



# Eblo Report 2012

Communication on Progress  
～社会的責任活動の報告～

ニッセイエブロ株式会社

## つたえる つながる から始まるコミュニケーション。

わたしたちは、国連グローバル・コンパクトの10の原則に準拠し、コミュニケーション活動を通してサステナブル社会<sup>※</sup>の構築に貢献してまいります。

※サステナブル社会とは、地球環境と人間環境とが調和した豊かな経済・社会・環境を安定的に維持・発展することが可能な循環型社会。

### 編集方針

## Grow Up! 見える。取組む。成長する。

### この報告書について

昨年同様、ニッセイエプロ株式会社が加盟する国連グローバル・コンパクトへ提出する活動報告(COP[Communication on Progress])の制作にあたり、武蔵野大学環境学部(矢内秋生 教授/学部長)佐々木重邦ゼミの活動として、同学部学生(3年生男子2名、2年生女子2名)とニッセイエプロ株式会社との協働により企画～制作を行いました。

### 本プロジェクトの目的

私たちが考えるCOP制作プロジェクトの目的は、ニッセイエプロが「よりよい企業になる」ということです。

私たちが考える、よりよい企業とは→

- × 売上や企業規模の大小のみを考える企業。
- 働く社員をはじめ、企業と関わる全ての人々が、
  - ① 責任ある市民として、個人や企業を取り巻く社会に関心を持ち、
  - ② 持続可能な社会のために考え、行動する企業。

よりよい企業を目指すために、

私たちは本プロジェクトのコンセプトを「Grow Up! 見える。取組む。成長する。」と設定しました。

武蔵野大学 環境学部 佐々木重邦ゼミCOP制作プロジェクト

2012  
成長  
する

2011  
取組む

2010  
見える

### 「成長する」について

このCOPの編集方針も三年目の「成長する」フェーズを迎えました。

2010年の「見える」によって課題を発見し、翌2011年にはその可視化された課題の改善へ「取組む」活動に焦点を当てました。

そして今回、2012年の「成長する」では持続可能な「成長」へつながる活動を主に取り上げています。

ここに掲載した私たちの活動をはじめ、様々な取組みを通じて、ステークホルダーの皆様のご期待に応えるべく、私たちはこれからも「成長」し続けていく決意です。

この報告書は、国連グローバル・コンパクトへ提出する Communication on Progress (COP)にとどまりません。当社の責任ある企業活動の姿を「つたえる」ことで、皆様の信頼に「つながる」ためのスパイラルアップを図るツールとして発行するものです。

ニッセイエプロ株式会社 グローバル・コンパクト推進委員会

商 号	ニッセイエブロ株式会社 [英文表記/ NISSEI EBLO INC.]
設 立	1950年2月(創業/ 1944年6月)
資 本 金	9,000万円
代 表 者	代表取締役社長 亀田 修平
従 業 員 数	43名
事 業 内 容	【広報PR、広告宣伝、販売促進】 総合印刷、企画・編集・デザイン、映像企画制作、 Web企画制作・システム開発、イベント・展示会等・企画運営、 文書管理・情報管理
事 業 所	本社 〒105-0004 東京都港区新橋 5-20-4 ニッセイエブロビル
主要取引銀行	みずほ銀行 三菱東京UFJ銀行 東京都民銀行

沿 革	1944(昭和19)年 日本青写真工業社創業
	1947(昭和22)年 株式会社日本青写真工業社発足
	1950(昭和25)年 日本青写真株式会社設立
	1951(昭和26)年 株式会社日本青写真工業社、日本青写真株式会社合併
	1957(昭和32)年 印刷部設置
	1971(昭和46)年 社名を日青工業株式会社に變更
	1984(昭和59)年 制作部設置
	1985(昭和60)年 企画・デザイン部設置
	1989(平成元年) 社名をニッセイエブロ株式会社に變更
	1999(平成11)年 情報技術部設置
	2001(平成13)年 本社を現在のニッセイエブロビルへ移転
	2003(平成15)年 ISO14001取得
	2006(平成18)年 プライバシーマーク取得
	2008(平成20)年 コンプライアンス体制発足
	2010(平成22)年 国連グローバル・コンパクトへの参加
	ISMS国際規格「ISO/IEC 27001」の認証を取得



社員と共に歩み続け、  
社会・顧客に  
貢献する事業活動を  
展開していきます



事業とは奉仕である。 亀田修平

代表取締役社長

## ニッセイエブロ株式会社のこれから ～創業70周年を目前に、さらなる成長へ～

ニッセイエブロ株式会社は皆様に支えられ、お蔭様で創業70周年を目前にしています。現在に至るまで様々な変化に対応し、顧客のニーズに応えて参りました。創業当時は“青写真”や“トレース”を扱う複写業を生業としておりましたが、やがてマイクロ写真、印刷業へとシフトし、今日の企画・デザイン、イベントの企画・運営、映像制作業務、そしてWeb制作までに業務が拡大し、変遷してまいりました。

