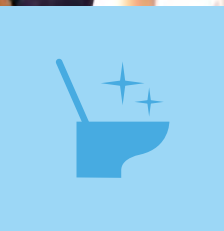
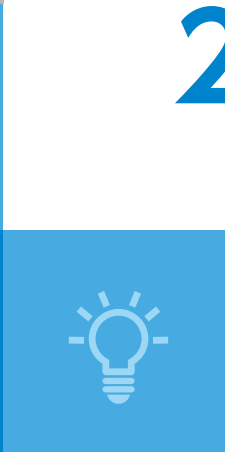
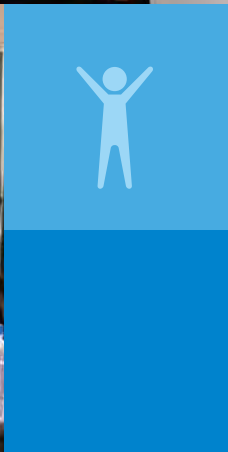


# 社会・環境報告書 2015

## ダイジェスト



あったら  
いいな  
をカタチにする

小林製薬

## 小林製薬のCSRとは

### 小林製薬グループのCSR活動

#### ● 事業活動を通じてお客さまに貢献

小林製薬グループでは、「人と社会に『快』を提供する」という企業理念や「あったらいいなをカタチにする」という企業ブランドスローガンのもと、お客さまが少しでも快適に暮らせるよう、常にお客さまの立場にたって、お客さまが困っていることを解決する製品を考え続けています。その実践が社会貢献そのものでありわたしたちのCSR活動だと考えています。

製品開発においては、製品が安全であることはもちろん、しっかりした効果を実感していただけること、誰にとっても使いやすいユニバーサルデザインであること、使用後も捨てやすくゴミも出にくいエコパッケージであることなど、お客さまにとっての“あったらいいな”をカタチにし続けることにこだわっています。

#### ● 地域社会・自然環境での「快」を追求

当社グループならではの視点で、地域社会、自然環境の中でも、さまざまな「快」を提供してまいります。

障がい者雇用を通じた地域社会への貢献を目的に、特例子会社「小林製薬チャレンジド（株）」を設立しました。また、長年にわたりトイレの快適を追求してきた想いを込めて、世界遺産にバイオトイレを、小学校に洋式トイレを寄贈しています。

その他にも、生産工程における使用エネルギーや廃棄物の削減、さらにリサイクルの推進など、自然環境保全にも努めています。

小林製薬グループはこれからも、健全な事業成長と社会的課題の解決の両立を追求し、お客さまにとって、地域社会にとって、自然環境にとっての「快」を追求し、全てのステークホルダーの皆さまから支持され、信頼される企業を目指してまいります。



小林製薬株式会社  
代表取締役社長

小林章浩

## 「ブルーレット」開発の背景

### ■ 「ブルーレット」開発の背景

#### ● 45年前のトイレ事情

昭和40年代（1965年～1974年）の日本のトイレは、水洗化率が20%程度で、汲み取り式が主流でした。「汚い」「暗い」「臭い」の3Kと呼ばれていた日陰の存在。トイレが今日のような快適な生活空間になっていくことなど、誰も想像していませんでした。一方欧米諸国では、既に水洗トイレは当たり前。バスルームに、バスタブ・洗面・トイレの3点セットが並び、壁はタイル貼りが主流の、清潔で快適な空間。海を隔てて大きな差がありました。



ブルーレットのロゴ

#### ● アメリカでの発見とひらめき

1965年、アメリカに留学していた小林一雅（現・代表取締役会長）は、これからは経済も生活文化も海外に目を向ける時代になると考え、現地のスーパーマーケットの調査や、地元の友人宅への訪問など、徹底して「アメリカの暮らし」を観察しました。そこで「住空間の一つであり、快適であるべき場所」とする「トイレ空間」の位置づけの違いを目の当たりにし、「やがて日本でもトイレの水洗化が進みアメリカのような洋式になり、快適な空間にしたいというニーズが生まれる」と直感しました。

#### ● 「ブルーレット」の誕生

そのころの日本は高度成長期にあり、団地の急増で大きく生活様式が変化していました。また、女性の社会進出が増加し始め、家事の効率化にも強い関心が寄せられていました。「トイレ掃除を簡略化でき、良い香りがする水洗トイレ用芳香洗浄剤は、生活者に受け容れられる」という確信から、新ジャンルを打ち立てる商品開発を目指しました。そして4年間の製品化に向けた研究を経て、1969年、初代「ブルーレット」が発売されました。それから45年がたち、現在ブルーレットブランドは13商品が発売されています。



初代ブルーレット

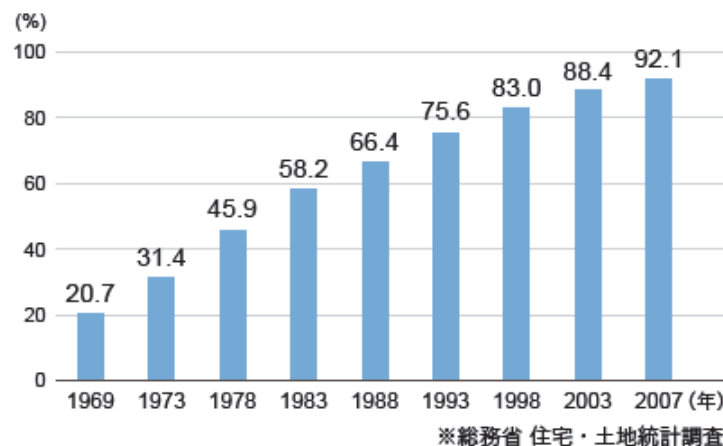


## ● コラム

### 【45年前のトイレ事情】

昭和40年代（1965年～1974年）の日本のトイレは、水洗化率が20%程度で、汲み取り式が主流でした。「汚い」「暗い」「臭い」の“3K”と呼ばれた日陰の存在。トイレが今日のような快適な生活空間になっていくことなど、誰も想像していませんでした。

トイレの水洗化率



## ■ 『ブルーレット』がギネス世界記録認定

小林製薬株式会社(本社：大阪市、社長：小林 章浩)は、1969年に初代ブルーレットを発売しました。2014年に45周年を迎えた「ブルーレットブランド」が、「最新の年間売上に基づく、水洗トイレのタンクに設置するトイレケアの最大ブランド※1」（2014年11月10日認定、2013年年間売上130億円以上※2）としてギネス世界記録R※に認定されました。「洗剤・日用雑貨カテゴリ」での売上No.1認定はギネス世界記録史上でも初の快挙となります。

1969年に発売されたブルーレットは、1960年代後半から1980年にかけての、水洗式トイレの急速な普及も追い風となり、順調に売上を伸ばしていきました。1986年発売の「ブルーレットおくだけ」や2001年発売の「液体ブルーレットおくだけ」など、お客さまのニーズに応えた商品開発によって売上を伸ばし続け、2002年には年間売上100億円を突破。今回の受賞に当たっては、2013年に販売していたブルーレットブランド（11商品）の累計売上金額138億円（期間：2013年1月1日～2013年12月31日）を証明として申請。ギネスワールドレコーズより正式に認定されました。

期間内記録対象商品：

「ブルーレットおくだけ」、「ブルーレットおくだけ漂白剤」、「無色のブルーレットおくだけ」、「ブルーレットPerfume」、「液体ブルーレットおくだけ」「液体ブルーレットおくだけアロマ」、「液体ブルーレットおくだけ除菌EX」、「ブルーレットドボン」、「ブルーレットドボン2倍」、「ブルーレットドボン漂白剤」、「ブルーレットつり下げ」

※1 正式英語記録名：「Largest in-cistern device toilet care brand by annual revenue - current」

※2 正式認定数値：13,813,455,655円

※ ギネス世界記録Rはギネスワールドレコーズリミテッドの登録商標です。

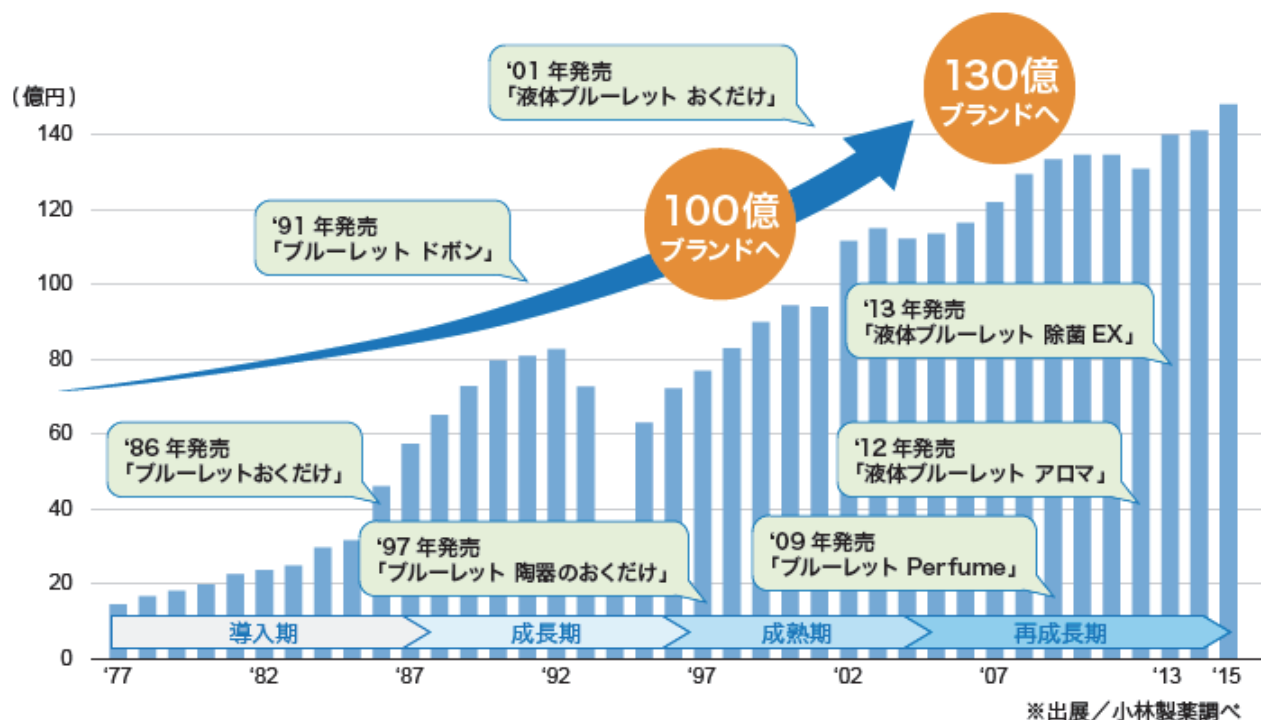


ギネス世界記録認定式

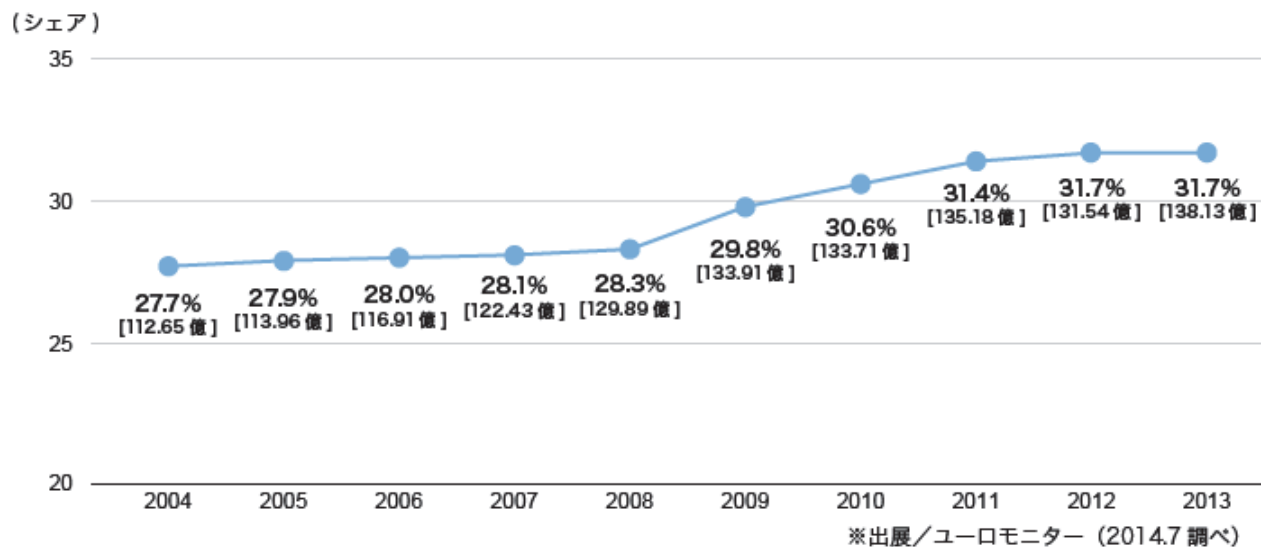


ギネス世界記録の正式カテゴリ名称

## ブルーレットの売上推移



## 過去10年のトイレタンク用洗剤におけるブルーレットの世界シェア（売上ベース）



### コメント



西川賢弥

#### 【マーケティング担当のコメント】

発売45周年を機に様々なことを調べた結果、ブルーレットはギネス世界記録に認定されました。これは、「トイレのキレイを簡単に保つ」というブルーレットの約束事を決して破ることなく、お客さまの生活やトイレスタイルの変化に合わせて、ブルーレット自身が変化を繰り返して新しい価値を提供し続けてきた事が、お客さまにご評価いただけた結果だと考えています。今後も約束事を守りながら変化を繰り返し、世界に恥じないブランドとしてお客さまに新しい価値を提供し続けたいと思っています。

