

作成部署およびお問い合わせ先

大日本印刷株式会社

CSR・環境安全部

〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

TEL : 03-3266-2111(総合案内)

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

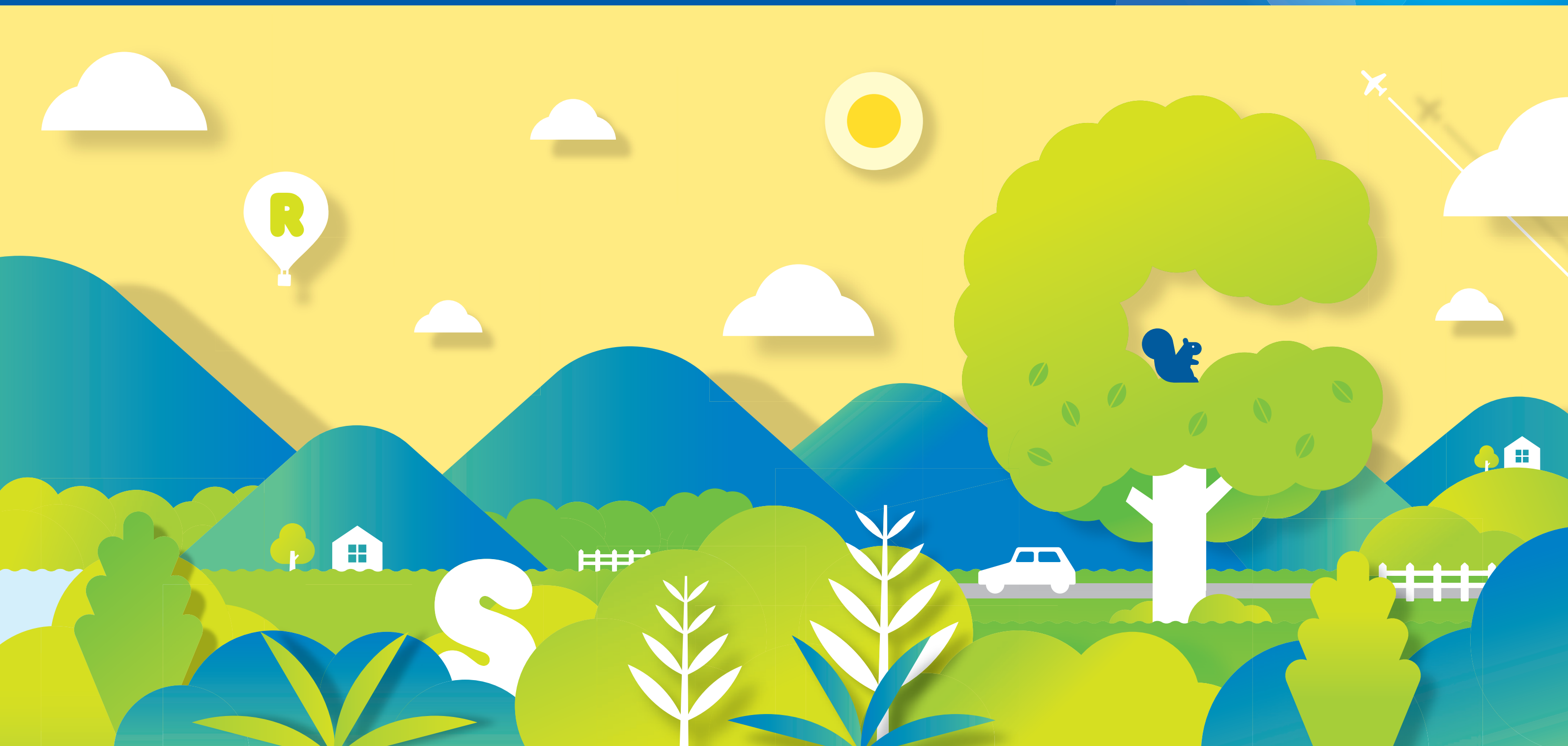
©2016.DNP

PRINTED IN JAPAN

DNP

CSR REPORT 2016

DNPグループ
CSR報告書



DNPグループ CSR報告書2016

CONTENTS

02 情報開示についての考え方／編集方針
会社概要

未来のあたりまえをつくる。 03 トップメッセージ
05 社会に向き合ってきたDNPの歩み
07 人と社会の未来のためにDNPの新しい価値づくり

09 【特集①】
地球と人にやさしく。
「機能性フィルム」が実現する未来の姿
13 【特集②】
情報を守るプロとして。
最先端の「情報セキュリティ」を

DNPのCSR活動

- 17 果たすべき3つの責任
19 重点テーマの設定
- 重点テーマ別活動報告
21 人間の尊厳と多様性の尊重
22 安全で活力ある職場の実現
23 製品・サービスの安全性と品質の確保
24 情報セキュリティの確保
25 サプライチェーンを通じた社会的責任の推進
26 環境保全と持続可能な社会の実現
27 企業市民としての社会貢献
28 情報の適正な開示
29 法令と社会倫理の遵守
30 事業継続のための体制構築

31 2015年度 CSRマネジメント報告

37 第三者意見

38 CSR・環境委員長メッセージ

表紙デザインについて

DNPグループビジョン2015の「人と社会をつなぎ、新しい価値を提供する」をコンセプトに、DNPのCSRが自然の至るところで共生し、持続可能な社会の発展に貢献する様子をデザインしました。



グループヴィジョンズ

1993年設立のデザイン・スタジオ。グラフィックやモーショングラフィックを中心に、音楽、出版、プロダクト、インテリア、ファッション、ウェブなど多様な領域で活躍。主な仕事にPIZZICATO FIVEステージヴィジュアル、広告批評・Metro Min.などのエディトリアルデザイン、EXPO 2005 AICHI JAPAN 愛・地球博などのモーション・グラフィック、メゾンエルメス ショーウィンドウディレクション、ggg第301回展など。

詳細な環境情報は「環境報告書」で報告しています。



DNPグループ環境報告書2016 (PDF)
<http://www.dnp.co.jp/csr/>

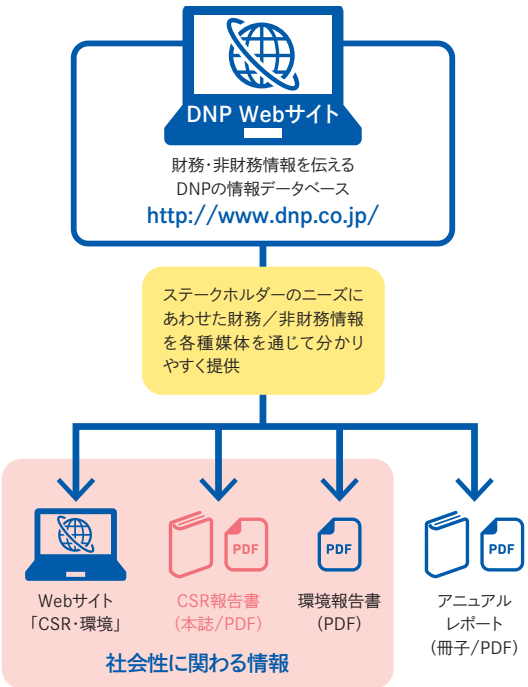
情報開示についての考え方／編集方針

- ◆DNPは、企業活動に関わるさまざまな情報を適正に開示することで、説明責任を果たしていきます。
- ◆この考え方にもとづき、社会の皆さまに多面的・統合的に当社をご理解いただくため、Webサイトや各種媒体を活用し、財務／非財務情報を適切に発信しています。
- ◆社会性に関わる情報は、CSR報告書や環境報告書、Webサイト「CSR・環境」にて開示を行っています。
- ◆本誌では、DNPが社会に対して果たす役割について、事業活動やそのプロセスの側面から報告します。

◇報告対象期間：2015年4月1日より2016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
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。


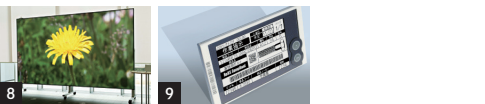
◇発行：2016年6月(次回発行予定：2017年6月)



DNPグループCSR報告書2016 アンケート
ご意見やご感想をお寄せください。 <http://www.dnp.co.jp/csr/enquete/>

会社概要 (2016年3月31日現在)

商 号：	大日本印刷株式会社 Dai Nippon Printing Co.,Ltd.	従業員数：	39,198名(連結) 10,676名(単体)
本 社：	東京都新宿区市谷加賀町1-1-1 TEL03-3266-2111(総合案内)	グループ会社：	グループ連結子会社 114社 持分法適用関連会社 15社
U R L：	http://www.dnp.co.jp/	財務データ：	連結売上高 1兆4,559億円(前年比0.4%減) (2016年3月期)
創 業：	1876年(明治9年)10月		連結営業利益 454億円(前年比5.6%減)
設 立：	1894年(明治27年)1月		連結経常利益 526億円(前年比2.1%減)
資本金：	114,464百万円		連結当期純利益 335億円(前年比24.8%増)

事業分野：		売上高構成比										
印刷事業	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	56.2%										
	生活・産業部門 包装、住空間マテリアル、産業資材 など	26.2%										
	エレクトロニクス部門 ディスプレイ製品、電子デバイス、光学フィルム など	13.6%										
清涼飲料事業	清涼飲料部門	4.0%										

1 雑誌・書籍
2 ICカード・磁気カード
3 フォトブック・昇華型熱転写記録材
4 パッケージ
5 PETボトルとプリフォーム(写真左)
6 PETボトル用無菌充填システム
7 自動車用内装材
8 プロジェクター用スクリーン
9 電子ペーパーシステム
10 清涼飲料水

Top Message

トップメッセージ

「未来の
あたりまえ
をつくる。」

2016年4月、熊本地震で失われた尊い命に深い哀悼の意を捧げますとともに、被災された方々に心からお見舞いを申し上げます。

今回の地震によるDNPグループへの影響につきましては、社員全員の無事を速やかに確認できました。福岡県内の各工場の被害は軽微であり、通常操業を行っています。DNPはこれまでも災害に強い企業を目指して、各事業部門の特性にあわせた事業継続計画(BCP)をまとめ、緊急時に備えてきましたが、今回の地震を契機として、より一層の防災力強化を図っていきます。

社会に向き合い新たな価値を創出

DNPは、1876年(明治9年)に創業し、「文明ノ業ヲ営ム」ことを目指しました。これは、当時の最先端技術である「活版印刷」をもとに、日本の近代化のために不可欠な出版・情報流通の基盤を構築し、文明に資する事業を行うという志であり、社会の発展に寄与するという創業理念ともいうべきものでした。その後、印刷技術を応用発展させて、包装、建材、証券・カード、エレクトロニクス、情報記録材、ライフサイエンスなどの分野に進出を果たし、社会のさまざまな基盤を支えています。事業の規模も内容も大きく変遷しましたが、創業の志はそのまま、「人と社会をつなぎ、新しい価値を提供する」という現在の企業理念に受け継がれています。

いま社会は、戦後の混乱期に匹敵するほどの大きな変化のなかにあり、さまざまな課題に直面しています。DNPは、こうした社会課題の解決を図り、新たな価値を創出し、自らが持続的に成長を遂げることで、社会の持続的な発展に貢献していくことを目指しています。そのためには、社員一人ひとりが主体的に、社会の課題や変化を的確にとらえ、グループが持つ強みを組み合わせて、迅速に解決策を生み出していくことが大切だと考えています。

そうした考えで生み出される製品・サービスやシステム等は、いつしか身の周りにあって生活やビジネス、社会の仕組みにとって不可欠なものになっていくはずです。DNPでは、これを「未来のあたりまえをつくる。」という言葉で表し、具体的な取組みを進めています。本報告書では、そのなかから、地球と人との共生に貢献する「機能性フィルム」、安全・安心な高度情報化社会のための基盤となる「情報セキュリティ」について紹介します。

国内外の課題への対応

2015年は、国際社会において、企業行動にも関係する二つの歴史的な合意がなされました。そのひとつは、9月の国連総会で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」で、2030年までに貧困等の人権問題を撲滅し、持続可能な開発を実現するための国際的な指針です。そしてもうひとつは、12月の国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)で採択された地球温暖化に関するパリ協定です。これらの合意採択された目標や協定は、行政機関だけでなく、民間組織、個人に至るまでの全員が協力して取り組まなければ解決できない喫緊の課題といえます。

私たちがこうした問題に対して主体的に取り組み、責任を果たしていきたいと考えています。具体的には、人権については、「DNPグループ行動規範」のなかで『人類の尊厳は最も大切なものであり、いかなる差別的言動も行ってはならない』ことを定め、グループ全体にその徹底を図っています。そして、2015年はグループ内のすべての海外拠点を対象に、私たちの事業活動がステークホルダーの皆さまにマイナスの影響をおよぼしていないかの確認作業を行いました。環境問題については、温室効果ガス排出量の削減を強化するため、2014年に2030年をターゲットとする長期目標を定めました。また、より重要

度が増している水使用量の削減などの課題に対してもマネジメント目標を改定し、2020年の達成に向けて、新たな取組みをスタートしています。

DNPは、より良い社会の実現に向けて、企業市民としても広く社会に貢献をしていきたいと考えています。東日本大震災の復興支援については、社員による現地ボランティア活動を継続しており、2015年も石巻市において仮設住宅の清掃活動や漁業支援などを行いました。また、今般の熊本地震におきましても、被災地や被災された方々に心を寄せ、一日も早く復興することができるよう、さまざまな支援を行っていきます。