その中、リーマンショックから始まった世界経済の混乱と国内の景気後退、ITの発達を中心とするイノベーションは現在業種

を問わずに影響を及ぼしております。対応次第では乗り切れるかわからないといった状況下で、今我が社がやらなければならないことは、現在の顧客のニーズに的確に対応し、そして求められているもの以上のサービスを提供することです。それに加え、「事業とは奉仕である」という考えを貫き、顧客や社会がより良くなるような事業を行うことが企業に利益をもたらすという考えを持ち続けていきます。そのためにニッセイエブロ株式会社ではより良い会社になるべく、今年で三年目となるグローバルコンパクトへの参加を継続してまいります。



## 国連グローバル・コンパクトへの参加 ～3年目となった今～

ニッセイエブロ株式会社は国連グローバル・コンパクトに参加して今年で三年目となりました。現在国内でグローバル・コンパクトに参加している企業・団体は165です。大企業やグローバルに活躍する企業・団体が多い中、ニッセイエブロ株式会社は中小企業であり、グローバル展開はしていないものの、視野は世界基準であり、「人権・労働・環境・腐敗防止に関する10の原則」に賛同し、実践するべく努めより良き企業市民へと成長して参りました。なかでもコンプライアンス経営を重要視し、徹底して

実行してきております。また、社会貢献活動にも重きを置き、人材育成支援の一環として、この冊子作成を産学連携している大学生と共同で行うなどキャリア教育活動も行っております。

CSR元年といわれた2003年から十年が経とうとしております。我が社は社会のために何ができるのか考え、実践していくことで、会社が持続可能な企業としての地位を確立していくことになると確信しております。

## 私から社員へ ～日頃の想いを言葉に～

私は社員を「同志」であり、「共同体」であると思っております。そもそも社員がいなければニッセイエブロ株式会社は機能しません。そして会社として成長していくには社員満足度の向上が必要不可欠であると考えます。

なぜならば、社員が自分の仕事に誇りを持ち高いモチベーションで顧客に接することで、良いサービス提供が可能になり、顧客満足度の向上、ひいては会社を成長させるからです。

社員が働く上で、会社に不満を持ちながら働くことは、社員にとってお客様へのサービス提供をするやりがいや、意欲が低下

します。それは当然のことです。社員にはニッセイエブロ株式会社の社員としての誇りや会社に対する愛着をもって欲しい。そしてこの変化の時代の中で夢と希望を持ち続けてもらいたい。一人一人が今何ができるのか、積極的に自分の能力・長所を思う存分発揮してもらいたい。社員に対して私はそう思っております。

そして私は社員に対して「みんなで頑張ろう!」という言葉をかけます。この言葉を胸に社員一丸となって厳しい状況を乗り越え、成長し続けていきたいと考えています。



我々はコミュニケーション分野の課題解決型企業として

持続可能

企業価値の向上、顧客生涯価値の獲得、

### 総合印刷

- ・ポスター
- ・パンフレット
- ・フライヤー
- ・論文集
- ・定期刊行物

### インターナル・コミュニケーション

ビジョン、指針、戦略等を  
内部で共有する

### 企画・編集・デザイン

- ・広告、SPの表現プランの企画・制作
- ・会報誌、情報誌の企画・取材・編集
- ・テレビCM、ラジオCMの企画・制作
- ・Webの企画・制作
- ・スタジオ撮影、ロケーション撮影
- ・キャラクターの企画・制作
- ・CI、VI、プラン企画・制作

### イベント・展示会等 運営

- ・ニュースリリース
- ・メディア・トレーニング
- ・記者発表会・プレスイベント
- ・危機管理広報
- ・タッチ&トライ型イベント
- ・文化催事
- ・懸賞キャンペーン
- ・サンプリング

広報PR

広告

顧客に最適な価値を提供することを追求し続けます。

## な 発 展

### 好意度形成を通じた売上の拡大

#### Web / システム開発

- ・Webサイト
- ・スペシャルサイト制作
- ・ソーシャルメディア
- ・スマートフォンアプリ
- ・リッチコンテンツ
- ・ポップアップ広告
- ・Webシステム
- ・電子媒体
- ・Webインフラ
- ・業務／イントラ系システム

#### 映像制作

- ・テレビCM
- ・販促用ビデオ
- ・研修用ビデオ
- ・ストーリーミング映像
- ・イベント用映像

#### 文書管理・情報管理

- ・ナレッジ・マネジメント
- ・リスク・マネジメント
- ・情報管理

レコード・マネジメント／BCPコンサルティング

※文書管理、文書電子化、文書管理システム、

外部書庫・トランクルーム管理、文書整理代行、

機密文書処理など

#### エクスターナル・コミュニケーション

様々な事業活動の内容を  
外部へ伝える

## 宣 伝

## 販 売 促 進



ニッセイエブロ株式会社は「コミュニケーション」事業を通して社会貢献に心掛けています。

事業テーマでもある「コミュニケーション課題の解決」は自他における信頼や調和と言った価値を持続可能にしていく上で重要なカギになるものと私たちは考えています。このテーマそのものが、創業より70年を迎えようとする当社の変わることはない、CSRの原点と言えます。