## 品質保証方針・体制

### 品質の向上

#### ●「安心で安全な品質の確保」を実現するために品質における指針を制定

製品の開発において最も重視すべきは「安心・安全な品質の確保」であると考えています。信頼性保証本部を社長直下の組織として品質保証体制を強化し、さまざまな品質向上にむけた取り組みを行っています。

すべてのステークホルダーの品質に対する意識は年々高まっています。当社グループが製品やサービスを提供する上で遵守すべき品質における指針「品質保証方針」を制定し、全従業員がこれを遵守し日々の業務に取り組んでいます。

#### 小林製薬グループ 品質保証方針

私たちは、「品質は企業の命」の精神のもと、全社員が製品・サービスの品質向上に努めて、人と社会に素晴らしい「快」を提供します。

##### ① お客さま視点の品質

私たちは、お客さまとのつながりを大切にして、お客さまの声に真摯に耳を傾け、お客さま視点の品質を追求し続けます。

##### ② 満足を実感できる品質の追及

私たちは、「あったらいいな」を追求して、お客さまが満足を実感でき、使い続けていただける魅力ある品質にこだわり開発します。

##### ③ 「安心・安全」の製品と情報の提供

私たちは、環境の変化に敏感にキャッチして、お客さまが安全にご使用いただける製品とお客さまに安心していただける情報をわかりやすく提供します。

##### ④ 信頼に応える企業活動

私たちは、関連法規を遵守して、公正で透明性のある企業活動を行い、社会に対する説明責任を果たすことでお客さまの信頼に応えます。

### お客さま視点でのさらなる品質向上

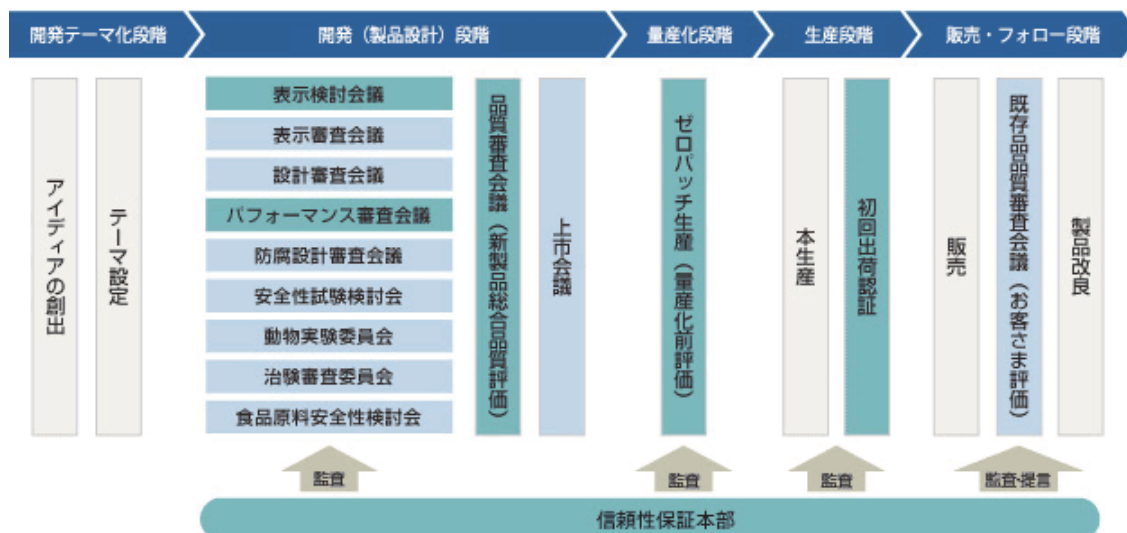
製品の開発から、製造、販売にいたるそれぞれの過程において、多くの意思決定が行われますが、それぞれの意思決定が正しく、適切に行われなければ、最終的な意思決定も正しくできず、品質も正しく保証できません。一つの製品を発売するには、全従業員が結集し、適切にリレーをする、つまり製品の品質は全従業員がつくっているということを全従業員が理解しなければなりません。この考え方を浸透させ、「品質保証方針」を確実に実行していくために、それぞれの組織や職能での責任と権限を明確にした「品質保証マネジメント規定」と「品質保証運用規定」も制定しました。

当社グループ全従業員が「品質は企業の命」を肝に銘じ、品質について十分に理解し、確実に実行することで、お客さま視点でのさらなる品質向上を追求していきます。



各種規定を制定

## 品質保証体制



## 開発（製品設計）段階

製品設計を特に重要視しています。設計に問題があれば、後工程をどれほど緻密に行っても品質問題を食い止めることはできないからです。大きな品質問題に繋がる項目については個別の会議体を設け、お客さまの視点に立ってあらゆる角度から複数の目で確認することで、スピード開発を行いながらも慎重に開発しています。

## 量産化段階・生産段階

開発から生産に移行する量産化段階では、安定した品質で量産できる生産条件を確立します。今後の生産がこの生産条件下で行われることになるので非常に重要な段階です。また、生産段階では、安定した生産が維持できるように、作業手順書の整備や機器・機械の調整、作業員への教育、環境美化などを行っています。改善活動も積極的に実施し、品質向上活動は日常的に行っています。

## 販売・フォロー段階

発売後は、お客様相談室にお客さまからの様々なお問い合わせやご指摘が寄せられます。これらは私たちでは気付かなかった貴重なご意見であり財産です。月に一度、「既存品品質審査会議」にてお客さまの声を開発側に提案し、容器形状やパッケージの表示を変更するなど製品改良に役立たせていただいています。

## 品質へのこだわり

## 富山小林製薬での取り組み



富山小林製薬

品質とは、お客さまの安心・安全を保証するものであり、製造部門では、いかに安定した品質を保てるか、同時にいかに効率化して利益を出せるかを常に追求しています。品質の追求においては、悪いものを「入れない」「作らない」「出さない」という3か条があります。「入れない」では、資材メーカーと品質改善を図り、「作らない」では、情報共有に注力しています。トラブル事例とその対策を報告したり、過去の事例を整理し、誰もがみれるような仕組みにしています。「出さない」では合格ラインの幅を狭め、異常値を検出しやすくしています。検出されたデータを解析し、工程規格の設定値に反映しています。

医薬品には、薬事法に則った品質基準がありますが、栄養補助食品には法的に定められた基準はありません。そこで富山小林製薬では、「日本健康・栄養食品協会」が発行している「GMP適合認定証」の審査を受け、認定を受けました。これにより、原料の受け入れから最終製品の出荷に至るまでの管理組織構築と作業管理（品質管理、製造管理）の実施、設備構造の構築が確認されています。

今後も製品の品質と安全性の向上を図っていきます。





目視検査行程



洗浄行程

#### GMP適合認定証

GMPとはGood Manufacturing Practice の略で「適正製造規範」といい、厚生労働省より、2005年2月1日付「錠剤、カプセル状等食品の適正な製造に係る基本的考え方について」（ガイドライン）が示されています。

そこで、原料の受け入れから最終製品の出荷に至るまでの全工程において、製品の品質と安全性の確保に努める必要があることから、適切な管理組織の構築及び作業管理（品質管理、製造管理）の実施（GMPソフト）と、適切な構造設備の構築（GMPハード）をしている工場に認定されるものです。

#### ■ 愛媛小林製薬での取り組み



愛媛小林製薬

愛媛小林製薬においては、『熱さまシート』や『サラサーティ』等の衛生用品を扱っています。それゆえ、厳密な安全衛生管理に取り組んでいます。資材メーカーと協力し、異物が入らない仕組みを構築すると共に、生産ライン投入前に最終検査を行い、それに合格した資材のみ使用するルールになっています。

また、人による異物やゴミの混入を防ぐため、生産ラインへ入る前には、クリーンルームで着替え、エアーシャワーで異物除去を行ってラインに入るなど、徹底した衛生管理を実施しています。このような検査や設備だけでは十分とはいえません。生産工程のポイントとなるところでは、人による目視検査を行うことで、万が一が起こらない体制を構築しています。

さらに、ヒューマンエラーをなくすことを目的に、指差呼称100%達成を目標に取り組んでいます。常に最高の品質をお届けするために、技術や設備、さらに人による管理という三位一体での品質管理を実施しています。



目視検査



指差し呼称の徹底によりエラーを防止

#### ■ 小林イグリンでの取り組み

小林イグリン（※）ではISO13485（医療機器品質マネジメントの国際規格）取得しました。『ウロバッグ』の納入先であるC.R.BARD社からの要請にお応えする形で、12年1月の現状確認から始まり、一から品質マネジメントシステムを作り上げ、品質維持体制のレベルアップを果たしました。

もともとは製造仕様書や手順書しかない状態から、小林イグリンの現地メンバーと小林製薬関係者が言語の壁を超え、規格の要求事項を理解して課題を一つひとつ潰し、一丸となって認証取得を実現した道のりは困難なものとなりました。



『ウロバッグ』の製造は、小林イグリンにとって欠かすことのできないビジネスです。今後も、この経験を通じて得られたであろう結束力に磨きをかけ、さらなる品質向上を追求していきます。

※ ピーティー小林イグリンインドネシアにある小林製薬グループの製造拠点。メディコンが医療機関向けに販売している採尿バッグ『ラウンドウロバッグ』を製造



ラウンドウロバッグ

## 開発現場の取り組み

開発現場では設計品質、性能品質、表示品質について議論を重ねながら品質担保の活動を進めています。開発者はお客さま視点での製品開発が求められますが、時として開発者の視点で品質の目標値を設定してしまいがちです。したがって、特に設計段階における設計品質の協議は非常に重要です。

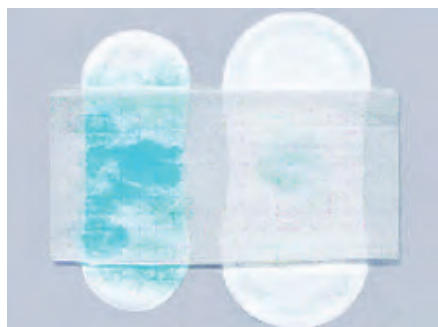
また、開発者が意識しなければならないのは性能品質（製品性能データ）です。データにはお客さまに製品の性能をわかりやすく伝えるためのデータと、学術的視点に立って有識者（第三者）に対して説明責任を果たすためのデータがあります。

いずれのデータも非常に大切であり、2つのデータの必要性をさらに開発現場に浸透させて品質の高い製品開発に取り組んでいます。

### ● 性能品質データ

#### おりものシートと『尿モレサラサーティ』で吸水力を比較

おりものシートと『尿モレサラサーティ』に、10ccの水分を吸水させた30秒後の吸水力を比較しています。ティッシュを表面に当ててみると、おりものシートの表面には、まだ水分が残っていることがはっきりわかります。



比較写真



おりものシート



『尿モレサラサーティ』少量用

## 通信販売の取り組み

お客さまに安心、信頼して購入いただけるように「栄養補助食品の着色料、香料、保存料の無添加」「配合成分・含有量の表示」だけでなく、医薬品との飲み合わせなどに対応した製薬会社ならではの専門の相談室を設置しています。

製品開発では、さまざまな成分に注目して、その有用性や安全性の研究を続けています。原料の選定、成分の処方や配合、飲みやすさにおいても妥協することなく検証を繰り返して製品化しています。また、製品の中身だけでなく、使い勝手も考慮して容器、包装を設計することも重要です。

品質については、医薬品並みの厳しい品質管理を徹底しており、「健康補助食品GMP適合認定証」を取得している工場、医薬品の製造管理基準であるGMPに準拠して、品質と安全性の確保に努めています。

また、より手軽に通信販売をご利用いただけるよう、1品から全国どこへでも送料無料でお届けし、お客さまに選んでいただける製品を提供するべく日々取り組んでいます。



有用性・安全性の研究

## もっと心地よく使える製品を目指して

### ■ ユニバーサルデザインについての取り組み

当社の製品は、他社にない特徴を持った製品が数多くあります。“あったらいいな”の製品を世の中に届けるべく開発を続けています。現在、日本では高齢化が進み、障がい者の社会進出が進むなか、世間全体としてバリアフリーが進んできており、なかでもユニバーサルデザインといわれる、「誰にでも使いやすく設計されたデザイン」の製品が増えてきています。このユニバーサルデザインの考え方で当社の製品を採点してみたところ、意外なほど、評価の低い製品がいくつか見受けられました。“あったらいいな”のアイデアやコストを考慮したゆえ、使用感や使いやすさが多少犠牲になった製品です。そこで、本来の意味での“あったらいいな”である、使用感や使いやすさといった点に注目し、製品の改良を行いました。