2016年10月、DNPは創業140年を迎えます。これまでに築いてきた社会や企業、生活者からの「信頼」や「期待」はDNPの重要な資産であり、大きな価値となっています。これからもDNPは、創業時の志を継承し、社会のさまざまな課題や期待に真摯に応え、社会からさらに信頼される企業になるよう努めていきます。

代表取締役社長

北島義俊

社会に向き合ってきた DNPの歩み

DNPの歩みは、常に生活者、企業、社会の課題とともにありました。時代の変遷のなかで生じるさまざまな社会問題、未来の社会づくりに求められる課題と向き合い、その解決につなげていく製品やサービスを開発することで、私たち一人ひとりの身近に、あたりまえに存在するようにしていくこと。未来の価値をつくりあげていくこと。その挑戦のなかで築いたDNPの技術を、さらに進化させることで未来の社会に貢献していきたいと考えています。

情報
コミュニケーション

1870

1876
DNPの前身「秀英舎」創業、活版印刷開始



1882
活字の販売開始

1886
市谷加賀町に第一工場を開設

1935
秀英舎と日清印刷が合併、大日本印刷発足

1944
技術部研究室（現・研究開発センター）発足

1949
東京証券取引所に株式上場

1950

1951
「拡印刷」スタート

1956
企画部門を設置
企画から印刷・製造までの一貫体制を確立

1963
北海道コカ・コーラボトリング設立



1964-69
海外駐在員事務所を相次ぎ開設（ニューヨーク、法兰克福など）

1980

1975
画像情報のデジタル処理を開始


1986
グラフィックアート専門のギンザ・グラフィック・ギャラリー（ggg）を開設



1998
「DNPグループ環境報告書」の発行開始

2000

2001
DNPグループ
21世紀ビジョン発表



2006
「ルーヴル・DNP ミュージアムラボ」開始

2014
DNP京都太秦文化遺産ギャラリーを開設

2015
DNPグループビジョン2015発表

1877
書籍「改正西国立志編」完成
板紙を開発

初の国産洋製本




1898
証券印刷開始

1910
オリジナル書体、秀英体活字ほぼ出揃う



1925
雑誌「キング」を印刷
空前の大ベストセラー

1945
紙幣を印刷



1955
「広辞苑」を印刷

1956
「週刊新潮」を印刷




印刷の体制を整え
出版社による
週刊誌の発行が可能に

1965
帳票量産開始


1972
コンピュータ組版システム（CTS）取組開始



1973-74
磁気通帳・磁気カードの
本格生産開始



1978
大型ホログラムを開発



1983
ICカード開発



ICのOSや
アプリケーションの開発
に強み

1984-85
溶解型・昇華型熱転写記録材（インクリボンなど）の開発

1985
CD-ROM版電子辞書を
開発

日本初の
CD-ROMソフト

1995
インターネットサービス「MediaGalaxy」の運用開始

2000
インターネットデータセンターを開設

2001
出版コンテンツの販売サイト「ウェブの書斎」を開設

2001
携帯電話SIMカードを開発

2005
セルフ型プリントシステム「PrintRush」導入

2010
電子書籍サービス「honto」開始

2013
DNP柏データセンターを開設



Pick Up 1997年 プリフォーム供給方式PETボトル無菌充填システムを販売開始

おいしさも地球も長持ちさせる

かつて飲料容器はガラス瓶や缶が主流でした。1982年、食品衛生法が改正され清涼飲料用にPETボトル使用が認められると、その利便性から世の中に普及しました。一方で、1980年代になると地球環境問題が注目されるようになりました。1997年、DNPが環境対応をコンセプトに販売を開始したのが「プリフォーム供給方式PETボトル無菌充填システム」です。「プリフォーム」（試験管の形をしたPETボトルの原型）を納入し、飲料工場でボトルを成形する、インライン成形方式を採用しました。プリフォームの状態で行くことで、輸送効率が約7倍良くなりました。また、ボトルの軽量化により原材料（石油由来）の使用量が約18%削減、製品のライフサイクル全体で排出されるCO₂量も従来の耐熱ボトルより約35%削減しました。加えて、高温で短時間殺菌した飲料をすぐに冷却し、常温でボトルに入れるので、栄養素が壊れにくく、おいしさや香りが長持ちします。環境にも優しく、生活者のメリットも考えたシステムです。



生活・産業

1951
紙器、軟包装分野に本格参入



1952
化粧紙の印刷を開発

1961
鋼板への直接印刷開始

1967
プラスチック成型容器の生産開始

1969
ラミネートチューブ生産開始



1958
カラーテレビ用部材、シャドウマスクの試作に成功

カラーテレビの
国産化が可能に



1964
リードフレーム製造開始



1959
半導体用回路原版となる
フォトマスクの試作に成功

超微細加工技術が
電気製品の
小型化・薄型化に貢献

1976
コーヒークリーム用無菌充填システム開発

1976
液体紙容器を開発



1983
多層バリアフィルムを開発

1984
PETボトルの生産を開始

1996
リチウムイオン電池用電極板の製造技術を開発

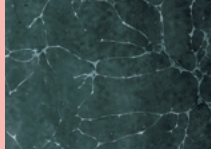
エネルギー関連部材
分野へ

Pick Up
1997
プリフォーム供給方式PET
ボトル無菌充填システム
を販売開始

1999
リチウムイオン電池用ソフトパックを製品化

2004
毛細血管パターン形成に成功

印刷技術を
ライフサイエンス分野
に応用

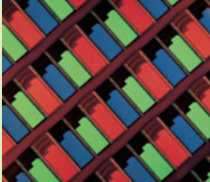


2007
宇宙日本食向けパッケージ開発



2013
包装の工場をベトナムに開設

1985
液晶ディスプレイ用カラー
フィルター生産技術の開発



1995
多層配線形成技術を発表

1997
液晶ディスプレイ向け反射
防止フィルムの本格生産
開始

1999
半導体パッケージ用超高
密度多層基板を開発

2001
MEMS（微小電気機械システム）の受託加工開始

2001
フレキシブル有機ELディスプレイを開発



人と社会の未来のために DNPの新しい価値づくり

2015年、「DNPグループビジョン2015」を発表しました。創業時、「文明ノ業ヲ営ム」という表現で示していた「新しい価値を社会に提供していく」という志を現代に受け継ぎ、DNPのあらゆる活動を支える根幹となるものです。DNPには、140年間積み上げてきた多くの資産があります。それらを土台とし、「DNPグループビジョン2015」を価値創造の道標とし、社会の誰もがその存在を欠かせないものと感じる「あたりまえ」の新しい価値をつくっていきます。

2016

2015

DNPグループビジョン2015

企業理念

DNPグループは、人と社会をつなぎ、新しい価値を提供する。

事業ビジョン

P&Iイノベーションにより、4つの成長領域を軸に事業を拡げていく。

行動指針

対話と協働

新しい価値を生み出す土台

資産

- 純資産：10,632億円
- 総資産：17,186億円

人財

従業員数：39,198名（連結）
（国内34,545名、海外4,653名）

知的財産

国内特許保有権利数：11,858件

製造・営業拠点

- 製造拠点数：国内56カ所、海外14カ所
- 営業拠点数：国内40カ所、海外25カ所

研究開発拠点

- 研究開発センター
- 技術開発センター
- AB（アドバンストビジネス）センター
- 事業分野の開発部門

- 研究開発費：318億円（2016年3月期）

（2016年3月31日現在）



Future

「未来の
あたりまえ
をつくる。」

新しい価値づくり

人々が多様性を認め合う社会、そして持続可能な社会の実現が求められています。「地球環境に対する負荷を減らしたい」「大切な情報を守りながらコミュニケーションを深めたい」「安全な生活空間で心地良く暮らしていきたい」、そんな「あたりまえ」を望む声が社会から聞こえてきます。私たちはこうした社会の要望に先んじて、効果的な解決策を示していきたいと考えています。

09ページより、新しい価値づくりの事例を紹介しています。



4つの成長領域

知とコミュニケーション



食とヘルスケア



住まいとモビリティ



環境とエネルギー



～DNPグループビジョン2015～

Stakeholder Dialogue

2016年3月、昨年に引き続き、一般社団法人CSRレビューフォーラム^{*}（CRF）の4名のレビューの方々とステークホルダー・ダイアログを行いました。DNPからは取締役・執行役員4名が参加しました。テーマは、「DNPグループビジョン2015」。事業活動を通じて社会に新しい価値を提供し、社会課題の解決に取り組むDNPに対して、活発な意見交換がなされました。

《CRFからは、提言と本誌に対する第三者意見をいただいています。（37ページ参照）》

（CRF）昨年「DNPグループビジョン2015」を発表されましたね。（DNP）はい。これまでの「DNPグループ21世紀ビジョン」を発展させ、より能動的に社会に貢献していく意思を示しています。（CRF）DNPが自ら課題を設定し、価値創造へ能動的になるという意思を示されたことは、社会にとって歓迎すべきことだと思います。事業ビジョンに掲げられた4つの成長領域はどのように決められたのですか？（DNP）まず世界的にどのような社会課題があるのかを認識しました。そのなかで、私たちの強みをいかして優先的に取り組める領域はどこであるか、を検討しました。これらの領域で、DNPの強みである「P&I（Printing & Information）」をいかし、社会課題解決に寄与する新しい価値を創造していこうと考えています。（CRF）この成長領域は、DNPが貢献できる領域の社会課題群であり、事業の成長にも貢献する領域であるとして示されて



いるもので、客観的に見て、妥当な領域群であると思います。

（DNP）いままでにない斬新な価値を生み出すことは、私たちだけではできません。そこで、行動指針として『対話と協働』を掲げ、社内外のさまざまな人々と連携していく姿勢を示しました。

（CRF）すばらしい姿勢ですね。事業を生み出すプロセス、事後のレビューなどさまざまな場面において、ステークホルダーと対話を重ねることで、事業活動が練磨されていくと考えます。BtoB事業を主とするDNPは、消費者（生活者）にとって身近な企業とは言い難いのは事実です。ですが、このような企業こそ、生活の質を決め、社会を変える力を持っています。企業と生活者をつなぐ役割であるDNPだからこそできる社会への貢献を期待しています。

^{*}CSRレビューフォーラムは、持続可能な社会の実現に向けて、社会課題の解決に取り組む複数の市民組織（NGOや消費者団体等）またはそこに所属する個人がアライアンスを組んで設立した民間の非営利組織です。社会的責任に関する国際規格「ISO26000」をベースに、企業活動への第三者レビューを行う「CSRレビュープログラム」を提供しています。

地球と人にやさしく。 「機能性フィルム」が

実現する未来の姿

地球環境を守りながら経済を発展させることは、
日本のみならず世界中の国々が抱える共通の課題です。
この課題を解決するため、
DNPが出したひとつの答えが機能性フィルムです。
DNPが培ってきたさまざまな技術を、
進化・発展させて応用することで、
必要となる機能を発現させることに成功し、
多彩な機能性フィルムを生み出すことができました。
DNPの機能性フィルムは、省エネや省資源を推進する、
画期的な製品として注目されています。



機能性フィルム開発の歴史

食品の包装から始まった機能性フィルムの開発の歩みは、60年以上にわたって続いてきました。その長い歴史のなかで生み出された製品は、環境問題への対応にとどまらず、快適な住空間の創出や産業資材分野においても、大きな成果を挙げています。



**機能性フィルムがもたらす新しい価値が、
多領域で環境負荷の低減に貢献する。**

DNPが提供している多彩な機能性フィルムは、印刷事業において進化した独創的な技術を、機能性素材の開発に応用したことから生まれました。金属に微細なパターンを形成するためのフォトリソグラフィ技術や、インキを均一に塗布するコーティング技術などをフィルムに注ぎ込んだ結果、「光」「熱」「液体」「気体」「エレクトロニクス」などを制御する機能を実現したのです。その機能がもたらす付加価値は、豊かな社会をつくるために避けて通れない環境保全という大きな課題の解決のために待ち望まれていたものでした。

いま、DNPの機能性フィルムは、環境負荷の低減に貢献する新しい素材として、幅広い分野で活用されています。例えば、リチウムイオン電池用の外装材として電解質などの材料を密封する「バッテリーパウチ」。従来は金属缶であったものを、水蒸気に強い多層フィルムによるラミネートパウチに替えて小型化・軽量化しました。自動車をはじめとする車両のバッテリーの軽量化は、燃費の向上により消費エネルギーを減らし、CO₂排出量の削減につながります。スマートフォンやタブレット端末のバッテリーにも採用され、世界的にも高いシェアを獲得することができました。そのほか、アルミ箔を使わず食品保存を可能にしたバリアフィルム、医療用の薬液を保

存するキャリアバッグなど、さまざまな領域で利用されています。DNPのコア技術を結集した機能性フィルムの可能性は、さらに大きく広がっていくでしょう。その価値が環境に関連した課題の解決に貢献し、より良い未来をつくる力になるよう、DNPはさらに開発を進めていきます。



