

DNP

DNP

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 2012年6月

2011年6月発行 ©2011.DNP

PRINTED IN JAPAN

DNPグループCSR報告書2011

DNPグループ CSR報告書 2011

創業の志を抱き、 社会とともに歩み続けます

代表取締役社長 **北島義俊**



2011年3月に東日本大震災により失われた多くの尊い命に深い哀悼の意を捧げますとともに、被災された方々に心からお見舞いを申し上げます。

DNPグループでは、東北地方を拠点とする工場の一部が被災し、一時的に操業を止めることになりましたが、幸い社員全員の無事は速やかに確認できました。被災した工場も5月からは震災前と同様に操業できるようになりました。DNPではこれまでも災害に強い企業をめざし、各事業分野・サイトの特性に合わせた事業継続計画(BCP)をまとめ、緊急時に備えてきました。今回の大震災で人身事故もなく、早期に復旧できたのはこうした平時の取り組みが生きたからだと考えています。

一方で、地震による未曾有の大津波が発生し、この影響で原子力発電所の重大事故も起きました。電力・上下水道などのインフラも大きなダメージを受け、製紙・インキ・フィルムなど印刷の主要原材料メーカーの多くが被災して材料供給の不安定が続きました。DNPでは、全国の製造拠点を活用した代替生産などに努めましたが、一部のお客さまの要望に十分にお応えできないものもありました。今回の経験を教訓に、さらに災害に強い企業体質を構築し、お客さまへの供給責任を果たしていきます。

新しい働き方で価値を創造する

私は、企業が果たすべき第一の責任は価値を創造し、社会の発展に貢献していくと考えています。企業と社会は、これまで以上に深くかかわりをもつようになってきました。社会は常に変化を繰り返していますが、その新しい動き・兆しにいち早く気づき、企業が果たすべき新しい役割を発見し、それを確実に実行していくことで企業も成長し、社会から信頼される企業になれるのだと思います。社会の変化に敏感に反応していくためには、一人ひとりの社員も、これまで以上に社会への関心を高め、多様な関係者との対話を深めていくことが重要です。DNPでは、これまでの働き方を抜本的に見直し、効率的で自律的な働き方への変革を進めています。この新しい働き方は、効率的な業務と、個人生活の充実を両立させる、より良いワーク・ライフ・バランスにつながります。創出した社員個人の時間を有効に活用することで、社員は社会との対話の機会が増え、それを契機として創意工夫のアイデアを得たり、新しいビジネスモデルへのチャレンジにもつながります。私は、この取り組みをさらに進めることで、DNPを活力あふれる、社員がいきいきと働ける会社にしていくことができると考えています。

誠実な行動のために

企業が果たすべき第二の責任は、企業行動が社会の期待に沿うものになっているか、言い換えれば誠実に行動できているかを常にマネジメントしていくと考えています。そのために、DNPでは、社内教育や研修、そして日々の活動をチェックしていく機能の強化など多様な取り組みをしています。しかし、現代では、多くの企業が結びつきバリューチェーンを形成しているため、このチェック機能をバリューチェーン全体へ広げ、社会の要求に応えられる質の高い活動にしていく必要があります。

DNPでは、2006年3月に「調達基本方針」を改定するとともに、新たに「DNPグループCSR調達規準」を制定し、資機材購入先とともに、社会の規範にのっとり、法令遵守や環境保全、適正な労働条件、情報セキュリティの保護などの分野で改善活動に取り組んできました。2010年度は、この取り組みを、資機材購入先から業務委託先まで拡大しました。これはサプライヤーに一方的に遵守を要請するのではなく、まずは自社がどれだけ誠実に行動していくかという活動が前提にあります。サプライヤーと協働して、バリューチェーン全体が社会から信頼されるように、誠実な行動に努めていきます。

志をもって

DNPは1876年に秀英舎として創業し、今年で135年目に入ります。創業時の日本は、進んだ文明をもつ欧米諸国に一日も早く追いつきたいという思いをもった社会でした。そのためには、欧米の進んだ科学や教養を国内に広く普及していくことが必要で、秀英舎は出版印刷を通じてそれを実現していくという使命をもって創業したと言われていています。本業をもって社会の発展に貢献していくという創業の志は、現代のDNPにも継承され、「21世紀の創発的な社会に貢献する」との経営理念に結実しています。

創業から今日までの135年を振り返ると、日本は関東大震災や敗戦というそれまでに経験したことのない大きな危機を乗り越え、発展を遂げてきました。DNPもまた、そうした危機を経験し、その時々の社会の新たな発展に寄与していくことで、社会とともに成長することができました。3月に起きた東日本大震災は、日本にとって戦後最大の危機とも言えますが、日本は今回の危機も必ず乗り越え、新しい社会を再構築することができる私は確信しています。社会の復興、新たな社会の仕組みに求められる価値創造に努めていくことが私たちDNPの最大の使命であり、その役割をしっかりと果たしていくことで、さらに社会から信頼される企業をめざします。

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2つの軸で報告テーマの整理を行い、双方にとって重要度が高いテーマを中心にDNPグループの取り組みを報告しています。

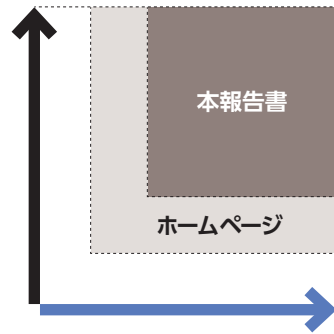
縦軸:

【社会が重要視しているテーマ】

以下の内容を検証し、抽出された事項。

- 2010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
- ISO 26000の中核課題
- GRIガイドラインに掲げられている社会的課題

※ Sustainable Asset Management, Experts in Responsible Investment Solutions. 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



横軸:

【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。

【抽出テーマ】

| | |
|----------------------|--------|
| 経営理念・21世紀ビジョン・行動規範 | P9～10 |
| コーポレート・ガバナンス | P12 |
| 社会的課題の解消に資するビジネス | P19～26 |
| 法令と社会倫理の遵守 | P27～28 |
| 情報セキュリティ・個人情報保護 | P29～30 |
| サプライチェーンを通じた社会的責任の推進 | P31～32 |
| 情報の適正な開示 | P33～34 |
| ユニバーサル社会の実現 | P35～36 |
| 製品・サービスの安全性と品質の確保 | P37～38 |
| 働きがいのある職場 | P39～42 |
| 企業市民としての社会貢献 | P43～44 |
| 環境保全と持続可能な社会の実現 | P49～60 |

DNPホームページ【CSRの取り組み】 <http://www.dnp.co.jp/csr/>

本報告書のPDFや、報告書に未掲載の情報（CSRに関する方針文書や体制図、制度一覧など）を公開しています。また、環境活動については、より詳細な活動内容をPDFにまとめ、「DNPグループ 環境報告書 2011」として公開しています。



CO₂の「見える化」
カーボンフットプリント
<http://www.cfp-japan.jp>
検証番号: CV-BS01-015

このCSR報告書はカーボンフットプリントを算定・表示しています

カーボンフットプリント (CFP) とは、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの製品のライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO₂量に換算し、マークを使ってその排出量をわかりやすく表示する仕組みです。経済産業省と関係省庁が行う「CFP制度試行事業」にDNPはいち早く参加し、自社発行物でCFPの算定・表示を展開するとともに、CFP制度の普及を推進しています。

本報告書の算定詳細については、DNPホームページ内「DNPグループ 環境報告書 2011」(PDF)をご覧ください。

● 用紙

森の町内会間伐に寄与する紙
森の町内会 A2マット (C) (王子製紙株式会社)

● 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 RPS 310 (旭化学合成株式会社)

● インキ

リサイクルを阻害しないインキ
NS PVF K (DICグラフィックス株式会社)



この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役に役立ちます。



グリーン電力を導入しました (年間 115 万 k Wh)。本報告書を印刷・製本する際の電力 (2,476 k Wh) 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。



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。

目次

DNPグループCSR報告書 2011

| | |
|----------|---|
| トップメッセージ | 1 |
| 編集方針 | 3 |
| 目次 | 4 |

DNPグループの概要

| | |
|--------------------|---|
| 会社概要 / 2010年度財務データ | 5 |
| 事業分野別実績 | 6 |

| | |
|-------------------------|----|
| 特別報告: 災害に強いDNPグループをめざして | 7 |
| DNPグループのCSR | 9 |
| コーポレート・ガバナンス | 12 |
| 2010年度の活動目標・実績一覧 | 13 |
| 2010年度の実績・評価 | 17 |

DNPグループのCSRへの取り組み ～ 社会性報告 ～ 18

特集: 本業を通じた社会の発展への貢献

| | |
|------------------------|----|
| 人々の暮らしを支え、明日を拓く、DNPの技術 | 19 |
| スマートフォンを支えるDNPの製品 | 23 |

| | |
|----------------------|----|
| 法令と社会倫理の遵守 | 27 |
| 情報セキュリティの確保 | 29 |
| サプライチェーンを通じた社会的責任の推進 | 31 |
| 情報の適正な開示 | 33 |
| ユニバーサル社会の実現 | 35 |
| 製品・サービスの安全性と品質の確保 | 37 |
| 人類の尊厳と多様性の尊重 | 39 |
| 安全で活力ある職場の実現 | 41 |
| 企業市民としての社会貢献 | 43 |

トピックス: グループ会社の取り組み 45

DNPグループのCSRへの取り組み ～ 環境報告 ～ 48

| | |
|---------------------|----|
| 環境管理体制 | 49 |
| DNPグループ環境マネジメントシステム | 50 |
| 環境負荷実態 | 51 |
| 活動目標・実績一覧 | 53 |
| 低炭素社会の実現に向けて | 55 |
| 循環型社会の構築に向けて | 57 |
| 自然共生社会の実現に向けて | 59 |
| 第三者審査報告書 | 61 |
| 第三者意見 | 62 |

● 活動内容の評価に客観性を持たせるため、特定非営利活動法人環境文明21の加藤三郎共同代表をはじめ、さまざまなステークホルダーの方々からいただいたご意見および次年度以降のアドバイスを掲載しています。また、活動内容をよりわかりやすく表現するため、個々の取り組みに対する実務担当者からのコメントを掲載しています。

● 本報告書の環境ページは、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の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ーディングガイドラインVersion3.1」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。

【報告の対象期間】

原則として、2010年4月1日から2011年3月31日までを報告の対象期間としています。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。

【報告の対象範囲】

原則として、DNPグループの全社・全部門を報告の対象範囲としています。ただし、環境ページに掲載している各種データについては、財務会計上の連結対象会社のうち、国内の製造会社 36社と物流会社 1社および社内給食会社 1社の合計 38社を集計範囲の対象としています。

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、明治末期に開発され今年で100年目を迎えます。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ました。現在でも読みやすい書体として、多くの書物に採用されています。今後ますます多様化する社会のなかで、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。

DNPグループの概要

会社概要 (2011年3月31日現在)

| | | | |
|-------|---|---------|---------------------------|
| 商号 | 大日本印刷株式会社 (Dai Nippon Printing Co., Ltd.) | 従業員数 | 11,016名 (単体) 40,188名 (連結) |
| 本社所在地 | 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1 TEL 03-3266-2111 (ダイヤルイン案内台) URL http://www.dnp.co.jp/ | 営業拠点 | 国内: 49 海外: 20 (現地法人含む) |
| 創業 | 1876年 (明治9年) 10月 | 製造拠点 | 国内: 60 海外: 12 (現地法人含む) |
| 設立 | 1894年 (明治27年) 1月 | 研究所 | 国内: 12 |
| 資本金 | 114,464百万円 | 連結売上高 | 1兆5,893億円 (前年比0.4%増) |
| | | 連結営業利益 | 678億円 (前年比2.0%増) |
| | | 連結経常利益 | 627億円 (前年比8.8%減) |
| | | 連結当期純利益 | 250億円 (前年比7.5%増) |

2010年度財務データ (2011年3月期)

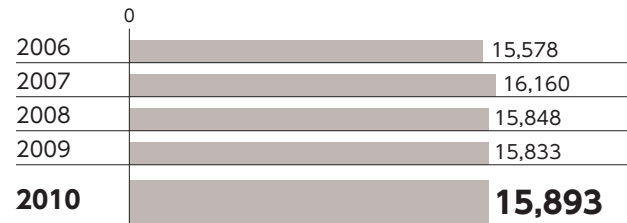
DNPグループは、事業ビジョン「P&Iソリューション」のもと、創業以来培ってきた印刷技術と、デジタル化により進展してきた情報技術を融合させて、顧客の課題解決に取り組んでいます。

2010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、

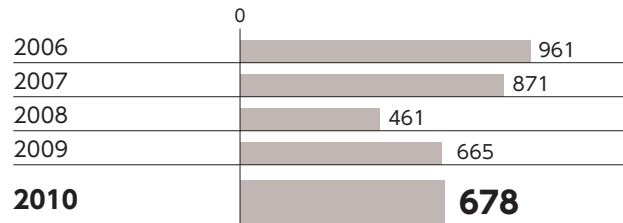
品質、コスト、納期などあらゆる面で強い体質をもった生産体制の確立をめざす「モノづくり21活動」にグループをあげて取り組み、業績の確保に努めました。

その結果、当期の連結売上高は1兆5,893億円、連結営業利益は678億円、連結経常利益は627億円、連結当期純利益は250億円となりました。

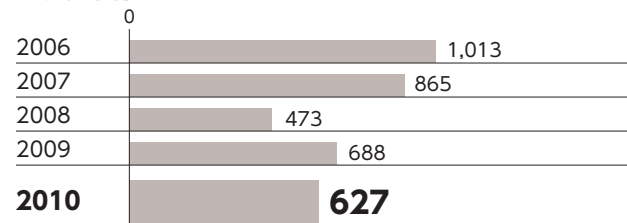
連結売上高 (単位: 億円)



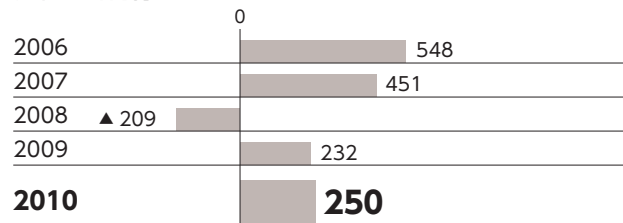
連結営業利益 (単位: 億円)



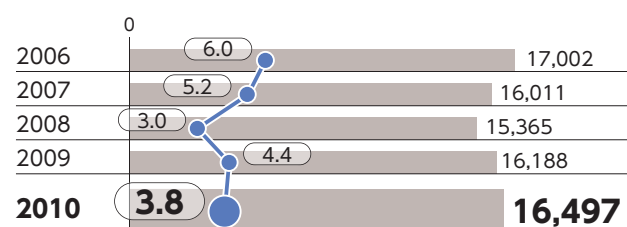
連結経常利益 (単位: 億円)



連結当期純利益 (単位: 億円)

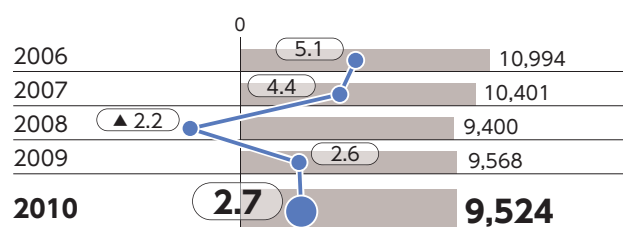


総資産 (単位: 億円) 棒グラフ
ROA (単位: %) 折れ線グラフ



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 (単位: 億円) 棒グラフ
ROE (単位: %) 折れ線グラフ



ROE: 自己資本利益率 純資産から新株予約権および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 (2011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。

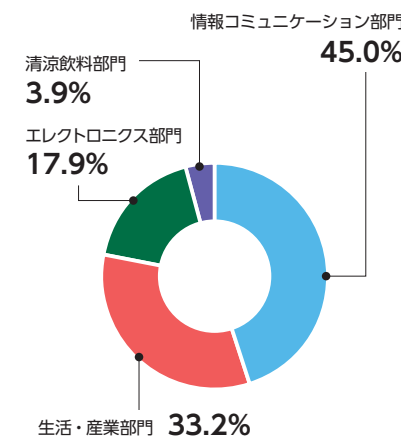
● 印刷事業

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。

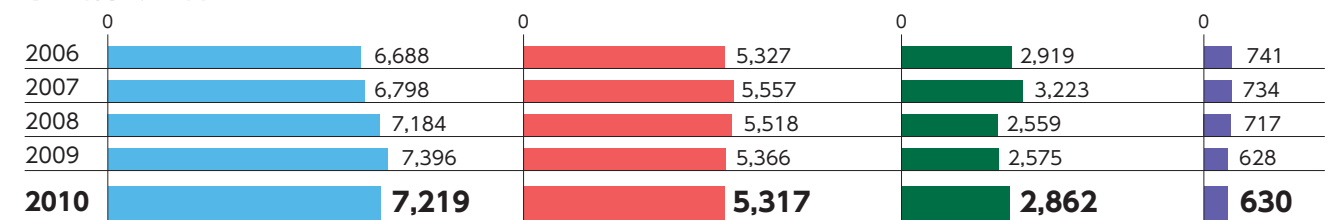
● 清涼飲料事業

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。

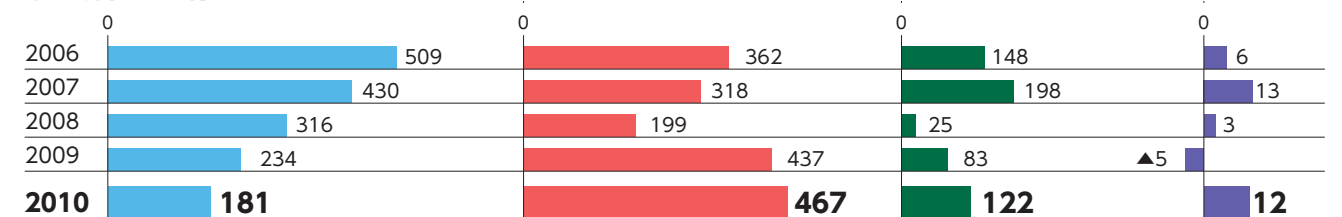
売上高の事業部門別構成比



事業部門別売上高 (単位: 億円)



事業部門別営業利益 (単位: 億円)



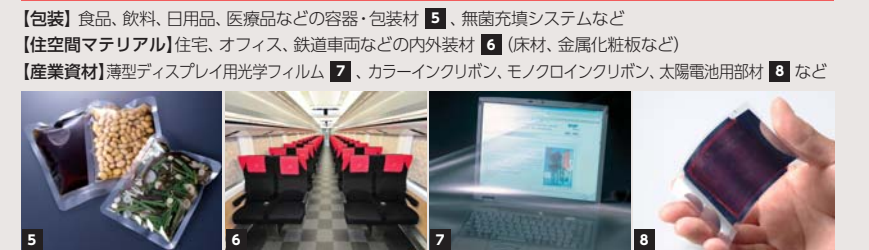
情報コミュニケーション部門 生活・産業部門 エレクトロニクス部門 清涼飲料部門

印刷事業

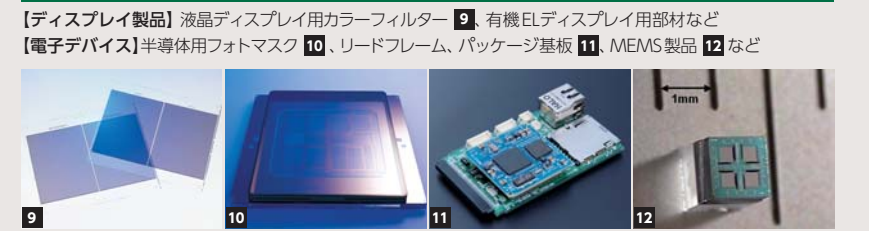
情報コミュニケーション部門



生活・産業部門



エレクトロニクス部門



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 13 の製造、販売など



災害に強いDNPグループをめざして

DNPグループでは、防災基本方針、防災組織体制等、グループの災害対策の基本を「DNPグループ災害対策基本規程」に定めています。

基本方針として、災害発生時の被害を最小限に抑えるため、防災計画の作成および災害予防並びに各組織間の連携活動に重点を置き、「災害に強いDNPグループ」をめざすとともに、災害応急対策における社員および関係者の人身の被害対策の最優先、災害復旧対策に係る事業継続計画 (BCP) の策定等についてうたっています。この方針のもと、災害対策全般の強化を推進しています。

DNPグループの災害対策

組織と体制

本社には、DNPグループにおける総合的かつ計画的な防災対策の整備および推進を図るために「中央防災会議」を、各事業部およびグループ会社には、防災対策をより実践的に推進するために「事業部・グループ会社防災会議」をそれぞれ設置しています。また、地域特性に合った防災対策を横断的に推進するために、各地区には「地区防災会議」を設置しています。

大規模災害発生時には、これらの組織が「災害対策本部」に移行して、災害応急対策および災害復旧・復興対策を統括し、推進します。

防災計画と事業継続計画(BCP)

具体的な防災施策の実施は、防災計画にもとづき進められています。中央防災会議ではグループ全体の総合的かつ長期的な防災計画として「DNPグループ防災基本計画」を作成。各事業部・グループ会社ではそれぞれの事業所の地域特性や事業特性をふまえた実践的な防災計画として「防災業務計画」を作成し、予防対策の推進にあたっています。

また各事業部・グループ会社は、大規模な災害が発生した場合でも、許容される時間内に重要な事業・業務を復旧するために「事業継続計画 (BCP)」を策定しています。

教育と訓練

緊急時においても社員全員が落ち着いて行動し安全を確保できるように、防災リーフレットを配布したり、防災セミナーを開催して正しい理解と意識の向上に努めています。地区ごとに定期的な訓練も実施しています。



社員全員の啓発に防災リーフレットを配布



外部講師による社内防災セミナーの開催



消防署と合同で実施した市谷地区防災訓練

東日本大震災における復旧への対応

2011年3月11日に発生した東日本大震災。DNPグループでは、災害発生時の防災体制である、社長を本部長とする「中央災害対策本部」を速やかに立ち上げ、情報収集と対応に努めました。被災の大きかった東北地方においては、グループ会社のDNP東北(宮城県仙台市)などの事業所で建物や設備に被害がありましたが、幸い社員に人的被害はありませんでした。電気、水道、ガス、交通機関など公共インフラの停止が続くなか、グループの総力をあげて復旧活動に取り組み早期の再開をめざした結果、5月には通常の操業に戻ることができました。しかし、東日本大震災はDNPグループにとっても多くの教訓を残し、災害リスクを正しく認識して適切な予防対策を講じる必要性和、顧客に対する安全・安心な供給の継続について見直す契機となりました。

これからの防災と事業継続

災害リスクの再認識

東日本大震災では、地震そのものの被害にとどまらず、津波、原発事故に伴う電力供給不足や放射能問題など、二次的に及ぼされた影響も多大なものとなりました。自然環境にもとづく自然災害リスクのみならず周辺地域環境に起因する災害リスクについても各拠点で再度点検を実施し、必要な対応を検討していきます。

予防対策の推進

今回の震災対応のなかで、計画的に進められていた予防対策はその成果が明らかでした。2010年9月1日「防災の日」に全社で訓練

を実施した緊急連絡・安否確認システムにより、電気、通信のインフラが途絶えた東北地方においても本社から安否確認を進めることができました。災害発生時の緊急対応でまず重要なことは情報の収集と発信であり、災害対策本部体制および緊急連絡体制の充実を図っていきます。また、建物や設備の点検・補強や、防災備品、備蓄品およびインフラの整備なども災害リスクの点検結果もふまえて対策を強化していきます。

一方、社員に対しても、防災の基本は「自らの身の安全は自らが守る」であることを認識して、一人ひとりが職場や家庭での安全確保

を進めるよう啓蒙を図り、訓練を実施していきます。

事業継続計画 (BCP) の見直し

印刷業界でも印刷用紙をはじめインキ・フィルム等の資材の調達、メーカーや代理店の被災、さらにその原材料の化学プラントの被災によって滞り、また計画停電やガソリン等の燃料不足によって生産計画や物流も大きく混乱しました。サプライチェーン、ロジスティクス、代替生産体制、さらには国内外の製造拠点の配置についても改めて現状を見直し、安全・安心な供給の継続を実現していきます。

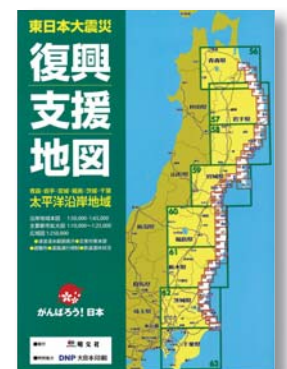
東日本大震災被災地への支援

DNPグループでは、被災された方々の救済と被災地の一刻も早い復興を願い、日本赤十字社への寄付をはじめとして、さまざまな形で被災地への支援活動を行っています。被災地にあるグループ会社は、地域に根ざした会社を標榜してきました。地域の復興支援のために、引き続きDNPグループとして、できる限りの支援を行っています。



