

作成部署およびお問い合わせ先

大日本印刷株式会社

コーポレートコミュニケーション本部CSR推進室

〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

TEL: 03-3266-2111 (総合案内)

FAX: 03-5225-8083

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

次回発行予定 2014年6月

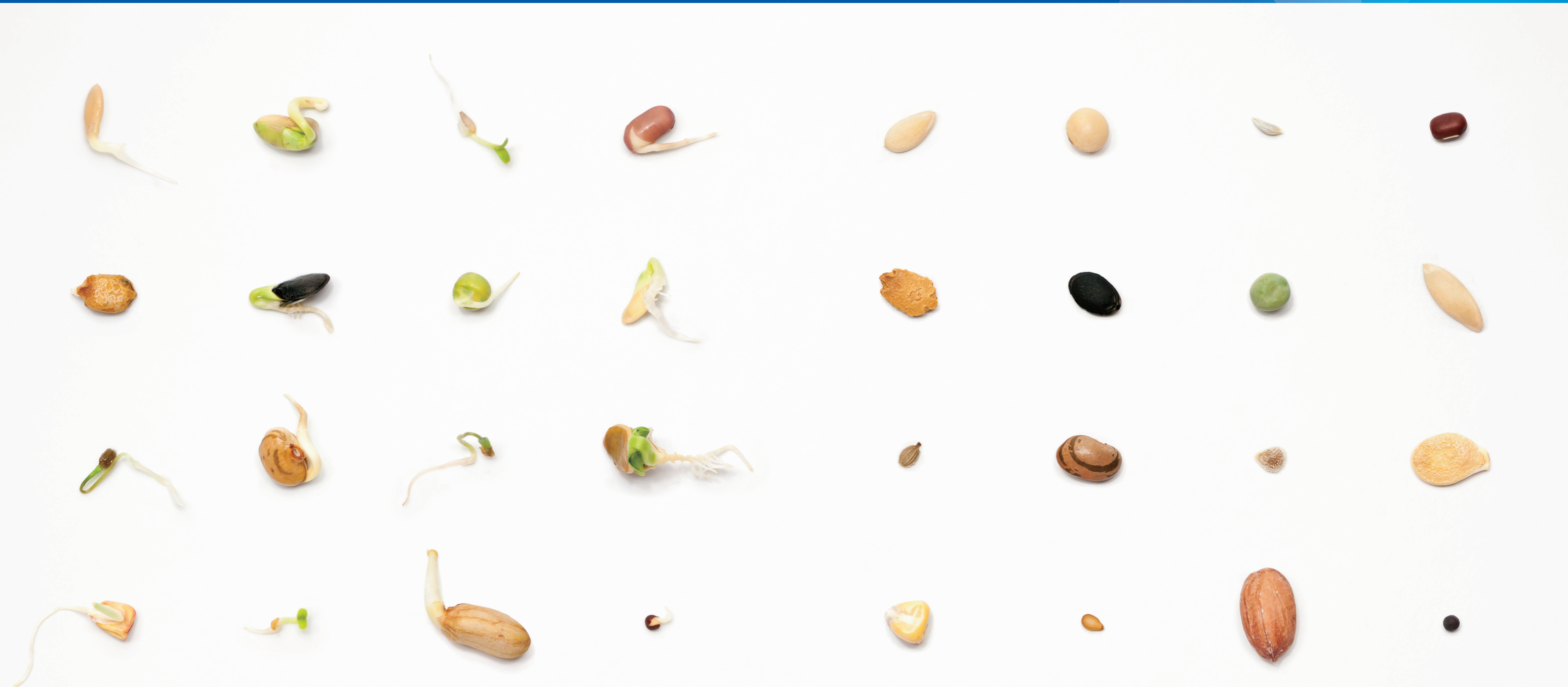
2013年6月発行 ©2013.DNP

PRINTED IN JAPAN

DNP

CSR REPORT

2013 DNPグループ
CSR報告書



〈DNPの総合情報〉

DNPはCSR (Corporate Social Responsibility) を経営の基盤と考え、事業活動そのものが社会への貢献であり、DNPが提供する製品やサービスは、さまざまな社会課題を解決に導くものであるという前提に立っています。そのうえで、DNPのありのままの姿をステークホルダー※に正しく伝えるため、財務・非財務情報を適切に組み合わせた情報を発信していく必要があると考えています。

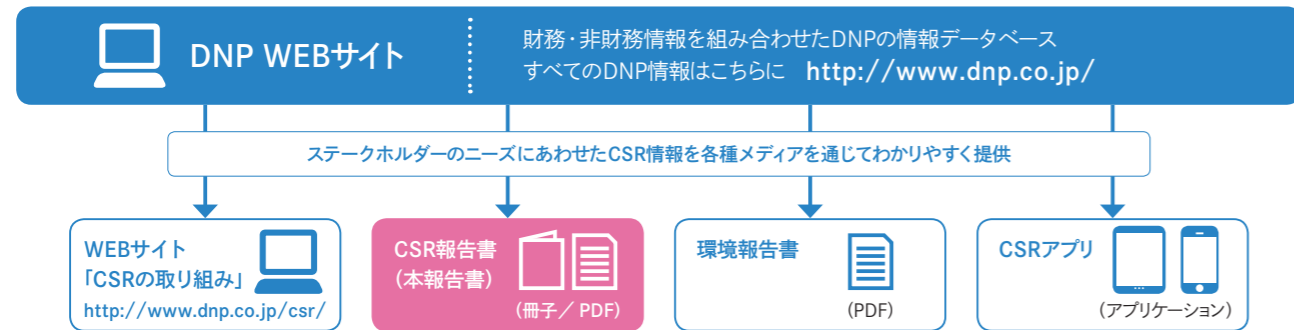
そこで、WEBサイトをすべての情報のデータベースと位置づけ、DNPの過去・現在・未来がわかる透明性の高いWEBサイトをめざしていきます。それとともに、ステークホルダーのニーズが高い情報については、適宜各種メディアを提供していきます。

※ 組織の行動に対して、直接・間接的に利害が生じる関係者。DNPのステークホルダーは、「顧客・生活者」「株主」「サプライヤー」「地域社会」「社員」など。

〈DNPのCSR情報〉

毎年冊子で発行しているCSR報告書(本報告書)については、内容を一新。DNPの成長戦略をCSR視点から報告する「特集：DNPの成長戦略」を新たに加え、CSR活動の進捗状況を報告する「2012年度CSRマネジメント報告」、そのなかでより重点的に取り組んだ活動を紹介する「年次活動TOPICS」という構成になっています。また、環境情報については、CSR報告書とは別に発行する「環境報告書」(PDFをWEBサイトに掲載)で詳細に報告します。そのほか、スマートフォンやタブレット向けに「CSRアプリ」を配信します。

これらのメディアで報告されていない詳細なCSR情報については、DNP WEBサイトにてご覧いただけます。



WEBサイト「CSRの取り組み」

DNPのWEBサイト内「CSRの取り組み」をリニューアルし、充実を図りました。従来、CSR報告書に掲載していた活動情報をWEBサイトに移行、「果たすべき3つの責任」(P5)の視点で整理しました。また、データベースとしての機能に加え、アクティブな情報発信機能も追加。CSR報告書とあわせて、ぜひご覧ください。

3つの責任の前提	法令と社会倫理の遵守 事業継続のための体制構築
第1の責任	社会の発展への貢献
第2の責任	人類の尊厳と多様性の尊重
	安全で活力ある職場の実現
	ユニバーサル社会の実現
	製品・サービスの安全性と品質の確保
	情報セキュリティの確保
第3の責任	サプライチェーンを通じた社会的責任の推進
	企業市民としての社会貢献
	環境保全と持続可能な社会の実現
第3の責任	情報の適正な開示

DNPのCSRマネジメントおよび各テーマの方針・体制・活動事例・各種数値情報を掲載

【CSR報告書 2013について】

報告対象期間

2012年4月1日～2013年3月31日まで
ただし、一部の重要な事柄については、本対象期間外の報告も含まれます。

報告対象範囲

DNPグループの全社・全部門を対象とします。
本報告書では「DNP」はDNPグループを表し、大日本印刷株式会社と区別しています。また、グループを強調したい文章では「DNPグループ」と表記しています。

ステークホルダーコメント

活動内容をわかりやすく伝え、評価に客観性を持たせるため、ステークホルダーのコメントを掲載しています。また、CSR活動報告全体について、株式会社インテグレックス 代表取締役社長 秋山をね様より第三者意見をいただいています。

参考ガイドライン

- GRI「サステナビリティリポーティングガイドライン ver3.1」
- 環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- ISO26000 / JIS Z 26000

DNPの概要 (2013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 (総合案内)

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 39,445名(連結) 10,724名(単体)

グループ会社 グループ連結子会社 120社
持分法適用関連会社 13社

財務データ 連結売上高 1兆4,466億円(前年比4.0%減)

(2013年3月期) 連結営業利益 357億円(前年比5.2%増)

連結経常利益 403億円(前年比9.4%増)

連結当期純利益 192億円(前年は163億円の純損失)

事業分野

印刷事業

印刷技術と情報技術の応用・発展によって、あらゆる業種・業態の企業や生活者の課題を解決していく多彩な事業で成り立っています。

<p>情報コミュニケーション部門</p> <p>出版・商業印刷、ICカード、ネットワークビジネス など</p> <p>売上高構成比 48.2%</p>	
<p>生活・産業部門</p> <p>包装、住空間マテリアル、産業資材 など</p> <p>売上高構成比 35.6%</p>	
<p>エレクトロニクス部門</p> <p>ディスプレイ製品、電子デバイス など</p> <p>売上高構成比 12.3%</p>	

清涼飲料事業

北海道コカ・コーラボトリングによる清涼飲料水の製造・販売、ブランド力を活かした独自製品の開発なども行っています。

<p>清涼飲料部門</p> <p>売上高構成比 3.9%</p>	
----------------------------------	--

目次

編集方針 / DNPの概要	1
トップメッセージ	3
DNPのCSR	5
特集	
DNPの成長戦略 「未来のあたりまえを作る。」	9
2012年度CSRマネジメント報告	15
年次活動TOPICS	
環境活動	21
グローバル展開	25
社会貢献活動	29
第三者意見	33
CSR委員長メッセージ	34

表紙デザインについて



種子は生物の原点であり、持続可能な環境社会実現の象徴でもあると思います。DNPのCSRの芽が未来に大きく育つように、思いを込めて制作しました。

新村 則人 (グラフィックデザイナー)

1960年山口県生まれ。大阪デザイナー学院卒業。松永真デザイン事務所を経て、新村デザイン事務所設立。主な仕事に、資生堂、無印良品キャンペーン、日本マクドナルド、エスエス製菓、新村水産、東京オリンピック招致など。主な受賞に、JAGDA新人賞、毎日広告デザイン賞最高賞、環境広告コンクール大賞、ニューヨークADC銀賞、ブルノグラフィックデザイン国際ビエンナーレ金賞、東京ADC賞など。



トップメッセージ

社会の期待に応え、

「信頼」をDNPのブランドに

2011年3月の東日本大震災から2年が経過しましたが、今後もなお一層の社会の支援が必要とされています。DNPも被災地の復興と被災された方々の支援に向けて、微力ではありますがさまざまな活動を展開してまいりました。

一例を挙げると、DNPと、被災地に拠点を持つグループ会社であるDNP東北の復興支援推進室が協力し、宮城県沿岸地域の水産加工業に携わる方々へDNPの持つ商品開発のノウハウやスキル、リソースを提供して、新たな起業を支援するプロジェクトをスタートさせました。また、継続することが何よりも大切と考え、社員食堂の東北応援メニューや社内販売した東北物産などの売り上げの一部に、会社も同額を合わせて寄付するという活動を本年度も実施しました。これは企業としての活動というだけでなく、社員一人ひとりが日常生活を通じて実行できるもので、より大きな成果に繋がっていると考えています。DNPは今後も被災地支援に継続的に取り組んでいきます。

企業の最も大切な使命は、社会の発展に寄与する「価値を創造する」ことにあります。これまでも私たちは、固有の印刷技術やノウハウ、経験を活用して、多くの企業と協働して社会の課題解決につながる製品やサービスの開発に注力してきました。その成果が、その時々

のビジネスシーンに活用されるとともに、新しい生活スタイルを作り出し、人々の身近なものとして定着しました。そして、これからも、社会が求める課題に真摯に取り組む、豊かで、快適な社会の実現に寄与していきます。DNPは、こうした活動を「未来のあたりまえを作る。」という言葉で表し、新たな情報流通のあり方や、地球環境やエネルギーの問題などに取り組む、これからの社会の発展に必要で、いつの日にか「あたりまえ」になる仕組み、製品、サービスの開発に力を入れ、社会の発展へ貢献するとともに、私たち自身も成長していこうと考えています。