### ■ アイボンぴったりフィットカップの導入

『アイボン』の「アイボンぴったりフィットカップ」導入の背景には、現行のアイカップに対して「液漏れの不満を感じている」というお客さまの声がありました。開発にあたって、水泳ゴーグルを参考にし、強くあてても痛くなく、液漏れもしないカップを目指しました。構想から2年、30種類以上の試作品を検討し、完成した「アイボンぴったりフィットカップ」は大変好評頂いています。また、小林製薬初となるグッドデザイン賞を受賞することも出来ました。「カップのフチに色を付けることで、コンタクトを外した後でもフチが見やすく、液を注ぎやすい」というお褒めの声を頂くことができました。今後も、さまざまなお客さまに対し使いやすいデザインを目指して、さらなる改良を続けていきます。



アイボン

#### 改良前



固めの素材でフィットしにくく、液モレする場合がある

#### 改良後



目に接する箇所にゴム材料を使用し対応

### ■ 『ブレスケア』パッケージの見直し

『ブレスケア』のパッケージの見直しの際に、切り口がわかりやすいよう、マークと形を入れ、賞味期限や製造番号も、区別がつきやすいよう、表示している部分の下にガイドを入れております。また、開けづらく、閉めにくかったフタの部分については、片手でも開けられ、密封性を確保したものに變更しております。今後も、さまざまなお客さまが使いやすいデザインを目指して、さらなる改良を続けていきます。



ブレスケア



ブレスケア詰め替え用

### ● 切り口の改良

改良前



切り口がわかりにくい

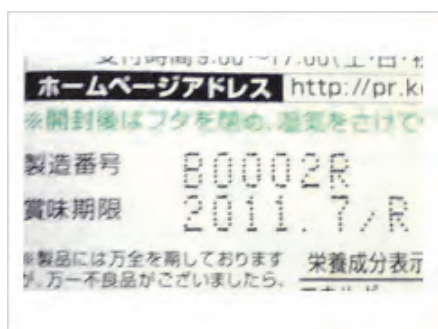
改良後



わかりやすいようマークと形を記載

### ● 賞味期限と製造番号

改良前



賞味期限と製造番号の区別がつきにくい

改良後



区別がつきやすいよう、  
表示している部分の下にガイドを挿入

### ● フタの部分の改良

改良前



開けづらく閉めにくい

改良後



片手でも開けられ、  
かつ密封性を確保したものに変更

### ● 詰め替え方法の改良

うまくできないといわれていた詰め替えについても、すばやくこぼれずできるような形状に変更しています。

## ■ カイロでつながるコミュニケーション

桐灰化学株式会社では、大阪府大阪市淀川区において、社会福祉協議会の協力を経て「カイロ勉強会」を実施しています。

ご高齢の方に対して、カイロの正しい使い方を説明し、コミュニケーションの場とする取り組みです。

勉強会の中で、参加者より「カイロの切り口がわかりにくい」「カイロの切り口が小さく、開けづらい」などのご意見をいただきました。さらに、文字が小さく、どこに切り口があるかわからない、といったご意見もいただきました。開けやすさを改善し、手で触っただけで切り口がわかるよう、カイロの切り口を大きくするといった改良を行なっています。



カイロ勉強会

改良前



切り口が小さく分かりにくい

改良後



切り口の切れ込みを大きくすることで  
開けやすさと切れ口の場所をわかりやすく



## お客様相談室の基本姿勢

### ■ お客さまに対する考え方

お客さまからいただくお声は、ご愛用者の貴重なご意見として、じっくりお伺いし、一つひとつ丁寧に対応するよう心がけています。そして、いただいたお客さまの声を社内へ反映させるための体制を整えています。

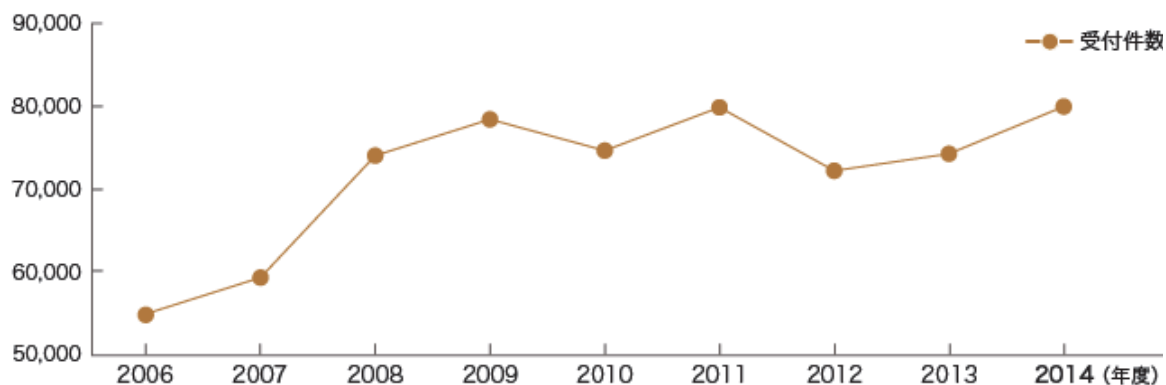
### 小林製薬グループお客さま対応基本方針

- 私たちはお客さまひとりひとりのお声に耳を傾け、誠実に一生懸命対応します。
- お客さまからいただいたお声を活かし、製品やサービスを向上し続けることで、お客さまに小林製薬でよかったと思っていただけるよう努めます。

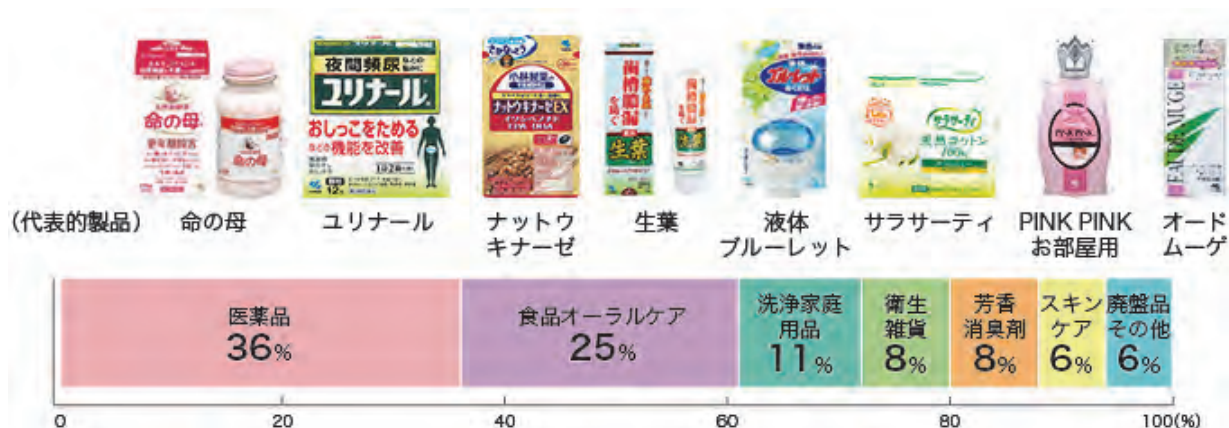


## お客さまの声をカタチにする仕組み

### ■ 「お客さまの声」の件数推移と割合



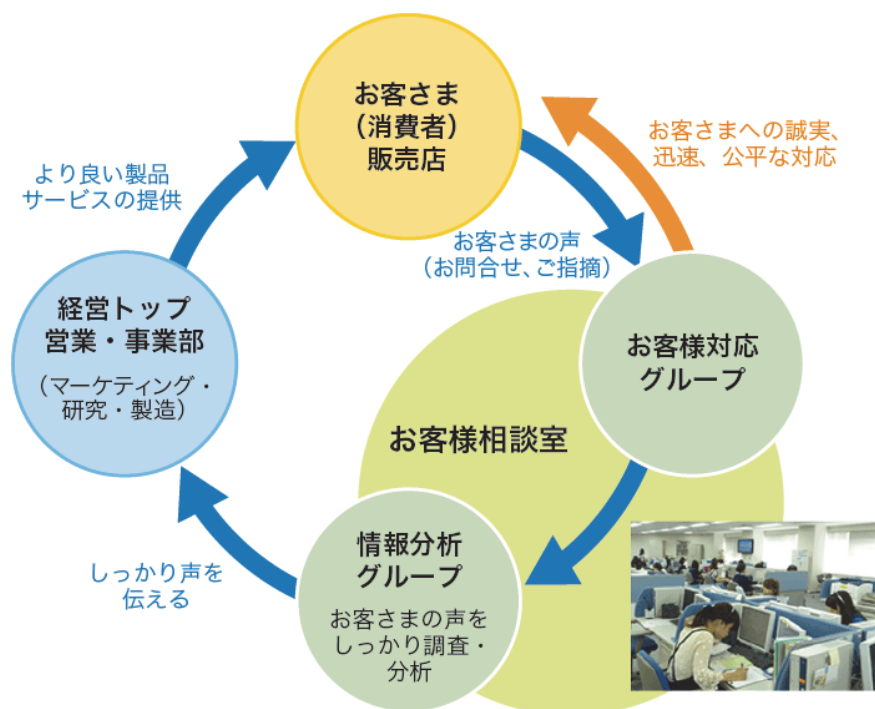
### ● カテゴリー製品別の割合（2014年度）



## ■ お客様の声にこたえる仕組み

いただいたお客様の声の一つひとつを真摯に受け止め、貴重なご意見として、担当部署を始め経営トップにまで速やかに伝えています。また、お客様の声を社内に伝えるだけでなく、しっかりと分析をして製品・サービスの改善につなげる活動もお客様相談室の使命として取り組んでいます。

### ● お客様とのコミュニケーションシステム



## インターネットを活用した情報発信

お客さまから寄せられたご質問やお問い合わせ内容を、ホームページでいつでもご覧いただけるよう「よくあるご質問」にてご案内しています。

お客さまの疑問や知りたい事を、インターネットで解決しやすいよう2015年秋にリニューアルを行いました。これからお客さまのお役に立てるよう情報発信に努めていきます。また、「お客さまの声」からの改善事例なども一部掲載をしています。



### PCサイト



いろいろな検索ができるようにしました。



### スマートフォンサイト



お電話でお問い合わせいただきやすいように工夫しました。

よくあるお問い合わせ内容を目的別に分類し検索しやすくしました。



## お客さまの声をいかした製品事例

### お客さまの声をいかした製品

#### タフグリップ

(文字を写真に変更)



お客さまの声

箱に書いてある製品特徴や使用方法の文字が多くわかりにくい。



改善内容

箱の側面に写真を入れて分かりやすく記載。



## タフグリップ

(使える入れ歯をわかりやすく)



お客さまの声

総入れ歯用なのか、部分入れ歯用なのかわからない。



改善内容

箱の正面に、両方のイラストを記載し分かりやすく改善。



## タフグリップ

(使用方法の見直し)



