



社会から期待され、信頼される企業に。



DNPの前身である秀英舎は明治9年(1876年)に創業し、10月には135年目を迎えます。現在の株式会社となったのは明治27年(1894年)で、これは日本に現存する株式会社としては、27番目に長い歴史をもっています。

出版印刷を中心に創業したDNPは、戦後、印刷技術を応用発展させて、包装、建材、エレクトロニクス、情報記録材などへ事業を拡げてきました。そしていま、ライフサイエンスやエネルギー分野に事業を拡大しています。

その時々での社会の課題やニーズを的確に捉え、それらに対してDNP独自の解決策を提案してきたことが、今日までのDNPの持続的な発展につながってきました。これは『社会の発展に貢献する』という創業時の志を受け継ぎ、常に「社会の期待に応える活動を進めてきた」ということに他なりません。この絶えざる努力こそが、DNPのCSRの本質なのです。

昨年、私はDNPのCSRとして3つの責任を述べました。

1つ目は、企業が企業として存在する理由とも言える『価値創造』の責任です。2つ目は、その価値創造を進めるプロセスを『公正公平に、誠実に推進』する責任です。3つ目は、社会やステークホルダーに対して企業の透明性を高め『説明責任』を果たすことです。

これらの責任を果たしていくことで社会の期待に応え、社会からの信頼を高めることができると考えています。このCSRを具体的に展開していくには、社会が企業に求め、私たち自身も重要と考えるテーマを定めて活動し、それを定期的に評価し、より高い成果を求めていく体系的な取り組みが必要になります。そのなかでも特に重要な社会・経済関連での10テーマ(P15～18)、環境関連での9テーマ(P63～64)の活動を本誌で詳しく紹介しました。こうしたPDCA(Plan Do Check Action)サイクルをしっかりと回すことで、DNPのCSRの質を高めていきます。

2010年2月、DNPは市谷地区の再開発に着手しました。市谷地区は、私たちが125年にわたって事業の中核拠点としてきた場所で、現在、出版印刷の専門工場および本社・営業部門などのオフィスビルで構成されています。いま出版分野は、これまでのビジネスモデルの大きな過渡期を迎えています。雑誌など出版印刷の主力工場である市谷工場は、これまでの雑誌を短期間に大量に製造するという役割から、小ロット多品種、オンデマンド印刷、さらには電子書籍等とのメディアミックスへの対応などへと変わりつつあります。こうした時代の要請に対応するために、DNPでは市谷地区の製造拠点を整備するとともに、都内各地に分散していた営業企画部門を集結させて、新たなソリューションを提供する機能の向上を図っていきます。これは、将来に向けた私たちの『価値創造』力の強化施策です。

この再開発を進めるためには、地域社会との徹底した「対話」が重要と考え、このプロジェクトを実現させるために、この再開発の意義と地域社会のメリットをご理解いただくよう、地域住民や行政との「対話」を繰り返してきました。既に道路の拡幅や電線の地中化、歩道の緑化などに着手し、再開発の完成時には、緑地のなかに、オフィスと製造施設がバランス良く配置される予定です。この緑地を私たちは、「市谷の森」と名づけ、自然との対話が楽しめる空間として、地域にも広く提供していきます。

DNPは2010年3月に『生物多様性宣言』を發しましたが(P55参照)、この「市谷の森」は地域の自然生態系の質の向上にも寄与するものと考えています。このほか、再開発計画には文化施設やスポーツ施設なども併設することを盛り込んでおり、地域社会の期待にも応えていきます。

企業のCSRについては、マスコミ各社による調査をもとにした各種ランキングが発表されています。これとともに、社会的責任投資(SRI)各社が企業のCSR活動をもとに、投資対象としての的確性などを評価しています。DNPはこうした各種ランキングでも上位に選ばれ、また多くのSRIの組成するインデックスへも組み込まれています。2010年

は、腐敗防止のために活動する国際的NGO「トランスペアレンシー・ジャパン」による日本の企業の倫理度調査で第4位に選ばれました。こうした高い評価を受けることができたのは、私たちのCSRの取り組みが、長年にわたって社会との対話をもとに、一つひとつ着実に成果を上げてきたからこそものと思います。こうした評価はわれわれに対する社会からの強い期待であり、これからもさらに大きな成果を出し続けていかなければならないと思います。

大きな時代の波のなかで、新たな価値を提供していくためには、組織としての対応力を高めるとともに、社員一人ひとりが複雑化・高度化していく課題に立ち向かっていける人材となることが重要です。

そのために、いまDNPでは、社員一人ひとりがこれまでの働き方を見直し、効率的で生産性の高い自律的な働き方への変革を進めています。こうした変革を通じて創出した個人の時間を活用して、一人ひとりの社員の自発的な自己研鑽や、社会との接点を深める体験などを通じて、より広い視野を持つ有能な人材が育つことを期待しています。当期は、これらの実現に向けた多様な働き方を強力に推進するために、仕事と家庭生活の両立を支援するさまざまな制度を定め、合わせて企業・個人それぞれの社会貢献活動の充実にも力を注ぎました。

DNPでは、社員一人ひとりが社会の発展に貢献していくという創業時の志を共有し、社会の期待に応え、社会から信頼される企業になるよう、これからも価値創造に努めていきます。

代表取締役社長

北島義俊

会社概要 (2010年3月31日現在)

商号 大日本印刷株式会社
(Dai Nippon Printing Co., Ltd.)

本社所在地 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1
TEL. 03-3266-2111 (ダイヤルイン案内)
URL <http://www.dnp.co.jp/>

創業 1876年(明治9年) 10月
設立 1894年(明治27年) 1月
資本金 114,464百万円
従業員数 10,539名(単体) 39,643名(連結)
営業拠点 国内:49 海外:20 (現地法人含む)
製造拠点 国内:58 海外:12 (現地法人含む)
研究所 国内:12

編集方針

- 本報告書では、「社会が重要視しているテーマ」と「DNPが重要視しているテーマ」の二つの軸で報告テーマの整理を行い、社会とDNPの双方にとって重要度が高いテーマを中心に、その取り組みの内容を記載しています。記載できなかった関連情報については、インターネット (<http://www.dnp.co.jp/csr/>) でご覧いただけます。

以下の内容を検証し、抽出された事項。

- 2009年版の読者の皆さまから寄せられたご意見やご要望
- SRI (社会的責任投資) や報道機関など※ が実施するCSRアンケートの設問内容
- 国連グローバル・コンパクトの10原則
- ISO26000 (策定中) の骨格となっている社会的課題
- GRIガイドラインに掲げられている社会的課題

※ Sustainable Asset Management, 特定非営利活動法人 パブリックリソースセンター、株式会社日本総合研究所、株式会社グッドバンカー、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社、株式会社インテグレックス、Carbon Disclosure Project、株式会社日本経済新聞社

【DNPが重要視しているテーマ】
DNPの経営理念や21世紀ビジョン、DNPグループ行動規範にもとづき重要と考えている事項。

【報告テーマ】

経営理念・21世紀ビジョン・行動規範	P 7～11
コーポレート・ガバナンス	P 13～14
社会的課題の解消に資するビジネス	P 21～28
法令と社会倫理の遵守	P 29～30
情報セキュリティ・個人情報保護	P 31～32
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	P 33～34
情報の適正な開示	P 35～36
ユニバーサル社会の実現	P 37～38
製品・サービスの安全性と品質の確保	P 39～40
働きがいのある職場	P 41～48
企業市民としての社会貢献	P 49～53
環境保全と持続可能な社会の実現	P 54～75

- 活動内容の評価に客観性を持たせるために、本報告書の記載内容全体について、NPO法人環境文明21の加藤三郎共同代表より、ご意見並びに次年度以降のアドバイスをいただくとともに、個別のテーマごとにステークホルダーからのコメントを掲載しています。
- 活動内容をよりわかりやすく表現するため、個々の取り組みについて、実務担当者からの声を掲載しています。
- 環境セクションについては、信頼性を確保するため、株式会社新日本サステナビリティ研究所による第三者審査を受けています。また、一般社団法人サステナビリティ情報審査協会が定める「環境報告審査・登録マーク付与基準」に準拠していることにより、環境報告審査・登録マークが付与されています。
- 本報告書は、GRI (Global Reporting Initiative) 「サステナビリティリポートガイドラインVersion 3.0」を参考にするとともに、環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」を参照し、環境報告審査・登録マークの付与に必要な重要な環境情報を開示するように編集しました。

【報告書の対象期間】

本報告書は、原則として2009年4月1日より2010年3月31日までの活動について報告しています。ただし、一部の重要な事実については、本対象期間外の報告も含まれています。

【記述の対象部門】

本報告書は、DNPグループの全社・全部門を対象として、CSRへの取り組みを報告しています。なお、環境セクションに記述されている各種データの集計範囲については、DNPおよび財務会計上の連結対象会社のうち、国内の製造会社37社と物流会社1社および社内給食会社1社の合計40社を対象としています。

DNPグループCSR報告書 2010

目次

トップメッセージ	1
会社概要・編集方針	3
DNPグループの概要	5
財務データ	5
事業分野別実績	6
DNPグループのCSR	7
CSRの基本的な考え	7
コーポレート・ガバナンス	13
2009年度の活動目標・実績一覧	15
2009年度の実績・評価	19

DNPグループのCSRへの取り組み	20
本業を通じた社会の発展への貢献	
特集：社会の進化発展をリードする DNPの情報技術	21
特集：高度なセキュリティ環境を実現する SSFCソリューション	25
法令と社会倫理の遵守	29
情報セキュリティの確保	31
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	33
情報の適正な開示	35
ユニバーサル社会の実現	37
製品・サービスの安全性と品質の確保	39
人類の尊厳と多様性の尊重	41
安全で活力ある職場の実現	45
企業市民としての社会貢献	49

環境保全と持続可能な社会の実現	54
特集：自然共生社会の実現に向けて	55
マネジメントシステムによる環境管理	57
活動目標・実績一覧	63
低炭素社会の実現に向けて	65
環境汚染物質の削減に向けた取り組み	68
循環型社会の構築に向けて	69
海外拠点での活動	75
第三者審査報告書	76

第三者意見	77
-------	----

インターネットでの関連情報の閲覧について

関連情報は [こちら](http://www.dnp.co.jp/csr/2010/00.pdf) <http://www.dnp.co.jp/csr/2010/00.pdf>

タイトルの右側に **+** 関連情報 マークが表示された項目は、本報告書で紹介できなかった報告内容を、DNPホームページでご覧いただけます。

DNPのユニバーサルデザイン <http://www.dnp.co.jp/ud/>

掲載項目について専用ホームページが設けられている場合は、URLを表示してご案内しています。

 PDF版報告書 表示された マークやURL部分をクリック すると関連情報が別ウィンドウで表示されます。	 冊子版報告書 記載された URLをインターネットブラウザに入力 すると関連情報が表示されます。
---	---

表紙について



CSR (Corporate Social Responsibility)、会社は利益の追求だけではなく、社会的責任を持つことがとても大事だと思います。世の中に水の波紋のようにやさしく大らかに響くCSRレポートになるといいなあと思いつきながらデザインしました。

佐野 研二郎(アートディレクター)：1972年東京生まれ。MR DESIGN代表。主な仕事にau [LISMO!]・TBS [Tブー! S]・日光江戸村「ニャンまげ」などのキャラクターデザイン、資生堂「ザ・コラーゲン」・ミツカン金のつぶ「とろっ豆」などのパッケージデザイン、宇多田ヒカル・井上陽水・レミオロメンなどのCDジャケット、ルミネ、ベネッセ高校講座などの広告デザイン、ローリングストーンズ、ジョンレノンのTシャツデザイン等、国内外で幅広いコミュニケーションをデザインする。

<http://www.mr-design.jp/>

本報告書に使用している書体について

本報告書の本文には、DNPのオリジナル書体である「秀英体」を使用しています。この秀英体は、明治時代に確立され、築地体と並び「明朝活字の二大潮流」として、その後の和文書体に大きな影響を与えた書体です。現在でも多くの書物を通して、読みやすい書体として読者の方々が目にされています。今後ますます、個人を主体としたコミュニケーションが活発に行われていくなかで、秀英体を万人に読みやすい文字(ユニバーサルデザイン)として、進化・継承していくことが、DNPの使命の一つと考えています。

2009年度財務データ (2010年3月期)

DNPグループは、事業ビジョン「P&Iソリューション」のもと、創業以来培ってきた印刷技術と、デジタル化により急速に進展してきた情報技術を融合させて、顧客の課題の解決に取り組んでいます。

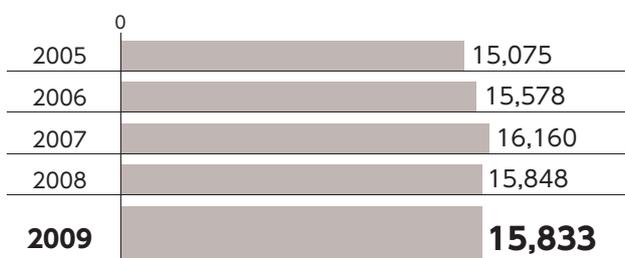
2009年度は、積極的な営業活動を展開して顧客ニーズに対応した製品とサービスおよびソリューションを提供するとともに、品質、コスト、納期などあらゆる面で強い体質を持った生産体制の確立をめざす「モノづくり21活動」にグループをあげて取り組み、業績の確保に努めました。

その結果、当期の連結売上高は1兆5,833億円、連結営業利益は665億円、連結経常利益は688億円、連結当期純利益は232億円となりました。

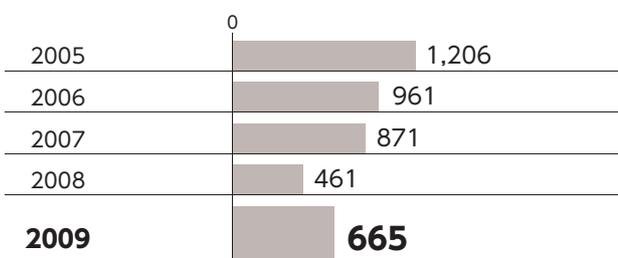
DNPグループの2009年度連結経営成績

連結売上高	1兆5,833億円 (前期比0.1%減)
連結営業利益	665億円 (前期比44.0%増)
連結経常利益	688億円 (前期比45.3%増)
連結当期純利益	232億円 (前期は209億円の損失)

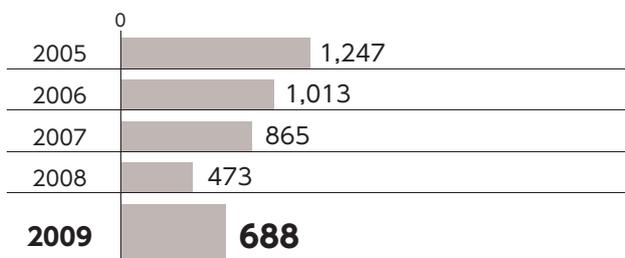
連結売上高 (単位: 億円)



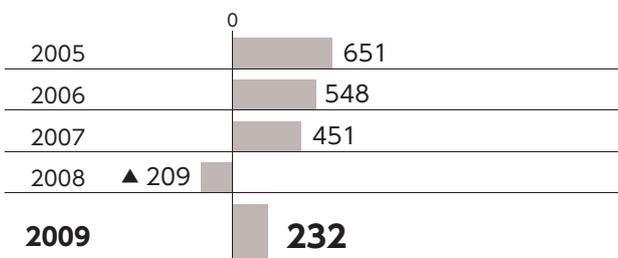
連結営業利益 (単位: 億円)



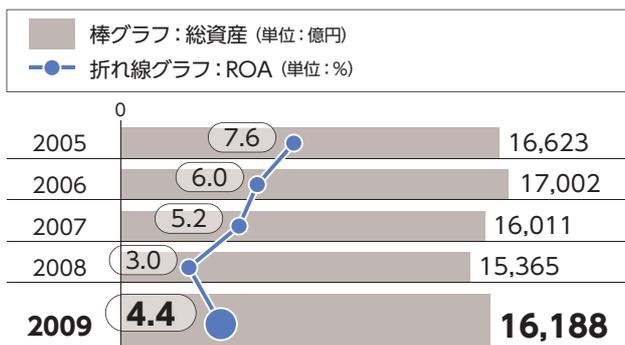
連結経常利益 (単位: 億円)



連結当期純利益 (単位: 億円)

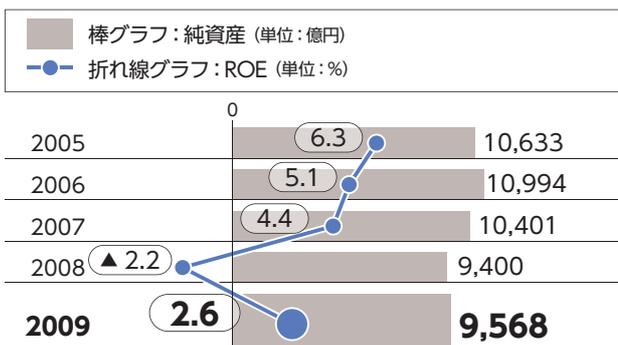


総資産 / ROA



ROA: 総資産利益率 経常利益をベースに算出しています。

純資産 / ROE



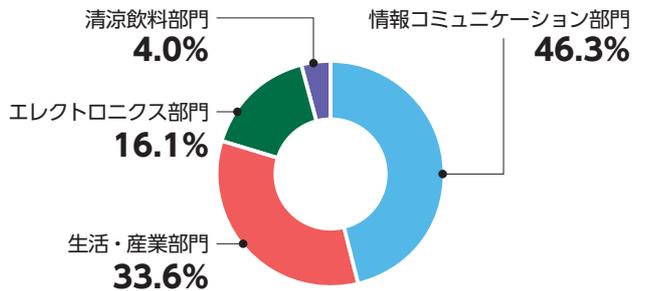
ROE: 自己資本利益率 純資産から少数株主持分を控除した自己資本と当期純利益をベースに算出しています。

事業分野別実績 (2010年3月期)

DNPグループの事業は、印刷事業と清涼飲料事業で構成されています。

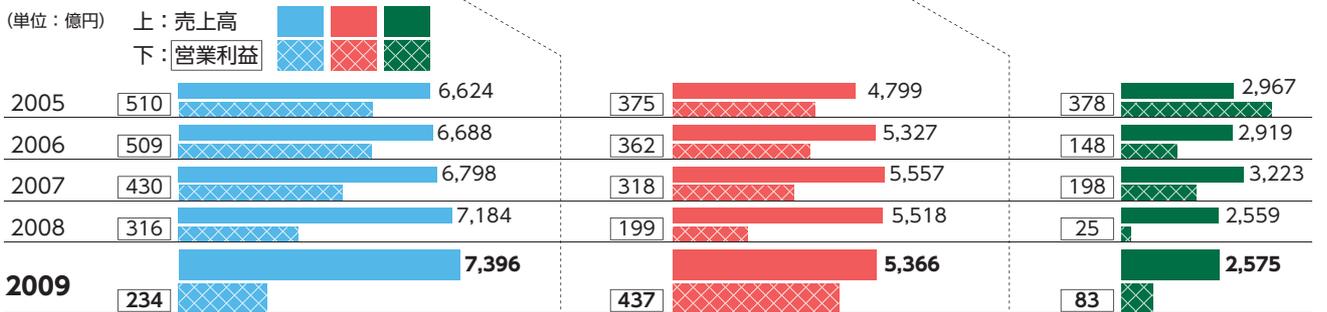
- **印刷事業** 出版・商業印刷、ICカード、ネットワークビジネスなどの「情報コミュニケーション部門」、包装、住空間マテリアル、産業資材などの「生活・産業部門」、ディスプレイ製品、電子デバイスなどの「エレクトロニクス部門」など、幅広い事業を展開しています。
- **清涼飲料事業** 北海道コカ・コーラボトリング株式会社を中心として炭酸飲料、コーヒー飲料、ティー飲料などを製造・販売しています。

売上高の事業部門別構成比



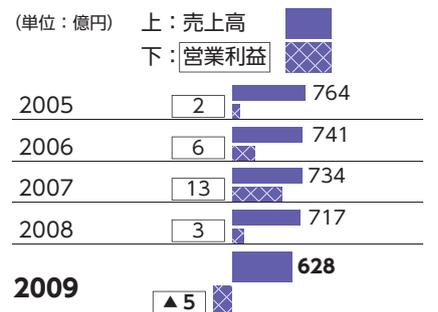
印刷事業

情報コミュニケーション部門	生活・産業部門	エレクトロニクス部門
出版印刷 雑誌、書籍、電子書籍・電子出版 1 商業印刷 カタログ・パンフレット 2 、ポスター、チラシ、POP、デジタルサイネージなど ビジネスフォーム 通帳、ICカード 3 、IPS (パーソナルメール 4) などのデータ入力から印刷・発送を行うサービスなど	包装 食品、飲料、日用品、医療品などの容器・包装材 5 、無菌充填システムなど 住空間マテリアル 住宅、オフィス、鉄道車両などの内外装材 6 (床材、金属化粧板など) 産業資材 薄型ディスプレイ用光学フィルム 7 、カラーインクリボン、モノクロインクリボン、太陽電池用部材 8 など	ディスプレイ製品 液晶ディスプレイ用カラーフィルター 9 、有機ELディスプレイ用部材など 電子デバイス 半導体用フォトマスク 10 、リードフレーム、パッケージ基板 11 、MEMS製品 12 など



清涼飲料事業

清涼飲料部門
北海道コカ・コーラボトリング株式会社による清涼飲料水の製造、販売など



CSRの基本的な考え



印刷会社ならではの品質にこだわったDNPのデジタルサイネージソリューション
42インチディスプレイを縦に2台を1組として横に6台接続した「ツールビジョン」

社会から信頼される企業であるために。 3つの責任を誠実に果たしていきます。

DNPは1876年（明治9年）、日本で最初の本格的な印刷会社「秀英舎」として誕生しました。

この秀英舎の舎則に「文明ノ業ヲ営ム」という言葉が記されています。

これは、「国家を支えるのは、学問、学芸である。学は書籍で実を結ぶ。書籍は印刷によって成る。よって印刷は文明の業である」との考えをもとに、日本の近代化に資する事業を行うことによって、社会の発展に寄与するという志の表明に他なりませんでした。

メディア環境が変化し、電子書籍、電子看板などデジタル化が進展する現在も、私たちはこの志を受け継いでいます。

21世紀を迎え、社会の発展に貢献するという志は、「DNPグループ21世紀ビジョン」に継承され、DNPグループのCSR活動を支える基本の考え方となっています。

企業が果たすべき3つの責任

企業が社会のなかで果たすべき最も根源的な責任は、“社会に対して価値を提供する”ことだと、私たちDNPグループは考えます。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るのです。DNPグループは、事業ビジョン「P&Iソリューション」の推進を通じて、顧客や社会の課題解決を実現していくことで、この第一の責任を果たしていきます。

次に企業が果たすべき責任は、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。そのためDNPグループは、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。

もう一つの責任は、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グループは、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。

信頼される企業であり続けるために

CSR (Corporate Social Responsibility) は、一般的に「企業の社会的責任」と訳されますが、私たちDNPグループでは、CSRとは「社会から信頼される企業になる」ことだと考えています。

DNPグループは企業が果たすべき3つの責任、「価値の創造」「誠実な行動」「高い透明性(説明責任)」を同時に進めていくことで、社会から信頼される企業であり続けたいと考えています。

情報のクロスメディア展開を可能にするDNPのデジタル技術

DNPは価値の提供を通じて、社会の発展に貢献してきました。『広辞苑』もその一つ。累計の発行部数が1,100万部を超えるこのロングセラーの刊行を、DNPは1955年の初版から支えてきました。エポックは1983年の第三版。それまでの活字組版から情報加工を可能とするCTSへ制作プロセスを一新。編集の効率化と情報のデジタル化を同時に実現しました。そして1987年にはCD-ROM版を、2001年には携帯電話版を実現するなど、いまなおその進化を支え続けています。DNPのデジタル技術が情報のクロスメディア展開を可能にし、出版産業はもとよりデジタル社会の可能性を拓いています。



CTS (Computerized Typesetting System) 電算写植組版システム。テキストデータと組み方の指示を入力してデータ化し、コンピュータ処理を施したあと、全自動写植機で印字する。

持続可能な社会の実現に向けたモノづくり企業の責務



DNPグループでは1972年、業界に先駆けて環境部(現・環境安全部)を設置しました。1993年には「エコレポート」を使用した独自の環境マネジメントシステムを構築。さらに2000年には「DNPグループ環境委員会」を組織し、環境配慮製品の販売促進、温暖化防止、産業廃棄物や有害物質の削減に努めるなど、早くから環境問題に積極的に取り組んできました。こうした地道な活動が認められ、これまでに地球環境大賞の通商産業大臣賞や環境大臣賞を受賞。このほか、環境経営度調査などでも常に高い評価を得ています。DNPグループは持続可能な社会の実現に向け、環境先進企業としての社会的責任を果たしていきます。

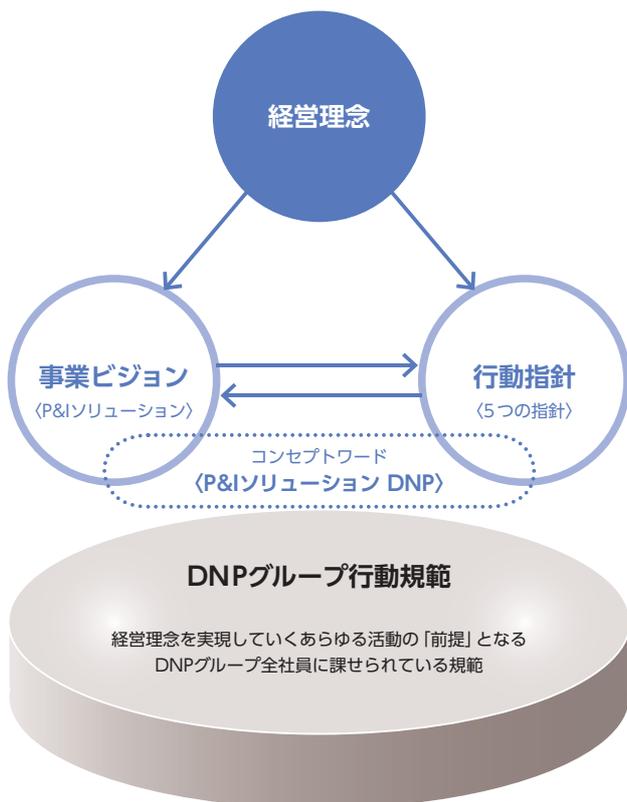
CSRの基本的な考え

DNPグループ21世紀ビジョン

「DNPグループ21世紀ビジョン」は、「経営理念」「事業ビジョン」「行動指針」で構成されており、DNPグループが社会、環境と共生しながら、ともに発展していくという基本的な考え方と方向性を示しています。

「経営理念」は、DNPグループの社会的使命であり、全社員が最も大切にしなければならない価値観を表しています。「事業ビジョン」と「行動指針」は経営理念を実現するための事業と社員行動の方向性を示しています。

「DNPグループ行動規範」は、理念を実現するためのあらゆる活動の前提となり、DNPグループ全社員が常に誠実に行動していくための規範です。

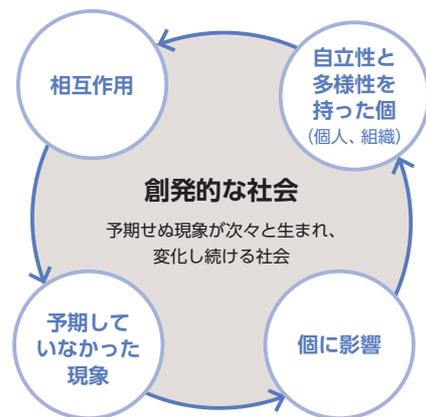


経営理念

DNPグループは
21世紀の創発的な社会に貢献する

21世紀社会は、個人の価値観が多様化し、多様化した価値観が相互に刺激し合うことで、さらに新たな価値観が生まれる創発的な社会になると考えています。私たちDNPグループはこのような創発的な社会こそが、人類にとってより良い社会であるとの認識に立ち、創発的な社会に貢献することを経営理念にしています。

経営理念はDNPグループの全社員が共有する最も重要な価値観であり、一企業市民として果たすべき社会的使命であると考えています。そして、価値観が多様化する創発的な社会の変化をいち早く捉え、顧客や生活者、さらには社会にある多様な課題を明確にして解決を図ることで社会的責任を果たしていきます。



「創発」とは

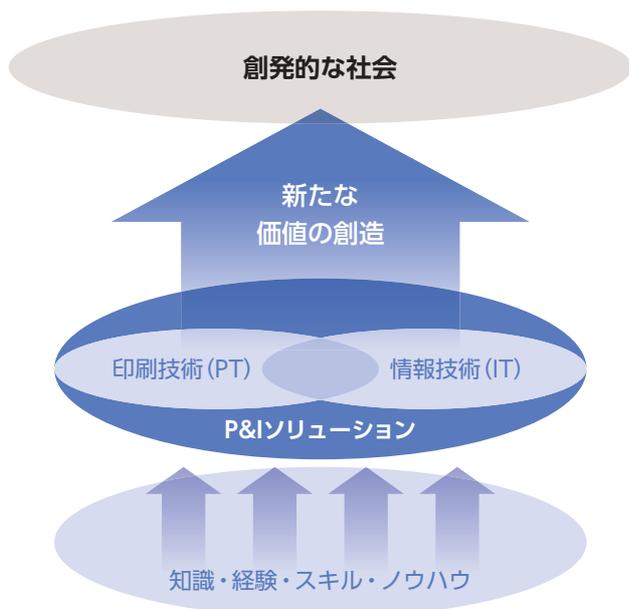
自立性と多様性を持った個と個の相互作用のなかから、予期せぬ現象が生み出され、その結果がまた個に影響を与えることです。

事業ビジョン

「P&I ソリューション」

私たちは、印刷技術 (PT) と情報技術 (IT) を融合させて創発的な社会における顧客の問題や課題を発見し、解決します。

創発的な社会では、予想もしない現象や新しい出来事が次々と生まれ、顧客や生活者はそれらの現象に対応を迫られるなど、多くの複雑な問題・課題を抱えるようになります。私たちDNPグループは、こうした顧客や生活者との「対話」を深め、印刷技術 (Printing Technology: PT) と情報技術 (Information Technology: IT) をはじめ、これまでの事業で培った知識・経験・スキル・ノウハウを活用して、さまざまなソリューションを提供することにより、これらの問題や課題を解決していく。これが、私たちの事業ビジョンであり、創発的な社会に貢献するための事業の方向性を示しています。



行動指針

事業ビジョンを実現し、創発的な社会に貢献していくために、DNPグループの社員一人ひとりがとるべき行動のあり方を「5つの指針」で示しています。

1. 私たちが関わるあらゆる人と「対話」する

生活者や顧客の希望や夢、さらには自身が気づいていない課題を「対話」によって発見します。認識した課題について、社内のさまざまな部門の人と「対話」を深め、解決法を見いだします。

2. 課題解決に向け「自立・協働」する

専門的な知識と技術を身につけ、自立することで、対話の中に散りばめられた課題への気づきが得られます。そのうえで、相互の価値観と役割を認め合いながら協働し、生活者・顧客の満足を得るソリューションを提案します。

3. 困難な課題にも果敢に「挑戦」する

私たちはプロとして、課題が困難であればあるほど、それだけ大きな期待を寄せられていると認識し、その課題に積極的に挑戦し、プロとしての能力をさらに磨きあげます。

4. 公正・公平を旨として、常に「誠実に」行動する

私たちは法や社会の規範に従うことはもちろん、他者を思いやり、率直に対話し、誠実に行動します。こうした行動は、社会からの共感や信頼を生み、私たちが、社会に提供する「価値」を高めることにつながります。

5. 自らの判断や行動に「責任」をもつ

自分自身の判断と行動について、一人ひとりが責任をもちます。これにより、仲間からの信頼を高めるとともに、自分が実行したプロセスを客観的に、的確に評価することができ、次の機会の大きな飛躍につながります。

CSRの基本的な考え

DNPグループ行動規範 + 関連情報

DNPグループでは、経営理念を実現するためのあらゆる活動の前提となり、また、自らを律し、法律はもとより高い倫理観にもとづいた行動をとり続けるための規範として「DNPグループ行動規範」を定めています。

この行動規範はDNPグループと社会の双方にとって重要であると考えられるテーマで構成されており、この行動規範に則って、常に誠実な行動をとることをCSR活動の基本としています。

DNPグループ行動規範

1. 社会の発展への貢献

1. 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

国連グローバル・コンパクトに賛同

DNPグループは、2006年7月に国連のグローバル・コンパクト (GC) への賛同を表明しました。

GCは、人権・労働基準・環境・腐敗防止の分野にわたる10原則からなり、賛同企業がこの10原則に自主的に取り組むことで、社会の持続可能な成長をめざすものです。私たちは、DNPグループ行動規範とGCの10原則に則った活動を推進し、さらに誠実な企業となるよう努めていきます。



