

作成部署およびお問い合わせ先

## 大日本印刷株式会社

コーポレートコミュニケーション本部CSR推進室  
〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1  
TEL: 03-3266-2111 (ダイヤルイン案内台)  
FAX: 03-5225-8083  
URL: <http://www.dnp.co.jp/>  
次回発行予定 2015年6月  
2014年6月発行 ©2014, DNP  
PRINTED IN JAPAN

# DNP

## CSR REPORT

2014 DNP グループ  
CSR 報告書



# DNPグループ CSR報告書2014

## 目次

01 会社概要／事業分野／編集方針

03 トップメッセージ

05 DNPのCSR

## 特集

09 未来のあたりまえを作る。

15 2013年度CSRマネジメント報告

## 年次活動TOPICS

21 環境活動

25 グローバル展開

29 社会貢献活動

33 第三者意見

34 CSR委員長メッセージ

### 表紙デザインについて



持続可能な環境社会実現の象徴として、昨年「種子」をモチーフにしました。その種子は成長し、未来の地球のために「花」を咲かせました。DNPには、さまざまな人材や技術など(=花)、持てる強みを組み合わせ(=花束)、これからも持続可能な環境社会実現に貢献して欲しいと思います。

#### 新村 則人(グラフィックデザイナー)

1960年山口県生まれ。大阪デザイナー学院卒業。松永真デザイン事務所を経て、新村デザイン事務所設立。主な仕事に、資生堂、無印良品キャンプ場、日本マクドナルド、エスエス製菓、新村水産、東京オリンピック招致など。主な受賞に、JAGDA新人賞、毎日広告デザイン賞最高賞、環境広告コンクール大賞、ニューヨークADC銀賞、ブルノグラフィックデザイン国際ビエンナーレ金賞、東京ADC賞など。

## 会社概要

(2014年3月31日現在)

商号	大日本印刷株式会社 Dai Nippon Printing Co., Ltd.
本社	東京都新宿区市谷加賀町1-1-1 TEL 03-3266-2111 (総合案内)
創業	1876年(明治9年)10月
設立	1894年(明治27年)1月
資本金	114,464百万円
従業員数	39,524名(連結) 10,827名(単体)
グループ会社	グループ連結子会社 119社 持分法適用関連会社 12社
財務データ (2014年3月期)	連結売上高 1兆4,485億円(前年比0.1%増) 連結営業利益 500億円(前年比40.0%増) 連結経常利益 532億円(前年比32.2%増) 連結当期純利益 256億円(前年比33.4%増)

### 生活者との コミュニケーションを深めます

生活者とのコミュニケーションを深めることを目指して、「DNPenguin(ディーエヌペンギン)」という親しみやすいキャラクターを用い、DNPの製品やサービス、企業活動などを分かりやすく紹介する取組みを行っています。



## 事業分野

### 印刷事業

印刷技術と情報技術の応用・発展によって、あらゆる業種・業態の企業や生活者の課題を解決していく多彩な事業で成り立っています。

#### 情報コミュニケーション部門

出版・商業印刷、ICカード、ネットワークビジネスなど  
売上高構成比 **48.0%**



ハイブリッド型総合書店「honto」



SIMカード



スマートフォン向け家計簿アプリ「レシビ！」

#### 生活・産業部門

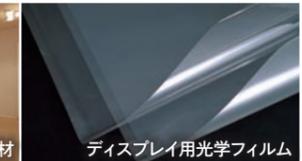
包装、住空間マテリアル、産業資材など  
売上高構成比 **36.5%**



パッケージ



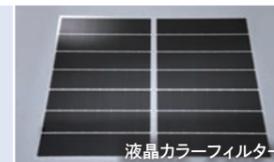
住宅用内装材



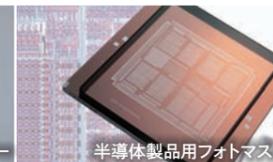
ディスプレイ用光学フィルム

#### エレクトロニクス部門

ディスプレイ製品、電子デバイスなど  
売上高構成比 **11.7%**



液晶カラーフィルター



半導体製品用フォトマスク



レーザーライター用モジュール

### 清涼飲料事業

北海道コカ・コーラボトリングによる清涼飲料水の製造・販売、ブランド力をいかした独自製品の開発なども行っています。

#### 清涼飲料部門

売上高構成比 **3.8%**



## 編集方針

DNPでは、会社の姿をステークホルダーに正しく伝えるため、財務・非財務情報を適切に組み合わせた情報を発信していく必要があると考えています。

Webサイトをすべての情報のデータベースと位置づけ、透明性の高いサイトを目指していくとともに、開示ニーズの高い情報については適宜各種媒体を通じて提供していきます。

社会性や環境活動などの非財務情報については、年1回の本報告書の発行とWebサイトでの日常的な発信とで情報開示を行っています。

→ P.08参照

CSR報告書2014は、DNPが目指している「未来のあたりまえを作る。」ための取組みをCSR視点で報告する「特集」、CSR活動の進捗状況を報告する「2013年度CSRマネジメント報告」、そのなかでより重点的に取り組んだ活動を紹介する「年次活動TOPICS」という構成になっています。いずれも、DNPの姿勢を分かりやすく表現するとともに、社会の皆さまの関心の高い情報を掲載することを目指しました。

また、環境情報については、CSR報告書とは別に発行する「環境報告書」(PDFをWebサイトに掲載)で詳細に報告します。

今後も、本報告書がDNPとステークホルダーの皆さまとの良好なコミュニケーションを築くためのツールとなるよう、内容を充実させていきます。

### 報告対象期間

2013年4月1日～2014年3月31日まで

ただし、一部の重要な事柄については、本対象期間外の報告も含まれます。

### 報告対象範囲

DNPグループの全社・全部門を対象とします。

本報告書では「DNP」はDNPグループを表し、大日本印刷株式会社と区別しています。また、グループを強調したい文章では「DNPグループ」と表記しています。

### ステークホルダーコメント

活動内容を分かりやすく伝え、評価に客観性を持たせるため、ステークホルダーのコメントを掲載しています。また、CSR活動報告全体について、株式会社インテグレックス 代表取締役社長 秋山をね様より第三者意見をいただいています。

### 参考ガイドライン

- GRI「サステナビリティリポーティングガイドライン」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- ISO26000 / JIS Z 26000

# 未来のあたりまえを作る。

DNP大日本印刷の前身である「秀英舎」が誕生したのは、1876年(明治9年)です。当時、最先端の技術だった「活版印刷」を用いて、欧米の先進的な技術や思想を我が国に広く伝え、国の近代化に寄与したいという「志」を持って設立されました。その後、印刷技術を応用して事業領域を広げ、さまざまな製品やサービスを社会に提供してきました。

時代は変わっても、常に時代の最先端技術を極め、社会の豊かさに貢献したいという「志」は、脈々と引き継がれています。

## 「未来のあたりまえを作る。」

いま社会は、価値観の多様化やグローバル化、ICTの進展などにより、大きく変化しています。そうしたなかで、DNPは社会の課題を的確にとらえ、それが身の周りであることで“あたりまえ”となるような新しい製品やサービス、仕組み、基盤を提供することを目指しています。その取り組みを「未来のあたりまえを作る。」という言葉で表現しています。

私は、企業の責任は、社会の発展に貢献する「価値の創造」にあると考えており、「未来のあたりまえを作る。」は、DNPのCSRの本質と言えるでしょう。

この取り組みで大切にしているのは、私たち自身が「独自に生活者の意識や価値観を肌で感じ取る」ことで、そのための場づくりも積極的に進めています。

昨年1月、体験型ショールーム「コミュニケーションプラザドットDNP」を東京にオープンし、4月には、大阪に、「CAFE Lab.(カフェラボ)」をオープンしました。

DNPは、生活者と直接触れ合うこれらの活動を

通して新たな価値を生み出していきます。

さらに、「社員一人ひとりが生き生きと働ける環境を作る」ことも大切にしています。時代の変化は激しく、これまでの働き方だけでは、十分な成果を挙げていくことは難しく、新しいチャレンジも生まれません。DNPは2009年から「働き方の変革」に取り組み、一人ひとりの創造力を最大限まで高めるように努めています。

この一環として、女性の活躍支援にも力を入れ、2013年度は、スキルアップとキャリア形成を支援する「メンター制度」を導入しました。また男性社員の理解や協力を促進する独自の取り組みも実施しました。

また、社内の多様な部門間の情報共有にも力を入れるなど、新しいチャレンジをさらに進められる柔軟な組織を目指しています。

## 「グローバル化への対応」

経済・社会のグローバル化が急速に進み、きめ細かい対応が求められるなか、DNPは2006年7月に、国連グローバル・コンパクト(GC)が定める人権や環境等10原則に賛同しました。DNPの海外展開の歴史は古く、半世紀にもおよびますが、常に人権や環境に配慮し、その精神を尊重した事業活動を国内・外で進めています。

環境問題に関しては、地球環境との共生を目指して、持続可能なビジネスを進めています。2013年度は、地球規模の環境維持に向けて、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量の把握(Scope3)等、環境負荷低減の活動を強化しました。

また、国内ビジネスにおいてもサプライチェーンが世界に広がっていることから、グローバル化の影響は極めて大きくなっています。DNPは、調達取引先と連携して社会的責任を果たしていくCSR調達の徹底にも積極的に取り組んでいます。

## 「さまざまな社会貢献」

DNPは、「本業に近いところで息長く」という考え方のもと、とくに印刷との関係が深いグラフィックデザインの支援に注力しています。1986年にDNPの創業の地である東京・銀座に日本初のグラフィックアート専門ギャラリー「ggg」を開設したのははじめ、大阪、福島でも同様の取り組みを展開しています。

また、次世代育成にも力を入れています。DNPの製造拠点に近い全国の小学校や各地の会場で、出張授業を実施しているほか、中高生を対象とした科学イベントでは、海外を含めた多くの学生に対して、再生医療をテーマとしたワークショップを行いました。

東日本大震災に関しましては、引き続き支援が必要であり、グループ社員による復興支援現地ボランティアなど、DNPはこれからもさまざまな形で支援を続けていきたいと考えています。

近年、より深刻化する社会課題の解決に向けて、企業への期待はますます高まっています。DNPはその期待に応えるため、新たな「価値の創造」と、企業市民としての社会貢献活動を今後も進めてまいります。

代表取締役社長

北島義俊



# DNPのCSR

DNPのCSRは、経営理念を具現化することにほかなりません。

2001年に発表した「DNPグループ21世紀ビジョン」と国際的な規範を『前提』として、企業が一体となった『体制』で、ステークホルダーとの対話を基盤とした『実践』を通じて、DNPはCSR経営を推し進め、企業の成長と持続可能な社会の実現を目指していきます。

## 前提

### DNPグループ21世紀ビジョン／行動規範

DNPグループ21世紀ビジョンは「経営理念」「事業ビジョン」「行動指針」で構成され、DNPの社会に対する貢献の意思とその方向性を示しています。

また、DNPグループ行動規範は、「経営理念」を実現していくあらゆる活動の前提となるもので、これにしたがい、全社員が高い倫理観にもとづいた誠実な行動をとるよう努めています。

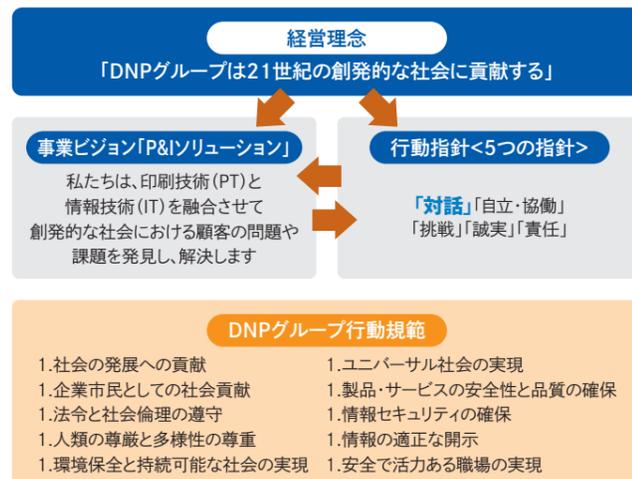
これらは、社会の課題解決に寄与する高い価値を創出し続けるDNPの「社会との約束」ともいべきものです。

### 国際的な規範

市場やサプライチェーンが世界中にわたるビジネスを行っている現在、国際的な規範に則った事業活動を行っていくことは当然のこととDNPは考えます。

2006年7月に国連グローバル・コンパクト(GC)へ賛同を表明し、GCが定める「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の10原則を支持し、これらの精神をグループ経営に反映させていくように努めています。また、ローカルネットワークである、グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワークにも加入し、日本企業との連携を図っています。

