した業績目標の達成を経営陣に動機づけることなどを主旨とした報酬原則・戦略に基づく報酬制度にしたがい、執行役員の報酬等について審議しました。旭硝子は監査役制度を採用しており、監査役は社外監査役3名を含む4名（2006年3月30日現在）で監査役会を構成しています。2005年度は合計15回の監査役会を開催しました。各監査役は、監査役会が定めた監査方針にしたがって、取締役会その他重要な会議への出席、重要な書類の閲覧、本社各部門や事業所の監査、子会社調

査などを行い、監査役会に報告しました。監査役会は、これらの監査結果に基づき、監査報告書および連結計算書類に関わる監査報告書を作成して取締役に提出しました。

経営執行の体制

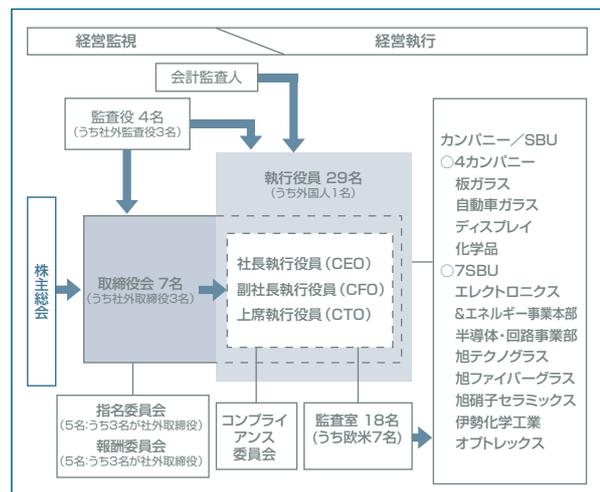
経営執行体制としては、2002年にカンパニー（社内擬似分社）制を導入しました。カンパニー制導入を機に、それまでの地域中心の事業運営体制をグローバル連結運営体制に改めるとともに、事業執行の責任と権限をカンパニー/SBUに大幅に委譲しました。

カンパニーは売上が概ね2,000億円を超え、グローバルに事業を展開する事業単位と位置づけており、現在「板ガラス」「自動車ガラス」「ディスプレイ」および「化学品」の4つのカンパニーを設置しています。それ以下の規模の事業単位はSBU（戦略事業単位：ストラテジックビジネスユニット）と位置づけ、2005年7月の電子部材事業本部の廃止、エレクトロニクス&エネルギー事業本部および半導体・回路事業部の設置を経て、現在7つのSBUが設置されています。

取締役および監査役に支払った報酬

2005年度、取締役および監査役に支払った報酬は、取締役にに対し総額236百万円、監査役に対し総額88百万円です。

経営監視および経営執行の仕組み、コーポレートガバナンス体制の概要図
(2006年3月30日現在)



インテグリティ【誠実】

高い倫理観に基づき、あらゆる関係者と透明・公正な関係を築きます。

コンプライアンス

AGCグループは、「法令を遵守することはもとより、企業活動を行う上で倫理を含む社会規範や会社のルールを遵守すること」をコンプライアンスとして定義し、グループをあげてコンプライアンスの徹底に取り組んでいます。

ステークホルダーとのコミュニケーション

AGCグループは、ステークホルダーとの積極的なコミュニケーションを大切にしています。さまざまな機会を通じてステークホルダーの要望をしっかりと把握するとともに、十分な説明責任を果たす活動を展開しています。

CSRの主要な要件を複数の外部基準（P5参照）に基づいて抽出・整理し、グループビジョン“Look Beyond”と照合した結果、インテグリティ【誠実】に関連して社会から要請されているCSRの要件は以下の通りです。

行動原則・行動規範の重視/法令遵守/自由競争の維持・腐敗防止/ヘルプラインの重視/情報資産の保護

公正透明なIRへの積極的対応/ステークホルダーとのコミュニケーション

コンプライアンス

AGCグループは、「法令を遵守することはもとより、企業活動を行う上で倫理を含む社会規範や会社のルールを遵守すること」をコンプライアンスとして定義し、グループをあげてコンプライアンスの徹底に取り組んでいます。

GOAL コンプライアンスを徹底し企業価値の向上につなげる

コンプライアンスは、単なる法令遵守にとどまらず、企業が存続するための基盤であり、利益を上げて企業価値を高めるための基本的条件です。世界のどこであろうと、AGCグループでコンプライアンス上の問題が発生すると、それはその会社や地域だけの問題にとどまらず、AGCグループ全体の信頼に影響を与えます。全従業員が一体となって「公正」で「透明な」企業活動を行うことにより、企業価値を高めていくことが重要です。

POINT 世界3極でコンプライアンスに取り組む

グローバルコンプライアンス組織

2005年1月から、代表取締役・副社長執行役員を責任者とし日本・アジア、欧州、北米の3地域を統括するグローバルコンプライアンス体制が本格的にスタートしました。2005年は、6月にグローバルコンプライアンス担当者、12月には同責任者が一堂に集い、それぞれのグローバル会議にCEOが参加して、コンプライアンスの重要性や施策を各地域の関係者に説明・要請しました。また、2005年に新たに制定した「違反情報把握システム」により、重要なコンプライアンス上の問題がグローバルでより速やかに経営トップに報告されるようになりました。

同システムに基づき、AGCグループは、グローバルでの行動基準違反による懲戒や、各地域でのヘルプラインの報告実績を定量的に把握することで、各地域での対策や仕組みの実効性をモニタリングしています。また、モニタリング結果を年2回定期的に取締役会に報告しています。

グローバル法務管理体制

法務関連業務におけるAGCグループの適切な内部統制制度の確立を目的に、2006年1月よりグローバル法務管理体制の運用を開始しました。日本・アジア、欧州、北米の3極にリージョナルジェネラルカウンセルを指名し、グループに関連する重要な法務問題を管理する体制となっています。

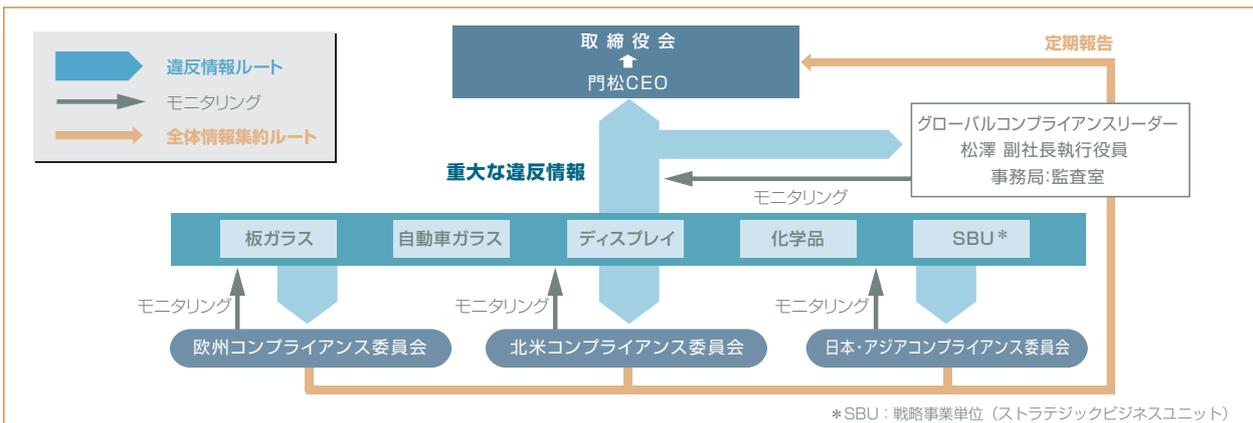
独禁法遵守体制

2005年3月、関係会社である旭ファイバーグラス（株）が公正取引委員会の立ち入り調査を受け、同年10月、同社を含むグラスウールメーカー3社に対して、住宅の断熱材などに使われるグラスウールの値上げをめぐる、近畿・九州地区で価格カルテルを結んだとして排除勧告がなされました。

AGCグループでは、従来から独禁法遵守を全グループに徹底するよう努めてきたところですが、この事件を受け、改めて、グループ全体として独禁法遵守体制を強化しました。

まず、AGCグループ全体として独禁法に対する価値観と考え方を共有することが必要と考え、2005年9月に、独禁法遵守グローバルガイドラインを制定して、全グル

グローバルコンプライアンス組織



ープに周知しました。また、競争事業者と接触する可能性のある全従業員に対してEラーニングによる教育を実施するとともに、事業部門ごとに巡回教育を行うなど、きめ細やかな独禁法教育を行いました。今後も、ガイドラインを確実に運用し、継続的に教育を行うことにより、再発の防止を図っていきます。

How To コンプライアンスプログラム

行動基準、ヘルプライン、誓約書からなる、コンプライアンスプログラムをグローバルで導入しています。

●行動基準

2005年7月、旭硝子は行動基準を改定し全従業員に配布しました。主な改定内容は、①2003年の旧版作成以降に整備・強化した組織や仕組み（グローバルコンプライアンス組織、セクハラホットライン・購買オンブズマン制度等）の追加、②個人情報保護法の施行にともなう項目追加（個人情報の保護・不正取得禁止）、③適時適切な情報開示や広報・広告等の表現に対する社会的要求が厳格になっていることを踏まえた項目の追加（情報開示および広報・広告活動）などです。

また2005年は、板ガラスカンパニーにCSR室コンプライアンスグループを立ち上げ、建材販売会社向けの行動基準を作成し巡回説明を行うなど、事業部門ごとの取り組みを開始しています。

AGCグループにおいては、2004年に旭硝子行動基準をベースとした各地域での行動基準が完成したことを受け、



その周知徹底を各地域コンプライアンス委員会が中心となって進めています。さらに、地域ごとの監査部門によるコンプライアンス体制監査を実施し、行動基準の浸透・教育状況や、コンプライアンスプログラムの実施状況のモニタリングと改善を図っています。

●ヘルプライン

旭硝子のヘルプラインは、コンプライアンス委員会事務局によるヘルプラインのほかに、外部弁護士事務所ルート、カウンセリング専門会社によるセクハラホットライン、社外購買先等からの購買オンブズマン制度のルートがあります。このうち事務局ヘルプラインに寄せられた2005年度の相談件数は、月平均3件と2004年度と同じペースでしたが、実名率が81%に上昇し、より具体的な相談が増えています。

AGCグループでは、中国の上海事務所に中国の関係会社共通のヘルプラインを設置し、同事務所に新たに雇用したコンプライアンス等を担当する現地社員が窓口となって運用しています。また、北米では、旭硝子アメリカのゼネラルカウンセラーが窓口となったホットラインを設けています。2005年度は相談件数が増加し49件でした。欧州では、2004年から各国ごとにコンプライアンスマネージャーを2名ずつ7カ国に配置し運用しています。

●誓約書

行動基準遵守の誓約書は2003年に制度を導入して3年が経過し、対象者を順次拡大しています。2005年は、旭硝子従業員は総合職一般社員・工場ライン主任クラス以上とし、加えて海外を含む直接連結会社の社長も誓約書を提出しました。国内および北米の関係会社では総合職一般社員以上、アジアの関係会社では主として管理職以上、欧州は幹部社員が誓約書に署名しました。これは、AGCグループ全従業員の27%（約15,000人）に相当します。今後も対象者を拡大していく計画です。

■主な課題

- ・アジア（中国など）やヨーロッパ等の地域・国におけるコンプライアンス体制を強化し、PDCAを展開すること。
- ・AGCグループにおける誓約書提出対象者を順次拡大し、制度を完成させること。
- ・AGCグループ全体で、ヘルプラインと同じ効果を持つ仕組みを整備し活性化させること。
- ・AGCグループ共通の行動基準を制定すること。
- ・巡回教育やEラーニング等を継続的・計画的に実施し、効果を定量的に把握すること。

ステークホルダーとのコミュニケーション

AGCグループは、ステークホルダーの皆様とのさまざまなコミュニケーションを実施しています。そうした機会を通じてステークホルダーの皆様のご意見をお聞きするとともに、説明責任を果たしていきます。

GOAL ステークホルダーの皆様から信頼を得る

AGCグループは、会社情報を積極的に、かつ、適時・適切に開示することにより、さまざまなステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを実施しています。これらを積み重ねることで、皆様からのご意見をCSR活動に反映していくとともに、皆様にAGCグループの活動をご理解、ご支持いただけることを目指しています。

POINT 誠実なコミュニケーションを図る

AGCグループが実施しているステークホルダーの皆様とのコミュニケーションの代表例をご紹介します。

IR(インベスターリレーションズ)に関する取り組み

AGCグループは、経営方針“JIKKO”-Execution for Excellenceにおいて、「継続的な株主価値の向上」を目指しており、これを実現するため、投資家の皆様を対象に事業内容や業績の推移を正しく認知していただけるよう、積極的なIR活動に取り組んでいます。AGCグループがアナリスト・機関投資家から申し込まれる取材やミーティングは年間で約300件ののぼり、主にIR担当者が対応しています。また、CEOやCFOなどの経営幹部が国内外の機関投資家に直接事業概況や決算の説明を行う機関投資家訪問も定期的に行っています。

ステークホルダーダイアログ

AGCグループは、グループビジョン“Look Beyond”のもと、社会から信頼される企業を目指した活動を展開しています。こうした活動を自分本位に終わらせないために、各界の識者をお招きして情報・意見交換する第1回ステークホルダーダイアログを2006年3月に開催しました。テーマは、AGCグループのCSRの重点課題の1つである「エンバロメント」とし、AGCグループ環境重点施策について議論しました。詳しい内容は、P35をご覧ください。また、今後も継続してCSR重点課題をテーマにステークホルダーの皆様との直接対話を通じて、今後の取り組みへ活かしていく予定です。

社会・環境情報の開示

旭硝子は、2000年より環境報告書を作成し、環境情報の開示を始めました。2004年からは環境に加え社会性情報の開示を進め、冊子とホームページで情報公開しています。このほか環境に配慮した製品や技術などについても、環境関連展示会等を通じて情報開示を行っています。

「CSRレポート2005」に寄せられたアンケート

「CSRレポート2005」には、20通のアンケートが寄せられました。その結果、AGCグループのCSR情報開示については、85%の方から平均またはそれ以上という高い評価をいただきました。一方で、「従業員でなければわからない用語が多い」「もう少しわかりやすい簡素な作りがよい」など、今後の改善を望むご意見も寄せられました。AGCグループは、これらのご要望を参考にしながら、情報開示の改善に役立てていきます。