グローバルコンパクトの10原則

人権

企業は、

- 原則 1: 国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重し、
原則 2: 自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである。

労働基準

企業は、

- 原則 3: 組合結成の自由と団体交渉の権利の実効的な承認を支持し、
原則 4: あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持し、
原則 5: 児童労働の実効的な廃止を支持し、
原則 6: 雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである。

環境

企業は、

- 原則 7: 環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持し、
原則 8: 環境に関するより大きな責任を率先して引き受け、
原則 9: 環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである。

腐敗防止

企業は、

- 原則 10: 強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである。

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

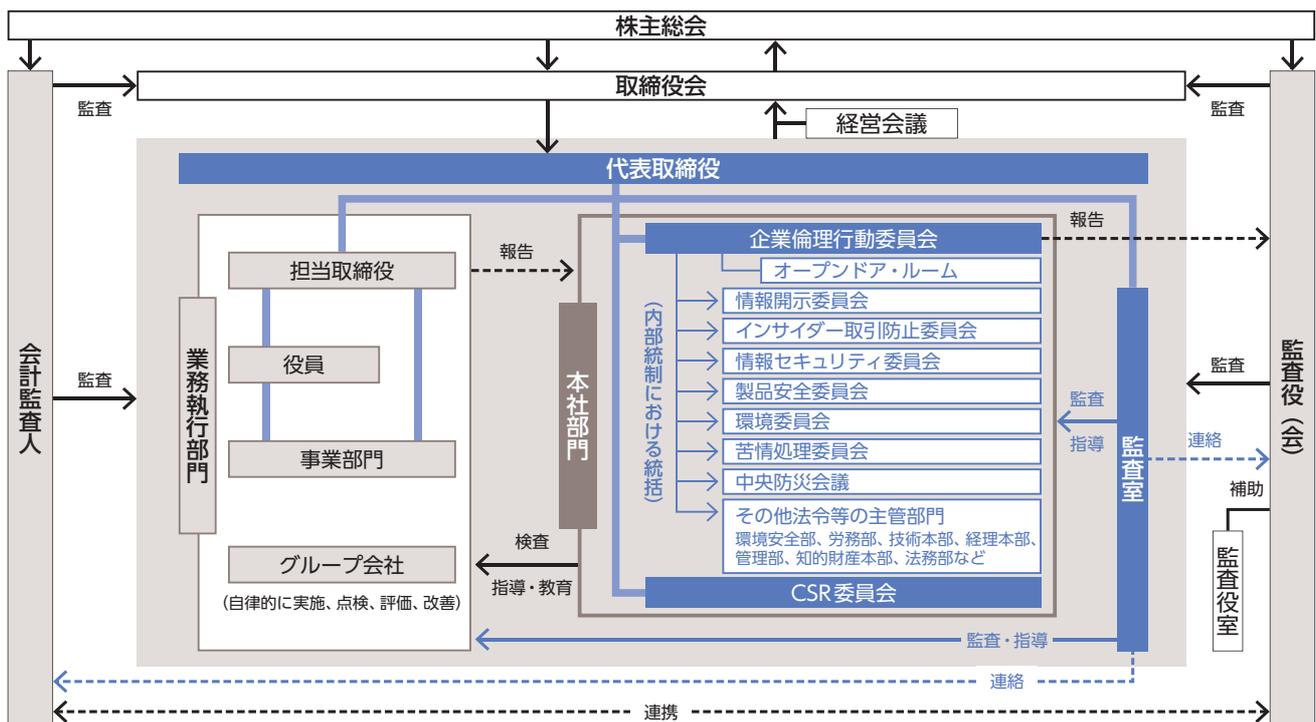
DNPグループは、21世紀にふさわしい創発的な企業として社会的責任を果たし、株主や顧客、生活者、社員などさまざまなステークホルダーから信頼されるために、内部統制システムを含めたコーポレート・ガバナンスの充実が、経営上の重要課題であると考えています。的確な経営の意思決定、それにもとづく適正で迅速な業務執行、それらの監督・監査を行える体制を構築・運用し、研修・教育を徹底して社員一人ひとりのコンプライアンス意識を高め、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制

DNPは、経営環境の変化に迅速に対応できるよう、多岐にわたる事業分野での経営の意思決定に、それぞれの専門的知識や経験を備えた取締役が参加し、職務を執行するとともに、他の取締役の職務執行を監督できる体制にしています。

取締役任期は1年とし、事業年度の経営責任を明確にするとともに、コーポレート・ガバナンスと経営体制を強化しています。

コーポレート・ガバナンスおよび内部統制の体制模式図



● **取締役会** 社外取締役（独立役員）1名を含む25名の取締役で構成され、原則として月1回開催し、相互に職務執行を監督して適正な監督機能を確保しています。取締役会で選任した役員は、取締役会での決定事項に関する業務を執行し、月1回開催される経営執行会議等を通じて取締役と密接に対話し、より現場に近い立場からの意見を経営に反映しています。また、経営活動の迅速性と効率性を高めるため、専務以上の取締役で構成する経営会議を設置し、経営方針や経営戦略、経営上の重要な案件等について検討・審議しています。なお、取締役は月1回の経営執行会議で情報交換を行い、効率的な経営の意思決定に役立っています。

● **監査役会** DNPは、監査役会設置会社の形態をとっています。監査役会は、財務や会計について相当程度の知見がある監査役や、社外監査役3名（うち独立役員1名）を含む5名で構成され、各監査役は取締役の職務執行について、監査役会の定める監査基準や分担に従って監査します。また、会計監査人から期初に監査計画の説明を受け、期中に適時監査状況を聴取し、期末に監査結果の報告を受けるなど、緊密な連携を図っています。

なお、監査役会の職務を補助するために、監査役室を設置し、専任のスタッフが監査役の指示に従ってその職務を補助します。

※ DNPと社外取締役、社外監査役とは人的関係、資本的関係、または取引関係その他の利害関係はありません。

内部統制システム + 関連情報

DNPは、会社法にもとづく「業務の適正を確保するための体制の整備」（いわゆる内部統制システム）に関する基本方針を、取締役会で決議しています。また、金融商品取引法にもとづく「財務報告に係る内部統制報告制度」への対応については、取締役会で決議する「内部統制システムに関する基本方針書及び基本計画書」に従い、自社の評価方針・手続・方法、評価体制、評価範囲、評価スケジュール、評価の記録・保存等に関する方針・計画・マニュアル等を策定しています。

これらに沿って、会計監査人とも適宜協議しながら、連結ベースでの財務報告全体に重要な影響を及ぼす内部統制（全社的な内部統制）の有効性を評価し、その評価結果をふまえて、業務プロセスに組み込まれ一体となって遂行される内部統制（ITを利用した統制を含めた、決算・財務報告、販売、在庫管理等の業務プロセスにかかわる内部統制）の有効性を評価しています。また、内部統制の不備が発見された場合には、速やかにその是正を進めています。

内部統制システムに関する基本方針（抜粋）

1. 取締役及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

- (1) 本社各基本組織の担当取締役で構成する企業倫理行動委員会は、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」に基づき、DNPグループにおける業務の適正を確保するための体制等の構築及び運用を統括する。
- (2) 情報開示委員会、インサイダー取引防止委員会、情報セキュリティ委員会、製品安全委員会、環境委員会、苦情処理委員会、中央防災会議等及び特定の法令等を主管する本社各基本組織は、企業倫理行動委員会の統括のもと、その主管する分野について、他の各基本組織及び各グループ会社に対し検査・指導・教育を行う。
- (3) 各基本組織の長は、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」に基づき、それぞれの業務内容等に照らして自部門に必要な体制・手続を自律的に決定し、実施・点検・評価・改善を行う。
- (4) 監査室は、「内部監査規程」に基づき、業務執行部門から独立した立場で、各基本組織及び各グループ会社に対して、業務の適正を確保するための体制等の構築・運用状況等についての内部監査及び指導を行う。
- (5) 企業倫理行動委員会は、DNPグループにおける内部通報の窓口である「オープンドア・ルーム」を、また資料調達先及び業務委託先からの情報提供の窓口である「サプライヤー・ホットライン」をそれぞれ設置し、社員の法令違反等に関する通報・情報を受け、その対応を行う。

2. 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

コンプライアンス、情報セキュリティ、環境、災害、製品安全、インサイダー取引及び輸出管理等の経営に重要な影響を及ぼすリスクの管理については、企業倫理行動委員会、各専門の委員会その他の本社各基本組織において、規程等の整備、研修の実施等を行い、リスクの未然防止に努めるとともに、リスク発生時には、DNPグループにおける損失を回避・軽減するため、速やかにこれに対応する。また、企業倫理行動委員会の統括のもと、定期的にリスクの棚卸しを行い、経営に重要な影響を及ぼす新たなリスクについては、速やかに対応すべき組織及び責任者たる取締役を定める。

3. 株式会社並びにその親会社及び子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制

- (1) DNPグループにおける業務の適正を確保するため、全社員（取締役を含む）が「DNPグループ行動規範」に則って行動すべく、研修等を通じてこれらの徹底を図るとともに、業務の適正を確保するための体制等の構築及び運用に関して、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」を制定し、各グループ会社は、これらを基礎として、それぞれ諸規程を制定・整備する。
- (2) 各グループ会社は、(1)の方針等に基づき、事業内容・規模等に照らして自社に必要な体制・手続を自律的に決定し、実施・点検・評価・改善を行う。
- (3) 当社監査室、企業倫理行動委員会、各専門の委員会その他の本社各基本組織は、(1)及び(2)の実施状況について、監査もしくは検査、指導・教育を行う。

4. 取締役及び使用人が監査役に報告をするための体制その他の監査役への報告に関する体制及び監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制

- (1) 監査役は、必要に応じて、いつでも取締役及び使用人に対して、業務執行に関する報告を求められることができるとし、DNPグループの取締役及び使用人は、当該報告を求められた場合は、速やかに報告を行う。
- (2) 取締役は、法令に違反する事実その他会社に著しい損害を与える恐れのある事実を発見したときは、監査役に対して当該事実を速やかに報告する。
- (3) 監査室及び企業倫理行動委員会は、その監査内容、業務の適正を確保するための体制等の構築・運用状況等について、それぞれ定期的に監査役へ報告する。

以上

2009年度の活動目標・実績一覧

テーマ	参照ページ	2009年度の目標
社会の発展への貢献	P 21 - 28	国内外全社員が「DNPグループ 21世紀ビジョン」をこれまで以上に理解し、実際の行動につながるよう、引き続き浸透促進施策を推進し、これまで以上に創発的な社会の発展に貢献する人材を育成。
		DNPがこれまで培ってきた印刷技術 (PT) と情報技術 (IT) を最大限に活用し、エネルギー分野やバイオマテリアル分野の製品開発を積極的に行い、低炭素社会の実現やクオリティ・オブ・ライフの向上に貢献。
法令と社会倫理の遵守	P 29 - 30	DNPグループ全体に対し、より一層の企業倫理の定着・浸透を実現するため、若年層および海外グループ各社へ教育・研修を拡大。
		企業倫理への取り組みを形骸化させないため、効果的な教育・研修とリスクマネジメントの見直し、強化を実施。
情報セキュリティの確保	P 31 - 32	高度な情報セキュリティ体制の維持・継続により、情報資産を適正に保護し、社会からの信頼を一層向上。
		<p>個人情報保護管理体制並びに情報セキュリティ管理体制の維持とPDCAによる継続的な見直し、改善の実行。</p> <p>新たな脅威やリスクに対応するため、グループ各拠点での自律的点検・改善体制を構築。</p> <p>全社員のセキュリティ意識向上のため、研修・教育の実行。</p> <p>グループ各拠点での物理的セキュリティ対策の実施と標準化。</p>
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	P 33 - 34	[DNPグループCSR調達規準]に関する各種施策を推進。
		<p>第3回「DNPグループCSR調達規準」遵守状況定期調査を実施。</p> <p>第3回「DNPグループCSR調達規準」遵守状況定期調査の回答サプライヤーごとに評価結果を評価シートとして返送。</p> <p>主要サプライヤーに対して実地調査を実施。</p> <p>サプライヤー向けに「CSR活動促進説明会」を開催。</p>
情報の適正な開示	P 35 - 36	株主・投資家の要請に迅速に応えられるよう、IRミーティングをはじめとしたコミュニケーション機会をより一層充実化。
		ホームページをはじめ、アニュアルレポートやデータブック、株主通信などのIRツールを最大限に活用し、DNPの取り組み、市場や技術の動向をわかりやすく表現。
		生活者視点でステークホルダーとの関係を捉えなおし、社内外のコミュニケーションを深めていくことで、DNPグループの企業風土変革を推進。
ユニバーサル社会の実現	P 37 - 38	社内外のステークホルダーへの説明責任を強化し、DNPに対する理解を促進。
		<p>本業のなかでユニバーサルデザインを実践。</p> <p>DNP独自の評価方法やモニター制度を開発。</p> <p>NPO、研究機関といった外部機関との協働を推進。</p>

- ：目標を達成した、または順調に推移
 △：積極的に取り組んでいるが、目標達成に至らなかった
 ×：取り組みが不十分

2009年度実績	評価	2010年度の目標
<ul style="list-style-type: none"> ● 新入社員導入研修、ステップアップセミナーおよび新任幹部社員研修を通じて、21世紀ビジョンを理解し、実践できる人材を育成(計841名受講)。 ● ソリューションビジネス実践研修により、事業を通じてP&Iソリューションの具現化を図れる人材を育成(計4回約100名受講)。 	○	<ul style="list-style-type: none"> ● DNPグループ全体に対し、「DNPグループ21世紀ビジョン」のより一層の理解・浸透促進施策を研修などを通じて実施し、創発的な社会の発展に貢献する人材を育成。 ● 全館ショールームという五反田ビル機能を活用し、社内各部門や得意先との協働による、P&Iソリューションの新たな可能性を引き出す「対話の場」を提供し、事業を通じて創発的な社会の発展に貢献。 ● 第5回創発アンケート(社員および顧客へのモニタリング調査)の実施により、現状のニーズや課題点を分析・把握し、今後の各種施策検討に活用。 ● 低炭素社会の実現やクオリティ・オブ・ライフの向上のために、DNPが有する印刷技術(PT)と情報技術(IT)を活用し、エネルギー分野やバイオマテリアル分野を中心としたさまざまな分野で事業の発展・拡大を推進。
<ul style="list-style-type: none"> ● エネルギー分野では、エネルギーシステム事業部を新設し、太陽電池事業を強化。次世代エネルギーの実用化に向けて、太陽電池用部材などを開発・製造。 ● バイオマテリアル分野では、出資・共同研究を行っている再生医療関連ベンチャー「セルシード」が上場、市場の拡大に貢献。東京医科歯科大学で寄付講座(再生医療領域)を設置、技術の実用化に向けて研究開発を推進。 	○	
<p>自律的企業倫理研修において、国内では各部門の若年層への展開を拡大。海外においても、2008年度から国内同様にスタート(2009年度は実施回数、参加者数とも拡大)。</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> ● DNPグループの企業倫理の定着・浸透のより一層の徹底のため、国内および海外関係会社への活動を強化。 ● 内部統制およびリスクマネジメントの実効性を高めるために、マネジメント内容の見直し、改善を徹底。
<p>期初に計画された具体的活動について、すべて計画通りに実施。教育研修については、テーマ別に対象者を特定した個別研修の機会を増やし、実施。</p>	○	
<p>「ウェブサイト基準」・「教育基準」および関連規程の制定、改訂と指導の強化。</p>	○	
<p>新たな「リスク」への対応等、DNPグループ拠点での検査・指導および評価・点検の実施。</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人情報保護「プライバシーマーク」認証の維持・更新とDNPグループの情報セキュリティ管理体制強化。 ● 情報セキュリティのPDCAサイクル充実による情報セキュリティレベルの向上。 ● 全社員に向けた情報セキュリティ教育充実。 ● グループ各拠点での物理的セキュリティ対策の実施と標準化。
<p>情報セキュリティ関連冊子の作成および配布と、全社員41,000名を対象にした教育および情報セキュリティ専門教育の実施。</p>	○	
<p>ICカード社員証の切替とセキュリティゲート等標準化された関連施設の設置。</p>	○	
<p>第3回 遵守状況定期調査を実施し、サプライヤーの実態を把握。大企業向けの表現を小規模サプライヤーにも通用する表現に変更するなど、一部、調査票の内容を改訂して実施。</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 第4回「CSR調達規準」遵守状況定期調査を2010年秋に実施し、2011年春には調査表の回答内容を分析した評価シートを送付。 ● 資機材の購入先であるサプライヤーに加え、製造委託先である協力会社への展開を推進。 ● 主要サプライヤーを中心としCSR実地調査を実施。また、小規模サプライヤーへの浸透を図るため、CSR活動促進説明会を実施。
<p>調査表の回答内容を分析し、2010年3月にサプライヤーに評価シートを送付。</p>	○	
<p>実地調査とCSR活動促進説明会については、サプライヤー側での不適正事例なども見られなかったことから、2009年度は未実施。</p>	△	
<p>IRミーティングを年間233回実施した(2008年度221回)ほか、投資家向けにエレクトロニクス製品などのテーマ別勉強会も複数回実施。120件のニュースリリースを発行した(2008年度87件)ほか、2008年を超える取材にも対応。</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> ● Webサイト、アニュアルレポート、データブック、株主通信、会社案内、ニュースリリース、社内報など、各種コミュニケーションツールの最適化を図り、DNPの事業活動や強みをわかりやすく表現するなど、DNPへの理解を促進。また、IRミーティング、テーマ別勉強会の実施や、取材への対応などを積極的に行い、投資家、マスコミ、顧客企業、地域をはじめとしたステークホルダーとのコミュニケーション機会をより一層充実。 ● インサイダー取引の未然防止のため、社内の重要情報だけでなく顧客から預かる重要情報に関しても、再度管理を徹底。 ● 生活者視点でステークホルダーとの関係を捉えなおし、社内外のコミュニケーションを深めるとともに、DNPグループの企業風土変革を推進。
<p>Webサイトを活用し、英語と日本語での情報提供を進めたほか、各種コミュニケーションツールを作成して、DNPの理解に有用な情報を迅速かつ積極的に発信。</p>	○	
<p>情報開示委員会にて審議・承認した後、重要情報を速やかに開示。また、インサイダー取引の未然防止を目的に、インサイダー取引防止委員会が中心となって、ネットワークラーニングや自社株取引申請制度の運用などを実施。</p>	○	
<p>パッケージ評価だけでなく、生活者の消費行動全体を科学的に分析する手法の開発を推進。</p>	△	
<p>国際ユニバーサルデザイン協議会では積極的な推進活動への参加を通じて知見を深めるとともに、一企業の枠を超えて社会のユニバーサルデザイン化を促進。また、アクセシビリティリーダー育成協議会によるUDを推進する次世代人材育成活動に協力・支援。</p>	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 全社での事業展開を通じて、ユニバーサル社会の実現に寄与。 <ul style="list-style-type: none"> ・ DNPの事業ドメインに適合した汎用的なUD評価手法開発。 ・ 事業分野を超えて知見を共有し、次世代の人材を育成。 ・ 社内外に自社の取り組みを積極的に情報発信。

2009年度の活動目標・実績一覧

テーマ	参照ページ	2009年度の目標
製品・サービスの 安全性と品質の確保	P 39 - 40	製品安全の管理体制強化および社員教育の徹底などを行うとともに、製造現場の品質情報の共有化と管理状況のモニタリングなどから、製品事故を未然に防ぐ仕組みを構築。
人類の尊厳と多様性の尊重	P 41 - 44	<p>「女性社員の活躍支援ミーティング」は、ダイバーシティ推進の一環として、DNPグループ全体への浸透、理解をより深めるため継続して実施。</p> <p>ダイバーシティ推進の取り組みを強化するため、「ダイバーシティ推進のためのアクションプログラム」を各事業部、各社で策定し、推進。</p> <p>定期的にダイバーシティ推進ミーティングを行い、情報共有を図りながらDNPグループ全体のレベルアップを促進。</p> <p>育児休業の取得回数制限の撤廃や看護休暇の取得可能日数拡大など、次世代育成関連施策の充実を促進。</p> <p>次世代育成および、社員の就業意欲の醸成のため、子ども職場参観「DNPファミリー・フレンドリー・デー」開催拠点を拡大し、多くの社員とその家族の参加を促進。</p>
安全で活力ある職場の実現	P 45 - 48	<p>「DNPグループ時間資源有効活用プロジェクト第1次基本計画」のグループ共通目標に従って、「働き方の変革」を推進。</p> <p>将来のDNPグループの発展を支える強靱な企業体質の構築に向けた基本的労務施策としての「雇用・時間・賃金」に関する取り組みを推進。</p> <p>「DNPグループ第1次労働災害防止基本計画」の2009年度目標に従って、リスクの低減活動を推進。</p> <p>「DNPグループ第1次健康保持増進基本計画」の2009年度目標に従って、健康増進プランを推進。また、各事業場における新型インフルエンザ対策を推進。</p> <p>すべての事業分野でBCPの策定を推進。</p>
企業市民としての社会貢献	P 49 - 53	<p>DNPらしさを追求した社会貢献活動を推進するため、以下の施策を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> 社員の社会貢献マインドの醸成。 ・ 社会貢献活動に関する理解と共感を促進するため、社内イントラサイト開設による有用な情報の提供や、有識者やNPOなどを招いた講演会等を開催。 <p>DNPグループにおける社会貢献活動メニューの充実。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社員が参加しやすい活動メニューの充実を図り、労使協働も含めたグループ全体の活動を推進。
環境保全と 持続可能な社会の実現		P 63 - 64に掲載

- ：目標を達成した、または順調に推移
 △：積極的に取り組んでいるが、目標達成に至らなかった
 ×：取り組みが不十分

2009年度実績	評価	2010年度の目標
従来の製品安全活動に加えて、製造工程に起因する製品事故未然防止を目的として、品質指標のモニタリングと現場実査（製品安全実践会）を開始。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 製造工程に起因する製品事故を未然防止するために、現場実査を実施。 ● 製品安全に対する社員教育の徹底や管理体制強化を継続実施。
受講者数は、DNPグループ全体で684名（上司295名、女性部下389名）、女性社員の延べ受講者数は1,058名。キックオフ・ミーティングでは、2割が10拠点でテレビ会議システムにより受講。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティ推進の取り組み強化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「女性社員活躍支援ミーティング」を継続実施。DNPグループ内の未受講者（女性社員とその上司）500名を対象。 ・ DNPグループ各社ごとに、ダイバーシティ推進に関する課題に対する具体的施策を継続実施。
約8割の事業部・グループ会社で「ダイバーシティ推進のためのアクションプログラム」を策定・推進。ネットワークラーニング（ダイバーシティ推進入門）は約24,000名の社員が受講。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● DNPは、営業部門の若手女性社員定着率向上施策として、メンタリング活動を拡充するとともに、技術部門の女性社員定着率向上に向けた施策を策定。
2009年2月にダイバーシティ推進ミーティングを実施、情報共有並びに2010年の活動方針を確認。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● ワーク・ライフ・バランス支援施策の浸透と制度を利用しやすい環境づくりの推進
次世代育成関連施策を検討し直し、2010年4月よりワーク・ライフ・バランス支援関連制度を拡充（P44参照）。	○	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2010年4月に改定したワーク・ライフ・バランス支援施策の浸透および制度利用者増加促進のために、推進担当者への説明会や社内報による制度内容紹介などを実施。 ・ 2012年次世代育成支援行動計画認定取得に向け、子ども職場参観「DNPファミリー・フレンドリー・デー」を5拠点以上で実施。
開催拠点を7拠点到拡大し、66家族が参加。	○	
「第1次基本計画」の初年度活動として、各事業部・グループ各社にて具体的実行計画を策定。全員参加による「働き方の変革」の取り組みを展開。	○	
① 一人ひとりが時間資源を創出し、自らを磨くための業務効率化と多能工化の推進、② 製造部門における新しいシフト勤務体制の検討と導入、③ 新賃金制度におけるめざす賃金カーブの早期実現に向けた対応等を実施。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 「DNPグループ時間資源有効活用プロジェクト第1次基本計画」のグループ共通目標に従って、「働き方の変革」を企業風土として定着させていくための活動を推進。
労働災害防止基本計画推進事項の定着に主眼を置き、半期ごとの評価を実施。休業災害度数率は0.40（2008年比82%）と目標を達成。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 「DNPグループ第1次労働災害防止基本計画」の目標である休業災害度数率0.35以下（2008年比71%）をめざしてリスク低減活動を推進。
「DNPグループ健康づくりに関するガイドライン」にもとづき、目標、推進事項、推進体制、評価を定め、健康増進基本計画の策定を推進（定期健康診断は受診率99.8%）。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 全事業場の防災業務計画を整備して予防、応急対策の強化を図るとともにBCP（事業継続計画）の策定を計画。 ● 「DNPグループ第1次健康増進基本計画」の目標に従って定期健康診断受診率100%、有所見者率2.2%以上減少などをめざして健康増進プランを推進。
強毒性新型インフルエンザを想定したBCP策定をグループ全体で展開。災害全般への対応を強化し、災害に強いDNPをめざすべくグループの災害対策の仕組みの改定に着手。災害対策基本規定を策定し、防災計画にて施策を具体化する体系を構築。	○	
社内イントラサイトを2009年6月に開設し社会貢献活動を積極的に発信。平均週1回以上の新規記事アップロードを達成。NPOなどの社会貢献団体の活動情報を同サイトより発信し、社内への啓発を促進。	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員の社会貢献マインドの醸成。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 社内イントラサイトの充実： <ul style="list-style-type: none"> ①すべての組織の活動を紹介 ②社員の社会貢献活動に参考となる情報等の掲載 ・ 有識者やNPOなどを招いた講演会等の実施。
ハイチ大地震発生を機に、大規模災害発生時に社員からの救援募金を会社として受け付ける仕組みを構築（P53参照）。社内のフェアトレード活動拡大のため、社内イントラサイトを通じて関連情報を提供（P53参照）。	△	<ul style="list-style-type: none"> ● DNPグループにおける社会貢献活動メニューの開発と情報発信の充実。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営資源を活用した社員向けプログラムの開発・実施。 ・ 各組織の実施活動の、グループ内水平展開の検討。

2009年度の受賞・評価

年月	受賞・評価	主催
2009年 4月	第48回 2009 JAPAN PACKAGING COMPETITION (JPC) 9点受賞(受賞は得意先各社様)	社団法人 日本印刷産業連合会
2009年 5月	May Day Model Partnership Award 2009【テン・ワ・プレス】 第33回 木下賞 新規創出部門受賞(新機能を付与した電子レンジ専用容器包装の開発)	Employment & Employability Institute 社団法人 日本包装技術協会
2009年 7月	第45回 献血運動推進全国大会 奈良県献血功績による「厚生労働大臣賞」【DNPデータテック関西】 SMOKERS' STYLE COMPETITION 2009 作品例部門 優秀賞(DNP五反田ビル)	奈良県 日本たばこ産業株式会社
2009年 9月	働きやすい会社ランキング2009 総合ランキング 27位 感謝状(救急業務への貢献)【大日本印刷 神谷ソリューションセンター】 感謝状(障がい者の職業安定に寄与)【DNPプレジジョンデバイス】 感謝状(障がい者の職業安定に寄与)【北海道コカ・コーラボトリング】	株式会社 日本経済新聞社 東京消防庁 赤羽消防署 社団法人 埼玉県雇用開発協会 社団法人 北海道高齢・障害者雇用促進協会
2009年 10月	第5回 品質経営度調査 総合ランキング 8位 第3回 平野富二賞【大日本印刷 秀英体開発室】 平成21年度 東京大学稷門賞(東京大学所蔵の史料等の保全に貢献) 第51回 全国カタログ・ポスター展 20点受賞(受賞は得意先各社様) 2009年“超”モノづくり部品大賞 電気・電子部門賞(積層可能・超薄型0.15/0.2mm厚パッケージ用リードフレーム)	財団法人 日本科学技術連盟 タイポグラフィ学会 東京大学 社団法人 日本印刷産業連合会 株式会社 印刷出版研究所 モノづくり推進会議 株式会社 日刊工業新聞社
2009年 11月	第39回 日本プロモーション・マーケティング協会展 クリエイティブデザイン賞経済産業大臣賞、JPM賞銀賞(受賞は得意先各社様) 交通安全優良事業所 警視総監賞 2009年度 グッドデザイン・フロンティアデザイン賞 マイクロカプセルを応用した野生害獣被害対策プロジェクト(受賞は法政大学様) The healthiest company 2009 in the Region Sjælland【DNPデンマーク】 Plaque of Commendation (Tripartite partnership)【テン・ワ・プレス】 感謝状(火災予防運動への寄与)【大日本印刷 神谷ソリューションセンター】	社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会 警視庁 東京交通安全協会 財団法人 日本産業デザイン振興会 Danish Ministry of Health and Prevention Singapore Industrial & Services Employees' Union 東京消防庁 赤羽消防署
2009年 12月	第61回 全国カレンダー展 経済産業大臣賞2点他 計18点受賞(受賞は得意先各社様) 第13回 環境経営度調査 総合ランキング 19位 感謝状(振り込め詐欺の緊急撲滅対策に尽力、地域の安全安心な街づくりに寄与) 【大日本印刷/ DNP映像センター】	株式会社 日本印刷新聞社 株式会社 日本経済新聞社 警視庁 牛込警察署
2010年 1月	第6回 企業力格付け 総合ランキング 24位	株式会社 日刊工業新聞社
2010年 2月	平成21年度 エネルギー管理優良事業者 関東経済産業局長賞 【商印事業部(現・情報コミュニケーション事業部)】	経済産業省 関東経済産業局
2010年 3月	JAPAN SHOP SYSTEM AWARDS (JSSA) 2010 奨励賞 新商品開発・新サービス・新技術部門(飛び出す電子絵本) 第9回 インテグレックスアンケート「企業の誠実さ・透明性(倫理性・社会性)調査」 総合ランキング 9位 わが国企業のCSR経営動向調査2009 社会的責任経営の取り組みの進んだ企業	財団法人 店舗システム協会 株式会社 インテグレックス 株式会社 日本総合研究所
2010年 4月	2009年度 日本企業の倫理度上位30社 総合ランキング 4位	特定非営利活動法人 トランスペアレンシー・ジャパン
2010年 5月	平成21年度 優良危険物事業所【DNPオプトマテリアル】	三原市防火安全協会

SRIインデックス組み入れ状況

SRI (Socially Responsible Investment) 社会的責任投資 従来の財務分析による投資基準に加え、企業のCSRの取り組みを投資基準にする投資。



FTSE4Good

http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp



http://www.ethibel.org/subs_e/4_index/main.html



モーニングスター社会的責任投資株価指数
Morningstar Socially Responsible Investment Index

<http://www.morningstar.co.jp/sri/index.htm>

※ モーニングスター株式会社が国内上場企業のなかから社会性に優れた企業と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。



<http://www.sustainability-index.com/>



<http://www.sam-group.com/html/main.cfm>



本業を通じた社会の発展への貢献

**特集：社会の進化発展をリードする
DNPの情報技術**

21

**特集：高度なセキュリティ環境を実現する
SSFCソリューション**

25

DNPグループのCSRへの取り組み

法令と社会倫理の遵守

29

情報セキュリティの確保

31

サプライチェーンを通じた社会的責任の推進

33

情報の適正な開示

35

ユニバーサル社会の実現

37

製品・サービスの安全性と品質の確保

39

人類の尊厳と多様性の尊重

41

安全で活力ある職場の実現

45

企業市民としての社会貢献

49

特集：社会の進化発展をリードする

DNPの歴史は、印刷技術と情報技術の進化と応用の歴史です。

1876年の創業以来、私たちは印刷技術を世界最高水準にまで高め、

1950年代からは「拡印刷」コンセプトのもとに、

印刷から派生する技術を多分野に応用することで、事業領域を拡大してきました。

一方、情報技術も、いかに的確に情報を表現するかといった技術にはじまり、

創業以来進化を続けてきました。

明治時代から続く「秀英体」書体の開発、カラーマネジメントや意匠・デザイン、

そして、1970年代のデジタル化への取り組みが大きな転換点となりました。

急速に進展したデジタル化、ネットワーク化の流れに対応し、DNP独自の技術も積極的に開発。

今日の社会基盤として不可欠な情報セキュリティ技術などを確立して、

多様な事業展開を可能にするとともに、情報ネットワーク社会の明日を切り拓いています。



紙のレイアウトをそのままに

電子書籍閲覧ソフト「雑誌ビューア」開発

出版物を紙のレイアウトそのままにiPhone®などのスマートフォンで閲覧するための電子書籍閲覧ソフト。簡単な操作と、スムーズなページめくりを実現し、快適な読書環境を提供。

※ iPhoneは米国Apple Inc.の登録商標です。



220余年前の絵画空間を体感

「龍虎図」など障壁画55面のデジタル再製画を公開

和歌山串本無量寺が所蔵・保存している円山応挙とその弟子の長沢芦雪による国指定重要文化財障壁画55面のデジタル再製画を制作。無量寺は、これらの再製画を本来あった方に、約100年ぶりに設置。

