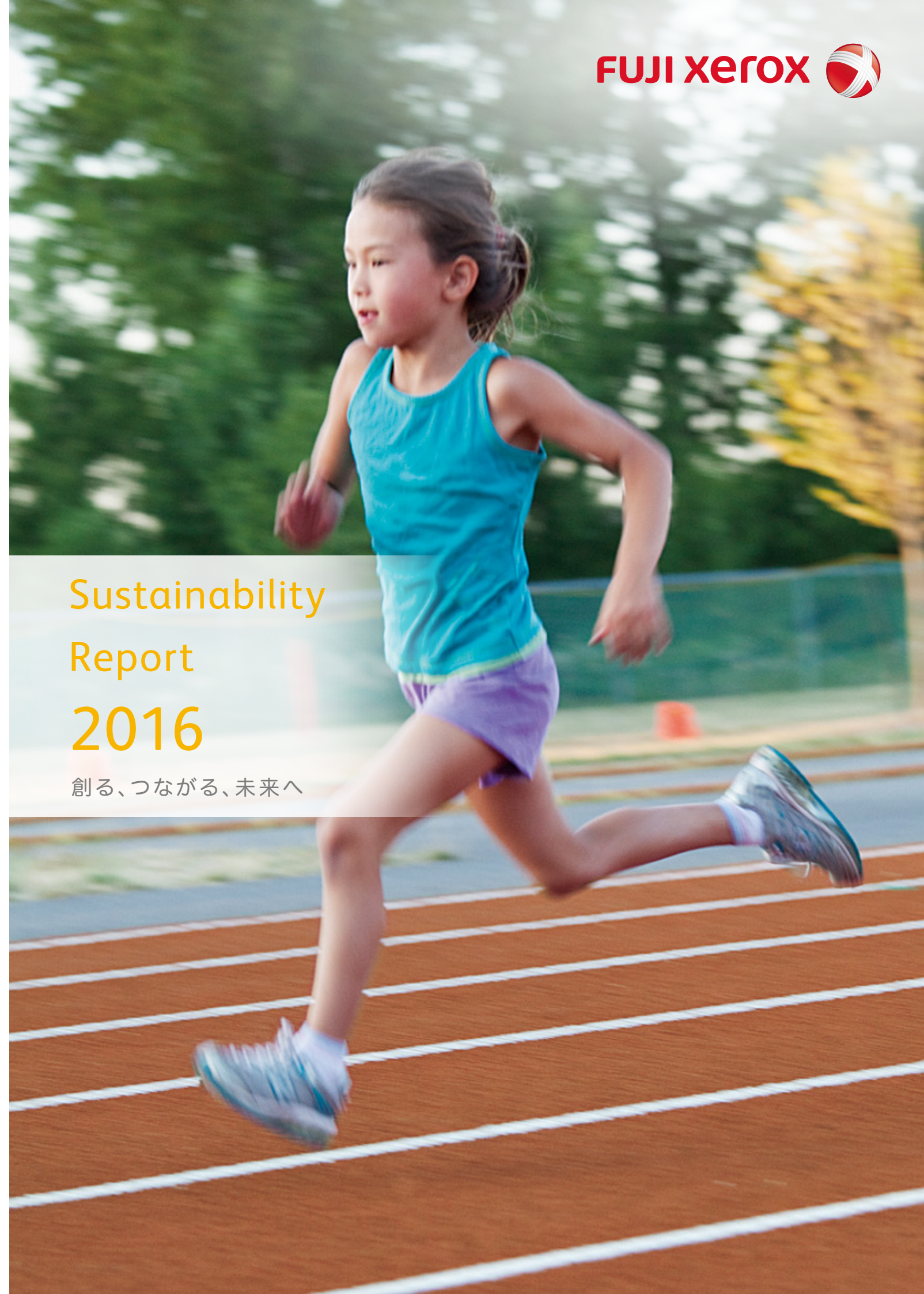


Sustainability Report 2016

富士ゼロックス株式会社

Sustainability Report 2016

創る、つながる、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が目指すもの	03
価値創造の姿の変遷	05
トップコミットメント	
1. 会長ご挨拶	07
国連グローバル・コンパクトへの参画と実践	08
2. 社長ご挨拶	09
【第2章】	
社会課題解決に向けた富士ゼロックスの事業	
富士ゼロックスの価値創造プロセス	11
経営重点テーマ特定のための機会とリスク	13
商品・サービスの提供価値とSDGsとのつながり	14
成長を支える強い事業プロセス	15
ハイライト	
1. 働き方変革	17
2. 地域のために、地域と共に	21
富士ゼロックスの事業と成長戦略	25
富士ゼロックスの成長を支える技術	27
【第3章】	
富士ゼロックスの提供価値	
知の創造と活用	29
ダイバーシティ・インクルージョン	32
環境の保全／安心で活力ある社会	36
各国・地域のCSR活動	41
強固な経営の基盤	43
富士ゼロックスの経営の仕組み	47
【第4章】	
主要なCSR指標	
主要なCSR指標一覧	49
第三者意見	56
富士ゼロックスの事業概要	57

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諸国を先行列とする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やSDGsのような新たな要請に対応し、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制作・発行します。

Sustainability Report 2016の報告内容について

- 報告対象期間
2015年度（2015年4月から2016年3月まで）の取り組みを中心に、2016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・レポーティング・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
2017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、ステークホルダーに公表しています。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

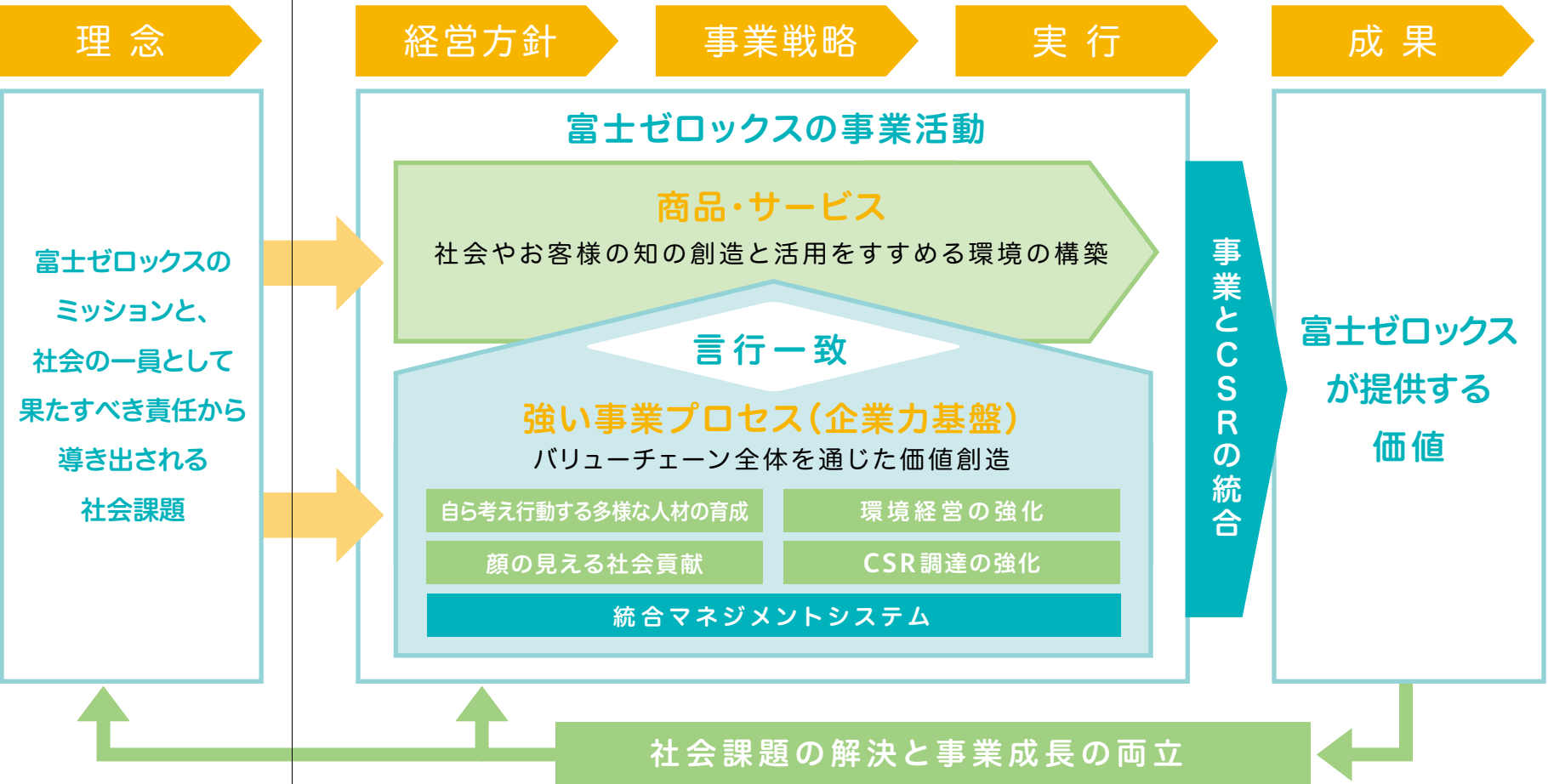
2016年度のレポートの特色

富士ゼロックス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を統合した価値創造に向けた当社の経営プロセス（下図参照）に沿った報告内容としました。当社のミッションを考慮したうえで取り組むべき社会課題を4領域に集約し、事業活動を通して価値提供するためのプロセスについて一貫した報告を行い、分かりやすく伝えることに留意しました。
- ② 2015年9月に国連総会で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）」の解決に向けて、事業を通して当社が特に取り組んでいく領域について報告しています。
- ③ 当社の事業における商品・サービスの提供価値と将来に向けた事業の成長戦略、およびそれを支える技術基盤について、説明を強化しました。
- ④ 当社のグローバルな事業活動についてより具体的にお伝えするため、海外での取り組み事例をできるだけ多く掲載しました。

価値創造に向けたプロセス

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」の実現に向けた当社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）。

Sustainability Report 2016の構成

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。

Web
関連記事

<http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2016/>

【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58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が目指すもの



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。

富士ゼロックスの
経営哲学の
発展

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

「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。

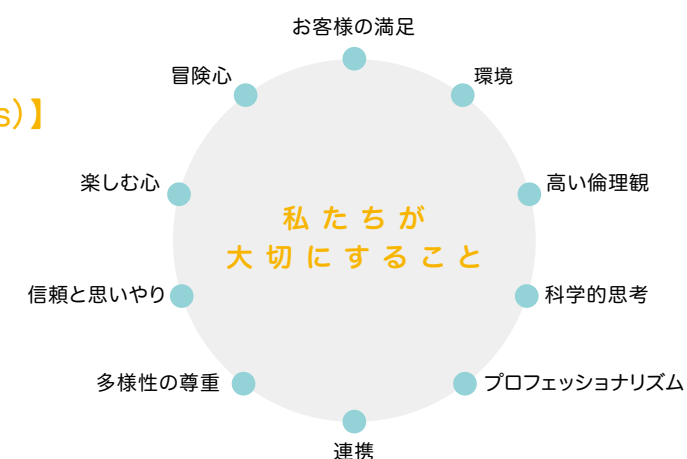
知の創造と活用を
すすめる環境の構築

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)】

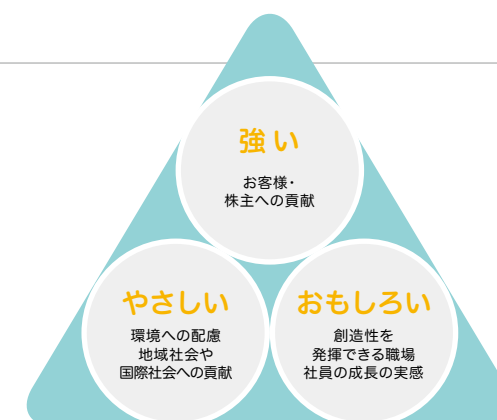
「私たちが目指すもの」を実現するために、富士ゼロックスおよび関連会社のすべての従業員が共有する、社会の一員としての責任とビジネスの姿勢、人間性をベースにした個人のありようを10の価値で表しています。



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

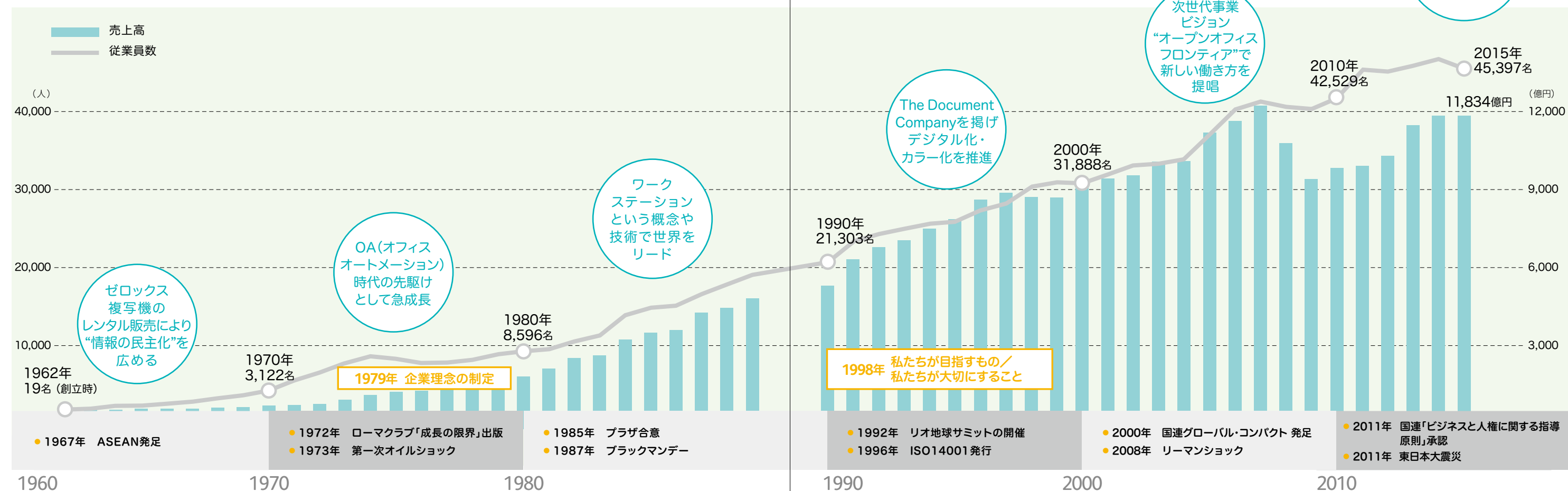
お客様に満足いただける卓越した商品・サービスをお届けし、株主にも継続的に報いることができる「強い」会社。環境、倫理、社会貢献などを含め、地域社会や国際社会に対して「やさしい」会社。従業員が仕事や人生を「おもしろい」と感じる会社。当社は、このような「強い」「やさしい」「おもしろい」をバランスよく兼ね備えた会社を目指しています。



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。そして、「プロダクト・アウト」ではないことはもちろん、「マーケット・イン」を超えて、社会が必要とし、社会にとって価値のあるものを提供していくという「ソサエティ・イン」を追求してきました。手書きの複写作業なしに瞬時に情報の共有を多くの人に可能にし、「情報の民主化」を実現したことにおいて、ゼロックスの複写機は「ソサエティ・イン」による社会課題解決そのものといえます。



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。

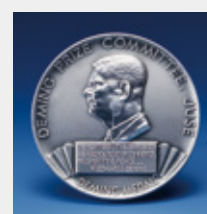


1970 モーレツからビューティフルへ

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、人々の考え方や生活様式にまで、社会に大きな反響を巻き起こしました。機械文明の進歩が進む中で、人間がより創造的で、より人間的な分野に解放されるために、私たち富士ゼロックスがどう懸け橋になれるのかという観点に立ち、モーレツ主義社会に対する問題提起のメッセージを発信しました。

1980 「ダントツ」を求め、デミング賞の受賞

競争の参入、石油危機などで経営環境が厳しさを増す中、全社的品質管理・TQC活動を推進し、世の中を驚かせるような圧倒的な強さ「ダントツ」を目指す気概が、1980年のデミング賞実施賞の受賞に結実しました。



1988 ニューワークウェイの提唱と導入

TQC活動による均一化を打破するために、科学的な仕事のすすめ方に必要な「Why?」の追求に加えて、「Why not?」で個の発想を尊重する「ニューワークウェイ」を導入。新時代の個と組織の関係を先取りし、個人が活かされる会社の実現を追求しました。



小林陽太郎氏の先見性



1978年に代表取締役社長に就任、1992年から代表取締役会長を務めた小林陽太郎氏が2015年9月5日に永眠しました。小林氏は、1970年のビューティフル・キャンペーン、1988年の「ニューワークウェイ」、1992年の「よい会社」構想に代表されるように、企業と社会、社員(個人)のより良い関係を社会に提唱し、常に時代をリードしてきました。社外においては、1999年に代表幹事に就任した経済同友会において、市場による企業評価が過度に短期の経済性に偏っているとの認識のもと、企業の社会性や人間性にも着目するよう「市場の進化」を訴えるとともに、企業の社会に対する責任と企業の持続的な価値創造の重要性を説きました。



CSR経営を通じて、
すべての人々が暮らしやすい世の中、
働きがいを実感できる社会の創造に貢献します。

グローバル社会の変化と社会課題

これまでのSRI(社会的責任投資)やESG(環境・社会・ガバナンス)の視点に加えて、2015年はCOP21でパリ協定が成立し、国連においても17の持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals: SDGs)が採択されるなど、グローバル社会からの要請や枠組みが大きく変化しました。特にSDGsは、2030年までの持続可能な開発の実現に向けてあらゆる開発レベルの国々に対して取り組みを求める重要な指針であり、企業の枠を超え、産・官・学や市民、NGO、地域社会といったすべての関係者のグローバル連携が強く求められます。企業経営の面では事業機会とリスクの認識を根本から見直すことが必要になるほど大きなインパクトを及ぼす可能性があります。

その一方で、コーポレートガバナンスやコンプライアンスへの関心がさらに高まり、すべてのモノがネットでつながる「IoT」、ビッ

グデータ、人工知能(AI)のような情報通信技術(ICT)の進歩やイノベーションの加速などもあり、社会、経済、環境面において、私たちが直面している社会課題はこれまでの考え方や取り組み方では通用しないほど解決が難しくなっております。

富士ゼロックスが果たすべき役割

ビジネスのすすめ方も、1社ですべてを担う時代から、複数の企業間でグローバルにコラボレーションしながら事業をすすめていく時代になり、情報を迅速かつ正確に流通させ、共有することで新たな知を生み出す環境を構築することがますます重要となっております。

富士ゼロックスの企業理念は「知の創造と活用をすすめる環境の構築」で始まります。1962年の創業当初から「Better Communications」の実現を事業目標として堅持し、当社の商品

やソリューション・サービスを提供することを通じて、社会価値を創造し世の中のコミュニケーションをより豊かなものにしていくことに取り組んできました。つまり、当社が目指す最大のミッションは、前述のSDGsにおいては「ディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)」の推進と持続的な経済成長の実現に大きく貢献することです。社会課題が複雑化、高難度化すればするほど、コミュニケーションの役割は重要性を増すようになります。世の中で日々企業活動が営まれている以上、当社が取り組むべき経営課題は尽きることはなく、その意味において、従業員一人ひとりが社会的責任をしっかりと認識し、誇りを持って価値ある役目を果たさなければなりません。私は、当社のミッションステートメントを実践し体現していくことが社会から求められていることであり、やりがいを持って社会の発展に貢献できることだと考えています。

「CSRは経営そのもの」であることの意味

私は、「CSRは企業経営そのもの」とであると唱え続けてきました。継続した事業成長に必要なCSR経営の取り組みは、企業

富士ゼロックス株式会社
代表取締役会長

山本忠人

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

富士ゼロックスは、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活動を推進するうえで国連GCの理念を基本的な価値観のひとつに位置づけ、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43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。



国連グローバル・コンパクト・リーダーズ・サミット(2016年、ニューヨーク。当社からも出席)

※ 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擁護・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。

活動におけるすべてのプロセスの中で実践されてこそ意味があり、当社や社会の将来を左右する新たな価値創造へのチャレンジだと考えているからです。企業の価値は、あらゆるステークホルダーをいかに満足させることができるかで決まりますが、グローバル社会から価値を認められ、必要とされる存在になってはじめて、事業の継続的な成長が可能になりサステナブルな企業だと言えるようになるでしょう。

私たち富士ゼロックスは、強みを持つ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、本業を通じてステークホルダーの期待を大きく超えるような価値あるコミュニケーションを創造し、「真のエクセレントカンパニー」となることを目指します。そして、すべての人々が暮らしやすい世の中、働きがいを実感できる社会づくりに貢献することに邁進してまいります。

「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の Sustainable Development Goals (SDGs)

2015年9月、新たな持続開発目標が国連総会で採択されました。このアジェンダは、ミレニアム開発目標(MDGs)の後継であり、17の目標と169のターゲットで構成されています。国連に加盟するすべての国は、2015年から2030年までに、貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会など、持続可能な開発のための諸目標を達成すべく力を尽くすことが求められます。

富士ゼロックスは、本業を通じて、SDGsの解決に向けた取り組みをすすめていきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
世界を変えるための17の目標



Web
関連記事

● グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン 公式ホームページ <http://www.ungcjp.org/gc/index.html>
● 国連 <http://www.un.org/en/index.html>