地域社会との共生

旭硝子の各事業所は、地域社会の一員として地域社会との共生を目指しています。たとえば千葉工場では、地元市原市の要請を受け高校生インターンシップの受け入れを表明し、2005年度は市原緑高校の生徒3名の社会・実働実習を実施しました。実習は12月19日～21日の3日間行われ、安全・環境・防災関連の巡視業務に同行しながら、化学工場の雰囲気や従業員の作業状況など、ふだんは見られない体験をしてもらいました。すべてのプログラムが終了後、実習生からは「安全の重要さ」「仕事のルールを守る大切さ」などの感想が寄せられました。

●お客様とのコミュニケーションはP13-14、従業員における内部コミュニケーションはP29-32参照、なお、お取引先様とのコミュニケーションおよび環境コミュニケーションはホームページ等で詳しく紹介しています。

■主な課題

- ・ CSRレポート2006をAGCグループ内で活用すること。
- ・ ステークホルダーダイアログを継続的に実施し、CSR活動の内容を見直していくこと。

イノベーション & オペレーショナル・エクセレンス【革新と卓越】

常に革新的な技術、製品、サービス、ビジネスのあり方、人材活用を追求します。また、あらゆる活動において最高の効率と品質を目指して不断の改善を行い、常に、実現し得る最高の仕事をします。

CS（お客様満足）

お客様が求めている価値とは…？私たちは、お客様が本当に求めている価値を提供しているのだろうか？AGCグループでは「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」を行動原則として、より「価値ある製品・サービス」の提供に努めています。

モノづくりへのこだわりと現場力の強化

常に社会に役立つ製品を提供するため、AGCグループの競争力の源泉となる「モノづくりへのこだわりと現場力の強化＝技術・技能の強化、伝承」に取り組んでいます。

CSRの主要な要件を複数の外部基準（P5参照）に基づいて抽出・整理し、グループビジョン“Look Beyond”と照合した結果、イノベーション&オペレーショナル・エクセレンス【革新と卓越】に関連して社会から要請されているCSRの要件は以下の通りです。

お客様へのフィードバックプロセスの明確化/お客様満足度の調査/製品・サービスによるお客様の安全性保護

次世代の成長事業育成/業績評価/ナレッジマネジメント

CS（お客様満足）

お客様が求めている価値とは…？ 私たちは、お客様が本当に求めている価値を提供しているのだろうか？ AGCグループでは「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」を行動原則として、より「価値ある製品・サービス」の提供に努めています。

GOAL より「価値ある製品・サービス」の提供

お客様が本当に求めている「価値ある製品・サービス」を、提供し続けることで、お客様の満足と信頼を得ることができます。このことを実現するには、日々の仕事をCSの視点で見直し、品質マネジメントシステム（QMS）を継続的に進化させなければなりません。より「価値ある製品・サービス」を提供するために、AGCグループでは、「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」を行動原則としています。

POINT CS、品質の取り組み強化

基本方針などのさらなる見直し

AGCグループでは、「CS、品質の取り組み強化」のコミットメントとして2004年9月に制定した「AGCグループCSガイドライン」を、より組織に適應させるため2005年9月に改訂しました。また、コミットメントを具体的に推進するための「AGCグループ品質マネジメント基本要綱」も同時に改訂しました。改訂のポイントは以下の2点で、2005年に発足した品質向上推進室を中心に活動を展開しています。

- ・ AGCグループ従業員の務めとして、「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」を行動原則とすることを「AGCグループ品質マネジメント基本要綱」に追加しました。また、その具体的な行動指針を「AGCグループCSガイドライン」に明記しました。
- ・ AGCグループの品質管理責任者がAGCグループ各社のCSの取り組みをレポートにまとめ、各社におけるCS活動の指針とすることを「AGCグループ品質マネジメント基本要綱」に追加しました。AGCグループでは、これを「CSコミュニケーション実施要領」として制定しました。

①「AGCグループCSガイドライン」と「AGCグループ品質マネジメント基本要綱」の具体的な内容はホームページをご覧ください。
www.agc.co.jp/csr (2006年7月末公開予定)

お客様満足度

AGCグループでは、お客様へのアンケートやお客様の経営トップの方のお話を直接伺うなど、各社がそれぞれに多様な方法でお客様満足度を調査しています。お客さまからお叱りの言葉をいただくこともあります。一方、私たちの開発力を期待しているとお客様からの嬉しい声もあります。お客様の生の声をお聞きし、貴重なご意見やご指摘を活かすことは、安全性の確保も含め、より満足いただける「価値ある製品・サービス」を生み出すためには不可欠だと考えています。これからも積極的にお客様の声をお聞きしながらCSの向上に取り組めます。

●お客様の真の声を聞く 旭硝子セラミックス(株)の場合

私たちは、お客様の真の期待・ニーズに基づいて戦略を策定しなければならないと考えています。私たちが展開している「組織ヒアリング」は、経営トップがお客様のキーマンから、直接ご要望を伺う仕組みであり、そこから得られたことは、お客様が私たちに解決を期待する真の声でした。このような期待に喜びを感じると同時に、その期待の大きさに改めて気を引き締めています。

●お客様からの苦情への対応

AGCグループでは、各社それぞれにお客様からの苦情を真摯に受け止め、少しでもお客様の不都合を軽減するため、また1件でも苦情を減らすため、お客様へのフィードバックプロセスを明確にすることも含め、各社の品質保証部門が中心となり活動を展開しています。しかし、残念ながら私たちの製品・サービスへの苦情はまだ多く、さらなる努力が必要であるとの認識を持っています。「CS、品質の取り組み強化」を展開することで、お客様からの信頼にお応えできるものと考えています。

●木製断熱窓「もくまど」の場合

2005年9月、旭硝子と旭硝子建材販売(株)は、木製断熱窓「もくまど」の障子部分が脱落したとの連絡をお客様から受けました。原因分析の結果、2002年7月から2005年6月までに出荷した製品の一部ロット品において、障子のコーナー部分の接着剤塗布量が不足している製品があり、極めて稀に障子が破損・脱落する可能性があることが判明しました。これを受け、障子の破損・脱落防止の対策を検討、強度試験を行った結果、障子コーナー

接着部分4カ所をビスで補強する対策が有効であることが確認されたため、対象製品をご使用いただいているお客様の特定および補強修理を実施しています。

幸い現在まで人的被害はありませんが、品質向上を最重要課題として取り組むなかでお客様にご迷惑をおかけした今回の問題を反省するとともに重く受け止めています。各製造工程ごとの品質管理と検査体制を一層強化して安全性の向上に努めるだけでなく、よりお客様に満足いただける製品をお届けできるよう、今後も最善を尽くす所存です。

CS活動に関するAGCグループ内のコミュニケーション

AGCグループでは、従業員一人ひとりのCS活動支援を目的に「クラブQMS」を運営しています。従業員なら誰でも入会できる「クラブQMS」では、「みんなで学び、みんなが成長」を合言葉に、CSへの取り組み事例、意識調査、他部門におけるCS活動などの情報をメールマガジンや専用ホームページを利用して会員に提供しています。発足後1年半が経過し、ますます活発に私たちは活動しています。

CSR調達へのアプローチ

企業活動の世界的な広まりとともに、社会からのCSRの要請内容にも幅が広がりつつあります。このような背景を受けて、原材料の調達から製品・サービスの提供に至るサプライチェーンでもCSRを配慮する動きが急速に広まっています。AGCグループではこのような動きを受け止め、対応を進めています。

お客様への対応	お取引先様への対応
AGCグループとしてCSR調達への取り組み方針を明確にし、CSR調達で求められる企業の社会的責任の継続的な改善に努めます。	お取引先様へは新たに「AGCグループCSR調達ガイドライン」を定め、引き続きWin-Winの関係構築に努めます。

How To CSの視点を日々の仕事に入れ込む

一人ひとりの仕事を足元から見直す

あなたの価値は誰に提供されていますか？ あなたは、自分の価値を提供した相手が満足しているかを確認したことがありますか？ より満足いただくためにはどうしたら良いのでしょうか？ より高い価値が提供できるように、日々、仕事を見直していますか？ このような行動をすることが「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」です。お客様に本当に満足いただく「価値ある製品・サービス」を提供するために、日々の仕事を足元から見直す地道な活動です。

●社内セミナーの実施

「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」ために、立場や役割に即した啓発活動を実施しています。また、CSセミナーはAGCグループ以外の方の受講も受け付けています。

CS関連セミナー

セミナー名	対象	内容
CS対話指導会	役職者	CSの視点を入れた経営学
CSセミナー	役職者・一般社員	CSの基本と実践のポイント
QMSセミナー	役職者・一般社員	ISO9001:2000を基本とする品質マネジメントシステム

■主な課題

- ・製品の安全性にも焦点をあて、お客様からのクレームをなくすための施策を強力に展開すること。
- ・「CSコミュニケーション」を通じて、「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」をAGCグループの企業活動の基盤として定着させること。
- ・日々変化する事業環境に即して、「AGCグループCSガイドライン」および「AGCグループ品質マネジメント基本要綱」を継続的に見直すこと。

モノづくりへのこだわりと現場力の強化

常に社会に役立つ製品を提供するため、AGCグループの競争力の源泉となる「モノづくりへのこだわりと現場力の強化=技術・技能の強化、伝承」に取り組んでいます。

GOAL モノづくりへのこだわりと現場力の強化

AGCグループでは、設備の自動化、定年退職や事業内容見直しにともなう技術者・技能者の拡散などにより、モノづくりに携わる熟練技能者・高度技術者が減少しつつあります。熟練技能・高度技術の減少は、災害防止、品質や生産性の維持・向上などの面において、将来的に大きな問題へと発展する可能性を秘めています。

そのためAGCグループは、経営方針“JIKKO”-Execution for Excellenceに「現場力の強化と技術・技能の伝承」を掲げ、AGCグループの強みである技術・技能の優位性を維持・向上させていく活動に取り組んでいます。

POINT 技術・技能の強化、伝承により強い企業体質を構築

AGCグループは、技術と技能の強化、伝承を通じて「強い企業体質」づくりを進め、さまざまな分野で社会に役立つ製品を提供しています。

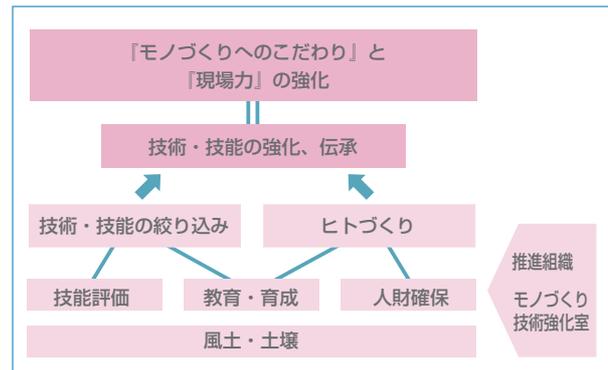
技術・技能の強化、伝承への取り組み

技術・技能の強化、伝承への取り組みとして、モデル部門を選定し技術・技能の見直しを行いました。作業はまずグループ内に点在する技能を洗い出し、次に各技能の重要度を設定・評価し、これを教育・育成計画に反映しています。

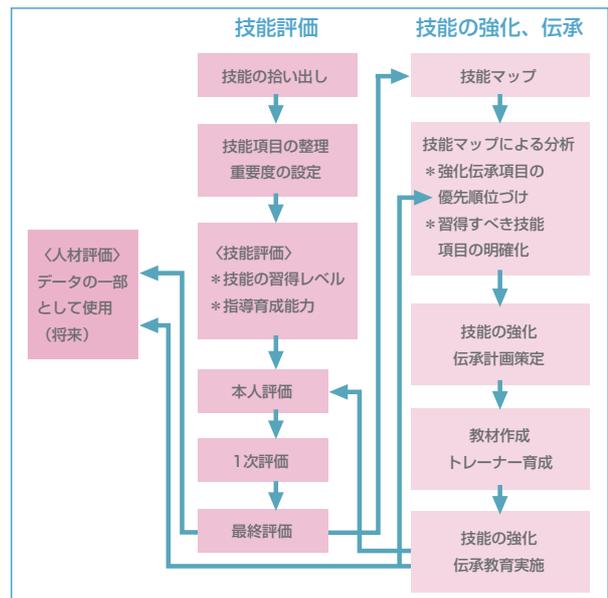
また、高い技術・技能はカンやコツなどの暗黙知（言葉では言い表せない知識）に支えられている部分が多いため、ビデオやコンピュータなどを使った教材を作成し、これを形式知（言葉や図表で表される知識）に置き換えています。

今後は、モデル部門の事例をAGCグループ全体に横展開していきます。

技術・技能の強化、伝承のためのグループ共通施策



技能評価・人材評価・技能の強化、伝承のフロー



モノづくり技術強化室の設置

モノづくりへのこだわりと現場力の強化に向け、2005年4月にモノづくり技術強化室を設置しました。AGCグループは、各事業分野の専門技術・技能強化と伝承はもちろんのこと、それらを駆使して高い成果を創出できる人材^{*)}を必要としています。モノづくり技術強化室はこのような人材を育成するための指導・支援のほか、自らの成長や人を育てることに喜びを感じる企業風土づくりを担っています。

*1.人材：企業は人なりという考え方にに基づき、「人材」という言葉にあえて「人材」とあてています。

AGCモノづくり研修センター

モノづくり技術の強化策の一環として、神奈川県横浜市にAGCモノづくり研修センターを建設しています。当研修センターはガラスや化学、電子・ディスプレイ等に関するすべての技術・技能を扱い、本格的な窯（溶解炉）を使った指導も計画されています。

How To 必要な技術・技能／人材について

モノづくりを支えているのは人であり、モノづくりの知恵は生産現場から生まれてきます。そのため、次のような「モノづくり」に必要な技術・技能と「人材」が必要となります。

「モノづくり」に必要な技術・技能とは

- 現場・現物・現実をベースとした技術・技能
- 設備の複雑化・ハイテク化に対応できる「技能と融合した技術」と、「技術に裏打ちされた技能」
- 問題を発見し、解決策を提言し、それを実行するという技能
- 新技術・新製品開発や基礎技術開発に対応できる高度な技術・技能