私たちの社名である「エブロ」とは「able:可能にする」より由来しています。

お客様、私たち従業員、そして社会が幸せになることを「可能にする」、そのようなCSRを目指しています。

## 国連グローバル・コンパクトへの加盟

ニッセイエブロ株式会社は、2010年1月6日付けで国連グローバル・コンパクトへ正式に参加しました。CSR活動を積極的に取り組む上で国連の提唱する「グローバル・コンパクト10の原則」を中心に責任ある行動を実践していきます。



## 「グローバル・コンパクト10の原則」への活動

項目	原則	取り組み内容	今号の掲載ページ
 人権	原則1 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持、尊重する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業倫理規範</li> <li>・企業行動基準</li> <li>・内部通報制度</li> <li>・ISMS (ISO27001) 取得による情報資産の保護</li> <li>・プライバシーマーク取得による個人情報保護</li> <li>・カラーユニバーサルデザイン推奨 (企画・制作)</li> </ul>	やりがいを感じる職場づくり p12.13
	原則2 人権侵害に加担しない。		
 労働基準	原則3 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修制度</li> <li>・情報資産の共有</li> <li>・安全衛生管理</li> <li>・内部通報制度</li> </ul>	やりがいを感じる職場づくり p12.13
	原則4 あらゆる形態の強制労働を排除する。		
	原則5 児童労働を実効的に廃止する。		
	原則6 雇用と職業に関する差別を撤廃する。		
 環境	原則7 環境問題の予防的なアプローチを支持する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ISO14001の運用</li> <li>・ECO REPORT WAY 21</li> <li>・NPOサステナビリティ創造研究会との連携</li> <li>・エコキャップ収集によるワクチン寄与支援</li> </ul>	本業を通じてエコを進め、深める p9
	原則8 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。		
	原則9 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。		
 腐敗防止	原則10 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業倫理規範</li> <li>・企業行動基準</li> </ul>	より良き「企業市民」の一員として p10.11

詳しくはWebへ <http://www.eblo.co.jp/>

eblo

検索





# 本業を通じてエコを進め、深める

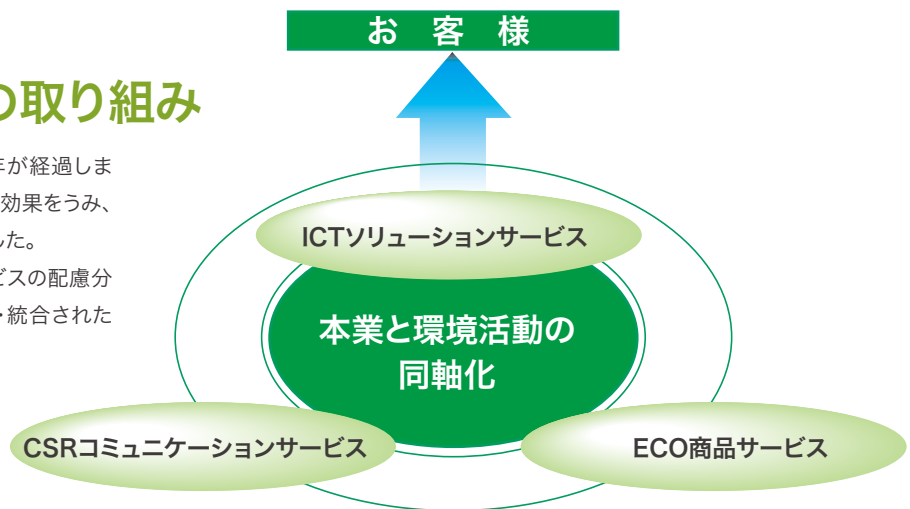
環境に対する取組みは、持続可能な社会を形成していくために、企業にとって欠かせない課題の一つです。

私たちはニッセイエブロ株式会社の環境方針を基に、事業を通して社会に貢献できる企業として使命と責任を果たしてまいります。

## ISO14001による 環境配慮サービスへの取り組み

2002年に取得したISO14001も運用して10年が経過しました。認証取得当時は「紙・ごみ・電気」量の削減で効果をうみ、以来、「本業と環境活動の同軸化」を目指してきました。

環境影響評価においては幾度と無く、商品・サービスの配慮分析を繰り返してきました。現在では本業と同軸化・統合された環境目標を設定し、日々実行しています。



## Case Study 武蔵野大学との産学連携

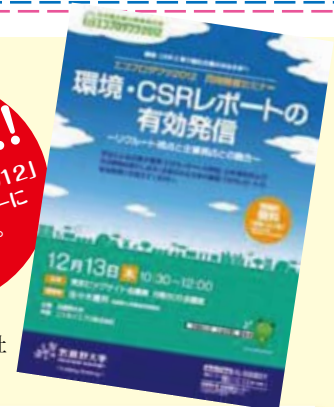
### ECO REPORT WAY 21 (ERW21) とは…

今年5年目になる、未来の環境リーダーを育成する教育プログラムです。CSR・環境報告書を学生の視点で評価・分析し、企業へ意見交換を通してフィードバックをする活動です。