いま、社会の持続可能な発展を阻害する要因のひとつとして、「紛争鉱物」問題がクローズアップされています。これは、紛争地域の鉱物が、非人道的な勢力の資金源とならないよう、対象となる鉱物の購入ルートを明確にしようというものです。DNPはこれまでも、CSR調達規程を定め、サプライヤーの適正な事業活動を求めています。紛争鉱物については、特に電子部品関連事業で該当する鉱物が使用されているため、紛争地域由来の鉱物ではないことの確認作業を進めました。

また、「環境破壊の防止」についてもさまざまな取り組みが求められています。DNPは、2010年3月に「DNPグループ生物多様性宣言」を制定するなど、自然体系

に与える事業活動の影響を最小限にするべく努めています。2012年度には「原材料の調達」と「事業所内の緑地づくり」を重点テーマに選定しました。特に事業活動を行ううえで生態系への依存と影響が大きい「紙の調達」に関し、2012年8月、持続可能な森林の維持と希少な動植物の保護を目的に「印刷・加工用紙調達ガイドライン」を制定しました。本ガイドラインは、用紙調達先企業との取引に関する基準を定めたもので、本業を通じて、天然資源の維持に努めています。

これらの事例に共通しているのは、CSRは、自社だけでなく、バリューチェーン全体が同じ問題意識を持ってさまざまな課題に取り組むことの重要性です。この取り組みはますます大切になってきていて、DNPは今後さらにこの活動に力を入れ、多くのステークホルダーと協働して、より高い成果をめざしていきます。

企業が多様な事業活動を継続的に進めていくためには、社会との信頼関係が大切です。私は、DNPが常に生活者や社会とのコミュニケーションを深め、その期待にしっかりと応えることで、信頼関係をさらに強固なものにしていくことができると考えています。そして、社会がどのような方向に向かい、生活者が今後どのような社会であって欲しいと思っているのかを常に確認していくことが必要で、そのためにもこれまで以上に生

活者の声を「直接聞く」ことに努めていきます。

そうした声を聞く場として、2013年1月、東京・市谷に生活者体験型ショールーム「コミュニケーションプラザ ドットDNP」をオープンしました。電子書籍を体験できる「honto (ホント) カフェ」、デジタル絵本を体験できる「デジタルえほんミュージアム」、写真やフォトブックの楽しみ方を提案する「Enjoy! フォトパーク」などのコーナーを設け、さまざまなイベントも開催しています。当初の予想を大幅に上回る来場者があり、多くのご意見をいただいています。このようにリアルな場での直接のコミュニケーションや、多様なステークホルダーとの対話を増やし、DNPの取り組みに生かしつつ一層のご理解をいただけるよう努めていきます。

DNPはこれからも、社会の発展に寄与する価値の創造、社会の期待に応えられる誠実な行動、そして多様なステークホルダーとのコミュニケーションの強化に取り組む、「信頼される企業」というブランドを確立してまいります。

代表取締役社長

北島義俊

DNPのCSRとは、
 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」を
 具現化することにほかなりません。
 社会の変化やニーズをグローバルな視点で捉え、
 DNPが及ぼすさまざまな影響を認識したうえで、
 すべての事業活動で企業・生活者・社会の課題の解決に寄与し、
 持続可能な社会の実現をめざしていきます。

DNPの考えるCSR [果たすべき3つの責任]

あらゆるステークホルダーから常に信頼される企業であり続けること。
 それが、DNPのCSRがめざす姿です。
 多様なステークホルダーと対話し、寄せられる期待の一つひとつ丁寧に応えていくため、
 DNPIは以下の3つの責任を果たしていきます。

1 価値の創造

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

2 誠実な行動

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

3 高い透明性 (説明責任)

第3の責任は、社会に対して「**説明責任を果たし、透明性の高い企業になる**」ことです。DNPI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。

3つの責任を果たすため [未来のあたりまえを作る。]

第1の責任「価値の創造」は、本業そのものです。DNPは、事業活動全体でCSRを推進し、CSRの第1の責任を果たしていきます。そのために、より具体的に「価値創造の方向性」を定め、社会の課題解決に寄与する高い価値を創出し続けていきます。

私たちが暮らす地球、そして今日の社会には解決すべき課題が多数あります。それらの課題を解決し、持続可能な社会の実現に寄与することが、DNPの役目であり自らの成長の方向性であると考えています。多くの課題のなかで、右に記した4領域を、特にDNPの強みを活かせる分野として重視し、直面する課題を解決するさまざまな仕組みや製品・サービスを生み出していきます。

こうして生まれてくる製品・サービスやシステムなどは、いまは存在しないものの、いつか身の回りにおいて生活やビジネス、社会の仕組みにとって不可欠なものになっていくはずで、DNPでは、それを「未来のあたりまえを作る。」と表し、既成概念にとらわれることなく新たな発想でイノベーションを推し進めていくことで、自らの企業価値を高めていきたいと考えています。

DNPの成長戦略について、より詳細に報告しています。 **P9~14**

- 情報流通**
安全に心地よく世界とつながる情報の利便性
- 健康・医療**
健康で質の高い生活を支える安全性
- 環境・エネルギー**
地球環境を守りその恩恵を享受する持続可能性
- 快適な暮らし**
人と人とがともに歩みすこやかで充実した暮らしを営む快適性

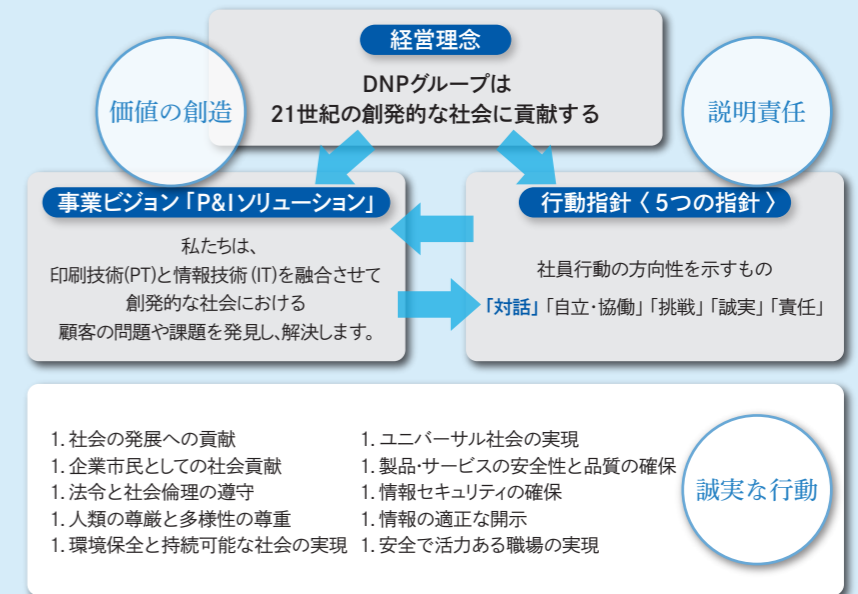
「DNPグループ21世紀ビジョン」と「DNPグループ行動規範」は、
 [果たすべき3つの責任]をしっかりと遂行し[未来のあたりまえを作る。]ための土台となります。

DNPグループ21世紀ビジョン

「経営理念」「事業ビジョン」「行動指針」で構成され、DNPの社会に対する貢献の意思とその方向性を示しています。

DNPグループ行動規範

「経営理念」を実現していくあらゆる活動の「前提」となるもので、これに従い全社員が高い倫理観にもとづいた誠実な行動をとるように努めています。



社会から信頼される経営を担保する [コーポレート・ガバナンス]

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

DNPは、社会的責任を果たし、あらゆるステークホルダーから信頼される21世紀にふさわしい創発的な企業となるために、コーポレート・ガバナンスの充実を経営上の重要課題と考えています。

的確な経営の意思決定と、それにもとづく適正かつ迅速な業務執行、そしてそれらを監督・監査する体制を構築・運用するとともに、社員一人ひとりのコンプライアンス意識を高めるための研修や教育を徹底し、内部統制を含めたコーポレート・ガバナンスの充実を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制

DNPでは、多岐にわたる事業分野でそれぞれの専門知識と経験を備えた取締役が、経営の意思決定に参加しています。取締役は責任と権限を持って職務を執行し、同時に他の取締役の職務執行を監督する体制を築いています。また、的確かつ迅速な意思決定、それにもとづく円滑な業務執行と適正な監督機能を一層強化するため、独立性を持った社外取締役が経営の意思決定に参画しています。

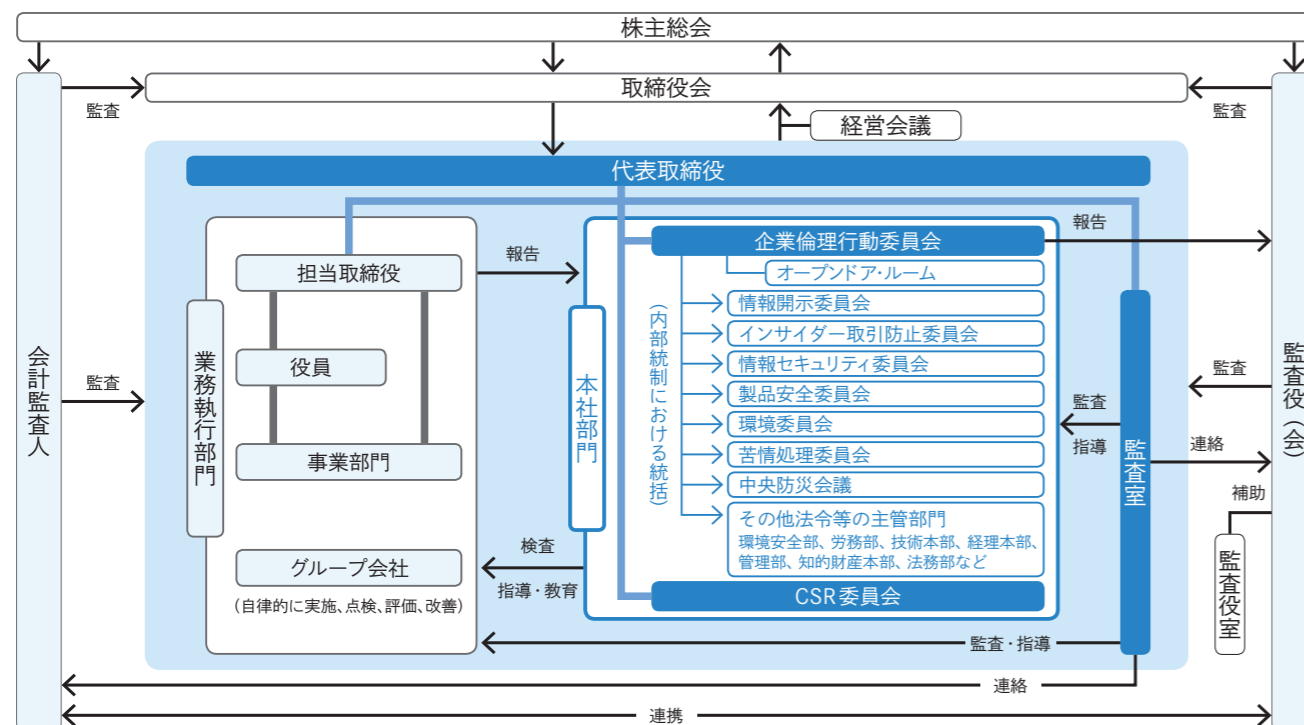
取締役の任期は、事業年度の経営責任をより一層明確にするため、1年としています。取締役会の構成は、社外取締役1名を含む20名で、原則月1回開催し、「取締役会規則」にもとづく適切な運営を確保しています。

さらに、取締役会での決定事項の業務執行を担当する役員を取締役に選任しています。役員は、取締役から委譲された事項の決定と執行についての責任と権限を持ち、取締役との密接な対話を通じて、より現場に近い立場の意見を経営に反映しています。

また、DNPは監査役会設置会社として、財務・会計に関する相当程度の知見を持つ監査役1名、社外監査役3名を含む5名による監査役会を設置しています。それぞれが監査役会の基準と分担に従って取締役の職務執行を監査し、必要に応じて取締役および使用人に対して報告を求めています。

DNPは、取締役会の適切かつ効率的な意思決定を担保するため、このようなコーポレート・ガバナンス体制を採用しています。

DNPのコーポレート・ガバナンス体制の模式図



グローバルな原則を尊重し、日々の業務に落とし込む [CSRマネジメント]

CSR推進体制

本社担当取締役・役員で構成するCSR委員会*を設置し、DNPのCSRにかかわる方針・目標などを審議・決定しています。委員会で決議された目標をもとに、CSR担当の専任部署と本社主管部署とが連携し、目標達成に向けた具体的な活動を進めていきます。

