

Sustainability Report 2015

創る、つながる、未来へ



Sustainability Report 2015

創る、つなげる、未来へ

Contents

情報開示方針	01
編集方針	
価値創造に向けたプロセス	
【第1章】 ミッションを実現するために解決すべき社会課題	
富士ゼロックスの経営の目指すもの	03
トップコミットメント	05
国連グローバル・コンパクトへの参画と実践	08
富士ゼロックスが取り組む社会課題と提供価値	09
【第2章】 社会課題解決に向けた富士ゼロックスの事業	
富士ゼロックスの経営重点テーマ	11
富士ゼロックスの経営の仕組み	13
富士ゼロックスの事業	15
富士ゼロックスの成長戦略	17
富士ゼロックスの成長を支える技術	18
成長を支える強い事業プロセス	19
価値創造の姿の変遷	21
【第3章】 経営重点テーマの具体的な取り組み ハイライト	
1. 教育の「質」の向上を目指して	23
2. 地域のみらいを創る	27
3. 化学物質管理の高度化への挑戦	31
お客様への取り組み	35
環境への取り組み	40
従業員への取り組み	44
取引先への取り組み	47
地域社会・将来世代への取り組み	50
各国・地域の関連会社のCSR活動	53
【第4章】 主要なCSR指標	
主要なCSR指標一覧	54
第三者意見	60
富士ゼロックスの事業概要	61
編集後記	62

情報開示方針

非財務情報の開示に関する考え方

富士ゼロックスおよび関連会社は、EU諸国を先行例とするCSR側面の非財務情報開示の法制化の動向に注意を払い、Global Reporting Initiativeなど国際的な報告基準への準拠を高めながら、結果のみならず、意思決定プロセスの透明性とPDCAの健全性を適正に開示する体制と運用を整備します。

CSR側面の非財務情報の開示は、本サステナビリティレポートを主な媒体として、毎年行います。

当社は非上場会社ですが、富士フイルムホールディングス株式会社（東証1部上場）の連結子会社として、投資家の皆様の関心にも配慮した情報開示をすすめています。

報告対象に関する考え方

- 富士ゼロックスおよび関連会社全体としてのサステナビリティ報告は、富士ゼロックスが本誌およびウェブサイトで行います。
- 各国・地域の関連会社において、現地の法令規則や市場への対応などの理由から独自にサステナビリティ報告を行う必要がある場合は、個別にサステナビリティ報告書を作成・発行します。

Sustainability Report 2015の 報告内容について

- 報告対象期間
2014年度（2014年4月から2015年3月まで）の取り組みを中心に、2015年度の方針や活動についても一部報告します。
- 報告対象組織
富士ゼロックスおよび国内外の関連会社を報告の対象とします。特定の地域や法人に限定される事項を報告する際にはその点を明記します。
- 参考にしたガイドライン
当社のサステナビリティ報告（本レポートおよびウェブサイトによる開示）は、Global Reporting Initiative「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版」（G4）の「中核」に準拠しています。
その他、環境省「環境報告ガイドライン2012年版」を参考にしました。
- 次回報告の予定
2016年8月
- 国連グローバル・コンパクトへの報告
本レポートを、国連グローバル・コンパクト署名企業として4分野10原則の進捗を報告する「Global Compact Communication on Progress」として、国連に提出しています。国連グローバル・コンパクトへの参画については8ページをご覧ください。



編集方針

2015年度の
レポートには、
次のような特色を
持たせました。

価値創造に向け

理念

富士ゼロックスの
ミッションと、
社会の一員として
果たすべき責任から
導き出される
社会課題



Sustainability
Report
2015の構成

1. 当社の全体像が分かる総合的なレポートとするため、次の点に留意しました。

- ①事業とCSRを統合した当社の経営のプロセスを明らかにし(下図参照)、そのプロセスに沿った報告内容とすることで、当社が社会課題の解決に向けた価値提供と事業をどう結びつけて成長していくのかを分かりやすく伝えることに留意しました。
- ②当社と社会とのかかわり、また当社の強みをより分かりやすくお伝えするため、当社の事業と提供価値の説明、またそれを支える技術基盤やプロセスなどの報告も強化しました。
- ③読み手の方に当社の取り組みをより具体的にお伝えできるようにす

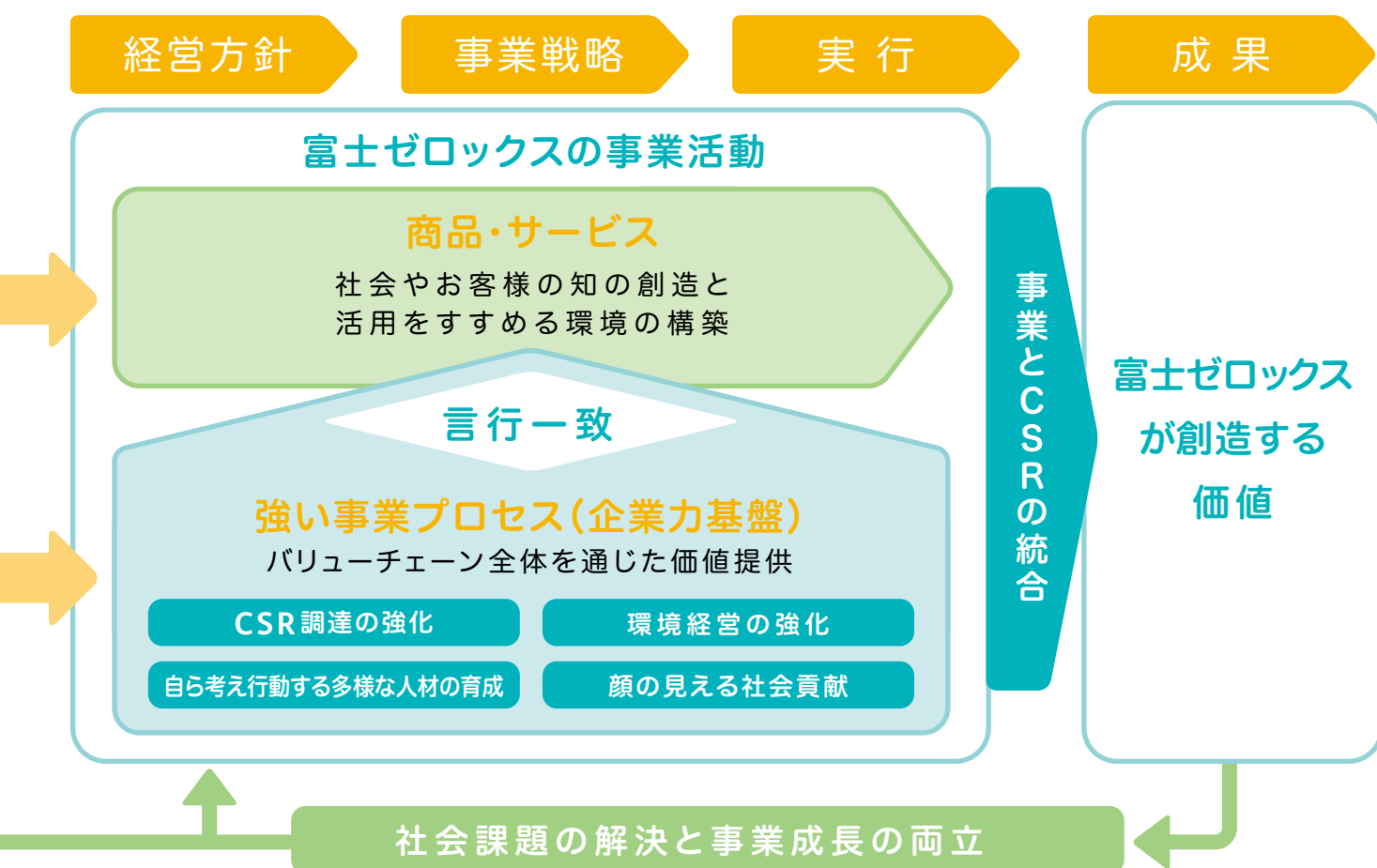
るため、実際の事例をできるだけ多く掲載しました。

2. 現在の取り組みの報告にとどまらず、未来志向の報告内容とするため、次の点に留意しました。

- ①社会の変化と当社が目指す社会の姿、その実現に向けて取り組むべき社会課題を明らかにし、その解決の過程における機会とリスクに関連づけて経営重点テーマを見直しました。
- ②当社のこれまでの歩みや今後の方向性をお伝えするため、これまで社会に提案してきた考え方や、将来へ向けた事業の成長戦略についても報告するページを設けました。

たプロセス

下記の図は、富士ゼロックスが、「お客様の先にあるさまざまな社会課題をどのようにとらえ」、「それを経営方針や事業戦略を通して、商品・サービスの提供とそれを支える事業プロセスによってどのように解決を図り」、「具体的にどのような価値を創造していくか」という、一連の経営プロセスを示しています。そして、サステナビリティレポートの構成(目次)もこの経営プロセスに沿ったものになっています。



このレポートは、「人々がつながり、価値を創造する未来」の実現に向けた富士ゼロックスの挑戦をステークホルダーの皆様にお伝えするとともに、皆様からご意見をお聞きして改善につなげるツールと位置づけています。また、読者の皆様の関心事に応じてご利用いただくよう、本誌、ウェブサイトの二つで構成しています(下図参照)。

Web
関連記事

<http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/>

グローバルで共通の情報

本誌は日本語版、英語版、中国語版、韓国語版およびタイ語版で発行し、ウェブサイトは、日本語版、英語版で発信しています。

国内外関連会社の情報

関連会社では、現地に即した情報を発信しています。右記ウェブサイトをご覧ください。

【本誌】



【ウェブサイト】



ウェブサイトでは、本誌を含んだ詳細な情報を掲載しています。

SkyDesk Media Switch



本レポート内のこのマークの近くにある画像をスマートフォンでかざして撮影すると、関連コンテンツをご覧いただけます。

詳しくは61ページの利用手順をご覧ください。

富士ゼロックスの経営の目指すもの



Joseph C. Wilson

Better Communications

Our business goal is to achieve better understanding among men through better communications.

富士ゼロックスは、
ミッションを実現していくことにより
持続可能な社会の発展に貢献します。
「CSRは経営そのものである」という信念のもと、
言行一致でお客様の価値創造をお手伝いし、
すべてのステークホルダーから
信頼され愛される会社を目指します。

ゼロックス・フィロソフィー

ゼロックス・コーポレーションを創設したJ.C.ウィルソンの経営哲学で、現在のCSR論にも通じるものです。これが、富士ゼロックスのCSRの原点となっています。

我々のビジネスの目標は、より良いコミュニケーションを通じて、人間社会のより良い理解をもたらすことである。

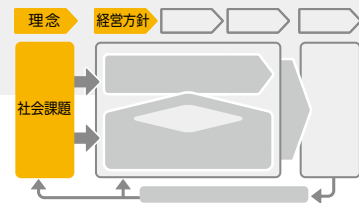
"Our business goal is to achieve better understanding among men through better communications."

Joseph C. Wilson

富士ゼロックスの
経営哲学の
発展



下の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！



「私たちが目指すもの」と「私たちが大切にすること」

【私たちが目指すもの (Mission Statement)】

富士ゼロックスおよび関連会社とそこに勤務するすべての従業員が、共通して目指すものです。

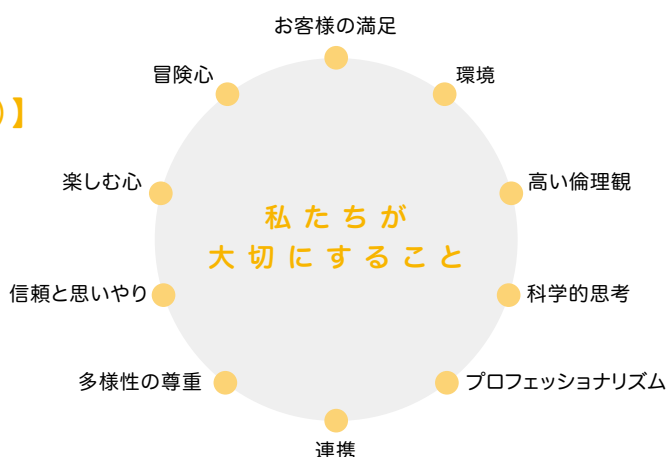
知の創造と活用を
すすめる環境の構築

世界の相互信頼と
文化の発展への貢献

一人ひとりの成長の
実感と喜びの実現

【私たちが大切にすること (Shared Values)】

「私たちが目指すもの」を実現するために、富士ゼロックスおよび関連会社のすべての従業員が共有する、社会の一員としての責任とビジネスの姿勢、人間性をベースにした個人の在りようを10の価値で表しています。



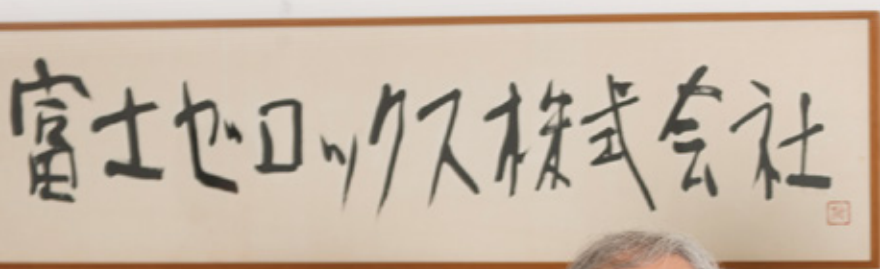
富士ゼロックスの究極の存在目的は、世界の相互信頼と文化の発展に貢献することです。そのために、ドキュメントサービスとコミュニケーションの分野で、お客様の知の創造と活用をすすめる環境を構築します。その過程において、従業員一人ひとりが個性を発揮して、成長を実感し喜びを得ることを目指しています。

富士ゼロックスの経営哲学は、「ゼロックス・フィロソフィー」が原点となり、「よい会社構想」「私たちが目指すもの」へと発展してきました。

よい会社構想

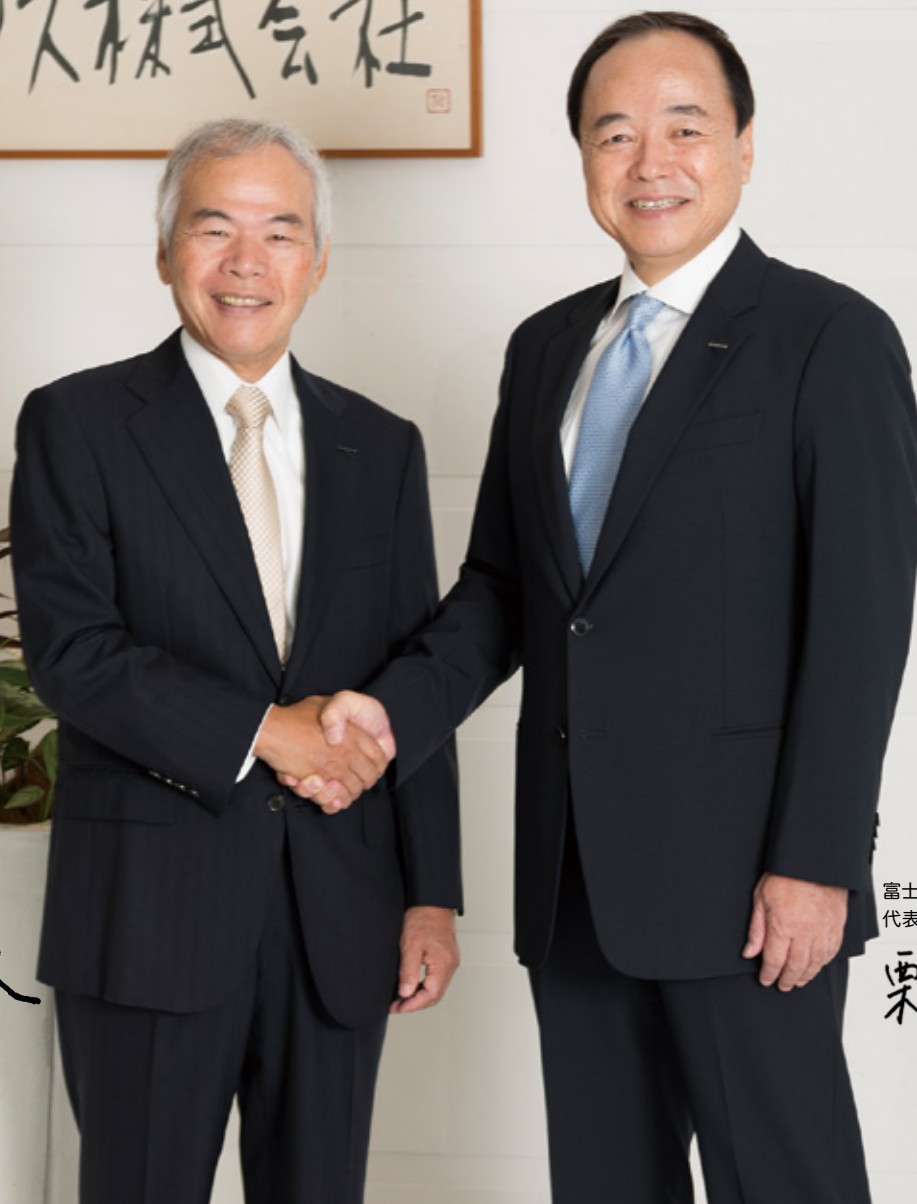
お客様に満足いただける卓越した商品・サービスをお届けし、株主にも継続的に報いることができる「強い」会社。環境、倫理、社会貢献などを含め、地域社会や国際社会に対して「やさしい」会社。従業員が仕事や人生を「おもしろい」と感じる会社。当社は、このような「強い」「やさしい」「おもしろい」をバランスよく兼ね備えた会社を目指しています。





富士ゼロックス株式会社
代表取締役会長

山本 忠人



富士ゼロックス株式会社
代表取締役社長

栗原 博

ソリューション・サービスで お客様の価値創造を支援し、社会を変える

1. 複雑化する社会課題と富士ゼロックスが 目指す社会の姿

経済のグローバル化や情報化がすすむ中、社会の抱える課題はその規模と複雑さが拡大しており、解決の難易度が高まっています。具体的には、地球環境問題の深刻化や、急速にすすむ少子高齢化と地方の活力低下、デジタルデバイドの拡大、自然災

害リスクの高まりなど、さまざまな課題への対応が待ったなしとなっています。

これらの課題を解決し持続可能な社会を実現するためには、産、官、学、NGO、コミュニティなどの多様なプレーヤーが、組織の壁や、国、言語、文化などの違いを超えてコミュニケーションを行い、個々のプレーヤーに分散している知識や情報、ノウハウを集約することによって、これまで実現が困難であった新しい価

値を創出することが必要となっています。

富士ゼロックスは、「知の創造と活用をすすめる環境の構築」を通じて個々のお客様の経営課題を解決し、新たな社会価値創造を支援することをミッションとしています。そして、お客様とそのさまざまなステークホルダーとの連携を促進し、お客様の先にある社会課題の解決をお手伝いします。そのことによって、社会の相互信頼を強固にするとともに、それぞれの国や地域の多様な文化が発展し、人々が個性を発揮し成長することを通じて夢や希望を実現することにより、自己実現の喜びを感じられる社会の実現を目指しています。

2. 富士ゼロックスらしい価値提供の基盤にあるもの

お客様の価値創造にお役立ちするために、当社は現在、機器や消耗品の販売のみならず、お客様の業務プロセスを抜本的に変革するソリューション・サービスを中心とした事業構造への転換を、急ピッチですすめています。グローバルなお客様を対象に、国や地域の産業や経済の発展段階に応じて、それぞれのニーズに合ったソリューション・サービスを提供することにより、地域社会の発展と活性化を支援しています。

富士ゼロックスの提供価値は、情報コミュニケーション技術（ICT）と、これまで培ってきた自然言語処理技術や画像認識技術などに代表されるドキュメントマネジメント技術を組み合わせることによって、デジタルとアナログのそれぞれの利点を融合した新しいコミュニケーションを実現することです。企業がビジネスコミュニケーションのために用いるテキスト、画像、動画などの情報の80%以上は、そのままでは検索したり活用したりすることが難しい非構造化データだといわれています。富士ゼロックスは、さまざまな非構造化データを長年扱ってきた強みを活かして、手書きの情報や属人化している勘やコツなど、データ化されていない重要な情報を構造化し、現場を支えている膨大な暗黙知の情報を形式知化します。そしてそれにより、複雑な情報の分析や活用を容易にし、企業の競争優位性を支えるノウハウの伝承を支援し、お客様の持続的な価値創造を支えるプロセスの実現に貢献します。

例えば、当社はさまざまな形で集まってくるお客様の声を全社横断で活用できるように、構造化したデータとして共有・活用する標準化された仕組みを構築し、業務プロセスの改善や新たな商品・サービスの開発につなげています。このような自社における課題解決を、新たなソリューションとして言行一致でお客様に提供することによって、お客様の変革をお手伝いします。

また、社会の情報化は今後もすすみ、世の中はますます便利になっていきますが、すべてをデジタルに置き換えればよいとは思いません。紙媒体が持つアナログであるがゆえの便利さや、直筆の手紙が人々に与える感動などは今後も社会において必要なものです。富士ゼロックスは、ドキュメント技術を駆使し、デジタルの利点にアナログの良さを取り込んでいくソリューションを通じて、人を中心においたコミュニケーションの提案を続けていきます。

3. オフィスを超えて社会に広がる 富士ゼロックスのソリューション・サービス

当社が提供するソリューション・サービスは、「コア業務（本業）の強化」および「非コア業務の効率化」の両面からお客様の知の創造と活用を支援します。

「コア業務（本業）の強化」の観点では、「お客様」と「お客様のお客様」とのマーケティング・コミュニケーションの強化や、お客様とステークホルダーとの情報の共有や活用を促進し、お客様



当社のソリューション・サービスは、オフィスを超えたさまざまな場面で人々の生活をより便利で豊かなものにするイノベーションをつくり出し、より良い社会の実現に貢献しています。

の価値提供活動の強化につながるソリューション・サービスを提供します。また、「効率化」の観点では、お客様のドキュメント出力環境を含めた非コア業務のアウトソーシングを当社が一括でお請けし、生産性改善を徹底的にすすめることにより、お客様がコア業務に資源を集中できる環境を実現します。

そうした中、当社のソリューション・サービスの活用場面は、オフィスを超えて広がっています。たとえば、「外出先、お客様先など、さまざまな場所での多様でフレキシブルな働き方」、「患者宅などの出先からカルテ情報にアクセス可能な在宅医療支援システム」「ICTを利用した、学習効果を高める新たな学びの仕組み」「モバイル機器を活用し、知りたい情報を知りたい場所で、あたかも同伴する観光ガイドが語りかけてくるような観光ガイドサービス」など、「働く」「暮らす」「学ぶ」「楽しむ」といったさまざまな場面において、人々の生活をより便利で豊かなものにするイノベーションを作り出し、より良い社会の実現に貢献しています。

4. 事業とCSRの統合の加速

当社は「CSRは経営そのもの」を掲げ、自社や関連会社だけでなくとどまらないバリューチェーン全体の事業プロセスを通じて、言行一致でお客様の課題解決やさまざまなステークホルダーとの価値共有に取り組んできました。

なんでも相談できるソリューション・サービス・プロバイダーとしてお客様から信頼されるためには、当社の事業を支える経営基盤の中にCSRの考え方をしっかりと統合し、“エクセレントカンパニー”を目指す必要があります。

そのためステークホルダーとの対話や、CSR会議での経営の議論を通じて、事業に関連する機会やリスクをとらえ直し、経営に直結する重点テーマを明確化しました。各組織のミッションや目標を、重点テーマに明確に関連づけることにより、すべての従業員が本業とCSRを別物ととらえることなく、自分の仕事がお客様やその他のステークホルダーにどのような形でつながっているかを理解し、自らの仕事のやり方を変革していきます。

そのことによって、「CSRは経営そのもの」というスローガンにとどまらず、本当の意味で「従業員一人ひとりの仕事そのものが

CSRである」という風土を醸成し、当社の事業プロセス全体へCSRを浸透させ、事業とCSRのさらなる統合を加速します。

5. 社会課題解決への貢献を通じた事業成長の実現

当社は今後も、社会課題の変化を見据えて、さらなる事業構造と企業風土の改革をすすめてまいります。

お客様のパートナーとして強固な信頼関係を築き、お客様や社会の課題やニーズをお客様と共に考え、その解決へ向けた価値創造をお手伝いすることによって、目指す社会の姿の実現へ向けた歩みをすすめてつ、自社の成長を加速させます。そして、新たな事業構造のもとで、2016年度売上高1兆2,400億円に向けた成長と、営業利益率10%に向けた収益性の強化を目指します。

また、それを支える企業風土においては、多様な人材が活躍できる環境を整備し、お客様や社会の課題を発見し解決する能力を持った人材を育てることで、会社全体を成長と変化へ挑む集団へと変革していきます。

そして、それらの取り組みによって富士ゼロックスが、社会の価値あるコミュニケーション環境を構築し、中長期的に社会に変革をもたらす存在であり続けることをお約束します。



各組織のミッションや目標を重点テーマに関連づけることで、すべての従業員が、自分の仕事がお客様やその他のステークホルダーにどのような形でつながっているかを理解し、自らの仕事のやり方を変革していきます。

国連グローバル・コンパクトへの参画と実践

LEAD企業の一社として活動を牽引

当社は、国連が提唱する「国連グローバル・コンパクト」*(以下、国連GC)の理念に賛同し、2002年度に署名しました。富士ゼロックスおよび関連会社は、CSR活動を推進する上で国連GCの理念を基本的な価値観の一つに位置づけ、社員行動規範の内容にその理念を反映しているほか、CSR調達を推進する際にも、取引先への重要な要請事項として取り入れています。

2008年度には、山本社長(当時、現会長)が国連GCのCEO宣言に署名し、また2010年度には、これまでのトップコミットメントや積極的な取り組みが評価された結果、国連GCのLEAD企業(現在、世界49社)として指名され、参加を表明しました。

現在、有馬元社長がボードメンバーとして国連GC(ニューヨーク)に参画し、また代表理事としてグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン(以下GCNJ、現在、約200企業および団体が参加)の運営に携わるほか、国連GCニューヨークオフィスおよびGCNJへ従業員を出向させ、その運営を支援しています。2014年度は、GCNJにより8月に東京

で開催された第6回日中韓ラウンドテーブルにおいて、当社のCSR調達の取り組みを発表するとともに、「ヒューマンライツ・デューデリジェンス」「人権教育」「GC社内浸透」などの分科会に参画しました。

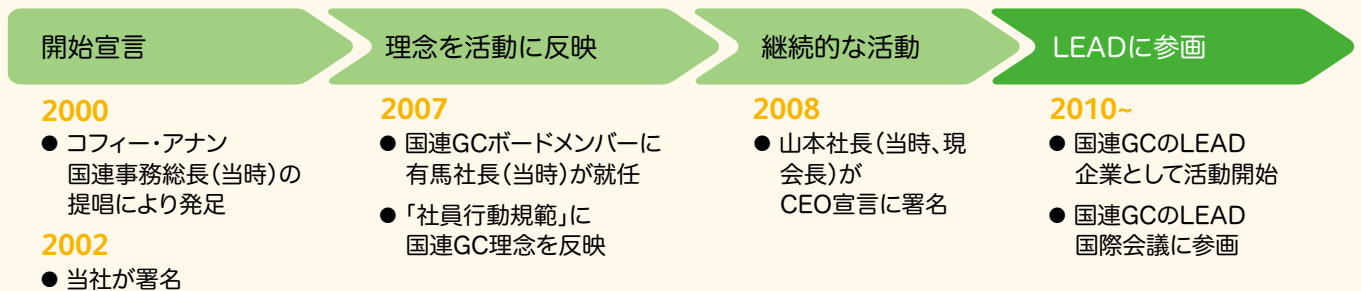
今後も、国連GCのLEAD企業の一社として、世界のCSRを牽引する取り組みに参画し、持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)などについての議論を深め、国連GCの普及拡大と10原則の実践に向けて、グローバルなレベルでリーダーシップを発揮していきたいと考えています。