人が活きるコミュニケーションの提案で、
イノベーションを生み出し続ける
会社を目指します。

富士ゼロックス株式会社
代表取締役社長

栗原 博

知識や情報を選別し活用する力

富士ゼロックスは、1962年の創業以来、複写機によるドキュメントの伝達を通して、「情報の民主化」に貢献してきました。その後、90年代に入って、IT革命により情報量は飛躍的に増大しただけでなくその流通経路や形態も多様化、複雑化しました。さらに、近年では情報通信技術（ICT）の進化によって、価値ある知識や情報を選別し活用する力が一層求められるようになりました。このような大きなパラダイムシフトのもとで、当社はもとよりお客様も、従前のやり方で事業成長を継続させることは困難になっており、複雑化・高度化する情報化社会にどのように向き合い、どう事業成長を継続させるべきか、企業としての真価が問われています。

情報過多の時代こそ、当社の強みが発揮できるチャンス

当社は、ここ数年間にわたりソリューション・サービス化への事業構造転換を加速してきました。私は、国内営業事業管掌役員として、お客様と直に接しながらその取り組みを推しすすめた後、2015年6月に代表取締役社長に就任しました。社長としてあらためて実感することは、この情報過多の時代こそ、私たちの強みを大いに発揮できる絶好のチャンスだということです。

半世紀以上にわたり培ってきたコミュニケーション全般の技術やノウハウによって、当社は必要な情報を最適な形に変換し、迅速に配布・共有できる最適な手段で、業務フロー全体の整流化、ガバナンス強化、顧客関係性強化など、ビジネスのあらゆる場面でお客様の経営課題解決や業務プロセスの改善に貢献してきました。今後はこれまで蓄積してきた複写技術に加え、必要な情報は確実に残す「アーカイブ」、過去の履歴から変化を察知し予測を踏まえた示唆に導く「センシング」のほかにも「モニタリング」「アラート」といった技術を駆使し、新たな時代に求められるドキュメント・コミュニケーションのインフラを構築してまいります。私たちがミッションステートメントに掲げる「知の創造と活用をすすめる環境の構築」こそ、まさに今、社会から求められているのだと実感しています。

本業を通じてオープン・イノベーションで社会課題に向き合う

一方で、当社は、コラボレーションやコンセプトワークなどのコミュニケーション技術を使って新たな価値を創発する、オープン・イノベーションにも取り組んでいます。例えば、横浜みなとみらい21地区の当社の研究開発拠点では、地域の社会課題解決などの実践事例と関連技術をお客様、行政、大学や研究機関、NGO、コミュニティの皆さんに紹介し連携しながら研究開発活動を展開するなど、新しい価値づくりをすすめています。地方創生という観点から、ある地域の課題解決策を他の地域へ展開することもすでに始めています。

「人」の感覚や経験、業務活動などのアナログなプロセスをITと融合することによって実現する「価値あるコミュニケーション」の提供も当社の強みです。人を中心に置いたコミュニケーションの提案で、お客様や地域社会の課題解決への貢献を続けていきます。

事業とCSRの統合の加速

当社は「言行一致」という全社改善運動を事業プロセス強化のエンジンとして動かし、企業力の強化、従業員の成長、お客様への価値提供につなげています。営業、サービス、生産、研究・開発、調達・サプライチェーン、コーポレートなど、すべての機能において、こうした活動を通じて従業員一人ひとりが問題発見力、課題解決力を養ってきました。そうした結果、2015年には6年連続で顧客満足度No.1評価の獲得（J.D.パワーアジア・パシフィック社調べ）、省エネ大賞の受賞など、さまざまな成果が生まれ、また統合マネジメントシステム認証を国内で初めて計40社3万人規模で取得し、経営基盤の強化に努めてきました。2016年度は、全社をあげてCSR活動をさらに推しすすめる、サステナビリティの観点で絞り込んだ経営重点テーマについて議論を活性化しPDCAを回して、グローバルトップレベルの水準を目指していきます。

こうした一連の活動を積み重ねてスパイラルアップすることによって、経営トップから従業員まで、「CSRは経営そのものである」という意識を醸成し、企業風土へと浸透させ、事業とCSRの統合をすすめていきます。

事業のさらなる成長へのチャレンジ： No Try, No Success

2016年度は、“Change Myself, Change Team, Change Fuji Xerox”を経営方針に掲げ、「中期経営目標の必達」と「次の成長に向けた準備の加速」に取り組みます。特に顧客接点の拡大と提供価値の深化を強化していきますが、それを実行していくのは従業員ですから、従業員満足（ES）が経営に必要な不可欠であることは言うまでもありません。

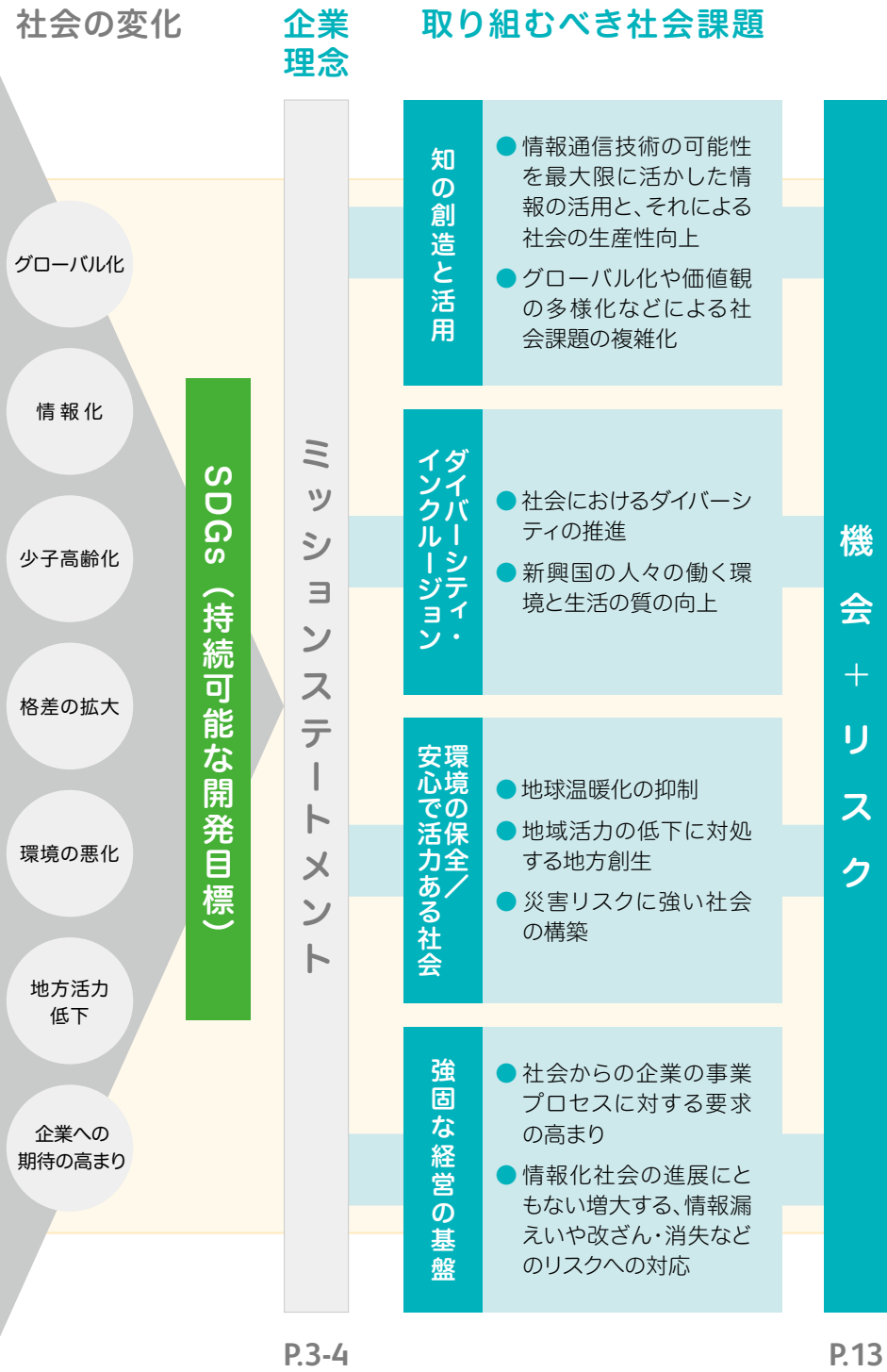
「No Try, No Success」、挑戦しなければ何も始まらないというのが、私の信条です。一人ひとりが高い目標に挑戦し、成長の喜びを実感できる企業風土を醸成するために、従業員との対話機会を積極的につくり、働き方・コミュニケーション改革などにもより一層取り組んでいきます。

ステークホルダーの皆様への約束

技術革新のスピードが速く、ICTの進化が社会に大きな影響を与える時代であります。効率や利便性を追求することばかりが正しいこととは限りません。私は、社会課題の本質をしっかりと見極め、本当に求められている価値を社会にお届けできるように、軸足のブレない経営をすすめていきます。従業員一人ひとりがいきいきと活躍することができ、当社が不断のイノベーション創出をもって、お客様や社会に貢献する会社になるために、私は果敢にチャレンジしていきます。そして、富士ゼロックスが世の中から愛され、必要とされる企業として、中長期的に社会に変革をもたらすような存在であり続けるよう全力を尽くしてまいります。

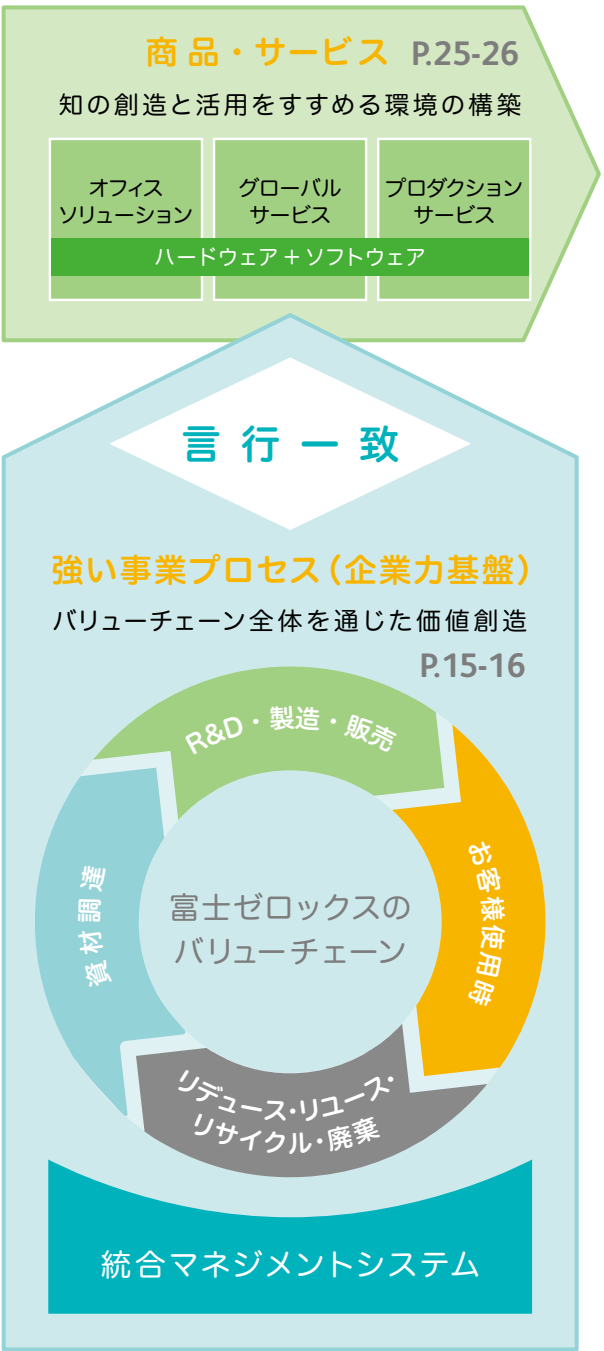
富士ゼロックスの価値創造プロセス

富士ゼロックスは、さまざまな社会課題の中から、当社のミッションステートメント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4領域に絞り込みました。そして、特定した経営重点テーマに基づき、当社の事業活動を通じてそれらの課題の解決に向けた提供価値を創造し、お客様をはじめとしたステークホルダーの価値創造を支援していきます。



富士ゼロックスの事業活動

- 経営重点テーマ**
- 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
 - 高品質で安全な商品・サービスの提供
-
- 多様な人材が社内外で活躍できる環境の構築
 - 自ら考え行動する人材の育成
 - 海外市場の事業展開強化
-
- 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）
 - お客様先のCO₂削減
 - 責任ある用紙調達の継続
 - 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）
 - 東日本大震災復興への支援継続
 - お客様の事業継続の支援
-
- 競争力の強化につながる自社生産拠点でのCSR実践強化
 - 競争力の強化につながるCSR調達の拡大および強化
 - コーポレートガバナンスの徹底
 - 公正な事業慣行の徹底
 - 人権の尊重
 - 情報セキュリティの徹底



解決に向けた
富士ゼロックスの提供価値

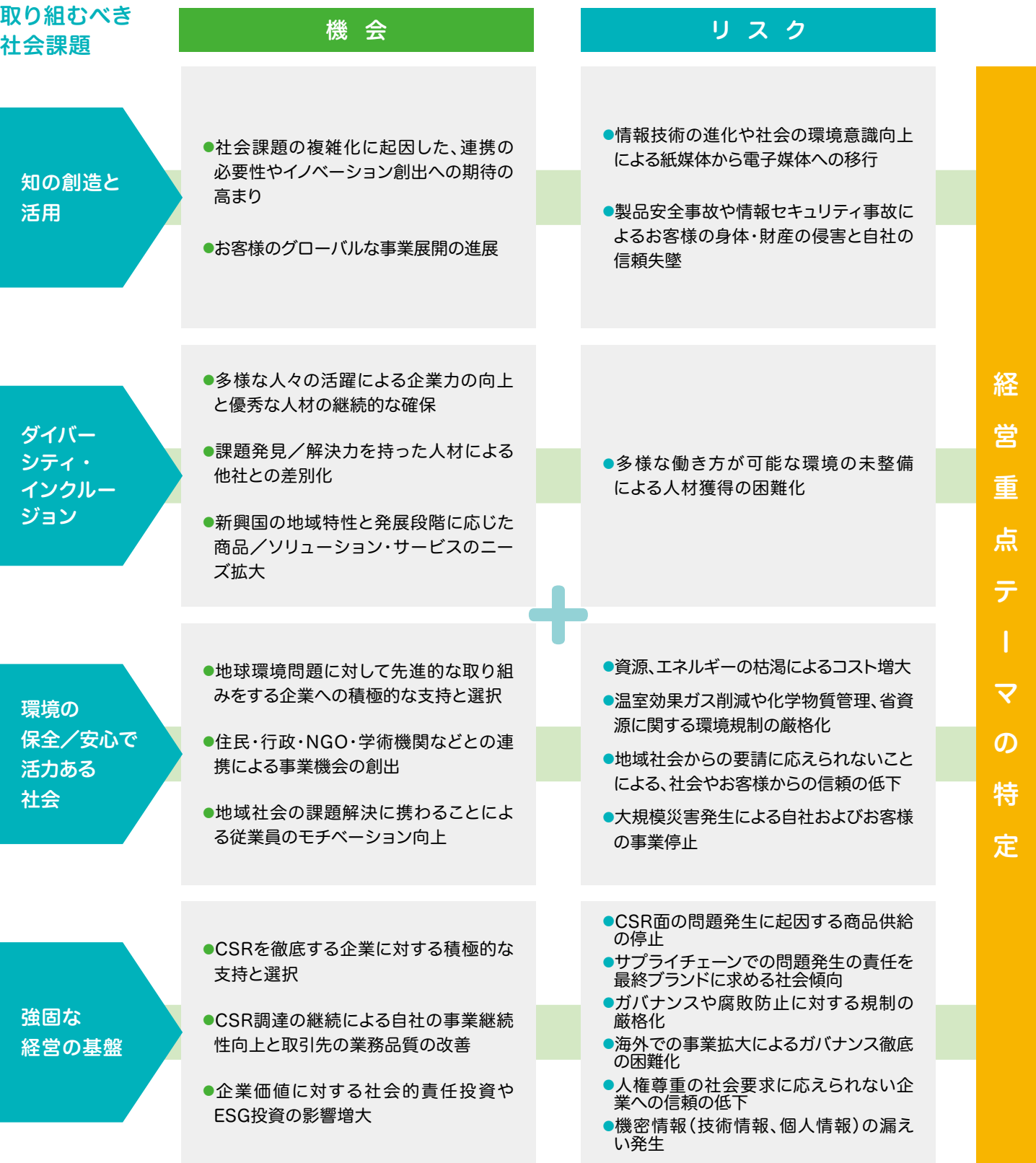
ステークホルダー



- 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 **P.29-30**
 - 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 **P.31**
-
- 年齢、性別、言語の違いや障害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 **P.32-34**
 - 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 **P.35**
-
- 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 **P.36-38**
 - 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 **P.39-41**
 - 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 **P.42**
-
- 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 **P.43-45**
 - 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 **P.46**

経営重点テーマ特定のための機会とリスク

富士ゼロックスは、経営重点テーマの特定にあたり、取り組む社会課題が自社の持続的成長にとってどのような機会およびリスクとなるのかを分析しています。



経営重点テーマの特定

商品・サービスの提供価値とSDGsとのつながり

富士ゼロックスの商品・サービスの特長と提供価値を通じた事業の取り組みによって、当社が絞り込んだ社会課題の4領域においてどのようにSDGsの解決に貢献できるのか、そのつながりを説明しています。



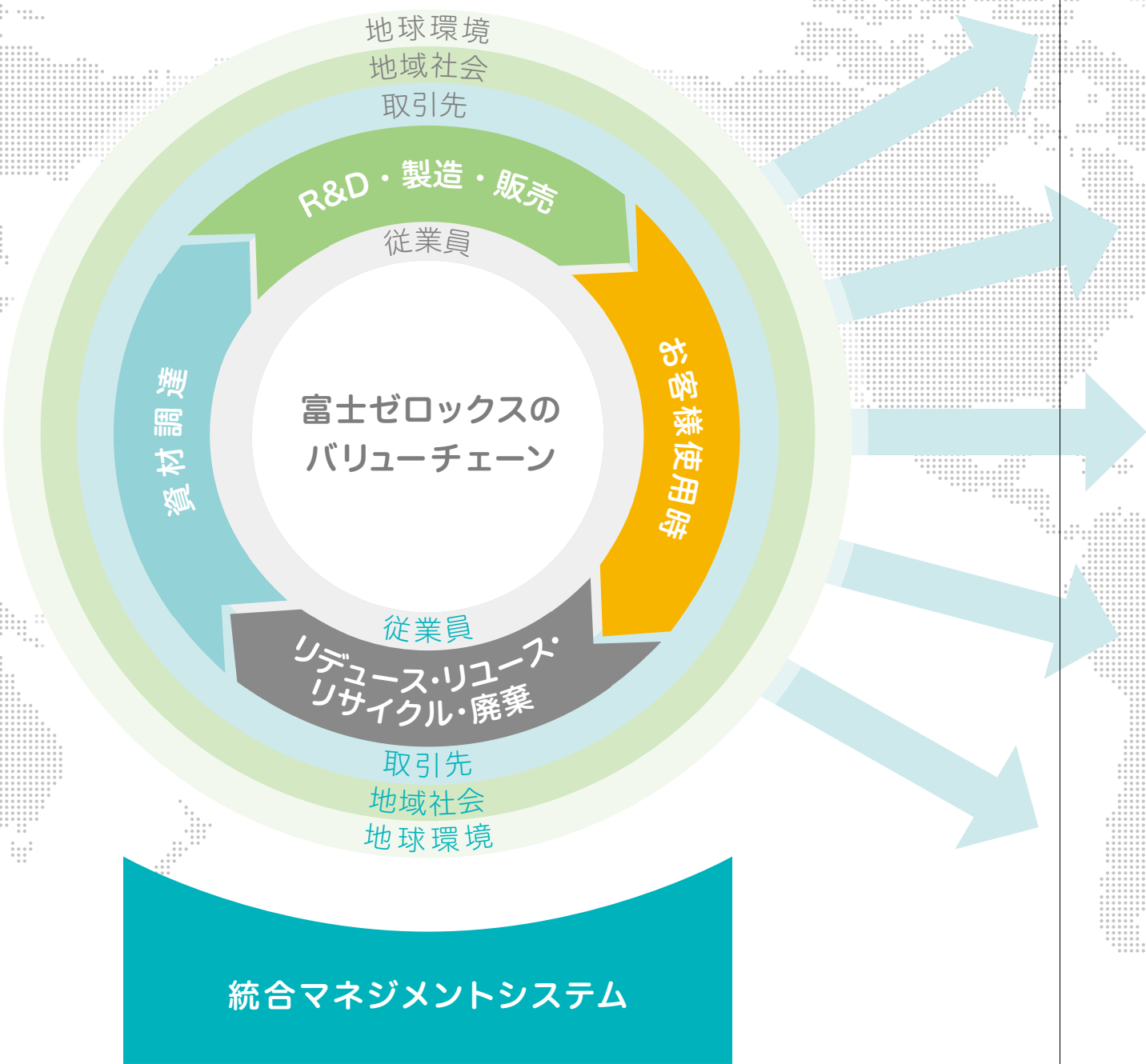
働きがいと経済成長の実現

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)を当社の責任範囲と考え、当社の事業地域全域における、バリューチェーン全体の活動を通じて、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。

強い事業プロセス(企業力基盤)