さらに、企業倫理や環境など、CSRに関する主要テーマについては各種委員会を設置して対応しています。

* 担当が代表取締役副社長、委員長が常務取締役。

基本的な考え方と重点テーマ



DNPは、2006年7月に国連グローバル・コンパクト(GC)への賛同を表明しました。GCが定める「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の10原則を支持し、これらの精神をグループ経営に反映させていくよう努めています。

GCが示す普遍的原則を尊重し、DNPと社会の双方の視点で重要性を分析したうえで、具体的に推進すべきCSR活動の重点テーマを設定しています。

社会の視点での重要性は、国際的な社会的責任に関するガイドラインISO26000を中心に、関連する国際条約・国際協定、SRI(社会的責任投資)が重要視する社会課題、ステークホルダーからのご意見(報告書アンケートなど)等を参考に検証を行い、抽出しています。

重点テーマについては、「中長期視点の目標」と日常業務のなかで達成すべき「年度目標」とを設定し(P15~20、24)、継続的かつ段階的に推進しています。年度末には、CSR委員会で実績と次年度目標を確認するというPDCAサイクルをまわし、活動の充実を図っています。

また、社員一人ひとりがDNPのCSRを理解し、実践していくことが重要と考え、集合研修やネットワークラーニングなど、さまざまな機会を活用して意識づけを行い、浸透を図っています。

「対話」を通じたステークホルダーとの関係構築

DNPのすべての事業活動の基本は、「顧客・生活者」「株主」「サプライヤー」「地域社会」「社員」など、あらゆるステークホルダーとさまざまな機会・メディアを通じて「対話」を図り、信頼関係を構築することです。

「対話」から得られた声や期待を真摯に受け止め、CSRを基盤とするすべての事業活動に反映させていきます。

【参考】「DNPのCSR活動 重点テーマ」と「対応する主なISO26000中核主題」

DNPのCSR活動 重点テーマ	対応する主なISO26000中核主題
社会の発展への貢献	消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
事業継続のための体制構築	消費者課題
法令と社会倫理の遵守	公正な事業慣行、人権
情報セキュリティの確保	消費者課題
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	公正な事業慣行、人権、労働慣行、環境、消費者課題
情報の適正な開示	公正な事業慣行、労働慣行
ユニバーサル社会の実現	消費者課題
製品・サービスの安全性と品質の確保	消費者課題
人類の尊厳と多様性の尊重	人権、労働慣行
安全で活力ある職場の実現	人権、労働慣行
企業市民としての社会貢献	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
環境保全と持続可能な社会の実現	環境、消費者課題

重点テーマごとの活動進捗状況は以下のページでご確認いただけます。

P15~20, 24



未来のあたりまえ、とはまだカタチになっていないけれど、いつの日か生活やビジネス、社会の課題解決に必要なものこと。未来のサステナブルな社会と、人々の笑顔を支える製品やサービスとなるはず。そんな“未来のあたりまえ”を主体的に創出すること、それがDNPの成長戦略です。

これからの社会の持続可能な発展や、豊かで快適な暮らしの実現のために、今後DNPはどう取り組んでいくのか——
 社会の課題や成長の芽に気づく。そして、その芽をつかもうと役割を拡げ、邁進する。
 こうした取り組みを繰り返し、生活やビジネスのあらゆる場面に寄り添う“未来のあたりまえ”を作っていきます。

社会の声を聴く

ステークホルダーとのコミュニケーション活動をより充実させ、「社会の声」をさらにしっかりと捉えています。生活者の「見える期待」だけでなく、抱えている「見えない期待」までも顕在化させることで、“未来のあたりまえ”となりうる芽をみつけていきます。

そのようなコミュニケーションを図っていくために、社会との接点も積極的に増やしています。例えば、東京・市谷にオープンした体験型ショールーム「コミュニケーションプラザ ドットDNP」。ここでは、DNPの情報を発信すると

もに、来館されたお客さまの生の声やリクエストをお聞きするなど、コミュニケーションを深めています。ほかにも、「エコプロダクツ展」や各種の展示会などでも積極的に来場者とコミュニケーションを図っています。

また、把握した「社会の声」を分析することも大事な要素です。「社会課題を事業として解決していく」ために、ソーシャルイノベーション研究所の設立やマーケティング機能の強化などに取り組んでいます。

より高い価値を提供するため DNPは進化しつづけます



社会の声をよく聴く。これが、“未来のあたりまえ”を作るための第一歩です。そのために、DNPはこれまでのコミュニケーション活動に加えて、社会の声をダイレクトに集める取り組みも始めました。こうした活動を通じて社会や生活者が持っている「見えない期待」までも的確に把握していきたいと考えています。

東京・市谷にオープンした「コミュニケーションプラザ ドットDNP」は、本と写真の新しい楽しみ方を見つけていただくためのコミュニケーションスペースです。生活者とDNPのコミュニケーションの起点として、豊かさや感動を広めていくことをめざしています。



高い価値を創造し、社会から真に望まれる“未来のあたりまえ”を提供していきます

“つながり”で新しい力を創出

創業以来、DNPは印刷技術の応用範囲を大きく拡大する「拡印刷」を進めてきましたが、未来に向けてより一層、持てる技術を磨き、その幅を広げていきたいと考えます。印刷を核に事業を水平的に拡げていく「横の拡印刷」。バリューチェーンの川上・川下に事業を拡げる「縦の拡印刷」。その両方を組み合わせ、従来担ってきた役割をより拡げていくことで高い価値を生み出していきます。

この成果をさらに高めていくためには、社内外の連携強

化が欠かせません。社会が抱える多くの課題解決には、さまざまな立場の人々が協働し、より新しい力を創造していくことが重要です。社内においては、事業分野の垣根を越えて人・組織・技術を横断的に組み合わせしていきます。

また、社外においては、株式会社オールアウトや日本ユニシス株式会社との業務提携などのように、各分野に強みを持つ企業や団体とこれからは積極的に連携していきます。

(P10) 写真左から
 コミュニケーションプラザ ドットDNP「DNPenguinハウス」/エコプロダクツ展2012/事業分野をまたいだ社内展示相談会/日本ユニシス(株)との業務提携

まず、4つの領域でDNPの強みを活かし“未来のあたりまえ”を作っていきます。

「未来のあたりまえを作る。」ためには、その価値創造の過程で、まずは社会課題の認識が必要であり、そのうえで課題解決に向けて、DNPは何ができるのかをすべての社員が能動的に考えなければなりません。世界的な視野で社会にどのような課題があるのかを正しく捉え、そのうえで、技術や人

材などDNPが持つ資産を活用し、どのような分野で貢献できるのかをフィルタリング。こうして価値創造の方向性を決め、「情報流通」「健康・医療」「環境・エネルギー」「快適な暮らし」の4つの成長領域を設定しました。これらの領域でDNPの強みを活かし、社会の期待に応えていきます。

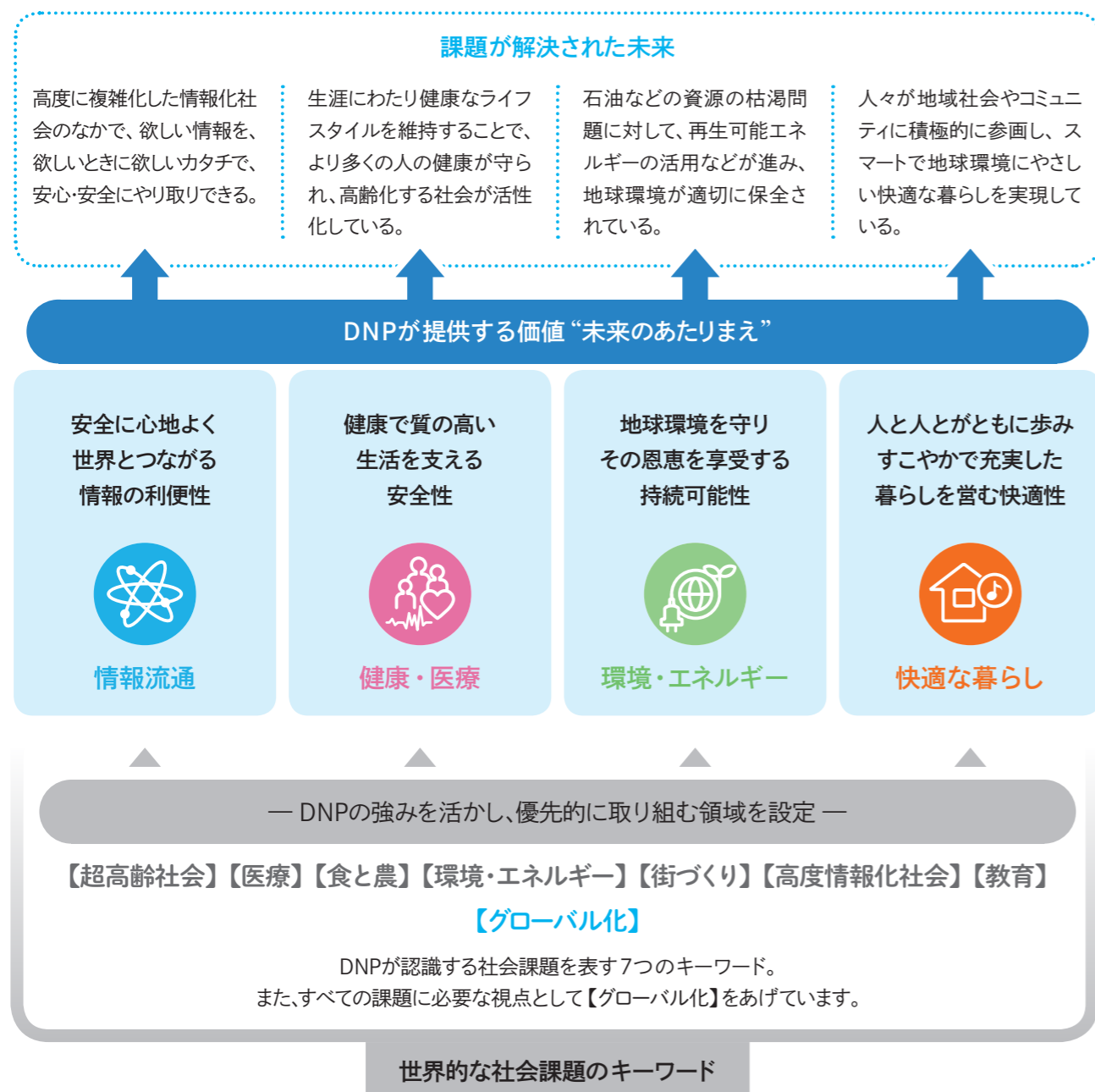
DNPは新しい価値としてどのような“未来のあたりまえ”を作り出せるのでしょうか—

下の図は価値創造の4つの成長領域において、それぞれどのような社会的課題を捉え、DNPの代表的な強みを活かして、どのようなマーケットに貢献できるかを示しています。

各領域は互いに影響し合い、さらに大きな領域を形成します。

DNPはさまざまな強みを深耕しながら組み合わせ、未来の持続可能な社会で“あたりまえ”となる新たな価値を創出していきます。

「未来のあたりまえを作る。」 価値創造の方向性



“未来のあたりまえ”の芽

いつか“そこにあることがあたりまえ”となっていく製品やサービス、そんなDNPの“未来のあたりまえ”の芽をご紹介します。

情報流通

高度情報化社会の不安を取り除き、

快適な暮らし

より豊かで快適な生活を支える

近年、人々が扱う情報ツールのマルチデバイス化が情報コミュニケーションの環境を一変させました。私たちはいつでもどこでも欲しい情報にアクセスし、会話したり、ショッピングしたり、記録したり、さまざまな用途で情報の受発信を行っています。しかし、そこには情報の流出や改ざんなどのリスクが存在し、大きな損害を被る可能性があるということも忘れてはいけません。

安心・安全を支える「DNPの強み」

現代社会で生活者は日々多くの情報に接しており、自らも情報を発信しています。住所・氏名や商品の購入履歴などの個人情報をしっかりと守りながら、生活を豊かにする情報サービスを積極的に活用したいという、「守り」と「攻め」が重要になっています。

DNPは、30年以上前にICカードの開発に着手し、認証システムや各種ソフトウェアの開発を進め、高度な情報セキュリティ基盤を構築してきました。それによって企業や生活者の情報を守るとともに、マーケティングにもとづく企画開発などにより、いまでは「あたりまえ」となっているサービスを提供してきました。これからもこの強みを活かし、“未来のあたりまえ”となる製品やサービスを開発していきます。

普及が期待される「NFC」

NFC (Near Field Communication) は、スマートフォンなどの情報機器への搭載が進み、全世界での普及が見込まれている近距離無線通信の国際標準規格です。