主な支援活動

| | |
|----------------|--|
| DNPグループ社員一同 | 日本赤十字社への寄付 (600万円) |
| DNPグループ | 日本赤十字社への寄付 (1億円) |
| DNP | (株) 昭文社と共同で「東日本大震災 復興支援地図」を作成、被災地の災害対策本部などへ無償提供 http://www.mapple.co.jp/news/news_release110525.html |
| DNP | ケータイコミック販売サイト「まんがこっち」で義援金を寄付する環境を提供 |
| 教育出版 | 被災地の学校へ書籍・教材等を提供ほか |
| 丸善出版 | 地震・津波・放射線・心理学分野の書籍・本文をWebサイトで無償公開 |
| DNPソーシャルリンク | ポイントサービスサイト「エルネ」でポイントによる寄付を受け付け |
| 北海道コカ・コーラボトリング | 清涼飲料水等3万ケース(72万本)を寄贈ほか |



DNPグループのCSR

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。

企業が果たすべき3つの責任

「価値の創造」

社会に対して価値を提供する

1 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ます。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。

「誠実な行動」

価値創造のプロセスを公正・公平に遂行する

2 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」にのっとり“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。

「高い透明性(説明責任)」

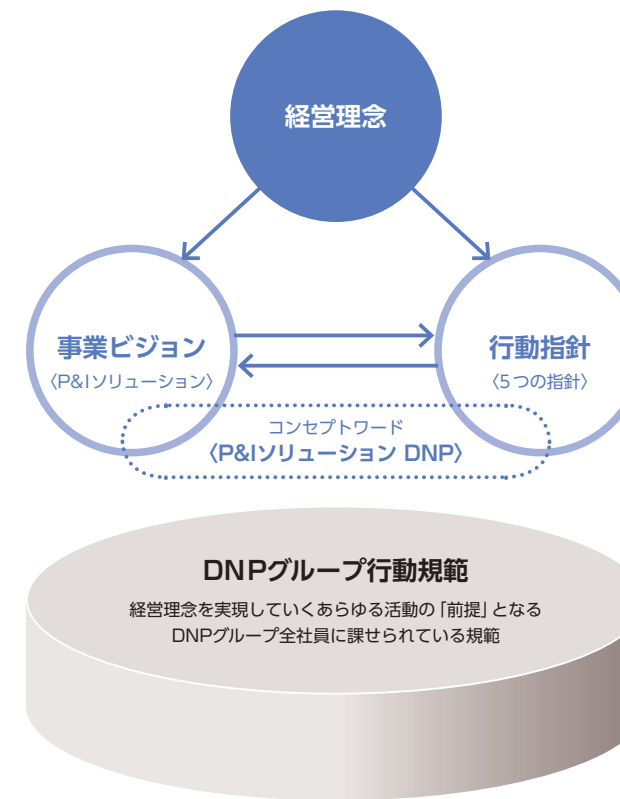
説明責任を果たし、透明性の高い企業になる

3 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。

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」「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21世紀ビジョン <http://www.dnp.co.jp/concept/>

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) への賛同を表明しています。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原則にのっとり活動を推進し、さらに誠実な企業となるよう努めています。

DNPグループ行動規範

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、この行動規範にのっとり、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。

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

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。

行動指針

1. 私たちが関わるあらゆる人と「対話」する
2. 課題解決に向け「自立・協働」する
3. 困難な課題にも果敢に「挑戦」する
4. 公正・公平を旨として、常に「誠実に」行動する
5. 自らの判断や行動に「責任」をもつ

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. 人間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

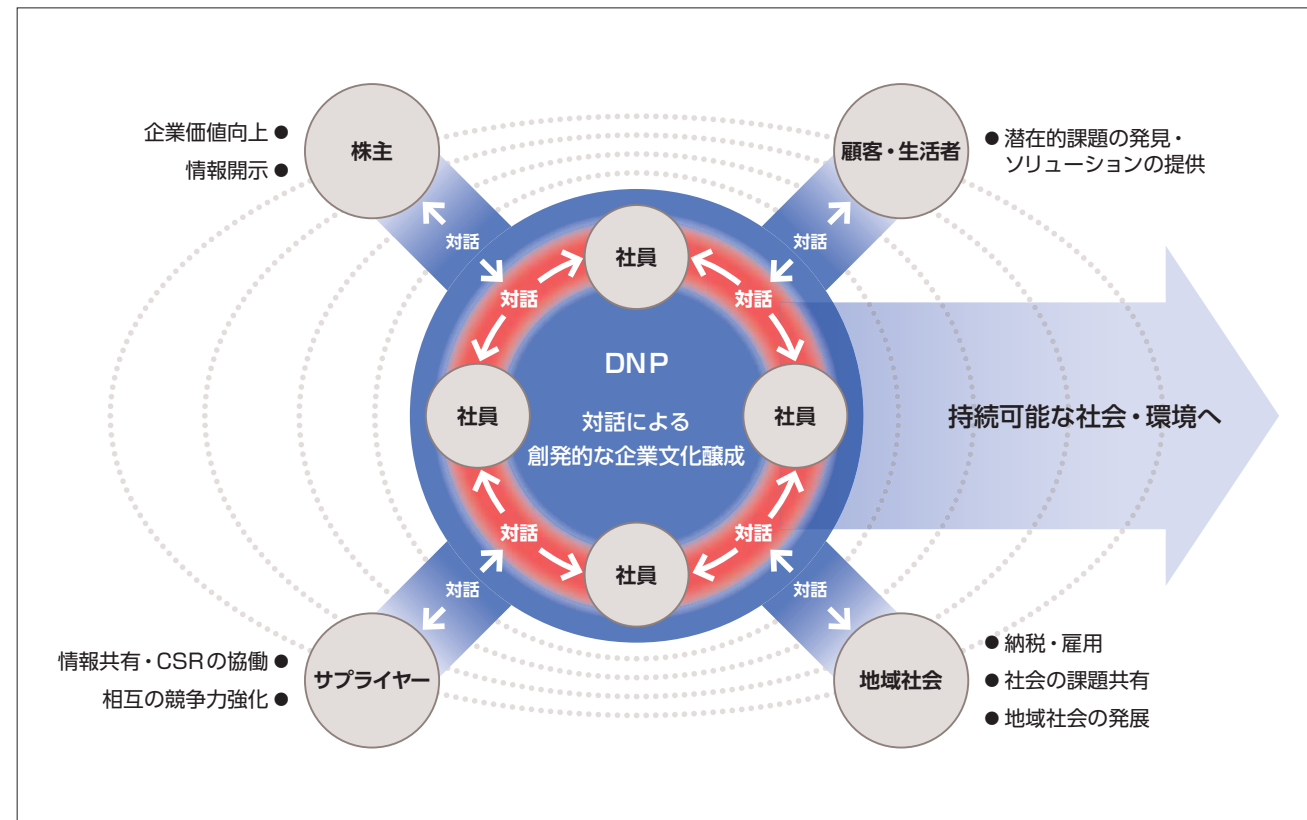
DNPグループのCSR

透明性の高い企業であるために

DNPは2011年、135周年を迎えます。これほどの永きにわたり、常に成長を続けてこられたのは、株主、顧客、社員、サプライヤー、地域社会などのステークホルダーとの信頼関係の構築なしには考えられません。DNPグループは、社員一人ひとりが日々さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを進めてい

くなかで、しっかりと「対話」してステークホルダーの意見を聞くとともに、自ら進んで正しい情報を提供していくことを大切にしています。こうした行動を通じて、社会に対して説明責任を果たし透明性を高めることによって、社会から信頼される企業になることをめざしています。

DNPグループのステークホルダー



コーポレート・ガバナンス

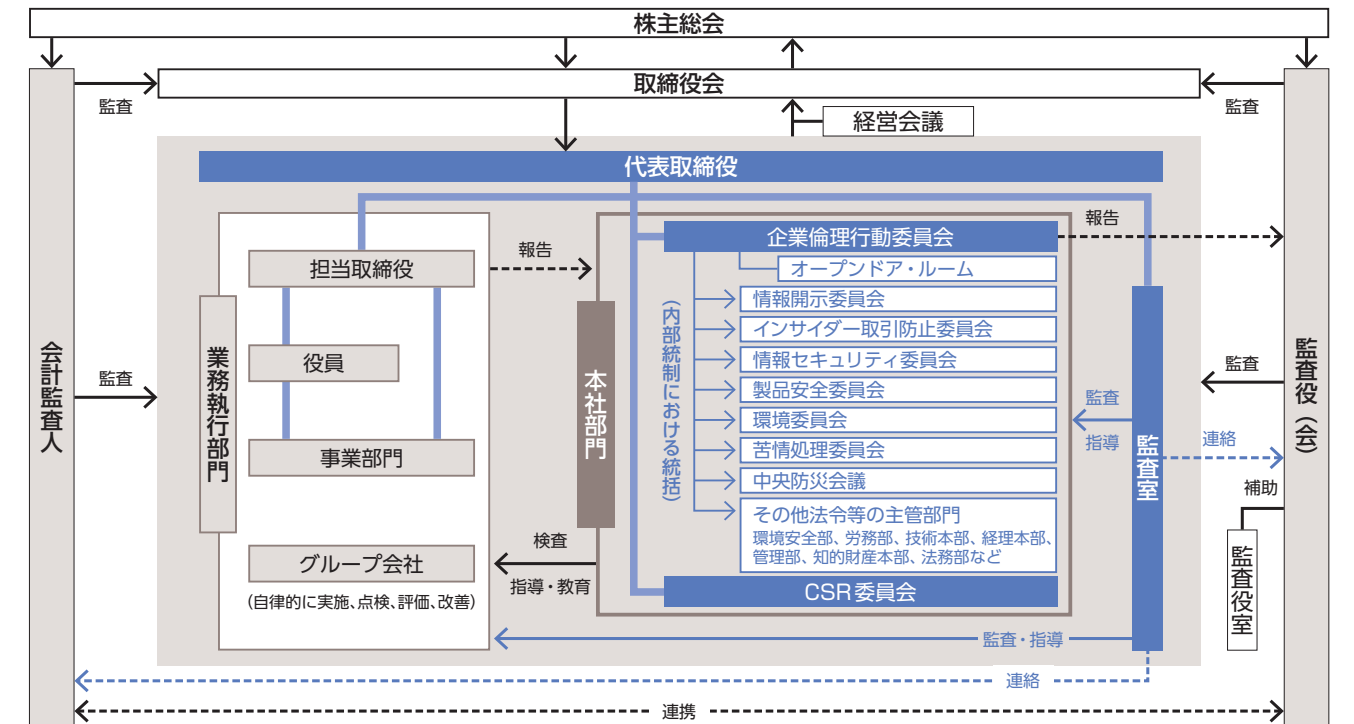
コーポレート・ガバナンス体制

DNPグループは、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。

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。また、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・ガバナンスおよび内部統制の体制模式図



● **取締役会等** 取締役会は、社外取締役（独立役員）1名を含む20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認しています。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3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3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2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、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、資本関係、または取引関係その他の利害関係はありません。

2010年度の活動目標・実績一覧

評価の目安 ○：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、目標達成に至らず
 ×：取り組みが不十分

| テーマ | 2010年度の目標 | 評価 | 2010年度実績 |
|----------------------|--|----|--|
| 社会の発展への貢献 | 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。 | ○ | 新入社員導入研修、ステップアップセミナー、新任幹部社員研修などを通じて、創発的な社会の発展に貢献する人材を育成。また、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体化を図る人材の育成を実施。 |
| | 全館ショールームという五反田ビルの機能を活用し、社内各部門や顧客との協働による、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。 | ○ | 2010年11月実施の社外向け「次世代コミュニケーション展」等において、「ソリューションワークショップ」を通じた顧客との対話のなかで、課題を共有し、顧客の課題解決を通じた社会の発展に向けてコラボレーションを実施。 |
| | 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。 | ○ | 社員の意識や行動の実態について確認し、顧客企業から見たDNPに期待する役割やニーズなどを探る第5回創発アンケートを実施。分析結果を関係部門にフィードバックし、事業を通じて創発的な社会の発展に貢献していくため、具体的施策立案に活用。 |
| | 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、電気自動車やスマートフォンなどに利用されるリチウムイオン電池の部材およびクリーンエネルギーとして注目される太陽電池の部材について、製造能力を強化し、市場の拡大に貢献。 ライフサイエンス分野では、独自の表面処理技術によりタンパク質等を高感度に同定する「SEGTOP」プレートを開発。癌や感染症等の各種診断や創薬開発のベースとなる器材として実用化に向けた研究を推進。 |
| 災害に強い DNPグループの構築 | 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事業継続計画（BCP）の策定を計画。 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> 災害対策全般の強化を図るため、新たに「DNPグループ災害対策基本規程」を定め、グループの防災に関する基本的な計画として「DNPグループ防災基本計画」を作成。 すべての事業部、グループ会社は、これらにもとづいた実践的な活動計画として「防災業務計画」を整備し、大規模災害発生時における業務の早期復旧に関して、「事業継続計画（BCP）」を策定し、予防対策を推進。 |
| 法令と社会倫理の遵守 | 内部統制およびリスクマネジメントの実効性を高めるために、マネジメント内容の見直し、改善を徹底。 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> 企業倫理行動委員会は、本社においては必ず毎月1回開催されているが、各事業部門については定例化されていない部門もあったため、2010年度より年2回の定期開催（半期に1回）を義務づけ、企業倫理の推進体制の強化を図った。 毎年、リスクマネジメントの柱の一つである自主点検制度の見直しを進めているが、2010年度は法務関連の自主点検内容の見直しを図り、より実態をふまえた実効が期待される内容とした。 |
| | 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。 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> 海外関係会社のリスクマネジメント体制強化の一環として、中国に新たに設立された関係会社のリスクマネジメントに係る体制整備、制度構築などを指導した。 より実効のあがる研修を目的に、ケーススタディによる研修を多く展開させた。 |
| 情報セキュリティの確保 | 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。 | ○ | 大日本印刷が法人としてプライバシーマーク認証を更新。「情報セキュリティ教育基準」および関連規程の制定と検査・指導体制の強化。 |
| | 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。 | ○ | 新たな「リスク」対応等、DNPグループ拠点での検査・指導および評価・点検の強化。 |
| | 全社員に向けた情報セキュリティ教育充実。 | ○ | 情報セキュリティ関連冊子の作成および配布と、全社員約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。 |
| | 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。 | ○ | ICカード社員証を利用した入退出セキュリティ設備の新規導入。新規7事業所（累計128事業所） |
| サプライチェーンを通じた社会的責任の推進 | 資機材の購入先であるサプライヤーに加え、業務委託先である協力会社への展開を推進。 | ○ | 一部の事業所において、新たに、業務委託先である協力会社に対して、DNPのCSR調達規準への理解を深めてもらう説明会を開催し、それののった生産活動の推進を展開。 |
| | 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。 | ○ | 第4回「CSR調達規準」遵守状況定期調査を2011年2月に実施。2011年3月に評価シートを送付。 |
| | 主要サプライヤーを中心としたCSR実地調査を実施。また、中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。 | △ | 2011年1月に中小規模サプライヤー向けにCSR活動促進説明会を実施したが、主要サプライヤーに対する実地調査は未実施。 |
| | | ○ | 社会情勢に合わせ、CSR調達規準を改定した。 |

| 2011年度の目標 |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> リーマンショックおよび東日本大震災後の環境変化（予測）に対応して、DNPグループ21世紀ビジョンの再検証を行い、社会が抱える課題を解決し、創発的な社会の発展に貢献する人材を育成。 「ソリューションワークショップ」等を継続的に実施し、顧客との対話のなかで課題を共有し、顧客の課題解決を通じて社会の発展に貢献。 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、エネルギーやライフサイエンス、電子メディアなどのさまざまな分野で事業の発展・拡大を推進。 「ソーシャル」の視点で社会を研究し、意義のある課題の抽出を行い、既存の事業分野の枠を超えてテーマを設定し、事業を通じて解決する戦略を立案する。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 各事業部、グループ会社が、「防災業務計画」「事業継続計画（BCP）」にもとづき予防対策を計画的に推進し、自主点検を行い、防災のPDCAサイクルを強化。 DNPグループ全体で東日本大震災における対応の課題を整理し、計画を見直すとともに具体的な強化施策を推進。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 企業倫理の定着・浸透を図るためには日々の地道な努力の積み重ねこそが重要と考え、もう一度原点に立ち返って、DNPグループがめざす「誠実な行動」とは何かをグループ全員が考える活動を推進。この一環として、研修方法、研修資料の見直しを実施。 DNPグループの企業倫理の定着・浸透をより一層徹底するため、国内外の関係会社、特に新会社への企業倫理の定着・浸透および内部統制構築への活動を強化。 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、マネジメント内容の見直しや改善を推進。 各事業部門における企業倫理行動委員会の活動を強化。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 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を回していくなかで、繰り返し「対話」をし、目的を共有化。 新しいビジネスや新しい技術導入に伴う新しいリスクに対応するため、DNPグループ各拠点での自律的点検・改善体制の見直しと維持。 全社員のセキュリティ意識向上のため、研修・教育の実施と海外拠点向け教育コンテンツの充実。 独自のソリューションとノウハウを付加した物理的セキュリティ対策の実施。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 2010年よりスタートしたCSR調達規準の業務委託先への展開について、その対象を拡大して、活動を推進。 CSR調達規準の改定に伴い、「CSR調達規準」遵守状況調査表の内容を再考したうえで、定期調査を継続実施。 前回の中小規模サプライヤー向け説明会から対象サプライヤーの幅を広げ、CSR活動促進説明会を複数回実施。 第4回定期調査結果を受けて、主要サプライヤーを対象に実地調査を実施。 サプライチェーン維持のため、サプライヤーに事業継続計画（BCP）の策定を依頼し、状況確認を実施。 |

2010年度の活動目標・実績一覧

評価の目安 ○：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、目標達成に至らず
 ×：取り組みが不十分

| テーマ | 2010年度の目標 | 評価 | 2010年度実績 |
|-------------------|--|----|--|
| 情報の適正な開示 | Webサイト、アナニュアルレポート、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。 | ○ | ・ ニュースリリースを年間123件（2009年度120件）発信したほか、マスコミ各社による213件の個別取材にも対応した。 ・ IRミーティングを年間209回（2009年度233回）実施したほか、投資家向けに電子出版事業やディスプレイ製品などに関するテーマ別勉強会も複数回実施。 |
| | 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。 | ○ | インサイダー取引の未然防止への取り組みを強化するため、集合研修やネットワーキングを実施するとともに、規程の改定などを行った。情報開示委員会による審議・承認などにより、タイムリーディスクロージャーに努めた。 |
| | 生活者視点でステークホルダーとの関係を捉え直し、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。 | ○ | Webサイトの更新頻度と使い勝手を高め、内容の充実を図った。イントラネットのほか、社内報、DNPの製品・サービスを紹介する小冊子、デジタルサイネージなどを活用して、社内コミュニケーションを充実させた。 |
| ユニバーサル社会の実現 | DNPの事業ドメインに適合した汎用的なUD評価手法開発。 | △ | 評価手法の開発に関し、生活・産業分野に続き、情報コミュニケーション分野にて展開。 |
| | 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。 | ○ | ・ 一般社員のUDへの関心を高めるためUDセミナーを開催。約300名が参加。 ・ 社内勉強会「UD研究会」を立ち上げ、人材の育成と情報の共有を図った。 |
| | 社内外に自社の取り組みを積極的に情報発信。 | △ | 第3回国際ユニバーサルデザイン会議をはじめとして、UD関連の外部イベントに多数参加。また国際ユニバーサルデザイン協議会（IAUD）のプロジェクト活動において中核的な役割を果たすなど積極的に参画した。 |
| 製品・サービスの安全性と品質の確保 | 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。 | ○ | 2010年度も現場実査（製品安全実践会）を継続実施した。（6回開催） |
| | 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。 | ○ | 本社主催の集合研修・ネットワークラーニング、事業部・グループ会社主催の実務研修により、製品安全に関する社員教育を実施した。 |
| 人類の尊厳と多様性の尊重 | ダイバーシティ推進の取り組み強化 | ○ | 受講者数は、DNPグループ全体で640名。（上司302名、女性社員338名） |
| | 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。 | ○ | 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。 | ○ | 10拠点で開催し、107家族が参加。 |
| 安全で活力ある職場の実現 | 「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。 | ○ | 全員参加による「働き方の変革」の取り組みとして、業務効率化や多能工化、さらには勤務体制の見直しを積極的に行うなかで、グループ全体での時間創出という面では一定の成果をあげた。（平均所定外労働時間：2008年比▲39%） |
| | 「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率0.35以下（2008年比71%）をめざしてリスク低減活動を推進。 | △ | 労働災害防止基本計画にもとづき、半期ごとの評価を実施して2010年度目標の達成をめざしたが、転倒災害の増加などにより休業災害率0.49と目標達成には至らなかった。 |
| | 「DNPグループ第1次健康保持増進基本計画」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。 | △ | 「DNPグループ健康づくりに関するガイドライン」にもとづき健康保持増進基本計画を推進した。定期健康診断受診率99.6%、有所見者率も微増と目標達成には至らなかった。 |
| 企業市民としての社会貢献 | ● 社員の社会貢献マインドの醸成。 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。 | △ | ● 社内イントラサイト：約1回/週ペースの記事掲載とイントラトップへの告知で、社内アクセス順位平均8位のサイトとして定着（前半15位）平均16,000アクセス/月。 ①紹介した事業部・グループ会社は広がったが、全組織には至らず。 ②NPOや外部組織などの情報も掲載。 |
| | ● 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。 ・ 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。 | ○ | ● 千葉県下の小学校4校で「出張理科授業」を実施。 ・ 社員参加のプログラムとして開発。 ・ イン트라サイト、社内報、対外ホームページからの情報発信を行った。 |

| 2011年度の目標 |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 2011年度は、10月に創業135年を迎えるほか、「拡印刷」をコンセプトとした事業拡大の開始から60年、「21世紀ビジョン」の策定から10年という節目の年となる。年間を通じた重点テーマを設定し、マスコミの取材対応の充実、機関投資家向けのテーマ別勉強会の実施、各種コミュニケーションツールのコンテンツ開発などに注力。 ● ステークホルダーとのコミュニケーションを深め、DNPに対する期待や意見を集約し、事業活動に反映。 ● 海外におけるDNPの取り組みについて、社内外への情報発信を強化。 ● 社内外の重要情報の管理を徹底するとともに、タイムリーディスクロージャーおよびインサイダー取引の未然防止の取り組みを強化。 |
| <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。 ● UD思想にもとづいた製品・サービスをさらに社会に提供していく。 ● DNPの事業ドメインに適合した汎用的なUD評価手法の開発。 ・ 事業分野を超えて、知見を共有。 ・ 社内外にDNPの取り組みを積極的に情報発信。 ・ 次世代の人材を育成。 |
| <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、現場実査および品質指標のモニタリングを継続して実施。 ● 製品安全に対する社員教育の徹底を継続実施。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティ推進の取り組み強化。 ・ 「女性社員活躍支援ミーティング」をDNPグループ内の未受講者（女性社員とその上司）を対象に、継続実施。 ・ 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への具体的施策を継続実施。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継続実施するとともに、技術部門の女性社員定着率向上に向けた施策を実施。 ● 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。 ・ 男性、女性ともに育児休業等の制度利用を促進するための施策を検討、実施し、男性の育児休業取得率を向上。 ・ 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」の5拠点以上での実施を継続。 |
| <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」の最終年度として各事業部・各社での主体的な取り組みのもと「働き方の変革」を企業風土として定着させ、一人ひとりの時間資源の有効活用を実現。 ● 「DNPグループ第1次労働災害防止基本計画」の計画目標である休業災害率0.30以下（2008年比68%）をめざしてリスク低減活動を推進。 ● 「DNPグループ第1次健康保持増進基本計画」の計画目標である定期健康診断受診率100%、有所見者率の2.2%減少などをめざして健康増進プランを推進。 ● 社員一人ひとりがDNPグループ21世紀ビジョンや行動規範の目的、意味を理解し、自主的に社会に貢献できるよう、研修やミーティングの場で、議論することを継続的に実施。 ● 電子出版、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）など、新しいサービスを企画、制作できるクリエイティブな人材を育成。 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 社員の企業市民としての意識の醸成。 ・ 2011年度CSR報告書の発表会の開催。 ・ 社内イントラサイトにて、DNPグループ全組織の社会貢献活動を紹介。 ・ 同サイトに、グループ内で参考となる外部の社会貢献団体の活動を紹介。（6団体） ・ 有識者やNPOなどを招いた講演会等の実施。 ● DNPグループ独自の社会貢献活動プログラムの開発とグループ内水平展開。 |