当社は若者のCSRレポートに触れ合う機会や、CSRに真剣に取り組んでいる企業と対話する機会をサポートしています。

**NEWS!!**  
「エコプロダクツ2012」  
同時開催セミナーに  
参加します。

主催：武蔵野大学  
共催：ニッセイエブロ株式会社



### Voice



ERW21 副リーダー  
滝沢 郁香さん

今年で私は2年目になりますが、最近自分の中で成長を感じられるようになりました。人前に立つことが苦手だった私が躊躇なく人前で話すことができるようになった。社会人の方を目の前に、自分の意見を堂々と伝えられるようになった。これもこの活動が続けてきた結果だと思います。初めこの活動を知った時、就活に役立てればと思い、入ることを決めましたがこの成長は就活だけでなく、今後社会人になってもためになると感じています。



ERW21 2012年度メンバー

\*ERW21はHPを通して活動報告をしております。 <http://www.ecoreport.jp/>



# より良き「企業市民」の一員として

「より良き企業市民」として社会と共生し、社会の期待に応えていくためには社員一人ひとりが法令・社会規範・倫理等を遵守していかなければなりません。私たちは更なる成長のために今一度、コンプライアンスのあり方に立ち返り、公正で健全な企業活動を行うように努めてまいります。

本COPを発行して三年が経過、第1回(2010年)のCOP制作時に社員のコンプライアンスに対する意識調査を行いました。

調査結果の中では

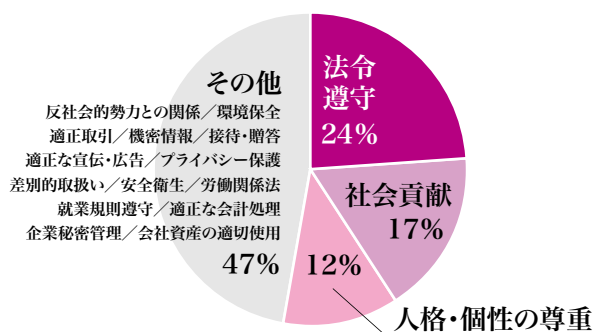
- 「法令を越えた高い倫理観を持つ社員によって、お客様や社会からの信頼を築き、その信頼関係が保たれると考えている」
- 「研修は社内のコンプライアンスに対する様々な意識レベルを高い次元で統一し、社員一人一人のベクトルを合わせる機会だと思う」
- 「業務上でコンプライアンスの重大な過ちに陥りがちなテーマの勉強会などを実施することで、よりコンプライアンスの意識向上につながる」と言った意見がありました。

これを受けて2011年のCOPには認証取得した情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格である「ISO / IEC 27001」について取り上げました。

コミュニケーション支援事業に携わる私たちにとって「情報資産の保護」は最重要課題と認識しており、ISMSの研修についてインタビューを行い、その声を掲載しました。

今回は今後「法令を越えた高い倫理観」「社内のコンプライアンスに対する様々な意識レベルを高い次元で統一する」ことを目指し、社内アンケートを実施しました。「コンプライアンス」の領域をあらためて理解し、より向上するための具体的なアイディアを募りました。

## Q「企業行動基準」、あなたはどの内容が重要だと感じますか？



「コンプライアンス」と言うとき、まず「法令遵守」を回答した社員が多く、「法令遵守が企業経営の基本」と捉えていることが見て取れます。

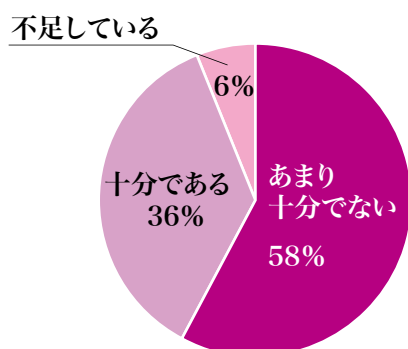
この結果をみると、「法令遵守」を選んだ社員が約1/4を占め、「人格・個性の尊重」を選んだ方より「個人の人格が尊重される中に企業の存在意義があると思われる」という意見もありました。

そして「社会貢献」では「働く上で最も重要な要素」であり、これはニッセイエプロの事業展開の基軸となっている「事業とは奉仕である」という精神が社員の間にしっかり浸透している表れなのではと考えます。



当社の「企業行動基準」には「法令遵守」以外について、多くの項目が規定されています(p11参照)。

## Q今までのコンプライアンスの研修は十分と思いますか？



この結果をみると、社員の半数以上がコンプライアンス研修に不足を感じているようです。反面「研修だけで(コンプライアンスは)体得できるものでもない」といった意見もありました。