常務執行役員
山口 正登

貼って、重ねて、接着して。 DNPの機能性フィルムが描く 省エネルギーのかたち。



DNP採光フィルム(12ページ)施工例

樹脂ガラスや炭素繊維強化プラスチック(CFRP)など、優れた特性を持ちながら、強度やコストの問題で十分に活用できていなかった材料があります。DNPの機能性フィルムは、こうした材料と組み合わせることにより新たな用途を切り拓き、環境保全への貢献を目指して実用化を進めています。また、エネルギーを使わずに光や熱をコントロールするフィルム製品を開発し、成果を上げています。省エネ、省資源をテーマに、機能性フィルムが実現する未来の姿をご紹介します。

軽量化

車体重量軽減により、燃費を向上し、エネルギー消費量とCO₂排出量を削減。

約40%軽量化^{※1}の可能性を持つ 自動車用樹脂製ウインドウの実現に貢献する DNP超耐候ハードコート転写フィルム

近年、自動車は高機能化や安全対策・環境規制等に対応するため、搭載部品が増え、エネルギー消費量やCO₂排出



DNP超耐候ハードコート転写フィルムを施した樹脂ガラスサンプル

量が増大しています。そこで注目されているのが、ガラス製のウインドウやサンルーフから樹脂への切替です。ガラスの約半分の重さの樹脂ガラスは、車重の軽量化につながりますが、反面、傷つきやすく耐候性が低いという問題がありました。

DNP超耐候ハードコート転写フィルムは、樹脂に転写するだけで表面の耐磨耗性を向上させ、紫外線による劣化を防ぎます。フィルム転写によるコーティングはDNPだけが実現したオリジナル技術で、吹付け塗布に比べて簡易で歩留まりが高いというメリットがあります。すでに一部の建設機械に導入されており、今後は自動車をはじめ、電車などの各種車両への採用が期待されます。

炭素繊維強化プラスチック(CFRP)と 異種素材を接着する DNP粘接着フィルムが軽量化に貢献

CFRPは、重量がアルミの10分の1と軽く、強度に優れた樹脂として航空機やレーシングカーに使用されています。しかし、一般の自動車への採用では、製造コストが課題となっています。そこで、自動車メーカーではCFRPを金属材料とともに使用し、コストを抑えながら自動車を軽量化する技術に取り組んでいます。その実現に大きな役割を果たすのがDNPの粘接着フィルム。フィルム状の接着材でCFRPとアルミ等の金属をしっかりと接合します。ボルトやネジなどのパーツが不要になり、また、液状接着剤のようにはみ出すこともなく、さらに、仮止めや貼り直しをした後に熱や紫外線で接着強度を上げられるため、作業の効率化と歩留まり向上にも効果を発揮します。金属溶接の代替や橋梁等の傷んだコンクリートの応急補修など、さまざまな用途への活用も進められています。



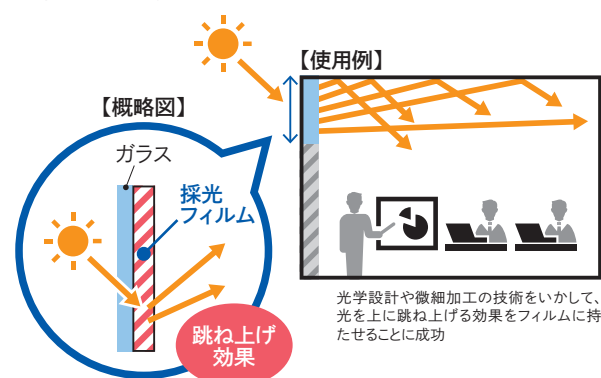
アルミとCFRPなど異素材を接合

ゼロエネルギー

光や熱の制御により、快適な暮らしや省エネに貢献する。

自然光を有効利用するDNP採光フィルムが 消費電力削減と快適な空間を実現

近年、生物に備わる昼と夜を作り出す1日のリズムについての研究が進み、日照のサイクルが健康や仕事の効率におよぼす影響が注目されています。DNPが開発した採光フィルムは、窓ガラスに貼るだけで、フィルム内部の構造により、窓から入る太陽光を天井などに効果的に反射、拡散させて、部屋全体を明るくします。日当たりの悪い北側の窓に使った場合、室内の明るさが2倍に向上し^{※2}、照明エネルギー(電気代)が13%削減されました。^{※3} この採光フィルムはすでに商品化され、住宅やオフィス、店舗、病院など各種施設への導入も進んでいます。ある銀行の支店へ試験的に導入し、来店客にアンケートをとった結果、87%の人が明るく快適になったと回答しました^{※4}。紫外線を99%カットし、割れた際の飛散を防止するなど、さまざまな機能を備えたDNP採光フィルムが、明るく豊かな暮らしを実現します。



※2 当社調べ 2015年6月5日午前9時から午後6時までに測定した最大値
※3 当社調べ 2014年7月21日午前9時から午後6時までに測定
※4 当社調べ

電源のいらないDNP多機能断熱ボックスで 日本のおいしさを世界に届ける

生鮮品やエレクトロニクス製品等の温度管理を必要とするサプライチェーンは、品質保持のために輸送時間の短縮や冷蔵用の電源確保という課題を抱えています。DNPは、この課題にハイバリアフィルムを用いて応えました。グラスウールをハイバリアフィルムで密封した真空断熱パネルを利用して、高い保冷性と積載効率を両立したDNP多機能断熱ボックスを開発したのです。保冷するための電源を必要としないので、常温の輸送車でも冷蔵品を運ぶことができます。日本国内だけでなく、保冷したまま輸送するコールドチェーンの維持が難しい東南アジア諸国へ生鮮品を輸出する際にも大きな役割を果たすでしょう。高い断熱性を利用して冷蔵品を常温品に混載して輸送



Future Visions

環境を超えて、さまざまな領域に広がる機能性フィルムの可能性



フィルム成膜技術とラミネート技術を応用し、「DNP農業用フィルム」を商品化しました。このフィルムは、高い光反射性能と保湿性に優れ、汚れにくく耐久性もあるため、作物の育成を長期に促します。今後、地球温暖化や人口の爆発的増加、深刻な水質汚染や農薬による土壌汚染などで、従来の土耕栽培の生産性は限界がくると指摘されています。代替として注目される水耕栽培は、光や水の効率的な管理が鍵を握るため、この分野においても「DNP農業用フィルム」への注目が高まっています。



千葉県での試験風景



スマートフォンなどのタッチパネルにも、タッチセンサー配線用の透明導電フィルムが使われています。DNPの「銀ナノワイヤーフィルム」は、優れた導電性と高い光透過率により、現在主流のITO(Indium Tin Oxide)フィルムでは難しい大画面化や折り曲げ・フレキシブル化が低コストで実現可能で、電子機器を進化させる可能性があります。



銀ナノワイヤーフィルムアクリル半円台(R=75mm)

銀ナノワイヤー拡大画像(倍率:2,000倍)

※1 「JAMAGAZINE」2013年3月号／一般社団法人 日本自動車工業会

情報を守るプロとして。 最先端の「情報セキュリティ」を

インターネットの普及とITの進化は社会に大きな変革をもたらし、便利で豊かな暮らしを実現しました。その一方で、企業や個人を取り巻く情報が、さまざまな形で漏えいするというリスクが高まっています。

企業が有する重要情報が流出してしまえば、その影響の範囲は計り知れません。近年、外部からのサイバー攻撃や、内部での情報管理不徹底による情報の紛失、悪意のある人間による情報搾取などにより、重

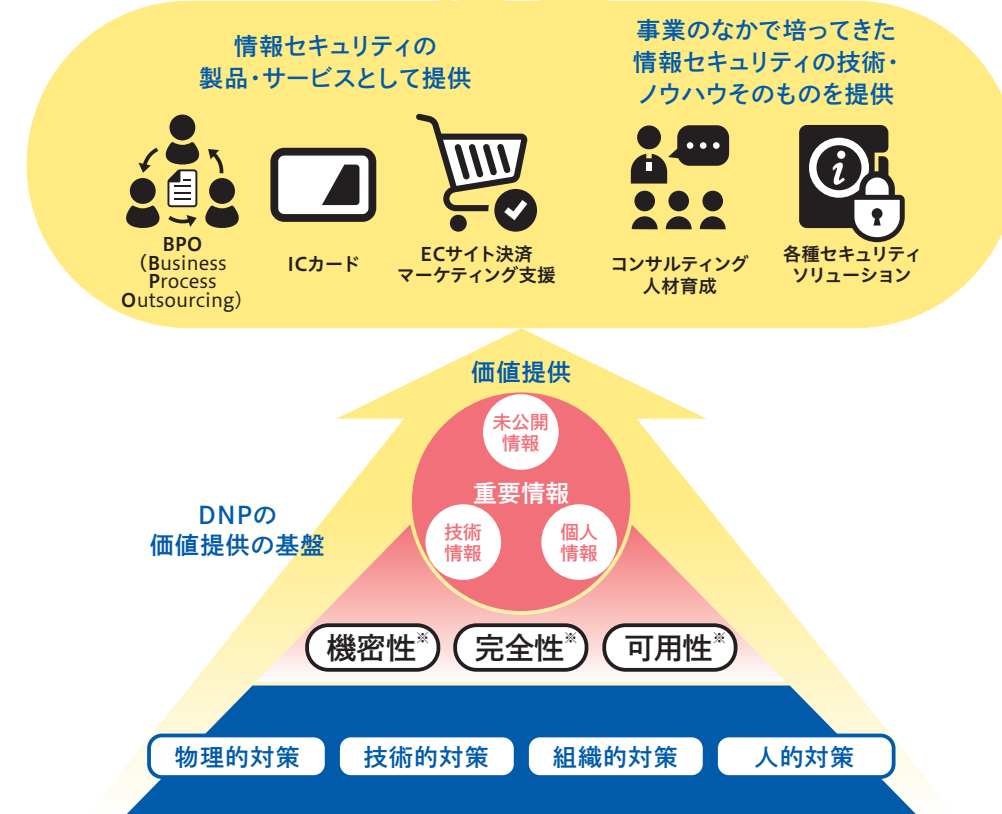
要な情報の漏えいが増えているなか、企業には高度なセキュリティ対策が求められています。

DNPIは、これらの課題が解決され、安全で安心できる高度なセキュリティ水準を保ちながら、豊かなコミュニケーション環境が整えられている社会が「未来のあたりまえ」だと考えます。

私たちは創業以来、顧客よりお預かりしたたいせつな情報を適切に扱ってきました。140年間の積み重ねが、技術やノウハウとなり、「情報を守るプロ」としての強固なセキュリティ基盤をつくりあげました。この基盤をいかし、社会に有用な、独自の情報セキュリティソリューションを提供していきます。



社会



印刷事業で培った実用性の高いソリューションが、 情報セキュリティの基盤となる。

DNPIは、1876年の創業以来140年にわたって、お客さまからお預かりした情報を厳重に管理し、慎重かつ適正に扱ってきました。発行前の書籍・雑誌の内容をはじめ、新製品の写真等の未公開情報、半導体の製造に関わる技術情報から金融機関の各種明細書等の処理に必要な個人情報まで、あらゆる重要情報を扱うため、工場における物理的なセキュリティはもちろん、作業フローの設計、社内規定、そして、社員教育などを徹底してきました。こうした長い歴史のなかでの取組みは、技術、経験、ノウハウの蓄積につながり、DNPの企業文化としても定着しています。私たちが企業や生活者に提供する製品やサービスのすべてに、お預かりする情報に関わる安全・安心という付加価値が含まれているのです。情報セキュリティは、まさにDNPの事業の基盤といえるでしょう。DNPIは印刷事業で培った情報セキュリティの仕組みやノウハウを、実用性の高いソリューションとして企業や生活者に提供しています。それは、サイバー攻撃による情報漏えいなどから企業を守るた

めの物理的対策から技術的対策、組織的対策、人的対策まで広範囲におよびます。ソフトやシステムを提供するだけでなく、各社でのセキュリティシステムの構築が難しい業務をBPOにより受託することも、DNPの情報セキュリティサービスの一環です。DNPIはこれからも情報セキュリティ事業の先駆者として、高度情報化社会の安全・安心な基盤づくりに力を注いでいきます。



専務執行役員
墓田 栄

BPO

大規模な社会システムへの対応においても
業務の効率化と安全・安心を実現強固な情報セキュリティで
企業の成長をバックアップ

企業が収益を高め成長するためには、社会に有益な製品・サービスを提供するだけでなく、業務の最適化・効率化が欠かせません。一方、事務処理での個人情報はじめとする膨大な重要情報の保護は、あらゆる分野で重要性が増しています。こうした社会状況のなか、業務の効率化と情報セキュリティの確保を両立させるため、専門的な技術・ノウハウ・経験を持つ信頼できる企業に、自社の業務プロセスを委託するBPO(Business Process Outsourcing)が発展しました。

DNPは創業以来、書籍やカタログ、金券・証券、ビジネスフォームやICカードなど、顧客企業からお預かりした

たいせつな情報を安全・確実に処理・管理してきました。1980年代以降は、金融業界を中心とした事務帳票類のBPOニーズが拡大しています。DNPは、顧客の業務課題の分析から、最適な運用体制やシステムの構築、最良の業務プロセスの企画・設計・運用までトータルに支えるBPO事業を進化させ、企業の成長と安全・安心な社会の実現に貢献しています。