2010年度の受賞・評価

| 年月 | 受賞・評価 | 主催 |
|----------|--|---|
| 2010年 4月 | 第49回 2010年ジャパンパッケージングコンペティション 経済産業大臣賞ほか 合計10点受賞 ※受賞は得意先各社様 | (社)日本印刷産業連合会 |
| 2010年 5月 | 第35回 木下賞 新規創出部門賞 (新形態ガム Fit's) ※(株)ロッテ様との共同受賞 the May Day CBF Model Partnership Awards ※テン・ワ・プレスが受賞 | (社)日本包装技術協会 National Trade Union Congress |
| 2010年 6月 | 関東甲信越地区危険物安全協会連合会会長表彰 ※DNPアイ・エム・エス小田原が受賞 関東甲信越地区危険物安全協会連合会会長表彰 諸設備の充実と安全管理功労 ※DNPエリオが受賞 優良事業所 (日頃の公害防止及び環境保全に関する活動) ※DNPテクノパック東海が受賞 | 関東甲信越地区危険物安全協会連合会 関東甲信越地区危険物安全協会連合会 岐阜県環境推進協会 |
| 2010年 7月 | the Premier Print's Certificate of Merit for Modern & Contemporary Art at Dartmouth ※テン・ワ・プレスが受賞 感謝状 (医学分野における貢献) 平成22年度安全衛生に係る労働局長表彰 岡山労働局長奨励賞 ※DNPオプトマテリアル岡山工場が受賞 | Printing Industry of America 東京医科歯科大学 岡山労働局 |
| 2010年 8月 | the Pewter for Gold Ink Awards for SVA ※テン・ワ・プレスが受賞 | Printing Impressions, Executive and Book Business Magazines (co-sponsors) |
| 2010年 9月 | 働きやすい会社ランキング2010 総合13位 第55回神奈川建築コンクール 最優秀賞 (DNP創発の社 箱根研修センター第2) 第40回 日本プロモーション・マーケティング協会展 ※受賞は得意先各社様 第8回JPMプランニング賞・新規顧客獲得企画の奨励賞、第40回クリエイティブデザインショー・経済産業大臣賞、JPM賞金賞、銀賞 第12回 自動認識システム大賞 優秀賞 ※イフコ・ジャパン(株)様との共同受賞 (RFタグのレンタルコンテナへの導入による青果物流通サプライチェーンにおけるレンタルコンテナとその内容物の一元管理の実現) | (株)日本経済新聞社 神奈川県 (社)日本プロモーション・マーケティング協会 (社)日本自動認識システム協会 |
| 2010年10月 | 第6回企業の品質経営度調査 総合5位 2010年“超”モノづくり部品大賞 奨励賞 (メタルインターポーザー内蔵QFPと極薄0.16ミリ厚LGAに用いられる金属配線シート) 第52回 全国カタログ・ポスター展 合計24点受賞 ※受賞は得意先各社様 平成22年度 神奈川県環境保全(大気・水・土壌関係) 功労者表彰 ※DNPアイ・エム・エス小田原が受賞 2010年度 グッドデザイン・フロンティアデザイン賞 (床面サインとスマートフォンを利用した駅空間案内システム) ※東日本旅客鉄道(株)様、ソフトバンクテレコム(株)様、(株)ブックマーク様との共同受賞 紺綬褒章 (札幌市円山動物園への寄付に対して) ※北海道コカ・コーラボトリングが受賞 | (財)日本科学技術連盟 モノづくり推進会議 (社)日本印刷産業連合会 (株)印刷出版研究所 神奈川県知事 (財)日本産業デザイン振興会 内閣府 |
| 2010年11月 | 第6回企業の品質経営度調査 優秀企業賞 2010年パナソニックエクセレントパートナーズミーティング SCM貢献・金賞 (液晶テレビ用第8世代カラーフィルターのパイプライン生産体制の構築) 感謝状 (EBコート技術を活用した内装クロスで品質の向上と品質のトラブルの削減に貢献) | (財)日本科学技術連盟 パナソニック(株) パナホーム(株) |
| 2010年12月 | 第62回 全国カレンダー展 合計24点受賞 ※受賞は得意先各社様 | (株)日本印刷新聞社 |
| 2011年 1月 | 第7回企業力格付け 総合7位 第14回環境経営度調査 総合21位 Tirage部門 Image d'OR (金賞) (Fotolusio Print Center) ※DNPフォトイメージングヨーロッパが受賞 交通功労賞 (交通安全啓発活動への協力に対して) ※北海道コカ・コーラボトリングが受賞 | (株)日刊工業新聞社 (株)日本経済新聞社 Le Monde l'image 北海道警察本部 |
| 2011年 3月 | 第10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8位 わが国企業のCSR経営動向調査2010 社会的責任経営の取り組みの進んだ企業 Elite-Smile (Greve地区の約400社の中で防火や安全面で最も優れた会社) ※DNPデンマークが受賞 | (株)インテグレックス (株)日本総合研究所 Greve Fire Brigade |

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。

| SRIインデックス | ホームページ |
|--|---|
| Dow Jones Sustainability Indexes | http://www.sustainability-indexes.com/ |
| FTSE4Good Index Series | http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/index.jsp |
| Ethibel PIONEER Register & Ethibel EXCELLENCE Register | 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 | http://www.morningstar.co.jp/sri/index.htm |
| Sustainable Asset Management | http://www.sam-group.com/html/main.cfm |



※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。

DNPグループのCSRへの取り組み

～社会性報告～



情報記録材事業部グループ フォトコンテスト 入賞作品 「RELAY TEAM SWIMMING, SMILES」

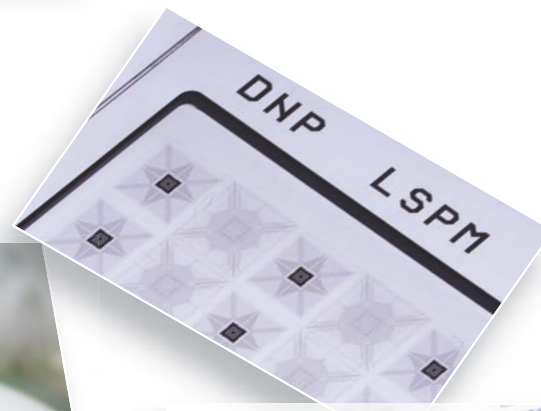
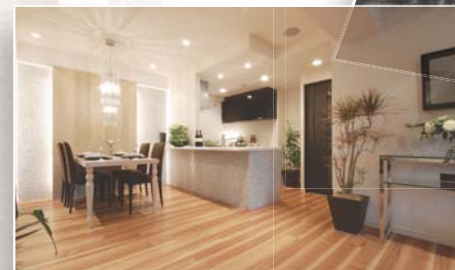
撮影: DNP IMS America Corporation Tu A. Buiさんのお子さま

人々の暮らしを支え、明日を拓く、DNPの技術

DNPは1876年(明治9年)、日本で最初の本格的な印刷会社として誕生しました。以来、「印刷技術(PT:Printing Technology)」と「情報技術(IT:Information Technology)」を応用・発展させ、人々の暮らしになくてはならない製品やサービスを生み出してきました。それらは現在、社会のいたるところで当たり前のように利用され、便利で快適な暮らしを支えています。私たちDNPは、これからも技術を核に新しい分野に挑戦し、豊かな社会づくりに貢献していきたいと考えています。



役員 研究開発担当
杉本 登志樹



「印刷技術」が支える便利で快適な暮らし

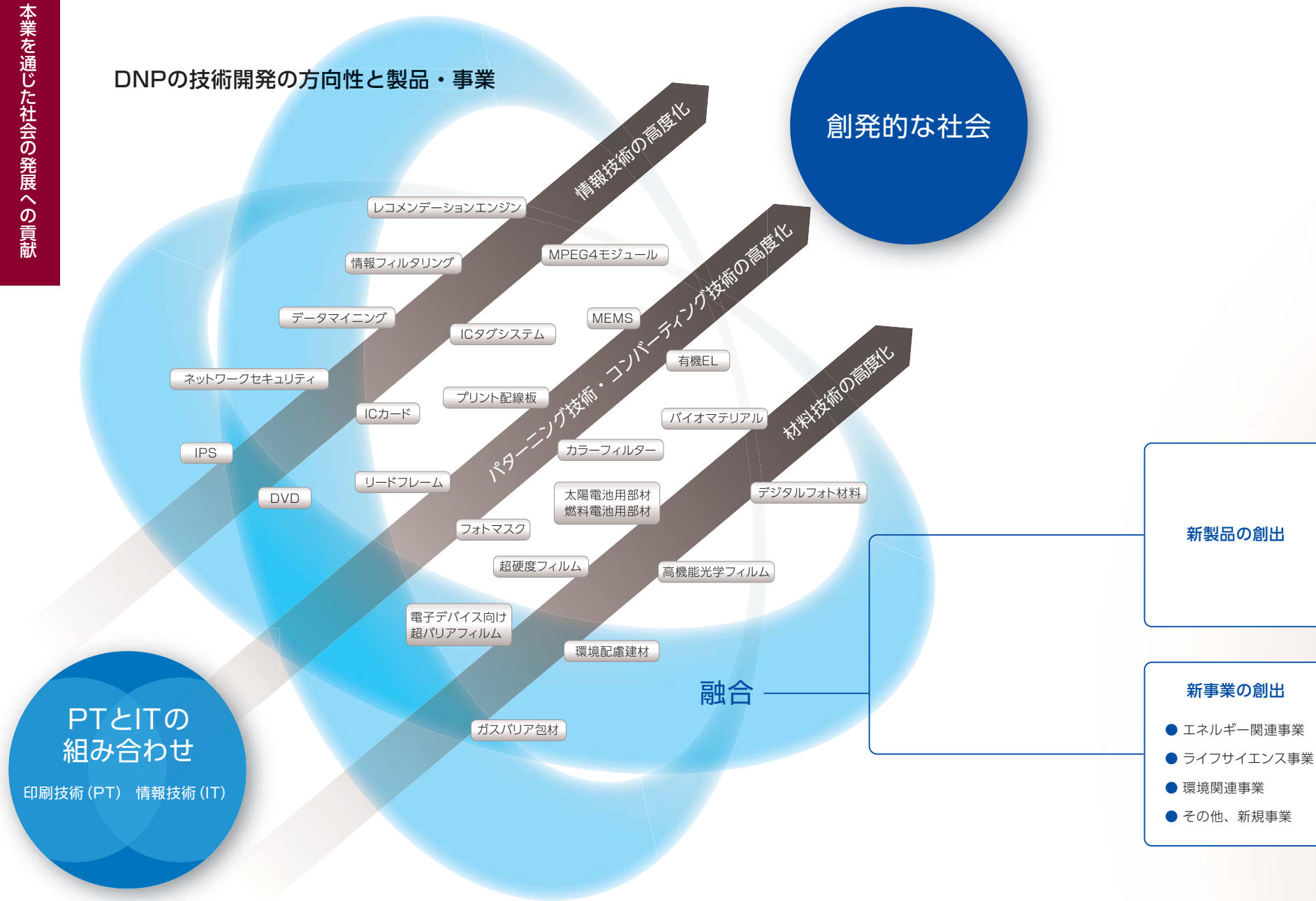
DNPは「拡印刷」をコンセプトとして、技術を核に事業領域を拡大してきました。その起点は1950年代、包装分野と建材分野への進出でした。印刷の対象を紙から、プラスチックフィルム、布、金属にまで広げ、ラミネートチューブ、レトルトパウチ、ペットボトル、あるいは住宅や電車、自動車の内装材、さらにはデジタルカメラや写真シールのプリント材料など、今日の暮らしに不可欠な製品を生み出してきました。

また1958年には、日本で初めてカラーテレビ用シャドーマスクを開発し、エレクトロニクス分野に進出しました。現在、液晶ディスプレイ用カラーフィルターや半導体関連部材などもDNPの主要製品となっています。そして、印刷技術から生まれたこれらの製品は、時代を画するような新しい商品の登場を促し、今日の私たちの豊かな暮らしを支えているのです。

「情報技術」が作る豊かなコミュニケーション

情報技術についても、DNPは創業以来、いかに的確に文字や画像を表現するかといった技術を研鑽してきました。明治時代から続く「秀英体」書体の開発をはじめ、カラーマネジメントシステムや意匠・デザインの開発まで幅広く推進し、1970年代にはデジタル化への取り組みをスタート。1985年には世界で初めてCD-ROM版電子辞書を開発し、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、インターネットやデジタル放送などへの対応を通じて、今日のデジタルコンテンツビジネスの技術・ノウハウを蓄積してきました。紙から電子メディア・ネットワークへと、私たち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きたいと考えています。

DNPの技術開発の方向性と製品・事業



技術の融合が拓く新たな世界

今日の私たちの暮らしに欠かせない機器やサービスの登場にDNPの技術融合が生み出した新しい製品が役立っています。その一つが「スマートフォン」です。この急速に普及する携帯端末には、なくてはならないキー部材として、DNPの液晶ディスプレイ用カラーフィルター、タッチパネルセンサー、リチウムイオン電池用ソフトパックが使われています。またDNPは、利用者の興味・嗜好に合わせた情報を推薦するレコメンデーションシステムと、それを利用したスマートフォン向けエージェントアプリ「マチレコ」を開発し、スマートフォンならではの情報配信サービスを提供しています。

明日の豊かな暮らしのために、これからも私たちは「印刷技術」と「情報技術」の可能性を追求していきます。



新製品の創出

新事業の創出

- エネルギー関連事業
- ライフサイエンス事業
- 環境関連事業
- その他、新規事業

印刷技術 (Printing Technology)

材料技術：

新たな材料を合成あるいは分散・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の設計・製作技術を指す。

パターンニング技術：

基材に文字、画像や柄などを形成する技術。刷版技術、活版・オフセット・グラビア印刷技術、リソグラフィ技術、インクジェットなどの無版印刷技術を指す。

コンバーティング技術：

材料の形を変える、あるいは複合するなどの材料加工技術。製膜、コーティング、ラミネート、賦型、転写、切断や研磨、製袋・成型や製本など、紙やフィルムなどの素材の加工技術を指す。

情報技術 (Information Technology)

情報処理技術：

情報の変換、蓄積、伝達に関する技術で、文字処理技術、色分解や文字・画像編集技術、ラスターベクター変換、デジタルアナログ変換、データベース設計技術、サーバ管理技術、ネットワーク技術などを指す。

HMI (Human Media Interaction) 技術：

情報と人のかかわり合いに関する技術で、フォント設計、カラーマッチング・トーンリプロダクション、意匠設計、フォトリアルCGなどの表現技術、画面設計などのインターフェース設計技術、自然言語処理や認知工学などを指す。

情報セキュリティ技術：

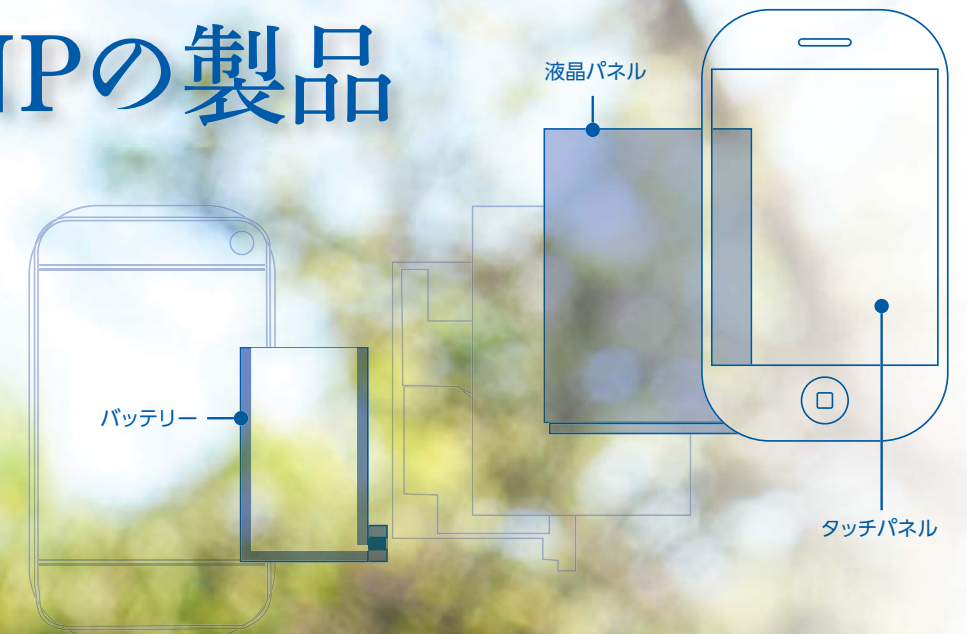
情報を正しい対象に正確に伝達する、正しく保管し、不正に扱われないようにするなどの技術で、暗号化処理技術、個人データ処理・管理技術、著作権管理技術、バイオメトリクス技術、ICカード関連情報技術などを指す。

コア技術の高度化と融合

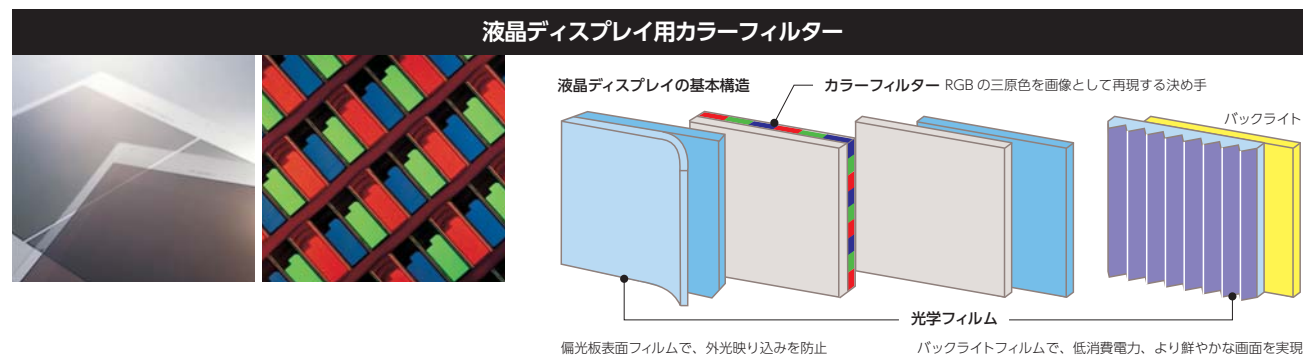
DNPにとって、「印刷技術」と「情報技術」は新しい製品やサービスを生み出す基盤となるコア技術であり、それらの技術の追究を最重要テーマとして注力しています。

その取り組みの方向性が「高度化」と「融合」です。印刷技術の「材料」「パターンニング」「コンバーティング」の各技術と、情報技術の「情報処理」「HMI」「情報セキュリティ」の各技術をそれぞれ高度化し、さらにそれらを有機的に組み合わせることで、社会にそれまでなかったような画期的な製品やサービスの創出をめざしています。近年、DNPの技術を核とした取り組みは、太陽電池用部材などのエネルギー分野から、毛細血管のパターン形成や細胞シート工学などのライフサイエンス分野まで、あらゆる領域に及んでいます。

スマートフォンを支えるDNPの製品



印刷技術がディスプレイの進化を促進



カラー化に必要不可欠な部材「カラーフィルター」

現在、画像表示装置として広く普及している液晶ディスプレイ。パソコン用モニター、ノートPC、テレビ、デジタルカメラなど、さまざまな機器で使用されています。この液晶ディスプレイの画像を“カラー”で見られるようにしている部材が「カラーフィルター（CF）」です。ガラス基板の上に赤・緑・青（RGB）の着色インクを均一かつ微細なパターンに配列し、バックライト光源からの光がこのRGBのカラーフィルターを通ることによってさまざまな色が作り出されているのです。

DNPは、着色インクなどの材料技術や超微細なパターンニングを可能にするフォトリソグラフィー技術などの保有する技術を応用し、1989年にカラーフィルターの

製造を開始し、同製品分野での先進的な地位を築いてきました。さらに2006年には、フォトリソグラフィー方式のCF製造に加え、世界で初めてインクジェット（IJ）方式によるテレビ用CFの量産化にも成功しました。IJ工程では、数百万の画素にインクをむらなく高速に塗布する技術など、新たなテクノロジーを駆使しています。現在では大型液晶テレビ用から、より高精細・高輝度のスマートフォン用まで、高品質の先端カラーフィルターをさまざまな用途に供給しています。

軽くて薄い高性能のタッチパネルを実現



マルチタッチ機能を支えるキー部材

近年タッチパネルはカーナビゲーションシステム、携帯端末、デジタルカメラなど急速に使用範囲が広がっており、なかでもスマートフォンやタブレットPCではCAP方式（静電容量方式）のタッチパネルが採用されています。CAP方式は指先の接触をセンサーで感知し、2本指を開いたり閉じたりして画面を拡大・縮小させるといった、直感的な操作を可能にするマルチタッチ機能に優れています。

DNPでは従来からガラスセンサーで量産対応してきましたが、これに加えて2009年に新開発の透明導電膜フィルムセンサーを市場に投入し、タッチパネル市場拡大に貢献しています。

CAP方式に対応した新フィルムセンサー

CAP方式タッチパネルのセンサー部は、透明導電膜をX、Yの2方向にパターンニングした2枚のガラスもしくはフィルムを貼り合わせて作られてきました。しかしセンサーの精度と視認性を確保するためには、2枚の貼り合わせに高い位置精度が必要となります。この課題に応えるため、DNPは透明導電膜パターンを基材の表裏に位置合わせしながら同時形成できる製品、CT-Filmを開発しました。1枚の基材だけで透明導電膜センサーを構成する新部材を供給することにより、薄型・軽量で高品質のタッチパネルの製造を可能にしています。



リチウムイオン電池用ソフトパックのリーディングカンパニー



“軽く・薄く・長持ち”の電池を実現

蓄電容量が大きく出力も高いことから、ノート型パソコンや携帯電話をはじめ、生活のいたるところで使われているリチウムイオン電池。これまでそのパッケージは金属缶が主流でした。これに対しDNPは、多層フィルムを使用するソフトパックを開発。ソフトパックは柔軟で成型がやすく、クリーン環境で製造するため異物混入もなく安全です。そして、丈夫で軽く、金属缶に比べ形状の自由度もあり薄くできるため、スマートフォンをはじめ薄型モバイル機器への採用が広がりました。最近では、高い安全性が求められる電気自動車にも利用されるなど、さまざまな分野での用途が期待されています。

技術が支える世界のトップシェア

DNPがプラスチックフィルムを使用したバッテリーパックの研究を開始したのは1993年。リチウムイオン電池がようやく市場に登場したばかりの頃でした。そして、1999年に多層構成のプラスチックフィルムによるソフトパックを開発し、現在では、ソフトパック方式の世界シェアで65%を占めるなど、リチウムイオン電池市場でのリーディングカンパニーとなっています。この躍進を支えたのがDNPが培ってきたコンバーティング技術で、



太陽電池部材の開発などにも活かされています。DNPは、次世代のエネルギー分野にも挑戦し、その普及に貢献していきます。

“街なか” 情報配信サービス「マチレコ」

情報配信サービス



マチレコ®に登場するキャラクター 頭のアンテナが、オススメする行動（「食べる」「買う」「遊ぶ」「見る」）の違いにより変わります。

スマートフォン向けコンシェルジュサービス

「マチレコ」は、スマートフォンから得られる位置情報および時間帯と、利用者が事前に設定した嗜好情報や閲覧履歴を分析し、その利用者が選択する可能性が高い“街なか”での「食べる」「買う」「遊ぶ」「見る」といった行動を予測して、コンシェルジュのように状況や好みに適した店舗や情報を携帯端末に配信するサービスです。利用者の携帯端末に最適な情報を個別に配信するシステムを2007年に開発し、2008年から事業化に向けて実証実験を進めてきました。現在、iPhoneとAndroid搭載のスマートフォン向けベータ版サービスとして展開しています。

求められるサービスを実現する情報技術の創出

「マチレコ」サービスを支えているのが、DNPが開発したモバイル向けレコメンデーションシステム。DNPはスマートフォンをはじめとした高性能モバイル情報端末が、情報社会のインフラとして普及することを早期に予測し、インターフェース設計・言語処理・データベース設計・サーバ管理などの情報技術を駆使して、モバイル向けレコメンデーションシステムのプロトタイプを開発しました。スマートフォンが普及した社会では、その場で情報を収集し活用する機会が増えるため、膨大なデジタル情報から、その場の状況に応じた情報を選別するレコメンデーション技術がますます重要となります。DNPは社会が求める新たなサービスを実現するため、自ら必要となる情報技術を開発しています。