お客さまの声

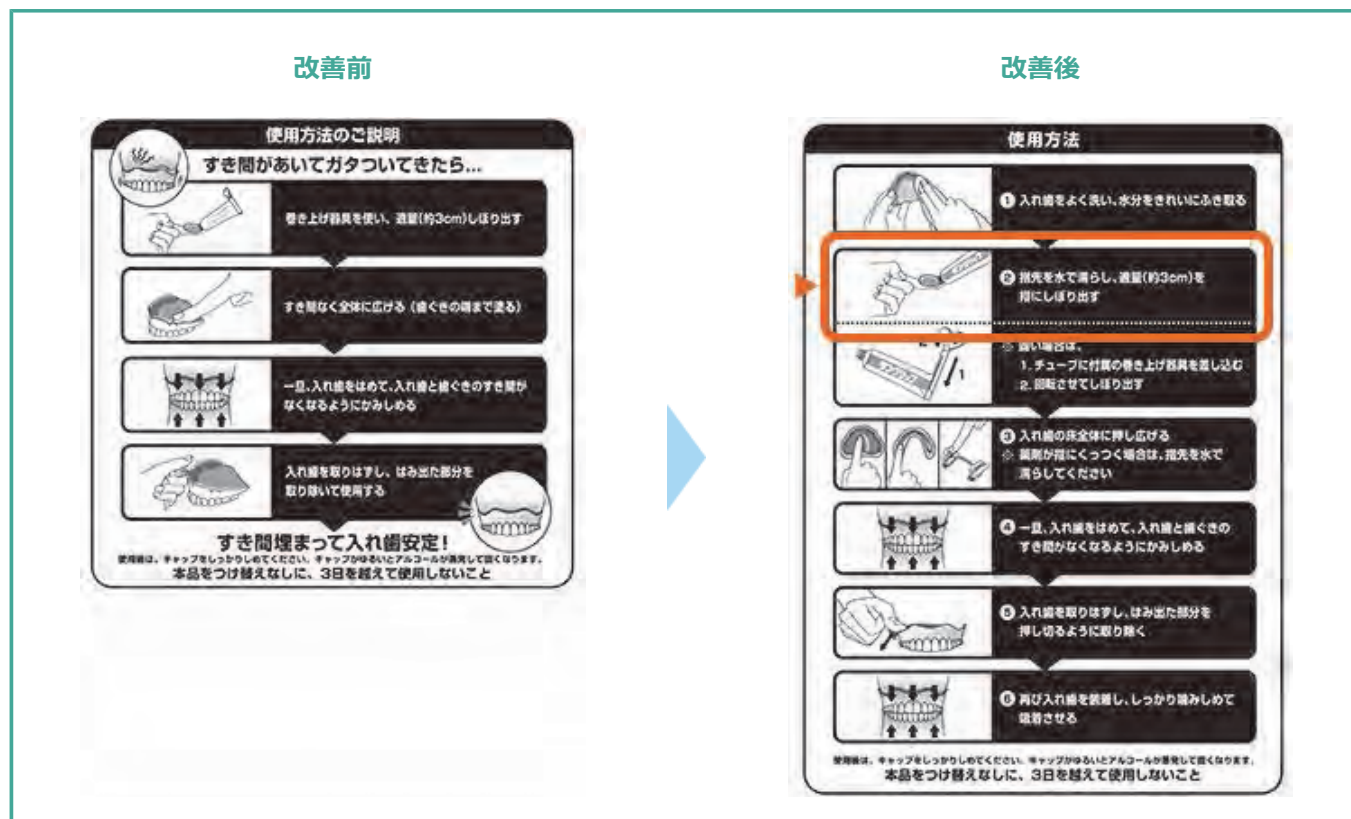
家庭訪問調査の時に伺った声「手にくっついて上手く塗れず困っている」



改善内容

製品説明書に「水をつけてから塗る」事などをイラストで大きく追加記載。





## ハナノア



詰め替え製品にも「洗浄器具」がついていると間違って買ってしまう。



箱の正面と天面に「洗浄器具」の有無がわかるようにイラストを変更し改善。

詰め替え正面

改善前



改善後



天面

改善前



改善後



本体

詰め替え



## サワデー



お客様の声

内側にあるゼリー容器が硬くて開けにくい。



改善内容

台座の三角形部分を乗り越えるのに力が必要だったため、ゼリー容器のカバーを「反時計回りに回す→持ち上げる」仕様に変更し力を加えず開けやすく改善。

改善前



改善後



## ケシミンクリーム



お客さまの声

体の中からケアする医薬品のケシミン（内服薬）を発売した際の声「肌に直接ぬれるクリームはないの？」



改善内容

飲む医薬品だけではなく、肌にぬれるクリームをお客様相談室からの提案で開発。

## トイレットペーパーちょいふき



お客さまの声

とっても便利で重宝していました。経済的で使い勝手もよかったので是非復活させてほしい。



改善内容

2003年に発売しましたが、販売中止となりました。その後、1000件を超える販売のご要望を頂きましたので、2006年に再度販売を開始。



## 人事の考え方

### ■ 人材育成についての考え方

ブランドスローガンの「“あったらいいな”をカタチにする」の実践には、従業員一人ひとりが生き生きと働き、持てる能力を伸ばし、発揮していくことが前提条件になります。従業員の価値観や行動の拠りどころとなる「行動規範」の一つにも「社員一人ひとりが主役」という項目があり、従業員の主体的な行動を奨励しています。小林製薬グループでは、従業員がその能力を十分に発揮できるよう、人事制度や人材教育/育成の充実を図り、従業員満足度の高い経営を目指しています。



新入社員研修の様子

#### ● “あったらいいな”の教育体制を確立したい

「企業は人なり」という言葉があるように、企業の永続的な成長を支え、実現するのは、「人財」なくしては考えられません。「人財」となる人を開発・育成することは企業にとって最も重要な経営課題と言っても過言ではありません。この経営課題に対して人材戦略を構築し、それに基づいた教育を実施します。また、人材戦略に基づいた教育とともに、個々の特性が活かされ、自己の成長を実感できる教育も必要です。個性が活かされ、個人が成長することこそ企業の成長につながります。小林製薬グループでは、経営者と従業員の両方のニーズに対応し、柔軟性のある教育体制を構築し、「人財」の育成に積極的に取り組んでいきます。

### ■ 人権関連についての考え方

小林製薬は人権専門の担当者を1名任命し、社内に対しては人権研修を実施したり情報を発信したりしています。社外においても外部団体に加盟し社外への啓発にも積極的に取り組んでいます。また、社内で万が一、問題が発生した場合は社内の相談窓口はもちろんのこと、外部の専門機関や弁護士に相談できる窓口を設け、問題の迅速な解決と個人を保護する仕組みを構築しています。

### ■ 人材の活用

#### ● 多様な人材の活用

小林製薬グループでは、従業員が年齢や性別、国籍に関わらず、持っている能力を最大限に発揮できるような職場環境を目指しています。全ての従業員にとって働きがいのある職場を整えることは、経営理念である「人と社会に素晴らしい『快』を提供する」につながると考えています。

#### ● 求める人材像

「ごんた社員」という明確な人材像を掲げ、新卒採用と中途採用の両面から人材力を維持、向上し続けることにより、「創造と革新」を生み続ける企業風土の確立に取り組んでいます。



#### ● 定年退職者再雇用制度

定年を迎えてもまだまだ働く意欲の高い方に対して、その専門知識や技術を發揮していただくために、小林製薬グループでは定年退職者再雇用制度を設けています。制度の開始以来、小林製薬グループ全体で延べ39名がこの制度を利用し活躍しています。

#### ● 女性の登用

製品開発は生活者の視点が非常に重要となります。その意味でも職種問わず、女性社員を積極的に登用し、女性目線を大切にする動きを近年強化しています。また、人事部では女性管理職登用を拡大すべく、注力しています。（2015年度の女性管理職比率は7.8%）

#### ● 障がい者雇用の促進

障がいを持つ従業員の採用に関しては、常に門戸を開けており、いつでも応募ができるよう、窓口を広げています。

また、2011年11月に、小林製薬グループの障がい者雇用の促進ならびに障がい者が安心して就労できる職場の提供を目的として、小林製薬チャレンジド（株）を富山県富山市に設立しました。2012年2月には特例子会社の認定を受け、さらに5月にはグループ適用の認定を受けたことで、小林製薬グループとしての障がい者雇用体制の基盤を確立しました。

※2013年6月末現在 障がい者雇用率2.13%（グループ適用認定4社 合計）

### ■ ワークライフバランス

#### ● 時間外労働の削減

2008年より社長自らがプロジェクトリーダーとなり、時間外労働の削減に取り組んでいます。その一つが「早期退社デー」です。これは毎週水曜日に、全従業員が19時までに退社することを徹底するという取り組みです。

また、幹部社員のマネジメント教育に「労務管理」を盛り込むことで、働き方・時間外労働に対する知識を向上させ、考え方や意識を統一するよう進めています。

これらの取り組みによって、業務効率を意識した働き方が習慣付き、心身のリフレッシュにも寄与できるものと考えています。

## 労働安全衛生

### 労働安全

首都圏第3MDグループは、マネージャーおよびマーチャントライター全員が95期をととして無事故・無違反を達成しました。全社的なスローガンに掲げて無事故・無違反を強化していますが、単に意識を高めるだけでなく、所属員全員で庶務グループから配信されるリスク マネージメント ソリューションニュースの読み合わせなどを積極的におこない、日頃から交通安全意識を高めることで達成することが出来ました。

無事故・無違反を常に意識するだけでなく、全員一丸となって達成したことは、全国の模範としてぜひ全所属に水平展開し、事故違反の撲滅と小林製薬グループのコーポレートブランド向上につなげていきたいと考えております。

## 全社員参加経営

### 提案制度による「全社員参加経営」

小林製薬グループでは、行動規範の一つである「社員一人ひとりが主役」の考え方のもと、「全社員参加型経営」を推進しています。その具体策の一つが、社長から新入社員まで職種や社歴に関係なく全従業員が参加できるアイデア提案制度です。年間約3万件の提案の中から、大ヒット製品に成長したものも数多くあります。

また、他部署の「もっとこうしたら良いのに」を直接該当部署に提案する改善提案制度は、従業員の経営参画意識を高めています。

### 提案夕食会

提案制度では、提案件数や提案内容に応じてポイントが与えられます。年に一度、ポイント獲得上位者を集めて社長や会長を囲んでの夕食会が催され、高い問題意識を持った日ごろの取り組み姿勢に対してねぎらいの言葉が贈られます。



夕食会にて

## ■ アイデア提案制度(事例)

年間3万件を超えるアイデア提案は、従業員一人ひとりがさまざまな方法で暮らしの変化や、その中で生まれる新たなニーズを探求することから生まれます。調査データに頼りすぎず、自らの目で現場を見て歩き、常に生活者の暮らし視点に立った情報を収集しています。

特に店頭は、暮らしの変化がいち早く反映される情報の宝庫と言えます。個店を訪問する営業担当にとって、取引先様からのご要望や店頭のお客さまの反応などは、新しい製品アイデアに結びつく貴重な情報です。自社製品を取り扱うドラッグストアやスーパーだけでなく、家電量販店・ファッションビル・商店街などの店頭観察からアイデアが生まれることもあります。

また従業員の情報収集は、業務時間内に限りません。日常の買い物の途中でニーズを発見したり、身近な家族や友人との会話からヒントを見つけたり、それぞれの「暮らしの視点」で情報収集のアンテナを張りめぐらせています。

全従業員が開発に対する強い意識を持ち、生活者としての視点から暮らし変化の「兆し」を捉える。それが“あったらいいな”をカタチにすることにつながっています。

### ● アイデア提案制度から生まれた製品

#### チンしてこんがり魚焼きパック

『チンしてこんがり魚焼きパック』は、節約志向による内食率の高まりや健康志向の高まりという暮らしの変化に応じて誕生した製品です。「魚をもっと食習慣に取り入れたい」というニーズは高まっています。しかしその一方で、後片付けが面倒という理由から、魚はメニューから敬遠される傾向がありました。

このような暮らしの変化を感知していた担当者が電子レンジ加熱で温度が200℃前後まで上がる新素材を知り、製品化の着想につながりました。

「この素材を使えば、もっと簡単に魚を調理することができるのではないか」

あらゆる種類の魚とさまざまな機種種の電子レンジでの試行錯誤と試食、安全性の確認を繰り返し、その年の秋の製品化を成し遂げました。製品は発売以来お客さまから大きなご支持をいただき、2009年9月の発売から半年間で150万個を販売するヒット製品になりました。



提案制度からできた製品  
熱さまシート



提案制度からできた製品  
ムクミキュア



チンしてこんがり魚焼き  
パック

#### デオインナー

スプレーするだけで、“防臭下着を作る”新発想の防臭対策、『デオインナー』です。下着などに付くニオイが気になる季節に、下着を着る前にスプレーするだけで、除菌成分がニオイの元となる雑菌を取り除き、防臭成分が繊維の奥まで浸透し、汗や皮脂のニオイに変わるのを抑制する製品です。

この製品を提案した社員は、夕方になると自分の体臭が気になり、入浴時に「臭いのは身体より服だ」と気づきました。身体には制汗剤をするのに服には何もしていない、もしかして下着のニオイを抑えたら臭くなくなるかもという発想のもと提案し開発されることになりました。まさに「下着の制汗剤」です。ひと夏制汗剤を使わず、テストし続けた結果、それまで感じていた身体のニオイを感じず、快適に過ごすことができました。『デオインナー』でニオイケアの新習慣を広めていきたいと思います。



デオインナー



## 社会貢献活動方針

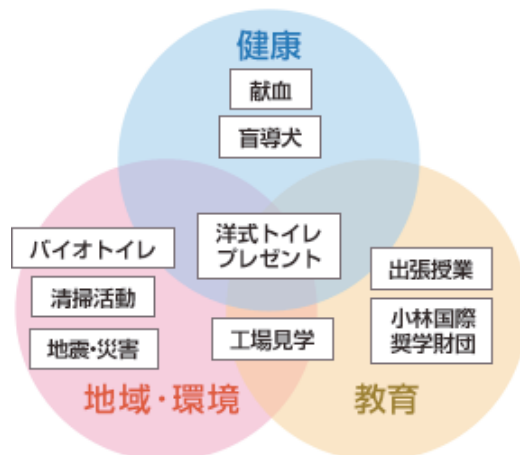
### 事業活動を通じて社会に貢献

小林製薬グループでは、「社会にとっての“あったらいいな”をカタチにする」ことをテーマに、事業活動を通じた社会貢献活動を積極的に展開しています。

明日を担う子どもたちに笑顔を届けたいという思いから小学校のトイレ環境改善に取り組んでいます。さらに東日本大震災の復興支援活動や福祉・社会問題への支援、地域の美化・清掃活動や工場見学、地域イベントへの参加・協力など多岐にわたる活動を推進しています。今後も社会とより良い関係を構築できるよう積極的に活動を行います。