統合マネジメントシステム

ダントツの商品・サービスの提供

富士ゼロックスおよび関連会社の活動に対し、さまざまな賞をいただきました。主なものをご紹介します。

お客様	地球環境
<p>顧客満足度 No.1</p> <p>J.D. パワー カラーコピー機 顧客満足度 No.1</p> <p>6年連続 No.1</p> <p>J.D. パワー カラープリンター 顧客満足度 No.1</p> <p>6年連続 No.1</p>	<ul style="list-style-type: none">● 平成27年度「省エネ大賞」 省エネルギーセンター会長賞● 第5回「カーボン・オフセット大賞」 優秀賞● サステナブル ビジネス アワード シンガポール 2015● 「生物多様性アクション大賞 2015」 審査委員賞● 第19回「環境コミュニケーション大賞」 審査委員会特別優秀賞

統合マネジメントシステム

国内40社3万人規模で 3規格の認証同時取得は国内初。



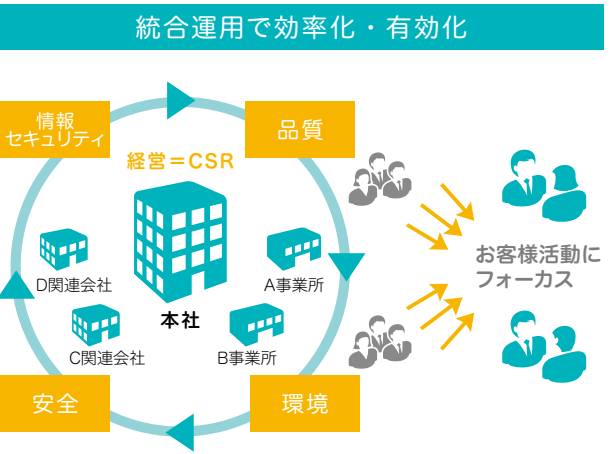
富士ゼロックスは、2015年改正品質／環境マネジメントシステム、および情報セキュリティマネジメントシステムの認証取得プロセス体制・運用方法を統合し、2016年1月27日に株式会社日本環境認証機構の認証を取得しました。認証範囲の対象が関連会社を含め国内40社3万人という大規模統合・運用を実現したのは国内初です。

これまで、個々の拠点・機能ごとにマネジメントシステムの認証を取得していたため、取得プロセスの複数領域における重複や、経営に直結した効率的な運用という点で課題に直面していました。そこで、全社でマネジメントシステムを統合して効率化し、経営のツールとしての有効性を上げることを目指した活動を、2009年に開始しました。

当活動の位置づけを「CSR経営を支える基盤として構築する」と明確化し、統合・運用にあたっては、3規格を統合した内部監査用のチェックリストの作成や、情報の一元化・ワンストップ化の仕組みを構築しました。具体的には、業務プロセス全体の見える化やリスクアセスメントによりリスク対応をプロセスに織り込むなど、富士ゼロックスおよび関連会社全体として本業でPDCAを回すことを目指しました。

このような活動により、本社機能、研究・開発・生産機能(関連2社含む)および国内営業機能(販売会社37社含む)の品質・環境・情報セキュリティマネジメントシステムを統合して、運用に移行することができました。

今後は、海外を含む富士ゼロックスおよび関連会社全体への拡大と、今回構築した仕掛けを使ってすべてのバリューチェーンにおいてレベルアップを図り、お客様の経営課題を解決するソリューション・サービスを提供するために、さらなる企業体質強化に取り組んでまいります。





ハイライト・1

働き方変革

～生産性向上と価値あるコミュニケーションの創出～

ビジネスを取り巻く環境が急激に変化し続ける中、オフィスワーカーの生産性向上は多くの企業に共通する社会課題となっている。

富士ゼロックスは、独自の「働き方変革」を通して自らの生産性向上を図ると同時に、その経験に基づいた問題解決策をお客様に提供することを通じて、生産性の向上や価値あるコミュニケーションの創出を実現させ、働きがいを持って一人ひとりが能力を最大限に発揮できる環境づくりに努めている。

「言行一致活動」と呼ばれるこの取り組みをてこにして、ダイバーシティの推進や地球温暖化の抑制などの社会課題の解決にも挑んでいく。

● OECD加盟国の年間平均総労働時間 … **1,770**時間
(出典) OECD主要統計(2014年)

日本国内における：

● 時間あたり労働生産性伸び率…………… **0.9**%
2005～2014年度の10年間平均
(出典) 内閣府「仕事と生活の調和推進のための行動指針」(数値目標)
(平成19年12月策定、平成28年3月一部改正)

● 年次有給休暇取得率…………… **47.6**%
(出典) 厚生労働省 平成27年度就労条件総合調査結果

働き方変革で富士ゼロックスが目指すもの

富士ゼロックスは1988年に提唱した経営刷新運動「ニューワークウェイ」のもと、従業員がいきいきと新しいことに挑戦できるよう「個の発想」を尊重し、多様なワーク・ライフを支援するための働き方変革を研究・実践してきた。育児休職制度(1988年度)や家族介護休職制度(1990年度)などの制度をいち早く取り入れてきたのもその一環だ。ダイバーシティ推進の加速を目的として、在宅勤務制度においても2014年度にコアタイムのないフレックス勤務を可能にし、育児や介護の利用対象者を支援している。

当社における働き方変革の目的は、仕事と家庭の両立を支援することだけではない。私たちが目指すのは、従業員の士気を高め、個と組織の力を最大限に発揮できる環境を整えることによって生産性を向上させること。そして従業員一人ひとりの多様な価値観を支える風土を醸成し、仕事を通じて働きがいや成長の喜びを実感できる企業への変貌を実現することだ。さらに、お客様をはじめとするステークホルダーに対して自ら試行錯誤してつくりあげた成功事例をソリューション・サービスとして提供することで、世の中の人々の働き方を変え、より暮らしやすい社会の実現に寄与したいと考えている。

働き方変革は、社会を変える第一歩

ビジネスの多様化、グローバル化がすすんだことで、社会が抱える課題は急速に高度化・複雑化している。一方で、ICTは劇的な進化を遂げ、次々に新たな変化が生まれる。こうした状況下において、お客様の価値創造を支援し社会を変えていくために、富士ゼロックスは機器や消耗品の販売を主軸とする従来の事業構造から、お客様の経営課題を解決するソリューション・サービスを中心とした事業構造へと転換を急いでいる。さらに、当社の従業員が適切かつタイムリーに意思決定をしてお客様や社会の期待に応え、成果を出し続けるためにはどうすべきかという課題もある。近年は多くの企業が、いかにして営業やエンジニアなどのオフィスワーカーの生産性を高めるかで頭を悩ませているのだ。

当社は、その答えのヒントがコミュニケーションにあると考え、働き方変革の取り組みをスタートさせた。困っていることはお客様も同じはず。ならば隗より始めよということで、まず自社の働き方にメスを入れた。

多部門横断で働き方変革を推進

2009年に始まった「営業、CE、SEの働き方変革」では、当該部門はもちろんのこと、総務、人事、情報システム、サプライチェーン、事務サービスなど、部門の枠を超えてそのあり方を検討してきた。

特に重点を置いたのは業務プロセス、ITモバイル環境、制度・ルール、オフィス環境の4領域の変革だ。

業務プロセスについては、一人ひとりの業務を可視化・定量化することから始めた。属人化が進んだ業務プロセスを可視化するのは、かなり根気が要る。しかし、そこは当社が最も強みを発揮する領域のひとつ。関連するドキュメントの流れから業務プロセスとコミュニケーションの全体像を可視化してムダを洗い出し、各種申請業務などの付帯業務を徹底的に削減した。営業の働き方において実際に削減した付帯業務時間は、改革前の約52%に上る。

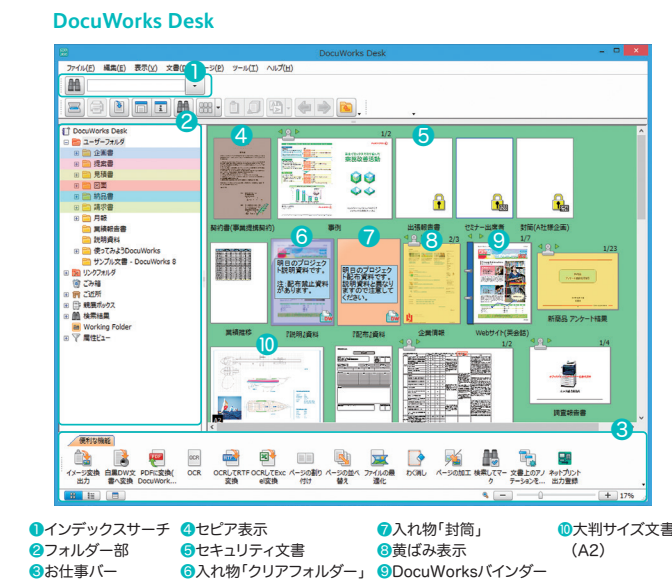
そして、定量化した情報をモニタリングすることによって、PDCAを回し運用を定着させていく仕組みだ。

ITモバイル環境の面では、新たな業務支援ツールとして情報共有の独自アプリも開発した。さらに軽量パソコンの支給、電子文書と紙文書をつなぐ統合・管理することができるドキュメントハンドリング・ソフトウェア「DocuWorks」やドキュメント共有を支援するクラウドサービス「Working Folder」、ネットプリント^{※1}などの活用によって「いつでも、どこでも」仕事ができる環境を整えた(P.30参照)。

制度・ルールの領域では、在宅勤務や直行直帰の活用を促すために、下地となる人事制度やルールを刷新。働く場所であるオフィス環境づくりにおいても、本社がある六本木(東京都港区)や2015年5月に移転した日本橋(東京都中央区)などの都内主要拠点、横浜みなとみらい21地区、さらに2015年に入ってから千葉県や神奈川県内の複数拠点にもサテライトオフィスを設置した。

※1 全国のセブン-イレブン店頭に設置された当社の多機能デジタルフルカラー複合機(DocuCentre-V C4475 MP)を利用し、インターネット上に設置されたファイルの一時保管場所にあらかじめ登録/格納された電子文書やコンテンツを、安全に高画質プリントとして取り出すことができるサービス

＜DocuWorksが提供する“電子の机”＞



サテライトオフィスの活用で働き方変革が加速

全社をあげて働き方変革を推進してきた結果、営業の現場力は確実に強くなった。例えば、中野坂上（東京都中野区）に本拠地を置く大手営業事業部NB営業部NB2グループは、2015年春から日本橋サテライトオフィスを活用し、お客様への訪問件数が65%増えた。広域営業の移動効率を飛躍的に向上できたことが大きい。



富士ゼロックス株式会社
大手営業事業部
NB営業部 NB2グループ
安達 りさ

同グループの一員として、銀座や日本橋エリアの顧客を担当する安達りさは、「中野坂上から営業先へ向かうとなると電車で片道約40分かかりますが、日本橋オフィスからなら歩いていける距離。ここを拠点に営業活動を行うことで、今まで以上に多くのお客様を訪問できる。カスタマーエンジニアにも相談しやすくなり、お客様からの宿題やご要望にスピード感を持って対応できるようになりました」と語る。

彼らがICTツールを活用したモバイルワークを実践する姿は、その場でライブショールーム化する。それを見て、当社のソリューションに興味を持ってくださるお客様も少なくない。

お客様への価値提供もさらに充実



富士ゼロックス株式会社
大手営業事業部
東京第一営業統括 部長
石田 智行

サテライト勤務者を受け入れる側である日本橋オフィスの従業員も、今回の取り組みから多くを学んだ。中でも糧となったのは、2015年のオフィス開設や2016年7月の増床に向けて、現場の従業員が中心となってオフィスレイアウトを検討してきたこと。「この経験のおかげで、今まで以上に実感をこめてお客様にワークプレイス変革の重要性を説明・提案できるようになった」と、携わったメンバーは口をそろえる。

東京第一営業統括 部長の石田智行は、その狙いをこう説明する。「お客様の課題解決にとって何が必要なのか、その答えは常にお客様の中にあります。私たちは、自分たちが実践した変革の道筋をお見せすることで、お客様自身が答えを見つけるお手伝いをしていくのです」

2割省スペースでも快適なオフィスづくり

日本橋オフィスの床面積は移転前と比べて、502坪から395坪へ約21%縮小した。袖机をなくして机の横幅を一人あたり120cmから80cmに変更。その代わりに、個人用ロッカーを壁際に設置して私物を収納できるようにした。必要な書類は極力電子化して文書管理システムに格納（DocuShare^{※2}）。段ボール120箱分の書類を移転前に廃棄した。席はフリーアドレス制を導入して、フロア空間のフレキシブルな活用を実現し、サテライト勤務者用の席を追加しても狭さを感じることはない。ごみの分別や紙の再利用を促進するためのリサイクルステーションを各フロアに設け、環境にも配慮している。

働き方の変革を通じた業務生産性向上による省時間やモバイルワークによる省資源・省移動などに加えて、このような省スペースの実現はオフィスにおけるCO₂削減にもつながっている。

※2 部門レベルから全社レベルまで、多様なコンテンツ・マネジメントを効率的にサポートする文書管理システム。

変革により創造的な時間が増加

変革の成果は数値にも表れている。お客様面談など営業先に対する活動時間は1.8倍に増加した一方、総労働時間は11%減少した。また、業務のムダを減らし、時間に余裕が出てきたことで、思考やコミュニケーションに割ける時間が増えたことも、働き方変革の収穫の一つだ。

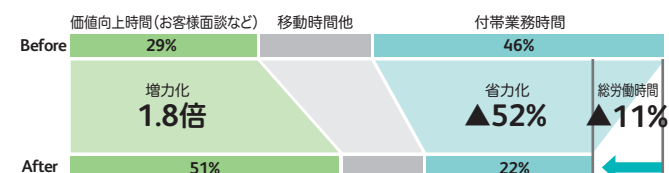
NB2グループのグループ長を務める津司仁は、「メンバーは新しく自己啓発に取り組み始めたり、家族で夕食を楽しむ機会を増やしたり、それぞれ終業後の時間を有効に活用しているようです。そうした私生活の充実を反映してか、士気も高く、職場は活気に満ちています」と変化を実感する。

高いモチベーションの根底には、自分が提案する機器やソリュー



富士ゼロックス株式会社
大手営業事業部
NB営業部 NB2グループ
グループ長
津司 仁

〈営業一人あたりの1日の活動内訳〉



ションがお客様の役に立ち、ひいてはお客様をはじめ世の中で働く人々の働き方を変革することにもつながっていくという自負もある。「モノを売るのではなく、お客様の課題を改善しようという会社の思いは、現場にもしっかり浸透している」と津司は胸を張る。

お客様の共感を呼ぶソリューションを提供

400年以上の歴史を誇る老舗企業が、当社のソリューション提案を通じて変わり始めている。東京第三営業統括AS営業部が担当する養命酒製造株式会社様は、持続的成長を目指し主力の養命酒ビジネスを核に一般食品業へ事業領域の拡大をすすめている。そのために、これまでの従業員の意識、そして企業文化を変える必要があると考え、ITを有効活用した新しい働き方の基盤づくりに取り組み始めた。



養命酒製造株式会社
経営管理部
情報システムグループリーダー
谷村 孝之氏

経営管理部情報システムグループリーダーの谷村孝之氏は言う。「新しい働き方の基盤づくりの検討は最初手探りでしたが、日本橋オフィスの言行一致事例や実績豊富なソリューション提案を幅広く見せてもらったことで、ゴールまでの道筋を具体的にイメージできるようになり安心感が得られました。また、当社に最適なIT環境をあらゆる選択肢からコーディネートして総合的に提案してくれたことも大きい。さらに、私たちが魅力を感じたもう一つの点は、案件担当チームのレスポンスの速さと的確なコミュニケーション。このプロジェクトが短期間で本番運用までこぎつけることができた大きな要因だと思います」

紙文書やフォーマットの違う電子文書を一元的に扱うことができる「DocuWorks」は、複合機やPCと連携した運用により社内文書の活用度を一気に向上させて、会議のペーパーレス化に加え、記録や保管に至るまで多くの社内コミュニケーションを変え始めている。「構築フェーズ後はしっかりと運用を根づかせ狙った効果を継続させることがポイント。富士ゼロックスには、全社の働き方を変え、企業文化を進化させるためのパートナーとなってくれることを期待しています」と加える。

大手営業事業部 事業部長の山田利雄は、「お客様の反応にも変化が表れていることを感じています。しかし、働き方変革への取り組みは、やっと



富士ゼロックス株式会社
大手営業事業部 事業部長
山田 利雄

スタートラインに立てたようなもの。私たちの事業を通じてお客様に感動を与えられるようなダイナミックなソリューションに仕立てあげたい。当社が狙う頂はまだまだ先にあります」と手応えを感じつつも今後の意気込みを語る。

働き方変革は「量」から「質」へ

7年間にわたる働き方変革は、ワーク・ライフ・バランスの実現からお客様への価値提供まで多方面で成果をあげた。今後、この取り組みをさらに進化させていくためには、労働の量（時間の長短）ではなく質（生んだ価値の大きさ）を評価する制度と、それを許容する風土も必要だ。そのために石田は、ソリューション・サービス開発本部と研究技術開発本部の協力を得て、Eメールの相手や頻度などコミュニケーションの中身に踏み込んだ業務の質の見え化にも着手する方針だ。

もともと当社の働き方変革やソリューションは「人を中心としたコミュニケーション」に主眼を置いている。働き方変革によって生み出された創造的時間をお客様や関係するメンバーとのコミュニケーションに費やすことで、個に蓄積された「暗黙知」を循環させて共有し組織全体の知へと高めたり、対話や交流を活性化させ新たな価値を生み出したりすることが狙いなのだ。また、営業自身がこのプロセスを体験することで、顧客の期待を上回る、驚きと魅力にあふれた提案も可能になる。

「今後も働き方変革を推進し、生産性向上やダイバーシティの推進といった社会課題の解決に貢献するとともに、従業員一人ひとりが成長の実感と喜びを実現できる環境の構築を目指したい」と、石田は決意を語る。



富士ゼロックス株式会社
取締役 専務執行役員
柳川 勝彦

社会課題が複雑化・高度化する中であっても、私たちが継続的な事業成長を遂げていくためには、社会に対する提供価値を常に進化させ、さまざまな要請や期待にしっかりと応えていかなければなりません。そこで必要になるのは、従業員一人ひとりが志を高く持つこと、そして広い視野と高い視点を身につけることです。プロセスの可視化やコミュニケーションの価値向上は、まさに当社が長年培ってきた強みのひとつ。ステークホルダーに喜ばれ、社会課題の解決にも貢献できるイノベティブな提案を次々と生み出せる会社にしていくためにも、個や多様性の尊重を基盤として、従業員の能力を最大限に発揮できる環境づくりに努めていきたいと考えます。



ハイライト・2

地域のために、地域と共に ～グローバルも視野に地方創生を後押しする～

2030年に、現在の人口1,300万人の1割が減少するとされる九州。

島しょ（離島）を抱える自治体数が全国自治体の3割に上るなど、活性化には厳しい現実を抱えた地域でもある。

一方で、明日を信じて動き出したメンバーもいる。

「地域のために、地域と共に」の合言葉のもと、九州の統轄販売会社である富士ゼロックス九州と

九州各県に展開する販売会社・特約店、そして富士ゼロックスの研究開発機能が力を合わせて進める地方創生支援は、各地のコミュニケーションを活性化させ、グローバル展開の支援を含め着実に歩みをすすめている。

● 過疎市町村数

全国 **797** (全国の市町村に占める割合: 46.4%)

九州 **144** (九州7県の全市町村に占める割合: 61.8%)

(出典) 総務省 過疎地域市町村等一覧(平成27年4月1日現在)
総務省 都道府県別市町村数の変遷(平成26年4月5日現在)をもとに算出

● 島しょを抱える自治体

全国 **139** 自治体

九州7県 **46** 自治体(全国の33%)

富士ゼロックス九州の管轄全域(九州7県および山口県、沖縄県)
75 自治体(全国の54%)

(出典) (公財)日本離島センター離島統計年報(2013年)

観光音声ガイドでつながる九州

富士ゼロックスは現在、地方創生を支援する取り組みを産業全般、特に観光や人材育成(教育)の分野で展開している。活動は、コミュニケーション技術を基軸に据えており、国が掲げる地方創生も追い風に、各分野で光を放ち始めている。その中で先頭を切っているのが九州の取り組みだ。

富士ゼロックス九州は、2012年7月、富士ゼロックスが地域のお客様ニーズに根ざしたソリューション・サービスを提供するため、全国6地域に設立した統轄会社の一社。現在、社長 宮崎晋一のリーダーシップのもと、地域の発展に貢献しようとの動きも目覚ましく、その活動の一つが観光音声ガイドサービスの提供だ。2013年4月、宮崎は観光を切り口に九州ならではの地域活性化を推進しようと考え、市場調査と提供可能なソリューションの検討をソリューション・サービス第二営業部広域ソリューションSEグループ長の猿川容一に指示した。

そこで目をつけたのが、「観光音声ガイドサービス」だった。これは、GPS情報を検知し、徒歩でガイドポイントに近づくと携帯端末から自動で音声ガイドが流れてくるもの。研究技術開発本部コミュニケーション・デザイン・オフィスが長年にわたり研究し、観光客に向けて専用端末を貸し出しする形態で鎌倉や大磯など主に関東近県の観光地で実証実験をして高い評価を得ていた。そして、2013年7月には新規事業開発部が「観光音声ガイドサービス」として商品をリリースした。時代はちょうどスマートフォンの普及期。「利用者が限られる専用端末だけではなく、スマートフォンにアプリ化して世界中の方々にサービスを届けることがさらなる魅力につながる」と、新しい商品「SkyDesk Media Trek」(2014年1月商品化)の開発にも着手していた。

宮崎の指示を受けて猿川ら4人のチームは、観光に関係のある地域の鉄道、官公庁、観光施設などを回り、「なぜ富士ゼロックスが複写機ではなく、そんなことを」と決まり文句のように言われながら「私たちはコミュニケーションにかかわるソリューション・サー