DNPの情報技術

私たちはこれまで、デジタル情報の加工・処理のノウハウを活かして、CD-ROM、DVD、インターネット、放送など、さまざまなメディアに取り組んできました。その発端は、1970年代の印刷プロセスのデジタル化への挑戦です。コンピュータによる自動組版システム（CTS：Computerized Typesetting System）を独自に開発し、組版業務などの効率化、省力化を図るとともに、デジタル化された文字や画像のデータを活用したワンソース・マルチメディア展開への道を拓きました。その後、1985年には世界で初めてのCD-ROM版電子辞書を実現し、インターネットやデジタル放送にもいち早く対応しています。紙から電子メディア・ネットワークへと、DNPは情報技術をさらに深化させ、人々の豊かなコミュニケーションに貢献しています。



映像を活用した情報発信

デジタルサイネージ(電子看板)システム

複数の大型ディスプレイをつなげ、あたかも一つのディスプレイのようにデジタル映像を表示する『ツールビジョン』。無印良品 池袋西武にて、一般企業の常設としては初めての採用。

「探す」「比較する」「共有する」機能を向上させた デジタルカタログ制作・配信サービス

パソコンの画面上で実際に印刷物のカタログを、ページをめくるように閲覧することができるデジタルコンテンツ。“お気に入り”や検索で該当するキーワードを目立たせて表示する機能も。

情報を“見やすく使いやすく”加工する技術

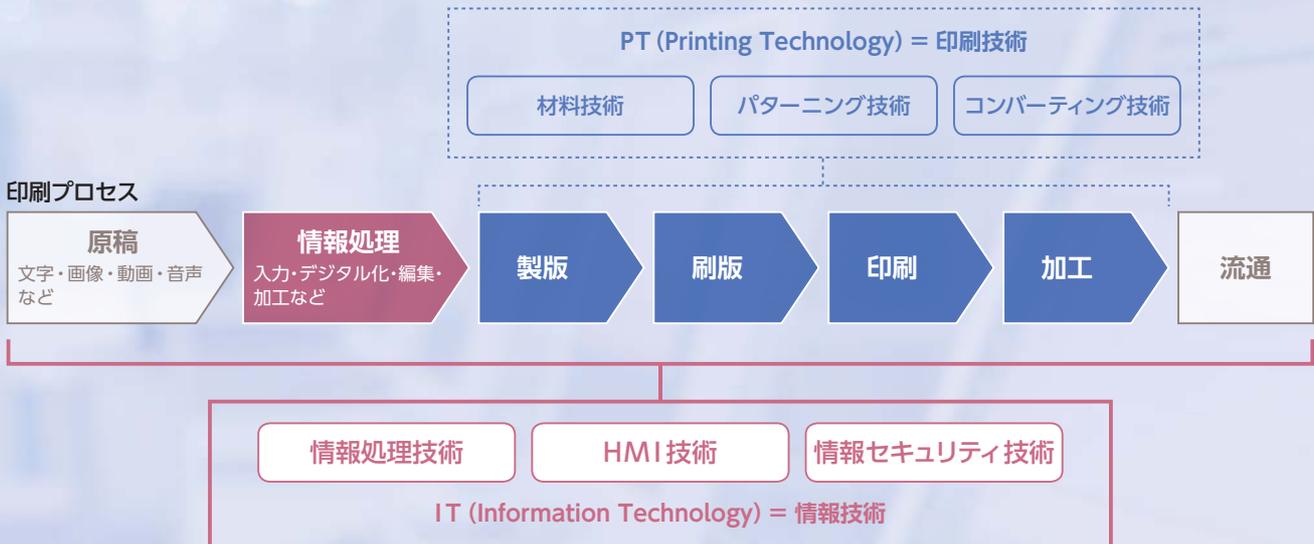
表現方法の検討と編集・加工から整理・保管まで

印刷には“情報技術”の集積体という側面もあります。印刷の前工程では、文字・写真・イラストなどの入稿原稿が、鮮明に、読みやすく、最も効果的に表現されるよう、その方法やサイズ、素材、表現方法を検討します。そして情報を編集・加工し、さらに加工された情報の整理・保管も行います。

このような工程そのものが情報処理技術であり、DNPはあらゆるメディアに対応することで、この技術を進化させてきました。同時に、文字・写真などを見やすく、あるいは情報を扱いやすくするといったヒューマンインターフェイスにかかわるHMI技術にも磨きをかけてきました。

いま話題となっている電子ブックも、一つひとつの電子ブックリーダーの特性に合わせた情報加工が求められ、“紙の本”から“電子の本”までの発行をDNPの技術が支えています。

■ 印刷プロセスを基盤とした技術 + 関連情報



IT (Information Technology) = 情報技術

情報処理技術：情報の入出力、変換、合成、蓄積、伝達などの技術
(文字や画像の編集、データベース作成、ネットワーク技術など)

HMI (Human Media Interaction)技術：人とのかわり合いに関する技術
(フォント設計、カラーマッチング、言語処理技術など)

情報セキュリティ技術：情報を正しい対象に正確に伝達し、正しく保管し、不正利用を防ぐ技術
(暗号処理、個人データ処理・管理、バイオメトリクス技術など)

PT (Printing Technology) = 印刷技術

材料技術：新たな材料を合成、分散、混合する技術
(インクや接着剤、感光性材料、コーティング材料など)

パターニング技術：基材に文字、画像、柄などを形成する技術
(刷版技術、リソグラフィ技術、インクジェット技術など)

コンバーティング技術：材料の形を変えたり複合するなどの加工技術
(製膜、コーティング、ラミネート、転写、製袋、成型など)

社会が求めるDNPの情報セキュリティ技術

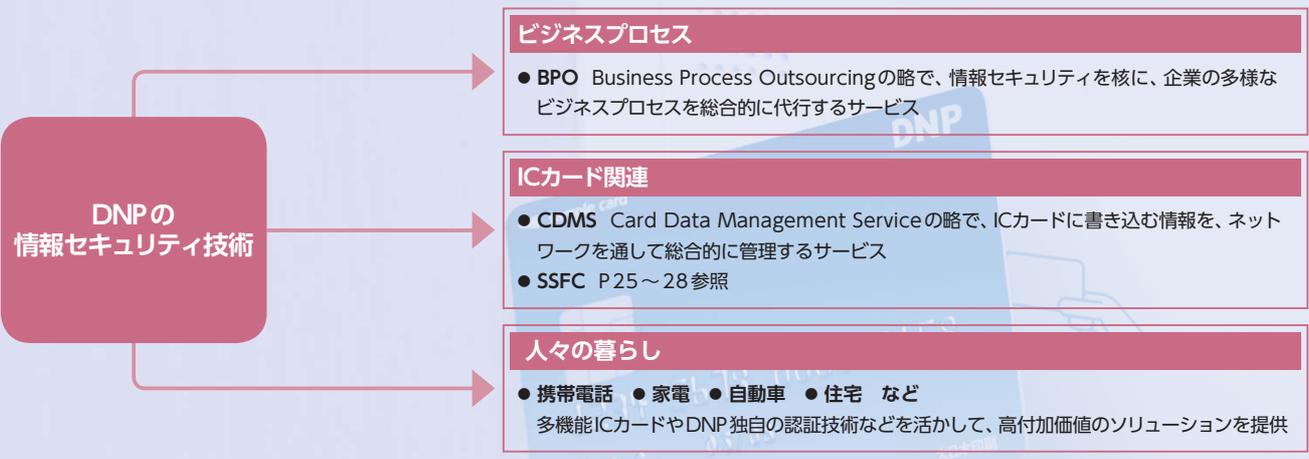
業界のリーダーとして多彩なソリューションを提供

DNPは、顧客企業から預かる情報を厳重に管理し、大切に扱うなかで情報セキュリティ技術を高めてきました。それに伴い関連事業も、証券・磁気カード・ビジネスフォームから、通知物やパーソナルDMのプリント・封入・封緘、ICカードなどへと領域を拡大し、さらにそれらを組み合わせた多彩なソリューションの提供によって、業界のリーダーとしての地位を確立してきました。

2005年には、ICカードを核にパソコン、各種OA機器、ゲートなどを連携させて、オフィスセキュリティを飛躍的に高めるSSFC (Shared Security Formats Cooperation) を立ち上げ、社会が必要とするインフラであるとの認識のもと活動を進めています(P25～28参照)。

顧客企業の大切な情報である原稿を預かり、通帳やカードといった重要性・機密性の高い印刷物を扱ってきた実績が、企業やその先の生活者から信頼を得る結果となり、私たちDNPのソリューションに期待が集まっています。

■ 情報セキュリティ技術を核にしたビジネス展開



DNPの情報技術が拓く新たな世界

情報コミュニケーション研究開発センター センター長 福田 祐一郎

DNPは、1876年の創業から当時の最先端技術である活版印刷技術を採用し事業を展開してきました。その後、「人々が求める情報を求めるカタチに」の考えのもとに、私たちは常に時代の最先端技術に挑み、心地よく使いやすい形に情報を加工して、人と人のコミュニケーションを活性化させてきました。

いま、ユビキタスあるいはアンビエント社会の到来が言われ、誰もがいつでもネットワークにつながり、

多様なサービスを受受できる世界が描かれています。こうした社会実現の鍵を握るのが、情報セキュリティを核とした総合的な情報技術の進展です。認証技術はもとより、メディア、コンテンツ、ネットワークなどさまざまな技術の統合が必要であり、まさに私たちDNPこそがその担い手なのです。これからの新しい世界を拓くために、私たちは印刷で培った情報技術の可能性をさらに追求していきます。



特集：高度なセキュリティ環境を 実現する SSFCソリューション

オフィスセキュリティを飛躍的に高める SSFC。DNPはその応用分野を生活のすみずみにまで
拡げ、より安全で快適な社会の実現に貢献していきます。



DNPは、1981年にICカードの研究開発に着手して以来、
カードの製造技術、個人情報を書き込む発行技術、ソフトウェア開発技術を高め、常に市場をリードしてきました。
MULTOS（マルチOS）と呼ばれるマルチOSを開発してICカードの多機能化を実現したほか、
世界で初めて静脈認証対応のICカードを開発し、キャッシュカードやIDカードのセキュリティを飛躍的に高めてきました。
現在、国内ICカード市場全体で約4割のシェアを占め、特にICキャッシュカードでは
メガバンク向けを中心に約8割のシェアを獲得しています。
そしていま、私たちはICカード社員証を活用し、オフィスの物理セキュリティおよび情報セキュリティの両方を
同時に達成させることを目的としたアライアンス SSFC（Shared Security Formats Cooperation）を立ち上げ、
事務局としてこの活動を推進しています。

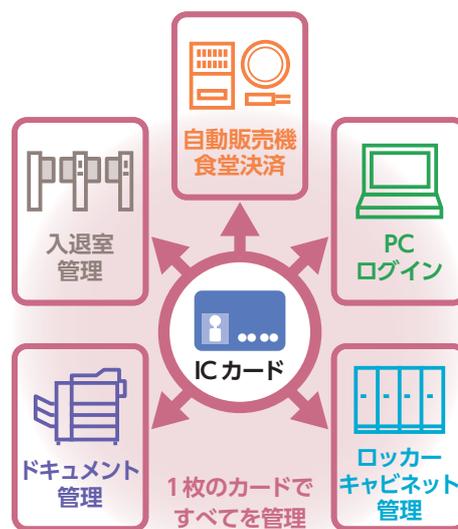
1人1枚のカードで実現するオフィスセキュリティ

メーカーの垣根を超えて

企業はいままで、事業所ごとに異なった入退室用カードを導入したり、
パソコンのログインには専用カードを使用したりと、社内のセキュリティ
システムは必ずしも一貫性が保たれていませんでした。SSFCは、1枚の
ICカード社員証を中心にシステムの一元管理を可能とする仕組みで、IC
カードの共有データフォーマットとオフィス機器の連携仕様を策定してい
ます。

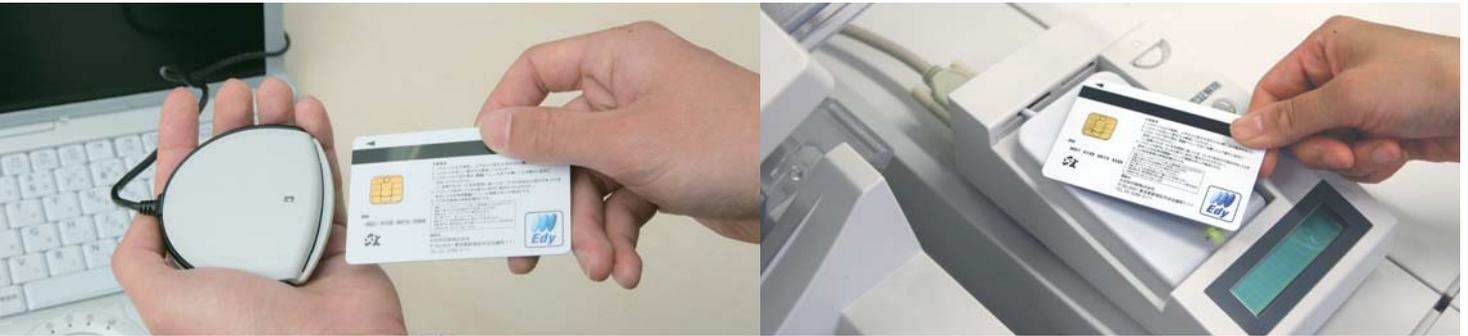
オフィスの入退室、パソコンへのログイン、プリンター利用などの一連の
行動を、ICカード社員証のID番号で管理します。誰がどの部屋にいつ入
室し、どの情報や機器にアクセスしたかを、ID番号に関連づけて、ログとし
て記録することで、情報の不正利用や漏えいを防止しようというものです。

オフィスセキュリティの一元管理には、多数の専門企業の協力が必要で
あり、物理セキュリティ機器、プリンター機器、オフィス什器、情報システム
などにかかわる国内204社がSSFCアライアンスに参加しています。



異なるメーカーのSSFC対応機器が
SSFCカードで連携

個人IDごとの徹底管理を容易にするシステム



SSFC仕様ICカード

柔軟なセキュリティ拡張性を持つSSFCの強み

個人情報保護法への対応やプライバシーマークの取得など、情報管理への関心が高まるなか、企業におけるセキュリティの取り組みは、ますます重要になっています。SSFCは、より高度なセキュリティシステムを、より便利に使いたいという要望に応じて開発されたICカードの共有データフォーマットです。異なるメーカーのパソコン、プリンター、ロッカー、入退室ゲートなどの機器・設備を、SSFCに対応させることで、オフィスのセキュリティレベルを向上させます。また、システム運用がより簡単に便利になり、導入企業は情報漏えいの防止、業務の効率化などに大きな効果を上げています。

SSFCの発展性と可能性

より安全で快適な社会へ

オフィスにとどまらず、工場の搬入搬出管理など物流分野でもSSFCを利用した事例が登場しています。フォークリフトに搭載した車載器でSSFC仕様のICカードを持つ運転手を認証してエンジンを始動し、フォークリフトに乗ったまま工場内シートシャッターを開閉する仕組みが既に実現しています。

また、2009年3月には、携帯電話をSSFCカードとして使う「SSFCモバイル」の実証実験が開始されるなど、ICカード以外にもその用途が広がっています。社員証、チケットやクーポンサービス、あるいはマンションやホテルの鍵としての利用が可能です。さらに、交通系ICカードとの相乗りも検討されており、私たちの暮らしをより安全に快適にするシステムとして、その可能性は広がっています。

事務局からのコメント

SSFCアライアンス事務局 蜂木 茂男

SSFCは、ICカード社員証において、複数のメーカーが共有できるデータフォーマットを策定し、このフォーマットに対応した各種セキュリティ関連機器、OA機器、オフィス什器などを製品化することを目的としています。現在、オフィスのさまざまな機器メーカーやシステムインテグレーターなど約200社が加盟し、これらの機器を連携し、物理セキュリティと情報セキュリティの統合管

SSFCは、ICカードを使った高度な企業内情報セキュリティシステムの実現をめざす企業連合として、2005年2月に設立されました。事務局はDNPが務めています。

理を行い、安全かつ快適なオフィスセキュリティを実現しています。現在までに270社で導入され、約150万枚のSSFCカードが利用されています。今後は、海外あるいはオフィス分野以外での展開を視野に活動していきます。SSFCにはそれだけの可能性があり、そのために私たち事務局員も尽力していきたいと思っています。



SSFC 統合セキュリティシステムのモデルケース

社員の動きを総合的に把握することでシステム間の情報連携を強化

機能拡張を視野に柔軟なセキュリティシステムを構築

「関西ユビキタス」は、クレジットカードの受付登録や審査、顧客対応などのコールセンター機能を担う株式会社クレディセゾンの中核的な施設で、2008年10月にオープンしました。

すでに2005年に稼働していた東京ユビキタスは、ICカードを活用した入退室管理や食堂決済、パソコンの不正操作監視などのシステムを構築していましたが、それぞれが独立していたため各システム間の情報連携が難しく、社員一人ひとりの行動をトータルに把握することが困難でした。そこで関西ユビキタスでは、オフィス機器やシステムが連携するSSFCを軸とした統合セキュリティシステムを構築し、課題の解決を図りました。

関西ユビキタスのセキュリティシステムは、機器連携された入退室ゲートと監視カメラによる“物理セキュリティシステム”と、入退室ゲートを通過する際に記録されたICカードの入退室情報およびPCセキュリティが連携した“情報セキュリティシステム”を統合しており、またログ管理・分析システムによって、日々のチェック機能も働きます。ICカードと各種セキュリティ機器、ログ管理システムなどを組み合わせることで、社員の入館から退館の把握はもとより、業務上のほぼすべての行動を監視・制御。セキュリティ環境を一括管理することが可能になりました。

関西ユビキタスのシステム構築において、DNPは、

SSFC仕様のICカード社員証をはじめ、入退室ゲート、監視カメラ、食堂決済システムなどの各種セキュリティ機器はもとより、IDカード統合管理システムを開発して提供しています。このシステムは、人事異動、カード紛失、パートや派遣社員の新規採用・退職などに際し、最新の社員情報をもとに、利用制限などの連携情報をセキュリティシステムに遅滞なく伝達するもので、これにより最新状態の維持が可能となりました。

DNPでは、今回導入した統合セキュリティシステムをモデルケースとして、さらに高度なセキュリティ環境に対応したシステムの構築をめざしていきます。



株式会社クレディセゾン・関西ユビキタス エントランス
写真提供：株式会社クレディセゾン



コールセンター



カフェテリア

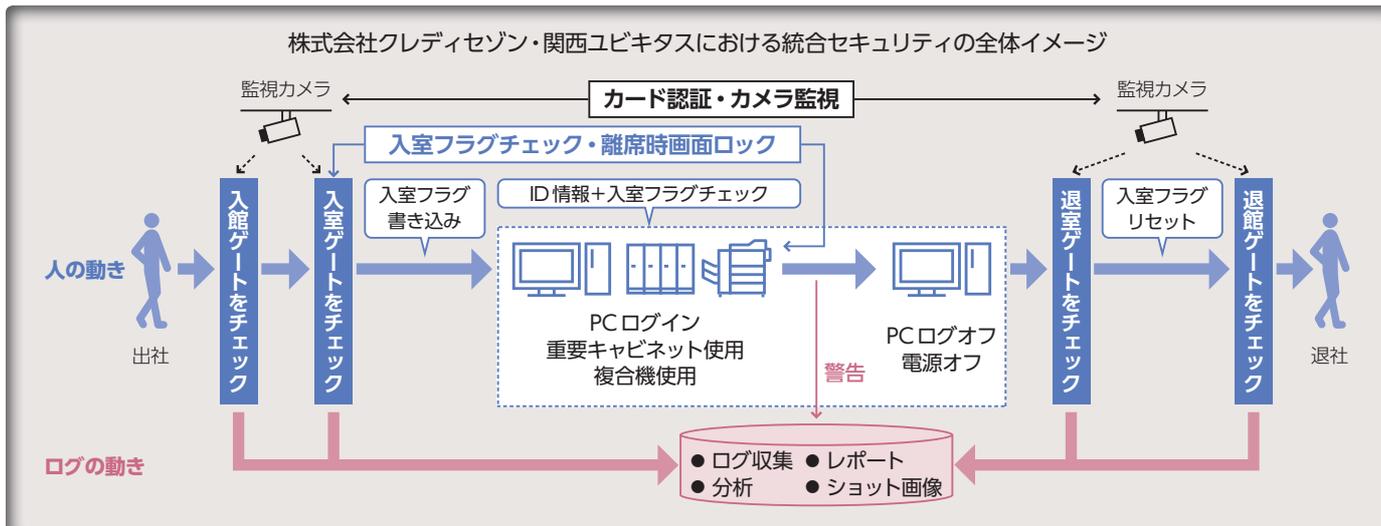
お客様からのコメント

SSFCを軸とした統合セキュリティシステムの導入によって、必要なセキュリティレベルの確保と情報連携が実現しました。当社はもともとオープンな社風なため、社員が常に監視されていると感じるシステムにはしたくありませんでした。その点で、SSFCは互換性や拡張性があり、将来のセキュリティ強化や機器拡張も視野に入れた、柔軟なシス

株式会社クレディセゾン システム企画部 課長 二川原 庸光 氏

テムを構築することができました。また、対応製品が多く比較できたこと、各システムの連携によってコストダウンが図れることも魅力でした。今後は関西ユビキタスで発生した課題をDNPにフィードバックし、意見交換しながら、より高レベルのセキュリティ環境をつくっていきたくと思っています。





SSFC仕様のICカード学生証を導入

SSFCカードの入退室管理システムが24時間キャンパスをしっかりとガード

4年前から検討を始め、ようやく実現

日本におけるインターネットの起源として知られ、総合政策学部、環境情報学部、看護医療学部など特色のある学部を持つ、慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス(SFC)。SFCでは“24時間キャンパス”をキャッチフレーズに、キャンパス内に点在する講義棟や研究棟などが24時間稼働し、最先端の研究が昼夜を問わず行われています。特にPC教室は学生が常時利用できるようになっています。そのため、1990年のキャンパス開設時から、磁気カードによる入退室ゲート管理システムを導入していました。今回、システムの更新が必要となり、これを契機にSSFC仕様のICカード学生証を導入しました。



慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス本館

写真提供：慶應義塾大学

今回導入したのは、三田や日吉など他キャンパスでも利用できるSSFC仕様FeliCaのICカード学生証と入退室ゲート管理システム。学生や教職員に約5,000枚のICカードを発行し、PC教室や研究室、事務室などに約110台の入退室管理用ICカードリーダーを設置しました。将来的には、現在磁気カードを利用している各種証明書の発行

や図書館の入退館・貸出をはじめ、さまざまなサービスに対応することを想定しており、SSFCに準拠したICカードおよびシステム環境の汎用性やアプリケーション追加の容易さが導入の決め手となりました。DNPでは、SSFCを提案するとともに、ICカード学生証の発行を担っています。

お客様からのコメント

SFCでは、磁気カードをはじめ3種類の入退館管理システムが混在しており、規格統一を図りたいと考えていました。また、SFC開設以来のシステムが更新期を迎えたこともあり、これを機に汎用性が高く、アプリケーションの追加も容易なSSFC仕様のICカードシステムを導入しました。これにより“24時間キャンパス”として学生が自由に出入り

慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス事務室 総務担当課長 竹越 功氏

きるすべての教室をSSFCで統一することができました。現在、図書館の入退館ゲート、各種証明証の発行、図書の貸出などに磁気カードやバーコードが使用されています。これらを順次ICカードに移行するとともに、今後建設が計画されている新しい施設をSSFC対応にすることで、キャンパスの安全性と利便性をさらに高めていきたいと思



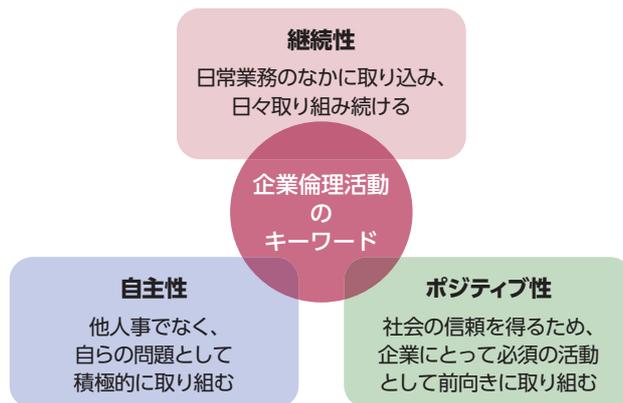
法と社会倫理にもとづく活動

DNPグループは、社員一人ひとりの誠実な行動の積み重ねこそが、社会から高い信頼を得るために何よりも重要であり、DNPグループの持続的な発展に不可欠なものと確信しています。

基本的な取り組み姿勢

DNPグループでは、企業倫理の大切さを社員一人ひとりが自覚し、グループ全体で共有できるように、3つのキーワード「自主性」「継続性」「ポジティブ性」でわかりやすく表現しています。

キーワードによって、社員に求められる企業倫理への取り組み姿勢が明確になり、それぞれの誠実な行動につながると考えます。



企業倫理徹底の推進体制 + 関連情報



■ 企業倫理行動委員会

DNPグループのすべての業務が適正に行われるよう、コンプライアンス体制を推進するための内部統制統括組織で、本社各部を担当する取締役・役員で構成されています。

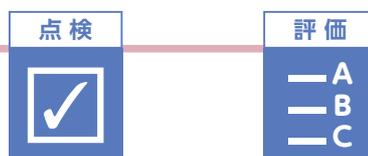
毎月定例的に開催し、グループ全体のコンプライアンス体制に関する方針と実施計画の検討、立案、決定を行っています。また、実施計画にもとづく体制の構築、運用状況を総合的に検査・指導し、継続的に方針や実施計画を見直しています。

委員会の下には事務局を置き、業務執行部門にも同様に委員会と事務局を設置しており、グループ一体となった推進体制を構築しています。

■ 目標管理評価制度

毎期末に担当者とその上司が面談して、自ら設定した目標に対する取り組み結果を評価する「目標管理評価制度」に、企業倫理の項目を取り入れています。

社員一人ひとりの企業倫理への取り組み意欲を高め、一層の成果につなげられるよう、この評価を社員の個人業績評定にも反映しています。



■ 法・ルール自主点検

1997年から取り組んでいる点検制度で、グループで一斉に実施しています。「自らの組織は自ら守る」を合言葉に、各業務執行部門は毎年、本社主管部が策定した法とルールにかかわる点検項目についての遵守状況を点検・評価しています。不十分な項目については、本社主管部の支援を受けながら改善に取り組みます。

点検項目や点検方法は、より効率を高め実効が上がるよう毎年見直しています。2009年度も点検精度を上げるため、一部の項目を見直しました。

■ コンプライアンス評価制度

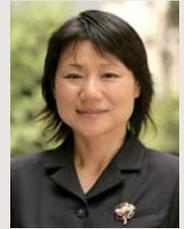
業務執行部門が自ら点検・評価する自主点検制度に対して、本社主管部が業務執行部門のコンプライアンスへの取り組み状況を客観的に検査・評価する制度です。

この評価結果を経営執行会議の場で開示することで、各業務執行部門は自部門のコンプライアンス遵守状況と、グループ内での自らのレベルを知ることができます。それにより各部門が自部門の成績をおのずと意識し、より意欲的に改善に取り組むため、グループ全体のレベルアップにつながっています。

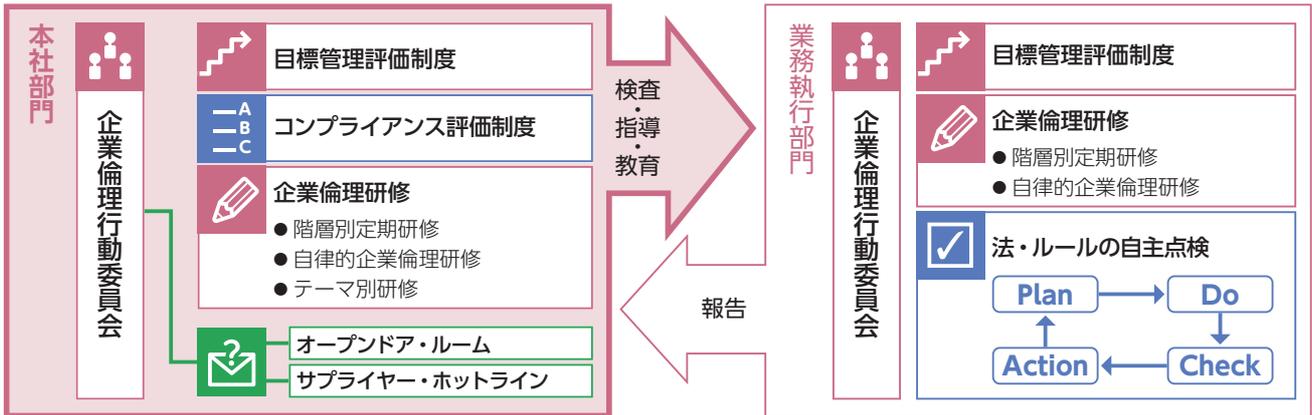
社会から信頼される企業であることをめざすDNPグループの企業倫理活動は、引き続き高いレベルを保っており、本年、「サプライヤー・ホットライン」を新たに開設するなど、体制の一層の整備にも努めていることは、高く評価できます。

企業倫理はCSRのベースといえますが、CSRのRは、責任 (responsibility) から尊重 (respect, あるべき姿, ありたい

姿の尊重) へと進化してきています。これからも、企業の「責任」としての企業倫理を超えて、信頼される企業として何をしていくのか、どのように社会に貢献するかという「ありたい姿」を明確にし、信頼をベースに、社会から「respect」される成果をあげていかれることを期待します。



企業倫理徹底の体制模式図



教育

■ 企業倫理研修(教育啓発活動)

DNPグループでは、高い倫理観を持った社員がそれぞれに自ら考え、行動することで、企業倫理をさらに定着・浸透できると考え、自主性があり意欲の高い社員をより多く育成するため、機会あるごとに企業倫理研修の実施に努めています。

2009年度は、2008年度に引き続き、海外関係会社に対して国内に準ずる企業倫理の定着・浸透を目的とした自律的企業倫理研修の内容を充実させ、特に現地社員への浸透を中心に取り組みました。

主な企業倫理研修

導入研修	新たにDNPグループの一員となった社員に対して実施
階層別定期研修	新任幹部登用時など階層別実施
自律的企業倫理研修	各部門のトップ自らが講師となって部下に実施
テーマ別研修	重要法令などの個別テーマにかかわる研修



相談

■ 相談通報制度

● オープンドア・ルーム 2002年に設置した、DNPグループの相談・通報受付の総合窓口です。2006年には、公益通報者保護法の制定を受けて「DNPグループ オープンドア・ルーム運用基準」を整備し、利用者が躊躇することなく相談・通報できる制度としました。親しみやすいアニメ版制度紹介を社内Webに掲載するなど、周知に工夫を凝らしたこともあり、年々、受付件数は増加しています。

2009年度も20件を超す相談・通報が寄せられましたが、特に事業活動に影響を及ぼすまでの内容はありませんでした。

● サプライヤー・ホットライン DNPグループの重要なステークホルダーであるサプライヤーの方々が、DNPグループ関係者の不適切な行為を相談・通報できる窓口として、2009年に開設しました。

オープンドア・ルーム同様、内部統制上の有効な相談・通報受付機能の一つとして、周知を図るとともに適切な運用に努めていきます。

個人情報保護への取り組み

事業を推進するうえで、個人情報や顧客からお預かりする情報などの情報資産の保護は当然の責務です。DNPグループは、情報セキュリティおよび個人情報保護を経営の最重要課題の一つと捉え、体制の強化や社員教育などを通じて、厳密な管理を維持・継続していきます。

情報管理の徹底と今後の展開 + 関連情報

DNPグループでは、情報資産の万全な保護体制と厳密な管理の維持・継続に努めています。また、セキュリティ管理施策の策定、実施、点検により課題を把握し、IT等を活用して解決を図ることで、そのノウハウや技術をDNPのセキュリティソリューションに活かしていきます。

■ 体制の整備による施策の強化

全社の統括組織として、本社にDNPグループ情報セキュリティ委員会、情報セキュリティ本部を設置し、事業部・グループ会社への検査・指導を実施しています。各事業部・グループ会社にも情報セキュリティ委員会を置き、委員長、個人情報管理責任者のもと、教育やコンピュータ対策など課題ごとの責任者、点検責任者を任命しています。

■ 社内規程・ルールの整備

個人情報保護については、個人情報保護規程を整備し、DNPグループ内での各種共通ルールを制定しています。

情報セキュリティについては、情報セキュリティ基本方針、情報セキュリティ基本規程を整備し、その下に文書管理、コンピュータ利用、外部者立入り禁止区域など9つの基準を定めています。2009年度は新たにウェブサイト基準、教