NFC対応のポスターやデジタルサイネージに、NFC機能を搭載したスマートフォンをかざすだけで、店舗のお買い得情報やクーポンなどが入手できます。また、NFCのリーダー/ライターは、冷蔵庫やテレビ、健康機器などにも搭載できるため、ビジネス利用だけでなく、暮らしを豊かにするサービスへの展開も期待されています。

現在は決済サービスが主体ですが、他企業や団体などと連携し、暮らしやビジネスに溶け込む多様なサービスを開発することで、さまざまな価値を提供していきます。



グローバルな視点で、長年のノウハウを“未来のあたりまえ”につないでいく

今後NFCは、決済やポイント付与だけでなく、住空間、車内の空間など、さまざまなシーンで活用される予定です。重要なのはこれらの機能が世界中で利用できること。今後は、日本でも世界でも通用する製品を開発・提供していきます。高度情報化社会がより進む未来においては、「守り」と「攻め」の両方を担えるDNPが、その役割をより深めていくことができると考えています。

私たちに与えられた課題を解決するために果たすべき役割をグローバルな視点で捉えながら“未来のあたりまえ”を作っていくとともに、ビッグデータの活用を通して、安心で便利な情報流通と生活者の快適な暮らしに貢献していきます。

情報ソリューション事業部 デジタルセキュリティ本部 本部長 佐藤 邦光さん



NFCの活用による情報サービスの拡がり



海外旅行先で、レストランのメニューがわからない！
そこで、メニューのNFCマーク部分にNFC対応スマートフォンをかざすと…日本語のメニューが画面に表示。
ほかにも、日本の乗車カードで、世界中の鉄道に乗れるようになる日が来るかもしれません。



季節ごとの衣替え、一旦片づけてしまうと何をどこにしまったか、わからなくなってしまうこともしばしばです。
衣装箱の中身を撮影し、文具店で購入したICタグにデータを書き込み、衣装箱の表面に貼付。中身を知りたいときはICタグにNFC対応スマートフォンをかざすだけで、中身の情報がわかります。



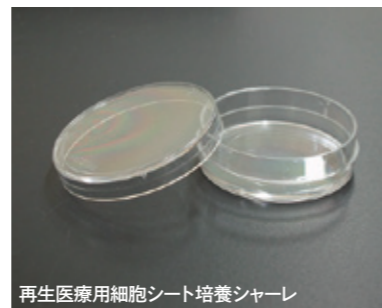
忘れてしまいがちな医師の説明。それを録音し、ICタグに書き込み、お薬手帳に貼ります。説明の内容を思い出したいとき、家族に聞かせたいときなど、NFC対応スマートフォンをICタグにかざすだけで、スマートフォンから医師の声があっという間に、診察室が再現されます。

健康・医療

印刷技術で再生医療に貢献、クオリティ・オブ・ライフの向上をめざす



事故や病気によって失われた身体の組織、器官の再生や機能の回復を目的とする「再生医療」。最先端の治療法として、角膜、心臓、関節軟骨などを対象として、世界各国で研究・実験が進められています。
DNPは、東京女子医科大学 先端生命医学研究所 細胞シートティッシュエンジニアリングセンター (CSTEC)の研究に参画し、コーティング技術、EB技術、プラスチック成型技術を応用して、細胞シート*の培養用基材の開発を進めています。人々が健康で質の高い生活を送れるように、印刷技術の可能性を拡げていきます。



再生医療用細胞シート培養シャーレ

研究開発センター ライフサイエンス研究所 第1研究室 室長 土屋 勝則さん

* 患者自身の細胞を培養してシート状に加工したもので、患部に貼ることで症状の改善・回復効果が認められている。

環境・エネルギー

地球環境の恵みを活かし、快適な空間を生み出す



限りある資源の大量消費や、環境破壊などをすることなく、自然から得られる再生可能なエネルギーを活用し、地球とともに快適に暮らすライフスタイルが望まれています。DNPは自然光や照明光を効果的に反射・拡散させる省エネ型の機能性金属パネル「高反射光拡散 エリオ」を開発しました。
ほかにも、さまざまな分野で培った技術を応用し、断熱材や光熱調整フィルム、高耐久建材など、自然と共生しながら、より快適な空間を生み出す製品を開発していきます。



新幹線はやぶさグリーン車の天井に採用

住空間マテリアル事業部 第3営業本部 本部長 寺澤 秀記さん

2012年度CSRマネジメント報告

評価の目安 ○ 目標を達成した
 △ 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

DNPでは、社会とDNPの双方の視点で重要性を分析し、具体的に推進すべきCSR活動の「重点テーマ」を設定しています。「重点テーマ」については、年度目標を設定し、日々の業務のなかで目標達成に向けた取り組みを行い、年度末にCSR委員会にて実績と次年度目標を確認するというPDCAサイクルをまわしています。また、2013年度からは3～5年程度先を見据えた「中長期視点の目標」も設定し、継続的に取り組んでいきます。

2012

重点テーマ	目標	主な実績	評価
社会の発展への貢献	社会に新しい価値を提供するために顧客との対話、コラボレーションを充実	社外向け「次世代コミュニケーション展」(年1回)、「P&Iセミナー」(年2回)、社内展示相談会「Bizサポ」(年2回)等	○
	環境エネルギー分野やライフサイエンス分野等の社会ニーズに対して、DNP独自の視点で印刷技術(PT)と情報技術(IT)を活用して課題を解決	環境エネルギー、ライフサイエンス分野で社会課題の解決に寄与する製品開発・研究開発を推進 ● 太陽電池パネルへの水分侵入を抑制する封止材「CVFシリーズ」を開発。太陽電池の発電効率改善に寄与 ● 自然光や照明光を効果的に反射・拡散させる機能性金属パネル「高反射光拡散 エリオ」を開発。省エネの実現に寄与 ● 病的近視の原因究明・早期発見法、病的近視の治療につながる3D MRI画像解析を用いた診断システムを東京医科歯科大学と開発 ● iPS細胞の再生医療への応用に必要不可欠な、細胞の育成状況の評価・検査方法確立に向け、DNPの画像処理技術の活用を大阪大学と研究	○
事業継続のための体制構築	防災マネジメントシステムの定着 ● 各サイトでBCP施策の構築と教育・訓練を継続実施	全社で防災自主点検を実施。これによって行政機関の被害想定や防災対策をもとに防災業務計画やBCPを見直すサイクルが定着	○
	グループ全体の防災力を強化 ● 東日本大震災をふまえた行政機関の被害想定や対策の見直しなど、最新の防災対策をマネジメントに反映	● 東日本大震災をふまえて、災害対策基本規程、防災基本計画、大規模地震対策要領を改定 ● 中枢機能のある市谷地区の震災対策強化とともに、広域拠点で連携支援できる体制の構築に着手 具体的事例① (P.16)	○
法令と社会倫理の遵守	企業倫理の定着・浸透のための各種研修、リスクマネジメントにかかわる諸施策を常に内外の変化に照らした見直しを図りながら、確実に継続実施 ● 海外グループ会社における企業倫理研修等への支援強化 ● 2011年度、「コンプライアンス評価制度」において見直しを図った「環境分野」の定着化	● 海外グループ会社の企業倫理の取り組み強化に向け、研修等に関する支援を実施 ● 「コンプライアンス評価制度」に、環境に関する評価項目を追加。全社の環境リスクマネジメントを強化	○
情報セキュリティの確保	個人情報保護管理体制および情報セキュリティ管理体制の維持とPDCAサイクルを展開するための「対話」の実施(前年比110%以上)	● 管理体制の深厚を図るため、金券・準金券の取り扱いルールや点検体制を強化 ● 検査・指導を延べ210回(前年比113%、目標比103%)	○
	グローバル化への取り組みを強化するため、新たに5カ国語の教育コンテンツを用意。情報セキュリティ意識の向上をめざし、国内外で教育を実施・強化	5カ国語の教育コンテンツを作成し、全海外拠点で現地社員への教育を実施	○

具体的事例① 首都直下地震を想定した大規模防災訓練を実施

東日本大震災の経験からBCP(事業継続計画)の重要性を再認識し、「災害発生時の人的安全対策を最優先する」「会社の災害に対する対応力と復元力を高める」ことを基本に、防災力の強化を図っています。

2013年3月には、DNPの中枢機能のある東京・市谷地区で首都直下地震を想定した防災訓練を行いました。身の安全確保、避難経路や帰宅困難者となった場合の一時待機場所確認など、地震発生時の行動について、社員が体験的に理解することを目的としたものです。市谷地区では複数の建物に約6,000名が働き、建物の想定被害の大きさによって初動の行動基準も異なるため、それぞれ、別の建物に避難する、避難者を受け入れる組織に加わる、など自分のとるべき行動を確認しました。さらに、部署ごとの迅速な安否確認、被害状況の集約、災害対策本部の設置など初期対応の検証も行いました。



防災訓練の様子

2013～

中長期視点の目標	2013年度の目標
【成長戦略の実現】 社会課題の把握と戦略の展開システムを構築・実施	● 成長戦略を確実に展開するため、アクションプログラムを通じてPDCAを実践 ● 社会課題を的確に把握するため、顧客や提携企業との対話・コラボレーションを充実 ● 社会の発展に貢献する人材を育成するため、研修を実施
【成長戦略の実現】 成長戦略の4領域(情報流通、健康・医療、環境・エネルギー、快適な暮らし)を中心に、社会課題を解決する新しい製品・サービスを生み出し、社会の発展に貢献	成長戦略の実現に向けた製品・事業の開発を推進 ● 健康・医療(医療) 画像処理技術、微細加工技術を活用した医療関連製品を医療機関と開発 ● 健康・医療(食と農)/情報流通 トレーサビリティ、情報加工技術を利用した、食の安全・効率的な農業生産に寄与する製品を開発 ● 環境・エネルギー 省エネ、畜エネ、創エネに関する製品と、エネルギーの効率的活用に関するサービスを開発 ● 快適な暮らし/情報流通 「新しい街づくりとスマートな暮らし」に寄与する、さまざまなソリューションを提供
【成長戦略の実現】 海外展開を促進する組織の構築	DNPグループ全体視点でグローバル市場の開拓、効率的な生産・販売管理、リスク管理を行うため、グローバル事業統括体制を構築
「災害に強いDNPグループ」づくり ● 防災業務計画、BCPIにもとづく組織、事業場ごとの防災力強化 ● 中枢機能確保のための市谷地区震災対策強化 ● 災害時広域連携支援体制の構築 ● 情報システムの減災対策強化	● 防災自主点検、並びに地域行政機関の被害想定、防災対策をふまえた防災施策の見直し、防災業務計画、BCPIにもとづく予防対策、教育・訓練の推進 ● 首都直下地震に備えた安全確保対策と市谷地区再開発計画における最新防災設計の導入 ● 岡山、大阪、名古屋、市谷、仙台を連携拠点とする広域支援体制の整備 ● 新たに設置されるデータセンターの有効活用
内部統制およびリスクマネジメントの実効性の向上並びに企業倫理の定着・浸透	● 自律的企業倫理研修や各種階層別研修等の継続実施 ● 海外グループ会社への企業倫理の定着・浸透を推進 ● リスクマネジメントの核となる「コンプライアンス評価制度」「自主点検」の内容や評価項目の見直しを実施
情報セキュリティの向上と効率的で生産性の高い働き方の両立をめざし、オフィス環境の革新とレスペーパー※を推進	● 社外から社内システムへの接続パソコンについて、シンクライアント端末化を推進 ● SSFC(Shared Security Formats Cooperation)※を利用した印刷管理システムを大規模拠点(2拠点)に導入 ● 本社部門の紙情報の電子化を推進し、全社展開を図るための課題を抽出
※ 情報の伝達・保管の電子化を進める環境整備を行うことで、紙の利用を削減すること。	※ ICカードを使って、さまざまなセキュリティ関連機器が連携する仕組み。