信頼と実績が可能にする
マイナンバー対応支援サービス

2016年1月に本格運用が始まったマイナンバー制度。「DNPマイナンバーWEB収集サービス」は、スマートフォンで個人番号通知カードや個人番号カードを撮影するだけで、マイナンバーを勤務先や金融機関などに申告できるサービスです。申告書類を郵送する必要がないため、本人や企業担当者の負荷軽減、記入ミスによる処理遅延の防止、郵送コストの削減などの効果を発揮します。データの保護についても、ネットワーク通信やサーバ保管における高度な暗号化で対応します。また、申告書類によるマイナンバー収集業務のBPO対応や、特定個人情報の取扱いに関するコンサルティング、担当者の教育と組み合わせたトータルなセキュリティサービスとして提供することで、企業のマイナンバー対応を幅広く支援しています。

DNPのこうした幅広いBPO事業を可能にしているのが、顧客との信頼にもとづいた実績です。ある保険会社の株式会社化に伴う保険契約者800万人への通知と返送物の事務処理や、約90社の金融機関のNISA申請受付業務など、DNPだからこそできるBPOにつながっています。



スマートフォンでWebアプリを起動して、個人番号カード(通知カード)を撮影(イメージ)

サイバーセキュリティ

「事故前提社会」という想定のもとに
サイバー攻撃に対応できる人材育成をサポート

常に時代に即した情報セキュリティを構築



ICカードのトップベンダーとして、企業情報、個人情報などを適切に管理する技術確立

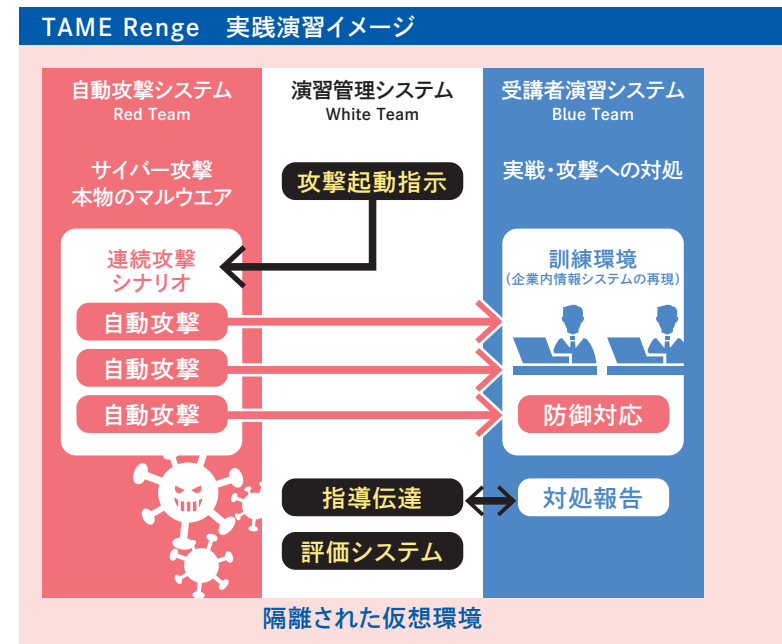
個人情報の漏えいやデータの破壊・改ざんなど、企業が直面するサイバー攻撃のリスクは高まっています。2014年には「サイバーセキュリティ基本法」が制定され、2015年末には「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」が公開されました。

安全・安心な情報セキュリティ対策の構築は、企業経営のみならず、社会のインフラに関わる大きな課題となっています。DNPは印刷会社として顧客企業から重要な情報をお預かりするなかで経験やノウハウを蓄積し、常に時代に即した情報セキュリティ体制を確立してきました。1980年代にスタートしたICカード事業においては、ICチップの設計からOS、暗号プログラムに至るまで自社で開発。その技術が業界標準として認められたことにより、銀行間でキャッシュカードを相互利用できるようになったという実績を持っています。DNPは、ウイルスやハッカーが大きな話題となる前から、情報セキュリティに取り組んできたのです。

被害を最小限に抑える訓練プログラムを開発

企業を狙うサイバー攻撃は日々進化し、巧妙かつ高度化しています。どれほど強固な対策ツールを導入したとしても、100%完全に防げる保証はありません。これからは、万一侵入された時にどう対応するかという「事故前提社会」における情報セキュリティの発想が必要になります。ネットワークへの侵入を許しても、素早く検知し、影響を受ける範囲を特定して、被害を最小限に抑えるためのセキュリティ体制を構築することが重要です。そのためには、想定外のサイバー攻撃へ臨機応変に対処できる人材を育成しなければなりません。DNPは、2015年の秋に、世界トップレベルのサイバーセキュリティ技術を持つ

イスラエル・エアロスペース・インダストリーズ(IAI)社の「TAME Range(ティムレンジ)」という訓練システムの提供を始めました。



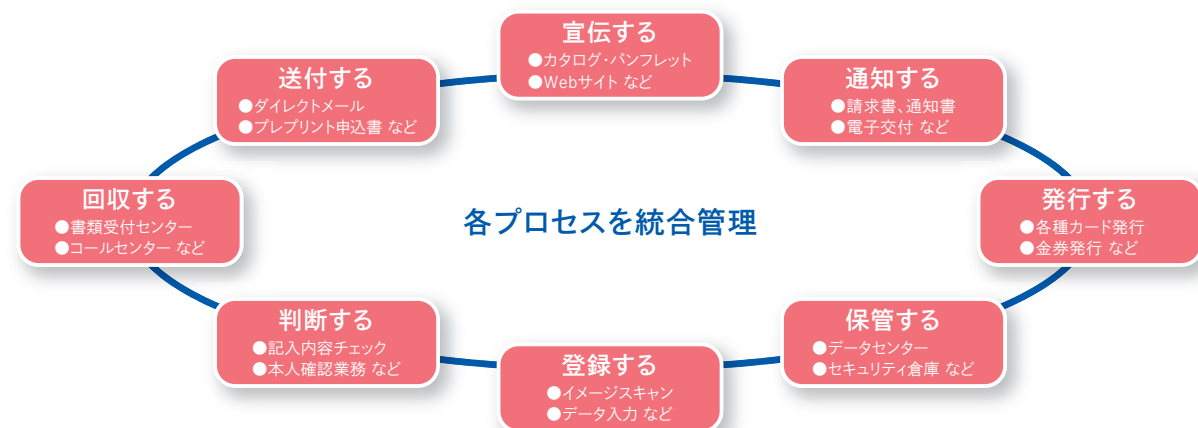
2016年3月には、「TAME Range」の訓練プログラムが学べる「サイバーナレッジアカデミー」を設立。その演習の内容は、仮想環境上に典型的な企業情報システムを再現し、本物のマルウェア(悪意を持ったソフトウェア)を侵入させて、4人1組のチームで攻撃に対処するという実践的なものです。この演習は、未知の攻撃にも適切に対処できるインシデント(事象)対応の考え方を身につけることを目的としています。

ただ守りを固めるだけでは防ぎきれないサイバー攻撃に対して、侵入を前提に人材を養成してセキュリティ基盤を構築する。DNPは、「事故前提社会」という新しい概念で、企業に実用性の高いソリューションを提供しています。



サイバーナレッジアカデミーの実践演習の様子

DNPのBPOサポート領域



果たすべき3つの責任

～信頼される企業であり続けること～

DNPは「あらゆるステークホルダーから常に信頼される企業であり続けること」を目指しています。

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。

DNPグループビジョン2015/行動規範

「3つの責任」をしっかりと社会に果たしていくための前提として、事業活動の根幹となる「DNPグループビジョン2015」と、全社員がとるべき誠実な行動を示した「DNPグループ行動規範」を定めています。ビジョンは「企業理念」「事業ビジョン」「行動指針」で構成されています。

これらは、社会課題の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」ともいうべきものです。

DNPグループビジョン2015

企業理念

DNPグループは、
人と社会をつなぎ、
新しい価値を提供する。

事業ビジョン

P&Iイノベーションにより、
4つの成長領域を軸に
事業を拡げていく。

行動指針

対話と協働

DNPグループ行動規範

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

国際的な規範

世界中に広がる市場やサプライチェーンのなかで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DNPI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・ネットワーク・ジャパンにも加入し、日本企業との連携を図っています。

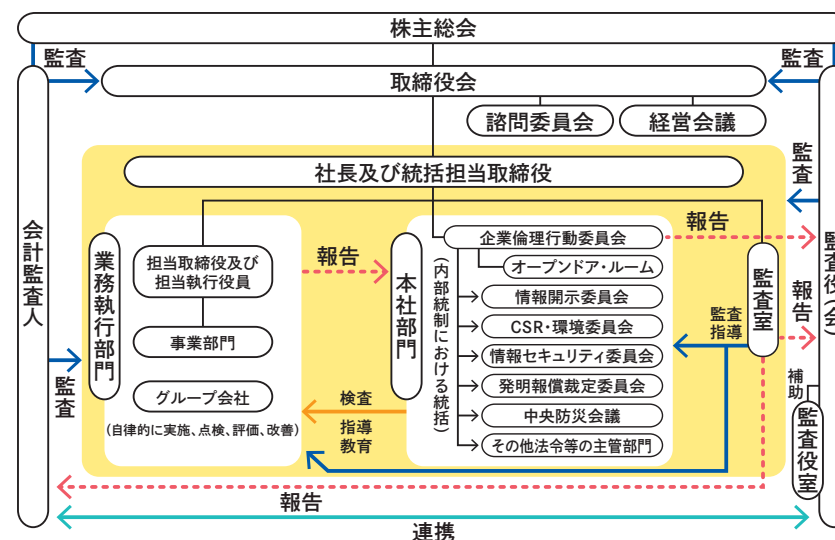
ほかにも、社会的責任に関する国際的なガイドラインであるISO26000や関連する国際条約・国際協定などの理念を尊重しています。



コーポレート・ガバナンスおよび内部統制システムの体制

DNPは、社会の持続可能な発展に貢献し、自身の企業価値を向上させて、あらゆるステークホルダーから信頼される企業となるために、コーポレート・ガバナンスの充実が経営上の重要課題であると考えています。

経営についての意思決定や業務執行、ならびにそれらを監督・監査する体制を構築し運用するとともに、社員の研修・教育を徹底し、総合的にコーポレート・ガバナンスの充実が図れるよう努めています。



1 果たすべき3つの責任 ———— 価値の創造



企業が社会のなかで果たすべき最も根源的な第1の責任は「社会に対して価値を提供する」ことです。社会の持続可能な発展のために必要な製品やサービスを提供することで、企業も成長していくという関係づくりが求められています。DNPは事業ビジョンを通じて、社会の課題解決に寄与する高い価値を提供し続けていきます。

2 果たすべき3つの責任 —————

誠実な行動

第2の責任は「価値創造のプロセスを公正・公平に遂行する」ことです。生み出した価値がどれほど優れ、社会に役立つものであっても、価値創造プロセスで環境を破壊したり、法に抵触したりすれば、その価値は損なわれます。DNPの全社員が「DNPグループ行動規範」に則り、常に誠実に行動していくことで、この責任を果たしていきます。



3 果たすべき3つの責任

高い透明性

(説明責任)



第3の責任は、社会に対して「説明責任を果たし、透明性の高い企業になる」ことです。DNPは、全社員が日々の業務においてステークホルダーと「対話」し、相手の意見を聞き、かつ自らも正しい情報を提供していくことで、説明責任を果たしていきます。

重点テーマの設定

～注力すべき活動を継続的に推進する～

DNPはCSR活動において推進すべき11の重点テーマを設定しています。

重点テーマの設定では、DNPの経営方針、事業内容と範囲などから継続して注力すべき課題を抽出し、その重要度、優先度を多角的に検討。同時に、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なガイドラインISO26000を中心に、関連する国際条約・国際協定、SRI(社会的責任投資)が重要視する社会課題、ステークホルダーからのご意見など、「社会の視点」を取り入れ、総合的な分析の上でCSR活動の重点テーマを設定しています。

また、重点テーマを軸にそれぞれの目標を定め、1年1サイクルとして、実績の確認と評価、および次年度の目標設定を行うPDCA(Plan-Do-Check-Action)サイクルを実践。CSR活動の継続的な改善につなげています。

21ページより、重点テーマ別に2015年度の主だった活動を紹介しています。なお、詳細なCSRマネジメント報告(目標・実績)については、31ページより掲載しています。





人類の尊厳と多様性の尊重

DNPIは、「DNPグループ行動規範」のなかで、人類の尊厳は最もたいせつなものであり、社員だけでなく事業活動が影響をおよぼすすべての領域において、いかなる差別的言動も行っていないことを定め、グループ内に徹底を図っています。

人権リスク調査を実施した海外拠点数

22社

(2015年4月～2016年3月)

TARGETS & RESULTS

中期目標	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・構築。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
2015年度目標	調査表により海外主要拠点の状況を把握し、リスク低減に向けた施策を検討
2015年度実績	全海外グループ22社を対象に、人権に関するリスク調査を実施。結果をもとにリスク低減策を検討
2016年度目標	<ul style="list-style-type: none"> ●事業活動における人権に関するリスクの把握を継続 ●人権に関するリスク調査の分析結果をもとに、リスク低減に向けた施策を検討・実施

TOPICS

海外拠点を対象に 人権に関するリスク調査を実施

近年、ビジネスが人権に与える影響への関心が急速に高まっています。DNPIは、「DNPグループ行動規範」のなかで、人類の尊厳は最もたいせつなものであり、社員だけでなく事業活動が影響をおよぼすすべての領域において、いかなる差別的言動も行っていないことを定め、グループ内に徹底を図っています。