育基準を制定するなど、常に新たな脅威やリスクにも備え、速やかな通達、ルールの制定や改訂、周知・徹底していく体制を整えています。

[個人情報保護方針](http://www.dnp.co.jp/about/privacy.html) <http://www.dnp.co.jp/about/privacy.html>

■ マネジメントシステムの確立

グループ内の個人情報を取り扱うすべての事業所で法令遵守を徹底し、日本工業規格「個人情報保護マネジメントシステム-要求事項」(JISQ15001)に準拠したマネジメントシステムの確立を推進しています。

また、[プライバシーマーク](#)や、[ISO/IEC 27001](#)の取得も積極的に進めています。

プライバシーマーク JISQ 15001に適合し、適切な個人情報保護措置を講ずる体制を整備している事業者の認定制度。
ISO/IEC 27001 情報セキュリティ管理実施基準。

人材育成によるセキュリティの強化

冊子配付、集合教育、ネットワークラーニングなどによる研修を実施し、社員一人ひとりの意識向上に努めています。

2009年度の主な取り組み

DNPグループ 情報セキュリティ 委員会	委員長による指導	23回
	検査・指導	47拠点 延べ 107回
情報セキュリティ 本部	コンプライアンス評価	116 本社部門・事業部・グループ会社 延べ 290時間
	個人情報保護 マネジメントシステム検査	52 本社部門・事業部 延べ 174時間
人材育成	個人情報保護 マネジメントシステム(PMS)教育	2009年7月～2010年3月 約41,000名履修
	技術者向け情報セキュリティ講座(全5回)	2009年11月～12月 延べ 約600名受講
	情報セキュリティ/個人情報保護点検・検査員教育 (JISQ 15001、ISO/IEC 27001) (全2回)	2009年11月、2010年2月 延べ 95名受講
	情報セキュリティ推進室長向け 情報セキュリティ関係全国会議、説明会	2009年6月、2010年2月 実施



技術者向け情報セキュリティ講座



情報セキュリティ教育資料

企業の競争力強化や、お客様との継続的なリレーションシップ構築、コスト削減や生産性向上にICTは重要な組織インフラとして貢献する一方、常に情報セキュリティやリスク管理とのバランスが求められています。

DNPは最新のICT技術やサービスを取り入れながら、変化し続ける脅威を予防し防御する、最適な情報セキュリティを常に学び続ける取り組みの一環として、各業界有志にて

運営されている「情報セキュリティCIOフォーラム」に積極的に参加され各企業のCIO、CSOと『対話』を深め、業界を超えたリーダーシップを発揮されています。最新技術の導入に加え、教育や研修、監査を通し有効な情報セキュリティ強化に向けた取り組みを不断に継続されており、今後も一層社会の要請に応えお客様に安心感を提供する情報セキュリティの実施継続を期待しています。



オフィスセキュリティ環境の構築 + 関連情報

■ 新ICカード社員証によるセキュリティ強化



デスクトップセキュリティシステム「TranC'ert (トランザート)」

2009年10月に、DNPグループ社員約34,000名に発行しているICカード社員証の切り替えを完了し、最先端のセキュリティと利便性を両立するオフィスセキュリティ

環境を構築しました。新たに導入したDNP独自のICカード社員証は、接触ICと、従来の2倍以上のデータ容量となるFeliCa9KBを国内で初めて実用化した非接触ICの2つのチップを搭載しました。最新の暗号技術や生体認証に対応しています。

個人情報を取り扱う電算処理室では、新ICカード社員証による生体認証(指静脈と手のひら静脈)での入退場管理が行われており、確実に本人確認することで部外者の侵入を防止しています。

業界団体への協力



(社)日本印刷産業連合会のセミナーへの講師協力

(社)日本印刷産業連合会 個人情報保護研究会に委員を派遣し、「印刷産業のための個人情報保護の手引き」の改訂や印刷業界内の個人情報保護の推進に協力しました。

ICカード社員証によるセキュリティ対策

物理的対策	
セキュリティゲートシステムの導入	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規 18 拠点 ● 累計 121 拠点 (海外の一部工場や営業所なども含む)
プリンター・コピー複合機利用時の認証	<ul style="list-style-type: none"> ● 自分が出力指示した文書のみ印刷可能 ● 出力紙の放置などによる情報漏えいを防止するシステム (複合機各メーカーと共同開発) を社内に拡大展開
技術的対策	
非接触ICを利用したアクセス制御	<ul style="list-style-type: none"> ● 鍵管理システム (重要書類ロッカー) ● 貴重品BOX ● ICタグ貴重品便システム ● 研修出席者管理システム ● ICタグ対応図書自動貸出システム ● 在社時間管理システム ● 食堂決済システム (給与天引き、電子マネー) など
接触ICを利用したアクセス制御	<ul style="list-style-type: none"> ● デスクトップセキュリティシステム「TranC'ert」(パソコンの起動制御など) ● PKI 認証 ● インフルエンザ対策在宅勤務用パソコンのセキュリティシステム ● 重要データ授受システム など

事例 📖 デジタルペンによる来訪者受付管理



紙に記入した情報を電子化するデジタルペンを利用した来訪者受付管理システムの運用を開始しました。来訪者が記入した入门票の内容は、直ちにデータ化されます。これにより、来訪者情報の把握はもちろん、システム管理、入门票用紙(原紙)保管の負荷軽減、セキュリティゲートシステム用來訪者貸与ICカード等との連携管理を実現しました。

事例 📖 ウェブサイト改ざん対策

年2回、DNPグループが運営する個人情報取り扱いインターネットサーバすべてに対し、脆弱性検査を実施しています。また、ウェブサイト改ざん等を防止するため、2009年度は「ウェブサイト管理基準」を制定し、ガンブラー(Gumblar)と呼ばれる手口による改ざんに対するウェブサイトの臨時総点検を実施しました。

サプライヤーと取り組む誠実な活動

法令遵守・環境保全・適正な労働条件等の社会的責任を果たして初めて、社会に役立ち、安心な製品・サービスを提供できると考えます。こうした考えをサプライヤーと共有し、連携して活動に取り組んでいます。

サプライチェーンに関する基本的な考え方

DNPはサプライヤーとともに、バリューチェーン全体が社会の要求に応じた質の高い活動になるよう努めています。どんなに優れた製品・サービスであっても、その製造や材料調達のプロセスで、社会の規範から外れたり、迷惑をかけたりするようでは意味がありません。高い水準での価値創造とコンプライアンス意識の両立をめざし、さまざまなマネジメントを進めています。

バリューチェーン 製品やサービスを顧客に提供する企業活動において、調達、開発、製造、販売、サービスといった製品・サービスが消費者に届くまでの、付加価値を生み出す連続したプロセスのこと。

資料調達について <http://www.dnp.co.jp/procurement/jp/>

CSR調達の推進 + 関連情報

DNPでは、2006年3月に「調達基本方針」を改定し、新たに「DNPグループCSR調達規準」を制定しています。またサプライヤーに向けては、CSR調達規準への理解を深める説明会を開催し、遵守状況定期調査を実施しています。

■ グループ会社のCSR調達

グループ会社では、2008年度からCSR調達に取り組んでいますが、業種や規模が多岐にわたることなどから、足並みを揃えた展開が難しい状況にありました。そこで2009年度は、グループ各社ごとの重点課題を中心に、それぞれのサプライヤーの取り組み状況を把握して、改善すべきポイントを相互に認識し、具体的な改善活動に取り組むを進めました。

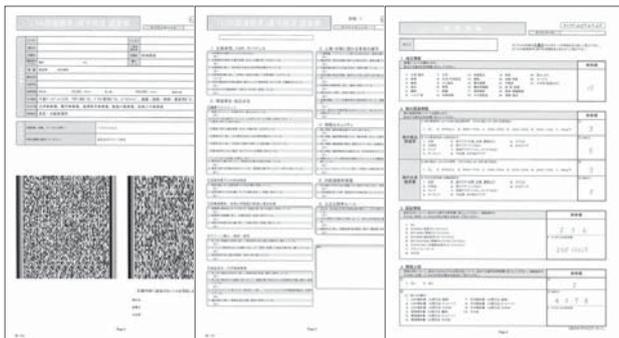
■ CSR調達を浸透させる継続的な活動

サプライヤーへの啓発活動は、毎年内容を改善しながら2010年で5年目となります。こうした活動は継続してこそ、DNPグループのサプライチェーン全体に浸透していくものと考え、今後もその成果をさらに大きく広げるように積極的に活動を続けます。

事例 📁 CSR調達規準の遵守状況定期調査

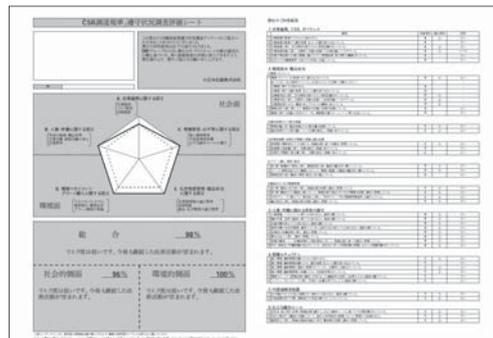
● 調査票 (サプライヤー → DNP)

2006年の初回調査からほぼ1年ごとに継続し、2009年秋には3回目の調査を実施しました。セルフチェック方式のアンケートで、2回目まではサプライヤーの気づきに主眼を置いた内容でした。調査項目は、推進状況を把握するために敢えて変更しませんでした。過去2回の調査で初期の目的を達成したと判断し、2009年の調査では、それぞれ課題とされるテーマの理解を深めるため、設問内容を見直しました。



● 評価シートによるフィードバック (DNP → サプライヤー)

2008年の2回目からは、調査結果をサプライヤーに「評価シート」としてフィードバックをする方式を取り、サプライヤーのCSR遵守に対する一層の意識と理解の向上をお願いしています。評価シートは、「DNPグループCSR調達規準」をもとに独自に作成したもので、評価項目を大きく人権や労働といった「社会面」と「環境面」とに分けて、各分野の推進度合いを視覚的に把握できるようにしています。



今日のCSRは、環境面において地球温暖化対策の推進あるいは、REACH等の有害物質に関する規制対応、また社会面においてはコンプライアンスやコーポレート・ガバナンス等の対応を企業に求めています。

弊社はCSR活動を通じて、責任のある事業活動や法令の遵守は勿論のこと、ステークホルダーの皆さまのご意見をいただきながら、持続的なCSR活動を推進していきたいと考

えています。

そのステークホルダーであり、重要顧客であるDNPのCSR調達調査の調査項目は常時的確です。またご評価もペンタゴングラフの活用により、弊社の改善すべき項目が明確に可視化されており、CSR推進活動をチェックする際に大変役立っております。今後も、貴重なご意見として活用させていただきますと考えています。



サプライヤーとの信頼関係づくり

DNPは、常に誠実に行動し、社会から信頼される企業をめざしています。そのため「DNPグループ行動規範」を定め、社員等が法令に則った行動を取るようになっています。

さらに、外部取引に携わる社員については、資材調達先や業務委託先との契約を遵守、贈物や接待を受けてはならない、社会倫理に反してはならないなど、詳細で具体的なルールを定めています。

■ サプライヤー・ホットラインの設置

2009年11月、万が一社員等による法令等の違反行為が起きた場合に迅速な対応をとるための体制として、サプライヤー・ホットラインを設置しました。サプライヤーの方々が、DNPグループとの取引において、DNP社員の違反行為（または、そのおそれがある行為）を認識した場合に、情報を提供していただくための窓口となっています。

設置以降、特に問題となる行為の相談はありませんが、今後も相互の信頼関係にもとづいた公正・公平な取引を進めるための施策に取り組んでいきます。

社員コメント

購買本部購買管理部 部長 浅田 洋



DNPは、印刷技術を核として幅広く事業を展開しているため、取り扱う資機材やサービスに合わせ、取引先の規模や業種も大変多岐にわたっています。またDNPがCSR調達方針を定め、その遵守について取引先各社に対し説明を始めた頃は、まだまだこうした取り組みをしている企業が少なかったため、取引先に理解していただくことが本当に大変でした。実際「そもそも“CSR”とは」から始めた説明会を何度も実施しました。困難ではありましたが、取引先はDNPにとって大切なパートナーであるだけでなく、重要なステークホルダーでもあります。従って取引先の疑問や課題の一つひとつ丁寧に対応すること自体もDNPのCSRと考え、対話を重ねてきました。CSRやCSR調達の概念が世の中に浸透して、いまではあまり初歩的な質問はなくなってきましたが、今後もいままでも同様に誠実な対応を通じて、私自身微力ながら持続的な社会の実現に貢献していきたいと思っています。

不測の事態への備え

事業継続計画（BCP）は、企業が大規模な災害や新型インフルエンザの発生等、不測の事態においても重要事業を中断させず、中断しても許容される範囲の期間で製品・サービスの供給を再開できるように備える計画であり、大変重要な経営戦略と位置づけられます。そして、このBCPはサプライチェーン全体で考えなければ実現できない戦略であり、サプライヤーの方々との連携が不可欠だと考えます。

■ 大規模地震への対策

DNPグループでは2005年より、大規模地震をリスクとするBCPの策定を主要事業拠点別に順次進めてきました。拠点周辺地域で想定される震度6強の地震の発生に備え、それぞれの事業の特性やお客様の要望をふまえて重要事業・業務を特定し、目標期間内に復旧するための対策を計画化しました。

また首都直下地震をはじめとする大規模地震対策については、全社的な防災計画の見直しを進め、災害発生時も経営の中核機能が継続できるよう確保することを最優先とし、BCPと合わせて被害を最少限に止めるための予防策を計画的・戦略的に進めていきます。

■ 新型インフルエンザへの対応と対策

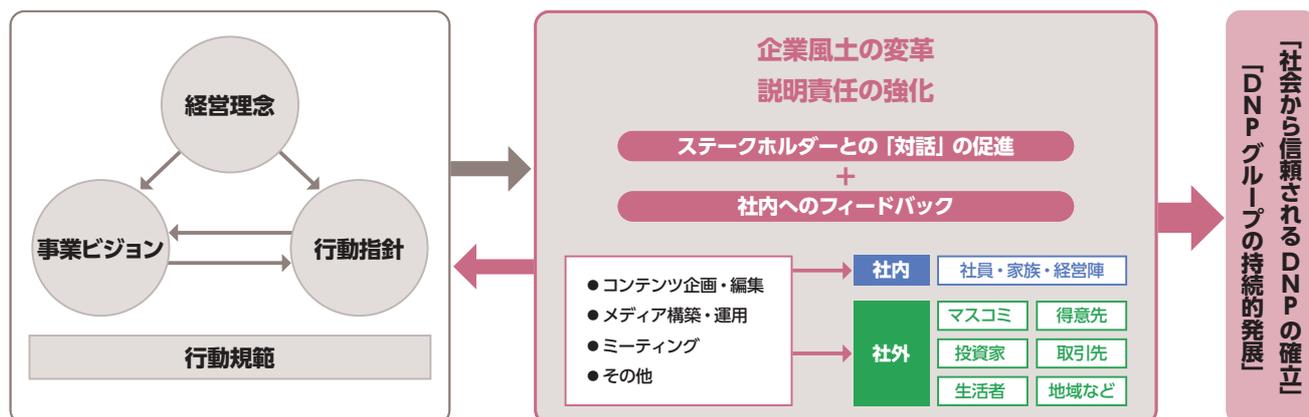
2009年は新型インフルエンザの発生を受けて、全社で流行拡大、さらに強毒性鳥インフルエンザ発生に備えたBCPの策定にあたりました(P48参照)。

社会的供給責任を伴う食品や医療医薬品等のパッケージを製造する包装事業部門などでは、お客様より新型インフルエンザ流行時の感染防止対策や供給対応について多くの問い合わせをいただきました。対策については、サプライヤーや流通関係の企業、顧客企業などサプライチェーンすべての方々に感染予防の協力をお願いしました。また、サプライヤーの方々の正確な情報と理解を得て、流行前から在庫の調整を検討するなどの対策も講じています。

迅速な情報開示とコミュニケーションの促進

DNPは、株主・投資家、得意先・取引先の企業、生活者、マスコミ、社員、地域社会など、あらゆるステークホルダーとの「対話」を深め、迅速な情報開示による日々のコミュニケーションの充実を図っていきます。

DNPのコーポレートコミュニケーション活動 + 関連情報



DNPは、さまざまなステークホルダーと活発に「対話」し、相互の考え方や意見を尊重し合うことが大切であり、そのためにも、適切な情報をタイムリーに開示し、説明責任を果たす必要があると考えています。そして、ステークホルダーの声を経営にフィードバックし、企業風土を変革するとともに、企業の透明性を高めることで、社会への貢献を掲げた経営理念の実現をめざしています。

■ コミュニケーション機会の拡大に向けて

DNPは、社会のニーズを的確に捉え、社内外のあらゆるステークホルダーとのコミュニケーションを密にして、積極的な情報発信を推進しています。取材やニュースリリースなどのマスコミ対応をはじめ、顧客企業向けのショールームの企画・運営、各種コミュニケーションツールの充実、IR活動の強化など、コミュニケーション機会の拡大を図っています。

また、DNPの国内各拠点でデジタルサイネージ（電子看板）による社内情報共有システムの運用を開始するなど、新しい情報メディアのノウハウを蓄積し、顧客企業へのサービス向上に活かしています。

■ 企業資料などの保管と公開

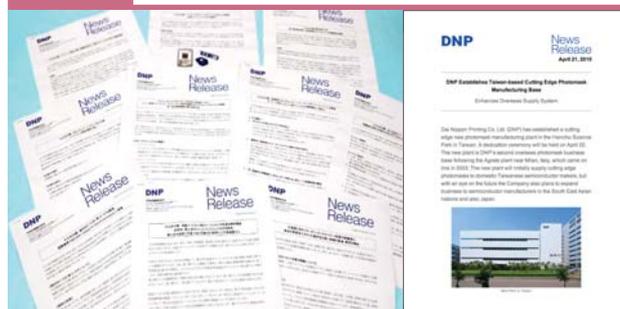
DNPの企業資料や各種関連資料の収集・管理を行い、コミュニケーション活動の充実につなげています。創業以



「infopark -活版からデジタルへ」の展示施設
(東京都新宿区)

来、130年以上の歴史を通じて社会に貢献してきた立場から、文化的価値の高い資料も含め、ショールームなどで適宜公開しています。

事例 📄 年間100件以上のニュースリリース発信



多岐にわたるDNPの新製品や新サービスなどをわかりやすくまとめて、ニュースリリースとして発信しています。また、要望の多いテーマを中心に、年間200件以上の取材にきめ細かく対応しています。事故や災害、事件などの発生時は、原因や対策、事実関係などについて、迅速で的確な情報発信を行い、関係者などへの被害拡大の防止に最大限努めています。

日本経団連事業サービス社内広報センターでは、毎年1回、優秀な社内報を選んで表彰する「日本経団連推薦社内報審査」を1966年から実施しています。大日本印刷のグループ報「DNP Family」(季刊)は、近年高い評価をされ、2008年は企画からレイアウトなど総合的に優れている「総合賞」、2009年は「特別賞」のビジュアル賞に入賞しています。季刊の社内報は月刊や隔月刊に比べ、企

画・編集などに時間をかけられるにも関わらず、内容がやや物足りないものが少なくないなか、「DNP Family」は毎号企画が素晴らしい。見て飽きないバランスのとれたレイアウトや配色も印刷会社らしくさすがです。誌面構成も文字通り従業員の家族まで配慮されていて、毎号の表紙を飾る「家族で過ごす素敵な未来」をテーマに従業員と家族から集めた絵は見るだけで楽しくなります。



IR (Investor Relations) 活動の充実 + 関連情報

DNPは、株主・投資家の皆さまに対して、透明性・公平性・継続性を基本とし、ディスクロージャーポリシーにもとづいた適時適切な情報開示を行っています。情報開示委員会が中心となり、会社情報の収集や開示方法の審議・承認などを行い、迅速に公表するよう努めています。

IR活動への要望にきめ細かく応えるため、個別IRミーティングや工場見学会など、コミュニケーション機会の拡充に注力しているほか、DNPの強みや戦略をわかりやすく伝える各種コミュニケーションツールの充実を図っています。

株主・投資家の皆さまとのコミュニケーション施策

コミュニケーション機会の拡充

- 年間200回を超える個別IRミーティング
- 特に関心が高い事業に関する工場見学会、戦略・技術セミナー
- 通信ネットワークを活用したミーティング (海外の株主・投資家対応など)
- 株主総会 (展示や映像によるDNPの取り組み紹介)

コミュニケーションツールの充実

- ホームページのIR情報の拡充
- アニュアルレポートや株主通信の発行
- インターネットによる議決権行使の仕組みの導入
- 決算短信やニュースリリースなどの日本語版・英語版での提供

ツールを活用したコミュニケーションの強化

ステークホルダーごとに、その特性を意識したコミュニケーション戦略を立案し、最適なツールによる適切な情報開示を行うことにより、信頼関係の維持・強化に努めています。

● **社外向けツール** DNPホームページを2009年10月にリニューアルし、使いやすさの向上とコンテンツの充実を図りました。事業テーマやイベントにフォーカスした「DNP動画ニュース」もホームページ上で公開しています。また、会社案内(和・英)、アニュアルレポート(和・英)、株主通信「DNPレポート」などを印刷物とPDFデータで提供しています。

● **社内向けツール** グループ報「DNP Family」を約4万人のDNP社員に配付し、事業ビジョンの浸透などを行い、グループ一丸となった活動につなげています。また、情報誌「ディスカバー DNP」の創刊やデジタルサイネージでの情報発信など、新たな取り組みを開始しています。



グループ報「DNP Family」

事例 🏠 ステークホルダーを意識した最適なツールづくり



● **DNPホームページ (dnp.co.jp)**
主要3部門の事業内容をわかりやすく整理して紹介し、サイト内の検索性を向上させるなどの工夫により、アクセス数も増加しています。



● **情報誌「ディスカバー DNP」**
生活者向けに展開しているDNPの製品やサービスを紹介する社内向け情報誌です。DNPの事業の理解と利用促進を目的として、2010年2月に創刊しました。



● **デジタルサイネージ(電子看板)**
DNPの一部拠点に大型ディスプレイを設置し、社員および来場者への情報発信を行っています。

安全で快適な社会の実現に向けた取り組み

社会の変化と価値観の多様化により、ユニバーサルデザインへのニーズがますます高まっています。DNPグループは、提供するすべての製品やサービスが、できる限り多くの人びとにとって利用しやすいものとなるよう取り組んでいます。

DNPグループのUD + 関連情報



DNPグループが推進するユニバーサルデザインへの取り組みを象徴する「DNP UDマーク」

人びとが安全で快適に暮らせるユニバーサル社会を実現していくためには、生活者の視点で製品やサービスを改善・改良していくことが欠かせません。DNPでは、全社員が日々の業務のなかで、製品やサービスにおけるユニバーサルデザイン（以下、UD）の実現を重要課題としています。

2009年度は、2008年のユニバーサルデザイン宣言や原則の見直しをさらに進化させながら、外部機関と連携した取り組みを進めました。

ユニバーサルデザイン できる限り多くの人びとに利用可能なように最初から意図して、機器、建築、身の回りの生活空間などをデザインすること。

■ ユニバーサルデザイン5原則

すべての人を思うこだわりが、DNPグループのUDの原点です。この活動を実りあるものにするために、「DNPグループユニバーサルデザイン5原則」を制定しています。DNPグループが提供する製品やサービスは多岐にわたっているため、この原則をもとに各事業分野で利用しやすいものとなるよう工夫をしています。

原則-1 明確にする

情報を伝えたい相手の状況にあわせ、適切に表現する。

原則-2 直感的にする

使い方が容易にわかり、直感的に扱えるように設計する。

原則-3 柔軟にする

多様な使い手、使い方に対応できるように設計する。

原則-4 安全にする

使い方を間違えたとしても危険につながらないようにする。

原則-5 容易にする

楽な姿勢や弱い力で扱えるようにする。

※ 「ユニバーサルデザイン」を提唱した米国のロナルド・メイス博士による「ユニバーサルデザイン7原則」にもとづき、DNPの事業領域を考慮して、「DNPグループ ユニバーサルデザイン5原則」として策定しました。

DNPのユニバーサルデザイン <http://www.dnp.co.jp/ud/>

UDを推進する次世代の人材育成

DNPはUDの推進にあたり、社内での活動を進化させるとともに外部機関との協働を進めています。

社内では、全社員にUDの考え方や活動が理解され浸透するよう、新入社員を中心にネットワークラーニングを継続して実施しており、2008年に引き続き外部の有識者によるUD啓発セミナーも開催しました。

外部機関との協働では、2003年から国際ユニバーサルデザイン協議会へ評議員・理事企業として参加し、複数のプロジェクトで中心的な役割を担い活動しています。今後も自社内にとどまらず、積極的な活動を展開していきたいと考えています。

事例 ▶ アクセシビリティリーダーキャンプ



DNPは2010年3月、アクセシビリティリーダー育成協議会に協力して、人にやさしい社会をリードする人材を育成するプログラム「アクセシビリティリーダーキャンプ」の受け入れ企業となりました。開催日当日は、東京の「ヒューマンリサーチラボ」で、広島大学を中心とした大学生、教職員等21名にUD評価のワークショップを実体験していただきました。

アクセシビリティリーダー育成協議会 ITの活用などにより修学・就労・生活環境のアクセシビリティ向上を推進する人材「アクセシビリティリーダー」の育成を全国の国公立大学で展開していく目的で、広島大学、マイクロソフト株式会社、独立行政法人日本学生支援機構を幹事として、2009年6月に設立。アクセシビリティとは、情報、サービス、製品、環境などの、利用しやすさ、使いやすさを意味することば。

<http://alp.hiroshima-u.ac.jp/>

当協議会は、課程教育・資格認定・インターンシップ・研修合宿をパッケージ化した「アクセシビリティリーダー育成プログラム (ALP)」を、全国の大学・企業・地域で実施し、アクセシビリティリーダーの育成を推進することをめざしています。

2010年3月のアクセシビリティリーダーキャンプでは、DNPが受け入れ企業として、ヒューマンリサーチラボを中

心とした先駆的で素晴らしいUDの取り組みと評価方法をご紹介いただきました。参加した学生は、貴重な経験、大いなる刺激と希望を得ることができ、やがてこの経験を社会のUD化に活かしてくれることでしょう。DNPのさらなるご活躍とご発展を祈念いたします。



事業活動におけるUDへの取り組み + 関連情報

■ ユーザビリティ検証施設での取り組み

東京の「ヒューマンリサーチラボ」、大阪の「PUL (パル: Packaging Usability Laboratory)」の両施設では、パッケージ評価だけでなく、生活者の消費行動全体を科学的に分析する手法の開発を進めています。



ヒューマンリサーチラボ

■ 生活産業分野の取り組み

日々生活者が手にとって使用する包装材、DNPではその開発を行うパッケージ部門が中心となり、UDに取り組んできました。商品を購入する際には、中身はもちろんのこと、パッケージも高品質であることが強く求められます。より魅力的で使いやすいパッケージの開発をめざし、表示やデザイン、包装設計を行っています。また、外部団体のプロジェクトへの社員参加を通じ、知見を積むとともに、社会でのUD推進にも積極的に参画しています。

■ 情報コミュニケーション分野の取り組み

目にやさしく読みやすい書体として長年使用されてきたDNPオリジナル書体「秀英体」を、より多くの方に利用してもらうため、積極的に社外へのライセンス提供を行いました。2009年11月からは株式会社モリサワのフォント製品として発売され、さらに普及していくことが期待されています。

デジタルコンテンツを制作しているDNPデジタルコムでは、得意先企業のWebサイトをさまざまな視点から評価、改善する「GOGOデザインリニューアルパック」サービスを開始しました。アイトラッキングやカラーイメージ分析を通じて、わかりやすく、伝わる表現へと改善しています。



「GOGOデザインリニューアルパック」

アイトラッキング 視線解析システムを使用し、ユーザーがページ上の「どの場所・領域」を、「どのくらいの時間」「どのような経路」で視し、「どうクリックするか」を計測することで、Webサイトの使われ方を分析するもの。

社員コメント

包装事業部 企画本部 土村 健治

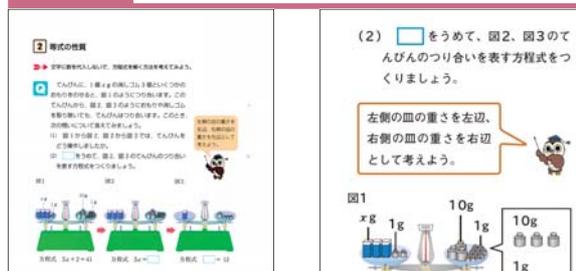


性別・年齢・国籍を問わず、より多くの人びとが直感的に理解しやすい「やけど注意」表示とはどういうものか。DNPが参加する「国際ユニヴァーサルデザイン協議会」において、プロジェクトメンバーとともに2006年からこの課題に取り組んできました。生活者がパッケージの記載情報を目にする時間は短いため、「ピクトグラム (図記号)」による表現は情報伝達力の高い効果的な手法になります。100案以上のデザイン案や調査を経て、その理解度や判読性を高めた「やけど注意」のピクトグラムを2010年に公開。現在その普及活動を進めています。



国際ユニヴァーサルデザイン協議会「食のUDプロジェクト」研究成果より

事例 視力の弱い子どものための拡大教科書



元となる一般の教科書

拡大教科書

眼鏡をかけるなどして矯正しても視力が0.3以下となる弱視の子どもたちにとって、一般の教科書は使いにくいという問題があります。DNPグループの教育出版では、こうした弱視の子どもたちのための拡大教科書を制作しています。

本文をゴシック体の大きな文字にし、図や写真の大きさを調整。込み入った図版は、分割して表現し直すこともあります。一般の教科書1ページ分の内容が3~4ページ、場合によっては数ページになる拡大教科書の紙面制作には、一般的なデザインとは異なる考え方が必要です。DNPグループでは、こうして得た経験を、状況の異なる多様な人びとに伝わりやすい表現方法を見出す手がかりとし、ノウハウを共有し発展させることで、情報伝達のユニバーサルデザイン化を進めていきたいと考えています。

社会から信頼される製品・サービスの提供

DNPグループは、製品やサービスを社会に提供する者の責任として、品質と安全に対する取り組みを重要なテーマの一つであると認識しています。生活者が安全で使いやすい製品・サービスを社会に届けるために、グループ一体となって取り組んでいます。

品質と安全の基本的な考え方

DNPグループの品質と安全の取り組みの基本は、製品やサービスの使用場面をイメージし、何が求められる品質で何が安全で何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です。

DNPグループ一体となって、企画提案から納入までのすべての段階において生活者視点での改善を繰り返し、顧客や生活者から満足いただける製品・サービスを提供していきます。

世界最高水準の品質確保に向けて + 関連情報

■ DNPグループ品質方針

DNPグループでは、世界最高水準品質で安全・安心な製品・サービスを提供し、そのレベルを維持・向上させるために、2005年に「DNPグループ品質方針」を定めました。

品質方針 <http://www.dnp.co.jp/csr/theme07.html>

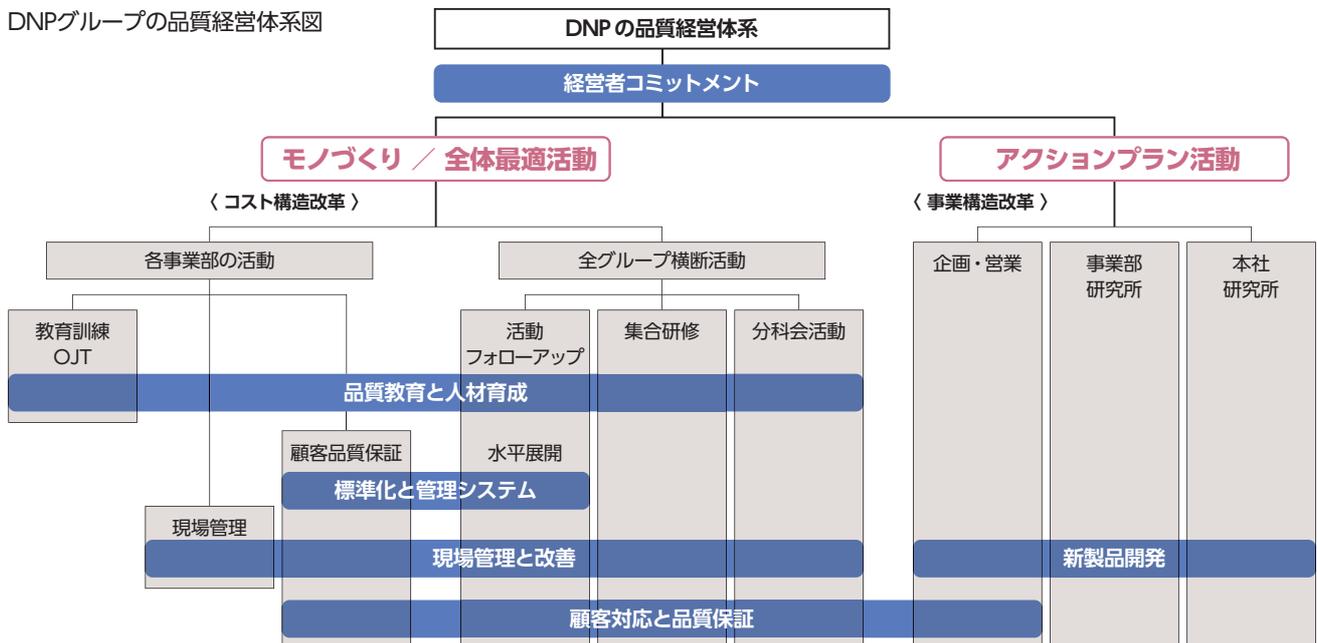
■ DNPグループの品質経営

DNPグループの事業範囲は多岐にわたっているため、取り扱う製品・サービスも違えば、それらの品質管理手法も事業によって異なります。事業分野に即した品質活動を

行うとともに、社会や得意先ニーズを的確に捉え、シナジー効果を徹底して追求するため、グループ横断活動や社員教育にも取り組み、グループ全体での品質経営をめざします。

また、品質向上を着実に果たしていくため、さまざまな規格の取得にも積極的に取り組んでいます。品質マネジメントとしてISO9000シリーズ、包装分野等の食品安全品質認証マネジメントシステムISO22000、情報管理に関しては、ITセキュリティ認証 (ISO / IEC 15408)、個人情報保護 (プライバシーマーク)、情報セキュリティ (ISO27001 / ISMS) などの取得を進めています(P31参照)。