企業倫理の定着・浸透のための計画的かつ継続的な取り組み

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、社会からの信頼を得るために、最も重要なことと考えています。それを実践するための体制や風土づくりを進め、高い倫理観をもった社員を育てることが、DNPグループの持続的な発展につながると確信しています。

PDCAを回す企業倫理活動の全体像

会社の向かう方向と社員の志を一つに

会社の姿勢と活動の基盤

企業倫理は一時的な活動ではなく、計画的かつ継続的な取り組みによって、しっかりと根づかせていくべきものです。DNPグループでは、企業倫理活動を日常のマネジメント業務に組み込み、年間を通じた活動としてPDCAサイクルを繰り返し回しながら継続的な改善を図っています。

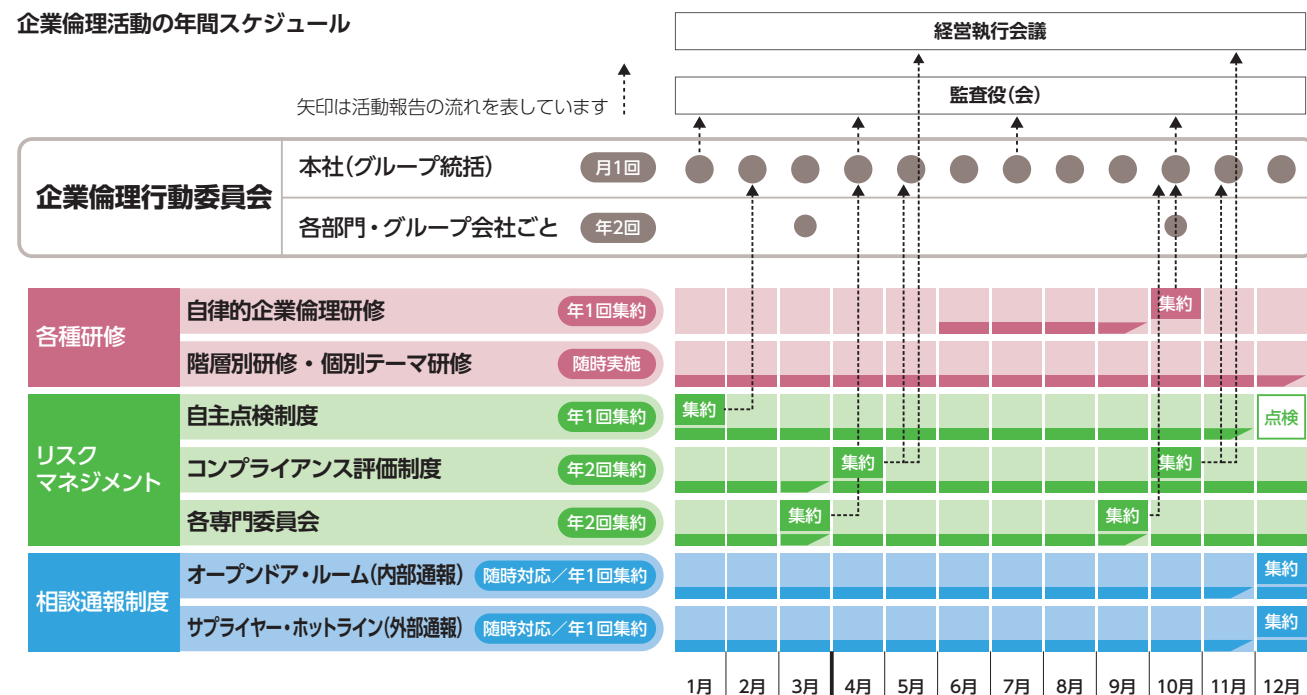
DNPグループの企業倫理活動は、本社部門の取締役および担当役員で構成する「企業倫理行動委員会」が統括しています。毎月定期的に開催し、年間計画

の策定をはじめ、企業倫理の定着・浸透に係る諸活動に対する指導・フォロー、方針や実施計画の見直しなど、継続的な活動の基盤として機能しています。

社員の自主性への働きかけ

組織的な取り組みの一方で、社員一人ひとりが企業倫理の大切さを自覚し、グループ全体で共通認識をもって取り組んでいくことが重要です。企業倫理の取り組み姿勢は、自ら目標を設定してその結果を評価する「目標管理評価制度」の評価項目でもあり、個人の業績評価に反映されています。また、研修を通じて、より高い倫理観をもった社員を育て、それぞれが自ら考えて行動することで、企業倫理がさらに定着・浸透していくものと考えています。

企業倫理活動の年間スケジュール



F O C U S 自律的企業倫理研修



企業倫理の定着と浸透を目的に、階層別やテーマ別などさまざまな企業倫理研修を行っています。なかでも、2010年度で8年目となった「自律的企業倫理研修」は、自らの部門は自ら守るという気構えで、各部門のトップが取り組むべき課題やその解決方法について、自らの言葉で部下に語りかける研修としてグループ内に定着しています。内容についてもトップに一任し、各部門ごとに工夫をこらして、毎年1回必ず実施しています。当初は自ら語ることに戸惑うトップもありましたが、直接話し伝えることにより社員の理解が深まり、取り組み意欲の向上にもつながっています。また、近年は海外の関係会社においても、国内に準ずる企業倫理の浸透をめざして、現地の実情に合った自律的企業倫理研修を展開しています。

「誠意」のある人間を育てるため、研修の裾野を拡げていきたい。

市谷事業部の主な顧客は出版社であり、顧客にかわって、直接生活者のもとに届く製品を作っています。それだけに私たちと顧客との間には強い信頼関係が必要です。2003年から始めている「自律的企業倫理研修」は、本社の企業倫理事務局と連携して実施していますが、私が考えるテーマは大きく3つです。まず「動きやすい環境を作る」こと。悩みやトラブルを個人で抱え込むのではなく、みんなで共有し、解決できる環境を作りたいと考えています。2つめは「トップ企業に勤めているという自覚」です。トップ企業がもつ社会的責任の重さを、常に念頭に置いた言動こそが自分と会社を守るからです。そして、顧客との信頼関係を醸成する意味でも「誠意」が大切です。企業倫理研修の目的を突き詰めれば、誠意のある人間を育てるということです。動きやすい環境が心に余裕を作り、トップ企業という意識から倫理観が育ち、誠意が生まれてくるのです。いまは管理職を主体とした研修になりがちなので、今後はもっと裾野を拡げていきたいと思っています。



常務役員
市谷事業部 事業部長
山崎 富士雄

大日本印刷(株)
市谷事業部 市谷第1営業本部 営業第2部
部長 **若林 尚樹さん**

DNPグループ社員の法令と社会倫理の遵守についての考え方は、営業活動のみならず、各個人の普段の生活においてもかなり浸透し、また身についていると感じています。特に、法令の遵守に関しては、常にDNPがどのようなスタンスで活動しているかをお客さまに説明しているため、時には厳しすぎるといった声をいただくこともあります。しかしそれは、私たちにとっては褒め言葉だとも言え、その厳しさゆえにお仕事をいただくことが多々あります。この感覚が身につけているのは、事業部長から定期的に行われている「自律的企業倫理研修」を通じて、法令と社会倫理を必ず守るという信念が社員全員に日常的に伝わっているからであり、私たちは、DNPグループの一員であることを常に意識して行動できていると思います。

VOICE

(株)インテグレックス
代表取締役社長 **秋山 をねさん**

一人ひとりが自分のこととして捉え、自主的・自律的に取り組むこと、企業倫理の定着のためには、これが最も重要と言えます。DNPグループでは、計画的・継続的な取り組みのなかで、社員の自主性に働きかけ、社員が自ら考え行動するような環境づくりを進めており、これが、企業倫理におけるDNPグループの評価の高さにつながっていると感じます。東日本大震災を契機として、社会的存在としての企業のあり方が以前にも増して重要となっています。「すべてのものは互いに働き合っており、一体となって初めて結果が出る」という「一圓融合(二宮尊徳)」の考え方からも、法令・社会倫理だけでなくリスクマネジメントとも一体化した活動が重要と言えます。企業と人、企業と社会の一圓融合をめざして、今後も活動の成果をあげていけることを期待します。

情報資産の保護を最優先し 安全・安心なサービスを提供

事業を推進するうえで、個人情報や顧客企業からお預かりする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して、体制の強化や社員教育などにより、厳密な管理を維持・継続していきます。

DNPグループのインターネットサービス

情報流通を先導し、 社会・企業・生活者を 安全につなぐために

膨大な情報に接する企業としての責任

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・継続に努めるとともに、そのノウハウや技術をセキュリティソリューションに活かしています。DNPデジタルコムは、常に最新の技術を取り入れながら、携帯キャンペーンやWebプロモーション、インターネット通販、データセンター運営などのICT^{※1}ソリューションを提供しています。また、DNPグループの3万社を超える顧客企業との取引で培った、多種多様な業務に精通したBPO^{※2}サービスを組み合わせることに

※1 ICT (Information and Communications Technology: 情報通信技術) ITにC (Communication: 伝達) が加わることで、情報を適切に他者に伝達するための技術となり、コンピュータ機器や技術そのものよりも、それを使ったコミュニケーションを強調した表現となっています。
 ※2 BPO (Business Process Outsourcing: ビジネスプロセスアウトソーシング) 自社の業務プロセスを外部企業に委託することで、DNPグループではこれを受け、多様なビジネス代行サービスを提供しています。



(株) DNPデジタルコム
品質保証本部 品質管理グループ
グループリーダー 猪岡 政広さん

DNPデジタルコムでは、2000年という早い時期にプライバシーマークを取得し、個人情報保護活動に取り組んできました。社会環境の変化とともにセキュリティに対する脅威も複雑化し、利便性を追求しつつどこまでの安全対策を講じるのかなど、難しい課題もありますが、最近ではお客さまに「ここまで高水準のセキュリティが確保されていれば安心です」とお褒めの言葉をいただくことも多く、世の中に誇れる高い水準のセキュリティであることを改めて自負しています。今後も環境の変化に応じた安全対策を講じ、企業や生活者であるお客さまに安全・安心をご提供できるよう努めます。



KDDI (株) サービス企画本部
マルチアクセス&サービス企画部 ホームネットサービスグループ
課長補佐 小倉 公生さん

当社は、電気通信サービスを安全に安定して提供する企業として、情報資産保護・データ管理については非常に高度なセキュリティレベルでの体制・スキルを要求しています。体制・設備・システム面すべてにおいて厳格なセキュリティ対策を施しているDNPグループはこの要求にお応えいただき、当社のサービス提供を支える信頼あるパートナーと認識しております。当社でも定期的に監査を実施し、対策状況には満足させていただいておりますが、ICT技術の発展に合わせたさらなるセキュリティ対策の維持・継続を期待しております。

よって、顧客企業のインターネットビジネスをトータルに支援しています。情報セキュリティの万全なインフラのもと、個人情報はじめとする大切な情報資産をお預かりし、それらの活用も含めたソリューションを提案しています。

信頼に応える当たり前の「安全」を提供するために

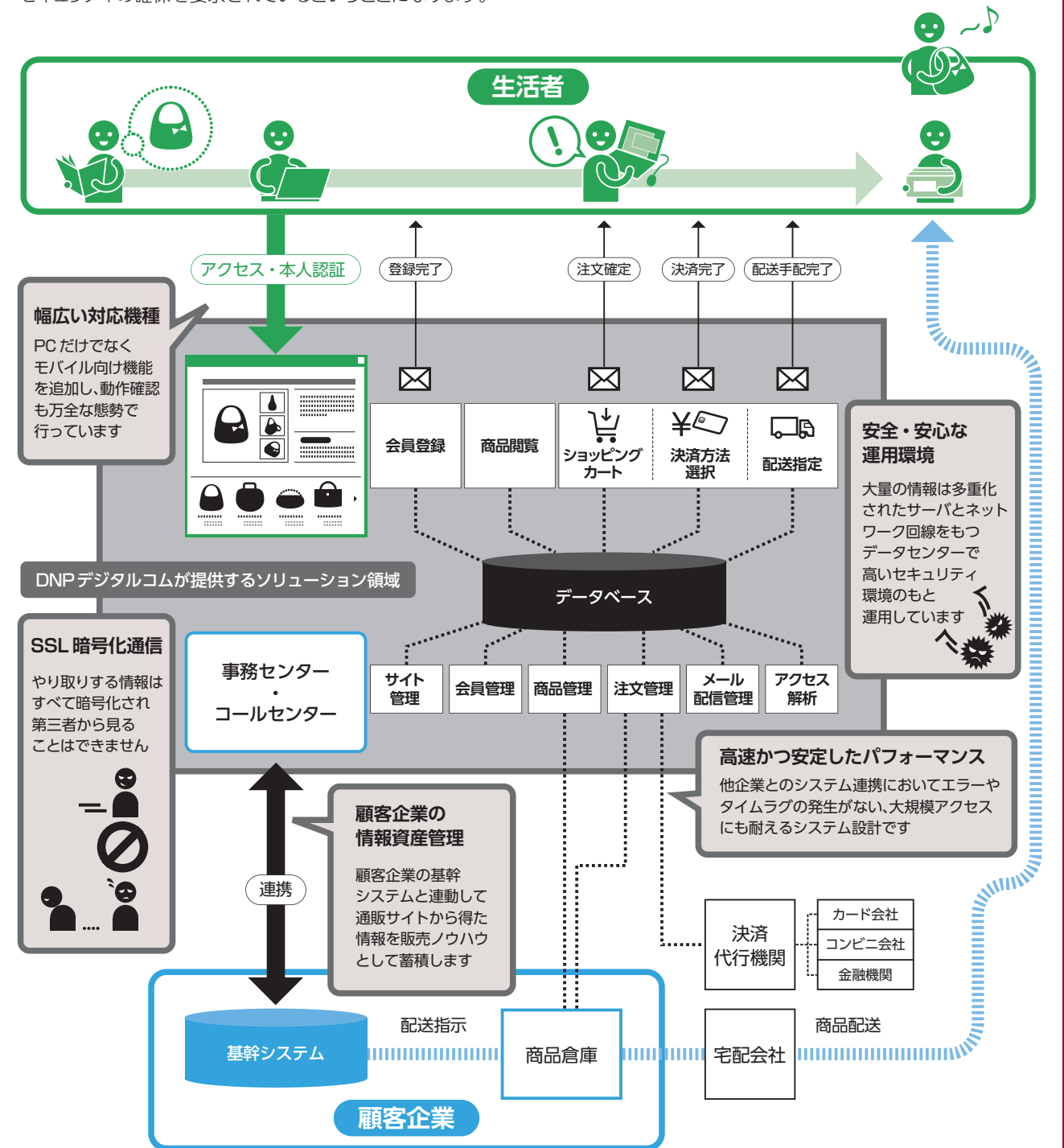
住所、氏名、メールアドレスなどの個人情報をはじめ、企業秘密ともなる新製品情報やアンケート集計など、顧客企業の情報資産の保護を最優先し、人的、組織的、物理的、技術的とそれぞれの領域で万全なセキュリティ対策を講じています。そしてこれらの対策をきちんと機能させ、厳密に運営・管理することで、高い水準のセキュリティを確保しています。

F O C U S

安全に安定したサービスを提供する Webサイトの仕組み

DNPデジタルコムが提供する生活者に身近なサービスとして、インターネット通販サイトがあります。DNPデジタルコムは、サイトの構築・運用から、事務センターやコールセンターの代行までを一貫して請け負い、注文受け付けからデータ入力・加工、仕分け、商品発送やお問い合わせ対応など、顧客企業の先の生活者と直接やり取りをする業務までを担っています。これは同時に、お預かりする情報の収集から加工、集計、報告のすべてのプロセスにおいて、高度な情報マネジメントと万全なセキュリティの確保を要求されているということになります。

「安心して買い物ができる」サイトは、商品紹介ページのデザインなど目に見える部分だけでなく、安定して高速に動かすためのさまざまなシステムに支えられているのです。盤石なシステムを構築することで、実際に利用する生活者と、そのサイトを運営する顧客企業のどちらも安心して、便利な環境を利用することができるようになります。



パートナーとともに 持続的成長を遂げるために

法令遵守、環境保全はもとより、誠実な活動を通して社会の期待に応えてこそ、社会から信頼を得ることができるとDNPは考えます。
こうした取り組みをDNPだけでなく、サプライヤーを含めたバリューチェーン全体に拡げる活動を推進しています。

サプライチェーン全体でのCSR推進

パートナーが抱える 課題や疑問に応えたい

DNPグループでは2006年3月に「DNPグループCSR調達規準」を制定し、サプライヤーの方々に全国各地で説明会を行ってきました。2011年3月には調達規準を改定、社会の変化に沿って見直しを行いながら、CSR調達のさらなる浸透を図っています。

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の両立をめざし、サプライヤーとともに、サプライ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に日々努めています。

サプライヤーの皆さまとの「対話」

CSR調達を推進するには、まずサプライヤーの皆さまにDNPのCSR活動を理解してもらう必要があります。2011年1月には、これまで行っていた大規模サプライ



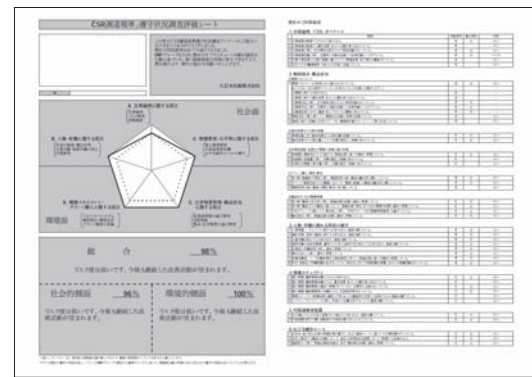
中小規模サプライヤー向けCSR調達説明会

ヤー向け説明会に加え、よりきめ細かな支援が必要な中小規模サプライヤー向けの説明会を実施しました。

主な内容は、CSRについての説明やDNPグループの活動報告、CSR調達規準の考え方などで、参加者からは「基本から事例も含めての説明だったので、理解しやすかった」「具体的な取り組みはこれからの参考になりたい」などのご意見をいただきました。こうした説明会を機に、サプライヤーのCSR活動が活性化していくよう、事後アンケートに寄せられた意見なども参考にしながら、今後も定期的にも実施していく予定です。

積極的な改善活動を継続していくために

DNPグループでは2006年よりほぼ毎年、サプライヤーのCSR調達規準遵守状況を調査しています。2011年2月には4回目となるアンケート形式での調査を実施。1カ月後に、各項目の進捗状況を把握してもらうために、分析結果をまとめた「評価シート」をフィードバックしました。この結果をもとに実地調査、面談などを行い改善活動を促すことで、サプライヤーのCSR活動推進を支援しています。



サプライヤーにフィードバックする「評価シート」
[DNPグループCSR調達規準]をもとにDNPが独自に作成しています。

F O C U S

CSR活動連鎖の拡大 (IPS事業部)

近年、サプライチェーン全体でのCSRのあり方が問われはじめています。DNPグループではこうした社会的背景をふまえ、2010年からはCSR調達の対象を、資機材購入先だけでなく業務委託先にも広げました。CSR調達規準への理解を深め、それにとつた生産活動をお願いする活動を進めています。

ICカードや帳票類を扱うIPS事業部では、全社に先駆け業務委託先を集めた説明会を実施¹。事前に発注担当者など業務委託先と直接かわる社員への研修を徹底したうえで、基本的人権の尊重や法令遵守はもとより、労働環境や安全衛生・環境保全への取り組みなど、CSR調達規準の主旨を業務委託先へ伝え、その遵守をお願いしました。

DNPと業務委託先とが協力し合い、CSRの取り組みを進めていくことで、より高いレベルの価値を創造し、互いに企業競争力を高めていけると考えます。

委託先企業の訪問と実地調査

「CSR調達規準調査表」をもとに「評価シート」を作成。以前から実施している「業務委託先品質パトロール」で委託先企業を訪問するなかで、「評価シート」の説明を行うとともに、そこで見受けられた課題については、実地調査²³を行い、改善に向けた活動につなげています。



大日本印刷(株)
IPS事業部
本部長 塚田 秀樹さん



(株)ウエマツ
代表取締役社長 福田 浩志さん



業務委託先へ「CSR調達」を展開することになった際、二つのことが思い浮かびました。一つは、そもそも自分たちがCSRについてきちんと対応しているか？これについては、発注担当者に今一度CSRの事前教育を行いました。もう一つは、各委託先のCSRに対する考え方や取り組み方に大きな温度差があるのではないか？これには、各々のできることから真摯に取り組むことにしました。このような活動の最も肝心なことは「継続」。そのため特別な業務としてCSR活動を切り出すのではなく、日々の業務のなかに取り込むことにしました。前向きに取り組んでくださる委託先の皆さまと私たちが、対話を通してCSRに対する関心度を高めていく。それが「サプライチェーン全体でのCSR推進」の入り口なのかもしれません。

私どもウエマツは、印刷・加工の専門会社です。創業より50有余年を迎えますが、その間DNPグループとは多くの仕事をさせていただいています。協力工場として単に商品を納めれば良いということではなく、DNPのサプライチェーンの一角を担っていることの責任を承知し、より良い商品を製造・納品することを心がけています。当社独自でも情報セキュリティの認証を取得するなどCSRの取り組みを進めてきましたが、DNPのCSR調達規準に則した活動を進めることで、当社としてもCSRの取り組みがより一層の強みとなっていくことと思います。DNPにはCSRに対する助言をいただきながら、より価値のある商品を社会に提供すべく、奮励努力していきます。

ステークホルダーと「対話」でつながる 良好な関係をめざして

DNPグループの持続的な発展は、ステークホルダーの皆さまとの信頼構築なしには実現し得ません。日々さまざまなコミュニケーションを進めていくなかで、共有すべき情報を適時、適正に提供し、しっかりと「対話」を深めていくことで、社会的責任を果たしていきます。

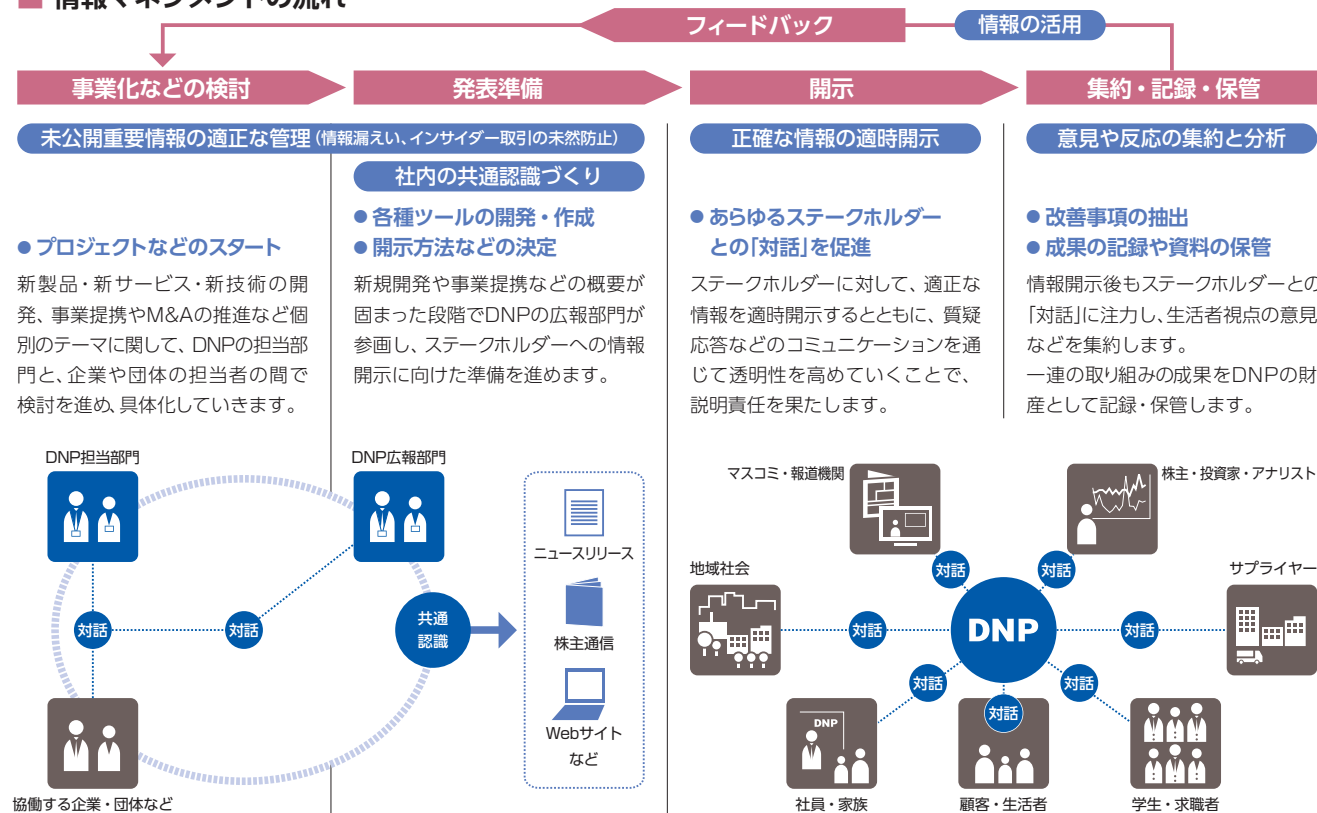
DNPグループの情報マネジメント

価値観を共有していく

情報管理とコミュニケーション施策

DNPグループでは、自らの事業や活動について理解してもらうため、また社会からどのように見られているかを正しく分析して認識するために、幅広いステークホルダーと活発に「対話」するよう努めています。企業の説明責任として適正に情報を開示する一方で、ステークホルダーの見解や要望を集め、その声を企業風土の変革や提供する製品・サービスの改善につなげています。