回答の中には、「社員のコンプライアンスは定着している」といった認識がある一方、「個人的には定着していないように感じる」といった捉え方の隔たりが見受けられました。



研修開催と言う対策だけではなく、どのようにすれば社員一人ひとりが自覚し、意識向上できるかを考える必要があると思われます。

## Q どのようにすればコンプライアンスがさらに向上すると考えますか？

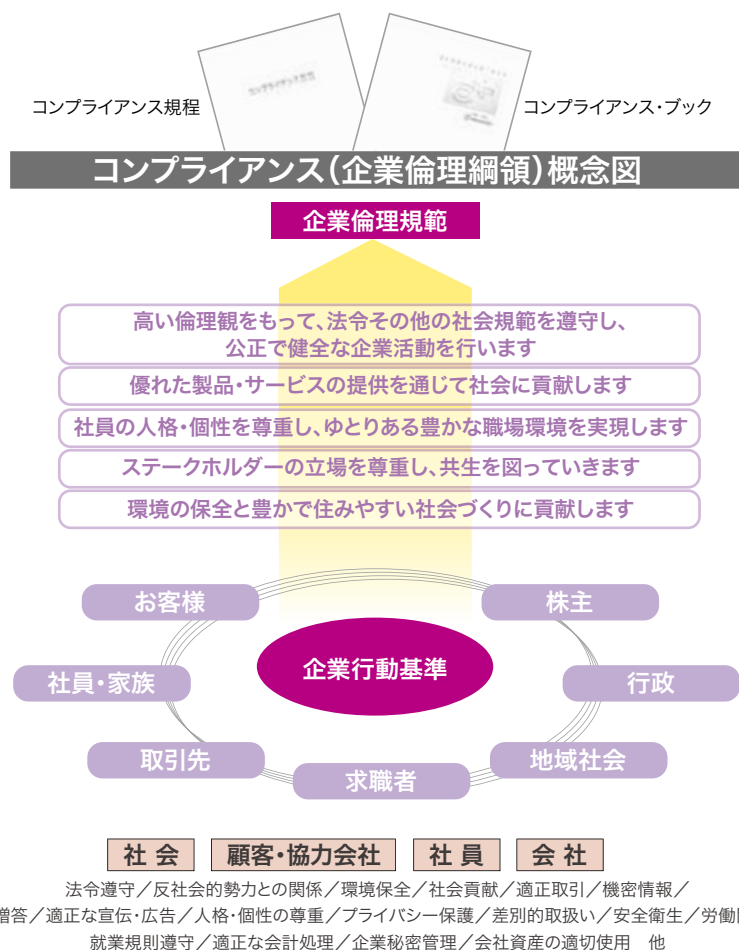
- 定期的な研修、説明会等の開催を行う。
- メルマガや個人が携帯できる教育ツール(カード等)を利用して理解を深める。
- 第三者機関があれば相談しやすくなり向上するのでは。
- こんなことが違反している、というような事例が知りたい。就業時間以外でも違反に当たる行為をする可能性があると思うので、社員の自覚を再認識する必要がある。

## ニッセイエブロの コンプライアンスとは

当社ではコンプライアンスとは、法令に違反しないということのみならず、自主的に定めた倫理に従って行動すること、あるいは、法令の趣旨・目的を理解して、それに従って活動すること、さらに広くは、企業の道義的・社会的責任を果たしていく活動と定義しています。5項目にわたる「企業倫理規範」を基に四つのカテゴリに分けそれぞれ「企業行動基準」を規定しています(右図)。

- ① 社会との関係
- ② お客様・仕入れ先との関係
- ③ 社員との関係
- ④ 会社との関係

私たちはこれらの関係を大切に、身近なところからコンプライアンスを捉え、自律的に行動できるよう、より一層コンプライアンスの徹底に取り組んでまいります。



## Interview

当社は2008年7月にコンプライアンス態勢を発足して「企業倫理綱領」(企業倫理規範及び企業行動基準)をまとめました。その中では、社員全員が法令を遵守することはもとより、社内規程や社会規範を尊重し企業倫理に則った行動をとること、すなわち「コンプライアンス」の徹底が必要不可欠であるとしております。その後、弁護士による役員向けコンプライアンス研修の実施、裁判員制度説明会、内部通報制度の立上げ、社員向けコンプライアンス研修(与信・債権管理、契約書作成の実務)、管理職向けコンプライアンス研修(下請代金支払遅延防止法の周知徹底)を行なってまいりました。

社内でコンプライアンスを周知徹底するためには、定期的な研修などを継続的に行なうことが必要ですが、同時に社員一人一人が常に自主的にコンプライアンスに対する意識を向上させることが大切ではないかと考えております。

今回のアンケートでは、研修などが不足しているとの意見が多くありました。めまぐるしく変化する環境の中で健全な企業活動を行なうためには、あらゆる法令や社会規範に対する知識が求められます。今後は、法改正などへの対応以外でも定期的にコンプライアンスに対する意識付けを行い、より定着させていくように努力してまいります。

コンプライアンス管理責任者 野沢 功





# やりがいを感じる職場づくり

私たちは社員一人ひとりの人権、人格、個性を尊重し、社員同士がコミュニケーションを取り合うことで、互いに働きやすく、自主的にモチベーションが高まる職場環境の維持に努めています。

## コミュニケーション・情報共有の最適化

「コミュニケーション」に関わる事業をしている私たちが最も大切にするテーマです。私たち職場内においても、いかに有効なコミュニケーション施策が実行され、働きやすく、やりがいのある職場環境を実現できるのかと言う点はきわめて大切です。

