The background of the cover is a collage of images related to modern architecture and nature. It includes a glass balcony, a glass facade, a green-tinted glass wall, a view through a window of trees, a staircase, and a view of a park through a window. The text 'AGC CSR Report 2007' is overlaid on a green horizontal band in the center.

AGC CSR Report 2007

目次

| | |
|-------------------------|-----|
| 会社概要 | P2 |
| トップメッセージ | P3 |
| AGCグループのCSR | P7 |
| 中期経営計画“JIKKO-2007”の進捗 | P9 |
| AGCグループの事業の広がり | P11 |
| コーポレート・ガバナンス/内部統制への取り組み | P13 |

Innovation & Operational Excellence [革新と卓越]

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 「易きになじまず難きにつく」- AGCグループの「革新と卓越」- | P14 |
| 特集1 ガラス製造の常識を打破 | P15 |
| 特集2 優れたフッ素の力をさらに引き出す より安全で環境にやさしく | P17 |
| 特集3 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」 | P19 |
| 特集4 匠の技で未来を磨く | P21 |
| 特集5 お客様満足の視点こそが事業の出発点 | P23 |

Environment [環境]

| | |
|--|-----|
| 2006年度の課題・実績・評価と2007年度の課題 持続可能な社会に貢献する道しるべ | P25 |
| AGCグループの事業と環境との関わり 環境負荷の高い事業であることを自覚し、活動しています | P26 |
| 環境活動 経営の最重要課題のひとつ | P27 |
| 労働安全衛生 安全な現場を持たない製造業に持続的な発展はない | P37 |
| 保安防災 不測の事態から社会と会社を守る | P40 |

Diversity [多様性]

| | |
|--|-----|
| 従業員の働きがいと誇り 企業価値を最大化する原動力 | P41 |
| ステークホルダーダイアログ テーマ「ダイバーシティー-異文化コミュニケーション-」 | P47 |

Integrity [誠実]

| | |
|---------------------------|-----|
| コンプライアンス 企業倫理を高め信頼を深める | P50 |
|---------------------------|-----|

コミュニケーション

| | |
|-------------------------------|-----|
| 社会との協調 社会と信頼でつながる企業でありたい | P53 |
| 社会貢献 社会と共生する善き企業市民としてできること | P55 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 第三者意見 | P57 |
| CSRレポート2007についてご意見をいただきました | |

※本レポートは、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。
※本レポート掲載記事の無断転載・複製を禁じます。

CSRレポート編集方針

旭硝子は、本年創立100周年を迎えます。

本レポートは、これからも社会から信頼され続け、持続的に発展していくことを目指すAGC(旭硝子)グループが、どのように社会的責任を果たしているのかを、読者の皆様へ分かりやすくお伝えすることをコンセプトとしています。

「特集」は、AGCグループの競争優位の源泉である革新的な技術や卓越した製品・サービスがどのように社会へ貢献しているのかをまとめたものです。

特集以降のページは、CSRの観点から各活動の考え方、活動の仕組み・内容、トピックスとしての事例、課題を報告しています。

掲載範囲

- ・2006年度(2006年1月~12月)
※一部の情報については2007年度の内容も含まれます。
- ・AGCグループ
※AGC(Asahi Glass Company)グループは、旭硝子(株)および連結対象の国内外関係会社239社です。
- ※本文中で「旭硝子」「当社」と記載している場合は、旭硝子(単独)を表しています。
- ※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

- ・GRI サステナビリティ レポートینگ ガイドライン2006
(Global Reporting Initiative)
- ・環境報告書ガイドライン(2003年度版)
(環境省)

発行

2007年6月

CSRホームページのURL

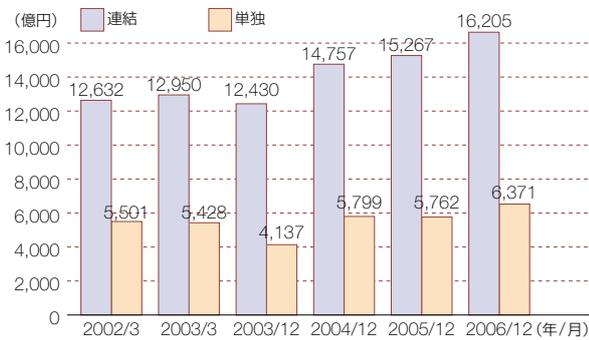
<http://www.agc.co.jp/csr/>

(日本語版は8月末、英語版は9月末更新予定)

会社概要(2006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(明治40)年9月8日 | |
| 設立 | 1950(昭和25)年6月1日 | |
| 資本金 | 90,480百万円 | |
| 発行株式総数 | 1,186,013,684株 | |
| 従業員数 | 5,856名(単独) | 54,228名(連結) |
| グループ連結会社数 | 239社(うち海外176社) | |

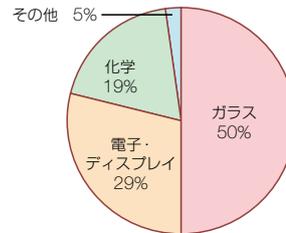
売上高推移



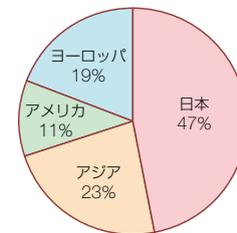
営業利益推移



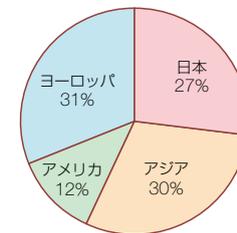
事業別売上高構成(連結)



地域別売上高構成(連結)



地域別従業員比率(連結)



※2006年12月期
※売上高構成比は、四捨五入の関係上100%になりません。

| 事業セグメント | 主要製品 | | カンパニー/SBU等 |
|-----------|--|---|-------------------------------|
| ガラス | 板ガラス | 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 |
| | 自動車用ガラス | 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 旭テクノグラス社(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 FPD TFT用ガラス、PDP用ガラス、TN/STN用ガラス | ディスプレイカンパニー |
| | 電子 | 半導体プロセス部材(合成石英等)、ディスプレイ部材(液晶用バックライトチューブ等)、光部品(光ピックアップ素子等) | エレクトロニクス&エネルギーSBU |
| | | 中小型FPDモジュール | 旭テクノグラス社(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 | 苛性ソーダ、苛性カリ、塩酸、塩ビ関連製品、ウレタン | |
| | ヨウ素関連製品 他 | | 伊勢化学工業社 |
| その他 | ガラス溶解炉および各種工業炉用セラミックス製品、ファインセラミックス製品 他 | | 旭硝子セラミックスSBU |

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)として位置づけられています。

トップメッセージ

創立100周年を超え、
社会から信頼され続ける
企業グループを目指して、
“Look Beyond”を
追求し続けます。

門松 正宏

代表取締役・社長執行役員・CEO

Top Message

100周年にあたって

企業がその存在を認められ、持続的に発展していくには、社会から信頼され続けることが必須の条件です。

本年9月8日、旭硝子は創立100周年を迎えます。この間、当社を取り巻く事業環境も大きく変化し、幾多の苦難や危機に直面したことは申すまでもありません。これらを乗り越え今日のAGC(旭硝子)グループがあるのは、諸先輩方が創業者の「易きになじまず難きにつく」のチャレンジ精神を实践され、社会の要請と期待に真摯に応え続けてきた結果であると敬意を表するとともに、長きに渡りご支援・ご愛顧いただいたお客様、株主様をはじめとする、全ての関係者の皆様に対し、この場をお借りして深く御礼申し上げます。

ビジョンへの挑戦

社会は確実に発展し、さらにグローバル化も進み、と同時に社会の価値観も変わり、より広い視野での責任が企業に求められています。AGCグループは、2002年にグローバルなグループ・ビジョンとして“Look Beyond”を制定しました。「私たちの使命」を「先を見据え、よりプライトな世界を創る」こととし、行動の基本として4つの「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】」を掲げ、AGCグループの全従業員が共有すべきことと決めました。

そして私は、2004年4月に社長執行役員に就任すると同時に、このビジョンの実現のために新しい経営方針“JIKKO-Execution for Excellence”をスタートさせ、4つの価値観の更なる浸透を図りました。2005年1月には“JIKKO”の具体的行動計画として中期経営計画“JIKKO-2007”を発表し、実践してまいりました。本年がその最終年度に当たります。

“Look Beyond”は普遍です

これまでのCSRレポートでも述べてまいりましたが、これらの4つの価値観は、まさしく現代における社会からの様々な要請・期待に応えるために必要な、企業のコンピテンシー(基本責任能力)を意味していると考えます。制定

当時では極めて先進的な企業ビジョンであったと自負しており、これが“JIKKO-2007”の成果に結びついています。

一方、私たちAGC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。全従業員数は約54,000人に達しております。私たちが事業を展開する国々には、それぞれに文化や習慣があります。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、社会で必要とされる製品を、誠実な方法で提供し続けていくことが必要です。

AGCグループでは、グローバルの全従業員が日常活動の中でこれら4つの価値観を共有し磨き続け、ステークホルダーの皆様のご期待に応えることを通して、私たちの使命に掲げた「よりプライトな世界を創る」ことに挑戦してまいりました。その進捗・成果について、本レポートの「特集ページ」にまとめております。特筆すべき成果として、ヒ素及びアンチモンを一切使用しないフラットパネルディスプレイ(FPD)用ガラス基板の開発は、環境に貢献する先進的取り組みとして世界に誇れるものと考えております。

新たな100年に向かって

地球温暖化防止に対する京都議定書に見られるように、今や、地球規模での環境保全や人権擁護といった、「公正で持続可能な社会創造への貢献」が「企業の社会的責任」として求められるようになっていきます。2000年に発足し、2004年に改訂された「国連グローバル・コンパクト」がその代表的なものです。

今、私に課せられた使命は、旭硝子が創立100周年を超え、次の100年の持続的成長と発展への基礎を築くことです。全従業員に求める4つの価値観は、CSRの視点を踏まえていることが検証されており、今後も普遍です。同時に、グローバルな広がりを見せる社会の要請や期待に応えていくためには、これらの価値観を有機的に組み合わせることが極めて重要であることも学んでまいりました。

AGCグループが、これからさらに100年、社会から信頼され、成長・発展を歓迎される企業グループであるためには、経営のあらゆる側面で、グローバルな視点で「より良い地球・社会への貢献」と「企業の利益創出と成長」の同時実



現をはかることが必要です。それが私たちの使命「先を見据え、よりブライトな世界を創る」ことにつながるのです。

持続可能な社会創造への経営責任を宣言… 「AGCグループ企業行動憲章」を制定

以上のような認識に立ち、私は、経営責任者として持続可能な社会創造に対する責任及び方針をきちんと宣言すべきとの結論を得ました。それを“Look Beyond”を追求する活動を正しく導く規範として、別掲の通り、「AGCグループ企業行動憲章」を制定いたします。

本年、AGCグループは、次の100年に向かっての第一歩となる、2008年からの中期経営計画を策定いたします。この中で、社会的側面での課題についても、しっかり掘り下げてまいります。

従業員と共有している“Look Beyond”の「私たちの価値観」と「私たちの行動原則」は、本憲章によりさらにCSRへの貢献が明確となり、従業員の“Look Beyond”への取り組みが高まると信じます。そして、AGCグループの全従業員が“Look Beyond”を組織のDNA（共有遺伝子）として追求し続けることが、経営の社会的責任である「AGCグループ企業行動憲章」を実現する基盤となります。

さらに私は、この「AGCグループ企業行動憲章」における社会的責任を受身で捉えず、企業が社会とともに歩み、より良い存在へ進化していく好機と捉え、経営を行ってまいります。CSRの「R」を「Responsibility(責任)」に留めず、「Reliability(信頼)」を得る活動とし、これからも社会から信頼され、成長・発展を喜ばれる企業であるための基盤を築きます。

たとえば環境対策について、「3R = Reduce(削減)/Reuse(再使用)/Recycle(再資源化)」だけで考えるのではなく、もう一つの「R」;「Replace(代替開発による有害物排除)」を加え「4R」として挑戦し、社会に対して大きく貢献できる新ビジネス・新商品事業を創出してまいります。

「ブランド」・「ロゴ」を統一し、グループ一体化を確実に

さらに、AGCグループ全従業員が、グループ・ビジョン“Look Beyond”やAGCグループ企業行動憲章を、確実にグローバル体で共有し実践するため、AGCグループ全社のブランドを「AGC」に統一し、ロゴも一新することとしました。私は、この統一「ブランド」・「ロゴ」のもと、引き続き全員参加で“Look Beyond”の4つの価値観を磨き、有機的かつ積極的にPDCA(Plan-Do-Check-Act)を回し続けることを求めています。

そして私は、AGCグループが、「社会的責任を果たしながら、よりブライトな世界を創る、高収益・高成長のグローバル優良企業」であり続けるよう事業経営にあたることを、全ての関係する皆様にお約束いたします。

本レポートをお読みいただく皆様へ

AGCグループは、以上のような考え方に基づく活動を、2005年からCSRレポートとしてまとめております。内容については、社会からの要請が刻々と変化・広がることもあり、十分とは申せませんが、社会的責任経営は、皆様との対話によって進化させていくものと考えております。

本レポートが、AGCグループのCSR活動についてご判断いただく一つの材料としてお役に立てば幸いです。社会から信頼され続け、それによって成長発展できる企業グループを目指す私たちの取り組みに対して、是非忌憚の無いご意見をお聞かせいただければと願っております。

AGCグループ企業行動憲章

(2007年6月1日制定)

AGCグループは、「より良い地球・社会の実現」に貢献し、社会全体から信頼され、成長・発展を期待される企業となることを目指す。このため、以下の原則に基づき、AGCグループ・ビジョン“Look Beyond”の価値観を軸として自律的に行動する。

■ 誠実な活動；高いIntegrityをもって

1. AGCグループは、優れた品質の製品とサービスを、安全性と環境へ適切に配慮しながら開発、提供し、お客様の満足と信頼を獲得する。
2. AGCグループは、各国の法令と規制を理解し順守する。
3. AGCグループは、適正な取引を行うとともに、公正な競争の原則、ならびに適用される全ての法令や規制に準拠して事業を行う。また、適正な競争に関する法律の発展を支持する。
4. AGCグループは、政治、行政、市民及び団体とは、健全な関係を保つ。反社会的勢力及び団体とは断固として対決する。
5. AGCグループは、自社及びお客様・お取引先様の情報・知的財産・資産等を適正に管理し保護する。

■ 環境と安全；Environmentを追求して

6. AGCグループは、環境保全を地球市民として必須の責務として受け止め、持続可能な社会づくりに貢献すべく、自律的に取り組む。
7. AGCグループは、環境に配慮した技術革新・新商品開発の推進と、事業活動における環境保全及び保安防災の継続的な推進に、全員参加で取り組む。
8. AGCグループは、その企業活動に関わる人々に、安全で健康的な職場環境を確保する。

■ 人間尊重；Diversityを共有して

9. AGCグループは、人種、民族、宗教、言語、性別、経歴にこだわらず、多様な文化を尊重する。
10. AGCグループは、その企業活動において、人々の多様性、人格、個性等を尊重し、差別の無い明るい職場づくりを目指す。
11. AGCグループは、強制労働、児童労働を認めず、人権侵害に加担しない。

■ 社会との調和；Responsibilityを果たし、Reliabilityを得る

12. AGCグループは、善き企業市民として、その社会と地域に対する責任を果たす。
13. AGCグループは、お取引先様と相互に有益で適切な関係を築く。そして、お取引先様の方々とは、その準拠する行動原則が、AGCグループの基本姿勢と矛盾しないよう、ともに努める。
14. AGCグループは、お客様、地域の方々、株主様など、社会の様々な方々とのコミュニケーションを図り、企業情報を適切かつ公正に開示する。

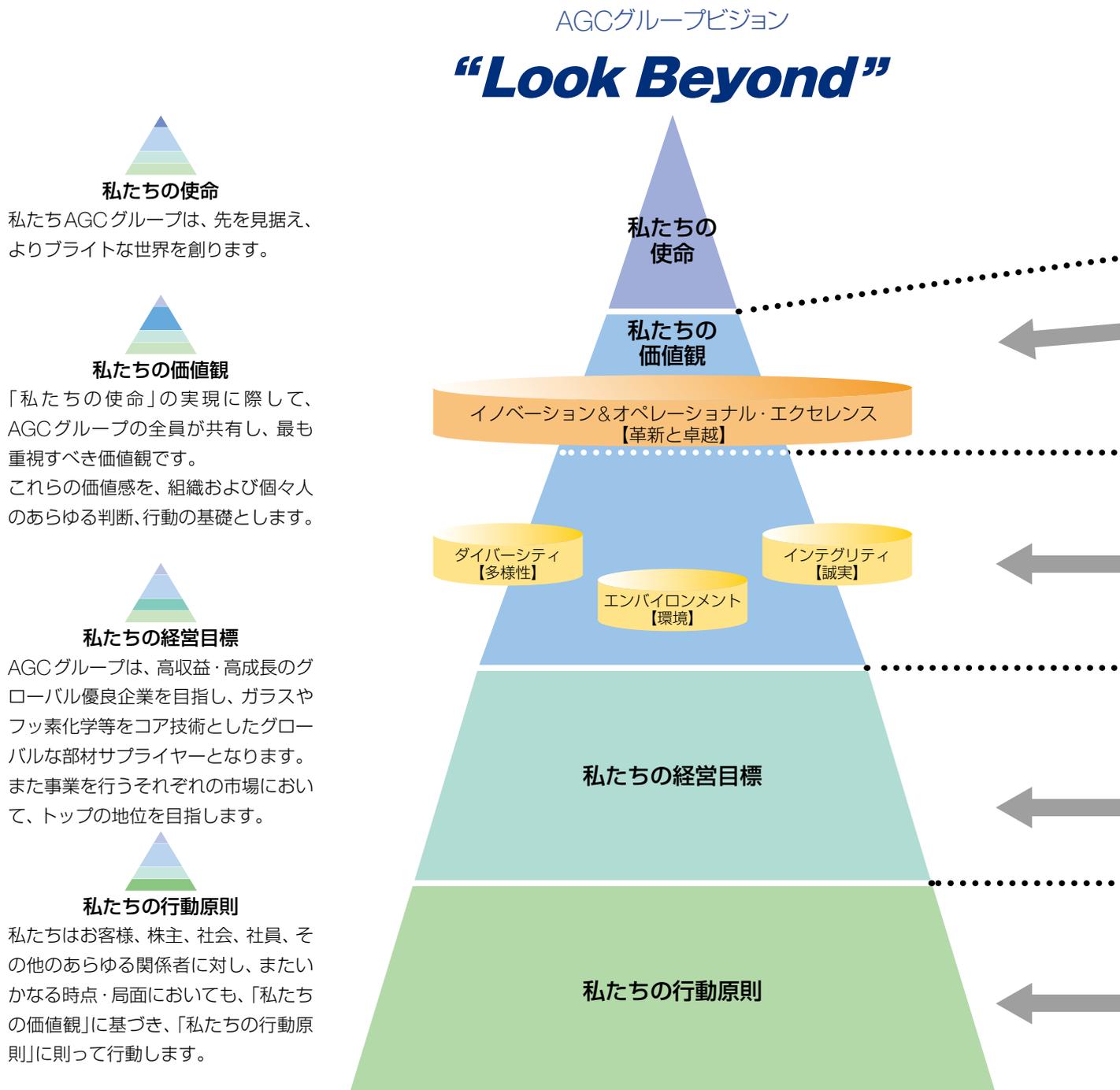
AGCグループ経営者は、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内及びグループ企業に徹底するとともに、お取引先様に対しても周知させる。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制整備を行うとともに、グループ・ビジョン“Look Beyond”のもと、企業倫理の涵養に努める。

本憲章に反するような事態が発生したときには、経営者は自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努め、適切に是正措置と処分を行う。

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の源泉です。本年、創立100周年を迎えるに当たり、次の100年に向け、CSR活動の源泉となる“Look Beyond”に加え、企業として果たすべき社会的責任を「AGCグループ企業行動憲章」として制定しました。

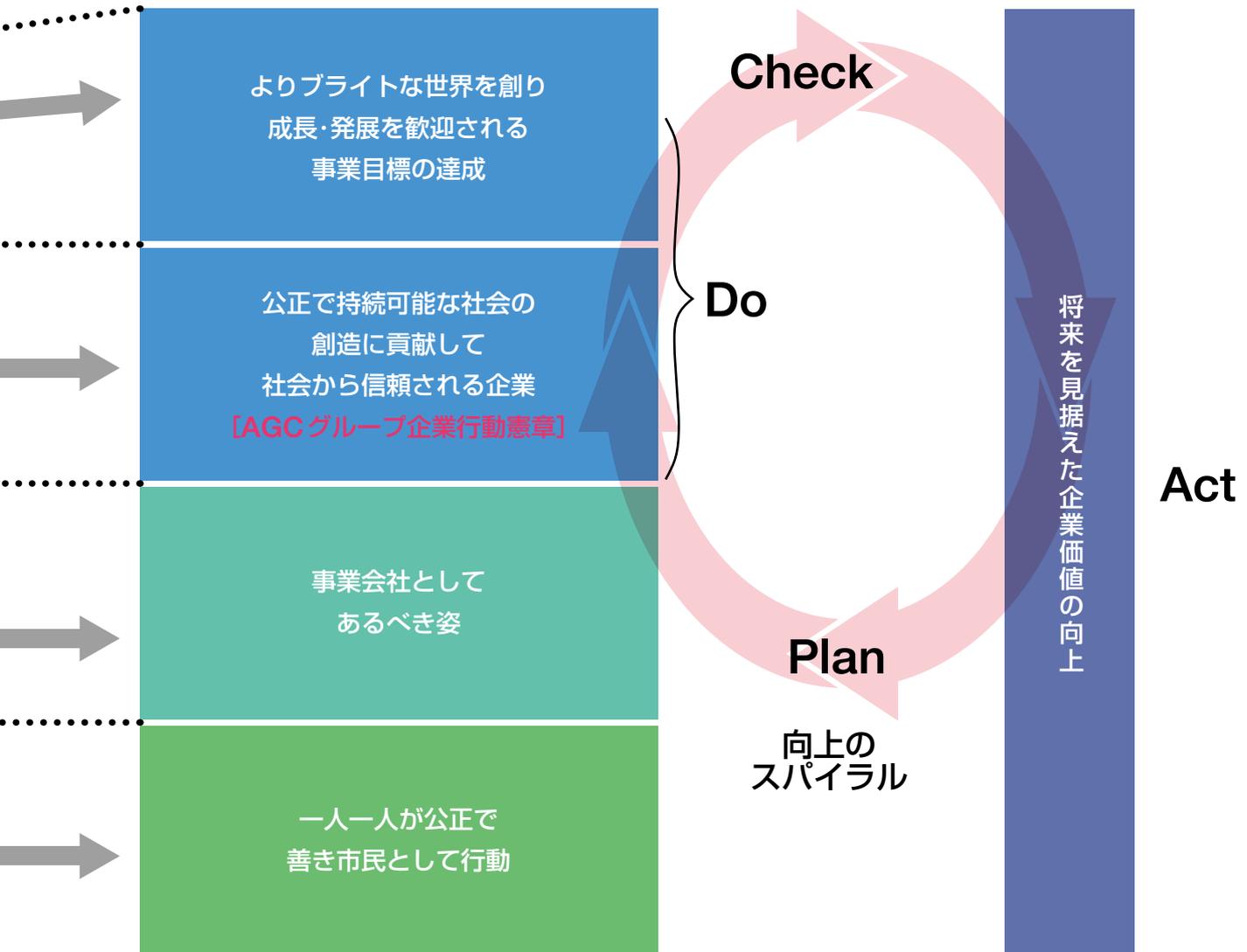
AGCグループは、「AGCグループ企業行動憲章」に基づき社会的責任を果たし、事業目標を達成することで企業価値を向上させ、「私たちの使命」である、よりブライトな世界を創り、高収益・高成長のグローバル優良企業を実現していきます。