情報マネジメントの流れ



社会の変化を見極め、多様化に応える

取材やニュースリリースなどのマスコミ対応をはじめ、ショールームの企画・運営、各種情報ツールの活用、IR活動の強化など、幅広いステークホルダーとのコミュニケーション機会を拡大しています。また、インターネット環境の有無などによる情報格差の解消に努め、新たなツールの活用も進めています。

DNPは2011年で創業135年。蓄積した企業資料などを、今後の企業活動および社会貢献に活用し得る情報資産として適正に管理しています。そして、ただ保管するだけでなく、文化的価値の高い資料などは適宜公開しています。

F O C U S 新規ビジネスでの情報管理 (電子書籍事業)



大日本印刷、NTTドコモ、トゥ・ディファクトによる共同記者会見 2011年1月11日、電子書籍ストア「2Dfacto (トゥ・ディファクト)」開設を発表しました。

電子書籍への関心が高まるなか、2011年1月11日、DNPが提供する電子書籍サービス「honto (ホント)」を利用した、NTTドコモのスマートフォン向け電子書籍ストア「2Dfacto (トゥ・ディファクト)」を開設。一連の電子書籍事業には社会的にも注目が集まっており、また他社との業務提携やグループ会社の体制構築なども含む案件であったことから、より厳密な情報マネジメントが求められました。検討段階では、事業を推進する担当部門と広報部門が一体となり、未公開情報が外部に漏れないよう管理を徹底。発表時には、記者会見やニュースリリース発信、印刷物やWebサイトなど各種コミュニケーションツールのコンテンツ開発などを積極的に行い、報道機関や投資家をはじめ、あらゆるステークホルダーへの周知とコミュニケーション強化に努めました。また、デジタルサイネージ (電子看板) やイントラネットを活用した社内向けの情報発信も充実させ、DNPグループ内での連携強化も図りました。

ニュースリリース発信

電子書籍サービスの事業化が徐々に形になっていくなかで、その進捗段階に応じたさまざまなニュースリリースを発信しました。

| | |
|------------|--|
| 2010年7月8日 | 大日本印刷 CHIグループ 国内最大級の電子書店を今秋開設 |
| 2010年8月4日 | NTTドコモ 大日本印刷 電子出版ビジネスで提携 |
| 2010年12月7日 | 大日本印刷 NTTドコモ CHIグループ ハイブリッド型総合書店の共同事業会社設立で合意 |
| 2011年1月11日 | トゥ・ディファクトによる電子書籍サービスを開始 |
| 2011年5月17日 | 山と溪谷社、大日本印刷 映像や音声を加えたデジタル雑誌を紙版と並行して制作 |

社員への情報発信

社内への情報発信として、社員向け冊子「Discover DNP」で電子書籍事業について掲載。新事業に対する社員の理解促進を図りました。



大日本印刷 (株) 電子出版ソリューション本部 Dプロジェクト サプライダー **加藤 嘉則さん**

DNPは、生活者の新しい体験と利便性の実現、良質なコンテンツが生まれる循環環境をめざして電子出版事業を展開しています。この環境構築においては、さまざまな分野で特色をもった先進企業との連携が必要であり、NTTドコモ・丸善CHIホールディングスとの合併会社2Dfactoの設立は、まさに各々の強みを生かした協業と言えます。この新しい枠組み構築の過程においては、各社の意志を正確にステークホルダーに伝達する必要がありました。ニュースリリースも、一言一句に至るまで妥協を許さない対話を行い、広報という面だけでなくお互いの企業文化や事業への思いの理解に役立ったと考えています。電子出版市場はまだ立ち上がったばかりです。今後も適切な情報発信を心がけ、生活者の新しい体験を提供していきます。

VOICE

東京証券取引所自主規制法人 東証Rコンプライアンス研修センター COMLEC **保坂 武志さん**

DNPは、企業に重大な影響を及ぼすインサイダー取引の未然防止に向けて、役員・管理職やグループ会社の幹部の方など、株価に影響ある内部情報に接する機会の多い階層を対象として、東証職員による研修をこれまでに2回シリーズで実施されました。また、「商事法務No.1928(2011.4.5)」誌上で担当常務の方からご紹介があったように、インサイダー取引と表裏一体の関係にある情報管理についても、自社のみならず他社 (顧客) 情報の管理を徹底するための教育をはじめ、さまざまな取り組みを熱心に行っていらっしゃいます。特に上場企業という立場と同時に仕事柄、お取引先の多くも上場企業であることから、こうしたインサイダー取引の未然防止に向けた啓発活動は、非常に重要かつ有意義であり、私ども東証でも積極的にお手伝いしていきます。

生活者の多様なニーズに応え 安全で快適な暮らしを実現

多様性を認め合う社会では、さまざまな環境にある人々が利用可能な「ユニバーサルデザイン」の必要性が高まっています。DNPグループでは、多様性を認め合うユニバーサル社会の実現をめざし、提供する製品やサービスにおいてユニバーサルデザインに取り組んでいきます。

情報化社会のユニバーサルデザイン

必要な情報を あらゆる人が共有できる

UD視点での製品とサービスを

人々が安全で快適に暮らせるユニバーサル社会を実現するには、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重要です。そのため、DNPの考えるユニバーサルデザイン（以下、UD）を原則として定め、グループ全体で共有しています。詳しい内容はDNPホームページの「DNPのユニバーサルデザイン」サイト (<http://www.dnp.co.jp/ud/>) でご確認いただけます。

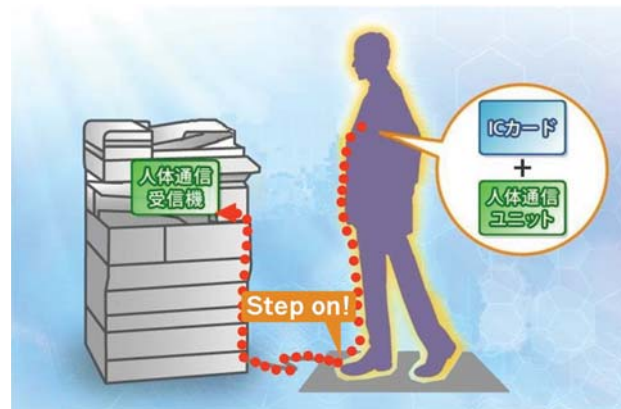
多くの人とつながり、情報を共有する

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おり、各事業分野でUD視点を取り入れた開発・設計を進めています。2010年5月には、情報化社会を意識したUD製品・サービスとして、車椅子に乗ったままタッチ操作ができるDNPオリジナルの次世代型デジタルサイネージ（電子看板）機器「アクティベーション™」の販売を開始しました。

またオフィスのUDとして、世界初の「人体通信カード認証MFPシステム」をコニカミノルタビジネステクノロジー（株）と共同で開発。コピーやFAX、スキャニングなどを一台で行えるMFP（複合機）に人体通信認証を搭載し、体が「モノ」に触れるだけでの認証を可能にしました。利便性の向上だけでなく、あらゆる人の使いやすさに配慮した製品となっています。



アクティベーション™ 画面にタッチして情報を検索・閲覧できるほか、携帯電話をリーダーライターにかざして必要な情報やクーポンなどを保存、クーポン券などの出力もできます。表示コンテンツの制作・配信や設置場所の空間デザイン提案などトータルなサービスを提供します。



「人体通信カード認証MFPシステム」イメージ図
ICカードを装着した送信機（人体通信ユニット）を身に装着して、受信アンテナの役割を果たすマットの上に立つ、あるいは筐体に設置されたタッチパネルに触れるだけで、使用者を認証します。このシステムは、世界最大級のICカード技術展示会である「CARTES & IDentification」で、革新性が認められる製品やサービスに贈られる「2010 SESAMES Awards」のファイナリストに選出されました。

F O C U S

ユニバーサルデザインとしての電子書籍

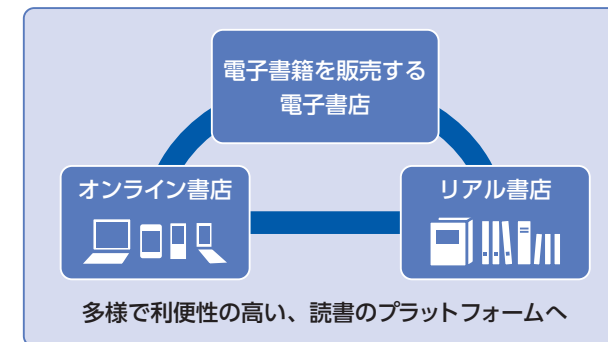
電子機器のディスプレイで読むことができる「電子書籍」。2010年は、「電子書籍元年」と呼ぶにふさわしい1年となりました。これまでも“人々が求める情報を、求めるカタチで、

わかりやすく”伝えることで豊かな社会づくりに貢献してきたDNPグループ。そのアクセシビリティ、ユーザビリティともにUDである電子書籍に、さまざまな形でかかわっています。

こんなところがUD アクセシビリティ



「読書がしたい」と思ったときに、購入が簡単ですぐに読める電子書籍サービスは大変便利です。「情報が入手しやすい」ことは、多様な使い手・使い方に対応できるUDの考え方です。DNPは、国内最大級の電子書籍サービス「honto」を2010年にスタートしました。さらにNTTドコモと業務提携し、携帯端末にもサービスを展開。さまざまなデバイスに対応しています。



また、「honto」は電子書籍も紙の書籍も提供するハイブリッド型総合書店。読者の気持ちや環境に合わせて、読書スタイルを選べます。今後はDNPグループの丸善、ジュンク堂、文芸堂などリアル書店との連携も強化。「電子書籍の販売」「オンライン書店」「リアル書店」を融合し、生活者が「読みたい本に必ず出会える」「読みたい本を読みたい形で読める」新しい読書環境を社会に提供していきます。

こんなところがUD ユーザビリティ

電子書籍の「表示形式の自由さ」や「携帯のしやすさ」などの利点は、使い手が容易に扱える、状況に合わせて使えるというUDの考え方です。DNPグループでは、これらのUDとしての良さを考慮しながら、コンテンツ作成を手がけています。

拡大・縮小が容易にできる

拡大・縮小が簡単なので自分の見やすい大きさに変更できます。



好みの表示スタイルで読める

文章のたて組み、よこ組みの切り替えができるので読みやすい形で読めます。



持ち歩いてどこでも読める

端末の容量が許せば、蔵書すべてを常に持ち歩くことができます。



大日本印刷（株）
電子出版ソリューション本部 プロジェクト
リーダー 岡 素裕さん

VOICE

「生活者の利便性を追求した本屋さん」とは、どのような形でしょうか。その答えこそ「ハイブリッド型書店」と私たちは考えています。生活者の希望や環境によって、読みたい本を読みたい形で、「探す／選ぶ」「読む／蔵書する」「気持ちを共有する」といったすべてのシーンにサービスが提供できるハイブリッド型書店「honto」は、常にユニバーサルデザインに積極的に取り組むことで、ユニバーサル社会の実現の一助になりたいと考えています。

（株）インプレスホールディングス
執行役員 丸山 信人さん



電子出版は、あらゆる読者に「本」を「本」として、読んで・触れて・楽しんでいただける機会を増やすと考えています。高齢者の方には文字拡大機能で、子どもたちや視覚障がい者の方には音声読み上げ機能で、よりアクセシビリティが向上します。インプレスグループの（株）山と溪谷社では、DNPとの共同開発で女性誌「ヒュッテ」を紙媒体と同時制作し、日本初のコンテンツ追加型アプリ形式の電子雑誌として発行しました。出版社のコンセプトを反映したコンテンツのリッチ化に取り組んでいただいております。今後もよりユーザビリティの充実した読者とのコミュニケーションの創造に期待しています。

革新的な技術で 価値ある製品・サービスを提供

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、何が安全かを生活者視点で考え、改善していくことです。社会的な課題を解決し、生活者に満足していただける製品・サービスを届けるために、グループ一体となって取り組んでいます。

快適な住空間をサポートする基盤技術

社会的な課題を解決し、 安全・安心な暮らしを支える 新分野への挑戦

印刷から発展した技術で快適な住空間を実現

DNPでは、印刷で培ってきたさまざまな技術を開発させ、より健康で快適な住空間のための新しいフィールドを切り拓いてきました。

玄関ドアや壁紙、床材、室内ドアや家具など住宅の内外装をはじめ、オフィスや病院、ホテルなどの空間設計、国内外の自動車内装、鉄道車両内装など、人が営むあらゆる生活領域＝「住空間」にかかわるさまざまなソリューションを提案しています。

素材や部品の提供にとどまらず、製品やサービスの最終利用者である人々の暮らしに密着し、建設や流通にかかわる業界のお客さまなど幅広いユーザーを見据えながら、快適な住空間を実現する具体的な主体的な提案を行っています。

環境と健康をテーマに、より安全なものを

建材には、生活空間に彩りを与えるファッションなデザイン性だけでなく、環境、健康への配慮や高

い耐久性能など、安全で快適な住空間をサポートするためのさまざまな機能が求められます。DNPでは、社会的な課題や生活者のニーズを十分に認識し、製品の設計から製造、販売に至るまで、各種規制への対応、社員の健康管理、そして何よりも安全な製品の提供を徹底しています。すべての製品の環境対応をはじめ、シックハウス症候群の原因とされるホルムアルデヒドやトルエン、キシレンなどの厚生労働省室内濃度指針値策定13物質を使用していない健康配慮型製品も多く開発しています。また、再生材や植林材合板などの基材を使用することで、森林保護にも貢献しています。

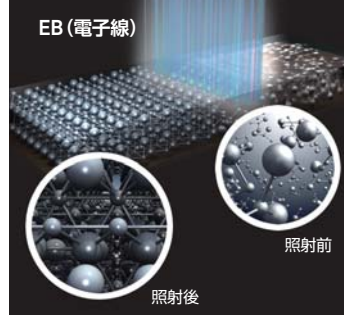
製品の広がりや品質の確かさを伝えていく責任

一方で、製品の安全性と信頼性を確保し、わかりやすく伝えるためには、世界基準の確かな分析能力が必要です。DNPは2002年に、建材から放出されるVOCなどを測定する専用施設「住空間分析評価センター」を開設しました。国際規格にもとづく信頼性の高い測定システムにより、自社の建材製品はもとより、社外の自動車内装材、書籍、電子情報機器などにも対応し、高品質な測定サービスを提供しています。

EB技術の革新力

EB技術とは

電子線（Electron Beam）を物質に照射することによって、対象物の性能改善や新しい機能を付与し、表面の加工処理などを行う技術です。



DNPでは業界に先駆けて、1980年代に独自のEB（Electron Beam：電子線）技術の開発を始めました。その後、環境対応製品の需要の高まりとともに市場での強固な基盤を築き、現在では住空間マテリアル事業のコア技術として、さまざまな製品に活かされています。従来技術と比べて、製品の耐傷性、防汚性、耐久性などが格段に高まることから、床材をはじめ壁材や収納・建具、キッチン部材などに広く採用され、玄関ドアや外装材への活用も進んでいます。さらに機能向上を進めることで、応用範囲は今後、大きく拡大すると期待されています。

F O C U S

新品質壁紙「EBクロス」

EBクロスは、今までのビニルクロスとは異なる材料を使用し、DNPのEB技術を応用して生まれたまったく新しい壁紙です。

EB技術は、傷や汚れに強い機能性フローリングや、手入れのしやすい内外装材などに活用され、建築業界や市場においても高い評価を獲得しています。原材料や製造工程でのCO₂排出低減や省エネルギーへの貢献など、人の健康と地球環境に配慮した「持続可能」な壁紙として期待を集めています。



安全を基本とした製品づくり

設計段階



環境・健康への配慮

製造段階はもとより使用段階においても、環境や健康への配慮を基本として製品設計を行っています

製造段階



使用しない・出さない

- シックハウスの原因とされるトルエンなど厚生労働省室内濃度指針値策定13物質を使用していません
- 使用材料を削減したうえで、新しい配合技術を駆使し、化石燃料の使用を低減しています
- 原材料の生産工程でCO₂排出量を56%削減しています（DNP従来品ビニルクロス比・DNP算定法による）

使用段階



安全・安心の提供

- 一般ビニルクロスに比べ、残留T-VOCがほとんど検出されません。室内空気を汚さず安心です
- 防火性能規格の準不燃認定（不燃下地・不燃石工ボード・準不燃下地）を取得しています
- 壁紙製品規格協議会が制定した安全規格「SV規格」や「JIS規格（JIS A6921）」の基準をクリアしています

安全で快適な住空間を実現する機能

驚きの軽さを実現

使用材料の削減で軽量化を実現したことにより、輸送コストの削減など、さまざまなシーンでの取り扱いが楽になりました

優れた施工性

作業時の傷や汚れに強く、軽量化による負荷の軽減で、現場での作業性が大幅に向上しました

汚れに強い

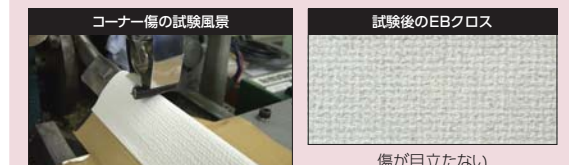
汚れがしみ込まず、醤油や水性ペンなどの汚れも拭き取りやすくなっています



水性ペンで線を引き、24時間後に合成洗剤と水で拭き取った状態

地震にも強い

コーナー傷などがつきにくく、柔軟性があるため、地震に際してもヒビ割れしにくいなど、長く美観を維持できます



傷が目立たない



大日本印刷（株）
住空間マテリアル事業部 住空間DKプロジェクトチーム
リーダー **小林 和久さん**

VOICE

（株）サンゲツ
マーケティング本部 クリエイティブ課
担当課長 **熊沢 篤さん**



住空間マテリアル事業部は、あらゆる住空間に対応したさまざまな製品を生産・販売しています。そのなかでも、「壁」は住空間を構成する最も大きな面積をもつ部位であり、「床」とともにインテリアにおける重要なポイントです。このたび、（株）サンゲツ様より発売していただいた「EBクロス」は、残留T-VOCの極小化などの環境・健康・安全性への配慮はもちろんのこと、生活者の声をもとに耐久性の向上にも取り組み、最終の生活者のみならず、商流全体にソリューションを提供することができました。今後も生活者の皆さまに満足いただける製品をお届けできるよう努めます。

当社にとりまして「壁紙」は主力商品です。DNPのEBテクノロジーと当社の壁紙企画のノウハウを融合した新商品を、新素材ハイブリット壁紙「EBクロス」とネーミングし、65点の商品ラインナップで発売しました。

2月1日の発売以来、当社としましては「第3の壁紙」と位置づけ、積極的な販売活動を行っています。特にハウスメーカーの方々からは、下地追随性に優れているのでヒビ割れしにくいという点に高い評価をいただき、また住まいに資産価値を与えるという新たな概念が生まれてきたこの時代に、市場のニーズにマッチする商品としてその存在価値を高めています。

一人ひとりが十分に力を発揮できる「働き方」を全員で実践する

DNPグループでは、社員一人ひとりの個性を何よりも大切にしています。多様な個性をもつ人材が、それぞれの多様性に応じた働き方によって期待される役割を十分に果たし、いきいきと働ける企業風土があってこそグループの持続的な発展を可能にすると確信しています。

毎日を充実させる働き方の提案

働き方の変革で「生活のさらなる充実」を実現

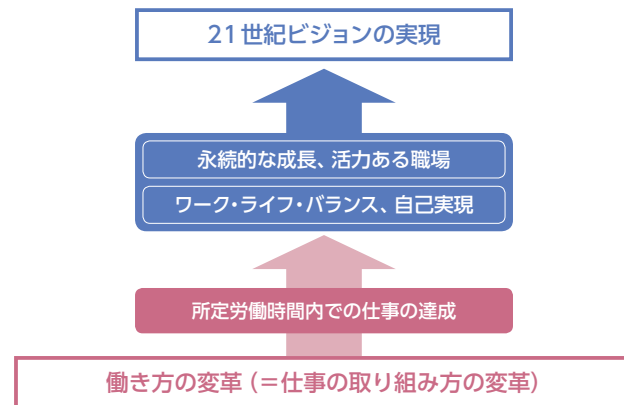
日本企業を取り巻く経営環境は、近年、かつてないほど大きく変化しています。その激しい変化に対応し得る、柔軟で粘り強い企業体質を築くには、DNPグループの社員一人ひとりが期待される役割を果たしながら、より効率的で生産性の高い自律的な働き方を実践し、成果をあげていく必要があります。

その第一歩となる取り組みが「働き方の変革」です。誰もが平等に与えられた「時間」を限りある「資源」と捉え、いかに有効活用して自らの仕事の付加価値を最大化していくか。従来の働き方をゼロから見直し、新たな「時間資源」を生み出すことで、新しい仕事へのチャレンジや新しい価値の創造、さらには社員一人ひとりのワーク・ライフ・バランスの実現につなげていこうとするものです。

DNPグループ時間資源有効活用プロジェクト

DNPグループの労使の取り組みとして「DNPグループ時間資源有効活用プロジェクト」を展開。2009年度からの3カ年計画を策定し、仕事の仕組みや流れを見直すことによって業務効率化を図り、時間資源を生み出すことを基本として、「働き方の変革」の実現に向けた取り組みを推進しています。

プロジェクトの概念



注目を集めるワーク・ライフ・バランス

ワーク・ライフ・バランスとは、一人ひとりがライフステージに応じた働き方で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れることを言います。DNPグループでも、社員一人ひとりが充実した会社生活、個人生活を送ること、その積み重ねがグループの強い企業体質の礎となると考え、社員がいきいきと働ける職場環境をめざし、さまざまな取り組みを行っています。



- 社員の家族を職場に招く「DNP Family Friendly Day」を実施。子どもたちの仕事に対する興味を育むとともに、家族間のコミュニケーションを深めてもらうことを目的としています。
- ライフサポート特別休暇の取得事由に「ボランティア活動」を設定。ボランティア活動に携わることで、個人生活の充実、社会的感度の醸成につながればと考えています。
- DNPグループ社員とその家族で構成されるオーケストラ「DNPフィルハーモニック・アンサンブル」は、趣味の音楽を通して余暇を楽しもうとする有志の集まりです。練習場所や楽器の保管場所を提供するなど、DNPグループも活動を応援しています。

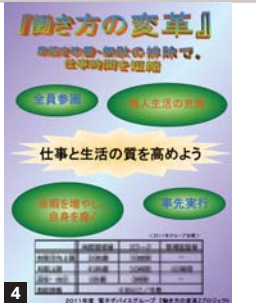
DNPグループのワーク・ライフ・バランス支援策

F O C U S

「働き方の変革」プロジェクト (電子デバイス事業部)

社員一人ひとりが自らの働き方を見直す取り組みのほか、仕事や製品の流れに応じて、業務機能全体の効率や生産性を最適化する事業部単位のプロジェクトも発足しています。その一つが、IC・LSIをはじめとしたエレクトロニクス製品の部材を製造する電子デバイス事業部の「『働き方の変革』プロジェクト」です。グループ会社も含め、電子デバイスグループ全体で業務効率化を進めています。

今後は、2010年度の取り組みをさらに一段階進め、無駄の見直しとより一層の効率化を図るとともに、創出された時間資源を営業の質や各商材の専門性の向上へと活用していきます。



営業部門の取り組み

社員はもちろん、顧客の協力も得て、解決すべき課題をすべて洗い出すところから取り組みをスタート。「自動化」「標準化」「24時間顧客対応」の3つにカテゴライズされた課題、そして「スピード」「柔軟性」「コスト対応力」という顧客からあがったキーワードに対して、見直しや改善を行い業務の効率化を進めています。

| | |
|--|---|
| 課題1 自動化 | <ul style="list-style-type: none"> 顧客の協力を得て受注システムを自動化 受注レポートや進捗状況レポートを自動配信 パソコンのシンクライアント化により処理速度をアップ |
| 課題2 標準化 | <ul style="list-style-type: none"> 問い合わせ対応メールのテンプレート化 部門内のビジネスフォームの統一 部門内の共通データベース作成 |
| 課題3 グローバル化による24時間顧客対応 | <ul style="list-style-type: none"> 業務フローの見直しによる工場との業務分担 |