ほかにも、国際的な社会的責任に関するガイドラインであるISO26000や関連する国際条約・国際協定などの理念を尊重しています。



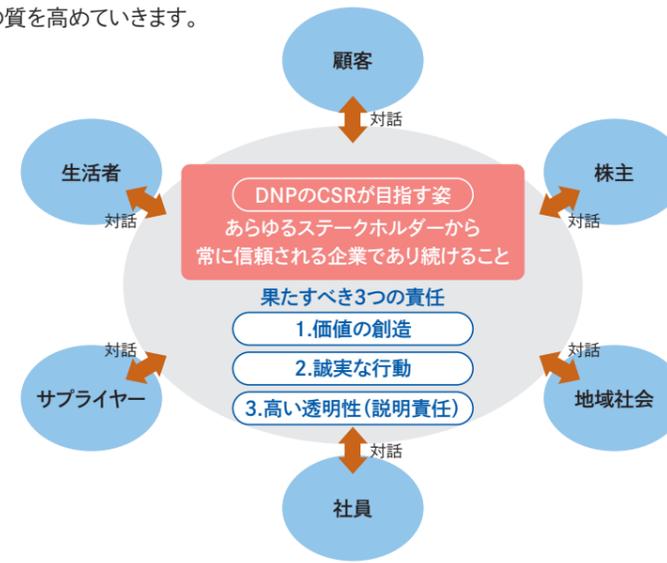
- DNPグループ行動規範**
- |                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| 1. 社会の発展への貢献       | 1. ユニバーサル社会の実現       |
| 1. 企業市民としての社会貢献    | 1. 製品・サービスの安全性と品質の確保 |
| 1. 法令と社会倫理の遵守      | 1. 情報セキュリティの確保       |
| 1. 人々の尊厳と多様性の尊重    | 1. 情報の適正な開示          |
| 1. 環境保全と持続可能な社会の実現 | 1. 安全で活力ある職場の実現      |



## 実践

DNPは「信頼される企業であり続けること」を目指しています。そして、その実現のために、『価値の創造』『誠実な行動』『高い透明性(説明責任)』という「果たすべき3つの責任」をしっかりと遂行していきます。

また、CSR活動を進めていく際には、DNPが関わる多様なステークホルダーとの「対話」が欠かせません。DNPでは、単にコミュニケーションをとるということではなく、互いの悩みや課題を共有し、それをどうやって解決するかを話し合い、その実現をともに目指すという意味の「対話」を重視しています。「対話」を通じて、DNPからの適切な情報発信を行うとともに、ステークホルダーの皆さまから意見や期待をいただくことで、企業活動の質を高めていきます。



企業の成長と持続可能な社会の実現へ

## 体制

### コーポレート・ガバナンス

DNPは、21世紀にふさわしい創発的な企業として社会的責任を果たすため、コーポレート・ガバナンスの充実が経営上の重要課題と考えています。

的確な経営の意思決定、それにもとづく適正・迅速な業務執行、それらの監督・監査を可能とする体制を構築・運用するとともに、研修・教育を徹底して社員一人ひとりのコンプライアンス意識を高め、内部統制を含めたコーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

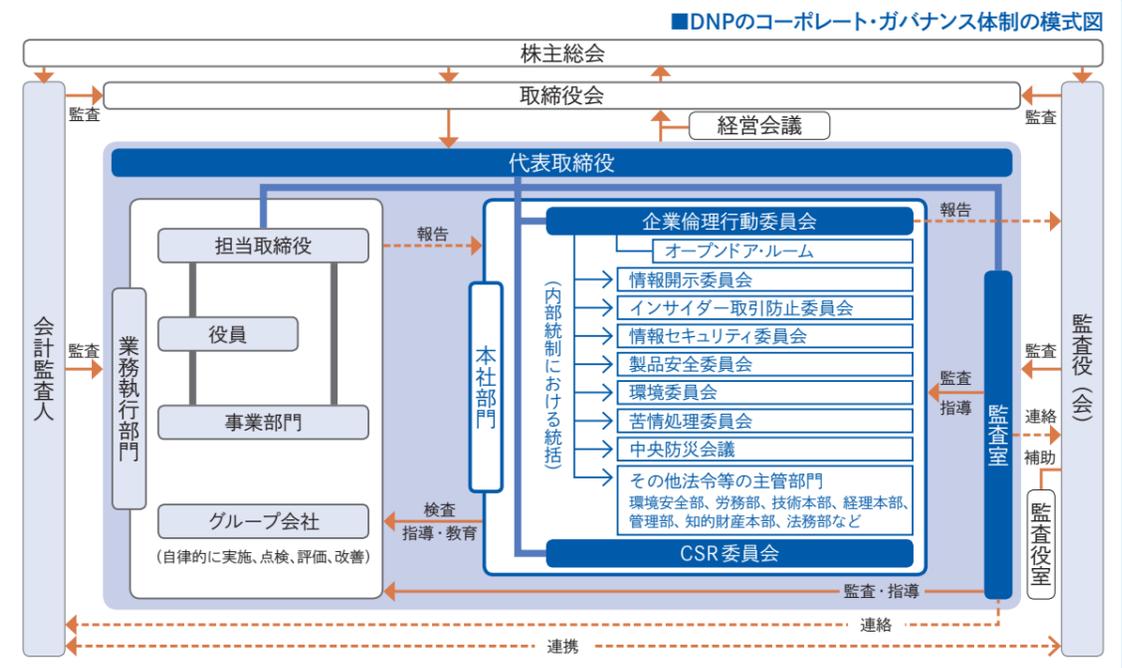
### CSR推進体制

本社担当取締役・役員で構成するCSR委員会を設置し、DNPのCSRに関する方針・目標などを審議・決定しています。

取締役・役員が直接議論に関わることで、経営層の意見をCSR活動に反映させることができるとともに、社会の動向や期待などを共有することができます。

委員会で決議された目標をもとに、CSRの専任部署と本社各部署とが連携し、目標達成に向けた具体的な活動を進めています。

企業倫理や環境など、CSRに関する主要テーマについては、専門委員会を設置して対応するとともに、CSR委員会と連携をとっています。



# DNPのCSR

## 重点テーマを設定し、継続的な改善活動を推進

DNPグループのすべての社員は、経営理念を実現していくあらゆる活動の前提として、法令を遵守することはもとより、社会倫理にもとづいた誠実な行動をとることが求められています。それらの行動を示した「DNPグループ行動規範」をもととするDNPの視点と、国際規範をはじめとする社会の視点とで重要性を分析し、具体的に推進すべきCSR活動の重点テーマを設定しています。

社会的な視点としては、DNPが2006年7月に賛同表明した国連グローバル・コンパクトの10原則、社会的責任に関す

る国際的ガイドラインISO26000の中核主題、人権や環境等の関連する国際条約・国際協定、SRI(社会的責任投資)が重視する社会課題、ステークホルダーからのご意見(報告書アンケート等)を参考にしています。

そして、CSR活動を確実に向上させるため、重点テーマごとに年度目標を設定しています。年度終了時にはCSR委員会において、その年の実績確認と新たな次年度目標を設定するというPDCAサイクルを回しながら、継続的な付加価値向上に向けた活動を展開しています。

果たすべき3つの責任	DNPのCSR活動 重点テーマ	対応する主なISO26000中核主題
3つの責任の前提	法令と社会倫理の遵守	公正な事業慣行、人権
	事業継続のための体制構築	消費者課題
第1の責任「価値の創造」	社会の発展への貢献	消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
第2の責任「誠実な行動」	人類の尊厳と多様性の尊重	人権、労働慣行
	安全で活力ある職場の実現	人権、労働慣行
	ユニバーサル社会の実現	消費者課題
	製品・サービスの安全性と品質の確保	消費者課題
	情報セキュリティの確保	消費者課題
	サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	公正な事業慣行、人権、労働慣行、環境、消費者課題
	企業市民としての社会貢献	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
第3の責任「高い透明性(説明責任)」	環境保全と持続可能な社会の実現	環境、消費者課題
	情報の適正な開示	公正な事業慣行、労働慣行

## DNPのCSR情報開示とコミュニケーションツール

2013年にCSR報告書(冊子)の編集を大幅に変更しました。従来、CSRマネジメント報告(目標・実績一覧)と重点テーマごとの活動報告を掲載しておりましたが、昨年より重点テーマごとの活動報告はWebサイトに移管しました。それに伴い、CSR報告書(冊子)では、目標・実績一覧は残しつつ、その年度として取り上げるべき「特集」、年次TOPICSである「環境活動」「グローバル展開」「社会貢献活動」の4つに絞って報告することとしました。その結果、以前より冊子のボリュームは薄くなりましたが、冊子とWebサイトの特性にあった棲み分けができたことにより、ステークホルダーの皆さまから読みやすくなったという感想をいただきました。

また、環境については、従来どおりWebサイトにて「環境報告書(PDF)」を発行し、環境活動の詳細情報を開示しています。

近年、財務/非財務情報の統合的な開示が求められていますが、DNPはWebサイトを中心に、CSR報告書やアニュアルレポート等、さまざまな媒体を通じて発信する情報によってその要求を満たしていきたいと考えています。

これらのツールを活用し、分かりやすい活動報告とスピーディな情報発信とを実現させながら、ステークホルダーの皆さまとの良好なコミュニケーションを築いていきます。



# 未来のあたりまえを作る。

DNPは、「未来のあたりまえを作る。」ことを目指しています。

「あたりまえ」とは、いつでも身近に存在することが当然で、そのことで私たちの生活が便利になったり、安全だったり、安らいだりする、そんなもののこと。

いまはまだ考えられていないことや、実現が難しいことでも、

技術が発展し、人々の価値観が変化し、

社会が成熟した“未来”においては「あたりまえ」になることも多いはずです。

未来の人々の生活を支え、彩る「未来のあたりまえ」の

製品やサービスをDNPは作り出していきます。

## まず意識を変え、課題解決に力を尽くす

今日の社会には解決しなければならない課題が数多くあります。DNPは、自分たちが生み出す製品やサービスによってこれらの課題解決に貢献し、豊かで安心できる持続可能な社会の実現を目指しています。そのためには、新たな発想でイノベーションを推し進めることのできる企業となることが重要です。

また、ビジネス面だけでなく、社会的責任を果たせる企業としての土台がしっかりとしていなければなりません。その土台は、いきいきとした「社員の活力」であり、倫理的にしっかりとした「組織の健全性」であり、事業活動に関わる「ステークホルダーとの良好な関係性」でもあります。

こうした土台もまた、新しい価値を生み出す創造性あるものへと変革していく必要があります。

DNPはいま、社員が一丸となって「意識を変える」ことに取り組んでいます。「生活者が真に欲していることはなにか」という生活者の視点と、「社会という人々の共同体ではなにが必要か」というソーシャルな視点に立ち、そして、これらの視点の範囲をグローバルに広げることで積極的に考え方を変わっていきます。一人ひとりの社員が意識を変え、組織の活動にもこのような意識を取り入れることで、提供する製品やサービスの幅を広げ、DNPが展開するBtoB（企業対企業）ビジネスにおいても、BtoC（企業対生活者）ビジネスにおいても、その役割を進化させていきます。

主体的に新しい価値を生み出し、「未来のあたりまえ」を作っていく。それこそが、138年にわたって培ってきた強みをいかしながら、絶え間なく動き続ける時代とニーズに的確に対応していく、DNPのこれからの姿です。





生活者とのダイレクトで活発な  
コミュニケーションによって  
未来の可能性を見いだす

「未来のあたりまえ」を作るためには、社会の声をしっかりととらえることが重要です。その声のなかにこそ、未来へとつながる芽があるとDNPは考えるからです。そこで、生活者とDNPが直に接することのできる場づくりを積極的に進めています。

多様な人々が集まるコミュニケーションの場は、多様な気づきを得ることができます。来場者に楽しんでいただくとともに、そこから生まれるダイレクトで活発なコミュニケーションから未来へつながる芽を拾い上げ、それをDNPらしい新たな価値として育て上げていきます。

コミュニケーションプラザ ドットDNP  
「デジタルえほんミュージアム」



社内外のつながりを活性化させ、  
グループ力を最大限に発揮する  
新たな体制構築へ

人々の価値観やライフスタイルの変化、少子高齢化、環境・安全・健康に対する意識の高まり、情報技術の進展、グローバル化など、社会は大きく変化しています。これらの変化への対応が急務となるなか、細やかな対応力と最新の技術力をグループ全体で最大限に発揮できる、新たな体制づくりを進めています。

海外においては、急速な進展をみせるアジア市場に対応するため、東南アジアを中心に製造拠点の強化を図っています。これらの海外拠点では、国内事業との連携をより深め、グローバル規模でグループとしてのシナジーを発揮していきます。

多様な生活者との場づくり

——コミュニケーションプラザ ドットDNP/The Lab. CAFE Lab. (ザ・ラボ カフェラボ)

2013年1月に東京・市谷にオープンした「コミュニケーションプラザ ドットDNP」。生活者に体験を通して、「本」と「写真」の新しい楽しみ方を見つけていただくショールームです。開設後1年間で、約5万人が来館されました。

館内に設置された電子書籍やデジタルえほん、写真撮影コーナーやプリントシステムなどを、幼児からシニアまでさまざまな世代の方々が利用されています。ドットDNPでは、「生活者とDNP」「世代の違う生活者と生活者」など、多様な組み合わせのコミュニケーションが日々生まれています。