Face to faceでのコミュニケーションを基本としながら、ICTによる情報収集、またSFA(p13)による営業情報の共有から社内会議や研修のあり方にいたるまで自分たちでまず検討、実施しています。そしてそれらを実行する中で有効性を検証し、お客様へ提案できる商材へとつなげています。



## 従業員の声を大切に

社員の声を活かし、業務改善へとつなげていく風土は我が社の特長になっています。過去より現在に至るまで社員の様々なアイデアによりプロジェクトや仕組みなどが生まれてきました。

「従業員のモチベーションは与えられるものではなく、自らが高めていくもの。そのために会社は出来る限りの支援を行う」と言うトップの考えを日々、社員一人ひとりが具現していく努力をしています。

社員へのアンケートや面談を通して社員の声がトップに伝えられ、その対応が社員へフィードバックされていくと言った双方向性あるコミュニケーションを大切にしています。

## 研修制度(ITパスポート試験 他)

目まぐるしく進化を続けるICTに対応する人材へと成長するための基本として、経済産業省が認定している国家試験「ITパスポート」試験の受験・資格取得を進めています。現在では約9割の社員が合格、資格を取得しています。この資格取得により、お客様への対応をはじめ製品の品質向上などに貢献し、さらに高い知識や技術習得へのきっかけとしています。

また、従来の資格支援制度をはじめ、必要であれば一人が何度でも受講できる定額制の研修制度を導入しています。年間5～10講座を受講される方をはじめ一人2講座以上を受講しました。

## インセンティブ制度

社員が自律的にモチベーションを高揚させる機会として、いくつかのインセンティブ制度を整えています。

期に一度、優秀な成績を残した社員と部門にエプロ賞(報奨金)、勤続10、20、30年社員の表彰(金一封、リフレッシュ休暇)をはじめ、さまざまなキャンペーン(報奨金)等があります。

## 安全衛生管理

労働安全衛生法並びに就業規則に基づいた「安全衛生管理規程」をはじめ、3.11東北大地震を受けて近隣の皆様にも利用可能なAEDを設置しました。またエレベータには停止時に必要な防災セットを常設しています。

情報セキュリティを強化すべく、来訪者の皆様の理解を頂き、執務室へのICカードによる入退室管理を厳格にいたしました。



エレベータに設置した防災セット



1F玄関に設置したAED

その他、法定福利(健康保険、厚生年金、厚生年金基金、雇用保険、労災保険)、嘱託社員制度、産前・産後休暇・育児休暇、介護休暇取得制度、等を整備し、より働きやすい職場環境の向上を目指しています。



## 情報資産の共有

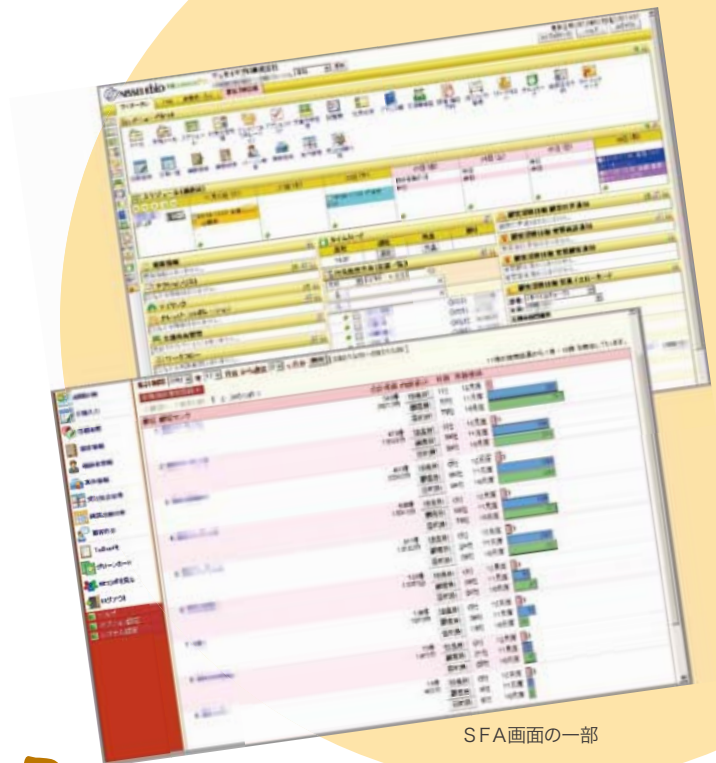
私たちは多くのお客様に対して様々なコミュニケーション課題の解決に最適、有効なご提案をしています。そのためにまず重要なことは、社内で「いつ」「どこで」「誰が」「何を」「なぜ」「どのように」取り組んでいるかを社員同士が知り合い、理解することです。

「決まった商材」を取り扱うことが少ない当社の営業活動では特にこの情報共有は現実的な課題でした。そのような中で2010年に導入した「SFA(Sales Force Automation)\*」。

以前と今ではどのような事が変わりつつあるかを学生が社員に聞いてみました。

### SFA導入前

- 誰が何に取り組んでいるかがわかりにくい。
- 営業活動のプロセスがわからない。
- どのお客様がどのような課題を持たれているか不明。
- 日々の日報情報が営業活動に活かされない。



