

TOPPAN

CSRレポート 2007 トッパンの社会的責任活動報告



情報・文化の担い手として

私たちは、1900年の創業以来、
印刷を通して情報・文化の発展に貢献してきました。

「情報・文化の担い手として」

これは、企業理念の一文です。
いつの時代にも社業を通じて、ふれあい豊かな社会の実現に貢献すること、
それが私たちトッパンの原点です。



青、赤、黄。この印刷の3原色に込めたのは、誠意、熱意、創意という、
私たちが社会と接する時の大切な心構え。

私たちは、お客さま、お取引先、社会・地域社会、株主・投資家、そして社員など
トッパンとかかわりのあるすべての皆さまと、
誠意、熱意、創意をもって、対話を進め、期待に応えていきます。

CONTENTS

お読みいただくにあたって

本「CSRレポート2007」は、ステークホルダーの皆さまへ情報を適切に伝え、ご意見をいただくための「コミュニケーションツール」として、以下の点に配慮して作成しました。

●理解容易性への配慮

「ステークホルダー重視による環境レポートガイドライン2001」(経済産業省)を参考に、CSRに関心の高い方々を主たる読者として想定しました。また、活動内容をよりご理解いただけるよう、章構成からレイアウト、配色、そして使用書体や文字の大きさに至るまで注意を払いました。

●網羅性と重要性への配慮

記述内容は、以下のガイドラインのほか、SRI(社会的責任投資)に関するアンケート項目なども参考に、グループの事業状況を考慮して厳正に選定するとともに、とくに重要な取り組みを特集としてまとめました。

「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」(環境省)

「事業者の環境パフォーマンス指標ガイドライン-2002年度版-」(環境省)

「環境会計ガイドライン2005年版」(環境省)

「ステークホルダー重視による環境レポートガイドライン2001」(経済産業省)

「サステナビリティ・リポートガイドライン2002」(GRI)

●信頼性への配慮

「環境報告書2001」より、継続してあすさスナビリティ(株)による第三者審査を受けています。当レポートに記載された環境情報の信頼性に関して、日本環境情報審査協会(<http://www.j-aoei.org/>)の定める

「環境報告書審査・登録マーク付与基準」を満たしているとしてこのマークの付与が認められています。さらに、「CSRレポート2004」からは、CSR分野に詳しい有識者の方々からの第三者意見およびアドバイスをいただいています。当「CSRレポート2007」では昨年に引き続き、パルティーズ研究会共同議長・グリーンコンシューマー研究会代表の緑川芳樹氏より第三者意見をいただきました。

また、印刷物は年次報告書として制作していますが、Webサイト上では、同内容の情報を掲載するとともに、サイト別の環境パフォーマンスデータや最新のISO14001認証取得情報なども含め、掲載情報を随時更新しています。なお、英語版の印刷物は、2007年11月発行予定です。

CSRレポート掲載URL <http://www.toppan.co.jp/csr/index.html>

報告対象範囲

原則として、凸版印刷(株)および会計上の連結対象組織における社会的活動と環境活動を報告しています。2006年度(2006年4月~2007年3月)における活動を中心としていますが、補足的に当該年度以外の情報も記載しています。なお、人事関連データは、原則として凸版印刷(株)単体です。環境パフォーマンスデータおよび環境会計の対象範囲については、子会社のなかから環境保全上の重要性に応じて決めています(→P5)。なお、EMS(環境マネジメントシステム)の対象となる事業所数は、国内63事業所、海外9事業所となります。

※2007年4月1日付けで、金融・証券事業本部と商印事業本部を情報コミュニケーション事業本部として統合しました。

使用している用語について

- CSR: Corporate Social Responsibilityの略。企業の社会的責任。
- ステークホルダー: 利害関係者。お客さま、株主・投資家、取引先、社会・地域社会、社員など、企業と直接的・間接的に関わりのある人々。
- ステークホルダーダイアログ: ステークホルダーとの対話、意見交換。
- コーポレート・ガバナンス: 企業統治。企業活動を律する枠組み。
- コンプライアンス: 法令や企業倫理の遵守。
- PDCA: Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の一連の流れ。

トップメッセージ	2
グループ事業概要	4
ハイライト2006-2007	
特集1: 情報セキュリティ	8
特集2: ユニバーサルデザイン	10
ステークホルダーダイアログ	14
CSR活動トピックス	20
CSRマネジメント	
トッパンの社会的責任	24
CSR活動の総括と新たな取り組み	28
コーポレート・ガバナンス	30
コンプライアンス	34
ステークホルダーとのCSR総括ミーティング	38
社会性報告	
お客さまのために	40
お取引先とともに	44
社会・地域社会とともに	46
社員とともに	50
株主・投資家とともに	58
環境報告	
環境活動の概要	60
2006年度の総括と今後の目標	62
環境マネジメント	66
環境保全活動	72
環境配慮型製品・環境ビジネス	76
環境関連データ・資料	80
行動指針・情報に関する管理方針	85
第三者評価	
第三者審査	86
第三者意見	87
第三者審査・第三者意見を受けて	88
GRIガイドライン対照表	89