評価の目安 ○ 目標を達成した
 △ 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

2012

重点テーマ	目標	主な実績	評価
サプライチェーンを通じた社会的責任の推進	DNPのCSR活動への理解を深め、サプライヤーの取り組みの活発化を推進	<ul style="list-style-type: none"> 過去の調査結果と比較し、サプライヤー全体(特に中小企業)の取り組みレベルの向上を確認 持続可能な森林資源の維持に貢献するため「印刷・加工用紙調達ガイドライン」を制定。あわせて、関連サプライヤーを対象に説明会を実施。また、委託先対象サプライヤーを拡大し説明会を実施 具体的事例② (P.18) 実地調査を主要サプライヤーの化学系D社で実施 上記以外に新規委託先に「CSR調達規程」を書面交付。同規程を尊重し遵守に努める旨を記載した「取引基本契約書」を締結 	○
	サプライヤーとの双方向コミュニケーションシステムを整備・拡充	同コミュニケーションシステムを取引件数ベースで50%まで拡充。これによって問題発生時に迅速に情報交換できる体制を構築	○
情報の適正な開示	イントラネットの情報を編集して社外に発信するなど、有用な情報がステークホルダー間で偏りがないように、ステークホルダーが欲する情報を多様に発信	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーのニーズにあわせた最適なコミュニケーション方法を検討 ステークホルダーとのコミュニケーションの活性化を目的に、ニュースリリース、マスコミ取材、IRミーティング、投資家向けセミナー・見学会を実施 	○
	SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)やデジタルサイネージなどのツールを活用し、ステークホルダーがDNPの情報に触れる機会を拡大	<ul style="list-style-type: none"> ソーシャルメディアを誠実に運営するための遵守事項を定めた「ソーシャルメディアポリシー」を策定し、SNS環境を整備 デジタルサイネージを主要拠点に設置し、最新情報を提供 	○
	DNPのことをわかりやすく理解してもらうため、コーポレートブランド戦略を推進	企業イメージづくりキャンペーンとして親しみのある新キャラクター「DNPenguin(ディーエヌペンギン)」を活用した情報を発信。また、DNPの多彩な製品やサービスを生活者に紹介する体験型ショールーム「コミュニケーションプラザ ドットDNP」を開設	○
ユニバーサル社会の実現	<p>全社での事業展開を通じて、ユニバーサルデザイン(UD)の取り組みを推進する基盤を強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 社員を対象としたセミナー・研修プログラムの実施により、社員のUDに対する知見の向上を実現 新しいUDのサービスや商材の開発 	<ul style="list-style-type: none"> UDの取り組みを推進する人材を育成するため、ネットワークラーニングや外部有識者による技術セミナー等の研修を実施 NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構と協働し、「組織認証型CUD認証システム」の開発に着手 	△
製品・サービスの安全性と品質の確保	<p>製品の安全性にかかわる事故を未然に防止するため、品質指標モニタリングを継続実施し、その結果にもとづいた現場実査(製品安全実践会)の開催を継続。さらに現場での社員教育徹底</p> <ul style="list-style-type: none"> 「製品安全実践会」の対象部門を海外委託生産の取り扱い部門に拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 「製品安全実践会」を包装部門で4回、海外委託生産の取り扱い部門で3回実施。包装部門では、より安全性の高い製品を提供するため、「新設計フロー」と「品質安定・向上活動計画」を策定、運用を開始 製品の品質向上に向け、新たに国内と東南アジアで「生産革新実践会」を約50回実施 	○

具体的事例② サプライチェーン全体の意識共有のための説明会を実施

サプライチェーンにかかわるすべての人がCSRの重要性を理解し、DNPと考え方を共有することにより、CSR調達をより実効的に進めることができます。そのため、CSR活動の重要テーマごとにサプライヤーや社員に対する説明会を実施しています。

2012年8月に持続可能な森林資源の維持を目的に制定した「DNPグループ印刷・加工用紙調達ガイドライン」については、11月にサプライヤー向けの説明会を実施。DNPの考え方や運用について説明し、その後も個別にミーティングを行うなど、ガイドラインの浸透を図っています。また、人権侵害などの問題がクローズアップされている「紛争鉱物」について、理解度を高め適正な管理を進めるため、関係部署の社員向けに説明会を行いました。今後、社員の理解を深める取り組みを強化するとともに、対象をサプライヤーまで広げていくことを検討しています。



「印刷・加工用紙調達ガイドライン」説明会の様子

2013～

中長期視点の目標	2013年度の目標
<p>サプライチェーン全体で社会適合性を高め、社会から信頼される会社であり続けるため、DNPと取引先がCSRの重要性を理解し、「CSR調達規程」に則った誠実な行動を実践</p>	<p>サプライヤーのCSR活動の強化に向け、以下の施策を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> マネジメントの基盤強化を目的に、アンケートの評価データと業務の各種データを一元管理化 定期調査を通じた取り組みレベル確認と、それを受けてレベルの向上を目的に調査結果のフィードバックを実施 「印刷・加工用紙調達ガイドライン」の実効性を高めるため、定期調査の結果をもとに運用方法(計測、評価)を検討 委託先対象サプライヤーを拡大。導入済みの委託先は、活動の定着を目的に個別テーマによる継続的な働きかけを実施
<p>社内外の多様なステークホルダーから求められる情報を適時・適切に提供することで、企業の透明性を高め、社会から信頼される会社としての基盤を確立</p>	<p>DNPの成長戦略の方向性や現状把握に必要な情報をわかりやすく提供</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業情報のデータベース化を進め、WEBサイトや各種メディアを通じて、ステークホルダーのニーズにあわせた情報を提供 SNSを視野に入れ、広聴機能を強化。ステークホルダーからの期待をより多く把握し、経営施策等に反映 DNPの経営理念をはじめとした各種企業情報を生活者に伝えるため、ショールーム等のリアルなコミュニケーションスペースの設置とWEBベースの情報発信を強化 社内への情報提供の一層の充実を図り、社内の連携強化に寄与
<p>従来の製品視点から開発プロセス視点のUDへ転換し、デザイン思考のモノづくりを全社に浸透</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「組織認証型CUD認証システム」をはじめ、新たなUD製品・サービスを提供 デザインを心理学・工学の視点から客観的に評価・測定する技術を活用し、UD製品やサービスの開発基盤を強化 これまで培ってきたUDのノウハウ等をグループ全体で共有するなど取り組み体制を強化
<p>世界最高水準品質で安全な製品づくりのレベルの維持・向上を目標に、海外を含めたグループ全部門・全員が参加する横断活動を推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「製品安全実践会」を包装部門、海外委託生産の取り扱い部門で継続実施。包装部門は、「新設計フロー」と「品質安定・向上活動計画」を定着化 「生産革新実践会」の対象範囲を国内と東南アジアから北米等に拡大。グローバル規模でレベル向上 本社や各部門が行うさまざまな研修を通じ、人材を育成

評価の目安 ○ 目標を達成した
 △ 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

2012

重点テーマ	目標	主な実績	評価
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 ● 全部門を対象としたリーダークラスの女性社員を増やすための取り組みを推進 ● 障がい者の職域を拡大することによる、障がい者雇用率の向上	● 「メンター育成プログラム」を展開(2012年9月～2013年3月)し、女性社員23名がプログラムを終了。 2013年6月より「メンター制度」を導入し、メンターが活動を開始 具体的事例③ (P.20) ● 障がい者雇用率: 1.9%	△
	「21世紀ビジョン」の実現に向けた教育の実施	新入社員、1年目・3年目フォローアップ、ステップアップ、新任幹部研修等、段階的に理念の実践、変革に取り組む人材の育成のための研修を実施	○
安全で活力ある職場の実現	社員一人ひとりの働きがい向上や成長を支援するための取り組みの推進	「時間資源有効活用プロジェクト」を開催し、各部門での取り組みをフォロー。 平均所定外労働時間2008年ベンチマーク比35%以下達成	○
	社員の労働環境におけるリスク低減活動、並びに健康増進に向けた労働安全施策の強化	● グループとしての安全衛生活動の可視化と浸透に重点を置き、「安全衛生通信」の発行、安全点検実習の開催等を推進 災害総件数: 前年比91.5%と減少、休業災害度数率: 0.39 (前年同) ● DNP健康情報管理室の設置等を実施。 定期健康診断受診率: 99.9%	○
企業市民としての社会貢献	社会貢献活動の見える化を行い、グループ全体の活動を強化。 2012年度末の実態調査で、社会貢献活動の実施率8割(全事業部・グループ会社のうち)を達成	イントラネットにて社会貢献情報の発信を強化、また啓発イベントの企画、実施等によってグループ内の社会貢献活動の実施率8割を達成	△
	DNPらしい社会貢献活動プログラムとして「出張理科授業(色の不思議)」を多面展開	新宿区、品川区、京都市の3拠点で近隣小学校に出張授業を実施。加えて、先端技術館@TEPIA「夏休み!実験教室」、科学技術館「第71回全日本学生児童発明くふう展」等での教育イベントで実施	○

具体的事例③ 女性社員の活躍を支援する「メンター育成プログラム」の実施

女性社員がキャリアを形成するうえで課題となる「ロールモデルがない」「キャリアの先が見えない」といった悩みを解決していくために、「メンター育成プログラム」を実施しています。悩みを抱える若手社員に対して、必要な情報提供やアドバイスをを行い、解決へ導くためのサポートをするのが「何でも相談できる身近なサポートパートナー＝メンター」です。プログラムは、そのメンターとなる先輩女性社員を育てるためのものです。

2012年度は、各事業部からメンターに推薦された女性社員とメンターのアドバイザーとなる幹部社員の総勢35名が参加。6カ月にわたるプログラムのなかで、キャリア支援のあり方を模索し、女性社員が力を発揮できる職場づくりのための施策を立案。職場の相談役となるためのスキルを身につけ、プログラムを修了した23名の女性社員が、メンターとしての活動を開始しました。



「メンター育成プログラム」キックオフ合宿(箱根にて)

2013～

中長期視点の目標	2013年度の目標
グローバル化社会に貢献できる人材育成の強化	● 多様性を尊重するマネジメント研修の実施 ● 海外拠点の人材育成の強化 ● 海外留学(研修制度)の導入
多様な人材の雇用促進 ● リーダークラスの女性社員の比率向上 ● 高齢者再雇用・障がい者雇用の促進	● リーダークラスの女性社員を増やすための取り組みを継続実施 ● 再雇用を希望する60歳以上の社員の再雇用制度の改定 ● ノーマライゼーション研修等の実施により障がい者雇用率2.0%以上を達成
途上国の生産者の生活をサポートするフェアトレードの推進	● フェアトレード認証製品の社内消費ができる拠点を全国に水平展開 ● NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパンや関係企業等と連携し、DNPができる新たな活動を検討
経営理念を実現するため、それを担う人材の育成	● 会社と社員の目標のベクトルを合わせるため目標管理の徹底 ● 管理職のマネジメント強化 ● 環境に応じたOJT推進
社会環境の変化に柔軟かつ迅速に対応するための「働き方の変革」の実践と組織の業績や活力の源になる「一人ひとりの働きがい」を高めるための施策の展開(平均所定外労働時間: 2008年ベンチマーク比35%以下を維持)	● 時間資源有効活用施策の展開、プロジェクト推進による働き方の変革促進、より柔軟な働き方が可能となる環境やツールの整備
社員の「働きがい」を支える基盤となる「福利厚生施策展開方針」(2012～2014年)に沿ったテーマの推進	● 住生活における支援施策の具現化、仕事と介護の両立支援施策として「仕事と介護の両立セミナー」の定期化、意識啓発のための情報誌の発行(年1回)、社員および社員家族、OB、OG向け情報提供の充実
休業災害度数率の0.30以下(2011年比77%)の達成、定期健康診断受診率100%達成、有所見者率の減少を目標に、健康増進プランを推進	● 災害防止活動、リスク低減活動として安全コンサルティング、共通安全対策基準等リスク低減対策の強化、危険体感教育等安全教育の充実、高齢化に向けた高齢者災害防止対策の推進 ● その他化学物質管理の強化施策を推進 ● 健康診断等の健康情報にもとづく個人別の健康増進プログラム推進による有所見者フォローを強化
社会貢献の意義についての認識がグループ全体に浸透	● 全社の社会貢献活動を推進するため、全社の社会貢献活動をイントラネットにて掲載できるような報告の仕組みを構築 ● 社員の社会的感性向上のため、イントラネット・社内報・イベント・セミナー等での情報発信を強化、社会的接点の機会を広げるプログラム(DNP出張授業)の提供、労働組合等との連携施策を検討
社会貢献活動の重点テーマ5項目のうち、特にDNPらしさが活かされる「次世代育成」テーマの活動を充実	● DNP出張授業「色の不思議」を2015年までに全国主要拠点で実施

環境活動



生物多様性への取り組み

DNPでは、2010年に「生物多様性宣言」を制定し、生物多様性の保全に取り組んでいます。事業活動において、生態系への依存または影響が大きい「原材料の調達」「事業所内の緑地づくり」の2つを重点テーマとして、具体的な取り組みを進めています。

WEBサイトで環境活動についての詳細な内容を報告しています。
■ DNPグループ 環境報告書2013(PDF) ■
<http://www.dnp.co.jp/csr/>

印刷・加工用紙調達ガイドライン

持続可能な森林資源の有効活用に関する新しい取引基準を制定

「紙」は、DNPグループの事業を継続するうえで欠かせない原材料であり、これまでも持続可能な森林管理に貢献するという視点で、間伐材の利用やFSC認証紙の顧客企業への提案などを積極的に行ってきました。2012年度は、8月に用紙調達先企業との取引に関する基準を示した「印刷・加工用紙調達ガイドライン」を制定し、11月には、調達先企業向けの説明会を実施しました。国内外でこのガイドラインに沿った調達を進めています。これまでのCSR調達規程、グリーン購入方針とあわせ、調達先企業とともに責任ある用紙調達を実行することで、生物多様性保全に貢献していきます。