また、同年4月には、企業や大学、研究機関などが分野を越

えたコラボレーションを進めるグランフロント大阪内の複合施設「ナレッジキャピタル」に「CAFE Lab. (カフェラボ)」を開設。

このコミュニケーションカフェでは、本棚に厳選された書籍を、テーブルに電子書籍の試し読みができるタブレット端末を用意しているほか、さまざまなワークショップなども実施しています。



コミュニケーションプラザ ドットDNP 「hontoカフェ」

社会の変化に対応し、最大のパフォーマンスを生むための組織づくり

——地域にふさわしい「未来のあたりまえ」を作り出すグローバル展開

DNPグループの約4万人の社員は、多様な分野の事業を行っています。このグループ力を最大限に発揮するために、組織体制の最適化を進めています。

2012年10月の包装分野の製造部門の統合に続き、2014年7月には情報コミュニケーション分野の営業・製造と包装分野の営業の体制を全国規模で再編することとしました。これにより、社員と社員、社員と顧客などの対話を通じた連携を深め、DNPの最大のパフォーマンスを生み出していきます。

また、発展著しい東南アジアは、グローバルな製造・流通を

行うための重要な拠点であるとともに、機能性に優れた製品・サービスのマーケットとしても注目されています。

DNPは、2013年5月にベトナムで包装分野の新工場を稼働させました。また12月には、マレーシアにフォトプリント用の昇華型熱転写記録材を生産する工場を設立しました。



ベトナム工場

「未来のあたりまえ」  
POINT

生活者の声から新たな読書体験を作り出す

「hontoカフェ」では、タブレット端末で電子書籍の読書体験ができます。お客さまのなかには電子書籍は初めてというシニアの方も多くいらっしゃいますが、「勝手が違うけど読みやすい」「興味深く、良い勉強になった」などの好意的なご意見をいただいています。一方、お客さまだからこそ気づかれる改善点などの貴重な声も寄せられています。

本を選ぶ、買う、読む、という行為を思い浮かべるとき、「本は

書店で購入」や「本=紙」という従来のイメージを連想する方がまだ多いと思います。私たちはお客さまからの生の声を参考に、紙と電子それぞれの本の良さを引き出すさまざまな取組みを展開し、「未来のあたりまえ」となる新しい読書体験を作り出していきます。

hontoビジネス本部 ハイブリッド推進ユニット  
木佐貫 貴子



「未来のあたりまえ」  
POINT

新たな価値を主体的に生み出せる組織へと進化する

急激な変化を遂げる社会にあって、社会や生活者の視点でいかに早く課題を見つけ解決策を提示できるかが、ますます重要になっています。そのためDNPグループは、社内外の連携を深め、「強み」を組み合わせた新たな価値を主体的に生み出すことのできる組織への転換を進めています。

ダーウィンはかつて「最も強い者が生き残るのではなく、最も賢い者が生き延びるのでもない。唯一生き残ることができるの

は、変化できる者である。」と指摘しています。

私たちDNPグループもあらためて自らの「意識」を変え、環境変化の兆しを敏感に察知して、主体的にP&Iソリューションという強みをいかした新しい価値を社会に提供する「未来のあたりまえを作る。」企業へと一層の進化を遂げていきます。

事業企画推進室 室長 橋本 博文





## 「新しい働き方」で 風土を変え、個と組織の継続的な 成長を目指す

新たな事業を生み出すのも、社会と良好なコミュニケーションを図るのも、すべて「人」です。「人」はなによりも大切な経営資産と言えます。

これからの社会で企業が成長し続けるためには、ダイバーシティ(多様性)の視点は大変重要になります。さまざまな感性が交じり合うことで、豊かな発想のビジネスが生まれていきます。

社員一人ひとりの成長を助け、個と組織の継続的な成長を目指す取組みが「働き方の変革」です。

### ダイバーシティ経営に向けて ——情報ソリューション事業部の取組み

生活者の購買意欲を高める販売促進施策などを、顧客企業へ提供する情報ソリューション事業部。事業の持続的な成長を考える上でも、社員が生活者としての感覚や視点、ソーシャルな感性や視点を持つことがなによりも重要です。

そこで、全社で取り組んでいる「働き方の変革」について、さらに実効を上げるため、事業部で独自の取組みを展開しています。

### 「ワークライフブレンドプロジェクト」の推進

2013年6月から全社的に取り組んでいる「メンター制度」。メンターと呼ばれる先輩社員が、職場を越えて、女性社員のキャリア形成や働き方をサポートする制度です。情報ソリューション事業部では、「メンター制度」を発展させ、「ワークライフブレンドプロジェクト」を発足させました。

「仕事」「育児」「家事」「自分時間」などを融合させ、個々の「ありたい姿」を描き、そこに向かうための課題を整理し、具体的な施策につなげています。また、それぞれの施策の実効を上げるため、活動目標や経過を数値化するなど“見える化”しています。風土の変革には時間がかかるため、プロジェクトメンバーの任期を決め、順次交代して、多様な世代を参画させ、組織として継続的に取り組んでいます。

女性社員も男性社員も、組織全体が活気にあふれ、活発なコミュニケーションが図られている——そんな風土形成を目指しています。



プロジェクトメンバーは、女性社員15名を中心に、男性課長4名が加わり、事業部長がリーダー、本部長がサブリーダーをつとめています。

共働きをしてきた男性社員がパネリストとなり「共働きパネルディスカッション」を実施。幹部クラスの男性社員が自身の奮闘した育児経験を語り、社員同士のコミュニケーションが図られました。



### 「未来のあたりまえ」 POINT

率先して取り組む上司の姿が「働き方の変革」を推し進める

変化の激しい社会環境のなかにあつて、企業が持続的に成長していくためには、個である社員が強く自立すること、個の能力を最大限に発揮させるマネジメントが必要です。そのためには、働き方を変革していくことは必然のことであり、個と組織を成長させ、目標を達成していくプロセスのなかで新しい働き方が醸成されると考えます。これからの時代にふさわしい働き方をしてこそ「未来のあたりまえ」が生み出されると考えます。

その前提として、時間資源を創出し、その時間で知恵と感性を磨き、時間を価値に変換する取組みも行っています。



「働き方の変革」のため、課単位で実践的な活動を進めています。

「働き方の変革推進委員会 事務局」という専任組織を立ち上げ、組織の最小単位である「課」において、時間資源の有効活用を日々実践する活動を支援しています。

ここで重要なのは、上司がいかにか率先して主体的に取り組むか、また、個々の社員の能力や事情をきめ細かく把握し、限られた時間のなかで最大限の力を発揮させるマネジメントを実行するかにあると考えます。

社員一人ひとりの「ありたい姿」、組織の「ありたい姿」の実現を目指す活動を通じて成長することで、社会が真に望むソリューションを提供し、社会に貢献していくことが我々の活動の目的です。

情報ソリューション事業部長  
役員 浅羽 信行



### VOICE

一人ひとりが社会の変化に対応し、  
個と組織が成長することが目標

社員一人ひとりが「なぜ変革が必要かを理解し、主体的に行動すること」、上司が「積極的にプロセスに関与し、ありたい姿へ導くマネジメントを行うこと」が重要だと考えています。そのために事務局としては、施策を投下するだけでなく、毎月全部門と面談を行い、活動が活性化するように働きかけています。

新津 佳典  
情報ソリューション事業部  
働き方の変革推進委員会 事務局



仕事も私生活も充実させ自分らしく輝きたい

「ありたい姿」の実現に向け、各人がいきいき働ける環境づくりに取り組んでいます。多種多様な「個」が活躍できる組織の実現は、女性だけの問題ではありません。この活動がより柔軟で多様性を認め合える事業部への一歩につながればと思います。また、女性らしい視点や個性を伸ばしつつ、私たちが組織とともに成長していきたいと考えています。

乙竹 晃子  
情報ソリューション事業部  
ワークライフブレンドプロジェクトメンバー



# 2013年度CSRマネジメント報告

DNPでは、社会とDNPの双方の視点で重要性を分析し、具体的に推進すべきCSR活動の「重点テーマ」を設定しています。

「重点テーマ」については、年度目標を設定し、日々の業務のなかで目標達成に向けた取組みを行い、年度末にCSR委員会で実績と次年度目標を確認するというPDCAサイクルをまわしています。また、2013年度からは3～5年程度先を見据えた「中長期視点の目標」も設定し、継続的に取り組んでいます。



## 具体的事例 ①

### 災害発生時の広域連携支援体制を構築

私たちは2011年3月の東日本大震災から多くの教訓を得ました。そのひとつが被災地に対する、被害のなかった地域からの迅速な復旧支援の重要性です。今後、首都直下地震等により首都圏で甚大な被害が発生した場合、DNPとしても本社だけでは十分な対策活動が展開できなくなることが想定されます。そこで、まず中枢機能を維持し、DNPグループ全体で早期復旧を図ることができるよう、中枢機能のある市谷地区（東京）の防災力を強化するとともに、2013年4月には、互いに被災の影響がおよばない距離にある、仙台、市谷、名古屋、大阪、岡山の5カ所の広域連携拠点間の協力体制を構築しました。これによって災害対策本部の機能は補完され、グループ全体の応急対策ならびに復旧対策の円滑化に寄与できると考えています。

#### 連携支援活動内容

- 情報の集約と共有化**  
災害一般情報、従業員の安否、社内被災状況等を集約し社内関係部署に発信
- 物資の調達および輸送**  
被災地で必要とされる食料、飲料水、生活必需品、応急対策用資機材等の調達および輸送
- 復旧支援要員の派遣**  
復旧活動に必要な要員の確保および派遣
- 社外への協力依頼**  
必要に応じ関係協会会社等への協力依頼