そのために必要な「人材」とは

- 差別化された競争力のある技術・技能を持ち、それらを駆使して成果につなげることができる人材
- 現場だけが持つ「モノづくり」の知恵を生み出し、進化させることができる「こだわり」人材
- 自らの問題を発見し解決する現場力と、正しいことを見極めやり抜く現場力を発揮できる人材
- ある分野の高い技術・技能に加えて、「モノづくり」につながる生産技術に強い人材
- 後輩・部下を育成することができる人材

主な課題

- ・ AGCグループにとって必要な技術・技能を絞り込み、強化・伝承すること。
- ・ 必要な人材を継続的に生み出すこと。

トピックス ●●●

Asahi Wayで世界同一品質に挑む

自動車ガラスカンパニーのお客様である自動車メーカーは、世界同一品質を求めています。これに応じていくためには、モノづくりを構成する設備、方法、人について、世界のどの生産現場でも同じレベルとなるようにすることが必要になります。そのため自動車ガラスカンパニーは、世界共通の考え方、価値観、方法論を確立・共有することを目指し、2004年にAsahi Wayを策定しました。Asahi Wayは、安全、環境、コスト、営業、開発などすべてを包括した考え方です。

グローバルトレーニングセンター

Asahi Way推進の一環として、世界最大の自動車ガラス製造拠点である愛知工場に、グローバルトレーニングセンターを開設しました。トレーニングの対象となるのは海外の自動車ガラス工場に勤務する現場の主任クラス。強化ガラスや合わせガラスなどのコースを2週間程度で学び、取得した技術やノウハウを地元へ伝達します。

Asahi Way推進室では、こうした活動を通じてお互いが長所を学びあいながら、世界の工場で働く人たちが同じ考え方、同じスキルでモノづくりを行えるような体制を早急に構築することを目指しています。

「FPDガラス技術叢書」

ディスプレイカンパニーのFPDガラス部門では、新しい技術の開発と急成長する事業への対応とともに、技術の体系化が急務となっていました。そのため、現時点で望みうる最高の教科書を作ることを決定し、第一線で活躍する技術者が共同で蓄積した技術を体系化しました。完成した「FPDガラス技術叢書」の総ページ数は約1,200ページ。FPDガラス本部は同書の閲覧システムを開発し、本事業に関係する関西工場、京浜工場、高砂工場、愛知工場、(株)旭硝子ファインテクノに端末を設置。若手技術者の育成に役立てています。

ビデオ教材で技を伝える

(株)旭硝子ファインテクノは、技術伝承のための社内教材として動画活用教材を制作し活用しています。現場における重要な作業を技能者に実演してもらい、その作業ポイント（カン・コツ）のひとつひとつに文章や写真・動画で説明をつけ、パソコンで見られる教材へと仕上げます。同社はこの教材を若手技術者の育成に活用しています。

エンバィロメント【環境】

自然との調和を目指し、善き地球市民として、持続可能な社会に貢献する責任を担います。

環境活動

環境への対応を経営の重要課題と位置づけ、素材・部材サプライヤーとして生産段階の環境負荷低減を推進するほか、企業活動全般において環境に配慮することで社会に貢献しています。

労働安全衛生

AGCグループは、「安全な現場を持たない製造業に持続的な発展はない」という経営トップの強い意志のもと、安全最優先の企業風土づくりを進めています。

保安防災

AGCグループをあげて、危機の未然防止はもとより、発生した危機に対しても迅速かつ確に対応できるよう対策を進めています。

環境安全保安のデータ掲載範囲

旭硝子(株)、旭ファイバーグラス(株)、旭テクノグラス(株)、旭硝子セラミックス(株)、伊勢化学工業(株)、オプトレックス(株)

CSRの主要な要件を複数の外部基準(P5参照)に基づいて抽出・整理し、グループビジョン“Look Beyond”と照合した結果、エンバィロメント【環境】に関連して社会から要請されているCSRの要件は以下の通りです。

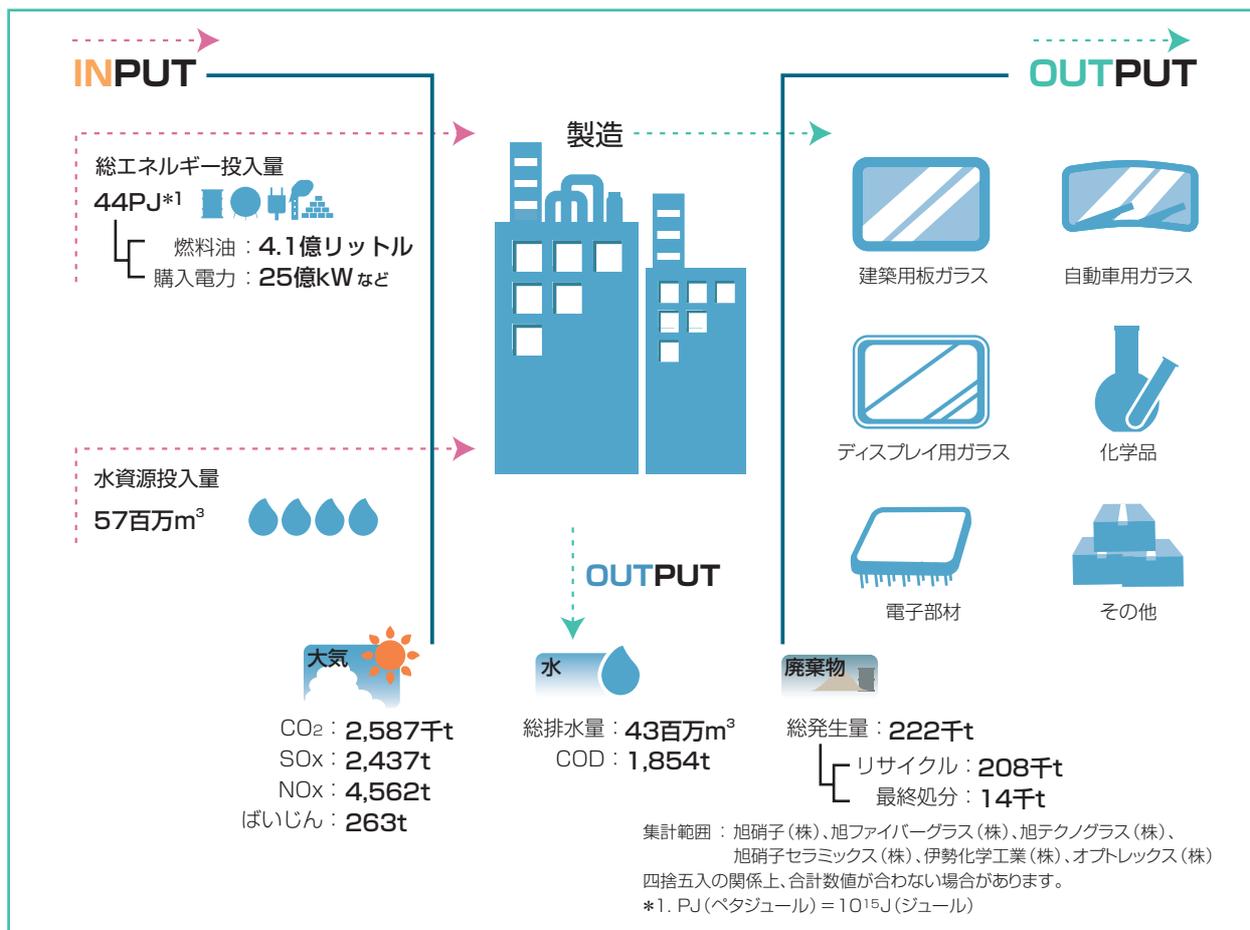
環境に関する共通の活動基準の採択/環境に対する技術革新/環境方針・目標・マネジメントシステム・パフォーマンス・責任

従業員の健康と安全の重視

リスク・クライシスマネジメント

AGCグループの事業と環境の関わり

AGCグループは、事業活動が環境に与える影響を把握するため、継続的に環境パフォーマンスデータを集計・管理しています。把握したデータは、環境改善推進計画を立案する際の基礎データとして活用しています。



日本における旭硝子の環境負荷の位置づけ

日本における旭硝子の売上高の割合および、当社が排出する環境負荷物質の割合は、右の表のようになります。大気環境負荷物質は、売上高の比率に比べて大きくなっています。これは、当社がガラス原料の溶解や化学品の製造に伴う燃料油の使用に主に起因しています。当社では、これらの環境負荷削減のために、省エネルギーの展開、工程転換や燃料代替などの施策を展開しています。

	旭硝子(2005年)	日本国内における旭硝子の割合
売上高	5,762 億円	0.11 %
CO ₂	2,220 千t	0.18 %
SO _x	872 t	0.15 %
NO _x	3,277 t	0.38 %
ばいじん	80 t	0.13 %
COD	686 t	0.01 %
廃棄物最終処分量	8,141 t	0.03 %

出典：GDP 内閣府 経済社会総合研究所ホームページ
環境負荷項目 平成18年度環境統計集(環境省)
ただし、環境負荷項目において、2005年度統計データがないものについては直近のデータを使用しました。

2005年度の計画・実績・評価と2006年度の計画

AGCグループビジョン “Look Beyond” の共有すべき価値観の1つ「エンバィロメント【環境】」を実現するため、グループ全体で環境、労働安全衛生、保安防災の各活動を推進しています。

	AGCグループ 環境安全保安管理計画	2005年度実績	自己 評価	2006年度計画
環境	統合環境マネジメントシステムの継続的改善と国内外関係会社への拡大	<ul style="list-style-type: none"> 「AGCグループ環境マネジメント基本要綱」を制定し、AGCグループ全社に環境マネジメントシステムの構築を要請した 統合環境マネジメントシステムの拡大を引き続き図っており、国内10社、海外5社が参加している 統合環境マネジメントシステム内部監査で、合計37件の指摘を行い、重要度に応じて是正を図っている 	A	<ul style="list-style-type: none"> 国内関係会社の統合環境マネジメントシステム*1の構築 海外関係会社5社が統合環境マネジメントシステムに参加 <p>*1. 統合環境マネジメントシステム： 各社・各サイトで構築・実施される環境マネジメントシステムのPDCAを、AGCグループCEOの下に置くとともに、ISO14001の認証を一括することで、AGCグループの環境活動の一体化を図るシステム。</p>
	環境負荷低減・汚染の予防	<ul style="list-style-type: none"> 各事業部門、工場を中心に環境負荷物質の削減に取り組んだ 廃棄物削減については、「旭硝子で2005年度にゼロエミッションを目指す」という目標での活動を5年間実施し、旭硝子の板ガラス部門、自動車ガラス部門ではリサイクル率99%を達成し、旭硝子全社では、リサイクル率96%となった アスベスト(石綿)については、2004年度から継続して新規使用停止、代替、使用中止に取り組んでいる 	B	<ul style="list-style-type: none"> 各事業部門、工場で継続して環境負荷物質の削減に取り組む 廃棄物削減に関しては、ゼロエミッションの維持、未達成部門での取り組み継続および国内外の関係会社へのゼロエミッション活動範囲を拡大する 製造工程で使用されている飛散性アスベスト(石綿)を2008年度までに全廃する
	ポジティブな環境活動の積極的推進	<ul style="list-style-type: none"> AGCグループグリーン調達統合ガイドラインを策定した 	A	<ul style="list-style-type: none"> グリーン調達は、CSR調達へ発展していくことが予想されるため、AGCグループとして、CSR調達への対応について検討する
労働安全衛生	労働安全衛生マネジメントシステム(OHSMS・リスクアセスメント)	<ul style="list-style-type: none"> 旭硝子では、OHSMSの効果的運用を目指し、第三者監査を実施 AGCグループ会社では、リスクアセスメントの導入を開始 	B	<ul style="list-style-type: none"> 旭硝子:OHSMS、リスクアセスメントの継続的改善に取り組む AGCグループ会社:リスクアセスメントの導入、定着化を図る
	本質安全化	<ul style="list-style-type: none"> 社内設備の設計・製作、化学物質取り扱いの際のリスクアセスメント実施のための体制づくり(資格取得者の養成、仕組みづくり)を実施 	B	<ul style="list-style-type: none"> 社内設備の設計・製作、化学物質取り扱いの際のリスクアセスメントの普及啓発 社内設備の国際安全規格への適合を図る
	安全最優先の風土づくり	<ul style="list-style-type: none"> AGCグループ経営トップからの「安全最優先」のメッセージを従業員へ繰り返し発信 安全衛生教育体系の見直しを実施 	B	<ul style="list-style-type: none"> AGCグループ経営トップの意志をグループ全体に浸透させる 新カリキュラムによる安全衛生教育を開始
	安全で健康な職場環境の向上	<ul style="list-style-type: none"> 作業環境改善や、協力会社を含めた安全衛生の教育等を実施した 	B	<ul style="list-style-type: none"> 継続して、作業環境改善、安全衛生教育に取り組む
保安防災	保安防災レベルの維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> 質問票による、グローバル各サイトの保安防災リスク調査を実施 主要な関係会社5社の保安防災の実地監査を実施 	A	<ul style="list-style-type: none"> リスク評価のフィードバックや、防災訓練等に取り組む

自己評価 A:当初の計画を達成し、満足できるレベル B:当初の計画の一部が未達成で一部に課題が残るレベル C:当初の計画を達成できず、不満足なレベル

環境活動

AGCグループはグローバル企業としての責務を自覚し、持続可能な社会を実現するために、環境への対応を経営の重要課題と位置づけています。

GOAL 持続可能な社会に貢献する責任を担う

AGCグループでは、グループ全体で共有されている「AGCグループ環境基本方針」および2005年に制定された「AGCグループ環境マネジメント基本要綱」に基づき、持続可能な社会に貢献する責任を担うための環境活動を推進しています。さらに、AGCグループの製造会社を中心に、ISO14001に基づく「統合環境マネジメントシステム(統合EMS)」を構築しつつあり、AGCグループとして一体感のある環境活動を展開しています。

AGCグループ環境基本方針 (2001年2月9日制定、2004年6月4日改定)

基本方針

AGCグループは、比較的大量の資源・エネルギーを使用するグループであるとの自覚のもと、環境への取り組みをグループビジョン「Look Beyond」の価値観の一つとして位置付ける。我々は、持続可能な社会づくりのため、素材産業のリーディングカンパニーとして貢献していきます。