SFA画面の一部

Plan

Do

営業活動の見える化

### SFA導入

- 紙日報の電子化
- 営業活動情報の社内共有化
- 社内コミュニケーションの活性化

- 「営業部門と制作部門が以前よりも一層、『同じ目線』でお客様のことを考え、業務を遂行している」
- 「営業部門と制作部門間でお客様や業務に関するコミュニケーションの機会が増えている」

- 以前は誰が何に取り組んでいるのか不明だったが、今では1年前よりも互いのことが把握できるようになった。
- "日報の延長線"と捉える人と、"情報の共有化"として捉える人との間で、記入内容の違いが明らかに見える。
- 活用の標準化を考えれば、SFAの使い方の研修等が必要と思われる。
- 制作部が営業部の記入したSFAを確認し、有効な連携をするまでには至っていない。

Check



Action

SFAを導入して3年目となり、SFA導入当初の目標(Plan)を達成するため社員同士によるフリーセッション(Do、Check)を実施しました。

土台となる社員同士の基本的なコミュニケーションをさらに活発化していくこと、そしてSFAの基本的な利用方法を理解し、標準化させることが必要不可欠であるとの意見がありました。また、さらにSFAを有効利用することにより、現在の事業部内の動きやすさを向上させることにもなりうるとの期待の声も見られました。

\*SFA(Sales Force Automation)：社内において顧客の情報を管理・共有することで営業活動を支援するシステム

2012年度の活動について、本レポート制作に関わった、武蔵野大学環境学部 佐々木重邦ゼミCOP制作プロジェクトにより、以下客観的な評価をして頂きました。「三カ年プロジェクト」で積み上げてきた評価内容を社員一人ひとりに伝え、次年度への活動に繋がる仕組みにしていきます。

## 2012年 評価結果

### 2010 見える

### 2011 取組む

### 2012 成長する



人権



- 休暇制度等がきちんと整えられ、社員の人権を大切にしていることが分かった。
- カラーユニバーサルデザインを推奨するなど、多くの人にとっての平等をかなえようとしている。
- 社員間では、「自由」「人柄がよい」「仲がよい」といった一体感が見てとれる。

- カラーユニバーサルデザインの推奨について、お客様へ提案した企業広告に採用された。
- コンプライアンス体制の中で内部通報制度を維持運用。

- 社員間の中で、気遣いや思いやりをもつ様子がインタビュー等により伺えた。職場の仲間を大切にして、一人一人を尊重している。
- 継続して、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構に賛同し、色覚の個人差を問わず、多くの人に見やすいカラーユニバーサルデザインの普及に貢献している。



労働基準



- 福利厚生や諸制度が整えられていることが分かった。
- 女性の労働保護規定について休暇取得した女性社員の声を聞いた。
- 部門間等における情報格差の解消が求められる。

- 営業部門でSFAによる情報共有を開始し、制作部門へと対象を拡大し始めた。
- 「社内情報共有の最適化」について情報を発信するようになった。
- 制度等の理解が一部なされていない部分もある。

- SFAにより事業部間で職場の仲間がどのような仕事をしているかが把握できるようになった。
- チームワークを重視して仕事に取り組むようになった。
- 仕事の引継ぎが上手くいくように改善策を提案して、より一層働きやすい環境づくりが望まれる。



環境



- ISO14001の取得により事業と連動した取組みが一層求められる。
- エコキャップへの収集によるワクチン寄付支援を行っている。

- 環境人材の育成であるERW21の支援を継続。
- 本業と一体化した目標管理が定着し始めており、目標に掲げたCSR/環境レポートの受注実績も出ている。
- 中長期目標を設定し、計画性のある活動を行っていく必要がある。

- 環境人材を育成するプログラムである「ERW21」を5年継続して支援し続けている。プロジェクトの活動実績が成長してきている。
- ISO14001に基づく、事業を通じた活動を行っている。
- 全社員に環境意識の統一がさらに必要と思われる。



腐敗防止



- コンプライアンスの徹底のために体制を整えた。
- 周知徹底を図るために研修を行った。
- アンケートによって研修の効果を把握できた。

- 「情報セキュリティ」「個人情報保護」については、研修・教育が実施できる仕組みを用意。
- 「企業倫理規範及び企業行動基準」については個々人が意味を理解し、さらなる意識向上が求められる。

- アンケートから現状を把握し、社員の意識を知ることができた。
- どのようにすれば改善できるか、または取組んでいけるかを社員に調査することで社員のコンプライアンス啓発に繋げていくことができた。
- 具体的アイデアを改善につなげる行動がさらに求められる。



本COPの企画制作に協働いただいた4名の学生の皆さんに「編集後記」を書いて頂きました。



武蔵野大学 環境学部  
環境学科 環境学専攻  
3年 石川 勝也

昨年に引き続き今年度も自分を成長させる大変貴重な機会をいただきました。今回のCOPレポート制作では社員の方が少しでもこのCOPレポート制作によってCSRの意識を高めるきっかけになればと思い、制作いたしました。私たちの頑張りが少しでもニッセイエプロ様の「成長する」ことに貢献でき、そしてこのプロジェクトでレポートの制作と様々な社員の方と関わることで得た経験と知識を将来生かせればと思います。