“**Look Beyond**”を追求して
Responsibility (責任)から Reliability (信頼)へ

《社会と共生する経営責任》

持続可能な社会へ貢献して成長するAGCグループ



中期経営計画“JIKKO-2007”の進捗

AGCグループは、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、グループビジョン“Look Beyond”の実現に取り組んできました。これまでの2年間に実施した主要施策と成果および“JIKKO-2007”の最終年度に当たる2007年に展開していくCSR/事業戦略等は、以下の通りです。

| | | 2005 | |
|--------------------|---|---|----------|
| コーポレートガバナンス (P.13) | グローバル経営のさらなる進化 | 社外取締役増員(2名→3名) | |
| コンプライアンス (P.50) | コンプライアンス体制 | グローバルコンプライアンス体制確立 独禁法eラーニング実施(日本・北米) | |
| | 行動基準 | 行動基準改訂-旭硝子全従業員配布 「誓約書」提出者数：約15,000名 欧州・米国版 | |
| 環境/安全 (P.27) | 統合環境マネジメントシステム(統合EMS) 旭硝子(単独)統合化完了(2004) | 国内関係会社の統合EMS参加開始 統合EMS認証拠点数(2005/12月現在) 日本：19 アジア：5 欧州：0 北米：0 | |
| | 労働安全衛生マネジメントシステム(OHSMS) 旭硝子(単独)各工場構築完了(2004) | 国内関係会社へのOHSMS展開開始 | |
| CS・品質 (P.23) | 「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」の 浸透・定着 | 品質向上推進室発足 「AGCグループ品質マネジメント基本要綱」制定 「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」活動開始 | |
| 人材マネジメント (P.41) | ES向上と人材育成の取り組み強化 | グループ人事企画室発足 第1回ES調査(対象者：15,589名) | |
| | グローバル人材育成プログラム(2003～) | 参加者数：59 (日本・アジア：40名、欧州：10名、北米：9名) | |
| | モノづくりへのこだわりと現場力の強化(P.21) | モノづくり技術強化室発足 マイスター/プロフェッショナル制度開始 | |
| 社会貢献 (P.55) | 旭硝子財団(1933～)ブループラネット賞 | 受賞者：ニコラス・シャックルトン教授/ゴードン・ヒサシ・サトウ博士 | |
| | 旭硝子奨学会(1957～) | 大学生：33名/留学生：14名 | |
| | リサーチコラボレーション制度(2004～) | 採択案件2件の共同研究開始(2004年) | |
| コミュニケーション (P.53) | CSRレポート | 社会環境室発足 CSRレポート/CSRブック発行 CSR委員会(議長：CEO)発足 | |
| | 社内報 | 旭硝子 社内報「あさひ」 | |
| ガラス事業 | 板ガラス事業 新興市場へ選択と集中 | グローバルベンチマーキングを通じたコストダウン施策 「ガラスパワーキャンペーン」開始(P.19) ベルマーク協賛開始 | |
| | 自動車ガラス事業 グローバル共通の高品質へ“Asahi Way” 環境負荷物質削減活動 | | |
| 電子・ディスプレイ事業 (P.15) | ディスプレイ事業 製品ライフサイクルに合わせた事業構造の転換 CRT：事業縮小 | 日本：事業撤退でFPDに転換 | |
| | FPD：ヒ素フリーでTFT/PDPを積極展開 | TFTガラス基板生産能力：1,400万m ² /年(2004年末) 台湾増設 高砂操業開始 | |
| | エレクトロニクス&エネルギー事業 売上2000億円を目指して | エレクトロニクス&エネルギー事業本部設置 旭テクノグラス社の完全子会社化 ハードディスク用ガラス基板事業への参入 | |
| 化学事業 | フッ素樹脂：無害化と環境負荷低減で市場開拓 フッ素樹脂フィルム：商品独自性で需要を創出 その他 | 鹿島工場設備増強 「オゾン層保護・地球温暖化防止大賞」経済産業大臣賞受賞(P.28) | |
| 新規事業 | マイクロレンズ用ガラス ASPEX(組換えタンパク質生産) 燃料電池 | | |
| 財務パフォーマンス | 売上高(2004年) | 14,757億円 | 15,267億円 |
| | 営業利益 | 1,394億円 | 1,182億円 |
| | 営業利益率 | 9.4% | 7.7% |
| | D/Eレシオ | 0.64 | 0.66 |
| | 年間配当(2003年：9円) | 12円 | 15円 |

中期経営計画“JIKKO-2007”

<主要施策>

- “Look Beyond”のグローバルでの浸透と共有
- 既存事業の更なる成長と収益力の改善
- 次世代成長事業の確立

| 2006 | 2007 |
|--|---|
| 内部統制基本方針の制定 | 「AGCグループ企業行動憲章」制定(P.6) グループ・ブランド“AGC”に統一(P.53) |
| グローバル法務管理体制確立 コンプライアンス・独禁法eラーニング(日本・欧州・北米) | 独禁法順守マニュアル改訂：全員配布 |
| 誓約書&ヘルプラインをグローバル展開 提出者数：約23,000名 | グローバルベースの行動基準制定・浸透化 |
| 海外関係会社の統合EMS参加開始 苛性ソーダ製法のイオン交換膜化を全グループ完了 「環境賞」環境大臣賞受賞(P.32) 船橋工場跡地の土壌浄化開始(2007年9月完了予定)(P.31) 鹿島工場内の土壌汚染を自主公表し、浄化開始(P.31) 千葉工場 中災防金賞受賞(P.38) | 統合EMS認証拠点数(2007/3月現在) 日本：58 アジア：20 欧州：22 北米：7 |
| 事業トップとのCSコミュニケーション(開始) | 「製品・サービスの不適合」に関わるリスクマネジメントシステムの構築 |
| ES向上施策展開 AGC Group CEO Awards (従業員表彰制度の抜本的改訂実施) | 第2回ES調査 |
| 参加者数：42(日本・アジア：38名、欧州：2名、北米：2名) | 第1回表彰：約130件 |
| AGCモノづくり研修センター完成 利用人数 約2,000人/月 マイスター：4名 プロフェッショナル：20名を認定 グループ共通技術・技能研修開始 | 技術・技能伝承の取り組みを国内外関係会社へ拡大 |
| 受賞者：宮脇昭博士/エミル・サリム博士 | |
| 大学生：26名/留学生：17名 | |
| 2件採択、計4件の共同研究実施中 | 1件採択、計5件実施中 |
| CSRレポート発行 ステークホルダーダイアログ開催(P.47) | CSRレポート発行 |
| AGCグループ報「AGC Today」に改革(和英併記でグローバル配布開始) | |
| 中国(蘇州)新社操業開始 第1回寄贈 山形市 | ロシアに世界最大のフロートガラス製造窯増設決定 第9回寄贈まで決定(2007/3月現在) |
| グローバルで環境マネジメントシステム(EMS)統合化(P.27) | 中国第2工場着工(広州) |
| アジア生産能力 半減 | 4,200万m ² /年(2007年末) |
| 台湾増設 半導体製造装置用合成石英設備増設(高純度/高透過/高耐久レンズ材) 液晶バックライト用チューブ生産能力大幅増強(P.16) | 台湾&韓国窯増設 |
| 北京「国家体育場」「国家遊泳中心」にフルオンETFEフィルム採用決定(P.17) 撥水撥油剤：環境適合型新品種発売開始(P.18) | 英国拠点設備増強 鹿島工場設備増強(2008/Q1) ヨウ素製造工場新設(2008/1月) |
| 旧 松島光コンポーネント社を買収 本格生産開始(医薬品原体用途) 高温度対応フッ素系膜・電極開発(P.30) | 千葉工場内に新プラント建設 |
| 16,205億円 | (業績イメージ) 17,500億円 (見通し) 16,700億円 |
| 1,366億円 | (2005発表時) 1,800億円 1,800億円 |
| 8.4% | 10%以上 10.8% |
| 0.58 | 0.4-0.5 0.50 |
| 16円 | |

AGCグループの事業の広がり

台所用の洗剤からデジタル製品、そして乗り物や建物の窓ガラスまで、AGCグループの製品は安全で快適な生活を支えています。ガラスと化学を核にした高度な技術と優れた製品により、AGCグループはこれからもブライتنا世界を創り続けます。

●ガラスのいろいろ

- 1 熟線吸収板ガラス
- 2 省エネ用複層ガラス
- 3 防犯・防災用合わせガラス
- 4 デザインガラス
- 5 鏡
- 6 冷蔵・冷凍ショーケース用ガラス
- 7 太陽電池カバーガラス／太陽電池基板
- 8 ポリカーボネートシート
[例：軌道カバー、自動販売機など]
- 9 リヤプロジェクションテレビ用表面反射鏡
- 10 自動車用合わせガラス
- 11 自動車用強化ガラス
- 12 その他車両用ガラス[例：電車など]
- 13 自動車用照明ガラス
- 14 自動車用インシュレーター（断熱吸音材）
- 15 住宅用断熱材
- 16 蛍光灯用ガラス
- 17 耐熱ガラス食器
- 18 理化医療用ガラス
[例：ピーカー、試験管、スライドガラスなど]
- 19 組織培養プラスチック製品
- 20 バイオ関連試薬
- 21 放射線被曝量測定用蛍光ガラス線量計

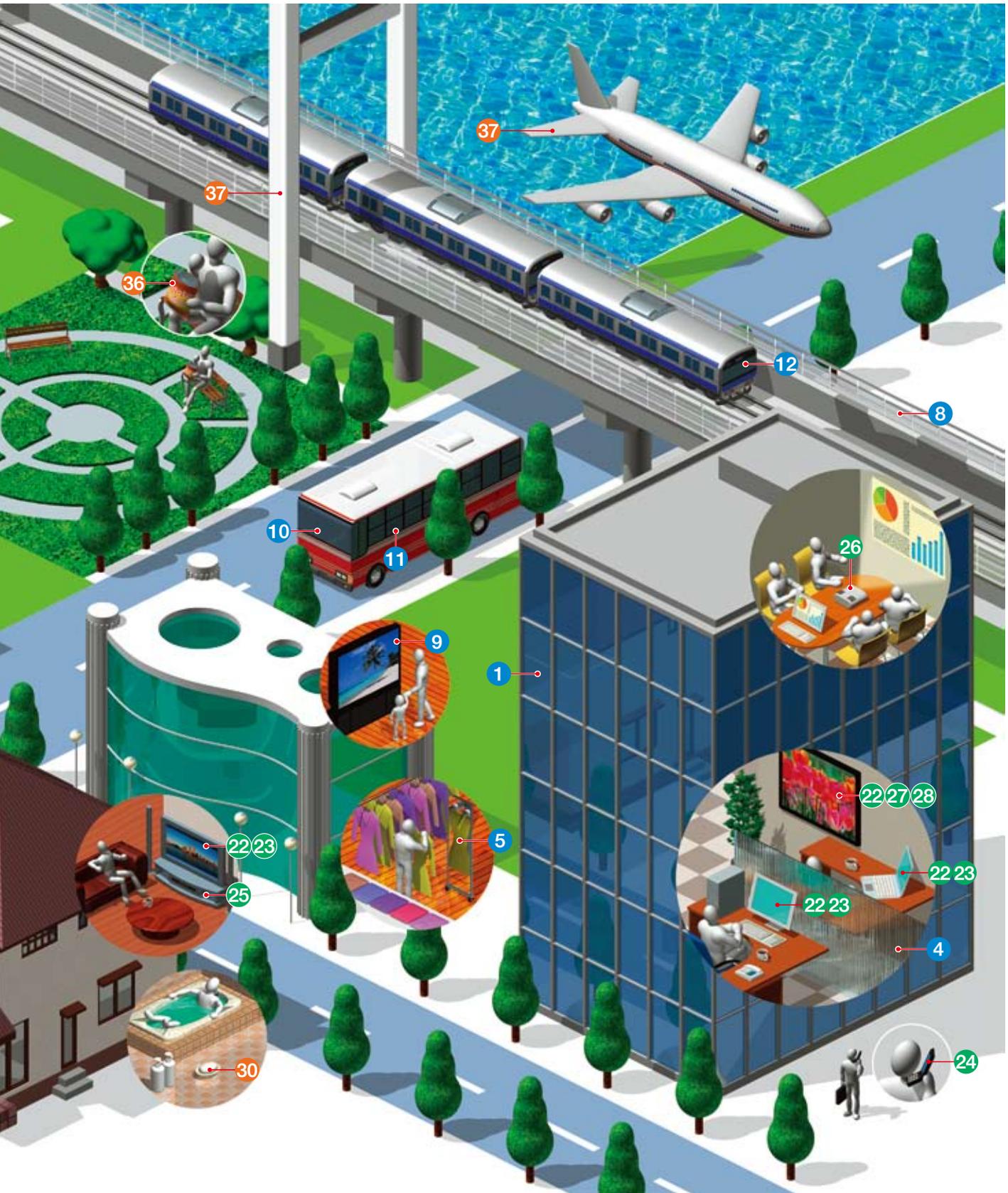
●電子・ディスプレイのいろいろ

- 22 フラットパネルディスプレイ用ガラス(15ページ)
[例：液晶テレビ、プラズマテレビ、コンピューターモニターなど]
- 23 液晶用バックライトチューブ(16ページ)
- 24 液晶ディスプレイ
[例：ポータブルオーディオプレーヤー、携帯電話、自動車用社内電子表示機器、テレビアホンなど]
- 25 プレーナー光素子
[例：CD/DVD光ピックアップなど]
- 26 液晶プロジェクター用フィルター
- 27 プラズマディスプレイパネル用光学フィルター
- 28 ガラスフリットペースト
- 29 ハードディスク用ガラス基板
[例：ポータブルオーディオプレーヤーなど]

●化学のいろいろ

- 30 苛性ソーダ[例：石鹼など]
- 31 重曹[例：家庭用洗剤など]
- 32 次亜塩素酸ソーダ
[例：家庭用殺菌・消毒・漂白剤など]
- 33 ウレタン[例：自動車用シートなど]
- 34 フッ素樹脂(17ページ)
[例：フライパンコーティングなど]
- 35 フッ素樹脂フィルム(17ページ)
[例：グリーンハウス、太陽電池表面シートなど]
- 36 フッ素系撥水撥油剤(18ページ)
[例：靴、ファーストフード包装など]
- 37 超耐候性塗料用フッ素樹脂[例：橋梁、飛行機など]
- 38 フッ素系溶剤[例：ドライクリーニング溶剤など]





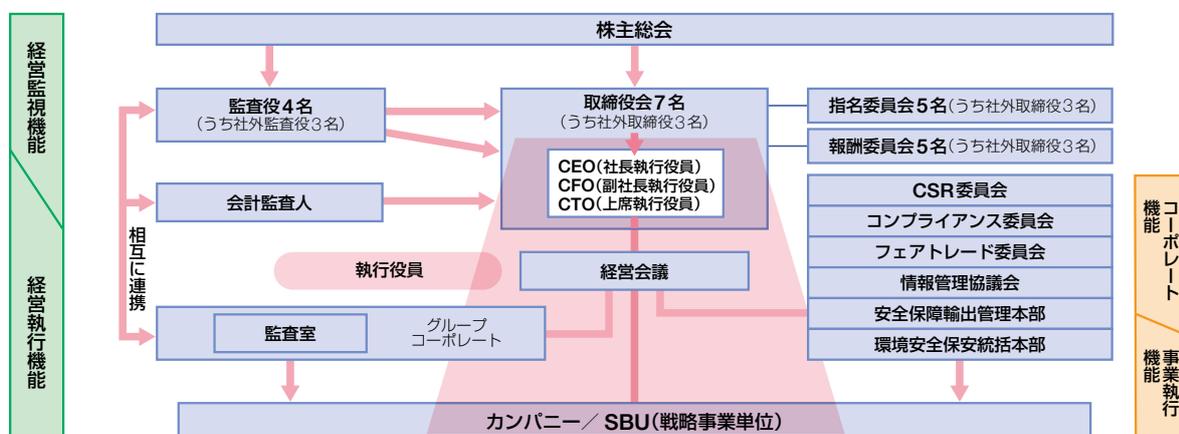
コーポレート・ガバナンス / 内部統制への取り組み

■ コーポレート・ガバナンス

旭硝子は、経営監視機能と経営執行機能を明確に分離し、経営監視機能を強化するとともに、経営執行における迅速な意思決定を図ることをコーポレート・ガバナンスの基本方針としています。この基本方針のもと、社外取締役の選任、執行役員制の導入、任意の「指名委員会」、「報酬委員会」の設置等を行い、コーポレート・ガバナンス体制の整備に努めてきました。

今般、旭硝子は、コーポレート・ガバナンスに関する取り組みの一環として、報酬委員会および取締役会における審議を踏まえ、役員報酬制度の改定を行うこととしました。具体的には、取締役の退職慰労金の廃止、株価変動のメリットやリスクを株主の皆様と共有する株式報酬型ストックオプションの導入等を実施します。今後も、コーポレート・ガバナンスの強化に努めていきます。

コーポレート・ガバナンス体制(概要)



■ 内部統制

旭硝子は、内部統制に関する基本方針を2006年5月の取締役会で決議しました。

内部統制に関する基本方針の項目

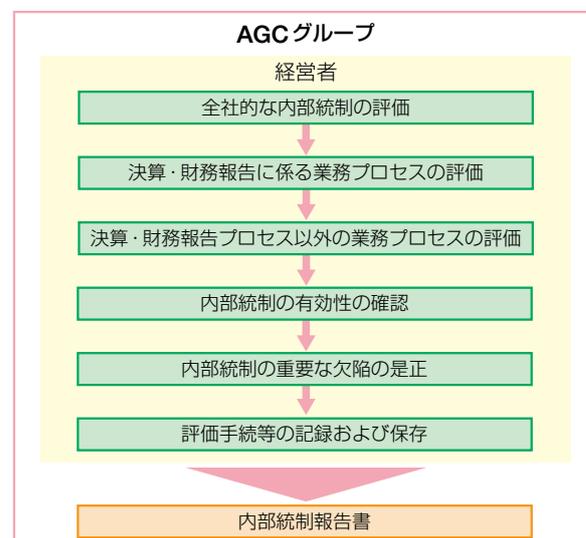
- ①コンプライアンス体制について
- ②情報保存管理体制について
- ③リスク管理体制について
- ④効率的な職務執行体制について
- ⑤関係会社の管理体制について
- ⑥監査役の監査体制について

リスク管理体制については、重要なリスク要因を定め、リスク管理状況を定期的に経営会議、取締役会で審議し監視することとしています。

AGCグループにおける重要リスク管理状況を評価し、必要な対策を講じ、継続的なモニタリングを行っていきます。

■ 財務報告に係る内部統制の取り組み

財務報告に係る内部統制については、「金融商品取引法」(2006年6月成立)に則って構築・運用し、評価する仕組みを整備し、2009年度決算期から本格的に運用する予定です。



Special Feature

「易きになじまず難きにつく」 — AGCグループの「革新と卓越」— (環境と安全に配慮して)

「易きになじまず難きにつく」とは、
創業者、岩崎俊彌の言葉。
創業以来、この果敢な精神は、
あらゆる事業の根底を流れるものとして
受け継がれてきました。
AGCグループは、
困難に屈せず、常に挑戦し続けることを原動力に、
環境と安全に貢献する革新的な技術を、
また卓越した製品・サービスを、
社会に提供することを目指しています。

特集 1

ガラス製造の常識を打破 —有害物フリーのディスプレイガラス開発—



ディスプレイ用ガラスの革新を牽引

薄型化とともに大型化が進むテレビ。放送通信技術と画像表示技術の進歩によって、高画質のプラズマディスプレイパネル(PDP)や液晶ディスプレイ(LCD)を搭載した大型フラットパネルディスプレイ(FPD)テレビの人気が高まっています。かつては小型は液晶、大型はプラズマというのが常識でしたが、最近になって、液晶テレビにおける生産の中心も40インチ以上の領域にも移行してきています。

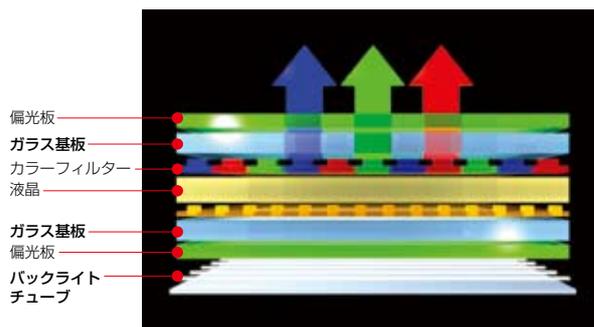
こうしたFPDの大型化・高画質化を支えているのが、ガラス基板です。ディスプレイの大型化にともないガラス基板そのものも大型化への要請が高まっています。AGCグループでは1990年代からFPD用ガラス基板の生産を開始しました。PDP用ガラスでは事業開始時から現在に至るまでトップのシェアを占めているのをはじめ、薄膜トランジスタ方式液晶ディスプレイ(TFT-LCD)用ガラスにおいても、トップレベルの実績を誇ります。

ガラスの製法にはいくつかの方法がありますが、AGCグループでは建築用ガラスと同じフロート法を採用し、FPD用の大面積かつ高品質のガラス基板をフロート法で製造する技術を確立しました。お客様からより大きなガラス基板のご要望が強まっている現在、フロート法は市場

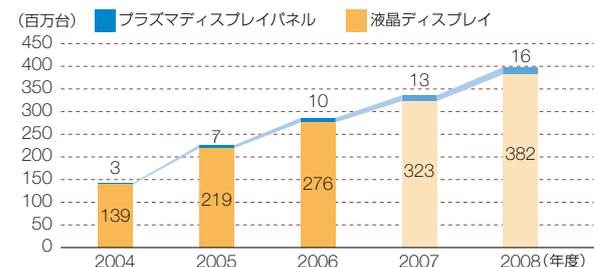
ニーズに適した製法です。

ディスプレイ技術は日進月歩。旭硝子はディスプレイ用ガラスのリーディングカンパニーとして、業界を牽引する開発を進めています。

液晶ディスプレイの構造



薄型ディスプレイの需要推移



※2007年度以降は旭硝子の実績から推定する予測による。ただし、数量は携帯電話用などの中小型ディスプレイを含まない。

環境対応型ガラス基板のパイオニア

建築用など身の回りにあるガラスの多くはアルカリ成分を含んでいますが、TFT-LCD用ガラスではその名の通り半導体が形成されることから、半導体の特性に影響をおよぼすアルカリ成分の存在が嫌われます。AGCグループではこのアルカリ成分のみならず、ヒ素・アンチモンなどの有害物質を排除したTFT-LCD用ガラスを製造しています。

ヒ素やアンチモンは、ガラスを作る工程で気泡を抜くために用いる添加物。有害性がありPRTR法の届出対象にもなっている物質ですが、ガラス製造においては、これらの物質を添加するのが常識となっていました。AGCグループでは、ガラス組成だけでなく、窯の燃焼方法や溶かしたガラスの流し方など、さまざまな技術を同時に開発。製造工程をトータルに見直すことにより、ヒ素・アンチモンを添加することなくアルカリ成分を含まないガラスを、大量生産することに初めて成功しました。

消費者の環境意識も高まり、国の規制を受けてテレビメーカーも環境対策に力を入れているなか、ヒ素を含まないAGCグループのTFT-LCD用ガラス基板の需要は、今後ますます高まっていくことが見込まれます。

バックライトチューブもヒ素・アンチモンフリーに

パネル自体が発光するPDPと違い、背面に光源(バックライト)を必要とするLCD。そのLCDの画質を左右するバックライトチューブの製造工程においても、ヒ素・アンチモンフリーを実現しています。

バックライトチューブとは冷陰極蛍光ランプといって、発光の原理は普通の蛍光灯と同じですが、構造はその管の太さがわずか2~3mmとボールペンの芯程度。それを非常に薄く細いガラス管で作らなければならず、しかも寸法の精度は0.01mmオーダーという厳密さです。AGCグループでは、こうした厳しい条件のもとでも、ヒ素やアンチモンを使わずに、細かい気泡を取り除く技術を確立しています。こうして製造されたバックライトチューブは、32インチ液晶テレビなら16本、ディスプレイの裏側に収められています。

大画面化と同時に高画質化が進むLCDでは、バックライトチューブの長さがより長く、また搭載される本数もより多くなる傾向です。AGCグループではガラスの常識を超える技術革新を目指し、日々、研究を重ねています。

Interview

世界に先駆けた有害物質フリーのガラス基板

液晶パネル業界でも、最近、ガラス基板に対する有害物質フリーのニーズが高まってきましたが、当社は15年前に「AN635」という無アルカリガラス基板を商品化した時から、すでにヒ素、アンチモンを使用しないガラスをお客様にご提供していたのです。技術的には非常に難しいことでしたが、当社は企業方針として敢えてこれに挑みました。この技術は、現在の「AN100」という製品にも引き継がれています。また、急速に普及し始めている液晶テレビは、数年後に廃棄物として大量に出てきます。この観点からも環境に配慮したガラス基板の意義は大きいと思います。一方で、液晶ディスプレイ用ガラス基板は一辺が3mを超える可能性も出てきました。私たちは、今後も市場のニーズに応えつつ、環境に配慮したガラス製品のパイオニアとしてあらゆる努力をしていきます。

ディスプレイカンパニー
生産技術本部長

いしかわひろゆき
石川博幸



Interview

環境への配慮と技術革新を両立

バックライトチューブの開発に取り組み始めたのは1999年。ヒ素・アンチモンフリーを実現するまでには苦労も多く、本格的な出荷開始までに約5年かかりました。実は開発当初、ノートパソコン用の需要をねらっていたのです。ところが開発期間中に液晶テレビの需要と生産が予想外に伸び、結果として後発でありながら短時間で市場の20%のシェアを獲得できました。

最近では液晶テレビの大型化とともに、バックライトチューブの長さも600~700mmから1,200~1,300mmへと、さらに高い技術を要求されるようになりました。AGCグループでは、こうした市場のニーズに応えるだけでなく、製造工程における大気汚染対策やCO₂排出削減など、トータルな環境負荷低減に懸命に努めています。

エレクトロニクス&エネルギー
事業本部
LCD部材事業部長

かみどう ち いさむ
上堂地 勇



特集2

優れたフッ素の力をさらに引き出す
より安全で環境にやさしく
**ありとあらゆる分野で活躍する
優れた化学品、フッ素**

フッ素を含む化学品は、加工しやすく長持ちする、光を通過させる、水や油をはじく、薬品に侵されにくい、電気を通しにくいなど、数々の優れた特性を持っています。そのため、日用品から宇宙ロケットに至るまで、およそありとあらゆる分野で使われています。

フッ素とは、地球上に100種類以上ある元素の1つ。塩素や臭素、ヨウ素とともに、ハロゲンという元素のグループを構成しています。どれも反応しやすく、金属や炭素などと結びついてさまざまな化合物を生み出します。

旭硝子における化学品事業の歴史は古く、1917年に板ガラスの原料となるソーダ灰を自社生産し始めた時から始まります。ソーダ灰を製造する際には、苛性ソーダや塩素が生成されますが、これらの材料を活かすために化学品事業を発展させました。その中で、フッ素化学品事業は、塩素の誘導品から発展した事業で、現在は旭硝子の化学品事業の中核となっています。

**世界が注目するAGCの技術
フッ素化学品の力をさらに引き出す**

「フルオン®ETFEフィルム(アフレックス®)」は旭硝子が誇るフッ素化学品の1つ。耐久性があり、しかも光をよく通すことから、温室、太陽電池の被膜、建物の外壁、スポーツ施設等で使われています。

2006年ドイツで開催されたサッカーイベント会場、ミュンヘンのアリアンツ・アリーナの屋根も、延べ20万m²(東京ドームの面積の約5倍)もの旭硝子のETFEフィルムでおおわれています。さらに、2008年北京で開催される世界的スポーツイベントにおいても採用されることが決まっています。メインスタジアム「国家体育场」に約5万m²、水泳競技場「国家遊泳中心」には約30万m²が使用される予定です。透過性や耐久性に加えて、簡単に曲面が作れるという性能を評価された結果、大規模な採用となりました。