スローガン

善き地球市民として、一人一人が、環境活動に貢献しよう。

環境行動指針

1. 統合環境マネジメントシステムに基づく、継続的な改善に努めます。
2. 環境に関する各種法令・条例・協定等に基づく規制・基準を遵守します。
3. 各種の環境負荷低減並びに汚染の予防に各段階で取り組み、特に省資源、地球温暖化対策、廃棄物の削減・リサイクル、化学物質の適正な管理に関してはAGCグループでの目標を設定し、達成に努めまた向上を目指します。
4. 企業活動全般において、環境影響を考慮した製品・技術・サービス・設備の開発と社会への提供に努めます。
5. 環境管理活動全般について、社会の正しい理解が得られるように積極的なコミュニケーションに努めます。

本「AGCグループ環境基本方針」は、公開します。

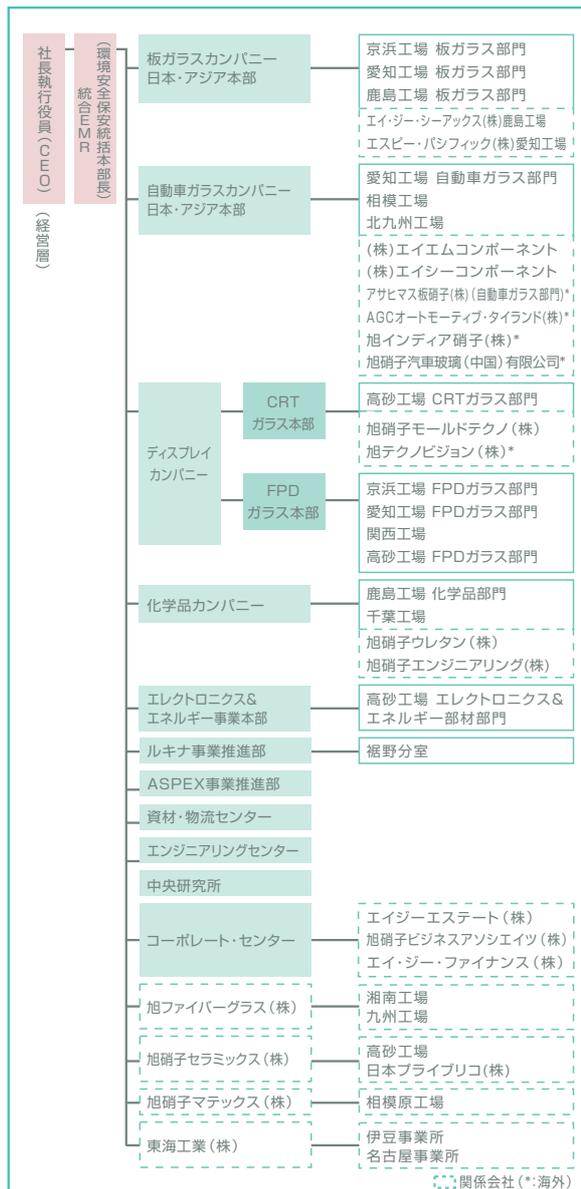
POINT 環境活動に組織的に取り組む

統合環境マネジメントシステム(統合EMS)の継続的改善と国内外関係会社への拡大

2005年度は、国内関係会社を中心に統合EMSへの参加の輪が広がってきました。2005年末現在、AGCグループの製造サイト191カ所中91カ所で環境マネジメントシステムISO14001の認証を取得しています。

統合EMSの実施組織

(2005年12月現在)



AGCグループのISO14001認証取得状況 (2005年12月現在)

所在地など	製造拠点数	認証拠点数(うち統合EMS認証拠点数)
旭硝子	10	10(10)
国内関係会社	70	24(9)
アジア	33	28(5)
北米	24	5(0)
欧州	54	24(0)
合計	191	91(24)

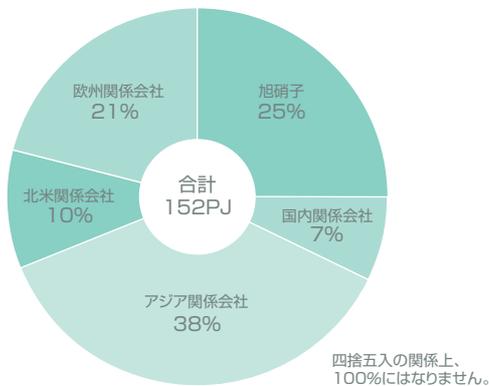
環境活動

環境負荷低減・汚染の予防

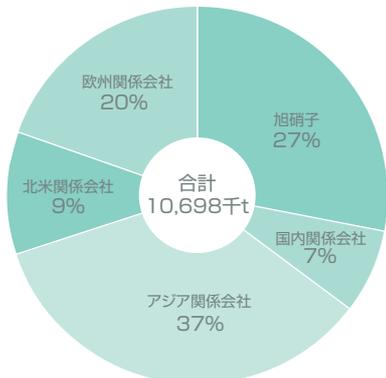
●温室効果ガス排出削減

AGCグループでは、従来から全酸素燃焼法(空気の代わりに酸素のみを利用する燃焼法)によるガラス溶解炉の導入(日本、インドネシア、タイなど)、天然ガス燃焼によるガラス溶解炉の導入(ヨーロッパ、アメリカ、タイ、インドネシアなど)、食塩電解プラントへの高性能イオン交換膜法(旧来の水銀法や隔膜法と比較して低電圧での運転が可能)の採用、製造工程で発生するフッ素系温室効果ガスの削減などに取り組んでいます。また、製造部門ごとの省エネルギー施策によっても温室効果ガス排出削減の取り組みを推進しています。

2005年度AGCグループ*1総エネルギー投入量

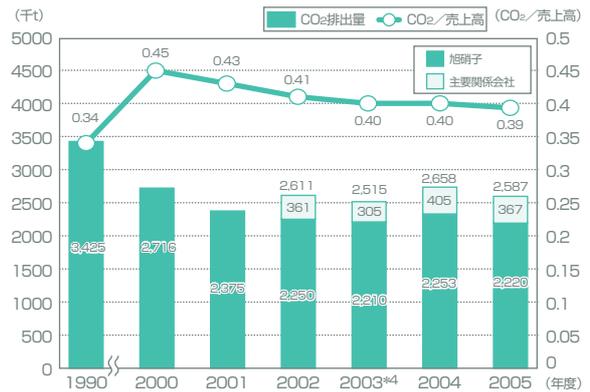


2005年度AGCグループ*1 CO2排出量*2



*1 AGCグループ(連結)売上高の約85%をカバー。
*2 HFC、SF6を含む。また、CO2排出係数が定まっていない国のデータについては、日本の係数を使用。

CO2*5排出量の推移(旭硝子+主要関係会社*3)



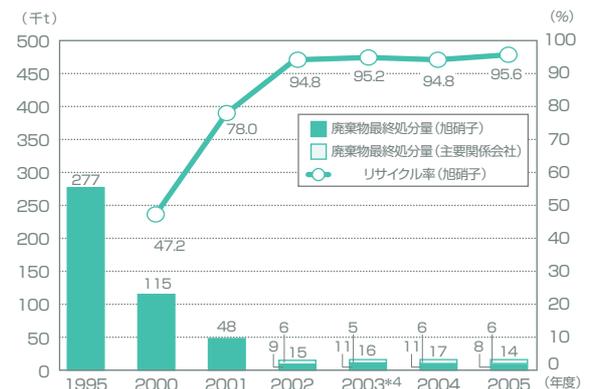
*3: 主要関係会社: 旭ファイバーグラス(株)、旭テクノグラス(株)
旭硝子セラミックス(株)、伊勢化学工業(株)、オプトレックス(株)
*4: 2003年度は決算月変更のため、9ヵ月分のデータを12/9倍に換算して比較しています。
*5: HFC、SF6は含みません。
●NOx、SOxなどの排出量推移のグラフはホームページに掲載する予定です。

●廃棄物削減の取り組み

旭硝子では、「2005年度にゼロエミッション*6を目指す」という目標を掲げた活動を5年間実施しました。結果として板ガラス部門、自動車ガラス部門においてリサイクル率99%以上を達成し、旭硝子全社の2005年度のリサイクル率は96%となりました。今後、旭硝子ではゼロエミッションの維持および未達成部門での継続的取り組みを実施していきます。また、AGCグループへのゼロエミッション活動の範囲を拡大していきます。

*6.ゼロエミッション: 旭硝子では、廃棄物総発生量に対し99%以上をリサイクルする取り組みをゼロエミッションと定義しています。

廃棄物最終処分量およびリサイクル率の推移(旭硝子+主要関係会社*3)



●揮発性有機化合物(VOC)排出削減への取り組み

化学品カンパニーでは、揮発性有機化合物(Volatile Organic Compounds, VOC)*7の排出削減について、2001年の化学物質排出把握管理促進法(PRTR法)の施行に先駆け、1997年より(社)日本化学工業協会のパイロット事業に参加して排出削減に取り組んできました。例えば、千葉工場において、2000年に、クロロホルム貯槽の廃棄ラインに冷却凝縮回収装置を設置したほか、VOCの回収利用、焼却処理を行う等により排出量の削減を図ってきました。

その結果、ジクロロメタン等の排出量は、1995年度と比較し、約80%の削減を達成しています。

*7.揮発性有機化合物(VOC)：トルエン、キシレン、酢酸エチルなど揮発性を有し、大気中で気体状になる有機化合物の総称。

●アスベスト(石綿)について

AGCグループ(国内)では、製造工程で使用されているアスベスト(石綿)について飛散性のものを2008年度までに全廃する予定です。また、旭硝子在職中にアスベスト取り扱い作業に従事されていたか、またはアスベスト使用職場に在籍されていた元従業員の方々を対象に2005年9月以降、健康診断を実施しています。

●PCBについて

PCBは、法規において、2016年7月までに処理が義務づけられています。旭硝子では2005年度までに、また、AGCグループ(国内)では2009年末までにPCB含有電気機器の使用を終了させ、法に則って厳重に保管・処分していきます。一方、いわゆる微量PCBが電気機器に



混入しているという事実が顕在化し、当社においても、当該機器の存在が確認されており、法に則って対処しています。

●土壌・地下水対策ガイドライン制定

AGCグループでは、2005年11月に「AGCグループ土壌・地下水対策に関するガイドライン」を制定しました。このガイドラインでは、法令遵守の徹底に加えて、新たに土壌・地下水汚染防止のための予防策(有害物質の保管取り扱い基準、貯槽管理基準、排水・雨水管理基準等)を定めるとともに、土壌・地下水汚染が判明した際の対策などに関する情報開示などについて基本ルールを定めました。AGCグループでは、今後、法令遵守に努めるとともに、このガイドラインに基づく適切な土壌・地下水汚染防止対策を実施していきます。

●2005年度の環境事故等について

2005年度において以下の環境事故等が発生しました。幸い、周辺にお住まいの方々の健康影響被害はありませんでしたが、多くの関係者に多大なご心配ご迷惑をおかけしました。また、各サイトでは行政当局のご指導を仰ぎ、再発防止策を講じています。

旧船橋工場(千葉県船橋市)

工場閉鎖に伴い、土壌・地下水調査を実施した結果、土壌についてはフッ素、六価クロム、鉛、砒素、ほう素が指定基準を超えており、地下水についてはフッ素、鉛、砒素が地下水環境基準を超過しました。現在、浄化対策を実施中です。詳細は当社ホームページをご参照ください。

関西工場グラウンド・独身寮跡地(兵庫県尼崎市)

当社所有地および隣接する土地の地下水から環境基準を上回る砒素が検出されました。現在、対策工事を実施中です。詳細は当社ホームページをご参照ください。

旭硝子コートアンドレジン(株)(千葉県鎌ヶ谷市)

鎌ヶ谷工場において、土壌・地下水の自主調査を実施したところ、土壌については、環境基準を超過する鉛および六価クロムが検出されました。また、地下水からはキシレンなどが検出されました。現在、行政のご指導のもと対策を検討中です。

環境活動

ポジティブな環境活動の積極的推進

●グリーン調達統合ガイドライン策定

2005年12月、AGCグループでは「AGCグループ環境基本方針」に基づいて「AGCグループグリーン調達統合ガイドライン」を取りまとめました。グリーン調達は以下の2点を骨子として活動しています。①調達する資材・サービスから有害な物質を規制します。②お取引先様のうち環境管理システムと品質管理システムの第三者認証を取得、維持されているお取引先様を優先します。

●「ガラスパワーキャンペーン」

板ガラスカンパニーは、ガラスを通じて安全・防災・地球温暖化防止に積極的に取り組むため、＜明日のためにガラスができること＞ガラスパワーキャンペーンを開始しました。活動内容は①全国各地の指定避難場所への防災ガラスの寄贈、②「防災ガラス」や「高断熱ガラス」の認知向上活動及びその一環としての小学生へ出張授業、③災害時の敏速な支援活動、④省エネ社内活動の積極的推進、などです。情報の発信・収集手段としてガラスパワーキャンペーンのホームページ（<http://www.glasspower.jp>）を開設し、ワンクリック募金活動（参加者のワンクリックにつき10x10cmの防災ガラスを避難場所へ寄付をする活動）やバーチャル工場見学、防災情報提供、活動レポート等を公開しています。板ガラスカンパニーの全従業員だけでなく関係会社やお取引先、一般賛同者にもご参加いただき、シンボルマークのバッジ・ワッペンの着用等、マークを介して一体感を共有し、それぞれが実践者として自覚し、積極的にJIKKO（実行する）参加型キャンペーンです。



●社外からの表彰

化学品カンパニーの化学物質管理の積極的な取り組みが社外からも評価され、2005年度は下記の賞を受賞しました。

- ・オゾン層保護・地球温暖化防止大賞：経済産業大臣賞
- ・資源循環技術・システム表彰：奨励賞
- ・P R T R大賞：奨励賞

How To 環境に関する教育・研修

AGCグループでは、環境活動を遂行するために必要な知識をAGCグループ従業員に持ってもらうためのさまざまな環境教育を実施しています。社会環境室では、主に、環境意識の向上や環境改善のための知識等の教育・研修を実施しています。各事業部門では、それぞれの業務内容に即した、より専門性の高い教育を実施しています。