DNPグループ
印刷・加工用紙の年間購入量

約 **150** 万トン

森林資源に配慮した用紙の
購入比率

80%へ



約 **70%** から

「DNPグループ 印刷・加工用紙調達ガイドライン」(抜粋)

- 3. サプライヤー選定の基準** DNPグループは下記事項を満たすサプライヤーから優先的に調達する。
- 木材原料の調達方針を定めていること
 - 木材原料の合法性を確認する管理体制を構築し、運用していること
 - 原料パルプの供給源に関する情報(下記の「用紙選定の基準」への対応状況を確認できる情報)を提供できること
- 4. 用紙選定の基準** 用紙の調達に際しては、下記の事項に基づき選定を行う。
- 1) 森林認証紙を優先的に使用する。
 - 2) 森林資源の持続可能性に配慮した原料をより多く使用する。
 - 持続可能な森林管理により得られる木材を原料とする用紙
 - 古紙パルプを多く使用している用紙
 - 製材廃材、低質材、間伐材を活用した用紙
 - 非木材紙
 - 3) 合法性が証明されていない木材を原料として用いていない。



FSC®とは Forest Stewardship Council® (森林管理協議会)

木材を生産する世界の森林と、その森林から切り出された木材の流通や加工のプロセスを認証する認証制度です。その認証は、森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなう、経済的にも責任ある形で生産された木材に与えられます。本報告書の紙もFSC認証紙です。

いちがや 「市谷の森」計画 武蔵野の雑木林の再生をめざす

DNPでは、本社所在地である市谷地区(東京都)において、かつてこの地域に広がっていた武蔵野の雑木林を再生する「市谷の森」計画を推進しており、2017年の完成をめざしています。市谷地区の周辺には、鳥やチョウなど多くの生き物がすみ緑豊かな皇居や外濠があります。DNPは、「市谷の森」がこうした周辺地域とつながり、生き物が行き来することでより豊かな生態系を育む環境にしていきたいと考えています。

2012年度は、現状を把握するため、季節ご

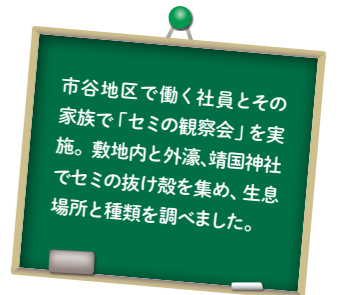
とに敷地内および周辺1km圏内の主要な緑地で生き物調査を実施し、敷地内で植物57科132種、鳥類14科17種、昆虫類97種の生息を確認しました。

「市谷の森」が周辺や地域の生態系にどのように寄与するかを正確に把握するため、今回の調査結果を計画に反映させるとともに、今後もこうした調査を定期的に進めていきます。



「市谷の森」敷地内の生き物
(2012年度の調査結果)

植物 **132** 種
鳥類 **17** 種
昆虫類 **97** 種



周囲の生き物がつながる社員参加の緑地づくり 岡山工場・DNP中部で植生・生き物調査

一般社団法人企業と生物多様性イニシアティブが開発した「いきもの共生事業所®推進ガイドライン」を活用して、生物多様性に配慮した事業所内の緑地づくりを進めています。2012年8月下旬から9月にかけて、岡山工場とDNP中部(名古屋)で社員が参加し、事業所と周辺の植生・生き物調査を行いました。

この調査結果と専門家のアドバイスをふまえて、岡山工場では周囲に少ない草地タイプ

の緑地整備を、DNP中部ではチョウ類の生息環境を守る植栽計画を進めています。また、「いきものマップ」や図鑑を作成しました。今後は、定期的な生き物調査を通じて、地域生態系の変化を確認していきます。

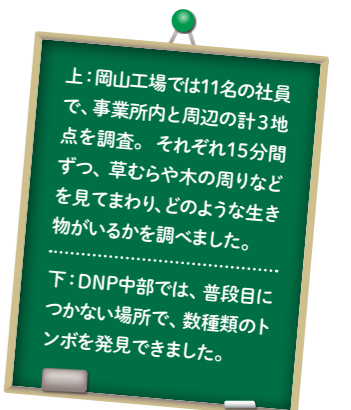
ほかの事業所についても順次調査を実施し、各事業所の緑地改善や植栽選定、管理方法の見直しなど、生物多様性に配慮した事業所内の緑地づくりに活かしていきます。



「事業所内の緑地づくり」取り組みの流れ

2012年1月まで 重点調査対象事業所の絞り込み	2012年4月まで 生物多様性ポテンシャル評価 20 拠点	2012年4月より 社員による実地調査開始 生態系ネットワーク解析 10 拠点
-----------------------------	--	---

国内製造事業所 **65** 拠点 / 海外 **1** 拠点

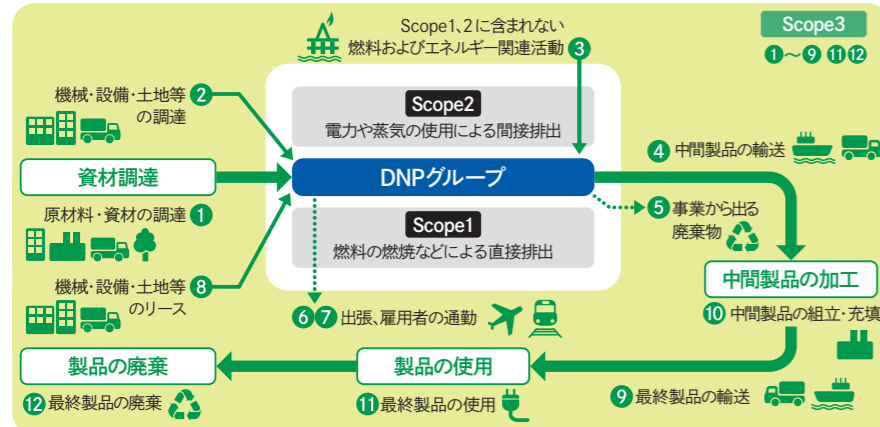


地球温暖化防止への取り組み

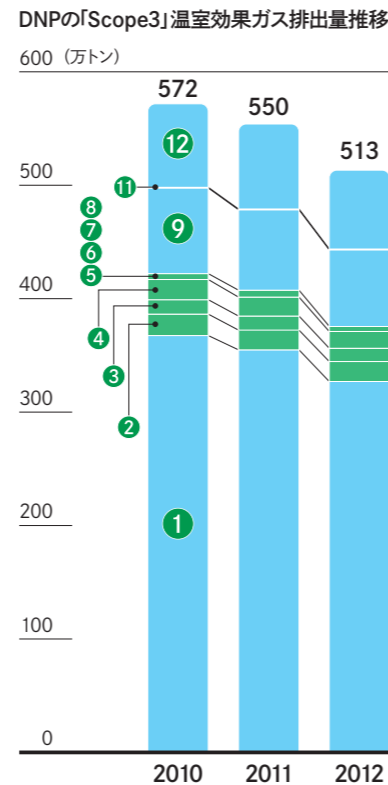
地球温暖化の一因とされる温室効果ガス排出量の削減は、グローバル規模で取り組むべき課題です。DNPグループは、企画開発、設計、購買、製造、物流などあらゆる場面で温室効果ガスの排出削減に取り組んでいます。

Scope3算定で より効率的な温室効果ガスの排出削減をめざす

「Scope3」サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量管理イメージ



※ 環境省・経済産業省が定めた「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドラインVer1.0」に準拠し、2010～2012年度の企業活動に伴うサプライチェーン全体で、Scope3の15カテゴリのうちDNPが関連する11カテゴリにて算定を実施しました。
 ※ 算定範囲は、国内拠点としました。(北海道コカ・コーラボラタクンおよび書店グループは含みません)
 ※ 算定に使用した原単位データベースは、環境省「グリーン・バリューチェーンプラットフォーム」に公開されています。(http://www.gvc.go.jp/business/estimate.html)



①⑨⑫ 3カテゴリの合計

全体の約 **90%**

①原材料・資材の調達にかかわる排出が全体の60%強と最も多く、次いで⑫最終製品の廃棄と⑨最終製品の輸送の際の排出がそれぞれ約13%で、3カテゴリの合計で全体の約90%に至っています。

自社の事業活動による温室効果ガスの排出量 (Scope1、Scope2)に加え、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量 (Scope3)を把握し、削減の可能性を見つけていくことが重要となっています。

DNPは、グループ全体のScope3算定を2012年より開始し、2010年度から2012年度までを算定しました。最終製品や中間製品など多様な製品を製造するDNPが、事業

活動全般でサプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量を算定し、削減に取り組むことは、社会的にも意義があると考えます。

今後は、得られたデータを環境配慮設計にも活用し、より環境負荷の低い製品提供に努めるとともに、資材調達から廃棄に至るまでのライフサイクル全体で温室効果ガスの削減に取り組めます。

ステークホルダーの声



森林は、紙や木材などの生物資源の供給源となる以外にもさまざまな生態系サービスを私たちに提供してくれるため、持続可能な利用をするための取り組みが世界中で進んでいます。しかし、FSCなどの認証紙の利用において、残念ながら日本は先進国のなかで最も遅れていると言われています。そのようななかで、DNPが「印刷・加工用紙調達ガイドライン」を制定したことは、調達先にはもちろん、多くのお客さまにも良い影響を与える有意義な取り組みと言えます。内容には今後も深化が必要な点もありますが、まずは上流下流の企業を幅広く取り

込み、この動きをリードしていくことを期待します。もう一つの国際的な流れである温室効果ガスのScope3算定についても着実に対応を進められていることは評価できます。この考え方は今後、水や森林の利用にも及ぶと予想されます。DNPでは既に事業所や本社の周辺において、多様な生物と共存すべく調査や整備を行っていますので、こうした活動をサプライチェーンの上流にも順次広げるなどすることで、サプライチェーン全体における配慮を展開することができるでしょう。今後こうした活動がさらに加速して進展することを期待しています。

株式会社レスポンスアビリティ 代表取締役 理学博士 足立 直樹さん

2012年度の実績

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	目標	進捗	評価
地球温暖化防止	温室効果ガス排出量を2020年度までに2005年度比10%削減*	2005 1,058千トン 2012 999千トン ↓5.6%減	○
輸送環境負荷低減	輸送用燃料使用量原単位(輸送用燃料使用量/売上高)を毎年1%削減し、2020年度までに2010年度比10%削減	2010 1.61kℓ/億円 2012 1.59kℓ/億円 ↓1.2%減	△
VOC	すべての揮発性有機化合物(メタンを除く)の大気排出量を2015年度までに2010年度比20%削減	2010 6,729トン 2012 5,173トン ↓23.1%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2015年度までに2010年度比15%削減	2010 0.468トン/千万円 2012 0.407トン/千万円 ↓13.0%減	◎
環境配慮製品・サービスの開発・販売	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	2011 最終処分場利用率 0.76% 2012 最終処分場利用率 0.54% ↓0.22ポイント減	◎
グリーン購入	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	2011 3,360億円 2012 3,557億円 ↑5.9%増	◎
	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	2011 45.8% 2012 45.0% ↓0.8ポイント減	△
	一般資材(事務用品・備品)購入額に占めるエコマーク等環境ラベル認定品の購入比率を2015年度までに85%までアップ	2011 61.2% 2012 65.8% ↑4.6ポイント増	○
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	達成率 93%	○
	排水規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持	達成率 97%	○
	敷地境界における最大臭気を規制基準の70%以下に維持	達成率 97%	○
	敷地境界における最大騒音レベルを規制基準の70%以下に維持	達成率 89%	○
	敷地境界における最大振動レベルを規制基準の70%以下に維持	達成率 100%	○
オフィス環境	古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上とする	古紙分別回収率 75.6%	◎

● 事業移管したDNPカラーテクノ界の実績値は含んでいません。
 ※ 温室効果ガスの排出量について、電気の使用に伴う排出量は、電気事業連合会の2005年度係数を用いて過去年度分を含めて再計算しました。

私たちのめざすべき姿に向かって

DNPは、地球環境との共生を絶えず考え、持続可能なビジネスを行うため、原材料調達から使用・廃棄に至るまでの環境負荷削減を進めてきました。2012年度は、環境配慮製品・サービスの開発・提供をより強化していくため、「環境配慮製品・サービスの開発指針」を改定し、環境配慮設計の観点から、環境負荷の見える化や生物多様性への配慮、および環境教育・啓蒙、仕組みづくりの支援・推進を追加しました。また、サプライチャー