ビスでお客様の役に立ちたいんです」と粘り強く可能性を探り続けた。しかし、1年間ほどは目立った成果がなかった。

変化は2014年に起きた。関西の温泉地で実証実験を行っていたお客様の紹介で黒川温泉(熊本県)を訪問し、ウォーキングイベントのデモ使用を認められたことがきっかけとなり、同年6月、ついに本採用が決まったのだ。

「あの黒川が採用したんですか」

その効果は絶大といえた。日本語と英語にも対応し、一般のガイドブックや地図では知ることができない地元の魅力が音声ガイドに盛り込まれるなど、かつてない誘客ツールとしての注目度が一挙に高まると、訪日外国人観光客増加にともなう受け入れ環境整備の流れにも乗り、福岡県北九州市、西日本鉄道株式会社、福岡県中間市、熊本県玉名市、長崎県杵岐市、鹿児島県霧島市など次々に採用を決めていった。現在は9地域に提供し、さらに広がりを見せている。

スマートフォンのアプリ化を実現することによって、地方で、例えば農産物の販売、観光PRをしようにも、多言語化や外国への発信ができないなどの壁を解消することができるようになった。地域にはいろいろな資源がある。見向きもしなかった所が外から見れば魅力だったり、地元ならではのお宝情報も多い。そうした資源にきちんと光を当て、観光における社会インフラを目指す道筋が見えてきた。

「開始されて間もない地域が多いですが、外国人の満足度が上がるなどの導入効果を聞いています。それよりむしろ、もっといろいろなコンテンツがほしいといった声が印象的です。お客様の期待に応えるとともに、これから九州全県に導入し、地域の発展に貢献するのはもちろん、県間をつなぐ広域観光ガイドなど『一つの九州』として全体を盛り上げていけたら素晴らしいですね」(猿川)



富士ゼロックス九州株式会社
ソリューション・サービス第二営業部
広域ソリューションSEグループ長
猿川 容一

〈SkyDesk Media Trek構成図〉



「対話」を通した杵岐の未来創り

観光音声ガイドサービスは2016年4月から杵岐市にも導入されている。しかし、この地と富士ゼロックスの関係はそれだけではない。

観光客誘致、人口増につながる新しい産業の育成、住みやすいまちづくりを目指した「杵岐な未来創りプロジェクト」と呼ぶ市民主導型の活動が、地元に新たな希望を与えている。住民同士の「対話」を通じて「地域が抱える真の課題」を抽出し、それらを解決するためのテーマ化とアクション。このプロセスを経ることで、

住民には自ら主体となって課題解決に取り組む能力が育ち、住民主導の活性化活動が循環し始めている。

最初のプロセス、「対話会」における人々の真意を引き出すための手法は当初、多くの住民に戸惑いを持って迎えられたが、いったん本音の発言が始まると、それが呼び水となって次の本音を引き出されていく。

「対話会を通して、自分自身の過去の体験を見つめ直しながら、自分が大切にしてきたことに気づく。そして、他の人が大切にしてきたことにも耳を傾け、共感の中でつながりながら、本当に自分事として、今、取り組みたいことが浮かび上がるのを待ちます。このようにして新たなテーマが生まれてきました」



富士ゼロックス株式会社
研究技術開発本部
コミュニケーション技術研究所
湯澤 秀人

そう話す開発責任者、富士ゼロックス研究技術開発本部コミュニケーション技術研究所の湯澤秀人によると、この技術は複数の世界的理論を背景に、「禅」の思想までも根底に置いているという。人々がいきいきと自分たちのまちづくりを描き始めている「遠野みらい創りカレッジ」※での経験が開発に活かされている。

そして、2015年11月から2016年3月までに開催された5回の対話会で、「学びの島・杵岐」「杵岐の巡礼」「杵岐の農業活性化」など9テーマが設定された。自由参加にもかかわらず、のべ609名が参加し、大半は市民だが、県外企業からの参加者も90名に上った。そして何より、杵岐市長 白川博一氏をはじめ関係者が目を見張ったのは、市民の半分以上が地元の高校生を中心とする学生だったことだ。

「地元の高校生が対話会の司会をすすんでやるなど、若い力が本当に頼もしい」そう話すのは、プロジェクトリーダー、富士ゼロッ



歩行ラリーの参加者を笑顔で応援する高校生たち



古代の雰囲気漂う杵岐の地で「自分を変える力」を体感し、未来に目を向ける地元の住民と、そのほかの皆さん

クス九州広域マーケティング部長の高下徳広だ。彼は、「杵岐を日本の先進離島モデルにしたい」と本気でぶつかってきた杵岐市役所 企画振興部地域振興推進課 地域振興推進班係長の篠原一生氏の言葉を受け、「自分に杵岐を任せてほしい」と社長の宮崎に訴え、現地に移住までして活動する熱血漢だ。そんな高下は今、地元の変化を肌で感じている。

テーマの一つ「学びの島・杵岐」を具体化した研修プログラム「明日の仕事の仕方を考える研究会 in 杵岐」に参加した社会人は、与えられた課題を解決しながら「自分を変える力」を体験する歩行ラリーを通じ、「経験値からくる先入観や自信に対し、いったん立ち止まって考える大切さを学んだ」「同じルートでも視点を変えたと全く違うルートに見えてくる」など「変化」を体験できたという。こうした「人材」が資産となって、地域に根づいていく。

また、高校生の一人で、テーマの一つ「あいさつによる地域活性化」のプロジェクトリーダーは、「まだ始まったばかりですが、少しずつでも未来が見えるようになっていけばいいと思います」と語る。段ボールで作ったプラカードを掲げながら、歩行ラリーの参加者を笑顔で応援していたのも、自分たちの強い意志で未来に向かう行動の表れだ。「突然、初対面の高校生から挨拶され、『杵岐に来ていただいて本当にありがとうございます』と感謝の気持ちを伝えられたりすると、何よりうれしいですね。住民から生まれる地方創生のソリューション。その貴重な瞬間を体験できています」(高下)



富士ゼロックス九州株式会社
広域マーケティング部長
高下 徳広

※ 遠野みらい創りカレッジ：岩手県遠野市と富士ゼロックスが共同運営する、遠野市とその近隣における地域・産業の発展と人材育成に寄与することを目的として2014年に開校した学びの場。

九州発、グローバル展開の支援も加速

今、九州では、こうした観光支援、地域の未来創り支援のほか、地元企業が海外で商談会に参加する支援、大学・企業の人材を富士ゼロックスの海外拠点がインターンシップなどで受け入れるグローバル化支援、中小企業のものづくり支援など、地域のニーズに根ざした多角的な支援事業を展開中で、今期以降もさらなる新事業の追加を視野に入れている。

2015年初頭に始まった海外での商談会支援案件は早くも4件を数え、その中では、大手地方銀行と組み、同行のお客様である企業とタイの現地企業をマッチングする機会をバンコクで提供したほか、杵岐の企業向けには富士ゼロックス九州が独自に韓国や台湾で商談会を開催するなど、九州の企業が広くグローバル展開する後押しをしている。

また、商談会で紹介された観光音声ガイドサービスが現地企業に注目されるなど、支援策同士が相互に結び付きながら各地域に最善のソリューションを提供する形も見え始めている。

もちろん地域の未来創り活動も同様の課題を抱える他の自治体に広がっている。杵岐に続き、宮崎県椎葉村での展開も決定



富士ゼロックスが地元企業を応援するために開催した海外商談会(台湾)

し、富士ゼロックスのメンバーたちも動き出した。

富士ゼロックスによる九州の地方創生支援は始まったばかりだが、観光、産業、そして人づくりやグローバル展開も含めた広範な活動は、地元を輝かせ、共に歩む富士ゼロックス社員をも輝かせている。



杵岐市長
白川 博一氏

杵岐市の人口は1955年の5万2,000人をピークに、現在は2万8,000人まで減少しました。しかし、進学や就職でいったん島外に出て、将来はまたここに帰ってきたいと思ってくれる子どもたちが7～8割もいるという事実は、この島の希望です。「杵岐なみらい創りプロジェクト」に

たくさんの高校生が参加してくれているのは、大好きな杵岐を自分たちの手で変えたいという強い気持ちの表れなのでしょう。同時に、行政ではなく住民主導によるこの取り組みは、離島活性化にたくさんのヒントを与えてくれると思っています。

離島であるがゆえに、輸送コストの高さなどハンディもあります。一方で、大小1,000社もの神社や美しい自然などの観光資源、豊かな農水産資源、福岡から1時間の距離、ICT(情報通信技術)の普及、スポーツ拠点としての環境など、地域が発展するうえでのポテンシャルも非常に高い。まさに「実りの島 杵岐」なのです。この実りを、杵岐の発展のためだけでなく、富士ゼロックスさんの発展のためにもどんどん使っていただいて、両者の未来を開くさらに大きな「実り」を創造していけたら素晴らしいと思います。



富士ゼロックス九州株式会社
代表取締役社長
宮崎 晋一

地域や企業のお困りごとの解決。地域や企業が実現したいことの実行支援。今、私たち富士ゼロックス九州は、微力ながらこれらに真剣に取り組んでいます。

九州では、ごく一部の地域を除き、すでに人口の減少が現実のものに

なりつつあります。当然のこととして、地域や企業の活性化は九州全体の重要な課題の一つであり、当社にとりまして、この地域での事業成長を目指す以上、ぜひともお手伝いしなければならないテーマであると考えています。

当社は、コミュニケーション技術などを活かしたさまざまなサービスを実際にお客様にお届けし、成果を出してきました。地域や企業の活性化にこれらを活用しない手はなく、数年前より少しずつ取り組み始めました。

現在では、九州地区各販売会社に設置した「お客様事業支援センター」を中心に、自治体や企業の「地方創生」に関するテーマのお手伝いをしています。

九州活性化のキーワードは、農業・観光・離島・過疎。中小企業・北部九州製造業。そして、アジアに向けてのゲートウェイ。

当社の関連企業はもとより、志を同じくするさまざまな企業・自治体・大学と連携し、知恵を出し合い汗をかき、地域の活性化に貢献していきたいと思っています。

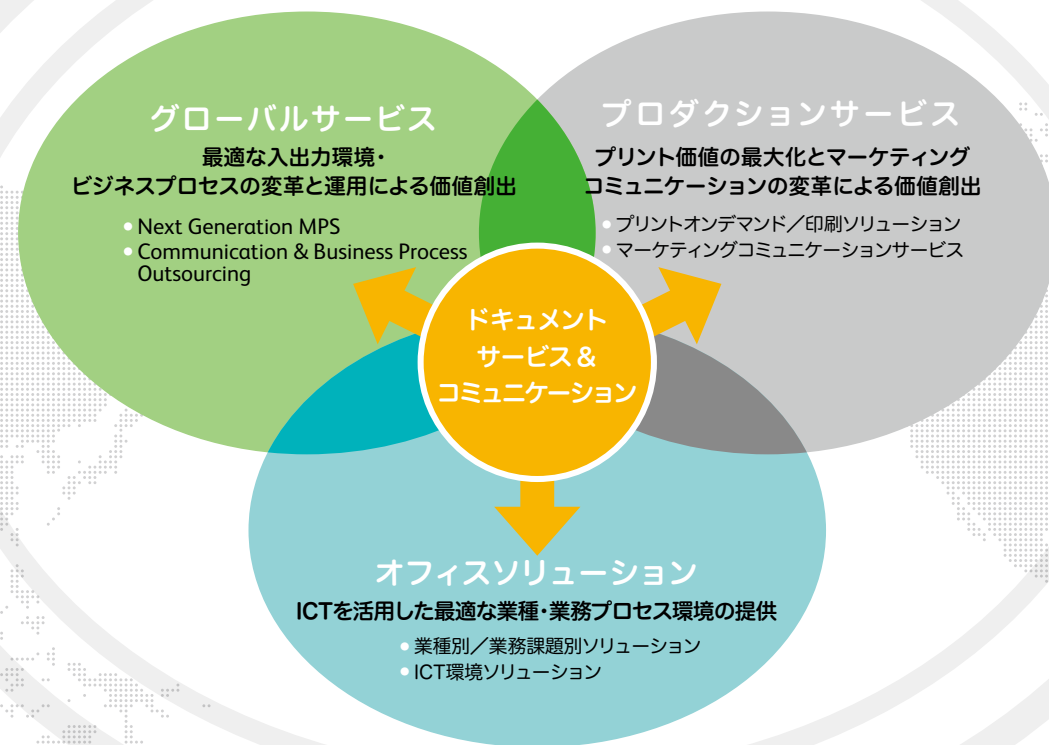
富士ゼロックスの事業と成長戦略

社会課題の解決を通じた成長

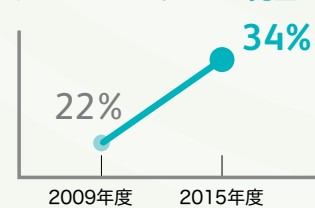
富士ゼロックスは、ドキュメントサービス&コミュニケーションの分野でお客様の経営課題の解決に貢献し、社会課題の解決に向けた価値創造を支援するソリューション・サービスをグローバルに提供しています。その活動を通じて、お客様の事業や社会の持続的成長に貢献するとともに、自社のさらなる成長を目指します。



下の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

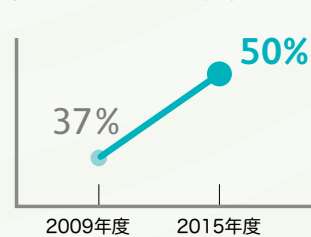


国内の総売上に占める
ソリューション・サービス売上※比率



※ 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

総売上に占める海外売上比率



中国およびアジア・パシフィック市場(全事業)

当社は、中国およびアジア・パシフィック市場において、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、現地ディーラーチャネル網やeコマース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ます。

中国においては、商品が費消される市場にて、企画から一連の開発サイクルを回すことで、多様な市場ニーズを迅速かつ正確に

反映させる「Built by Market」の考え方に基づいた商品提供を今後も強化していきます。また、市場成長が期待される新興国においても、地域の特性やお客様の多様なニーズに柔軟に対応できる商品・サービスの拡充を図ることで、グローバルにお客様のコミュニケーション活動や価値創造を支援していきます。

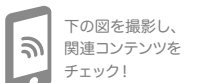
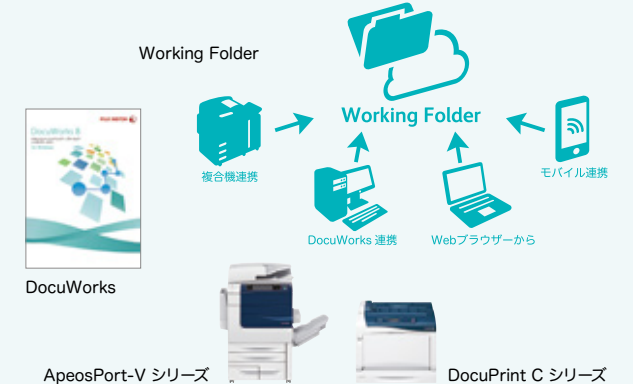
オフィスソリューション

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ICT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。当社は、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。

今後も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・サービスをさらに強化することにより、豊かなコミュニケーション環境を構築し、お客様の業務変革を支援していきます。

代表的な商品・サービス



下の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

グローバルサービス

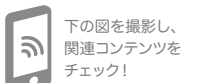
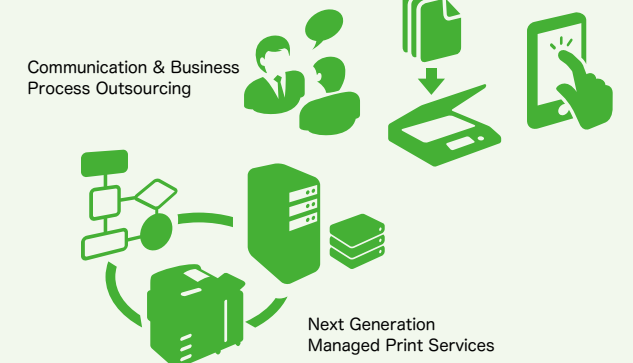
グローバルサービス事業

基幹業務のIT化・電子化がすすむ一方で、人の介入を必要とする煩雑なビジネスプロセスやドキュメントの流れ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。当社はその課題を解決するために、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。

Next Generation Managed Print Servicesによって、出力インフラの統合マネジメントにとどまらず、モバイルやクラウドコンピューティングといった新しいツールの活用によるビジネスプロセス改善や課題解決を支援してまいります。また、ドキュメントのデジタル化によるビジネスプロセスの効率化や、マーケティング関連業務などのアウトソーシングサービスを提供していきます。今後もお客様の社内外のより良いコミュニケーションの実現に加え、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ていきます。

代表的な商品・サービス



下の図を撮影し、
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。当社は、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。

今後も、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するとともに、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ていきます。

代表的な商品・サービス

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

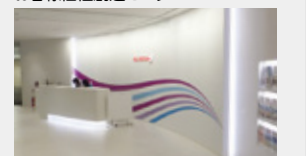


Color 1000i Press

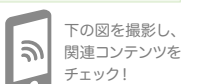


カラーマネジメントサービス

お客様価値創造センター



メタリックカラーを使い高級感のある仕上がりのはがき、カード、パッケージなど



下の図を撮影し、
関連コンテンツを
チェック！

富士ゼロックスの成長を支える技術

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お客様や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。長年にわたり培ってきた技術やノウハウによって、いつでも、どこでも、必要な情報を必要な形で共有し、活用できる環境を構築すること、すなわち「知の創造と活用をすすめる環境の構築」を実現することで、より価値のあるコミュニケーションを可能とし、お客様の価値創造を支援していきます。



富士ゼロックスの技術の方向性

- **ドキュメント領域** 当社は、「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」の付加価値を高めてより効果的に活用することで、「知識」や「知恵」をつなぎ、お客様のビジネスの効率化や増力化に貢献することを目指します。
- **コミュニケーション領域** 当社は、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価値あるコミュニケーションを実現し、創造的な発想や革新的なワークスタイルを可能とする環境づくりを目指します。
- **環境領域** 当社は、地球温暖化や資源の枯渇、生態系の破壊などの地球環境問題に対して、資源循環や省エネ機器・サービスの開発だけではなく、自ら効率的で環境負荷が少ないスマートオフィス／スマートワークスタイルを実現し、それをお客様へ提供していくことを目指します。
- **価値創出領域** 当社は、お客様の経営課題や地域社会の課題に対して、場所や時間などの制約を受けずに、さまざまな人や組織が連携できる仕組みやシステムを提供することでそれを解決し、新しい価値提供や事業の創出、地域の活性化に貢献することを目指します。

第3章 富士ゼロックスの 提供価値

知の創造と活用

- 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 30
- 高品質で安全な商品・サービスの提供 31

ダイバーシティ・インクルージョン

- 多様な人材が社内外で活躍できる環境の構築 33
- 自ら考え行動する人材の育成 34
- 海外市場の事業展開強化 35

環境の保全／安心で活力ある社会

- ▶ **環境の保全**
 - 商品ライフサイクルにおけるCO₂削減 37
 - お客様先のCO₂削減 38
 - 責任ある用紙調達の継続 38
- ▶ **安心で活力ある社会**
 - 顔の見える社会貢献：将来世代の人材育成 40
 - 顔の見える社会貢献：希少な文化や情報の伝承 40
 - 東日本大震災復興への支援継続 42
 - お客様の事業継続の支援 42

強固な経営の基盤

- 競争力の強化につながる自社生産拠点でのCSR実践強化／CSR調達の拡大および強化 44
- 人権の尊重 45
- 情報セキュリティの徹底 46

知の創造と活用

対象とする
社会課題

- 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
- 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

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たゆみなく提供し、
お客様やお客様を取り巻く社会の持続可能な発展に貢献します。

当社の基本的な考え方

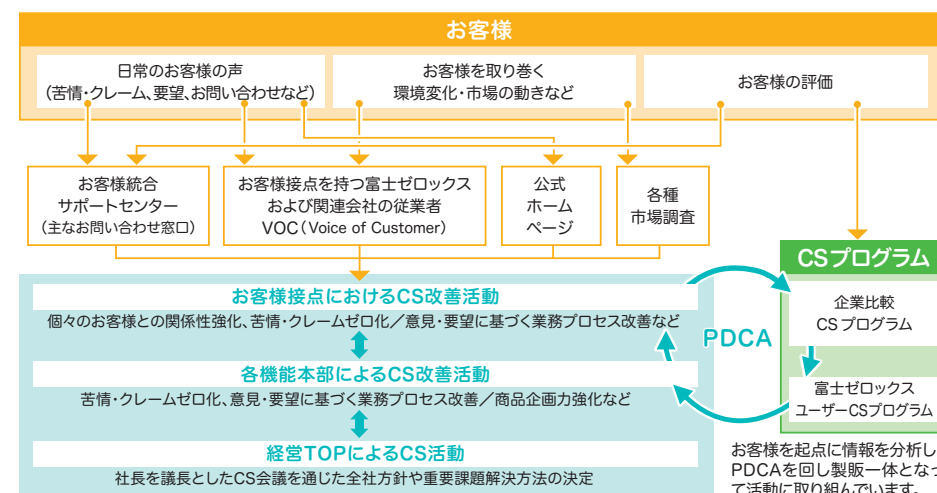
富士ゼロックスは「言行一致」の取り組みによりお客様の経営課題を解決し、お客様が社会に貢献する価値創造をお手伝いします。それにより、お客様の満足と信頼を得て、お客様の継続的な事業成長にとってなくてはならないパートナーとなり、お客様と共に成長します。

— お客様満足をベースとした価値の共創 —

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、お客様とのインタラクティブなコミュニケーションを大切にし、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信頼関係を築き、共に成長することを目指します。