AGCグループ従業員を対象として実施した主な環境教育（2005年度）

研修名	参加人数
EMS内部監査員養成コース	145名
環境セミナー	109名
AGCグループ環境フォーラム	120名

■主な課題

2005年11月、統合環境マネジメントシステム（EMS）が、有効に機能しているかを経営トップが確認する統合EMSマネジメントレビューにおいて、CEOから以下の課題があげられ、2006年度の計画に反映しています。

- ・統合EMS構築の2007年度からのグローバル展開をスケジュール通り実施すること。
- ・環境関連法令の改訂を適切にEMS活動に反映させ、法的要求事項の管理を徹底すること。
- ・環境活動で運用された内容や2006年度の環境改善推進計画について、社内で整合をとって目標設定するとともに、長期的目標設定の議論を進めること。

④2006年度の計画の詳細は、P19をご覧ください。

労働安全衛生

AGCグループは、「安全な現場を持たない製造業に持続的な発展はない」という経営トップの強い意志のもと、安全最優先の企業風土づくりを進めています。

GOAL 働く人の安全と健康の確保

働く人の安全は何よりも優先すべきものです。しかし一方で、機械や設備は故障し、人は誤りを起こすという事実は無視できません。そのため、故障や誤りは確率で起こることを前提に、それを事故や労働災害に到達させない施策、つまり、安全管理を論理的に考えマネジメントシステムとして取り組むことが求められています。労働安全衛生レベルの向上は、従業員にとって安心できる職場をもたらすばかりでなく、AGCグループ全体にとっても生産性、品質、収益の向上に結びつきます。AGCグループは、2001年2月に「旭硝子グループ労働安全衛生基本方針」を策定し、従業員の安全と健康の確保、作業環境や労働条件の改善などの安全衛生施策を展開しています。

旭硝子グループ労働安全衛生基本方針

旭硝子グループは、「職場においては安全衛生はすべてに優先して実践すべき事項である」という理念の下に、これを働く人全員へ浸透・共有化させ、一人ひとりが確実に実践する風土を構築することを目指します。安全衛生最優先を実現し、安全衛生パフォーマンスの継続的向上を図るために、次の3項目を「安全衛生活動推進の3本柱」として積極的に諸施策を展開します。

1.経営トップの姿勢を全員に浸透させる

安全衛生最優先に向けた熱意を伝える

2.ラインによる管理を徹底する

安全衛生・品質・生産性が一体となった生産活動を行う

3.全員参加の自主的活動を推進する

全員が参加し、ホンをベースとして行動する安全衛生活動を行う

- ・労働安全衛生マネジメントシステム(OHSMS)
- ・本質安全化*1
- ・安全最優先の風土づくり
- ・安全で健康な職場環境の向上

*1：設備から安全を脅かす危険源そのものを減らすこと。

OHSMSの構築

労働安全衛生に組織的に取り組むため、労働安全衛生マネジメントシステムの国際規格であるOHSAS18001または厚生労働省指針に準拠したOHSMSの構築に取り組んでいます。

すでにOHSMSを構築している旭硝子では、事業所ごとの運用のばらつきを是正するため第三者監査を実施しました。その結果、OHSMSのPDCAが十分に回っていない事業所に対しては、2006年からは監査とともにOHSMSの運用支援を行う予定です。国内関係会社については、2006年度中に一部での導入が完了する予定です。アジアの関係会社に関しては、旭硝子における安全管理方針の浸透とOHSMS導入の前段階であるリスクアセスメント*2を開始しています。一方、欧米の関係会社に関しては情報交換の段階であり、今後グローバル化を図っていく予定です。

*2.リスクアセスメント：設備や作業工程に潜むリスクを網羅的に抽出し、リスクレベルを評価し、それに基づく優先順位をつけて施策を実施すること。

●中国安全衛生大会を開催

社会環境室は、2005年11月、労働安全衛生活動のグローバルコミュニケーション施策として、上海旭電子玻璃有限公司で中国安全衛生大会を開催しました。当日は中国より5社、台湾より2社の旭硝子関係会社の環境安全代表者と、各関係事業部門の環境安全代表者が参加。上海旭電子玻璃有限公司・栗本総経理から「これを機会に、安全最優先で中国、台湾の安全衛生レベルを向上させたい」との熱い思いが語られました。



中国安全衛生大会の様子

POINT 労働安全衛生マネジメントシステムを安全管理の柱にして取り組む

「AGCグループ環境安全保安管理計画」に基づく施策の実行

「AGCグループ環境安全保安管理計画」では、安全重点施策として以下の4項目において、中期計画を細分化した年度目標を定めて管理しています。

☞ 2006年度の計画の詳細は、P19をご覧ください。

労働安全衛生

本質安全化への取り組み

2005年度は、機械安全（自動機械設備装置の安全化）、化学物質安全（健康確保のための化学物質管理）、工事安全（工事管理基準の見直しと普及）の3つのテーマに取り組みました。労働災害の削減には、設備の安全化が基本という理念のもと、設備設計製作時のリスクアセスメントを行い、従来から行っている工場導入時の設備事前安全診断に結びつけることを最終目標に準備を開始しました。

「AGCグループ災害区分判定基準」の発効

AGCグループ間で労働災害対策の横展開が有効に行われるよう、「AGCグループ災害区分判定基準」を2005年1月に発効しました。この基準は、労働災害をケガや疾病の程度によって「休業災害」「不休業災害」「微傷災害」「それ未満」に分類します。グループ会社内での労働災害情報の収集と共有化のための基礎づくりを行い、現在、日本とアジアで広く運用されています。2006年度からは、従来の旭硝子での安全表彰をこの基準を適用している国内外関係会社に順次拡大するとともに、安全表彰を新しい表彰制度「AGC Group CEO Awards」(P30参照)のなかに組み入れました。

2005年度の災害発生状況

旭硝子では従来から協力会社の労働災害発生情報も社員と同様に扱い、すべての人、すべての作業、すべての設備においてリスク低減を目指しています。

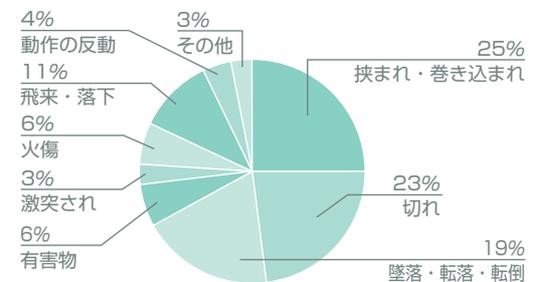
2005年度に、AGCグループ(日本・アジア地域)では、1件の死亡災害、58件の休業災害が発生しました。また、旭硝子でも災害が増加傾向にあることから、この事実を重く受け止め、この傾向に歯止めをかけるため、AGCグループ(日本・アジア地域)で労働災害情報を共有し、対策の横展開を行うことに重点を置いています。特に、これ

2005年度の労働災害発生件数（協力会社含む）（ ）内は前年数

	旭硝子	国内関係会社	海外関係会社 (アジア)
死亡	0 (0)	1	0
休業	12 (8)	10	36
不休業	11 (9)	14	20
微傷	41 (25)	15	—
合計	64 (42)	40	56

まで労働災害の隠れた原因の追及が十分でなかったことを反省し、災害究明委員会の設置（化学品カンパニーでは設置済み）や、安全風土に特化した教育研修を実施して、従来以上に安全への取り組みを強化しています。

2005年度の労働災害類型



休業災害度数率*1の推移（旭硝子*2）



*1：休業災害度数率＝ $\frac{\text{休業災害被害者数} \times 100\text{万}}{\text{延べ労働時間数}}$

*2：旭硝子の集計対象者は全事業所で働くすべての人（旭硝子従業員＋協力会社従業員）です。

*3：厚生労働省が毎年公表する全産業における休業災害度数率は2006年4月末現在公表されておりません。

安全で健康な職場環境の向上

2005年度に引き続き、作業環境改善の推進、安全最優先の風土づくり、協力会社の労働災害防止活動支援を推進しています。このうち安全最優先の風土づくりに関しては、CEO自らが年頭あいさつやさまざまな機会をとらえて「安全な現場を持たない製造業に持続的な発展はない」というメッセージを強く発信しています。

メンタルヘルスへの取り組み

旭硝子では従業員がワーク・ライフバランスを保ちながら、高い意欲を持って成果をあげられる職場環境の維持を目

的とし、厚生労働省の指針に基づく「4つのケア」を中心とした取り組みを行っています。

「4つのケア」とは、「セルフケア」、「ライン（職制）によるケア」、「事業場内産業保健スタッフによるケア」、「事業場外資源によるケア」を指し、旭硝子では、階層別研修やセルフチェックシートによる自己診断の実施、従業員が社内産業医や外部機関によるカウンセリングを、必要なときに気軽に受けることができるような体制づくりに努めています。

How To 安全最優先の風土を築く

労働安全を実現するためには、従業員一人ひとりが安全最優先の気持ちを常に持ち、業務に取り組むことが必要です。「安全は仕事」という意識を浸透させるとともに、世代や経験の壁を超えて安全行動を伝承し、相互指摘ができる風土を築き上げていかななくてはなりません。

労働安全衛生に関する教育研修

社会環境室では、安全研修を階層別、目的別に分けて行っています。2005年度はリスクアセスメント研修、OHSMS内部監査員研修、化学物質管理者研修、安全体感研修などを実施し、安全に対する意識と知識の向上を促しています。また2005年度より、安全技術応用研究会による国際安全規格に対応した安全技術資格者制度「セーフティサブアセッサ/アセッサ認証制度」の集中講座を開始し、資格取得を奨励しています。

■主な課題

- ・国内外関係会社における労働災害情報の収集を徹底すること。
- ・ケガの大きさではなく事態の重大さに応じて横展開を実施すること。
- ・OHSMSの有効性を高めること。
- ・国際安全規格に則った設備を作り安全対策を行うっていくこと。

④2006年度の計画の詳細は、P19をご覧ください。

トピックス ●●●

千葉工場の安全体感研修

千葉工場では、労働災害を従業員自らが疑似体験することで安全意識を高め、労働災害に結びつく行動をなくすための試みを行っています。これまでの座学中心の安全教育を実技教育に切り替え、「体感教育」と呼ばれるこの研修は、①挟まれ巻き込まれ、②高所作業、③葉傷、④バルブのシート漏れ、⑤電気災害、⑥酸欠、⑦腰痛、⑧玉掛けの8項目で構成されています。2005年春に同工場の全役職者が受講したのを皮切りに、一般従業員、協力会社の従業員へと対象範囲を拡大しています。2005年における受講者は1,000人を超えました。



旭硝子ファインテクノ台湾(株)の安全への取り組み

液晶ディスプレイ用ガラス基板を生産する旭硝子ファインテクノ台湾(株)では、2000年7月の設立以来、安全管理システムの構築に取り組み、従業員だけではなくその家族までもが安心できる工場を目指しています。取り組みにあたっては、6S活動として①整理、②整頓、③清潔、④清掃、⑤躰、⑥習慣を進め、また、災害を予防するためのリスクアセスメント、関連工場での災害を参考に類似災害防止の予防対策も実施しています。また、労働安全と環境の両面に従業員一丸となって取り組んだ結果、2003年に安全のOHSAS18001、環境のISO14001の認証を取得しました。2004年には安全衛生執行委員会（安全のみならず、環境分野等含む）を設置し、安全活動の方針と計画を定めるとともにPDCAの徹底に努めるなど、労働安全と環境の両面において取り組みを推進しています。2005年は従業員の安全意識をより一層向上させるため、安全教育を繰り返し実施し、延べ従業員3,993名、協力会社従業員1,078名が参加しました。今後も労働安全と環境において継続したレベルアップを図っていきます。

保安防災

AGCグループをあげて、危機の未然防止はもとより、発生した危機に対しても迅速かつ的確に対応できるよう対策を進めています。

GOAL 事故を撲滅する

事業を展開するには、天災や火災などの危機（不測の事態）に直面する可能性を考慮しなくてはなりません。その対策として、危機につながる要因を洗い出し、それを極力排除することはもちろん、万一危機に直面した場合、迅速かつ的確に対応できる体制・システムが求められます。AGCグループは、2003年2月に「旭硝子グループ保安防災基本方針」を定め、より強固な保安防災への取り組みを実施しています。

旭硝子グループ保安防災基本方針（2003年2月7日制定）

旭硝子グループは「保安防災活動に積極的に貢献する事は、地域社会で事業を展開する、責任ある信頼される企業としての基本的責務である」という理念の下に、以下の保安防災管理活動を展開します。

1. 保安防災管理活動全般について、地域社会の正しい理解が得られるように積極的に広報に努めるとともに、地域社会との共生に努めます。
2. 保安防災に関する各種法令、条例、協定等に基づく規制及び自主管理基準を遵守し、保安防災管理レベルの向上に努めます。
3. 保安防災管理のための体制やシステムの構築に努め、各種規定・要綱、保安防災設備等を整備するとともに、その確実な実践と継続的改善に努めます。
4. 保安防災に関する意識・知識・スキルの向上を目指した、教育・訓練を実施し、事故防止と事故対応力の強化に努めます。

POINT 不測の事態から会社と従業員を守る

「危機管理マニュアル」の改訂

旭硝子は、企業活動を行ううえで直面する可能性のある危機（不測の事態）を4種類（①海外におけるテロ・暴動の発生、②地震による重大被害の発生、③火災・爆発等による重大被害の発生、④上記以外の「不測の事態」による危機事態の発生）に区分し、その対応策を「危機管理マニュアル」としてまとめ、2001年から運用してきました。2004年度の定期見直しの結果、連絡ルールや情報判断に関して一部に不明確な箇所が判明したため、2005年1月に「危機管理マニュアル」を改訂しました。

火災予防に向けた取り組み

AGCグループは、火災に焦点を絞った特別保安監査やヒ

アリングを実施しています。2005年度は対象範囲を旭硝子から国内関係会社まで拡大しました。2006年度は、対象を海外にも広げた保安防災全般について、アンケート形式による調査結果をもとに弱み・強みの解析を行う予定です。一方、旭硝子では、2005年度に8件の火災が発生し公設消防機関へ通報しました。内訳は、愛知工場が5件、関西・千葉・鹿島工場が各1件です。幸い、消火器による早期消火によって大きな被害には至りませんでした。関係者の皆様には大変ご迷惑をおかけしましたが、旭硝子では、消火器を使用した場合には、公設消防機関へ通報することとしています。