旭硝子の化学品事業は、基礎化学品から高機能製品まで自社内で一貫生産しているのが特長。そのため、原料から末端製品まですべてのプロセスで、行き届いた安全・品質管理と環境への配慮を可能にしています。

暮らしに役立つフッ素系撥水撥油剤をより安全に、環境にやさしく

近年、フッ素系の撥水スプレーやフライパン・鍋などに含まれるフッ素化合物の一種であるパーフロロオクタン酸(PFOA)が、人の血液を含め広く環境中から検出され、健康に影響を与える懸念があることがアメリカ環境保護庁(EPA)から報告されました。EPAは、PFOA等の懸念物質の環境排出および製品含有量を削減する取り組みをフッ素化学品メーカーに求めています。

旭硝子を含めたフッ素化学品メーカーやEPAの調査では、PFOAの人体に対するリスクレベルは現時点では確定されていません。しかし将来に問題を起こすおそれがあれば代替品を開発するのがメーカーの務めであると考え、環境問題のおそれがなく、しかもこれまでと同等以上の性能を持つ新製品の開発に着手。さまざまな性能試験を繰り返

しを行い、開発スタートから約4年後の2006年、ついにPFOAなどを含まない環境適合型フッ素系撥水撥油剤「アサヒガードEシリーズ」を世の中に送り出すことができました。この製品は、日本の化審法(化学物質の審査および製造等の規制に関する法律)だけでなく、アメリカ、ヨーロッパにおいて相等する法令もクリアしており、海外での使用も始まっています。

その中で、「アサヒガードEシリーズ AG-E060」は、紙や板紙が油をはじくように加工するための耐油剤で、食品と接触する包装にも安心して使うことができます。例えば、包装のまま電子レンジで加熱する食品、フライドポテトやフライドチキンのような、熱い揚げ物でも安全に効果を発揮します。国内食品衛生法のみならずアメリカ食品医薬品局(FDA)の食品接触規格に適合しています。

また、「アサヒガードEシリーズ AG-E061」は、天然・



[未処理紙]



合成・混紡を問わず、幅広い繊維に使える撥水撥油剤。PFOAなどの物質だけでなくホルマリンも含んでいません。消防法という危険物にも該当しない、安全な製品です。現在は、アウトドア・スポーツ・アパレル業界の中で、より環境意識の高い分野において採用が始まっていますが、今後は一般衣料品においても採用が拡大していくと期待しています。

「アサヒガードEシリーズ AG-E060」を加工した紙の上では油が染みない 「アサヒガードEシリーズ AG-E061」を加工した布

Interview

化学の力を通じて安全・安心・快適で環境にやさしい世の中を創造



化学品カンパニーは、「化学の力を通じて安全・安心・快適で環境にやさしい世の中を創造する」ことを長期的な経営方針として掲げています。化学の力を積極的に利用し、より環境負荷を下げていく。例えば撥水撥油剤を用いた衣料品は汚れにくいため洗濯回数が減り、しかも耐久性に優れ繊維が長持ちする。これは資源やエネルギーの節約

化学品カンパニー フッ素化学品事業部
機能商品事業グループリーダー

かわだていじ
河田禎史

につながります。環境負荷を下げつつ、人々の生活をより豊かにすることに貢献するのがわれわれの使命。当たり前のことですが、製品開発に当たっては常に環境問題を意識しています。性能より安全性をまず考える。そのためにメーカーの責任として開発の段階から安全性評価を行っています。「アサヒガードEシリーズ」の開発に当たっても、原料となるモノマーの段階で安全性を検証しました。

「アサヒガードEシリーズ」は直接消費者にお届けする商品ではありませんが、消費者に近い外食産業などで大変高い評価をいただいています。これからは製品情報を直接消費者の皆様発信することを考えていきます。

特集3

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」



ガラスを通じて 安全・安心な明日を築く

私たちの生活の中で最もなじみ深いガラスといえば窓ガラスでしょう。外部の光を取り入れ、景色を楽しめると同時に、風雨から私たちを守り、暑さ・寒さを防いでくれます。この便利な窓ガラスも、いざ災害となると、大きな危険をもたらすこともあり、割れたガラスによるケガや避難場所のガラスが割れて避難できないなどの被害が起きています。

お客様の安全への期待に応えるため、旭硝子は、自動車用安全ガラス(合わせガラス)で開発した技術を大型の建築用ガラスへ応用し、「防災ガラス」としての開発に成功しました。そして、このガラスが、環境問題や自然災害など地球環境の課題に対して貢献できることを広く知ってもらうための「ガラスパワーキャンペーン」を開始。その一環として「10×10プロジェクト」を企画し、全国の指定避難所にこの「防災ガラス」を寄贈しています。

さらに、地球温暖化防止や災害対策の情報発信や小学生を対象としたガラスに関する出張授業なども行っています。

ガラスを通じて安全で安心な生活に貢献することは、ガラスメーカーとしての責務だと考え、これからも開発と普及に努めていきます。

「防災ガラス」とは

2枚のガラスを強靱なプラスチックの特殊フィルムで接着した合わせガラス。万が一地震や台風などの災害が起き、振動にあたり物がぶつかったりしても、ひびが入るだけで、割れても破片が落ちにくい特長があります。

ガラスでケガをする人を減らしたい 「10×10プロジェクト」

「10×10プロジェクト」は全国の指定避難場所のガラスを防災ガラスに換えていく参加型のキャンペーン。インターネットで本プロジェクトに登録し、「寄付ボタン」を1回クリックすると、10cm×10cmの防災ガラスを登録者が選択した都道府県に寄付できる仕組みです。2万クリックが達成されるごとに、1カ所の指定避難場所の建物のガラスを、旭硝子が登録者に代わって防災ガラスにはめ換えます。2007年4月現在、5,000人以上の方にこのキャンペーンへ参加いただきました。その結果、旭硝子は9カ所の指定避難場所のガラスを防災ガラスに換えることが決まっています。

このキャンペーンは2007年10月末まで実施しており、2万クリックを達成していただくことで「防災ガラス」を寄付してまいります。

 ガラスパワーキャンペーン
<http://www.glasspower.jp/>

10×10プロジェクトの実績(2007年4月末現在)

| | | | |
|----------|------|------------|---------|
| 2006年7月 | 山形県 | 20,000クリック | 第一回寄贈決定 |
| 2006年8月 | 鹿児島県 | 20,000クリック | 第二回寄贈決定 |
| 2006年10月 | 山形県 | 40,000クリック | 第三回寄贈決定 |
| | 鹿児島県 | 40,000クリック | 第四回寄贈決定 |
| 2006年11月 | 神奈川県 | 20,000クリック | 第五回寄贈決定 |
| | 北海道 | 20,000クリック | 第六回寄贈決定 |
| 2007年1月 | 熊本県 | 20,000クリック | 第七回寄贈決定 |
| | 鹿児島県 | 60,000クリック | 第八回寄贈決定 |
| | 山形県 | 60,000クリック | 第九回寄贈決定 |

ガラスを使った安全・防災・地球温暖化防止を学ぶ「ガラスの出張授業」

「ガラスパワーキャンペーン」の一環として、子供たちが楽しみながら「安全・防災・地球温暖化防止」について学べる「ガラスの出張授業」を行っています。旭硝子の従業員がボランティアとして各小学校に出向き、実験も交えながらガラスのパワーを伝えるというものです。

2007年3月に山形県酒田市立富士見小学校で行われた出張授業では、キャンペーンキャラクター「ドクターG」に扮した旭硝子社員が登場。子供たちは、まずガラスの種類や性能を学びます。その後、いろいろなタイプのガラスを実際に割る実験で、防災ガラスの威力にみな感心した様子。違ったガラスで囲まれたガラス箱の中に電球を置き、箱に手を触れて熱の伝わり方を比べる実験(19ページ写真)では、一般のガラスの面は熱いのに、「エコガラス」(Low-Eペアガラス：詳しくは29ページ参照)の面はあまり熱くないことを体感しました。冷暖房のエネルギーを節約でき、地球温暖化防止にも役立つと聞いた子供たちからは「これからも地球や環境にやさしいガラスを作ってほしい」という声が上がりました。



ドクターG



防災ガラスと一般のガラスの強度の違いを試す実験

「ガラスパワーキャンペーン」を地域に世界に広げる

「10×10プロジェクト」によって鹿児島県垂水市立垂水小学校にも防災ガラスが寄贈されました。桜島が浮かぶ錦江湾を望む垂水市は、日本一長い足湯などで最近注目されている観光地。一方で、桜島の噴火に加え台風や集中豪雨に毎年のように襲われ、防災対策が市の最優先課題となっている地域でもあり、自主防災組織や携帯メール災害情報サービスなどを充実させています。同市は、本プロジェクトをきっかけに、新規観光施設へ積極的に防災ガラスを採用し「防災観光都市」を目指すそうです。

このように「ガラスパワーキャンペーン」は着実に地域の防災力の強化、防災意識の向上に貢献しています。国や地方公共団体、ガラス流通企業からのご支援や、マスコミで取り上げられる機会も増加。2007年3月には世界銀行本部(米国)で開催された世界銀行、国際連合、そして世界経済フォーラム共催の防災国際会議で「企業が実施する先進的な防災活動」としても紹介されました。また、内閣府のホームページでも紹介されています。今後も、防災や環境保全のためのネットワークを強化し、業界全体、そして海外のAGCグループへと活動を広げていきます。

Interview

「防災観光都市」を目指します

「防災ガラスを実際に破壊して、その強さを実感しました。観光施設にも防災ガラスを採用し安心して滞在できる施設を増やし「防災観光都市」を目指します。ぜひ、遊びにいらしてください」



みずさきとしゆんいち
鹿児島県垂水市長 水迫 順一氏

Interview

キャンペーンをきっかけに防災ガラスを市内に広めていきたい



あべじゆいち
(右)山形県酒田市長 阿部寿一氏

いしづしんや
(左)旭硝子(株)取締役・取締役会議長 石津進也

「このたびは山形県酒田市立富士見小学校に、防災ガラスを寄贈いただきありがとうございます。

酒田市はかつて大火を経験していることから、防災に対する意識の高い街だと思っています。しかし、経費をとまなうことから避難施設の整備は順番に行わざるを得ません。今回防災ガラスを寄贈いただいた富士見小学校も地域の指定避難場所になっており、児童の安全を守る

ということだけでなく、地域の防災機能の向上に大きく貢献していただいたと言えます。その意味でも大変すばらしいキャンペーンだと思います。

このような機能を持ったガラスがあることは、まだそれほど知られていないのではないのでしょうか。わが市でも必要な所には使っていくことを検討していきたいと思っています。」

(酒田市長談)

特集4

匠の技で未来を磨く



モノづくりはヒトづくり 「技術の旭硝子」の伝承

旭硝子の創業は1907年。創業100年に当たる今年はいわゆる「2007年問題」の始まる年でもあります。2007年は日本の経済・モノづくりの現場を支えてきた団塊の世代が定年を迎え始める年に当たり、彼らが担ってきたモノづくりの技能を、どうやって現場に継承していくかが、各企業に共通する課題となっています。

創業者岩崎俊彌の言葉「易きになじまず難きにつく」に簡潔に表現されているように、旭硝子ではもともとチャレンジ精神を持った技術者・技能者を育ててきました。しかし近年、生産現場の自動化・ラインの分業化・少数精鋭化が進んだ結果、モノづくりのすべてを把握できる人材の育成が困難になりつつあります。また、こうした現場力の低下により、競争力がそがれるおそれも出てきました。

そこで旭硝子は、2005年に「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」を経営方針の主要課題に取り上げ、この活動の推進組織として「モノづくり技術強化室」を発足。さらに2006年には「AGCモノづくり研修センター」を開設しました。この活動を進めるに

当たっては、まずどのような技術・技能とそれを担う「人財^{*1}」が必要かということをはっきりとすることから始めました。この「技術・技能の絞り込み」と「ヒトづくり」という2つの柱のもとに、各事業部門が技能・技術評価、教育・育成、人財確保、風土・土壌という施策を立て、技術・技能の強化・伝承を展開しています。その結果、次に紹介する事例のように、着実に成果が表れつつあります。

※1 企業は人なりという考え方に基づき、「人材」を敢えて「人財」としています。

技能を目に見える形にする「CUDBAS」

技能を強化し、伝承していくためには、仕事の中にどういった技能が使われているのかを拾い出し、それを整理すること、そしてその技能を評価する仕組みを作ることが欠かせません。そのために使われているのが技術・技能教育研究所の森和夫氏が開発したCUDBAS(クドバス)という手法です。

CUDBASとは、仕事に必要な技能や技術を、簡単に拾い出すことができるほか、重要度、必要性を加味して整理することができるツール。個々のスキルを評価・分析し、現場力を高めるための適切な育成計画を立て、教育を効果的に実行するという一連のサイクルを実現します。

AGCグループは、CUDBASをさまざまな部署で、技能・技術の強化伝承計画に活用しています。

お客様のニーズに応じて 世界同一品質を目指す

自動車ガラスカンパニーでは、お客様である自動車メーカーの海外展開にあわせて、「世界同一品質」を目指した「Asahi Way^{※2}」を策定しています。その推進の一環として、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。ここで行われるグローバルコース教育研修では、欧米やアジアの工場で働く基幹要員が研修を受けています。3年目となる現在では、現地に帰って職場で教えることができる人材も育ってきました。

一方、国内ではベテラン社員が持つ技術・技能を「CUDBAS」を用いてマニュアル化する作業を精力的に進めており、さらにそれを正確に分かりやすく伝承するトレーナーの養成も行っています。今後はグローバル教育でも「CUDBAS」の手法を活用していく予定です。

このように「Asahi Way」は、現場で培われてきた高い品質を支える技術・技能を共有し、世界の工場で働く人たちが互いに学び合いながら、同じ考え方、同じスキルでモノづくりを行えるようにすることを目指しています。

※2 安全、環境、コスト、営業、開発等を包括した考え方のことで、グループビジョンの価値観「イノベーション&オペレーション・エクセレンス【革新と卓越】」を達成するための仕組み。



グローバルトレーニングセンターでの研修風景

高度熟練技術を次世代に伝承

板ガラスカンパニーでは「2007年問題」によって、窯の設計・構築技術、また時間をかけて開発してきたフロート溶解技術が伝承されなくなるという事態が懸念されています。そこで国内においては、「CUDBAS」を使い技能・技術をデータベース化し、社内ネットワークを通じて必要な人がいつでも見られる環境を構築しました。またマイスター制度(46ページ)によって、高度熟練技能者が誇りを持って直接次世代を育成し技能を伝承していける仕組みを作り、技能が確実に次世代へ受け継がれる体制を確立しつつあります。一方アジアの国々の工場では、新品種や高機能ガラス製造技術を短期間で受け入れてきたために、基礎技術の伝承が徹底していないという弊害も出てきました。こうした現状を踏まえて、技術・技能の伝承だけでなく、品質や安全管理、環境といった面にも「CUDBAS」を活用しています。その結果、マネジメントの弱みも明確になり、確実に効率的な改善が進んでいます。

Interview

海外のグループ企業でも 「CUDBAS」を活用



「アジアの工場においては、「CUDBAS」を用いて現状の問題を明らかにするとともに、自分で考え創意工夫を重ねる自立したモノづくりの意識形成を図っています」

板ガラスカンパニー 日本・アジア本部
プライマリーガラスBU
技術技能伝承グループリーダー

とだやすひこ
戸田安彦

AGCグループのモノづくり拠点「AGCモノづくり研修センター」

2006年7月、横浜市鶴見区の京浜工場内に「AGCモノづくり研修センター」が誕生しました。ここは新人からマネージャークラスまで、技術者・技能者の教育研修を行うための施設。AGCグループのモノづくり推進の新拠点です。

同センターは研修棟と実習棟の2つで構成されており、実習棟では「現場、現物、現実」をコンセプトに、実際の工場とほぼ同じ設備や装置を使いながら、窯の構造やトラブルへの対応など、普段工場ではなかなか学べないことを体験学習できるよう工夫しています。研修は、講師と双方

向のコミュニケーションを取りながら、受講者が現場を体感し、自ら考え、創意工夫を生み出していけるような講座と実習で行っています。



実習棟での研修風景



研修棟

特集5

お客様満足の視点こそが事業の出発点



あらゆる事業の基盤にある お客様満足(CS)の視点

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が得られます。このためAGCグループでは、経営方針を実行するための重点課題として「CS、品質の取り組み強化」を推進しています。こうした姿勢の必達目標(コミットメント)として、2004年9月に「AGCグループCSガイドライン」を制定、翌年には同ガイドラインに従業員の行動原則として「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」ことを追加しました。これは、右に示す6つのプロセスを日々の仕事の中で実行していくこと。つまり、お客様の立場や評価に基づいて、自分自身の日々の仕事を見直し、より高い価値を提供するよう改善していくことで、全従業員の取り組みによって多く

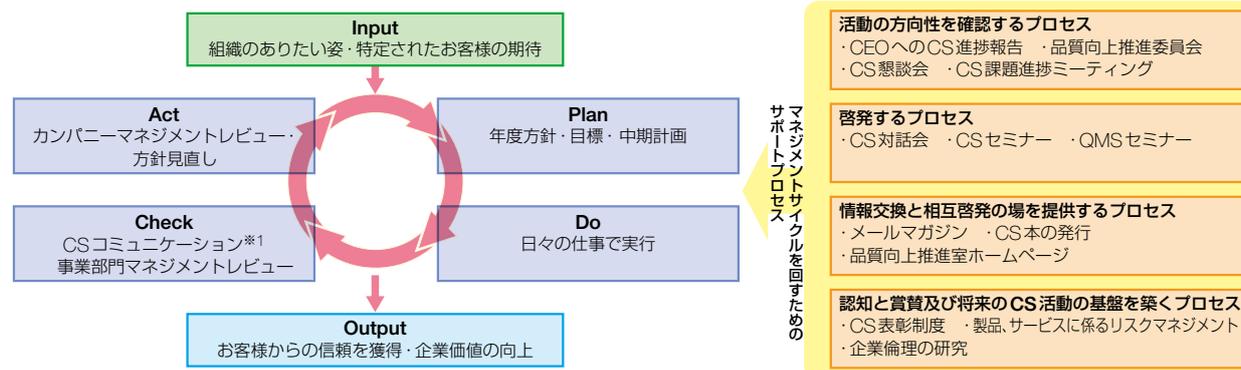
の成果が出てきています。

さらに、AGCグループはお客様からの苦情を真摯に受け止め、お客様の不都合を軽減するため、そして1件でも苦情を減らすため、AGCグループ各社の品質保証部門を中心にISO9000f等に基づく品質マネジメントシステムを構築し、徹底した品質管理活動を展開しています。

「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」ための6つのプロセス

- ①自分のお客様を明確にし
- ②そのお客様の立場に立って自分が提供している仕事の価値を振り返り
- ③お客様が望む価値とは何かを考え、ベストと思われる価値をお客様に提供し
- ④その結果をお客様に評価していただき
- ⑤その評価結果に基づいて仕事を変えること
- ⑥また、これらの方針、目標を展開すること

「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」を浸透・定着させるためのマネジメントサイクル



※1 「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」の浸透と定着の度合いを組織の長が自己評価しその結果を基に品質向上推進室と議論を行い、進め方の方向性を見直す仕組み。

CS視点の展開事例

「お客様目線の仕事の実践」 [旭硝子セラミックス社] (日本)

旭硝子セラミックス社では、「お客様目線とFACT FINDINGS」の経営方針のもと、「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」活動を展開しています。

工場の設備保全部門では、社内のお客様である製造部門が設備保全部門に対して最も望んでいる「重大故障年間0件」を目指し、担当設備の明確化、自主点検パトロールなどに取り組んできました。その結果、2006年度は重大故障「0件」を達成し、安定した操業につなげることができました。

さらにこの活動の結果、製造部門と設備保全部門のコミュニケーションが向上しただけでなく、製造部門スタッフの設備に対する知識・技能も高まるなど、組織全体の活性化にもつながっています。



自主点検活動後の全体レビュー会議の様子

職場でのCS推進事例

初めて気付いた“社内のお客様” [オプトレックス・タイランド社] (タイ)

オプトレックス・タイランド社では、「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」活動の一環として、社内のお客様満足の上に取り組んでいます。例えば人事課では“社内のお客様”である製造部門に自分たちの仕事の満足度を問う評価レポート制度を始めました。評価が高い従業員には手当ての加算も行われます。この制度を導入してから、人事課全員がお客様満足を意識して仕事をするようになり、社内のコミュニケーションも円滑になりました。

直接話す機会が少ない製造部門と人事課とのコミュニケーションを活発にするための「目安箱(サジェスチョンボックス)」も設置しました。



目安箱(サジェスチョンボックス)

経営活動でのCS推進事例

CSはビジネス戦略に欠かせない要素 [AFGインダストリーズ社] (米国)

お客様のニーズは多岐に富んでいて、常に満足していただける製品を提供し続けることは容易ではありません。AFGインダストリーズ社ではこれをチャレンジとして受け止めて、お客様との新たな連帯関係を築くことで競合他社との差別化を図ろうとしています。具体的には、部門の枠を超えた作業チームを構築し、そのメンバーにお客様にも参加していただき、製品・サービス・技術の向上に取り組んでいます。この結果、CSの向上と同時に、ビジネスの成長への従業員の参加意識を高めることができました。

CSによる風土改革の事例

CS活動でコミュニケーションを重視する風土に [旭テクノグラス社] (日本)

旭テクノグラス社では、まず、従業員がCSを知ることが大切と考え役職者を中心にCSセミナー*2を受講しました。その結果、協力会社も含めた部門を超えた社内のコミュニケーションが円滑になりました。今まであまり見られなかった部門同士が連携しての業務改善活動も活発になり、業績の向上に大きく寄与しています。昨年からは全従業員を対象に「CS挑戦テーマ」を始めました。これは一人ひとりがCSの挑戦目標を定め、達成度合いを社内外のお客様に評価していただく制度です。期末手当も目標の達成度合いに応じて査定されます。

※2 旭硝子品質向上推進室が各国で開催している「CSの視点を日々の仕事に入れ込む」セミナー。これまでに、合計60回、延べ1,100名の従業員が受講。

製品安全取り組み事例

プロダクト・スチュワードシップによるCS向上 [AGCケミカルズ・ヨーロッパ社] (英国)

AGCケミカルズ・ヨーロッパ社が取り組むプロダクト・スチュワードシップは、製品開発、製造、流通・販売、使用、廃棄という製品ライフサイクルすべてを通じて、製品が与える健康と環境に対する影響を最小限にしていこうとする活動です。開発段階では安全性や健康・環境への影響を考慮して設計および素材の選択を確実にし、流通・販売段階では販売先や運送業者を認定し教育・訓練や監査を実施。さらに安全でリサイクル可能な包装仕様の選定、安全に関する情報提供、従業員やお客様に対する安全性や環境への配慮に関する教育・訓練なども行う総合的なプログラムです。この活動は、製品ライフサイクルを通じたCSを実現し、お取引先様やお客様とのコミュニケーションを高めることにもつながっています。



持続可能な社会に貢献する道しるべ

AGCグループビジョン“**Look Beyond**”の共有すべき価値観の1つ「エンバイロメント【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。

| | 2006年度 | | | 2007年度 |
|----|-----------------------------------|--|------|--|
| | 主要課題 | 主要実績 | 自己評価 | 主要課題 |
| 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"> 統合環境マネジメントシステムの拡大により、参加拠点数は、国内50カ所、海外22カ所となった 環境に係る長期目標を設定した | A | <ul style="list-style-type: none"> 統合環境マネジメントシステムの拡大 |
| | 環境負荷低減・汚染の予防 | <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んでいる（環境パフォーマンスデータについては、35～36ページ参照） | A | <ul style="list-style-type: none"> 長期目標達成に向けた活動展開 環境負荷低減・汚染の予防 |
| | ポジティブな環境活動の積極的推進 | <ul style="list-style-type: none"> 水銀・アスベストフリーの苛性ソーダ製造法の開発で、環境大臣賞を受賞(32ページ参照) | B*1 | <ul style="list-style-type: none"> ポジティブな環境活動のグローバル推進 |
| 安全 | 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(単独)各事業所:OHSMSの有効性向上のためのシステム見直し AGCグループ(日本・アジア):OHSMS・リスクアセスメントの普及・啓発 AGCグループ(欧州・北米):安全衛生に係るベストプラクティス事例抽出 | B*2 | <ul style="list-style-type: none"> 継続して、OHSMS・リスクアセスメントの構築範囲拡大、AGCグループ内のグッドプラクティスのくみ上げと横展開を実施 |
| | 本質安全化 | <ul style="list-style-type: none"> 設備設計・製作時のリスクアセスメントの仕組みづくり、国際安全規格(ISO12100)の導入準備 | A | <ul style="list-style-type: none"> 本質安全化 |
| | 安全最優先の風土づくり | <ul style="list-style-type: none"> グループ報「AGC Today」への「安全」特集掲載 | B*3 | <ul style="list-style-type: none"> 安全風土改革・安全意識向上 |
| | 安全で健康な職場環境の向上 | <ul style="list-style-type: none"> AGCグループ各事業所における作業環境改善 | A | |
| 保安 | 保安防災レベルの維持・向上 | <ul style="list-style-type: none"> 旭硝子各事業所において、緊急時対応マニュアルの見直しを実施 | A | <ul style="list-style-type: none"> 防災訓練への第三者の評価の導入や、地震対策マニュアルの改訂など、保安防災体制の継続的改善に取り組む |

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

B評価の理由

- *1 環境ビジネス、内部環境会計について期待されるレベルに達しなかったため
- *2 OHSMS、リスクアセスメントの国内外関係会社への普及、啓発に遅れがあったため
- *3 AGCグループ全体への経営トップの意思の浸透が不満足なため

「AGC環境指標」で環境改善を管理

AGCグループは、CSR(企業の社会的責任)の観点から、環境改善に関し、独自に「AGC環境指標」を作り、設定した目標を自律的に管理します。

環境改善への取り組みとして、絶対量の削減や、自社の環境負荷を自社の売上高などとの関係で示しその効率を上げることが多く見られます。しかし、この場合、自社の環境負荷の絶対量が国や地域といった広い範囲でどの様な位置付けになっているのかが不明確であり、環境負荷の観点ではなく、削減に取り組みややすい項目を自社の都合によって選択することもあり得ます。