DNPグループの品質経営体系図



DNPの各事業部・グループ会社では、製品安全委員会の設置とその運用指針を定め、お客様に提供する製品・サービスの安全確保に取り組んでおられます。組織として万全のシステムを準備しても、これが有効に機能していなければ製品事故を防止するレベルが低下してしまいます。DNPでは、これに対応するため、製品安全マネジメントシステムの運用状況を現場で検証する「製品安全実践会」を2009年か

ら開始されています。第三者の立場でこの実践会に参加して感じたことは、各現場において、リスク評価、その対策と実施、検証、改善の取り組みが行われ、製品事故は絶対に起こさないとの強い意志が担当者の方々から伝わってきたことでした。今後もこの強い意志を継続し、製品安全マネジメントシステムのさらなる向上と世界最高水準の品質確保を期待します。



事例 **品質経営にもとづく全グループ横断活動**

● **モノづくり21活動**

DNPグループ全部門・全員が参加して、市場構造変化に適応できる筋肉質のモノづくり体質をつくるための活動を推進しています。製造部門での改善活動を活性化しながら、受注から物流・納入までの全体最適を図るため、企画開発、営業などの入口部門での改善にも注力し、顧客視点にたった活動を強化しています。

● **品質教育**



高品質の製品やサービスを生み出すには、社員が品質や安全に対して高い意識を持つことが不可欠です。社員の意識向上を目的に、ネットワークラーニングを行ったり、プロフェッショナル人材を育てる実践研修などを実施しています。

班長研修の様子

事例 **工場での製品安全実践会**



製造の現場で取り組まれている製品安全事故防止策と、その実施状況を現場で確認する「製品安全実践会」を行っています。製造設備や作業手順のほか、マネジメントシステム全体を通して内在する問題点を見つけ、改善することをめざしています。2009年度は、5工場で実施しました。

製品安全への取り組み + 関連情報

■ **DNPグループ製品安全方針**

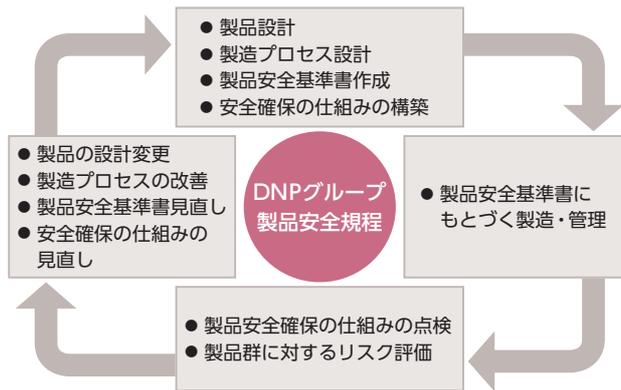
製品の安全性について顧客のニーズと期待を上回る製品を提供するために、1994年に「DNPグループ製品安全方針」を定め、製品の安全性確保に取り組んでいます。

製品安全方針 <http://www.dnp.co.jp/csr/theme07.html>

■ **製品安全の管理体制**

「DNPグループ製品安全委員会」が、製品安全に関する規程や指針を制定し、グループ内に周知しています。これらの規程や指針にもとづき、各事業部・グループ会社の製品安全委員会が製品安全管理の仕組みを整備し、安全確保に取り組んでいます。

製品安全の取り組みは継続性が重要なため、年2回定期的に製品安全確保の仕組みの点検やすべての製品群に対するリスク評価を実施しています。その結果をふまえて、管理体制の見直しや製品の設計変更・製造プロセスの改善等を行い、より高い安全性の確保をめざしています。



働きやすく働きがいのある職場の実現

DNPグループは人類の尊厳を何よりも大切に、あらゆる人が固有に持つ多様性を尊重しています。社員一人ひとりが、それぞれの多様性に応じた働き方を推進し、時間を有効活用することにより、働きやすく働きがいのある職場の実現につながると考えています。

固有に持つ多様性の尊重 + 関連情報

■ ダイバーシティ推進活動

DNPグループ全社で「多様性の尊重（ダイバーシティ）」の考え方を理解し、社員一人ひとりが最大限に力を発揮していきいきと働き続けられる職場の実現をめざして、2009年度はグループ各社の課題解決に向けた具体的な行動計画を立てて取り組みました。具体的には、人類の尊厳と多様性を侵すことにつながる「ハラスメント」について全社員への再教育を行い、ネットワークラーニングでは、「ダイバーシティ推進講座」、リニューアルした「セクシュアルハラスメント防止講座」のそれぞれを、約24,000名が受講しました。

■ 女性社員の活躍支援

● **女性社員の活躍支援ミーティング** 女性社員の能力が最大限に発揮される職場や風土を作るため、先輩女性社員を交えたネットワークを形成し、女性ならではのキャリアに関する不安や悩みを和らげ、チャレンジ意欲を醸成しています。

一方、上司には女性社員の働くことへの意識変化を伝え、男女ともに活躍できる職場環境づくりの必要性を啓発しています。2006年の開始以来、2010年3月までに参加した女性社員は1,058名となっています。

社員コメント

市谷事業部 市谷第2営業本部
室井 慶子

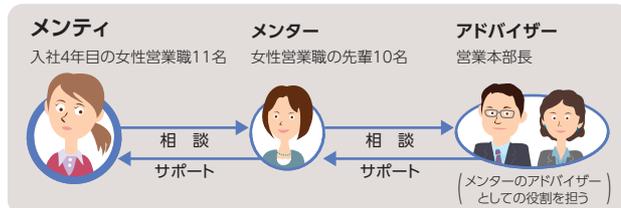


「自分らしくキャリアを磨こう!」というテーマで行われた「女性社員活躍支援ネットワーク・ミーティング」に、先輩社員パネラーとして参加しました。さまざまな職場環境のなかで働いている女性社員の話を聞くことができ、ダイバーシティ推進という観点やDNPグループ内で女性社員が活躍し、いきいきと働いていくために何をしたら良いかという点で非常に参考になりました。

市谷事業部グループでは、労使協働で「女性社員アンケート」を行いました。女性としてキャリアを重ね、自らのライフプランと仕事のバランスを上手にとりながら仕事を続けることに対し、さまざまな意見をいただきました。それらをもとに「女性営業職活躍委員会」を立ち上げ、女性社員が今後より活躍の場を拡げられるよう、さまざまな施策を検討しています。

● **メンタリング活動** 女性若手社員（営業部門）が仕事の悩みや課題を経験や知識の豊富な先輩社員に相談し、自身で問題解決ができるようサポートする目的で、2009年から開始しました。ライブイベントを迎えても、いきいきと働き続ける女性営業職の支援策として活動していきます。

メンタリング活動の支援体制



活動内容 6カ月の活動期間を設け、月1回、1～2時間の面談を実施します。

活動期間	活動内容
2009年9月	キックオフ合宿
9～11月	チーム・メンタリング① メンター3名、メンティ3名によるチーム体制でのメンタリング活動。 社内のネットワークを拡げ、メンターとメンティ間の信頼関係の土壌づくりを行う。
11月18日	メンターミーティング メンター同士の情報共有とスキルアップを行う。
11～1月	ペア・メンタリング② メンター1名、メンティ1名でのメンタリング活動。
2010年2月	「メンタリング活動報告会」としてファイナル・ミーティングを実施。 メンター、メンティが活動を通して成長したことや課題を確認し、アドバイザーとともに今後の自事業部での取り組みについて提言する。



ファイナル・ミーティングの様子

動画 <http://www.dnp.co.jp/movie/100311/index.html>

■ ライフプランへの個別対応

DNPグループで働く人が充実した会社生活を送れるよう、各年齢層の個別相談に対応する「ライフプラン相談室」を設置しています。例えば、生命保険、医療保険等の保障を、公的保障と会社の福利厚生との給付をふまえて見直し、保険料負担を軽減できた事例も多く出てきています。

次世代育成支援 + 関連情報

■ 障がい者雇用の定着

DNPでは「ノーマライゼーション」の精神を尊重して、各事業部で働きやすい職場環境の整備を進めています。障がいのある方にも、長期雇用を前提に経験や知識を積んで健常者と分け隔てなく働いてもらいたいと考え、正社員としての採用を多くしています。労働条件や配置も、特に配慮すべきこと以外は健常者と同様で、工場のオペレーション業務や営業スタッフ補助などの仕事を中心に、障がいの種類や程度、適性等により適材適所で活躍しています。

ノーマライゼーション 障がい者も健常者も区別なく同じように生活していくことが、本来の望ましい姿であるとする考え方。

事例 ▶ 聴覚障がい者が所属する職場での手話講習会



例年、主に聴覚障がい者が所属する職場で実施、初級と中級のクラスに分かれて半年間、手話の基本と応用を学びます。受講者からは「片言の手話でも、コミュニケーションの切り口としては非常に有効だった」との感想が聞かれました。障がい者からは「障がいのことを知ろうとする受講者の姿勢が嬉しい」という声もあり、障がいについて理解し合い、より身近に感じてもらう良い機会になっています。現在、東京のほか、藤や上福岡、赤羽で開催しており、2009年6月現在の受講者数は、延べ250名です。

■ カンガルーの会

産休・育児休業者とそのパートナーを対象とした職場復帰セミナー『カンガルーの会』を開催しています。2010年2月には、先輩社員によるパネルディスカッションとグループワークが行われ、社内外の70名が参加しました。パネルディスカッションでは、女性社員だけでなく男性の育児休業取得者をパネラーに迎え、家事・育児に対する主体的な取り組みや工夫、仕事との調和などについての事例を紹介しました。グループワークでは、今後のキャリアや働き方に重点を置き、「今自分ができること、すべきこと」について話し合いました。

■ DNPファミリー・フレンドリー・デー

家族を職場に招く「DNPファミリー・フレンドリー・デー（子ども職場参観日）」を実施しています。2009年は8月19日～25日にかけて、グループ会社も加えた市谷、久喜、白岡、鶴瀬、狭山、五反田、大阪（なんばSSビル）の7つの拠点で実施、合計66組の家族が参加しました。実施拠点それぞれの特性を活かしたイベントを催し、大変好評でした。今後もDNPグループ全体で広く展開し、次世代を担う子どもたちの就業意識や仕事に対する興味を育むとともに、社員には親子(家族)のコミュニケーション手段として大いに役立てて欲しいと考えています。



<http://www.dnp.co.jp/movie/090908/index.html>



お父さんの職場の方にごあいさつ

社員コメント

市谷事業部 市谷第1営業本部 課長 田熊 悟

2009年のDNPファミリー・フレンドリー・デーに参加をしました。参加をきっかけに家族とのコミュニケーションの幅も広がりました。特に子どもとの会話に会社の話題が増えたように思います。

自慢の『我が職場』に家族を招いたことで、職場の同僚と楽しく話す話題の一つとなりました。私が常々思うことは、家族にはナンバー1の『DNPファン』であって欲しいということです。子どもたちが大きくなって、ぜひ『親父の職場』で働きたいという志を持ち、親子二代で就業させていただけたなら素敵ですね。



働きやすく働きがいのある職場の実現

創造性と活力あふれる風土づくり + 関連情報

■ 働き方の変革(=仕事の取り組み方の変革)

DNPグループの持続的発展と社員一人ひとりの豊かな生活、そして創造性と活力あふれる企業風土を実現していくには、「一人ひとりが、それぞれの期待される役割や成果に応えながら、個人生活の充実にもつながる、より効率的で生産性の高い自律的な働き方」を実践していく必要があります。

一方、事業環境の大きな変化に対応する柔軟で粘り強い企業体質を築くには、全社員が「すべてをゼロから見直す」という観点で、自らの仕事が生み出す付加価値を意識し、従来の働き方を革新的に変える「働き方の変革(=仕事の取り組み方の変革)」を実現しなければなりません。

● **DNPグループ時間資源有効活用プロジェクト** グループ全体で時間資源の有効活用を進めるため、DNPグループ労使メンバーによるプロジェクトを展開しています。2009年度か

らの3カ年計画にもとづき、社員一人ひとりが自らの働き方や仕事の取り組み方を見直し、さまざまな施策を進めています。また、仕事や製品の流れに応じ、業務機能全体の効率や生産性を最適化する、事業部グループ単位のプロジェクトも発足しています。

■ 「変革」の実践と定着に向けて

「働き方の変革」をグループ全員で実践し、社員一人ひとりが自らのために使える時間資源を生み出すことにより、スキルや感性を磨き、個人生活をさらに充実させることができます。それは、新しい仕事へのチャレンジや新たな価値の創造に結びつくと同時に、一人ひとりのワーク・ライフ・バランスの実現へとつながっていくはずで

す。2010年度の活動を通して、この「変革」をDNPグループの企業風土として定着させていきたいと考えています。

プロジェクトの概念図



事例 📖 個人の成長を促す働き方表彰制度



情報コミュニケーション事業部では、2010年2月から毎週月曜日、事業部グループ全員が集まる朝のコミュニケーション(朝コミ)の場で、全職種を対象に、働き方や時間資源の創出、業務フローの見直し等による利益効果をもたらした社員に対し、「変わったで賞」の表彰を実施しています。

社員コメント

情報コミュニケーション事業部 第2営業本部
西谷 望



「働き方の変革」の推進にあたり、社員一人ひとりの意識の持ち方や日々の小さな工夫の積み重ねが、事業部グループ全体を動かす大きな力になると考え、若手朝コミ委員で「変わったで賞」を企画しました。社員一人ひとりが高いレベルでワーク・ライフ・バランスを実現し、自身の成長を促すことで事業部グループが継続的に成長することが目的です。受賞者に朝コミの場で自身の取り組みを発表してもらい、その活動がもたらす利益効果を全員で共有し、共感を広げることで、より多くの人に「変わる」ことへの前向きな意識が生まれることを期待しています。

※ 2010年4月より、商印事業部は情報コミュニケーション事業部となりました。

すべての工程の最終工程という業界特性のため、印刷業界ではワークライフバランスの実現が難しいと思われがちです。私はこれまで国内外650社にのぼる先進企業をヒアリングし、3,000社の財務データを分析した結果、「実現が困難と思われがちな業界ほど、先んじて取り組むことで大きな先行者利益を得ることができ、中長期的に企業業績が伸長する」という事実を確認しました。この点、DNPグループ

は、在宅勤務制度や介護休暇を新設したほか、育児休業の回数制限をなくすなど、社員の育児や介護を支援する諸制度が充実しています。そもそも生活に密着しているものを作っている印刷業では、生活者としての皮膚感覚が最も大切だと私は考えます。今後も経営戦略の観点から、ダイバーシティや次世代育成支援に関する取り組みを深めていられることを期待しています。



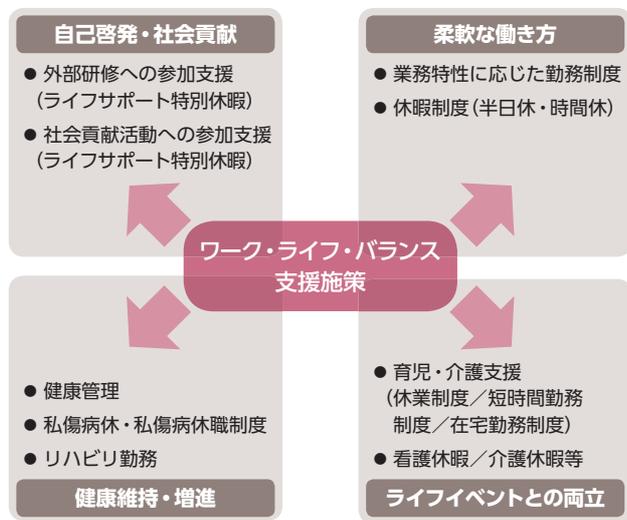
ワーク・ライフ・バランス支援 + 関連情報

DNPグループでは、社員一人ひとりの「ワーク・ライフ・バランス」を実現するため、さまざまな施策に取り組んでいます。

それぞれの取り組みのなかで吸い上げられた社員のニーズや社会環境の要請を、社内の仕組みに反映させるべく、ワーク・ライフ・バランス支援制度を見直し、2010年4月から改定しました。

ワーク・ライフ・バランス 一人ひとりが意欲的に仕事に打ち込み、これまでより高い価値を生み出すとともに、仕事以外でもより充実した生活を送ることのできる働き方。

ワーク・ライフ・バランス支援制度の概要



社員コメント

経理本部 坂上 美由紀



現在、小学2年生になる息子がおり、育児短時間勤務制度を利用しています。この制度は、以前は1年生まででしたので、フルタイム勤務になると仕事と家庭の両立は難しいのではないかと心配していましたが、要望が叶い、期間が延長になったことで、仕事を続けられるようになりました。「ただいま！」と元気よく帰ってくる子どもを迎えてあげたり、学校での出来事を聞いてあげることが、私にとって、とても大切な時間であり、このような時間を持つことはありがたいことです。周りの方たちの支えがあるからこそ、と日々感じています。

■ 制度改定の背景と特徴

育児関連の制度利用者が増えていることをふまえ、特に育児期社員にとって働きやすい職場環境を整えることを目的に、制度利用者へのアンケートや管理職へのヒアリング、職場の意見収集を行い、制度に反映させました。女性社員だけでなく、男性社員にも利用しやすい環境となるよう見直しを行っています。

こうした育児関連制度の改定を契機に、制度に対する理解が深まることによって、介護期の社員にとっても、制度を利用し働きやすい環境につながると考えています。

また、育児や介護だけでなく、個々の「ワーク・ライフ・バランス」を実現できるよう、柔軟な働き方を支援する休暇制度や、ボランティア目的の休暇制度などを導入しました。

ワーク・ライフ・バランス支援制度改定のポイント

- 1 柔軟な有給休暇で「働き方の変革」を後押し**
 - 有給休暇が、半日単位(年12回まで)、時間単位(年5労働日まで)で取得可能
- 2 社会貢献活動に組みやすさ**
 - ライフサポート特別休暇の対象事由に「ボランティア活動」を追加
- 3 病気療養などからの職場復帰をサポート**
 - リハビリ休職制度の適用期間を3カ月に延長
 - 「職場復帰・復職後支援期間」を設定し、きめ細かく支援
- 4 男性も育児休業を取得しやすく**
 - 育児休業のうち5日間に有給扱い
 - 配偶者が働いていなくても取得可能
- 5 育児・介護と仕事の両立支援をさらに充実**
 - 育児短時間勤務制度は、妊娠3カ月から小学校4年生までの間利用可能
 - 在宅勤務制度を導入
 - 介護休暇(年5日から)を新設
 - 看護休暇を年10日まで拡大
 - 保育料やベビーシッターの利用料を補助

グループの活力を高める快適な職場づくり

DNPグループの力の源である多様な社員一人ひとりの意欲に応え、成長を支えることは新たな分野での価値創造を促し、活気ある職場の実現につながります。また、安全で健康的な職場づくりに取り組むことで、社員が安心して働ける環境を提供します。

人材育成の推進 + 関連情報

DNPグループは、「DNPグループ21世紀ビジョン(P9参照)」にもとづいて人材育成ビジョンを策定しています。社員一人ひとりが専門的な知識と技術を身につけ、自立した個として最大限に役割を果たし、自らの成長と自己実現を図ることを基本方針として掲げ、人材育成および人事労務にかかわる制度や環境を整備し、さまざまな施策を実施しています。

2つの組織体制で進める研修教育

本社研修部と事業部・グループ会社教育委員会の2つの組織が複合的に、DNPグループの研修教育を進めています。

- **本社研修部** 全グループ社員を対象に、主に基礎的な知識・能力の習得を目的として、集合研修、ネットワークラーニング、通信教育などを実施しています。
- **教育委員会** 事業部やグループ会社の研修教育組織で、本社研修部と連携しながら独自のプログラムを作成し、配属社員を対象に、より実務に即した知識や専門的な技術の習得をめざし、OJTをはじめ実務研修、外部セミナーへの参加などを行っています。

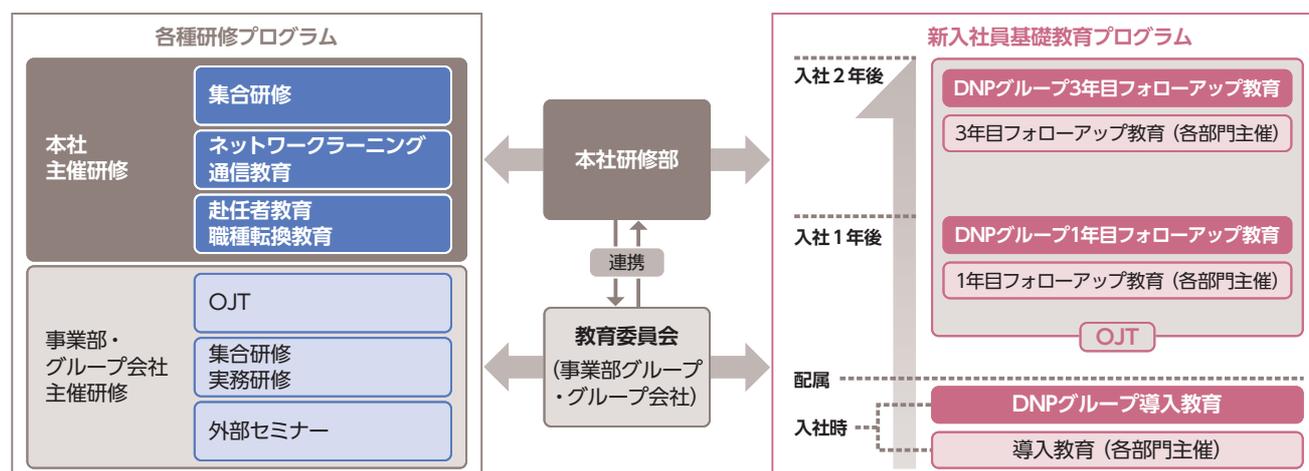
OJT (On-the-Job Training) 職場での実務を通じて行う、社員の教育訓練。

入社後2年間の基礎教育に注力

DNPグループでは入社後の2年間で、社会人、企業人としての基礎、さらに「DNPグループ21世紀ビジョン」を実践できる人材としての基礎を築くうえでも重要な期間であると考えています。そのため、この2年間で基礎教育期間と位置づけ、入社2カ月後、1年後、2年後の時点での目標を設定し、指導、育成に取り組んでいます。

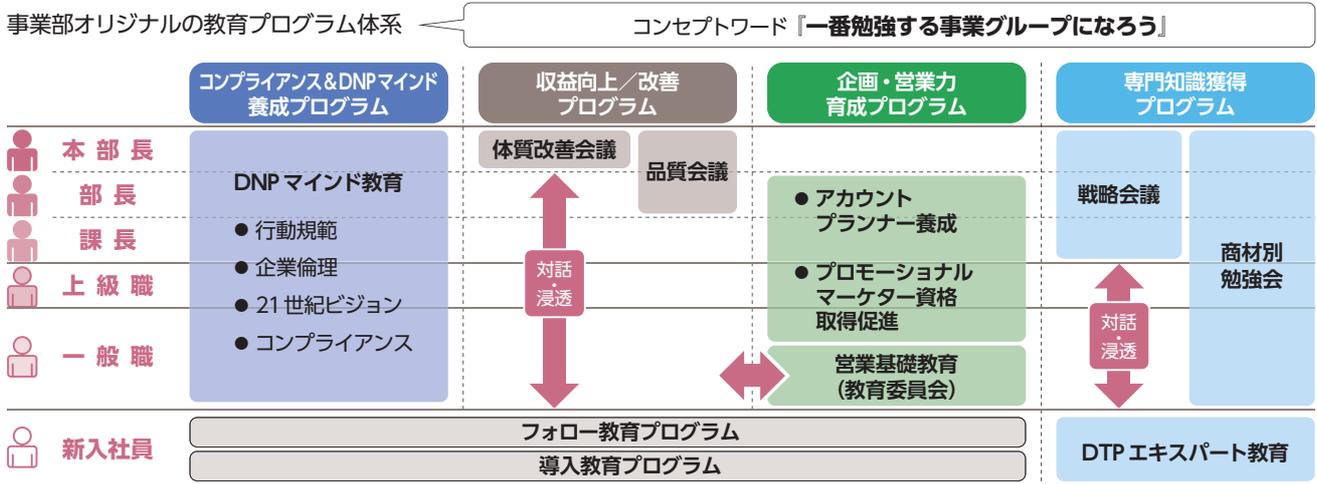
- **集合研修** 入社時の導入教育、入社1年後と2年後のフォローアップ教育があり、それぞれ本社研修部と事業部・グループ会社教育委員会が行います。本社研修部主催では、全社に共通して必要度の高いカリキュラムを行い、事業部・グループ会社では、教育委員会がオリジナルの教育プログラムを作成し、実務に直結したカリキュラムを実施しています。
- **OJT** 新入社員が本配属となる6月から2年間にわたり実施されます。入社後2年間の「育成目標・方針シート」「指導・育成項目リスト」をもとに、配属先の指導員がマンツーマンで指導し、上司をはじめ組織全体で指導員をサポートする態勢をとっています。また、指導員は新入社員から定期的に提出される「業務報告」や「ふりかえりシート」などをもとに常に新入社員と対話し、必要に応じて上司に相談をして指導、育成を行っています。

DNPグループの研修制度・仕組み



事例 情報コミュニケーション関西事業部の取り組み

※ 2010年度より情報コミュニケーション事業部に名称変更



多様なメディア、特にインターネットの登場で、企業はビジネスの革新を余儀なくされ、コミュニケーション戦略のあり方も変化しています。情報コミュニケーション関西事業部は、こうした社会の変化に対応した新たなビジネスモデルの構築、そしてそれを担う“人財”の育成こそが喫緊の課題と考え、事業部として新たな教育体系を整備し人財育成に取り組んでいます。

事業部担当役員コメント

取締役 横溝 彰



社会が大きく変化し、企業はその変化に対応できなければ生き残れません。当事業部も例外ではなく、従来のベーシックメディアに立脚したビジネスモデルから脱却しなければ今後の成長は望めません。いまこそ変革のときであり、そのために勉強が必要なのです。お客様、業界をはじめさまざまな分野に精通して初めて“気づき”が生まれます。気づかなければ、自分たちの変わるべき方向も、お客様になすべき提案もわからない。『一番勉強するグループになろう』を掲げ教育システムを刷新したのも、志を持って自ら変革を生み出す風土づくりをめざしたからです。

また、私たちの財産は人であり、“人財”の育成に私たちの将来がかかっています。だから新入社員教育が何よりも大切なのです。

新入社員のみさんには2009年度から新しく始めた教育プログラムを通じて視野を広げてもらい、世の中をデザインするような人財に育てて欲しいと思います。



● 事業部オリジナルの教育プログラム

事業部グループの全社員が法と社会倫理を遵守し、オープン&フェア&チャレンジを体現できるよう、事業部オリジナルの4つのカテゴリで教育プログラムを構成しています。中でも「アカウントプランナー養成」「プロモーションマーケター資格取得促進」は、営業と企画の両部門を対象に実施。お客様の課題やニーズを把握し、総合的で戦略的なコンサルティングソリューションを提案、実施できる人財の養成をめざすもので、一つの特徴にもなっています。

● 新入社員教育の新たな取り組み

新入社員教育の新体系



本配属時期の延長（従来導入教育後の6月 → 2年目の4月へ）

延長された期間内は、前期・後期で異なる部署に仮配属となり、それぞれでOJTを実施。異分野の業務を経験することで、新入社員の見識を拡げることをめざしました。

教育委員会が主催する月2回の集合研修を1年間にわたり実施

OJT教育のフォローアップを目的に、DNPグループの製品群など基礎的な知識から実務に即したカリキュラムまで、幅広く行いました。

こうした教育を、事業部用にカスタマイズした「新入社員育成計画シート」と3年間の「習得項目チェックリスト」をもとにきめ細かく行い、将来を担う人財の育成につなげています。

グループの活力を高める快適な職場づくり

職場の安全

2008年度は、DNPグループとしての安全衛生推進体制や基本規程を刷新し、研究施設や製造施設を持つすべての部門の安全衛生担当者を対象に、6カ月の研修を通じて「第1次労働災害防止基本計画」に関する重大リスク対策やマネジメント対策の共有化を図るなど、準備を整えました。

2009年度からは、新たに労働災害防止のための3カ年基本計画をスタートさせ、各部門で計画を推進しています。

■ 労働災害防止のための3カ年基本計画の推進

事業部グループ、グループ会社、各事業場のそれぞれで、計画に沿った推進事項と目標を設定し、半年ごとに進捗評価を行い改善する、という活動を一つのサイクルとして1年目の取り組みを終えました。各組織の進捗評価をもとに、半年に1回のDNPグループ安全衛生連絡会議にてグループ全体の評価を行い、進捗の遅れの原因分析や対策を含めた課題を明確にし、重点事項として取り組んでいます。

今後は、各事業場で発生した災害情報をもとに、グループ全体での意見交換をさらに活発に行うなど連携を強化し、リスクを見逃さない職場づくりを通して安全衛生水準の一層の向上をめざしていきます。

3カ年基本計画の進捗状況と今後の取り組み

2009年度の成果

- 3カ年基本計画をグループ全体の一貫した活動として、ほぼ軌道に乗せることができた
- 休業災害度数率の数値目標（2011年に2008年度比61%）達成に向けて目標どおり82%まで低減
- リスクアセスメントによるリスク低減活動を進めた結果、特に機械による災害の割合が大きく低下

2009年度の傾向

- 転落・転倒災害の急増
- 未熟練者による災害多発
- 高齢者の災害の重篤化

2010年度の主な取り組み

- 重大リスク対策の継続
- 新設した「高齢者のための労働災害防止ガイドライン」にもとづく対策推進
- 歩行動線のリスクアセスメント
- 危険体感教育の普及

リスクアセスメント 事業場にある危険性や有害性の特定、リスクの見積り、優先度の設定、リスク低減措置の決定、記録の一連の手順。

労働災害発生率(休業災害度数率)の推移

	DNPグループ	全印刷業	全産業
2006	0.55	1.45	1.90
2007	0.47	1.52	1.83
2008	0.49	0.94	1.75
2009	0.40	1.18	1.62
2011	0.30	DNPグループ目標値	

事例 ③ DNPグループ安全衛生担当者会議より

半年に1回のDNPグループ安全衛生連絡会議を受け、その内容をしっかりと共有するため、実務担当者によるDNPグループ安全衛生担当者会議を別途開催しています。全国約80部門からTV会議参加も含めて150名が集まり、意見交換を行いました。毎回、特徴のある活動や参考になる事例を発表し合い、全体への展開を図っています。



包装事業部グループ:

設備安全化対策の全設備展開
全設備への設備安全化対策の展開について説明し、類似災害防止対策の方針を確認しました。



市谷事業部グループ:

リスクアセスメントの進め方
作業ごとのリスク抽出と作業手順への落とし込みを含めたリスク登録の仕組みについての提案があり、職場の災害リスク管理の方法として推奨されました。

事例 ④ 墜落・転落・転倒災害防止研修会



全国的に事故の型別で最大の要因となっている転倒災害、それに次ぐ墜落・転落災害の防止は、グループ内でも大きな課題です。そこで、中央労働災害防止協会主催の墜落・転落・転倒災害防止研修会に8部門が参加し、対策の強化にあたっています。