重点テーマ	2013		2014	
	中期目標	年度目標	主な実績	年度目標
社会の発展への貢献	<b>【成長戦略の実現】</b> 社会課題の把握と戦略の展開システムを構築・実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>成長戦略を確実に展開するため、アクションプログラム(AP)を通じてPDCAを実践</li> <li>社会課題を的確に把握するため、顧客や提携企業との対話・コラボレーションを充実。社会の発展に貢献する人材を育成するため、研修を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会課題からテーマを絞り込み、強みをいかして優先的に取り組むべき成長領域を明確化。具現化に向けて、各事業分野でのテーマアップ、事業計画策定などAPを見直し、PDCAサイクル実践の取組みをスタート</li> <li>社外向け展示会「次世代コミュニケーション展」(年1回)、「P&amp;Iセミナー」(年6回)、社内展示相談会「Biz サポ」(年2回)、ソリューションビジネス実践研修等を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成長領域を中心に社会課題を解決する製品・サービスを提供し、「未来のあたりまえ」を実現するため、APを通じてPDCAサイクルを実践し、確実にフォローアップ</li> <li>社会の課題やニーズを的確に把握するため、顧客や提携先企業との対話・コラボレーションを充実</li> <li>社会の発展に貢献する人材を育成するため、研修等を実施</li> </ul>
	<b>【成長戦略の実現】</b> 成長戦略の4領域(情報流通、健康・医療、環境・エネルギー、快適な暮らし)を中心に、社会課題を解決する新しい製品・サービスを生み出し、社会の発展に貢献	成長戦略実現に向けた製品・事業の開発を推進 <b>①健康・医療(医療)</b> 画像処理技術、微細加工技術をいかした医療関連製品を開発 <b>②健康・医療/情報流通(食と農)</b> トレーサビリティ、情報加工技術を利用した、食の安全・効率的な農業生産に寄与する製品を開発 <b>③環境・エネルギー</b> 省エネ、蓄エネ、創エネに関する製品開発と、エネルギーの効率利用に寄与するサービスを開発 <b>④快適な暮らし/情報流通</b> 「新しい街づくりとスマートな暮らし」に寄与する、さまざまなソリューションを提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>①微細加工技術を応用し、「不妊治療向け培養ディッシュ」を開発・販売</li> <li>②食の安全と効率的な農業生産に寄与するトレーサビリティ・情報加工システムをプライベートブランドの生産者に提供。適正農業規範Global G.A.P.に対応</li> <li>③電力需要ピーク時に、マンション入居者のタブレット端末に割引クーポンやお買い得情報を配信、外出を促し、節電を実現する実証実験をエネルギー管理システム事業者と実施</li> <li>④スマートフォンでレシピを撮影することにより、家計管理や購入食材からレシピを提案する家計簿アプリ「レシービ!」の配信を開始</li> <li>⑤デジタル教科書等の情報通信技術(ICT)を学校教育に取り入れ、学習効果を高めるための実証研究を小学校で推進</li> </ul>	成長戦略実現に向けた製品・事業の開発を推進 <b>①健康・医療</b> 医療の発展、生活者の健康維持に貢献する新製品・サービスを大学・医療機関・企業と開発 <b>②環境・エネルギー</b> 生活者に情報を配信し、外出を促す仕組みとエネルギー管理システムを組み合わせた省エネ実現サービスの実証実験、省エネ関連の新規部材開発における実証実験を実施 <b>③快適な暮らし/情報流通</b> 「新しい街づくりとスマートな暮らし」に寄与するさらなるソリューション開発を加速するため、マーケティング機能の強化、フィールドワークの推進
	<b>【成長戦略の実現】</b> 海外展開を促進する組織の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>DNPグループ全体視点でグローバル市場の開拓、効率的な生産・販売管理、リスク管理を行うため、グローバル事業統括体制を構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>構築したグローバル事業統括体制のもと、昨年進出したタイ、ベトナム、マレーシアでリスクを管理しながら東南アジアの経済発展に貢献できる体制確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DNPの新たな海外戦略にもとづいた組織体制の構築を推進</li> </ul>
事業継続のための体制構築	<b>「災害に強いDNPグループ」づくり</b> ・防災業務計画、BCPIにもとづく組織、事業場ごとの防災力強化 ・中枢機能確保のための市谷地区震災対策強化 ・災害時広域連携支援体制の構築 ・情報システムの減災対策強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>防災自主点検、ならびに地域行政機関の被害想定、防災対策をふまえた防災計画の見直し、防災業務計画、BCPIにもとづく予防対策、教育・訓練の推進</li> <li>首都直下地震に備えた安全確保対策と市谷地区再開発計画における最新防災設計の導入</li> <li>岡山、大阪、名古屋、市谷、仙台を連携拠点とする広域支援体制の整備</li> <li>新たに設置されるデータセンターの有効活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織ごとに、想定される自然災害リスクをふまえて防災業務計画やBCPを見直し、予防対策、教育・訓練を実施。防災自主点検にて確認・改善</li> <li>首都直下地震に備えた中枢機能の確保と地域防災への貢献を目的に、市谷再開発で最新防災システム導入を計画</li> <li>災害発生時の広域連携支援体制を構築 <b>→ 具体的事例 ①</b></li> <li>地盤強固な千葉県柏市にDNP柏データセンターを開設。ICTビジネスの事業継続に向けて、免震構造、電力系統二重化、72時間供給可能な自家発電設備など、最新防災設備を導入。また、社員の緊急連絡システムの機能拡充、セキュリティ・安全性を向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>防災業務計画およびBCPIにもとづく災害対策のマネジメントを継続し、防災基盤を維持向上</li> <li>市谷再開発完成に向けて、最新防災システムの具体的導入を推進</li> <li>約200拠点を結ぶ社内ネットワーク網について、中継地点を排除した完全フラット化と回線・通信機器の二重化を実施。携帯電話の社内電話連携サービス(FMC)を導入</li> <li>広域連携拠点間による防災会議を通じ、トータルな防災力を向上</li> </ul>
法令と社会倫理の遵守	内部統制およびリスクマネジメントの実効性の向上ならびに企業倫理の浸透・定着	<ul style="list-style-type: none"> <li>自律的企業倫理研修や各種階層別研修等の継続実施</li> <li>海外グループ会社への企業倫理の浸透・定着を推進</li> <li>リスクマネジメントの核となる「コンプライアンス評価制度」「自主点検」の内容や評価項目の見直しを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自律的企業倫理研修や各種階層別研修、契約に関する知識や知的財産に関する法的リスクなどをテーマとした個別研修等を実施</li> <li>海外グループ会社の現地担当者と連携して企業倫理の浸透・定着を推進</li> <li>「コンプライアンス評価制度」は評価項目の見直しを実施、「自主点検制度」は知的財産関連分野の評価対象拠点を拡大し、各々評価・点検を実施</li> </ul>	リスクマネジメント、企業倫理の浸透・定着に係る諸施策を内外の環境変化に応じて見直し、継続実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>2014年7月～9月の3か月間で、各組織で自律的企業倫理研修を実施。また、階層別研修、スタッフ研修、個別テーマ研修等を実施</li> <li>事業活動のグローバル化により、現地の法令や社会規範への対応が求められるため、現地と連携し、現地事情の把握に努めるとともに、企業倫理の浸透・定着を推進</li> <li>本社企業倫理行動委員会のもと、各部門の企業倫理行動委員会の活動を一層推進し、グループの内部統制を充実・強化</li> </ul>
情報セキュリティの確保	情報セキュリティの向上と効率的で生産性の高い働き方の両立を目指し、オフィス環境の革新とレスペーパー <sup>®</sup> を推進 ※情報の伝達・保管の電子化を進める環境整備を行うことで、紙の利用を削減すること。	<ul style="list-style-type: none"> <li>社外から社内システムへの接続/パソコンについて、シンクライアント端末化を推進</li> <li>SSFC(Shared Security Formats Cooperation)<sup>®</sup>を利用した印刷管理システムを大規模拠点(2拠点)に導入</li> <li>本社部門の紙情報の電子化を推進し、全社展開を図るための課題を抽出</li> <li>※ICカードを使って、さまざまなセキュリティ関連機器が連携する仕組み。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社外から社内システムへの接続/パソコンのシンクライアント端末化を完了</li> <li>SSFCを利用した印刷管理システムを大規模4拠点に導入</li> <li>本社12部門の紙情報の電子化を推進。全社展開に向けた課題を抽出し、標準手順を作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内パソコンのセキュリティ向上と管理効率向上のため、シンクライアント端末化を推進</li> <li>SSFCを利用した印刷管理システムの利用拡大のため、複合機導入の標準化を推進。あわせて印刷管理システムに電子化をセキュアに実現するためのツールを導入</li> <li>情報セキュリティ向上の一施策として、紙情報の電子化を推進し、サーバで集中管理を行うため、紙の保存文書の整理を全社で実施</li> </ul>
	グローバル化に対応するため、グループの情報セキュリティマネジメントを各国のルールに則り展開	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外グループ会社で情報セキュリティ基本規程を制定し、マネジメント組織体制を整備</li> </ul>



具体的事例 ②

CSR活動の情報発信を強化

事業内容や企業活動に関する情報を積極的に開示し、説明責任を果たすことが、社会から信頼される企業となる上で重要だと考えています。2013年度は、とくにCSR活動の情報発信を全面的に見直し、CSR報告書とCSRサイト(日本語、英語)を一新しました。CSR報告書は、成長戦略をCSR視点から報告するなど、事業と社会との関わりを中心とした内容へと絞り込みを図りました。一方、CSRサイトはデータベース機能とアクティブな情報発信機能の二つの役割を持たせてリニューアル。従来CSR報告書で行っていた活動情報を移管し、33件の取組みをタイムリーに発信しました。これらの取組みにより、CSR報告書の社内アンケート回答数が8,500通、CSRサイトは一日平均アクセス数が3,800ページビューといずれも従来の5倍規模へと拡大し、問合わせ等のコミュニケーションが増加するなどの効果がありました。



CSRサイト(日本語、英語)

重点テーマ	2013		2014	
	中期目標	年度目標	主な実績	年度目標
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	<p>サプライチェーン全体で社会適合性を高め、社会から信頼される会社であり続けるため、DNPと取引先がCSRの重要性を理解し、「CSR調達規程」に則った誠実な行動を実践</p>	<p>サプライヤーのCSR活動の強化に向け、以下の施策を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● マネジメントの基盤強化を目的に、アンケートの評価データと業務の各種データを一元管理化</li> <li>● 定期調査を通じた取組みレベル確認と、それを受けてレベルの向上を目的に調査結果のフィードバックを実施</li> <li>● 「印刷・加工用紙調達ガイドライン」の実効性を高めるため、定期調査の結果をもとに運用方法(計測、評価)を検討</li> <li>● 委託先対象サプライヤーを拡大。導入済みの委託先は、活動の定着を目的に個別テーマによる継続的な働きかけを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2013年度、紛争鉱物に関するサプライヤー調査の実施・報告を完了</li> <li>● サプライチェーンマネジメントの基盤となる各種指標を統合したデータベースを作成</li> <li>● CSR調達規程遵守状況調査を実施(1,126社)。全体のレベルは向上しているが、若干課題の残る企業も一部散見。評価レビューにて改善の気づきとなるような情報を提供</li> <li>● 印刷・加工用紙調達ガイドライン調査を実施(31社)。今後の運用方法は検討中</li> <li>● 対象委託先の拡大には至らなかったが、すでに導入している部門の委託先について、活動の定着に向けて、個々の事業部門の特性にあわせて必要なテーマを設定し、個別説明等を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2014年度の紛争鉱物に関するサプライヤー調査の実施・報告</li> <li>● CSR調達規程遵守状況調査について、最新の社会課題を反映した内容へと調査項目を見直し、またサプライヤーを適切に評価できるよう評価指標を見直した上で、定期調査、評価レビュー、重要サプライヤー3社への現地監査を実施</li> <li>● 印刷・加工用紙調達ガイドライン調査の結果をもとに、今後の運用方法(評価・計測等)を検討・実行。また、各社のレベル向上を目指して調査項目を見直し、定期調査を実施</li> <li>● 委託先対象サプライヤーを拡大(2事業部)。導入済委託先は、CSR活動の定着に向けて、個別テーマによる働きかけを継続実施</li> </ul>
情報の適正な開示	<p>社内外の多様なステークホルダーから求められる情報を適時・適切に提供することで、企業の透明性を高め、社会から信頼される会社としての基盤を確立</p>	<p>DNPの成長戦略の方向性や現状把握に必要な情報を分かりやすく提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業情報のデータベース化を進め、Webサイトや各種メディアを通じて、ステークホルダーのニーズにあわせた情報を提供</li> <li>● SNSを視野に入れ、広聴機能を強化。ステークホルダーからの期待をより多く把握し、経営施策等に反映</li> <li>● DNPの経営理念をはじめとした各種企業情報を生活者に伝えるため、ショールーム等のリアルなコミュニケーションスペースの設置とWebベースの情報発信を強化</li> <li>● 社内への情報提供の一層の充実を図り、社内の連携強化に寄与</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CSR活動の情報発信を強化</li> <li>➡ 具体的事例 ②</li> <li>● 生活者の期待をより多く把握するため、体験型ショールーム、SNSを含むネットワークサービス等を通じ、双方向コミュニケーション活動を展開。また、DNPをより理解していただくため、「DNPenguin(ディーエヌペンギン)」キャラクターによる親しみある広告活動を展開</li> <li>● 主要拠点へのデジタルサイネージ(電子看板)の導入、イントラネットや社内報等と組み合わせたタイムリーな情報発信、広報兼務者会議、事業部門との情報交換等、社員への情報提供を強化</li> </ul>	<p>DNPの成長戦略の方向性や現状把握に必要な情報を分かりやすく提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 統合報告の充実に向け、企業情報の集約とWebサイトによる提供を継続。また、ステークホルダーの要望にあわせた最適なアウトプットを企画・提供</li> <li>● 生活者、ソーシャル、グローバル視点の獲得に向け、生活者とのコミュニケーション機会を拡大。ソーシャル、グローバル課題の抽出につながる施策を具体化</li> <li>● 社内コミュニケーションの充実に向け、イントラネットや社内報等の価値向上と、組織の垣根を越えた活動に注力</li> </ul>
ユニバーサル社会の実現	<p>デザイン思考により、より多くの人が使いやすく、分かりやすい製品・サービスの提供を通じて「未来のあたりまえ」を実現</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「組織認証型CUD認証システム」をはじめ、新たなユニバーサルデザイン(UD)製品・サービスを提供</li> <li>● デザインを心理学・工学の視点から客観的に評価・測定する技術を活用し、UD製品やサービスの開発基盤を強化</li> <li>● これまで培ってきたUDのノウハウ等をグループ全体で共有するなど取組み体制を強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構とともに「CUDマネジメントシステム認証」を開発。2013年5月、認証取得事業者のDNPメディアクリエイティブが、同認証マークを表示できる各種印刷物の制作受託サービスを開始</li> <li>● 外部研究機関との共同研究、生体情報測定解析技術の共有・活用に向けた社内会議等で知見や開発テーマの共有を図ったが未成果</li> <li>● UDの浸透に向けて、モノづくりに必要なデザイン思考の価値創造プロセスを取り入れたワークショップやセミナーを営業・企画・開発部門など、社内各部署で実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社会課題視点でのマーケティングを強化</li> <li>● 他社連携を視野に入れた「オープンイノベーション型」の商材開発を推進</li> <li>● 産学連携の事業化検討の加速</li> </ul>
製品・サービスの安全性と品質の確保	<p>世界最高水準品質で安全な製品づくりのレベルの維持・向上を目標に、海外を含めたグループ全部門・全員が参加する横断活動を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「製品安全実践会」を包装部門、海外委託生産取扱部門で継続実施。包装部門は、「新設計フロー」と「品質安定・向上活動計画」を定着化</li> <li>● 「生産革新実践会」の対象範囲を国内と東南アジアから北米等に拡大。グローバル規模でレベル向上</li> <li>● 本社や各部門が行うさまざまな研修を通じ、人材を育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品安全実践会を包装部門と海外委託生産取扱部門で計5回実施。包装部門は「新設計フロー」の継続運用、不具合の発生源対策、品質事故の再発防止、教育・啓蒙活動を推進</li> <li>● 生産革新実践会を製造部門(海外4回、国内15回)のほか、新たに物流加工部門(30回)で実施</li> <li>● 品質、製品安全等の技術セミナー(研修)を計6科目実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品安全実践会を包装部門、海外委託生産取扱部門で継続。製品事故未然防止に向けて、企画・設計・製造における製品安全管理レベル向上</li> <li>● 生産革新実践会を国内外で実施。作業分析・工程改善・効果検証のPDCAサイクルにより品質管理レベル向上</li> <li>● 本社や各部門が行う各種研修を通じ、人材を育成</li> </ul>
人類の尊厳と多様性の尊重	<p>多様な人材の雇用促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リーダークラスの女性社員を増やすための取組みを継続実施</li> <li>● 再雇用を希望する60歳以上の社員の再雇用制度の改定</li> <li>● ノーマライゼーション研修等の実施により障がい者雇用率2.0%以上を達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2013年6月、メンター制度を導入し、メンター51名が活動開始。あわせて、メンターのキャリア開発について研修等で支援。また、メンター育成プログラムを継続実施し、21名が修了</li> <li>● 高齢者雇用安定法の改正を受け、2013年4月1日より従来の再雇用制度を改定60歳以上の社員の再雇用率83.1%</li> <li>● 手話講座を市谷、蕨、上福岡、なんばの各拠点で実施。このほか、新たな研修の企画準備を推進したが未実施のため継続推進</li> <li>● 障がい者雇用率:2.1%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リーダークラスの女性社員を増やすための取組みを継続実施</li> <li>● ノーマライゼーション研修等の実施により障がい者雇用率2.0%以上を維持</li> </ul>
	<p>グローバル化社会に貢献できる人材育成の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様性を尊重するマネジメント研修の実施</li> <li>● 海外拠点の人材育成の強化</li> <li>● 海外留学(研修制度)の導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グローバル人材育成研修およびフォローアップ研修、異文化マネジメント研修を実施</li> <li>● インドネシア、シンガポールの班長を招聘し、日本人社員と共同で製造部門の研修を実施</li> <li>● 海外赴任決定者に対し、語学を中心に当地の制度や文化を集中的に研修</li> <li>● グローバル研修制度を2013年11月に導入。初年度は2名を選抜し、北米と東南アジアに派遣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外グループ会社の経営を担う人材を育成。海外で生活しビジネスを行う意味、現地社会や従業員とのコミュニケーションのあり方を理解するため、語学・異文化マネジメント、ビジネス戦略、法務・税制等実務、企業経営のケーススタディ等の研修を継続</li> <li>● 海外拠点の人材育成施策として、海外グループ会社の上級幹部と各事業部の日本人社員との交流研修を実施。会社方針の理解と共有化、グループの一員としての一体感を醸成</li> <li>● 若手社員に海外経験を付与する「グローバル研修制度」の普及・活用を促進。ビジネスのグローバル化が加速するなかで、グローバルとはなにか、グローバル社会でビジネスをするとはどういうことか、を体験を通じて学ぶ機会を提供</li> </ul>