2014年からは、人権デューデリジェンスの一環として、事業活動における人権に関するリスクの特定・把握を目的とした調査を始めました。2014年は、海外展開を積極的に進めている事業部へのヒアリング調査を行いました。2015年はより範囲を広げ、海外のすべての連結グループ会社22社に対して、書面調査を実施しました。調査の内容は、事業概要、従業員の状況、進出国/地域社会の状況、消費者/得意先の状況、調達先/委託先の状況、原材料の状況などについてです。

これまでの調査結果においては、重大な人権に関するリスクはないと認識しています。引き続き、さらなる結果の分析を進めるとともに、調査結果をもとにして、リスク低減策について検討を行っていく予定です。

人権リスク調査シート

TARGETS & RESULTS

中期目標	社会環境の変化に柔軟・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」を高める諸施策展開
2015年度目標	<ul style="list-style-type: none"> ●各組織で「働き方の変革」実行計画にもとづく活動を継続 ●「働き方の変革の実態調査」の継続実施と結果にもとづく改善活動
2015年度実績	<ul style="list-style-type: none"> ●各組織で「働き方の変革」実行計画にもとづく活動を継続。労使による時間資源有効活用プロジェクトにて進捗を確認(2回) ●「働き方の変革」実態調査を実施。「働きがい」は前回より良化。平均所定外労働時間は目標未達成
2016年度目標	<ul style="list-style-type: none"> ●各組織で「働き方の変革」実行計画にもとづく活動を継続 ●「働き方の変革の実態調査」の継続実施と結果にもとづく改善活動

TOPICS

働き方の変革 ～包装事業部・東北地区の取り組み～

DNPが掲げる企業理念「人と社会をつなぎ、新しい価値を提供する」を実現するためには、社員一人ひとりが「仕事の目的」を意識し、限られた時間のなかで最大の価値を生み出す働き方を実践することがたいせつです。そのためにDNPは全社的に、仕事の進め方や考え方を見直す取り組み、「働き方の変革」を進めています。包装事業部の東北地区では、県をまたぎ、山間部を越えての営業活動が多く、「移動時間が多い」「部署内で情報共有しにくい」などの課題がありました。この課題を解決し、社員が効率的で実効性の高い仕事ができるように、以下の取り組みを行いました。

- シンククライアントパソコンの活用(待ち時間の有効活用)
- 部署内会議の定期化、ネットワーク上の共有フォルダ・共有スケジュールの活用(情報共有の強化)
- 有給休暇取得に向けた相互確認・支援
- 定時退社、直行・直帰の励行

これらに取り組んだ結果、「計画的に有給休暇が取れるようになった」「営業担当者が帰社後の処理業務を削減できた」「顧客提案の準備時間が増え、より良い提案ができるようになった」などの成果を挙げることができました。



安全で活力ある職場の実現

「働き方の変革」
実行計画の
進捗確認

2回/年

DNPは、企業が社会に役立つ新しい価値を提供していくためには、そこで働く社員が安全で快適に、仕事に大きなやりがいを持って、自由闊達にいきいきと働ける環境がなによりもたいせつであると考えています。グループの力の源泉である多様な社員一人ひとりの意欲を生み、より力を発揮していけるように取り組んでいます。



製品・サービスの 安全性と品質の確保

DNPは、モノづくり企業の責任として、安全性と品質がすべてに優先すると考えています。DNPの安全性と品質の取組みは、製品やサービスの使用場面をイメージし、なにが求められる品質で、なにが安全で、なにが使いやすいのかを生活者視点で考え、改善を繰り返すことを基本としています。

46回

事業部横断型の
現場実践会数
(国内外)

(2015年4月～2016年3月)

TARGETS & RESULTS

中期目標	海外を含めたグループ全部門・全社員が参加する横断活動を実施し、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
2015年度目標	<ul style="list-style-type: none"> ●製品安全実践会を継続し、業務フローを点検・改善。企画・設計・製造各段階の管理レベルを向上し、製品事故防止 ●事業部横断型のモノづくり合同現場実践会を通じ、品質管理レベル向上
2015年度実績	<ul style="list-style-type: none"> ●製品安全実践会(2回)にて業務フローを点検・改善。企画・設計・製造部門の製品安全意識向上にむけて教育内容および計画を見直し、実施 ●事業部横断型の現場実践会を実施(46回)。品質コストの低減、品質事故の未然防止に向け、設備や作業の改善による製造条件の定量化、作業手順の標準化および品質管理レベルの向上等を推進
2016年度目標	<ul style="list-style-type: none"> ●製品安全実践会を継続し、業務フローを点検・改善。海外製造拠点での製品安全管理を強化し、製品事故を防止 ●事業部横断型の現場実践会を通じ、品質管理レベル向上 ●新規事業における品質や安全性の向上に向けて、開発段階からの取組みを強化

TOPICS

海外を含めた横断活動の強化

DNPでは、安全性と品質を備えた製品・サービスを提供するため、事業部横断型の活動を進めています。

具体的な取組みとしては、IE(Industrial Engineering)手法を活用した製造工程の現場実践会(生産革新実践会)を継続的に実施しています。これは、各製造拠点と本社が協働で行っているもので、該当部門の関係者に加えて、他部門の担当者も参加することで、全社的な改善にもつながっているのが特徴です。2012年からは、海外拠点にも取組みを展開しています。2015年は、日本と海外の品質レベルを揃え、より高めていくため、日本の技術者が海外の製造拠点において、現地の社員とともに現場実践会を含めた品質向上の取組みを行いました。

また、製品安全については、2015年4月に「DNPグループ製品安全規程」を改定し、海外も含めた管理体制の強化を図りました。どこの拠点においても、そこで働く社員が活動の意義を理解し、積極的に取り組むことが重要です。そのため、海外社員向けの教育ツールを配布し、各拠点での教育に活用しています。

TARGETS & RESULTS

中期目標	グローバル化に対応するため、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
2015年度目標	海外グループ会社に情報セキュリティ委員会を組織、マネジメントを開始
2015年度実績	海外グループ会社7社に情報セキュリティ委員会を設置
2016年度目標	海外グループ会社の情報セキュリティ・マネジメント推進に向け、各国語版教育ツールを拡充し教育を実施

TOPICS

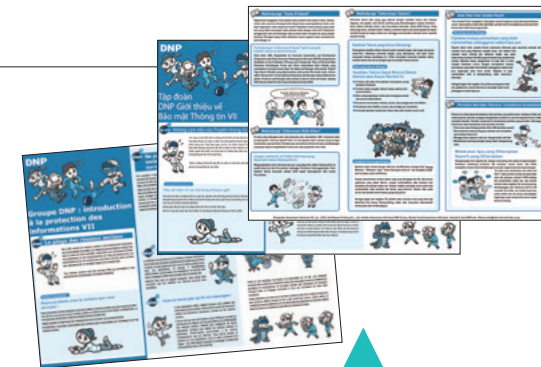
海外グループ会社に情報セキュリティ委員会を設置し、グローバル体制を強化

DNPは、顧客企業や自社の情報資産を適切に保護するため、管理体制の強化や社員教育に取り組んでいます。従来よりその推進のため、国内拠点においては、各事業部・グループ会社に情報セキュリティ委員会を設置してきました。情報セキュリティ委員会は、委員長、個人情報管理責任者(ともに各組織の長が担当)のもと、教育、コンピュータ対策など課題ごとの責任者や点検責任者を任命しているマネジメント体制です。

2015年は、昨今の事業活動のグローバル化を受けて、世界的な取組みを強化するため、海外グループ会社7社に情報セキュリティ委員会を設置し、海外拠点での運用を開始しました。また、その体制のもと社員教育を充実させるため、教育ツールである冊子「情報セキュリティ入

門VII(2015年版)」「(写真)を9か国語に対応しました。

統括組織である本社・情報セキュリティ委員会を中心としたグローバルでの一貫した情報セキュリティ管理体制を今後も進め、国内外で保有するさまざまな情報資産を保護することによって、信頼される企業を目指していきます。



情報セキュリティの確保

情報セキュリティの確保と個人情報保護の重要性が一段と増しています。個人情報ははじめ、多くの情報資産を取り扱うDNPにとって、情報資産の管理と保護は社会的使命とも呼べる重要なテーマです。DNPは情報セキュリティの取組みを経営の最重要課題のひとつとして体制の強化や社員教育に取り組んでいます。

情報セキュリティ委員会を設置した
海外グループ会社

7社

- Tien Wah Press (Pte.) Ltd.
シンガポール
- TWP Sdn. Bhd.
マレーシア
- DNP Imagingcomm Asia Sdn. Bhd.
マレーシア
- DNP Imagingcomm America Corporation
アメリカ
- DNP Imagingcomm Europe B.V.
オランダ
- DNP Photo Imaging Europe SAS
フランス
- DNP Photomask Europe S.p.A.
イタリア



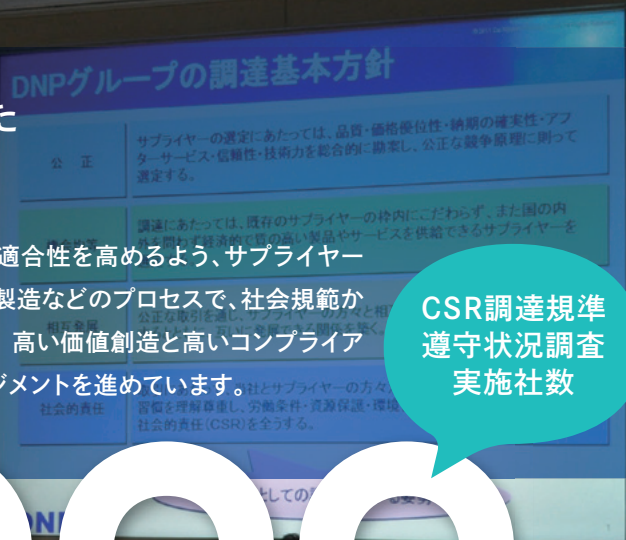
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進

DNPは、サプライチェーン全体で社会適合性を高めるよう、サプライヤーとともに努めています。原材料調達や製造などのプロセスで、社会規範から逸脱するようでは意味がありません。高い価値創造と高いコンプライアンス意識の両立を目指し、多様なマネジメントを進めています。

CSR調達規準
遵守状況調査
実施社数

約1,200社

(2015年4月～2016年3月)



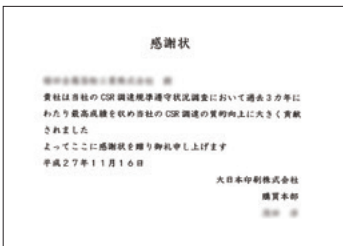
TARGETS & RESULTS

中期目標	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調達規準」に則った誠実な行動を実践
2015年度目標	CSR調達規準遵守状況調査に最新社会課題を反映、定期調査を実施。国内と国際基準の溝を埋めるため、サプライヤーに情報提供
2015年度実績	〈CSR調達規準遵守状況調査〉 人権・腐敗防止等の項目を改定し、サプライヤー定期調査を実施
2016年度目標	●CSR調達規準の実効性向上 [国内: サプライヤー] ・遵守状況調査の回収率増 ・対象先意識調査および遵守状況調査の内容を精査するため、主要サプライヤーとの対話を実施 [国内: 製造委託先] ・対象先を拡大するとともに、フィードバックを実施 [海外] ・国際動向をふまえた内容にするため、実態調査や規準の見直しを検討

TOPICS

「CSR調達規準遵守状況調査」の優良サプライヤーを選出

社会の持続的発展を阻害するさまざまな課題を解決するには、サプライチェーン全体の関係者が価値観を共有し、連携して取り組んでいくことが重要です。DNPは、2006年3月に「DNPグループCSR調達規準」を制定し、同年より「CSR調達規準遵守状況調査」を毎年行っています。2015年はその連携をより強化するために、「CSR調達規準遵守状況調査」の結果をもとに優良サプライヤーを選出しました。選出にあたっては、『CSR調達規準遵守状況調査の評価において、3年間連続で最高スコア(100点)であること』『ここ数年で企業不祥事がないこと』などのサプライヤー表彰規定を設けました。この規定に従い、選考を行った結果、2015年の優良サプライヤーは約30社となりました。これまでのDNPのCSR調達に対する連携協力の感謝とともに、今後のさらなるレベル向上の願いを込めて、優良サプライヤーの皆さまには感謝状をお送りしました。



TARGETS & RESULTS

中長期目標	海外を含むDNPグループ全体で ●温室効果ガス排出量を 2030年度までに2005年度比20%削減 ●温室効果ガス排出量を 2020年度までに2005年度比10%削減
2015年度実績	【基準値】2005年度排出量 1,120千トン 2015年度排出量: 989千トン (2005年度比12%削減)

TOPICS

気候変動への取組みで、国際的な評価機関CDP※の最高評価「Aリスト」に2年連続で選定

CDPIは、世界の上場企業を対象に、温室効果ガス排出量の削減などの気候変動問題への取組みや、その情報開示を評価しています。気候変動の緩和・適応に対する企業の活動度については、A～Eの6段階で、情報開示については0～100点で評価を行います。2015年は、世界で115社(国内8社)がAリストに選定され、DNPはその1社となりました。DNPは、情報開示についても97点という高い評価を受けました。DNPは、1993年に独自の環境マネジメントシステムを構築し、温室効果ガス排出量の削減や資源の有効利用などについて目標を定め、継続的な取組みを積極的に進めています。温室効果ガス排出量の削減については、長期目標を掲げるとともに、自社の製造段階だけでなく、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量(Scope3)を国内外で算定し、その削減活動を推進しています。