武蔵野大学 環境学部  
環境学科 環境学専攻  
3年 高木 健

企画・制作にあたって、どのように自分の考えを提案すればいい報告書ができるのか。どうすれば、わかりやすく・見やすい報告が完成するのか。今年度は昨年に比べて、報告書の「質」を上げることが意識しました。ミーティングの中では、社員の方とも終始笑顔で協働でき、忌憚のない提案が出来たと実感しています。COPプロジェクトを通して、将来も人と関わる仕事がしたいと思えるようになりました。



武蔵野大学 環境学部  
環境学科 環境学専攻  
2年 山田 喜和

社会人と実際に関わり、それを自分の中で消化しアウトプットするという過程は、具体的かつ現実味を伴った将来へのイメージを形成させてくれました。そして1つのものを複数で作り上げる大変さや必要なスキル、複数いるからこそ豊かになる発想や意見を体感し、自分の未熟さを痛感しました。このような経験ができる機会を下さり、ありがとうございました。来年はこの経験を活かし成長した自分で、このプロジェクトに携わりたいです。



武蔵野大学 環境学部  
環境学科 環境学専攻  
2年 矢澤 公美

私がお話を頂いた時、具体的に何をするのか分からず、ただCSR報告書を作成できるという滅多にない機会だと思い参加を決めました。実際に制作に携わり、冊子1冊を作成する際に取材、文章作成、レイアウトの考案等、普段やることのない作業をやらせて頂いたり、学生同士の連携の仕方や社員の方々への情報の共有の仕方など冊子作成における過程においても様々な事を学ばせて頂きました。この貴重な経験を今後の糧として参ります。



3ヶ年プロジェクト「Grow Up! 見える。取組む。成長する。」を通して、率直なご意見・感想を頂きました。

## COP制作プロジェクトは理想的なキャリア教育

「見える。取組む。成長する。」の三ヶ年計画を見事にやり遂げたことは本当に素晴らしいことです。この活動に従事した7名の学生に対して、私のゼミ生で手前味噌にはなりますが、よく頑張ったと褒めて上げたい。ゼミ生が成長する姿を見るのは教員冥利に尽きますが、このプロジェクトこそ理想的な

キャリア教育だと思います。

これもニッセイエプロ株式会社の方々のご支援の賜物です。三ヶ年計画は終了しましたが、来年新たな出発ということで継続していければと考えています。

武蔵野大学 環境学部 教授 佐々木重邦

2010年、グローバル・コンパクトへ参加して早いもので三年となりました。参加した年より毎年発行するこのCOPについては、企画・制作そのものを当社の社会貢献活動におけるひとつの取組みとして位置づけています。同時に、環境教育の一環とした大学生との協働プロジェクトとして始動しました。巻頭にも記述していますが、当面の三ヶ年をそれぞれ「見える」「取組む」「成長する」とのフェーズに分けて設定したのも学生のアイデアでした。ECO REPORT WAY 21で企業が発行するCSR/環境レポートを自らが考案した21の指標で分析・評価してきた彼らが、このプロジェクトでは反対の立場である企画・制作する側に立つことになりました。そして、いかにステークホルダーへ期待する情報を正確に伝えることができるかを考えて企画したものがこのCOPです。私たちのような多くの中小企業もまたリーマンショック以降、CSRへの取り組みに多くの課題を持っていると思います。

CSRへの取組むことが企業経営上、不可避になりつつある潮流の中で「予算がない」「人的リソース不足」「報告すべき活動内容が乏しい」と言う声は多くの皆様より伺います。

このCOPプロジェクトはそのような状況の中でもWin-Winのパートナーと連携し、コミュニケーションによる企画力をもってすれば付加価値に転換できるという一例になれば幸いです。

今後は持続可能な社会の一員としてCOPの社内浸透を図り、大学生の方々からご参加いただいた大学生の方々に恥じない改善を行ってまいりたいと考えます。

最後に、本COPの制作にあたり、ここまで多大なご協力を賜りました武蔵野大学環境学部佐々木重邦教授、環境学部3年の石川勝也さん、高木健さん、2年生の山田喜和さん、矢澤公美さん、感謝申し上げます。

ニッセイエプロ株式会社 グローバル・コンパクト推進委員会



Grow Up! 見える。取組む。成長する。

ニッセイエブロ株式会社

**Eblo Report 2012** Communication on Progress

～社会的責任活動の報告～

(対象期間:2012年1月～2012年12月)

【連絡先】

グローバル・コンパクト推進委員会

E-mail : [gc@eblo.co.jp](mailto:gc@eblo.co.jp)

Phone : +81-3-5733-5151 Fax : +81-3-5733-5161



EMS 578222 / ISO 14001:2004



IS 565077 / ISO 27001:2005



16190122(04)



WE SUPPORT



NPO 法人  
カラーユニバーサルデザイン機構  
団体賛助会員