技術部門の取り組み

商材別のチーム編成で、それぞれに専門性の高い技術者が担当しているため、チームや個人による業務時間の偏りが最大の課題です。技術者の意識改革や、グループメンバーの入れ替えなどによる平準化を図っています。長期的な取り組みとしては、一つのテーマを複数の技術者が担当し、個人の専門性を徐々に広げる「多能工化」もめざしています。

| | |
|--|---|
| 課題1 時間に対する意識不足 | <ul style="list-style-type: none"> 社内ポスターでの啓発 部長会やグループミーティングでの定期的な進捗状況の報告 |
| 課題2 業務時間のチームによる偏り | <ul style="list-style-type: none"> 定期的な技術開発テーマの整理と優先順位の見直し 技術者の多能工化 |
| 課題3 業務時間の個人による偏り | <ul style="list-style-type: none"> 作業工程表の作成と分析 業務時間超過者へのメールでのアラーム発信 |

大日本印刷(株)
電子デバイス事業部 製造第2本部
池澤 孝夫さん



「働き方の変革」がスタートし、限られた人数・時間でどう効率よく業務をこなすかを頻りに考えるようになりました。現在は新任メンバーを信頼し任せることで、業務の平準化を行った結果、効率アップにつながっています。創出した自分の時間を使い、いろいろなセミナーに参加したり、婚活をしたり、自身の生活・将来について考え直したりしています。

(株) DNPファインエレクトロニクス
製造第2本部
枝久保 淳さん



2010年12月に娘が生まれました。「働き方の変革」で残業が減り、休暇が増え時間にゆとりができたことにより、出産前の準備や出産後の手続き、行事等が計画的にスムーズに行えました。さらに以前は少なかった家族での食事や、スキンシップ等も図れるようになり、家族と自分、生活、仕事それぞれのモチベーションアップにつながっています。

ルネサスエレクトロニクス(株)
技術開発本部 技術企画統括部
部長 細野 邦博さん



半導体業界は自動車・家電・携帯電話をはじめ、多岐にわたるサプライチェーンにまたがっており、DNPのようなフォトマスクメーカーには納期など厳しい要求をせざるを得ない状況があります。DNPには、そんな厳しい要求に対しても土日昼夜を問わず、柔軟かつスピーディーに対応していただき感謝しています。それも、業務効率化を進めている結果なのではないかと思っています。「働き方の変革」に取り組んでいるとのことですが、それによって営業の質や専門性の向上につながることは当社にとっても有り難いことであり、期待しています。

社内外の対話と協働で 職場の活力を高める人材を育成

DNPグループでは、活力の源である社員一人ひとりが成長し、社内外でのさまざまな協働によって生まれる大きな力が、職場全体に波及していくことを期待しています。

社員一人ひとりが自立した個として最大限に役割を果たし、自己実現を図ることができるよう、より良い制度・仕組みや研修を提供していきます。

対話を重視した人材育成

約4万名のグループ社員全員が 「対話」を通して 成長していくために

DNPには人材育成を担う「研修部」という独立した部門があります。これは、DNPグループで働く全社員約4万名の「キャリア形成を通じて成長する」という思いに、きめ細かく応えていこうとする姿勢の表れです。研修部は、事業部と協働して、会社のビジョンや行動規範にかかわるテーマを中核に社会のニーズ、会社の経営課題に合った研修を企画。また、作成したプログラムにもとづき、研修部と事業部が各々の役割に応じて、より効果的な研修を実施しています。

対話によるDNPスピリットの醸成

主要な研修では、DNPグループ21世紀ビジョン（理念・事業ビジョン・行動指針）や行動規範、CSR、ダイバーシティなどの講義を必ず取り入れています。社内や部門のトップ自らが講師となり、考え方や方針などを実務に則して伝えることにより、DNPスピリットの

浸透、醸成を図っています。また、これらの基礎的なテーマについては、DNPグループの全社員に等しく行き渡るよう、本社担当部門が作成した教材をネットワークラーニングで学習できる環境を整えています。

対話を深めるグループワークや議論を重視

DNPグループの研修では、グループワークを積極的に採用し、活発な議論を交わしながらチームで課題に取り組むというプロセスを大事にしています。目的に応じてグループ分けの基準はさまざまですが、研修のなかのチームでまとめあげた企画や提言が、実際に業務改善や新制度の導入に結びつく例もあり、活きた議論がなされています。研修の場は、普段あまり接点のない他の部門や異なる職種の社員とのネットワークづくり、視野拡大の機会でもあり、こうしたつながりのなかからDNPグループの総合力を活かせる人材が多く育っていくことを期待しています。

また近年は、全国どこからでも双方向で研修に参加できる仕組みとして、テレビ会議システムの拠点を増やしています。2010年は15拠点がつながり、より多くの社員へと議論の輪が広がっています。



1 **メンタリング活動** 女性営業職の支援策で、6カ月の活動を締めくくるとのファイナル・ミーティングでは、自事業部の今後の取り組みについて提言を行います。

2 **手話講座** 関西地区からの要望を受け2010年より大阪でも実施しています。

3 **テレビ会議** 「対話する文化」を養う機会として、銀座のギャラリートークを地方拠点にテレビ会議システムでライブ中継しました。



DNP創発の杜箱根研修センター

DNPグループでは専門的な技術習得を目的とする各研修センターをはじめ、職場を離れて集中して受講できる環境として、市ヶ谷に研修会館、箱根に研修センターを保有しています。箱根研修センターは「創発の杜」と名づけられ、非日常の自然豊かな環境で議論を深めることで、参加者それぞれの「知」がぶつかり合い、まったく新しい価値が創出される「場」となることが期待されています。社内の合宿研修 4 5をはじめ、異業種交流研修、各部門の中長期目標策定合宿、顧客企業との共同企画検討合宿など、社員だけでなく外部も含めた、さまざまなステークホルダーとの「対話の場」としても活用しています。

箱根研修センター利用内訳（2010年1～12月）

| 用途 | 利用回数 | 参加者数 |
|-------------|-------------|---------------|
| 研修 | 20回 | 600名 |
| 異業種交流研修 | 3回 | 90名 |
| 事業部・部門合宿 | 83回 | 2,700名 |
| 顧客企業との合宿 | 2回 | 30名 |
| 延べ利用 | 108回 | 3,420名 |

2009年6月に竣工した箱根研修センター第2 6は、開放的な研修ゾーンや間仕切り可能なコラボレーションスペース、ラウンジ横に隣接する足湯 7など、利用者同士の「対話」を重視した空間を作り出しています。

国際認証「グリーンキー」を取得

箱根研修センター第2は、周辺の樹木や草花に手を加えることなく、自然との共生に努め、2010年には環境に配慮した宿泊施設向けの国際認証「グリーンキー」を企業の研修施設としては日本で初めて取得しました。エネルギーや水の使用量、ゴミの削減など環境への取り組みについても情報提供し、研修参加者の環境保全への理解促進につなげています。

グリーンキー Webサイト <http://www.feejapan.org/greenkey/>



大日本印刷（株）
技術開発センター
センター長 **井上 覚 さん**

VOICE

大阪ガス（株）
人事部 人材開発チーム
尾崎 大輔 さん



技術本部、DNK（DNPグループの機械メーカー）、技術開発センターの三者が創発の杜に集まり、「三者協働で革新的な生産システムを確立していくためのディスカッション」を3カ月ごとに行っており、もう2年以上続けています。

自然と溶け合った素晴らしい環境のもとで、常務取締役から入社2年目の若手までが一堂に会して議論することで、活発な対話が進み、新しいアイデアにもつながっています。社外取締役も議論に参加され、有意義なお話を聞かせていただいています。また、おいしい食事や温泉が女性の参加者にも大変好評です。

さまざまな部署の社員が腹を割って話し合い、白熱した議論は、アルコールも入りつつ、延々夜中まで続きます。

DNPとは2005年来ミドルマネジャーを対象に交流研修を実施していただいています。同じ世代の管理者が、マネジメントや業務上の課題について対話し、異なる視点から活発に議論をする、当社にとって大変有意義な研修です。

研修の舞台である「創発の杜」は、参加者同士の対話を促す工夫が随所にあり、「対話によって新しい価値観を生む」というDNPの理念を体現する素晴らしい施設と考えます。創造力と活気あふれるDNPとこの空間で交流研修を行うことが、当社にとってより効果高く刺激を受け、また新たな視点を獲得することにつながっています。

次世代を担う子どもたちへ DNPグループが伝えたいこと

DNPグループでは、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、「5つの活動テーマ」を掲げ、「DNPらしい」社会貢献活動を推進しています。



環境保全



地域社会



次世代育成



芸術・文化



人道支援

DNPグループの次世代育成貢献活動

自らの技術や製品を教材に DNPらしい 理科授業を提供

子どもの理科離れが進み、科学技術分野の将来を担う研究者や技術者の質的、量的な不足が懸念されています。天然資源が乏しい日本において、これはとりわけ重要な課題です。DNPグループでは、社会貢献活動の重点テーマとして「次世代育成」を掲げており、科学技術分野の次世代を担う人材の教育・育成にも積極的に携わってまいっています。

2010年度は、本社研究所のある千葉県下の4つの小学校で「出張理科授業」を行いました。これは、経済産業省の「社会人講師活用型教育支援プロジェクト」に賛同した活動でもあります。子どもたちの科学技術への興味や関心を高めるため、「社会で役立っている印刷技術が、学校の理科授業の内容とどう関係しているのか」をわかりやすく理解できる授業プログラムを作成し、提供しました。

「社会人講師活用型教育支援プロジェクト」とは？

経済産業省が平成20年度から3年間のモデル事業として全国で実施。「理科授業の内容が、日常生活の中でどのように活用されているかをわかりやすく児童に示すことで、理科への関心を高め、授業の効果を向上させる」ことを目的に、小学校の理科授業に社会人講師（地元産業界の技術者やOB等）を活用する取り組みです。

身の周りの「色の不思議」に驚きの声！



理科授業を行った小学校

- 船橋市立南本町小学校 (6年生・2授業)
- 茂原市立豊岡小学校 (6年生・2授業)
- 南房総市立富浦小学校 (6年生・1授業)
- 流山市立小山小学校 (6年生・2授業)

授業は、印刷と関係の深い「色」をテーマに、「人間や生物が色を情報伝達的手段として活用していること」「印刷の色再現の原理が人間の目の仕組み・働きと関係していること」「印刷技術は生活のさまざまな場面に使われていること」を、DNPの事業を題材に、観察や実験を通じて理解していくという内容で行いました。「色の三原色」と「点々（網点）」でさまざまな色を表現できることがわかると、子どもたちからは驚きの声があがりました。

授業を行った4校では、いずれも、子どもたちや先生方から「とても良かった」と高い評価をいただきました。DNPでは、今後も本業を通じて“知”を提供する“DNPらしい”社会貢献活動として、地域社会と連携して「出張理科授業」を充実させていきたいと考えています。

F O C U S

出張理科授業「色の不思議」

1 ルーペで印刷物をのぞいてみよう！

たくさん色が見える印刷物も、高倍率のルーペで覗いてみると、**たった3色で表現されていてびっくり！**「色の三原色（シアン・マゼンタ・イエロー）」と「点々（網点）」で、色を混ぜずにさまざまな色を表現できる印刷の仕組みを知りました。



子どもの声

とてもわかりやすいし、授業がすごくおもしろくて、
ぼくも何か研究したいと思いました。

2 「色の三原色」粘土を使って、いろんな色を作ってみよう！



**本当に3色だけで
たくさん色ができるのかな？**

シアン・マゼンタ・イエローの色の三原色粘土を混ぜ合わせて、実際にいろいろな色を作れることを体験しました。

子どもの声

色の三原色で印刷してあのような写真ができるということがびっくりしました。今日学んだことはとてもおもしろかったです。お母さんや家族の人にも教えてあげたいと思いました。

3 新しい印刷技術を体験してみよう！

昇華型熱転写印刷や3D印刷を体験し、**進化する印刷技術が暮らしを豊かにしていること**を知りました。



昇華型熱転写印刷



3D印刷

プリンタやカメラにも使われている「昇華型熱転写技術」も「色の三原色」で表現されています。セルフ型プリントシステム「プリントラッシュ」の仕組みの説明を交えながら、その高精度とすぐ出力できる簡便さを体験。授業風景の写真も子どもたちにプレゼントしました。

裸眼でリアルな奥行きや立体感が得られる3D画像にも、印刷技術は使われています。DNP最新の3D印刷「DynaCube 3D™」のリアルな立体感に、つい手が伸びてしまう子どもたちが続出でした。

大日本印刷(株)
情報記録材事業部 商品企画室
森 伸穂さん



通常の業務とは異なるメンバーのプロジェクトに参加することで、自身の仕事を見直す良いきっかけになり、自分自身も成長できたのではないかと感じています。伝えるだけでなく、伝えることの重要性も改めて実感しました。

大日本印刷(株)
市谷事業部 市谷グループモノづくり21推進本部
南原 隆一郎さん



自分たちで考えた観察や実験に対して、驚いたりイキイキしたり、さまざまな表情で応えてくれる子どもたちの姿に元気をもらいました。また、DNPグループの技術や製品について、もっと多くの人に知ってもらいたいと思うようになりました。

VOICE

船橋市立南本町小学校
校長 **丸山 善久さん**



今回の特別授業は、色づくり体験や、カラーの印刷物をルーペで観察するなど、子どもたちにとって、とても貴重な体験となりました。また、普段の生活のなかで、たくさんの印刷技術が使われていることを実感することができたと思います。授業後、子どもたちから「実験が楽しかった」「カラープリント（＝昇華型熱転写印刷）ってすごいね」という感想がたくさん聞こえてきました。今回の授業を通して、さらに子どもたちの理科に対する興味・関心が高まったと思います。授業準備や指導をくださったDNPの皆さまに厚く感謝申し上げます。

教育を中心に地域と一体になった活動を

テン・ワ・プレス

シンガポールにあるテン・ワ・プレスは、ハードカバーの書籍やポップアップブック（飛び出す絵本）などを製造する会社です。テン・ワ・プレスでは、本業にかかわりの深い教育を中心に、社会問題の改善に向けた取り組みを地域と一体となって行っています。

リサイクル&チャリティ活動

リサイクル活動などから得られる収益を、地域の恵まれない子どもたちの学費に充てるという、シンガポール南西地区の「リサイクル&チャリティ活動」に民間企業として初めて2007年から参加しています。毎年、社内募金やリサイクル活動などを通じて集まった収益金を継続的に寄付するとともに、ビジネスパートナーにも積極的に参加を呼びかけ、活動の輪を広げています。

2010年度は、中国のお正月用のオリジナルグリーティングカードとダミーブックを提供。ダミーブックの表紙に地域の子どもたちが環境をテーマにした絵を描き、スケッチブックとして販売しました。これらグッズの販売、募金活動で集まったS\$17,500に、シンガポール南西地区からの同額の寄付を合わせたS\$35,000が282名の子どもたちの学費に充てられました。



「リサイクル&チャリティ活動」の締めくくりの行事として、3月31日にテン・ワ・プレスの敷地内にて、社員やシンガポール南西地区長、地元小中学生等、約250名が参加してチャリティランが行われました。

恵まれない方々へ社員からの寄付

2010年度は、東南アジアの恵まれない方々の教育に力を入れているNPO団体GoEducateを通じて、社員より子どもの本や玩具、靴、学校かばん、文房具などを集め、マレーシアのサバ州をはじめ各地の子どもたちに届けました。テン・ワ・プレスでは、これからも地元シンガポールにとどまらず、東南アジア地域を視野に入れた活動を行っていきます。

中秋節の月餅配布活動

シンガポールの中華系コミュニティでは、中秋節（ミッド・オータム・フェスティバル）になると月餅などを食べながら盛大なお祝いをします。テン・ワ・プレスは地域のパートナーと協力し、経済的な理由から月餅を食べることができない地域の住民80世帯に月餅を配布して、一緒に祝福しました。



教育は、子どもたちの未来に重大な影響を与えますので、テン・ワ・プレスの「リサイクル&チャリティ活動」を大変誇りに思っています。2010年には私たちが提供したダミーブックの表紙に、地域の子どもたちが「環境問題に関する絵」を描き、スケッチブックとして販売した収益を地域の恵まれない子どもたちのために寄付しました。子どもたちと一緒にいった社会貢献活動ですので、子どもたちもきっと同じ気持ちのはずです。私たちのちょっとした行動が地域の子どもたちの授業料になったり、教科書代になったりしているのです。

私もそうですが、テン・ワ・プレスの同僚も皆、毎年行われるチャリティ活動やチャリティランを大変楽しみにしています。

健康管理への高い意識とさまざまな支援

DNPデンマーク

DNPデンマークは、全世界で70%以上のシェアをもつリアプロジェクションスクリーンや、フロントプロジェクションスクリーンの開発や製造、販売等の事業を展開しています。

社員の健康管理に対する取り組み

デンマークでは、医療サービスは原則無料で提供されており、その費用は税金によって賄われています。このサービスを将来にわたって維持していくためには、一人ひとりが病気の予防に努めるなど、税負担を抑制することが重要であり、企業に対しても社員の健康支援を積極的に行うよう求められています。

このような背景から健康管理に対する国や企業の意識はたいへん高く、DNPデンマークでも社員に対するさまざまな支援を行っています。食堂メニューの栄養改善をはじめ、健康相談の実施、体重減量コンテストや運動イベントの開催などで、体重の減量や血圧、コレステロールの数値改善など、大きな成果をあげています。

さらに、社員によるスポーツクラブでの指導員や地元サッカークラブのコーチといったボランティア活動や、歩く距離に応じて孤児支援組織等への寄付金額が増す「EccoWalkathon」への参加を通じて、社員と社会がWin-Winとなる活動へと広がっています。



TOPICS 健康優良企業表彰



2009年度には、デンマーク保健省より「健康優良企業表彰（シェラン島地域最優秀賞）」を受賞しました。この賞は、健康増進を組織の戦略的な取り組みとして捉え、社員の健康増進へのモチベーションを高める努力を具体的にしている会社に対して授与するもので、DNPデンマークの継続的な取り組みに高い評価をいただきました。



DNPデンマークは、社員の健康促進活動に取り組み、社員の健康あるいは疾病に良い影響を与えたのはもとより、仕事に対するやる気や集中力、そして満足感まで高めるなど、短期間のうちに多くの成果をあげることができました。このような成果をいち早くあげることができたのは、外部の専門家と連携しながら、社員にとって最適なプログラムを用意し、社員が自主的に率先して進められるように工夫したからだと考えています。こうした取り組みが認められ、DNPデンマークは2009年、シェラン島地域における「最も健康な企業」に選ばれました。

社員の健康促進活動は、DNPデンマークの安定した将来を保障するうえでとても重要な活動であり、さらには、活気があって、楽しく、魅力的な職場づくりに間違いなく役立っていると言って良いでしょう。

北海道の魅力を未来へ引き継ぐために

北海道コカ・コーラボトリング

北海道コカ・コーラボトリングは、1963年の創業以来、清涼水の製造・販売を通じて北海道の皆さまに「さわやかさと潤い」をお届けしています。

北海道の広大な大地に育まれたおいしい水、そして北海道で生産された良質な砂糖やミルクなど

を原料に、北海道にある工場で清涼飲料水各種を製造し、事業活動を展開。北海道に生まれ、育てられた道産子企業として、北海道の魅力をしっかりと次世代に受け継ぐことのできる「持続可能な社会」をめざして、積極的な活動を続けていきます。

T O P I C S



北海道の豊かで美しい「水」を守り、未来へと引き継いでいく「北海道e-水プロジェクト」を2010年より北海道および財団法人北海道環境財団との三者で推進し、道内で水辺の環境保全活動に取り組む団体の活動を助成・支援しています。

北海道コカ・コーラボトリングでは、道内限定で販売しているコーヒー飲料「ジョージア サントスプレミアム 北海道限定デザイン」の売上の一部をお客さまの“北海道の環境を守る気持ち”としてお預かりし、活動の運営費としています。

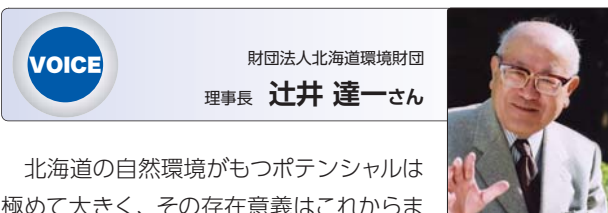
2010年度はビオトープづくりや湖、川の水質保全活動、また特定外来生物の駆除活動を行う団体が採択され、1年間の活動を経て、その成果や次年度の課題などについて報告を行いました。2011年度は年間約1,200万円(2,400万本相当)の活動資金を予定。30団体よりご応募いただき、厳正な審査の結果、7団体が採択されました。1 2
今後も活動団体を公募し、北海道の環境保全活動を継続して応援していきます。

北海道e-水プロジェクト



2011年度「北海道e-水プロジェクト」支援団体

| 活動拠点 | 団体名・主な事業内容 |
|--------------------|--|
| 小樽市 | ザリガニと身近な水辺を考える会 ニホンザリガニ保全と外来ザリガニ問題を伝える |
| 室蘭市 潮見公園内 | NPO法人 ビオトープ・イタンキ in 室蘭 ビオトープ造成、植樹、自然観察会、自然体験学習 |
| 厚沢部町 厚沢部川水系流域 | 厚沢部町河川資源保護振興会 アユやカワヤツメの人工授精・孵化、生物観察会、川下り体験 |
| 士幌町 音更川流域 | ぱん・ぱん・ぱんぷきん サケの稚魚放流、イカダづくり、植樹、自然環境保全・復元および水生動植物保護活動 |
| 白老町 クッタラ湖 周辺 | 白老町環境町民会議 水質調査や水生生物調査、小中学生対象の環境教室「湖塾」、水環境に関するセミナー開催 |
| 占冠村 鶴川流域 | NPO法人 占冠・村づくり観光協会 ヤマメ稚魚の育成・放流、川の体験プログラム、サクラマスフォーラム開催、鶴川マップ作成 |
| 栗山町 夕張川流域 | 栗山町ハサンベツ里山計画実行委員会 サケの稚魚放流、水生生物等の調査、青少年の自然体験活動 |



北海道の自然環境がもつポテンシャルは極めて大きく、その存在意義はこれからますます重要になるでしょう。なかでも豊富な、そして良質な“水”の存在は貴重です。「北海道e-水プロジェクト」では、これまでにさまざまな形の「良い水」を再発見し、それを大切にするとともに、資源として活かす道を探ってきました。

「水は資源であると同時に資産である」と言ってもいいでしょう。それは雪や雨の形で与えられる、まさに天与のものですが、私たち人間の賢明な活用によって多くの優れたものを生み出します。そうした観点からも水にかかわる企業の役割は極めて重要であり、企業のCSRを通じて“水の大切さ、その優れた働きが市民に伝えられる”効果は計り知れないものがあるでしょう。