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、従業員一人ひとり、自らがオーナーシップを持って、組織や機能横断の連携を図りながら、お客様の課題解決や新たな価値の提供に取り組む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。お客様から高い評価を頂戴している一方で、お客様を知り抜きその期待にスピードを持って応えきれているかという点においては課題もあります。従業員一人ひとり「自らが機動的にお客様視点で行動し、お客様の真の課題を共有し解決策を導き出す」一歩踏み込んだ活動が必要と考えます。全社一丸となってお客様にとっての高い価値を追求し続け、「お客様に富士ゼロックスを永続的に選んでいただける」、そのうえで共に成長していくCS活動に取り組めます。そうして、お客様と共に社会の知の創造と活用に大きく貢献していきます。



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
松浦 智之

経営重点テーマ 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

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

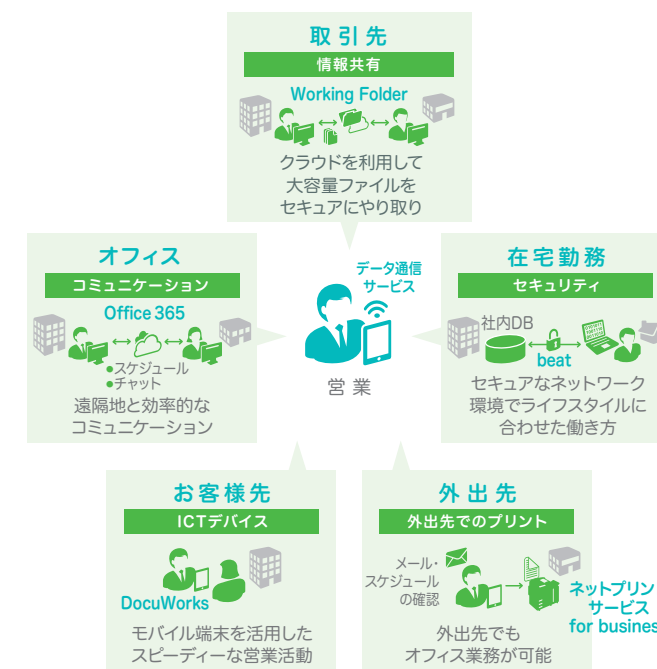
身近な紙の情報を電子情報と融合し、さらにはクラウドやモバイルソリューションとシームレスに統合することによって、お客様のコミュニケーションの質と生産性を高め、経営課題の解決に貢献します。

モバイルワークの課題解決ソリューション

富士ゼロックスが提供する モバイルワークソリューション

今すぐ着手できるイノベーションの第一歩は、従業員の“業務の密度”を高め、付加価値を生み出すための業務に従事できる環境を創出することです。そこで有用となるのがICTを活用した働き方変革、ワークスタイル変革です。

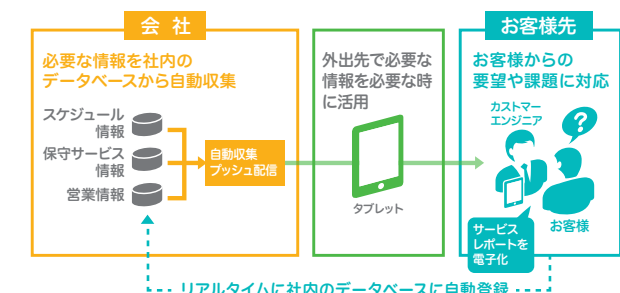
当社が提供するソリューションの特長は、いつでもどこでもシームレスな情報共有がセキュアにできる環境であることです。例えば、パソコンで作成した文書を「DocuWorks」で紙文書を扱うような感覚で編集して、クラウド上のストレージサービス「Working Folder」に暗号化してセキュアに格納。外出先からモバイル端末で参照したり、お客様に資料を提示したりすることができます。また同じく外出先のモバイル端末から、安心・簡単・便利なネットワーク環境をワンストップで実現する「beat」で強固なセキュリティネットワークを確保したうえで社内システム内の情報にアクセスするなど、さまざまなシーンに対応できるソリューション・サービスを提供しています。



保守担当の業務生産性向上とお客様との関係性強化

当社は、保守業務を担当するエンジニアのお客様訪問予定に合わせて、過去の対応履歴や保守マニュアル、営業やコールセンターの情報などを社内のデータベースから自動収集し、タブレット端末にプッシュ配信する独自システムの運用を開始しました。これにより、全国にいるカスタマーエンジニアは、保守に必要な情報を、どこにいてもタブレットで受け取れるようになりました。一度の訪問で修理を完結できる率も高まり、お客様満足度向上に貢献しています。また、作業レポートの電子化や帰社後に行う入力作業を削減し、外出先で完了する仕組みを構築しました。

このような準備・報告といった付帯業務時間の削減により、一人あたり年間約100時間を生み出しました。生み出した時間でお客様との対話やエンジニアの視点を生かした提案活動を確保し



ています。シームレスな情報活用によって業務の生産性向上や営業部門との連携を図るとともに、お客様の要望や課題に素早く対応することで、お客様との関係性強化を実現させていきます。

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 <http://www.fujixerox.co.jp/company/cs/>
- ・ ソリューション <http://www.fujixerox.co.jp/solution/>

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

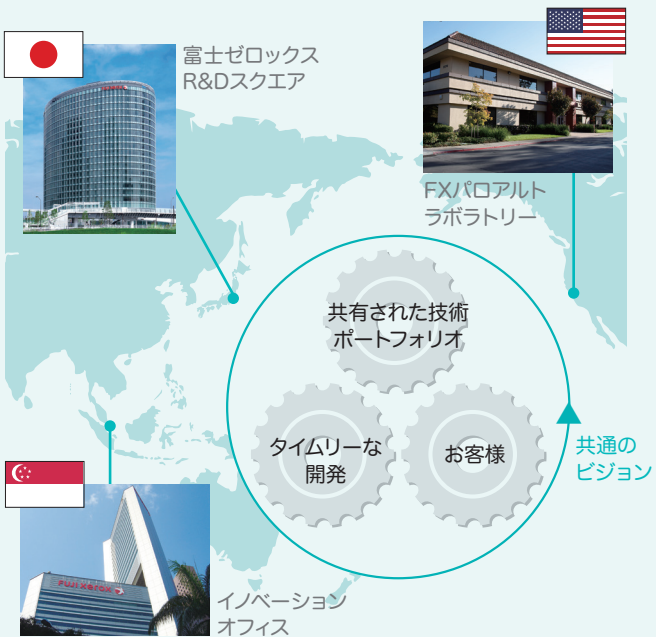
お客様やビジネスパートナー、地域コミュニティなどあらゆるステークホルダーとの共創から、新たな価値を生み出していきます。

3極研究体制によるイノベーション創出

富士ゼロックスは、2015年、横浜みなとみらい、米国パロアルトに加え、シンガポールに新たな研究拠点を設けました。多様な文化が集まりぶつかり合うことで、世界に通用する新たな価値を生み出すというキーコンセプトを体現しています。当社のマルチメディア技術^{※1}や遠隔コミュニケーション技術^{※2}により、日本・シリコンバレー・シンガポールという遠隔地にいながら、お客様と当社研究員があたかも同じ空間を共有して、一緒に技術を体感しながら、価値検証を行える環境を構築します。

これにより、お客様やパートナーと共に、ソリューション・サービス事業の強化を見据えた中長期的な研究開発を行い、グローバルなお客様のニーズにスピーディーに対応していきます。

※1 マルチメディア技術：画像や動画を対象に現実世界を3D仮想世界モデルとして構築したり、センシング情報をモデルに反映させる技術など。
 ※2 遠隔コミュニケーション技術：Webインターフェイスを通して複数拠点を結ぶ遠隔会議システム技術。



経営重点テーマ 高品質で安全な商品・サービスの提供

当社の活動の特長

当社は、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。万一、商品安全事故が起きた場合には、迅速に対応するとともに再発防止を徹底し、信頼の維持、向上に努めています。

また、国内はもとより成長著しいアジア・パシフィック地域での商品安全を追求し、お客様に継続して安全安心な商品を提供することを目的とした「品質・安全フォーラム」を定期的に開催し、国内外の生産拠点や販売会社の品質・安全担当者が集い、安全安心な商品提供のための活発な意見交換を行っています。

さらに、経済産業省が主催する製品安全対策優良企業コミュニティの一員として、国内の製品安全文化醸成のための関係事業者との意見交換会やお客様への安全周知活動などさまざまな取り組みに参画しています。

2015年度活動の実績

これらの改善活動をすすめた結果、2015年度は当社の開発商品において消費生活用製品安全法で定義される重大製品事故は0件となりました。また、経済産業省の製品安全強化活動に参画し、お客様へ安全な商品の使用方法に関する情報提供活動に積極的に取り組みました。

2016年度活動の概要

商品安全問題の根絶・維持を目指し、さらなる安全技術や評価技術の確立に努め、未然防止活動を推進していきます。また、国内・海外関連会社を含めた従業員の安全意識向上を継続的にを行い、商品安全に対するガバナンスを強化していきます。

Web
関連記事

●富士ゼロックス公式ホームページ
 ・品質保証への取り組み <http://www.fujixerox.co.jp/company/quality/>

ダイバーシティ・インクルージョン

対象とする
社会課題

- 社会における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

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、能力を最大限に発揮することで、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**
- モラルサーベイ(現ESサーベイ)の開始
- 1988**
- ニューワークウェイの始動・育児休暇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

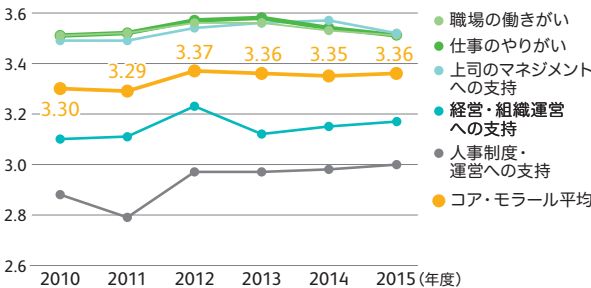
- 2003**
- グローバルリーダー育成研修本格導入
- 2009**
- 富士ゼロックスおよび関連会社で共通の階層別研修を展開開始(国内)
- 2012**
- 育児・介護関連制度拡充
- 2013**
- モラルサーベイ(現ESサーベイ)を活用した部門単位の対話会実施
- 2014**
- お客様への価値提供力の強化と生産性向上を目指して勤務制度を刷新
- 2015**
- 富士ゼロックスおよび関連会社で人事・教育制度、勤務制度および人事情報システムを統合(国内)

従業員満足向上へ向けて

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「モラルサーベイ(現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

〈コア・モラル推移(国内単独)〉



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。

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活躍できる会社を目指してきました。特にダイバーシティの推進を重要な課題と認識し、多様なバックグラウンドを持った従業員が能力を最大限に発揮できるよう勤務制度を整備し、働き方変革に全社で取り組んできました。今後は上記に加え、従業員満足度向上をグローバルに共通な評価軸をもって推進するなどの取り組みをすすめるとともに、挑戦をたたえることで変化に挑む企業風土を醸成し、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

年齢、性別、言語の違いや障害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

経営重点テーマ 多様な人材が社内外で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、障害、年齢等の違いを活かして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出し、企業競争力の強化につなげていきます。また、多様な人材の活躍や、従業員の健康の基本となる、生産性の高い働き方（総労働時間の短縮や柔軟な働き方）に向けても全社をあげて取り組んでいます。

2015年度活動の実績

2015年度は、さらなる多様な人材の活躍を推進するため、さまざまな取り組みを行いました。女性の活躍推進の観点では、結婚や配偶者の転勤を理由とした退職をゼロにするため、富士ゼロックスおよび関連会社において配偶者の居住地や新任地にある拠点での勤務が希望できる「配偶者転勤帯同制度」を導入したほか、次世代の女性リーダー輩出に向けた研修も開始しました。併せて、育児・介護中の社員を対象とした在宅勤務制度の利用もすすんでいます（登録人数は対前年度1.3倍）。

また、シニア人材の戦略的な活用を目的として再雇用社員の実態調査をした結果、多くの再雇用社員が専門性と経験を活かし、周囲へ良い影響を与え、活躍していることが分かりました。

把握した結果は今後の施策に反映していく予定です。

そして、障害のある社員の活躍推進に向けては、聴覚障害を理解するためのワークショップを開催しています。今後も相互理解促進のためのさまざまな施策を実施していきます。

2016年度活動の概要

多様な個性は我々の競争力の源泉です。多様な人材がその違いをお客様への価値提供につなげられるよう、2016年度も継続的に就労環境の整備をすすめていきます。同時に、マネジメント層へのダイバーシティについてのeラーニングを実施し、部下一人ひとりの違いを理解し、強みを活かすマネジメントを促進するほか、多様な人材が働きやすい職場風土の醸成に向けた社内広報施策などを展開していきます。

事例

女性社員の活躍推進 ～在宅勤務～

私は、お客様のプリント出力にかかわるコスト削減とオフィスで働く人の生産性向上を支援する業務（出力環境管理業務）に、設計担当として従事しています。お客様のオフィス環境の改善が目的ですので、お客様にお伺いして課題を把握できるかが、業務の品質向上のためには重要となります。

現在、私は短縮勤務制度を利用しながら小学生の子どもを育てており、時間にはどうしても限りがあります。在宅勤務では、電話会議や資料の画面共有などのインフラを利用し、会社と同じ環境下で業務を遂行できると同時に、訪問に向けた事前準備の時間を確保することで、より効率的で密度の濃い面談を実現できるようになり、生産性の向上につながっています。



富士ゼロックス株式会社
グローバルサービス営業本部
サービスプロフェッショナル営業部
中山 彩

障害がある社員の活躍推進

私はお客様との契約交渉において営業や事務の現場を支援するスタッフ部門のマネジャーです。補聴器を介して音は聞こえるものの、言葉として音声を認識することができない「感音性難聴」という障害があります。契約業務は、専門的で複雑な側面があり、お客様に内容を説明するドキュメントの分かりやすさや丁寧なコミュニケーションが求められます。当社は、コミュニケーションにまつわるお客様のあらゆる課題を解決する会社ですので、それらのあり方を真剣に考える文化が根づいており、私も意思疎通を図るうえでの支援を受けています。相手の存在を認め、理解し合うこと。そして一緒になって考えるという姿勢がお客様の課題解決において不可欠ですが、聴覚障がい者とのコミュニケーションという問題に対しても同じことがいえます。コミュニケーションのあり方を当事者同士でお互いに考え合うことが、コミュニケーションの課題を解決する最初の一歩だと考えています。

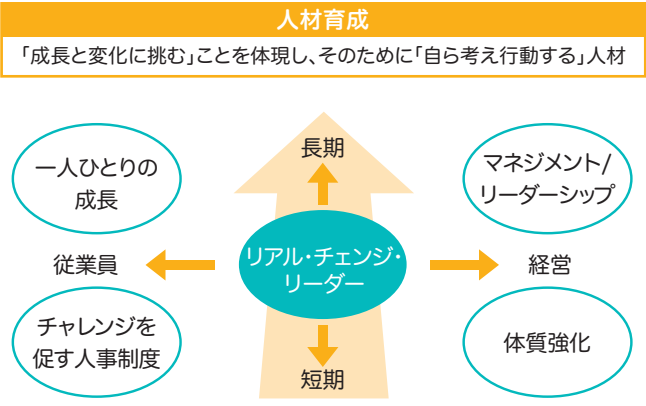


富士ゼロックスサービスクリエイティブ株式会社
企画管理室契約手続グループ マネジャー
日下部 隆則

経営重点テーマ 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、ローテーション等で多様な経験を付与し、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、「自ら考え行動する人材」を評価し、早期任用しています。さらに、挑戦をたたえる組織風土の醸成に向けたマネジメント研修、問題解決力を強化する研修、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。



2015年度活動の実績

2015年度は、前年度に開始した組織風土変革の要となる「富士ゼロックスおよび関連会社を対象とするマネジメント力強化研修」を、3カ年計画で本格展開し、約800人に対して実施しました。2017年までに累計1,500人に実施する予定です。また、自ら課題解決を行うための問題解決研修の海外関連会社への展開もすすめています。さらに、国内社員のグローバル対応力強化に向けた外国籍人材の獲得・活用や、次世代リーダーに対するグローバル教育を継続的にを行っています。また、海外関連会社の幹部候補育成のため、日本国内への長期業務研修や大学院への留学も強化しました（2014年度1人→2015年度4人）。

そしてこれらの、変革を担う人材育成の加速や適材適所実現のため、富士ゼロックスおよび国内関連会社約23,000人の就労体系を共通化するとともに、人材データベースとシステムの統合をすすめました。

2016年度活動の概要

統合した人事・教育制度および人事情報システムを活用し、人材活用の機動性を高め、海外を含めた富士ゼロックスおよび関連会社全体を活躍の場とらえて活用を強化していきます。また、チャレンジする組織風土への改革をすすめるため、より挑戦する人材を評価し、表彰するとともにマネジメント力強化研修を継続展開していきます。

事例

“変化はチャンス” 日本語力ゼロで新たな環境に飛び込んだ韓国のカスタマーエンジニア

私は2015年4月に人材交換プログラムで富士ゼロックスコリアから富士ゼロックス九州に派遣されました。当時日本語を全く話すことができませんでしたが、目まぐるしい速度で変化のお客様環境への適応力とスピード感を上げるため、自らプログラムへの参加を希望しました。来日後、韓国とは違う環境の中で、顧客環境や顧客応対方法など、新しいものを学ぶ喜びを感じながら働いています。韓国で経験した多様な顧客環境とフィールドサービスの経験をもとに、日本の良いものは習い、変えることは変えていくと同時に、自分だけでなく一緒に働いている

仲間たちの変化にもつながってほしいと思います。“挑戦しなければ失敗もできない”、いつか本で読んだことを今まさに自ら経験しています。



富士ゼロックス九州株式会社
カスタマーサービス部
シン・ジンホ

Web
関連記事

●富士ゼロックス公式ホームページ
・従業員とのかかわり <http://www.fujixerox.co.jp/company/csr/stakeholder/employee/index.html>

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

経営重点テーマ 海外市場の事業展開強化

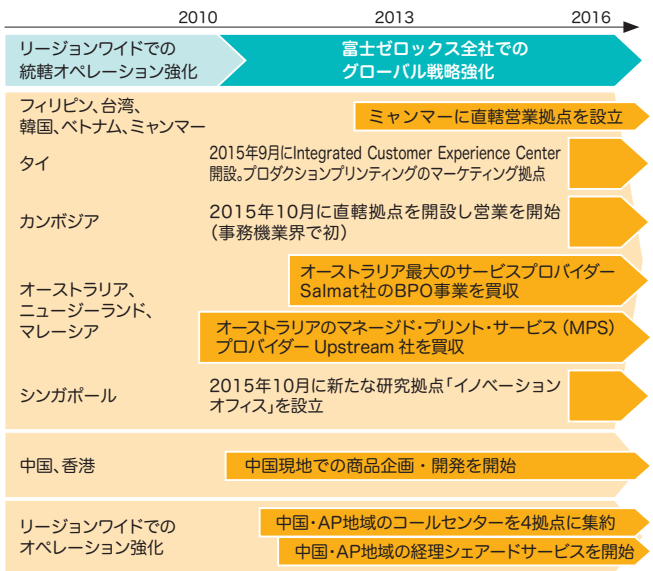
当社の活動の特長

当社は、直接担当する中国およびアジア・パシフィック市場に加えて、ゼロックス・コーポレーションを通じて欧米や新興国市場への商品提供を行うことで、グローバルにビジネスを展開しています。

中国およびアジア・パシフィック市場では、各国・地域において大都市圏を中心とした直販網と、現地ディーラー網の双方で市場をカバーしています。また、中国における商品企画・開発機能の強化やサービス事業の拡大などを通じて、地域のニーズに即した機能、価格と品質のバランスがとれた商品・サービスを拡充することで、お客様の期待に応え続けています。

※1 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。

〈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〉※1



環境の保全／安心で活力ある社会

- 対象とする社会課題
- 地球温暖化の抑制
 - 地域活力の低下に対処する地方創生
 - 災害リスクに強い社会の構築

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。

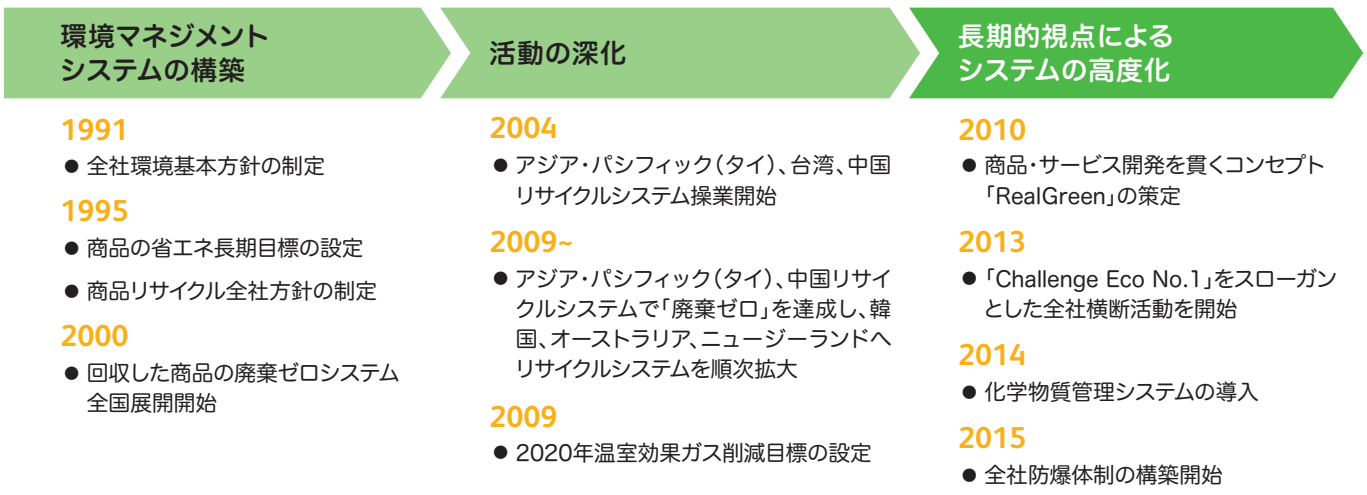
当社の基本的な考え方

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



事例

GPF(グローバル・プラットフォーム)によるグローバル商品競争力の強化と新たな価値創造の実現

当社は、競争力のある商品をワールドワイドに提供し続けるために、商品設計のベースとなる新たな考え方を導入し、基本設計の共有化で商品開発のスピードアップを図っています。