発行年月および次回発行予定

2007年8月発行(次回は、2008年8月の発行を予定しています。)

発行責任部署および連絡先

凸版印刷株式会社 法務本部 コンプライアンス部

TEL 03-3835-5535 FAX 03-3835-1447

E-mail: compliance@toppan.co.jp

「ふれあい豊かなくらし」に貢献していくために

私たちトッパングループは、事業を通じて社会的責任を果たし、信頼される「真の企業市民」であり続けます。

トッパンの社会的使命

約560年前にグーテンベルクによって発明された「印刷」という技術は、蒸気機関が当時の産業革命のまさしくエンジンであったのと同じように、文明・文化の普及に多大なる貢献をしてきました。目に見えない情報や人の感情をかたちのあるモノにし、広く社会に伝播するという重要な役割を果たしてきました。印刷技術の誕生により、情報の伝達速度は飛躍的に向上し、多くの人々が同じ情報を同時に共有することが可能となったことで、印刷のあるところに豊かな文化が育まれた、といっても過言ではありません。

1900(明治33)年、私たちトッパングループは、印刷技術を伝え、広く社会に役立てたいという旧大蔵省印刷局出身の技術者の一念から誕生しました。その創業以来、お客さまや株主の皆さま、お取引先、地域社会の方々など、多くのステークホルダーに支えられ、印刷を核とした事業を通じ、情報・文化の発展に寄与してまいりました。

昨今のデジタル化に代表される情報技術の進展とそれに伴う新しいメディアの登場は、印刷の表現手法や伝達手段に大きな変化をもたらしましたが、印刷が果たす社会的な役割が変化したわけではありません。

私は、トッパングループの社会的使命は、「情報を伝え、文化を育み、ふれあい豊かなくらしに貢献する」ことだと考えています。

信頼され、尊敬される企業であるために

私は、「社会から信頼され、尊敬される、強い企業」をつくりあげていこうと常に呼びかけています。これは、広く社会や生活者から永続的に信頼され、必要とされる企業であり続けることが重要であり、そのためには、経済的側面の追求と同時に、社会・文化貢献、環境保全、人権尊重など、社会的・環境的な側面にバランスよく取り組んでいくことが不可欠であるとの認識に基づくものであります。

私は、企業の社会的責任(CSR)に対する取り組みは企業活動そのものであり、当社においては大切にすべき価値観や規範を示した「企業像」の実現にほかならないと考えております。

トッパングループに働く一人ひとりが、トッパングループの事業を通じて、社会やステークホルダーの皆さまに対して、どのような責任をどのようなかたちで果たしていくのか、自分なりにかみ砕いて理解し、日々の業務の中で実践していくこ

とではじめて「社会から信頼され、尊敬される、強い企業」になることができると考えています。

CSR活動の重点テーマ

創立100周年を迎えた2000年に、21世紀のあるべき姿を「TOPPAN VISION 21」として策定し、すべての企業活動の基盤としています。CSRの取り組みを進めるにあたっては、「企業像」の最上位概念である「企業理念」



と企業活動の規範である「経営信条」、そして遵法精神と企業倫理に基づく行動のあり方を示した「行動指針」を基本とし、「経済」「社会」「環境」の3つの側面をバランス良く発展させていくために、重点的に取り組むべき枠組みを「6つの重点テーマ」として定めて活動しております。

- コーポレート・ガバナンス：経営戦略の明確化と効率のかつ迅速な経営をめざすとともに、企業経営に関する監査・監督機能の充実、経営活動の透明性の向上に努めて、健全な経営を行う。
- コンプライアンス：法令遵守はもちろんのこと、企業倫理に従った事業活動を行う。社員一人ひとりが高い倫理観と道徳意識をもって、行動指針に則って行動する。
- 顧客満足の向上：常にお客さまの立場や視点に立ち、「知」と「技」をもとに責任と情熱と工夫をもって「こころをこめた作品」を創りお客さまとの信頼関係を築く。
- 人財の尊重と活用：人間尊重の考え方を基本として、社員一人ひとりの資質、能力が最大限に発揮されるよう人財育成に努める。働きがいのある企業風土をつくりあげ、トッパングループで働く喜びを共有する。
- 社会文化貢献活動：「情報コミュニケーション産業」のリーダーとして、社会文化活動を展開する。地域社会との共生を図り、こころ豊かで満ち足りた暮らしの実現に積極的に貢献する。
- 環境への取り組み：「凸版印刷地球環境宣言(1992年策定)」を基本理念に、事業活動に伴う環境負荷低減、環境に配慮した製品・サービスの開発・提案・提供を行い、かけがえのない地球環境との調和を図る。