2004年からDNPグループの防災対策と、事業継続マネジメント (BCM) の構築を支援してきました。ほとんどの事業拠点の現地診断を行い、地震防災の観点から改善に向けたご提案をいたしました。印刷過程では多くの有機溶剤を扱うため、静電気対策をはじめ業界をリードする火災予防策が実行されています。以前は不十分だった地震対策もリスク認識が高まり、耐震対策などが加速しています。

2009年の強毒性新型インフルエンザ発生に備えた事業継続計画 (BCP) 策定など、DNPでは、本社に設置された中央防災会議と各事業部門が密に連携してBCP策定を推進しています。各事業部門にBCP担当者を置き、自主的な取り組みが行われていることも大変評価できます。今後は、訓練による実行力の向上、セルフチェックや内部監査等による継続的改善が進むことを期待しています。



健康保持増進活動の推進 + 関連情報

DNPグループでは、「DNPグループ健康づくりに関するガイドライン」を健康管理の指針として示し、社員とその家族の健康保持増進を図っています。

2009年度からの3カ年計画「DNPグループ第1次健康保持増進基本計画」をもとに、目標、推進体制、推進事項等を定め、計画的、継続的な活動を進めています。活動の主体は一人ひとりの社員であり、その個別のニーズに応じて健康保持増進を図れるような仕組みの確立を重要視しています。

2009年度の主な活動

目的	DNPグループ社員の「気づきの促進」を図り、社員の意識をさらに健康増進方向へ転換する
DNPグループ共通イベント	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康チャレンジキャンペーン ● 健康づくりイベント・Healthy-D ● ウォーキングイベント
疾病予防継続支援策	全国の健保診療所や社外の医療機関と連携した生活習慣病 (メタボリックシンドローム) やこころの健康づくり等の推進



健康チャレンジキャンペーンの冊子



健康づくりイベント・Healthy-Dの実施会場

不測の事態に備えた体制づくり + 関連情報

■ 事業継続計画 (BCP) の推進

DNPグループでは、2005年より大規模地震をリスクとするBCPの策定を主要事業拠点別に順次進めてきました。現在は、本社や主要事業の拠点など中枢機能が集まる市谷地区にて、新たに首都直下地震を想定した発生直後の対策強化に取り組んでいます。

2009年は新型インフルエンザの発生を受けて、全社で流行拡大、さらに強毒性鳥インフルエンザ発生に備えたBCPの策定にあたりました。まずは本社部門と、社会的供給責任を伴う食品や医療医薬品などのパッケージを製造する包装事業部門が着手し、主要な事業部・グループ会社でも11月までに策定を終了しました。

BCP (Business Continuity Plan) 企業が大規模な災害や新型インフルエンザの発生等、不測の事態においても重要事業を中断させず、中断しても可能な限り短い期間で再開できるように準備し、企業価値の低下から自らを守る経営戦略。

■ 新型インフルエンザ対策

鳥インフルエンザの発生に備えて事前に策定していた「新型インフルエンザ対策要綱」「新型インフルエンザ対策基本計画」にもとづき、2009年4月末に対策本部を設置し、海外拠点を含む全社で取り組みました。常に最新情報の収集に努め、柔軟な対応を検討しながら、決定事項は速やかに社員に周知し実行に移していきました。今回の流行は大事には至りませんでした。日頃の健康管理とリスク管理の重要性を認識する貴重な機会となりました。



ウォーキングイベント受付

社会の一員としての取り組み

DNPグループは、豊かな社会の実現とその持続可能な成長に貢献していくため、事業活動と同様に、さまざまな角度から「DNPらしい」社会貢献活動を展開しています。

DNPグループの社会貢献活動 + 関連情報

DNPグループ行動規範では「企業市民としての社会貢献」を掲げ、社会とともに生きる良き企業市民として、社会のさまざまな課題の解決や文化活動を通じた社会への貢献をうたっています。2007年にはグループの社会貢献活動を推進するため、「DNPグループ社会貢献活動方針」と「5つの活動テーマ」を制定しました。

豊かな社会の実現とその持続可能な成長に貢献するため、DNPグループは“DNPらしい”社会貢献活動を推進しています。

社会貢献活動方針 <http://www.dnp.co.jp/csr/theme10.html>

5つの活動テーマ

- 

自然を愛する心を持って
〈領域：環境保全〉
- 

広い視野を持って
〈領域：地域社会・国際社会への貢献〉
- 

次世代の発展に向けて
〈領域：学術・教育・次世代育成／情報社会の発展〉
- 

こころ豊かな社会をめざして
〈領域：芸術・文化の振興〉
- 

人道的な立場からも
〈領域：人道支援・災害復興支援〉

■ 社員の社会貢献活動の支援

社員が社会貢献活動へ自発的に参画することは、社会にとって有益であるだけでなく、社員個人の人間的な成長や自己実現にもつながるため、DNPグループは、社会貢献活動にかかわる社員の活動を支援しています。2009年度は制度改訂を行い、ボランティア目的で休暇を取得できるようになりました（ライフサポート特別休暇・2010年4月より施行）。



自然を愛する心を持って

環境保全

天然記念物「エヒメアヤメ自生南限地帯」での保護活動

三原工場：DNPオプトマテリアル、DNPプレジジョンデバイス

三原工場がある広島県三原市沼田西には、国の天然記念物で絶滅危惧種の『エヒメアヤメの自生南限地帯』があります。毎年3月に行われる自生地での下草刈りには、地元の保存会とともに三原工場社員も参加しています。2009年は約15名が参加しました。

株に太陽があたり、新芽が出やすくなるよう枯草を刈り取るこの作業は、4月下旬から小さな花を咲かせるエヒメアヤメを保護するうえで、大事な活動の一つとなっています。



エヒメアヤメ (Photo by ymg)



下草刈りの作業風景



広い視野を持って

地域社会

技術・ノウハウを社会に還元

DNPデジタルコム

本業で培った技術・ノウハウを社会に還元する独自のCSR活動「ハチドリの一とすくプロジェクト」を展開しています。その一環で、東京・品川区（DNPデジタルコム所在地）が区民に向けて開設している「品川シルバー大学」に協力し、シニア世代のインターネット活用能力向上のための講座を提供しました。春と秋の計20回の講座には、60代から80代の方40名が参加し、DNP社員の指導で、インターネットの生活に役立つ活用法や、安全な使い方を学びました。



品川区民対象のシニア世代に向けたインターネット講座

インドネシアで工場近隣地域の小学生にノートを寄贈

DNPインドネシア

DNPインドネシアでは、会社が所属するカラワン工業団地自治会の地域支援活動の一環で、毎年近隣に住む小学生にDNPが作成したノートを送っています。2009年は約3万冊のノートを送りました。自治会では中学生への工場見学会の実施、中学生への奨学金寄贈なども行い、地域社会の教育支援を行っています。また、学習意欲があっても金銭面で高校へ通うことができない生徒を対象に、3年間の授業料を全額支援する制度も始めました。



贈呈式

ノートを手にした小学生



次世代の発展に向けて

次世代育成

大学生にDNP社員による印刷関連の講義を提供

C&I事業部、DNPアートコミュニケーションズ

東京家政学院大学において、DNP社員による印刷関連の講義を行っています。内容は「DTP論」「アーカイブ論」で、ペーパーメディアからクロスメディア展開に至る情報表現をはじめ、実習を含めた14回の授業となっています。また、課外授業として、ルーヴル美術館収蔵作品を対象に新しい美術鑑賞体験を提供する「ルーヴル - DNPミュージアムラボ」の見学や、歴史的価値のある書体・秀英体を展示する「秀英体展示室」の見学も実施しています。



講義の様子



「秀英体展示室」の見学会

社会の一員としての取り組み



芸術・文化

こころ豊かな社会をめざして

DNPグループの文化活動 + 関連情報

DNPグループでは文化活動を通じて、多様な価値観を認め合い、想像力豊かで創造的な人びとが増えることをめざしています。そのような人びとがかかわり合うことで、新しい視点や解決策を発見するなどの相乗効果を生み出す「対話する文化」が形成されると考えています。

さまざまな地域や時代のなかで生まれた芸術文化に触れることは、多様な思考や価値観を感受し、理解するための最も有効な方法の一つだと言われます。例えば作品を鑑賞する場合でも、その感動をほかの人と共有したり、思いがけない気づきを得たりすることによって豊かな想像力を育み、自分自身やほかの人との対話を深化させていくことができます。特に、見ることで情報や情感を伝達する視覚芸術は、印刷と深いかかわりを持ち、相互に影響し合ってきました。DNPグループでは、『本業に近いところで息長く』をモットーに、「グラフィックデザインの振興」「アートとの触れ合いの拡大」「感性豊かな人づくり」を中心に、芸術文化の普及を促進していきます。

グラフィックデザインの振興

1986年にDNPの前身「秀英舎」が創業した地・銀座に「ギンザ・グラフィック・ギャラリー (ggg)」を開設。これまでに280回を越える展覧会を開催し、100万人の方々に来場いただきました。時代を映し出す鏡と言われるグラフィックデザインの展示は、見る者を刺激して豊かな想像力を喚起し、トークショーでは、気鋭のグラフィックデザイナーの感性を知る貴重な機会を提供しています。

その後、大阪に「dddギャラリー」、福島に「CCGA 現代グラフィックアートセンター」を開設して地域活動拠点を拡大するとともに、ヨーロッパを中心にグラフィックデザインにかかわる国際的な交流も展開してきました。また、文化財としてのグラフィックデザインを後世に継承するため、アーカイブ活動にも取り組んでいます。これらの文化施設とその運営は、2008年に設立されたDNP文化振興財団に移管され、さらに充実した活動が行われています。

DNP文化振興財団が運営するグラフィックデザインギャラリー



ggg第283回企画展「田中一光ポスター 1953-1979」展 (2010年1～2月)

DNPは、グラフィックデザインから始まり、アート全般にまつわるさまざまな情報を発信しています。展覧会というスタイルを使うこともあれば、Webのようなメディアもあります。それは、豊かな生活をわれわれにもたらすと同時に、新しい時代の認識の仕方や問題意識を呼び起こす契機にもなるものです。人の感性を豊かにするという意味で、デザインは物事を美しく見せる方法ですが、アートは乗り越えな

ければならないこと、気づかなければならないことを人に見せてくれます。さらにそれらを乗り越えるための方法も教えてくれます。そういう意味で、アートは先行きの見えな時代の羅針盤です。DNPがそうしたことを、持続的に社会に提供しているということに対して、エールを送りたいと思います。



アートとの触れ合いの拡大

2006年からフランス・ルーヴル美術館との共同プロジェクト「ルーヴル - DNP ミュージアムラボ」をDNP五反田ビルに設置しています。ルーヴル美術館の所蔵作品を展示するとともに、日仏スタッフが対話を重ね、マルチメディアを活用した新しい鑑賞方法を探求しています。

2003年には、日常生活でのアートとの触れ合い拡大をめざし、銀座に「メゾン・デ・ミュゼ・ド・フランス(MMF)」を開設。フランスのミュージアム情報やアートグッズを提供しています。

またWebマガジン「artscapeアーツケープ」では、日本全国のミュージアムや展覧会情報のほか、研究者や評論家等のさまざまな視点や論点を日本語と英語で配信しています。

感性豊かな人づくり

創発的社会的な主役は、多様な価値観を理解し「対話する文化」を尊重する、一人ひとりの個人です。このための人づくりを、文化活動を通じてDNPグループの社員を起点に実践しています。より多くの感性豊かな社員が、積極的に自分の周囲や地域社会と交流し、「対話する文化」を伝え・育んでいくことは、やがて社会にこれを形成し、創発的社会的な促進するための礎となる、と考えます。

感性豊かな個人が増えることをめざし、「対話する文化」を培うための「機会」や「場」、推進する「人材」を社会に提供しています。

事例 ① ルーヴル美術館で実用化された鑑賞システム

ルーヴル美術館本館での2009年秋の展覧会「ヴェネチアの巨匠たち」展では、「ルーヴル - DNP ミュージアムラボ」で開発・展示された鑑賞システムが導入され、一般公開されました。実際に作品の構図のなかに入り込んだような疑似体験が味わえるなど、作品に対する理解をより深めることができたこと入館者からも好評でした。



ルーヴル美術館に導入されたマルチメディア鑑賞システム

事例 ② 社内拠点へのギャラリートークの中継

DNPが運営するギャラリー gggとdddでは、社会人や学生を対象として展覧会出展作家によるギャラリートークを開催しています。第一線で活躍するデザイナーやアートディレクターの話は、「対話する文化」を養うための機会として非常に有効だと考え、ギャラリートークの様子を大学などの教育機関へ配信するとともに、TV会議システムを通じて、社内の拠点に中継しています。



銀座のギャラリートークを地方拠点にライブ中継
左上:仙台、左下:市谷、右上:五反田、右下:なんば

フェアトレードが盛んな欧州では、フェアトレード原料の調達や商品化に携わっていない企業も、職場のコーヒーや紅茶をフェアトレードに切り替える取り組みが一般的に広がっています。一方、日本のフェアトレード普及率は、フェアトレード認証ラベル推進組織が活動を展開する先進国20カ国中、最下位という状況ですが、DNPは2006年にいち早く社員食堂や来客用のコーヒーにフェアトレードを導

入されました。本格的に取り組んだ日本の企業としては、恐らくDNPが日本初です。職場へのフェアトレードコーヒー導入企業のパイオニアとして、今後ますますその取り組みを拡げていただき、DNPのあとに続く企業が数多く出てくるよう、他の企業にも影響を与えていくような存在になっていただきたいと思います。



人道的な立場からも

人道支援

ハイチ大震災への寄付活動

DNPグループ

2010年1月、カリブ海のハイチ共和国をマグニチュード7.0の大地震が襲い、死者が23万人以上の大きな被害が発生しました。DNPグループは、1月25日から2月10日まで全国51カ所に募金箱を設置して社員から寄付を募り、会社からの同額の寄付金を合わせ1,071,210円を日本赤十字社に寄付しました。社員の募金には、グループ会社での労使共同募金や労働組合による募金も寄せられました。この寄付金は日本赤十字社を通じて、①保健医療活動 ②救援物資 ③給水・衛生活動 ④安否確認活動 ⑤復興活動に役立てられます。



日本赤十字社総務局組織推進部・三井部長に募金を手渡すC&I事業部社員



全国51カ所に募金箱を設置

左上：藤、左下：王子、右上：赤羽、右下：泉崎の様子

10万杯のフェアトレードコーヒーを提供

DNPグループ

2006年から、市谷地区・五反田ビルの社員用カフェや来客用のコーヒーに、フェアトレードコーヒーを導入しています。少しずつ社内での認知度も上がり、2009年度はフェアトレードコーヒーの年間消費量が10万杯にのびりました。また、2010年5月には特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパンが主催する「フェアトレード100万アクションキャンペーン」に賛同し、社員食堂や社員向け売店などでのフェアトレード製品の販売を通じて参加しました。今後も、社内へのアピールを続けるとともに、社外への情報発信を通じてフェアトレードの認知拡大を促進し、開発途上国の生産者を支援していきたいと考えています。



来客フロアで提供しているフェアトレードコーヒー



キャンペーン期間中に食堂で提供されたフェアトレードコーヒーを使ったデザート

フェアトレード 安定的で持続可能な取引を行うことで、開発途上国の生産者を支援する「公正な貿易」の仕組み。



特集：自然共生社会の実現に向けて

55

環境保全と持続可能な社会の実現

マネジメントシステムによる環境管理

57

活動目標・実績一覧

63

低炭素社会の実現に向けて

65

環境汚染物質の削減に向けた取り組み

68

循環型社会の構築に向けて

69

海外拠点での活動 / 第三者審査報告書

75

特集：自然共生社会の実現に向けて

私たち人類は、多様な生物に支えられた生態系から、恩恵を受けています。しかし、その重要性に対する社会の認識は、まだ十分とはいえません。DNPグループは、事業活動の前提に豊かな地球環境があり、それに依存し事業を行っているという認識に立って、生態系保全などへの責任を果たし、持続可能な社会の形成をめざします。

ベトナム・ビンデン省の丘陵地

DNPではベトナム・ビンデン省で王子製紙株式会社、双日株式会社との合弁会社による植林事業を進めています。

生物多様性宣言を制定

自然共生社会の実現に向けた DNPの基本的な考え

2010年は国連が定める「国際生物多様性年」であり、10月には名古屋で生物多様性条約第10回締約国会議（COP10）が開かれます。

DNPグループでは、生物多様性を育む社会づくりに向けて積極的な取り組みを実践していくべく、2010年3月に「DNPグループ生物多様性宣言」を制定しました。

企業活動を行っていくにあたり、常に生物多様性への影響に配慮していくよう努めています。

DNPグループ生物多様性宣言

私たちは、自然の恵みに感謝し、事業活動が生物多様性に影響を与えることを認識して、生物多様性に対する社会的責任を果たすことにより、持続可能な社会の形成に貢献する。

1. 生物多様性保全を企業活動を行っていく上での重要課題のひとつとして捉え、事業計画、研究、企画、開発、設計、製造、販売などすべての事業活動において、生物多様性への影響を配慮する。
2. エネルギーの使用、水資源の利用、原材料の調達、化学物質や廃棄物排出などにおいて生物多様性への影響の評価、把握、分析を行い、その影響の低減に努める。
3. 生物多様性保全活動の環を拡げるため、得意先、サプライヤー、地域社会などのステークホルダーと生物多様性に関する認識を共有し、連携した活動を推進する。
4. すべての社員の生物多様性への理解と認識を高め、生物多様性保全の意識の向上に努める。

DNPグループ環境委員会 2010年3月16日制定

DNPグループが、自然共生社会の実現に向けて、生物多様性の保全を特に重要な課題として捉え、積極的な内容の宣言を行ったことを高く評価したいと思います。これはDNPグループが、紙という森林資源と特に関係の深い事業を行っていることを自覚してのことでしょう。さらに、本業に直結した課題として、間伐材の利用促進やFSC認証紙をお客様に提案するなどして、持続可能な森林管

理に貢献する努力をしています。DNPグループの事業規模を考えれば、非常に大きな貢献となる可能性を秘めています。今後は、こうした活動をどこまで量的に拡げられるかが課題になるでしょう。数値指標を用いた管理を行うなどしてPDCAを回すこと、また宣言のなかにもあるように、すべての事業活動において、全社員、サプライヤーと、広範なステークホルダーを巻き込むことに期待したいと思います。



森林認証紙 + 関連情報

健全な森からの木材・木材製品の流通・調達を推進

DNPグループは、紙の利用にあたっては再生紙の利用だけでなく、いかに持続可能な森林管理に貢献できるか、という視点で調達を推進し、製品の開発に充てるだけでなく、お客様にもご理解いただけるように努めています。すでにグリーン購入の一環として、「森の町内会-間伐に寄与する紙-」の使用をはじめ、間伐材の利用促進にも力を入れています。

DNPグループは、FSC/CoCやPEFC/CoCの認証取得、対象製品の拡販にも取り組んでおり、お客様にも積極的に対象製品の使用を提案しています。また、森林認証された印刷製品を製造する際はその認証基準を遵守し、FSCミックス品に使用される非認証木材が「管理された木材」であることの確認を行っています。

「市谷の森」開発計画

緑地を整備し、さまざまな機能を有する空間を創出

DNPは、1876年(明治9年)秀英舎として創業し、その10年後の1886年、現在の新宿区市谷加賀町に工場を建設、以来120年余にわたり、この地を日本の出版文化を支える拠点としてきました。

DNPグループは、事業ビジョンとして掲げる「P&Iソリューション」をより一層推進し、事業の拡大を図るためにこの地区の再開発計画を行っています。この計画では、地の利を活かし、企画開発、営業の各部門および本社機能などを集約し、既存の市谷工場は、環境にやさしい印刷工場へ進化していきます。そのほか、地域の方々に開かれた体育施設や文化施設などの建設を予定しています。

これら諸施設の周囲に、面積約14,000m²・長さ約500mの大規模緑地「市谷の森」を整備します。「市谷の森」は、東西に長い敷地形状を活かして森の連続性を確保するとともに、沿道部には常緑樹による周辺地域との緩衝帯を形成し、敷地北側には地域在来の樹種を主体に、新緑、紅葉、落葉といった四季の変化を感じる自然な景観を創出します。

また、ヒートアイランドの緩和に貢献するクールスポット、明るく視認性の良い安心安全な樹木配置、さまざまな樹種・樹高の木の混在による生物多様性など地域生態系の質の向上、といったさまざまな機能を有する緑地として整備を行い、周辺地域の憩いの場や交流の場として地域の活性化に寄与する空間を創出する計画です。

この計画は2009年から着手しており、2018年の完成をめざします。

事例 🏠 ヨシ紙の販売



上からヨシ紙製品、ヨシ原の刈り取り作業

大日本商事では、環境配慮製品として大阪淀川・鶴殿ヨシ原のヨシを原料とした「ヨシ紙」を販売しています。ヨシは、土中・水中から多くの窒素・リンなどを吸い上げて、水質を浄化する機能を持ちます。しかし、放置し枯れてしまうと、せっかく吸収した窒素やリンが再び河川に流れ出てしまうため、窒素やリンを吸い上げたヨシを刈り取り、利用することが環境保全に役立ちます。また、鶴殿ヨシ原には多くの生物が生息しており、刈り取りなどヨシ原の状態を維持するために整備を行うことが、生態系を守ることにもつながります。

大日本商事では、ヨシ紙の販売だけでなく、鶴殿ヨシ原の刈り取り作業に社員がボランティアで参加しています。

※ 巻末の「DNPグループ CSR報告書2010 アンケート」用紙に、このヨシ紙を使用しています。



「市谷の森」完成予想イメージパース

マネジメントシステムによる環境管理

実践的マネジメントシステムにもとづき、事業内容、顧客の動向、DNPグループ全社の活動状況をふまえ、方針や目標を設定し、継続的な環境管理を行っています。

DNPグループの環境活動 + 関連情報

DNPグループは、モノづくり企業として、地球環境との共生をたえず考えています。自然の恵みを大切に、自然との共生を図りながら、次世代に引き渡すことは、環境の世紀と言われる21世紀を生きる私たちが、最優先で取り組まなければいけない課題です。

いま、地球のためにできることをしようと、DNPグループ行動規範に「私たちは、恵み豊かな地球を次世代に受け渡していくため、持続可能な社会の構築に貢献します。」と掲げて、一日一日を積み重ねています。

■ 環境管理体制

DNPグループでは、地球環境の保全と資源の有効利用

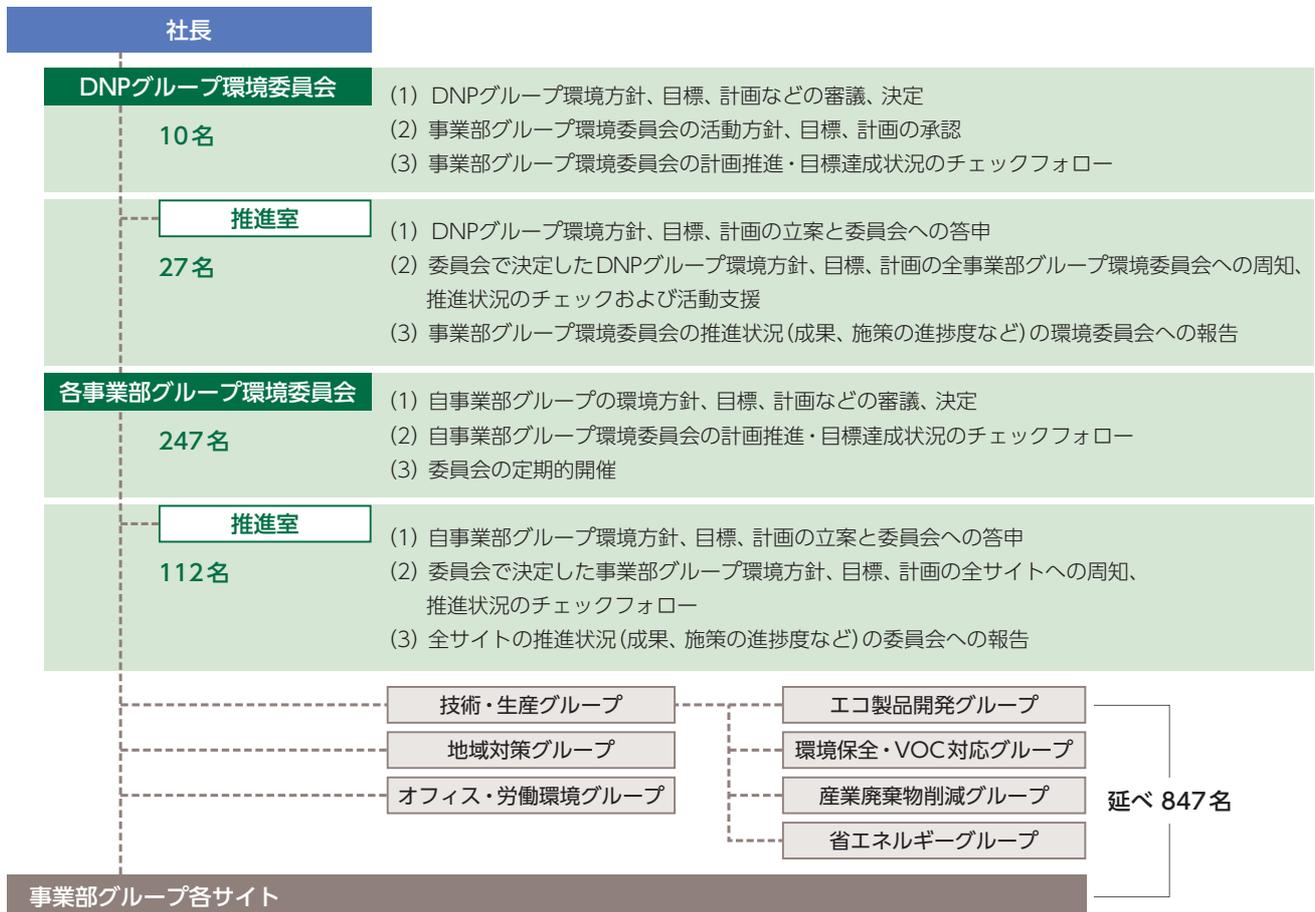
を重要課題と位置づけ、全社をあげて取り組んでいます。

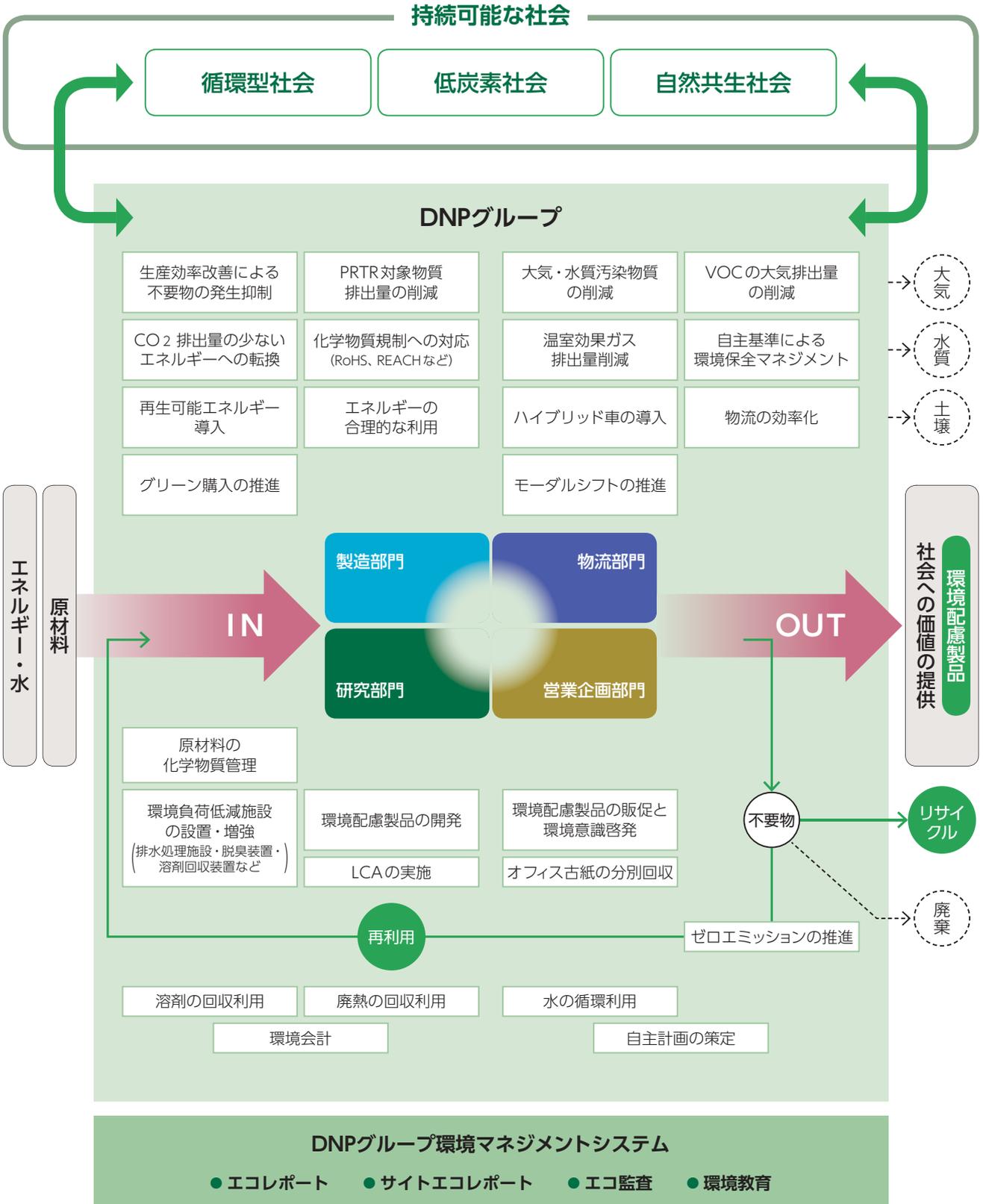
グループ全体を統括する「DNPグループ環境委員会」と事業領域ごとの「各事業部グループ環境委員会」を設け、各委員会にはそれぞれ推進室を置いています。

● **DNPグループ環境委員会** 本社の環境担当役員を委員長として本社基本組織の担当役員によって構成され、グループ全体の環境方針や目標、計画などの審議・決定を行い、計画推進・目標達成状況をチェックしています。

● **各事業部グループ環境委員会** 「DNPグループ環境委員会」での決定事項を、各事業領域ごとの特性をふまえた活動へと展開しています。

DNPグループの環境管理体制





マネジメントシステムによる環境管理

環境マネジメントシステム + 関連情報

ISO 14001が発行される前の1993年に、DNPグループ独自の環境マネジメントシステム (EMS) を構築しました。これは、エコレポートとサイトエコレポートの二つのツールを使用して、半年ごとにPlan-Do-Check-Actionのサイクルを回すEMSで、DNPグループの環境管理活動のベースになっています。

■ エコ監査

このEMSをさらに有効なものにするため、1996年から「エコ監査」を実施しています。監査によって、万一、是正処置が必要となった場合は該当サイトへ「是正処置要求書」を発行し、それに対する回答書はDNPグループ環境委員会での承認を必要としています。