第6回 日中韓ラウンドテーブル(東京)

※ 国連グローバル・コンパクトは、世界的に確立された人権の保護・不当な労働の排除・環境への対応・腐敗防止にかかわるCSRの基本原則10項目を支持し、各企業がその実現に向けて自発的に取り組むものです。

活動の経緯



富士ゼロックスの人権に対する考え方

富士ゼロックスは社員行動規範において、人権の尊重と差別の禁止を重要な理念として定めています。また、富士フィルムグループの人権への取り組みの基本精神として、「富士フィルムグループ企業行動憲章」の中にも、「あらゆる人権を尊重する」ことが定められています。



当社では毎年、富士ゼロックスおよび関連会社の全従業員を対象とした行動規範教育を実施しており、人権全般、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメント、メンタルヘルスなどに関する教育を実施しています。また、新入社員研修や新任マネージャー教育などの階層別教育の中でも、行動規範教育を実施しています。

加えて、人権啓発標語の募集や各本部長への年2回の人権に関する機関紙の配布などを通じて、人権意識の向上に努めています。

さらに、サプライチェーンについて、特に海外において児童労働、強制労働などの人権侵害が発生しないよう、CSR調達の仕組みの中で取引先への要請と当社による評価の徹底を図っています。

富士ゼロックスは、今後も人権侵害の防止と人権意識の向上に努めます。

〈国連グローバル・コンパクト10原則〉

	人権	原則1: 人権擁護の支持と尊重 原則2: 人権侵害への非加担
	労働基準	原則3: 組合結成と団体交渉権の実効化 原則4: 強制労働の排除 原則5: 児童労働の実効的な排除 原則6: 雇用と職業の差別撤廃
	環境	原則7: 環境問題の予防的アプローチ 原則8: 環境に対する責任のイニシアティブ 原則9: 環境にやさしい技術の開発と普及
	腐敗防止	原則10: 強要・賄賂等の腐敗防止の取り組み

富士ゼロックスが取り組む社会課題と提供価値

富士ゼロックスは、さまざまな社会課題の中から、当社のミッションや社会の一員として果たすべき責任を考慮したうえで自社が取り組むべき社会課題を絞り込みました。当社は、お客様をはじめとしたステークホルダーの価値創造を、商品・サービスの提供と事業プロセス全体を通じた価値提供により支援することで、それらの課題の解決を目指していきます。

富士ゼロックスが取り組むべき社会課題

社会の変化

グローバル化

情報化

少子高齢化

環境の悪化

地方活力
低下

企業への
期待の高まり

富士ゼロックスのミッション、
社会の一員として果たすべき責任

- ① グローバル化や価値観の多様化などによる社会課題の複雑化
- ② 情報通信技術の可能性を最大限に活かした情報の活用と、それによる社会の生産性向上
- ③ 災害リスクに強い社会の構築
- ④ 新興国の人々の働く環境と生活の質の向上
- ⑤ 情報化社会の進展にともない増大する、情報漏えいや改ざん・消失などのリスクへの対応
- ⑥ 地球温暖化の抑制
- ⑦ 社会におけるダイバーシティの推進
- ⑧ 地域活力の低下に対処する地方創生
- ⑨ 社会からの企業の事業プロセスに対する要求の高まり

解決に向けた富士ゼロックスの提供価値

商品・サービス

事業プロセス

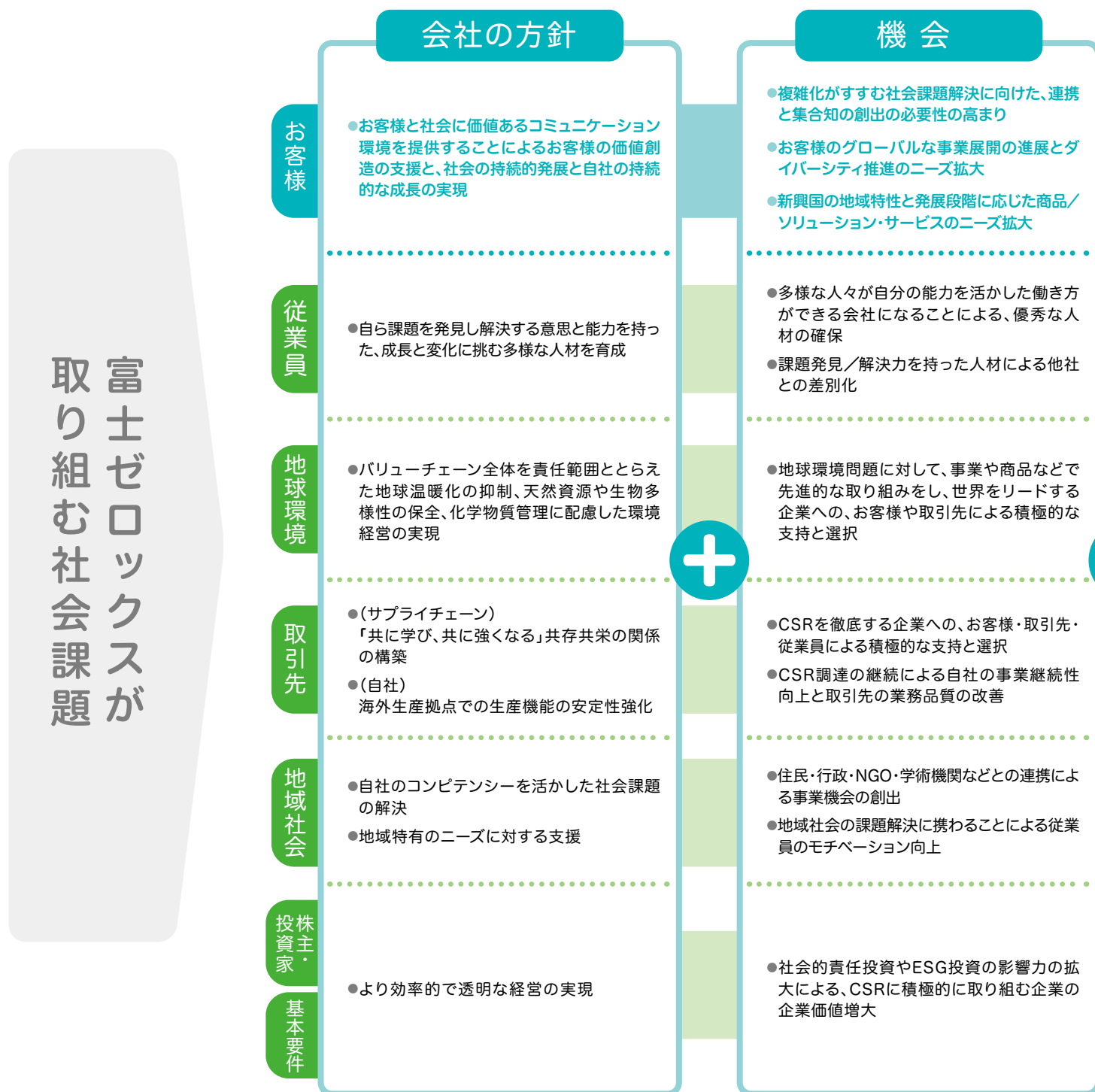
双方を通じて取り組む領域

- ① 社会のあらゆる人々が所属する組織の枠を超えて、知を持ち寄り新たなイノベーションを生み出す環境の提供
- ② 紙や電子の媒体の違いを意識させないシームレスな情報活用と管理を可能にする環境構築
- ③ 自社やお客様の重要情報の、災害リスクからの確実な保護
- ④ 新興国の現地ニーズや発展段階に応じた商品・サービスの提供
- ⑤ 自社やお客様の重要情報の、情報セキュリティリスクからの確実な保護
- ⑥ お客様の利便性と省エネを両立する商品・サービスの提供と自社の環境経営の強化による環境負荷の削減
- ⑦ 年齢、性別、言語の違いや障がいの有無にかかわらず、人々がフレキシブルに働き、容易に情報にアクセスできる環境の構築
- ⑧ 地域社会における住民、企業、行政、NGOおよび学術機関などの連携とグローバル化対応の支援
- ⑨ サプライチェーン全体を責任範囲としたCSRの推進と、事業地域に根ざした持続的な事業展開

富士ゼロックスの経営重点テーマ

経営重点テーマの明確化プロセス

富士ゼロックスは、社会の状況および自社の経営目標や事業特性を踏まえ、自社にとっての経営重点テーマを明確化しています。
2014年度には、富士ゼロックスが取り組むべき社会課題および認識している社会の状況（機会とリスク）などに基づき、改めて経営重点テーマの再設定を行いました。
ここでは、経営重点テーマを明確化するプロセスと、明確化された経営重点テーマについてお伝えします。



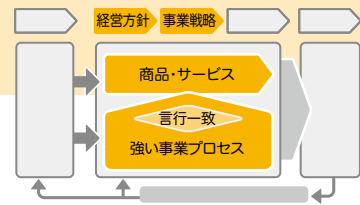
富士ゼロックスが
取り組む社会課題

社会から要請される
課題を幅広く抽出

会社の方針や事業特性による絞り込み

step 1

step 2



本レポートにおけるハイライト

お客様

教育の「質」の向上を目指して
▶(p.23~26)

お客様

従業員

地域社会

地域のみらいを創る
▶(p.27~30)

地球環境

化学物質管理の高度化への挑戦
▶(p.31~34)

リスク

- 情報技術の進化や社会の環境意識向上による紙媒体から電子媒体への移行
- 大規模災害発生による自社およびお客様の事業停止
- 製品安全事故によるお客様の身体・財産の侵害と自社の信頼失墜

- 多様な働き方が可能な環境の未整備による人材獲得の困難化

- 資源、エネルギーの枯渇によるコスト増大
- 温室効果ガス削減や化学物質管理、省資源に関する環境規制の厳格化

- CSR面での問題発生に起因する商品供給の停止
- サプライチェーンでの問題発生を最終ブランドに求める社会傾向

- 地域社会の課題にかかわる企業に対する要請に応えられないことによる、社会やお客様からの信頼の低下

- ガバナンスや腐敗防止に対する規制の厳格化
- 海外での事業拡大によるガバナンス徹底の困難化

- 企業に対して人権尊重を求める社会要求に応えられないことによる、信頼の低下
- 自社からの機密情報(技術情報、個人情報)の漏えい発生

お客様

- ① シームレスな情報活用とコミュニケーションを支援するソリューション・サービスの提供
- ② 海外市場の事業展開強化
- ③ お客様の事業継続の支援
- ④ 高品質で安全な商品・サービスの提供

従業員

- ⑤ 多様な人材が社内外で活躍できる環境の構築
- ⑥ 自ら考え行動する人材の育成

地球環境

- ⑦ 商品ライフサイクルにおけるCO₂削減
(働き方変革を通じたオフィスのエネルギー消費の削減/省エネ・省資源商品の開発/資源循環型ビジネスモデルの構築)
- ⑧ お客様のCO₂削減
- ⑨ 責任ある用紙調達の継続

取引先

- ⑩ 競争力の強化につながる自社生産拠点でのCSR実践強化
- ⑪ 競争力の強化につながるCSR調達の拡大および強化

地域社会

- ⑫ 顔の見える社会貢献(将来世代の人材育成・希少な文化や情報の伝承)
- ⑬ 東日本大震災復興への支援継続

株主・投資家

- ⑭ コーポレートガバナンスの徹底
- ⑮ 公正な事業慣行の徹底

基本要件

- ⑯ 情報セキュリティの徹底
- ⑰ 人権の尊重

価値提供へ

経営重点テーマ

より重要なテーマを絞り込み

step 3

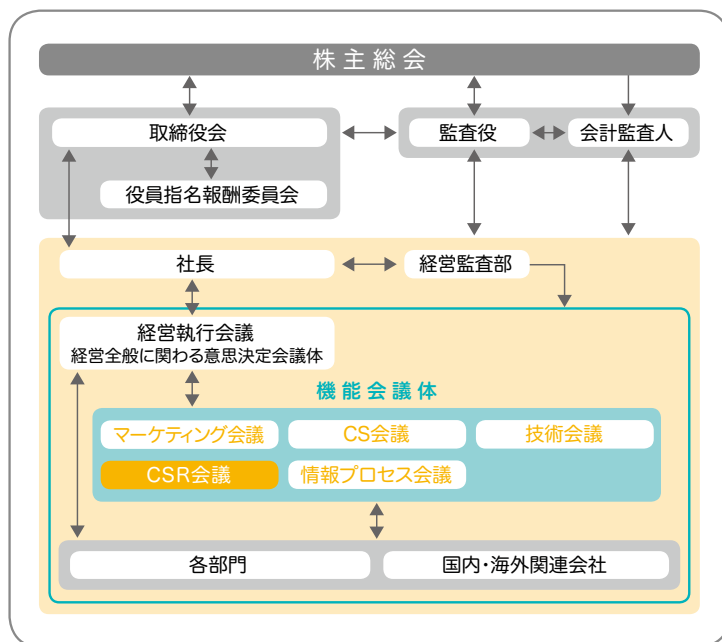
富士ゼロックスの経営の仕組み

富士ゼロックスは「CSRは経営そのものである」という考えのもと、自らの事業活動を変革して当社の競争力を継続的に高めると同時に、ステークホルダーへの新たな価値を創出し、社会の発展に貢献し続けることを目指しています。

その目的を達成するために、社会や事業環境の変化を踏まえ、当社の活動に対するステークホルダーの期待や要請を経営に取り込み、改善に向けたPDCAを回していくことで、私たちが提供する価値を常に進化させることが重要であると考え、経営プロセスの中にそのための仕組みを取り入れています。

コミュニケーションとモニタリング

富士ゼロックスは、ステークホルダーからの評価やフィードバックを経営プロセスの中に取り込んでいくために「コミュニケーション」と「モニタリング」を重視しています。



CSR方針、
目標の展開

実績の報告

事業部門

- 営業部門
- 研究・開発生産部門
- 関連会社

CSR経営を推進する経営体制

富士ゼロックスは事業とCSRを融合した経営を徹底するため、2010年4月からCSR会議を設けています。

CSR会議は取締役会と経営執行会議の下位に位置づけられる、特定機能分野に関する経営執行上の意思決定機関としての機能会議体の一つです。当社の経営においては、CSR会議を軸として、経営層により決定されたCSRの方針や計画を現場での取り組みにつなげるとともに、現場からのフィードバックを受け改善のためのPDCAを回していく経営プロセスが確立されています。

定期的にCSR会議を開催し、ステークホルダーごとに当社の課題を抽出し、目指す目標(CSR指標)をコミットしています。2014年

度は事業に関連する機会やリスクをとらえ直し、当社にとって重要な経営課題を再整理しました。

また、当社はリスクマネジメントに関し、緊急事態への対応はもちろんのこと、通常時のリスク管理、特に潜在リスクに関して、リスクの発生する頻度と経営に与える影響度の大きさで管理する活動にも重点を置いています。経営層がCSR会議において定期的にリスクマネジメントに関して重点テーマを定めて議論を行い、意思決定しています。



ウェブサイトやサステナビリティレポートなど、情報の発信を通じてステークホルダーとの対話を促進しています。特にサステナビリティレポートはお客様や従業員に対する重要なコミュニケーションツールと位置づけています。これは、従業員が当社の考え方や行動を積極的にお客様や関係先に説明し、社会との接点を厚くすることで、現場に立脚した課題認識やアイデアが生まれ、ステークホルダーへの価値提供に結び付くという考え方に基づいています。2014年度は、CSR教育の強化を目指し、国内全従業員を対象として、eラーニングによるCSR基礎教育を実施しました。

コミュニケーションの方法

- 公式ホームページ
- サステナビリティレポート
- 経営トップメッセージ
- 従業員用ウェブサイト
- 環境・社会貢献キャンペーン
- CSR教育

コミュニケーション

バリューチェーン全体を通じた
富士ゼロックスの事業活動

モニタリング

ステークホルダー

取引先

従業員

お客様

地球環境

地域社会

株主・
投資家



経営を進化させるためには、私たちの事業活動がさまざまなステークホルダーの期待や要請にどの程度対応できているのかを定量的にとらえ、経営の判断や意思決定に適切に反映することが重要と考えています。そのために、経営テーマについて社外の有識者と経営層が議論するステークホルダーダイアログや、ステークホルダーの満足度調査、国内外の関連会社の経営の実情や課題をとらえるグループ内CSRアンケートなどを定期的実施しています。

モニタリングの方法

- お客様満足度調査
- ブランド調査
- 取引先CSR調達セルフチェック
- CSR識者とのダイアログ
- 従業員モラルサーベイ
- グループ内CSRアンケート(PDCA調査)

ステークホルダーダイアログ

富士ゼロックスは、ステークホルダーの声に耳を傾け、その期待に応えることで企業価値を持続的に向上させることを目的に、毎年、経営に関する主要なテーマを設定して、ステークホルダーダイアログを開催しています。

2014年度は「事業とCSRの統合」をテーマに、当社が本業の中にCSRをどのように取り込みPDCAを回しているかについて、バリューチェーンの各領域の役員が説明し、有識者と議論を行いました。有識者からは「役員自らの言葉から、CSRの意識が社内に根づいていると感じる」との評価をいただきました。

一方、「ソリューション・サービスへの構造転換をやりきることが、事業とCSRの統合を加速する」「社員が自らの仕事の中で『何のためにそれをやるのか』『どういう価値を提供していくのか』に立ち返る必要がある」などの示唆もいただきました。



富士ゼロックスの事業

富士ゼロックスは、お客様の経営課題の解決に貢献し、社会課題解決に向けた支援を行うためにソリューション・サービスの提供を進めています。

社会課題解決に向けた富士ゼロックスの事業



下の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

富士ゼロックス
取り組むべき
社会課題

オフィスソリューション

オフィスプロダクト事業／
オフィスプリンター事業

社会のグローバル化や多様化への対応、急速に進化する情報通信技術の活用、災害などへの備えとしての事業継続性の担保、環境負荷の低減、増大するセキュリティ面の脅威への対処などお客様の事業環境が大きく変化する中で、経営課題もまた高度化・複雑化しています。富士ゼロックスは、こうしたお客様の経営課題の解決とビジネスの成長に向けて、ドキュメントとコミュニケーションにかかわるお客様の課題を可視化し、全体最適の視点からソリューション提供を可能とする商品・サービスを、先進国や新興国などそれぞれの地域特性に合わせて展開しています。

代表的な商品・サービス





右の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

プロダクションサービス

プロダクションサービス事業

企業の持続的成長のためには、ステークホルダー（お客様・株主・従業員・地域など）とのより良いコミュニケーションによる関係性の維持・強化がますます重要となっています。そしてそのためには、多様なニーズを把握し、個々に対応したコンテンツを、紙・デジタルなど媒体を問わず、適切な場所でタイムリーにお届けする仕組みが不可欠になっています。富士ゼロックスは、これまで培ってきたオンデマンド印刷や最先端のデジタル技術を組み合わせた「コミュニケーション変革の仕組みやサービス」を、お客様の経営課題だけでなく、地方創生やグローバル化といった社会的課題に至るまで幅広く提供しています。

代表的な商品・サービス



プロダクションリモートサービス



カラーマネジメントサービス



長尺カレンダー

カスタマイズ
カタログ

デジタル印刷の高い品質と生産性で、多様なニーズをサポート



Versant 2100 Press



Color 1000 Press

グローバルサービス

グローバルサービス事業

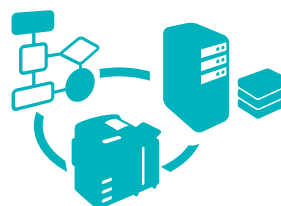
ビジネスプロセスには多くの場合、人が介在し、人と人の間をドキュメントがつないでいます。基幹業務のIT化や電子化の進展によりお客様のビジネスプロセスが多様化するなか、ドキュメントにかかわるビジネスプロセスを可視化しプロセス全体の効率化を図ることがお客様の経営課題となっています。その課題の解決に貢献するため、富士ゼロックスは出力・印刷の総合的マネージドサービスから、基幹業務のビジネス・プロセス・アウトソーシングまで、さまざまなサービスを「ドキュメント・アウトソーシング」という形で提供しています。

ドキュメントを通じてビジネスプロセスの最適化を図ることにより、ガバナンスやコンプライアンスの徹底という事業活動に対する社会的要請にも対応します。

代表的な商品・サービス



Communication & Business
Process Outsourcing



Next Generation
Managed Print Services



左の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

富士ゼロックスの成長戦略

社会課題の解決を通じた成長

富士ゼロックスはドキュメントサービス&コミュニケーションの分野で、お客様の経営課題の解決のために、価値創造を支援するソリューション・サービスをグローバルに提供し、社会課題の解決に貢献します。それを通じて、お客様の事業や社会の持続的成長に貢献するとともに、自社のさらなる成長を目指します。

情報漏えいや改ざん・消失などのリスクへの対応

グローバル化や価値観の多様化などにより複雑化する社会課題の解決

災害リスクに強い社会の構築

グローバルサービス

- マネージド・プリント・サービス
- ビジネス・プロセス・アウトソーシング
- ドキュメントサービス&コミュニケーションのアウトソーシング
- モバイル&クラウドコミュニケーション・サービス

ドキュメントサービス & コミュニケーション

プロダクションサービス

- コミュニケーション領域を中心とした新規事業の創出

情報活用とそれによる社会の生産性向上

地球温暖化の抑制

地域の活性化に向けた地方創生

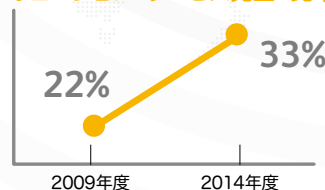
オフィスソリューション

- 業種別/業務課題別ソリューション
- コミュニティ・コミュニケーション・サービス

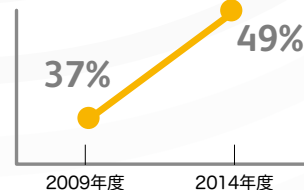
ダイバーシティの推進

新興国の人々の働く環境と生活の質の向上

国内の総売上に占めるソリューション・サービス売上※比率



総売上に占める海外売上比率



※ オフィスソリューションのうち商品を除くソリューション・サービス、グローバルサービス、およびプロダクションサービスの売上の合計

オフィスソリューション (オフィスプロダクト事業・オフィスプリンター事業)

成長著しい中国・アジアパシフィック市場・新興国に向けて、市場のニーズに合致した商品を引き続き投入し、販売量拡大を図ります。また、付加価値の高い業種・業務ソリューションやクラウド・モバイルを活用したソリューション・サービスを強化することにより、働き方をはじめとしたお客様の業務変革を支援します。

プロダクションサービス (プロダクションサービス事業)

業界トップを誇るカラープロダクションプリンターのラインアップをさらに強化します。併せてさまざまなアプリケーションに対応できる周辺機器やソフトウェア・サービスのご提供を通じて、デジタル印刷物の価値を高め、お客様のマーケティング・コミュニケーションを支援します。

グローバルサービス (グローバルサービス事業)

お客様の出力業務の最適化を支援するマネージド・プリント・サービス(MPS)の導入拡大を引き続きすすめてまいります。併せて、マーケティング・販売促進などお客様の業務を一括でお受けするビジネス・プロセス・アウトソーシング(BPO)サービスを強化し、お客様の社内外のより良いコミュニケーションの実現を支援していきます。

中国・アジアパシフィック市場 (全事業)

直販網の強みを活かしたソリューション・サービスの展開、現地ディーラーを活用した低価格商品の提供など、全事業の展開を通じてお客様の経営課題解決に貢献し、地域とお客様に合わせたコミュニケーション変革を支援していきます。

富士ゼロックスの成長を支える技術

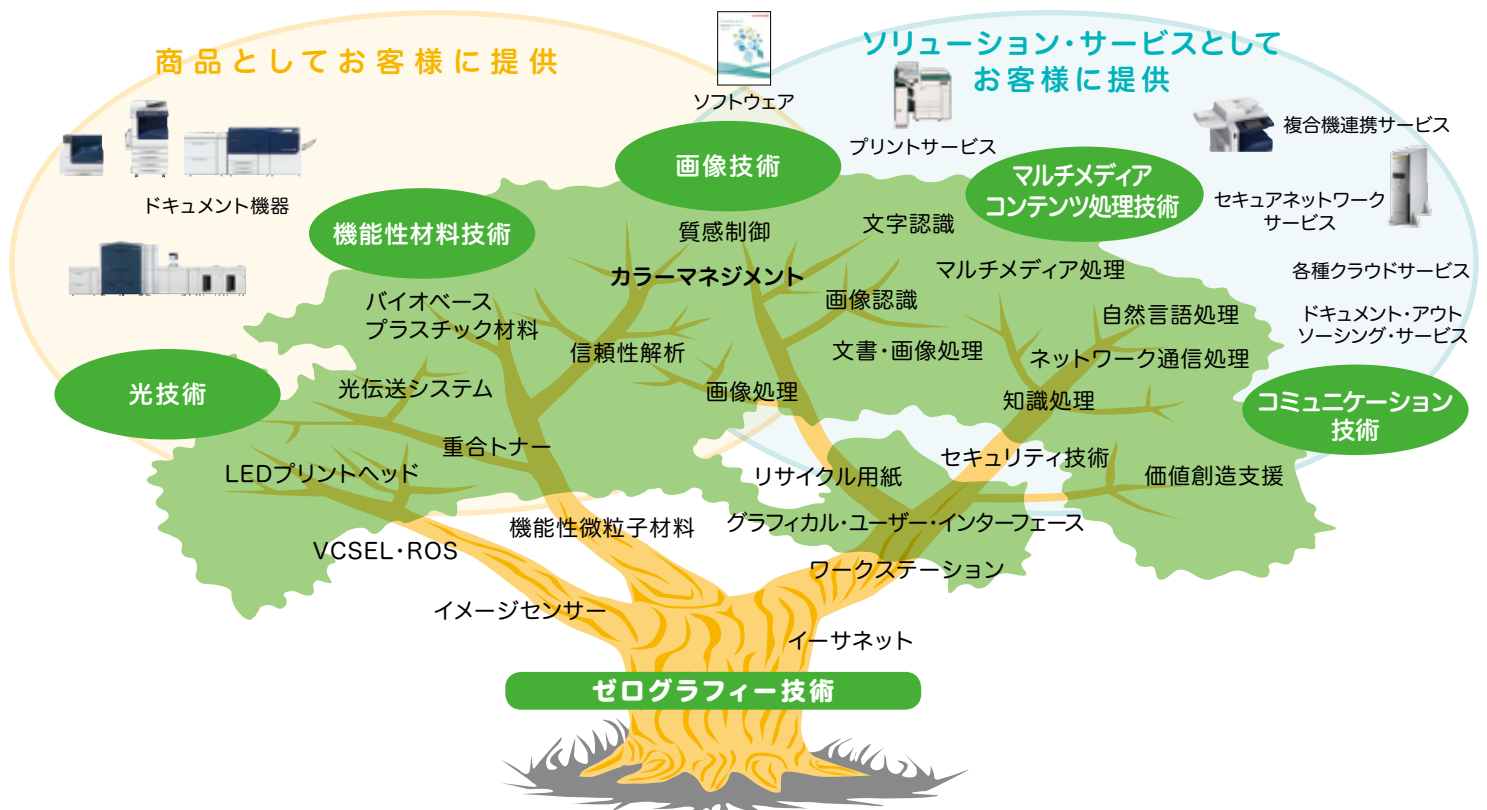
経営・社会課題の解決に貢献するための技術基盤

富士ゼロックスは、より良いコミュニケーションを通じて社会の理解を促進することを基本理念とし、ドキュメントサービス&コミュニケーションの領域において、お客様の経営課題や社会的な課題を解決するための研究開発を行っています。そのために、ゼログラフィー技術を基盤として、デジタルイメージング技術と情報通信技術を軸に技術基盤を発展・進化させ、常に新しい商品やソリューション・サービスを提供しています。