例えば、商品ごとに一から設計するのではなく、商品群で共通するコントローラー、感光体、トナー、転写ベルト、定着器などのパーツを標準化し、そのパーツを組み合わせるためのルールを決め、そのルールを守りながら、個別の商品特性に合わせてパーツを入れ替えることで多様な商品を生み出し、新興国などの市場や顧客のニーズに対応した商品展開を実現します。また、GPFでは設計の段階から、生産ラインでの組み立て作業や部材の管理、フィールドサポートまで効率的に行えるようにしました。これによって、自由度の高い商品設計が可能になり、

仕様の異なる用紙への対応や身分証明書を簡単に同時コピーする機能など、成長著しい新興国市場特有のローカルニーズをはじめとした個別のリクエストにも対応しやすくなります。これにより、最新のソリューション・サービスとの連動もスムーズになり、グローバル市場のお客様により付加価値の高い提案をすることが可能になります。



DocuCentre SC 2020

Web
関連記事

- 富士ゼロックス公式ホームページ
- 地球環境とのかかわり <http://www.fujixerox.co.jp/company/csr/stakeholder/environment/index.html>

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

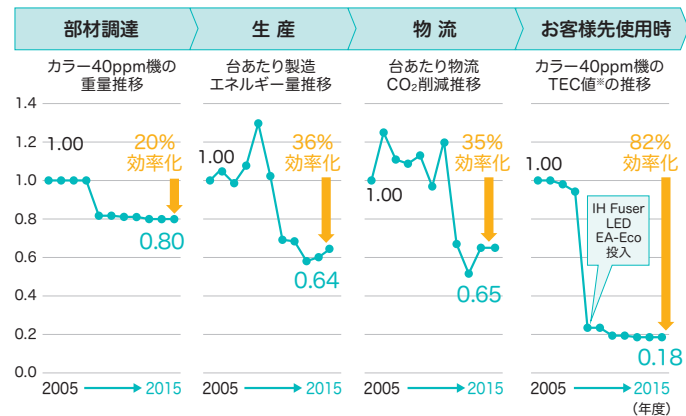
経営重点テーマ 商品ライフサイクルにおけるCO₂削減

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あげることで、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あげています。

※ TEC値：プリンターなどのオフィス機器における「概念的1週間の消費電力量」のことで、稼動とスリープ／オフが繰り返される5日間とスリープ／オフ状態の2日間におけるモノクロプリントの消費電力量の測定により算出。
(TEC=Typical Electricity Consumption)

〈2005年実績＝1.0とした改善の進展度合い〉



2015年度活動の実績

海外市場への出荷における航空機利用の抑制により、物流分野でのCO₂排出量が抑制できました。

※ 新たな環境負荷管理システムの導入により、生産事業所およびオフィスのCO₂排出の算出方法を見直しました。このため、前年データとの比較はできません。

2016年度活動の概要

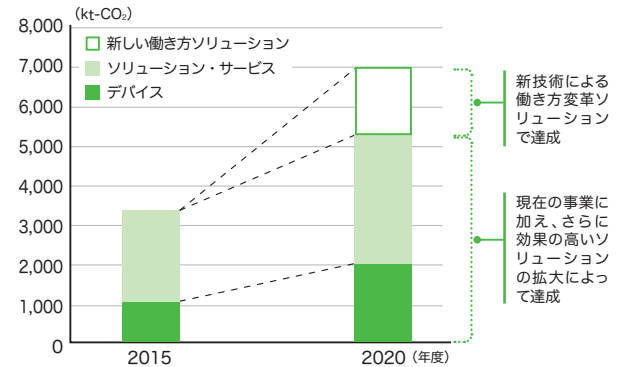
事業の拡大によってCO₂排出量の増加を見込んでいます。これを抑制するために全社をあげた働き方変革を継続して推進し、業務効率の向上を図ることでエネルギー（電力・ガソリン）や用紙の使用量の削減を目指します。

経営重点テーマ お客様先の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、お客様先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見現化する考え方“RealGreen”のコンセプトです。当社は、お客様にストレスを強いられ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。

〈お客様先のCO₂削減貢献量〉



2015年度活動の実績

お客様先でのCO₂削減貢献量は約256kt-CO₂増加し、3,462kt-CO₂に伸びました。削減効果の高いソリューションの売り上げが伸びたことが要因としてあげられます。

2016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。

第5回カーボン・オフセット大賞優秀賞

マルチコピー機によるカーボン・オフセットの普及啓発に貢献

当社は、セブン-イレブンと共同で行ったカーボン・オフセットの取り組みにより、カーボン・オフセット推進ネットワーク主催の「第5回カーボン・オフセット大賞」優秀賞に輝きました。この賞は優れた取り組みを表彰することで、カーボン・オフセットの普及を図り、ひいては低炭素社会の実現を目指すものです。

両社で実施したのは、2014年12月8日からの1年間、セブン-イレブン全国1万8,249店舗（2015年12月現在、一部店舗を

除く）に設置されている富士ゼロックス製マルチコピー機で、お客様の利用にかかる消費電力量と用紙使用量をCO₂クレジット（排出権）で相殺するコンビニ業界初の取り組みです。

オフセット量は、約22kt-CO₂。これは、スギの木152万本が1年間に吸収するCO₂の量に相当します。幅広い年齢層が利用するコンビニでの取り組みという点でもカーボン・オフセットの普及への貢献が高く評価され、今回の受賞につながりました。

経営重点テーマ 責任ある用紙調達の継続

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。

2015年度活動の実績

国内外用紙取引先の定期調査結果と環境NGOなどから得た森林破壊の情報を踏まえ、「責任ある用紙調達委員会」で用紙取引先の社内基準への適合状況を精査しました。また、国内の用紙取引先に加え、中国の用紙取引先2社について、工場の現場監査を行い、社内基準への適合を確認しました。

2016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。

生物多様性アクション大賞2015 審査委員賞を受賞

長年にわたる持続可能な用紙調達の取り組みが評価され、生物多様性の保全活動に対する賞である「生物多様性アクション大賞」の審査委員賞を受賞しました。当社は製紙会社などの調達先企業に生態系に配慮した操業を促すため、2004年に独自の用紙調達基準を定め、原材料のトレーサビリティや、生産工場の環

境管理システム保持などを調達先に求めました。さらに用紙調達基準を2012年に改定し、用紙そのものの評価に加え、CSRの観点で調達先企業の取り組みを評価する取引基準を加えました。これらの取り組みが「生物多様性保全の課題解決に向けて、持続可能な用紙の調達を実現している」と評価されました。

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/sr2016/backnumber.html>
- ・ 持続可能な用紙調達に向けて(2014年)
- ・ お客様にとつての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)

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

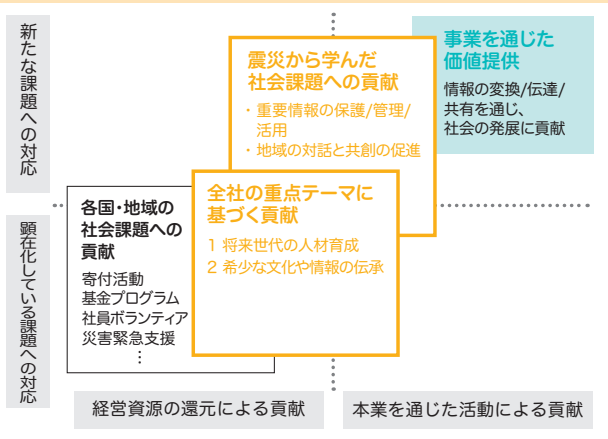
富士ゼロックスは、お客様に卓越した価値を提供することはもとより、社会からの期待を見据えて、高い理想のもと、会社と社員が協力し啓発し合いながら、長期的で幅広い視点に立って、文化の発展とより良い社会づくりに先駆的に取り組みます。

● 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」「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、従来から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
- 拡大教科書製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日本の活動支援開始
- 日本アспен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、タイにて開始
- 復興マルシェの開催を6拠点に拡大

2016

- 熊本地震支援: 支援金、従業員募金、複合機無償貸与

* 支援金、従業員募金、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(3年間)など

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/sr2016/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)
- "Helping to Educate Children with Limited Access to Primary Education"(活動紹介ビデオ・英語のみ) <https://youtu.be/DBMnpjMu1vw>

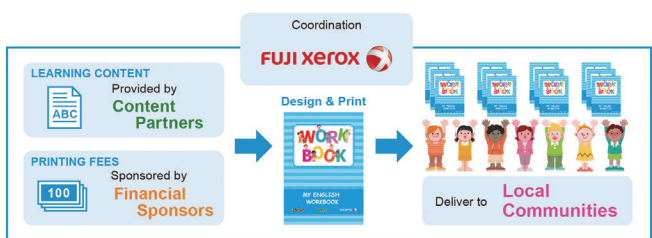
地域社会における住民、企業、行政、NGO
および学術機関などの連携とグローバル化対応の支援

経営重点テーマ | 顔の見える社会貢献: 将来世代の人材育成「新興国における教材提供」

当社の活動の特長

アジア・パシフィック地域の新興国における教育格差是正支援を目的とし、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行っています。2014年にフィリピンで、2015年にはミャンマー、タイで開始しました。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。

〈教材提供プロジェクトの仕組み〉



2015年度活動の実績

6月にミャンマー、8月にタイにて、当社顧客やNGO、政府関連機関など地域コミュニティの支援を得て活動を開始。プロジェクト全体の教材配布数は約3,000冊、活動に参画した従業員はのべ213人となりました。

2016年度活動の概要

フィリピン、ミャンマー、タイでの教材配布および配布後の活用状況の確認活動を継続し、新たにインドネシアへプロジェクトを拡大します。



当社およびNGO、協力企業のボランティアによる配布セレモニーの様子(タイ)



教材を受け取った児童の様子(ミャンマー)

国・地域による教育制度や学習文化・社会課題の違いに柔軟に対応しながら、各参加企業の強みを活かし、各国・地域で持続可能な仕組みに根づいた構築を目指します。

経営重点テーマ | 顔の見える社会貢献: 希少な文化や情報の伝承「伝統文書の複製と活用」

当社の活動の特長

当社は、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社会での活用への貢献と将来への伝承を目指しています。

2015年度活動の実績

2014年度から技術部門との連携を強化するため京都と横浜の2拠点で活動を開始。2015年度は、10月にユネスコ世界記憶遺産に登録された「東寺百合文書」と舞鶴引揚記念館の資料の複製など三十数点を贈呈しました。

2016年度活動の概要

2016年度は当社の「画像質感制御技術」の本格的な活用によるデジタル作業の大幅な効率化を目指します。また、活動



舞鶴市長への複製品贈呈



舞鶴引揚記念館の三作品

範囲を日本全国に拡大していくとともに、海外の文化伝承への貢献も視野に入れ活動していきます。

各国・地域のCSR活動

富士ゼロックスは社会と私たちをつなぐ「舞台」です

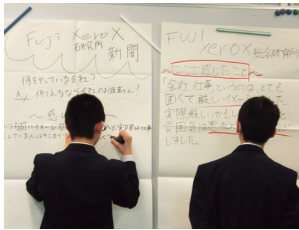
富士ゼロックスは、日本、中国およびアジア・パシフィック地域で事業活動を展開しており、各国・地域で、富士ゼロックスの基本的な価値観を共有した従業員が、地域社会の課題をとらえてニーズに応じたCSR活動を実践しています。ここでは、各社・組織が今最も力を入れている活動のうち、代表的なものを紹介します。

富士ゼロックス総合教育研究所

キャリア教育を通じて子どもたちの未来を育む

富士ゼロックス総合教育研究所は、教育研修やコンサルティングなどを通じ、企業の人材開発や組織力強化の支援を行っています。教育会社ならではの社会貢献として、学校におけるキャリア教育支援活動を2006年より続けており、先生や児童・生徒の皆さんに夢多き「未来がやってくる」ようにという思いを込め、「みらくる」と名づけています。

先生方には、マーケティング、リーダーシップ、問題解決力などの研修を、当社の社員と一緒に受講する中で、問題発生時の教員と企業人の対応行動の違いに気づき、キャリア教育実践のポイントを習得していただいています。また、オフィスツアーや当社の社員へのインタビューを通じて職業観を育む職場体験には、これまでに小・中・高校生や保護者、先生方など555名に参加いただきました。今後も、人と組織の無限の可能性を追求して、将来世代の育成活動に取り組んでいきます。



端数倶楽部

従業員の自主性に支えられて25年

「端数倶楽部」は1991年に発足した、富士ゼロックスの従業員によって自発的に運営されているボランティア組織です。会費は毎月の給料と賞与の「端数（100円未満の金額）」に、個人の自由意思による「口数（1口100円、最低1口から最高99口の範囲で任意）」を加えたもので、「社会福祉」「文化・教育」「自然環境保護」「国際支援」分野の団体への寄付（会社も同額のマッチング・ギフトを寄付）や、倶楽部会員が企画・運営するボランティア活動に活かされます。2016年2月にはNPO「JHP・学校をつくる会」とともに、カンボジアで2004年に倶楽部が建設したプンプリャオン小学校を再訪し、古くなった外壁の塗装作業を行いました。

また、東日本大震災復興支援を現在まで継続するとともに、2016年の熊本地震に対しては、6月と7月に合計約50名の従業員と家族が益城町で支援にあたりました。



富士ゼロックスシンセン

小さな額から大きな社会課題解決に取り組む

中国では、両親が工業地帯に出稼ぎに行き、貧困地域の農村に残される「留守児童」が社会問題化しています。富士ゼロックスシンセンでは、CSR推進部門の発案により、子どもたちが心身ともに健康に成長することへの支援を目的として、毎月の給与の端数を天引きして寄付をする「愛の貯金箱」活動を2015年1月から始め、全従業員の4割にあたる約2,500人が参加登録しています。

子どもを故郷に残している従業員を対象にアンケートを実施し、子どもの日常で心配していること、困っていること、会社に支援してほしいことなど、444人からの回答結果をもとに運営委員会で議論し支援策を決定。親子関係カウンセリング・ワークショップの導入やホットラインの設置など、悩みを抱える従業員に対して具体的な支援を開始しています。今後も支援内容の充実と活動の拡大を図り、社会課題解決への貢献に取り組んでいきます。



富士ゼロックスベトナム

次世代支援を通じ、地域社会の発展を支える

学校教育への支援は地域社会の持続的発展につながるの考えのもと、富士ゼロックスベトナムは、南部アンザン省の貧困地区にある、校舎の老朽化により学習環境が悪化していたBニョンホイ小学校の改修工事を豪州のNGO (Loreto Kids Charity) と共同で行い、2016年2月に引き渡しを完了しました。

落成式では、本活動に賛同くださった現地の日系企業など7社の提供によるノートや鉛筆など文具やお菓子や飲み物が詰められた「スクールバック」を30人の従業員から生徒一人ひとりにプレゼントしました。他社との協力によるこのような社会貢献活動を、富士ゼロックスベトナムとして初めて行うことができました。

また、当活動や環境ソリューションなど、これまでのCSR全般の取り組みが評価され、2016年3月に、ベトナム計画投資省 (MPI) が主催する「2016年CSRアワード」を受賞しました。これからも、ベトナムの地域社会の発展に貢献するための活動に取り組んでいきます。



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

経営重点テーマ 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。



行政と富士ゼロックスのボランティアによるワークショップ

下の図を撮影し、関連コンテンツをチェック！

2015年度活動の実績

岩手県釜石市および、岩手県久慈・二戸医療圏において、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きました。遠野みらい創りカレッジでは、開校2年目にあたり、運営体制の安定化を図るとともに、被災地内外との交流プログラムや、後方支援拠点研究プログラム、教育文化支援プログラム、産業創造プログラムを実施し、地域の方々との対話による復興推進に貢献しました。

2016年度活動の概要

今まで岩手県沿岸部で行ってきた復興推進の範囲を福島県浜通り地域に広げ、原発からの避難などでコミュニティが失われた自治体や地域住民の声を聴きながら、当社ができる支援を探索しています。また、遠野市で始まった地域や産業発展の支援活動をよりサステナブルな活動にするために、遠野みらい創りカレッジの一般社団法人化を行うとともに、遠野市と同様に災害時後方支援拠点となる、神奈川県南足柄市、北海道白老町にて、みらい創りカレッジの開校の準備を行っていきます。

経営重点テーマ お客様の事業継続の支援

当社の活動の特長

当社では、大規模災害対応と事業継続の取り組みとして「大規模災害の対応方針」を制定し、発災時の基本行動について、社内に周知しています。

<大規模災害の対応方針>

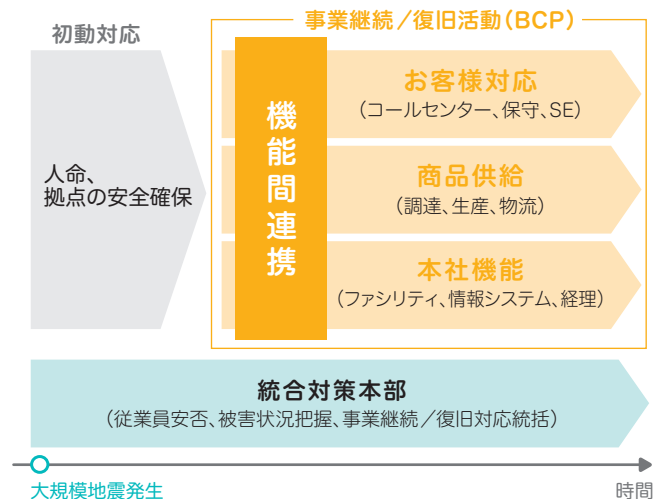
富士ゼロックスおよび関連会社は、次の基本方針に基づき、お客様をはじめとしたステークホルダーの皆様にご安心いただける企業を目指します。

- すべての従業員、来訪者などの人命を尊重するとともに、施設被害の最小化および人員の危険回避措置などの安全確保を最優先します。
- お客様への商品・サービスなどの提供を通じ、社会的責任の遂行に努めます。
- 被災地域の復旧・復興を支援します。

上記方針に基づき、発災時には、まず、被災地域の拠点と統合対策本部（富士ゼロックス本社）が連携し、従業員や来訪者の方々などの安全確保を最優先に対応します。そのうえで、統合対策本部内に、本社部会、商品供給部会、お客様対応部会を設置し、それぞれが必要な連携のもと、事業継続に向けて活動することとしています。

一方、事業継続上の社内連携が円滑にすむように、全社横断の「BCP課題検討会」を、日頃から定期的に開催しています。検討会ではこれまで、サプライチェーンにおけるさまざまな連携上の課題を共有し、改善を重ねてきました。その結果、2016年4月に熊本地方で発生した地震に対しては、発災直後から全社が機動的に連携し、必要な対応を迅速にすすめることができました。

<発災後の組織間連携について>



▶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>

強固な経営の基盤

- 対象とする社会課題
- 社会からの企業の事業プロセスに対する要求の高まり
 - 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

取引先への取り組み

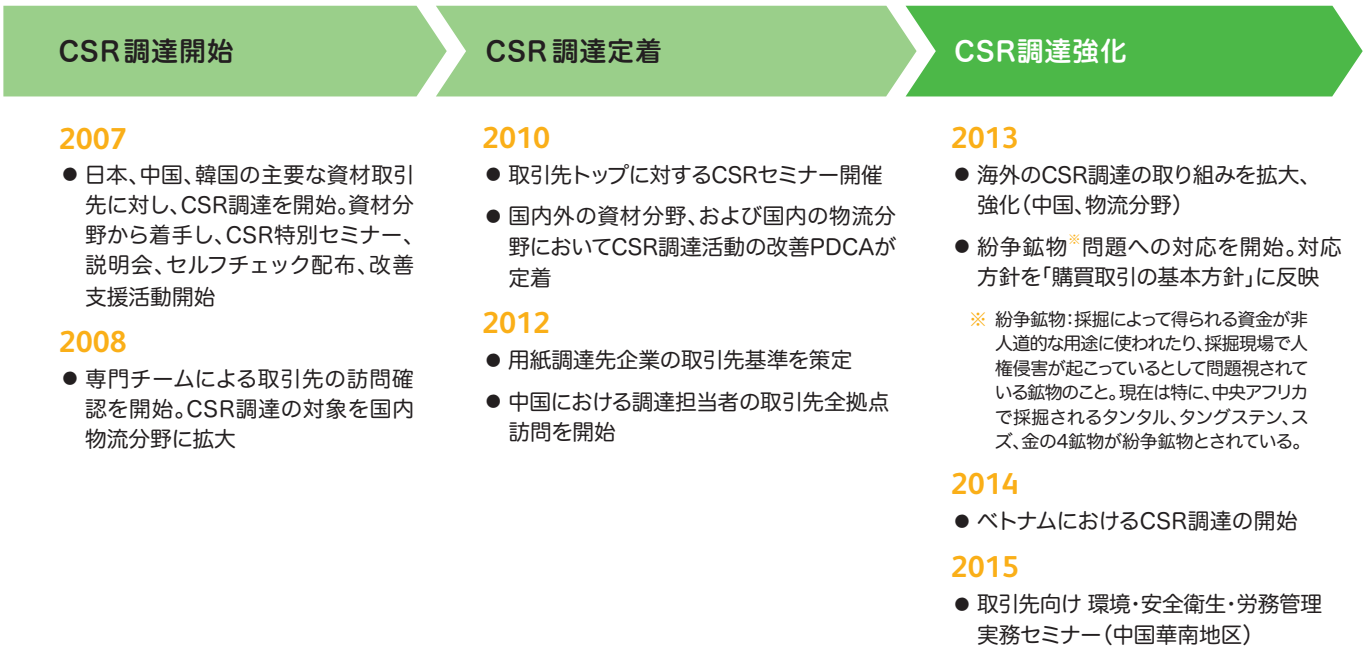
目指す姿 | 取引先との共存共栄の精神のもと、サプライヤーエンゲージメントを盤石にして、競争力のあるサプライチェーンの強化を目指します。