AGCグループは、企業の生産活動による環境負荷について、その企業活動に見合った適正な環境負荷に抑えるべきであるという自覚から、今般「AGC環境指標」を導入しました。これは、環境負荷の高い項目を優先して環境改善の施策に取り組むための指標です。

「AGC環境指標」の算出および評価の方法は次ページの通り

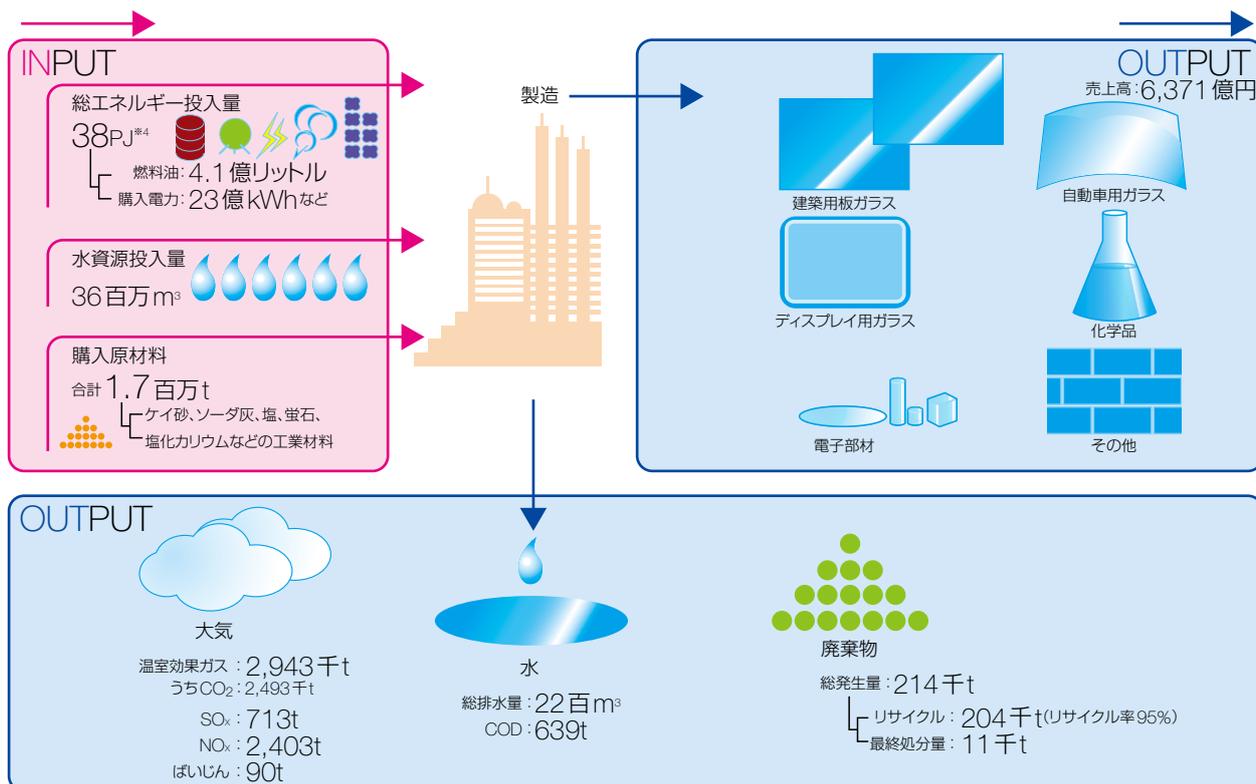
です。まず、自社の環境負荷と日本全体の環境負荷発生量との比を算出します(環境負荷割合)。次に、売上高と日本のGDPとの比を算出します(経済規模)。さらに、これらの比を算出することにより(「AGC環境指標」)、自社の事業活動が適正な環境負荷の範囲内におさまっているかどうかを判断します。旭硝子では、あらゆる環境負荷について「AGC環境指標」をまずは「2」以下とすることを目標として行動します。

2006年度は、総エネルギー投入量、温室効果ガス排出量、COD排出量などほとんどの項目で目標値内に管理されており、これらについては今後とも維持を図ります。一方、NOxが目標を超過しているため、目標達成のために長期的な計画を策定し、削減を行います。

AGCグループの事業と環境との関わり



環境負荷の高い事業であることを自覚し、活動しています



集計範囲: 旭硝子(単独)
 四捨五入の関係上、合計数値が合わない場合があります。
 ※4 PJ(ペタジュール)= 10¹⁵J(ジュール)

「AGC環境指標」の算出方法

$$\text{「AGC環境指標」} = \frac{\text{環境負荷割合}}{\text{経済規模}} = \frac{\frac{\text{旭硝子の環境負荷量}}{\text{日本全体の環境負荷発生量}}}{\frac{\text{旭硝子の売上高}}{\text{日本のGDP}}}$$

「AGC環境指標」の目標値

AGC環境指標 ≤ 2

AGC環境指標の経年変化

集計範囲: 旭硝子(単独)

| | 2006年度 | | 2005年度 | |
|-----------------------|-----------|---------|---------|---------|
| | 経済規模・環境負荷 | AGC環境指標 | AGC環境指標 | AGC環境指標 |
| 売上高 | 6,371億円 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| 総エネルギー投入量 | 38PJ | 2.0 | 2.0 | 2.0 |
| 温室効果ガス排出量 | 2,943千t | 1.8 | 1.9 | 1.9 |
| うちCO ₂ 排出量 | 2,493千t | 1.6 | 1.4 | 1.4 |
| SO _x | 713t | 1.0 | 1.3 | 1.3 |
| NO _x | 2,403t | 2.2 | 3.3 | 3.3 |
| ばいじん | 90t | 1.2 | 1.2 | 1.2 |
| 廃棄物最終処分量 | 11千t | 0.3 | 0.2 | 0.2 |
| COD | 639t | 0.4 | 0.6 | 0.6 |

参考資料: 内閣府 経済社会総合研究所ホームページ
 環境省 環境統計集



経営の最重要課題のひとつ

Concept

持続可能な社会づくりのための貢献

AGCグループは、グループビジョン"Look Beyond"において「エンバイロメント【環境】」をグループ全員が共有すべき価値観の1つとして位置づけ、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。

AGCグループ環境基本方針
(2001年2月9日制定、2007年4月1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、グループビジョン"Look Beyond"の価値観の一つに「エンバイロメント【環境】」を定めています。私たちは、限りある資源・エネルギーを有効に使い、生物多様性をも含む自然環境への影響に配慮し、素材・部材のグローバル優良企業として、持続可能な社会づくりに貢献していきます。

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

AGCグループは、事業活動全体に渡って、以下の行動指針に基づき、環境活動に取り組めます。

- 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・基準を順守します。
- ③ 環境負荷低減並びに汚染の予防に取り組みます。特に、省資源、地球温暖化対策、廃棄物の削減・リサイクル、及び化学物質の適正な管理に関して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 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 環境活動全般について、社会の正しい理解を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。

Approach

グループ一体となって環境負荷を低減

■ 統合EMS

AGCグループでは、統合環境マネジメントシステム(統合EMS)の構築を2003年から進めています。2006年度で、国内関係会社の統合EMS構築にほぼ目処が付き、2007年は海外関係会社への本格的な展開を図る予定です。なお、自動車ガラスカンパニーは他の事業部門に先行して、2006年にグローバル統合化を完成させました(下欄参照)。統合EMSの進展により、情報交換や技術の横展開が進んでいます。AGCグループは、グループ一体となって環境改善を加速していきます。

AGCグループのISO14001 認証取得状況
(2007年3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) |
| 日本 | 64 | 48 (40) |
| アジア | 31 | 20 (9) |
| 欧州 | 55 | 22 (8) |
| 北米 | 19 | 7 (7) |
| 合計 | 179 | 107 (74) |

Action

自動車ガラスカンパニーがグローバルレベルで統合EMSを完成

お客様とともに環境に配慮し、持続的に発展していくために、海外を含めたカンパニー全体で統合EMSに参加しています。



自動車ガラスカンパニー
環境室長
いしづつねお
石津恒雄

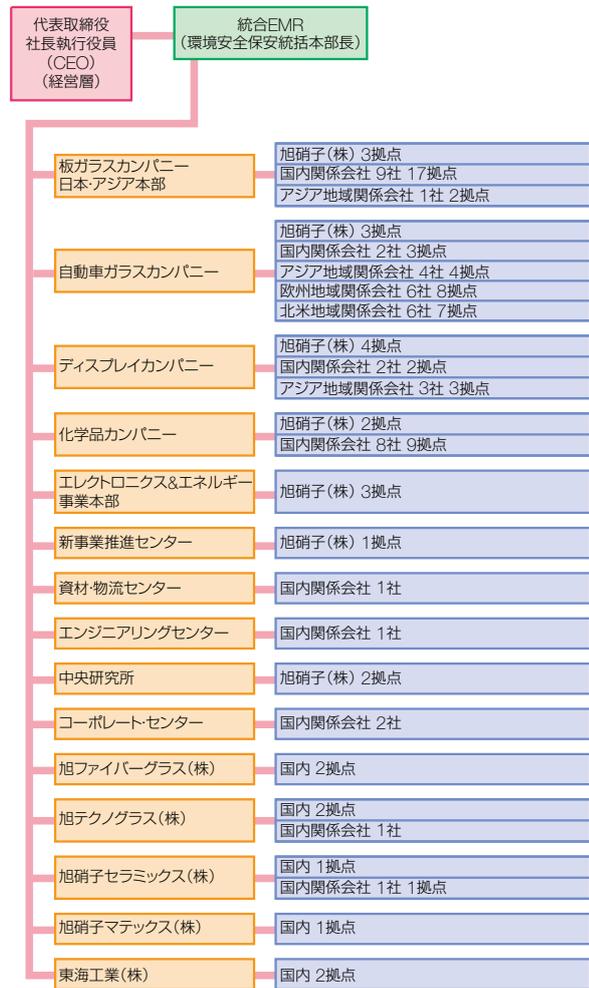
2006年、自動車ガラスカンパニーはISO14001認証で欧州、北米、日本・アジアの3地域の統合化を完了。AGCグループでは初めてとなる、海外を含むカンパニー全体として統合環境マネジメントシステム(統合EMS)への参加を実現しました。

各地域、国によって環境に対する状況は異なりますが、議論を重ねてカンパニー共通の環境方針、目的・目標を定めました。運営するに当たっては、カンパニー共通の目的・目標のもと、各地域、国がそれぞれの環境活動と継続的改善を実行。内部監査に各地域、国相互間での監査を導入

し統合システムの改善を図るとともに、情報交換や技術の横展開でカンパニー全体における環境パフォーマンスのレベルアップを目指しています。

当カンパニーのお客様である自動車メーカーは、環境を重視したグローバルな展開を積極的に行っています。自動車ガラスカンパニーは、統合EMSを有効に活用することで、お客様の環境に対する多種多様な要求に的確に応え、業界のトップランナーとして、環境改善に大きく寄与する活動を続けていきます。

統合EMSの実施組織 (2007年3月現在)



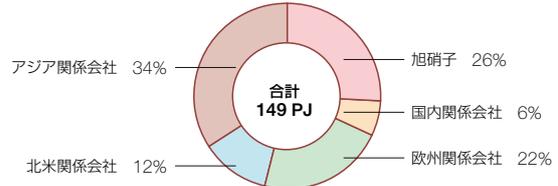
- ・会社数：連結子会社数、拠点数：製造拠点数
- ・事業部門が複数にわたる工場・関係会社については、事業部門ごとに拠点数・会社数を記載しています。

■ 温室効果ガス排出削減

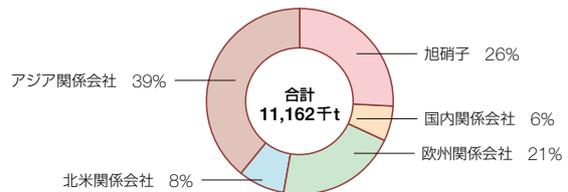
旭硝子のCO₂排出量は、2006年度末現在、京都議定書における基準年(1990年)度比で27%減となっています。これは主に、事業再編のほか、ガラス溶解炉での酸素燃焼設備の導入や、省エネ技術の導入の効果によるものです。今後は、従来の活動に加え、より環境負荷の低い燃料への燃料転換を図るなど、総合的な技術開発を進めていきます。

一方、CO₂以外の温室効果ガス「5ガス」のうち、AGCグループが製造しているHFC、PFC、六フッ化硫黄ガスについても、京都議定書が定められた当時から削減活動を行っています。2005年度末には、基準年(1995年)度比で94%削減という実績をあげており、この削減実績は、2005年度における日本全体の削減量の約40%に当たります。それを可能にしたHFC-23破壊技術の開発で、2005年に「オゾン層保護・地球温暖化防止大賞」の経済産業大臣賞を受賞しています。

2006年度 AGCグループ 総エネルギー投入量



2006年度 AGCグループ 温室効果ガス排出量



Action 重油から天然ガスへの燃料転換を実現 [旭ファイバーグラス社] (日本)

旭ファイバーグラス湘南工場(神奈川県 寒川町)は、2つのガラス溶解窯を持ち、年間7万トン(住宅約16万戸分)ものガラスウール製品を生産しています。従来、ガラス溶解窯は燃焼コントロールがしやすい重油を燃料に使っていましたが、重油は、硫黄分を比較的多く含むこと、ばいじんの発生量や温室効果ガスであるCO₂の排出が多いことから、よりクリーンな天然ガスへの転換を決断しました。同工場では4年間かけて溶解炉の燃料転換に取り組み、2006年に2つの窯のうち1つを、国内のAGCグループでは初めて天然ガス燃料に転換。2007年春にはもう1つの窯も天然ガス化し、同工場の重油使用をゼロにしました。これにより、SO_xの排出は79%削減、CO₂も21%の削減、そしてばいじんは50%削減しました。

AGCグループでは国内初となる燃料転換への挑戦。4月からは、重油使用ゼロを実現しています。

同工場で使われる原料の85%は自動車ガラスや窓ガラス、ガラスビンなどのリサイクル。工場が発生する端材もリサイクルしています。

燃料転換による排ガス・排出物削減効果(見込み)

| | 重油燃焼 | 天然ガス燃焼 | 削減率(%) |
|--------------------------------------|-------|--------|--------|
| SO _x (Nm ³ /h) | 2.5 | 0.52 | 79 |
| NO _x (Nm ³ /h) | 1.1 | 0.81 | 28 |
| ばいじん (g/Nm ³) | 0.026 | 0.013 | 50 |
| CO ₂ (t/月) | 656 | 520 | 21 |

温室効果ガス排出削減に貢献する環境技術・製品

■ 生活を快適にしながら環境負荷も低減する「エコガラス」

Low-Eペアガラス「サンバランス®」

旭硝子のLow-Eペアガラス「サンバランス®」は、優れた断熱・遮熱効果により、室内環境を快適に保ちながらCO₂排出量を低減できる高性能ガラスです。

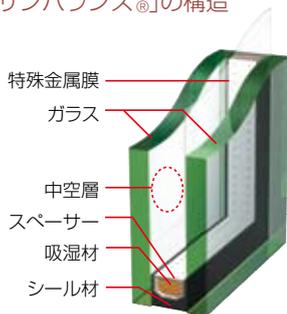
この製品は、2枚の板ガラスの間に乾燥空気を封入し、片方のガラスの空気層側に特殊な金属膜をコーティングしたLow-E（低放射）ガラスを採用しています。冬は、封入された乾燥空気の層の断熱効果により室内外の熱の移動を低減して室内の暖かさを守り、夏はLow-Eガラスが照りつける直射日光をさえぎります。その結果、冷暖房の使用を抑えCO₂排出量の低減につながります。

このCO₂削減効果により、「サンバランス®」は、板硝子協会が推奨している「エコガラス※1」に認定されています。

さらに、旭硝子では「サンバランス®」のもたらす高い遮熱・断熱性能に加え、防犯ガラスによる防犯性能、室内安全性をプラスした「サンバランスセキュリティ®」も開発しました。これからも、幅広いニーズに対応する商品を展開し、持続可能な社会づくりに貢献します。

※1 住宅の性能を客観的に評価する「住宅性能表示制度」の温熱環境性能で、最高位の評価（等級4）を得られるガラス。「温熱環境性能」は、暖冷房に使用するエネルギーの削減のための断熱化等による対策の程度を評価したものです。エコガラスはレースのカーテンとの組み合わせだけで、経済産業省と国土交通省の告示により定められた「次世代省エネルギー基準」を満たすことができます。

エコガラス「サンバランス®」の構造



熱貫流率※2による断熱性能の比較（「サンバランス®」使用時）



※2 壁や窓で熱の移動を表す数値。数値が小さいほど断熱性に優れていることを表す。

■ 赤外線&紫外線カットガラス

「クールベール®」

自動車用ガラスの「クールベール®」は、ドライバーと地球環境にやさしい赤外線&紫外線カットガラスです。「もっと快適に運転したい」というお客様の声から誕生しました。

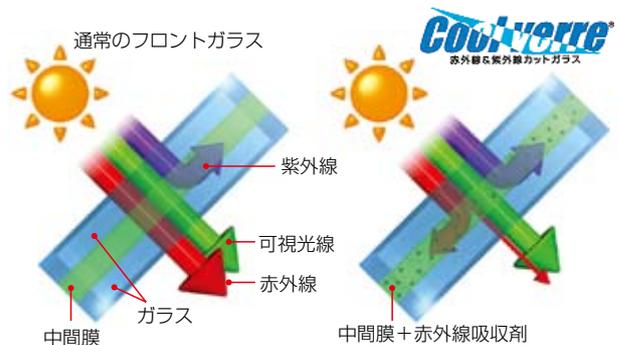
熱さの原因となる赤外線カット機能によって、「クールベール®」は冷房が車内の温度を45℃から25℃まで下げる時間を約半分に短縮。冷房効率が向上する結果、CO₂排出量を削減する効果があります※3。なかでも「クールベール®」の最大の特長は、この赤外線の中でも特にジリジリ感を感じさせる中赤外線を大幅にカットしたこと。これにより人間が感じる暑さ感を軽減し、冷房によるエネルギー消費をより抑えることができる環境にやさしいガラスです。

さらに、シミ・ソバカスの原因となるとも言われている紫外線もカットする一方で、ETC※4や携帯電話などの電波を透過させることができるのは、旭硝子独自の技術。「クールベール®」は、旭硝子の技術力によって生まれた人と環境にやさしいガラスです。

※3 社内評価結果による。

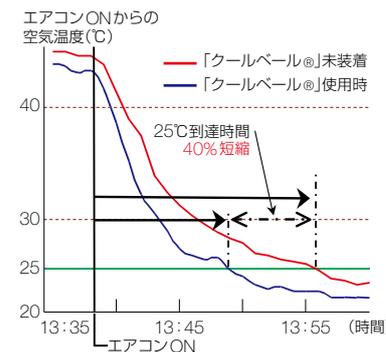
※4 無線通信を利用して有料道路の料金支払いを自動化するためのシステム。

通常のフロントガラスと「クールベール®」の比較



「クールベール®」のもたらす効果

車内平均温度の比較(夏季・南向き駐車時)



「クールベール®」の使用で、内装材・車内空気の温度上昇を抑制し、冷房の効率向上を実現。

■ オゾン破壊係数「ゼロ」の次世代溶剤

「アサヒクリンAE-3000」

アサヒクリンシリーズは、旭硝子が世界に先駆けて開発したフッ素系溶剤です。洗浄力と乾燥性、不燃性に優れるほか、人体への安全性も兼ね備えています。

なかでも「アサヒクリンAE-3000」は、フッ素系溶剤の優れた特性を維持しながら、環境負荷を非常に低く抑えた次世代溶剤として、注目を集めている製品。主に精密機器の洗浄や塵埃除去、水洗浄後の乾燥などに用いられています。これまでの製品と大きく異なるのは、オゾン破壊係数がゼロであること。オゾン破壊係数とは、成層圏オゾン層を破壊する相対的強度を示した数値で、この数値がゼロであるということは継続的に使用しても、オゾン層を破壊するおそれが全くないことを示します。さらに温暖化に対する影響力を表す地球温暖化係数も、多くのフッ素化合物が数千から1万以上あるのに比べて比較的小さいほか、使用済みの液を蒸留してリサイクルすることも実現しました。

「アサヒクリンAE-3000」は、より環境負荷の低い物質へ代替が進む市場のニーズに応じて、旭硝子が開発した環境製品です。

「アサヒクリンAE-3000」の物理的性質とその特長

| 物理的性質 | | データが表す特長 |
|--------------------------------------|-----------|----------------------------------|
| オゾン破壊係数 (CFC-11=1) | 0 | 継続的に使ってもオゾン層を破壊するおそれが全くない |
| 地球温暖化係数 (CO ₂ =1,100年ITH) | 540 | 多くのフッ素化合物が、数千から1万以上あるのに比べ、比較的小さい |
| 沸点 | 56℃ | 適度な沸点で材料への熱的影響が小さく乾燥性に優れる |
| 粘度 (25℃) | 0.65mPa・s | さらさらした液体で液切れがよい |
| 表面張力 (25℃) | 16.4mN/m | 微細な隙間にも入り、浸透性が高い |
| 引火点 | なし | 消防法危険物に該当しない |

「アサヒクリンAE-3000」の荷姿



■ クリーンエネルギー源の可能性を広げる

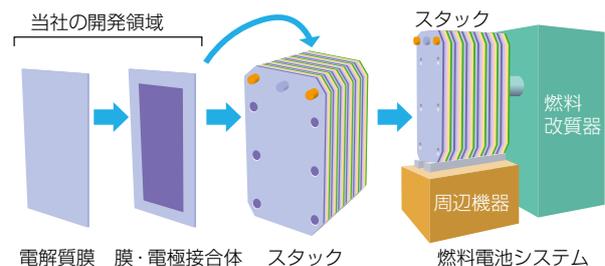
「燃料電池用 膜・電極接合体 (MEA)」

旭硝子では、燃料電池の心臓部分ともいえる膜・電極接合体(MEA)の開発に取り組んでいます。MEAは、電解質膜と電極触媒を一体化させた部材で、水素から電気と水を発生させる機能を有し、燃料電池の性能を左右しています。

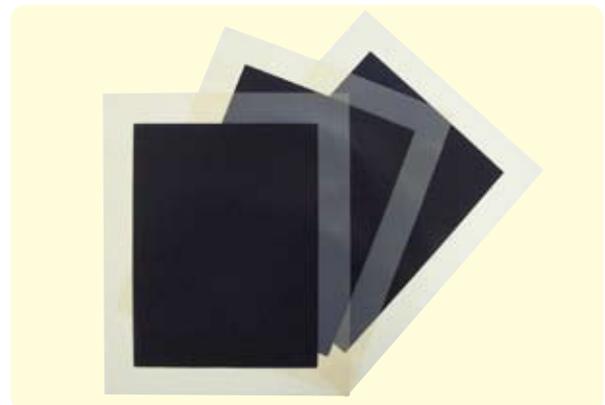
従来のMEAは、高温・低湿という条件のもとでは耐久性がなく、長期運転できないという欠点がありました。一方、将来大きな需要が見込まれる自動車用途に求められるのは、100℃以上かつ低湿環境下での長期安定運転。そこで旭硝子は、フッ素系イオン交換膜(32ページ参照)の開発で築きあげた技術を駆使し、MEAの改良に着手。世界で初めて、環境適合型フッ素樹脂で120℃という高温・低湿環境でも長期にわたる連続運転ができる新しいMEAを誕生させました。

燃料電池は、水素を燃料とするため運転しても排出するのは水だけで、温室効果ガスを排出しないクリーンな電気エネルギー源。効率よく発電できるメリットも兼ね備え、需要が高まっていくことが予想されます。旭硝子では、さらに研究や改良を重ね、数年以内にMEA関連の燃料電池部材の事業化を目指しています。

燃料電池用 膜・電極接合体(MEA)と燃料電池の仕組み



燃料電池用 膜・電極接合体(MEA)



環境活動

■ 廃棄物削減活動

旭硝子では、産業廃棄物の不法投棄が問題となる以前の1996年から廃棄物削減活動に取り組み、2001年度末に、目標としていた1995年度比90%削減を達成しました。2002年度からは、2005年度末までに「リサイクル率99%以上」を目指す、ゼロエミッション活動を推進してきましたが、2005年度は96%、2006年度は95%となり、達成できていません(データについては35ページ参照)。これは、化学品事業から発生する汚泥のリサイクルが困難であることが主な要因です。

このように、化学品事業を持つ企業として「リサイクル率99%」は、極めて高い目標値ですが、旭硝子は、再挑戦を行い、2008年度ゼロエミッション達成を目指します。

また、グローバルな製造拠点の展開にともない、国境をまたがる廃棄物のリサイクル活動も活発になってきています。例えば、ガラスカレット(ガラス破砕品)は、リサイクルする工程において、東南アジア各国をまたがって移動します。

2003年からは、本社などのオフィス部門のほか、国内関係会社へもゼロエミッション活動の範囲を広げています。今後もAGCグループとして、積極的にゼロエミッション活動を推進します。

Interview

AGCグループ統合EMS参加で、ゼロエミッション活動をさらに加速 [AGCグラスプロダクツ社] (日本)



AGCグラスプロダクツ社
CSR室
おおだいらとしし
大平敏司

建築用加工ガラスの製造や板ガラスの加工・配送を全国展開しているAGCグラスプロダクツ社は、地球環境保全への積極的な貢献は、企業の基本的責務であるとの理念のもとに環境管理活動を展開しています。2006年にはAGCグループ統合EMSに参加し、廃棄物の削減を重点課題の1つにかかげ、ゼロエミッション活動に注力しています。