富士ゼロックスの技術基盤の特長 | 強み

富士ゼロックスは、「ドキュメント」を単に紙の上の情報だけでなく、電子情報、映像、音声なども含めて、『人の思考をカタチにしたもの』と定義し、「ドキュメント」をより効果的に伝達・共有・連携させることで、「知識」や「知恵」をつなぎ、お客様のビジネスのさまざまな場面で、課題解決や増力化、新たな価値創造に貢献します。

- ゼログラフィー技術をベースにさまざまな独自技術を融合させ、オフセット印刷に迫る色再現性、圧倒的な生産性、高次元の信頼性、そして高い省エネ性など、優れた性能と高いドキュメント品質でお客様の業務の効率化や増力化を支援する商品
- テキスト・画像・映像・音声などのドキュメントのさまざまな処理(取込/共有/解析/配信)を容易に行い活用することで、効果的な価値あるコミュニケーションを実現し、お客様の価値創造を支援するソリューション・サービス



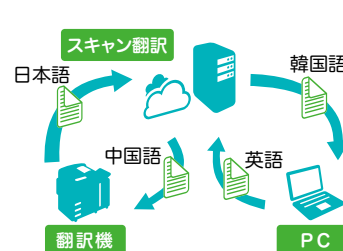
新たな価値提供への取り組みの紹介

お客様の現場の課題をタイムリーに察知するとともに、お客様やパートナーとの質の高い「共創」を可能にし、お客様に新しい価値を創出して提供するための仕組みとして、横浜みなとみらい21地区にある研究開発拠点「富士ゼロックスR&Dスクエア」にお客様共創ラボラトリーを設けています。

ここでは、富士ゼロックスが社内やお客様の経営課題解決のために取り組んだ実践事例と関連技術をお客様・パートナー・大学・研究機関の方々にご紹介し、議論しながら潜在するニーズや将来の課題を明らかにしていきます。そして、お客様とのコラボレーションによる研究開発活動を展開し、ニーズや課題に応える新しい価値づくりにチャレンジしています。



お客様共創ラボラトリーから生まれたサービスの例



スキャン翻訳サービス

複合機やパソコンからインターネットを通じて利用するクラウド型の機械翻訳サービスです。写真や図入りの紙文書をスキャンするだけで、レイアウトを変えずに翻訳できます。

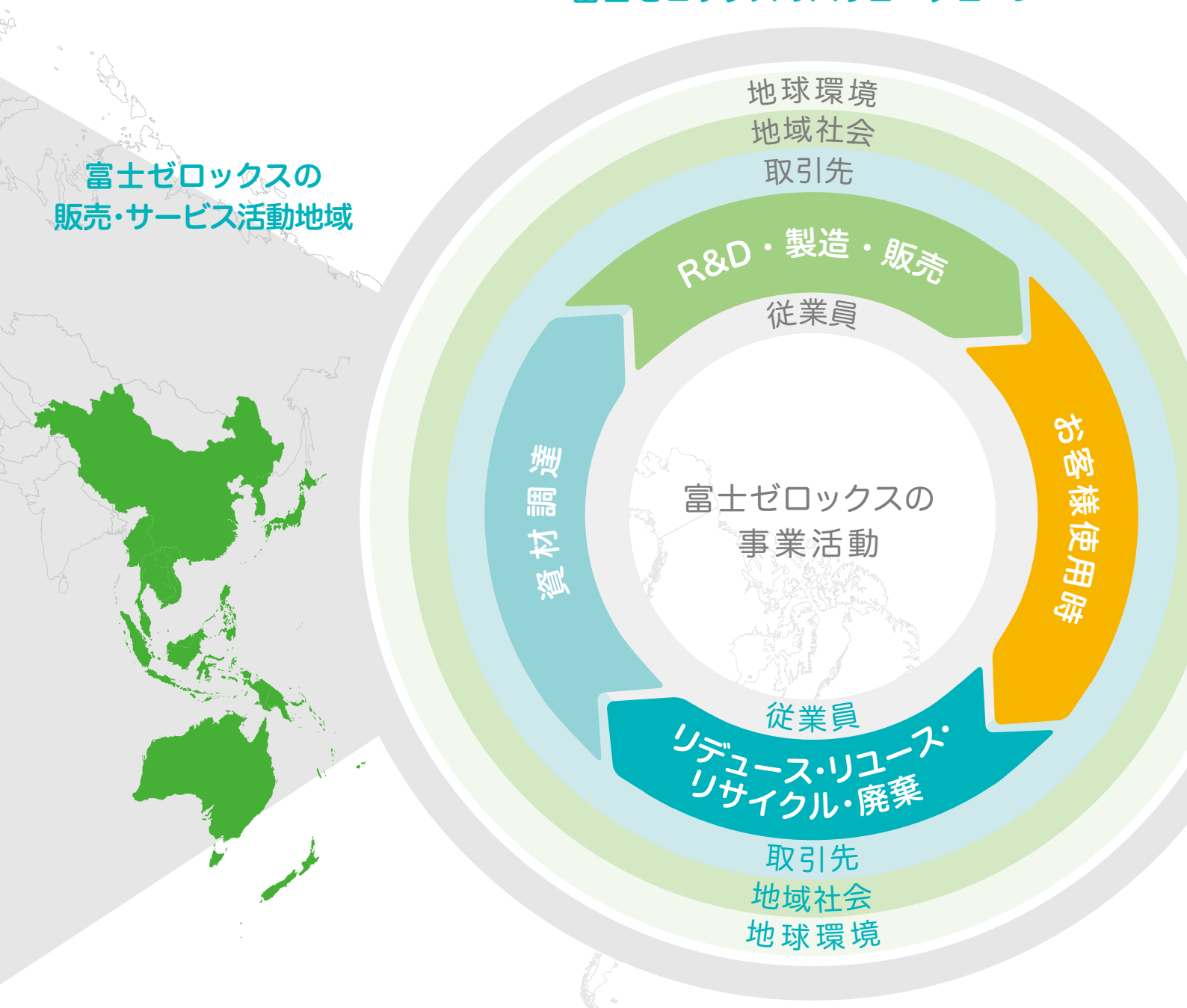
成長を支える強い事業プロセス

事業地域全域における、バリューチェーン全体を通じた社会への価値の提供

富士ゼロックスは、資材調達から3R(リデュース・リユース・リサイクル)・廃棄に至るまでの企業活動のすべてのプロセス(バリューチェーン)全体を当社の責任範囲と考え、当社の事業活動地域全域における、バリューチェーン全体を通じたすべての活動を通じて、ステークホルダーと共に価値を生み出しています。

また、その価値を言行一致の取り組みを通じてお客様と社会にも提供していくことを目指しています。

富士ゼロックスのバリューチェーン



ダントツの商品・サービスの提供

お客様

J.D. パワー 顧客満足度

当社は、J.D. パワー アジア・パシフィックをはじめとした外部調査機関によるお客様満足度調査において、2014年も高い評価をいただくことができました。



J.D. パワー
ITソリューションプロバイダー
顧客満足度 No.1

3年連続
No.1

J.D. パワー
カラーコピー機
顧客満足度 No.1

5年連続
No.1

J.D. パワー
カラープリンター
顧客満足度 No.1

5年連続
No.1

顧客満足度
No.1

お客様使用時の
CO₂削減貢献量

3,206 kt-CO₂

当社は、2020年温室効果ガス削減目標として、お客様先におけるCO₂排出量を2020年度に年間700万トン削減することを目指し、省エネ・省資源の商品・サービスの提供や、省スペース・省時間・省移動につながるソリューションの提供をすすめています。

言 行 一 致

CSR調達強化

取引先

当社は、取引先と共存共栄の関係を築くため、当社のCSRの考え方を共有したうえで、取引先によるセルフチェックなどを通してCSRアセスメントを実施し、CSR調達活動をグローバルに推進しています。

CSR調達セルフ
チェックリスト適合率
(90%以上の社数比)

82.7%

生産資材 / 最重要項目

環境経営強化

地球環境

当社は、2020年温室効果ガス削減目標として、商品ライフサイクル全体のCO₂排出量を2020年度までに2005年度比で30%削減することを目指し、バリューチェーン全体を責任範囲としたさまざまな環境負荷削減の取り組みをすすめています。

商品ライフサイクルの
CO₂排出量

1,423 kt-CO₂

自ら考え行動する 多様な人材の育成

従業員

当社は、従業員も重要なステークホルダーであるとの考えのもと、人材育成やダイバーシティ推進など企業力の基盤強化へ向けたさまざまな施策について、従業員満足度調査によるPDCAを回すことで、常に改善をすすめています。

ESサーベイ
コアモラル※指数

3.35 / 5.00

(満点を5.00ポイントとする)

顔の見える社会貢献

地域社会

当社は、コミュニケーションを本業とする企業として、コンピテンシーを活かした社会貢献の取り組みを国内外で強化しています。

社会貢献支出

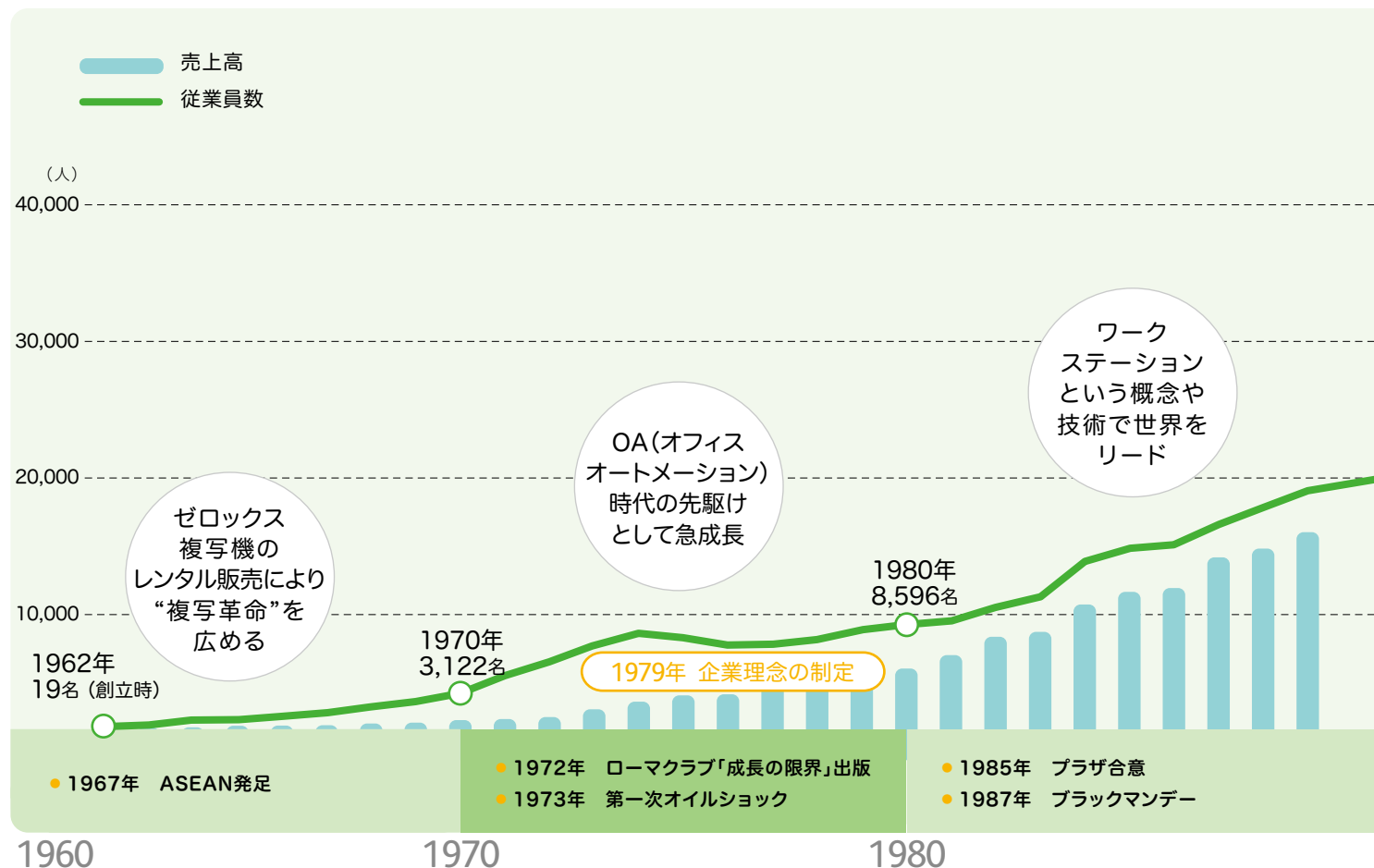
5億5,000 万円

※ コアモラル:「仕事のやりがい」、「職場の働きがい」、「上司への信頼度」、「人事運営への満足度」、「組織運営への満足度」

価値創造の姿の変遷

時代の変化を先取りし、新たな価値基準を提唱

富士ゼロックスはこれまで、常に時代の変化を先取りし新たな価値基準を提唱することで、社会に新しい価値を生み出し、事業の成長につなげてきました。



社会に提唱してきた「価値基準」

1962
~

「商品を買う」から
「効用を買う」へ

1962年に創業した富士ゼロックスは、機械ではなくサービスを売るという考え方のもと、普通紙複写機を社会に普及させ、企業活動や社会生活における情報の活用とコミュニケーションに革新をもたらしました。

最初の新聞広告

レンタル訴求広告



1970

モーレツから
ビューティフルへ

高度経済成長が頂点に達する中、「人が人らしく、美しく生きるとはどういうことか」を問い直し、がむしゃらに働くモーレツ主義に対し人間性の回復を呼びかけた問題提起により、社会に大きな反響を巻き起こしました。



モーレツから
ビューティフルへ

ビューティフル広告



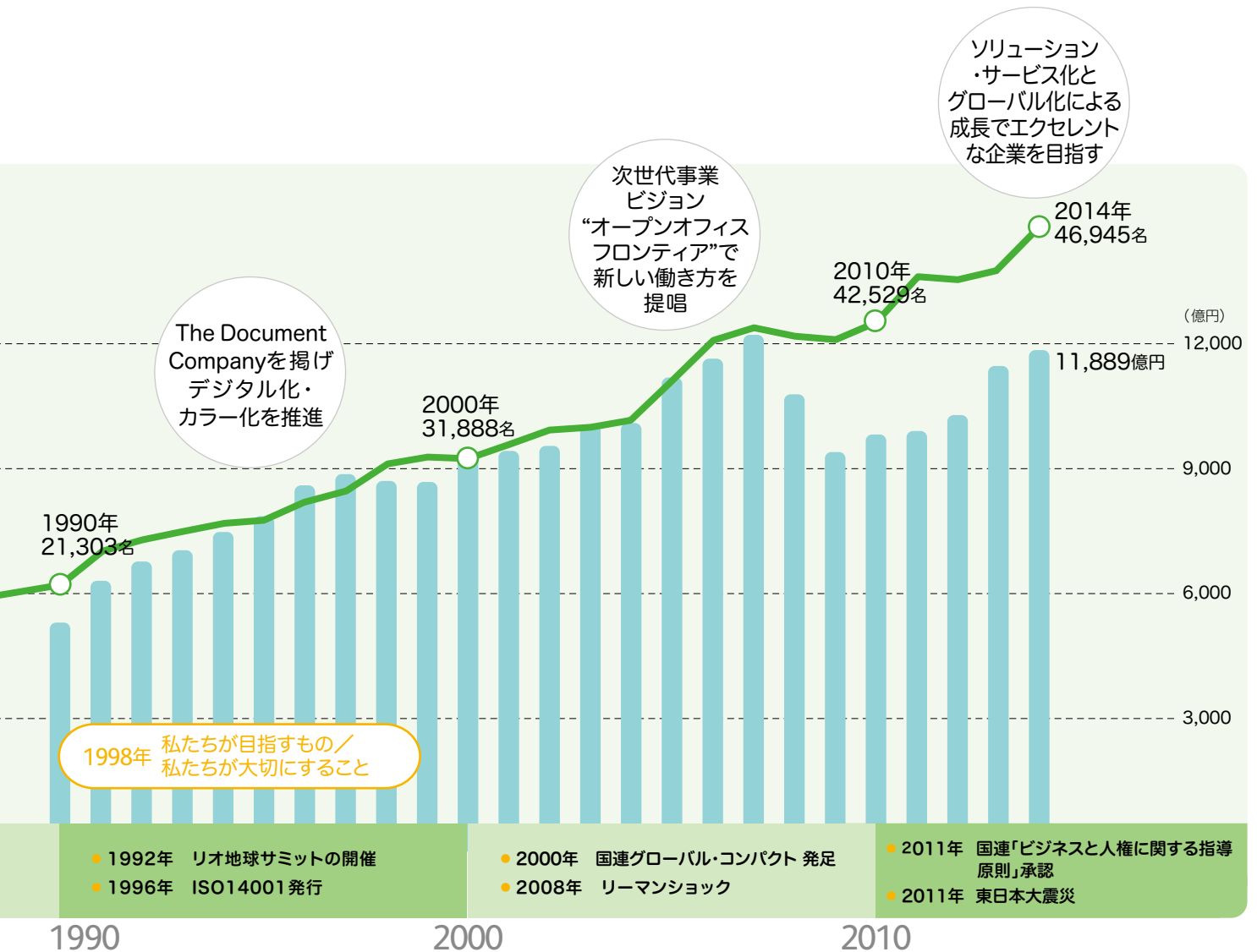
1980

「企業品質」の設定と
デミング賞の受賞

社会とお客様に富士ゼロックスが提供する「品質」の目標を「企業品質」として設定しました。このような品質経営の成果が1980年のデミング賞受賞に結実しました。



デミング賞メダル



1988

ニューワークウェイの 提唱と導入

個人が組織に埋没せず、いきいきと新しいことに挑戦できるよう、「個の発想」を重視した新時代の個と組織の関係を先取りする新たな働き方を実現する「ニューワークウェイ」を導入しました。



ニューワークウェイ マーク

1995
～

国際資源循環システム の構築

「限りなく廃棄ゼロを目指し、資源の再活用を推進する」ことを目指し、他社に先駆けて資源循環システムの構築をすすめ、2000年に国内で廃棄ゼロを達成しました。また、2004年からはタイの拠点も稼働し、国際的な資源循環システムの展開もすすめています。

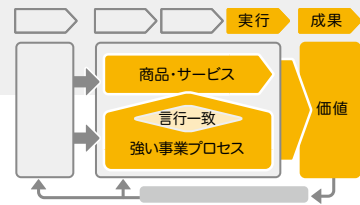
富士ゼロックス
エコマニュファク
チャリング2007
～

CSR調達

サプライチェーン全体を企業の責任範囲とした取り組みを求める社会の潮流に対応し、取引先と「共に学び、共に強くなる」ことを目指したCSR調達の取り組みをグローバルに推進しています。







ハイライト • 1

教育の「質」の向上を目指して 学ぶ

～新しい学びの形を追求する～

変化の激しい社会にあって、自ら課題を見だし他者と協力して解決していける、世界的な競争力を持つ人材を育成するためには、大学が限られたリソースの中で教育の「質」を上げ、その効果を高める必要があるが、そのためにはどうすればいいのか。

大学のための「お役立ち」を会社全体で突き詰める富士ゼロックスは、さまざまな共創型プロジェクトを立ち上げ、大学と共に悩みながら、新たな価値の提供に向けて取り組んでいる。

業務改善支援の範囲にとどまることなく、真に教育の「質」の向上に貢献するための富士ゼロックスの挑戦を紹介する。

- 世界大学ランキングの上位100大学に占める日本の大学の割合…………… **2 %**
(出所) World University Rankings 2014-15をもとに算出
- 大学等教員の職務活動時間全体に占める教育活動時間の割合…………… **28.4 %**
(出所) 科学技術・学術政策研究所 大学等教員の職務活動の変化(2015年)

- 能動的学修を効果的にカリキュラムに組み込むために検討を行っている大学の割合…………… **54.8 %**
(出所) 文部科学省 大学における教育内容等の改革状況について(平成24年度)

転換を迫られる日本の大学

世界がグローバル化し国際競争が激化する中で、近年の大学には世の中の社会課題を発見し、解決策を考えられる人材や、社会にイノベーションを生み出せる人材を輩出することが期待されている。世界規模でスピードが増している技術革新や、産業構造・ビジネスサイクルの変化に対応しなくてはならない日本の企業にとっては、そのような人材の確保は急務である。富士ゼロックスとして例外ではなく、成長と変化に挑み、常に「自ら考え、行動する」人材を欲している。

ところが、国際的な研究競争の激化の中で、自身の研究にも力を注ぐ必要のある大学の教員は、そのような人材を育成するために試行錯誤するだけの余力が十分にあるとはいえない。つまり大

学は、さまざまな制約条件の中で、今の学生に対する教育の「質」を高め、その効果を上げなければならない状況に置かれているのだ。

評価された「熱意」と「スピード」

富士ゼロックスによる大学の教育改革支援は、法政大学の授業支援ボックスの開発からスタートした。法政大学では2007年に全学的に授業支援システム(LMS: Learning Management System)を取り入れており、学生の教育に必要な情報が一元管理できるようになったことで、教員の負荷は格段に下がっていた。しかし、ICTを活用した教育の導入を主導してきた同大学の常盤祐司教授は、その課題もまた見抜いていた。



法政大学
情報メディア教育研究センター
教授 常盤祐司氏

「授業の最後にオンラインテストを行っていたのですが、そのオンラインテストは選択式のものでした。選択式の問題は、記述式の問題に比べると、学生に考える力を要求しません。教員の負荷が下がるのは歓迎ですが、そのために学生が自ら考える機会を奪ってしまうのは本意ではありません。やはり記述式でテストを行い、そ

う手書きの文字もデータとして蓄積することができれば、すべてがうまくいくのではないかという思いがあったのです」

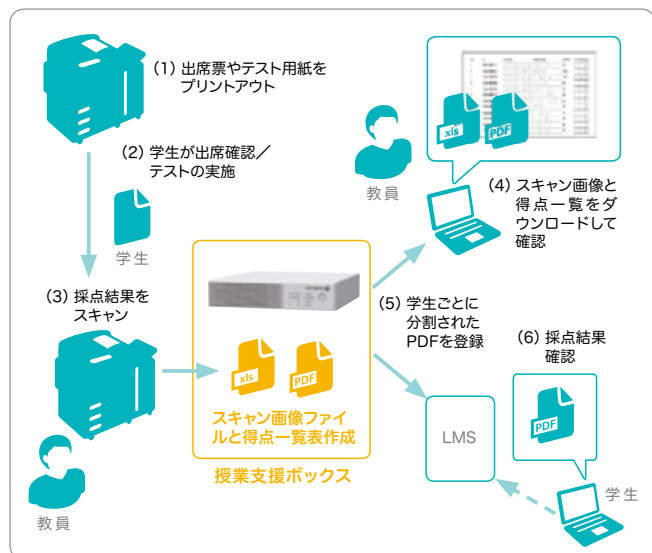
新しい教育法を模索していた常盤教授に声をかけたのが、富士ゼロックスだった。2012年、横浜の研究所「富士ゼロックスR&Dスクエア」で顔合わせを行った時、常盤教授には新鮮な驚きがあったという。通常、企業のプロジェクトでは担当者が数名いるだけだが、そこにはさまざまな分野の富士ゼロックスの研究者や技術者がずらりと並んでいたのだ。常盤教授は次のように語る。

「豊富な知識を持つ現場の技術者たちと、密度の濃い意見交換ができたことは大きかったと思います。熱意を感じましたね。さらに、その後のプロジェクト展開のスピード感にも驚きました。2012年に開始したプロジェクトが2013年には商品化に至ったのです。あのようなスピード感はありませんでしたね」

法政大学と共に開発した「授業支援ボックス」は、LMSと連動しているため、書類の管理やデータベース化の容易さが利点のひとつである。しかし、ここで予期していなかった効果も生まれた。学生たちから、「レポートを先生がしっかりと見てくれ、コメントや点数がついていることでやる気が出た」との声が上がった。テストの添削を通じて、教員と学生とのコミュニケーションが活発化したのだ。授業を受ける学生側の意欲や熱意を引き出す効果にも、大きな期待を抱かせたのである。

教育の「質」を上げるために、求められている教育は、従来のよう

〈授業支援ボックスの概要〉



な詰め込み型の教育ではない。詰め込み型教育は、基本的な知識を習得するうえでは効果を発揮するが、学生の学習意欲の維持が困難とされ、また、知識の習得が一過性に過ぎないことが危惧されている。複雑さを増す社会の中で、学生自らがあるべき姿や目標を設定し、能動的に問題の解決に向けて考え続けることができるようにならない限り、真に競争力のある人間は育たないのだ。

あつまり、ぶつかり、うまれたもの

山梨大学の塙雅典教授は、昨今の大学教育の現状に危機感を抱いていた。

「何となく学生の学びに対する熱意が足りないと感じていましたね。教える側の熱意が学生に伝わって、学生も熱意で応える、その



山梨大学 工学部
教授
塙雅典氏

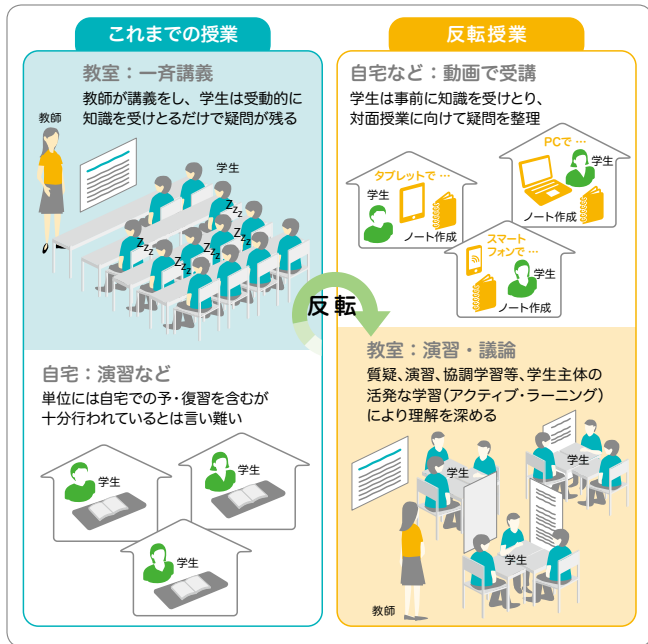
ようなインタラクションが薄れているような気がしていました。単に教員が情報を伝えるだけでなく、生徒が自身の未来を想定し、自ら設定した目標に向かって学問やスキルを学ぶことのできる授業をしたいと常々考えていたのです」。その想いが富士ゼロックスと交差した。

そこで浮上してきたのが、アクティブ・ラーニングや反転授業だ。これは、学生が事前に授業内容を主体的に学習し、授業では演習などを行うもの。教室で講義を行い、演習を宿題にするこれまでの授業に比べると、講義と演習の場が「反転」するわけだ。当時、塙教授にとってもアクティブ・ラーニングや反転授業という言葉は聞きなれないものだった。偶然にも自身が想定していた授業がこれらの教育法と合致していたのだと塙教授は笑う。

「2012年に富士ゼロックスR&Dスクエアを訪問した時に、『あつまり、ぶつかる、うまれる』という同社のコンセプトを知りました。知の創造や集積の場である大学も、根本には同じ思想を持っていますから、私たちも富士ゼロックスの現場の方々と共に1度以上、何度も何度もディスカッションを重ねたのです。本当にさまざまな意見をぶつけ合い、試行錯誤を繰り返しました。富士ゼロックスにとってはビジネスですから、予算や工数との兼ね合いはあったでしょう。しかし、『学生が電子教材を使って事前に学習し、授業中には学生同士が疑問点をぶつけ合い、教員が追加の学びをサポートする』という形の授業を実現するためには、絶対に妥協するわけにはいきませんでした。富士ゼロックスのメンバーは本当によく応えてくれたと思います」

いくつかの失敗を重ねながらたどり着いたのは、富士ゼロックスが社内で使用していた音声同期スクリーンキャプチャによる講義動画のネット配信技術を応用することだった。富士ゼロックスの持っていたこの技術は、紙芝居のように静止画と音声を組み合わ