当社の基本的な考え方

富士ゼロックスは、財務などの経済側面に加え、環境、社会、企業統治などのCSR側面にも配慮した調達により、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



Commitment

当社は、取引先との共存共栄を実現しながら生産ラインストップを低減することを目指したCSR調達を推進してきました。そして、この取り組みが当社の品質、コスト、納期などの改善にも貢献していることの裏づけが取れるようになりました。

2016年度も引き続き、取引先に当社の調達方針に関する理解の継続とCSRの取り組みを強化いただき、さらに強いサプライチェーンを実現していきます。



富士ゼロックス株式会社
執行役員 調達本部長
佐藤 義和

経営重点テーマ 競争力の強化につながる自社生産拠点でのCSR実践強化／CSR調達の拡大および強化

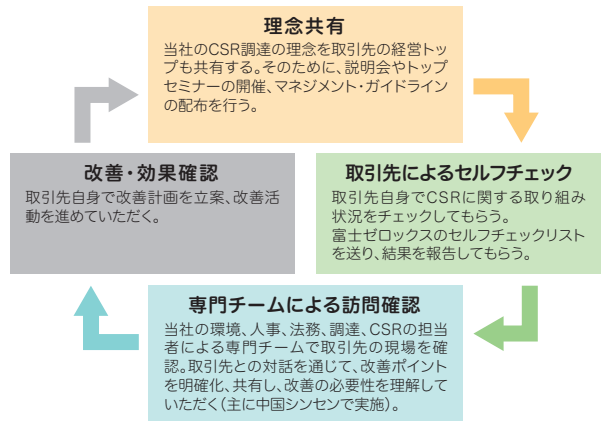
サプライチェーン全体を責任範囲としたCSRの推進と、事業地域に根ざした持続的な事業展開

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。

＜CSRアセスメントの仕組み＞



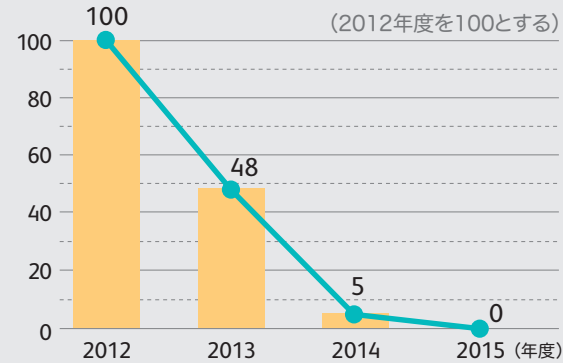
2015年度活動の実績

当社の主要生産拠点がある中国華南地区では、ストライキなど生産工場のトラブルが多く発生しています。当社はこれまで、取引先の経営の現状を把握して改善につなげるため、華南地区に重点を置いたCSR調達の取り組みを実施してきました。

富士ゼロックスシンセンでは、取引先のCSRリスクに起因するラインストップが、安定操業・安定供給の面で課題となっていました。CSR調達活動を通じて、取引先に労務管理などの改善を継続的にすすめていただいた結果、2015年度には、取引先のCSRリスクを原因とする富士ゼロックスシンセンのラインストップ時間がゼロになりました。

一方で、昨今、中国華南地区に加え華東地区の生産工場においても、環境や人権・労働などの問題に起因するトラブルが多く

＜取引先のCSRリスクに起因する富士ゼロックスシンセンのラインストップ時間の推移＞



報じられるようになりました。また当社が取引先拡大をすすめているASEANでも、同様にトラブルが増加しています。そのため、当社にとってもこれらの地域でのCSR調達の重要性が高まっています。また、当社のお客様からは、当社の生産拠点におけるCSRの取り組みに関してもレベルアップの要請が強まりました。

そこで、富士ゼロックスシンセンで培ってきた「自社生産拠点のCSR」および「CSR調達」のノウハウを華東・ベトナム地区の拠点へさらに展開強化することにしました。そのスタートとして2015年8月に、生産拠点・調達拠点、富士ゼロックス生産本部・調達本部・本社のCSR推進者が富士ゼロックスシンセンに集まり、「生産・調達・本社のキーパーソンによるCSRセッション」を開催しました。セッションでは、当社のCSRの理念を再確認するとともに富士ゼロックスシンセンの生産ラインを自拠点や取引先拠点に見立てて、問題点の確認方法や指摘方法について実践しながら学びました。加えて、拠点を越えた関係者間連携を強化していくことを確認しました。

＜セッションアジェンダ＞

- 1日目：CSRへの理解【講義・チーム討議】
- 2日目：海外生産拠点に求められるCSRへの理解【講義・模擬監査・チーム討議】
- 3日目：CSR調達の重要性と取引先への活動【講義・模擬訪問確認・チーム討議】
- 4日目：CSR活動強化に向けた海外各生産拠点・調達拠点のCSR推進者による改善計画策定【チーム討議・発表】

2016年度活動の概要

中国華東地区およびベトナム地区の生産拠点のCSR経営、および両地区におけるCSR調達の取り組みを強化します。

①富士ゼロックスハイフォン（ベトナム）および富士ゼロックス上海において、生産拠点のCSRの管理体制を再構築します。

②ベトナム地区と華東地区の取引先に対しても、環境、人事等の専門スタッフによる訪問確認の仕組み化に向けた活動をすすめて、取引先の実態把握と改善の支援を段階的に強化します。

事例①

取引先向け環境・安全衛生・労務管理実務セミナー

2007年に開始したCSR調達の取り組みの中でも特に、富士ゼロックスシンセンの取引先に対し、環境、人事等の専門的なスタッフが取引先を実際に訪問し改善点のアドバイスすることによって、多くの取引先が改善しました。

取引先からは、さらなる改善のアドバイスをより多くタイムリーに実施してほしい、と求められています。しかし、当社のスタッフが取引先を1社ずつ訪問する方法のみでは、訪問する件数を増やせずアドバイスの提供を広げられません。

そこで富士ゼロックスシンセンでは、取引先の訪問に加え、2014年度より「取引先向け環境・安全衛生・労務管理実務セミナー」を開始しました。これは、取引先生産拠点のトップや管理責任者に集まっていたが、当社のスタッフが環境、人権・労働、



企業倫理に関する取り組みや新しい法規制などへの対応方法といったノウハウをお伝えするものです。初年度はまず安全衛生のカリキュラムを3講座用意し、取引先の管理責任者を招きました。取引先からは、「すぐに改善の取り組みに役立つ」など、本セミナーに対して高い評価を得ました。

2015年度は、労務管理や環境保全などのメニューや、当社が従業員に提供してきた支援プログラムの説明を追加するなど本格化し、11講座(13回)を用意。取引先の管理責任者(のべ1,000人以上)にノウハウを提供しました。自主参加の勉強会にもかかわらず、取引先からは多数の申し込みをいただき、全メニューにおいて98%以上の高い満足度を得ています。

2016年度は、管理システムなどの新たなメニューを用意して、継続強化します。

	実施日	メニュー
1	2015年 5月	安全管理
2	2015年 6月	労務管理－会社ルールの制定と管理
3	2015年 8月	職業健康と安全管理
4	2015年 9月	環境保全の基礎知識
5	2015年10月	労務管理－未成年ワーカー、妊娠・出産・育児期の女性社員および派遣社員の管理
6	2015年11月	職業健康と安全管理
7	2015年12月	環境に関する法律の概要
8	2015年12月	賃金・労働時間の管理
9	2016年 1月	温室効果ガス排出量の算定とレポートの方法
10	2016年 1月	消防安全の管理
11	2016年 2月	排気・廃水・固体廃棄物の処置と管理

事例②

紛争鉱物問題への対応

当社は、紛争鉱物問題を重大な人権問題の一つと認識しています。当社の「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^{※1}の「責任ある鉱物調達検討会」に参加して、人権侵害に加盟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。

米国証券取引委員会(SEC)は、米国金融規制改革法(ドッド・フランク法)1502条に基づき、2014年以降毎年、SEC登録企業に鉱物の来歴調査の結果を報告する義務を課しています。

当社はSEC登録企業ではないため、報告の義務はありません。しかし、当社のサプライチェーンにおける武装勢力の介入の有無を明らかにしていくため、また複数のSEC登録企業のお客様の調査に協力するため、2013年より鉱物来歴調査を行っています。2015年の調査では、一次取引先からの回答回収率が97.3%と2014年の調査(92.4%)から向上しました。武装勢力の介入を示す情報はありませんでした。また、当社における紛争鉱物問題の対応ノウハウをお客様にご活用いただく例も出てきました。

2016年以降の調査では、回答回収率の維持とさらなる回答精度の向上に努めます。 ※1 JEITA = 一般社団法人電子情報技術産業協会

経営重点テーマ 人権の尊重

富士ゼロックスの人権に対する考え方

当社は、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。

Web 関連記事

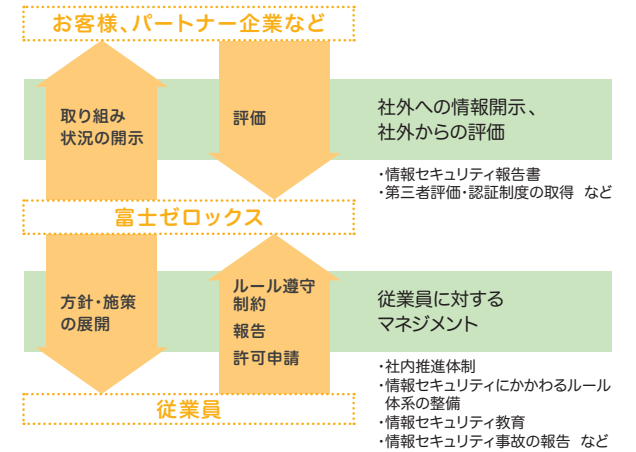
- 富士ゼロックスおよび関連会社における購買取引の基本方針 <http://www.fujixerox.co.jp/company/policy/purchase.html>
- サステナビリティレポート関連記事 <http://www.fujixerox.co.jp/company/public/sr2016/backnumber.html>
 - ・調達担当者による中国全取引先訪問を開始(2013年)
 - ・国境や会社を超えて高めあう～進化するCSR調達(2008年)
 - ・取引先企業と学びあうCSR(2007年)

経営重点テーマ 情報セキュリティの徹底

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

当社の活動の特長

サービス&ソリューション領域の進展にともないお客様の個人情報や機密情報を扱う機会が増大している現在、当社は情報セキュリティの徹底を経営の重要テーマの一環としてとらえています。商品やサービスにおける対策だけではなく、情報資産を安心してお預けいただけるよう、社内のガバナンス強化などさまざまな取り組みをすすめています。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。



2015年度活動の実績

サイバー攻撃への関連部門横断チームCSIRT[※]により、脆弱性対応および事故発生時のマニュアルを整備しました。また、サービス商品のセキュリティ品質確保のための点検・評価、重要情報委託先のセキュリティ関連情報の一元管理を行いました。

※CSIRT=Computer Security Incident Response Team

2016年度活動の概要

情報セキュリティの機能集約・全社連携を目的に総務部内に「情報セキュリティセンター」を構築し運用を開始します。内部不正や商品品質・サイバー攻撃など、内外の脅威に対し未然防止と有事対応の視点で課題を抽出し、対策を推進します。

事例

リスクマネジメント・カウンスル

上記活動に加え、2015年度は中国およびアジア・パシフィックの販売会社の情報セキュリティ強化を目的とした活動を行いました。7月にはリスクマネジメント担当者が集まる会議を横浜で開催し、情報セキュリティ事故報告の徹底依頼を行いました。また15,000名を超える従業員に対して情報セキュリティのWeb教育(英語・中国語・タイ語・韓国語)を展開、情報区分や事故発生時の対応について周知を行っています。

このような取り組みの結果、2015年度には情報セキュリティ事故に至るおそれのある情報まで含め、きめ細かく報告されるようになりました。今後も国内外のセキュリティ事故発生数削減と新たな脅威に対する施策について、Web会議による定期的な情報交換も取り入れて、引き続き取り組んでまいります。



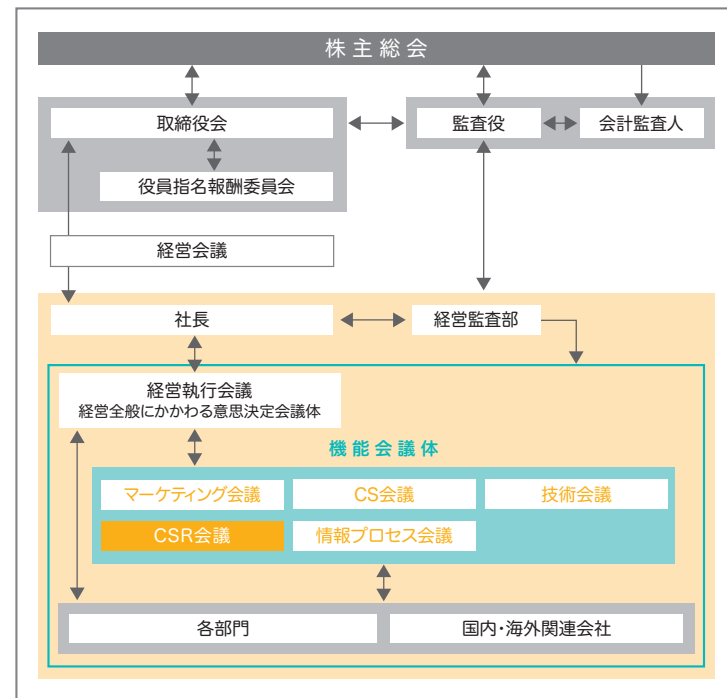
Web 関連記事

- 富士ゼロックス公式ホームページ
- ・情報セキュリティ報告書 http://www.fujixerox.co.jp/company/public/i_security/

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。



CSR経営を推進する経営体制

当社は、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。

2015年度からは、中長期の経営方針、枠組み、目標の設定に関する審議を行う機関として、経営会議を設置しました。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。

コミュニケーションとモニタリング

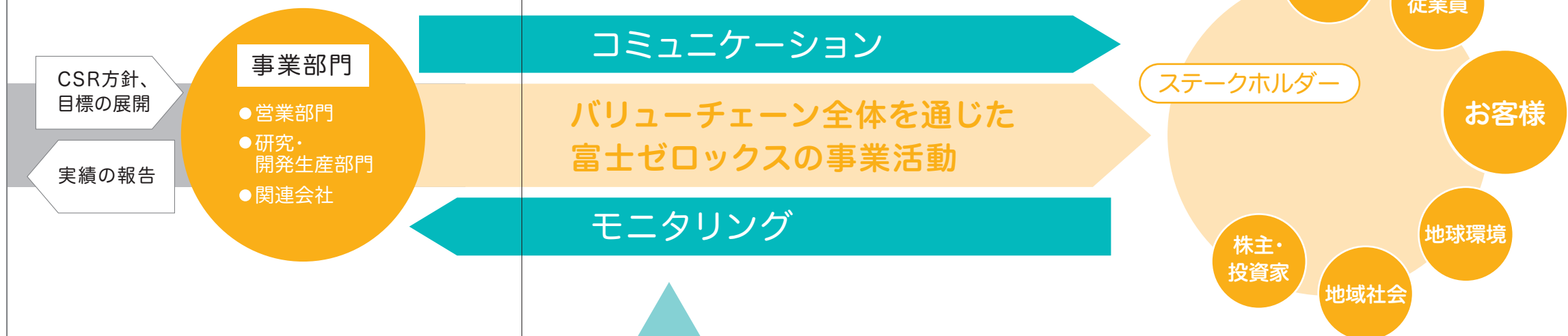
富士ゼロックスは、ステークホルダーからの評価やフィードバックを経営プロセスの中に取り込んでいくために「コミュニケーション」と「モニタリング」を重視しています。



ウェブサイドやSNS、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。

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



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

お客様、取引先、地域社会などのさまざまな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、毎年主要なテーマを設定し、ステークホルダーダイアログを開催しています。

2015年度は「文化伝承」をテーマに、これまでに社会貢献として複製古文書を贈呈した京都の地域の方々4名と当社役員で対話を行いました。地域の方々からは複製古文書ならではの手で触れることによる文化伝承

の重要性についてお話をいただき、具体的にどのように活用しているのか説明していただきました。また、崩し文字の解読を技術的に実現してほしいことなど、今後の当社の活動への示唆をいただきました。



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、経営重点テーマとして特定し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。

知の創造と活用

～お客様～

重大商品事故の発生件数

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とめない、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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社（OEM販売も含む）	1件	0件	0件	0件

2015年度実績解説 昨年度に引き続き2015年度も重大商品事故は発生しておりません。重大商品事故ゼロの継続に向けた安全で安心な商品をお届けするための改善活動として、リスクアセスメントの拡充、および商品安全に関する法令や規制への対応強化をすすめました。また製品安全強化活動の中で、お客様へ安全な商品の使用方法に関する情報提供活動を実施しました。

目標・課題 商品安全に関する法令や規制の遵守はもとより、商品安全問題を未然に防ぐため、さらに安全技術や評価技術を高めるとともに、品質・安全フォーラムなどによる商品安全に関する意識の浸透・向上を図り、商品事故の根絶を目指します。

CSプログラムにおけるお客様の取引継続意向率

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、「他社ではなく当社を再び選ぶ」とご回答をいただいたお客様の割合を、2012年度を100とじて指数化して示した指標です。^{※1}

対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスおよび国内販売会社	100.2	99.9	101.0	-

2015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、2015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。

※1 2015年度より、より実態をとらえられるよう、調査結果の要素を変更し、過去の実績にも反映しています。

ダイバーシティ・インクルージョン

～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^{※2}の平均スコア（満点を5.00ポイントとする）です。

対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックス(単独)	3.36	3.35	3.36	-
国内の関連会社（販売会社を除く）	3.23	3.25	3.23	-
国内の販売会社	3.47	3.49	3.43	-

2015年度実績解説 コア・モラル平均スコアは、富士ゼロックス(単独)、ならびに、国内関連会社・販売会社で見ると、健全なESスコアの目安となる「3.4」に近いレベルを維持し、大きな変化はありませんでした。経営戦略や重点施策に対する納得度を示す肯定回答割合の変化でとらえると、5項目のコア・モラルに対する肯定回答割合は昨年度より約1.0ポイント下回り、約51.0%となりました。

目標・課題 ESサーベイ結果から組織／職場ごとに具体的な課題を抽出し、改善活動に取り組み、PDCAサイクルを回します。2016年度は、富士ゼロックスおよび関連会社として、上司とメンバーとのコミュニケーションをベースに、「挑戦をたたえる風土」の醸成に取り組みます。

※2 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」

役員および管理職に占める女性の割合

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックス(単独)	5.1%	5.8%	6.2%	7%
国内の関連会社	2.8%	2.8%	3.4%	-
海外の関連会社	26.4%	24.8%	26.9%	-

2015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、目標6.3%にわずかに及びませんでした。0.4ポイント増加しました。また、関連会社においても実力ある女性の積極登用をすすめた結果、横ばい傾向から上昇傾向に変化しています。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。

障がい者法定雇用率を達成している法人の割合

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(常用労働者数50名以上の法人)。

対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックス(単独)	100% (雇用率2.07%)	100% (雇用率2.06%)	100% (雇用率2.09%)	100%
国内の関連会社（販売会社を除く）	88% (8社中7社)	78% (9社中7社)	89% (9社中8社)	100%
国内の販売会社	81% (31社中25社)	81% (31社中25社)	77% (31社中24社)	100%

2015年度実績解説 富士ゼロックス(単独)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。また働きやすい職場づくりを目指すマネジメント向けワークショップ等を通じ、周囲の理解や定着促進施策を行いました。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・販売会社においては、合計で8社が法定雇用率目標に対し未達となりました。

目標・課題 事業環境や社会情勢の変化に左右されず、安定的な法令遵守が全社で推進できる体制づくりを目指します。また、法定雇用率達成のみならず、障害の有無にかかわらずすべての人が働きやすい会社を目指していきます。

従業員の年間総労働時間

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックス(単独)	1,947時間	1,878時間	1,878時間	1,850時間
国内の関連会社（営業・開発・事務職など）	1,986時間	1,971時間	1,948時間	-
国内の関連会社（製造スタッフ）	2,025時間	2,094時間	2,037時間	-
海外の関連会社（営業・事務職など） ^{※3}	2,011時間	2,085時間	2,067時間	-
海外の関連会社（製造スタッフ）	2,274時間	2,177時間	2,143時間	-