※CDP：環境評価を行うイギリスの国際的な非営利団体



環境保全と持続可能な社会の実現

12%

温室効果ガス
排出量
削減
(2005年度比、Scope1+2)

DNPは、原材料の調達から製造・廃棄など、すべての事業活動で自然からの恩恵を受けています。そのため、地球環境との共生を絶えず考え、持続可能な社会の構築を目指し、グループを挙げて環境活動に取り組んでいます。



企業市民としての社会貢献

DNPは、私たちが持っている経営資源(人財、知識、技術、施設など)を有効に活用し、労使はもとより、外部の組織とも連携・協働を図りながら、より良い社会の実現に向けて広く貢献していきます。また、社員個人の人間的な成長や自己実現にもつながるため、社会貢献に関わる社員の活動を支援します。

社員参加型
プログラム

14

企画

(2015年4月～2016年3月)

TARGETS & RESULTS

中期目標	「社会貢献活動方針」重点テーマ5項目*の推進 (2019年度までの目標) ◆DNP独自プログラム: 社員体験率2.5% 1,000名(2015年度末1.67%)
2015年度目標	社員の意識改革を促進するため、社員参加型プログラムを充実(社員参加数200名)
2015年度実績	社員参加型プログラム14件を企画、計131名参加
2016年度目標	●社員の意識改革を促進するため、社員参加型プログラムを充実 ・社員参加数:単年度200名、2015年度からの累計350名 ・社員参加型プログラムの全国拠点への展開を継続実施

*環境保全、地域社会、次世代育成、芸術・文化、人道支援

TOPICS

つくば市立春日小学校で ICT*を使った美術鑑賞の出張授業を実施

DNPは、印刷会社ならではの技術やノウハウをいかし、学校教育で重要度を増す「生きる力」の教育に寄与する『DNP出張授業』を2010年より実施しています。DNPの拠点周辺にある小学校を対象に、授業内容を各校の要望に合わせて理科や美術など複数のプログラムから選び、これまで全国で延べ30校以上で実施しています。2016年2月、茨城県のつくば市立春日小学校で、DNPが開発中のICT教材を使った“未来の美術鑑賞授業”を、5年生206名に対して行いました。同校は文科省の「ICTを活用した課題解決型教育の推進事業」(平成26年度)をはじめとしたさまざまなICT教育プログラムの研究指定校となるなど、先進的な取り組みを行う学校です。授業では、14名のボランティア社員が講師と補助講師を務めました。動きを認識する機器やプロジェクター、タブレット端末などを使い、絵のなかに入っているかのような体験や、普段見えない絵の細部を拡大しての鑑賞など、デジタル教材の良さを活用することで、子どもたちの豊かな発想力を引き出すことができました。



※ICT: 情報通信技術 (Information Communication Technology)

TARGETS & RESULTS

中期目標	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
2015年度目標	企業活動に関わるさまざまな情報の体系化とコミュニケーションの充実を継続。国内外のステークホルダーの課題・期待に応じ最適な情報発信を行うとともに、社会や生活者の声を適切に反映
2015年度実績	さまざまなコーポレートコミュニケーションツール(冊子やWebサイトなど)および社外からのアンケート等での情報開示を推進。結果、世界的に権威のある社会的責任投資指標6つの構成銘柄に選定
2016年度目標	情報の開示を、社会が望む水準に高めていくため、現状と目指すべき水準との比較を行い、課題を把握

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM



※1 社会的責任投資: Socially Responsible Investment (SRI)
※2 DJSI: 米国のS&P Dow Jones Indices社とスイスのRobecoSAM社が共同で開発
FTSE4Good: ロンドン証券取引所100%出資のFTSE Russell社が開発
※3 ESG: Environment (環境)、Social (社会)、Governance (ガバナンス)

TOPICS

世界的な社会的責任投資(SRI)^{※1}指標 「DJSI World」「FTSE4Good」^{※2}に継続選定

世界の株式市場では、ESG^{※3}の取り組みや社会的責任の遂行に力を入れる企業に投資する動きが高まっています。投資家がそうした企業を選ぶ際、社会的責任投資(SRI)指標を参考にしています。DNPは、数あるSRI指標のなかでも世界的に権威があると言われる、「Dow Jones Sustainability Indices (DJSI World)」には11年連続で、「FTSE4Good Global Index」には15年連続で選ばれました。DJSI Worldは、世界の約2,500社を対象に、「経済」「環境」「社会」の側面から持続可能性についての評価を行い、317社(国内20社)が選定されています。FTSE4Goodは、世界約2,500社から、ESGに関する評価基準を満たした801社(国内176社)が選定されています。(2015年末時点)

これらの選定は、CSR報告書やWebサイトなどの公開情報や独自調査をもとに行われています。指標に選ばれるということは、パフォーマンスに加え、情報開示が適正な形で行われていることの評価とも言えます。

DNPはこのほかにも「ETHIBEL Investment Register」「MSCI Global Sustainability Indexes」「モーニングスター社会的責任投資株価指数」「CDP The Climate A List 2015」に選定されています。



情報の適正な開示

DNPが社会とともに持続的に成長していくには、ステークホルダーとの信頼関係の構築が不可欠であると考えています。自らの事業内容や活動について、あらゆるステークホルダーから理解と共感いただくために、情報を適時・適切に開示し、対話を通じて、説明責任を果たしていきます。

世界的な社会的責任投資指標
「DJSI World」への
組み入れ年数

11

年連続

世界的な社会的責任投資指標
「FTSE4Good」への
組み入れ年数

15

年連続



法令と社会倫理の遵守

リスク分析・
評価を実施した
海外拠点数

22社

DNPは、事業活動を遂行するにあたり、常に公正かつ公平な態度で秩序ある自由な競争市場の維持・発展に寄与することで、社会からの信頼を得ることができると考えています。信頼される企業を目指し、グループ全体に企業倫理の浸透・定着を図っています。

※ はDNPの海外拠点

TARGETS & RESULTS

中期目標	企業倫理の浸透・定着ならびに内部統制およびリスクマネジメントの実効性向上
2015年度目標	<ul style="list-style-type: none">● 自律的企業倫理研修等を継続実施● 海外各拠点のリスクを分析・評価し、現地と本社各部が連携してリスク対応を実施● 本社企業倫理行動委員会のもと、各組織の活動を一層推進し、グループの内部統制を充実・強化
2015年度実績	<ul style="list-style-type: none">● 各組織で自律的企業倫理研修を実施(121回)。また、階層別などの各種研修を実施● 海外リスク自己点検の結果を分析。各リスクの主管部署が中心となり、本社・海外統括部門や海外グループ各社と連携してリスク対応を実施● 各組織のトップ自らが内部統制に係る課題等の改善状況を確認し、マネジメントを強化
2016年度目標	<ul style="list-style-type: none">● 自律的企業倫理研修等を継続実施● 海外各拠点のリスクを分析・評価し、現地と本社各部が連携してリスク対応を実施・ 点検結果をふまえ、各リスクの主管部署が中心となり、本社・海外統括部門や海外グループ各社と連携してリスク対応を推進・ リスク自己点検について、点検内容の具体化・充実化を図り、継続実施・ 贈賄リスク対応のため、グループの基本方針と遵守事項について策定・周知を実施● 本社企業倫理行動委員会のもと、各組織の活動を一層推進し、グループの内部統制を充実・強化

TOPICS

海外拠点の社員を対象とした教育を強化

DNPでは、「企業倫理の浸透・定着ならびに内部統制およびリスクマネジメントの実効性向上」を中期目標に掲げ、全社的に取組みを進めています。国内の既存拠点については、各組織が自律的企業倫理研修を継続的に実施するとともに、新たにグループに加わった新規拠点についても、企業倫理の浸透・定着を目指した活動に取り組み、内部統制の体制強化を進めています。

海外拠点については、昨今の市場や課題のグローバル化を受けて、2014年より取組みを強化しています。2014年は、専門家の客観的意見も取り入れ、海外拠点のリスク自己点検を実施しました。2015年は、その点検結果を分析し、リスク対応を進めました。そのひとつが、海外事業活動に従事する社員への教育の強化です。

一例として、競争法の特色や事業活動上の留意事項についてまとめた「DNPグループの海外事業活動における競争法の遵守についての留意点」を策定し、社員に周知・教育を行いました。

事業活動におけるリスクは、海外のそれぞれの地域で異なります。今後も、地域ごとのリスクに見合った対応を進めるとともに、社員教育などを、継続して行っています。

TARGETS & RESULTS

中期目標	「災害に強いDNPグループ」づくり ◆ 防災業務計画、BCP(事業継続計画)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東京・市谷地区震災対策強化
2015年度目標	組織/事業場ごとの計画にもとづく、具体的・実践的なリスク低減活動の推進
2015年度実績	東京・市谷地区の再開発において、中枢機能確保のため、最新防災システムを取り入れたDNP市谷加賀町ビルが完成。帰宅困難者対策の整備も進め、震災対策を充実
2016年度目標	地域貢献までを視野にいて、さらなる市谷地区防災機能の強化を具体化

TOPICS

ハード・ソフト両面から 中枢機能確保を強化

DNPは、新しい価値を創造していく拠点とすべく、本社がある東京・市谷地区の再開発を2010年から進めています。2015年には、地上25階/地下4階のDNP市谷加賀町ビル(写真左)が完成しました。

このビルは、大規模地震発生時にもDNPグループ全体の中枢機能を担うため、最新の防災システムが取り入れられています。建物は免震構造となっており、床や壁には、揺れを制御するダンパーが組み込まれています。非常用発電機やコジェネ発電機により電力を確保し、市谷地区全体で熱源や電力を効率良く活用し、融通するスマートグリッドを採用しました。食料や飲料水などの備蓄品は防災倉庫に完備し、一時滞在に備えています。

また、入居する社員の防災力を高めるため、2016年3月、大規模防災訓練を実施し、約3,500名の社員が全業務を停止して参加しました。低層階から出火したとの想定で、発見・通報・初期消火の一連の活動を行い、25階層全館から階段を使って避難しました。



事業継続のための体制構築

防災力強化

最新防災
システムの導入

事業の存続を脅かすような緊急事態が発生し、事業活動が中断することは、自社だけでなく、さまざまなステークホルダーに影響をおよぼすことになります。DNPでは、こうした事態が発生した際にも事業活動を早期に復旧し、事業継続を可能とする強い企業体質の構築を目指し、多様な施策を展開しています。