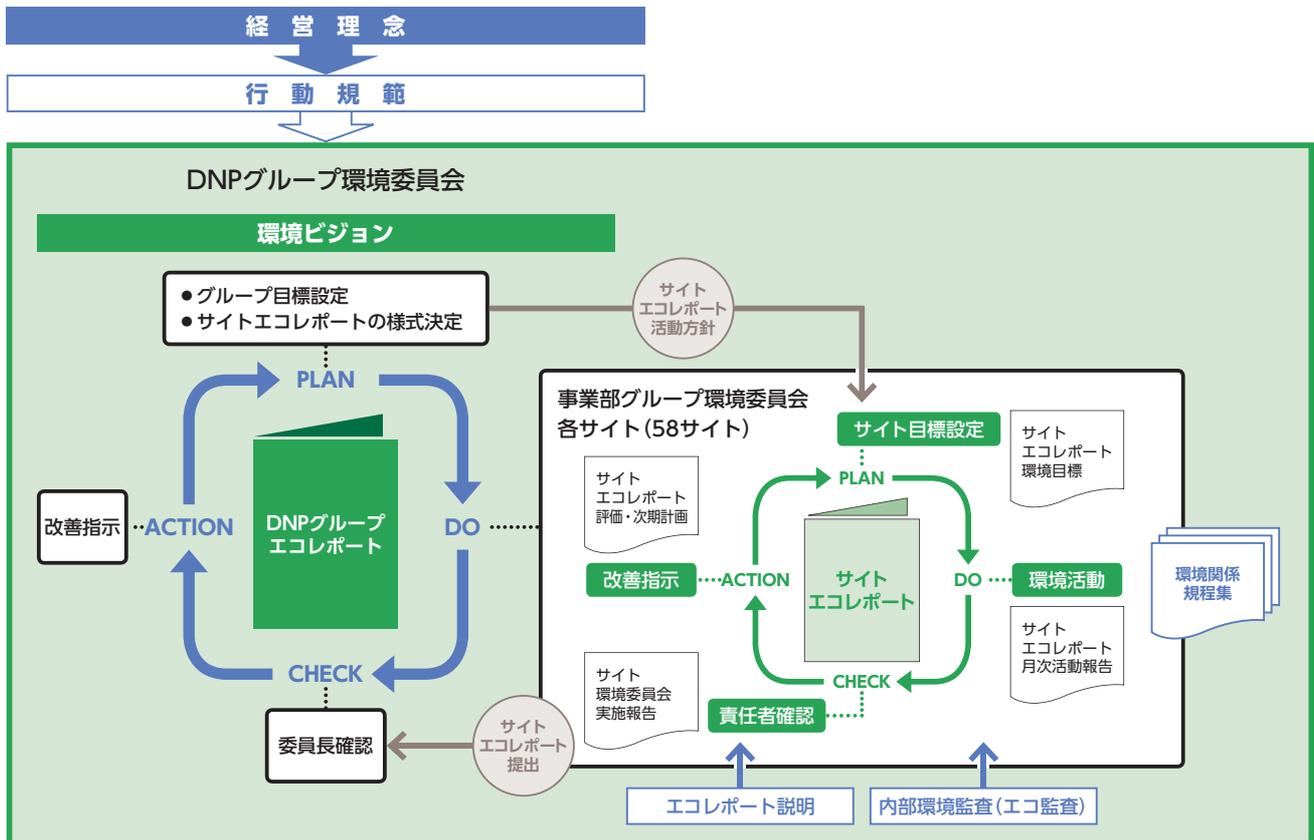
2009年度のエコ監査実績

被監査サイト数：62サイト	延べ監査人数：124名
被監査サイト出席者数：493名	延べ監査時間：291時間

「要改善」の指摘のなかには、特定施設の届出関係の不備など、法令に抵触するものもありましたが、すべての事項について、改善処置が実施されたことを確認しています。

指摘事項の内容を分析し、アクション項目を決定して2010年度の「エコ監査」にてフォローアップを行います。

DNPグループ環境マネジメントシステム概念図



環境リスクマネジメント + 関連情報

■ 環境保全対策

DNPグループでは、環境法規の動向を把握し定期的な「エコレポート」の発行や、「エコ監査」などに取り組むことで法規制に則った行動を確保し、さらに法規制を上回る自主基準（大気、水質、騒音、振動、悪臭）や自主管理ガイド（化学物質管理、土壌汚染対策）を設けて、その遵守に努めています。

DNPグループが生産する製品の製造工程では、多くの化学物質を取り扱っています。そのため、取り扱いに関する「化学物質管理ガイド」を定め、受け入れ施設には防液堤や緊急遮断装置を設置し、貯蔵タンクを二重構造にするなど事故の未然防止に努めています。さらに、想定される緊急事態に備えて非常用資材を設置し、万一の緊急事態発生時にも適切な対応がとれるよう、訓練を実施しています。



貯蔵タンク更新（二重構造、漏えいセンサ設置）



グリストラップ増設

■ 土壌・地下水汚染への対策

DNPグループでは、土壌汚染調査に関するガイドラインを定め土壌調査を実施しています。この調査で土壌汚染が判明した場合は、所轄の都道府県知事に報告して、知事の指導を受け、汚染の除去などの措置を適切に実施するよう定めています。

2009年度は1サイトで揚水浄化処理を継続しているほか、土壌汚染防止の観点から、タンク類の更新や漏えい検査、防液堤の設置などを実施しました。

■ 有害物質（PCB）の保管

現在25サイトで、コンデンサー 214台、トランス11台の合計225台のPCBを保管しています。

これらは、かつて工場内の変電施設で使用していた電力用機器に内蔵されていたものです。各サイトは、専用の保管室や保管容器にて所定の場所に置き、漏えいや紛失のないよう法令に従って厳重に保管しています。今後順次、地域ごとの処理計画に従い、法にもとづいた処理を行ってまいります。

■ 法令遵守の状況

過去3年間に、水質関係4件の基準オーバーなどが発生しました。環境関係で係争中の案件はありませんが、残念ながら近隣の方から騒音や臭気に対する苦情を受けたことがあります。その際には、徹底的に原因を調査して改善し、迅速な対応を行いました。

2009年度は、行政が行った水質検査で基準値超過の指摘を受けましたが、厨房グリストラップの増設等を実施し、基準値遵守に努めています。

また、流量計の故障により敷地外にインキの流出がありました。こちらも監視体制強化等の再発防止策を実施しました。

グリストラップ 厨房からの排水に含まれる生ゴミ、油脂などの汚濁物質を分離収集して直接下水道に流さないように一時溜めておく装置で、業務用厨房への設置が義務づけられている（建設省告示第1597号）。

マネジメントシステムによる環境管理

環境負荷実態

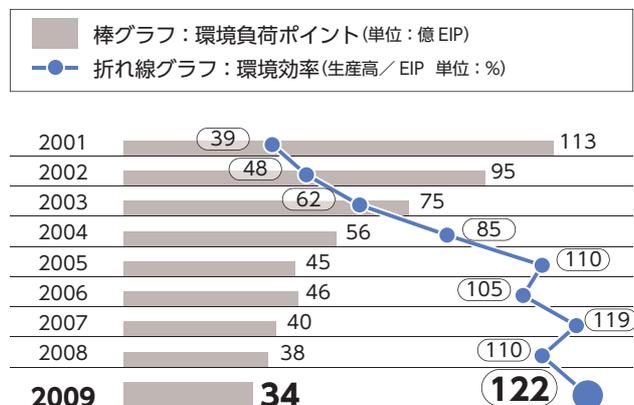
DNPグループでは、紙、フィルム、樹脂、金属(鉄、アルミなど) およびインキを主要原材料として、生活者の日常生活に密着した製品やエレクトロニクス関連製品を製造しています。

- **情報コミュニケーション部門** 主にオフセット印刷で雑誌などを製造しており、紙の投入量が多いのが特徴です。
- **生活・産業部門** グラビア印刷、コーティングおよびラミネート加工などで包装材や住空間マテリアル、産業資材を製造しており、溶剤の使用量が多いという特徴があります。
- **エレクトロニクス部門** エッチング技術やフォトリソグラフィ技術を応用してカラーフィルターやリードフレームを製造しており、洗浄用の水を大量に使用するため、他部門に比べ使用量・排水量とも割合が大きくなっています。

■ DNPグループの環境効率

JEPIXを利用して、DNPグループの環境効率を評価しました。2009年度は2008年度から、温室効果ガス排出量、VOC排出量および埋立廃棄物を削減したため、環境効率は改善しました。

環境効率の推移



JEPIX (Environmental Policy Priorities Index for Japan: 環境政策優先度指数)
 日本で開発された「単一指標環境評価システム」で、総合的環境影響度を環境負荷ポイント (EIP) という単一数値で算定。「文部科学省21世紀COEプロジェクト (国際基督教大学ICU)」の一環として、JEPIX手法を実践するため2003年に設立されたJEPIXフォーラムにDNPも参加。

主要原材料 (単位: 千トン)

	2008	2009	
紙	2,031.7	1,855.6	(8.7%減)
フィルム	126.5	121.7	(3.8%減)
樹脂	87.8	93.1	(6.0%増)
金属	48.5	43.5	(10.3%減)
インキ	53.4	51.0	(4.5%減)
その他	139.3	117.7	(15.5%減)

紙の部門別構成比 (単位: %)

2008	77	11	12
	a	b	d
2009	77	11	12

主要副資材 (単位: 千トン)

	2008	2009	
溶剤	23.2	21.2	(8.6%減)
酸・アルカリ	19.9	14.8	(25.6%減)

溶剤の部門別構成比 (単位: %)

2008	1	90	9
	a	b	d
2009		90	10

ユーティリティ

	2008	2009	
電気 (千kWh)	1,392,700	1,356,700	(2.6%減)
都市ガス (千m ³)	127,600	115,700	(9.3%減)
LNG (千kg)	11,100	13,800	(24.3%増)
LPG (千kg)	9,900	6,800	(31.3%減)
重油 (kℓ)	6,100	3,200	(47.5%減)
蒸気 (TJ)	390	436	(11.5%増)
灯油 (kℓ)	850	710	(16.5%減)
水 (千m ³)	15,900	16,100	(1.3%増)

水の部門別構成比 (単位: %)

2008	8	15	65	12
	a	b	c	d
2009	7	13	68	12

製品製造プロセス



DNPグループ内部での循環的利用実態

	2008	2009
溶剤再生利用量(千トン)	5.3	4.8
利用率 ※ 1	1.23	1.22
酸・アルカリ再生利用量(千トン)	6.0	3.4
利用率	1.30	1.24
水循環利用量(千m ³)	527,500	530,600
利用率	33.2	34.0
廃熱利用による蒸気発生量(トン)	183,100	178,700

※ 1 利用率 [(投入量 + 再生・循環利用量) ÷ 投入量] で算出し、インキ中の溶剤分は含めていません。

※ 2 GHG 温室効果ガス(Green House Gases)。

※ 3 対象は水質汚濁防止法の適用を受ける排水経路。

大気への排出量

	2008	2009
GHG ※ 2 排出量(千トン-CO ₂)	912	896 (1.8%減)
NOx 排出量(トン)	735	673 (8.4%減)
SOx 排出量(トン)	16	12 (25%減)
VOC 大気排出量(トン)	10,570	9,011 (14.7%減)

GHG 排出量の部門別構成比(単位: %)

2008	22 a	36 b	32 c	10 d
2009	22	34	34	10

水域への排出量

	2008	2009
排水量(千m ³)	13,100	13,600 (3.8%増)
COD 排出量(トン)	45.4	51.4 (13.2%増)
窒素排出量(トン) ※ 3	13.2	16.2 (22.7%増)
燐排出量(トン)	0.7	1.7 (143%増)

排水量の部門別構成比(単位: %)

2008	6 a	13 b	70 c	11 d
2009	5	12	72	11

不要物等の発生量 (単位: 千トン)

	2008	2009
不要物総発生量	410.6	375.7 (8.5%減)
廃棄物排出量	70.6	62.7 (11.2%減)
最終処分場利用量	5.5	4.2 (23.6%減)

不要物総発生量の部門別構成比(単位: %)

2008	44 a	26 b	19 c	11 d
2009	44	27	17	12

活動目標・実績一覧

テーマ	参照ページ	2010年度までの目標
温暖化防止	P 65 - 66	温室効果ガス排出量を2005年度比10%削減(2020年度)。
		CO ₂ 排出量原単位を1990年度比15%削減(2010年度)。
輸送環境負荷削減	P 67	輸送用燃料使用量原単位を毎年1%削減し、2010年度までに2006年度比4%削減。
VOC	P 68	すべての揮発性有機化合物の大気排出量を2010年度までにDNPグループ全体で2002年度比70%削減。
産業廃棄物削減	P 69	廃棄物排出量原単位(廃棄物排出量/生産高)を2000年度比50%削減(2010年度)。
		不要物発生率(不要物発生量/材料投入量)を全サイトで毎年3%改善し、2000年度比35%削減(2010年度)。
		リサイクル率(リサイクル量/不要物総発生量)を主要原材料に起因する不要物の処理において98%達成(2010年度)。
		ゼロエミッションをDNPグループ全体で達成(2010年度)。
環境配慮製品の開発・販売	P 71 - 72	環境配慮製品の売上高を毎年度対前年度比10%アップし、3,000億円を達成(2010年度)。
グリーン購入	P 74	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40%までアップ(2010年度)。
		一般資材(事務用品・備品等)購入総額に占めるエコマークなど環境ラベル認定品の購入比率を50%までアップ(2010年度)。
環境保全	P 60	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。
		排水規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持。
		敷地境界における最大臭気を規制基準の70%以下に維持。
		敷地境界における最大騒音レベルを規制基準の95%以下に維持。
		敷地境界における最大振動レベルを規制基準の95%以下に維持。
オフィス環境	P 70	古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上とする。
環境マネジメントシステム	P 59	全サイトでエコ監査を実施。

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

2009年度実績		評価
2005年度排出量 1,066千トン	2005年度比 15.9%削減	◎
2009年度排出量 896千トン		
1990年度原単位 252トン/億円	1990年度比 2.0%削減	△
2009年度原単位 247トン/億円		
2006年度原単位 2.15k0/億円	2006年度比 23.2%削減	◎
2009年度原単位 1.65k0/億円		
2002年度排出量 21,312トン	2002年度比 57.7%削減	△
2009年度排出量 9,011トン		
2000年度原単位 0.312トン/百万円	2000年度比 51.6%削減	◎
2009年度原単位 0.151トン/百万円		
2000年度不要物発生率 17.7%	2000年度比22.6%削減	△
2009年度不要物発生率 13.7%		
2008年度リサイクル率 紙：99.8%、廃プラスチック：95.9%、金属くず：99.3%、ガラスくず：65.1%		○
2009年度リサイクル率 紙：99.8%、廃プラスチック：96.4%、金属くず：99.3%、ガラスくず：61.6%		
2008年度最終処分場利用率 1.3%		△
2009年度最終処分場利用率 1.1%		
2008年度売上高 3,081億円	2008年度比 1.3%増加	○
2009年度売上高 3,121億円		
2008年度グリーン材料購入比率 42.5%		○
2009年度グリーン材料購入比率 41.5%		
2008年度グリーン資材購入比率 48.2%		◎
2009年度グリーン資材購入比率 51.2%		
2009年度目標(自主基準)達成率 95%		○
2009年度目標(自主基準)達成率 96%		○
2009年度目標(自主基準)達成率 93%		○
2009年度目標(自主基準)達成率 73%		△
2009年度目標(自主基準)達成率 100%		○
2009年度古紙分別回収率 84.8%		◎
2009年度全サイトで実施		○

低炭素社会の実現に向けて

かけがえのない地球環境を守っていこうと、世界各国で人々の叡智と努力による地球温暖化防止対策が進められています。DNPグループにおいても、重要テーマの一つとして、企画、設計、購買、製造、物流など事業活動のあらゆる場面で、温室効果ガスの排出削減に取り組んでいます。

温室効果ガスの削減

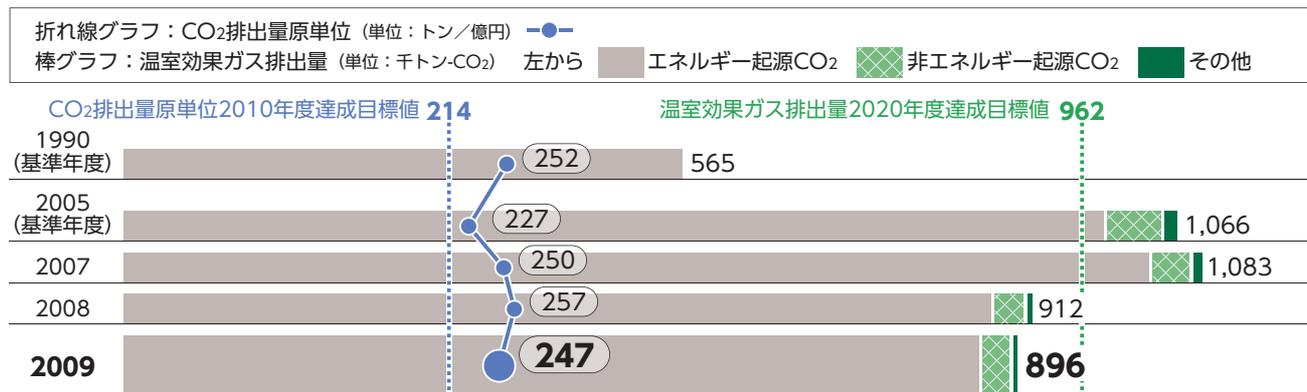
■ 温室効果ガスとCO₂排出量原単位

2009年度のDNPグループ全体の温室効果ガス排出量はCO₂換算で89万6,000トンでした。エネルギー起源CO₂が86万5,000トン、非エネルギー起源CO₂は2万7,000トン、以下CO₂換算でメタン30トン、一酸化二窒素630トンでした。ハイドロフルオロカーボン類(HFC)、パーフルオロカーボン類(PFC)および六ふっ化硫黄(SF₆)の排出はありませんでした。このほかに、輸送に伴うCO₂が3,200トンでした。

また、CO₂排出量原単位は247トン/億円で、1990年度比2.0%の改善でした。

主に、空調・動力の省エネ、燃料転換、製造ラインの運用改善、コジェネの効率的運転などに取り組み、CO₂排出量削減に努めました。2010年度も引き続き、CO₂排出の少ない燃料への転換を進め、インバーター機器などの省エネ設備の導入、生産効率の向上に積極的に取り組んでいきます。

温室効果ガス排出量とCO₂排出量原単位



温室効果ガス排出量 工場での電気の使用、燃料の使用・燃焼、廃棄物の焼却、HFC・PFC・SF₆の大気放出およびDNPロジスティクス所有トラックの燃料の使用・走行から排出される温室効果ガスを、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル Ver.2.1」(H19.6.29.環境省・経済産業省)等に従い算出。ただし、2009年度の算出に用いた係数は「改正温暖化対策法」(H22.3.31)の数値を使用。2008年度および2009年度の電気の排出係数は、H21.12.28.環境省公表の2008年度の係数(調整後)、その他の年は電力会社が環境報告書等で公表した値を用い、排出量はすべてCO₂に換算。また、M&Aによる集計範囲の変化に対し、「事業者からの温室効果ガス排出量 算定方法ガイドライン(試案 ver 1.6)」(H17.7.28.一部改訂 環境省)に従い、基準年等の温室効果ガス排出量を再計算。

CO₂排出量原単位 エネルギー使用により工場等から直接排出するCO₂を生産高で除した値。生産高は事業活動量を示し、付加価値額を直接排出にかかるエネルギー量と間接排出にかかるエネルギー量の比率で按分した直接分。

事例 情報コミュニケーション事業部 赤羽工場の取り組み



赤羽工場は、2010年2月、関東経済産業局長賞「エネルギー管理優良事業者」の表彰を受けました。運転効率の低下した吸収式冷凍機を最新鋭の高効率電動チラーに更新することで、熱負荷変動にも柔軟に対応できるシステムを構築し、省エネ、省コストを実現したことが評価されました。

また、自然エネルギー使用の契約を供給会社と締結し、生産工程における電力の一部を自然エネルギーでまかない、地球温暖化防止に取り組んでいます。

社員コメント

情報コミュニケーション事業部
CSR本部環境推進室長
藤本 洋



情報コミュニケーション事業部はオフセット印刷を用いて、主にカタログやチラシ、ダイレクトメールなどを製作しています。これらの工程では電気や都市ガスを使用していますが、エネルギーの見える化によるロスの発掘→対策実行、さらに、高効率な設備への更新等、省エネ活動に取り組んでいます。

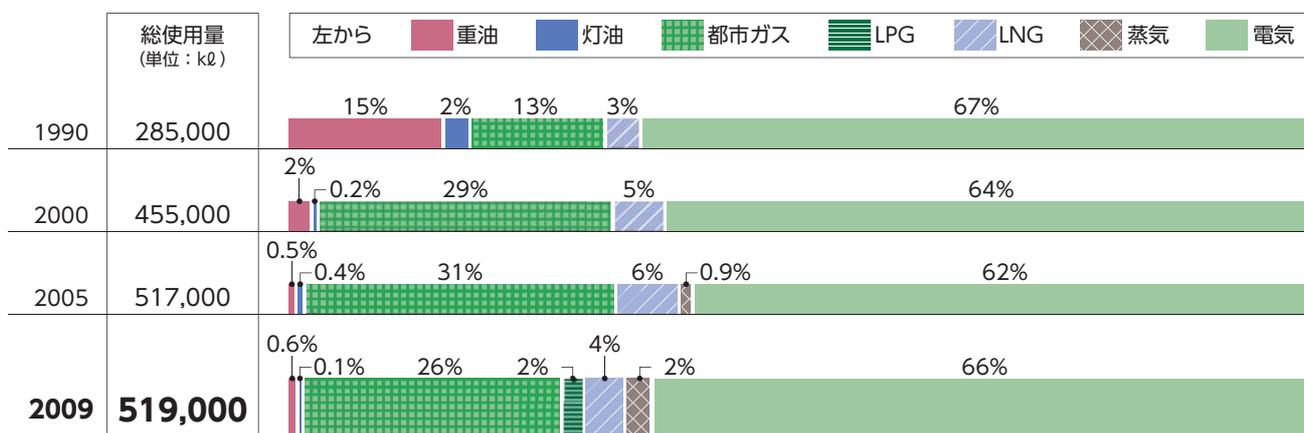
※ 2010年4月より、商印事業部は情報コミュニケーション事業部となりました。

CO₂ 排出の少ない燃料への転換

DNPグループでは、二酸化炭素(CO₂)などの温室効果ガスを削減するため、CO₂排出の少ない燃料への転換を進めています。

1990年以前より、CO₂排出の多い重油や灯油といった石油燃料から、CO₂排出の少ない都市ガスやLPG（液化石油ガス）へと燃料転換を図ってきました。引き続きさらにCO₂排出の少ない燃料への転換を進めていく予定です。

燃料構成の変化



事例 DNPアイ・エム・エス 滋賀工場の取り組み



ガスメーター

私たち滋賀工場は、琵琶湖の南東部に位置し、鈴鹿山脈と信楽高原の山々に囲まれ恵まれた自然環境に立地し、主に溶融型のインクリボンを製造しています。2009年12月に温暖化対策の一環としてA重油から都市ガスへの燃料転換を実施しました。これにより年間約600トンのCO₂が削減できると試算しています。また、ガス化により酸性雨の原因物質である硫酸化物の排出は“ゼロ”になり、自然環境保護にも寄与することができます。これからも無駄の排除、省エネルギーなどの活動をするにより、温暖化防止を推進していきます。

社員コメント

DNPアイ・エム・エス
滋賀工場
工場付 新出 博保



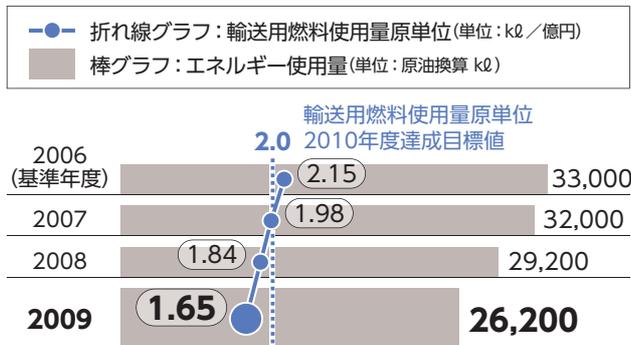
私たち滋賀工場は、2007年12月にDNPグループの一員となりました。DNPグループのCO₂排出削減計画を知り、また、世界的な地球温暖化問題に対応するため、早急に燃料転換を推進することが使命となり、計画の前倒しと全体工程の短縮に苦勞をしました。これからも滋賀工場一丸となって省エネルギー活動を通じ、CO₂削減に努めてまいります。

低炭素社会の実現に向けて

■ 輸送時の取り組み

2009年度のDNPグループの荷主としての輸送量は3億9,200万トンキロ、エネルギー使用量2万6,200kℓ（原油換算）、CO₂排出量6万5,800トンでした。輸送用燃料使

エネルギー使用量と輸送用燃料使用量原単位



用量原単位（エネルギー使用量/売上高）は、1.65kℓ/億円で、2008年度比10.3%削減することができました。

物流における環境負荷低減に向けて、引き続き、配車や輸送ルートに適正化、デジタルタコメーター導入による効率化、アイドリングストップ、鉄道輸送へのモーダルシフト、ハイブリッドカーの導入などを進めていきます。

■ オフィスや家庭での温暖化対策

DNPグループでは、2005年度からオフィスや家庭でのCO₂削減活動にも取り組んでいます。2009年度は、世界各地の街で、同日・同時刻に電気を消して、“地球温暖化防止への思い”を一つにする世界自然保護基金（WWF）主催の「Earth Hour（アースアワー）」と、環境省が主催する「CO₂削減/ライトダウンキャンペーン」のそれぞれに7施設が参加しました。

事例 DNPロジスティクスの取り組み



デジタルタコメーター装着車

DNPグループの物流の大部分を担う私たちは、環境に配慮した輸送事業を推進しています。鉄道貨物輸送へのモーダルシフト、デジタルタコメーターを活用した省燃費走行、アイドリングストップの励行、自動配車支援システムによる運行経路短縮などによりCO₂の排出量削減を実践しています。今期は前年同期で10%減を目標にしています。また、営業車両も順次ハイブリッド車に移行し、温室効果ガ

ス抑制を対象とした地球温暖化防止対策を強化していきます。

社員コメント

DNPロジスティクス 企画室長 平部 友厚



私たちはDNPグループの物流の要として、輸送面からの省エネルギーに取り組んでいます。CO₂の排出量削減はもちろんのこと、物流業務で生じるストレッチフィルム・木製パレット・梱包材等副資材の使用を極力削減すると同時に梱包形態の見直しを図り、これからも効率的な配送に努めてまいります。

事例 DNP五反田ビルの取り組み

「全館ショールーム」のソリューションビジネス拠点として2006年9月にオープンしました。日照負荷削減の電動ブラインド・複合ガラス・アルミ格子外装、さらに深夜電力を利用した蓄熱システム、人感センサーによる照明制御、高効率電気設備機器の採用等、電力ロス削減によるCO₂削減などで環境に配慮した省エネ設計ビルとなっています。

社員コメント

DNPファシリティサービス
執行役員
オフィス管理部長兼五反田事業所長
田中 和夫



日々の節電や省エネ活動を通して、地球温暖化防止の重要性を訴えるため、WWF（世界自然保護基金）の「Earth Hour 2010」に参加し、五反田ビルの屋外サインを終日消灯しました。この取り組みを通して、ステークホルダーに



左は点灯時、右が消灯時

地球温暖化防止の取り組みをアピールするとともに、環境保全活動に対してDNPグループ員として新たな意欲が芽生えてきました。

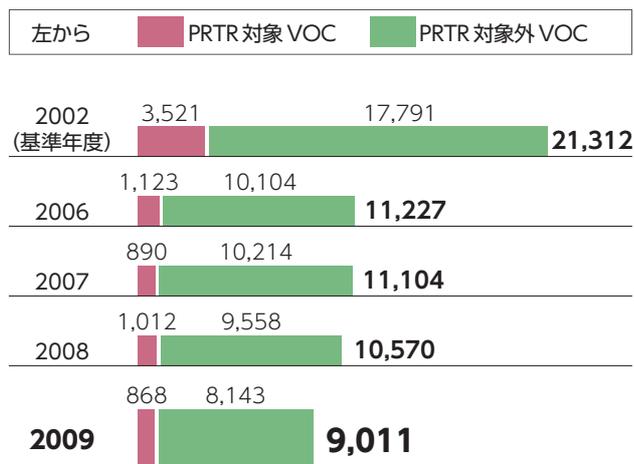
環境汚染物質の削減に向けた取り組み

DNPグループは、モノづくり企業として地球環境との共生をたえず考えています。美しい地球を次世代に受け渡していくために、地球環境を破壊したり汚染することのないよう、環境保全や環境汚染物質の削減に取り組んでいます。

VOC大気排出量の削減

印刷工程ではトルエンなどのVOC(揮発性有機化合物)を含むインキや溶剤、接着剤、洗浄剤などを使用しており、DNPグループでは「大気汚染防止法」のVOC排出濃度規制への対応だけでなく、排出総量の削減にも取り組んでいます。より環境負荷の少ない代替品への転換、VOC処理装置や回収装置の設置などを実施し、2009年度のVOC大気排出量は、基準年度である2002年度に対し57.7%削減し、9,011トンとなりました。

VOC大気排出量推移 (単位:トン)



大気汚染物質の削減 + 関連情報

大気汚染物質には、「大気汚染防止法」で定められた有害大気汚染物質やオゾン層破壊物質、硫黄酸化物(SO_x)、窒素酸化物(NO_x)、その他に、揮発性有機化合物(VOC)などがあります。これらの物質は、光化学スモッグの発生原因やオゾン層の破壊など、健康や地球環境に影響を与えます。DNPグループでは、これらの排出量の把握と削減に努めています。

水質汚染物質の削減 + 関連情報

生産工程や食堂からの排水については、浄化槽や排水処理装置などによる無害化や汚濁負荷量の低減処理を行っています。2009年度も、排水処理装置のろ過膜や吸着剤などの交換や、厨房の排水改善、雨排水に混じる有機物の削減対策などを実施しましたが、COD、窒素、磷ともに排出量が増加しました。

■ COD 化学的酸素要求量 (Chemical Oxygen Demand)。

PRTR化学物質一覧 + 関連情報

主な大気汚染物質の削減対策例と実績

物質名	用途・発生源	対策例	実績
ジクロロメタン	印刷工程の洗浄	水洗浄への切り替え	2001年度排出量(53トン)より94.0%削減 2009年度大気排出量: 3.2トン
ダイオキシン類	廃棄物の焼却	燃焼管理が難しい小型焼却炉の全廃	大型廃熱回収焼却炉 6台稼働中(2002年規制対応) 2009年度大気排出量: 1.2mg-TEQ
代替フロン物質 HCFC-141b (1,1-ジクロロ-1-フルオロエタン)	洗浄剤に使用	代替化を推進	2008年度より42.9%削減 2009年度大気排出量: 2.8トン
硫黄酸化物 (SO _x)	硫黄分を含む重油や灯油などの燃料	ボイラーの廃止	2008年度より25%削減 2009年度大気排出量: 12.0トン ※ 2008年度からより精度の高い計算方法にて排出量を算出
窒素酸化物 (NO _x)	燃料の燃焼	低NO _x バーナー導入	2008年度より8.4%削減 2009年度大気排出量: 673トン

循環型社会の構築に向けて

環境負荷の低減を実効性あるものとするために、「DNPグループグリーン購入方針」にもとづき原材料の選定や購入を行い、また製造工程上の不要物の削減と有効利用に取り組んでいます。環境に配慮した製品の要望が増えるなか、リサイクルしやすい意匠や機能の開発、バイオマス素材の活用など、DNPが参画した製品が次々と世の中に広がっています。

資源の循環利用 + 関連情報

■ 製造工程の不要物削減と循環利用

循環型社会の構築に貢献するため、「資源生産性の向上」と「不要物の再利用の推進」に取り組んでいます。これは、製造工程に投入する原材料をムダなく使うことを大前提に、それでも発生する不要物をできるだけ再資源化することにより、限りある資源を有効に使おうというものです。

資源生産性の指標には、廃棄物排出量原単位（廃棄物排出量（E + F）/生産高）、不要物発生率（不要物発生量/材料投入量）を採用し、「モノづくり21活動」と一体で取り組んでいます。2009年度の廃棄物排出量原単位は0.151t/百万円で、2008年度の0.169t/百万円から改善

しました。これは主に、有価物化を進めたことにより廃棄物排出量が減少したためです。一方、不要物発生率は13.7%で、小ロット化などにより2008年度の13.4%から悪化しました。

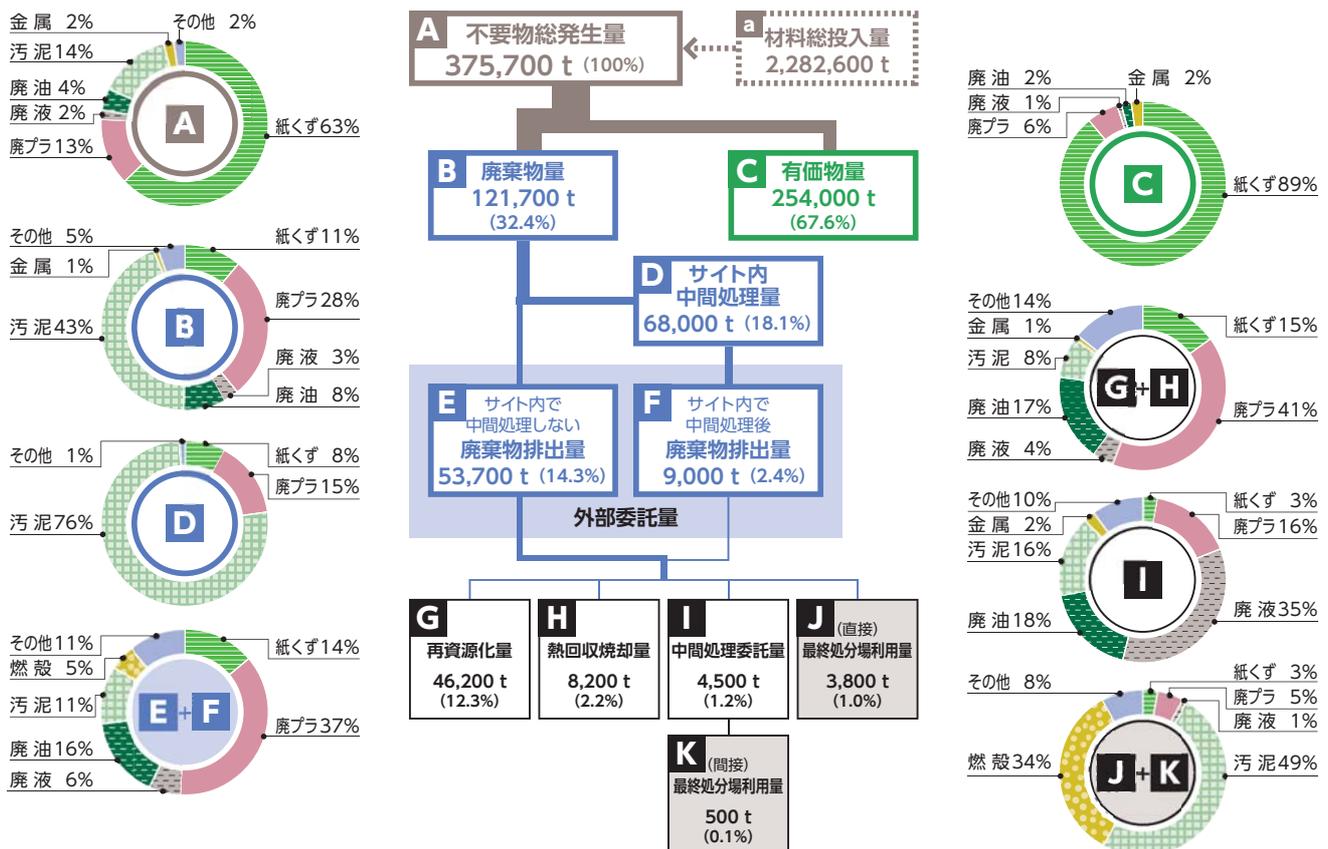
不要物再利用推進の指標は、リサイクル率とゼロエミッションを採用しています。ゼロエミッションとは、最終処分場利用量（J + K）/不要物総発生量（A）を0.5%以下にする取り組みで、グループ全体では1.1%ですが、全58サイトのうち45サイトで達成しています。一方、リサイクル率は、廃プラスチック（96.4%）とガラスくず（61.6%）が低いものの全体では99.2%となっています。