### ● 小林製薬グループ 社会貢献活動方針

- ① 人々が暮らしの『快』を実感し、より良き社会の実現に寄与すべく、事業活動を通じた社会貢献活動を行います。
- ② 重点領域は、「健康」「教育」「地域・環境」と定め、小林製薬グループらしい社会貢献活動を実践します。
- ③ 社員一人ひとりが良き市民として、社会貢献活動に参加できるような風土をつくりまします。



## 地域への貢献

### ■ 小学校での出張授業

大阪市教育委員会が主催する「理科大好き“なにわっ子”育成事業」に参画し、2014年11月12日（水）、大阪市立中大江小学校（大阪市中央区）、大阪市立放出小学校（大阪市城東区）にて、「理科特別授業」を実施しました。この育成事業は、次代を担う子どもたちに「理科を学ぶおもしろさ」を伝えるために出張授業を行うもので、小学校5年生に「もののとけ方」の単元で授業を行いました。授業では『ブルーレット』と『イージーファイバー』をそれぞれペットボトルに入れ、振って溶かす実験を行い、溶け方の違いを学んでもらいました。

溶けにくい『ブルーレット』と溶けやすい『イージーファイバー』の特性を、イラストを使ってわかりやすく説明し、溶け方の違いを活用して製品を開発していることを伝えました。子どもたちからは、溶け方に関することなど多数質問が寄せられ、理科を身近に感じ、おもしろさを実感してもらえました。食い入るように授業を聞き、一生懸命ペットボトルを振る子どもたちから、こういった活動の大切さをあらためて感じました。



ブルーレット



イージーファイバー



理科授業の様子



溶け方の違いを観察中の児童たち

### ■ 【富山小林製薬】インターシップ受け入れ・家族見学会

#### ● 将来有望な中学生、職場体験学習へ

2014年10月20日（月）～24日（金）の5日間、富山小林製薬にて片山学園中学校2年の生徒4名が職場体験学習に来られました。日用品エリアで、慣れない香料の臭いや作業と格闘しながら日々さまざまなことを学習していただきました。将来は医師、薬剤師、ロボット技術者になりたいという志をそれぞれに強く持たれており、成長がとても楽しみです。後日、小林製薬の製品にとっても興味を持った生徒さんが訪問され、「ドラッグストアでは製造番号を見るくせが付きまして！」など、今回の学習が貴重な体験になったことを報告していただきました。

また来年も職場体験学習をおこない、若い世代の将来につながる無形の財産を提供できればと思います。



インターンシップに参加された皆さん

#### ● 富山小林製薬杯ビーチボールバレー大会を開催

2014年5月25日（日）、富山県総合体育センターにて第一回富山小林製薬杯ビーチボールバレー大会が開催されました。富山県内から60チームが参加、富山小林製薬からも4チームが参加し、熱戦を繰り広げました。富山小林製薬の4チームは惜しくも予選で敗退、決勝トーナメントには残ることができませんでしたが、ビーチボールバレーを通じて地域の皆さんと交流でき、大変有意義な大会となりました。



ビーチボールバレー大会の記念撮影

## ■ 【中央研究所】オリジナル芳香剤作りに小学生が挑戦

2014年11月19日（水）、茨木市立豊川小学校の3年生の児童4名が、地域学習の一環で中央研究所に来所されました。当日は、小林製薬の会社・研究所の現場を知ること、仕事に対する興味を少しでも持ってもらい、また、実際に芳香剤の試作を通じて、物を作る喜びを味わってもらうことを目的に授業を実施しました。

児童たちは、会社や製品の紹介に、熱心に耳を傾けながらメモを取り、質疑応答も活発におこなわれました。また芳香剤の試作にあたっては、多数あるなかから好みの香りを選択し、水・香料・活性剤・色素を混ぜる工程では、棒ではなく、普段目に見ることがないマグネティックスターラー（磁力を利用してかく拌子を回転させ、液体をかく拌する装置）という機器を用いたため、目を輝かせながらきれいに混ざる液体に見入っていました。最後にかわいいシールを貼り、オリジナルの芳香剤が完成しました。児童の皆さんは、笑顔一杯で満足そうでした。

今後もこのような活動を継続し、地域社会に貢献する中央研究所を目指してまいります。



オリジナル芳香剤作りに挑戦した小学生

## ■ 【桐灰小林製薬】社会科学習の受け入れ

桐灰小林製薬 藤岡工場は、2014年11月21日（金）、CB活動の一環として、地元小学校3年生の児童14名の工場見学を受け入れました。最初に会社説明をおこない、工場内の見学、質疑応答、最後にカイロ作り体験をおこないました。

工場見学では、自動ラックやライン、封函機ロボットなどの動きに驚きの声を上げ、積極的に手を挙げて質問するなど、楽しく見学していただくことができました。

カイロ作り体験では、「自分だけのマイカイロ」と題して、カイロの不織布にマジックで思い思いの絵や名前などを描いていただきました。皆さん真剣に絵を描き、カラフルでとてもかわいいカイロができ、大変喜んでいただけた見学会となりました。



全員で記念撮影

## ■ 「大阪マラソン“クリーンUP”作戦」に参加

2014年10月21日（火）、「大阪マラソン“クリーンUP”作戦」に参加し、本社周辺の清掃活動を行いました。

これは、大阪マラソン（2014年は10/26開催）にあわせ、大阪の街をきれいにしようという取り組みで多くの企業や団体が参加されています。

2014年は、本社周辺の20名の方に参加頂きました。当日は、朝7:45から3名1チームとなって、本社周辺を掃除し大変きれいになりました。



掃除風景

## ■ 【通販事業部】 富山工場見学会を開催

通販事業の15周年記念の一環として、ご愛顧への感謝を込めて会員さま対象の「富山工場見学会」を実施しました。

2014年 9月10日（水）、さわやかな秋晴れのもと見学会がスタート。ご参加いただいたのは、多数のご応募のなかから当選された15組28名の会員さまです。到着後、富山小林製菓社長 木村からのあいさつ、工場の概要、通信販売で扱う栄養補助食品の品質管理体制などについての説明がおこなわれました。その後、防塵服に着替えていただき、いよいよ製造現場の見学に出発。栄養補助食品・医薬品・日用雑貨品の班に分かれて、各製造現場を見学していただきました。栄養補助食品や医薬品の製造現場は、品質管理のためガラス越しにしか見学できません。それでも、錠剤の表と裏をチェックする目視検査をはじめ、緻密な作業に驚きと感心の声があがりました。また、今回は特別に、通常は地域の子どもたち対象の見学会でおこなうオリジナル『無香空間』づくりも楽しんでいただきました。

見学会終了後、参加者の皆さんからは「小林製菓との距離が縮まった気がする」「自分たちが使っている製品がどのように作られているか見学できて大満足」「時間・内容ともにちょうどよかった」という満足の声をいただきました。また、作業員の集中力を維持するための交代制度や清潔・安全な製造環境づくりなど、品質管理のための取り組みに対する感心も高かったようです。

初めての試みで不手際もありましたが、皆さんが笑顔で帰路につかれる姿に「実施してよかった」と手応えを感じました。



会員さまと記念撮影

## ■ 【日用品事業部 研究開発部・お客様相談室】オリジナル『熱さまシート』づくり体験で小学生大喜び

2014年7月31日（木）、大阪府中央図書館で小学生を対象にしたキッズライフアカデミーが開かれました。これは公益社団法人 消費者関連専門家会議が主催する「賢い消費者」を育成する講座で、企業と子どもをつなぐきっかけづくりとして毎年開催されているものです。今回、小林製菓からは「暑い夏を快適に過ごすための冷却シート」をテーマにした講座をおこない、『熱さまシート』の仕組みの勉強をもらったのち、自分だけのオリジナル『熱さまシート』を実際に作ってもらいました。参加した日用品事業部研究開発部メンバーの指導のもと、約30名の小学生が『熱さまシート』づくりを楽しみ、『熱さまシート』に親しんでもらう良い機会となりました。



『熱さまシート』作りに熱中する小学生



## 社会への貢献

### 世界遺産へバイオトイレを寄贈

観光名所として多くの人々が訪れる世界遺産ではトイレが不足しており、糞尿被害が問題視されています。そこで小林製薬グループは2009年に『ブルーレット』40周年キャンペーンとして、トイレの清掃活動と知床・白神山地・屋久島の3つの世界遺産へ環境に優しいバイオトイレの寄贈を行いました。2010年には石見銀山、2013年には富士山にも寄贈を行っています。

2014年11月、小林製薬グループは、2011年に世界自然遺産に登録された小笠原諸島に6基目となるバイオトイレを寄贈しました。

2014年11月4日（火）から11月16日（土）の期間、東京スカイツリーに隣接する「すみだ水族館」において、小林製薬×小笠原村×すみだ水族館のコラボによる『小笠原ウィーク』が開催されました。小林製薬広報グループのメンバーが講師となり小笠原村と協同で「小笠原の自然を守る授業」も行い大変盛り上がりしました。



小笠原 ウィークの様子

### 小学校に洋式トイレプレゼント

家庭や商業施設のトイレ環境の改善が進むなか、学校のトイレは築数十年の古いものが多く、「暗い」「臭い」など悩みを抱えており、その多くが清掃だけでは解決できない問題となっています。小林製薬グループでは、そのようなトイレを少しでも快適な空間へと変え、子どもたちにとって用便のしやすい環境を整えていきたいと考えています。

> [小学校に洋式トイレプレゼント](#)



小学校の子どもたち



特別授業

## ■ アイメイト（盲導犬）

現在、盲導犬を待っている視覚障がい者は約7,800人といわれているのに対し、盲導犬は約1,000頭と、圧倒的に数が足りていません。盲導犬の育成には多額の費用と時間が必要なうえ、訓練をしても盲導犬になれるのは3割程度です。そこで小林製薬グループでは2010年より視覚障がい者の方の快適な生活を応援するため、盲導犬一頭の育成費にあたる200万円を寄付しています。

2011年からは株主優待の社会貢献コースにも「盲導犬育成 公益財団法人アイメイト協会への寄付」を設け、育成費を募っています。2014年9月22日（月）に本社にて、アイメイト（盲導犬）の育成費用の寄贈式が開催されました。これは、株主優待で株主の有志の皆さまから集まった寄付金215万円を公益財団法人アイメイト協会に寄付をしたものです。

寄贈式には、アイメイト協会の塩屋理事長と今回アイメイト（盲導犬）のパートナーとなった大分県在中の山口様が出席され、小林社長より塩屋理事長に目録が贈呈されました。山口様からは「このアイメイトのお陰で行動範囲が広がり、生活の質が変わりました。目が見えない人でも社会参画でき大変うれしく思っています」とお礼のお言葉をいただきました。アイメイトでは、2010年よりすでに小林製薬から5頭を寄付しており、株主優待としては、2013年に続く2頭目となります。

一人でも多くの方に盲導犬をお届けできるよう、今後もこの活動を継続していきます。

＞ [公益財団法人アイメイト協会](#) 



育成費を寄付



盲導犬



育成費を寄付

## 動物実験代替法

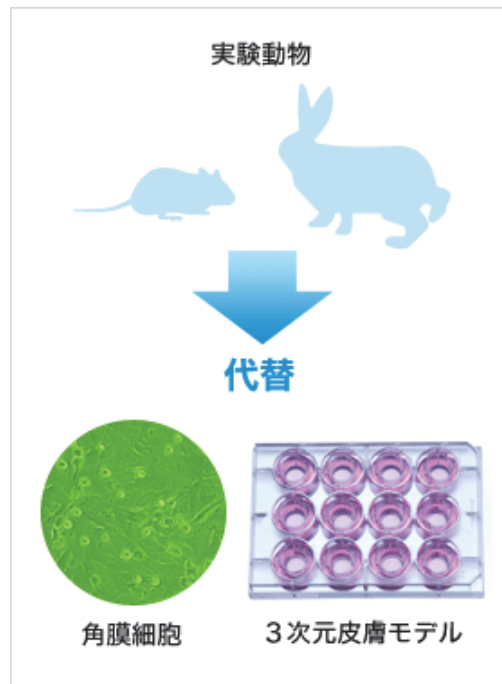
### ■ 動物実験代替法を取り入れた安全性試験評価

2004年から動物愛護の3R（動物を使用しない実験に置き換える・動物使用数を削減する・動物への苦痛を減らす）の精神に基づいて、動物実験代替法導入や動物実験削減などに取り組んできました。

近年ヨーロッパを中心に世界各国で動物実験反対運動が高まってきています。特に化粧品業界においては、2009年からEUでは化粧品とその原料について動物実験が完全に禁止され、動物実験を実施した製品は販売できないという法律ができております。この流れは日本にもやってきており、動物愛護法の改定に向けて厚労省や環境省が動き出しています。

そこで、小林製薬のスキンケア製品においても、動物実験に替わる試験法の検討をさらに進めることとしました。従来のウサギを使用した皮膚刺激試験を市販されている培養皮膚キットを用いた評価に、眼刺激は鶏の受精卵卵での評価に、ネズミに食べさせていた経口毒性試験をシャーレ内で飼うことができる1mmほどの小さな虫線虫を使った試験に、ハムスターの頬袋を使っていた口腔粘膜試験を培養細胞を用いる試験に、というように、これら4つの試験に関してはすべて動物を使わない試験に代替することができました。