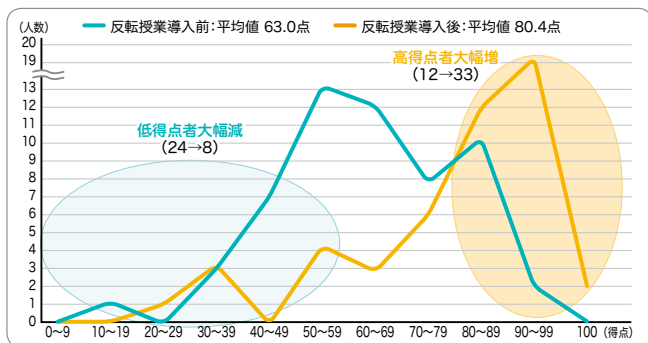
〈反転授業の概念図〉



せたものだ。大きな機材もデータ容量も必要なく、ネット配信が可能で、教員もスライドに合わせ音声を吹き込むだけでいいというメリットがある。当初は作業が増えることを忌避していた教員もいたが、実際にその簡便なシステムに触れるにつれ、有用性を認めるようになっていったという。こうして生まれた山梨大学の反転授業は、2012年後期の4科目から2013年後期の8科目に拡大した。授業効果も目覚ましく、2013年度前期に50名が受講した反転授業導入後の情報通信に関する必修科目では、中間試験の平均点が前年の63.0点から80.4点へと大幅に増加、低得点者が24名から8名へと減少、高得点者も12名から33名へと大幅に上昇している。

アクティブ・ラーニングや反転授業といった授業は、新しい教育のスタイルとして国内でも認知されつつあり、他大学にも広がりを見せている。富士ゼロックスと山梨大学の協業は、大きな教育の変革の発信源ともなっているのだ。

〈反転授業による教育効果〉



新たな教育のあり方を求めて

京都大学では、国際的に活躍できるグローバル人材育成の語学学習を支援することを目的とし、eラーニングとeポートフォ

〈外国語学習支援プラットフォーム『GORILLA』の主な機能〉



リオの二つの機能を柱とした外国語学習支援プラットフォーム（GORILLA）を構築している。

eラーニングの機能により、英語で学ぶ全学共通科目の講義の収録・視聴が可能となることに加え、それらの講義を素材とした教材をもとに、学生は自主学習を行うことができる。教員が講義や教材をシステムに適宜アップロードすることで、学生はどこにいても自分の時間に合わせて自由に学習できるようになるのだ。

また、eポートフォリオの機能により、学生のレポートや試験の成績などの蓄積、一元管理に加え、ソーシャル機能を活用した語彙学習も可能という特徴がある。さらに、紙によるフィードバック機能も備えており、グローバル人材育成のための外国語学習を強力に支援するシステムだ。

富士ゼロックスは、本システムの構築にあたり、「紙と電子のそれぞれの利便性を最大限に活かしたシステム」という京都大学のニーズに応え、真のお役立ちを実現することを目指した。そして、前述の「授業支援ボックス」を組み込むことで、紙と電子の組み合わせにより教員と学生の双方にとっての使いやすさを追求したシステムの構築をすすめている。

GORILLAの構築に2014年度から携わっている京都大学の金丸敏幸准教授は、富士ゼロックスに対する期待を次のように語る。

「大学の数だけ個性がありますから。

それを現場で感じ、共に悩みながら

大学に応じた最適なシステムを、つく

りあげていくためのパートナーとして

の存在を期待しています。また、大学

にはシステムにあまり明るくない教

員がいるのも事実です。しかし、紙は

誰でも使うことができます。真に教育

の『質』を向上させるためには、紙だ

けでも電子だけでもうまくはいきません。紙が使われなくなること

はあり得ませんから、脱『紙』ではなく、両者を組み合わせることで

さらに教育の効果が上がると考えます。富士ゼロックスだからこそ

の視点での提案も期待しています」

顧客とのコミュニケーションを重視しながら、新しい価値を提供するためには、従来の複写機などを通じたお役立ちだけにとらわれることなく、つねにお客様に寄り添い、その課題を把握しながら解決策を提案する富士ゼロックスの姿勢が問われることになる。大学のみならず、教育界全体に教育の質をさらに高めるための富士ゼロックスの取り組みは、今後も続いていく。



京都大学 国際高等教育院
附属国際術言語教育センター
准教授 金丸敏幸氏



ハイライト・2

地域の未来を創る

～「ふれあうように学ぶ」場～



少子高齢化や人口流出などが地域の問題として顕在化する中、
 長期的かつ継続的に活力をもたらし、真の地方創生が問われている。
 閉校となった中学校舎を活用し、富士ゼロックスが岩手県遠野市と共に運営する「遠野みらい創りカレッジ」は、
 地元住民、自治体、企業、学校などの関係者による、地域・年代・立場を超えたさまざまな「連携」を促し、
 関係者同士Win-Win-Winの事業創出のきっかけになるとともに、
 地域を担う次世代の人づくりの舞台としても成果を上げてきた。
 自立・自律型地域をも目指す未来志向の「場」は、有識者の高い評価とともに、
 新しい地域デザインのあり方を社会に示唆している。

- 遠野市の高齢化率……………(平成26年8月31日現在) **35.5** %
 (出所)遠野市 遠野市の人口と世帯
- 全国の高齢化率……………(平成26年10月1日現在) **26.0** %
 (出所)内閣府 平成27年版高齢社会白書

- 遠野みらい創りカレッジ来校者数
 ………………(平成26年度) 年間 **3,569** 名
 ………………(平成27年度見込み) 年間 **5,000** 名

遠野市と想いを共有し、
一歩を踏み出す

遠野みらい創りカレッジ(以下:カレッジ)の設立は、2014年4月。
 その約3年前の東日本大震災で、富士ゼロックスの社員が岩手県釜石市など沿岸部の被災地支援に向かう途中、被災地の後方支援拠点である遠野市と交流を持ったのが設立のきっかけだ。河童やザシキワラシなど『遠野物語』の世界に象徴される文化や歴史、美しい自然が受け継がれている名のある地でも、全国平均を上回る高齢化率や人口流出といった問題を抱え、社員は訪れるたびに「この素晴らしい地域で何かお役に立てないか」との思いを強めていった。

「人材が育たなければ衰退するとの危機感は、地方も企業も同じでした。想いを共有し、『次』に目を向けました」(本田敏秋・遠野市長)。より良いコミュニケーションを通じ、人を育て、社会に貢献



遠野みらい創りカレッジ開校記念式典

する——。そうした、富士ゼロックスが脈々と培ってきた価値観が、本田市長をはじめ地域関係者の共感を呼び、二人三脚によるプロジェクトとなっていった。

2012年秋、遠野市と共催で「みらい創りキャンプ in 遠野」がスタート。富士ゼロックスコミュニケーション技術研究所のノウハウも活用し、「対話」「行動」「継続」をコンセプトに、地域の魅力



みらい創りキャンプ

を発見し、魅力を活かした体験ツアーや地元産品を使ったおみやげ品の開発、企業研修などの活動が行われた。2013年には自社の新入社員研修で260名が訪れ、「ふれあうように学ぶ場」というキーワードが生まれた。

また、閉校した中学校の活用も議論され、市民との対話を重ねながら、旧遠野市立土淵中学校の校舎をカレッジの活動拠点として位置づけることが決まった。

世界の大学生との交流で、地元の高校生が輝き出した

東京大学でイノベーション教育を行う「i.school」が企画した「東京イノベーション・サマープログラム」(TISP)。その参加者が、カレッジに足を運んだのは、2014年8月のことだ。東大のほか、ハーバード、オックスフォードなど、公募で集まった世界の学生60名が、遠野高校の生徒と共に3日間の共同生活を通じ、高校生の「変革」に挑んだ。

最初は尻込みしていた高校生成が、地元の魅力を知るフィールドワークやイノベーション教育のワークショップ、地元住民の家で世界の大学生と一緒に民泊する体験などを通じて変わっていった。最終的には、自分たちが気づいた故郷の魅力から地域イノベーションを起こすアイデアを英語を使った寸劇で堂々と発表。その様は、i.schoolの運営を統括する堀井秀之・東京大学大学院工学系研究科教授の目にも強く焼き付いた。「その時の高校生たちの瞳は光り輝き、彼らの人生においても強く影響を与えたことを感じさせます。そして、高校生を教える側の大学生にとっても、自分たちが今後、イノベーションを起こすために何をすべきかを考える上で貴重な経験となりました」



東京大学大学院
工学系研究科教授
堀井秀之氏

地域と共にビジネスを育てる

東洋SCTレーディング株式会社の社員として新しいビジネス創出に悩んでいた花房明子氏は、富士ゼロックス主催で2014年に実

施された「みんなの未来共創プログラム」に参加した一人だ。首都圏、東北、遠野から参加した7社8名に対し、大学関係者やコンサルティング会社、地元住民などが支援者として加わり、各社がビジネスとして成り立つ形で遠野の未来を描いた。

「思考のボトルネックが徹底的に外され、ビジネスモデルを自由に発想できました。そこに、地元の人が実感を持ったコメントを目の



みんなの未来共創プログラム

前で見られるので、もっといいものにしよう頑張りました。遠野と東京を行き来する中で常に支援者からの助言や応援にも励まされ、期待が確信に変わっていくのを感じていきました」

花房氏が描いたのは、遠野と姉妹都市のイタリア・サレルノ市に、遠野の名産品を輸出し、遠野そして日本

の食文化などを伝えるモデルだ。すでに、アクションプランの具体化に向けて動き出している。

「集合知」を生み出すプラットフォーム

地域を巻き込みながら未来を担う人材が育つ機能を、遠野の地、そしてカレッジが担った。富士ゼロックス・復興推進室 室長の樋口邦史は、カレッジの機能を、地域と共に課題を見つけ、解決策を探るための「プラットフォーム」と呼ぶ。そこには、「プログラム」や「場」、そして「人」が用意され、地域内外の企業や学生、地元住民、自治体職員などが本音でぶつかり合う。ときに、遠野で守り続けられている民泊、民話、馬搬※、美しい自然などの体験を織り交ぜながら、プラットフォームは地域との連携を促し、次第に個々の意見を「集合知」へと育てていく。

※ 山で伐採した木材を馬で運搬すること

コミュニティ・センタード・デザインが地域を導く

カレッジのスタッフで、旧土淵中学校出身でもある佐々木愛実は、自身を「遠野の一般住民の意識と変わらない」と前置きしたうえで、次のように話す。

「カレッジの活動に携わり、地元に貢献したいと思うようになり

ました。地元に残る仲間たちとカレッジに集まり、地元の良さを知るイベントを自ら企画するなど、内向きだった以前の自分が嘘のようです」

また、カレッジで開催された「遠野・京都文化資本研究会」の参加者が、「この遠野で100歳まで幸せだったといえる人生を送るためにも、もっと

地域を良くしたい。今は、重要文化財の古民家に農村のおもてなしを集め、遠野の迎賓館にしていきたい」と元気に語る姿が印象的だ。



富士ゼロックス株式会社
復興推進室
遠野みらい創りカレッジ
佐々木愛実



NPO法人
遠野山・里・暮らしネットワーク
浅沼亜希子氏

民泊の窓口でもあるNPO法人遠野山・里・暮らしネットワークの浅沼亜希子氏は、「民泊先のご家族と宿泊者が、心を許して話す時間は、双方にとって大きな意味を持つことがあります。地元住民の多くも、地域を元気にするには自分も動かなければと、気づくところまでできました。それらを大きなうねりにしていけるかが、カレッジの勝負どころだと思います」

昨年度1年のカレッジ訪問者数は、約4,000人。合計1,800泊の約4割は民泊だ。地元の「思い」は、民泊などを通じた地元住民と深く「ふれあう」場からも社会的課題としてあぶり出される。

「企業誘致やツアーバス誘致なども地域活性化策としてありますが、我々はさまざまな角度で地域に密着しコミュニケーションを取ることによって、真の課題を知り、解決の手法に落とし込むアプローチ。それは、地域コミュニティを中心に据えた『コミュニティ・センタード・デザイン』の発想で、あらゆるステークホルダーが地域とつながり続け、継続的な地域力の向上を目指しています」(復興推進室 室長・樋口)

その成果は、ビジネス創出、人材開発、そして地域の変化となっており、目に見える価値を社会に出現させ始めている。



富士ゼロックス株式会社
復興推進室 室長
樋口邦史

共通価値の創造(CSV)の場

2015年、開校から2年目を迎えたカレッジでは、企業・団体などの研修事業、民俗学の研究・発信、6次産業化の支援、グリーンツーリズムなど、さまざまなプログラムが動き出している。被災地支援の観点では、災害時後方支援自治体研究会などにも注力し、「平時だけでなく緊急時も視野に入れた活動は、地域のために本当に意味のあるCSRではないか」と堀井教授も注目する。

企業が課題を持ち寄り、地域と共に考える「みんなの未来共創プログラム」も、2年目は新たに自治体や第三セクターが加わるなど厚みを増し、それぞれの未来を描き始めた。TISPによる世界の大学生との交流のほか、新規に日本の大学間の交流も受け入れる。

一連の活動は、カレッジの持つ「連携」の機能と相まって、地域の文化や歴史、自然、人など、大切に守り育てられてきた資産を活用し、地域社会全体を息づかせる。それが、さらに次の課題、次のプログラムを呼ぶ力にもなっている。

日本の地域が抱える問題や課題は、一様ではない。だからこそ、たとえ時間がかかっても地域に根づいた「場」を持ち、継続的にステークホルダーとつながり、真の問題を突き詰め、解決の糸口を地域と共に見いだしていくカレッジは、有識者から高く評価されている。

すでに、神奈川県南足柄市で「対話」が始まったほか、他の自治体と協業する動きもある。また、カレッジ内では、新たな雇用創出の研究・検証を強化するなど、事業拡大に向けた布石も打つ。日々、成長し続けるカレッジ。震災から4年が過ぎた今、遠野の地で芽生えた活動は、地に足の着いた事業として、日本の地方創生に貢献しようとしている。



京都大学名誉教授
池上惇氏

社会的責任投資の観点から、こうした企業活動が重要な時代です。現代社会は、人々のニーズも多様化し、地域の真のニーズを知るには、コミュニティに密着し、地域内外の知恵を集めて答えを導く「集合知」が鍵となります。民間企業は一般に、短期の利益追求に重きを置き、その域に達しませんが、富士ゼロックスは、「コミュニティ」と「対話」を通じた非営利活動からニーズを探り、社会問題の解決と両立する形でニーズに応え、ビジネスに昇華させた民間企業といえるでしょう。遠野みらい創りカレッジには、集合知から得られた成果をすぐに世の中に広げられるほどの迫力があり、今後、地域から世界に発信できる知識基盤として成長し、新しい価値創造の場としての“地域と共に歩むモデル”を全国や世界にも広げてほしいと思います。



遠野市長
本田敏秋氏

少子高齢化、人口減少の波に立ち向かう人材が、地方自治体に強く求められています。人材に求められる企画力や発想力、創造性、そして汗は、地方が抱えるさまざまな課題を解決し、自律型地域を実現する源泉といえます。遠野みらい創りカレッジは、民間企業や学生らの人材育成の「場」であり、各種研修などを通じ地域住民ともかわり、知恵を持ち寄り、双方に刺激を与えながら成果を生み出せる絶好の「場」です。また、災害時の復興支援の一つの切り口としても考えられます。これからの時代を見据え、岩手県内の市町村の研修の「場」としても機能させ、われわれ遠野市も各市町村と共に切磋琢磨して、より元気な自治体を目指したいと思います。

お気に入り Web スライス ギャラ...

汎用検索結果

使用会社 使用事業所 使用部門 使用会社+FX 使用事業所+FX 海老名

検索結果

(5082件) ページ: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 31 32 33 34 35 36 37 38 39 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51

製品名	使用会社	使用事業所	使用部門	使用目的	C 分類	S 分類	L 分類	I 分類	実績年度	実績年度 使用量
EBI3532 ビカル 液	FX	FX 海老名	CS品質本部 品質管理	原材料 合成 中間体/溶剤	C3R1				2014	
EBI3533 トラムクレー	FX	FX 海老名	CS品質本部 品質管理	原材料 合成 中間体/溶剤	C3R2				2014	0.4
EBI3533 トラムクレー	FX	FX 海老名	CS品質本部 品質管理	原材料 合成 中間体/溶剤	C3R2				2014	0.4



ハイライト • 3

化学物質管理の高度化への挑戦

～「暗黙知」をシステムとして継承する～

近年、新興国では好調な発展の陰で、化学物質などによる環境破壊や健康被害の問題も起きている。

国内外で法規制の強化がすすむ中、化学物質の厳格な管理に取り組む企業の意識は、世界中でますます高まっている。

およそ3万種類の化学物質を扱う富士ゼロックスでも、安全管理の重要性を認識し、

環境や人体の安全性に最大限に配慮した管理を徹底してきた。

しかし、海外への事業展開がすすみ、各国の法令に合わせ、確実に化学物質を管理する必要に迫られる中で、

これまでのように事業所ごとの管理や、担当者の知識や経験に頼った管理だけでは十分とはいえない状況が生まれてきた。

そこで富士ゼロックスが新たに取り組んだのが、全社での化学物質の一元管理システムの構築と運用だ。

今後の富士ゼロックスの「あるべき姿」を象徴する改革ともいえる、

全社的な化学物質管理の仕組みの再構築への挑戦を紹介する。

- CASに登録されている化学物質 …… 約 **7,000** 万件
(出所)CAS (Chemical Abstracts Service) メディアリリース(2012年)
- 富士ゼロックスが取り扱っている化学物質 …… 約 **3** 万種類

- 工業的に製造されて社会に流通している化学物質 …… 約 **10** 万種類
(出所)経済産業省 化学物質を巡る動向について

化学物質管理をめぐる潮流

世界中の企業が環境汚染の防止や過酷な労働環境の改善を求められるのは、もはや当たり前となった。環境NGOが、環境汚染の可能性のある企業の情報を公開するなど、世界中の人々が企業へ向ける目線も以前よりも厳しいものになり、各国の化学物質の規制も厳格化されている。現在、富士ゼロックスは、約3万種類もの化学物質を使用しており、これらを瑕疵なく管理するには、担当者の膨大な労力と適切な管理が必要となる。これを怠った場合、環境や人体に与える影響はもちろんのこと、製品回収、ひいては事業活動停止のリスクも想定しなければならない。富士ゼロックスでは、これまで安全性を最大限に意識した化学物質の取り扱いを徹底してきたことにより、大きな事故は起こってこなかった。しかし、まだ大きな課題が残っていると考えた人間がいた。

〈化学物質に関連する日本の法体系〉

有害性	人の健康への影響		環境への影響	
	急性毒性	長期毒性	動植物への影響	オゾン層破壊性
暴露				
労働環境	労働安全衛生法	労働安全衛生法		
消費者	毒劇法	農薬取締法		
	食品衛生法	農薬取締法		
	薬事法			
	建築基準法			
	有害家庭用品規制法			
環境経由		化管法		
	毒劇法	農薬取締法		オゾン層保護法
		化審法		
排出・ストック汚染		大気汚染防止法		
		水質汚濁防止法		
		土壌汚染対策法		
廃棄		廃棄物処理法		フロン回収・破壊法

※出典：第1回化審法見直し合同委員会配布資料3をもとに作成。

化学物質管理を加速させた「経験」

富士フィルムを定年退職し、今は富士ゼロックスで化学物質管理に従事する石田良介は当時、同僚たちにこう問いかけていたという。



富士ゼロックス株式会社
総務部 環境経営グループ
石田良介

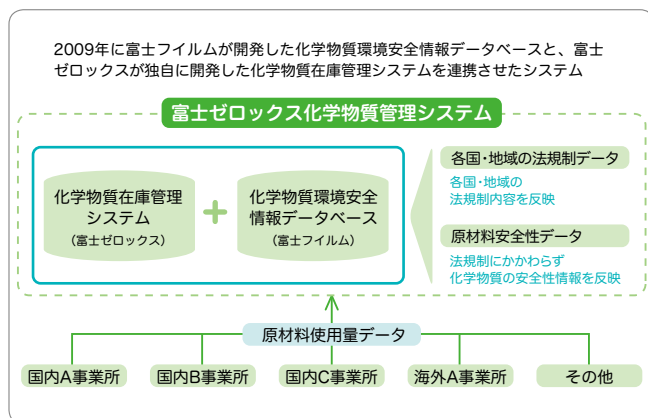
「化学物質を扱う企業として、まだ危機意識が足りないのではないか？」

企業には、事故を起こさないためにありとあらゆる防止策の構築が求められている。操業地域との共存・共栄を経営の柱としていた富士ゼロックスでは、化学物質管理に関する予防的な対応の必要性を十分に認識し、2003年には化学物質の取り扱いに関する規程を制定するなど、以前から対応してきた。例えば、化学物質を購入する際には必ず申請が必要であり、わずか数グラム単位の試薬であっても、厳密に在庫が管理できるシステムが組まれていた。しかし、化学物質を長年扱ってきた石田は、さらなる取り組みが必要であると訴えたのだ。

石田は次のように語る。

「富士ゼロックスに来て驚いたのは、その厳格な在庫管理システムです。これは、通常なかなかできることではありません。しかし、化学物質に関する法規制は国内外において千差万別であり、頻繁に改正が生じます。企業に求められるのは、そうした法規制の改正やハザード情報を適時的確に把握し、必要な対応を行うことです。その面ではまだまだ課題があると感じました」

〈富士ゼロックス化学物質管理システム〉



富士フィルムとの連携

そこでまず考えたのは、富士ゼロックスの化学物質在庫管理システムと、富士フィルムが運用する化学物質環境安全情報データ

ベースとを連携させることだった。石田が富士フィルムのこのデータベースを熟知していたこともあり、両データベースの統合へ向けた構想は早い段階で固まった。全社で化学物質の使用状況を一元的に管理し、かつ法規制の情報とも連動したこのシステムは、富士ゼロックスの化学物質管理のレベルを大きく引き上げるものであった。これが実現すれば、法規制対象の化学物質、リスク懸念のある化学物質をどの拠点が保有しているか、どの程度使用しているかを瞬時に把握できるようになる。また、将来的に規制の対象となる可能性のある化学物質の情報も収集し、それらを研究・技術開発の段階であらかじめ使用対象から外すなどの対応も可能になる。プロジェクトチームはそう考えた。

しかし、その実現はそれほど簡単なことではなかった。

現場の声を形に

富士ゼロックスの各事業所の現場担当者から、新システムの導入にはさまざまな要望があった。富士ゼロックスマニュファクチュアリングの本間雅人はこう語る。「現場で新システムの導入自体に反対する人はいませんでした。ただ、実際に現場で作業をする中



富士ゼロックスマニュファクチュア
リング株式会社
人事総務部マネージャー
本間雅人

で、なるべくこれまでのシステムを踏襲したものにしてほしいという要望がありました。これまで事業所ごとの利用の仕方が違っていたから、仕様を決める段階でさまざまな異なる要望があったのです。熟達した経験を持つ従業員が退職することによる『暗黙知』の流出は、現場でも問題視されていたところだったので、残された従業員が本当に長く使い続けら

れるシステムを構築するためには、こうした現場の声をなるべく取り込むことが必要でした」

各事業所にはそれぞれ固有の仕組みがあり、現場の数だけノウハウがあった。かつてこれらの現場では、そのノウハウが「暗黙知」として、先人から次世代に伝承されていた。しかし、人材が大量に退職する時代を迎え、その知識が急速に組織から失われつつあった。また、国境を超えて事業を行う企業にとっては、習慣や価値観が異なる多様な従業員にも企業の「暗黙知」を「形式知」にして、正しく伝えることが喫緊の課題となっていたのだ。

このような多種多様な要望をどのようにくみ取っていったのか。

新システムの導入を担当した富士ゼロックス総務部 環境経営グループの秋山仁美はこう語る。「各現場に固有のノウハウや要望すべてに対応することは難しい。その中で重要なことは、社会に対

する責任を果たすうえで本当に必要なことを識別し、グループの全従業員が向かうべきベクトルをそろえるために、その必要性を粘り強く説いていくことです。

また、『暗黙知』を皆が使える『形式知』として定着させるためには、新たなシステムを導入するだけでは不十分です。化学物質管理の重要性と新システムの意義を現場に理解してもらい、使いやすいマニュアル類を提供しない限り、新システムはいずれ機能しないものになってしまいます。システムを真に機能させるために、現場と一体となって地道に取り組みをすすめました」

こうした取り組みが実を結び、富士ゼロックスは2014年10月、国内の全拠点での化学物質管理システムの運用を開始した。これと並行して、化学物質の取り扱いに関する社内規程を改正し、新たなリスク評価方法を導入、また生産拠点への化学物質監査も実施した。

海外への展開

富士ゼロックスの事業がグローバルに拡大する中で、新システムが次に目指すのは海外の事業所への展開である。「暗黙知」の伝承は、国内だけの問題ではなく、社員の入れ替わりが激しい海外においても重要な課題だ。

ベトナムの生産拠点である富士ゼロックスハイフォンでは、2015年3月から、同システムを導入したところである。導入に先立ち、富士ゼロックスハイフォンの環境安全管理担当者を日本に招き、環境管理全般と化学物質管理の業務全般についてレクチャーを行った。国内でも導入に苦労した新システムは、果たして海外でも定着するのか。

富士ゼロックス総務部 環境経営グループの秋山玲子は次のよう



富士ゼロックス株式会社
総務部 環境経営グループ
秋山仁美

に語る。「ベトナムの担当者は環境問題に対する意識が高いので、一度システムを導入することで、その後は自分たちで取り組みをすすめていけるのではないかと思います。ベトナムは新工場が立ち上がったばかりですので、化学物質管理が後回しにされることのないよう、引き続き現場とのコミュニケーションを図っていきます」



富士ゼロックス株式会社
総務部 環境経営グループ
マネージャー
秋山玲子

仕組みを「機能」させる

富士ゼロックスの取締役 専務執行役員 柳川勝彦はこう語る。「仕組みが存在するだけでなく、それが『機能』して初めて従業員や操業地域の安全を守ることにつながります。今後も事業の海外展開をすすめる富士ゼロックスにとって、グローバルに一元化された化学物質管理システムの構築と運用は絶対に必要なものであり、今後の全社を統合したマネジメントシステムの実現に向けてのモデルとなるでしょう。さらに、形式知化できていなかった暗黙知をシステムとして継承した経験を、お客様や社会の課題解決につなげる新たなソリューションとして社会に提供する可能性も見えてきました」

富士ゼロックスの取り組みは、改善を続けながら着実に前にすすんでいる。



富士ゼロックス株式会社
取締役 専務執行役員
柳川勝彦



化学物質管理の業務全般についてのレクチャー



富士ゼロックスハイフォン
総務人事部
フン・ティ・ニャット

新システムの導入によって、富士ゼロックスハイフォンの化学物質の在庫量、購入量、使用量を一元管理できるようになりました。購買担当者は、新システムへの登録申請など、富士ゼロックスのリスクアセスメントを経て初めて新規化学物質を購入することができます。また、在庫量に応じて適切な購入量を選択することも可能となりました。このシステムが富士ゼロックスハイフォンに根づくためには、私たちがすべての部署に対し、なぜこのシステム導入が必要なのか、どのような効果があるのかを説明する必要があると考えています。今後も富士ゼロックスと密にコミュニケーションを取りながら、化学物質管理を着実にすすめていきます。