生産高 事業活動量を示し、付加価値額を使用。

不要物発生量 不要物総発生量から、エレクトロニクス部門およびDNPデータテクノにおける主要原材料以外に起因する不要物を除いた量。

リサイクル率 主要原材料（紙、プラスチック、金属、ガラス）に起因する不要物処理を有効利用した割合〔（C + G + H）/ a〕。ただし、紙、プラスチックは、サイト内中間処理施設（廃熱回収焼却炉）による減容量量（D - F）を有用利用量に加算。

廃棄物発生量の内訳図

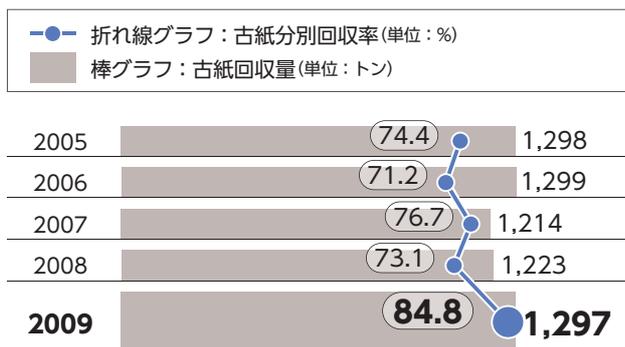


■ オフィスでの古紙回収

オフィスから発生する紙の分別回収に取り組んでいます。2009年度の古紙分別回収率は84.8%で、目標の達成を維持しています。

DNPグループでは従来、事業においてかかわりの深い「紙」の分別回収とその集計を行っており、2009年度の集計サイト数は、32件となっています。

古紙回収状況の推移



社員コメント

DNPファインエレクトロニクス
製造第2本部製造第1課第1課3係
係長 桑折 雅宏



フォトマスクやリードフレームなどを製造している上福岡工場は、2004年3月にISO 14001を認証取得し、「ゼロエミッション」を達成しています。しかし、エッチング工程から排出される塩化鉄廃液や汚泥が廃棄物の約9割を占め、その削減が大きな課題でした。3年前に専任担当者を製造部門に置き、活動を強力に推進してきました。塩化鉄廃液にはエッチング処理する基材により銅系と鉄系の2種類ありますが、排出時点で完全に分別することにより、銅系について有価物化を実現できました。2009年4月からは売却先を増やし、銅系の塩化鉄廃液をすべて有価物化することで、廃棄物の大幅な削減ができました。この結果、2008年度に比べ排出量原単位を34%改善しました。今後は、鉄系の塩化鉄廃液の有価物化を進めるとともに、汚泥の排出量削減にも取り組み、資源の有効利用とコストダウンを併せて実現できればと思います。

■ 水の循環利用

大量の水を必要とする製品の洗浄や製造装置の加熱・冷却、建物の空調などについては、多くの工場で水を流せず繰り返し使用するクローズドシステムの利用を進め、水資源保護に努めています。2009年度の水の循環利用量は、5億3,060万m³でした。これは、水使用量の33倍に相当します。

また、オフィスビルなどでは、雨水の有効利用を行っており、2009年度は10,200m³の雨水を、トイレや緑地の散水に利用しています。

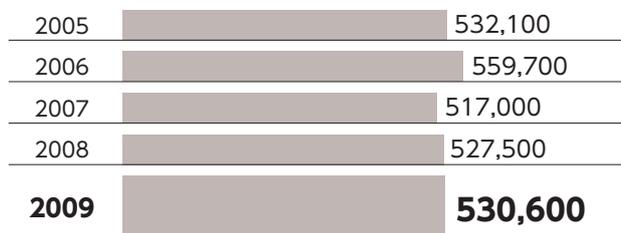
循環利用量 クローズド循環システム内の熱交換器や洗浄装置を通過する1年間の水の流量を集計したものの。

水のインプット・アウトプット量

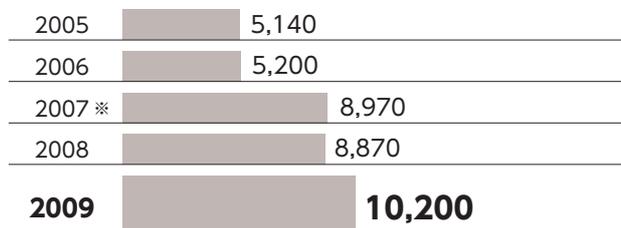


※ 製品に消費しているのは、北海道コカ・コーラボトリングとDNPファインケミカルです。

工場用水の循環利用量の推移 (単位: 千m³)



雨水利用量の推移 (単位: m³)



※ 2007年度より五反田ビルの雨水利用開始。

循環型社会の構築に向けて

環境に配慮した製品の提供

■ 環境配慮製品の開発・販売

DNPグループでは、製品のライフサイクルを通じて、環境負荷を低減するという視点から「環境配慮製品の開発指針」を定め、設計段階から環境に配慮した製品づくりを行っています。

2009年度の環境配慮製品の販売額は、3,121億円（2008年度3,081億円）でした。ディスプレイ用光学フィルムや非石油系インキを使用した印刷物などの販売が伸びました。

ライフサイクル 製品を消費またはサービスの提供を受けるとき、地球からの資源採取に始まり、製造、輸送、使用およびすべての廃棄物が地球に戻る時点に至るまでのあらゆる活動。

DNPの環境配慮製品の開発指針

① 環境汚染物質の削減

オゾン層破壊物質、重金属、有機系塩素化合物の排除、窒素酸化物などの物質の環境中への放出の抑制

② 省資源・省エネルギー

金属資源や化石燃料の使用を抑制省エネルギー化した製品・システム

③ 持続可能な資源採取

天然資源の持続可能な活用

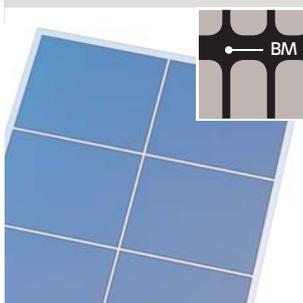
④ 長期使用が可能

修理や部品交換の容易さ、保守・修理サービス期間の長さ、機能拡張性などを考慮

事例

樹脂膜BM カラーフィルター

従来の重金属を用いたブラックマトリックス (BM) を樹脂膜にした液晶カラーフィルターです。この製品の開発により、環境負荷の低減とコストダウンを実現しています。



エルボーパウチ

開けやすさ、注ぎやすさを向上させた詰め替え用パウチ。本体ボトルの省資源に役立ち、詰め替え後は、減容化できます。



HI-CUP

本体の紙カップとスリーブ状の外装紙からなる紙製の二重構造の断熱カップです。使用後に減容化でき、再生紙の利用も可能です。

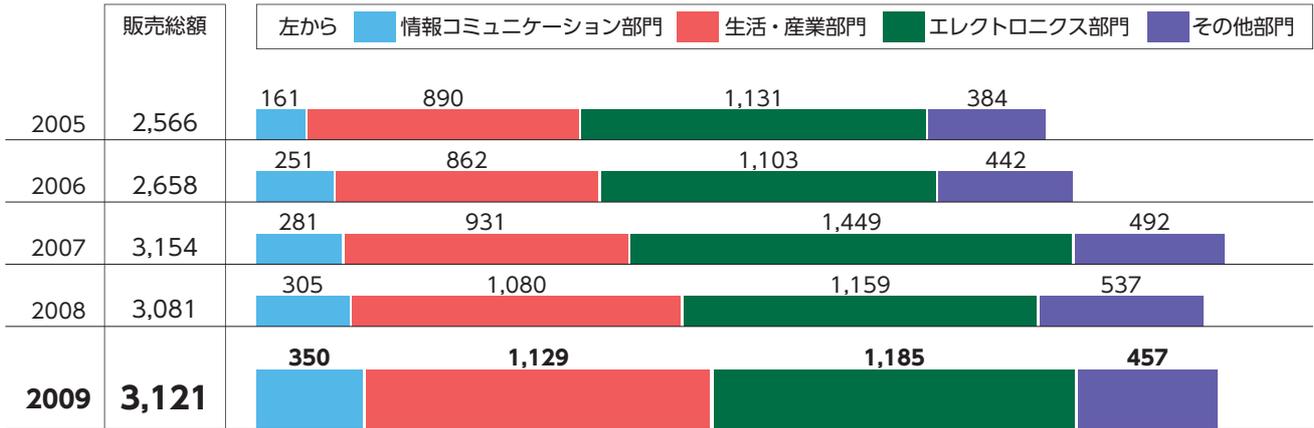


サフマーレ

「健康」「清潔」「安全」などの要求に即応した空間づくりを可能にする「オレフィンベース」の造作・建具用オリジナル化粧シートです。



環境配慮製品販売額の推移 (単位: 億円)



⑤ 再使用可能

部位・部品などの場合、分解、洗浄、再充填などを考慮、購入者が容易に利用できる回収・再使用システムの確立

⑥ リサイクル可能

製品がリサイクルしやすい素材を使用しているか、素材ごとに分離・分解・分別が容易な設計がされているか、購入者が容易に利用できる回収・リサイクルシステムがあるかどうかを考慮

⑦ 再生素材の利用

回収・再生された素材や部品を多く利用

⑧ 処理・処分の容易性

焼却施設や埋立処分場にできるだけ負荷をかけないように配慮



はがせる配送伝票

包装紙や段ボールに接着してもきれいに、簡単にはがせる配送伝票です。一枚ものの伝票であるため、紙の節約になり、また伝票をはがしたあとが残らないため、段ボールなどの再利用も容易です。



環境配慮カレンダー

再生紙や環境負荷の少ないインキを使用しているカレンダーです。また金具やプラスチックを使用しない加工方法を採用しているため、使用後の分離・分別が不要です。



再生紙利用の雑誌・パンフレット

雑誌古紙や新聞古紙などの古紙を配合した再生紙などを使用した印刷物です。また、紙だけでなく、環境負荷の少ない大豆インキ、ノンVOCインキなどの採用も増えています。



IB (Innovative Barrier) フィルム

非塩素系であるためダイオキシン対策に適した包装用透明蒸着バリアフィルム。バリア性を必要とする食品、トイレタリーおよび日用品用の包材として多数の実績があります。



循環型社会の構築に向けて

■ ライフサイクルアセスメントを活用した製品開発

環境負荷をどのように低減させていくのかを明らかにすることは、近年、社会からの大きな要請となっています。DNPでは、1つの製品がどのような形で、どれだけの環境負荷を与えているのか、そのライフサイクルを追って評価・改善するライフサイクルアセスメント(LCA)を導入し、新しい製品の開発に取り入れています。

成を行って、算定のご要望にお応えできる体制を確立しています。



LCA・CFP研修セミナーの様子

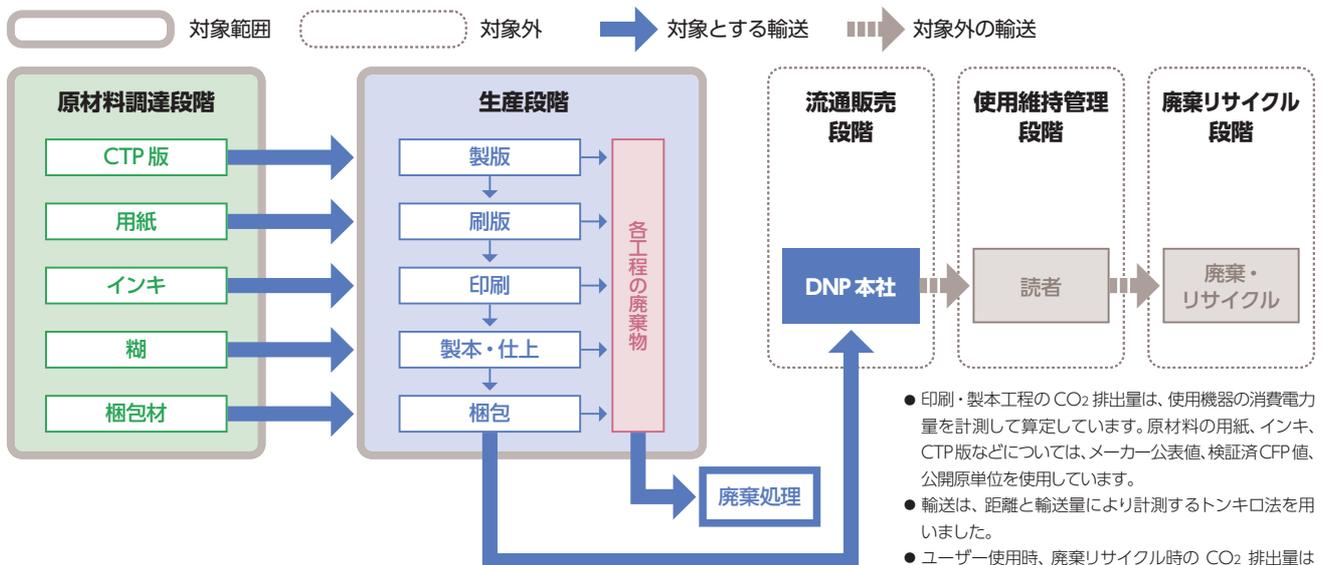
■ カーボンフットプリントへの対応 + 関連情報

DNPは、国のカーボンフットプリント制度構築事業において、出版・商業印刷物、容器包装などのPCR（商品種別算定ルール）の策定や検証スキームの検討に参加するとともに、社内の製造データの収集・整備や担当者の育

ライフサイクルアセスメント (LCA) 資源採掘から製造、流通、消費、廃棄、リサイクルまでの製品の一生での環境負荷を定量的に把握し、評価する方法。

カーボンフットプリント (CFP) 商品やサービスのライフサイクル全般で排出された温室効果ガスをCO₂量で表したものを。商品に表示(見える化)することで、事業者の温暖化対策を生活者にアピールし、消費者はCO₂量を考慮した商品やサービスを選択できるようになる。算定にはLCA手法を使用する。

印刷物のライフサイクルとカーボンフットプリントの算出例



カーボンフットプリントの算出例



※ 印刷・製本時の使用電力(2,816kWh)は、グリーン電力を使用しています。

環境情報の提供 + 関連情報

■ 環境ラベル認証

DNPでは、商品（製品やサービス）の環境に関する情報を製品や、パッケージ、広告などを通じて、生活者に正しく伝える手段の一つとして、エコマークやCoC認証、EPDなどの環境ラベルの認証取得や対象製品の販売拡大に取り組んでいます。

環境ラベル 大きく分けて「エコマーク」などのタイプ1（第三者認証）、企業が自ら定めて宣言するタイプ2（自己宣言）、環境情報を表示する「エコリーフ」などのタイプ3（環境情報表示）があり、それぞれISOとJISによる規格がある。

参照情報：環境省総合環境政策局「環境ラベル等データベース」

主な認証取得実績

エコマーク(タイプ1環境ラベル)

「生産」から「廃棄」にわたるライフサイクル全体を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品につけられる環境ラベル

再生プラスチックを使用した「マグカップ」で取得

CoC認証

CoC（Chain of Custody：管理の連鎖）加工・流通過程の管理の認証で、森林管理の認証を受けた森林からの木材・木材製品（紙製品を含む）に、認証されたものが一定割合以上含まれているとともに、違法伐採等から由来する木材・木材製品が混ざっていないことを審査・認証

延べ19部門で取得済み

EPD(タイプ3環境ラベル)

スウェーデン環境管理評議会が開発した環境製品宣言プログラムで、第三者審査を受けたライフサイクルアセスメント（製品の一生の環境影響）データをリーフレット形式で公開するもの

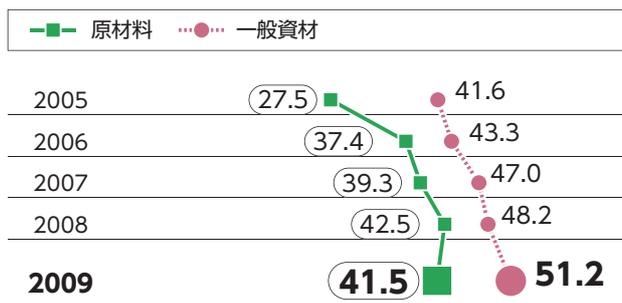
昇華型と溶融型の熱転写記録材料で取得

環境に配慮した原材料の調達

■ グリーン購入の推進

DNPが提供する製品の環境負荷低減のため、製造の上流プロセスから、できるだけ環境に負荷のかからない部品、材料、資機材、事務用品などを選択して購入する「グリーン購入」に取り組んでいます。また購入先についても、環境保全に積極的に取り組んでいるサプライヤーから優先的に材料や資機材などを購入しています。

環境対応製品の購入比率（単位：％）



※ 集計対象サイトは、DNP購買本部管轄下の37サイト。

■ 製品原材料の化学物質管理

DNPでは、製品の安全性を高めていく活動の一環として、EU（欧州連合）のRoHS指令やREACH規則などの法規制、また、お客様からの要望をふまえ、原材料に含まれる化学物質の把握・管理に努めています。

2004年、原材料購入先を対象に、原材料の化学物質含有量を調査し、その結果をデータベース化したことで、製品ごとの使用化学物質の把握と管理が強化され、決められた基準内で製品を製造する仕組みが整いました。

新規に原材料を購入する場合は、その都度サプライヤーより調査票による報告を受けています。また、初めて取り引きを行うサプライヤーに対しては、化学物質含有調査の趣旨を説明し、納入品に関する調査票の提出を求めています。

RoHS指令 コンピュータ、通信機器、家電等の電気・電子機器に含まれる特定の有害化学物質の使用を制限する法律。

REACH規則 EUで製造・使用される化学物質について、登録等を義務づけた法律。

海外拠点での活動

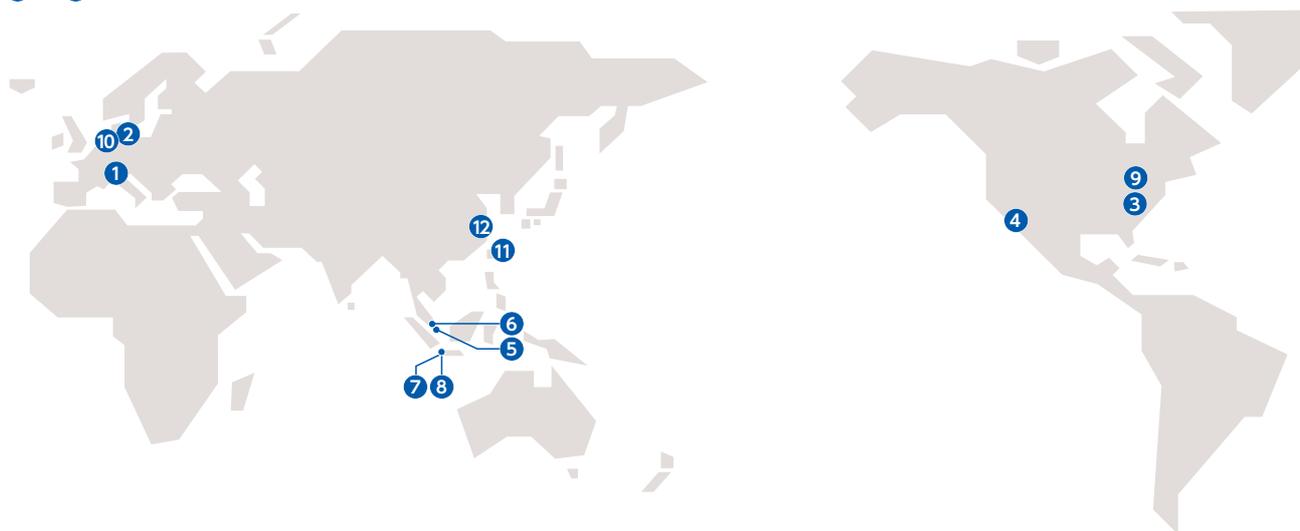
海外拠点においても、「マネジメントシステム」と「海外サーベイランス」を運用し、環境マネジメントのレベルアップを図りながら、目標達成に向けた活動を推進しています。

海外サイトでの取り組み

2005年度から海外サイトでもDNP独自のEMS (P59参照)を導入しています。今後、環境マネジメントのさらなるレベルアップを図っていきます。また、本社推進室が「海外サーベイランス」として、海外の全製造サイトおよびオフィスの環境管理状況の確認、指導を行っています。

製造サイトにおいては、現地の法規制を遵守するとともに、省エネルギー、廃棄物削減、リサイクルなどの目標を設定し、環境保全活動を推進しています。またオフィスでも、省エネルギー、コピー用紙の使用量削減、リサイクルなどの目標を設定し、活動を推進しています。

①～⑫ 海外製造サイト



海外製造サイトの主な環境負荷状況	①～⑥: 2009.4～2010.3集計 ⑦～⑧: 2009.1～2009.12集計	CO ₂ 排出量 (単位:トン-CO ₂)	廃棄物最終処分量 (単位:トン)	VOC排出量 (単位:トン)
① DNP Photomask Europe S.p.A. (アグラテ)	フォトマスクの製造	5,860	36	1トン未満
② DNP Denmark A/S (カールスルンデ)	プロジェクションテレビ用スクリーンの製造	710	0	1トン未満
③ DNP IMS America Corporation (コンコード)	情報記録材の製造	2,170	313	1トン未満
④ DNP Electronics America, LLC (チュラビスタ)	プロジェクションテレビ用スクリーンの製造	690	2	1トン未満
⑤ Tien Wah Press (Pte.) Ltd. (シンガポール)	オフセット印刷および製本	9,850	288	98
⑥ Tien Wah Press (Pte.) Ltd. (ジョホールバル)	オフセット印刷および製本	5,130	0	95
⑦ PT DNP Indonesia (プロガドン)	グラビア印刷・オフセット印刷	17,820	1,528	2,520
⑧ PT DNP Indonesia (カラワン)	グラビア印刷・オフセット印刷	20,770	479	4,149

※ CO₂排出量は、GHGプロトコルおよび米国エネルギー省の係数等を用いて算出しています。

⑨ DNP IMS America Corporation (ピッツバーグ)、⑩ DNP IMS Netherlands B.V. (アムステルダム)、⑪ DNP Photomask Technology Taiwan Co.,Ltd. (新竹) および ⑫ DNP Plastic Molding (Shanghai) Co.,Ltd. (上海)については、新規サイトのため集計対象外としました。

第三者審査報告書 (第三者審査機関：株式会社 新日本サステナビリティ研究所)



独立した第三者による保証報告書

2010年6月16日

大日本印刷株式会社
代表取締役社長 北島 義俊 殿

株式会社 新日本サステナビリティ研究所
代表取締役 **中 昭 弘**



1. 保証業務の対象及び目的

当研究所は、大日本印刷株式会社(以下、「会社」という)の委嘱に基づき、平成21年4月1日から平成22年3月31日までを対象期間として、会社が作成した「DNPグループCSR報告書2010」(以下、「CSR報告書」という)に記載されている会社及び主要子会社の重要な環境情報*1(以下、「環境パフォーマンス指標」という)に関し、CSR報告書の作成基準*2に従って正確に測定、算出され、かつ、重要な事項が漏れなく開示されているかどうかについて、保証業務を実施した。CSR報告書の作成責任は会社の経営者にあり、当研究所の責任は独立の立場から環境パフォーマンス指標に対する結論を表明することにある。

- *1 重要な環境情報は、「環境報告審査・登録マーク付与基準」(サステナビリティ情報審査協会 平成21年4月)が規定する情報を指す。
- *2 CSR報告書の作成基準は、「環境報告ガイドライン2007年版」(環境省 平成19年6月)及び「サステナビリティ・レポートニング・ガイドラインVer.3.0」(Global Reporting Initiative 2006年10月)(以下、「GRIガイドライン」という)を基にし、開示の対象となる重要な情報の特定については「環境報告審査・登録マーク付与基準」に従っている。

2. 実施した保証業務手続の概要

当研究所は、「国際保証業務基準3000(改訂)～過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」(国際会計士連盟 2003年12月)、及び「サステナビリティ情報審査実務指針」(サステナビリティ情報審査協会 平成20年2月)に準拠し、限定された手続*3を実施した。したがって、当研究所の実施した業務は、合理的保証業務に比較してより限定的な保証を与えるものである。

- *3 定量的な情報については、主として、情報の収集過程、集計方法の把握・評価、分析的手続の実施、試査による証拠資料との突合・照合、再計算等を実施した。また、定性的な情報については、主として、質問、関連する記録の閲覧等を実施した。

3. 結論

当研究所が実施した保証業務において、上記の環境パフォーマンス指標についてCSR報告書の作成基準に従って正確に測定、算出されていない、または「環境報告審査・登録マーク付与基準」に従って重要な事項が開示されていない、と信じさせる事項はすべての重要な点において認められなかった。

4. 独立性

会社と当研究所の間には、サステナビリティ情報審査協会の「倫理規程」に定められる利害関係はない。

以 上



現地往査
DNPオプトマテリアル 三原工場



現地往査
DNPテクノパック 泉崎工場



現地往査
DNP北海道



現地往査
DNPプレジジョンデバイス 三原工場



NPO法人環境文明21 共同代表
株式会社環境文明研究所 代表取締役所長

加藤 三郎 氏

1966年東京大学工学系大学院修士課程修了後、厚生省入省。環境庁設立に伴い、主に同庁にて公害・環境行政を担当。90年地球環境部初代部長に就任。地球サミットへの参画、環境基本法の準備などを経て、93年退官。同年、株式会社環境文明研究所を設立、現職。「NPO法人環境文明21(旧21世紀の環境と文明を考える会)」共同代表を兼任。主な著書に、『環境の思想』(プレジデント社2010年)、『福を呼び込む環境力』(ごま書房2005年)、『環境力』(ごま書房2003年)、『環境の世紀』(毎日新聞社2001年)、『循環社会』創造の条件』(日刊工業新聞社1998年)、『環境と文明の明日』(プレジデント社1996年)。

創業135年目を迎える老舗企業であり、社会からの信頼と社会への貢献を企業理念の中核に据えているDNPグループがCSRをどのように捉え、どう記述しているかは、私にとっても大変興味のあるテーマである。この意欲的な報告書から読み取ったところを改めて述べてみると、CSRとは、社会に対する責任として明確に認識したものを果たすため、周到的なシステムを築き、社会の信頼を確保するよう、社員一人ひとりが絶えず努力することにあると思われる。

その責任とは、北島義俊社長が今年も述べているように、「価値の創造」「誠実な行動」「高い透明性(説明責任)」の3つであり、その責任を全うするための行動規範として、「社会の発展への貢献」「企業市民としての社会貢献」「法令と社会倫理の遵守」など10項目を掲げ、合わせて年度ごとの具体的な目標を示しながら、その達成度を○△で示している。この成績表を見ていると、DNPグループが何を大切に考え、どのように努力しているのかが目に浮かんでくる。この仕事を実行するのは、社員一人ひとりであるが、その行動を律する指針として「対話」「自立・協働」「挑戦」「誠実に」「責任」の5つのキーワードを掲げている。

本報告書は行動の理念や心構えだけを述べているのではなく、システム面や技術面についても記述しているが、今回、興味深かったのは、SSFCなるカードシステムの採用である。このカードは、社員の入退室やドキュメントの管理、PCログイン、さらには食堂での自動販売機での決済といったことを一枚のICカード社員証で管理しようとするものである。これにより、従来、何枚も使い分けていたカード類を一枚に統一することができる画期的なセキュリティシステムである。DNPは、社内で使うのはもとより、社外でも広範に応用する方途を開拓しているという。

DNPグループは社員を大切にしていることに好感を抱いていたが、今回は、さらにその感を深めている。特に、出産や子育て、介護などの負担が男性よりも重い女性社員が抱えがちな不安や悩みを和らげるため、経験豊かな先輩社員によるメンタリング活動を開始した。その成果が楽しみだ。当グループは、以前から「カンガルーの会」や障がいのある社員などにも厚い配慮をしてきたが、これらと併せて今回の試みも注目される。

DNPグループは、社内の人だけでなく社外の人にもやさしくしようと努力している。本報告書は、さまざまな社会貢献活動や文化活動の実施の状況を記述しているが、社外の大中小のサプライヤーとの信頼関係づくりを強化する一環として「サプライヤーホットライン」を最近、設けた。これは、社外のサプライヤーに対しDNP社員の対応に問題があれば、ホットラインを通じて是正することを狙ったもので、関連企業との間の信頼を増す工夫にもなる。このほか、ハイチ大震災の被災者に対する寄付金を社員、労働組合、会社から日本赤十字を通じて贈ったことなど、外に向かってもやさしい一つの表れだ。

本報告書は、環境保全について毎回、詳しく記述しているが、特に今回は、2010年10月に名古屋市で、生物多様性保全に関する一大国際会議(COP10)が開催されることもあって、自然共生社会の実現に向けたDNPの基本的考えを「生物多様性宣言」という形で表明している。日本の企業、特にメーカーは生物多様性については、温暖化対策ほど意識した取り組みがなされていないが、DNPは、森林認証紙やヨシ紙の利用を進めるなど、具体的な第一歩を踏み出した。中長期的には、DNPの発祥地ともいべき市谷地区を再開発し、そこに建てる高層ビルに本社機能はもとより、各部門の施設を集約し、それによって余裕のできたスペースに、一般の方々にも開かれた体育・文化施設の建設を含め「市谷の森」と称する緑地の造成を予定している。この市谷の森は大都会における生物多様性の確保にも寄与する願いが込められている。

従来型の環境保全にもDNPは積極的に取り組み、好成績を上げているのは実績一覧の表が示す通りである。しかしながら、2009年版でも指摘したことだが、CO₂排出量削減のための取り組みを大幅に強化する必要がある。何故なら、ここ1、2年は、金融・財政等の事情により、国内的にも国際的にも温暖化への政策強化は足踏み状態が続くかも知れないが、気候の変動自体は、ハイテンポで発生している。そう遠くない将来の大幅な規制強化を見込んで、力のあるDNPは今から先見的に積極策を取ってほしいと思うからである。

● 本報告書は環境やカラーユニバーサルデザインに配慮した仕様となっています。

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マット 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 K1217 (旭化学合成株式会社)
脇糊: アサヒメルト RPS310 (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)



これらは(社)日本印刷産業連合会が定めた「古紙リサイクル適性ランクリスト」の「Aランク」資材で、印刷情報用紙にリサイクルできます。



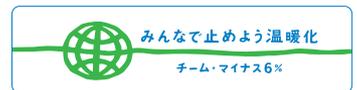
この印刷物に使用している用紙は、森を元気にするための間伐と間伐材の有効活用に役立ちます。



グリーン電力を導入しました(年間100万kWh)。本報告書を印刷・製本する際の電力(2,816kWh)は、自然エネルギーでまかなわれています。



カラーユニバーサルデザイン対応
本報告書は、より多くの人にとってわかりやすい色づかいに配慮したデザインであると、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構によって認定されました。



作成部署およびお問い合わせ先

大日本印刷株式会社

CSR推進室

〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

TEL : 03-3266-2111 (ダイヤルイン案内台)

FAX : 03-5225-8083

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

次回発行予定 2011年6月

2010年6月発行 ©2010.DNP

PRINTED IN JAPAN