ンを通じた環境負荷削減を進めるため、温室効果ガス排出量 (Scope3) を算定したほか、「印刷・加工用紙調達ガイドライン」を制定しました。さらに、海外サイトを対象とした環境目標を制定し、2013年度よりグローバルで温室効果ガス排出量、廃棄物、VOC排出量の削減に取り組んでいきます。DNPは、環境負荷削減の活動を着実に進め、常に社会から高い信頼をいただける企業でありたいと考えています。

グローバル展開



DNPインドネシアの取り組み

日本の優れたパッケージ文化を世界に

創業当初のDNPは出版印刷だけを手がけていましたが、その後、印刷技術を発展・応用し、現在ではさまざまな分野で事業を行っています。その「拡印刷」の第一歩となったのは、「包装事業」への進出でした。包装事業への取り組みが本格化したのは、第二次世界大戦後。それから今日に至るまで「包み込まれた中身を守る」パッケージ技術を研鑽、日本だけでなく世界中に高品質な製品を提供してきました。そして、それは社会の人々に、安全と豊かさをお届けする歴史でもありました。日本のパッケージ文化を世界へ普及させ、地域の人々の生活をより豊かにしたい…その一例が、DNPインドネシアでの取り組みです。



DNPインドネシア カラワン工場



軟包装材のスリッター工程



サプライヤーとの意見交換会の様子

長年の成長を支える高い志

生活スタイルや社会の変化に対応した新しいパッケージが求められていた40年前のインドネシア。進出のきっかけは政府系出版印刷会社からの合併事業の要請でした。DNPはこの要請に応え、培ってきたパッケージ技術で世界に貢献するため、1972年、首都ジャカルタにDNPインドネシアを設立しました。

そしていま、高度なパッケージ技術・ノウハウを活かしたコスト競争力のある高品質な製品を世界各国に供給しています。特にバリア性など付加価値の高い軟包装分野では、インドネシアで過半数のシェアを獲得し、東南アジアを代表するパッケージメーカーとなっています。

DNPインドネシアの主要顧客は、欧州のグローバル企業です。現地パートナーとして、品質や性能・コストだけでなく、環境や現地ニ-

ズへの配慮なども含め、世界に通用するハイレベルな製品の提供を求められています。その高い期待に真摯に向き合い、切磋琢磨してきた結果として、多くのグローバル企業から優秀サプライヤーとして認められています。

設立から40年。単なる事業進出ではなく、「日本の優れたパッケージ文化を世界に普及させることで、社会に貢献する」という志を持ち、現地の人と社会を尊重しながら事業を進めてきたことが、長年の成長を支えた理由であると考えます。2013年度は、DNPインドネシアでの実績を活かし、ベトナムにも新工場を開設するなど、今後も地域の発展とともに、パッケージ文化の普及を図っていきます。



グローバル企業からの優秀サプライヤー認定証

DNPインドネシア設立
1972年

インドネシアにおけるバリア製品市場シェアNo.1

約**50%**

高品質でエシカルな製造体制

社会の変化に応じて、包装の主な機能である「中身の保護性」「取り扱いの利便性」「見た目の快適性」だけでなく、「環境配慮」「ユニバーサルデザイン」などの付加価値が求められるようになってきました。DNPインドネシアでは、すべての製造工程を完全内製化し、高品質で高付加価値な製品を提供することで、顧客企業との強固な信頼関係を築いています。また、早くから「品質」「食品」「環境」のISO認証を取得。それぞれのマネジメントシ-

ステムを確立し、品質・性能・コストを満たした製品を安定的に提供しています。

さらに、社会課題の解決に寄与する「サステナビリティパッケージ」の開発にも取り組んでいます。DNPの「環境配慮製品の開発ガイドライン」にもとづく製品の設計・製造を推進し、焼却しても有毒ガスが発生しないIBフィルム(透明蒸着フィルム)などの開発につなげています。これからもイノベティブでサステナブルな製品を提供していきます。



印刷の状況をチェックする様子

製造プロセスにおける社会への配慮も重要です。DNPインドネシアでは、2011年に「DNPグループCSR調達規準」を導入し、CSR調達にも力を入れています。主要なサプライヤーに対しては、活動の意義などを共有していくための説明会を行っています。なかでも「紙」については、大規模な開発による森林の減少・劣化など、森林保護に課題の多いインドネシアの国情に配慮し、森林認証された木材を原料とする紙の調達に努めています。

また、サプライチェーンを構成する事業者として、製造現場での倫理的な労働慣行に関する情報を共有するためのデータベースSedex(The Supplier Ethical Data Exchange)に参加し、より高いレベルのCSR経営をめざしています。

インドネシアの日常風景を支える DNPの包装技術

写真は、インドネシアでよく目にする屋台です。のれんのようにぶら下がっているのは、サシェットと呼ばれるシャンプーや洗剤などの小袋。生活環境や経済状況などから、インドネシアではサシェットが多用されており、DNPインドネシアでも開発から手がけた製品を提供しています。サシェットは、屋台などで売られて長期間屋外環境にさらされるため、酸素・水蒸気・光に対する高いバリア機能が必要となります。地域の人々があたりまえのように使う製品にも、DNPの高度な印刷技術が活かされ、その日常を支えています。



DNPインドネシアの取り組み

人を大切にした経営で信頼される企業に

DNPインドネシアは設立以来、社員を大切にすることを経営方針に掲げ、働きがいのある職場づくりに努めてきました。工場は日本のDNP基準で建設し、働く場の安全を確保、福利厚生施設も充実させています。また、ほとんどが現地採用である現在約2,400名の社員に対しても、研修制度を充実させて、能力開発などに取り組んできました。地域に対しても、そこに住まう人の生活向上をめざした取り組みをいくつも行ってきました。DNPインドネシアを取り巻く多くの人を大切にすることで、共感と信頼を構築していきます。



働く仲間意識の醸成



「ファミリーギャザリング2012」の会場を埋めつくす社員とご家族

DNPインドネシア
現地採用社員の比率

99.9%

「ファミリーギャザリング2012」
対象となる
社員(家族を含む)の参加率

99.2%

2012年9月、会社と組合、社員および社員のご家族との一体感を醸成することを目的に、社員とその家族向けのイベント「ファミリーギャザリング2012」を開催しました。

今回で3回目の開催ですが、2012年はDNPインドネシア設立40周年にあたり、会社から社員とその家族に対して日頃の協力への感謝の念を示す良い機会になりました。また、このような労使協働での大規模なイベントを開催する

ことにより良好な労使関係をさらに進め、社員の意欲の向上にもつながっています。

会場となったテーマパーク「Atrantis Water Adventure」は、東南アジア最大のリゾート施設で、インドネシアの一般市民にとっても憧れの場所。当日は、参加資格のある社員とその家族7,733名のうち7,668名(99.2%)が参加し、大盛況のうちにイベントを終えました。

コミュニティへの参画

DNPインドネシアでは地域との共存共栄を掲げ、近隣の生活環境の向上や健全な自立に少しでも役立ちたいとの思いから、さまざまな活動を継続しています。

洪水対策のための植樹

DNPインドネシア近隣の住宅地を流れるチタルム川では、2010年に大規模な氾濫が起こり、その後も大雨のたびに増水を繰り返していました。

そのためDNPインドネシアでは、2012年12月、土壌流出を防ぐ洪水対策と景観の整備を目的に植樹を行いました。河川沿い約500mにわたり、竹500本、豆科の広葉樹センゴン167本、マンゴー5本を植えました。



マンゴーを植樹するDNPインドネシアの役員

生活用水を確保する井戸の提供

インドネシアでは水道施設の整備が遅れており、飲料水や生活用水が不足しています。

DNPインドネシアではカラワン工場近隣のワダス村に4カ所の井戸を提供するとともに、村の主婦を対象に健康や衛生に関するセミナーを実施しました。



衛生セミナーに参加した村の女性たち

周辺地域の子供との交流

DNPインドネシアが所属するカラワン工業団地自治会が行っている地域支援活動の一環として、近隣に住む小学生にノートを寄贈しました。このノートはDNPが作成したもので、児童1人4冊ずつ約7,000名分を贈りました。

また、勉学意欲がある低収入世帯の高校生に対して、3年間の授業料を全額支援する制度も継続して行っています。



ノートを手に入れそうな子どもたち

DNPインドネシアはワダス村の村民のために給水施設(井戸)を寄贈し、その後住民向けの健康的な生活様式に関する教育を実施しました。教育の目的は、料理、シャワー、食器洗い、洗濯のための清浄水の必要性と、生活水として川の水を直接利用する際に発生する病気の基本知識についての習得です。

さらに、川へのゴミ投棄が病気および洪水の原因となりうることを指摘し、ゴミを指定された場所に捨てることやトイレを確実に利用することを促しました。

DNPインドネシアが寄付した給水施設とこの教育が、衛生的な生活意識の高まりにつながることを期待します。

DNPインドネシア 人事部 Ari Retnoさん

現地社員の声



地域住民の声



私たちの地区に給水施設(井戸)を設置してもらい、本当にうれしいです。また、DNPインドネシアの社員の方が先生となり、健康についての教育もしていただきました。そこでは、私たち村の主婦が今まで知らなかった生活のための井戸の利点や、病気についての基本的な知識などをよく理解することができました。

DNPインドネシアには、今後も継続的にワダス村の生活支援をしていただき、地域住民がより健康的な生活を送れるようになることを望んでいます。

ワダス村の隣組の代表住民 Siti Ropiyahさん

社会貢献活動



持続可能な社会を実現させる 人材づくり

DNPでは、「環境保全/地域社会/次世代育成/芸術・文化/人道支援」を社会貢献活動の「5つの重点テーマ」として掲げ、着実に活動を進めています。創業以来、出版印刷事業という「知の文化」を支え、その可能性を拡げてきたDNP。なかでも本業と関連の深い「次世代育成」テーマについては、社会的課題を解決する才能ある次世代の人材を育成し、社会の持続可能な発展に貢献していくため、次世代育成貢献プログラムを推進し、活動の充実を図っています。

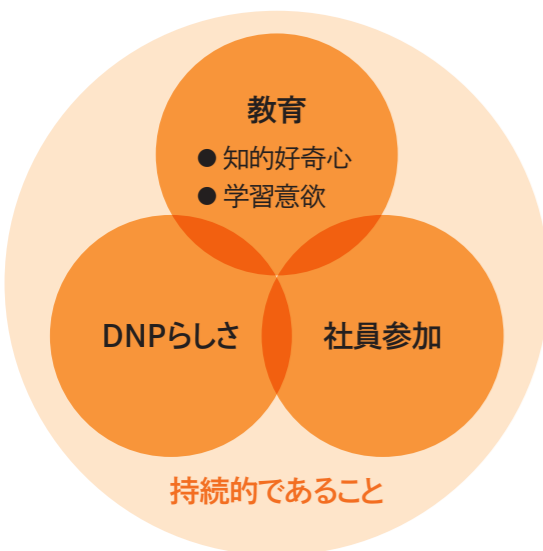
次世代育成



DNP出張授業プログラム

さまざまな才能を持った人材が、その才能を発揮し合い、社会の持続的な発展を進めていく。そのような人材育成に貢献するため、DNPでは自社ならではの知見を活かし、「DNP出張授業プログラム」を提供しています。このプログラムを通じて、子どもたちの知的好奇心を刺激し、学ぶことの楽しさに気づききっかけづくりをめざします。

DNPの「次世代育成」の考え方



DNP出張授業「色の不思議」

ルーペでのぞくと…
青・赤・黄・黒の
点々だ!!