絶縁油の保管について

2005年12月、旧船橋工場から高砂工場へ搬入されたPCBを含む絶縁油について、PCB処理特別措置法の手続きは問題ありませんでしたが、消防法上の無届届出保管および同法に定める貯蔵基準を満たしていないことから、高砂市消防本部から改善命令を受けました。速やかに対応すると同時に、国内工場および関係会社において絶縁油の保管状況の実態調査を実施し、再発防止策を講じました。関係者の皆様に多大なご心配・ご迷惑をおかけしました。

How To 防災への自覚を促す

保安防災セミナー

旭硝子は、関係会社を含む保安防災担当者などを対象に保安防災セミナーを年に一度開催しています。保安防災の一般論だけでなく、実際に起こった事故の事例を取り上げ、原因追究、発生時の初動、予防策などを具体的に解説しながら、情報と対策の共有化を図っています。

主な課題

- ・ AGCグループ全体の保安防災意識・活動をさらに向上させること。
- ・ リスク調査結果の解析とフィードバックをすること。
- ・ 緊急時の初期対応のマニュアル・実施体制の見直し、訓練を実施すること。

☞ 2006年度の計画の詳細は、P19をご覧ください。

ダイバーシティ【多様性】

多様な文化、能力、個性を持った個々人を尊重し、国籍、性別、経歴にこだわらないグローバル経営を展開します。

ES（従業員の働きがいと誇り）

AGCグループは、ES（従業員の働きがいと誇り）が企業価値向上の源泉と考え、グループの従業員一人ひとりが働きがいと誇りを持って働けるよう、さまざまな取り組みを行っています。

CSRの主要な要件を複数の外部基準（P5参照）に基づいて抽出・整理し、グループビジョン“Look Beyond”と照合した結果、ダイバーシティ【多様性】に関連して社会から要請されているCSRの要件は以下の通りです。

人材マネジメント/従業員満足度向上への取り組み/人権の尊重/差別・ハラスメントの排除

ES（従業員の働きがいと誇り）

AGCグループは、ES（従業員の働きがいと誇り）が企業価値向上の源泉と考え、グループの従業員一人ひとりが働きがいと誇りを持って働けるよう、さまざまな取り組みを行っています。

GOAL 従業員の働きがい・誇りの向上

AGCグループの企業価値の源泉は、従業員の力です。AGCグループで働く従業員一人ひとりが働きがいと誇りを持って日々の業務に取り組むことで、お客様に価値ある製品・サービスを提供し、満足いただいた結果として企業価値を向上させることができます。従業員が働きがいと誇りを持てる職場づくり、それはAGCグループの企業価値を最大にするための原動力です。これを実現するため、AGCグループは、グループビジョン“Look Beyond”の4つの価値観の一つである「ダイバーシティ」を基本に、グループすべての従業員がお互いを認め合いながらともに成長していくことを目指しています。

AGCグループ “7 Key Principles for People”

AGCグループは、真のグローバル企業として発展し続けるために、私たちが目指す人材マネジメントのあるべき姿を“7 key Principles for People”として定め、追求していきます。

“Look Beyond”の実践

AGCグループは、全従業員にAGCグループビジョンである“Look Beyond”の4つの価値観及び行動原則を共有し実践することを求めます。

多様な人材による組織力の強化

AGCグループは、グループビジョン“Look Beyond”の主旨に共感し、会社の競争力強化のために必要な能力を持つ多様な人材で、私たちのチームを組織します。

成長機会の提供

AGCグループは、自ら学び、向上しようと努力する従業員を尊重し、成長のための機会を提供します。

従業員の働きがいと誇りの追求

AGCグループは、目標の達成に向けて職務に取り組む従業員が、働きがい・誇りを持って活動できる企業グループを目指します。

安心して働ける職場環境の維持

AGCグループは、従業員が日々安心して活き活きと働ける職場環境を維持します。

自由闊達な組織風土の醸成

AGCグループは、職場での自由闊達なコミュニケーションの機会を大切に、より良い組織風土づくりに努めます。

貢献に応じた評価と処遇

AGCグループは、従業員の会社への貢献を透明なプロセスで公正に評価し、その貢献に応じた適切な処遇を行います。

POINT 働きがいと誇りを生み出す職場づくり

従業員一人ひとりが、Will（意欲・やる気）とSkill（技術・技能・知恵）を発揮し、困難を乗り越えて目標を達成する喜びを味わえるような企業グループを目指しています。また、そのための仕組みづくりや、目標を達成した個人が正しく評価される人事、次世代のリーダー育成の強化などに取り組んでいます。

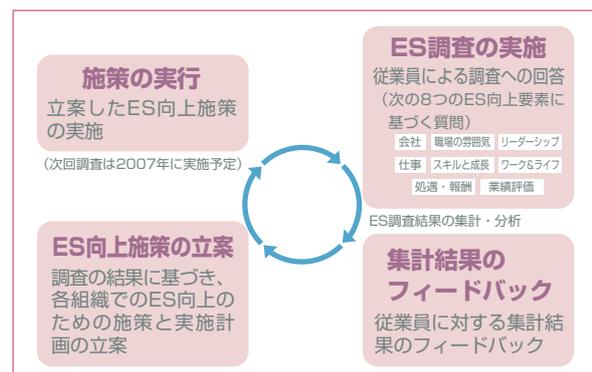
AGCグループが目指す人材マネジメント

AGCグループは、2005年度よりAGCグループES向上活動を開始しています。2005年6月には、ES向上の前提として、AGCグループが目指す人材マネジメントの方向性を“7 Key Principles for People”（人材についての7つの重要原則）としてまとめました。

第1回ES調査を実施

上記の7つの重要原則を実現し、維持していくためには何をすべきなのかを明確にするため、2005年度より、従業員との対話活動の一環としてES調査を開始しました。第1回にあたる2005年度は、AGCグループ約57,000人の従業員のうち、約15,000人を対象としました。対象となる従業員は世界各国に散らばるため、設問を世界13カ国の言語で作成し、従業員が居住している国の言語で回答できるように配慮しています。調査は調査用紙またはWebを利用して行い、問い合わせに対応できるようにそれぞれの国に調査のヘルプラインを設置しました。

ES向上活動の流れ



ES調査の検証とその後のアクション

今回のES調査は、従業員と対話し、問題解決の方法を従業員とともに考え実行することに重点を置いています。そのため、調査に関する約束事として以下の3つを設定しました。

- ①調査結果を必ず従業員にフィードバックする
 - ②調査結果に基づいてES向上のための施策を立案する
 - ③立案したES向上のための施策を実行する
- これらの活動を、各組織ごとに最適な方法で実施していきます。また、グループ共通の課題については、AGCグループ・コーポレートとしてのES向上施策を検討・実施していきます。

これらのES向上活動の結果は、次回の2007年ES調査で検証し、ES向上活動のPDCAをしっかりと回していきます。

グローバル人材マネジメント

AGCグループは、グローバルなグループ体経営を定着・進化させていくための重要な課題の1つとして、グローバルレベルでの人材育成・活用に取り組んでいます。具体的には、グローバルベースのリーダー育成施策として、中堅の管理職を対象とした、ダイナミックリーダーシップセッションを実施しています。また、アジア各国の子会社における現地スタッフの経営力強化を主目的として、AGCユニバーシティを開催しています。

これらの施策で醸成したグローバルな人材基盤により、グループ全体でのベストプレーヤー配置・活用の本格化を進めていきます。

従業員表彰制度

AGCグループは、従業員の働きがいと誇りの向上と、互いを尊重し成果や努力を賞賛しあう良好な組織風土づくりを目的として、新たに「AGC Group CEO Awards」を開始します。この新しい表彰制度は、AGCグループ全体を対象としています。この表彰制度を通じて、優れた活動や成果をグループ全体で共有することで、従業員のモチベーションの向上を図ります。新制度による表彰は、2006年度の活動を対象に2007年より実施する予定です。

また、これに加えて各地域特有の従業員表彰制度の整備

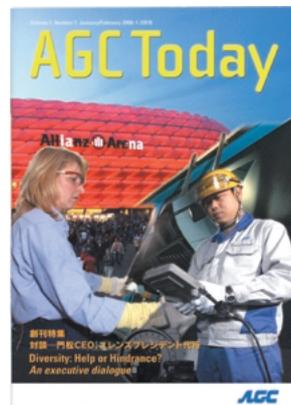
を進めています。

「AGC Group CEO Awards」

表彰名称	表彰する内容	対象	
“Look Beyond” 表彰	グループビジョン “Look Beyond” の4つの価値観を体現した活動や、“Look Beyond” の浸透に向けた組織の取り組みなど	AGC グループ 全体	個人・ チーム・ 組織
CS表彰	CS、品質の取り組み強化イニシアティブに関する優れた活動と成果		

グループ報「AGC Today」

AGCグループで働く従業員を対象に、グループ報「AGC Today」を2006年1月に発刊しました。「AGC Today」はAGCグループの「今」を伝え、グループの価値観や方向性を全員で共有するための媒体です。発行は隔月で、英語と日本語の2言語併記方式を採用しています。「AGC Today」の企画・編集テーマは“ダイバーシティ”。世界各地でさまざまに活躍しているAGCグループの従業員の様子をビジュアルに紹介し、互いに理解を深め合うことを目的にしています。



ES（従業員の働きがいと誇り）

旭硝子の人事制度

旭硝子では、多様な人材が働きがいや誇りを持って活躍できる風土を目指しています。この目標を実現するため、人事制度においては、従業員に求められる役割・機能・責任を明確にすること、また、能力・実力のある従業員を、年齢・勤続年数や性別などに捉われないこと、タイムリーに活用し、公正に評価していくことを基本としています。役職者については、経営課題の完遂に向けて人事制度と事業・組織を連動させ、組織全体の競争力を一層強化するため、2005年に職務の役割・責任に着目したジョブ・グレードに基づく人事制度を導入しました。一方、一般社員については、2003年に役割・機能の違いによって3コースからなるコース別人事制度を導入し、それぞれのコースの特徴に合わせた報酬制度や評価制度を適用しています。

このような人事制度の定着も相まって、女性の活用が進んでおり、2005年12月で、女性の役職者は48名（全役職者の2.9%）となり、前年より6名増加しました。

雇用データ（2005年12月31日時点の社員。ただし出向社員を除く）

区分・コース	男性	女性	合計
役職者	1603	48	1651
一般社員	Eコース ^{*1}	66	621
	Sコース ^{*2}	27	3209
	Cコース ^{*3}	353	359
	小計	446	4189
合計	5346	494	5840

平均年齢：全体42.1歳（男性43.5歳、女性35.1歳）

平均勤続年数：全体20年5カ月（男性21年0カ月、女性13年5カ月）

* 1.E(Expert)コース：所属部門の基幹となり事業戦略や部門強化を担う。

* 2.S(Skill)コース：生産技術・技能の習得や伸張、伝承により円滑な生産活動を担う。

* 3.C(Clerk)コース：正確かつ迅速な事務的業務を担う。

旭硝子の健全な職場環境

●多様な人材が働きやすい職場環境

旭硝子では、従業員がさまざまなライフステージにおいて安心して仕事に取り組み、その能力を十分に発揮できるよう、働きやすい職場環境の整備に取り組んでいます。育児休業については、法定の範囲にとどまらず、配偶者が働いていない場合でも取得でき、また復職後は原則として休職前の職務に復帰することを定めています。また、

2005年4月の次世代育成支援対策推進法の施行を受けて、仕事と子育ての両立支援を進めるための「行動計画」を策定し、目標の達成に向けて取り組んでいます。介護休業についても、対象となる要介護者1人につき1年を上限に取得でき、その回数も要介護者が介護を必要とする状態に至るごとに2回まで取得できます。さらに、コアタイムのないフレックスタイム制度を導入するなど、従業員のニーズに対応できる各種制度を整えています。年次有給休暇についても取得を促進しており、2005年度の取得率は約91%（組合員平均）となっています。

育児・介護休業取得状況

年度	育児休業取得人数	介護休業取得人数
2001年	28名	1名
2002年	35名 ^{*4}	1名
2003年	28名	0名
2004年	35名	0名
2005年	21名	0名

* 4.うち1名は男性

●労使関係

旭硝子では、従業員組合として旭硝子労働組合が組織されています。一般社員に係る労働条件等につき、会社と組合との交渉において決定をしてくれています。交渉においては、会社・組合が、ともに論理性を尊重した態度で臨み、話し合いによる問題解決を図っています。また、経営トップと組合役員との協議会が常設されており、事業経営全般にわたって、オープンで充実したコミュニケーションが図られています。

●高齢者の雇用

旭硝子では、従来から高度な専門性・技能の活用ならびに欠員等の人員状況の観点から、会社として雇用する必要性の高い人材を定年（60歳）後も再雇用してきました。今後、高齢者雇用に対する社会的要請の高まりや、定年退職予定者が大量に見込まれることから、60歳以上の労働者の雇用のあり方について労使間で検討し、必要な対応を図っていくこととしています。まずは、2006年4月の高年齢者雇用安定法の改正を踏まえ、一般社員について、労使協定に定めた継続再雇用の対象となる人選

基準を満たした従業員を定年後も継続再雇用する制度を導入しました。

●人権啓発・セクハラ対策

旭硝子では、人権啓発室を設け、人権問題を担当し、差別のない健全な職場環境の確保に努めています。人権の尊重と差別の禁止は行動基準や就業規則でも明記しており、節目ごとに研修で周知・啓発をしています。また、万が一、セクシュアルハラスメントなどの問題が発生したときは、加害者の再教育はいうまでもなく、職場全体の問題として徹底した意識開発を促します。

旭硝子のキャリア開発支援

旭硝子では、社員が能力を十分に発揮してやりがいを感しながら業務を遂行できるよう、柔軟性のある部門間異動を促す「チャレンジキャリア制度」を設けています。

具体的な仕組みとしては、部門の人材募集に応募する「人材公募制度」と自分の希望する部門に登録する「希望職務エントリー制度」の2つがあります。従業員が自ら希望して専門性を活かせる仕事に就くことで、新規事業や強化業務への適材配置を行い、組織の活性化を図ります。また、高度な技術・技能や専門性を有する者を適正に活用し、評価するための「プロフェッショナル制度」、「マイスター制度」を設けています。