お客様への取り組み

目指す姿

お客様の期待に応える価値を提供し、お客様や
そのステークホルダーの持続可能な発展に貢献します。

当社の基本的な考え方

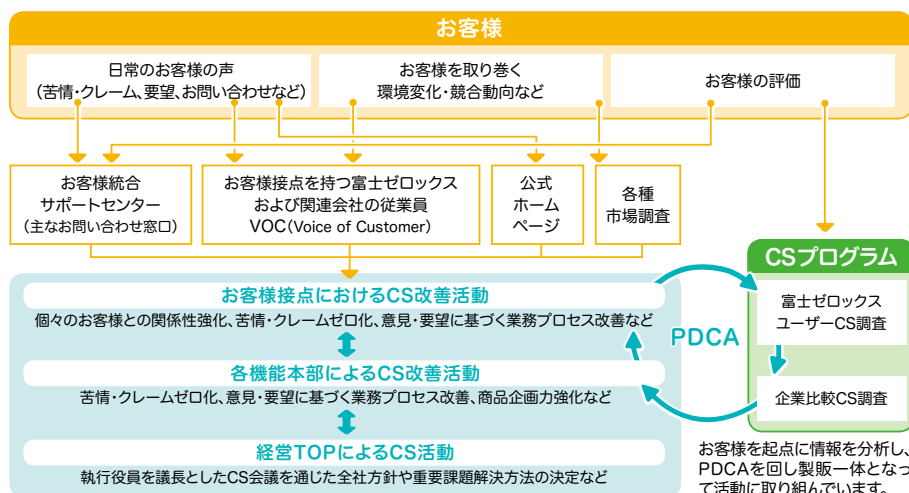
富士ゼロックスは、言行一致の取り組みによりお客様の経営課題を解決し、お客様の価値創造をお手伝いすることによって、お客様にとって「何でも相談できるパートナー」となり、お客様の満足と信頼を獲得します。

お客様満足の向上へ向けて

当社は、お客様満足が企業活動のすべての起点になると考えています。お客様満足を高めるためには、お客様が何を期待し、何を求めているかを知ることが重要です。そのため、お客様との接点におけるコミュニケーションを大切に、全社をあげてその期待と要望に応え続けることで、お客様との長期的な相互信頼関係を築くことを目指します。

また、当社は、2001年に従業員一人ひとりがお客様満足に向けた行動をするための価値基準として「CS行動指針」を定めました。その「CS行動指針」に基づき、国内・海外を問わず、営業/保守担当者やコールセンターなどお客様との接点から、開発や本社スタッフなどバックヤードに至るまで、従業員一人ひとりがお客様に対する感度を高めて、全社の力を結集してお客様の課題解決に貢献することを常に心がけています。

〈CSマネジメントの全体像〉



〈CS行動指針〉

1. 「お客様の言葉」に耳を傾けることが、私たちの仕事の**始まり**です
2. 「お客様の目線」で考えることが、私たちの仕事の**基本**です
3. 「お客様の期待」に応えることが、私たちの仕事の**責任**です
4. 「お客様の感動」を得られたときが、私たちの仕事の**喜び**です
5. 「お客様の評価」こそが、私たちの仕事の**ものさし**です

Commitment

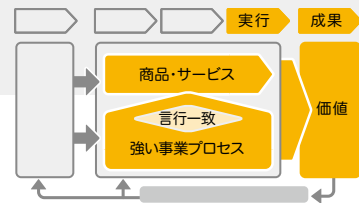
当社は「真のCS No.1」を目指したさまざまな取り組みをすすめています。まだまだ十分ではなく道半ばです。常にお客様の視点に立ち、お客様の声（特に、苦情・クレーム）をしっかりと受け止め、お客様の期待に応え続けていくことが大切と考えています。

また、盤石なCS基盤を構築するためにはプロセスだけではなく、従業員一人ひとりがCS活動の主人公としてマインド、意識を持てるよう、今年から全従業員に向けたCS教育の講座を立ち上げました。

私たちはお客様から常に期待をいただき、それに答え続けられる商品・サービスを提供し続け、「富士ゼロックスと付き合ってたかった、そして次も富士ゼロックスにお願いします」とお客様から言われるCS活動を創っていきます。



富士ゼロックス株式会社
執行役員
カスタマーサティスファ
クション品質本部長
佐藤義和



シームレスな情報活用とコミュニケーションを支援するソリューション・サービスの提供

身近な紙の情報を電子情報と融合し、さらにはクラウドやモバイルソリューションとシームレスに統合することによって、お客様のコミュニケーションの質と生産性を高め、経営課題の解決に貢献します。

場所や時間を問わない情報の活用を支援することで、お客様の働き方の可能性を広げ、生産性を向上します。



働く

複合機とクラウド、モバイルとの連携による新しい働き方を実現



中小企業のお客様は、取引先や協会社とのコミュニケーションが企業活動の生命線であり、ファクスやEメールを通じた発注書や図面などのやりとりが、業務の流れに直結しています。

いつ届くか分からないファクスのためにオフィスで待機したり、外出先や自宅から必要なドキュメントを会社まで取りに行かなければならないなど、必要な情報を手に入れられる場所や時間に制限があることが、お客様の業務の効率化を妨げる一因となっています。

弊社は複合機で受信されるファクスを自動的にクラウドへ保管し、利用者に通知する仕組みを提供。クラウド上での一元管理のもと、「いつでも」「どこでも」「セキュアな環境」でドキュメントを確認・活用・出力できるソリューションを提供しています。

モバイルとクラウドを使った情報の活用環境が、お客様のムダな手間や待ち時間を減らし、新しい働き方の実現を支援しています。

企業を超えた連携と社会における価値あるコミュニケーションを促進することで、新たな価値創造を支援します。



暮らす

多言語対応の観光案内サービスで、地域の魅力を分かりやすく伝える



楽しむ



東京オリンピック・パラリンピックの開催も決まり、海外から日本を訪れる観光客のさらなる増加が見込まれる中、いかに分かりやすく日本の、また各地域それぞれの魅力を観光客にお伝えするかは、地域の活性化へ向けた重要な課題の一つです。

当社は、社会に価値あるコミュニケーション環境を提供する企業として、日本を訪れた人々に言語の壁を超えて地域の魅力を伝えることを目指し、東京臨海副都心に訪れる観光客向けの新たなサービスとして、自治体・放送局・宿泊施設・ITサービス会社などと連携し、専用スマートフォンを端末とする、多言語（日本語・英語・中国語（簡体字および繁体字）・韓国語）に対応した「観光音声ガイドサービス」と「乗換案内・地図プリントサービス」の提供を開始しました。

あらかじめ指定された観光ポイントを訪れると、自動で見どころなどの音声ガイドが再生されます。外国人をはじめとする観光客の方々は、目の前の光景をさらに楽しむための情報に触れることで、臨海副都心を深く知り、より発見に満ちた体験が可能となります。

当社は、東京臨海副都心をはじめとして、さまざまな地域が持つユニークなコンテンツを活用し地域の魅力をより効果的に伝えるサービスで、地域の活性化を支援しています。

Web
関連記事

- 富士ゼロックス公式ホームページ
- ・ お客様満足の向上を目指して
- ・ ソリューション

<http://www.fujixerox.co.jp/company/cs/>
<http://www.fujixerox.co.jp/solution/>

海外市場の事業展開強化

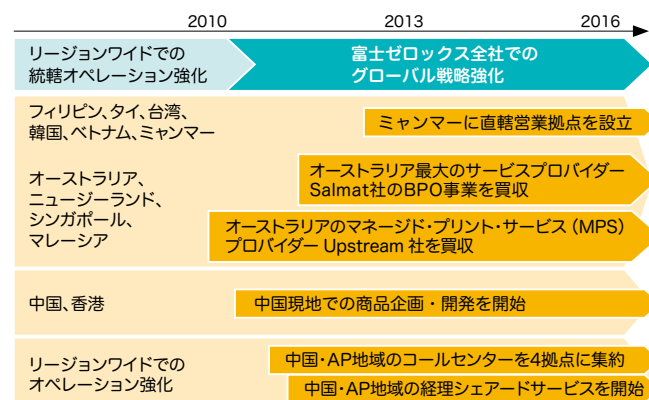
当社の活動の特長

富士ゼロックスは、中国およびアジア・パシフィック市場においては販売・サービスを直接提供し、欧米など他の市場においてはゼロックス・コーポレーションやゼロックス・ヨーロッパへの商品輸出を行うことでグローバルにビジネスを展開しています。

当社が直接担当する中国およびアジア・パシフィック市場では、各国・地域に販売拠点を展開し、大都市圏を中心とした直販網、その他地域に対応する現地ディーラー網の双方で幅広く市場をカバーしています。また、中国における商品企画・開発機能の強化やM&Aによるサービス事業の拡大などを通じて、各国地域のニーズに即した機能、価格と品質のバランスをとった商品・サービスを拡充することにより、お客様のコミュニケーション変革を支援しています。

〈中国およびアジア・パシフィック(AP)市場におけるこれまでの取り組み〉

2010年以降は、商品企画・開発機能の中国移管やM&Aを活用したサービス事業の拡大など、富士ゼロックス全体でのグローバル戦略を強化。



2014年度活動の実績

グローバル戦略の強化により、海外売上高比率は2009年度の37%から2014年度は49%へと増加しました。

中でも中国およびアジア・パシフィック市場では、直販網の強みを活かしたソリューション・サービスの展開を通じて、機器の販売を含めて高い事業成長を実現するなど、すべての事業で売上を拡大しました。主力のA3複合機やプロダクションプリンター、マネージド・プリント・サービス(MPS)分野では、多くの地域でトップシェアを維持しています。

2015年度活動の概要

新興国を中心に拡販をすすめることにより、当社ブランドの認知度向上をすすめていきます。また、Fuji Xerox Document Management Solutions[※]と各国地域の販売会社の連携を強化し、ビジネス・プロセス・アウトソーシング(BPO)サービスを拡大するとともに、各国・地域で築いたパートナーと協業しながらアジア全域でのサービスビジネスを加速していきます。

また、地域とお客様のニーズに応えた商品開発や地域横断マーケティングをさらに推進することにより、お客様の信頼獲得と、事業成長を果たします。

※ 2012年にオーストラリアのSalmat社のBPO事業を買収して設立

事例

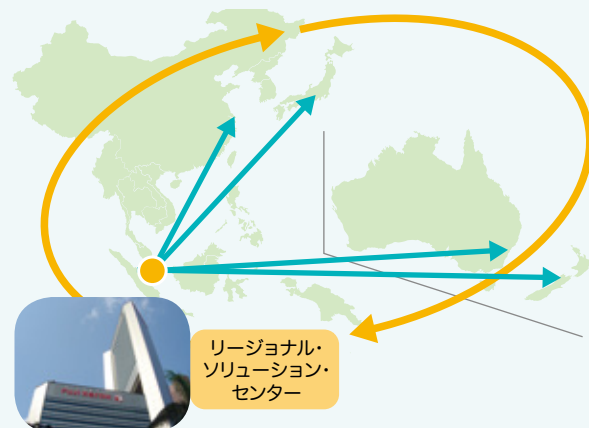
リージョナル・ソリューション・センターによる、事業地域横断でのソリューション強化

富士ゼロックスは、2015年4月にシンガポールにリージョナル・ソリューション・センターを設置しました。従来は国や地域ごとに展開していたソリューション・サービスを同センターに集約し、他の国や地域に展開することによって、事業地域横断でのソリューション提供力の強化を推進しています。ソリューション営業、業務コンサルタントおよびシステムエンジニアなどの専門人材を集約し、すでに高い実績をあげているソリューションメニューのリージョン共通での展開や、お客様ニーズへ迅速に対応するための案件サポート体制の強化をすすめています。

また、クラウドを活用して、リージョン共通のソリューション・サービスの提供基盤を整備するとともに、アフターサービスの多言語対応にも注力しており、お客様のニーズに合わせてカスタマイズされた、フレキシブルなサービスの提供を加速しています。

富士ゼロックスは、お客様のグローバルなビジネス展開を強力にサポートし、その価値創造と事業成長を支えます。

〈リージョナル・ソリューション・センターの役割〉



情報セキュリティの徹底

当社の活動の特長

富士ゼロックスは、リスクマネジメントを重要な経営のテーマととらえており、情報セキュリティをその一環と位置づけ、さまざまな取り組みをすすめています。

お客様に安心いただけるパートナーであり続けるため、商品やソリューション・サービスにおける情報セキュリティ対策に力を注いでいるだけでなく、情報資産を安心してお預けいただけるよう、社内の情報セキュリティ体制の整備とガバナンスの強化に取り組んでいます。

詳しくは別途発行している情報セキュリティ報告書(下記URLより閲覧可能)をご参照ください。

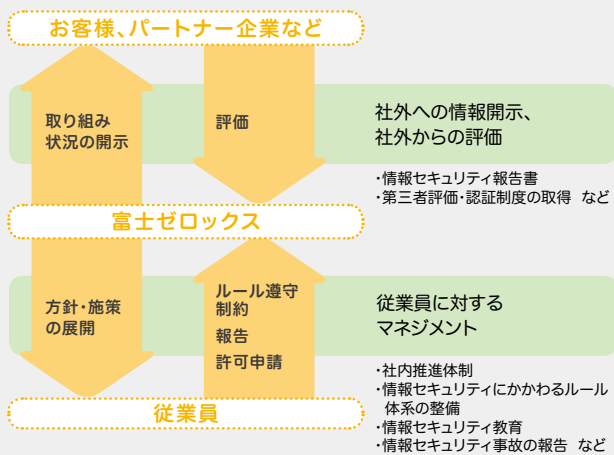


富士ゼロックスの従業員向けに配布している情報セキュリティ関連ハンドブック

2014年度活動の実績

お客様にご利用いただいている複合機などのデバイス、ソリューション・サービスおよび社内情報システムに対するサイバー攻撃への対応力を高めるため、グループ情報セキュリティ緊急対応体制を構築し、脆弱性発生時の緊急対応を推進するとともに、標的型メール攻撃などへ従業員が適切に対応できるよう、全社教育を実施しました。

また、業務委託先に預託する重要な情報資産が適切に取り扱われるように、業務委託の管理プロセスを見直しました。



2015年度活動の概要

海外においては、グローバルでの情報セキュリティ強化に向け、海外販売会社の情報セキュリティ課題対応やリスクマネジメント強化活動を推進しました。具体的には、各社の情報セキュリティオフィサーおよびアジア・パシフィック営業本部と富士ゼロックス本社が連携して、サイバー攻撃への対応、委託先管理、セキュリティ教育など、グローバルで対応が必要な情報セキュリティテーマに取り組みました。

2016年に導入されるマイナンバー制度に対応するため、規程類の整備、管理システムの導入、教育・啓発、点検などを計画的に推進し、法律を遵守した状態を確保・維持できるようにします。

また、サイバー攻撃への対応力をさらに高めるため、情報セキュリティ緊急対応体制で課題対応を推進し、攻撃の検知能力を高める施策を導入するとともに、当社のソリューション・サービス商品の情報セキュリティ管理強化へ向けて、全社横断の品質保証タスク活動を推進します。併せて、内部不正、ヒューマンエラーなどによる従業員や業務委託先からの情報流出を防ぐための対策を推進します。

海外においても、情報セキュリティのグローバル課題の解決に向け、すべての海外販売会社のリスクマネージャーが参加するリスクマネジメントカウンスルを日本で開催し、連携した取り組みの強化をすすめます。

事例

富士ゼロックスでは国内全従業員を対象として毎年情報セキュリティに関するWeb教育を実施しています。2013年度からは内容をリスクマネジメント教育に拡張して実施しています。2014年度は、大規模地震発生時の対応および、情報セキュリティ事故の発生防止へ向けた意識啓発を目的としたリスクマネジメント教育を実施しました。

情報セキュリティに関しては、主としてサイバー攻撃の脅威に

ついて学ぶことをテーマとし、お客様と自社の情報資産を安全に守るために全社員が注意すべきポイントについて周知徹底しました。教育後には確認テストによって、従業員の理解度が向上したことを確認しています。教育・研修プログラムは、この全従業員向けeラーニングに加え、新卒研修、新任マネジメント研修、新任役員研修などにより、階層に応じた教育を実施しています。

高品質・安全な商品の提供

当社の活動の特長

富士ゼロックスは、お客様に安心かつ満足して使用していただける商品だけを市場に提供するために、「品質保証に関する基本方針」および「商品安全に関する基本方針」を定め、高品質で安全な商品の提供に向けて最善を尽くしています。商品ライフサイクル全体において、国際標準や先進的な技術などを取り入れた品質保証活動を展開するとともに、商品安全問題撲滅を目指し改善活動を継続しています。

2014年度活動の実績

2014年度は、当社が販売したモノクロプリンターにおいて、電子部品の非常にまれな故障により、機械内部の一部を焼損するケースがあることが判明しました。本件は製品重大事故に発展する可能性はありませんが、お客様に与える影響を未然防止するため、当社公式ホームページの「商品に関する重要なお知らせ」により連絡をくださったお客様や、訪問機会があったお客様に対し、対象製品の保護機能強化策を実施するという対応を行いました。

2015年度活動の概要

2014年度の問題の発生を重く受け止め、関連法令遵守はもとより、さらなる安全技術や評価技術を確立することにより、商品安全問題の根絶を目指します。また、従来の問題再発防止を中心とした対応から脱却し、製販一体で積極的にお客様のご不満を把握できる仕組みを整えることで、市場とお客様のグローバル化、多様化、ネットワーク化に対応できる体制を推進していきます。今後も従業員の意識向上を継続的に行之、商品安全に対するガバナンスを強化していきます。

お客様の事業継続の支援

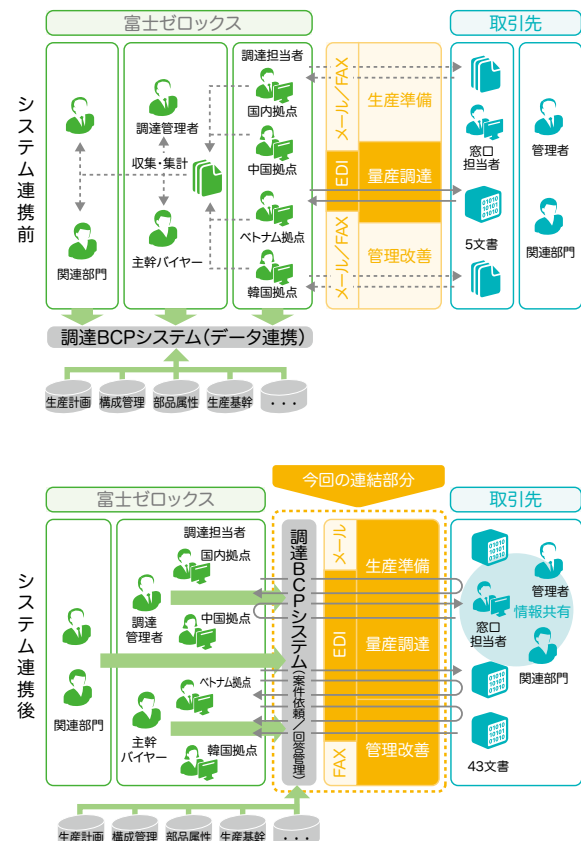
取引先との調達関連情報をグローバルで一元管理し、調達業務の効率化と緊急事態への対応力強化を実現

富士ゼロックスは、主要取引先約900社・事業所と結んだ電子商取引用の電子データ交換(EDI:Electronic Data Interchange^{※1})を機能強化すると同時に、自社開発した調達BCP(事業継続計画)システムと接続することで、調達関連情報をグローバルで一元管理する仕組みを稼働しました。中国やベトナムなどのそれぞれの生産拠点で行われている調達業務に関するすべての情報をタイムリーに一元管理できるだけでなく、各種データベース情報と連携することで、調達業務の効率化と緊急事態への対応力を高めます。

例えば大きな災害などが起きた際、取引先との間で交わされる部品供給への影響に関する問い合わせや回答を、新システムを通して行うことにより、生産への影響の全体像をタイムリーに把握できます。また、取引先から入手した部品の供給に関する情報を、部品在庫情報や生産計画などの情報と連携させ、代替部品の発注や生産計画の変更などに役立てることで、生産ライン停止などの影響を最小限にとどめ、お客様への商品・サービスの提供継続能力も強化します。

富士ゼロックスは、EDIと調達BCPシステムを連携させることで、調達業務のさらなる効率化と緊急事態への対応力強化を図っていきます。

※1 複数の企業や団体などの間で、商取引のための各種情報(注文書や請求書など)を、お互いのコンピューターが通信回線(ネットワーク)を介してコンピューター同士で交換すること。



環境への取り組み

目指す姿

環境との調和を最大限に尊重した活動を
事業のあらゆる側面で展開し、
全機能をあげてダントツの環境価値の提供を目指します。

当社の基本的な考え方

富士ゼロックスの環境への取り組みは、「地球温暖化の抑制」「資源の保全・有効利用」「化学物質リスクの低減」を三つの柱とし、「商品・サービス」と「事業活動」の分野で取り組んできました。

「事業活動」の範囲は自社の事業所だけでなく、事業活動によって影響を及ぼす範囲すべてを考慮し、資材調達、組み立て・加工、物流、お客様の電力使用時からリサイクル・廃棄に至るまで、ライフサイクルの各段階において影響を及ぼす範囲すべてを自社の責任と認識し、環境負荷の低減に取り組んでいます。

また、三つの柱に加えて、世界的に関心が高まる「生態系・生物多様性の保全」にも取り組んでいます。

取り組みの経緯

環境マネジメント システムの構築

1991

- 全社環境基本方針の制定

1995

- 商品の省エネ長期目標の設定
- 商品リサイクル全社方針の制定

2000

- 回収した商品の廃棄ゼロシステム
全国展開開始

活動の深化

2004

- アジア・パシフィック(タイ)、台湾、中国
リサイクルシステム操業開始

2009~

- アジア・パシフィック(タイ)、中国リサイ
クルシステムで「廃棄ゼロ」を達成し、韓
国、オーストラリア、ニュージーランドへ
リサイクルシステムを順次拡大

2009

- 2020年温室効果ガス削減目標の設定

長期的視点による システムの高度化

2010

- 商品・サービス開発を貫くコンセプト
「RealGreen」の策定

2011

- 環境負荷管理システム導入

2013

- 「Challenge Eco No.1」をスローガン
とした全社横断活動を開始

2014

- 化学物質管理システムの導入

Commitment

当社は、これまで省エネ商品・サービスの提供や資源循環システムの構築など、社会の要請を先取りした環境への取り組みをすすめてきましたが、さらなる高みを目指して、常に自らの活動を見直していく必要があります。

そこで、当社は事業とCSRの統合をすすめる取り組みの一つの柱として、全社をあげて改めて環境経営の強化に取り組むことでダントツの環境価値を実現し、持続可能な社会の実現に貢献していくことを決意しました。そのために、世界の環境規制に対応するための仕組みづくりや、働き方変革につながるソリューションの提供強化、資源再利用型ビジネスモデルの構築などの取り組みをすすめています。

従業員一人ひとりが仕事のすすめ方を改善し変革することにより、社会全体の環境負荷の削減に大きく貢献していきます。



富士ゼロックス株式会社
取締役 専務執行役員
柳川勝彦

商品ライフサイクルにおけるCO₂削減

当社の活動の特長

当社では、全従業員が自らの業務における変革や改善を通じて、環境負荷の削減に貢献しています。営業であればお客様の課題解決、技

術であれば省エネ技術開発や総原価改善の成果を上げることで、ライフサイクル全体の環境負荷削減に貢献しています。また、全従業員共通で業務効率向上による総労働時間の短縮にも取り組んでおり、環境負荷の削減に成果を上げています。

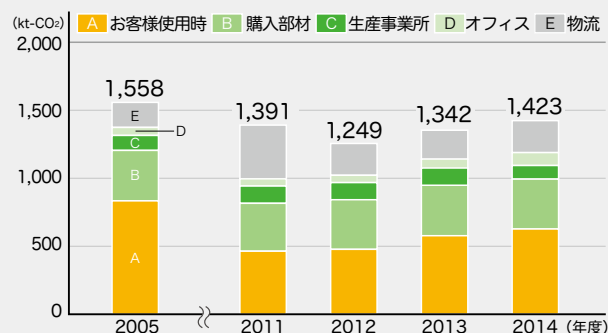
2014年度活動の実績

商品ライフサイクル全体でのCO₂排出量は、対前年度比で6%増加しました。海外市場への出荷台数が増加したことにより、物流領域において増加したためです。

2015年度活動の概要

事業の拡大によってCO₂排出量の増加を見込んでいます。これを抑制するために、業務効率の向上を図るなど全社をあげた働き方変革を推進し、エネルギー（電力・ガソリン）や用紙の使用量の削減を目指しています。

〈商品ライフサイクル全体のCO₂排出量〉



事例

国際資源循環システムによる環境負荷の削減

富士ゼロックスは、商品ライフサイクル全体における環境負荷削減の取り組みの柱の一つとして、「使用済み商品は廃棄物ではなく、貴重な資源である」という考えのもと、お客様が使用した商品を回収し、リユース・リサイクルすることで、資源の有効活用と限りなく廃棄ゼロ^{※1}を目指す「資源循環活動」を推進してきました。市場に出した商品を回収し、厳格な品質保証に基づいて選別した部品を再生し閉じた輪の中で循環させる「クローズド・ループ・システム」を根幹として、企画・設計の段階からより環境負荷の少ない商品づくりを目指す「インバース・マニュファクチャリング（逆製造）」、リユースできない部品を分別・リサイクルし資源として徹底的な活用を目指す「ゼロ・エミッション（廃棄ゼロ）」へとその活動範囲を拡大しています。

また、グローバル企業として、すべての事業地域において環境負荷削減の責任があるという考え方のもと、中国やアジア・パシフィック地域においても日本と同等の資源循環システムの構築と環境負荷の低減をすすめ、2010年度以降、営業地域全域^{※2}で廃棄ゼロの目標である再資源化率99.5%以上を維持しています。

今後も営業地域全域での廃棄ゼロを維持しつつ、解体処理拠点の作業環境の改善など、リサイクルの「質」を高めていくことを

目指し、より環境負荷の少ない部品リユース・材料リユースを拡大することで、さらなる資源の有効活用と環境負荷の削減をすすめていきます。

※1 当社の「廃棄ゼロ」の定義：単純焼却と埋め立てを、廃棄物総発生重量の0.5%以下にする。
※2 日本、中国およびアジア・パシフィック地域

〈当社のリサイクル拠点〉 (オレンジ色がリサイクル拠点)



お客様オフィスのCO₂削減

当社の活動の特長

当社は、商品やサービスの提供を通じて、お客様オフィスの課題解決と環境負荷削減の両立に貢献したいと考えています。その根幹をなすのが、環境性能と使いやすさを両立した快適なエコを具現化する考え

方“RealGreen”のコンセプトです。当社は、お客様にストレスを強いるようなエコは真の環境性能ではないという強い意志のもと、これまで培ってきた環境技術を有機的に統合した新たな価値の創出に取り組んでいます。こうして開発された商品を中心に、お客様の課題解決にも力を入れています。

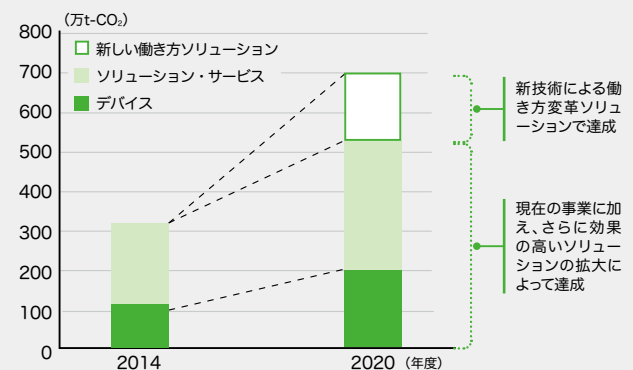
2014年度活動の実績

お客様オフィスでのCO₂削減貢献量は、約51万t-CO₂増加し、321万トンに伸びました。省エネ性能の高い新商品の販売が伸びたこと、削減効果の高いソリューションの売上が伸びたことが要因としてあげられます。

2015年度活動の概要

当社の強みであるソリューション・サービスとこれまでに培った省エネ技術を搭載したダントツの環境配慮型商品の提供を通じて、お客様の事業成長とCO₂排出抑制の両立への貢献を目指します。