全員参加で廃棄物分別の徹底を行い、最終処分量の削減を図っています。また、リサイクル率の集計結果を全従業員で情報共有し、ゼロエミッション活動を活性化しています。

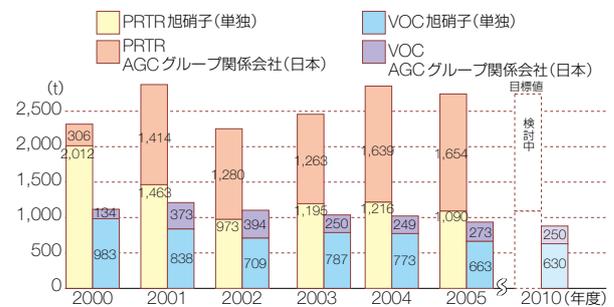
2006年度はリサイクル率93%でしたが、継続的改善によって、早期のゼロエミッションの達成を目指していきます。

■ 化学物質排出量削減の取り組み

旭硝子は、1997年から(社)日本化学工業協会のパイロット事業に参加し、化学物質の排出管理体制を整えてきました。ジクロロメタン等の重点削減物質については、2002年度に1995年度比80%の削減を達成しています。

日本では2006年から揮発性有機化合物(VOC)規制が始まり、日本全体で2010年に2000年度比、30%削減(うち20%分は自主的取り組み)という試みが進められています。AGCグループ(日本)では、2010年に2001年度比で自主的に25%削減するという、国の施策よりもさらに厳しい目標を設定し活動を開始しました。

PRTR法届出対象物質の排出・移動量およびVOC排出量の推移



■ 土壌・地下水汚染対策

鹿島工場(茨城県神栖市) 土壌・地下水に関して、自主調査を実施したところ、敷地内の土壌・地下水について、過去の漏洩等により、揮発性有機化合物(VOC)および重金属が環境基準値を超えて存在していることが確認されました。その後、行政のご指導をいただきながら、また、地域住民の皆様にご説明しながら、汚染物質の拡散防止と回収浄化対策の具体的な内容を慎重に検討し、順次その施策を開始しました。

関西工場グラウンド・独身寮跡地(兵庫県尼崎市) 当社では、当該地における地下水から環境基準を上回るヒ素が検出されたことを受け、当該敷地周囲の遮水壁設置、敷地内での揚水・浄化処理強化等の環境対策工事を昨年2月から開始し、約3カ月かけて完了しました。

旧船橋工場跡地(千葉県船橋市) 当該土地は、工場閉鎖にともなう調査の結果、土壌地下水汚染が発見され、2005年から浄化工事を実施してきましたが、順調に進捗しており、本年9月には予定通り完了する見込みです。

詳細は、当社ホームページをご参照ください。

Web <http://www.agc.co.jp/csr/environment/>

特集

卓越した技術力で地球環境を守る

公害・環境汚染の防止に役立つ 苛性ソーダ製造方法の開発

AGCグループは、苛性ソーダ(水酸化ナトリウム)の製造方法において、時代が求める環境配慮や安全性へのニーズを満たしてきました。苛性ソーダは化学繊維、紙・パルプ、石けんなどさまざまな産業に欠かせない工業薬品。原料となる塩水を電気分解(電解)して製造します。その製法にかつては水銀(水銀法)やアスベスト(隔膜法)が用いられていましたが、それらの物質が環境中に排出されると公害を引き起こすおそれがあるため、1970年代初頭、日本政府は新製法の開発をメーカーに要請していました。

AGCグループはこの方針に応え、1974年からイオンを選択的に透過するイオン交換膜によって塩水を電気分解し、苛性ソーダと塩素を生産するイオン交換膜法の開発に着手。そして1975年、旭硝子はフッ素系苛性ソーダ製造用イオン交換膜「フレミオン®」と、大幅な省エネルギーを達成できる高耐久性活性陰極を開発し、それを使った電解技術の開発に成功しました。

このイオン交換膜法は有害物質を使わないだけでなく、大幅な省エネルギーを達成できるという特長もあります。AGCグループはこうした特長を活かし、水銀法や隔膜法に比べ約40%のエネルギー削減を可能にしました。

「フレミオン®」



「フレミオン®」は、「極めて電圧が低く省エネに適した膜」としてユーザーからの評判も高い製品。

イオン交換膜法電解設備



AGCケミカルズ・タイランド社のパバデン工場に新設されたイオン交換膜法電解設備。

「フレミオン®」をさらに進化。 新たな環境貢献を拓く

AGCグループは、苛性ソーダの製造方法だけではなく、「フレミオン®」自体の改良も重ね進化させてきました。最近では、地域によって精製度が低く不純物を含んだ塩水を原料に使用するケースが増えてきたため、2002年には塩水中の不純物に強い耐性を持った「フレミオンF-8020®」を開発。また、イオン交換膜の技術は、燃料電池の開発にも活用されています(詳細は30ページ参照)。

世界に先駆けて イオン交換膜法への転換完了

昨年、AGCグループのAGCケミカルズ・タイランド社(タイ)が水銀法からイオン交換膜法へ転換。これによって苛性ソーダを製造するAGCグループの全工場が「フレミオン®」による生産プロセスとなりました。一方、世界的に見ればイオン交換膜法の普及率は50%以下。温室効果ガス削減を主導している欧州でも、水銀法の全面廃止は2020年を目標にしています。

AGCグループは世界に先んじてクリーンでエネルギー消費の少ないプロセスに転換すると同時に、今後も製法転換が進む市場に向けて、省エネルギー効果の高い「フレミオン®」の拡販を進め、地球環境への負荷低減に寄与していきます。

Topic

苛性ソーダ製造用活性陰極の開発で環境大臣賞を受賞

2006年6月、日立環境財団と日刊工業新聞社が主催する第33回環境賞において、旭硝子の中央研究所と化学品カンパニーが「脱水銀・アスベスト 苛性ソーダ製造法の開発—高耐久性活性陰極の開発と実用化—」で環境大臣賞を受賞。高性能イオン交換膜「フレミオン®」と新規に開発した高耐久性活性陰極を組み合わせた電解法が、世界中の電解設備に広く使用されており、これによって環境汚染防止と省エネに大きく貢献したことが高く評価され、今回の受賞となりました。

環境大臣賞受賞の様様



左から、加藤勝久(中央研究所所長)、沢田直行(千葉工場 環境安全部)、遠藤榮治(中央研究所)、中尾眞(工業所有権協力センター)

環境活動

■ 物流における環境活動

2006年4月1日、改正省エネ法(エネルギーの使用の合理化に関する法律)が施行され、物流における環境活動が注目されています。

旭硝子(単独)の2006年度(2006年4月～2007年3月)の国内輸送トンキロは、8.5億トンキロ/年、これをCO₂排出量に換算すると、69千トン/年になります。

重量が重く、大きな製品を扱うことが多い当社の物流量は多く、改正省エネ法で定める、特定荷主(年間3千万トンキロ以上)に該当します。

旭硝子では、今後5年間で5%のCO₂排出量原単位低減

のため、モーダルシフト(船・貨車・フェリー化)、共同物流、車両の大型化、低公害車の利用促進等々の物流施策に加え、アイドリングストップやエコドライブの推奨等、日々の地道な活動までさまざまな環境改善活動を実施しています。

AGCグループは、今後も、環境負荷が小さく効率的な輸送に改善していきます。

【地方港の有効利用によるCO₂排出量削減】

旭硝子では、各地の港を利用することで、配送先までのトラック国内輸送距離(陸路距離)を短縮させています。この施策は、CO₂排出量の削減はもちろん、道路混雑問題の解消などにも効果があります。

従来、海外生産された製品は横浜港や神戸港などの主要な国際港で陸揚げされ、トラックで全国の工場やお客様のもとへ配送していました。しかし近年、輸出入コンテナ貨物を取り扱う地方港が増加したことで、新たなコンテナ船航路が利用可能となり、積極的に活用を始めました。

【共同物流によるCO₂排出量削減】

AGCグループの輸送業務を担うAG物流社は、物流の専門性を活かして工場近くの会社と共同物流に取り組み、トラックによる国内輸送効率を向上させることでCO₂排出量を削減しています。通称「ミルクラン」と呼ばれるこの共同物流は、トラックに積む貨物を相互に持ち寄ることで効率的な配送を実現しています。建築用板ガラスを軸とした共同配送の例では、月1,500件の規模にまで広がっています。貨物の増加と共同配送により従来、2t、4t車中心の

Topic

地方港利用によるCO₂排出量削減事例
[旭硝子セラミックス社](日本)

旭硝子セラミックス社では、地方港の利用によって、輸送によるCO₂削減に取り組んでいます。

例えば、横浜港から、東北・北信越のお客様までの陸路距離は400～500kmになりますが、横浜港ではなく八戸港、直江津港、仙台港を利用すると約100kmとなり、大幅に陸路距離の短縮ができています。

同社は、2007年度、さらに地方港の利用を増やし、計2,500トンの製品の輸送を地方港経由に変更する予定です。

輸送時の利用港数と年間CO₂排出削減量の推移

| 年度 | 利用港数 | 年間CO ₂ 排出削減量(t) |
|------------|------|----------------------------|
| ～2005年度 | 4 | 基準値 |
| 2006年度 | 7 | 29 |
| 2007年度(目標) | 8 | 47 |

※CO₂排出削減量は、地方港を利用した場合と利用しなかった場合の国内陸路距離の差から算出。

Action

輸送効率を向上させる「シンプルパレット」

AGCグループでは、板ガラスの相互輸出に、繰り返し使うことができるリターンパレット「シンプルパレット」を導入しています。

環境に配慮したこの活動が評価され、財団法人クリーン・ジャパン・センター主催、経済産業省後援「平成18年度資源循環技術・システム表彰」において会長賞を受賞しました。

「シンプルパレット」は、輸送用木箱に代わる梱包方法としてAGCグループが独自に開発したもので、2000年から導入し始め、現在ではタイ・インドネシアから日

本への加工ガラス用素板輸入の80%で利用しています。その結果、1年間で削減した木材量は約24,000m³にのぼります。さらに、空容器を返却する際も荷姿がコンパクトになるよう設計してあるため、搬送効率も上げることができました。

今後もさまざまな製品に対応できるよう改良しながら、採用の範囲を拡大していきます。

繰り返し使えて荷姿もコンパクトな板ガラス輸送用リターンパレットを開発しました。



シンプルパレットの荷姿(写真上)
空容器はコンパクトに積載(写真下)

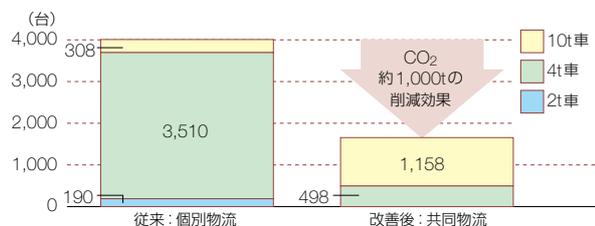
配送を大型車にまとめて配送することで、CO₂の排出削減に努めています。

さらに、同社では輸送後に空荷となったトラックで他社の貨物を配送したり、基地倉庫を他社の貨物と共同で運用するなど、物流におけるさまざまな合理化施策を展開しています。

ミルクラン(共同物流)の仕組み



共同物流におけるトラック台数削減効果(シミュレーション)



年間車種別幹線トラック台数のシミュレーションの前提
 従来: 2006年度の注文を各社が個別に輸送したと仮定した台数
 改善後: 2006年度の共同物流実施台数

■ お取引先様との連携

【環境に配慮した製品をお客様へお届けする】

AGCグループでは、これまでの調達基準に「環境配慮」を追加したグリーン調達を実施することで、お客様へ環境配慮がなされた製品をお届けしています。AGCグループのガラス、電子・ディスプレイ、化学、その他の4つの事業

分野で取り扱う原材料・資材は特性が異なっています。そこで、全事業部門共通の考え方等を規定した「AGCグループグリーン調達統合ガイドライン」を2005年12月に制定し、そのもとに事業部門別の「グリーン調達ガイドライン」を設け、事業特性に応じた原材料・資材の管理を、お取引先様と連携して行っています。

AGCグループのグリーン調達の考え方

- 購入する原材料・資材から有害物質を排除すること
- 環境管理システムの確立したお取引先様を優先すること

【AGCグループのCSRの考え方を共有する】

AGCグループは、お取引先様と連携して、競争優位に立つために、情報交流会、講演会、研修、そして工場見学などを行っています。

近年、サプライチェーンと一体となった社会的責任の遂行が求められていることを背景に、2006年度はCSR(企業の社会的責任)をテーマにした講演会を開催しました。まず、外部講師が企業存続のためのCSRの重要性を説き、その後にAGCグループにとってのCSRを説明しました。今後も時代のニーズを踏まえた情報交換等を行いながら、お取引先様とも連携を深めていきます。

Challenge

- 国内外関係会社の統合環境マネジメントシステム(統合EMS)への参加拡大
- 環境長期目標の確実な達成
- 温室効果ガス排出削減
- 環境対応商品の開発・普及

Action

ホームページで詳しく紹介 研究所・工場・国内外関係会社の取り組み

旭硝子の研究所・工場や国内外関係会社における活動の詳細は、ホームページをご覧ください。環境パフォーマンスデータおよび環境や労働安全衛生への取り組みのほか、それぞれの事業内容や地域に適した社会貢献活動についても紹介しています。

皆様のホームページへのアクセスをお待ちしています。

掲載している国内外関係会社一覧(2007年6月現在)

- 国内関係会社
 - 旭ファイバーグラス社、旭テクノグラス社、旭硝子セラミックス社、伊勢化学工業社、オプトレックス社
- 海外関係会社
 - アサヒマサ板硝子社(インドネシア)、AGCオートモーティブ・ヨーロッパ社(ベルギー)、AGCケミカルズ・アメリカ社(米国) ほか11社



環境への取り組み
<http://www.agc.co.jp/csr/environment/>

ホームページでは、本レポートに掲載しきれない研究所・工場・国内外関係会社の情報を公開しています。

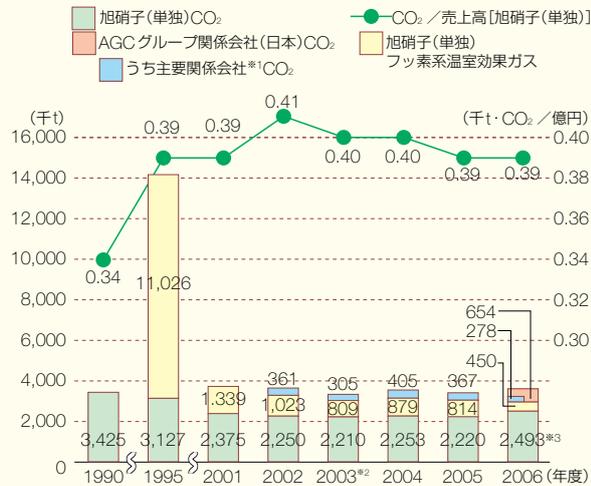


環境活動

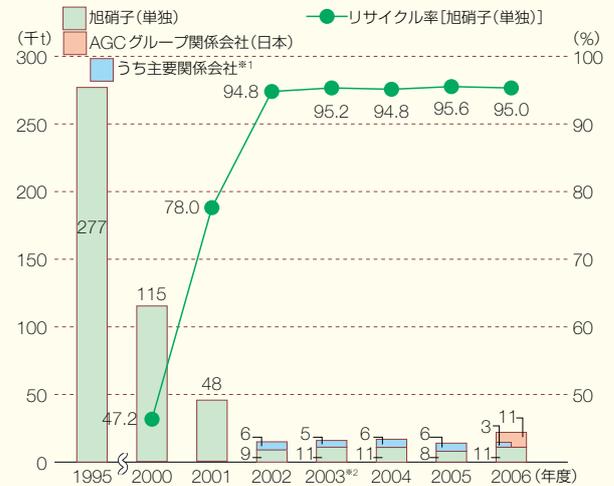
環境関連データ

2006年度から、AGCグループ(日本)の全社に対象を拡大し、活動を強化しています。

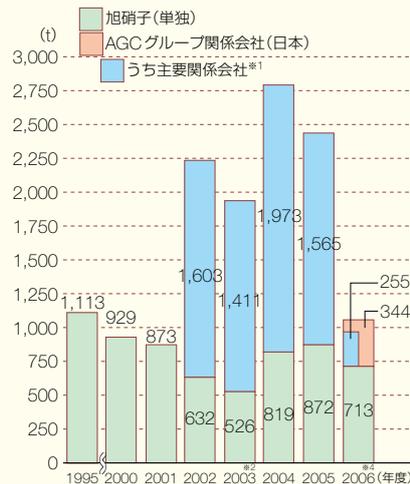
温室効果ガス(CO₂を含む)の排出量推移



廃棄物最終処分量およびリサイクル率の推移



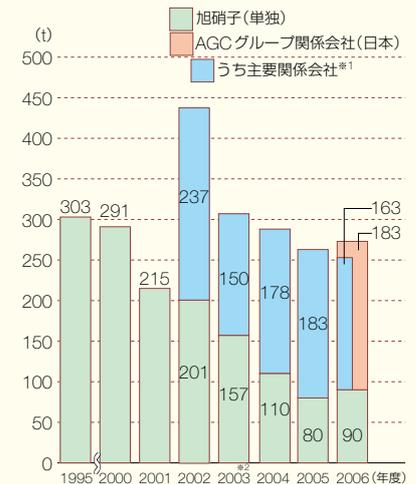
SO_x排出量の推移



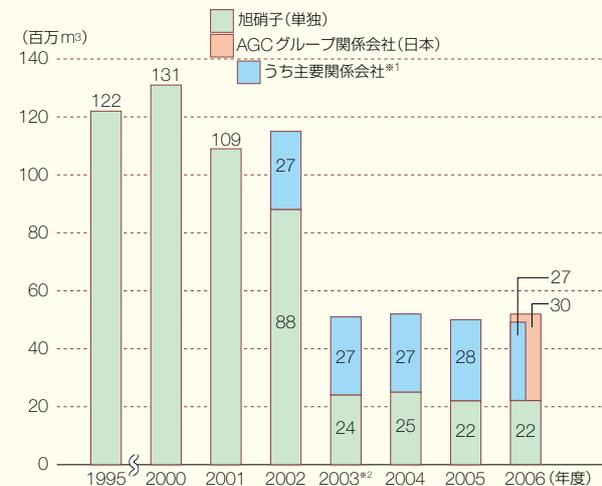
NO_x排出量の推移



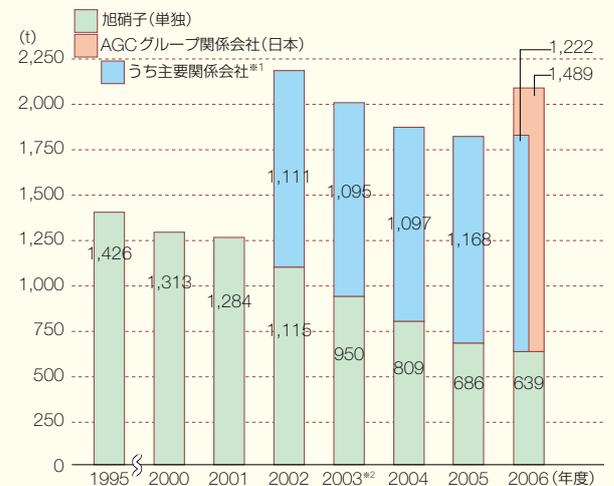
ばいじん排出量の推移



総排水量の推移



COD排出量*5の推移



※1 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)
 ※2 2003年度は決算月変更のため、9カ月分のデータを12/9倍に換算して比較しています。
 ※3 2006年度は、電力の換算係数を従来の各電力会社別係数から法定係数(0.555t・CO₂/kWh)に変更した等により、見掛け上約10%CO₂排出量が増加しています。
 ※4 2006年度は事業撤退等により、大幅に減少しています。
 ※5 下水処理場へ送られる排水(排水処理前)中のCODを含みます。

環境会計

集計範囲：旭硝子(単独) 対象期間：2006年1月1日～2006年12月31日

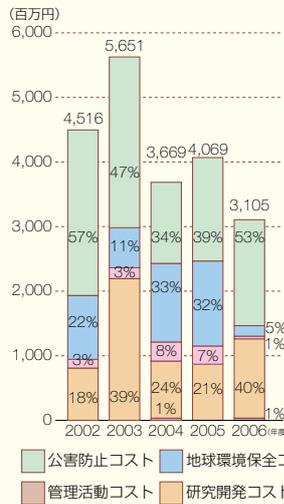
環境保全コスト

(百万円)

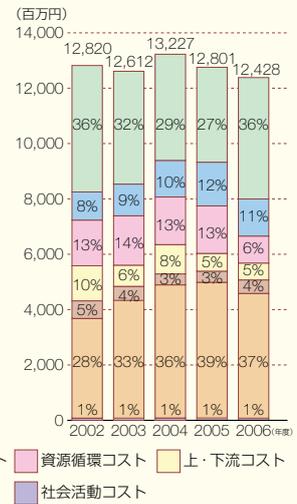
| | 投資額 | 費用額 |
|-----------------|-------|--------|
| (1)事業エリア内コスト | 1,843 | 6,688 |
| 内訳 | | |
| (1)-1 公害防止コスト | 1,640 | 4,480 |
| (1)-2 地球環境保全コスト | 163 | 1,404 |
| (1)-3 資源循環コスト | 41 | 803 |
| (2)上・下流コスト | 0 | 567 |
| (3)管理活動コスト | 0 | 447 |
| (4)研究開発コスト | 1,227 | 4,641 |
| (5)社会活動コスト | 35 | 84 |
| (6)環境損傷対応コスト | 108 | 1,742 |
| 合計 | 3,213 | 14,169 |

※四捨五入の関係上、「合計」欄の数値は掲載数値の合計値と一致しません。

環境投資額の構成比の推移



環境費用額の構成比の推移



環境損傷対応コストについては、集計年より費用額と投資額への振り分け方法が異なるため、この集計からは除いています。2003年度は、4月～12月の9カ月決算となっておりますので、投資額・費用額の絶対値をそれぞれ12/9倍しています。

環境保全効果

| | 環境負荷変化量 ^{*6} | 単純対前年変化率 | 売上高補正後変化率 ^{*7} |
|---------------------|----------------------------|----------|-------------------------|
| 総エネルギー投入量 | 1 PJ | 3% | -7% |
| CO ₂ 排出量 | 273千 t-CO ₂ | 13% | 2% |
| 廃棄物最終処分量 | 3千 t | 31% | 19% |
| 総排水量 | -0.5百万m ³ | -2% | -12% |
| COD排出量 | -47 t | -7% | -16% |
| SO _x 排出量 | -159 t | -18% | -26% |
| NO _x 排出量 | -874 t | -27% | -34% |
| ばいじん排出量 | 10 t | 13% | 2% |
| 上・下流コストに対応する効果 | 製品出荷用包装資材リサイクルによる効果 | | (削減額を下表「実質的経済効果」に反映) |
| | カレット回収 | | 292千 t |
| その他の環境保全効果 | 輸送その他に関する効果(当社では集計しておりません) | | |

変化量・変化率：数値プラスの場合は前年度からの環境負荷の増加を、マイナスの場合は減少を表しています。

※6 環境負荷変化量 = 2006年度物質量 - 2005年度物質量

※7 売上高補正後変化率 = 2006年度物質量 / (2005年度物質量 × 売上高前年度比) - 1

旭硝子(単独)の売上高前年度比 = (2006年度売上高) / (2005年度売上高) = 6,371/5,762 = 1.106

環境保全対策にともなう経済効果・実質的効果

(百万円)

| | 効果の内容 | 金額 | 金額(前年度) |
|------|---|-----|---------|
| 収益 | 主たる事業活動で生じた廃棄物のリサイクルまたは使用済み製品等のリサイクルによる事業収入 | 378 | 289 |
| 費用節減 | 省エネルギーによるエネルギー費の節減 | 850 | 764 |
| | 省資源またはリサイクルにともなう廃棄物処理費の節減 | 235 | 565 |



安全な現場を持たない製造業に 持続的な発展はない

Concept

働く人の安全と
健康の確保

従業員の安全や健康の確保は、最優先の課題です。AGCグループでは、2001年2月に策定した「旭硝子グループ労働安全衛生基本方針」に基づいて、従業員の安全と健康に係る各種施策を展開し、安全と健康を確保しています。

旭硝子グループ労働安全衛生基本方針(抜粋)

- ①経営トップの姿勢を全員に浸透させる
- ②ラインによる管理を徹底する
- ③全員参加の自主的活動を推進する



旭硝子グループ労働安全衛生基本方針(全文)
<http://www.agc.co.jp/csr/employee/anzaen.html>

Approach

全員参加で安全を
企業文化に

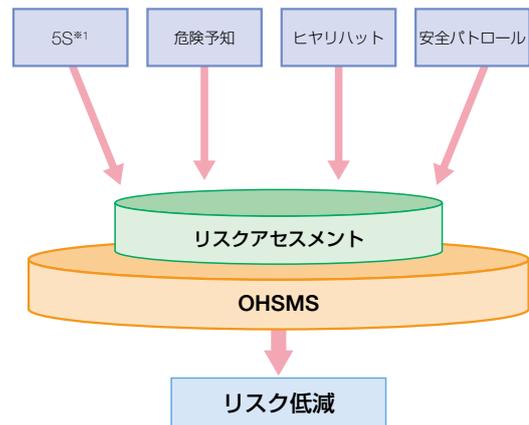
■ 安全管理活動

働く人の安全は何よりも優先すべきものですが、機械や設備は故障し、人は誤りをおかすという事実は無視できません。そのため、リスクを抽出・低減し、それを事故や労働

災害に結び付かないようにすることが重要です。

AGCグループでは、労働安全衛生マネジメントシステム(OHSMS: Occupational Health & Safety Management System)を柱として組織的に安全管理を推進しています。

AGCグループの安全管理の考え方



OHSMSを労働安全衛生の仕組みとして活用するにとどまらず、従来から取り組んでいる安全活動(5S、危険予知、ヒヤリハット、安全パトロール等)を有機的に結合し、リスクアセスメントを通じて、組織的にリスク低減を図ります。