旭硝子の福利厚生

旭硝子の福利厚生の基本方針は、①自己選択と自己責任による個の充実、②公平性と必要性の変化への対応です。具体的には、選択型福利厚生制度（カフェテリアプラン）である「マイストーリー」を2002年から導入し、個々人のニーズに応じて柔軟に対応する仕組みを作っています。

トピックス

人材開発体系、教育制度

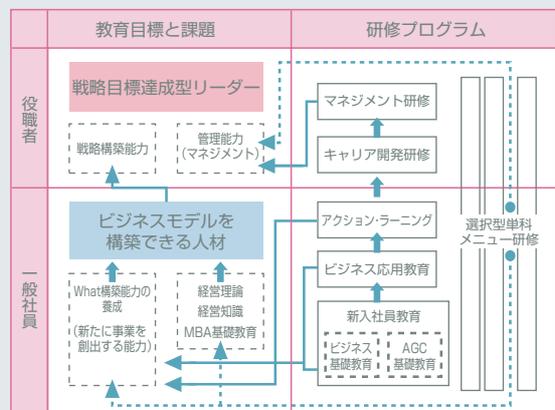
AGCグループにおけるカンパニー制やグローバル一体経営の推進には、グローバル一体経営を担う人材、技術・技能の強化と伝承を担う人材、そして新規事業の立ち上げ等を担う高い専門性を有した人材など、多種多様な人材能力が求められます。人材育成の取り組みには、AGCグループ全体で一定の方向性を共有し、推進していくことが必要となるため、旭硝子では国内連結グループ各社を視野に入れた新人材開発体系を2006年からスタートさせました。

新人材開発体系の重点ポイント

直面する経営課題や経営方針を踏まえて、①経営人材開発、②技術・技能人材育成、③エキスパート人材育成、④社員階層別教育を人材開発の重点課題として取り組んでいます。また新しい試みとして、個々人の成長に対し計画的に効果の高い教育を行うために、選択型単科メニュー研修を導入し、OJT*5や各種研修と合わせてキャリア形成を図りやすい仕組みを整えています。

*5.OJT（On the Job Training）：業務上必要とされる知識や技術を実務の中で習得すること。

社員階層別教育



特例子会社「旭硝子サンスマイル」

旭硝子では、グループビジョン“Look Beyond”の4つの価値観であるダイバーシティの観点から、ノーマライゼーションの意識を持った企業を目指して、2002年1月に子会社として「（有）旭硝子サンスマイル」を設立し、同年7月に特例子会社として厚生労働省に認可されています。業務内容は、親会社である旭硝子の独身寮の清掃からスタートし、事業所内の体育館の清掃、駐車場の除草、工場・研究所内の清掃業務など、徐々に拡大しています。事業開始当初は、知的障害者5名であった従業員の数も、着実に受注業務の拡大を図ることができ、2005年12月末時点では、11名に増加しました。ただし、2005年度の障害者雇用率は1.5%であり、法定雇用率（1.8%）を達成できていません。今後、さらに、旭硝子の障害者雇用率の向上に貢献するとともに、知的障害者の就労の場の拡大に向けて努力していきます。

社会からの評価

企業に対する社会からの評価を示す尺度として、マスメディアや各種調査機関が実施する企業のCSR実態調査があります。もちろん、そうした調査結果は企業のすべてを表しているわけではありません。しかし、AGCグループがステークホルダーの皆様と信頼関係を築くことを通じてその存在を認められ、持続的に発展していくためには、社会からの評価結果を指標の1つとして真摯に受け止めることが大切です。

CSR実態調査にもいろいろありますか？

AGCグループは日本で47位、世界で202位。これはグローバルニュース週刊誌Newsweekが行った2005年度の世界企業ランキング500の調査結果です。同誌では、2003年度の売上高上位1,000社に入る世界企業を対象に、財務とCSR（企業の社会的責任）の観点から順位づけを行い、上位500社を発表しています。今回選ばれた日本企業は110社。その大半を製造業が占めています。なお、このような企業のCSR実態調査は、日本経済新聞社が実施している環境経営度調査やSRI（後述参照）に関連する調査など、AGCグループが確認しただけでも数十種類以上あります。

CSR実態調査ではどのようなことを調べているのですか？

Newsweek誌の調査で注目すべき点は、調査項目としてCSRが重視されていることです。従来ならば、売上高や株価の時価総額など企業の財務体質が、企業評価の中心となっていました。しかしこれからは、お金を儲けているだけの企業は高い評価を得られません。企業に関係するすべての人々（ステークホルダー）と良好な関係を築き、誠実な活動を続ける企業が評価の対象となるのです。

調査結果で会社の評価が決まってしまうのですか？

調査結果は1つの判断材料であり、調査結果だけで会社の評価が決まるわけではありません。なぜならば、企業活動は必ずしも数値だけで計りきれものではないからです。その計りきれない部分をステークホルダーの皆様とのコミュニケーションによって確認することが大切だと考えています。そして、ステークホルダーの皆様の要望をしっかりと受け止め、同時に自分たちの行動を常に見直す作業を日常的に積み重ねていくことにより、真に評価に値する企業へと成長するのです。

第三者に会社のことがわかるのでしょうか？

確かに、CSR実態調査には一面的なところもあり、企業を正しく評価しているとは言い切れません。しかし、マスコミなどを通じて発表される調査結果で私たちを評価する人々が多数存在することも事実ですし、投資の判断材料にもなりますから、結果を真摯に受け止めることは必要です。そして、さらに重要なことは、この結果をもとに自分たちの強み・弱みを把握し、改善に向けた努力をすることです。こうした活動の積み重ねが、私たちの企業を強くします。私たちは、社会の評価を糧にして、より社会から信頼される企業を目指していきたいと考えています。

「投資の判断材料」とは具体的にどのようなことですか？

企業へ投資を行う際、従来の財務分析だけではなく、倫理・社会・環境・安全などに配慮した事業活動、いわゆる社会的責任も投資基準として企業を評価・選別する手法が、欧米だけではなく日本においても注目を集めつつあります。この考え方に基づく投資は「社会的責任投資（SRI: Socially Responsible Investment）」と呼ばれています。

企業は、社会的責任の評価項目で構成されるSRIインデックスによって評価され、このインデックスに基づいてSRIファンドへの組み入れが行われます。旭硝子の株式は、SRIインデックスに基づくいくつかのSRIファンドに組み入れられています。

旭硝子が採用されている主なSRIインデックス



FTSE4Good

FTSE4Good
英国フィナンシャル・タイムズと
ロンドン証券取引所の合弁会社
FTSEインターナショナルにより
作成された指標



Dow Jones Sustainability Indexes
米ダウ・ジョーンズ社とスイスの
SRI調査・格付け会社SAMに
より共同作成された指標

日本で47位、世界で202位 !?

「Newsweek2005・6・15号」調査より

従業員も会社の評価に関係するのですか？

従業員は2つの側面から会社の評価に関係してきます。

1つは、従業員個人に関わるものです。これには企業の戦力となる能力ばかりでなく、法律を守ること、誠実なことなど、社会人として当然要求される振る舞いも含まれます。

2つ目は、会社と従業員との関係です。会社は従業員に対し、安全で働きやすい労働環境を提供するだけでなく、機会均等、多様性尊重、人権への配慮など、従業員を尊重する姿勢を明確に示さなければなりません。これらの配慮がどのようになされているかを、今、社会は注目しています。

社会の評価を高めていくために、どのように行動すればよいのでしょうか？

AGCグループは、グループビジョン“Look Beyond”を掲げています。このグループビジョンにある「私たちの価値観」、すなわち「イノベーション&オペレーショナル・エクセレンス【革新と卓越】」「ダイバーシティ【多様性】」「エンバイロメント【環境】」「インテグリティ【誠実】」をグループ全体で共有し、グループビジョンが掲げる「よりプライトな世界を創る」ことを目指していくことが、社会からの信頼獲得に直結します。

つまりAGCグループのCSRには、日常から取り組んでいる活動そのものと、社会からの評価を積極的に聞き入れて改善することが必要なんですね？

私たちは、これまでさまざまな分野で、日常的にPDCAの手法を用いてきました。CSRへの取り組みも同じです。グループビジョン“Look Beyond”を追求するPDCAの確実な実行とレベルアップにより、私たちはより信頼される企業への道を歩みます。

具体的にはどのような活動が必要なのでしょうか？

AGCグループは、CSRの重点課題を定めています。

- ・ CS (お客様満足)
- ・ ES (従業員の働きがいと誇り)
- ・ エンバイロメント (地球・社会環境)
- ・ コンプライアンス (法令・企業倫理の遵守)

これらの重点課題への取り組みには、PDCAの手法を用いることが重要です。自分たちの抱えるさまざまなテーマで、PDCAをしっかりと回すことにより、私たちの企業価値を高めます。

第1回ステークホルダーダイアログ

AGCグループのCSR活動について、社外の皆様からの意見・要請を直接対話によって伺い、社会の要請に沿った活動をより効果的に展開するために、2006年3月、旭硝子では第1回目となるステークホルダーダイアログを開催しました。ステークホルダーダイアログとは、立場や意見の異なる者同士が共通の問題意識の下に意見交換し、相互理解を深めようとする取り組みです。第1回目は、CSR重点課題の1つである「エンバイロメント【環境】」をテーマに、有識者の方々をお招きし、CTOおよび板ガラス/ディスプレイ/化学品カンパニーの技術責任者ら6名とさまざまな角度からディスカッションを行いました。旭硝子は、CSR重点課題をテーマに今後も継続してステークホルダーの皆様と直接対話を行っていきます。



開催日時：2006年3月1日（水）15：00～17：30
開催場所：旭硝子（株）本社
内 容：
1. AGCグループ環境基本方針、環境活動の概要および事例紹介
2. ディスカッション
3. 感想・まとめ
参加者：
鮎川ゆりか氏（世界自然保護基金ジャパン自然保護室気候変動日本担当シニア・オフィサー）
上妻義直氏（上智大学経済学部教授）
中西清隆氏（日経エコロジー編集委員、日経BP環境経営フォーラム事務局長）
森下 研氏（株式会社エコマネジメント研究所代表取締役）
※皆様には、事前に「CSRレポート2005」「AGCグループCSRブック」「会社案内」などの資料をお読みいただいたうえでご発言いただいておりますが、工場見学などは行っていません。また、本記事は、ディスカッションの一部を旭硝子の責任で編集したものです。
社内出席者：遠山明（取締役・上席執行役員 CTO）、
新井直樹（板ガラスカンパニー）、石川博幸（ディスプレイカンパニー）、
斉藤一彦（化学品カンパニー）、加藤寿彦、五十嵐則仁（社会環境室）

AGCグループの環境活動の概要

1. 素材・部材産業の特徴として、大量の資源およびエネルギーを消費する。
2. 統合環境マネジメントシステムを柱に環境活動を管理している。
3. 環境負荷削減・汚染の予防については、温室効果ガスの排出削減、ゼロエミッション活動、化学物質の適正管理を行っている。
4. 環境負荷物質については、SOx、NOx、ばいじんなどの大気系への負荷がエネルギーや水系負荷と比較した場合に大きい。特にNOx排出量が多いのは、ガラス原料に含まれることと、ガラス溶解時の排ガスからの脱硝技術の展開が装置産業の特性上遅れているためである。
5. 積極的な環境活動としては、京都議定書対応、環境会計の利用、環境商品の定義化、CSRの観点を取り入れた調達などについて検討している。

このほか有害物質を含まない液晶用ガラスや、フッ素系温室効果ガス排出削減およびフッ素系樹脂廃棄物削減への取り組みについても紹介しました。

ディスカッション

——温室効果ガス削減の中長期目標を設定すべきではないか

鮎川 CSRレポートではCO₂排出量を売上高ベースの原単位で表現していますね。これだと売上が減ると原単位が高まってしまっていて、CO₂排出量が減っていたとしても表せませんね。温暖化対策の観点では、生産活動に当たってどのくらいCO₂を排出したかということの方が目安となるので、原単位ではな



く総量表記にしていただければと思います。またCO₂だけではなく、温室効果ガス（CO₂、メタン、N₂O、HFC、SF₆、PFC）全体としての削減値の中長期目標を設定すべきではないでしょうか。

加藤 事業が多岐にわたるため、グループ全体のCO₂排出量削減目標は売上高ベースの原単位を基準にしています。各事業部門においては、それぞれの事業に特有な基準値を設定し、年度計画において具体的に目標を設定して運用しています。全体としてのその総和は、便宜上売上高ベース原単位で表しています。

斉藤 例えば化学品カンパニーは、生産量ベースの原単位で目標値を設定しています。旭硝子はCO₂以外の温室効果ガスのうち、フッ素系のHFCとSF₆を製造しています。これらについては、製造工程を見直して大気への排出量削減や漏洩防止に取り組み、その削減状況もCSRレポート等を通じて情報開示しています。

上妻 CSRレポート2005にあるとおり、旭硝子ではフッ素系温室効果ガスの排出量は、1995年比94%の削減を実現していますね。これは大いにアピールすべきです。



鮎川 全酸素燃焼方式という新しい技術の導入効果についてはいかがでしょうか。

新井 現在、ガラスの原料を高温で溶かすために燃料油を使用しており、その際、約5分の4は空気中の窒素を加熱している状態です。全酸素燃焼法は、燃焼には関係ない窒素が多く含まれる空気の代わりに、酸素だけをガラス溶解炉に送り込む方式のため、窒素を加熱していた分のエネルギーが削減できるとともに、燃焼ガスの中に窒素がほとんど含まれないので、NO_xを大幅に削減できる効果もあります。一方、酸素を作るためのエネルギーが必要になるので、こうしたコスト上昇分をいかに我々の技術でカバーしていくかが課題です。

——コミュニケーションツールとしてCSRレポートの活用を



中西 CSRレポートは、まず従業員が読むべきであるということと、従業員を含めた読者との双方向のコミュニケーション、すなわちフィードバックが重要だと思います。

加藤 2005年は従業員向けに「CSRブック」を作成しました。CSRに対する経営トップの思いと従業員への期待をまとめたものです。なお、2006年度版は主要な読者として従業員を意識してレポートを編集しています。

上妻 自社のステークホルダーを想定し、意見をくみ上げて社内にフィードバックする方針とその仕組みは必要ですね。社会から評価される最近のCSRレポートは、情報そのものはもちろん、その情報がつくられるプロセスそのものにも向きつつあります。方針と仕組みがないと、双方向のコミュニケーションを機能させるのは難しいのではないのでしょうか。