〈お客様先でのCO₂削減貢献量〉



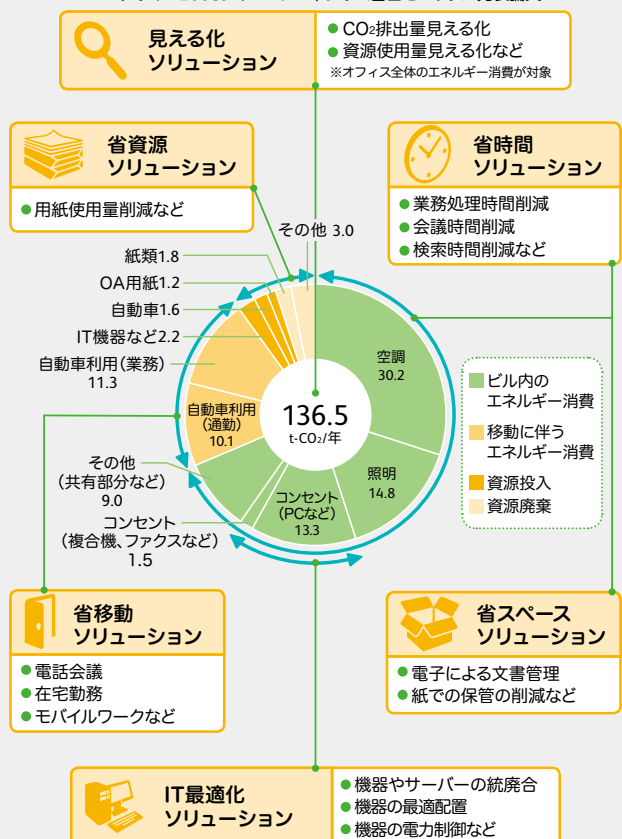
〈RealGreenコンセプト〉



※ TEC値とは、複合機やプリンターなどのオフィス機器が、一週間に消費する電力量を測定した値のことです。

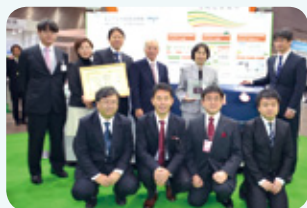
〈オフィス(従業員50人)の平均的なCO₂排出量推計〉

エコデザイン2008ジャパンシンポジウム富士ゼロックス発表論文



事例

当社のカラー・オンデマンド・パブリッシングシステム「Versant™ 2100 Press」が、エコプロダクツ大賞推進協議会主催の第11回エコプロダクツ大賞※1において、エコプロダクツ部門の最高賞である「経済産業大臣賞」を受賞しました。



開発関係者(エコプロダクツ展当社出展ブース)

Versant™ 2100 Pressは、エントリープロダクション市場に向けて2014年5月に販売を開始した商品で、このクラスでは世界で初めて最新の国際エネルギースタープログラム(Ver.2)※2への適合を実現しました。毎分100枚の印刷生産性と小型化の両立によって、従来機と比べて約50%の体積・質量を実現、この質量削減分によって1台あたり3,738kg-CO₂を削減しました。加えて、当社が長年取り組んできた資源循環システムや、デジタル印刷機の特徴である必要な出力部数を必要なタイミングでプリントできることで印刷物の在庫低減が可能となり廃棄する用紙が抑制できる点についても評価いただきました。



エコプロダクツ大賞表彰式(東京ビッグサイト)

※1 エコプロダクツ大賞

環境負荷の低減に配慮したすぐれた商品・サービス(エコプロダクツ)を表彰することを通じて、それらに関する情報を需要者サイドに広く伝えとともに、エコプロダクツの供給者である企業などの取り組みを支援することで、わが国におけるエコプロダクツのさらなる普及を図ることを目的に、2004年に創設された賞です。

※2 国際エネルギースタープログラム

世界9カ国・地域で実施されているオフィス機器の国際的省エネルギー制度です。製品の稼働、スリープ、オフ時の消費電力などについて、省エネ性能の優れた上位25%の製品が適合となるように基準が設定され、この基準を満たす製品に「国際エネルギースターロゴ」の使用が認められています。

責任ある用紙調達

当社の活動の特長

当社は、森林資源が事業の継続性に資するだけでなく、環境面のみならず文化面においても地球の共有財産であることを認識し、持続的な保全を図るものであると考えています。そのため、持続可能な森林管理を実践し、CSRに配慮した操業を行う用紙取引先からのみ調達することをルールとして定め、環境担当役員を議長とする「責任ある用紙調達委員会」において状況を定期的に確認しています。

〈用紙調達規程〉

調達先に対する取引基準の原則

1. 環境保全がなされていること
2. 地域住民の権利を侵害していないこと
3. 企業倫理を遵守していること

用紙に対する調達基準の原則

1. 持続可能な森林管理がなされていること
2. 再生パルプは原料古紙の供給元が明らかであること
3. 使用する化学物質は安全が確認されていること
4. 用紙製造は、無塩素漂白処理で行っていること
5. 生産工場は環境管理システムを保持していること

2014年度活動の実績

責任ある用紙調達委員会で社内基準への適合状況や環境NGOなどから得た森林破壊の情報を精査しました。また、用紙取引先の工場を監査する際の手順・判断基準などを見直し、一部を改定しました。

2015年度活動の概要

国内外とも用紙取引先の定期調査を4月から8月にかけて実施します。その結果を踏まえ、9月に開催予定の「責任ある用紙調達委員会」において社内基準への適合状況などについて確認します。また、現場監査について、国内での取り組みを継続するとともに、海外において数回実施する予定です。

事例

2014年度は国内の用紙取引先に加え、海外の新規取引先候補に対する現地監査を行い、監査では、書類調査、場内視察および取排水などの場外視察を実施しました。また、監査を効率的に行うために監査手順を、取引先の改善が分かりやすくなるように判断基準を、それぞれ一部改定しました。

監査を実施した2社については、共に当社の取引基準を満たしているとの結論に至りました。この調査結果について、用紙取引先にフィードバックを行い、管理レベルの維持・向上を徹底しています。



国内の用紙取引先への監査

Web 関連記事

- サステナビリティレポート関連記事 <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/backnumber.html>
 - ・ 持続可能な用紙調達に向けて(2014年)
 - ・ お客様にとってのRealGreenを実現する(2011年)
 - ・ 革新的なサービス事業を通じてオフィスの環境負荷低減を支える(2010年)
 - ・ 豊かさを実感できる社会を資源循環システムでつくる(2009年)

従業員への取り組み

目指す姿

一人ひとりが能力を最大限に発揮し、いきいきと働ける環境を構築します。

当社の基本的な考え方

富士ゼロックスでは、さまざまな個性やバックグラウンドを持つ多様な従業員一人ひとりが、能力を最大限発揮することで、いきいきと働き、成長の喜びを実感できる環境の構築を目指しています。

その実現に向けて、会社としては、従業員一人ひとりが「成長と変化に挑む」ことを体現し、「自ら考え行動する」人材となるよう求めるとともに、従業員満足の上昇、多様性の推進、人材育成、健康増進などさまざまな活動に取り組んでいます。

取り組みの経緯

新しい働き方構築

1978

- モラールサーベイの開始

1988

- ニューワークウェイの始動
・ 育児休職制度や旧姓使用許可制度などの制度拡充

共有価値の再構築

1998

- 「私たちが目指すもの」「私たちが大切にすること」が制定され「多様性の尊重」を明記

2001

- 海外関連会社でEmployee Motivation & Satisfaction Surveyの開始

成長と変革の取り組み強化

2003

- グローバルリーダー育成研修本格導入

2009

- 富士ゼロックスおよび関連会社で共通の階層別研修を展開開始(国内)

2012

- 育児・介護関連制度拡充

2013

- モラールサーベイを活用した部門単位の対話会実施

2014

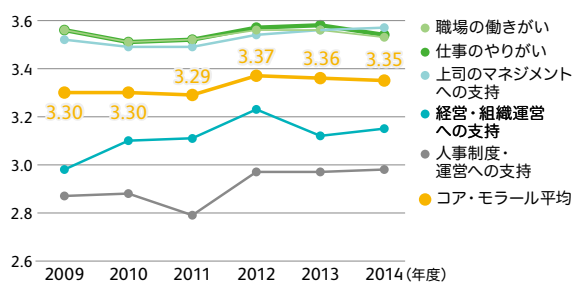
- お客様への価値提供力の強化と生産性向上を目指して勤務制度を刷新

従業員満足の上昇に向けて

当社は、富士ゼロックスを支えているのは人であり、従業員も重要なステークホルダーであるとの考えのもと、1978年に従業員の意識調査である「ESサーベイ」を当社単独で開始し、その後、国内の関連・販売会社でも実施しています。調査結果を詳しく分析し、経営方針の策定や、組織での課題解決のための重要な情報として活用することで、成長へ向けた企業力の強化をすすめています。また、調査結果は各組織を通じて従業員にもフィードバックし、結果を踏まえた職場での議論や経営と現場との対話などを通じて、現場での自発的な改善にもつなげています。

また、海外販売会社でも、同様の目的・活用を目指し、“Employee Motivation & Satisfaction Survey”を2001年から実施しています。今後は、調査の仕組みを国内・海外で共通化することで、調査結果を共通の評価軸で分析できるようにし、従業員満足の上昇へ向けたさまざまな取り組みを、グローバルに推進していきます。

〈コア・モラール推移(国内単独)〉



Commitment

当社は、創業以来、人を大切にする経営を掲げ、従業員がいきいきと働いて成長し、その成果をお客様や社会への価値提供につなげていくことを目指しています。

現在は、特にダイバーシティの推進が重要な課題であり、多様なバックグラウンドを持った従業員が活躍できる環境をつくっていかなくてはなりません。その実現へ向けて、残業や休日出勤を前提とした働き方を改め、女性や外国籍の方が働きやすい職場をつくと同時に、障がい者の方々が能力を発揮できる環境を構築していきます。

今後も「総労働時間のさらなる削減」「多様な人材の活躍推進のため、働きやすい勤務制度の整備」「従業員満足度向上を、グローバルに共通な評価軸で推進」などの取り組みをすすめて、企業力の強化につなげていきます。



富士ゼロックス株式会社
取締役 常務執行役員
山田 透

多様な人材が活躍できる環境の構築

当社の活動の特長

当社では、多様な人材が公平・公正な環境で、一人ひとりがいきいきと能力を発揮し、活躍できる会社を目指しています。具体的には「性別、国籍、障がい、年齢を問わず能力を発揮できる会社」として、多様な知恵を活かす組織風土を実現してお客様に向けた新たな価値を生みだし、企業競争力の強化につなげていきます。特に女性の活躍推進では、設立当時から女性社員の声を両立支援制度に反映さ

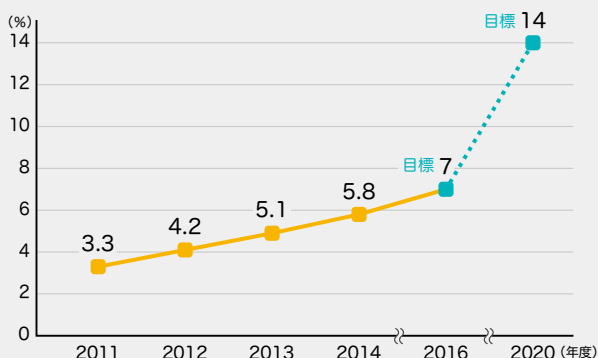
せ、結婚しても子どもが生まれても働き続けるための取り組みをすすめてきた結果、制約に配慮した役割配分など、ダイバーシティを活かしたマネジメントが当たり前の風土になりつつあります。

また、2013年度より、従来の「残業を前提とした働き方」を改善することによって、育児や介護に携わる社員など、多様な人材の活躍をより一層促すことができると考え、総労働時間を短縮していくことを目指しています。

2014年度活動の実績

2014年度は総労働時間の短縮を実現するため、「意識・風土変革」「業務重点化・プロセス変革」「勤務制度の刷新」で構成される「働き方の変革」に取り組みました。結果として、富士ゼロックス(単独)の年間の総労働時間を1,878時間(前年度1,947時間)に短縮しました。また、富士ゼロックス(単独)の女性管理職比率は5.8%となり、多様な人材活躍がすすんでいます。

〈女性管理職比率の推移 富士ゼロックス(単独)〉



シニア人材の活躍推進の視点では、関連会社を含めた再雇用制度を整え、2015年3月現在、991人の定年再雇用従業員が、富士ゼロックスおよび関連会社で勤務しています。

2015年度活動の概要

従業員一人ひとりがいきいきと能力を発揮し活躍できる会社の実現を目指して、将来に向けて、継続的に環境整備に取り組みます。具体的には、年次有給休暇の取得推進や、現在、育児・介護に限定している在宅勤務制度の対象拡大の検討を行います。また、介護を行っている従業員を支援する諸制度に関する実態調査および調査結果に基づく運用改善を行います。

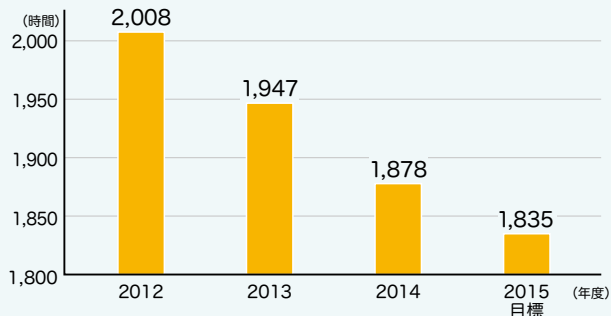
中でもシニア人材の活躍推進については、キャリアについて考える場の提供だけでなく富士ゼロックスおよび関連会社間での人材の流動性を高めるために、関連会社各社を配属先の対象とした関連会社を含めた再雇用制度の運用を推進していきます。

さらに女性の活躍推進については、女性社員の積極的な育成に加え、上位ポジションを目指す意識の醸成に努めるほか、マネジメント層のダイバーシティ意識醸成のための施策も同時に推進していきます。

事例

2014年度は、従来のフレックスタイム制を刷新して、「協働タイム制」を導入しました。営業、開発、本社スタッフなど職種や領域を問わず、全従業員が「協働」することにより、チームとしての生産性を高めることを狙いとしています。「協働タイム制」においては、全社一律のコアタイム(9~15時)を設定するとともに、男女を問わず、育児・介護に携わる従業員については、コアタイムを10時30分~15時に短縮しました。また20時以降の残業を原則不可とし、朝型勤務へのシフトを促しています。勤務制度の刷新と併せて、育児・介護に携わる社員を対象として、在宅勤務制度を導入しました。在宅勤務時は、コアタイムなしのフレックスタイムを適用するなど、より柔軟な働き方を可能にしています。

〈年間総労働時間の推移 富士ゼロックス(単独)〉

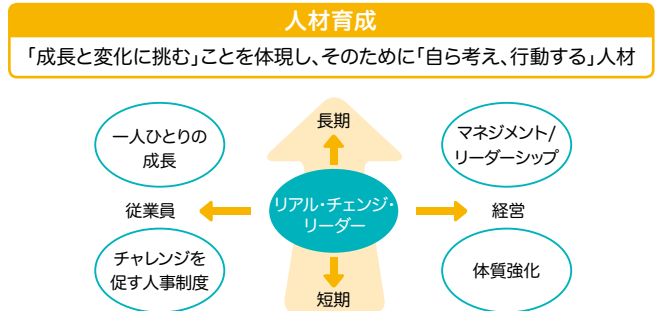


自ら考え行動する人材の育成

当社の活動の特長

当社では、事業や市場の環境変化に対応し継続した高い価値を創造するために、従業員一人ひとりが「成長と変化に挑む」ことを体現し「自ら考え、行動する人材」となるよう人材育成を行っています。

そのために、従業員一人ひとりが自発的に自分の能力（コンピテンシー）を伸ばし、成長を実感できるキャリア育成を支援するとともに、組織風土の変革に向けたマネジメント研修、問題解決力を強化する研修（以下、問題解決研修）、グローバル対応人材の育成などさまざまな施策を行っています。



2014年度活動の実績

2014年度は、組織風土変革の要となるマネージャーを対象としたマネジメント力強化研修を開始しました。

マネージャーに求められる能力を層別分析した結果から、重要と特定された、「変革意識」「意思決定力」「部下育成力」などの能力強化を主たる狙いとしています。

また、自ら課題解決を行うための基礎スキル教育として、問題解決研修の展開を国内のみならず海外関連会社でも開始しました。

さらに海外業務研修の派遣人数を拡大するなど、市場のグローバル化に対応できる人材の育成を加速しました。

2015年度活動の概要

2015年度も「自ら考え、行動する人材」を目指した人材育成を継続して強化します。

マネジメント力強化研修は2015年度からの3カ年計画で本格的に展開します。マネージャー全員の意識変革によって、全社の風土変革を目指します。また、問題解決力およびグローバル対応力の強化にも引き続き取り組みます。2015年度は、問題解決研修の海外関連会社への展開拡大や、外国籍社員の日本の職場へのローテーションの活性化などにより日本国内の各組織のグローバル対応力向上を推進していきます。

事例

問題解決研修

当社では「自ら考え、行動する人材」の育成に向け、問題解決力を全社員に必要な基礎スキルと位置づけて教育を行っています。

問題解決研修では「問題解決とは何か」を深く理解するために社内独自の研修プログラムを行っています。組み立てブロック玩具などを使った擬似的な業務を用意し、その業務の改善プロセスを体験しながら、一人ひとりが知恵を絞り改善を行います。

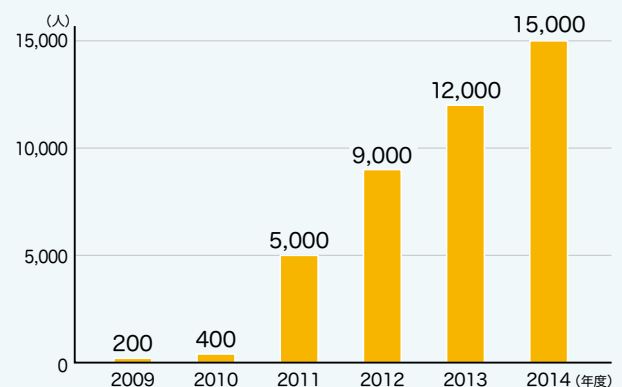
発生した問題に対して、ロジックツリーやQCの特性要因図などのツールを使い、システム（仕組み）を論理的に解きほぐし、課題を特定し改善策を実施するという一連のプロセスを通じて問題解決の基礎を学びます。

この研修は、新卒向け研修や階層別研修にも組み入れて実施しており、これまでに延べ国内15,000人以上が受講しています。2014年度は海外でも実施し、今後は海外への本格展開を図っていきます。

また、これらの研修は学生向けインターンシップにも取り入れたり、他社への紹介も行っており、社内だけでなくとどまらない取り組みとなっています。



〈問題解決研修展開状況〉



取引先への取り組み

目指す姿

取引先との共存共栄の精神のもと、
サプライヤーエンゲージメントを盤石にして、
競争力のあるサプライチェーンの強化を目指します。

当社の基本的な考え方

- 当社は、財務などの経済側面に加え、環境、社会、企業統治などのCSR側面にも配慮することで、環境、人権・労働、企業倫理などの社会課題の解決に対し、グローバルに寄与します。
- 当社は、取引先企業を「理念・方針を共有するパートナー」と位置づけています。当社と取引先がCSRに関する価値観を共有し、環境、人権・労働、企業倫理に関するリスクを話し合ってそれらを最小化し、共存共栄の関係を築いて両者の競争力を高めることを狙いとして、CSR調達活動をグローバルに推進しています。

取り組みの経緯

CSR調達開始

2007

- 日本、中国、韓国の主要な資材取引先に対し、CSR調達を開始。資材分野から着手し、CSR特別セミナー、説明会、セルフチェック配布、改善支援活動開始

2008

- 専門チームによる取引先の訪問確認を開始。CSR調達の対象を国内物流分野に拡大

CSR調達定着

2010

- 取引先トップに対するCSRセミナー開催
- 国内外の資材分野、および国内の物流分野においてCSR調達活動の改善PDCAが定着

2012

- 用紙調達先企業の取引先基準を策定
- 中国における調達担当者の取引先全拠点訪問を開始

CSR調達強化

2013

- 海外のCSR調達の取り組みを拡大、強化（中国、物流分野）
- 紛争鉱物[※]問題への対応を開始。対応方針を「購買取引の基本方針」に反映

※ 紛争鉱物：採掘によって得られる資金が非人道的な用途に使われたり、採掘現場で人権侵害が起こっているとして問題視されている鉱物のこと。現在は特に、中央アフリカで採掘されるタンタル、タングステン、スズ、金の4鉱物が紛争鉱物とされている。

2014

- ベトナムにおけるCSR調達の開始

CSR調達をすすめるにあたっては、説明会やトップセミナーの開催、マネジメントガイドラインやCSRセルフチェックリストの展開、訪問確認の実施などにより、取引先の納得性や実効性の高い改善活動を支援しています。

Commitment

これまで積み重ねたCSR調達の活動を通じて、取引先との関係強化はもとより、取引先に起因する部品納品遅延やラインストップが、ここ数年激減する成果になって表れてきました。中国深圳地区でもっとも成果が上がっている取り組みのプロセスやノウハウを、他の海外生産拠点に展開することに力を入れ、さらに高い競争力につなげていきます。

富士ゼロックス株式会社
執行役員 調達本部長
松浦智之



CSR調達の拡大

当社の活動の特長

当社は、サプライチェーンの競争力向上のためには、取引先にCSR経営の重要性を理解して改善し続けていただくことが大切と考えています。当社の取引先の経営トップから実務者に至る皆様とのコミュニケーションを密に行い、CSRの重要さや改善の必要性について理解をいただきながら、サプライチェーン全体でのCSRの取り組みレベルの向上を目指しています。

〈CSRアセスメントの仕組み〉

セルフチェック

当社が作成したセルフチェックリストに基づき取引先自身でCSRに関する取り組み状況をチェックして当社に報告してもらう。併せて、取引先自身で改善計画を立案、実施する。

調達担当者による基礎訪問確認

当社の調達担当者が、取引先訪問時に客観的事実による異常や違和感を把握し、専門チームに伝達する（現在は中国で実施）。

専門チームによる訪問確認

当社の調達、人事、総務、法務、CSRの担当者による専門チームで取引先の現場を確認。取引先との対話を通じて改善につなげる。

改善ポイントの明確化と共有

2014年度活動の実績

2014年度は、主な生産拠点がある海外における取り組みの強化を前年度から継続して実施しました。中でも、取引先トップとのコミュニケーションに力を入れ、複数の拠点で取引先トップセミナーを行いました。

海外における取り組みの強化

資材分野では、富士ゼロックス深圳の調達、人事、総務、法務、CSRの担当者からなる「専門訪問チーム」による取引先への改善アドバイスの有効性が確立しつつあります。そこで専門訪問チームによる訪問確認の実施数を拡大するとともに、今後のさらなる拡大に備え専門訪問チームの体制を強化しました。

物流分野では、海外取引先において前年度のセルフチェック適合率が低かった取引先への改善指導を行いました。そして2014年度のセルフチェックでは最重要項目適合率90%以上の海外取引先が目標の90%を超えました。

間接材分野では、富士ゼロックス深圳の拠点運営をサポートするサービスプロバイダーに対し、専門訪問チームによる訪問確認を開始しました。

取引先トップとのコミュニケーション

日本および中国（深圳、上海）では、2014年8月および9月に、主要な資材取引先のトップを対象として、「取引先トップセミナー」を開催しました。昨今のCSRの潮流や社会からの注目の高まり、当社のCSR調達方針の強化ポイントなどを共有しました。

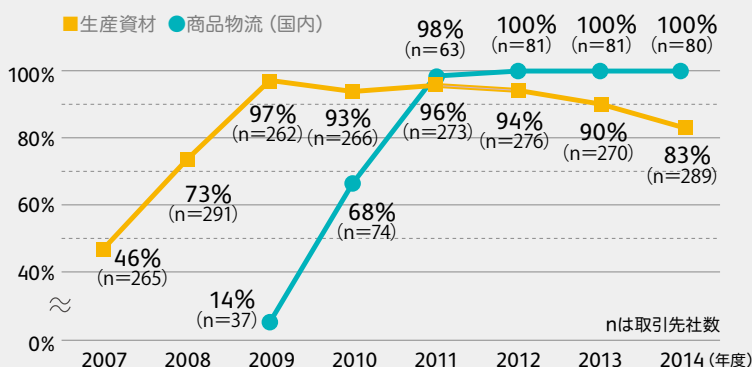
ベトナムでは、2013年に稼働した富士ゼロックスハイフォンにおいて、「取引先トップセミナー」を開催しました。

2015年度活動の概要

欧米のNGOや国際機関によるCSRの取り組み強化（特に人権問題など）の要請が一層強まっています。このような国際的な状況を踏まえ、当社の生産拠点における環境、人権・労働、企業倫理の取り組みについても、改めて実態の確認を行い、問題があればその改善をすすめます。

また、当社の生産拠点の労務、環境管理、人材育成などの活動から学んだことを、CSR調達の活動を通じて取引先にも共有する場を増やします。取引先との相互信頼に基づいたCSR調達を強化することにより、さらに強いサプライチェーンを構築します。こうして、生産拠点のCSR経営と、取引先に対するCSR調達を通じて、より現地に根ざした、安定した生産の確立を目指します。

〈最重要項目90%達成比率の推移〉



2014年度は、生産資材の取引先の適合水準が前年度より低下しました。これは、取引先の取り組み状況が、2014年度に厳格化したCSRセルフチェックリストのレベルにまではまだ達していないことが一因と考えています。今後は、当社が取引先の継続的な改善を支援強化することで、早期に改定前の適合水準に戻し、さらに目標（最重要項目の適合率90%以上の取引先社数比率が100%など）の達成を目指します。



下の写真を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！



富士ゼロックスハイフォンの作業風景

事例①

ベトナムにおけるCSR調達の開始

ベトナム・ハイフォン周辺の取引先(資材、物流および間接材分野)40社のトップを対象として、2014年11月、当社ではベトナムで初めてとなる「取引先トップセミナー」を開催し、ベトナムにおけるCSR調達が本格的にスタートしました。資材、物流、間接材の3分野合同セミナーも、当社では初めての試みです。当社がCSR調達を重視する背景や目的、活動のプロセスなどを共有し、セルフチェックの実施協力を依頼しました。これからは、日本や中国と同様にベトナムでも改善のPDCAを継続します。

併せて、富士ゼロックスハイフォンの従業員に対してCSR教育を実施しました。さらに、CSR調達推進者の実践教育を行い、実際に複数の取引先の生産ラインや食堂などの環境、労働安全衛生などについて確認しました。そして、ハイフォン地域における工場経営の環境、人権・労働、企業倫理に関するリスクや対処方法について、情報交換を行いました。



事例②

紛争鉱物問題への対応

米国金融規制改革法(ドッド・フランク法)に基づき、2014年5月に、米国証券取引委員会(SEC)登録企業は2013年の鉱物来歴調査の結果をSECに報告しました。以降も毎年、SEC登録企業には同様の報告義務が課せられています。

当社はSEC登録企業ではありませんが、複数のSEC登録企業のお客様の調査に協力するため、また当社のサプライチェーンにおける武装勢力の介在有無を明らかにしていくため、2013年より鉱物来歴調査を行っています。2014年の調査では、一次取引先からの回答回収率が92.4%と昨年(87.5%)から向上し、調査によって211の製錬所がサプライチェーン上にあることを特定しました^{※1}。このうち132の製錬所が、2015年6月現在EICC^{※2}のCFSI^{※3}のプログラムによる紛争フリー認証を取得し

ていることを確認しました。また、武装勢力の介在を示す情報はありませんでした。

当社は、紛争鉱物問題を重大な人権問題と認識しており、購買取引の基本方針において、紛争鉱物問題に真摯に対応することを明言しています。また、当社はJEITA^{※4}の「責任ある鉱物調達検討会」に参加して、人権侵害に加担しないための合理的かつ効果的な施策を他社と共に検討しています。2015年以降の調査ではさらなる回答回収率と回答精度の向上を図ります。