印刷が「色」をどのように表現しているのか、観察・実験を通じて体験・理解し、理科学習単元「からだのはたらき」「生き物のくらし」などの発展的学習が可能なプログラムです。

2012年度は京都、東京(品川区、新宿区)の3つの小学校で実施。各拠点の主要製品やサービスなども題材に取り上げ、印刷技術が暮らしのさまざまな場面で身近なものに使われていることも学びました。

DNP出張授業「色の不思議」は、2005年4月1日～2015年3月31日の10年間で、「次世代育成支援」に計画的・集中的に取り組む「次世代育成支援対策推進法」にもとづいたDNPの行動計画の施策でもあります。子ども・子育てにかかわる地域貢献活動として、2015年までにDNPの主要な拠点所在地を中心に、各地での実施を計画しています。



出張授業を通じて、印刷・色は「思いを伝える道具」であり、自分の思いを創意工夫して伝えることの素晴らしさを子どもたちに伝えたいと思いました。授業中の子どもたちの目の輝きや感動の声には非常に感慨深いものがありました。教育事業を開発する立場の私にとって、得がたい体験となりました。子どもたちのために、企業だからこそできる教育貢献のあり方を熟慮し、実現していきたいと思っています。

社員の声



教育現場の声



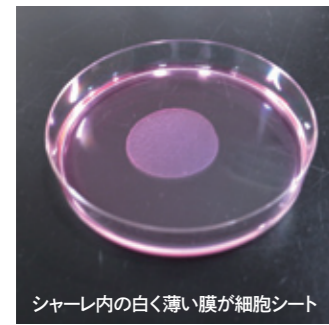
今回の出張授業では、児童はさまざまな実験を通して印刷の仕組みや色の面白さを知ることができました。特に3原色の粘土を混ぜると沢山の色がつくり出せること、印刷物をルーペでのぞくと3原色と墨の4色で表現できていることがわかったときには驚きの声があがりました。また、名刺から立体映像が飛び出して見える最新のAR技術の体験では、どの子も夢中になっている様子が見られました。この授業を通して、日常生活を支えるために印刷が大きな役割を果たしていることを知り、新しい技術を創り出す職業への興味が高まったようです。

C&I事業部 ビジネスイノベーション本部 平山 志保さん

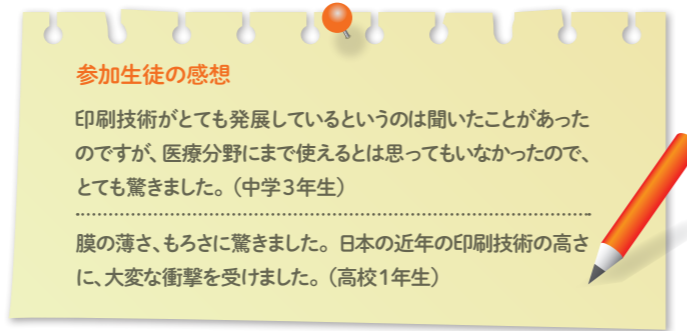
品川区立第四日野小学校 図工専科教諭 今林 佳菜さん

DNP出張授業「再生医療に貢献する印刷技術」

ライフサイエンス研究所が研究開発を進めている再生医療分野。2013年3月、つくば国際会議場で行われた中高生向けイベント「つくばScienceEdge2013」のなかで、「再生医療に貢献する印刷技術～未来のばんそうこうになる!? 細胞シートを体験しよう!～」と題したワークショップを行いました。ノーベル賞を受賞した京都大学・山中伸弥教授のiPS細胞などで注目を集める「再生医療」のメカニズムや現状についての話とともに、本物の細胞シートを用意し、参加者が体験できる機会も設けました。参加した生徒からは、さまざまな刺激を受けたとの感想をいただきました。



細胞シートとは?
患者自身の細胞を培養してシート状に加工したもの。一部の疾患においては、患部に貼ることで症状の改善・回復効果が認められています。DNPでは保有している印刷技術や情報技術を活用して、細胞シートの実用化に貢献するための研究を進めています。



DNP出張授業「本づくりのひみつ」



2013年3月、東京・科学技術館で開催された「第71回全日本学生児童発明くふう展」で、DNPは出張授業「本づくりのひみつ」と題したワークショップを実施し、約30名の児童が参加しました。実際にリング綴じの本をつくりながら、本をつくる際の印刷会社の工夫について学習するワークショップです。大きな印刷シートは、折ると順番になるようにそれぞれの頁が配置されていることを実際の印刷シートで体験。リング綴じの本が出来上がると、皆満足げに頁をめくったり、ご家族に自慢したりしていました。



「本づくりのひみつ」ノート

人道支援



東日本大震災復興支援活動

東北応援メニューを全国の社員食堂で提供



甚大な被害を受けた被災地を継続して支援するため、DNPでは2012年7月から2013年3月まで、全国24拠点の社員食堂で東北応援メニューを提供しました。これは、東北(岩手、宮城、福島)の名物メニューの食材を被災地より調達して提供することで、経済的支援につなげる活動です。

食堂を運営するDNPファシリティサービスでは、メニュー企画室が調達先や調理法をまとめた「共通レシピ」を作成し、全国展開を可能にしました。期間中の提供食数は41,155食。さらに、東北特産品の物販も含めた売り上げの5%にDNPとしてマッチングギフトをした約190万円を、被災地を支援する活動に寄付する予定です。

東日本大震災の体験・記憶を風化させず、いま何ができるのかを知り、情報や考え方を共有していくために、DNPでは社内外向けのセミナーを開催しています。社員向けには、2012年7月、陸前高田市社会福祉協議会および「被災地応援ファンド」に取り組むミュージックセキュリティーズ株式会社より講師を迎え、発災1年を経て何が必要とされているのかをテーマにしたセミナーを実施。テレビ会議システムを通じて、全国15拠点へ同時中継しました。また外部向けには、2013年3月、公益社団法人日本フィランソピー協会とともに、震災復興支援セミナー「被災地の青少年への支援ー被災地の現在とこれからー」を開催しました。



地域社会・国際社会



フェアトレード活動



DNPでは社内消費を中心に、2006年よりフェアトレード活動に取り組んできました。2013年1月、東京・市谷にオープンした体験型ショールーム「コミュニケーションプラザ ドットDNP」の電子書籍ショールーム「honto(ホント)カフェ」では、日本初の「フェアトレード認証マカロン」の販売を開始。フェアトレード認証コーヒーとともに、一般の方にもフェアトレード認証製品に触れていただく機会を設けることで、同活動の周知と認証製品の普及を図っています。

※ 認証マカロンは、DNPとフェアトレードに取り組むNGO「わかちあいプロジェクト」が共同で企画。アフリカ・マラウイ産認証砂糖を使用しています。

2013年2月4日、DNPは特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパン(FLJ)とともに、東京・市谷にて「第6回FLJステークホルダー会合」を開催しました。会合には、国際フェアトレード基準に則ってフェアトレードに取り組む企業・団体が集い、最新動向や活動状況などの情報交換を行いました。ガーナのカカオ生産者組合「クアパコ」に長くかかわったクワベナ・オヘメン・ティナセ氏による講演や、DNPの社内消費に関する事例発表を行い、エンカ消費について造詣の深い株式会社電通・白土真由美氏にも参加いただいたパネルディスカッション「フェアトレードを日本の『あたりまえ』にする方法」では、活動の日本国内定着についてさまざまな角度から議論しました。





株式会社インテグレックス
代表取締役社長

秋山 をね 様

1. 評価したい点

今回、CSR報告書の冊子版が一新されました。事業による社会への貢献を報告する「特集:DNPの成長戦略」が加わった一方、年間の取り組みについては、「年次活動TOPICS」として、特に重点的に取り組んだ3分野の活動を紹介し、他の活動事例や詳細情報は、WEBサイトへの掲載としたため、冊子版がコンパクトになるとともに、WEBサイトとあわせた情報は、より充実した印象です。

冊子では、例年通り、冒頭に「トップメッセージ」が掲げられ、企業の最も大切な使命は、社会の発展に寄与する価値を創造すること、そのためにDNPは、「未来のあたりまえ」を作っていくこと、その継続のために社会とのコミュニケーションを深め、期待に応え、「信頼」をブランドにしていけることが明確に述べられ、トップの強いコミットメントが感じられます。「DNPのCSR」では、これを「価値の創造」「誠実な行動」「高い透明性（説明責任）」という「果たすべき3つの責任」として表しています。

「価値の創造」は、本業そのものと言えますが、価値創造の方向性を定めるうえで、解決すべき社会の課題を認識し、特に自社の強みが活かせる分野として「情報流通」「健康・医療」「環境・エネルギー」「快適な暮らし」の4つの成長領域を定めています。「特集」で紹介されている各領域での取り組み事例は、NFCや細胞シートといった全く異なる分野で、DNPの技術を活かし、いまはなくても未来には「あたりまえ」になっているものを生み出そうとするイノベティブな取り組みです。昨今、事業を通じて社会の課題を解決することがCSRとして企業に求められていることを考えても、「特集」は、興味深く、また、その過程で社会の声を聴き、他社とも連携するという姿勢が評価できます。

年間の具体的な取り組みについては、「CSRマネジメント報告」として重点テーマごとの活動を例年通り表形式で報告しています。テーマごとの年度目標、主な実績と評価に加え、今回から3～5年程度先を見据えた「中長期視点の目標」を設定し、それに照らした次年度の主な取り組み計画をまとめています。目標を確認しながら、継続的かつ段階的に取り組みを進めていることがわかります。

「年次活動TOPICS」では、従来のCSR調達規準に加え、持続可能な森林資源の維持を目的に新たに制定された「印刷・加工用紙調達ガイドライン」の取り組みや、製品だけでなく優れたパッケージ文化の普及をめざすグローバル展開、社会課題の解決に寄与する「サステナビリティパッケージ」の開発やエンカナルな製造体制の展開が印象的でした。

2. 期待したい点

「信頼される企業」となるためには、「インテグリティ」と「イノベーション」が必要とされます。インテグリティは「誠実な行動」そのものであり、また、イノベーションは「価値の創造」を意味すると言えます。そして、企業と人、企業と企業、企業と社会、それぞれが持てる力を発揮しながら一体となる「一円融合」こそ、「信頼される企業」のめざすところだといえます。

社会の課題を解決し、経営理念である「21世紀の創発的な社会に貢献する」ために、DNPと社員、DNPと社会が一体となって、「つながり」で新しい力を創出しながら、今後も持続可能で豊かな未来の「あたりまえ」へのチャレンジを続けられることを期待します。



CSR委員長
常務取締役

秋重 邦和

この度、秋山様には、貴重なご意見をいただきまして、誠にありがとうございました。
「DNPグループ CSR報告書 2013」では、DNPが社会の課題に真摯に向き合い「未来のあたりまえ」を主体的に創出する、という成長戦略について特集しています。今回取り上げたNFCや細胞シートは、これからの社会がどのような方向に進むのかを社会との対話で見だし、そこにあるさまざまな課題をDNPの技術やノウハウで解決していこうという事例です。

こうした取り組みに対して、秋山様には「より充実した印象」との評価をいただくことができました。私たちが現在取り組んでいること、そしてこれからめざす方向について前向きな評価をいただき、大変心強く感じるとともに今後の取り組みへの決意を新たにいたしました。

秋山様からは、「信頼される企業」には「一円融合」の精神が期待されるとの助言もいただきました。DNPは明治時代に「秀英舎」として創業以来、舎則に掲げられた「文明の営業」の言葉が示す通り、業を通じて社会に貢献するという考えを最も大切にしてきました。この精神をグループ全社員が将来に向かって持ち続けることが、DNPの考えるCSRを実現するうえで必須のことと考えています。そして自社のみならず、さまざまなステークホルダーと協働し、かつそれぞれが持てる力を最大限に発揮しながら社会課題の解決を図る、そのようなあるべき姿をめざしてCSR活動を推進していきたいと考えております。

今年度のCSR報告書は、CSR視点で成長戦略を報告するとともに、年次活動トピックスとして「環境活動」「グローバル展開」「社会貢献活動」、さらには年度総括として「2012年度CSRマネジメント報告」を掲載しました。なお、従来冊子に掲載していたCSR活動の重点テーマに関する詳細情報は、WEBサイトで紹介しておりますので、ぜひあわせてご覧いただけますようお願いいたします。

「DNPグループ CSR報告書 2013」の和文版冊子は、環境やユニバーサルデザインに配慮した印刷物として以下のマークが付与されています。

<p>リサイクル適性 (A)</p> <p>この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。</p> <p>用紙 FSC認証紙、間伐に寄与する紙 (森の町内会)</p> <p>森の町内会 A2 マット FSC 認証 - MX (三菱製紙株式会社)</p> <p>印刷の版 CTP出力によるフィルムレス方式</p> <p>製本 リサイクル対応ホットメルト使用の無線綴じ</p> <p>背糊: アサヒメルト RP5200 (旭化学合成株式会社)</p> <p>脇糊: アサヒメルト RPS310 (旭化学合成株式会社)</p> <p>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)</p>	<p>ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C022784</p> <p>こちらの報告書PDFは、認証紙に印刷された認証印刷物のデータを使用して制作しました。</p> <p>森の町内会 間伐に寄与する紙 www.mori-cho.org</p> <p>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。</p> <p>GPN Green Purchasing Network 印刷サービス 印刷サービスのグリーン購入に積極的に取り組んでいます PS13-0012</p>	<p>Green Power</p> <p>バイオマス 使用部位: 印刷インキ No.090010</p> <p>グリーン電力を導入しました (年間115万kWh)。本報告書を印刷・製本する際の電力(2,600kWh)は、自然エネルギーでまかなわれています。</p> <p>COLOR UNIVERSAL DESIGN</p> <p>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よう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証されました。</p>
---	---	---

1部あたり
370g
CO₂

CO₂の「見える化」
カーボンフットプリント
http://www.cfp-japan.jp
登録番号: CR-B502-13010

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)は、原材料調達から廃棄・リサイクルまで製品のライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO₂量に換算し、マークを使って表示する仕組みです。DNPは経済産業省と関係省庁が行った「CFP制度試行事業」に開始当初から参加し、自社で発行する印刷物のCFPを算定・表示することで、CFP制度の普及を推進しています。