2015年度実績解説 富士ゼロックス(単独)では、事業拡大にともない所定外労働時間が増加しましたが、2014年度に導入した柔軟な働き方を実現する新勤務制度を基盤とした働き方変革に加え、有給休暇取得率の向上により総労働時間の増加を抑えました。国内の関連会社では、新勤務制度の導入に加え、上司・部下の密なコミュニケーションと生産性向上に向けた業務プロセス改善により、前年に比べ総労働時間は減少しました。

目標・課題 国内においては、新勤務制度をさらに有効活用したマネジメントの促進と継続的な業務プロセス改善を行うとともに、有給休暇取得率の向上に向けた施策を実施し、ワーク・ライフ・バランスとダイバーシティを推進していきます。海外においては、限られた労働時間とリソースの中で最大の成果をあげられるマネジメントを目指していきます。

※3 裁量労働制を導入している会社を除きます。

環境の保全／安心で活力ある社会

～地球環境～

お客様先のCO₂削減貢献量

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CO ₂ 排出量に換算して示した指標です。			
対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	2,695kt-CO ₂ ^{※4}	3,206kt-CO ₂	3,462kt-CO ₂	3,788kt-CO ₂

2015年度実績解説 お客様先のCO₂削減貢献量は約256kt-CO₂増加し、3,462kt-CO₂に伸びました。削減効果の高いソリューション・サービス事業の売り上げが伸びたためです。

目標・課題 お客様の業務変革を支援するソリューション・サービス事業と、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。

※4 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。

事業所でのCO₂排出量

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CO ₂ 排出量に換算して示した指標です。			
対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
国内外の開発・生産事業所	122kt-CO ₂	126kt-CO ₂	142kt-CO ₂	139kt-CO ₂
国内外のオフィス	68kt-CO ₂	64kt-CO ₂	69kt-CO ₂	68kt-CO ₂

2015年度実績解説 2015年度より環境パフォーマンスデータの集計システムを変更したことにともない、事業所でのCO₂排出量の係数を当該年度の値に切り替えました。このため、2014年度以前(2005年度の排出係数を使用)とのデータの連続性ははありません。

目標・課題 生産プロセスの工程改善や電力抑制等の施策を通して継続的なCO₂削減を目指すとともに、ものづくりににおける中長期の新たなCO₂削減計画を策定します。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CO₂削減を図ります。

商品ライフサイクル全体のCO₂排出量

定 義	当社商品の購入部材、生産、オフィス(開発・販売等)、物流、お客様使用時のCO ₂ 排出量の合計です。			
対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	1,342kt-CO ₂	1,423kt-CO ₂	1,368kt-CO ₂	1,367kt-CO ₂

2015年度実績解説 2015年度より環境パフォーマンスデータの集計システムを変更したことにともない、事業所でのCO₂排出量の係数を当該年度の値に切り替えました。このため、2014年度以前(2005年度の排出係数を使用)とのデータの連続性ははありません。

目標・課題 事業の拡大により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、全社をあげた働き方変革を継続して推進し、業務効率の向上を通したCO₂排出量の低減をすすめます。

部品リユースによる新規資源投入抑制量

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	2,875t	2,916t	3,273t	3,464t

2015年度実績解説 2015年度の新規資源投入抑制量は前年に対して357t増加し、目標値も上回りました。リユース部品を活用した商品および消耗品の生産量が増加したためです。

目標・課題 「使用済み商品は廃棄物ではなく、貴重な資源である」との考えに基づき、2016年度も新規資源の投入抑制に努めていきます。

回収された使用済み商品の再資源化率

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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	99.6%	99.6%	99.7%	99.5% //
中国	99.7%	99.9%	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%	99.8%	99.6%	99.5% //
ニュージーランド	99.7%	99.7%	99.7%	99.5% //

2015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。アジア・パシフィックで0.1ポイントの上昇、オーストラリアで0.2ポイント減少していますが、他の地域は昨年と同様の実績となりました。特に再資源化率が減少しているオーストラリアについては一過性の減少なのか、何らかの対策が必要となる課題があるのかを分析し、「廃棄ゼロ」基準の維持に努めていきます。

目標・課題 2016年度以降も継続的に「廃棄ゼロ」を目標とし、さらに環境負荷が少ない資源の活用(リユース>マテリアル・リサイクル>サーマル・リサイクル)を目指していきます。

生産プロセスでの水使用量

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスおよび関連会社	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)	211万t (国内167万t、海外44万t)	259万t (2005年度比30%減)

2015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。2015年度も引き続き2005年度比30%減の目標を達成しました。

目標・課題 引き続き目標(2005年度比30%減)の維持を目指します。

～地域社会～

社会貢献支出

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックス(単独)	3億7,200万円	3億200万円	3億7,200万円	一定レベルの 貢献の継続
国内の関連会社	9,600万円	7,200万円	7,200万円	
海外の関連会社	1億9,300万円	1億7,600万円	1億7,400万円	
合計	6億6,100万円	5億5,000万円	6億1,700万円 ^{※5}	

2015年度実績解説 文化およびスポーツ分野における協賛を拡大した結果、総額約6億1,700万円の社会貢献支出となりました。

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

※5 富士ゼロックス、国内の関連会社、海外の関連会社、合計、それぞれにおける支出を100万円未満を四捨五入しているため、それぞれの項目の合算金額と合計金額は異なります。

従業員ボランティア数

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)および協力従業員数の合計です。			
対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックス(単独)	808人	903人	656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	4,023人	
海外の関連会社	7,863人	11,018人	10,429人	

2015年度実績解説 東日本大震災のボランティア募集やその他ボランティアプログラムの減少により、ボランティア活動に参加した従業員の数が減少しました。

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 SDGs 目標17



定義 端数倶楽部^{※6}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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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	78%	87%	87%	

2015年度実績解説 ボランティア活動を促進している法人の割合は、昨年度から変更ありません。

目標・課題 2016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。

※6 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・賞与の端数を天引きして資金を集め、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 SDGs 目標17



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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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	3,837人	3,807人	3,721人	会員数の増加

2015年度実績解説 富士ゼロックス単独では、従業員の約40%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幅が広がっています。

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基金による助成者数

GRI EC7 SDGs 目標17



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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
在日外国人留学生研究助成プログラム ^{※7} におけるのべ助成者数(累計) ^{※8}	32人 (1,076人)	33人 (1,109人)	32人 (1,141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 ^{※9} におけるのべ助成者数(累計)	8人 (173人)	8人 (181人)	8人 (189人)	一定レベルの助成の継続

2015年度実績解説 在日外国人留学生研究助成プログラムでは、17大学へ留学している32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、博士号取得者による研究発表会の開催、研究成果のデジタルアーカイブ化の拡大など、OB・OGの交流する場づくりをさらに強化していきます。

※7 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

※8 助成金支給後の辞退者を含みます。 ※9 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

強固な経営の基盤

～お客様～

生産拠点のセルフアセスメント結果

GRI PR1 SDGs 目標17



定義 【最重要項目】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。
【重要項目】富士ゼロックスのCSRセルフチェックリスト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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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、2015年度はリサイクル生産拠点を追加)	最重要項目	－	100%(8拠点)	100%(10拠点)	100%(10拠点)
	重要項目	－	87.5%(8拠点中7拠点)	100%(10拠点)	100%(10拠点)

2015年度実績解説 2015年度は、従来までの国内外の新造機、部品、化成品に加えてリサイクル品の生産拠点まで対象を拡大し、最重要項目、重要項目とも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。特に、前年度(2014年度)のCSRセルフチェックで目標未達となっていた富士ゼロックスハイフォンのCSR経営基盤強化に向けた改善活動をすすめ、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、リサイクル品を生産する国内外すべての拠点で、継続して最重要項目、重要項目の適合率がともに90%以上を維持することを目指します。

定義 顧客要請に基づいて実施したEICC^{※10}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。

対象範囲	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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)	100%(8拠点)

2015年度実績解説 当社生産本部と連携し、新造機、部品、化成品を生産する国内外すべての拠点で改善のPDCA(Plan-Do-Check-Action)を継続しました。その結果、2015年度は対象全拠点でスコアアップし、目標としていた全拠点「グリーン」評価を維持しました。

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。

※10 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。

～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 SDGs 目標17



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^{※11}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^{※11}の比率を示した指標です。

対象範囲	項目	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
国内および海外の取引先	最重要項目	90.4%	82.7%	83.1%	100%
	重要項目	72.8%	38.8%	54.1%	90%

2015年度実績解説 2015年度は、適合率90%以上の取引先社数比が最重要項目で前年度よりわずかに増加し、重要項目では15.3ポイント改善することができましたが、前年度に続き目標に達しませんでした。取引先によるセルフチェック後の改善計画の確認が徹底できず、計画の提出依頼と改善状況の確認が不足していたことを課題ととらえています。

目標・課題 2016年度は、取引先に対してのセルフチェック後の不適合項目に対する改善計画の立案・提出依頼を徹底します。

※11 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。

商品物流^{※12}分野におけるCSR調達セルフチェックリスト^{※13}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 SDGs 目標17



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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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%	98.4%	100%

2015年度実績解説 国内、海外とも、昨年度に続き適合率90%以上の取引先社数比の目標(国内100%、海外90%)を達成しました。海外では、不適合が多かった国・地域の海外販売会社5社を通じたアドバイスを始めたことにより、改善に結びつきました。

目標・課題 2016年度は、お客様先までの商品物流における目標達成の維持に加え、その他の物流におけるCSR調達の質の強化にも取り組みます。2015年度から順次すすめている国内産業廃棄物収集運搬の協力会社、海外生産拠点から荷積み港の物流協力会社や欧米向け基幹輸送の船会社に対するCSR調達において、改善支援を加速します。

※12 各国・地域の倉庫・支店からお客様までの配送

※13 商品物流分野における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^{※14}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 SDGs 目標17



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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
国内および海外の取引先	－	71.4% ^{※15}	81.6% ^{※16}	90%

2015年度実績解説 間接材分野では、当社の事業継続のために特に重要な取引先に重点を置いたCSR調達活動を行っています。2015年度は、対象範囲として、前年度の国内とベトナムに加え、中国(上海・シンセン)を加えました。中国の重点取引先に説明会を行い、セルフチェックと改善の取り組みを実施いただきました。適合率90%以上の取引先社数比は、前年度より10.2ポイント上昇し、81.6%となりました。

目標・課題 今後も、取引先の業種によって異なる課題に対応しつつ、改善支援を通じてさらなるレベルアップと早期の目標達成を目指します。

※14 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。

※15 国内およびベトナムの取引先が対象 ※16 国内、ベトナム、および中国(上海・シンセン)の取引先が対象

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 **SDGs** 目標15、17

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
国内外の用紙調達の取引先	100%	100%	100%	100%

2015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。2015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 **SDGs** 目標17

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
国内外の生産資材取引先	87.5%	92.4%	97.3%	95%

2015年度実績解説 2015年度の調査では、回収率が97.3%と昨年より4.9ポイントアップし、目標の95%を達成しました。製錬所情報のさらなる精度向上のため、取引先からの回答内容によっては再精査を依頼しました。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んでいます。

目標・課題 2016年度は、回収率の維持はもちろん、紛争鉱物調査内容の精度を上げるために、JEITAはもとより、業界内外の情報収集をさらに強化します。また、当社のお客様の紛争鉱物調査活動とも連携強化していきます。

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 **SDGs** 目標17

定義 中国で操業する富士ゼロックスシンセン、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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスシンセン、富士ゼロックス上海	65.7%	67.7%	67.9%	一定レベルの現地調達の維持

2015年度実績解説 中国における現地調達比率は前年度とほぼ同じレベルで、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 **SDGs** 目標17

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016年度目標
富士ゼロックスハイフォン	-	23.6%	34.5%	一定レベルの現地調達の維持

2015年度実績解説 ベトナムにおいて、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すすめました。その結果、現地調達比率は前年度より10.9ポイント増加しました。今後も、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。

～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 **SDGs** 目標16

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	2013年度実績	2014年度実績	2015年度実績	2016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

2015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。

第三者意見

足達 英一郎氏

株式会社日本総合研究所 理事



2015年度版に引き続き、2016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いたしました。2015年度版では、「取り組むべき社会課題」と「提供価値」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ことをコメントいたしました。

2016年度版では、これに呼応いただき、ウェブサイトではステークホルダー別の開示項目を継続する一方、本誌では第3章を社会課題4領域で構成されました。これによって一貫性と説得力が高まったと感じました。

また、2015年9月に国連が採択した「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が掲げる「持続可能な開発目標(SDGs)」に言及され、「提供価値」とSDGsとのかかわりを明確にされるとともに、富士ゼロックスが目指す最大のミッションは、「ディーセント・ワーク(働きがいのある人間らしい仕事)の推進と持続的な経済成長の実現に大きく貢献することだ」とのトップコミットメントを掲載されています。こうした先見性にも、敬意を表したいと思います。

富士ゼロックスおよび関連会社は、「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」という、きわめて具体的に個性的なミッションステートメントを有しています。他方、現実社会には、デジタルデバイド、相互不信の連鎖、社会的疎外や絶望の蔓延といった様相が拡がっているように見えます。富士ゼロックスおよび関連会社が真価を発揮することへの期待は、従来に増して大きいといえるでしょう。

第2章の「地域のために、地域と共に」と題されたハイライト記事は、そうした期待に応える一つの事例として、興味深い内容でした。GPSを使った観光音声ガイドサービスは、将来、世界中の人々と言葉の壁なくコミュニケーションできる未来を予感させます。それは、かつてゼロックスの複写機が「情報の民主化」を牽引したのと同じような「ソサエティ・イン」に繋がるかもしれません。しかも、これを単なる社会貢献活動ではなく事業として推進されていることが印象的です。前述の2030アジェンダは「誰も置き去りにしない(leaving no one left behind)」こと

を掲げ、一人ひとりに焦点を当て、貧しい国、豊かな国、中所得国等のあらゆる開発レベルの国々に取り組みを求めています。また、民間企業や市民社会の役割に注目し、関係者が連携することの重要性を強調しています。当該事例は、地方創生の支援にとどまらず、自らのミッションステートメントと2030アジェンダとの間に橋をかける実践と解釈できます。

さて、若干の注文をお許しいただけるのであれば、13頁の機会とリスクの分析で、「環境や社会の劣化が事業を制約してしまうリスク」と「環境や社会の劣化に事業が加担してしまうリスク」を分けて考察していただくとよいと感じました。また、「取り組むべき社会課題」として位置づける「ダイバーシティ・インクルージョン」については、第3章で従業員への取り組みばかりでなく、商品・サービスによるソリューションを具体的に知りたいと感じました。「強固な経営の基盤」についても、同様に顧客に対して提供されるソリューションが企業をはじめとするさまざまな組織のガバナンスを向上させる可能性を知りたいと感じました。さらに、KPIに基づく個々の取り組み推進に関して、その網羅性は万全と判断しますが、環境負荷に関する主な指標については、原単位も併記していただくことで理解がより深まると感じました。

最後に、本誌には6頁に「小林陽太郎氏の先見性」と題するコラムが挿入されています。筆者は2003年、小林陽太郎代表幹事のもと経済同友会が発行した『第15回企業白書「市場の進化」と社会的責任経営』の取りまとめを末席でお手伝いいたしました。警咳に接する機会の中で、「企業が本業として社会に対する責任を果たしていくことが重要」というお話を度々、伺ったことが思い出されます。富士ゼロックスおよび関連会社には、そうした信念が脈々と引き継がれていると感じます。事業活動が生み出していく、次の「ソサエティ・イン」を心待ちにしております。

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

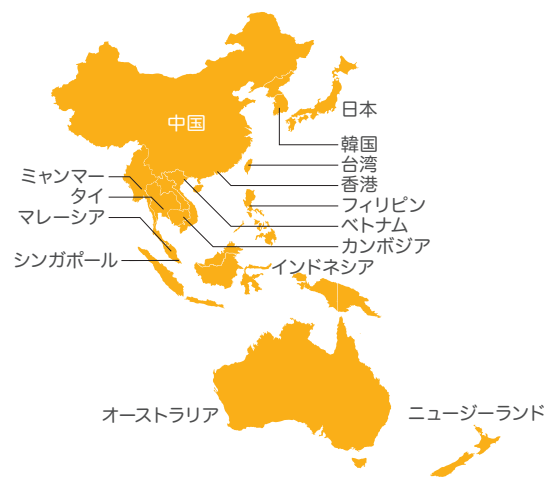


会社概要

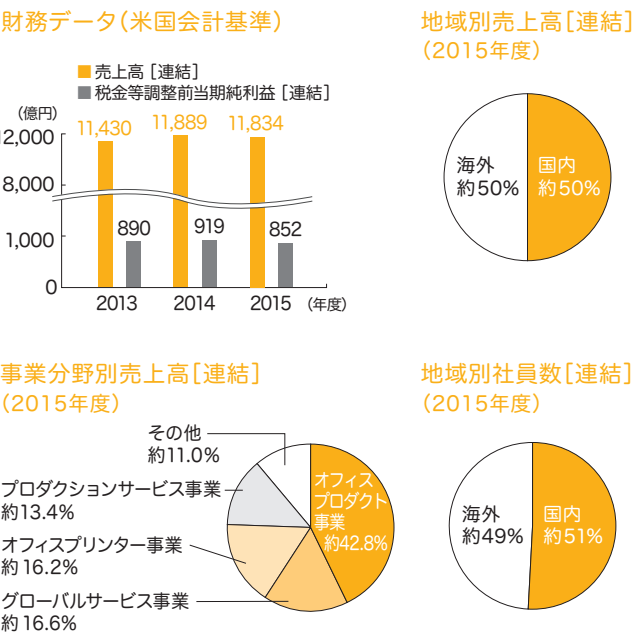
名 称	富士ゼロックス株式会社 (Fuji Xerox Co., Ltd.)	事 業 概 要	オフィスプロダクト事業、オフィスプリンター事業、 プロダクションサービス事業、グローバルサービス事業
本 社	〒107-0052 東京都港区赤坂九丁目7番3号	事 業 所	
電 話	(03)6271-5111 (代表)	[本 社]	東京
代表取締役会長	山本 忠人	[研 究 所]	横浜 (神奈川県)、中井町 (神奈川県)、パロアルト (米国カリフォルニア州)
代表取締役社長	栗原 博	[開 発・製 造 事 業 所]	横浜 (神奈川県)、海老名 (神奈川県)、竹松 (神奈川 県)、鈴鹿 (三重県)、滑川 (富山県)、柏崎 (新潟県)、 上海、深圳、蘇州 (中国)、チョンブリ (タイ)、ハイフォン (ベトナム) など
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 (現ゼロックス・リミテッド) との合併会社	[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
資 本 金	200億円	[海 外 拠 点]	中国 (香港、台湾を含む)、韓国、フィリピン、ベトナム、 ミャンマー、カンボジア、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
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	45,397名 (2016年3月期 連結) / 8,282名 (2016年3月期 単独)		

販売・サービス活動地域

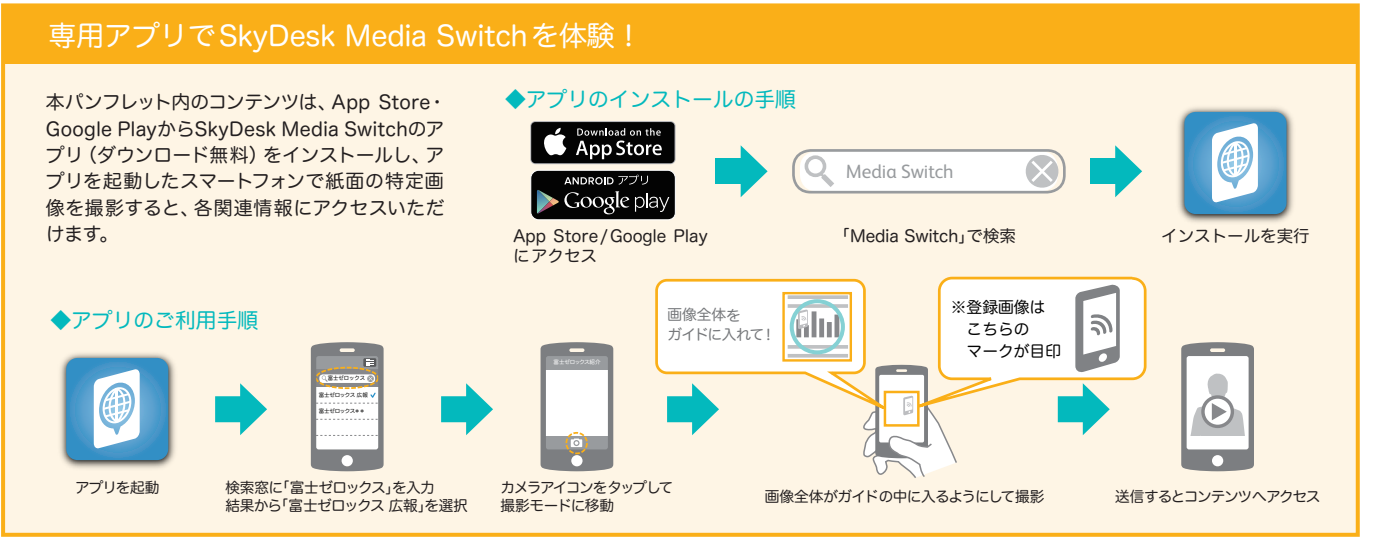
日本、中国およびアジア・パシフィック地域を販売／サービスの活動地域としています。欧米など、他の地域についてはゼロックス・コーポレーションおよびゼロックス・ヨーロッパが担当しています。



主要な経営指標



本レポートでは、当社の画像認識技術を活用したクロスメディア・サービスをご利用いただけます。



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。

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: 2016年8月
©Fuji Xerox 2016
201-252 (16-08 第1版)