※1 整理、整頓、清潔、清掃、躰

Action

タイで「AGCグループ安全衛生大会」を開催

AGCグループでは、グローバルに労働安全衛生活動の情報を共有するため、「AGCグループ安全衛生大会」を開催しています。2006年は、8月31日～9月1日の2日間、タイのAGCオートモーティブ・タイランド社において開催しました。日本やタイ、および周辺4カ国から13社、52名が集い、各社の特色ある安全衛生活動等を紹介するとともに、活発な議論を交わしました。また、OHSMSを安全管理の柱とし、安全衛生活動を強化していくとの認識を再確認しました。

2007年は、インドネシアのアサヒマス板硝子社で開催することを予定しています。このような取り組みを通じて、日本やアジアにおける安全衛生面での連携強化を進め、「安全最優先」「安全は仕事」の風土をグループ全体に定着させていきます。

情報を共有し意見を交換し合うことで、グローバルレベルでの安全活動を推進しています。



安全衛生大会の参加者

■ グローバルな安全活動

AGCグループでは、グローバルな安全活動を推進するために、日本・アジア地域を中心に、以下の活動を推進しています。

日本・アジア地域における安全施策

- ①グループ各社における、OHSMS・リスクアセスメント^{※2}の導入拡大と効果的な運用
- ②災害区分判定基準^{※3}の統一
- ③労働災害情報の共有による安全施策の横展開
- ④安全衛生大会の開催による連携強化

欧州および北米のAGCグループ関係会社を含め、安全活動について、グローバルでの情報共有化を行っています。これらの情報をもとに、地域性と自主性を折り込み、各社独自で安全衛生活動の継続的改善を図っています。

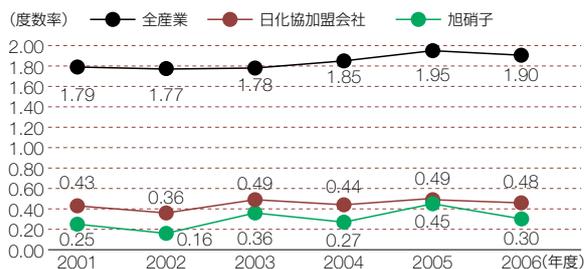
- ※2 設備や作業工程に潜むリスクを体系的に抽出し、リスクレベルを評価し、それに基づく優先順位を付けて安全対策を実施すること。
- ※3 休業/不休業/微傷といった労働災害の程度を症状やケガの程度によってAGCグループが独自に定めた基準。

■ 労働災害発生状況（詳細は下欄参照）

2006年度の労働災害発生件数は、旭硝子は前年より減少しましたが、AGCグループ(日本・アジア)で見ると、154件/年もの労働災害が発生しています。

労働災害が発生する原因は必ずしも1つではありません。直接的な原因となる人の「不安全行動」を正すだけでなく、その不安全行動に至った背景を掘り下げ、設備の本質安全化を含む根本的な対策を講じていきます。

休業災害度数率^{※4}の推移(旭硝子^{※5})



- ※4 延べ実労働時間100万時間当たりの休業災害被災者数
- ※5 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。

■ お取引先様との連携

AGCグループの事業は、多くのお取引先様との連携のもとに成り立っています。安全や健康の確保もお取引先様の協力なしには達成できません。AGCグループは、お取引先様とともに、安全研修、外部講師による安全講演会、AGCグループや他社の工場見学会などを実施しています。安全な現場を実現して、両者が持続的に発展していくために、これからも連携を深めていきます。

Topic

「工夫・改善・活動事例コンクール」 金賞受賞[旭硝子千葉工場] (日本)

2006年9月千葉工場は、中央労働災害防止協会主催の全国産業安全衛生大会で、定着した安全衛生活動と着実な安全風土の醸成が高く評価され、「工夫・改善・活動事例コンクール」金賞を受賞しました。積極的なヒヤリ提案の推進、協力会社を含む全従業員への安全研修、危険体感設備による体感教育、製造主任への実践研修などによって従業員の安全活動参加意識が高まり、1994年から現在まで休業災害ゼロを続けています。

Data

2006年度の労働災害発生状況

2006年度の労働災害発生件数(協力会社を含む)

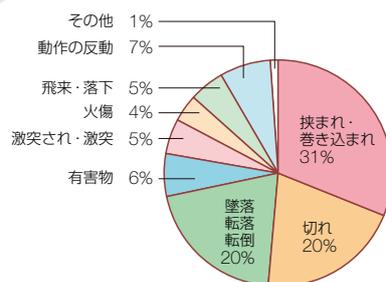
| | 旭硝子 | 国内関係会社 | アジア関係会社 | 合計 |
|-----|---------|---------|---------|-----|
| 死亡 | 0 (0) | 0 (1) | 2 (0) | 2 |
| 休業 | 10 (12) | 18 (10) | 41 (36) | 69 |
| 不休業 | 13 (11) | 14 (14) | 17 (20) | 44 |
| 微傷 | 29 (41) | 10 (15) | 集計対象外 | 39 |
| 合計 | 52 (64) | 42 (40) | 60 (56) | 154 |

()内は2005年度の労働災害件数

2006年度 労働災害の主要原因

- 機械や設備を停止して作業を行うルールに反し、停止を怠ったために発生した災害
- 作業合図の不足などコミュニケーションに起因する災害
- 設備や施設の工事中に発生した災害

2006年度の労働災害類型
(AGCグループ[日本・アジア])



※四捨五入の関係上、100%になりません。

Interview

安全担当者の声 安全は全員参加が大前提
[韓旭テクノグラス社(HTG)](韓国)



プラズマディスプレイパネル用のガラス基板を製造するHTGは、2003年の操業当初はわずか70~80名だった従業員数が、現在では約6倍の480名になるほど事業規模が拡大しています。新しい設備や従業員が増えれば、労働災害も起こりやすいもの。

韓旭テクノグラス社
環境安全室 主任

キム ウンス
金 雄秀

HTGでは、5S、危険予知、安全パトロール、設備工事の安全管理など、基本的な安全活動を着実に実行して、労働災害防止に力を注いでいます。なかでもHTGの特徴は、これらを全員参加型活動にしていること。そして、仕事仲間の安全に配慮して不安全な行動を指摘するとともに、その指摘に感謝する気持ちが持てるという、相互指摘の風土を大切にしています。“安全な職場を実現する”という従業員の強い意志があって初めて、安全と安心を実現できることを忘れてほしくないです。

■ 健康管理ポリシー

AGCグループは、従業員に対する健康管理の位置づけを明確にする必要があるとの考えのもと、従業員に対する健康管理のあり方を示した「健康管理ポリシー」を策定し、2007年3月1日から施行しています。

健康管理ポリシー（抜粋）

AGCグループは、グループビジョン“Look Beyond”を合言葉に「世界に価値を創造し続ける」ため、AGCグループの従業員に対する健康管理ポリシーを次のとおり制定する。

「健康に関する認識」

AGCグループにとって「従業員」は最も重要な資産の一つであり、従業員にとって「健康」は生活の基盤として最も重要な要素の一つである。

「会社の支援」

AGCグループは、従業員の心身の健康保持増進に向けた施策を積極的にを行い、従業員が個々の能力を充分発揮して会社発展の原動力となるとともに、各従業員の生活が充実したものとなるよう支援する。

「従業員の自律」

健康の保持増進には従業員の健康に対する意識が不可欠であり、従業員は「自らの健康は自ら守る」意識を持ち、自律した健康管理を行う。

※本ポリシーは旭硝子(単独)から浸透を図り、将来的には国内外の関係会社へ展開する予定です。

■ メンタルヘルスケア

近年、メンタル不調者の増加が社会全体の問題となっています。旭硝子でもメンタルヘルスケア施策の強化に取り組んでいます。2007年6月には、予防施策に力点を置いた、外部委託会社による従業員支援プログラムを全社的に導入する予定です。

Challenge

- グループ内の工夫された安全活動事例をくみ上げ、好事例としてグループ内に紹介し定着させること
- 国際安全規格に準拠した設備の安全対策を進めること
- 従来型安全活動を有機的に組み合わせることでOHSMSの仕組みの中で運用し、安全活動の有効性を高めること

Action

従業員の不安全行動に着目して
労働災害を防ぐ(米国)

BBSを活用し、経営トップから従業員一人ひとりまで、全員参加で職場の安全強化に努めています。

AGCオートモーティブ・アメリカ社(AAUS)のオハイオ工場は、2002年からBBS(Behavior Based Safety)に着手した結果、休業災害件数を導入当時より75%減らすことに成功しました。このBBSとは、従業員が相互に作業を観察し合っただけで事故につながりかねない不安全行動を見つけ出して、指摘することにより、労働災害を減少させる取り組み。オハイオ工場における2006年の観案件数は、3,700件にものぼりました。

発見された不安全行動はその場で本人にフィードバックされ、さらに観察の分

析結果は被観察者の名前を伏せたうえで管理職にもフィードバックされます。

この活動は社会からも高く評価されており、AAUSのお客様が開催した安全シンポジウムで紹介したほか、オハイオ州から2つの賞を受賞しました。

「全員参加で安全を企業文化に」を実現すべく、AAUSではこの活動を拡大するためにオハイオ工場が中心となって他の工場への導入に取り組んでいます。さらに、自社のみならずお客様の工場における導入のお手伝いもしています。



BBS活動推進チームメンバー



不測の事態から 社会と会社を守る

Concept

事故を防止する

AGCグループは、「AGCグループ保安防災基本方針」のもと、事故や自然災害などの危機（不測の事態）の未然防止はもとより、直面した危機に対しても迅速かつ的確に対応できる対策を進めることで、事故の拡大防止にも努めています。



AGCグループ保安防災基本方針(全文)
http://www.agc.co.jp/csr/environment/hoan_bousai.html

Approach

「予防」と「対策」の さらなる強化に取り組む

■ 火災予防

AGCグループは、これまで火災予防に焦点を絞った特別保安監査等を実施してきました。2006年度は対象を海外関係会社へ拡大して、アンケート形式による調査を行い強みと弱みを解析しました。解析結果を各事業部門へフィードバックして、「予防」と「対策」のさらなる強化につなげます。

旭硝子では、例えば1本でも消火器を使用するような火災が発生した場合には、公設消防へ通報することとしています。2006年度には10件の小火が発生し通報しました。消

火器による早期消火によって、幸い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。2007年度は、過去3年間の火災の事例を分析して、火災予防のためのポイントを共有し、再発防止に努めています。

■ 防災対策

AGCグループの各工場では、定期的に避難訓練や災害対応訓練を実施しています。例えば愛知工場では、事故・災害の想定を警察・消防署および従業員にも伏せることで形式的な訓練にならない工夫をし、訓練効果を高めています。より実際の状況に近付けて訓練をした結果、消防指揮者と社内指揮者による状況報告や鎮圧策の協議に時間を要した点などの反省の聲が挙がりました。2007年度は、防災訓練を工場間で相互に見学することによって、シナリオづくりを含めた防災対策の強化・向上に努めます。

Challenge

- 防災訓練をより実効性あるものにするために、第三者による評価を行う
- 地震対策マニュアルを改訂する
- BCP*1策定に向けた検討を行う

*1 Business Continuity Plan(事業継続計画)

Action

地域社会の安全と環境保全を目指す 緊急相互応援組織(タイ)

AGCケミカルズ・タイランド社は、クローラルカリの主要生産拠点であり、タイ国内においては業界のリーダーとして活躍しています。

2001年AGCケミカルズ・タイランド社は、製品輸送時の事故や漏洩が、環境と周辺住民に多大な被害をもたらすことを危惧し、社会的責任の見地から業界他社に呼びかけ、緊急相互応援組織(CATEMAG)を立ち上げました。

以来、AGCケミカルズ・タイランド社主導のもと、製品輸送の安全性向上に努めています。タイ国行政はCATEMAGを

非常に高く評価し、当活動をモデルに他の危険物質を対象とする緊急相互応援組織(HASLA)を発足。AGCケミカルズ・タイランド社は、製品シェアのみならず、安全・環境面でも業界を牽引する企業として、HASLAにおいても行政と協同でその活動をリードしています。

CATEMAGの出動は、2005年に8件、2006年に6件ありました。

AGCケミカルズ・タイランド社は、社会的責任の見地から、地域全体を網羅する化学薬液のタンクローリー輸送の安全性向上に取り組んでいます。

CATEMAGの活動内容

緊急応援連絡体制の整備／輸送関連仕様・規格の統一／輸送作業員の教育／関係行政との連携／緊急訓練 など



対応時の様子



企業価値を最大化する 原動力

Concept

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。従業員一人ひとりが働きがいと誇りを持って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はAGCグループの企業価値を最大化する原動力です。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”の価値観の1つである「ダイバーシティ【多様性】」を基本に、すべての従業員がお互いを認め合いながら成長し続けることを目指しています。

Approach

従業員をサポートする 制度と職場環境

■ ES調査

2005年6月、AGCグループはES（従業員の働きがいと誇り）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。これを実現し、維持していくための課題を明確にするため、また、従業員との対話活動の一環として、2005年7月に第1回ES調査を実施。AGCグループ従業員約57,000名（2005年12月末時点）のうち15,600名に対して、仕事内容、業務能力や技能の向上、評価・処遇など、さまざまな面からの意識調査を行いました。

■ 調査結果を受けたES向上活動

調査の結果をもとにESに関する課題を明らかにし、対策を実施する活動を組織のさまざまなレベルで実施しています。まず、組織の最小単位である「職場」では、職場の仲間全員による「スモールミーティング」を行い、調査結果を共有するとともに、そこから職場のES上の課題を明らかにし、互いの働きがいを高めるための取り組みを実施しています。また、「工場」や「カンパニー」といった大規模組織においては、その組織内横断的なES上の課題を明らかにし、対策を立案・実施しています。さらに、AGCグループ全体としては、経営陣がES調査の結果をもとに検討を行い、次の3点を課題として設定しました。

AGCグループ “7Key Principles for People” (人材についての7つの重要原則)

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

て生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。

第1回ES調査結果からの課題

- ①互いを認め合い賞賛し合う風土づくり
- ②目標達成に向けた上司と部下との間のコミュニケーションの徹底
- ③グループ横断的な内部コミュニケーションの仕組みの充実

これらの課題に対する具体的な施策は、「“JIKKO”-ESレポート」として調査に参加した従業員全員に現地語で配布されています。

AGCグループのES向上活動に終わりはありません。PDCA(Plan・Do・Check・Act)サイクルを、グループ横断的に確実に回すことで、お互いの努力を認め合い、働きがいと誇りを感じ合うことができる組織づくりを目指して前進していきます。



左から、簡体中国語、韓国語、ロシア語、チェコ語、ドイツ語の「“JIKKO”-ESレポート」。このほか、日本語、繁体中国語、タイ語、インドネシア語、英語、フランス語、イタリア語の計12カ国語に翻訳し、従業員へフィードバック。

■ 従業員表彰制度

AGCグループでは、互いを尊重し成果や努力を賞賛し合う良好な組織風土づくりを目的として、AGCグループ全体を対象とした表彰制度を実施しています。この制度は、「AGC Group CEO Awards」、「AGC Group 優秀プラント表彰」、「ASAHI “JIKKO” 表彰」の3つの枠組みで構成されています。2006年度の活動・成果に対する表彰として、2007年4月～5月に、日本、アジア、欧州、北米の各地域から、あわせて約130件の表彰を実施しました。

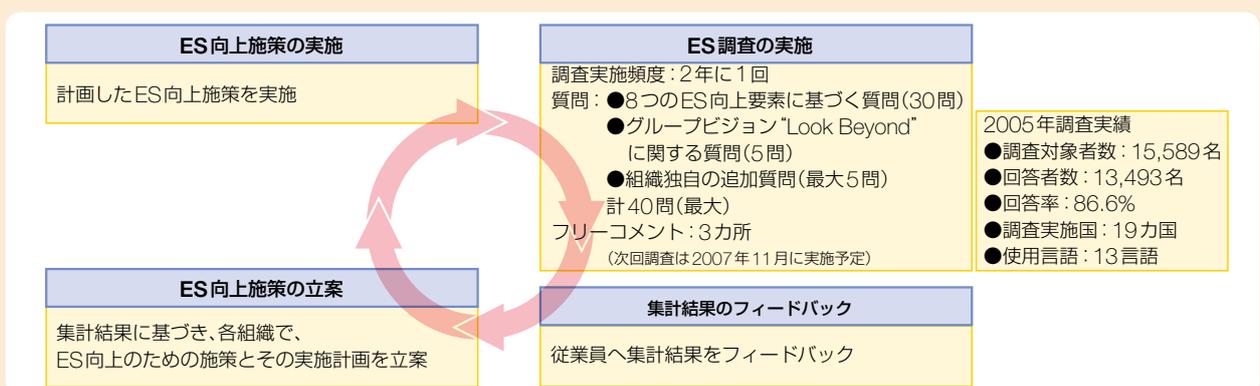


表彰式の様子

Action

ES向上活動の流れ

AGCグループでは、ES向上活動のサイクルを確実に展開しています。



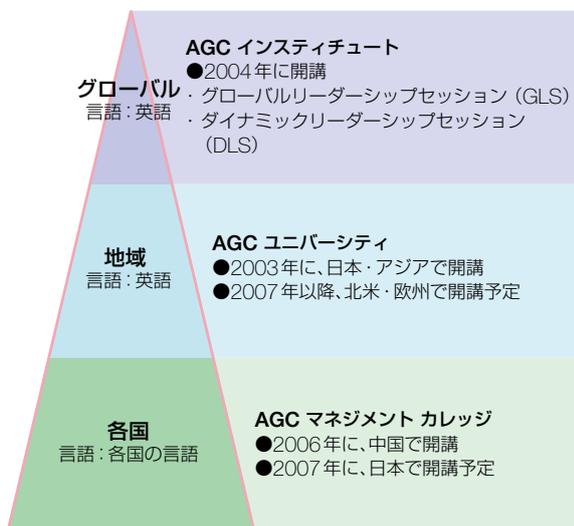
従業員の働きがいと誇り

■ グローバル人材マネジメント

AGCグループでは、グローバルに事業を展開するうえでの競争力を継続的に強化する基盤づくりのために、次世代リーダーの育成と強化に取り組んでいます。

具体的には、下図の通り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。さらに、各地域や各国ベースでさまざまな人材育成プログラムを実施しています。これらの施策で醸成したグローバルな人材基盤により、グループ全体で適材適所な人材活用を進めていきます。

経営人材育成プログラム体系



■ 旭硝子の人事制度

能力・成果に着目した公正な人事処遇制度を運用している旭硝子では、性別、年齢、ハンディキャップの有無を問わず多様な従業員が働きやすい制度・環境の実現を目指しています。

よって、従業員に求められる役割・機能・責任を明確にし、また性別や年齢・勤続年数などにとらわれることなく、能力・実力のある従業員を積極的に活用し、公正に評価していくために、以下の2つの人事制度を導入しています。

ジョブ・グレードに基づく人事制度(対象：役職者、導入：2005年)

職務の役割・責任に着目した人事制度。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、担当する仕事の責任の大きさと処遇を連動させやすくして、組織全体の競争力強化を図る。

今後、主要な国内外の関係会社でも展開する予定。

コース別人事制度(対象：一般社員、導入：2003年)

役割・機能の違いによって3コースに分けられた人事制度。コースの特徴にあわせた報酬制度や評価制度を適用。

■ 女性の活躍

女性の一般社員(出向社員を除く)は、458名(全一般社員の約11%)です。女性の役職者数は55名(全役職者の約3%)で、前年より7名増加しました。旭硝子では引き続き、グループビジョンでかかげる「ダイバーシティ【多様性】」の推進、また多様な人材の確保・活用等の観点から、女性の雇用と登用を進めていきます。

Action

次世代リーダーを育成する
ダイナミックリーダーシップセッション(DLS)

これからのAGCグループを担う人材を、グローバルな視点で育成・強化しています。

DLSは、グローバルに活躍できる次世代リーダーの育成と強化を目的に、AGCグループ固有のリーダーシップや価値観を学ぶことに主眼を置いた中堅管理職対象のプログラムです。第2回目となった2005年のDLSには、さまざまな職務分野や国から27名が参加。約5カ月間、通常業務と並行して行われるグループワークで経営課題を洗い出し、それに対する解決策とともに経営トップに対して発表を行いました。

プログラムの修了者からは、「グローバルな視点で考えることの重要性を身に付けた」「AGCグループには驚くほど幅広い技術・能力が存在している」といった感想が聞かれ、ダイバーシティがAGCグループの活力の源泉であるという再確認が広がっています。AGCグループでは、今後もグローバルベースでのリーダー人材開発の取り組みを強化していきます。



DLSの様子

■ 高齢者の雇用

旭硝子では従来から、専門性や技術・技能の活用と人員補強の観点から、会社として雇用する必要性の高い人材を60歳の定年退職後も再雇用してきました。これに加え2006年4月からは、「高齢者雇用安定法」の改正をうけ、労使協定に定めた継続雇用選定基準を満たしている一般社員を、定年退職後も継続再雇用する制度を導入しています。

さらに今後は、従業員の意識や価値観の変化・多様化が見込まれるとともに、技術や技能の伝承等に関わる現場のニーズや、公的年金の支給開始年齢の引き上げ等による社会的要請が高まることも予想されます。このような変化も視野に入れながら、60歳以上の方の活躍の場をさらに広げるべく、精力的に検討を重ねています。

■ 障害者の雇用

旭硝子では、「ダイバーシティ【多様性】」推進の観点から、障害者の雇用拡大への取り組みをより進めます。2006年12月末時点の障害者雇用率は1.54%で、前年より0.03%上回りましたが、法定雇用率1.8%を残念ながら達成できていません。今後も旭硝子の事業所や特例子会社である旭

障害者雇用率の推移

| 年度 | 障害者数(実数) | 雇用率 |
|-------|----------|-------|
| 2002年 | 91 | 1.67% |
| 2003年 | 82 | 1.64% |
| 2004年 | 87 | 1.60% |
| 2005年 | 82 | 1.51% |
| 2006年 | 83 | 1.54% |

硝子サンスマイル社での雇用の拡大ならびに、職業安定所などの関係機関との連携を通じて、雇用率の向上に努めていきます。

■ ワーク・ライフバランス

旭硝子の従業員があらゆる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や仕事と生活の調和のとれる働き方の実現に取り組んでいます。

また、育児休職制度、短時間勤務制度においては、従業員が仕事と子育てを両立できるよう、法定範囲を超えた制度により、従業員を支援しています。

さらに、2007年6月からは、従来の制度に変わる、より積極的な支援施策を開始します。

仕事と子育ての両立支援

これまで：法定範囲を超えた支援制度を運用

- 配偶者の就労状況を問わない育児休職制度
- 短時間勤務制度（1日最大2.5時間）
- コアタイムのないフレックスタイム制度
- 選択型福利厚生制度における育児施設やサービスの利用補助
- 復職後は原則として休職前職務へ復帰する制度

2007年6月以降：より積極的な支援制度を展開(予定)

- 育児休職の取得期間延長(1年6カ月から、子が1歳に到達した直後の4月末日まで延長)
- 育児のための短時間勤務の取得期間延長(小学校3年を満了するまで)と複数回取得可能
- 時間外・休日労働の上限設定(0時間の設定も可)
- 短期育児休暇制度の導入
- 退職者登録制度の導入
- その他、これらの制度取得を後押しできるマネジメントの浸透、専用パンフレット・WEBサイト等による職場環境・風土整備のPR活動推進、管理者向け研修の設置、総務人事部門と職場の連携強化も順次実施する。

Action

特例子会社 [旭硝子サンスマイル社] (日本)

旭硝子サンスマイルはダイバーシティの観点から、障害者を雇用対象として2002年に設立された特例子会社です。設立以来、勤労意欲の高い従業員が働きやすいよう、旭硝子本社はもちろん神奈川地域就労援助センターとも連携しながら、協力体制を構築してきました。現在18名の従業員が、京浜工場、モノづくり研修センター、中央研究所などの清掃業務を中心に働いています。旭硝子の障害者雇用率は法定雇用率1.8%にはまだ達していません。今後も引き続き業務と人員の拡大に努めていきます。



「窓ガラスは指紋などが付きやすいので、一枚一枚丁寧に拭いていきます」
(京浜工場研究開発棟)



「最初は大変だったけど、慣れると広いフロアも一人で大丈夫」
(京浜工場研究開発棟)

京浜地区の独身寮、京浜工場、モノづくり研修センター、中央研究所では、旭硝子サンスマイル社の社員も活躍しています。

従業員の働きがいと誇り

■ ワークライフ・バランス（続き）

従業員の仕事と介護の両立についても、積極的に支援しています。

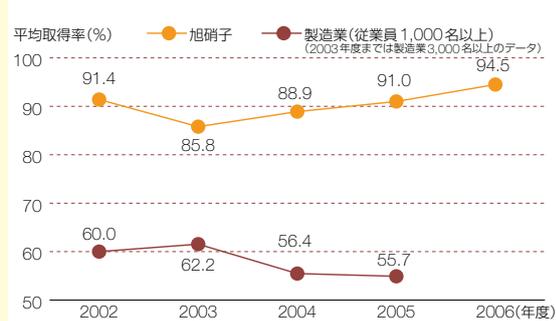
仕事と介護の両立

- 要介護者1人につき1年を上限とする介護休職制度および短時間勤務制度(要介護者が介護を必要とする状態に至るごとに2回まで取得が可能)
- コアタイムのないフレックスタイム制度

年次有給休暇については、取得促進に努めた結果2006年度の取得率は94.5%（組合員平均）となり、前年より3.5ポイント向上しました。

また、ワークライフバランスの促進や、過重労働による健康障害防止のため、労働時間の管理と水準の適正化に向けて、IDカードを利用した滞在時間の把握など労使一体となって取り組んでいます。

年次有給休暇平均取得率の推移



■ 人材開発

AGCグループにおけるカンパニー制やグローバル体経営制の推進には、グローバル体経営を担う人材、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^{※1}や各種研修とあ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。