具体的事例 ③

フェアトレード活動を拡大展開

途上国の原材料などを適正な価格で取引することで、生産者の生活をサポートする仕組みである「フェアトレード」。DNPは、2006年よりフェアトレード認証コーヒーなどの社内消費に取り組み、活動の継続性や積極性といった点において、社会から高い評価を得ています。これまでコーヒーやチョコレートなどを採用してきましたが、より幅広いフェアトレード活動を展開するため、社会的な課題を抱えるコットン製品に着目し、2014年1月、オリジナルキャラクターDNPenguinのグッズとしてフェアトレード認証トートバッグを作成しました。「一般社団法人わかちあいプロジェクト」の協力のもと、製品に至る過程において国際フェアトレード基準を満たしたバッグです。また、一般の方でも購入できるよう、販売場所も「コミュニケーションプラザ ドットDNP」(東京・市谷)としました。DNPは、今後もフェアトレード活動の一層の普及に寄与していきます。



フェアトレード認証コットンバッグ



具体的事例 ④

「危険体感教育」をグループ内の製造部門全体に拡大

安全で活力ある職場づくりを目指して、グループ全体で労働災害の防止活動やリスク低減活動に取り組んでいます。DNPは、安全教育の充実に向けて、一部の拠点で行っていた「危険体感教育」をグループ内の製造部門全体に拡大を図っています。この教育は、労働災害につながるリスクを、よりリアルに認識し、知識を経験として定着させる手法です。2013年には、全社展開に当たり、導入済拠点での経験・ノウハウ等をいかしながら教育内容の見直しを図り、また、DNPの過去の災害内容を参考に6種類の災害リスクを特定し、それぞれに対応した装置を開発しました。現在、各拠点に普及機と動画マニュアルの導入を進めており、2014年度は、これらの装置やツールを活用した教育活動を全社で計画しています。



危険体感装置

重点テーマ	2013		2014	
	中期目標	年度目標	主な実績	年度目標
人間の尊厳と多様性の尊重	途上国の生産者の生活をサポートするフェアトレードの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>フェアトレード認証製品の社内消費ができる拠点を全国に水平展開</li> <li>NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン (FLJ) や関係企業等と連携し、DNPができる新たな活動を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5月のフェアトレード月間に認証ケーキを社員食堂24拠点で販売(昨年度16拠点)。認証マカロン販売をドットDNPから五反田ビルに拡大</li> <li>FLJとフェアトレードの普及推進のための「ステークホルダー会合」を共同で開催</li> <li>フェアトレード活動を拡大展開 → 具体的事例 ③</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フェアトレード活動を通じて、社員の人権に対する感度を高める機会を提供</li> <li>FLJや関係企業等と連携し、フェアトレードの普及推進に関する取組みを新たに企画・実施</li> </ul>
	人権に関する国際規範や動向をふまえ、マネジメントの仕組みを検討。あわせて、さまざまな機会を通じて社員やサプライヤーの理解・浸透を促進	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>デュエリジェンスの一環として、人権に関する課題を把握</li> <li>さまざまな機会を通じて、社員の理解・浸透を促進</li> </ul>
安全で活力ある職場の実現	経営理念を実現するため、それを担う人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>会社と社員の目標のベクトルをあわせるため目標管理の徹底</li> <li>管理職のマネジメント強化</li> <li>環境に応じたOJT推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標設定・評価に関する全体研修に加え、より組織の実態にあわせた運用を図るため、部単位のワークショップを実施</li> <li>製造管理職、工場長、組織力強化、アドバンスマネジメントの各研修に加え、営業管理職課長、戦略営業チームの各研修を開始。また、マネジメントファンデーション、職長の各研修を再開</li> <li>全部門に教育委員会を設置。必要に応じて人材育成プログラム作成等を支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会社と社員の目標のベクトルをあわせるため、目標管理評価制度のより深い浸透と運用の改善</li> <li>重要度が増す課長のマネジメント力を強化するため、営業管理職マネジメント研修、戦略営業チーム研修、マネジメントファンデーションを実施</li> <li>各部門の教育委員会と連携し、本社主催研修と個々の事業活動上のOJTを通じて、人材育成を強化</li> </ul>
	社会環境の変化に柔軟かつ迅速に対応するための「働き方の変革」の実践と組織の業績や活力の源になる「一人ひとりの働きがい」を高めるための施策の展開(平均所定外労働時間:2008年ベンチマーク比▲35%以下を維持)	<ul style="list-style-type: none"> <li>時間資源有効活用施策の展開、プロジェクト推進による働き方の変革促進、より柔軟な働き方が可能となる環境やツールの整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「時間資源有効活用プロジェクト」を労使で開催し、各部門で取組みをフォロー。平均所定外労働時間2008年ベンチマーク比▲35%以下未達成</li> <li>2013年10月、「働き方の変革」活動を見直し、実行計画を立て直して再スタート。活動のレベルアップとスピードアップを目指し、各組織に「働き方の変革」推進委員会・事務局を設置</li> <li>より柔軟な働き方が可能となる環境の整備として、シンククライアント端末の普及・活用を促進。遠隔地とのコミュニケーションを支援するため、TV会議システムを拡充</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>時間資源有効活用施策の展開、プロジェクト推進による働き方の変革促進、より柔軟な働き方が可能となる環境やツールの整備</li> <li>社員の「働きがい」調査の実施と、向上のための取組みを実施</li> </ul>
	社員の「働きがい」を支える基盤となる「福利厚生施策展開方針」(2012~2014年)に沿ったテーマの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>住生活における支援施策の具現化、仕事と介護の両立支援施策として「仕事と介護の両立セミナー」の定期化、意識啓発のための情報誌の発行(年1回)、社員および社員家族、OB、OG向け情報提供の充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>住生活支援施策として、大卒技術系と高卒技能職の定期採用者限定の独自寮を大卒事務系に拡大</li> <li>仕事と介護の両立支援施策として、「仕事と介護の両立セミナー」を開催(参加者258名)。「DNPファミリーサポート通信」を発行。全社員に配布し、心構えや支援制度を周知</li> <li>社員とその家族、OB・OG向けに、福利厚生や会社制度等が閲覧できるWebサイトを開設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>住宅取得促進施策の拡充</li> <li>仕事と介護の両立支援施策として勤務制度等の見直しを実施</li> <li>男性社員の育児参加を促進</li> </ul>
休業災害度数率の0.30以下(2011年比77%)の達成、定期健康診断受診率100%達成、有所見者率の減少を目標に、健康増進プランを推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>災害防止活動、リスク低減活動として安全コンサルティング、交通安全対策基準等リスク低減対策の強化、危険体感教育等安全教育の充実、高齢化に向けた高齢者災害防止対策の推進</li> <li>その他化学物質管理の強化施策を推進</li> <li>健康診断等の健康情報にもとづく個人別の健康増進プログラム推進による有所見者フォローを強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全衛生活動の可視化と浸透に重点を置き、社内広報誌「安全衛生通信」の発行、安全コンサルティングの展開等を推進。化学物質の適正管理を主眼に「化学物質管理ガイドライン」を策定。また、「危険体感教育」をグループ内の製造部門全体に拡大。休業災害度数率0.24で目標達成</li> <li>→ 具体的事例 ④</li> <li>DNP健康情報管理室の機能充実。定期健康診断受診率は99.9%(前年同)、有所見者率は増加傾向にて目標未達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>災害防止活動、リスク低減活動として、危険体感教育等安全教育の普及・充実、安全診断・交通安全対策基準等リスク低減対策の強化、機械災害撲滅に向けた技術部門との連携強化と対策の深耕、化学物質管理の強化施策の浸透</li> <li>健康診断等の健康情報にもとづく個人別の健康増進プログラム推進による有所見者のフォローを強化</li> <li>DNP健康情報管理室による健康情報一元管理の段階的推進</li> <li>組織・従業員に対する情報発信の強化</li> </ul>	
企業市民としての社会貢献	社会貢献の意義についての認識をグループ全体に浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>全社の社会貢献活動を推進するため、全社の社会貢献活動をイントラネットにて掲載できるような報告の仕組みを構築</li> <li>社員の社会的感度向上のため、イントラネット・社内報・イベント・セミナー等での情報発信を強化、社会的接点の機会を広げるプログラム(DNP出張授業)の提供、労働組合等との連携施策を検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各組織の社会貢献活動を収集する仕組みを構築し、調査を2014年3月に実施</li> <li>活動事例68件をイントラネット等で発信し、グループ全体で共有。また、「東日本大震災復興支援」「次世代育成」テーマを中心とした社員参加型プログラムを実施。受入先、参加社員ともに満足度が高く、次年度の継続実施を予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会貢献活動推進のため、情報収集の仕組みを発展させ、海外拠点も含めた情報共有の仕組みを構築</li> <li>社員の社会的感度向上のため、社会の関心が高い東日本大震災復興支援、次世代育成を中心に、社員参加型プログラムを充実、参加社員数増加を促進</li> </ul>
	社会貢献活動の重点テーマ5項目のうち、とくにDNPらしさがいかされる「次世代育成」テーマの活動を充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>DNP出張授業「色の不思議」を2015年までに全国主要拠点で実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「次世代育成支援対策推進法」施策との連携プロジェクトとして推進。3年計画の2年目は、予定の3拠点(宮城県亘理町、品川区、徳島市)で実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「次世代育成支援対策推進法」施策との連携プロジェクトとして推進。3年計画の最終年は、予定の3拠点(北海道、中部、西日本)で実施</li> </ul>

# 環境活動

## 持続可能なビジネスを目指す環境活動

## パートナーとともに環境との共生に取り組む

モノづくり企業であるDNPは、紙などの原材料調達や製造過程で使用するエネルギー・水など、事業活動のさまざまな場面で自然からの恩恵を受けています。また、事業活動を行うに当たっては、生物と私たちの生活の基盤である地球環境に少なからず影響を与えてもいます。そのため、DNPは事業活動を行うに際し、環境との共生を絶えず考え、サプライチェーンに関わるパートナーとともに環境活動に取り組んでいます。