DNPグループのCSRへの取り組み ～環境報告～



情報記録材事業部主催 社内フォトコンテスト【KIDSの部】入賞作品「紅花の里で」
撮影：DNP東北 庄司藤男さんのお子さま

環境管理体制

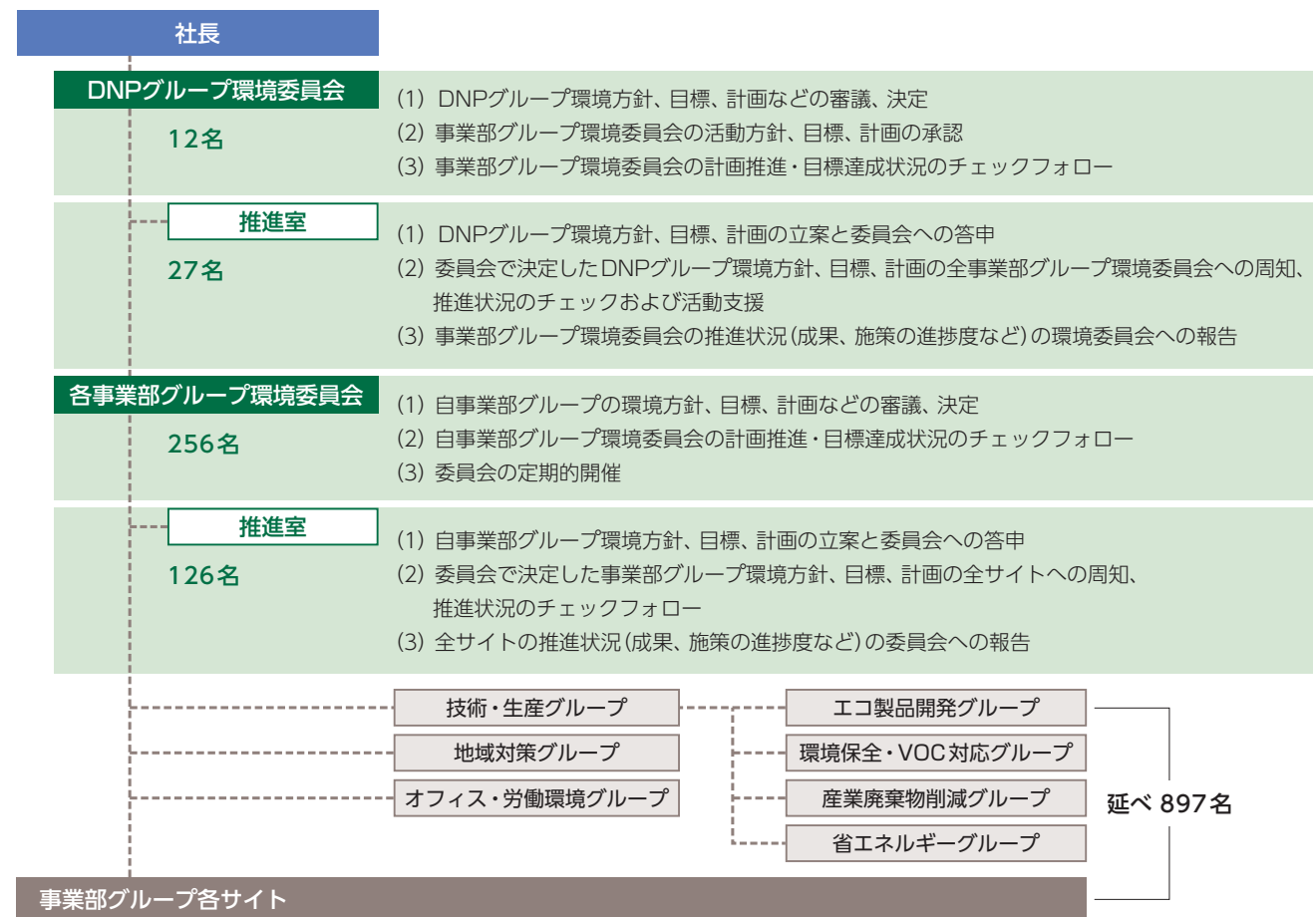
DNPグループは、モノづくり企業として、地球環境との共生をたえず考えています。自然の恵みを大切に、自然との共生を図りながら、次世代に引き渡すことは、環境の世紀と言われる21世紀を生きる私たちが、最優先で取り組まなければいけない課題です。

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、資源の有効活用、温暖化防止および環境保全などにグループ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。

体制図



DNPグループ環境マネジメントシステム

ISO14001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2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の有効性をより高めるため、1996年から「エコ監査」を実施しています。監査での指摘事項については、対象サイトに是正処置回答を要求し、DNPグループ環境委員会が改善処置の実施を確認しています。また、当年度のエコ監査での指摘事項を分析し、次年度の監査計画に反映しています。

法令遵守の状況

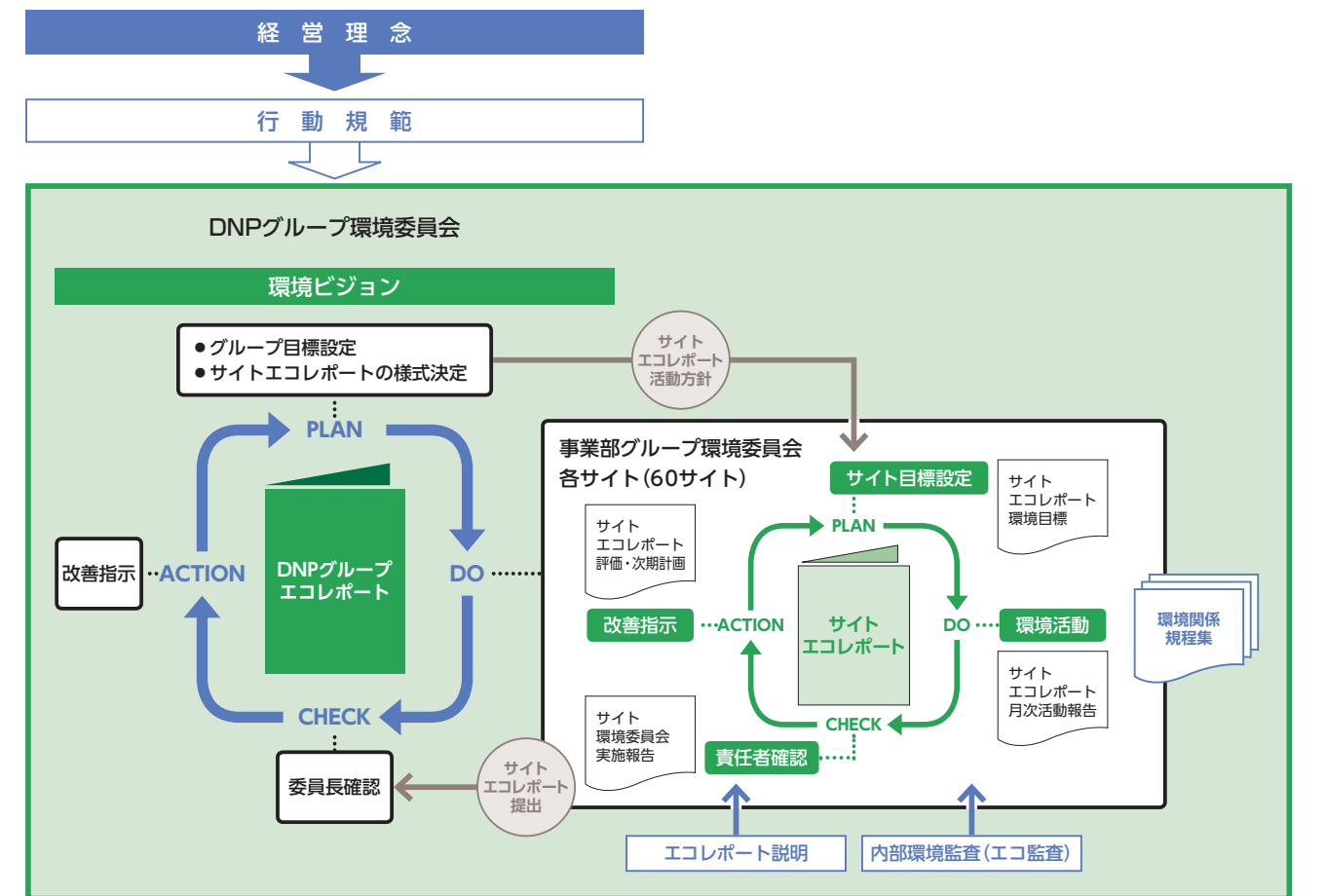
過去3年間に、水質関係5件の基準オーバーなどが発生。環境関係で係争中の案件はありませんが、近隣の方から騒音や臭気に対する苦情を受けました。その際は、原因調査や改善を進め、再発防止に努めています。

2010年度は、解体したコンクリートくずの保管中に条例規制値を超過した雨水の敷地外流出を自主測定で発見。行政指導に従いコンクリートくずを撤去し、モニタリングを継続して規制値内にあることを確認しています。

2010年度のエコ監査実績

| | |
|------------|-------|
| 被監査サイト数 | 63サイト |
| 被監査サイト出席者数 | 479名 |
| 延べ監査人数 | 127名 |
| 延べ監査時間 | 286時間 |

概念図



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。

① 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。

② 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。

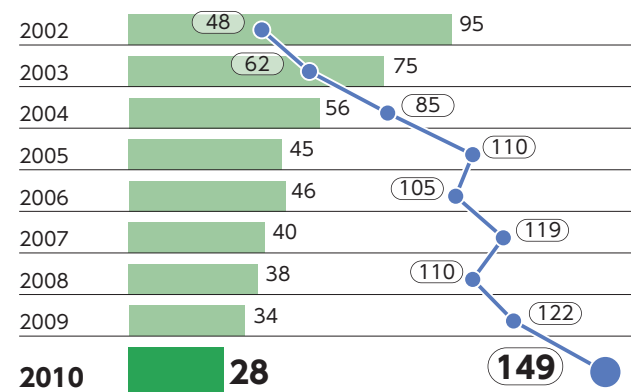
③ エレクトロニクス部門

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。温室効果ガス排出量は増加しましたが、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。

環境負荷ポイント (単位: 億EIP) ■ 棒グラフ
環境効率 (生産高/EIP) (単位: %) —●— 折れ線グラフ



※ 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)

| | 2009 | 2010 | |
|------|---------|----------------|-----------|
| 紙 | 1,855.6 | 1,816.6 | (2.1% 減) |
| フィルム | 121.7 | 121.8 | (0.1% 増) |
| 樹脂 | 93.1 | 107.0 | (14.9% 増) |
| 金属 | 43.5 | 47.6 | (9.4% 増) |
| インキ | 51.0 | 52.0 | (2.0% 増) |
| その他 | 117.7 | 100.4 | (14.7% 減) |

紙の部門別構成比 (単位: %)

| | | | |
|------|----|----|----|
| 2009 | 77 | 11 | 12 |
| | a | b | d |
| 2010 | 78 | 10 | 12 |

主要副資材 (単位: 千トン)

| | 2009 | 2010 | |
|--------|------|-------------|-----------|
| 溶剤 | 21.2 | 23.2 | (9.4% 増) |
| 酸・アルカリ | 14.8 | 19.4 | (31.1% 増) |

溶剤の部門別構成比 (単位: %)

| | | |
|------|----|----|
| 2009 | 90 | 10 |
| | b | d |
| 2010 | 91 | 9 |

ユーティリティ

| | 2009 | 2010 | |
|---------------------------|-----------|------------------|-----------|
| 総エネルギー投入量 (TJ) | 20,100 | 20,800 | (3.5% 増) |
| 電気 (千 kWh) | 1,356,700 | 1,437,000 | (5.9% 増) |
| 都市ガス (千 Nm ³) | 115,700 | 112,800 | (2.5% 減) |
| LNG (千 kg) | 13,800 | 14,500 | (5.1% 増) |
| LPG (千 kg) | 6,800 | 6,600 | (2.9% 減) |
| 重油 (kℓ) | 3,200 | 1,900 | (40.6% 減) |
| 蒸気 (TJ) | 436 | 520 | (19.3% 増) |
| 灯油 (kℓ) | 710 | 810 | (14.1% 増) |
| 水 (千 m ³) | 16,100 | 15,900 | (1.2% 減) |

水の部門別構成比 (単位: %)

| | | | | |
|------|---|----|----|----|
| 2009 | 7 | 13 | 68 | 12 |
| | a | b | c | d |
| 2010 | 6 | 13 | 68 | 13 |

製品製造プロセス

a
情報コミュニケーション部門
出版印刷、商業印刷、
ビジネスフォーム

b
生活・産業部門
包装、建材、産業資材

c
エレクトロニクス部門
ディスプレイ製品、電子デバイス

d
その他部門
インキ、清涼飲料など

DNPグループ内部での循環的利用実態

| | 2009 | 2010 |
|----------------------------|---------|----------------|
| 溶剤再生利用量 (千トン) | 4.8 | 4.6 |
| 利用率 ^{※1} | 1.2 | 1.2 |
| 酸・アルカリ再生利用量 (千トン) | 3.4 | 3.2 |
| 利用率 | 1.2 | 1.2 |
| 水循環利用量 (千 m ³) | 530,600 | 545,500 |
| 利用率 | 34.0 | 35.3 |
| 廃熱利用による蒸気発生量 (トン) | 178,700 | 206,400 |

※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

| | 2009 | 2010 | |
|--|-------|--------------|-----------|
| GHG ^{※2} 排出量 (千トン-CO ₂) | 896 | 903 | (0.8% 増) |
| NOx 排出量 (トン) | 673 | 697 | (3.6% 増) |
| SOx 排出量 (トン) | 12 | 11 | (8.3% 減) |
| VOC 大気排出量 (トン) | 9,011 | 6,837 | (24.1% 減) |
| 内 PRTR 対象 (トン) | 868 | 654 | (24.7% 減) |

GHG 排出量の部門別構成比 (単位: %)

| | | | | |
|------|----|----|----|----|
| 2009 | 22 | 34 | 34 | 10 |
| | a | b | c | d |
| 2010 | 20 | 35 | 36 | 9 |

水域への排出量

| | 2009 | 2010 | |
|--------------------------|--------|---------------|-----------|
| 排水量 (千 m ³) | 13,600 | 13,500 | (0.7% 減) |
| COD 排出量 (トン) | 51.4 | 48.9 | (4.9% 減) |
| 窒素排出量 (トン) ^{※3} | 16.2 | 13.4 | (17.3% 減) |
| 燐排出量 (トン) | 1.7 | 0.4 | (76.5% 減) |

排水量の部門別構成比 (単位: %)

| | | | | |
|------|---|----|----|----|
| 2009 | 5 | 12 | 72 | 11 |
| | a | b | c | d |
| 2010 | 5 | 11 | 72 | 12 |

不要物等の発生量 (単位: 千トン)

| | 2009 | 2010 | |
|----------|-------|--------------|-----------|
| 不要物総発生量 | 357.7 | 355.0 | (5.5% 減) |
| 廃棄物排出量 | 62.7 | 57.5 | (8.3% 減) |
| 最終処分場利用量 | 4.2 | 3.2 | (23.8% 減) |

不要物総発生量の部門別構成比 (単位: %)

| | | | | |
|------|----|----|----|----|
| 2009 | 44 | 27 | 17 | 12 |
| | a | b | c | d |
| 2010 | 44 | 28 | 16 | 12 |

活動目標・実績一覧

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

| テーマ | 2010年度までの目標 | 評価 | 2010年度実績 | |
|--------------|--|----|--|--------------------|
| 温暖化防止 | 温室効果ガス排出量を2005年度比10%削減（2020年度）。 | ◎ | 2005年度排出量 1,066千トン 2010年度排出量 903千トン | 2005年度比 15.3%削減 |
| | CO ₂ 排出量原単位を1990年度比15%削減（2010年度）。 | △ | 1990年度原単位 252トン/億円 2010年度原単位 251トン/億円 | 1990年度比 0.4%削減 |
| 輸送環境負荷削減 | 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。 | ◎ | 2006年度原単位 2.15kℓ/億円 2010年度原単位 1.61kℓ/億円 | 2006年度比 25.1%削減 |
| VOC | 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。 | △ | 2002年度排出量 21,312トン 2010年度排出量 6,837トン | 2002年度比 67.9%削減 |
| 産業廃棄物削減 | 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）。 | ◎ | 2000年度原単位 0.312トン/百万円 2010年度原単位 0.137トン/百万円 | 2000年度比 56.1%削減 |
| | 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）。 | △ | 2000年度不要物発生率 17.7% 2010年度不要物発生率 13.2% | 2000年度比 25.4%削減 |
| | 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）。 | ○ | 2009年度リサイクル率 全体99.2% （内訳） 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% 2010年度リサイクル率 全体99.3% （内訳） 紙：99.9% 廃プラスチック：97.2% 金属くず：99.0% ガラスくず：60.6% | |
| | ゼロエミッションをDNPグループ全体で達成（2010年度）。 | △ | 2009年度最終処分場利用率 1.1% 2010年度最終処分場利用率 0.9% | |
| 環境配慮製品の開発・販売 | 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）。 | ○ | 2009年度売上高 3,121億円 2010年度売上高 3,180億円 | 2009年度比 1.9%増加 |
| グリーン購入 | 原材料購入額に占めるDNPのグリーン購入基準該当品比率を40%までアップ（2010年度）。 | ○ | 2009年度グリーン材料購入比率 41.5% 2010年度グリーン材料購入比率 39.9% | |
| | 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）。 | ◎ | 2009年度グリーン資材購入比率 51.2% 2010年度グリーン資材購入比率 60.0% | |
| 環境保全 | 大気排出規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持。 | ○ | 2010年度目標（自主基準） 達成率 95% | |
| | 排水規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持。 | ○ | 2010年度目標（自主基準） 達成率 95% | |
| | 敷地境界における最大臭気を規制基準の70%以下に維持。 | ○ | 2010年度目標（自主基準） 達成率 94% | |
| | 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。 | △ | 2010年度目標（自主基準） 達成率 74% | |
| オフィス環境 | 古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上とする。 | ◎ | 2010年度古紙分別回収率 83.5% | |
| | 全サイトでエコ監査を実施。 | ○ | 2010年度全サイトで実施 | |

| 2015年度までの目標 |
|--|
| 温室効果ガス排出量を2020年度までに2005年度比10%削減。 |
| 輸送用燃料使用量原単位（エネルギー使用量/売上高）を毎年1%削減し、2020年度までに2010年度比10%削減。 |
| すべての揮発性有機化合物（メタンを除く）の大気排出量を、2015年度までにDNPグループ全体で2010年度比20%削減。 |
| 2015年度までに廃棄物排出量原単位（廃棄物排出量/生産高）を2010年度比15%削減。 |
| 2015年度までにゼロエミッションをDNPグループ全体で達成。 |
| 2015年度までに環境配慮製品・サービスの売上高4,000億円を達成。 |
| 原材料購入額に占めるDNPのグリーン購入基準該当品比率を2015年度までに50%までアップ。 |
| 一般資材（事務用品・備品等）購入額に占めるエコマーク等環境ラベル認定品の購入比率を2015年度までに85%までアップ。 |
| 規制基準の70%以下に維持。 騒音および振動については、それぞれ音圧と振動加速度に換算して評価。 |
| 古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上とする。 |
| 全サイトでエコ監査を実施。 |

事業活動のあらゆる場面で 温室効果ガスの排出を削減

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。かけがえのない地球環境を次世代へ引き継ぐために。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。

DNPグループ全体で進める省エネ活動

エネルギー効率の 最大化をめざして

DNPグループでは以前から地球温暖化防止対策の一環として、LPG（液化石油ガス）からLNG（液化天然ガス）への燃料転換や、太陽光発電システムの導入に取り組んできました。2008年からはグループ全体の省エネ活動を推進する組織「省エネ分科会」を結成。工場相互の省エネ診断会の実施や省エネ改善事例の各工場への水平展開、また省エネ機器への切り替えなどを推進しています。

使用エネルギーの「見える化」がカギ

温室効果ガス削減や省エネ活動を続けていくなかでは、生産活動で使用する電力やガスなどのエネルギーのロスより効率的に減らすために、各工程、各設備での使用エネルギーの「見える化」が不可欠です。そこで、エネルギーのモニタリングシステムの独自開発に着手。生産設備や生産システムの研究・開発を行う生産総合研究所を中心に、組織横断的に本社の技術部門、環境安全部、そしてメンテナンスを担当するDNPファシリティーサービスがこのプロジェクトに加わり、2009年5月にシステムを実用化しました。

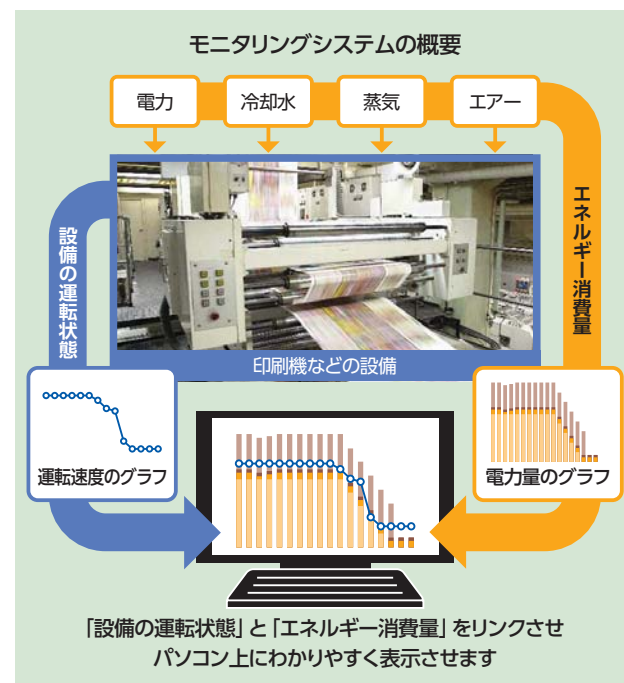
低炭素社会の実現に向けた取り組みとして、設備対応（省エネ設備の導入、設備改善）、生産の効率化、運用対策の3つの切り口で活動を進めています。これらの活動を進めるうえでも、使用エネルギーの「見える化」により、活動の成果をより大きなものとするこ

とができます。実用化したモニタリングシステムは、設備の運転状態とエネルギー使用量をリアルタイムに「見える化」し、そのデータをもとにエネルギーのロス抽出、製造条件を最適化することにより、生産活動におけるCO₂排出量のさらなる削減を可能にしています。

CO₂排出量削減に確かな効果

現在17工場の設備において同システムを運用していますが、2011年度中に30工場まで導入を進める予定です。システム導入前と比較して、軟包装材料用のグラビア印刷機で約9%、出版印刷用のオフセット輪転機で約6%、CO₂排出量を削減しました。

今後は最新省エネ機器の導入、燃料転換、設備の運用改善などと合わせ、2020年度にはDNPグループ全体での温室効果ガス排出量10%削減（2005年度比）をめざします。



F O C U S

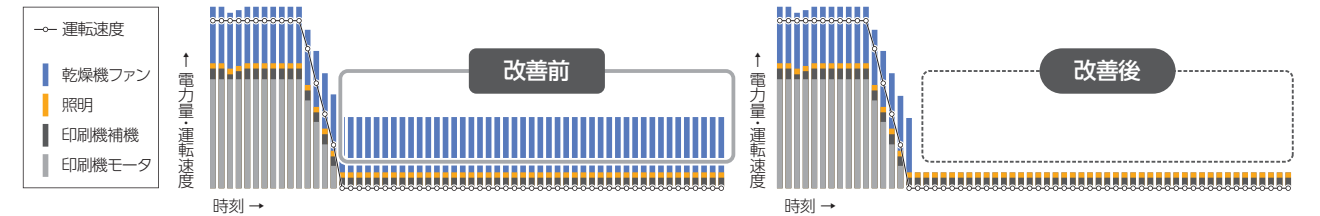
エネルギーのモニタリングシステム

DNPが独自に開発し、2009年から実用化したエネルギーのモニタリングシステム。生産設備の運転データと使用したエネルギーのデータをリアルタイムに連動させ、パソコン上に表示します。画面上で電力、冷却水、蒸気、エアなどの個別のエネルギー使用量のほか、エネルギー費用やCO₂排出量の換算データも確認できるので、どの設備のどの箇所で、どの

程度のエネルギーが消費されているかが一目でわかります。また、社内イントラネットを利用することで、各製造現場のオペレータだけでなく、管理者もLAN経由でエネルギー消費量のデータ監視ができます。それに従って設備や運用の改良に結びつけることも可能になりました。こうした成果を活かして、各現場へも積極的に改善提案を行っています。

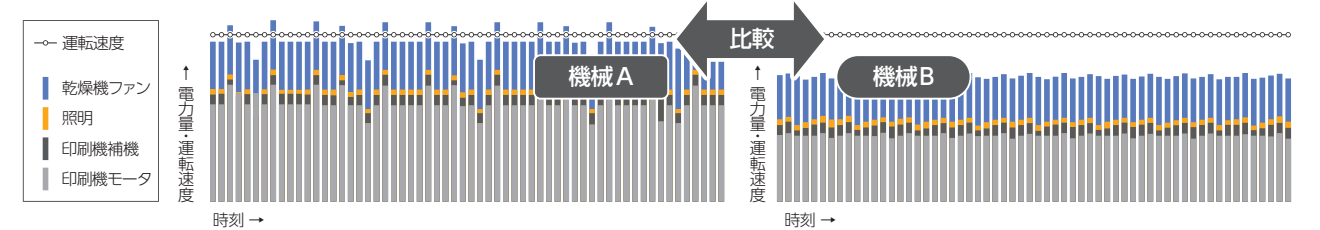
機械停止時の消費電力に注目!!

機械停止中にも乾燥機ファンが作動し、無駄な電力を消費していたことが判明し、改善を図りました。



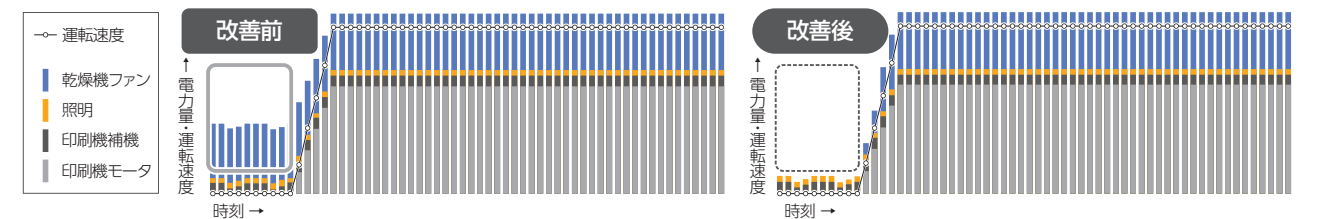
同種の機械間の消費電力の違いに注目!!