※1 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

新人材開発体系の重点課題

経営人材開発

グローバル・カンパニー制による連結グループ経営組織において、事業経営を担う高度経営人材の開発

技術・技能人材育成

新たな価値創造と競争力強化のための、技術・技能の強化と伝承を担う技術者・技能者の育成

エキスパート人材育成

経理財務・法務・総務人事・資材物流・販売マーケティングの分野において、「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】」を担うエキスパート人材の育成

社員階層別教育

旭硝子の従業員として、階層別に要求される共通能力・知識・価値観の養成

Data

旭硝子の雇用関連データ

社員数(2006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 | 女性の比率 |
|--------|--------------------|-------|-------|-------|
| 役職者 | 1,679 | 55 | 1,734 | 3% |
| 一般社員 | Eコース ^{※2} | 65 | 643 | 10% |
| | Sコース ^{※3} | 31 | 3,105 | 1% |
| | Cコース ^{※4} | 362 | 374 | 97% |
| | 小計 | 3,664 | 458 | 4,122 |
| 合計 | 5,343 | 513 | 5,856 | 9% |

※2 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。

※3 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。

※4 C (Clerk) コース：正確かつ迅速な事務的業務を担う。

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 |
|-------|-------------------|----------|
| 2002年 | 35名 ^{※5} | 1名 |
| 2003年 | 31名 | 1名 |
| 2004年 | 40名 | 1名 |
| 2005年 | 29名 | 1名 |
| 2006年 | 30名 | 3名 |

※5 うち1名は男性

その他の雇用データ

| | 男性 | 女性 | 全体 |
|-----------|-----------------|--------|--------|
| 平均年齢 | 42.2歳 | 36.8歳 | 41.8歳 |
| 平均勤続年数 | 19年7カ月 | 12年7カ月 | 18年7カ月 |
| 平均時間外労働時間 | 20.2時間/月(組合員平均) | | |

■ キャリア開発

旭硝子では、従業員自らが希望して専門性を活かせる仕事に就くことで、新規事業や強化すべき業務への適材配置を行い組織の活性化を図るため、「チャレンジキャリア制度」を設置しています。

また、高度な技術・技能の専門性を有するものを適正に活かし、評価するための制度として、「プロフェッショナル制度」と「マイスター制度」も設置しています。

チャレンジキャリア制度

- 人材公募制度：毎月1回各部門が公募を実施する職種に社員が応募する制度
- 希望職務エントリー制度：社員が希望する他部門の職務を自由に登録し、個別に選考を行う制度

プロフェッショナル制度

- 極めて高度な技術・専門性を有する役職者を高度専門スタッフとして活用し、適正に評価・処遇する制度

マイスター制度

- 極めて高度な技能・知識を有する技能者を高度熟練技能者として活用し、適正に評価・処遇する制度

■ 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。労使の交渉では、会社と組合が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。これまで、一般社員の労働条件等について、交渉を介して決定してきました。

また、平日頃からのオープンなコミュニケーションに加え、経営トップと組合役員による協議会を、年2回以上常設しており、事業経営全般にわたって意見を相互交換する場としています。

■ 人権啓発・セクシュアルハラスメント対策

AGCグループでは、「AGCグループ企業行動憲章」に定めた「人間尊重」の原則に基づき、人権を尊重し、差別や強制労働、児童労働を認めず、人権侵害に加担しないよう行動し、これらの遵守に努めています。また、経営トップによる各事業所巡回や監査役監査等の機会を活用し、啓発を行っています。

旭硝子では、人権の尊重と差別の禁止については、行動基準や就業規則にも明記し、従業員の基本的義務として研修などを通じて周知徹底に努めています。また、人権啓発室を設置し、差別のない健全な職場環境の確保に取り組んでいます。セクシュアルハラスメントについては、「セクシュアルハラスメント防止規程」を定めているほか、問題を早期発見するため、被害者に配慮した社内外の相談ルートを整備しています。万が一、このような問題が発生した場合には、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啓発を促していくこととしています。

Challenge

- グローバルベースでの人材マネジメントに関する制度基盤の整備
- 事業と社会のニーズを踏まえた多様な雇用施策の検討
- 連結対象国内関係会社の人材育成施策の充実化

Action

[グラバーベル・サレルノ社] (イタリア)がSA8000を取得

2006年5月、イタリアのグラバーベル・サレルノ社が、国際規格SA8000を取得しました。この規格は、児童労働や強制労働・低賃金労働・懲罰・長時間労働・雇用差別などの撤廃、労働者の健康と安全の保障や結社の自由・団体交渉権の保障、そして良好な労働環境のマネジメントシステムの構築を目的としたものです。

SA8000の認定を受けるには、審査登録機関の厳格な調査を受け、すべての基準をクリアしなければなりません。この認証の取得は、企業にとって社会的な信用を高めるという点で有利とされており、グラバーベル・サレルノ社では、良好な職場環境づくりという目標の達成にも効果があると考えています。現在、イタリアにある他のグラバーベルの生産拠点でも、SA8000認証取得に向けた取り組みが展開されています。

グラバーベル・サレルノ社では、イタリアの他の生産拠点に先駆けてSA8000を取得しました。



グラバーベル・サレルノ社のコンプライアンス委員会メンバー



ステークホルダーダイアログ

多様な文化の壁を越えて、AGCグループとして一体感を持つ。

そのためにAGCグループがかかげるグループビジョン“**Look Beyond**”および4つの価値観を異文化ダイバーシティの中で本当に浸透させるにはどうしていくか。

2007年4月10日に開催したステークホルダーダイアログでは、「ダイバーシティー異文化コミュニケーション」というテーマを中心に、ステークホルダーの方々と意見交換を行いました。

参加者

| | |
|--------|---|
| ・久米昭元氏 | 立教大学大学院 異文化コミュニケーション研究科 教授 |
| ・筑紫 透氏 | 株式会社ゼネラル・プレス SC事業本部 企画調査室 主任研究員 |
| ・堀井紀子氏 | NPO法人 GEWEL 代表理事 |
| ・松永達也氏 | 日本アイ・ピー・エム株式会社 執行役員インダストリアル・サービス事業担当 |

社内出席者

| | |
|-------------|-------------------|
| ・ユニス・チャン | 板ガラスカンパニー |
| ・ラズミック・バリアン | 自動車ガラスカンパニー |
| ・平岡茂樹 | 化学品カンパニー |
| ・平田泰稔 | 上席執行役員 グループ人事企画室長 |
| ・遠藤明男 | 上席執行役員 社会環境室長 |

相互理解のためのダイバーシティの考え方 地球上には65億のダイバーシティがある

遠藤：AGCグループは、2002年にグループビジョン“Look Beyond”および4つの価値観をかかげ、全従業員が共有すべきものと決めました。その1つに「ダイバーシティ【多様性】」を定めています。真のグローバル優良企業になるためには、一体感を築くことが必要ですが、多様な文化の中で、いかに浸透させるかという「ダイバーシティの中でのコミュニケーション」という問題に直面しました。さらに、本当に付加価値を生むダイバーシティのあり方、および施策は何かという課題が挙がりました。

現在、AGCグループにおける海外生産高は全売上高の半分を超え、日本から海外に相当数の従業員を派遣しているほか、海外から日本に赴任している従業員もいます。こうした状況で、グループ内のコミュニケーションを高め、風通しをよくし、異文化の壁を越えていくこと、また国や地域を越えて人材をマネジメントする仕組み、育成するプログラムが必要という問題認識を持ち、それぞれ施策を立てて、推進しております。そういうことで、今回、「ダイバーシティ」とりわけ「異文化でのコミュ

ニケーション」をテーマとさせていただきます。よろしくお願いいたします。

平田：AGCグループは2002年に擬似カンパニー制を取り入れ、カンパニーごとにグローバル一体経営を進める体制に切り替えました。その際、板ガラスカンパニーと自動車ガラスカンパニーのプレジデントに日本人以外が就任。これは企業風土を大きく転換させる出来事になったのではないかと考えています。現在、AGCグループ全体で54,000名の従業員が働いており、人員構成で見れば日本は3割ぐらいで、残りは欧州・米国・アジアという構成です。

久米：職場における異文化コミュニケーションについて、私はどちらかといえばコミュニケーションがうまくいかないほうが普通だと考えています。文化はそれぞれ歴史があるわけで、グローバル化といってもすぐ変わらないのが当たり前だと思います。人はみな同じだと思っていると少しの違いが目立つ。違って当たり前とってい



ると意外と共通点が見えてくる。「共通であり同時に違う」ということを意識しながらコミュニケーションすることが重要ではないでしょうか。

堀井: 久米先生がおっしゃるように、ダイバーシティを日本語では「多様性」と訳すので、違いばかり強調されがちですが、「どこが違う、どこが同じか」を見きわめて理解することが基本。そして、ダイバーシティの単位は個人なので、地球上には65億個のダイバーシティがあると思っています。だからこそ、どうまとめるのかがとても難しい。



筑紫: 大前提として、コミュニケーションはそもそも難しい、違って当たり前前ということがあるかと思いません。旭硝子が、日本企業ということで、非常に何かが違うとか、やっていることがうまく理解できないと

いった違和感をお持ちになることはおありでしょうか。パリアンさんいかがですか。

パリアン: 私は、日本に赴任して約5年になりますが、日本がユニークだとは思っていません。日本に限らず、異文化を受け入れるために重要なことは「なぜそうするのか」を理解することだと経験上思っています。コミュニケーションでは、How To(どうやって)にいきがちです。まずWhy(なぜ)を理解してもらえればHow Toも理解が進むと思います。「異文化」を理解するには時間がかかります。実際にその国で生活してみなければ分からないことも多くあるはずで



平岡: 私は2005年まで5年間イギリスに赴任しておりました。現地の従業員と接する時に心掛けたのは、第一にあるがまま受け入れること。そして、さまざまな主義主張、考えが混在している中で仕事をするには、「なぜ・どうして」をとことん話し合い、納得してもらわなければ何も始まらないことに気がきました。情熱を示して本音で向き合えば必ず通じます。そして、日本に帰ってきてても同じような状況を感じるがあります。つまり、ダイバーシティは何も国際的な理解に限るものではないということですね。

グループで一体感を持つための方針共有・浸透 重要性なのはFace to Faceのコミュニケーション

堀井: 多様な従業員が働く中で、AGCグループが共通のゴールに向かって進むためにも、“Look Beyond”というグループビジョンで「価値観」という概念を出したのはすばらしいと思います。その価値観に共感する人が増えることが大切です。その意味で、従業員の多くが「そうだ、そうだ」と思える感情的な共通項があると伝わりやすいのではないかと思います。つまり、従業員個人の価値観と会社のビジョンに接点を作って、ここで合致しているから自分は会社のこの分野で貢献したいと思わせる気持ちを、いかにかき立てられるかが大切ではないでしょうか。旭硝子は、その浸透化のツールとしてCSR Book、和英併用の社内報を作り、全員に配布し、経営トップが巡回して直接対話を繰り返しているとのこと、大変よいことだと思います。



チャン: 私は、上海事務所に勤務していた時に“Look Beyond”についてのQ&Aブックを中国語に翻訳するプロセスに携わったことがあります。“Look Beyond”という英語のメッセージをどうやって中国語にするかというだけでなく、「多様性」のように漢字で書かれている言葉もそのまま中国語で通じるのか、通じないならどういう中国語にするか、とても悩みました。そこで心掛けたのは、コミュニケーションです。本社の方と連絡を取り、とことん話を聞いてグループビジョンを自分で理解したうえで自ら中国語に訳す。それを翻訳者に読んでもらい校正する、という作業をした

経験から、コミュニケーションの過程がとても大事だと思いました。

パリアン: 経営者の考えや言葉は、そのまま現場に通じるとは限らない。だからこそ、コミュニケーションは重要だし、それは双方向であるべきだと思います。自動車ガラスカンパニーでは、Asahi Wayという方針で、国を越えてベストプラクティスをベンチマークする活動をしています。ベストプラクティスとしたことで、コミュニケーションが円滑になっています。また、グローバル一体感を作るという意味で、和英併記した社内報「AGC Today」は大変な成功であると感じています。

久米: 紙媒体やEメール等のコミュニケーション手段がありますが、グローバルに浸透させるにおいても、やはり直接面と向かって話をする、Face to Faceが一番重要だと思います。コミュニケーションは双方向で築き上げていくものだからです。手間をいとわない気持ちが大切ですね。そして、やる時は一斉にやるのが大事です。

平田: 実は、今年から表彰制度を変えました。グループ全従業

員が、“Look Beyond”の価値観の日常業務への落とし込み方を、具体的にイメージできるよう、4つの価値観に沿った活動を全世界から応募してもらって、よい事例をたくさん集めて表彰し、それを冊子にまとめてグローバルに共有するようにしました。これで、より一層グループの価値観の理解が進み、円滑なコミュニケーションのベースとなることを期待しています。



松永: IBMでは、従業員が共有すべき価値観をIBMers Valueとしてかかげています。これを何十カ国もの言語に翻訳するのはもちろん、バリューを実現させるためのアイデアを各国で議論しました。そこでも

しろかったのは、バリューの実現に何を变えるべきかを投票したんです。すると、トップに挙がったのが給与でも人事制度でもなく、よりよい上司の存在の必要性でした。そこで、「上司の評価」制度を世界的に導入しました。さらに日本では、このような仕組みだけではなく、「思いやりをもって」というテーマで、約1,800名の経営層を対象にFace to Faceの集合研修を実施しました。仕組みで進める部分と気持ちで進める部分の両方が必要ですね。

筑紫: 国籍に関係なく、よい方法を世界で共有することは重要なポイントだと思います。

一方で、地域や国ごとの事情への配慮も大切であるということですね。

グローバルな人材戦略としてのダイバーシティ

松永: IBMでは、ダイバーシティは「戦略」であると位置付けています。活動の始まりの頃は機会均等という考え方が主流でしたが、現在は人材の多様化が新しい発想や革新的なアイデアを引き出せるという方向に変わっています。一方、これらの因果関係を理論的に証明することは難しい。むしろ、ダイバーシティの重要性をとことん信じることのほうが大切だとも言えます。

堀井: 人材戦略の観点から、ダイバーシティを推進する意味は、優秀な人を選ばれる会社になることだと思います。AGCグループは、日本企業としては珍しく共有すべき価値観の中にダイバーシティをかかげているというお話があり、すばらしいことだと思います。この部分をアピールできる会社になっていただいで、ブランド力を高めていっていただきたいです。経営者の皆様には、ダイバーシティがなぜ経営戦略に関わるのかをグローバルな人材戦略の中で整理して、発信されてはいかがで

しょうか。今以上に、個人の考え方を尊重して人を大切にする企業文化を築いていくことを期待しています。

松永: 議論をうかがっていて、IBMもAGCグループも世界で1つに統合された企業(Globally Integrated Enterprise)になる必要性を強く感じました。それには世界中から経営の状況が見える仕組みがまず必要。その仕組みのうえで適材適所をグローバルに展開するということです。適材適所をグローバルに行っていくには必然的に人材を多様にしなければなりません。企業として多様化を推進する以上、仕組みはやはり必要だと思います。

まとめ コミュニケーションの向上のためにさらに努力

平田: 本日は、貴重なアドバイスをいただきありがとうございました。

お客様のグローバル化が急速に進んでおり、ビジネスそのものが世界の中で仕事をしていかないと生き残れないという状況となっています。

私たちは23カ国で事業展開していて、優秀な人材が世界中にいることは間違いありません。AGCグループがグローバル優良企業として発展していくためには、その従業員が、価値観を共有し、企業価値を高める活動に積極的に参画してもらえらる仕組みやマネジメントを早急に確立していく必要があると考えています。

本日のお話にもたくさん出てきましたが、そのキーワードは「コミュニケーション」です。グループ内でのコミュニケーションを活発化し、相手の立場を尊重しながら言いたいことを言える風土を作るのが私たちの責任だと思います。まだまだ途上ですが、これをぜひ進めていきたいです。



遠藤: 皆様からさまざまなご意見をいただきありがとうございました。

本日の議論で、コミュニケーションで企業理念を共有し、ダイバーシティを活かしたグローバルな人材育成と処遇を通じて、企業価値の源泉である「従業員の働きがいと誇り」を高めることが、持続的に成長するためには不可欠であることを再認識しました。私たちの向かっている方向に自信が持てました。

“Look Beyond”というビジョンを制定した当初は、その浸透に苦心しましたが、ここ2年でようやく成果が見えてきました。手間をいとわず本気で向き合うこと、これ以外に近道はありません。今後も“Look Beyond”を追求し続け、社会から信頼され、持続的成長を期待される企業グループを目指します。



企業倫理を高め信頼を深める

Concept

公正で透明な企業活動で
AGCグループの信頼を深める

AGCグループでは、グループビジョン“Look Beyond”の共有すべき価値観の1つである「インテグリティ【誠実】」の基盤となるコンプライアンスの浸透を図るため、行動基準の周知・徹底、ヘルプラインの活用、誓約書の提出の3点をベースに、日本・アジア、欧州、北米のコンプライアンス委員会が中心となって、さまざまなコンプライアンスプログラムを展開しています。また、日本・アジア、欧州、北米の3地域の監査部門が各カンパニー・関係会社等に対してコンプライアンス監査を実施し、コンプライアンスプログラムの改善にも取り組んでいます。

これらの活動を確実に実行することにより、AGCグループの信頼を深めていきます。

Approach

AGCグループ一貫で
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体制

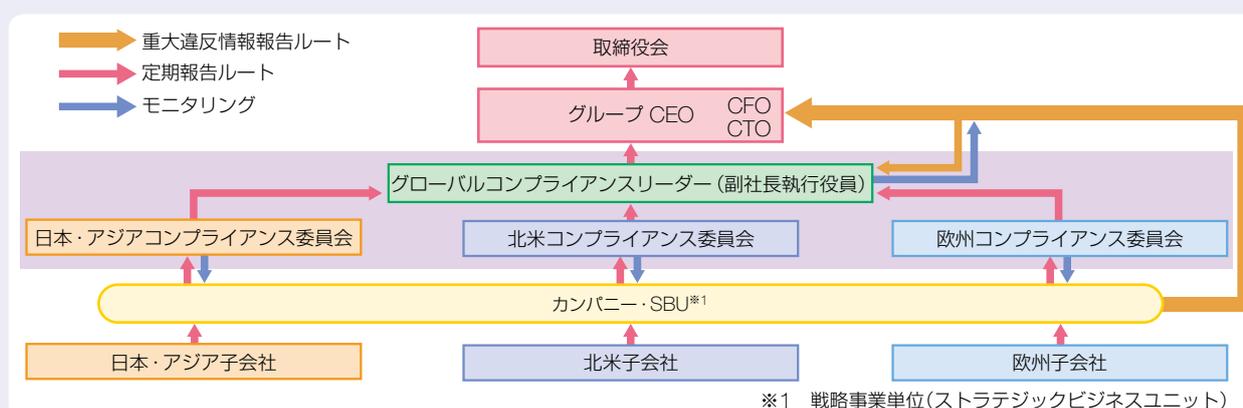
AGCグループ全体にコンプライアンスを浸透させるため、下図のようなグローバル一貫となった体制のもと、コンプライアンスプログラムを展開しています。

また、万が一、重大なコンプライアンス違反が起こった場合には、違反情報把握システムによって速やかに経営トップへ情報が報告され、迅速な対応をとるための体制を整備しています。

さらに、同システムでグループ全体のコンプライアンス関連情報を定期報告ルートで集約し、施策への反映・モニタリング等に活用しています。コンプライアンス関連情報は取締役会へ報告されるとともに、各事業部門にも共有され、部門内の施策にも活用されています。

グローバルコンプライアンス体制

AGCグループにおけるコンプライアンスプログラムの企画立案、実施、モニタリングを行う体制



■ グローバル法務管理体制

コンプライアンス体制の組織化に加え、2006年1月からグループゼネラルカウンセル(旭硝子法務室長)および地域ゼネラルカウンセル(欧・米統括会社法務部長)の任命、同年6月からの紛争・訴訟に焦点を当てた月報による経営トップへの報告体制により、グローバルでの重要な紛争・訴訟をスピード感を持って把握し、対処する法務管理体制を構築しました。これにより、グローバルベースの紛争・訴訟についてグループゼネラルカウンセルに情報を集約し、経営トップへ適時報告するとともに、地域ゼネラルカウンセルや関係事業・職能部門と連携して、AGCグループの法務リスク低減・内部統制改善を目指しています。また、コンプライアンスと同様に、日本・アジア、欧州、北米での法務問題対応を常時把握しており、地域ごとの特性を含め、これらの紛争等の状況を取締役に定期報告しています。

■ 行動基準

旭硝子行動基準は従業員が行動すべき指針を「インテグリティ【誠実】」および法令遵守の観点からまとめています。

この行動基準を基本として、AGCグループ各社も行動基準を制定しています。

行動基準の遵守を徹底するために、eラーニングや階層別研修、巡回教育等の周知活動も実施しています。

2006年からの主な活動

日本・アジア、欧州、北米の各コンプライアンス委員会事務局が集まり、AGCグループ共通の行動基準の作成に着手しています。

■ 誓約書

旭硝子では誓約書制度を導入しており、少なくとも年に一度は行動基準を読み直しコンプライアンスの観点から業務や職場を見直すきっかけとしています。

今後も、提出対象者をさらに拡大していきます。

2006年度の誓約書制度の導入実績

- 2006年度はパート・アルバイトを含む旭硝子全従業員へ提出対象者を拡大しました。
- グローバルでも誓約書制度を導入しており、提出対象者は2006年度でAGCグループ全従業員の42%に相当する約23,000名となっています。

■ ヘルプライン

旭硝子では、コンプライアンスに関して疑問に思うこと、分からないことがある場合の連絡窓口として、ヘルプラインを設置しています。また、社内ヘルプラインのほかに外部機関によるヘルプラインも設置して、従業員等が相談しやすいように配慮しています。相談者の秘密は守られ、相談者は不利益や報復を被らないように扱われます。

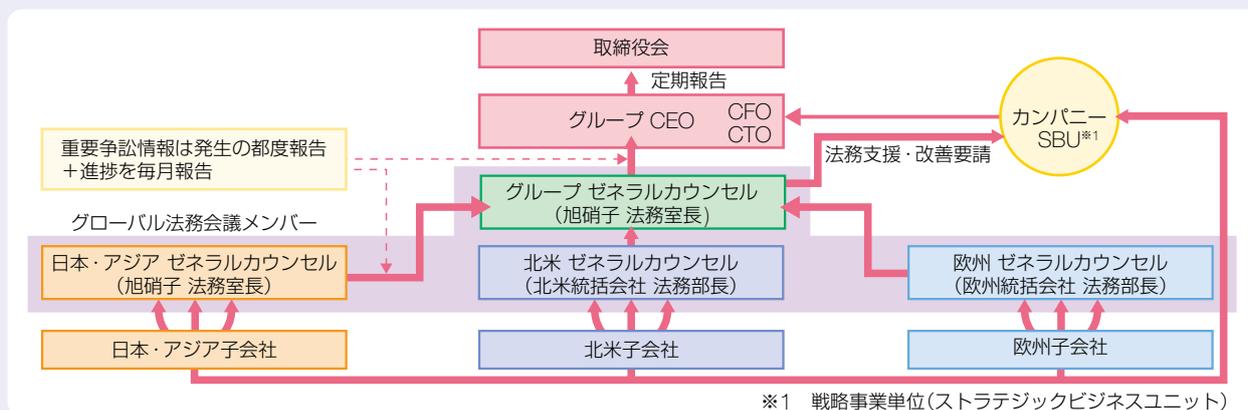
今後も、ヘルプラインが活発に利用されるよう、継続的に従業員への周知に取り組みます。

2006年度のヘルプラインの利用状況

- 2006年度の旭硝子ヘルプラインへの相談件数は55件でした。
- グローバルでも地域委員会または各社でヘルプラインを設置しており、AGCグループ全体では合計278件の質問や相談がありました。

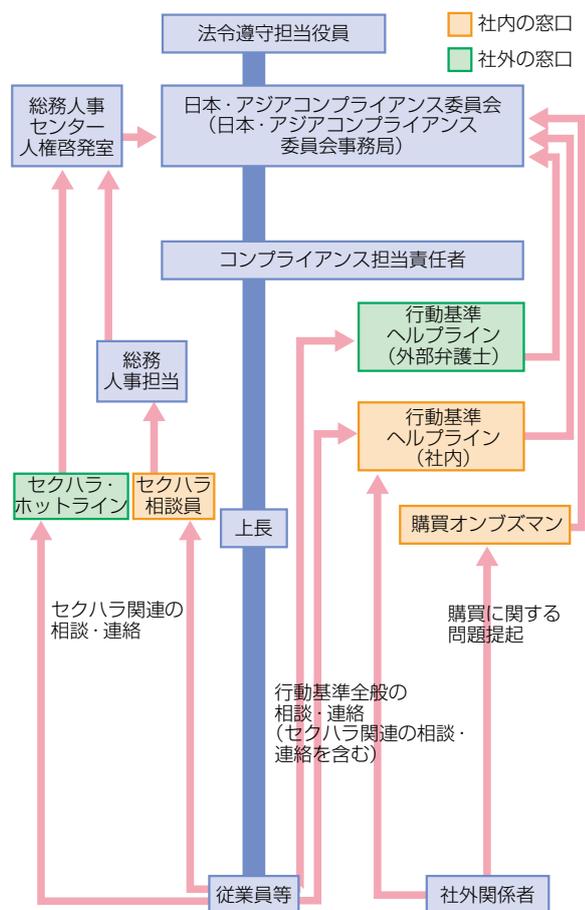
グローバル法務管理体制

AGCグループにおけるグローバルベースでの訴訟や紛争を速やかに把握・報告し、法務リスクの低減を図る体制



※1 戦略事業単位(ストラテジックビジネスユニット)

ヘルプライン連絡ルート(旭硝子)



※相談者が実名の場合は、経過や結果をフィードバックしています。

■ 情報セキュリティ

旭硝子では、グローバル優良企業にふさわしい水準で実現していくことを目指して、2001年に情報セキュリティ対策の基本的な考え方を示した「情報セキュリティ方針」

標準書」を制定し、それに基づいて機密情報を管理しています。AGCグループにおいても、旭硝子の「情報セキュリティ方針／標準書」や各種施策を展開し、情報管理のレベルを向上させています。