この写真は、DNPが行う「事業所の生き物調査」で見つかった生き物たち。(希少種など) この活動を含むDNPの詳細な環境活動はWebサイトで報告しています。

DNPグループ環境報告書2014(PDF)  
<http://www.dnp.co.jp/csr/>

## グローバルサプライチェーン全体で環境への影響を把握・改善

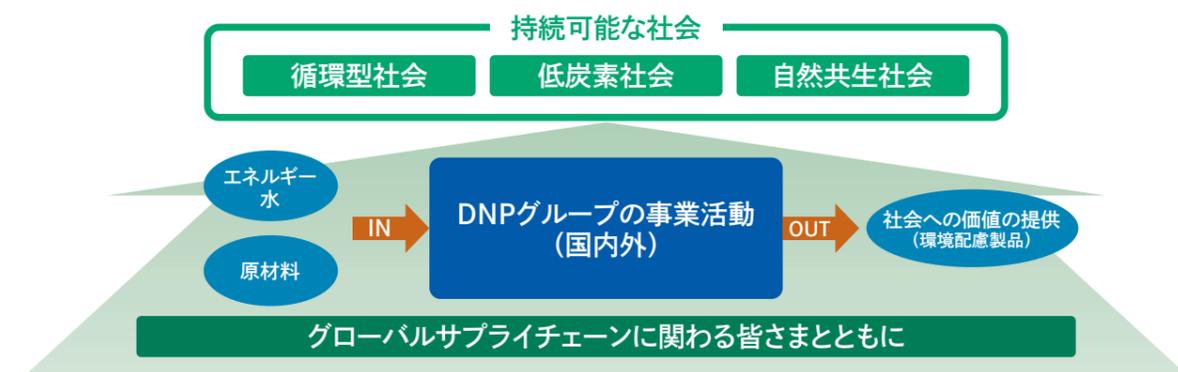
DNPでは、海外の事業活動の割合が年々増加しており、2013年度の海外売上比率は14.9%となりました。また、原材料調達をはじめとする、サプライチェーンは国内だけではなく、世界中へと広がっています。

一方、地球環境をめぐる課題も、国の垣根を越えて、グローバルで取り組むべき状況となっています。

そこでDNPでは、環境活動もグローバルサプライチェーン全体で、環境影響を把握して改善の取り組みを行っていくことが重要と考えています。

2013年度は海外サイトの環境マネジメントをより一層強化し、DNPの事業活動において地球環境への影響が大きい「温室効果ガス」「廃棄物」「VOC大気排出量」についての海外サイト対象の目標を設定、環境負荷削減に取り組ましました。また、グローバルサプライチェーン全体での取り組みは、サプライヤーをはじめとする川上から川下までのすべてのステークホルダーが同じ意識を持って取り組んでいくことが重要と考え、さまざまな取り組みについて連携を図っています。

### ■環境マネジメントの全体像



## 2013年度の主な取り組み

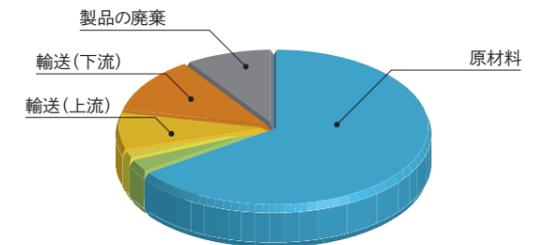
### 環境マネジメントをグローバルで実施

#### 温室効果ガス(GHG)のScope3排出量削減の取り組み

自社の事業活動におけるGHG排出量(Scope1、Scope2)に加え、間接的に排出するサプライチェーン全体でのGHG排出量(Scope3)の算定を2012年度から開始しています。2013年度は国内に加え、海外の主要拠点まで拡大しました。

2013年度のScope3排出量で、最も多いのが「購入した製品・サービスに係る排出」(65%)、次いで「下流の輸送・配送の際の排出」(12%)、「上流の輸送・配送の際の排出」と「販売した製品が廃棄される際の排出」(それぞれ9%)となり、これらの合計で全体の95%を占める結果となりました。これは、国内のScope3排出量と同じ傾向でした。今後、60%強を占める原材料・資材に係る排出量を削減する取り組みを推進していきます。

#### ■Scope3の内訳概要



#### ■Scope3排出量



#### ■水使用量削減目標



※製品の一定量を生産するのに必要な各生産要素(原料・動力・労働力など)の量

#### 水使用量削減の取り組み

急激な人口増加や先進国における水の大量消費などに伴い、世界的に水不足が懸念されています。DNPでは、水使用量の削減目標を新たに設定し、削減に向けた取り組みをグローバルで推進しています。

## サプライヤーと責任ある調達を通じて環境負荷を低減

環境負荷低減の実効性を高めていくために、DNPでは自社の事業活動において、環境への影響が大きい「原材料調達」に関わるサプライヤーの皆さまとともに、責任ある調達を行っています。

#### 「印刷・加工用紙調達ガイドライン」アンケート

「紙」はDNPの事業を継続する上で欠かせない原材料です。そこで、持続可能な森林資源の維持を目的として「印刷・加工用紙調達ガイドライン」を2012年に制定しました。2013年度は、実態を把握し、改善を図るため、サプライヤーの皆さまへアンケートを実施しました。印刷・加工用紙における購入金額の90%を占めるサプライヤーを対象として、調達方針や原産地証明などに関する、6項目の内容で調査を行いました。

これからもサプライヤーの皆さまと管理体制を強化し、森林資源に配慮した用紙の購入比率を高めていきます。

#### 化学物質管理/Scope3についての説明会

近年、化学物質への規制が国内外で強化され、製品に含有する化学物質を的確に把握・管理することが求められています。このような社会動向を受け、2013年4月、従来の「化学物質管理基準」を大幅に見直し、「化学物質に関するグリーン購入ガイドライン」を制定しました。9月には、サプライヤーの皆さまを対象に説明会を行い、本ガイドラインの遵守に協力を求めました。加えて、Scope3についても説明を行い、全体的な環境マネジメントの考え方を共有しました。



化学物質管理/Scope3に関する説明会

## 環境に配慮した製品・サービスの開発強化

DNPはモノづくり企業の責任として、自社の製造工程はもちろん、生み出す製品やサービスにおいても、環境に配慮したものを提供したいと考えています。そこで「製品のライフサイクル<sup>\*</sup>を通じて環境負荷を低減する」という視点から「環境配慮製品・サービスの開発指針」を定めています。2012年度には、環境配慮製品の定義を拡大し、2013年度にその運用を開始しました。改定された指針では、環境負荷の見える化、生物多様性への配慮等、昨今、取組みの必要性が高まる環境課題が盛り込まれました。また、環境配慮製品・サービスの開発・販売をさらに推進するため、よりレベルの高い製品・サービスを「スー

パーエコプロダクツ」として認定する制度を導入しました。現在は、スーパーエコプロダクツの認定件数は10件ですが、社員への浸透、得意先への理解促進などに取組み、認定件数を増やしたいと考えています。DNPはこれからも広い視点から、より付加価値のあるモノづくりを進めていきます。

<sup>\*</sup>製品のライフサイクルとは…個別の商品の材料調達、製造、輸送、販売、使用、廃棄、再利用までの循環のことをいいます。また製品のライフサイクルを通じた環境負荷の低減とは、各段階における環境負荷を明らかにし、その改善策をステークホルダーとともに議論し検討して、環境負荷削減に貢献していくことであり、環境負荷の少ない商品の開発や設計についてはとくに、「環境配慮製品」と呼ばれます。

**環境配慮製品 サービスの開発指針**

- ①環境汚染物質の削減
- ②省資源・省エネルギー
- ③持続可能な資源採取
- ④長期使用が可能
- ⑤再使用可能
- ⑥リサイクル可能
- ⑦再生素材の利用
- ⑧処理・処分の容易性
- ⑨環境負荷の見える化、生物多様性への配慮
- ⑩環境教育・啓蒙の支援、促進

高点数の製品を「スーパーエコプロダクツ」として認定

一定点数以上の製品を「エコプロダクツ」として認定

**スーパーエコプロダクツ**

2013年度 10件 → 2015年度 50件

スーパーエコプロダクツ例

PETボトル無菌充填システム

EB建材・壁紙

**【スーパーエコプロダクツ事例】**  
世界初! 植物由来の透明蒸着フィルムを開発!!

DNPは、環境への負荷や持続可能性、生物多様性に配慮したさまざまな包装材料を積極的に開発しています。

枯渇資源である石油の使用量を抑え、再生可能な植物由来原料を一部に使用したDNPの「バイオマテック<sup>®</sup>PETフィルム」に、世界で初めて、透明蒸着技術を用いてバリア性を高め、高機能化したのが「バイオマテック<sup>®</sup>IB-PETフィルム」です。

味の素グループ 株式会社J-オイルミルズの植物油用スタンディングパウチ「UDエコパウチ(バイオマス仕様)」で採用されました。

GHG(温室効果ガス)削減量

**1.76t/年間**

**社員の声**

DNPの「バイオマテック<sup>®</sup>IB-PETフィルム」を使って、J-オイルミルズ様と共同で「UDエコパウチ(バイオマス仕様)」を開発しました。DNP独自の蒸着技術でパッケージの高機能化を追求しましたが、商品化に向けてとても苦労しました。しかし、関連部署で連携することで、迅速な対応ができたと感じています。このフィルムは、植物由来という環境への配慮とバリア性という機能を満たしたDNPを代表する製品のひとつとなりました。今後も「バイオマテック<sup>®</sup>IB-PETフィルム」を軸に持続可能な社会に貢献するパッケージ開発に取り組んでいきます。

包装事業部 開発本部 一色 菜穂

**顧客企業の声**

「UDエコパウチ」をよりエコな容器とするためにはなにをすべきか?—DNPから「バイオマテック<sup>®</sup>IB-PETフィルム」を使った容器の提案をいただいたのは、まさにそんな思いを抱いていた時でした。仕様や評価方法について試行錯誤し、弊社製造ラインでの適性確認を繰り返す日々が続きましたが、容器の力で商品価値を向上させ得る試みに対して、DNPとともに開発ができたことを誇りに思います。いまでは業界新聞等の各種媒体に取り上げられる機会が増え、弊社CSR活動の一環として大きな役割を担う容器となっています。

株式会社 J-オイルミルズ 資材部 渡辺 健一郎さん

## 2013年度の実績

評価の目安  
 ◎: 目標を大幅に上回る成果があった  
 ○: 目標を達成した、または順調に推移  
 △: 積極的に取り組んでいるが、目標達成に至らなかった  
 ×: 取組みが不十分

テーマ	2015年度までの目標	2013年度実績		評価
温暖化防止	温室効果ガス排出量を2020年度までに2005年度比10%削減(海外を含む)	2005年度排出量 1,120千トン	2005年度比 4.8%減	○
		2013年度排出量 1,066千トン		
輸送環境負荷削減	輸送用燃料使用量原単位(輸送用燃料使用量/売上高)を毎年1%削減し、2020年度までに2010年度比10%削減	2010年度原単位 1.61kℓ/億円	2010年度比 3.1%増	△
		2013年度原単位 1.66kℓ/億円		
VOC	すべての揮発性有機化合物(メタンを除く)の大気排出量を2015年度までに2010年度比20%削減	2010年度排出量 6,729トン	2010年度比 27.9%減	◎
		2013年度排出量 4,849トン		
産業廃棄物削減	2015年度までに廃棄物排出量原単位(廃棄物排出量/生産高)を2010年度比15%削減(海外を含む)	2010年度原単位 0.424トン/千万円		○
		2013年度原単位 0.381トン/千万円		
環境配慮製品・サービスの開発・販売	2015年度までに環境配慮製品・サービスの売上高4,000億円を達成	2012年度売上高 3,557億円		○
		2013年度売上高 3,698億円		
グリーン購入	原材料購入額に占めるDNPのグリーン購入基準該当品比率を2015年度までに50%までアップ	2012年度グリーン材料購入比率 45.0%		○
		2013年度グリーン材料購入比率 47.4%		
グリーン購入	一般資材(事務用品・備品)購入額に占めるエコマーク等環境ラベル認定品の購入比率を2015年度までに85%までアップ	2012年度グリーン資材購入比率 65.8%		○
		2013年度グリーン資材購入比率 72.5%		
環境保全	大気排出規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持	2013年度目標(自主基準)達成率 97%		○
	排水規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持	2013年度目標(自主基準)達成率 97%		○
	敷地境界における最大臭気を規制基準の70%以下に維持	2013年度目標(自主基準)達成率 95%		○
	敷地境界における最大騒音レベルを規制基準の70%以下に維持	2013年度目標(自主基準)達成率 89%		○
	敷地境界における最大振動レベルを規制基準の70%以下に維持	2013年度目標(自主基準)達成率 100%		○
オフィス環境	古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上とする	2013年度古紙分別回収率 78%		◎