またこれらの試験法に関して、国際代替法学会を初め多くの学会で発表し、学会やその専門家に小林製薬の技術を認めてもらえるようになってきており、今では日本代替法学会の国際交流委員にも任命され、海外からもこれらの技術指導の依頼がされるようになりました。動物実験代替法に対する取り組みにより、動物の犠牲を大幅に削減できました。これは社会的使命を果たしたうえで、「かぶれた」「口に入れた」などのお客さまからの安全性に関するお問い合わせにも役立っています。未だ全ての動物実験の代替はできてはいませんが、今後も、試験方法の検討を行い、犠牲となる動物の削減に取り組んでまいります。



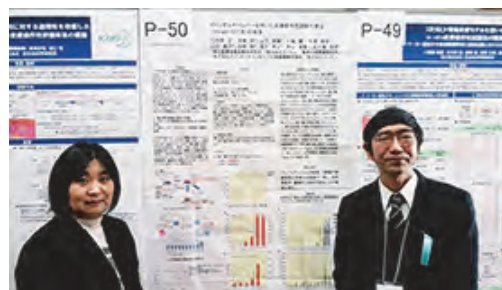
### ■ ビトリゲルチャンバーを用いた皮膚感作性試験代替法の改良

2014年12月5日（金）～7日（日）、日本動物代替法学会第27回大会が横浜国立大学で開催されました。

本学会は動物実験の際の動物使用数の削減・苦痛の軽減から、最終的には動物を使わない他の試験法への置き換えを推進しています。小林製薬グループも本学会の活動意義に賛同し、これまでいくつか代替試験法を発表してきました。

今回は、コラーゲンでできた膜上でヒトの細胞を培養し、アレルギー反応によって生成するサイトカインIL-8という物質を測定する代替試験法について、中間報告をおこないました。当社でスキンケア事業を推進していくにあたり、通常1製品あたり20匹のモルモットを使用するアレルギー評価試験の代替をしたいと考えています。

アレルギー反応をみる代替評価法は各社検討中ですが、製品評価が可能な試験法は本試験が業界初となります。今後最終報告を経て、さらに検討を重ねることで、より精度よくアレルギー物質を評価できるようにし、世界で活用される代替試験法とすることを目指します。



日本動物代替法学会の様子

## 社外からの表彰

### ■ 全日本パッケージングコンテストで『ケシミンBBクリーム』が入賞

公益社団法人 日本包装技術協会が主催する「2014年日本パッケージングコンテスト」におきまして『ケシミンBBクリーム』がアクセシブルデザイン包装賞を受賞しました。

このコンテストは日本パッケージ技術の最高水準を決定するもので、材料・設計・技術・適正包装・環境対応・デザイン・輸送包装・アイデアなどあらゆる機能から見て年間の優秀作品が選定されます。

今回、出展された製品は354件ありましたが、その中でも『ケシミンBBクリーム』が“優れた包装である”と認められ受賞することができました。また、今回入賞したことで優秀の証として製品への“GOOD PACKAGINGマーク”の使用が認められ、日本包装技術協会が作成する「入賞作品集」を通して国内外にPRされる予定です。

#### ● ケシミンBBクリーム

##### 受賞理由

- ① クリアケースの上フラップにミシン目を追加
- ② フラップに指を差し込まなくても、ミシン目部分をめくり、引っ張るとクリアケースが開ける
- ③ 簡単にクリアケースから中身が出せるよう考えた

##### STEP1



★の部分をめくって

##### STEP2



ひっぱると…

##### STEP3



簡単に取り出せます！

### ■ 『ダスモック』がドラッグマガジン「話題商品大賞」を受賞しました

2015年2月6日（金）、ドラッグマガジン社主催の“第27回ヒット商品賞・話題商品大賞授賞式”が開催され、『ダスモック』が話題商品大賞を受賞しました。これは全国の卸企業14社と、全国の有力ドラッグストアチェーンを中心とする小売企業51社の投票によって決定したものです。

選出にあたっては「たばこや排出ガスなどによるせきやたんの改善という新たなカテゴリーの創造、潜在ニーズへのアプローチなど、今OTC薬市場に求められている切り口を具現化している」という点が評価されました。

大賞受賞に際し、薬粧品事業部長 大脇から受賞スピーチがあり、薬粧品マーケティング部長 小野山より製品紹介のプレゼンがおこなわれました。受賞式後には懇親会があり、会場ではダスモックブースが設置され、参加者が懇親を深めました。



授賞式の様子



## ■ 近畿大学との共同研究で日本防菌防黴学会の“論文賞”を受賞

評価研究Gが近畿大学農学部との共同研究の成果をまとめた学術論文「トイレ便器バイオフィームから単離した細菌類のバイオフィーム形成能と薬剤によるそれらの菌に対する殺菌効果の検証」が、日本防菌防黴学会の平成25年度論文賞を受賞し、2014年5月28日（水）に表彰式がおこなわれました。

この賞は同学会の論文誌に掲載される年間数十報の論文から1～3報が選出されるものであり、小林製薬として非常に栄誉あるものです。今回受賞する論文は、トイレの水たまり部分に発生するヌメリの原因となる微生物に着目し、適切な除菌剤の選定を明快に示したもので、2013年春の新製品『液体ブルーレットおっくだけ除菌EX』のキャッチコピーである「水ぎわの黒ズミの発生を抑える！」の記載根拠としてだけでなく、公衆衛生上も非常に有益な論文です。

審査員の先生からは、広範な調査結果が記述されていた点、生活に密着した解決方法についても検討した点が特に高く評価されたとお聞きしています。この研究論文と出願済特許によって『液体ブルーレットおっくだけ除菌EX』は適正な表示根拠と高度な参入障壁を伴った製品になりました。



右から近大：坂上先生、森先生  
小林製薬：五味、新関

## ■ 『介護無香空間』が介護認定マーク1号に選ばれました

2014年11月9日（日）、東京の日比谷公会堂で、介護現場で働く人たちの成果・取り組みの発表会、第4回「介護甲子園」が開催されました。そのなかで、介護認定マーク制度の発表があり、当社の『介護無香空間』が認定マーク1号に選ばれ、日用品事業部長 野村が認定証を受け取りました。今後、製品パッケージにマークを付けることで生活者の方に、より安心して使っていただくことができます。

※ 介護認定マーク：日本介護協会が定める基準をクリア



認定証授与式の様子

## 環境保全方針

### ■ 環境保全に関する経営方針

小林製薬グループでは、経営理念を基に、環境保全活動を一層充実させるため、2001年12月「小林環境宣言」「環境行動指針」を制定しています。

この「小林環境宣言」「環境行動指針」をグループ全体で共有し、理解することにより、環境保全に関する意識向上を目指します。

#### ● 小林環境宣言

小林製薬グループは、環境の保全を目指し、限りある資源・エネルギーの有効活用を行うとともに、環境に影響を与える物質及び廃棄物の削減を行います。

#### ● 環境行動指針

##### ① 法令遵守及び目標の実行

事業分野における環境保全に関連する法規制や協定を遵守するとともに、環境目標・自主基準を定め、実行します。

##### ② 廃棄物の削減とリサイクルの向上

事業分野の各段階において発生する廃棄物について、再生・再利用可能なものは積極的にリサイクルを行い、廃棄物の量的削減を行います。

##### ③ 省資源・省エネルギー

限りある資源を有効活用するため、エネルギーの効率的利用と再生資源の積極的使用を促進します。

##### ④ 環境配慮製品・サービスの提供

環境への負荷低減を心がけた製品の開発・サービスを提供するため、使用する物質や使用方法を考慮した事業活動を行います。

##### ⑤ 行動指針の共有及び環境意識の向上

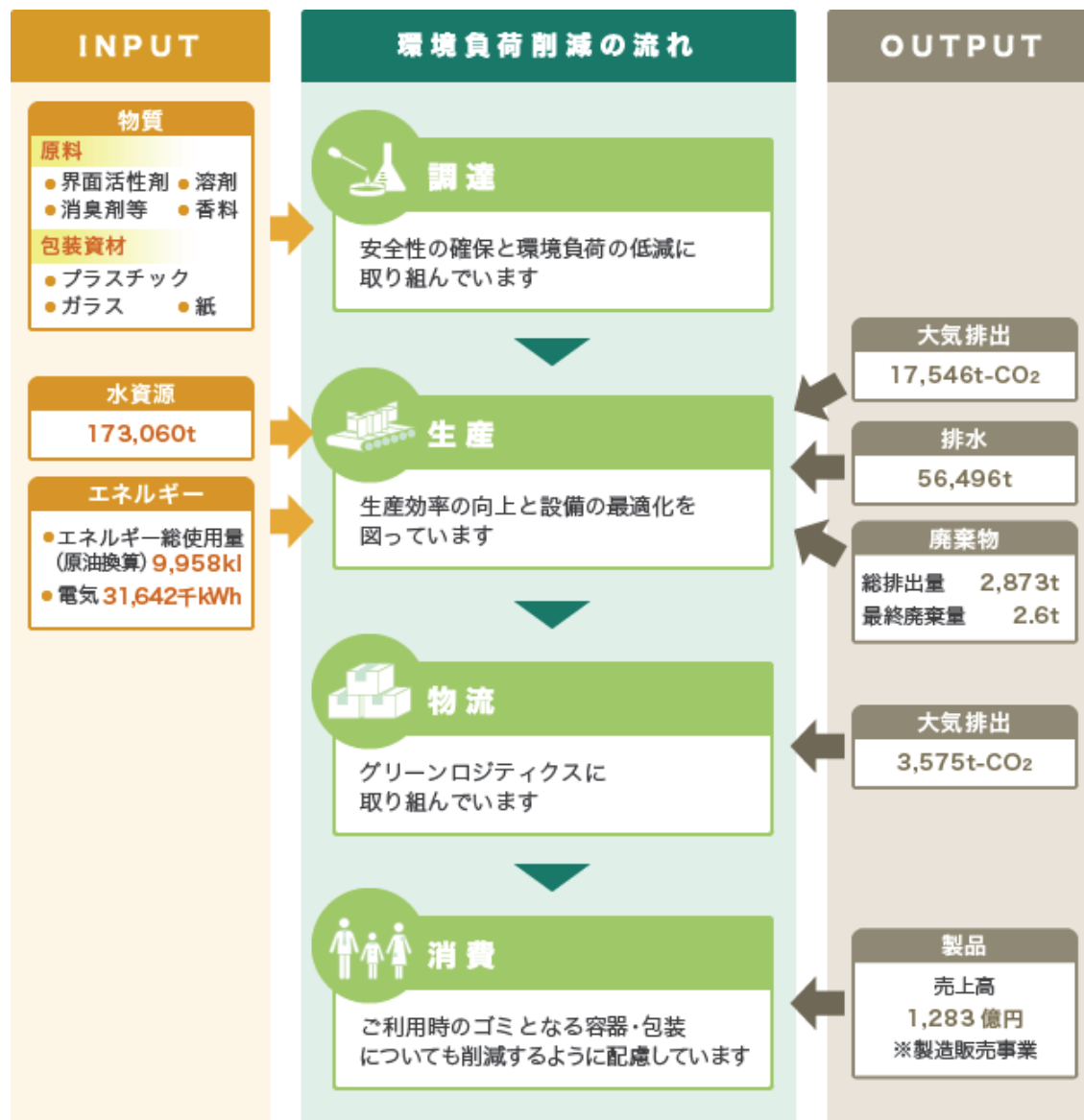
この指針をグループ全社員で共有し、また教育・啓発活動を通じて、一人ひとりの環境保全意識の向上に努めます。

## ■ ライフサイクル全体で環境負荷を低減

### ● 事業活動全体を通した、環境負荷低減

企業活動においては環境への負荷が避けて通れません。

これを最小限に抑えるために、小林製薬グループでは開発から製造、販売、廃棄に至るライフサイクルの各段階でどのような環境負荷があるかを特定し、それぞれの段階で資源の有効活用やエネルギー削減、廃棄物削減などに取り組んでいます。



## ■ 内部環境監査を徹底

環境マネジメントシステムにおけるチェック機能の要として、内部監査体制を整えています。各工場においては半年に1回、内部環境監査員による監査を実施しています。

また各部門の担当者による監査も定期的の実施し、問題が見つければ速やかに対策を講じ改善しています。

## ■ 環境管理体制

小林製薬グループでは、地球温暖化対策等への対応を考慮し、2008年度より担当役員の下に全社環境戦略会議を設置し、この会議メンバーが各部門における管理責任者となって環境保全活動のPDCAや全社的な課題についての検討をしています。