※1 2014年の調査テンプレートに記載されている標準製錬所のうち当社のサプライチェーンに存在することを確認した製錬所数。対象4鉱物(タンタル、タングステン、スズ、金)の合計

※2 EICC = Electronic Industry Citizenship Coalition

※3 CFSI = Conflict Free Sourcing Initiative

※4 JEITA = 一般社団法人電子情報技術産業協会

Web 関連記事

- 富士ゼロックスおよび関連会社における購買取引の基本方針 <http://www.fujixerox.co.jp/company/policy/purchase.html>
- サステナビリティレポート関連記事 <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/backnumber.html>
 - ・ 調達担当者による中国全取引先訪問を開始(2013年)
 - ・ 国境や会社を超えて高めあう～進化するCSR調達(2008年)
 - ・ 取引先企業と学びあうCSR(2007年)

地域社会・将来世代への取り組み

目指す姿

当社のコンピテンシーを活かした社会課題の解決と、
従業員の社会参画を通じて、より良い社会の実現へ貢献します。

当社の基本的な考え方

● 社会貢献活動の理念

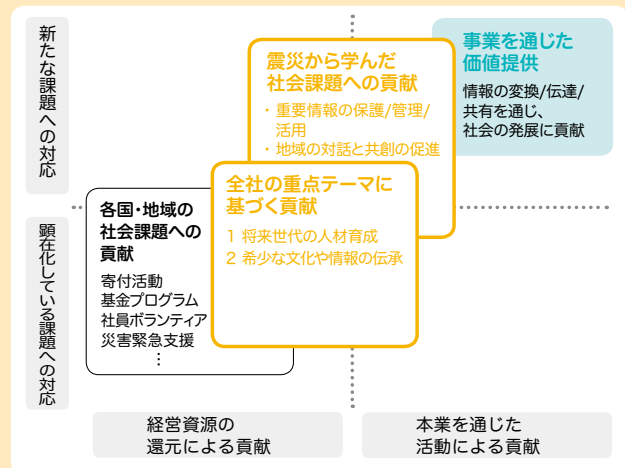
富士ゼロックスおよび関連会社は、お客様に卓越した価値を提供することはもとより、社会からの期待を見据えて、高い理想のもと、会社と社員が協力し啓発し合いながら、長期的で幅広い視点に立って、文化の発展とより良い社会づくりに先駆的に取り組みます。

● 社会貢献活動の目指す方向性

CSR会議での経営層による議論を経て、「コミュニケーションを本業とする富士ゼロックスらしい顔の見える社会貢献」を強化することを決定。企業理念の一つである「世界の相互信頼と文化の発展への貢献」に基づき、「将来世代の人材育成」「希少な文化や情報の伝承」の二つを社会貢献の重点テーマとして、「新興国における教材提供」「弱視児童への拡大教科書の提供」「伝統文書の複製と活用」の活動を展開しています。また、東日本大震災で顕在化した社会課題に対し、事業を通じた貢献を目指して活動を続けています。

今後は、従来より実施してきた活動に加え、こうした活動の強化を通じて、社会貢献と事業の相乗効果により、当社のコンピテンシーを活かした継続的な社会課題の解決に貢献していきます。

〈社会貢献全体の概要〉



取り組みの経緯

主要なプログラムの開始

1977~

- 富士ゼロックス株式会社
小林節太郎記念基金を設立
- 版画コレクション作品収集開始
- ボランティア活動による社員の休職を認める「ソーシャルサービス制度」を開始
- 社員ボランティア組織「端数倶楽部」発足
- 拡大教科書制作支援プログラム開始

外部連携の拡大

1994~

- 端数倶楽部の国際的な活動開始
- スペシャルオリンピックス日本の活動支援開始
- 日本アスペン研究所運営支援開始
- 日本自然保護協会との共催による自然観察指導員講習会の開催スタート
- 国際芸術技術協力機構主催の子ども向け環境教育プログラムKids' ISO 14000への協賛開始

社会課題を意識した活動へ

2011~

- 東日本大震災緊急支援、震災復興支援※
- 岩手県釜石市で患者情報統合システムの運用開始

2013

- 被災地以外でできる支援として復興マルシェを開催

2014

- 遠野みらい創りカレッジ開校
- 教材提供プロジェクトをフィリピンにて開始
- 復興マルシェの開催を4拠点に拡大

2015

- 教材提供プロジェクトをミャンマーにて開始

※ NGOへの複合機無償貸与・プリント支援、従業員ボランティア活動、新入社員の派遣など

希少な文化・情報の伝承：伝統文書の複製と活用

当社の活動の特長

富士ゼロックスでは、自社の複合機や保有技術を活用し、古文書などの伝統文書を原本そっくりに複製・復元する社会貢献活動を推進しています。贈呈した複製品を通じて、失われつつある文化やかけが

えのない情報の将来への伝承と社会での活用への貢献を目指しています。

2008年に京都で社会貢献活動として開始。経年劣化が心配される伝統文書の原本に代わり、実際に手で触れて活用できる複製品を神社仏閣、教育機関、旧家などに贈呈しています。

2014年度活動の実績



下の写真を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

2014年4月に、技術部門との連携を強化するため、研究・開発の主要拠点である横浜の富士ゼロックスR&Dスクエアに活動拠点を開設。京都と横浜の2拠点体制としました。



醍醐寺での「醍醐花見短箱」贈呈式

2014年度は京都にある総本山醍醐寺の重要文化財「醍醐花見短箱（だいがはなみたんざく）」の複製の贈呈をはじめとして、約40点の伝統文書の複製を贈呈いたしました。

2015年度活動の概要

2015年度は、特に新拠点のある横浜地域の伝統文書の複製・復元にも焦点を当てた活動にするとともに、自社技術「画像質感制御技術」の活用による作業効率の大幅な改善を目標に活動をすすめます。

地域の発展や活性化に貢献するとともに、今後はさらに国内だけでなく海外も視野に入れ、より一層文化の伝承に貢献していきます。

将来世代の人材育成：新興国における教材提供プロジェクト

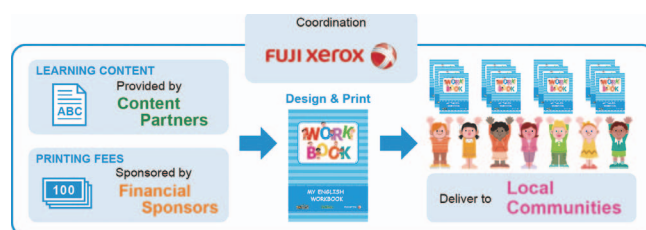
当社の活動の特長

2014年、富士ゼロックスが事業を展開するアジア・パシフィック地域の新興国における教育格差は正支援を目的とし、十分な初等教育を受けることができない児童に対する教材提供活動を開始しました。プロジェクトは当社が全体を統括、教材コンテンツを無償提供するパートナーと、印刷費用などを負担するフィナンシャルスポンサーを募り、当社のプロダクションプリンターで印刷した教材を、現地NGOなどの地域コミュニティと協力し、児童へ無償提供します。2023年までに10万人の児童への学習支援を目指します。



下の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

＜教材提供プロジェクトの仕組み＞



2014年度活動の実績

6月、株式会社学研ホールディングスと現地NGOガワツ・カリングの協力のもと、フィリピンのマニラ近郊ブラカン州タワービル地区の児童442名（5歳前後）に英語の自学習教材を配布し、本格始動しました。贈呈式には会場付近に住む児童120名に加え、その親や住人代表、ガワツ・カリングを含めた総勢約250名が参加し、現地メディアにも取り上げられました。

配布後は9月、翌1月、3月に配布した



フィリピンで教材を受け取った児童の様子

コミュニティへの訪問や、配布教材を完了したかどうかのモニタリングを行いました。

2015年度活動の概要

フィリピンでの活動を継続・拡大するとともに、アジア・パシフィック地域の他の国や地域への導入を行います。

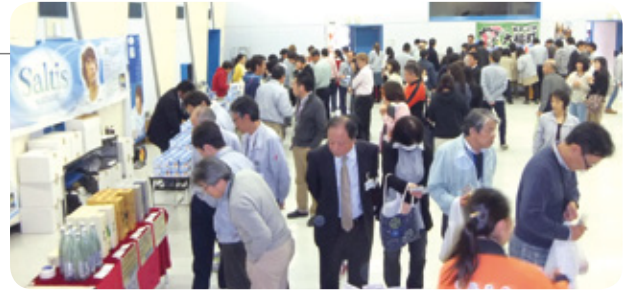
フィリピンでは、配布教材の完了状況を確認するとともに、フィナンシャルスポンサーを募集し、配布する地域の拡大を予定しています。

さらに、ミャンマー、タイにおいても活動開始を決定。ミャンマーでは6月に配布を開始しました。各参加企業の強みを活かし、国・地域による教育制度や学習文化の違いに柔軟に対応しながら、各国・地域で持続可能な仕組みの構築を目指します。

東日本大震災復興への支援継続

当社の活動の特長

復旧、復興へと現地ニーズが変化する中、地域との対話を大切に活動してきました。今後も事業を通じた復興推進、従業員によるボランティア活動の両面で活動を続けます。



海老名事業所で開催された復興マルシェの様子

2014年度活動の実績

岩手県釜石市において、「患者情報統合システム」の活用を通じた在宅医療支援を継続するとともに、被災地における地域包括ケアを見据えた課題解決の支援を行いました。遠野市では、まちおこしの取り組みから生まれた「遠野みらい創りカレッジ」を4月に開校し、災害時後方支援自治体研究会の開催や被災地ツアー／フィールドワークによる交流促進などのプログラムを実施しました。

2015年度活動の概要

釜石市をはじめ、岩手県他地域（久慈・二戸医療圏）、宮城県、福島県において、地域包括ケア構築に向けた自治体や地域団体・医療機関の取り組み支援を行っていきます。遠野みらい創りカレッジでは、昨年度に引き続き、被災地交流促進や、後方支援／復興学研究などのプログラム実施を通じ、復興推進への貢献を目指します。

事例

事業を通じた取り組み

釜石市では、地域包括ケアを支える多職種連携で必要となる情報共有・流通の課題抽出・適正化を、地域の養護施設と共同で行いました。本活動の成果は、今後の地域包括ケアを実現するための生活情報一元化に向けた取り組みに活用していきます。

遠野みらい創りカレッジでは、災害時後方支援自治体による研究会を全国4市町の参加で2回実施、また被災地ツアーを含む首都圏の大学・企業のフィールドワークをこれまでに6回実施、約200名が参加しました。



従業員のボランティア活動（社会貢献）を通じた取り組み

2012年以来、従業員ボランティア派遣を継続しています。2014年度は、宮城県石巻市のNGOが運営する児童の通学・放課後見守り支援と、岩手県遠野市で開催された東北みらい創りサマースクール（防災や復興に関する教訓や研究成果を世界へ発信することが目的）の運営支援のため、13名を派遣しました。

また、2013年度に従業員から反響の大きかった復興マルシェを当社4拠点で開催。岩手県、宮城県、福島県の団体から協力を得て、昨年度の石巻から東北被災3県へと出展地域を拡大するとともに、商品数など規模も増やしました。また、出展者や東北で活動をする方々と従業員との座談会を同時開催。「出展者からの『支援してもらっただけでなく、皆様の応援を励みに自立できるよう頑張りたい』などのコメントに胸をうたれた」という声に参加した従業員から多数寄せられました。

今後も変化する現地ニーズに基づき、従業員ボランティアや復興マルシェなど、従業員一人ひとりが被災地のことを考え、参画する場を提供していきます。



Web 関連記事

- ニュースリリース（フィリピンにおける教材提供を開始） <http://news.fujixerox.co.jp/news/2014/001096/>
- サステナビリティレポート関連記事 <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2015/backnumber.html>
 - ・ 貧困地域の児童に学ぶ機会を提供する（フィリピン）（2014年）
 - ・ 地域に根づいたリーダーを育てる（ニュージーランド）（2013年）
 - ・ 京都の伝統がよみがえる（2012年）
 - ・ 災害時に企業がするべきことを考える（2012年）

富士ゼロックスは社会と私たちをつなぐ「舞台」です

富士ゼロックスは、日本、中国およびアジア・パシフィック地域で事業活動を展開しており、各国・地域の関連会社で、富士ゼロックスの基本的な価値観を共有した役員と従業員が、地域社会の課題をとらえてニーズに応じたCSR活動を実践しています。ここでは、各社・組織が今最も力を入れている活動のうち、代表的なものを紹介します。

富士ゼロックス 大阪

従業員
715名

地域やお客様と一緒に 子どもたちを育む

富士ゼロックス大阪は、地域の企業、行政と学校が連携した次世代育成活動として、西成区役所および区内の小学校、ならびにお客様と協働して、子どもたちに「はたらく」ことについて考えてもらうプログラムを実施しています。2014年度は、高級靴メーカーの株式会社サロンドグレーのご協力で、大阪市立弘治小学校の子どもたちが、端材である本物の皮革を使った作品づくりに取り組みました。

関係者からは「単独ではできない取り組みであり、行政・学校・地域企業が一体になって取り組めたことがよかった」「寄付などだけでなく、教育という切り口での社会貢献ができることに気づかせてくれた」などの声が寄せられています。

今後も地域のさまざまなプレーヤーと連携して、将来世代の育成活動に取り組んでいきます。



富士ゼロックス 山口

従業員
118名

地域のシンボルをCGで復元し、 文化の伝承と地方創生に貢献

山口県では、同県を舞台とした連続テレビドラマの放送に合わせ、観光事業の推進による地域の活性化に力を入れています。富士ゼロックス山口は、伝統文化の継承と地域の活性化への貢献のため、産学公の協働により地域のシンボルである「萩城」をCGで再現する取り組みをすすめ、大きな反響をいただいています。社外の専門家の方から再現のための図面を入手するとともに、山口大学と協働して、同大学の学生の皆さんの手によるCG制作を支援しました。また山口経済同友会、山口県庁および山口県観光連盟と連携したウェブサイトでの公開を通じて、観光振興と地域における文化の伝承への貢献を目指しています。

これからも地域に根ざした取り組みにより、伝統文化の継承と地域の活性化に貢献していきます。



富士ゼロックス 韓国

従業員
1,032名

プロダクションサービス事業を通じ、 将来世代を育成

富士ゼロックス韓国は、韓国で唯一グラフィックアーツ学科を持つソウル工業高等学校およびソウル印刷組合、ソウル印刷センターと連携し、プロダクションサービス事業を通じた将来世代の育成活動を開始しました。同校内に開設された「デジタル印刷ラボ」に「DocuColor 5000 Digital Press」を寄贈したほか、デジタル印刷機の原理・構造や活用に関する教育プログラムを共同で開発し提供しています。2014年10月には同校の学生および関係者26名が来日し、当社のプロダクションプリンターを使用しているお客様や当社のお客様価値創造センターなどを訪問しました。

関係者からは「学生が将来の目標を具体的に描ききっかけになった」との声をいただいております。今後も事業を活かした産学協力活動を通じ、将来世代の育成とビジネスの創出に貢献していきます。



富士ゼロックス シンガポール

従業員
515名

シンガポールの地域社会の活性化と 発展を支える

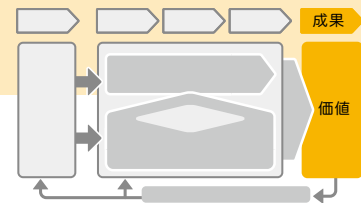
1965年の独立から50周年を迎えたシンガポール。同じ1965年に設立された富士ゼロックスシンガポールは、50周年を記念してさまざまな取り組みを展開しています。その一つが、シンガポールをより幸福な国にすることを目指した「スマイル・シンガポール・キャンペーン」への参画です。パートナー企業と連携し、当社の高速プリンターで出力した地域の人々の笑顔の写真約5千枚を並べて巨大な作品として展示するとともに、当社として写真1枚につき5ドル、最終的に合計5万ドルを、1000家庭を対象に年内に寄付することを目指しています。この寄付は、現地NPOと連携し、従業員ボランティアも参加した、貧困層家庭への食料品の配布活動に使われています。今後も、シンガポールの地域社会の活性化と発展に貢献するための活動を続けていきます。



▶ これ以外の各法人の活動はウェブサイトで紹介しています。

地域社会固有の課題解決への貢献: <http://www.fujixerox.co.jp/company/csr/stakeholder/community/activity.html>

第4章 主要なCSR指標



富士ゼロックスは、CSRの推進を定量的に測るCSR指標を設け、取り組み内容の改善を図っています。このCSR指標は、CSR会議で目標値が決定され、半期ごとに経営がその進捗をレビューし、PDCAを回しています。

ここでは、CSR会議において、社会からの要請、および、当社の経営目標や事業特性による絞り込みを行い、重点テーマとして定めた項目に関連する指標について、その進捗状況を報告しています。なお、他の詳細な指標につきましてはウェブサイトをご参照ください。

お客様

重大商品事故の発生件数

GRI PR2

定義 製造事業者である富士ゼロックスが認識している商品関連トラブルのうち、死亡・重症・後遺症・火災などの重大な被害もしくはその危険性を伴い、かつ多発性が認められる商品事故の年間発生件数を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社 (OEM販売も含む)	0件	1件	0件	0件

2014年度実績解説 2014年度は、重大商品事故は発生していませんが、2002年3月から2008年2月まで当社が販売したモノクロプリンターにおいて、電子部品の非常にまれな故障により、機械内部の一部を焼損するケースがあることが判明しました。本件は重大商品事故に発展する可能性はありませんが、お客様に与える影響を未然防止するため、当社は公式ホームページの「商品に関する重要なお知らせ」を見て連絡をくださったお客様や訪問機会があったお客様に対し、対象製品についての保護機能強化策を実施しました。

目標・課題 リスクアセスメント活動のさらなる拡充を行います。また、関連法令遵守はもとより、さらなる安全技術や評価技術を確立することにより、商品事故の根絶を目指します。

お客様のオフィスでのCO₂削減貢献量

GRI EN7, EN27 GC 原則7-9

定義 富士ゼロックスが提供した商品やソリューション・サービスによって削減できた消費電力量などをCO₂排出量に換算して示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	1,519kt-CO ₂	2,695kt-CO ₂ ^{※1}	3,206kt-CO ₂	3,729kt-CO ₂

2014年度実績解説 省エネ性能の高い機器やCO₂削減貢献量の大きいソリューションの販売が増加したことにより、2014年度の実績は3,206kt-CO₂へ拡大し、目標であった3,075kt-CO₂を達成しました。

目標・課題 2020年に700万トン削減するという目標の達成に向けて、省スペース、省時間、省移動につながるソリューションの開発と全営業担当者を通じたお客様への提案を強化し、2015年度は、2014年度から523kt-CO₂増加の3,729kt-CO₂の削減貢献を目指します。

※1 2013年度から、当社のソリューションによるお客様先のCO₂削減貢献量を算出する方法を確立し、実績に加えています。

CSプログラムにおけるお客様の取引継続意向率

GRI PR1

定義 富士ゼロックスが独自に実施しているCSプログラムにおいて、当社との取引関係を継続したいとの回答をいただいたお客様の割合を、2012年度を100として指数化して示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび国内販売会社	100	101	104	-

2014年度実績解説 CSプログラムによるお客様との継続的なコミュニケーションを通じて、より多くのお客様の期待にお応えする活動に取り組んだ結果、2014年度は前年度を上回る評価を獲得することができました。

目標・課題 今後もプログラムを通して、さまざまな地域・お客様層で高い取引継続意向をいただけるよう、取り組みを強化していきます。

生産拠点のセルフアセスメント結果

GRI PR1

定義 富士ゼロックスのCSRセルフチェックリスト最重要項目および重要項目の適合率90%以上の拠点数の比率です。

対象範囲	項目	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス関連会社の生産拠点 (2014年度は新造機、部品、化成品の生産拠点)	最重要項目	-	-	100% (8拠点)	100% (10拠点)
	重要項目	-	-	87.5% (8拠点中7拠点)	100% (10拠点)

2014年度実績解説 2014年度は国内外の新造機、部品、化成品の生産拠点を対象に、全拠点での適合率90%以上達成を目標としてアセスメントを行いました。稼働して間もない富士ゼロックスハイフンの重要項目の適合率が90%未満となったほかは、すべての拠点で90%以上を達成しました。

目標・課題 富士ゼロックスハイフンで不適切となった項目における改善活動を強化します。さらに2015年度は、新造機、部品、化成品の生産拠点に加えリサイクル生産拠点もアセスメントの対象とし、10拠点すべてで最重要項目、重要項目の適合率がともに90%以上となることを目指します。

定義 EICCのセルフアセスメントの評価が「グリーン」の拠点数の比率です。^{※2}

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス関連会社の生産拠点 (新造機、部品、化成品の生産拠点)	-	100% (7拠点)	100% (8拠点)	100% (8拠点)

2014年度実績解説 新造機、部品、化成品を生産する国内外すべての拠点で、もっともリスクレベルが低いことを示す「グリーン」評価の獲得を目指した取り組みをすすめ、2014年度は対象全拠点で目標を達成しました。

目標・課題 今後も、新造機、部品、化成品を生産する国内外すべての拠点で、継続して「グリーン」評価を維持することを目指します。

※2 EICC (Electronic Industry Citizenship Coalition) は電子機器業界のCSRコンソーシアムであり、EICCが定める電子業界CSRアライアンス行動規範では、電子機器業界のサプライチェーンにおいてCSRに準拠して業務を遂行するための基準が規定されています。EICCのセルフアセスメントでは、「グリーン」評価は「低リスクのサプライヤーに相当する」と定義づけられています。

従業員

従業員満足指標「コア・モラル」のスコア

定義 富士ゼロックスおよび国内の関連会社・販売会社の従業員を対象とした意識調査「ESサーベイ」において「コア・モラル」として定義する5項目^{※3}の平均スコア（満点を5.00ポイントとする）です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)	3.37	3.36	3.35	-
国内の関連会社(販売会社を除く)	3.16	3.23	3.25	-
国内の販売会社	3.59	3.47	3.49	-

2014年度実績解説 コア・モラルスコアは、富士ゼロックス(単独)、ならびに、国内の関連会社・販売会社で見ると、大きな変化はありませんでした。

目標・課題 ESサーベイ結果から抽出した具体的な課題に基づいて、改善に向けたPDCAを回し、富士ゼロックス単独のみならず、海外を含めた関連会社、販売会社でもES向上に取り組めます。

※3 コア・モラル：「仕事のやりがい」「職場の働きがい」「上司への信頼度」「人事運営への満足度」「組織運営への満足度」

「コア・モラル」肯定回答の割合の増加

定義 富士ゼロックスおよび関連会社の従業員を対象とした各社の「ESサーベイ」において、「コア・モラル」の肯定回答の割合の増加を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	-	-	0.5%ポイント増加	5%ポイント増加

2014年度実績解説 「コア・モラル」肯定回答率の5%ポイント改善を目指し、各職場での議論・対話を継続するとともに、富士ゼロックス(単独)では、「働き方」の変革を通じた満足度向上を目指し、全部門長を対象にしたワークショップにて「働き方変革」に関する共通認識の醸成を図った結果、2014年度は対前年度で0.5%ポイント増加しました。

目標・課題 海外も含めた全社レベルでのES向上へ向けて、経営トップや部門長による職場単位での改善活動の強化や、実施の仕組みや調査項目を国内・海外で共通化した「ESサーベイ」の結果を踏まえた改善のための施策を富士ゼロックスおよび国内・海外の全関連会社で推進していきます。

役員および管理職に占める女性の割合

GRI LA12 GC 原則6

定義 富士ゼロックスおよび関連会社の役員および管理職に占める女性の割合を示した指標です。なお、ここでの「管理職」は部下の有無にかかわらず、人事制度上の管理職に該当する従業員を意味しています。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)	4.2% ^{※4}	5.1% ^{※4}	5.8%	6.3%
国内の関連会社	2.7%	2.8%	2.8%	-
海外の関連会社	28.1%	26.4% ^{※5}	24.8%	-

2014年度実績解説 全社で女性社員の管理職任用を推進しています。富士ゼロックス(単独)では、女性管理職比率の目標を設定して積極的に取り組んだ結果、女性の管理職比率は0.7%ポイント増加し5.8%になり、目標の5.5%を達成しました。また、関連会社においては国内は横ばい、海外は例年通り高い水準で推移しております。

目標・課題 引き続き全社で女性管理職の登用をすすめます。富士ゼロックス(単独)においては、2020年度14%を目標に、本人の実績・能力・意欲を重視した評価と任用を通じてダイバーシティの推進を強化します。国内関連会社・販売会社においても同様に推進していきます。

※4 役職定年適用者を対象から除くこととし、過去に遡って修正しています。

※5 2013年度実績から管理職の定義を一部変更しました。修正前：29.2% 修正後：26.4%

障がい者法定雇用率を達成している法人の割合

GRI LA12 GC 原則6

定義 富士ゼロックスおよび国内の関連会社のうち障害者雇用促進法に基づく法定雇用率(2.0%)を達成した法人数の割合を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)	100% (雇用率2.08%)	100% (雇用率2.07%)	100% (雇用率2.06%)	100%
国内の関連会社(販売会社を除く)	75% (8社中6社)	88% (8社中7社)	78% (9社中7社)	100%
国内の販売会社	74% (31社中23社)	81% (31社中25社)	81% (31社中25社)	100%

2014年度実績解説 富士ゼロックスおよびすべての国内の関連会社・販売会社において「法定雇用率2.0%達成」を目指した採用活動に尽力しました。とりわけ、他社・官公庁・大学との相互連携を深めノウハウを共有し、障がい者雇用モデル創出に取り組んでまいりました。結果として、富士ゼロックス(単独)では法定雇用率を達成したものの、国内関連会社・販売会社については未達となりました。

目標・課題 障がいの状況や本人の適性に応じた職務開発や業務遂行上の工夫事例、採用にかかわる適正なプロセス検討をはじめとした雇用促進により、国内の関連会社・販売会社の法定雇用率達成を目指していきます。また、管理職に対して一層の意識変革を促すことでダイバーシティを推進し、障がいの有無にかかわらず「同じように働ける」職場環境の維持・改善へ向け取り組みを強化していきます。

従業員の年間総労働時間

GC 原則1

定義 富士ゼロックスおよび関連会社における従業員の職種別の平均年間総労働時間を示した指標です(管理職を除く)。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)	2,008時間	1,947時間	1,878時間	1,835時間
国内の関連会社(営業・事務職など)	2,018時間	1,986時間	1,971時間	-
国内の関連会社(製造スタッフ)	2,029時間	2,025時間	2,094時間	-
海外の関連会社(営業・事務職など) ^{※6}	2,010時間 ^{※7}	2,011時間	2,085時間	-
海外の関連会社(製造スタッフ)	2,219時間	2,274時間	2,177時間	-

2014年度実績解説 ワークライフバランスとダイバーシティを推進する基盤として、柔軟な働き方を実現する新しい勤務制度を導入しました。また、経営と従業員が一体となり業務プロセスを改革してきました。その結果、富士ゼロックス(単独)では、順調に総労働時間が減少しましたが、目標値の1,835時間に対しては未達となりました。また、国内外の関連会社・販売会社においては、日々の労働時間の把握と業務プロセスの見直し、部下との継続的なコミュニケーションを重視する啓発を強化しました。

目標・課題 国内においては、総労働時間のさらなる低減に向け、管理職に対して一層の意識変革を促すことにより、業務プロセス改革の推進、新しい勤務制度の定着、有給休暇取得向上などにに向けた施策を実施し、新たな働き方への変革を推進していきます。海外においては、過剰労働に対する管理を徹底していきます。

※6 裁量労働制を導入している会社を除きます。

※7 裁量労働制を導入している会社を除いて再計算した数値に修正しています。

取引先

生産資材分野におけるCSR調達セルフチェックリスト最重要項目および重要項目の適合率90%以上社数比

GRI EN33、LA15、HR11、SO10 GC 原則1-10

定義 【最重要項目】CSR調達対象取引先のうち最重要項目の適合率が90%以上を達成した取引先社数^{※8}の比率を示した指標です。
【重要項目】CSR調達対象取引先のうち重要項目に準ずるレベルの適合率90%以上を達成した取引先社数^{※8}の比率を示した指標です。