※温室効果ガスの排出量について、電気の使用に伴う排出量は、電気事業連合会の2005年度係数を用いています。

# グローバル展開



## イメージングコミュニケーション事業部

### イメージングで人と世界をつなぐ未来をつくる

DNPは、印刷で培ったコーティング技術などを応用して、1980年代に昇華型と溶融型という2つの熱転写記録材を開発し、ビデオプリンターやファクシミリなどの出力用に販売を開始しました。なかでも、高精細なフルカラー画像のプリント材料として使用される昇華型は、1990年代後半からのデジタルカメラの急速な普及とそれに伴うプリント方式の変化により、ニーズが高まり、市場が拡大してきました。

イメージングコミュニケーション事業部は、「イメージングで人と世界をつなぐ未来をつくる」を事業ビジョンに、熱転写記録材の製造・販売だけでなく、プリントする画像の撮影や加工などの入力から、プリント物や画像コンテンツ販売などの出力まで、画像全般に係わる「イメージング市場」に事業領域を拡大しています。

想い・記憶・情報を形にする新たなイメージングの製品・サービスを提供することで、豊かなコミュニケーションを実現し、喜び・思い出・感動などで人と世界が通じ合っている未来をつくります。

### 生活者に身近な製品・サービスを世界へ

現在、イメージングコミュニケーション事業部は、フォトやIDカード用途など昇華型熱転写記録材を使用するST事業と、バーコード用途など溶融型熱転写記録材を使用するTR事業を中心に展開しています。

ST事業では、OEM製品(得意先ブランドの製品)だけでなく、セルフ型フォトプリントシステムや証明写真ボックスなど、

生活者向けのDNPブランド製品・サービスを提供しています。

熱転写記録材やプリンターは世界共通仕様です。それらをもとに、国や地域のニーズにあわせたプリントシステムやサービスを開発することで、ユーザーの利便性や満足度を高めています。



2014年4月に、情報記録材事業部からイメージングコミュニケーション事業部へと事業部名称を変更しました。同時に、新しいブランドマーク「DNP | Photolmaging」を制定し、フォト事業の強化と、DNPブランドのさらなる浸透を目指していきます。

#### 世界に広がるDNPブランド製品



な製造拠点を開設しました。今後、さらに販売を含む事業体制を強化していきます。



マレーシア工場

■海外売上比率  
イメージング  
コミュニケーション事業部  
**50%超**

#### 販売・製造拠点



### ST事業

#### 世界中で信頼される技術力とDNPの対応力

DNPのST事業は、1985年に独自の製品を開発してから、昇華型熱転写記録材のリーディングカンパニーとして市場を牽引してきました。

現在、世界の写真プリントは、現像液を使用する銀塩写真の“ウェット方式”から、昇華型などの現像液を使用しない“ドライ方式”へと市場ニーズが変化しています。ウェット方式は現像液の温度・現像枚数管理などのメンテナンスや銀塩廃液処理が必要ですが、ドライ方式は現像液のメンテナンス・処理が不要だけでなく、プリントシステムが小型で導入コストが低い、などの良さがあります。

また、DNPはインクリボン・専用受像紙に加えて、プリントシステム・ソフトウェアなど、プリントに関するトータルな製品・サービスを提供しています。確かな技術力、現地ニーズへの対応力、ならびに安定した製品の生産・供給体制が世界中で認められ、グローバルでトップクラスのシェアを獲得しています。

現在、DNPはOEM製品だけでなく、DNPブランドを冠する製品・サービスの展開も推進しています。また、我々の事業部は積極的な海外進出を行ってきており、いまでは、米、欧、アジアの製造・販売体制を整備し、海外売上比率は50%を超えています。今後もグローバルでのDNPの存在感を高め、ビジネスを拡大させていきます。これからのイメージングコミュニケーション事業部では、いままで以上に想い・記憶・情報などを形にするイメージングの製品・サービス提供により、豊かなコミュニケーションを実現し、快適な暮らしに貢献していきたいと考えています。

イメージングコミュニケーション  
事業部長  
常務役員 小池正人



## 海外展開事例 ～DNPイメージングコムアメリカ～

### アメリカの文化に対応する価値の提供

イメージングコミュニケーション事業は、これまで海外市場へ積極的に展開してきました。海外初の拠点であるDNPイメージングコムアメリカは、現在ノースカロライナ州に昇華型を生産するコンコード工場と、ペンシルベニア州に溶解型を

生産するピッツバーグ工場を操業しています。現地の商習慣やライフスタイルへの対応を進め、写真を楽しむ文化が根付く北米で、新たな付加価値のある製品・サービスを提供しています。



(上) Walgreen社は北米に8,500店舗を構える  
(下) DNPの技術・ノウハウを活用したプリントシステム

### 顧客とのパートナーシップ

写真のデジタル化が進んだ現在でも、アメリカでは写真をプリントして飾る家庭が多く見受けられます。そのアメリカで、DNPはパートナーである大手ドラッグストアチェーンWalgreen社とともに「豊かな写真文化」を提供するため、さまざまな製品・サービスの開発・提案を行っています。

その取組みのひとつが、インターネットを使ってプリントを注文し、1時間後には店舗で受け取れる写真プリントサービスです。これは、環境に配慮されたDNPの昇華型プリントシステムによって支えられています。

また2014年には、両面プリントシステムの提供を始めました。このシステムは、プリント時間の短縮、操作の簡便化などに加え、フォトブックへの応用、パーソナルな写真加工など、写真の楽しみ方を広げることを可能にしました。

### 顧客企業の声

アメリカでは連邦、州、郡、市などの単位で多くの環境規制があり、Walgreen社にとっても環境対応は最優先事項となっています。そのため常に社会の動きをウオッチして課題の整理など対応をとっています。環境的にメリットのあるドライプリント方式への変更は必然的な流れであり、環境面はもちろんのこと、経済的な効果を期待できるDNPとの協働に今後も期待しています。

Walgreen Co. Walgreens Photofinishing Environmental Manager Ryan Kamenickyさん



### 環境への配慮

ピッツバーグ工場では、コーター（フィルムにインクを均一に塗布する装置）の増設に伴い、有害性のある化学物質トルエンの回収システムを新規導入し、インク製法を見直すことで、トルエンのリサイクルを実現しました。回収システム導入により概算で年間27.7トンというトルエン使用量の大幅な削減に加え、CO<sub>2</sub>排出量も大きく削減できました。

この取組みが評価され、同工場はペンシルベニア州で環境に優しい会社を表彰する“Manufacturer of the Year Awards”にノミネートされました。



表彰状を手にするDNPイメージングコムアメリカの社員

### 社員との関わり

#### ■DNPグループ行動規範教育

DNP社員にとって、あらゆる活動の前提となるものが「DNPグループ行動規範」です。世界中の全社員が高い倫理観にもとづき、誠実な行動をとることで社会に適正なインパクトを与えていくことを志しています。

DNPイメージングコムアメリカにおいても、企業理念や行動規範を社員がしっかりと共有することが事業成功への一番の近道と考え、啓発を図っています。

#### ■歩こう歩こうキャンペーン

健康増進を目的として、ピッツバーグ工場で始まった「歩こう歩こうキャンペーン」。2013年度はコンコード工場でも実施しました。2014年1～3月までの90日間で、工場から大西洋岸までに相当する600キロメートルを各自で歩くという内容で、半数以上の社員が参加しました。

社員には万歩計が供与され、日々の記録に社員は一喜一憂。参加者はゲーム感覚で楽しみながら健康増進を図ることができ、同時にそれぞれの記録を話題に社員間の交流も活発になりました。

#### ■ワンダイレクション活動

ピッツバーグとコンコードの工場では、複数のM&Aによる事業拡大の経緯や経験者採用などにより社内風土・文化に差異がありました。そこで、両工場の社員のつながりを強め、一体感を醸成することを目的に、さまざまな機会を使って交流を図る「ワンダイレクション活動」を開始しました。

いまでは両工場のコミュニケーションが活性化し、開発連携や事業改善事例の情報共有など、事業活動においても成果が出てきています。



(上)2014年3月に行われた行動規範研修の様子  
(左下)ワンダイレクションイベントの様子  
(右下)歩こう歩こうキャンペーンに参加した社員



### 社員の声

行動規範研修は、非常に興味深く、有意義なものでした。私は18年間DNPで働いていますが、再認識できた情報や、新しい情報がありました。いずれも私が必要としていた有益な情報ばかりで、なかでも「人」に対するDNPのコミットメントを高く評価しており、DNPで働くことを誇りに思いました。



DNPイメージングコムアメリカ  
Shipping Group Leader Carl Autry

### 地域との関わり

#### ■シャーロット日本語補習学校での講演

2014年2月、コンコード工場近郊のシャーロットにある日本語補習学校の子どもたちを対象に、DNPイメージングコムアメリカの川端社長が講演を行い、「対話」の重要性を伝えました。

長期間海外に滞在した子どもたちは、帰国した時にライフスタイルの違いやコミュニケーションギャップが問題になる場合があります。それを少しでも回避できるようにと、コミュニケーションのあり方や働くことの意義など、自身の経験をふまえて子どもたちに語りました。



シャーロット日本語補習学校での講演の様子

# 社会貢献活動



## DNPの社会貢献活動

企業の最も大切な使命は、社会の持続的な発展に寄与する「価値の創造」です。DNPは、本業はもとより、良き企業市民としての社会貢献活動においても、自らの経営資源を有効に活用し、社会課題を解決する価値創造を行っていきます。

## DNPらしい社会貢献活動を目指して

DNPは、2007年に「DNPグループ社会貢献活動方針」を制定し、DNPらしい社会貢献活動として5つの重点テーマ「環境保全」「地域社会」「次世代育成」「芸術・文化」「人道支援」を掲げ、その推進に取り組んでいます。各テーマで「社会でなにが必要とされているか」「DNPがど

のような貢献ができるか」を考え、活動を充実させることで、グループ全体の活動の活性化を図り、発展させていく——それが「DNPらしい社会貢献活動の推進」と考え、「社会との対話」「持続性」「社員参加」を軸に取り組んでいます。

### DNPの社会貢献活動の考え方

#### 社会の持続的な発展に寄与する社会貢献活動



## 2013年度の主な取り組み A DNPらしいプログラム



【人道支援】

### 東日本大震災 復興支援現地ボランティア

DNPは東日本大震災復興に対し、継続して支援することがなにより大切だと考え、全国の社員食堂での東北応援メニュー販売の売上げ寄付や、拠点のある宮城県で水産加工会社をはじめとした地元企業の再起支援を続けています。

2013年は、宮城県石巻市の仮設住宅で、グループ社員に

よる現地ボランティア活動を実施しました。活動は主に普段なかなか手がつけられない室内外の清掃で、地域のNPOと協働し、高齢者を中心とした40軒のお宅を訪問しました。活動中、被災時やその後の生活についてお話いただくことも多く、そのご苦労や復興への道のりをあらためて知る機会となりました。



① 2013年11月8・9日の2日間、石巻市の開成仮設団地を訪問。活動後、集会所で自治会長より震災当時の体験を伺いました。

② 換気扇清掃。高い所の清掃は高齢の方にはとくに難しい作業です。

③ 清掃活動は写真の換気扇やエアコンフィルターの清掃のほか、畳へのカビ防止剤散布、窓への断熱スプレー塗布等を行いました。

④ 入居者の方と。仮設団地内では助け合いが大切だと伺いました。

### 参加社員の声

清掃活動中、入居者の方とさまざまなお話をすることができました。会話のなかで返す言葉が見つからなくなる時もあり、明るくふるまわれていても、入居者の皆さんにとってはまだまだ復興には遠い状況だという印象を受けました。



DNP東北 阿部 麻由子

自分のできることはほんの少しであることをあらためて感じつつも、気持ちを含めてフェイスtoフェイスで行うことの大切さを実感しました。また、被災地の復興がまだまだ始まったばかりであることもあらためて感じました。



事業開発センター 飯泉 安広

### 協働団体の声

熱心に活動に取り組まれる社員の皆さまの姿と、そこに感謝される住民の方たちとの、心と心がつながる現場に立ち合わせていただき、日々現地で活動する私たちにも気づかされることが多々ありました。ありがとうございました。



復興公営住宅への移転を控え、住民の方たちの多くは、さらに不安を抱えています。そんななか、2014年7月にもお越しいただけるのを、住民の皆さんも私たちも楽しみにしています。次回も、どうぞよろしくお願いいたします。

特定非営利活動法人石巻復興支援ネットワーク  
山口 智大さん

## 2013年度の主な取り組み ③ DNPデジタルコム

### [地域社会・国際社会] 途上国の子どもの教育をサポート

DNPデジタルコムは、2009年より、途上国の子どもへの質の高い教育提供を目的に活動するNPOルーム・トゥ・リードの支援を行っています。信頼される企業市民として本業の力を社会貢献活動にも役立てる、同社の「ハチドリの一ひしづくプロジェクト活動」として、同NPOのホームページ制作を行ったことが支援の始まりです。2013年度は、従来より取り組む「不要本の寄付活動」に加え、支援先であるネパール連邦民主共和国の視察を行いました。

プロジェクト活動」として、同NPOのホームページ制作を行ったことが支援の始まりです。2013年度は、従来より取り組む「不要本の寄付活動」に加え、支援先であるネパール連邦民主共和国の視察を行いました。