比較により、同じ機械でも消費電力に大きな違いがあることがわかり、より低い消費電力で運転している機械のデータを基準に改善を図りました。



機械立ち上げ時の消費電力に注目!!

機械が実際に動き出す前にも無駄な電力を消費していたことが判明し、改善を図りました。



大日本印刷(株) 市谷事業部 技術第2部
グループ長 内藤 貴之さん



大日本印刷(株) 技術開発センター生産総合研究所 プリプレス技術開発部
吉川 和寿さん



久喜工場は埼玉県南東部に位置し、オフセット印刷、中綴・無線綴製本を用いて、日本全国に向けた週刊誌や月刊誌などの雑誌を中心に製造しています。出版印刷工場としては日本最大級の工場規模を誇ります。

2009年8月から、生産総合研究所と協働でモデル機を構築し、オフセット輪転機のエネルギーを「見える化」し、初年度でロス削減1,350千円/月を達成しました。特にエア漏れの無駄は一目でわかるようになり、システムの効果を肌で感じています。また、他の機械にも水平展開して、効果をあげています。

今後さらなる展開を図り効果をあげることで、久喜工場は地球温暖化防止に継続して取り組んでいきます。

エネルギーモニタリングシステムのソフト開発を担当しています。いまでこそエネルギー削減につながっている本システムですが、開発当初は試行錯誤の連続でした。それまでわからなかった生産設備に潜むエネルギーロスをあぶり出し、「見える化」するためには、設備に精通する工場の技術スタッフやオペレータの方々の知恵が不可欠で、深く議論を重ねる必要もあり、何度も工場に通って仕様見直しおよび試作を繰り返しました。いまではその甲斐もあり、社内に広いネットワークができ、開発のさらなるスピードアップにもつながっています。このシステムがDNPに深く根づいていこう、引き続き関連する方々と議論を深めながら、開発を進めていきたいと考えています。

不要物を有価物へ 環境負荷を低減するために

DNPグループでは、環境負荷の低減を実効性のあるものとするために、製造工程のなかで生まれる不要物の削減と、その有効利用に積極的に取り組んでいます。

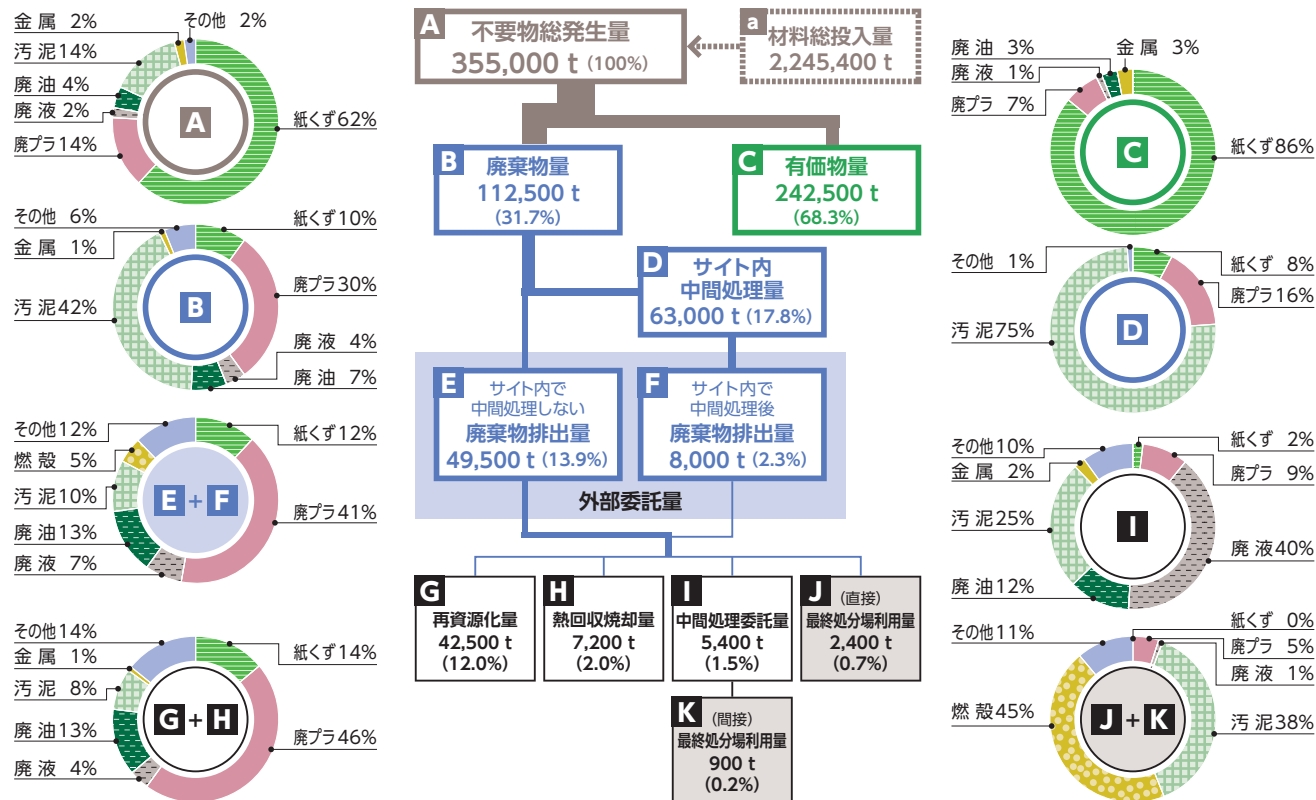
生産における不要物の削減と有効利用

製造工程で発生する 不要物の再資源化

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無駄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

有効に使うというものです。製造工程で発生する不要物は、単一素材に分別できるものは有価物化、単一素材にできないものは再資源化（マテリアルリサイクル、固形燃料化、セメント原燃料化など）、熱回収焼却（サーマルリサイクル）を行い、中間処理委託量や最終処分場利用量を削減しています。これを一歩進め、単一素材にできない不要物を有価物とする活動を進めています。

2010年度製造工程での不要物発生量の内訳



DNPグループ全体でのゼロエミッション達成を目標に

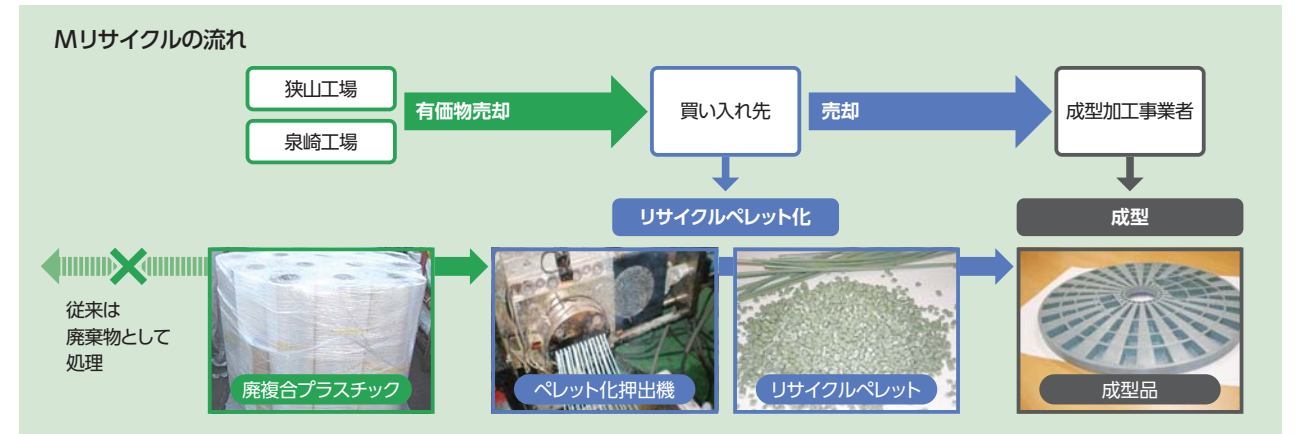
不要物再利用推進の指標としては、ゼロエミッションとリサイクル率を採用しています。ゼロエミッションとは最終処分場利用量/不要物総発生量を0.5%以下に抑えようという取り組みで、全60サイト中、51サイトで達成しています。グループ全体としても2010年度は0.9%と、2009年度の1.1%から向上しました。一方、リサイクル率は全体で99.3%を達成しました。

F O C U S

「Mリサイクル活動」の推進 (DNPテクノパック)

インキ、接着剤、フィルム、樹脂など包装材料から食品や医薬品包装、ラミネートチューブなどのさまざまな包装材の製造を手がけるDNPテクノパックでは、環境負荷を低減するため、従来の不要物削減活動に加え、2007年より不要物の有価物化に

積極的に取り組んでいます。これを「マテリアル (素材)」の頭文字をとって「Mリサイクル活動」と呼んでいます。対象となるのは包装材の製造時に発生する不要物のプラスチックフィルムです。



分別でリサイクル可能に

包装材はその用途、要求される機能性に応じて、ポリエステル、ポリエチレン、ポリプロピレンなどの素材を2層～8層ほど組み合わせる製造されますが、そのため機能性が増えれば増えるほど使用される素材も増え、そのリサイクルは難しくなっています。これまでは費用を掛けて固形燃料化や焼却処分していましたが、リサイクルペレットに対するニーズの高まりを背景に分別を徹底し、売却先でリサイクルペレット化することによりプラスチックの再利用を可能にするのがMリサイクル活動です。

製造現場での高度な分別の徹底をめざして

2つの工場では同じラインでさまざまな素材の組み合わせで包装材を製造するため、素材構成を把握した熟練オペレーターが分別します。また、通常の産業廃棄物処理の処理委託で必要なマニフェスト (法で定められた管理票) を有価物に適用して「有価物管理票」を独自に作成し、管理の徹底を図っています。このMリサイクル活動により、石油資源の有効利用、廃棄物処理費削減によるコスト低減、高レベルのリサイクル推進による廃棄物量の減量化、品質の良い再生品の市場への提供などが可能になりました。今後は、現場で分別しやすくするための設備の整備や、オペレーターの意識を向上させ、活動を継続していきます。



(株) DNPテクノパック
総務部 第2グループ
リーダー 早川 当中さん



(株) 大誠樹脂
代表取締役社長 清水 仁さん



DNPテクノパックでは、以前ならば捨てられていた製造工程で発生する不要物をリサイクルし、ペレットなどプラスチック製品に再生させるMリサイクル活動への取り組みを強化しています。DNPテクノパックで製造している軟包装パッケージ類は、何種類ものプラスチックフィルムを貼り合わせて作られているため、Mリサイクル活動を推進するうえで、貼り合わせているフィルム材質の違いごとに分別することが重要です。この分別活動は、社員一人ひとりが取り組んでいるフィルムの材質を理解し、意識をもって実践しなければできない取り組みです。

このMリサイクル活動を推進することで、地球規模の課題である石油資源の枯渇防止に少しでも貢献したいと考えています。

これまで廃棄することが常だったラミネート複合フィルムを、DNPテクノパックで分別することによってリサイクルが可能になりました。

製造技術的には、融点の違う樹脂をいかに溶解するか、樹脂のゲル化をいかに抑えるか、また、営業的には、出来上がりの樹脂の用途開発ができていないのか、など商品化までのハードルは非常に高く、ここまで来るのに3年余りの月日を要しました。

現在では、DNPテクノパックの分別精度の向上、並びに当社のラミネート複合フィルム専用工場の立ち上げなどのシナジー効果でマテリアルリサイクルが確立しました。

今後は、規模を大きくしていきたいと考えています。

生物多様性を守り育む 事業活動をめざして

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生きています。DNPグループでは事業活動の前提に、豊かでかけがえのない地球環境があること、それに依存して事業を行っているという認識のもと、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。

生物多様性に配慮した包装材の開発

環境負荷の より少ない製品を 生活者のもとに

DNPグループでは1990年代より、環境保全の取り組みの一つとして、容器包装の減量化、減容化、リサイクルなど、環境負荷低減のための技術開発に積極的に取り組んできました。現在は、単なるCO₂や石油由来の原料削減にとどまらず、生物多様性への影響にも配慮した製品開発に注力しています。

環境負荷のより少ない素材を求めて

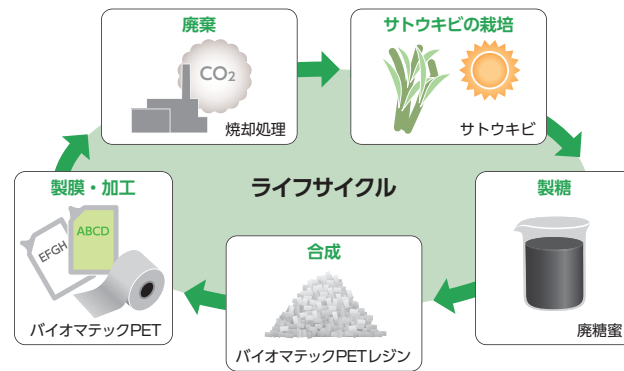
研究成果として、2006年に植物由来のプラスチックであるポリ乳酸を一部利用したバイオマス包装材料を開発。ポリ乳酸の弱点である耐熱性や強度を、石油系材料と組み合わせることで補い、実用化しました。

2009年には、このプラスチックを主原料とするICクレジットカードを、三菱樹脂(株)、ソニー(株)と共同開発。2011年5月には、耐熱性と強度をさらに高めるため、ポリ乳酸に代わる新たなプラスチック材料として、サトウキビ由来のエタノールから作られたエチレングリコールを使用した、バイオマスプラスチックフィルム「バイオマテックPET」を開発し、量産を開始しています。

環境への影響を定量的に評価する「LCA」

LCA(ライフサイクルアセスメント)とは、ある製品、サービスから何らかの利便を享受するとき、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される時点に至るまでのあらゆる活動(ライフサイクル)における、投入資源、環境負荷およびそれらによる地球や生態系への影響を定量的に評価する手法です。DNPでは、廃棄物問題にかかわりの深い包装分野において、1996年にこのLCAを導入し、1997年より運用を開始。製品の開発に取り入れています。

バイオマテックPETのライフサイクル



環境負荷を定量的に捉えていくうえで、CO₂排出量の把握は欠かせません。バイオマス由来材料の場合、焼却しても植物が光合成によって取り込んだCO₂が大気中に戻るだけなので、CO₂排出量の収支はゼロと考えることができ、石油由来の材料よりも焼却時のCO₂排出量は少なくなります。ただし、材料の製造過程で、どれだけの資源やエネルギーが投入され、廃棄物が排出されたかを定量的に把握し、ライフサイクル全体のCO₂排出量を把握する必要があります。また、原料となるサトウキビの栽培にかかわる生態系への影響や、水資源の消費の影響も無視できません。そこでDNPは「バイオマテックPETのLCA」について、東京都市大学環境情報学部の伊坪徳宏准教授と共同研究に着手しました。環境への影響を多角的に評価し、今後の事業展開に活用していく予定です。

F O C U S

サトウキビ由来の原料を使用した「バイオマテックPET」

DNPは「生物多様性・地球温暖化」に配慮した包装材料として、植物由来の原料を使用したバイオマスプラスチックの包装材料の実用化を推進しています。バイオマテックPETは、再生可能な資源を利用することで、石油への依存度を減らしています。また、本来は廃棄物となるはずの廃糖蜜を原料としているため、食料の需要バランスに影響を及ぼす心配もありません。性能面でも、従来のPETフィルム同等の性能を備えています。バイオマテックPETは、フィルム製造コストを従来の2~3割増の範囲に抑え、機能性も従来のPETフィルムと同等レベルを実現しました。原料の約3割を占めるエチレングリコールを、石油由来からサトウキビ由来のバイオエタノールから作るものに替えることで、石油使用量の削減を実現しました。



さまざまな製品への展開

従来のPETフィルム同等の耐熱性、酸素・水蒸気バリア性、加工適性を備えており、シャンプーなどの日用品や調味料などの食品に使用される詰め替え用パウチ、レトルト食品などの包装材料用途に適しています。また、PETフィルムに蒸着加工を行い、よりバリア性を高めた包装材料の提供も可能です。

利用の拡大に向けて

DNPは、食品や飲料メーカー、日用品メーカーなどに向けて提供している包装材料のPETフィルムを順次バイオマテックPETに切り替えていく予定で、さらなるコストダウン、製品の拡充を図っていきます。



大日本印刷(株) 包装事業部
開発本部 製品開発部 環境包材開発チーム
柴田 あゆみさん


限りある石油資源を未来の子どもたちが使い続けることができるよう、再生可能なバイオマス由来材料を有効に活用していくことは私たちの使命であると考えています。しかし、本当に環境負荷は少ないのか、生物多様性や地球温暖化への影響はどのくらいあるのか、水の余分な消費はないのか、ライフサイクル全体で評価して、正しい情報をまず把握する必要があります。LCAは、地道なデータ調査から始まります。実地調査を可能な限り行って、データの精度を高め、バイオマテックPETの開発と普及に役立てるよう活動しています。

VOICE

東京都市大学
環境情報学部 環境情報学科
准教授 博士(工学) **伊坪 徳宏さん**




DNPにおける生物多様性保全に向けた活動を支持します。循環型社会の構築に向けて、石油燃料に頼らずに生物資源を有効に活用していくことは焦眉の急であると言えます。サトウキビの副産物であるモラセス(廃糖蜜)を利用したプラスチック材料の活用は、循環型資源の先行事例として注目されます。一方で、生物資源の活用には水と土地を必要とします。発展途上国の雇用や安定化といった社会側面も重視されるでしょう。今後、水の消費を最適化し、生物多様性の影響を最小化するための材料開発と、地域の発展にも貢献することを意図した生物資源の活用に向け、さらなる導入普及を先導して行われることを期待します。



独立した第三者による保証報告書

2011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 

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22年4月1日から平成23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2011」(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23年2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・ライティング・ガイドラインVer.3.1」(Global Reporting Initiative 2011年3月)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21年12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

現地往査の様子



DNP西日本 筑後工場 DNPアイ・エム・エス 岡山工場 DNPテクノバック横浜 市谷事業部 市谷工場 DNPプレジジョンデバイス 黒崎第2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)、「福を呼びこむ環境力」(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)。

どの企業のものであれ、この時期に発行されるCSRレポートを見るとき一つの注目点は、3.11の未曾有の災害と原発事故をどう受け止めたのか、何を教訓として、将来に向け何をしようとしているのかについての企業としての意思表示であろう。果たせるかなDNPグループのCSR報告書の冒頭部分での北島義俊社長のメッセージは、まさにこの点に触れておられる。東北を拠点とする工場などが一時操業停止に追い込まれたものの、社員は全員無事で、5月には操業を再開できたこと。これは、かねてから、災害時における事業継続計画を地域の状況に合わせて備えていたことが一定の効果を生んだこと。その一方で、製紙・インキ・フィルムなどのサプライチェーンで供給の不安定が続き、一部顧客の要望に応えられないこともあったので、「今回の経験を教訓に、さらに災害に強い企業体質を構築し、お客さまへの供給責任を果たしていきます。」と述べておられる。そのうえで、報告本文の冒頭に「災害に強いDNPグループをめざして」と題した特別報告を掲げ、被災地へ支援した具体的な内容を明らかにするとともに、事業計画を見直し、「サプライチェーン、ロジスティクス、代替生産体制、さらには国内外の製造拠点の配置についても改めて現状を見直し、安全・安心な供給の継続を実現していきます。」と表明しており、納得できる内容となっている。

さて、報告書本文をさらに見ていくと、2010年とはレイアウトや書く視点の違いに気がつく。これまでのどちらかと言えば、満遍なく過不足なく書いてある印象から、一般の社外読者が知りたいであろういくつかのポイントに的を絞って、丁寧に、しかも、ヒューマンドキュメント風に編集した点である。簡単に言ってしまうと、これまでの編集方針は、編集者サイドが「読ませたい視点」でできていたが、これを見る側の視点に立った、いわば「見たい視点」への転換と言っても良いだろう。この手法は「本業を通じた社会の発展への貢献」をテーマとする特集記事の冒頭にも、DNPがその重要パーツを供給しているスマートフォンを手にした役員の姿を大きくクローズアップして載せていることに典型的に表れている。私はこれを見たときに、驚くとともに編集者の心意気を新鮮に感じた。このように、おやっと人を惹きつけたところで、DNPの技術がスマートフォンのどこにどのように使われているのかをそれとなく語ることによ

り、本業を通じて社会の発展に貢献するというDNPグループのCSRの本質を巧みに表現していると感じた。

この特集記事のあとは、DNPグループがCSRの一環として重要と考えている行動規範、すなわち法令と社会倫理の遵守、情報セキュリティの確保、サプライチェーンを通じた社会的責任の推進、情報の適正な開示など一つひとつを取り上げて、DNPが実施してきた事柄の説明を先ほどのヒューマンタッチを重視する手法で記述してある。これも見る側からすると、あれもやったこれもやったという羅列ではないだけに、読みやすいものとなっている。

また、報告書の後半部分でいくつかの特色のあるグループ会社(シンガポールのテン・ワ・プレス、DNPデンマーク、北海道コカ・コーラボトリングの3社)の動きを取り上げ、そこでのCSR活動を焦点を絞って紹介している。

さて、CSRのなかで重要な位置を占めるのは、環境保全である。DNPグループは、紙、フィルム、樹脂、金属、インキなどを原材料とし、電力、ガス、LNG、重油などを動力源として活発な生産活動をしており、誰しも環境への負荷が気になるので、CSR報告書は毎回、インプット、アウトプットデータを添えて、環境への取り組みを丁寧に報告している。2010年度の結果は、継続的な企業努力を反映して概ね良好である。ただ不要物の発生率とCO₂排出量原単位が自社目標に達していない点が気になる。

特にCO₂は、排出総量が「2020年度までに2005年度比10%削減」という目標を現時点ですでに達成しているが、率直に言って、この目標自体が国内外で設定されている厳しい目標に比して、不満が残るものとなっている。3.11の原発事故による大幅な電力不足が、東京電力・東北電力管内だけでなく関西など他地域でもやや恒常的になろうとしていることも考えると、節電を実行しながら温暖化対策を抜本的に強化するためにもDNPグループのCO₂の削減目標を見直すことを期待する。昨今の事業拡大により拠点が増加している現状を考えると厳しいのは理解するが、あえて厳しい目標に挑戦して欲しい。また生物の多様性対策はどのメーカーにとっても新しい困難なチャレンジであるが、DNPグループが取り組んだサトウキビ由来のバイオマテックPETの今後を注目している。

DNPグループ CSR報告書2011 アンケート

「DNPグループCSR報告書」をより充実させていくために、読者の皆さまのご意見を反映していきたいと考えております。

Q1 どのような立場でお読みになりましたか？

- DNPのお客さま サプライヤー・お取引先 株主・投資家 DNPグループの事業所・工場の近隣の方
 NGO・NPOの方 企業のCSR・環境担当の方 調査・研究機関の方 学生・教育機関の方
 行政機関の方 報道機関の方 DNPグループの社員・家族 その他()

Q2 報告書の評価についてお聞かせください。

- **内容の充実度** 充実している 普通 不足している
● **情報量** 多い 普通 少ない
● **わかりやすさ** わかりやすい 普通 わかりにくい
● **デザイン** 良い 普通 悪い

Q3 関心をおもちになられた項目を以下のなかからお選びください。(複数選択可)

- 【特別報告】災害に強いDNPグループをめざして P7~ 人類の尊厳と多様性の尊重 P39~
 【特集】本業を通じた社会の発展への貢献 P19~ 安全で活力ある職場の実現 P41~
 法令と社会倫理の遵守 P27~ 企業市民としての社会貢献 P43~
 情報セキュリティの確保 P29~ グループ会社の取り組み P45~
 サプライチェーンを通じた社会的責任の推進 P31~ 低炭素社会の実現に向けて P55~
 情報の適正な開示 P33~ 循環型社会の構築に向けて P57~
 ユニバーサル社会の実現 P35~ 自然共生社会の実現に向けて P59~
 製品・サービスの安全性と品質の確保 P37~

Q4 DNPグループのCSR活動で、より詳しく知りたいとお思いになる取り組みや、DNPグループのCSR報告書で、より充実させたほうが良い点などがございましたら、お聞かせください。

ご協力ありがとうございました。

アンケート送付先

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



03-5225-8083

なお、このアンケートはDNPのホームページからでもご回答いただけます。
<http://www.dnp.co.jp/CGI/csr/enquete/form.cgi>



このアンケート用紙は非木材紙のヨシ紙を使用しています。ヨシ紙を利用することで森林伐採減減に寄与します。
ヨシ紙は非木材グリーン協会認定製品です(ヨシパルP30%含有)。