——幅広く、より積極的なアピールを

中西 事例紹介いただいた有害物質を使用しない無アルカリガラスについて、10年以上前から作っているのに、それがエンドユーザーに知られていないことが残念ですね。また、一枚ガラスに比べて省エネ効果が大きい複層ガラスや、地球温暖化防止、防犯・防災の観点からガラスを通じた貢献をしているガラスパワーキャンペーンなど、PRすべきことがたくさんあると思います。PRの第一の目的は販売促進ですが、実は社会や消費者への教育でもあります。理解して商品を選んでもらうことが、社会貢献にもつながります。

石川 AGCグループは、素材・部材メーカーとしてBtoBのビジネスを展開しているため、エンドユーザーの方々へ直接メッセージを出すには難しいところがあります。我々のお客様へのアピールにも工夫が必要です。

遠山 自社の技術の優位性を戦略的にビジネスに使うよう、社外取締役の方からも強く指摘されています。

上妻 広告を出してはいかがでしょう。環境への貢献度が高い製品であることがわかれば、買う人はいるはずですよ。

森下 製品による環境負荷軽減の効果を、トピックス扱いではなく、事業活動全体との関係も含めてよりわかりやすくアピールするとよいと思います。また、例えば30年後の使用済みガラスの取り扱いなど、長期的な視点も持つとよいのではないのでしょうか。非常によい環境への取り組みがたくさんあるのに、それを十分に活かしてきれていない気がしました。



* * *

ご意見・ご提言を活かしてCSR活動の実をあげていきます



遠山 本日は皆様から、環境活動における中長期目標の設定についてや、ステークホルダーの皆様の声を環境およびCSR活動へ活かすための仕組みづくり、社内情報を社外の皆様が容易に理解できるような情報発信の重要性など、有意義な気づきをいただきました。ありがとうございました。第1回目のステークホルダーダイアログということで、私たち自身、要領を得ない部分もありましたが、お伺いしたご意見・ご提言を活かし、環境活動をはじめとするCSR活動の実績をあげていきたいと思っています。

バルディーズ研究会*

岡田泰津／田中宏二郎／緑川芳樹／山口民雄

冊子とホームページの特性を活かすことが重要

ホームページの活用は、ITの普及、開示情報の増大、紙資源への環境配慮などから自然の流れと考えます。しかし、どの情報をどの媒体に掲載するかという判断がレポートのポイントとなり、それぞれの特性を活かすことが重要です。冊子版とホームページ版を併用することによって「適時・適切に情報開示」する姿勢は読者に伝わってきていますが、各媒体の特性を有効活用するためのさらなる工夫や、冊子版を前年より20ページ減らしたことの是非の検討が必要です。

従業員への方向付けが明確

CSRとは企業自らが掲げる理念・価値観の実践ともいわれています。本レポートでは「私たちの価値観」を軸に構成され、首尾一貫して分かりやすい報告書になっています。また、記述はGoal（目標）、Point（施策）、How to（従業員個人への落とし込み活動）とCSR活動の状況を示し、最後に「主な課題」を明記することによって、従業員に対する方向付けが明確になされ「教育ツール」としても評価できます。

一方、トップページでは「社会から信頼される高収益・高成長のグローバル優良企業を目指します」とありますが、実際の「私たちの経営目標」には「高収益」「高成長」という経済分野しかありません。グローバルなCSRの潮流では、経済効率のみならず、環境、社会の分野も経営目標であるため、CSR経営にかかわる経営目標を追加していただきたいと思います。

コンプライアンスについて、より強いトップコミットメントを

ネガティブ情報についても情報開示方針に則り、積極的に開示し、誠実性と透明性の確保に努力されています。ただし、コンプライアンスについてトップコミットメントをより鮮明に打ち出す必要があります。トップの強いコミットメントがあってはじめて、従業員の誓約書も生きてきます。また、再発防止策としてあげられた「遵守体制の強化」「ガイドラインの制定」「委員会の

設置」などが有効に機能しているか否かの報告を翌年以降必ずしていただきたいと思います。

一層の情報開示によってエンゲージメントを

ステークホルダーの情報開示要請は一層強くなっています。私たちから見てもさらなる開示を求めたい項目が少なくありません。柔軟に対応できるホームページの特性を活かし、今後、適時適切に開示していただきたいと思います。

第1は多様な取り組みの報告がされていますが、必ずしもその結果・内容が明らかになっていないことです。例えば、お客様満足度調査やアスベスト健康診断、ES調査などの結果やメンタルヘルスの取り組みとその成果などです。結果を開示することによって、ステークホルダーエンゲージメントの道が開けるのではないのでしょうか。第2が、環境負荷に対する定量的な目標値と客観的な基準による評価です。特に地球温暖化防止活動については、総括表に項目の設定が必要です。第3が従業員の労働環境です。全体的な傾向として開示情報量が増える傾向にあり、国内の雇用データと全従業員の76%を占める海外の状況について、情報開示を後退させることなく充実させることが「社会から信頼されるグローバル優良企業」には必要です。

本意見書は、2回の意見交換会を踏まえ、冊子版の最終稿およびホームページ版の構成案に基づいて執筆しました。



*バルディーズ研究会
1991年設立。「企業に環境経営を」「投資化に社会的責任を」「消費者にグリーンを」の3つを柱に活動しているNGO団体。企業の環境と社会的責任に関する研究・提言を行っている。GRI(Global Reporting Initiative)を立ち上げたCERES（環境に責任を持つ経済のための連合）の日本で唯一のメンバーでもある。

ご意見をいただいて

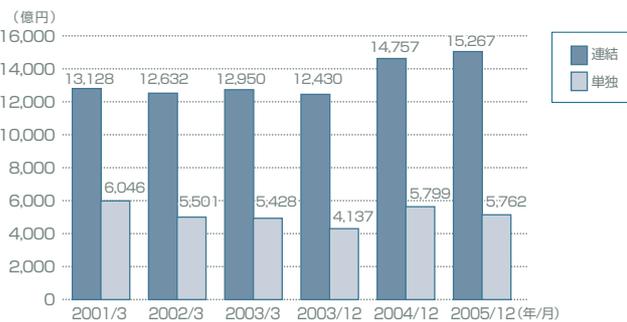
- ・2006年度は、CSRの重点課題とグループビジョン“Look Beyond”の中核をなす「私たちの価値観」が、実際のCSR活動にどのように展開されているかを分かりやすく報告することを強く意識して冊子版を編集しました。そのため掲載情報の取捨選択を行い、結果として2005年度版より20ページ少ないものとなりました。なお、掲載しきれなかった情報はホームページの活用を図ることとし、今後はその内容を一層充実させていきます。また、媒体を使い分けるという新しい試みについて、ステークホルダーの皆様からのご意見を伺って来年度のレポートへ反映させていきます。
- ・「私たちの経営目標」は、グループビジョン“Look Beyond”を構成する一つです。そして、このビジョンを追求する企業活動そのものがAGCグループのCSRであり、この企業活動を持続していくための経済面での目標として「私たちの経営目標」を掲げています。
- ・CEOを議長とするCSR委員会では、コンプライアンスやエンバロメントなどのCSR重点課題を中心に今後も議論し、その結果の開示を進めていきます。第三者意見書において例示された内容およびその結果についても、検討の上、具体的かつ適時・適切に、ホームページ等で開示していきます。海外関係会社の情報についても順次増やしていくこととしており、報告対象範囲を拡大して参ります。

旭硝子株式会社 執行役員 社会環境室長 八田剛太郎

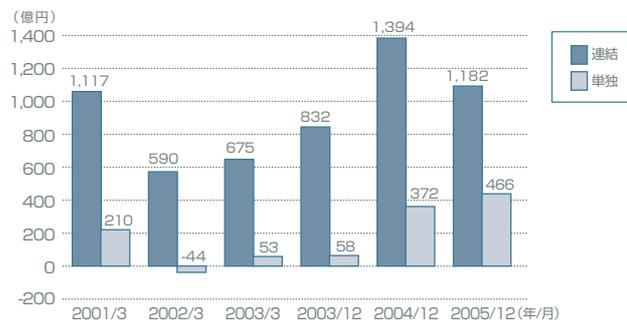
会社概要 (2005年12月末現在)

名称：旭硝子株式会社
 本社所在地：〒100-8405 東京都千代田区有楽町一丁目12番1号
 創立：1907年(明治40年)9月8日
 設立：1950年(昭和25年)6月1日
 資本金：90,472百万円
 発行株式総数：1,185,999,578株
 従業員数：5,840名(単独) 56,857名(連結)
 グループ連結会社数：245社(うち海外179社)

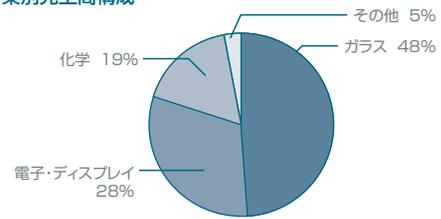
売上高推移



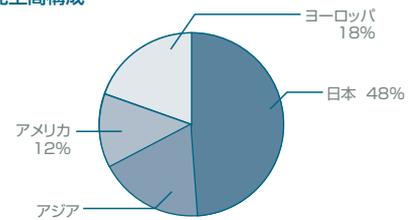
営業利益推移



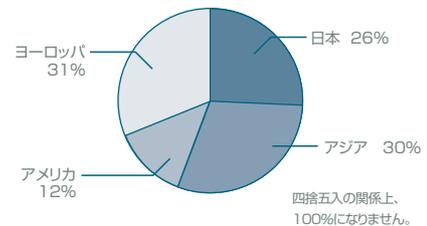
事業別売上高構成



地域別売上高構成



地域別従業員比率



事業分野	主要製品		カンパニー/SBU
ガラス	建築用	フロート板ガラス、複層ガラス、型板ガラス、網入/線入ガラス、熱線反射/吸収ガラス、建築用加工ガラス、鏡	板ガラスカンパニー
	自動車用	合わせガラス、強化ガラス	自動車ガラスカンパニー
	その他	ガラス繊維製品 蛍光管等特殊ガラス	旭ファイバーグラスSBU 旭テクノグラスSBU(ガラス)
電子・ディスプレイ	ディスプレイ	CRT ブラウン管用ガラス	ディスプレイカンパニー
		FPD TFT用ガラス、PDP用ガラス、TN/STN用ガラス	
	電子	オプトエレクトロニクス部材 フリットペースト、半導体関連部材 中小型フラットパネルディスプレイモジュール	エレクトロニクス&エネルギーSBU、半導体回路SBU、旭テクノグラス(電子関連) オプトレックスSBU
化学	フッ素化学・スペシャリティ	樹脂、ガス、溶剤、撥水撥油剤、イオン交換膜、医薬薬中間体	化学品カンパニー
	クロールアルカリ・ウレタン	ソーダ灰、苛性ソーダ、苛性カリ、塩酸、塩ビ、ウレタン	
	ヨウ素関連製品 ほか		伊勢化学SBU、旭硝子マテックス
その他	セラミックス関連製品 ほか		旭硝子セラミックスSBU ほか

AGCグループは2002年4月にカンパニー(社内疑似分社)制を導入しました。カンパニーは売上高が概ね2,000億円を超え、グローバルに事業を展開する事業単位と位置づけられており、現在、「板ガラス」「自動車ガラス」「ディスプレイ」「化学品」の4つのカンパニーを設置しています。それ以下の規模の事業単位はSBU(戦略事業単位: ストラテジックビジネスユニット)として位置づけ、現在7つのSBUが設置されています。

旭硝子株式会社

URL: <http://www.agc.co.jp/>

社会環境室

〒100-8405 東京都千代田区有楽町1-12-1

電話 03 (3218) 5282 Fax 03 (3218) 7801

e-mail: environment-society@agc.co.jp



2006年5月発行
(次回発行予定2007年5月)

「旭硝子株式会社 CSRレポート2006」アンケート

「旭硝子 CSRレポート 2006」をご覧いただき、ありがとうございました。より充実した報告書を作成するための参考とさせていただきますため、以下のアンケートへご記入の上、FAXにてご返信いただければ幸いです。

Q1 このレポートのご感想をお聞かせください。

- わかりやすさ 1. 大変わかりやすい 2. わかりやすい 3. 普通 4. ややわかりにくい 5. わかりにくい
内容の充実度 1. 大変充実している 2. 充実している 3. 普通 4. やや物足りない 5. 物足りない
情報量 1. 大変わかりやすい 2. わかりやすい 3. 普通 4. やや足りない 5. 足りない

Q2 旭硝子のCSR活動について、どのように評価されますか？

- 1. たいへん評価できる 2. 評価できる 3. 普通 4. あまり評価できない 5. 評価できない
(理由)

Q3 このレポートをご覧になって、特に印象に残ったり、興味をひいた内容がございましたら、該当する項目に○をおつけください。また、内容に改善を要すると思われるものがあれば×をおつけください。(複数回答可)

- トップメッセージ P.1 □CS (お客様満足) P.13 □労働安全衛生 P.24
□CSRレポート2006の全体像 P.3 □モノづくりへのこだわりと P.27
□AGCグループのCSR P.5 現場力の強化 P.15 □保安防災
□コーポレートガバナンス P.7 □AGCグループの事業と環境の関わり P.18 □ES (従業員の働きがいと誇り) P.29
□コンプライアンス P.9 □2005年度の計画・実績・ P.19 □第1回ステークホルダーダイアログ P.35
□ステークホルダーとの P.11 評価と2006年度の計画 P.19 □第三者意見 P.37
□コミュニケーション P.11 □環境活動 P.20 □事業概要 P.38

(理由)

Q4 その他ご意見、ご要望などをご自由にご記入ください。

Q5 回答者ご本人様についてお聞かせください。

- どのような立場で本レポートをお読みになられましたか。
□お客様 □お取引先様 □当社事業所・工場近隣住民 □金融・投資関係者 □調査機関
□行政機関 □研究・教育機関 □報道機関 □NPO/NGO □学生 □企業・団体の環境・CSR担当者
□従業員 □その他 ()

- プロフィールについてお聞かせください。
年代 □10代 □20代 □30代 □40代 □50代 □60代 □70代以上
性別 □男性 □女性
ご協力ありがとうございました。