①2013年度の不要本寄付活動では693冊を寄付しました。  
②教材本の検討の様子。ルーム・トゥ・リードの活動では、授業で使用する教材本そのものも製作しています。現地の作家やイラストレーターを登用し、現地

の文化にあわせた内容にする工夫で、子どもたちが違和感なく学習の内容に取り組むことができますようにしています。  
③カトマンドウの授業の様子。

### DNPデジタルコム「ハチドリの一ひしづくプロジェクト活動」とは

DNPデジタルコムでは、「企業活動で培ったノウハウをさまざまなステークホルダーに還元し、社会の創発的な発展に貢献する」ことを目的とした、「ハチドリの一ひしづくプロジェクト活動」に2009年より労使協働で取り組んでいます。これは書籍\*などでも紹介されている、一人ひとりの力は小さくても自分のできることを行うことの大切さを説く、南米アンデスの先住民の民話にちなんでいます。2013年は4つのテーマのもと、延べ622名が参加しました。上記の活動のほか、高齢者支援テーマとして所在地の品川区で実施する「品川区シルバー大学『インターネット活用講座』」活動や、地域社会貢献テーマとして中学生の職場体験受入れなどを行っています。

\*「ハチドリの一ひしづく」 辻 信一監修 光文社刊 2005年

#### 社員の声

DNPデジタルコムは、ルーム・トゥ・リードの支援を始めて今年で5年目になります。社内プロジェクト発足当時から参加し、定期的に活動を続けてきた結果、いまでは多くの社員の賛同を得るまでになりました。書籍の寄付は、発展途上国の子どもたちが教育を受けるきっかけとなり、その教育は彼らへの生涯にわたる贈り物となります。今後も、企業としてどんな支援ができるかを考え、継続的に活動していきたいと考えています。



DNPデジタルコム ソリューション企画本部 平元 琢也

#### 協働団体の声

DNPデジタルコムの皆さまが寄付してくださった古本は買い取られ、ルーム・トゥ・リードへの寄付金となり、ネパールの田舎の小学校の図書室に生まれ変わります。図書室には、ネパール語の色とりどりの本が備えられ、子どもたちの好奇心を刺激し、将来への夢を描くようになります。また、ハチドリプロジェクトの一環で制作支援をいただいたルーム・トゥ・リードの日本語ホームページには年々多くの方が訪問くださり、日本での活動の広がりの要となっています。本当にありがとうございます！



特定非営利活動法人ルーム・トゥ・リード・ジャパン 企業担当 今尾 礼子さん

## 2013年度の主な取り組み ③ DNP中部

### [環境保全] 地域社会とともに取り組む環境保全活動

DNP中部は、持続可能な社会の発展のため、その前提となる地球環境の保全に積極的に取り組んでいます。モノづくり企業として、自社の取り組みの改善・向上はもとより、地域社会と協働してその意義を共有することは、環境保全の効果を格段

に高めると考えています。恵み豊かな地球を次世代に受け渡していくため、DNP中部では、ESD(持続可能な開発のための教育)を中心に、環境保全に関する教育コミュニケーション活動を地域社会とともに深めていきます。

#### 「ESDに関するユネスコ世界会議」1年前イベントに出展

2013年11月および12月、愛知県・尾張市と三河市で「ESDに関するユネスコ世界会議」の1年前イベントが催され、DNP中部は環境ワークショップを出展しました。事業活動に関する印刷体験学習とともに、自社敷地内で生物多様性の観点から保護活動をする「絶滅危惧種ジャコウアゲハ」のペーパークラフトづくりを行いました。開催期間中、ワークショップには多数のご家族が参加し、生物多様性の大切さを学んでいただきました。

※2014年10月に愛知県で開催予定



①②ジャコウアゲハのペーパークラフトづくりでは、自由に色を塗ってオリジナルアゲハを作ることが大人気でした。

#### 「庄内川アダプト活動」参加と小学校での環境ワークショップ実施

庄内川アダプト活動は、より良い河川環境を実現し誇りが持てる庄内川を目指し、国土交通省庄内川河川事務所支援のもと、沿岸に暮らす市民と企業とが協働して取り組む自主的な環境保全活動です。DNP中部は2011年より大日本商事、DNPロジスティクスと「庄内川ヨシ刈り活動」に参加。2013年は、活動に参加する当知小学校6年生の卒業証書を、刈り取ったヨシで抄造したヨシ紙で制作するとともに、学校を訪問し「ヨシが持つ水質浄化作用」のワークショップを行いました。



③庄内川ヨシ刈り活動の様子。  
④当知小学校でのワークショップ「ヨシが持つ水質浄化作用」

#### 社員の声

DNP中部では、企業市民の側面からも環境活動に取り組み、地域社会や関係団体とともに、持続可能な社会を支える才能ある人材の育成に力を入れています。事業で取り組む地球温暖化防止、産業廃棄物削減、生物多様性保全といった活動と関連性を持つプログラムを展開することで、地球と次世代の未来に貢献する自社らしい活動を実施できるとともに、社員自身をその担い手にすることができると考えます。



DNP中部 総務部CSRグループ 八橋 俊明

#### 協働団体の声

DNP中部は、生物多様性保全、絶滅危惧、水質浄化といった少し難しく、でも私たちの日々の暮らしに直結する課題を題材に、子どもも大人も参加したくるとても素晴らしいワークショップを実施されています。「紙」を使ったプログラム展開も印刷会社らしくユニークです。今後はさらに、自社の技術・工程における環境配慮やサステナブルな取り組みをプラスして、企業も地域と一緒に、地球と子どもたちの未来を考え行動していることを、より多くの方に伝えていただきたいと思います。本業とCSR活動のコラボレーション、DNP中部ならではの展開に期待します。未来はみんなで作るものだから。環境省 中部環境パートナーシップオフィス 新海 洋子さん



## 第三者意見



株式会社インテグレックス  
代表取締役社長  
**秋山 をね 様**

### 1. 評価したい点

冊子冒頭の「トップメッセージ」では、昨年同様、同社グループの目指す方向性が、その実現に向けた現在の取り組みとともに明確に語られており、トップの強いコミットメントが感じられます。続く「DNPのCSR」では、同社グループが、なにを「前提」として、いかなる「体制」のもとで、どのような「実践」を通じて、「企業の成長と持続可能な社会の実現へ」向かおうとしているかが明快に記載されています。CSR活動の重点テーマが、「実践」の「果たすべき3つの責任」に紐付けられており、DNPグループのCSRが、文字通り「実践的な」取り組みになっていることが、高く評価できます。

「特集」では、本年は、「未来のあたりまえを作る。」の土台となる社員や組織の変革への取り組みにフォーカスしています。「働き方の変革」のための全社的な「メンター制度」の導入や、それを事業部独自で発展させた「ワークライフブレンドプロジェクト」、生活者の視点とソーシャルな視点を積極的に取り入れるためのコミュニケーションの場づくりや、グローバル規模でのグループシナジー効果発揮のための体制構築等、理念実現のための土台そのものを創造性あるものへと変革する地道な取り組みを行っており、経営理念の具現化に本気で取り組もうとする姿勢が感じられます。

重点テーマごとの活動の進捗については、冊子では、中期目標と直近一年間の活動を、PDCAに沿った一覧性の高い表形式で報告し（「CSRマネジメント報告」）、詳しい内容については、Webサイトに掲載しています。Webサイトの

情報は、逐次更新されており、活動を着実に進めながら、タイムリーに情報を開示していることが分かります。

より重点的に取り組んだ活動を紹介する「年次活動TOPICS」では、グローバルサプライチェーン全体での環境負荷低減への取り組みや、顧客企業との連携での環境配慮製品・サービスの開発、グローバル展開のなかでの現地の文化・習慣へのローカライズの取り組み、また、DNPらしさを考えながら、事業部・グループ会社独自でも取り組みを進める社会貢献活動が報告されており、興味深い内容となっています。

### 2. 期待したい点

熾烈な競争のなかでの営業推進や業績目標達成に向ける会社の本気度が、経営理念の実現のためにも同様に必要とされます（会社の本気度）。経営理念の実現に向かう会社の本気度があるこそ、はじめて上司の判断、指示が、理念を実現するための社員一人ひとりの行動に大きな影響を与え（上司の影響度）、会社と上司の「言っていることとやっていることが一致する（インテグリティ）」という状況において、社員一人ひとりの会社への信頼度が高まり（会社への信頼度）、理念を実現するための、すなわち「未来のあたりまえを作る。」ための、具体的な業務改善・変革（イノベーション）がわき起こってくるといえます。

DNPグループと社員が一体となって、「未来のあたりまえを作る。」を実践し、経営理念である「21世紀の創発的な社会に貢献する」ために、いま一度、「会社の本気度」が試されるといえます。

## CSR委員長メッセージ



CSR 委員長  
常務取締役  
**秋重 邦和**

「DNPグループ CSR報告書2014」の第三者意見として、昨年に引き続き秋山をね様から貴重なご意見をいただきました。ここにあらためて御礼申し上げます。

本誌では、DNPが現在進めている「未来のあたりまえを作る。」について特集しています。今年はとくに「創発的な社会に貢献する」という経営理念を実現させるための取組みとして、組織運営や社員の働き方を変革するという、いわばビジネスの前提としてある組織のあり方をCSR視点でとらえています。

秋山様には、この特集について「本気で取り組もうとする姿勢が感じられる」、またトップの強いコミットメントとあわせて「DNPのCSRがなにを前提として、どこへ向かおうとしているかが明快となり、DNPグループのCSRが、文字通り実践的な取組みになっている」との高い評価をいただくことができました。また一方で、こうした取組みを含め未来のあたりまえを作り、理念を実現するには「会社の本気度」が必要であるとのご意見をいただいております。

確かにさまざまな取組みも、根底にある会社、上司、社員の信頼関係があって初めて具

体的な業務の改善や変革（イノベーション）につなげることができます。貴重なご意見に感謝するとともに、今後の活動の参考にさせていただき、イノベーションを確実に実行してまいりたいと考えています。

DNPは現在、事業活動のグローバル化に伴う対応とBtoC事業への進出等によって、より生活者の視点と課題解決型の事業展開が急がれるところとなっています。社会の課題を知り、その解決に向かう事業そのものがDNPのCSRであることは昨年の特集でも明らかにしておりますが、DNPはこの本業である事業と、事業を支える人や組織、取組みが一体となって、より確かに持続可能な企業となっていきたいと考えています。

また、昨年からCSR報告は年一回の本誌発行とWebサイトによる情報発信をあわせて行っています。Webサイトでは情報のデータベースとして開示すべき全情報を掲載するとともに、開示ニーズの高い情報については適宜各種媒体を通じて提供しておりますので、これらもあわせてご覧いただけますようお願いいたします。

「DNPグループ CSR報告書 2014」の和文版冊子は、環境やユニバーサルデザインに配慮した印刷物として以下のマークが付与されています。

<b>リサイクル適性</b>	この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。	<b>ミックス</b> 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C022784	<b>Green Power</b>
<b>用 紙</b> FSC認証紙、間伐に寄与する紙（森の町内会） 森の町内会A2マットFSC認証-MX （三菱製紙株式会社）	こちらの報告書PDFは、認証紙に印刷された認証印刷物のデータを使用して制作しました。	<b>バイオマス</b> 使用部位：印刷インキ No.090010	グリーン電力を導入しました（年間115万kWh）。本報告書を印刷・製本する際の電力（2,600kWh）は、自然エネルギーでまかなわれています。
<b>印刷の版</b> CTP出力によるフィルムレス方式	<b>森の町内会</b> 間伐に寄与する紙 www.mori-cho.org	<b>CUD '14 COLOR UNIVERSAL DESIGN</b>	<b>カラーユニバーサルデザイン対応</b> 本報告書は、より多くの人にとってわかりやすいよう色づかいに配慮したデザインであると、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構によって認証されました。
<b>製 本</b> リサイクル対応ホットメルト使用の無線綴じ 背糊：アサヒメルトRP 5200 （旭化学合成株式会社） 脇糊：アサヒメルトRP S310 （旭化学合成株式会社）	この印刷物に使用している用紙は、森を元気にするための間伐と間伐材の有効活用に役立ちます。	<b>GPN</b> Green Purchasing Network 印刷サービスのグリーン購入に努めています P514-0010	This is our Communication on Progress in implementing the principles of the United Nations Global Compact and supporting broader UN goals. We welcome feedback on its contents.
<b>インキ</b> リサイクルを阻害しないインキ NS PVF K（DICグラフィックス株式会社）			



**このCSR報告書はカーボンフットプリントを算定・表示し、CO<sub>2</sub>排出量をオフセットしています。**  
このCSR報告書は、原材料調達から廃棄・リサイクルまで製品のライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO<sub>2</sub>量に換算した「カーボンフットプリント（CFP）」マークを取得しています。また、CFPIによって算定したCO<sub>2</sub>排出量（1部あたり370g）の全部をCO<sub>2</sub>排出権（クレジット）により実質的にゼロにする「カーボン・オフセット」を行っており、どんぐりマークを取得しています。