対象範囲	項目	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
国内および海外の取引先	最重要項目	93.8%	90.4%	82.7%	100% (ベトナム地区は90%)
	重要項目	81.9%	72.8%	38.8%	90%

2014年度実績解説 2014年度は、最重要項目、重要項目ともに適合率90%以上を達成した取引先の比率が低下しました。原因は、セルフチェックの質問の内容を厳格化したことと、対象取引先が拡大したことです。EICCのセルフアセスメントが2014年に大幅改定されたため、当社のCSR調達セルフチェックリストもそれを反映して全面改定し、取り組み結果の証憑のみならず対応プロセスの確立や運用定着などに踏み込んで確認する内容になりました。また、2014年度はベトナムの新規取引先に対しCSR調達の説明会を行いました。さらなる説明会を対象取引先に実施するなど、取引先に理解を深めていただく施策の強化が必要と考えています。

目標・課題 EICCセルフアセスメントの改定に示されるように、サプライチェーンにおけるCSRの取り組みの社会的な要求レベルが高まっています。また、当社の生産拠点の拡大によりアセアン地区の取引先が増加することを踏まえ、2015年度はさらにCSR調達を強化し、向上を目指します。具体的には、富士ゼロックスの海外拠点の調達および生産の各機能部門担当者が取引先のCSR経営の向上に貢献できるよう、専門教育を実施します。併せて、取引先が抱える地域別および分野別(環境、人権・労働、企業倫理)の課題を抽出し、リスクが大きいと特定された事項や取引先に対し、説明会の実施や重点的な改善支援を行います。

※8 既存の取引先については、全項目でなく前年度不適合項目に対する改善計画の立案・実施による達成を含みます。

物流分野におけるCSR調達セルフチェックリスト^{※9}

最重要項目の適合率90%以上の社数比

GRI EN33、LA15、HR11、SO10 GC 原則1-10

定義 CSR調達対象協力会社のうち最重要項目の適合率が90%以上を達成した一次協力会社・事業所の比率を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
国内の一次協力会社・事業所	100%	100%	100%	100%
海外の一次協力会社・事業所	-	64%	93.8%	90%

2014年度実績解説 国内協力会社において、最重要項目(100項目)90%以上の適合率維持に加え、再委託先のある一次協力会社との協働による二次協力会社への展開を強化し、54社中51社(94.4%)で二次協力会社まで改善されました。また、アジア・パシフィックでも取り組みを強化し、初年度より高い適合率となりました。

目標・課題 2015年度は国内において、新たに産業廃棄物収集運搬会社に対して活動を開始する準備をすすめます。海外においては、中国の物流協力会社を対象にした訪問確認の体制を構築し、実行していきます。さらに欧米向けの基幹輸送の船会社に対しても活動を拡大します。

※9 物流分野におけるCSR調達セルフチェックリストは、生産資材分野のセルフチェックリストから項目を抜粋し、物流固有の項目を追加したものです。

間接材分野におけるCSR調達セルフチェックリスト^{※10}

最重要項目の適合率90%以上の社数比

GRI EN33、LA15、HR11、SO10 GC 原則1-10

定義 CSR調達対象取引先のうち最重要項目の適合率が90%以上を達成した取引先社数の比率を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
国内およびベトナム地区の一次取引先	-	-	71.4%	90%

2014年度実績解説 2014年度は新たに間接材分野の取引先に対する活動を開始しました。国内およびベトナム地区の一次取引先に説明会を行ったうえでセルフチェックリストを配布し、すべての取引先からセルフチェック結果を回収しました。今後は、分野や業種ごとの課題に対し、取引先の改善支援を強化します。

目標・課題 2015年度はさらなる領域を拡大するために海外推進体制を強化します。また間接材分野用のセルフチェックリストの改善を図り、適合率の向上を目指します。

※10 間接材分野におけるCSR調達セルフチェックリストは、生産資材分野のセルフチェックリストから項目を抜粋して作成したものです。

国内外の共通用紙調達における 用紙調達基準をすべて満たしている取引先の比率

GRI EN33、LA15、HR11、SO10 GC 原則1-10

定義 用紙調達規程への適合が確認された取引先の比率を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
国内外の用紙調達の取引先	100%	100%	100%	100%

2014年度実績解説 2012年に用紙調達規程を改定し、調達先に事業活動におけるCSRを重視した操業を求めています。この基準の適合状況については2012年から国内外の用紙調達・販売の責任者による会議を開催して確認しています。2014年度も同会議で100%の適合を確認しました。

目標・課題 今後も継続して取引先における用紙調達規程の適合状況を確認し、サステナブルな用紙調達の実現に取り組んでいきます。

紛争鉱物の来歴調査における取引先からの回答回収率

GRI HR11 GC 原則1-6

定義 紛争鉱物来歴調査の対象取引先全社数のうち、EICC/GeSI帳票を回収した取引先社数の比率を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
重要顧客プロダクト構成部品の取引先	-	87.5%	92.4%	95%

2014年度実績解説 調査開始2年目となり、回収率だけでなく、製錬所情報の精度向上も重視した活動を実施しました。前年度の問題点を改善するための働きかけを取引先へ行くとともに、社内では紛争鉱物対応スタッフ連絡会で課題解決に取り組み、その結果、回収率は目標の90%を2.4%ポイント上回りました。

目標・課題 さらなる回収率と製錬所情報の精度向上を目指し、取引先の協力を得た活動を継続強化していきます。

海外生産拠点(中国)における原材料・部品の現地調達比率

GRI EC9

定義 中国で操業する富士ゼロックス深圳、富士ゼロックス上海が行う原材料・部品の調達取引のうち中国国内の法人との取引金額の比率を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス深圳、富士ゼロックス上海	60.6%	65.7%	67.7%	一定レベルの 現地調達の維持

2014年度実績解説 中国における現地調達比率は、為替変動の影響で増加しました。為替の影響を除くと前年度と同じレベル(65.7%)となり、適正な運用を維持しています。

目標・課題 進出先の地元経済の発展に寄与できるよう、引き続き現地調達比率を考慮した適正な調達および生産を展開していきます。

海外生産拠点(ベトナム)における原材料・部品の現地調達比率

GRI EC9

定義 ベトナムで操業する富士ゼロックスハイフォンが行う原材料・部品の調達取引のうちベトナム国内の法人との取引金額の比率を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスハイフォン	-	-	23.6%	一定レベルの 現地調達の維持

2014年度実績解説 ハイフォン工場立ち上げに伴い、富士ゼロックスのCSR調達、グリーン調達、および品質/価格/納期の基準を満たす取引先採用活動をベトナムにおいて実施しています。今後さらなる現地化を目指した活動を継続していきます。

目標・課題 進出先の地元経済の発展に寄与できるよう、引き続き現地調達比率を考慮した適正な調達および生産を展開していきます。

地球環境

事業所でのCO₂排出量

GRI EN3、EN15-16、EN19 GC 原則7-9

定義 富士ゼロックスおよび関連会社が自社の工場やオフィスで消費した電力などのエネルギーをCO₂排出量に換算して示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
国内外の開発・生産事業所	130kt-CO ₂	128kt-CO ₂ ^{※11}	126kt-CO ₂	2005年度レベルの排出量 (135kt-CO ₂)
国内外のオフィス	53kt-CO ₂	68kt-CO ₂	64kt-CO ₂	2007年度比7%削減 (54kt-CO ₂)

2014年度実績解説 東日本大震災以降から継続している電力使用量削減目標(2010年度比15%以上)に向けた節電の徹底、既存設備の省エネ設備への更新や生産プロセスの効率化などにより、開発・生産拠点の削減ができました。また、国内外のオフィスにおいても働き方の変革による生産性向上によって排出量が削減できました。

目標・課題 開発・生産拠点の省エネ設備の導入、生産プロセスの見直しなどの施策を継続し、2005年度実績以下のCO₂排出量とすることを目指すとともに、省エネ生産技術の開発や生産工程への導入の検討など、中長期的な視点での活動を強化します。オフィスに関しては、働き方の変革により一層の生産性向上による削減を図ります。

※11 2014年度版に掲載したデータに誤りがあったため、修正をしました。 修正前:122kt-CO₂ 修正後:128kt-CO₂

商品ライフサイクル全体のCO₂排出量

GRI EN15-17, EN19, EN30 GC 原則7-9

定義 当社商品の購入部材、生産、オフィス（開発・販売など）、物流、お客様使用時の各領域のCO₂排出量の合計です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	1,249kt-CO ₂	1,342kt-CO ₂	1,423kt-CO ₂	1,524kt-CO ₂

2014年度実績解説 商品ライフサイクル全体でのCO₂排出量は、節電の徹底、設備更新や生産プロセスの効率化などにより自社拠点では削減できましたが、主に物流領域の増加により、全体では前年度比で6%増加しました。

目標・課題 2015年度は、各領域でCO₂削減施策を引き続き強化するとともに、2020年度の目標値である1,091kt-CO₂の達成に向けた戦略の見直しを各領域で行い、長期的な活動の強化にも重点的に取り組みます。

部品リユースによる新規資源投入抑制量

GRI EN2 GC 原則7-9

定義 富士ゼロックスおよび関連会社が製造過程でリユース部品を活用したことによって、新規資源を抑制できた量を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	2,361t	2,875t	2,916t	3,065t

2014年度実績解説 新規資源の投入抑制量は前年度に対して41t増やせましたが、リユース部品を活用した商品や部品の量が目標に達しなかったため、目標に対しては未達となりました。

目標・課題 商品や消耗品の小型・軽量化設計（リデュース）が進み、リユース部品を活用した商品や部品、消耗品の量増加に対して新規資源投入抑制量が増加しにくい構造ですが、資源の有効活用拡大を引き続きすすめていきます。

回収された使用済み商品の再資源化率

GRI EN28 GC 原則7-9

定義 国内外で回収された使用済みの複合機やプリンターの機械本体（消耗品除く）において、部品リユースまたは素材・熱など再び資源化して活用した割合を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
国内	99.9%	99.9%	99.9%	99.5%以上
アジア・パシフィック	99.9%	99.6%	99.6%	99.5% //
中国	99.7%	99.7%	99.9%	99.5% //
台湾	99.9%	99.9%	99.9%	99.5% //
韓国	99.9%	99.9%	99.9%	99.5% //
オーストラリア	99.5%	99.5%	99.8%	99.5% //
ニュージーランド	99.7%	99.7%	99.7%	99.5% //

2014年度実績解説 使用済み商品の再資源化率は、国内、海外のすべての拠点で「廃棄ゼロ」基準である99.5%以上を達成しました。オーストラリアは電子基板の再資源化処理の見直しにより0.3%ポイント、中国はモーターやファン類の処理方法を変更したことで0.2%ポイント再資源化率が上昇しました。

目標・課題 2015年度の目標も前年と同様に、廃棄ゼロは維持しつつ「質」の向上を継続する一方で、環境負荷のより少ないリユースのさらなる拡大をすすめていきます。

生産プロセスでの水使用量

GRI EN8 GC 原則7-8

定義 富士ゼロックスおよび関連会社が国内外の製造段階で使用した水の量を示しています。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	229万t (国内177万t、海外52万t)	215万t (国内171万t、海外44万t)	206万t (国内163万t、海外43万t)	2005年度比30%減 (259万t)

2014年度実績解説 当社は生産段階における水使用量が最も多いため、2009年度からこの分野における使用量の削減に取り組んでいます。2014年度は、2005年度比45%削減し、2005年度比30%削減の目標も達成しました。

目標・課題 目標（2005年度比30%減）を維持しつつ、前年度実績からの削減を目指すと同時に、ウォーターフットプリントなどの国内外の新たな水環境の指標への対応を検討します。

地域社会

社会貢献支出

GRI EC1, EC7

定義 富士ゼロックスおよび関連会社の社会貢献活動に関連する支出の総額を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス（単独）	3億7,800万円	3億7,200万円	3億200万円	一定レベルの 貢献の継続
国内の関連会社	9,600万円	9,600万円	7,200万円	
海外の関連会社	1億9,400万円	1億9,300万円	1億7,600万円	

2014年度実績解説 学術研究・スポーツ分野における寄付・協賛や、各地域での社会貢献活動を継続した結果、総額約5億5,000万円の社会貢献支出となりました。前年度から減額となったのは、各種団体への寄付や出向者が減少したためです。

目標・課題 重点テーマである将来世代の人材育成、希少な文化・情報の伝承、地域特有の社会課題解決への貢献を軸に、国内外の全社で社会貢献を強化していきます。

社員ボランティア数

GRI EC7

定義 富士ゼロックスおよび関連会社の従業員による会社が主催したボランティア活動への参加者数(のべ)および協力社員者数の合計です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)	これまでも、各社で社員がボランティア活動に参加していましたが、2013年度から参加者数の把握を行っています。	808人	903人	従業員ボランティア数の増加
国内の関連会社		2,162人	4,756人	
海外の関連会社		7,863人	11,018人	

2014年度実績解説 全社の従業員ボランティア数は、関連会社で昨年よりも大幅に増え、のべ16,677人が会社主催の活動にボランティアとして参加しました。

目標・課題 従業員一人ひとりがいきいきと働ける環境の構築を目指し、従業員参画型の社会貢献活動を増やしていきます。

ボランティア活動を促進している法人の割合

GRI EC7

定義 端数倶楽部^{※12}やボランティア休暇など従業員によるボランティア活動を会社として推進する仕組みを設けている法人の割合を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)	100%	100%	100%	海外関連会社における割合の改善
国内の関連会社	100%	100%	100%	
海外の関連会社	81%	78%	87%	

2014年度実績解説 海外の関連会社2社でボランティア休暇制度などが導入され、割合が増加しました。

目標・課題 2015年度も、引き続き国内外ともに関連会社の社会貢献活動を強化します。その中で、海外関連会社のボランティア活動を推進する法人の割合を改善する予定です。

※12 【端数倶楽部】従業員が自主的に運営するボランティア組織。会員の給与・賞与の端数を天井きりして資金を集め、自主活動や各種NPO/NGOへの寄付を行っています。

端数倶楽部の会員数

GRI EC7

定義 従業員および退職者による自発的なボランティア組織「端数倶楽部」の会員数を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
富士ゼロックス(単独)、富士ゼロックスアドバンストテクノロジー株式会社、富士ゼロックスマニュファクチャリング株式会社、富士ゼロックスサービスクリエイティブ株式会社	3,773人	3,837人	3,807人	会員数の増加

2014年度実績解説 富士ゼロックス単独では、従業員の約41%が参加しています。震災復興ボランティアの活動に、関連会社の従業員が参加するなど活動の輪が広がっています。

目標・課題 関連会社で個別に運営されている従業員ボランティア組織と連携し、ボランティア活動に参加する会員の増加を目指します。

アジア地域の相互理解を目的とした富士ゼロックス株式会社小林節太郎記念基金による助成者数

GRI EC7

定義 学術交流を通じてアジア・パシフィックの国・地域との相互理解を深めることを目的にした、人文・社会科学の領域における国内外の博士課程在籍者を中心とした継続的な支援活動を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度実績	2015年度目標
在日留学生研究助成プログラム ^{※13} におけるのべ助成者数(累計) ^{※14}	30人 (1,044人)	32人 (1,076人)	33人 (1,109人)	一定レベルの助成の継続
小林フェローシッププログラム ^{※15} におけるのべ助成者数(累計)	8人 (165人)	8人 (173人)	8人 (181人)	一定レベルの助成の継続

2014年度実績解説 在日留学生研究助成プログラムでは、8カ国から20大学へ留学している33人に、日本人を対象とした小林フェローシッププログラムでは6大学8人に研究助成を実施しました。併せて、研究報告論文の製本と、教育機関および過去の助成者への寄贈を行っています。また、1,000人を超えるOB・OGの交流ネットワークの強化をすすめました。

目標・課題 継続的な研究助成を実施すると同時に、博士号学位取得者による研究発表会の継続開催、研究成果のデジタルアーカイブ化の拡大など、過去の助成者が交流する場づくりを強化していきます。

※13 アジア・パシフィックの国・地域から来日し、日本の大学院博士課程で人文・社会科学を専攻する若手の留学生研究者に対する研究助成

※14 助成金支給後の辞退者を含みます。 ※15 アジア・パシフィックの国・地域について研究する人文・社会科学系博士課程の若手の日本人研究者に対する研究助成

株主・投資家

内部統制・コンプライアンスの重大問題発生件数

GRI SO8 GC 原則10

定義 公表を必要とする内部統制・コンプライアンスの問題の発生件数を示した指標です。

対象範囲	2012年度実績	2013年度実績	2014年度目標/実績	2015年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	0件	0件	0件 / 0件	0件

2014年度実績解説 内部統制・コンプライアンスに関する公表を必要とする重大問題は発生していません。

目標・課題 富士ゼロックスおよび関連会社組織の各階層に対して、引き続き、内部統制・コンプライアンスの充実を図ります。

足達英一郎氏

株式会社日本総合研究所 理事



2014年度版に引き続き、2015年度版の富士ゼロックスおよび関連会社のサステナビリティ報告を拝見しました。2014年度版では、大きく二つのことについて要望をさせていただきました。

第一は、「CSRは経営そのものであるという信念のもと、言行一致でお客様の価値創造をお手伝いする」というメッセージに関して説得力を高めてほしいということでした。2015年度版では、①価値創造に向けたプロセスが明確に図示されたこと(p1)、②富士ゼロックスの提供価値が具体的に特定されたこと(p10)が目をつきました。こうした一貫性ある論理展開の中で、トップコミットメント(p5)や経営重点テーマの具体的な取り組み・ハイライトと題した事例紹介(p23以降)が位置づけられている構成は読者の理解を助けるものになったと感じました。

第二は、「より良い世の中とはどういう姿か」についての積極的な発信をしてほしいということでした。この点については、①富士ゼロックスが取り組むべき社会課題が具体的に明示されたこと(p9)、②富士ゼロックスの経営重点テーマがステークホルダー別に再設定されたこと(p11)が目をつきました。加えて、価値創造の姿の変遷と題して、社会に提唱してきた「価値基準」を整理していただいたこと(p21)は、御社の将来に向けた事業の成長に対する読者の期待感を醸成するに十分なものになったと感じました。

そのうえで気づかされたのは、「取り組むべき社会課題」と「提供価値」とのあいだには明確に橋が架けられ、関係づけがなされている(p9～10)のですが、それを従来ある事業セグメントやステークホルダー別の枠組みで開示しようとする、やや据わりの悪い印象を有してしまうということでした。これは、「取り組むべき社会課題」や「提供価値」別に事業セグメントが規定されているわけではなく、ステークホルダー区分とも一対一に対応しているわけではないことから、いわば当然の帰結なのですが、事業とCSRの統合を強く意識した情報開示を行うおうとするときの大きな課題でしょう。富士ゼロックスの成長

を支える技術に関する開示(p18)も、これ自体は興味深く拝見しましたが、各々がどの「取り組むべき社会課題」や「提供価値」に対応しているかという全体像は把握しにくいところが残りました。

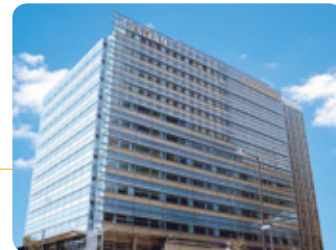
各ステークホルダー別の取り組みの開示部分(p35～52)では、①目指す姿、②基本的な考え方、③昨年度活動の実績、④今年度活動の概要、⑤事例という構成での開示が定着しており、読みやすく、要点も掴みやすいという印象を持ちました。さらに、主要なCSR指標に関する開示部分(p54～59)は、富士ゼロックスおよび関連会社においてPDCAが機能している状況を知る有力な手がかりとなるものです。こうした網羅的なCSR指標を進捗管理されていることを評価いたします。

一方で、2015年度版ではウェブサイトにおける開示部分を含めて、取り組み成果の遅れが気になるところがいくつかありました。例えば、①部品リユースによる新規資源投入量の抑制、②VOC排出量の増加、③国内の関連会社における従業員1,000人あたりの労働災害の件数の増加、④海外の関連会社における役員および管理職に占める女性の割合の低下などがその例です。富士ゼロックス連結での社会貢献活動支出額が減少していることも含めて、その背景にある要因をきめ細かく説明していただければありがたいと感じました。

繰り返しになりますが、2015年度版では、事業とCSRを統合した経営プロセスを明らかにしようと、意欲的なチャレンジをいくつも試みられました。紋切り型の「重要性の特定」といったものではなく、自社の「取り組もうとする社会課題」と「提供しようとする価値」を真摯に議論されたことに敬意を表したいと思います。今後も、個性と先見性のあるサステナビリティレポートを継続して発行していただけるよう期待申し上げます。

このコメントは、本報告書が、一般に公正妥当と認められる環境報告書等の作成基準に準拠して正確に測定、算定され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結果を表明するものではありません。

富士ゼロックスの事業概要



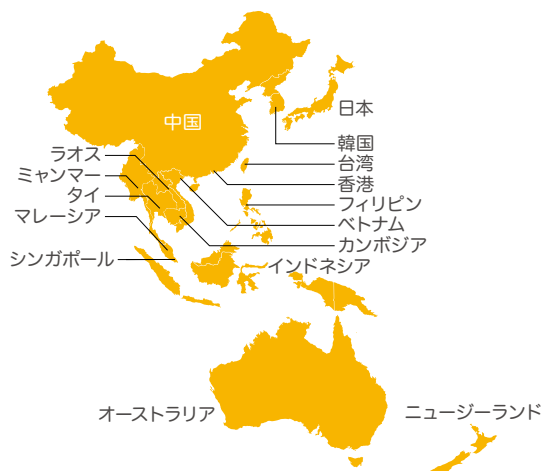
会社概要

名 称 富士ゼロックス株式会社 (Fuji Xerox Co., Ltd.)
本 社 〒107-0052 東京都港区赤坂九丁目7番3号
電 話 (03)6271-5111 (代表)
代表取締役会長 山本 忠人
代表取締役社長 栗原 博
創 立 1962年(昭和37年)2月20日
 富士写真フイルム株式会社と
 英国ランク・ゼロックス社
 (Rank Xerox: 1997年10月31日に
 Xerox Limitedへ商号変更)との合併会社
資 本 金 200億円
株 主 富士フイルムホールディングス株式会社(75%)
 ゼロックス・リミテッド(25%)
社 員 数 46,945名(2015年3月期 連結) /
 8,530名(2015年3月期 単独)

事 業 概 要 オフィスプロダクト事業、オフィスプリンター事業、
 プロダクションサービス事業、グローバルサービス事業
事 業 所
[本 社] 東京
[研 究 所] 横浜(神奈川県)、中井町(神奈川県)、パロアルト
 (米国カリフォルニア州)
[開発・製造事業所] 横浜(神奈川県)、海老名(神奈川県)、竹松(神奈
 川県)、鈴鹿(三重県)、滑川(富山県)、上海、深圳
 (中国)、ハイフォン(ベトナム)など
[主要支店・営業所] 札幌、仙台、東京、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、
 広島、福岡、沖縄ほか全国主要都市約300カ所
[海 外 拠 点] 韓国、中国(香港、台湾を含む)、フィリピン、ベトナム、
 ミャンマー、タイ、マレーシア、シンガポール、インド
 ネシア、オーストラリア、ニュージーランド、アメリカ
 の国、地域

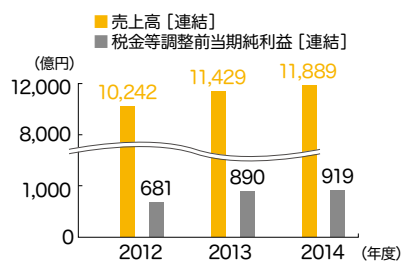
販売・サービス活動地域

日本、中国およびアジア・パシフィック地域を販売／サービスの活動地域としています。欧米など、他の地域についてはゼロックス・コーポレーションおよびゼロックス・ヨーロッパが担当しています。

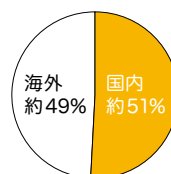


主要な経営指標

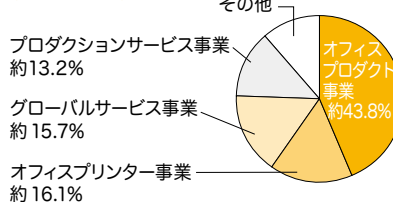
財務データ(米国会計基準)



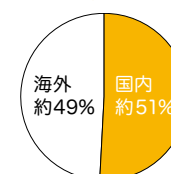
地域別売上高[連結] (2014年度)



事業分野別売上高[連結] (2014年度)



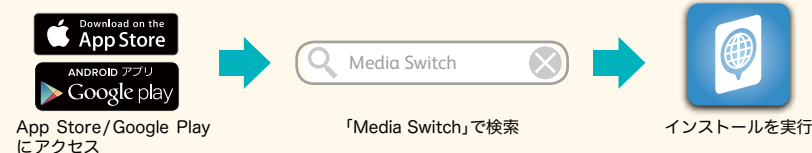
地域別社員数[連結] (2014年度)



専用アプリでSkyDesk Media Switchを体験！

本パンフレット内のコンテンツは、App Store・Google PlayからSkyDesk Media Switchのアプリ(ダウンロード無料)をインストールし、アプリを起動したスマートフォンで紙面の特定画像を撮影すると、各関連情報にアクセスいただけます。

◆アプリのインストールの手順



◆アプリのご利用手順



iPhone, Safariは、米国および他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスに基づき使用されています。
 App Storeは、Apple Inc.が運営するiPhone, iPad, iPod touch向けアプリケーションソフトウェアのダウンロードを行えるサービスの名称です。その他の掲載されているサービス、商品名などは各社の登録商標または商標です。

フランスの画家ポール・ゴーギャンの作品に「我々はどこから来たのか 我々は何者か 我々はどこへ行くのか」という絵画があります。見る者に対し、自身がいかなる存在であるのかを問いかけ、自問自答させる作品であると思います。

単に持続可能というだけにとどまらず、より良くなっていくものとしてこの社会を将来世代に引き継いでいくために、さまざまな社会課題の解決へ向けた企業への期待がより高まっている現代において、企業もまた、自らの存在意義、社会に対してどのような価値を生み出しているのかについて、常に自問自答していかなければなりません。

今年度のレポートでは、「富士ゼロックスとは社会に何を提供するか」という根本的な問いに答えることを目指し、富士ゼロックスという会社がこれまでどう歩んできたのか、目指す社会の姿に向けて今どのような取り組みをすすめ、どんな価値を社会に提供しているのか、これからどのように成長しようとしているのか、当社の過去、現在、そして未来にわたる全体像を読者の皆様にいかにお伝えできるかに挑戦しています。皆様の当社に対するご理解が少しでも深まり、当社を身近に感じていただければ幸いです。

今年の表紙では、価値あるコミュニケーションを通じて人々の相互理解と信頼をすすめることで、多様な人々の連携による新たな価値が生み出され、より良く進化していく社会を実現したいという当社の決意を示すために、「多様な子どもたちが、互いに手を取り合って夢を描く姿」を選びました。当社が目指す社会の姿を、この表紙から思い描いていただければと思います。

最後に、本誌の制作にご協力くださいました皆様に、心から御礼申し上げます。当社は多様なステークホルダーの皆様と連携しながら、常に社会に対し新たな価値を生み出していくことを目指し、今後も真摯な取り組みを続けてまいります。

富士ゼロックス株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂九丁目7番3号 TEL:03-6271-5111(代表)

【お問い合わせ先】CSR部 TEL:03-6271-5160 FAX:03-6271-5167

<http://www.fujixerox.co.jp/>

発行年月:2015年8月

©Fuji Xerox 2015

201-250(15-08 第1版)



Sustainability Report 2015

富士ゼロックス株式会社