	重点 テーマ	中期目標	2015年度		評価	2016年度
			目標	実績		目標
第1の責任	社会の発展への貢献	【グループビジョンの実現】 「DNPグループビジョン2015」における、企業理念、事業ビジョン、行動指針をそれぞれ推進していくための方策を策定・実施	●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、アクションプログラム(AP)を通じてPDCAサイクルを実践し、確実にフォローアップ ●社会課題やニーズを的確に把握するため、顧客/提携先との対話・コラボレーションを充実。また、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	●全事業部で、半期ごとにAPのフォローアップを推進 ●ビジョンを改定し、社内説明会等を展開。また、事業戦略に関する研修(13回)を実施し、人材育成活動を推進	○	●『新しい価値の提供』を目指し、全社的な「P&Iイノベーション」の浸透および実行活動を推進 ●「グループビジョン」の実現を加速させる全社的な制度や体制の整備、支援などを推進
		【成長戦略の実現】 人と社会の課題をいち早く捉え、新しい価値を提供する製品・サービスを生み出し、社会の発展に貢献する	成長戦略実現に向けた製品・事業の開発を推進 ●知とコミュニケーション 文化の発展への貢献や生活者のコミュニケーションを促進する新製品・サービスの開発 ●食とヘルスケア 農業分野における新製品・サービスの開発、医療の発展や生活者の健康維持への貢献 ●住まいとモビリティ 快適な暮らしやスマート社会の実現に寄与する新製品・サービスの開発 ●環境とエネルギー 地球環境への配慮や省エネ・省資源に寄与する新製品・サービスの開発	●知とコミュニケーション ・顔写真撮影から「マイナンバーカード」申請までを簡単に行える証明写真機を開発・提供 ・サイバー攻撃に対応するセキュリティ人材を訓練・養成するアカデミーを開設 ・パッケージの記載情報を外国語に変換してスマートフォンに立体表示するインバウンド対応システムを開発 ●食とヘルスケア ・光の反射により光合成を促進し作物の成長を促す農業用フィルムを開発 ・ドラッグストアと提携して自己採血検査・血圧・体組成などの健康チェックサービスを開始 ※経済産業省「平成27年度健康寿命延伸産業創出事業」に採択。北九州市と連携 ●住まいとモビリティ ・太陽光の効果的な反射・拡散を可能にして室内をより明るくする採光フィルムを開発 ・樹脂ガラスに転写して耐候性などを向上させる転写フィルムを開発 ●環境とエネルギー ・水使用量を9割削減できるペットボトル用無菌充填システムを開発	○	成長戦略実現に向けた製品・事業の開発を推進 ●知とコミュニケーション 文化の発展への貢献や生活者のコミュニケーションを促進し、価値ある情報を安全・安心に、最適なかたちで提供できる新製品・サービスの開発 ●食とヘルスケア 高齢化社会のなかで、安全で質の高い生活や生涯にわたる健康維持に貢献する新製品・サービスの開発 ●住まいとモビリティ 生活者の価値観の多様化に対応したパーソナル空間の快適性やスマート社会の実現に寄与する新製品・サービスの開発 ●環境とエネルギー 地球環境への配慮や省エネ・省資源に寄与する持続可能な社会の実現を目指す新製品・サービスの開発
			〈旧：重点テーマ「ユニバーサル社会の実現」〉※ ●ユニバーサルデザイン(UD)による製品・サービスの開発強化 社内外の連携を促進し、UDの開発基盤を強化。カラーユニバーサルデザイン(CUD)マネジメントシステム認証のさらなる推進 ●UD推進基盤の強化 UDの知見について全社共有強化。外部資格の取得推奨、専門家を招いた社内セミナー実施 ●社外への情報発信を強化 CUDセミナーの開催等、社外への発信を強化	●NPO法人実利用者研究機構の「実利用者ユニバーサルデザイン認証」に研究協力。「高齢者検証済ユニバーサルデザイン」の第1号認証を取得 ●外部資格「UDコーディネーター」の取得推進(2級・準2級・3級計約300名) ●UD関連研修「デザイン心理学研修」、社外対象「CUDプレミアムセミナー」(2回)、「CUD賛助会員の集い」(2回)を通じ、UDの考え方を啓発 ●UD対応パッケージの開発に向けて、触動作センサーを活用したシステムが「第39回木下賞包装技術賞」を受賞	○	
		海外展開を促進する組織の構築	●海外戦略にもとづいた組織体制の構築を推進	●ベトナムに既存事業以外の駐在員を置く等、アジア圏の経済発展に貢献する組織体制を構築	○	●海外戦略にもとづいた組織体制の構築を推進
第2の責任	人類の尊厳と多様性の尊重	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・構築。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	●調査表により海外主要拠点の状況を把握し、リスク低減に向けた施策を検討 ●階層別集合研修において、とくにリスクとしての人権課題を重点的に展開	●全海外グループ22社を対象に、人権に関するリスク調査を実施。結果をもとにリスク低減策を検討 ●階層別集合研修等(29回)において、とくにリスクとしての人権課題を重点的に展開	○	●事業活動における人権に関するリスクの把握を継続 ●人権に関するリスク調査の分析結果をもとに、リスク低減に向けた施策を検討・実施 ●階層別集合研修等において、とくにリスクとしての人権課題を重点的に展開
		多様な人材の雇用促進 ◆女性活躍推進 ◆障がい者の雇用促進 ◆非本工・シニアスタッフ活躍推進 ◆日本国籍以外の雇用促進	●リーダークラスの女性社員の育成を継続 ●障がい者の職域開発、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%以上達成	●女性メンター(79名)による若手女性社員へのメンタリングを継続。またメンター育成プログラムにて16名を育成 ●ダイバーシティ推進プロジェクトチームを設置し、女性活躍推進法にもとづく行動計画を策定 ●女性メンターの上司等を対象に部下のキャリア形成支援研修を実施 ●「手話講座」を横浜地区に新設、大阪地区を拡充。障がい者雇用率は目標未達成	△	●女性活躍推進法にもとづく行動計画に沿った施策の実行 ●障がい者の職域開発、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%以上達成
		グローバル社会に貢献できる人材育成の強化	●異文化理解や多様性尊重等に関する各種研修、海外拠点の人材育成の継続。「グローバル研修制度」の普及・促進	●若手社員対象「異文化理解基礎」研修、上級幹部社員対象「グローバル人材育成」等を充実・強化 ●若手社員に海外経験の機会を与える「グローバル研修制度」の普及・活用を促進。4名を北米・東南アジアに派遣	○	●異文化理解や多様性尊重等に関する各種研修、海外拠点の人材育成の継続。「グローバル研修制度」の普及・促進
		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	●フェアトレードに対する意識向上と普及促進に向けた情報発信の強化、社外連携による新たな取組みを実施	●社員の意識向上を目的に「フェアトレード月間キャンペーン」を企画・実施(他社連携) ●NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパンと共催でステークホルダー会合を実施 ●外部セミナーでの講演、Webマガジンや地方紙7紙への記事掲載など、情報発信を強化	○	●社内意識の向上を目的に、フェアトレード認証製品の社内消費導入拠点を拡大 ●社外連携を強化し、新たな取組みを実施
	安全で活力ある職場の実現	企業理念を実現するため、それを担う人材の育成	●目標管理評価制度を徹底し、組織と個人の目標を整合 ●部門ビジョン実現に向けて組織力強化研修を刷新。各部門教育の体系化、教育プログラムの企画立案等支援	●目標設定・評価に係る全体研修、部単位のワークショップを実施 ●上級幹部対象研修を見直し、各自が果たすべき役割・機能を認識する内容へと刷新	○	●目標管理評価制度を徹底し、組織と個人の目標を整合
		社会環境の変化に柔軟・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」を高める諸施策展開	●各組織で「働き方の変革」実行計画にもとづく活動を継続 ●「働き方の変革の実態調査」の継続実施と結果にもとづく改善活動 ●ワークライフバランス施策の促進 ●介護関連制度の見直し検討。介護両立支援、男性育児参加促進等諸施策の継続	●各組織で「働き方の変革」実行計画にもとづく活動を継続。労使による時間資源有効活用プロジェクトにて進捗を確認(2回) ●「働き方の変革」実態調査を実施。「働きがい」は前回より良化。平均所定外労働時間は目標未達成 ●介護関連制度の見直し施策を検討。セミナーの定期開催やパンフレットの配布を継続。新たに地方等にて相談会を実施。男性育児参加促進施策としてセミナー等実施	○	●各組織で「働き方の変革」実行計画にもとづく活動を継続 ●「働き方の変革の実態調査」の継続実施と結果にもとづく改善活動 ●介護関連制度の見直し検討。介護両立支援、男性育児参加促進等諸施策の継続

※「ユニバーサル社会の実現」については、社会への貢献を考えるにあたり前提となる考え方のため、「社会の発展への貢献」に統合しました。

	重点 テーマ	中期目標	2015年度		評価	2016年度
			目標	実績		目標
第2の責任	安全で 職場の実現	労働災害防止および健康保持増進の各計画にもとづき、労働災害のない安心して健康に働くことができる職場づくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●安全衛生教育および安全管理・指導の新施策推進、機械災害撲滅に向けた設備安全対策強化、化学物質管理リスクアセスメントによる管理強化・作業環境改善 ●健康情報一元管理の継続、メンタルヘルス対策、体系的健康教育の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●安全衛生に係る情報共有、教育内容充実、安全管理指導強化、機械災害撲滅等を推進。新たに安全活動推進大会、生産技術管理者向け機械安全教育、社内設備安全規格の策定を実施。また化学物質のリスクアセスメント義務化に向けた準備を推進 ※災害発生件数：前年比▲3%（過去最少）、休業災害度数率：0.31（前年より悪化） ●健康情報一元管理は4事業場追加。グループ全体でストレス調査を実施。また昨年度調査の組織分析結果等にもとづくメンタルヘルス対策を推進 ●健康教育モデル事業のテスト実施計画を策定 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●機械災害撲滅を最重点施策として社内設備安全規格にもとづくリスクアセスメント、設備安全対策を推進、教育・指導を強化 ●2015年度調査の組織分析結果にもとづくメンタルヘルス対策を推進 ●健康教育モデル事業のテストを実施
	安全性と品質の確保	海外を含めたグループ全部門・全社員が参加する横断活動を実施し、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	<ul style="list-style-type: none"> ●製品安全実践会を継続し、業務フローを点検・改善。企画・設計・製造各段階の管理レベルを向上し、製品事故防止 ●事業部横断型のモノづくり合同現場実践会を通じ、品質管理レベル向上 	<ul style="list-style-type: none"> ●製品安全実践会（2回）にて業務フローを点検・改善。企画・設計・製造部門の製品安全意識向上にもうけて教育内容および計画を見直し、実施 ●事業部横断型の現場実践会を実施（46回）。品質コストの低減、品質事故の未然防止に向け、設備や作業の改善による製造条件の定量化、作業手順の標準化および品質管理レベルの向上等を推進 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●製品安全実践会を継続し、業務フローを点検・改善。海外製造拠点での製品安全管理を強化し、製品事故を防止 ●事業部横断型の現場実践会を通じ、品質管理レベル向上 ●新規事業における品質や安全性の向上にむけて、開発段階からの取組みを強化
	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 ^{※1} の推進 ※1 情報の伝達・保管の電子化を進める環境整備を行い、紙の利用を削減すること	<ul style="list-style-type: none"> ●社内外で場所を選ぶことなくセキュアに業務を行うため、PCシンクライアント端末の導入を継続 ●紙文書電子化をPDCAサイクルにて強化、その一環としてSSFC（Shared Security Formats Cooperation）^{※2}対応印刷管理システムの導入継続 ※2 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	<ul style="list-style-type: none"> ●社内PCシンクライアント端末化推進（累計3,697台） ●SSFC対応印刷管理システム導入推進（累計301台） 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●社内外でセキュアに業務を行うため、PCシンクライアント端末の導入を継続 ●紙文書電子化をPDCAサイクルにて強化、その一環としてSSFC対応印刷管理システムの導入継続 ●情報セキュリティ向上の一施策として、電子機密文書の暗号化の環境を整備
		グローバル化に対応するため、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"> ●海外グループ会社に情報セキュリティ委員会を組織、マネジメントを開始 	<ul style="list-style-type: none"> ●海外グループ会社7社に情報セキュリティ委員会を設置 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●海外グループ会社の情報セキュリティ・マネジメント推進に向け、各国語版教育ツールを拡充し教育を実施
		ネットワークセキュリティリスクを認識し、適切な対策を進める	—	—	○	<ul style="list-style-type: none"> ●ネットワークセキュリティ対策の周知・教育のレベルアップ
	サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	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調達規準」に則った誠実な行動を実践	<ul style="list-style-type: none"> ●紛争鉱物に関するサプライヤー調査の実施・報告 ●CSR調達規準遵守状況調査に最新社会課題を反映、定期調査を実施。国内と国際基準の溝を埋めるため、サプライヤーに情報提供 ●印刷・加工用紙調達ガイドライン調査を実施し、結果をもとに主要サプライヤーへのヒアリングを実施 ●全事業部で対象委託先を拡大し、アンケートや説明会を継続。環境、人権等課題に対する委託先の理解・対応を促進 ●導入済委託先には、CSR活動の定着に向けた個別テーマ説明を継続実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●紛争鉱物に関するサプライヤー調査を実施・報告 〈CSR調達規準遵守状況調査〉 <ul style="list-style-type: none"> ●人権・腐敗防止等の項目を改定し、サプライヤー定期調査を実施 ●製造委託先の範囲を拡大し、調査を実施 ●導入済の製造委託先に対して情報セキュリティに係る啓発活動を実施 〈印刷・加工用紙調達ガイドライン調査〉 <ul style="list-style-type: none"> ●適切な評価を行うため、質問項目を改定し、調査を実施。主要サプライヤー6社へのヒアリングを通して効果を確認 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●紛争鉱物に関するサプライヤー調査の実施・報告 ●CSR調達規準の実効性向上 [国内：サプライヤー] ・遵守状況調査の回収率増 ・対象先意識調査および遵守状況調査の内容を精査するため、主要サプライヤーとの対話を実施 [国内：製造委託先] ・対象先を拡大するとともに、フィードバックを実施 [海外] 国際動向をふまえた内容にするため、実態調査や規準の見直しを検討 ●印刷・加工用紙調達ガイドラインの実効性向上 ・社会動向をふまえて調査内容を改定し、定期調査を実施。結果をもとに主要サプライヤーと国際NGOとの対話を実施
第3の責任	企業市民としての社会貢献	「社会貢献活動方針」重点テーマ5項目 [*] の推進 〈2019年度までの目標〉 ◆DNP独自プログラム： 社員体験率2.5% 1,000名（2015年度末1.67%） ◆部門独自プログラム： グループ実施率100%（現在67%）	<ul style="list-style-type: none"> ●活動実績の収集・共有システムをもとに、未実施組織担当者との社内ダイアログを実施 ●社員の意識改革を促進するため、社員参加型プログラムを充実（社員参加数200名） <small>※環境保全、地域社会、次世代育成、芸術・文化、人道支援</small>	<ul style="list-style-type: none"> ●活動実績収集・共有システムの構築、社内ダイアログのいずれも目標未達成 ●社員参加型プログラム14件を企画、計131名参加 	△	<ul style="list-style-type: none"> ●グループ活動実績の収集・共有システムを検討し、実績調査を実施 ●社員の意識改革を促進するため、社員参加型プログラムを充実 ・社員参加数：単年度200名、2015年度からの累計350名 ・社員参加型プログラムの全国拠点への展開を継続実施
	情報の適正な開示	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	<ul style="list-style-type: none"> ●企業活動に関わるさまざまな情報の体系化とコミュニケーションの充実を継続。国内外のステークホルダーの課題・期待に応じ最適な情報発信を行うとともに、社会や生活者の声を適切に反映 	<ul style="list-style-type: none"> ●さまざまなコーポレートコミュニケーションツール（冊子やWebサイトなど）および社外からのアンケート等での情報開示を推進。結果、世界的に権威のある社会的責任投資指標6つの構成銘柄に選定 ●開示情報の信頼性・透明性向上への取組みが評価され、「環境コミュニケーション大賞優良賞」を2年連続受賞 ●情報開示委員会のもと、適正な情報開示に向けて機密情報管理を徹底。各主管部署との情報交換を密にし、開示内容の齟齬を未然に防止 	○	<ul style="list-style-type: none"> ●情報の開示を、社会が望む水準に高めていくため、現状と目指すべき水準との比較を行い、課題を把握