### ● 環境管理体制図



小林製薬グループでは、環境問題を経営課題として捉え、全社的な課題についての決定は経営会議で行うこととし、各部門毎にテーマを設定して活動を行うことにしました。



## 環境目標と実績一覧

### 2014年度 環境目標と実績

#### ● 事業における環境負荷を考慮した目標と評価

小林製薬グループでは、事業を行う上で発生する環境への負荷を考慮し、削減に向けた活動を行っています。

2015年度を目標とする中期目標を設定し、その目標にあわせ毎年アクションプランを作成し、評価を行うことで、活動の継続性と実効性をあげるよう、努力しています。

この中期目標は、京都議定書を考慮したこれまでの取り組みを継続し、更に実効性をあげていくものとしております。

#### ● 2014年度 環境目標と実績

テーマ	対象部門	2014年度目標	2014年度実施したアクションプラン	2014年度結果	評価	中期目標（～2015年度）
省エネルギー CO <sub>2</sub> 削減	製造	生産重量原単位／ 総排出量で 前年0.5%削減	熱損失箇所の保温 圧縮空気損失箇所の改善 省エネ設備への設備更新	生産重量原単位 前年比100% 総排出量4.1%増加	×	生産重量原単位2005 年度比10.2%削減 （0,193トン - CO <sub>2</sub> / トン）
	オフィス	総排出量（営業車両分を 含む）を2005年度比 37%削減（3,071トン）	時短の徹底 空調管理の徹底 エコドライブの推薦	総排出量 （営業車両分を含 む）で41%削減 （2,014t-CO <sub>2</sub> ）	◎	総排出量（営業車両 分含む）を2005年度 比37%削減（3,071 トン）
廃棄物削減	製造	廃棄物排出量1%削減	ロス削減 有効利用の促進	廃棄物排出量 7%増加	×	
リサイクル	製造	全事業所のリサイクル比 率を99.5%以上	ロス削減、廃棄物の分別 収集	リサイクル率99.9%	◎	全事業のリサイクル 率を99.5%以上
化学物質対策	製造	PRTR対象物質の各工場排 出量を100kg以下	代替原料への変更	PRTR対象物質の各 工場排出量を100kg 以下	○	PRTR対象物質の各 工場排出量を100kg 以下に維持する
省資源	製造	容器・包装の薄肉化、構 造の研究	容器・包装の薄肉化、構 造の研究	主要製品における容 器包装薄肉化・簡素 化	○	環境配慮型製品の拡 大
グリーン 調達／購入	製造	委託先の法規制対応調査	調査項目の精査と方法の 検討	委託先への省エネ支 援	△	委託先との関係性強 化

## 環境会計

### 環境会計

- (1) 集計方法
1. 環境省「環境会計ガイドライン（2005年版）」に準拠しています。
  2. 環境保全活動の費用（減価償却費を含む）、投資、効果を集計しています。
  3. 効果は、環境保全効果（物量単位）と経済効果（貨幣単位）を集計しています。
  4. 経済効果は実質的效果のみ対象としています。
- (2) 集計結果
- 小林製薬グループ（小林製薬（株）及び国内主要グループ会社5社）  
 対象期間：2014年度（2014年4月1日～2015年3月31日）  
 単位：千円

### ● 環境保全コスト(事業活動に応じた分類)

分類		主な取組の内容	投資額 (単位：千円)	費用額 (単位：千円)
(1)事業エリア内コスト 主たる事業活動により事業エリア内で生じる 環境負荷を抑制するための環境保全コスト			78,420	135,666
内 訳	(1)-1公害防止コスト	大気汚染・水質汚濁・悪臭防止	11,306	23,509
	(1)-2地球環境保全コスト	省エネ	49,251	23,371
	(1)-3資源循環コスト	廃棄物処理費用	17,863	88,786
(2)上・下流コスト		容器包装リサイクル費用	0	267,055
(3)管理活動コスト 管理活動における環境保全コスト		教育・環境保全担当者人件費	0	103,145
(4)研究開発コスト 研究開発活動における環境保全コスト		環境対応研究開発	0	2,092
(5)社会活動コスト 社会活動における環境保全コスト		地域活動への参加諸費用	0	399
(6)環境損傷対応コスト 環境損傷に対応するコスト			0	1,287
合計			78,420	509,643

- 投資額は合計で78,420千円となりました。空調や照明の省エネ式機械への更新、資源効率的利用の設備や屋根遮熱塗装等の投資がありました。
- 費用額は合計で509,643千円となりました。主な内訳としては容器包装リサイクル費用、環境保全担当者人件費、廃棄物処理費用、廃水処理施設・空調設備等の維持管理費用に要した公害防止・地球環境保全コスト、環境対応の研究開発の費用等です。

# ● 環境保全効果

環境保全効果の分類	指標の分類	2013 年度	2014 年度	増減
(1)事業活動に投入する 資源に関する環境保全効果	二酸化炭素総排出量 (t-CO <sub>2</sub> )	14,117	14,693	577
	二酸化炭素排出量重量原単位 (t-CO <sub>2</sub> /トン)	0.213	0.213	0.001
	電力消費量原単位(Kwh/トン)	396.2	397.9	1.7
	燃料等原油換算量原単位 (トン/トン)	0.025	0.025	0.001
(2)事業活動から排出する 環境負荷及び廃棄物に 関する環境保全効果	産業廃棄物最終処分量発生量 (トン)	4.7	2.6	-2.2
	産業廃棄物削減率	17.4%	-7.2%	-24.6%
	産業廃棄物リサイクル率 (%)	99.8%	99.9%	0.1%

- 環境保全効果は物量単位の効果を表しています。  
比較指標として前年の物量を表示、単位として生産重量原単位を使用しています。
- 二酸化炭素の排出量は前年から4.1%増加し、生産重量原単位も微増となりました。
- 産業廃棄物最終処分量発生量は前年から45.6%減少し、削減率は24.6%の大幅増となりました。
- 産業廃棄物リサイクル率は前年より0.1%増加し、99.9%となりました。

# ● 環境保全対策に伴う経済効果(実質的効果)

効果の内容	金額 (単位：千円)
省エネルギーによるエネルギー費の節減	0
廃棄物処理費用の削減	14,152
資源投入に伴う費用の節減	131,469
合計	145,621

- 省エネルギーによる費用節減効果は0千円でした。  
電気代、ガス代の値上が影響しています。
- 廃棄物処理費用の削減は14,152千円となりました。  
分別による減量化、及び産業廃棄物の有価買取増加などにより廃棄物処理費用が削減できております。
- 資源投入に伴う費用の節減は131,469千円となりました。  
対前年からの削減額を計上しています。  
工程の改善、歩留まり率の向上、資材減容等による効果を計上しています。

## 地球温暖化防止の取り組み

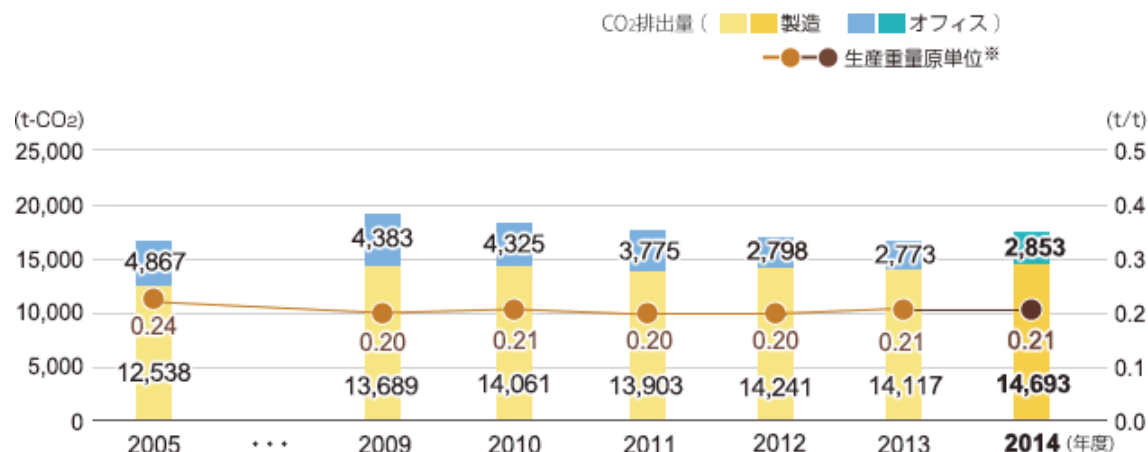
### CO<sub>2</sub>排出量削減への取り組み

CO<sub>2</sub>排出の増加にともなう地球温暖化は、社会全体の課題となっています。小林製薬グループでは地球温暖化防止を重要なテーマとして位置づけ、工場・オフィスでの省エネルギーへの取り組み、輸送時の環境負荷の低減など多面的な取り組みを実施しています。

製造部門については、2014年度は、生産量が増加したこともあり、総排出量では576トン、4.1%増加となりました。ただ生産重量原単位では、前年度と比較して増減なしという結果となりました。

今後は、生産効率のアップと工程上の無駄をなくす取り組みを行うとともに、省エネ効果の高い機器の導入を積極的に図るなど、更なる省エネルギー、CO<sub>2</sub>削減に取り組んでいきます。

#### CO<sub>2</sub>排出量の推移



CO<sub>2</sub>排出量につきまして、ここ数年電気利用の排出係数が変動しておりますが、弊社においてはこれまでの取り組みとの比較のため、固定値 (0.378t-co<sub>2</sub>/KWh) を使用して算出した数値を掲載しております。

※生産総重量原単位

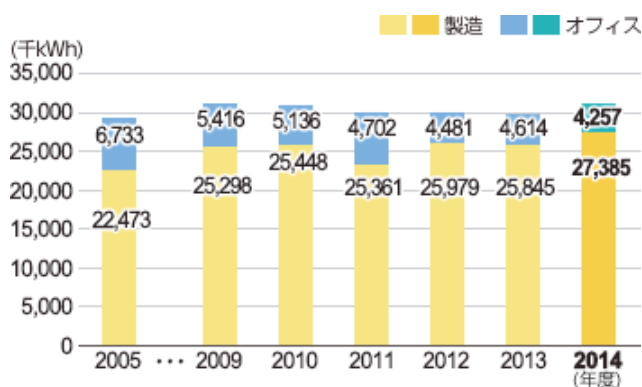
CO<sub>2</sub>の排出量を総量ではなく活動あたりの排出量で規制する考え方。当社では生産重量を基準に算出しています。

### 製造部門における取り組み

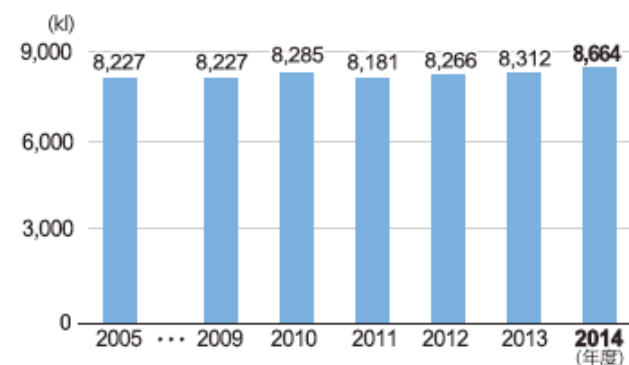
2014年度は、3事業所 (富山小林製薬、仙台小林製薬、小林製薬ブラックス) が改正省エネ法における第二種エネルギー管理指定工場となっており、法令に基づく適正管理と届出を継続して行っています。特に製造部門では、エネルギー効率を高めるために、空調機など電気設備を省エネタイプへ更新、圧縮空気の効率的利用などを行いました。

今後も生産活動の拡大により、エネルギーおよび電気使用量がさらに増加することが予測されますが、CO<sub>2</sub>などの温室ガスの削減を考慮したバランスのとれたエネルギー利用を行うとともに、計画的な生産、ロスや在庫削減などの活動を継続的に行うことで、省エネルギーに取り組んでいきます。

#### 電気消費量の推移



#### 製造部門における原油換算消費量の推移





## ■ 小林製薬物流(株)における取り組み

物流倉庫から流通までをグループ会社である小林製薬物流（株）が担当しています。31フィートコンテナでの輸送など、モーダルシフトを推進しました。これらの取り組みにより、「エコシップマーク」を取得しています。

また、配送トラックの大型化による台数削減や積載量の効率化を図りました。またエコドライブを推進するため、ドライバーへの教育を実施しました。

配送方法だけでなく、トラックなどにより効率的に積載するために、パッケージや積み方の変更し、積載効率を上げるなど、資源の有効利用・廃棄物の削減を図っています。



エコシップマーク®

## ■ オフィス部門における取り組み

オフィス部門における2014年度のCO<sub>2</sub>排出量は、80t-CO<sub>2</sub>と増加となりました。これは中央研究所の設備拡大によるものです。

今後は、これまで取り組んでいる（1）照明の更なる間引きや、（2）エアコンの設定温度の管理厳格化などを徹底するとともに、設備更新の高効率化などの取り組みを継続して実施する予定です。



間引かれた電灯

## ● 全営業車341台をハイブリッドカーに切り替え

近年、環境面への配慮として、製品の生産から物流までのすべての段階において、資源の有効活用やエネルギー、廃棄物の削減に取り組んでいます。

営業本部においても、前年比5%の燃費向上を目指したエコドライブに取り組んでおり、今回、四輪駆動車を除く全営業車をハイブリッドカー（※）に切り替えました。これにより、1年間のCO<sub>2</sub>排出量を約313トン削減することができます。これは杉の木によるCO<sub>2</sub>吸収量に換算すると22,357本に相当します。