AGCグループが有する営業秘密は、貴重な財産であり、不正に漏洩、開示された場合、事業活動に多大な被害を与えることになります。また、情報化社会の進展が加速するなかで、AGCグループの情報、および情報資産を適切に管理することの重要性は、より一層大きくなってきています。情報セキュリティは、情報資産の適切な活用、管理を行うために、コンプライアンスプログラムの一環として活動をしています。

Challenge

AGCグループ全体で、コンプライアンス体制の基本となる「行動基準」「ヘルプライン」「誓約書」の整備が完了しています。今後は、これらのレベルアップやグローバルでの法務管理体制強化等を図ります。

- グループ共通行動基準への進化
- ヘルプライン活性化
- 誓約書提出範囲拡大
- グローバル法務管理体制のさらなる強化
- グローバルでの独占禁止法教育・監査の充実
- 情報セキュリティのさらなる向上

Action

eラーニングを活用し
コンプライアンスを全従業員へ周知・徹底

コンプライアンス巡回教育や階層・目的別の集合研修はもちろん、eラーニングも活用し、くり返し周知に努めています。

従業員へコンプライアンスの周知・徹底を図るために、AGCグループでは従来から教育・研修を実施しています。特に近年は、インターネットなどのIT(情報技術)を活かしたeラーニングという教育手法を利用することで、より多くの従業員に対して教育・研修を実施しています。設問はクイズ形式にしたり地域の特性にあわせた身近な事例を問題にするなど、従業員の受講のしやすさにも配慮。受講後には、設問ごとの正解率、具体的な解説、自由記入欄に書かれた疑問・質問の詳しい回答をフィードバックしています。AGCグループの信頼を深めていくためには、従業員一人ひとりのコンプライアンスに対する認識が重要です。さまざまな手法を効果的に活用しながら、今後も継続的な教育・研修を実施していきます。

2006年度のeラーニング実績(国内)

| タイトル | 対象 | 受講者数 | 内容 |
|----------------------|-------------------------------------|---------|--|
| コンプライアンスeラーニング | ●旭硝子(役職者、一般従業員) ●一部関係会社従業員 | 約4,000名 | 社内コンプライアンスの仕組み、人権教育(セクシュアルハラスメント・パワーハラスメント等)、行動基準の内容について(トラブルの再発防止) |
| 独占禁止法eラーニング中級編(事例学習) | ●旭硝子(役職者、営業業務従事者、その他) ●一部関係会社従業員 | 約5,200名 | 独占禁止法ガイドライン、カルテル(事業者間における価格・生産数量等の協定)について |
| 情報セキュリティ自己点検 | ●旭硝子(役職者、一般従業員) ●一部関係会社従業員 | 約3,400名 | 情報セキュリティ方針と組織、情報資産の取り扱い、物理的セキュリティ、紙と電子媒体の取り扱い、ウイルス対策、電子メール、ユーザーIDとパスワード、パソコンの設定、著作権と個人情報保護について |

AGCグループでは、欧州や北米においても各地域の特性にあわせてコンプライアンスや独占禁止法のeラーニングを実施しています。2006年度は、欧州で延べ3,900名、北米で延べ3,000名が受講しました。



社会と信頼でつながる 企業でありたい

Concept

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。

Approach

情報を適切に管理し、
誠実・公平に公開

広報活動

■ グローバルでの情報発信体制を確立

AGCグループは、グループの情報を正しく全世界に発信していくことが重要であるとの認識のもと、2007年1月に、「グループ・コミュニケーション・ガイドライン」を制定しました。旭硝子と日本・アジア、欧州、北米の関係会社広報担当者による連携体制を構築するとともに、グループ内外への情報受発信ルールを確立しました。

これに基づき、グループ全体で適切な情報開示や迅速な情報共有を行うことにより、企業価値の最大化とグループ一体経営のさらなる推進を図っています。

■ 会社情報の適時開示

旭硝子では、各事業部門および主要な関係会社から適時開示担当者を選任し、各担当者を通じて広報・IR室が情報を入手する体制を整備しています。そのうえで、定期的に適時開示委員会を開催し、経営会議や取締役会に付議する案件について、証券取引所の適時開示規則に基づく開示の要否を審議、判断しています。

■ ネガティブな情報の適切な開示

旭硝子では、土壌・地下水汚染のようなネガティブな情報(31ページなど)についても、ホームページやマスコミ発表を通じて適切に開示しています。事実関係を慎重に調査し、行政や有識者のご指導もいただきながら、迅速に事実を公表しています。

Action

グループ・ブランドを「AGC」に統一

旭硝子は2007年9月に創立100周年を迎えます。これを機に、グループ・ブランドを「AGC」に統一します。新しいブランド・ロゴを使用するほか、グループ各社は「AGC」を冠する社名に変更します。これにより、広範囲にわたるAGCグループの事業形態をステークホルダーの皆様に分かりやすく伝えると同時に、AGCグループ従業員54,000名の一体感を高め、グローバル成長戦略を加速します。

「AGC = 高い技術力・高品質な製品を提供する誠実な企業集団」と認識されるようなブランドを構築し、企業価値を最大化する壮大な挑戦です。

AGCグループの新しいロゴマーク



この新しいロゴマークは、AGCグループの力強さや存在感を表現しています。「G」の真ん中に朱色を配し、炎のようなエネルギーの象徴やアクティブさをデザイン化しました。2007年9月までに、グループ各社が使用するロゴを統一します。

IR(インベスターリレーションズ)活動

■ 多様な情報開示の場

AGCグループでは、株主や投資家の皆様へ会社の正しい状況を伝え、ご理解いただけるように積極的にIR活動を推進しています。

情報開示のイベント一覧

決算説明会の開催

本決算期と中間決算期に説明会を開催。第1四半期と第3四半期業績は、電話による会議システムで説明。説明資料は、ホームページに掲載。

会社説明会の開催

経営方針や戦略を経営トップが説明。説明資料は、ホームページに掲載。

国内外の機関投資家向けの活動

積極的に資金運用をしている国内外の機関投資家の皆様に対し、個別ミーティングやスモールミーティングを実施。

会社訪問の受入

会社を訪れる国内外の機関投資家やアナリストの皆様へ、経営施策・財務状況・事業動向などの概況を説明。2006年度取材対応件数は333件。

工場・研究所見学の受入

機関投資家やアナリストの皆様へ工場・研究所見学を受入。2006年度は、鹿島工場において見学および化学品事業勉強会を実施。



会社説明会の様子

■ コミュニケーションツールの発行

IR活動の一環として、主に株主や投資家の皆様を対象に、さまざまなコミュニケーションツールを制作・発行しています。

制作・発行しているツールの一覧

AGCレポート

投資家・アナリストの皆様やお取引先様向けの会社案内資料。経営方針・事業概要・業績概要を掲載。

フィナンシャルレビュー

投資家・アナリストの皆様向けの財務データ年次報告資料。

会社概要

投資家の皆様を対象にした経営方針・事業概要・業績・会社情報・製品情報の資料。ホームページに掲載。

財務データ集

投資家の皆様向けの財務情報。ホームページに掲載。エクセルデータとしてもダウンロードが可能。

事業報告書「投資家通信 AGC Review」

株主の皆様を対象に、AGCグループの事業や業績の概況を報告する資料(年2回発行)。

CSRレポート

すべてのステークホルダーの皆様を対象に、AGCグループのCSR活動を報告する資料(本レポート)。

ホームページ(<http://www.agc.co.jp/ir/>)

上記各資料をはじめとして、IRトピックスなどを紹介。全世界向けの情報発信ツールとして活用。

■ 公平かつ迅速に情報を開示

東京証券取引所の適時開示基準に基づき、迅速で適切な情報開示に努めています。また、適時開示情報はAGCグループのホームページにも同時に掲示し、公平かつ迅速に情報を開示しています。そのほか、個人投資家の皆様向けのコールセンターも開設しています。

Challenge

- グループ全体で適切な情報開示や迅速な情報共有を行うことにより、グループ一体経営のさらなる推進を図ること
- 各種ツールや説明会など、ステークホルダーの方々のコミュニケーションの機会を継続的に持ち、その声をグループ内にフィードバックしていくこと

Action

投資の判断材料にもなる 企業の社会的責任

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。旭硝子の株式会社は、日本では「モーニングスター社会的責任投資株価指数(MS-SRI)」をはじめとして、多くのSRIの構成銘柄に選定されています。また、グローバルでは、右に示すような著名なSRIインデックスに組み入れられています。

旭硝子の株式会社は、収益性や成長性だけでなく社会面も含めて高く評価される多くのSRIインデックスに組み入れられています。

旭硝子が採用されている世界的なSRIインデックス(2007年3月現在)

• Dow Jones Sustainability Indexes
ダウ・ジョーンズ社(米)とSAM社(スイス・SRI調査・格付け会社)により共同作成された指標



• Ethibel Sustainability Index
エティベル社(ベルギー)により作成された指標



• FTSE4Good
フィナンシャル・タイムズ(英国)とロンドン証券取引所の合併会社FTSEインターナショナルにより作成された指標





社会と共生する 善き企業市民としてできること

AGCグループは、責任ある企業市民として豊かな社会づくりに貢献することを目指し、さまざまな社会貢献活動を行っています。

芸術・文化活動

ガラスをテーマとした国内外展示企画への協賛を中心に芸術・文化活動を支援しています。

■ 2006年度の活動内容

- 現代ガラス美術館の黄金崎クリスタルパーク(静岡)での企画展に協賛
- フリーア美術館(米国・ワシントンD. C.)での「北斎米国展」に協賛



旭硝子賞受賞作品
作家：塚田美登里
作品名：静域

公募型産学共同研究制度 「旭硝子リサーチコラボレーション制度」

旭硝子は、社外ならでの新しい発想、知恵、アイデアを求めて、大学や公的な研究機関との連携をこれまで以上に強化し、共同研究を行う「旭硝子リサーチコラボレーション制度」を2004年から実施しています。この制度は、旭硝子のニーズ、シーズに基づいて設定した分野で公募し、応募された研究計画から共同研究テーマを選定、年間約2千万円の研究費を最長3年間支給するものです。選定に漏れた中から、優れた計画に対しては研究支援を行っています。共同研究で得た成果は、社内で積極的に活用し、新事業・新商品の創出に活かしていきます。

2006年度(第3回)の実績

■ 研究課題

- 超微細粒子を用いた材料開発に関する研究
- 当社提供のフッ素系化合物やフッ素系材料を用いた研究

■ 応募件数

- 49件

■ 採択研究課題

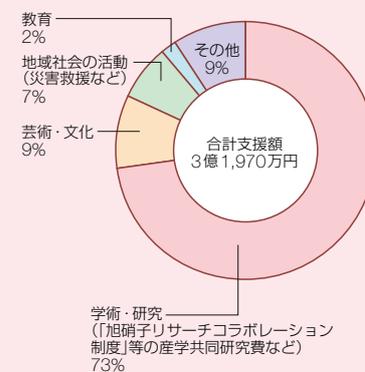
- 東京大学 生産技術研究所 立間徹 助教授「金属ナノ粒子と半導体ナノ粒子を用いた光機能材料の開発」

※フッ素化学関連の応募に関しては、本制度での共同研究案件として適当な研究課題設定ができなかったため、2006年度の採択は見送りました。

■ その他の研究支援

- 研究資金の支給(1件100万円)：5件
- 研究材料の提供：8件

旭硝子(単独)の社会貢献活動 支援額と分野別比率 (2005年12月期)



旭硝子が設立した財団による活動

旭硝子では、企業としての活動とともに、財団による社会貢献活動を展開しています。

■ 旭硝子が設立した財団法人

● 財団法人 旭硝子財団

〈沿革〉

1933年、旭硝子創立25周年(1932年)を記念し、「旭化学工業奨励会」として化学工業発展に向け研究助成をする財団を設立。1990年には、公益事業拡充を図るため「旭硝子財団」に改称。助成事業と顕彰事業を展開。

〈助成事業〉

2006年度実績：研究助成件数167件、助成総額2億3,500万円

〈顕彰事業〉

「人類がグローバルに解決を求められている課題への貢献に

対する顕彰」として、地球環境国際賞「ブループラネット賞」を贈呈。年に2件、各受賞者へ賞状、トロフィー、副賞5,000万円を贈呈。

● 財団法人 旭硝子奨学会

〈沿革〉

1957年、旭硝子創立50周年を機に人材育成を目的として設立。経済的支援を必要とする優れた日本人学生や外国人留学生に奨学金を支給。

2006年度実績：支給人数43名、支給総額4,700万円

● 旭硝子タイ財団／旭硝子インドネシア財団

〈沿革〉

1982年、旭硝子創立75周年を機に海外への利益還元を目的として設立。現地の高校生・大学生に奨学金を支給。

国内外における地域支援活動

従業員によるボランティア、交流イベント、地域清掃活動などを通じて、地域社会とのよりよい環境づくりを行っています。

■スポーツイベント「旭硝子杯 愛川少年野球大会」の開催 【旭硝子相模工場】（日本）

工場がある愛川町に加え、神奈川県6市町村から16チームを招き、2日間にわたって開催します。2007年で15回目を迎えました。



第15回愛川少年野球大会の参加チーム

■麻薬撲滅を目指し教育施設を支援

【AGCオートモーティブ・タイランド社】（タイ）

AGCオートモーティブ・タイランド社は、麻薬撲滅活動ホワイト・ファクトリー・プロジェクトに参加しています。麻薬を根絶するには子供たちに十分な教育環境を用意することが重要であるとの観点から、教育施設の建設・修理に従業員自らも参加。2006年は延べ150名の従業員が参加しました。



週末に現地へ向かい、泊まり込みで組み立てや建設を行う従業員

■植林活動で地域への環境負荷を低減

【AGCフラットグラス・タイランド社】（タイ）

2003年、AGCフラットグラス・タイランド社は、タイ国行政から環境に配慮した事業活動を高く評価され、クリーン・プロダクション賞を受賞。受賞で得た賞金を地域に還元すべく、植林活動を開始しました。CO₂を吸収する樹木を地域に増やし、事業活動が排出するCO₂の地域への影響を、少しでも低減しようと、2006年は1,000本の植林を行いました。



従業員やその家族、協力会社も当植林活動に参加

■工場見学会「オープンドア・デイ」の開催 【グラバーベル・クリン社】（ロシア）

2006年、従業員の家族や地域住民を招き、工場を見学してもらう「オープンドア・デイ」を開催。参加者からは、地球環境と従業員への配慮に感銘を受けた、との感想も聞かれ、来年以降も毎年開催していく予定です。



「オープンドア・デイ」の参加者たち

■地域への教育支援を目的に基金を設立

【旭硝子フィリピン社】（フィリピン）

旭硝子フィリピン社は、CSR活動を継続的に行うための専務機関として、旭硝子フィリピン基金を設立しました。近隣の未就学児を対象に教育支援を行うほか、中期的には、旭硝子フィリピンの事業に関連する職業訓練制度や、奨学金制度の実施を計画しています。

■持続可能な社会づくりに貢献

【AGCオートモーティブ・アメリカ社】（米国）

AGCオートモーティブ・アメリカ社では、AGCグループ環境基本方針のもと、自然環境に配慮して持続可能な社会づくりに貢献しています。長期的に行う活動としては、工場周辺の21エーカー（約85,000m²）に季節の草花を植えるなどして、野生生物の生息環境を保護する活動を始めました。

そのほかにも、アースデイ^{※1}に関連して4月を環境月間と定め、さまざまな活動をしています。2007年度は、オハイオ工場に30本以上のトウヒ（唐檜）を植えたほか、環境スローガンに従業員から募集するコンテストも開催し、全員参加を呼び掛けています。

※1 毎年4月22日のEarth Day（地球の日）は、環境問題への関心を示す行動を起こす日として世界各地で各種イベントが開催される。



保護区域に立てている看板



オハイオ工場の全部署が参加した植林活動の様子

CSRレポート2007についてご意見をいただきました



神戸大学大学院経営学研究科教授
こくぶかつひこ
國部克彦氏

本業と一体となったCSR経営

旭硝子のCSR経営の特徴はグループビジョンである“Look Beyond”がCSRの精神を体現しているところにあります。冒頭の門松社長のメッセージはCSR経営への意気込みを一人称で力強く伝えており、読者に信頼感を与えます。さらに、2007年に「AGCグループ企業行動憲章」を制定したことで一層の発展が期待できると思います。

本業を通じた環境・社会への貢献

旭硝子のこのような経営姿勢は本レポートの特集記事にも良く現れています。これらはすべて旭硝子の本業の最先端での環境や社会への貢献であり、“Look Beyond”の一環としても位置づけられていることがCSRの視点からは重要です。

誠実な環境報告

— 今後はセグメント別の情報開示の充実を

環境保全活動の報告では、主要課題に対する実績や活動内容を分かりやすく丁寧に説明し、ネガティブ情報も開示するなど誠実な情報開示の姿勢がうかがえます。

情報はグループとして集約されて報告されていますが、

さらにセグメントごとの情報が追加されていれば、旭硝子の事業をより立体的に理解できると思われます。例えば、旭硝子は事業分野が多岐にわたっているので主要事業領域ごとの環境保全活動に関する報告は情報ニーズが高いと考えられます。さらにグローバルな環境情報に関しても地域別の推移等を示すなど情報開示の充実を図る余地があります。

また、「AGC環境指標」という定量目標を持っておられますので、この比率の向上と具体的な環境保全活動を結びつけて報告するようにされれば、比率管理の効果が増すように思われます。

人間尊重を重視した社会報告

— 今後は具体的な目標への落とし込みを

旭硝子ではdiversityを人間尊重として広義にとらえ、積極的に推進する姿勢を見せていることは高く評価できます。ステイクホルダーダイアログも実施され、会社としての意気込みを感じさせます。今後はこのような方向性を具体的な目標に落とし込んで、できればPDCAサイクルを構築して活動を進めていけば、より充実した活動を展開できるのではないのでしょうか。

ステイクホルダーの声の反映

このように旭硝子のCSR活動は明確なビジョンに主導されています。今後は、幅広いステイクホルダーからより一層の情報収集を行い、自社の方針と常に照らし合わせながら、CSR活動の内容を点検していくことが、よりマテリアリティ（重要性）の高い行動に注力できる鍵になると考えます。今後の発展を期待しています。

ご意見をいただいて



旭硝子株式会社
上席執行役員
社会環境室長
えんどうあきお
遠藤明男

2007年度は、旭硝子の100周年に当たります。また、グループビジョン“Look Beyond”の追求がCSRの向上であるとして推進してきた、中期経営計画“JIKKO-2007”の最終年度に当たります。今回、そのプロセスと成果をできるだけ分かりやすく報告するとともに、昨年よりページ数を増やして情報開示に努めました。

一方、CSR推進を本業の中にしっかり根付かせるため、経営の責任として「AGCグループ企業行動憲章」を制定しました。また、これまでグループ報を英文併記にするなどして、グループビジョン“Look Beyond”の追求活動をグローバルにも浸透させてまいりましたが、今回、本レポートにおいてもグローバ



ジャパン・フォー・サステナビリティ
共同代表
えだひろじゅんこ
枝廣淳子氏

グローバルに広がるさまざまな取り組みを伝えるとともに、土壌汚染等のネガティブ情報も進んで開示するなど、誠実な姿勢に好感を持ちます。

CSRを会社の4つの価値観の柱でレポートする内容となっています。多様性の軸ではES調査を行い、課題を抽出し、それに基づく施策を行うなど、よい形でマネジメントサイクルが回っていることが分かります。

女性の雇用と登用についても、実績データをしっかり載せていることに好感を持ちます。「さらに進めていく」という言及の裏付けとして、今後の目標やそのための行動計画などもぜひ出してください。

環境に関しては、労働災害の報告がきちんとなされているところは大変よいと思います。また、優れた環境技術によるアサヒガードEシリーズなど、社会の要請がくる前に自ら手を打つ積極的な姿勢や、ガラスパワー・キャンペーンのように、多くの人々を取り込んで防災を進めようという動きなど、秀逸な取り組みがたくさんあります。

世の中の関心の高い温暖化に関しては、自社の環境技術を用いて社会の二酸化炭素排出量を削減するという間接効果の報告はさまざまにされており、素晴らしいと思いますが、同時に、工場や本社がどのような直接・間接的

な取り組みを行い、その実績をどう認識し、今後どのように取り組んでいく考えなのかについてもぜひ報告してください。

CSRでいう社会的側面に関しては、社員への取り組みについて詳しく述べられていますが、途上国を含むサプライチェーンをたどってのステークホルダーや人間以外の種を含む生態系、未来世代など、さらに広がりを持った社会的側面への視点を期待します。また、地域経済への貢献など、経済的側面についても述べてほしいと思います。

concept、approach、action、data、topicという分け方は、分かりやすくよい試みです。approachとactionの関連、actionとdataの関連性など、つながりをより分かりやすく出すこと、dataも数字紹介だけではなく、そのデータを会社がどのようにとらえ、どのような活動につなげようとしているかを出すなど、さらに改善・強化すれば、報告書のひとつのモデルになっていくでしょう。

また全体として、グローバルな取り組みも伝えつつ、しかし日本の読者が最も関心を持つ日本での取り組みや実績を分かりやすく説明し、日本での取り組み事例の紹介も増やすなど、日本を本拠地とするグローバル企業としてさらに工夫できたら、と思います。

トップメッセージにもあるように、環境経営は対話によって進化していくものです。本報告書も、開示やステークホルダーからの意見聴取というステージから、共創のステージへと進化していくことを強く期待しています。

ル企業として一体感をさらに深化・共有するため、積極的に海外の取り組みを紹介させていただきました。

しかしながら、弊社のビジネスモデルが、BtoB(企業間取引)であり、かつ素材・部材の製造会社であることから、まだまだ一般の皆様にはなじみが薄く、我々の取り組み内容も分かりにくい面が多いのではないかと悩んでいるところです。その中で「ガラスパワーキャンペーン」は、旭硝子として社会の皆様と直接触れ合えるよう、大変努力をした結果とご理解いただきたいと思います。

また社会貢献活動としては、業種の特性も考え、国内外とも学術振興と人材育成に重点を置いた基金活動を、継続的に行っ

ています。

地球温暖化に対する取り組みでは、代替フロンの開発や燃焼技術の改善などにより、京都議定書の基準を大幅に達成したと報告させていただきましたが、業界標準等がなく、達成度の定量的な相対評価を公表することは困難です。したがって、独自に「AGC環境指標」を設定し、環境基本方針にかかげているように、素材・部材のグローバル優良企業として最先端の成果を達成し続けるよう努力をしていきます。

第三者意見においてご指摘いただいた点はさらに検討し、ビジョンの追求活動を通して本業の中で確実に実を結ばせるよう努めてまいります。

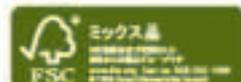


旭硝子株式会社

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(3216)5282 Fax03(3216)7801
e-mail:environment-society@agc.co.jp



2007年6月発行
（改訂版）発行2008年4月

料
金
受
取
人
払
郵
便

100-8784



東京都千代田区有楽町 1-12-1

旭硝子株式会社
社会環境室 行

(切手を貼らずにお
出してください。)

●差し支えない範囲でご記入ください。
※ご記入頂いた個人情報は、報告書の改善と粗品発送においてのみ利用させていただきます。
※粗品をご希望される方は必ずお名前とご住所をご記入下さい。

| | | | |
|------------------------------------|--------------------------------|--|-----------------------------------|
| お名前 | 性別 男・女 | 年齢 | |
| 〒□□□-□□□□ ご住所 | | | |
| <input type="checkbox"/> お客様 | <input type="checkbox"/> お取引先様 | <input type="checkbox"/> 当社事業所・工場近隣住民 | <input type="checkbox"/> 金融・投資関係者 |
| <input type="checkbox"/> 調査機関 | <input type="checkbox"/> 行政機関 | <input type="checkbox"/> 研究・教育機関 | <input type="checkbox"/> 報道機関 |
| <input type="checkbox"/> NPO / NGO | <input type="checkbox"/> 学生 | <input type="checkbox"/> 企業・団体の環境・CSR担当者 | <input type="checkbox"/> 従業員 |
| <input type="checkbox"/> その他() | | | |

このまま折らずに投函下さい。

「AGC CSRレポート2007」アンケート

より高い社会的責任(CSR)を果たす企業へ 皆様の声をよろしくお願いします。

「AGC CSRレポート2007」をご覧頂きありがとうございました。皆様の声を今後のレポートや企業活動の参考にしたい、郵送またはFAXにてアンケートへご協力下さい。

2008年3月末日までに送付頂いた方(除:AGCグループ従業員)の中から抽選で100名様に粗品を進呈いたします。

当選の発表は粗品の発送をもって代えさせていただきます。

FAX: 03-3218-7801 旭硝子株式会社 社会環境室 行

Q1 レポートのご感想をお聞かせ下さい。

●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. 良く整理されている 2. 整理されている 3. 普通 4. やや足りない 5. 足りない

Q2 興味をひいた内容に○を、改善を要する内容に×をお付け下さい。(複数回答可)

トップメッセージ / P3

AGCグループの事業と環境との関わり / P26

AGCグループのCSR / P7

環境活動 / P27

中期経営計画「JIKKO-2007」の進捗 / P9

労働安全衛生 / P37

AGCグループの事業の広がり / P11

保安防災 / P40

コーポレート・ガバナンス /
内部統制への取り組み / P13

従業員の働きがいと誇り / P41

特集1 / P15 特集2 / P17

ステークホルダーダイアログ / P47

特集3 / P19 特集4 / P21

コンプライアンス / P50

特集5 / P23

社会との協調 / P53

2006年度の課題・実績・評価と
2007年度の課題 / P25

社会貢献 / P55

第三者意見 / P57

Q3 AGCグループのCSRへの取り組みを、どう評価されますか?

1. 大変評価できる 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
評価の理由は何でしょうか?

Q4 AGCグループのCSRへの取り組みや事業活動について、 もっと知りたいことや期待されることをお聞かせ下さい。

ご協力ありがとうございました。