	重点 テーマ	中期目標	2015年度		評価	2016年度
			目標	実績		目標
3つの責任の前提	法令と社会倫理の遵守	企業倫理の浸透・定着ならびに内部統制およびリスクマネジメントの実効性向上	●自律的企業倫理研修等を継続実施 ●海外各拠点のリスクを分析・評価し、現地と本社各部署が連携してリスク対応を実施 ●本社企業倫理行動委員会のもと、各組織の活動を一層推進し、グループの内部統制を充実・強化	●各組織で自律的企業倫理研修を実施（121回）。また、階層別などの各種研修を実施 ●海外リスク自己点検の結果を分析。各リスクの主管部署が中心となり、本社・海外統括部門や海外グループ各社と連携してリスク対応を実施 ●各組織のトップ自らが内部統制に係る課題等の改善状況を確認し、マネジメントを強化	○	●自律的企業倫理研修等を継続実施 ●海外各拠点のリスクを分析・評価し、現地と本社各部署が連携してリスク対応を実施 ・点検結果をふまえ、各リスクの主管部署が中心となり、本社・海外統括部門や海外グループ各社と連携してリスク対応を推進 ・リスク自己点検について、点検内容の具体化・充実化を図り、継続実施 ・贈賄リスク対応のため、グループの基本方針と遵守事項について策定・周知を実施 ●本社企業倫理行動委員会のもと、各組織の活動を一層推進し、グループの内部統制を充実・強化
	事業継続のための体制構築	「災害に強いDNPグループ」づくり ◆防災業務計画、BCP（事業継続計画）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東京・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	●組織/事業場ごとの計画にもとづく、具体的・実践的なリスク低減活動の推進 ●社内ネットワーク網の二重化完了、FMCサービス*の順次導入 ●DNP柏データセンターと中核拠点である東京・市谷地区の重要基幹システム二重化対策を推進し、バックアップ体制強化 ●広域連携拠点間の定期防災会議により、災害時支援の運用体制を整備・充実 ※社外で内線電話が可能となる携帯電話を利用した内線通話サービス	●各組織・事業場において自主点検とそれにもとづく防災業務計画、BCPの見直しを定期実施 ●東京・市谷地区の再開発において、中枢機能確保のため、最新防災システムを取り入れたDNP市谷加賀町ビルが完成。帰宅困難者対策の整備も進め、震災対策を充実 ●社内ネットワーク網の二重化を完了。またFMCは約7,000名が利用開始 ●社内システム基盤のDNP柏データセンターへの切替完了。東京・市谷地区にバックアップ用基盤を構築し、データの2拠点保管を完了。災害時の業務継続システムもバックアップ体制強化 ●広域連携拠点間で中央防災会議を継続開催	○	●地域リスクをふまえた各事業場の防災計画にもとづく、具体的・実践的なリスク低減活動の推進 ●地域貢献までを視野にいれて、さらなる市谷地区防災機能の強化を具体化 ●広域連携拠点間の定期防災会議により、災害時支援の運用体制を整備・充実 ●FMCサービスの利用拡大 ●大規模災害時に自宅勤務可能なITサービスの検討 ●各拠点工場システムのバックアップとして、東京・市谷地区のバックアップ体制強化

2015年度 環境活動目標・実績一覧

	重点 テーマ	環境テーマ	目標	実績		評価	2020年度までの目標
第2の責任	環境保全と持続可能な社会の実現	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 2015年度排出量 989千トン	2005年度比 11.7%減	◎	温室効果ガス排出量を2005年度比10%削減（海外を含む）
		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 2015年度原単位 1.50kℓ/億円	2010年度比 6.8%減	○	輸送用燃料使用量原単位を毎年1%削減し、2010年度比10%削減
		VOC （揮発性有機化合物）	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 2015年度排出量 4,581トン	2010年度比 31.9%減	◎	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2010年度比35%削減
			海外については、VOC大気排出量削減に向けて、現地の法令遵守はもとより、技術導入等により可能な限りの削減を図る	DNPインドネシアのカラワン工場においてVOC回収装置の稼動を開始		○	海外については、VOC大気排出量削減に向けて、現地の法令遵守はもとより、技術導入等により可能な限りの削減を図る
		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 4.24トン/億円 2015年度原単位 3.54トン/億円	2010年度比 17%減	◎	廃棄物排出量原単位（廃棄物排出量/生産高）を2010年度比20%削減（海外を含む）
			2015年度までにゼロエミッションをDNPグループ国内で達成	2014年度最終処分場利用率 0.06% 2015年度最終処分場利用率 0.06%	ゼロエミッションを維持	◎	ゼロエミッションをDNPグループ国内で維持
		水使用量削減	水使用量を売上高原単位で2015年度まで年率1%削減する（海外を含む）	2014年度水使用量原単位 9.4m ³ /百万円 2015年度水使用量原単位 8.5m ³ /百万円	2014年度比 9.6%減	◎	水使用量売上高原単位を2010年度比25%削減（海外を含む）
		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	2014年度売上高 4,788億円 2015年度売上高 5,708億円	2014年度比 19.2%増	◎	環境配慮製品・サービスの売上高6,000億円を達成
		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	2014年度グリーン材料購入比率 48.2% 2015年度グリーン材料購入比率 46.5%	2014年度比 1.7ポイント減	△	原材料の調達に重点を置き、「印刷・加工用紙調達ガイドライン」適合品の購入比率100%を目指す
				2014年度グリーン資材購入比率 77.5% 2015年度グリーン資材購入比率 84.7%	2014年度比 7.2ポイント	○	
			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				
		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	2015年度目標（自主基準）達成率 96%		○	最大濃度を規制基準の70%以下に維持
			排水規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持	2015年度目標（自主基準）達成率 99%		○	
			敷地境界における最大臭気を規制基準の70%以下に維持	2015年度目標（自主基準）達成率 97%		○	
			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	2015年度目標（自主基準）達成率 98%		○	
			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	2015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	2015年度古紙分別回収率 83.5%		◎	古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上

第三者意見

一般社団法人CSRレビューフォーラム



一般社団法人CSRレビューフォーラム
共同代表

山口 智彦 様



一般財団法人CSOネットワーク
事務局長・理事

黒田 かをり 様



サステナビリティ消費者会議
代表

古谷 由紀子 様



駒澤大学 文学部社会学科
教授

李 妍焱 様

2016年3月、大日本印刷（以下、DNP）の皆さまと対話を行い（8ページ）、そこで私たちが重要であると考え、さらにその後にいただいたCSR報告書についての意見を以下のようにまとめました。

1. DNPグループビジョン2015（7-8ページ）について

DNPの皆さまとは「DNPグループビジョン2015」（以下、ビジョン）について語り合いました。

本ビジョンは、ビジョンという名前がついていますがDNPの基本理念です。ビジョンに込められた真意は、DNPはこれまで、お客さまからこれを作ってくださいと言われて作る会社だったが、これからは自分から社会に出ていき、人々の声を聞いて自分で判断して仕事をする会社になろう、という、一種の宣言として作ったのだと伺いました。

BtoB企業の多くが社会に出ていって諸ステークホルダーと対話するようになれば、従業員はその視野が広がり、社会にとって必要な製品・サービスが生まれる土壌ができるのではないのでしょうか。DNPIにはこの動きを先導していただきたいと思います。

私どもからは、ビジョンの真意を全従業員に浸透するように取り組んでいただくこと、および、従業員の一人ひとりが社会と接することを促す仕組みの構築、さらにこれらを支える人事評価制度などの検討の必要性を強調したいと思います。

2. 4つの成長領域（8ページ）について

ビジョンに掲げられた4つの領域は、人々のニーズの基本的なものであり、かつDNPが築いてきた知見や技術がいきる領域であると思います。

これをどう具体化するかの社内大議論をしていただきたい、というのが私どもからの提言です。

全社ではこの4領域での貢献を目指す、さて、自分の部署ではどうするか、さらに自分はなにをするか、というところまで、グループ全社、全員で議論することで、実質的な能動化が始まるのではないのでしょうか。

議論を重ねていくなかで、生活者、学校、行政、顧客、サプライヤーなどとの対話によって、4つの領域に関わるステークホルダーとDNPとの関係を見つめることを可能にし、DNPがすべきことを見出すことができるのではないのでしょうか。

3. 貴社と社会課題について

今回の報告書で、社長が持続可能な開発目標（SDGs）に貢献していく旨の意志

を示されました。

目下、DNPが取り組んでいる社会課題の多くは、社会基盤があって経済力のある人々の暮らしや環境を向上させるものであると括することができます。

一方、SDGsが示しているものの多くは、社会基盤がなく、経済力のない人々の問題を解決することを目指しており、この両者間には相当な距離があります。

私どもは、DNPがSDGsの背景にある“誰一人取り残さない”との理念を視野に入れて事業を進め、より多くの人が事業の恩恵を受けられるよう努力していただくことを期待します。将来、後者の課題解決事業化を図る時には、社会的弱者の声、さらに国連、関わる国の政府、NGO/NPOと具体的に対話して事業を作っていただきたいと思います。

4. CSR報告書を拝見して

前半が事業による社会課題解決、後半でCSRマネジメントの進捗を報告されています。全体として優れた報告書であると考えます。とくに、歴史をふまえつつ現状を示すのは、会社の姿勢の一貫性と連続性を表現する良い手法だと考えます。

前半においては、全社の方向性を象徴する製品を素材として、社会課題と解決の両面を説明しておられます。その記述ですが、社会課題の解決になるのか、あるいはその取り組みに課題はないのかなどもふまえた、客観的な視点も欲しいところです。

一般通念として、自己を相対化できるかどうか、「知とコミュニケーション」を良くものにするための決め手であると考えますが、CSR報告書は自己を相対化できる会社であるかどうかのバロメーターであると思います。この観点での試行を続けていただきたいと思います。

後半については、DNPIはCSRをPDCAで進める、という基本方針がよく守られています。できたこと、できていないことをオブラートに包まず記述していることは広く評価されて良いのではないのでしょうか。

この基本形を守りつつ、次年度から、重点テーマのそれぞれについて開示の深度を深めていただきたいと思います。

人権を例にとれば、海外の連結グループ会社22社を対象に、従業員、地域社会、消費者、調達先など、主なステークホルダーの人権状況を社内書面調査されました。着実な実施に敬意を表します。さまざまな場面に見えない課題が潜んでいることはよく見られるところです。次は今回の調査結果をふまえて調査範囲を絞り、必要なステークホルダーとの対面に調査を深め、救済すべき人が見つければ手当てをし、そのプロセスを開示していただきたいと思います。

CSR・環境委員長 メッセージ



CSR・環境委員長
常務取締役
井上 寛

私たちDNPグループは、1876年の創業より『事業を通じて社会に貢献する』ことを「志」として事業を展開してきました。そのときどきの社会の課題に向き合い、その解決に資する製品やサービスを生み出すことで、広く社会の期待に応えてまいりました。

現在、環境問題をはじめとする国際社会が抱える課題は、人類社会の危機と言われるほど容易には解決できないものです。それらの解決には、さまざまな人々が知恵を出し合うことが必要です。私たちも、自らが能動的に動き出し、新たな価値を生み出すことで、これらの課題解決に寄与していきたいと考えています。こうした私たちの決意を込めたのが、2015年に定めた「DNPグループビジョン2015」です。

このような私たちの取り組みについて、第三者意見として、CSRレビューフォーラムの皆さま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。「DNPグループビジョン2015」については『社会にとって歓迎すべきことであり、社会を先導していった欲しい』との期待を寄せていただきました。また、具体化に向けては、より多面的な視野で社会を見ること、さらなる社内議論を重ねていくことが重要である、とのご提言をいただきました。真摯に受け止めてまいりたいと思います。

「DNPグループCSR報告書2016」では、創業から社会とともに歩んできたDNPの歴史を振り返るとともに、グループビジョン実現に向けた取り組みや将来の方向性について、最新事例を交えながら紹介しています。

私は、事業活動を進める上で、その前提として社会や環境に配慮した経営基盤が必要だと考えています。本誌の後半でその取り組みの一端を紹介していますが、継続的なマネジメントの強化を通じて、社会に貢献していくことができる企業を目指していきます。

「DNPグループ CSR報告書2016」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。

用紙	FSC認証紙、間伐に寄与する紙(森の町内会) 森の町内会A2マツFSC認証-MX (三菱製紙株式会社)
印刷の版	CTP出力によるフィルムレス方式
製本	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)
インキ	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、CO₂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CO₂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、CFPによって算定したCO₂排出量(1部あたり710g)の全部をCO₂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。