※利用するエネルギーが異なる動力源（主にガソリンと電気）を使用し走行する自動車。ガソリンの消費を抑えることで燃費が向上し、CO<sub>2</sub>の削減へとつながる。



広島営業所に導入されたハイブリッドカー

## ■ 【富山小林製薬株式会社】CO<sub>2</sub>削減の取り組み

富山小林製薬は、第二種エネルギー管理指定工場であり、健康補助食品の生産増加などに伴い、CO<sub>2</sub>排出量は増加する傾向にありますが、継続して削減の取り組みを行っています。

まず、設備機器の使用に伴う排気を暖房に利用する、配管を保温するなど、生産を行う上で使用する設備の効率化、再利用などを行っています。

また、海外の原料や資材のルートを変更するなどして、船舶輸送を増やすことでモーダルシフトを進めています。その他遮熱塗装や室外機への散水など空調の効率的運用も行い、省エネルギーに努めています。

### ● グリーンカーテンで節電・エコ活動

2012年から、夏の節電への取り組みとして、事務所建屋の東側と南側にゴーヤ、ヘチマ、ひょうたんの苗を植え、グリーンカーテンとして育てました。成長したグリーンカーテンにより、夏場の事務所内は涼しくなり、扇風機だけで過ごせる日もありました。またこのほかにも、室外機の散水や生産現場のシフト勤務など、富山小林製薬の従業員全員で各種対策を講じた結果、この夏の電力ピークカットに大きく貢献することができました。



成長したグリーンカーテン



事務所建屋を覆うグリーンカーテン

## コンプライアンス

### ■ コンプライアンス体制

小林製薬グループには取締役会直轄組織として「内部統制委員会」があります。コンプライアンス体制を監視し、対応策について勧告・助言するとともに、小林製薬グループ全体の事業活動におけるコンプライアンスを強化する役割を果たします。社内役員だけでなく、社外弁護士をアドバイザーに迎え、様々な助言を得て活動しています。また、内部統制委員会は、会社法および金融商品取引法における内部統制の報告を受けて助言を行うこと、各種法令への対応が適正かどうかの確認など、グループ全体の法令遵守状況の点検・確認を行っています。

### ■ グローバルコンプライアンスポリシー

職場でのコンプライアンス意識の統一と向上を図る目的で、2003年に「企業行動の基本方針」「役員および従業員の行動基準」を制定、2008年にはこれらを「コンプライアンス指針」と改め、全従業員が常時携帯する「従業員手帳」に記載し、いつでも確認できるようにしました。

2012年、グローバル事業の拡大を見据えて新たに「グローバルコンプライアンスポリシー」を制定し、これを遵守することを宣言しました。グローバルコンプライアンスポリシーは各国語に翻訳し、小林製薬グループの全ての海外関係会社において、周知しています。また、ポリシーの具体的な行動基準を「役員及び従業員の誓約」に定め、各国語に翻訳して周知しました。当グループ国内外の全役員・従業員は、この行動基準の「誓約書」に署名しています。

### ■ コンプライアンスガイドブック

「グローバルコンプライアンスポリシー」および「役員及び従業員の誓約」をより浸透させるために、全21項目を解説した『コンプライアンスガイドブック』を2013年に作成しました。このガイドブックは現在6か国語（日本語、英語、インドネシア語、中国語、タイ語、スペイン語）に翻訳し、海外を含む小林製薬グループ全体に公開しています。ポリシーと行動基準を身近なものとして理解し、個々人のコンプライアンス意識を向上させ、日々の業務の中で実践できるようガイドブックを活用しています。また、海外グループ各社においてこのガイドブックを題材とした集合研修を順次実施しています。



コンプライアンスガイドブック

### ■ コンプライアンス教育

現在、企業において各種法令の遵守は当然のことであり、社会の要請に応じた倫理的な行動を求められています。「法律上問題ない」だけでは不十分で、「世間や常識から見ても問題ない」行動が必要となります。小林製薬グループでは、従来から実施しているコンプライアンスに関する教育を整理統合し、コンプライアンス意識向上と知識習得がグループ全体にいきわたるような取り組みを進めています。

#### ● 集合研修（階層別教育）

小林製薬グループでは、役員・管理職・新入社員など、各階層に応じたトピックを盛り込んだ集合研修を継続的に実施しています。

#### 管理職研修

コンプライアンス違反の防止には、管理職の果たす役割が大きいと考え、管理職に必要な基礎知識、部下指導などをテーマに研修を行います。コンプライアンス担当者・人事担当者などが社内で作成した教材を、講師を担当します。知識習得だけでなくケーススタディを用いてディスカッションを行い、現場特有の悩みを共有し、解決する機会になっています。



管理職研修

## 新入社員教育

当グループの新入社員研修の一環として「コンプライアンス教育」を行います。「コンプライアンスとは」「小林製薬グループの社風」といった基礎知識を学ぶとともに、過去の事例を紹介し、グループディスカッションを行います。社会人の第一歩として「コンプライアンス」を考える重要な研修です。

## ● eラーニング（全社員教育）

2011年より全従業員を対象に、イントラネットを利用した「eラーニング」を毎月実施しています。コンプライアンス、法令の基礎、情報セキュリティなどをテーマに幅広い知識が浸透するよう毎月異なるテーマを設定しています。全社員が毎月受講することで、コンプライアンス意識が当たり前のこととして根づくことを目指しています。

### 2014年度実施テーマ

4月～6月	情報セキュリティ
7月	インサイダー取引
8月	企業防衛の基礎
9月	薬機法
10月	ダイバーシティと人権
11月・12月	情報セキュリティ
2月	景品表示法
3月	年度末チェックテスト



eラーニングの教材

## ■ 従業員相談室（内部通報窓口）

小林製薬グループでは、従業員からのコンプライアンス上の疑問・悩み・相談を受け付ける専用窓口として「従業員相談室」を設けています。

- 社内および社外窓口（弁護士事務所）2箇所を設置
- 対象者は小林製薬グループ従業員、退職者および取引会社の従業員まで拡大
- フリーダイヤルを設置

このように、利用者が「相談しやすい」環境を整備しています。

また、2013年度には、海外の全ての関係会社を対象とした内部通報窓口を設置しており、グローバル事業の拡大に伴うコンプライアンスリスクの低減に努めています。



従業員相談室告知ポスター

## 情報セキュリティ

### 個人情報保護

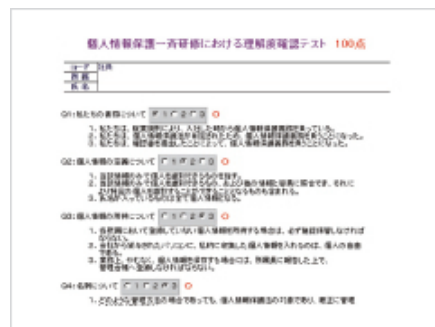
小林製薬グループは経営理念である「絶えざる創造と革新によって新しいものを求め続け、人と社会に素晴らしい『快』を提供する」を実現するため、製品やサービスだけでなく、その提供の方法や手段においても「快」を提供する必要があります。そのため従業員一人ひとりが個人情報の確実な取り扱いができるように「個人情報保護に関する基本方針」ならびに「個人情報保護に関する対策基本6項目」を策定しています。



個人情報保護に関する基本方針

### 個人情報保護に関する教育

従業員一人ひとりの個人情報保護に対する意識と行動を持続し、さらに高めるため、小林製薬グループではさまざまな個人情報関連教育プログラムを作成し、運用しています。全従業員に対しては3択形式の「e-ラーニング」を全員が満点を取るまで毎年受講させています。また、新規入社者（新卒・中途）や新任管理職に対しては別途プログラムを用意して教育を実施しています。特にセンシティブな情報を管理している部門に対しては、個別集合教育を実施しています。



個人情報保護教育のツール

### ソーシャルメディアガイドライン

インターネットやモバイル端末の普及に伴い、社会に向けて一人ひとりが情報発信することが当たり前になってきました。特にソーシャルメディア上では、業務に関する発信と自身のプライベートに関する発信の境界が非常に曖昧になりやすい特徴があります。小林製薬グループではソーシャルメディアを利用する際の行動指針である、ガイドラインを2012年1月に制定いたしました。ソーシャルメディアの活用に関して、全社員に高い意識での行動を心がけるよう、社内浸透を徹底しています。



## ソーシャルメディアガイドライン

ソーシャルメディアとは、インターネット上で展開される情報メディアのあり方で、個人が発信する情報が不特定多数のユーザーに対して露出され、ユーザー同士のつながりを促進するメディアのこと。

（例、Facebook、mixi、Twitter、YouTube、ブログ、モバゲー、GREE、ニコニコ動画など）

### 【背景】

近年、インターネットや携帯電話、モバイル端末の普及に伴い、一人ひとりが自ら社会に向けて情報発信することが可能となりました。そのような状況下、小林製薬グループに関わる様々な企業活動は、ブログや掲示板、SNSなどを通じインターネット上の議論や対話の対象となっています。

### 【目的】

本ガイドラインは、小林製薬グループに携わる従業員を含むすべての関係者に、ソーシャルメディアに関しての理解を深めていただくための手引きとして、さらに、小林製薬グループのコーポレートブランドの価値向上にソーシャルメディアを活用して積極的に広めていただくことを目的として作成されたものです。

小林製薬グループの従業員および業務に携わるすべての関係者は、一人ひとりが小林製薬グループの代表として様々なブランドの価値や魅力を正しく伝える役割を担っていることを改めて認識するとともに、インターネット上でなされる対話の持つ影響力の大きさを十分に理解し、それらの議論に参加する場合には、ブランドやビジネスに対する影響を考慮に入れた上で、参加することが重要だと認識しています。

#### <発信についての行動指針>

1. 事業運営規範など、該当する方針等の厳守
2. 仕事に纏わる記載をする場合は、特に配慮をする
3. 他者の権利を侵害しない
4. 一つの投稿が、世界的影響を及ぼし得ることを忘れない
5. インターネットの恒久性を認識する

#### <閲覧についての行動指針>

1. ブランド価値を守る、向上させる役割を担う
2. 否定的な投稿に対する対応は、専門家に任せて、自分の判断では行わない

## リスクマネジメント

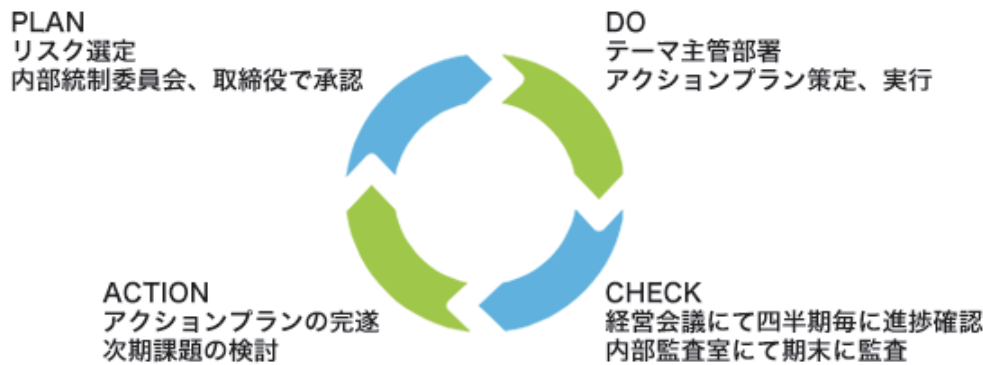
### ■ 経営リスクの管理

#### ● リスクの選定

会社経営においては、リスクを洗い出し、それらを継続的に管理し対策を講じていくことが不可欠です。小林製薬グループでは、経営リスクの選定を行い、テーマを絞り込んでリスクマネジメントを行います。経営リスク選定においては、内部統制委員会でオブザーバーの意見も取り入れ決定します。

#### ● アクションプラン設定と実行

年度初めに、コンプライアンス担当部署が主管となってグループ全体の次期の課題を検討します（リスク選定）。内部統制委員会、取締役会において承認を受けた経営リスクテーマは、その主管部署によって年間のアクションプランが立案され実行されます。アクションプランが確実に実行されているかどうかは、四半期ごとに経営会議に報告され、期末には内部監査室による監査も実施されます。このような経営リスク低減に関する活動は、PDCAサイクルに従って着実に実行される仕組みです。



### ■ BCP（事業継続計画）

小林製薬グループでは、東日本大震災の経験を踏まえ、BCP（事業継続計画）を策定しました。大規模地震、水害などの自然災害によって予期せぬ緊急事態に遭遇した場合、重要業務に対する被害を最小限にとどめ、最低限の事業活動の継続、可能な限り短期間に復旧を行うことを目的としたものです。業務プロセスを見直し、緊急事態の際の各事業のリスクの大きさ、優先して継続・復旧すべき事業を定めています。

※ BCP（Business Continuity Plan）

さまざまなリスクによって生じる事業活動の中断に対して、重要な業務・機能を継続する、あるいは可能な限り短時間で再開するよう事前に取り決める手順。



作成部署およびお問い合わせ先

**小林製薬株式会社**

広報総務部

〒541-0045 大阪市中央区道修町四丁目  
4 番 10 号 KDX 小林道修町ビル

Tel:06-6222-0142 Fax:06-6222-4261

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