この一年を振り返って

2006年9月トッパンは国連「グローバル・コンパクト」に対する参加・支持を取締役会にて決議し社内外に表明し、この

基本原則を経営に取り込みグローバルな視点から社会的責任を果たすべくCSRの取り組みを行っています。

2007年2月には、「世界で最も持続可能性のある企業100社」に選出され、また国内においては「誠実な企業」賞事業法人部門賞という栄誉を頂戴しました。しかし、地球温暖化の原因である二酸化炭素の排出量削減においては、当初の目標に未達成であり、また社会的課題の解決という側面においてもさらなる努力が必要であるとの認識を強くもっております。

2007年度以後これらの反省を踏まえ、さらに高い目標を掲げ取り組みを継続してまいります。

レポートの発行にあたって

今回のCSRレポートの特集では、情報コミュニケーション産業としての本業を通じたCSRの取り組みをご報告します。

このレポートを、ステークホルダーの皆さまにご一読いただき、トッパングループの活動にご理解、ご賛同いただければ幸いです。

私は、CSRの取り組みは、常にステークホルダーの皆さまとの対話によって成り立つものと考えております。今後もその起点となる情報開示に努めてまいりますので、是非、忌憚のないご意見をお聞かせください。

私たちトッパングループは、豊かで満ち足りた生活を送ることのできる社会の実現に貢献し、信頼される真の企業市民であり続けたいと願っております。今後とも皆さまからの一層のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2007年8月

凸版印刷株式会社
代表取締役社長

足立直樹

グループ事業概要

情報・ネットワーク系、生活環境系、エレクトロニクス系、そしてパーソナルサービス系、次世代商品系。
 トップランは、印刷技術を核に広げてきた5つの事業領域で、
 グループの総合力を結集して事業活動を展開しています。

会社概要

社名	凸版印刷株式会社 TOPPAN PRINTING CO., LTD.
本社所在地	〒101-0024 東京都千代田区神田和泉町1番地 電話 03-3835-5111 (代表)
創業	1900年(明治33年)1月17日
代表取締役社長	足立直樹
従業員数(単体)	10,899名(2007年3月末現在)
従業員数(連結)	36,757名(2007年3月末現在)
資本金(単体)	1,049億円

グループ概要

トップラングループは、凸版印刷株式会社(当社)および関係会社171社(子会社150社、関連会社21社)で構成されており、情報・ネットワーク系、生活環境系およびエレクトロニクス系の3事業分野を中心に幅広い事業活動を展開しています。
 トップランおよび関係会社の当該事業に関わる位置づけと事業の種類別セグメントとの関連は右ページのとおりです。

事業領域

●情報・ネットワーク系

円滑なコミュニケーションを求める顧客に対し、「情報の価値を高める」「情報を効果的に届ける」ソリューションを提供する事業領域



●証券・カード



●商業印刷



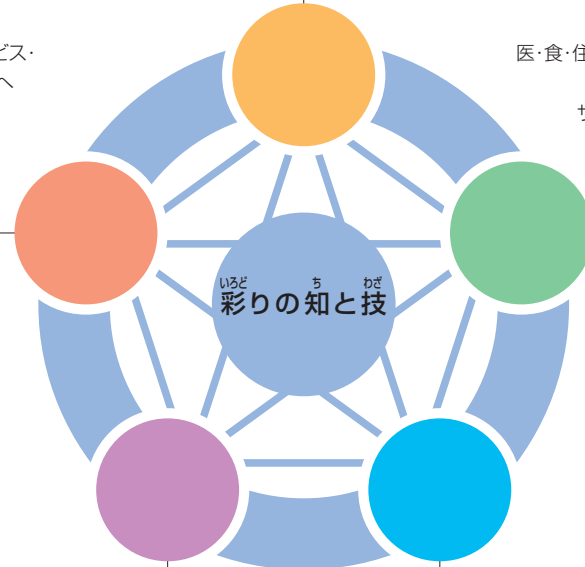
●出版印刷

●パーソナルサービス系

人とモノをつなげる革新的な情報サービス・情報デバイスを、独自ブランドで生活者へ直接提供する事業領域



●「Mapion」



●生活環境系

医・食・住を中心とした様々な生活シーンに対して、心豊かな暮らしづくりに最適な製品とサービスをグローバルに提供する事業領域



●パッケージ



●産業資材

●エレクトロニクス系

先端技術を結集しデファクトスタンダードとなるような半導体・ディスプレイ分野などのエレクトロニクス部品を提供する事業領域



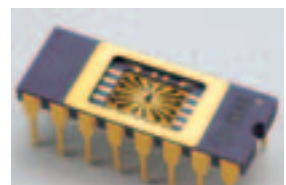
●エレクトロニクス



●オプトロニクス

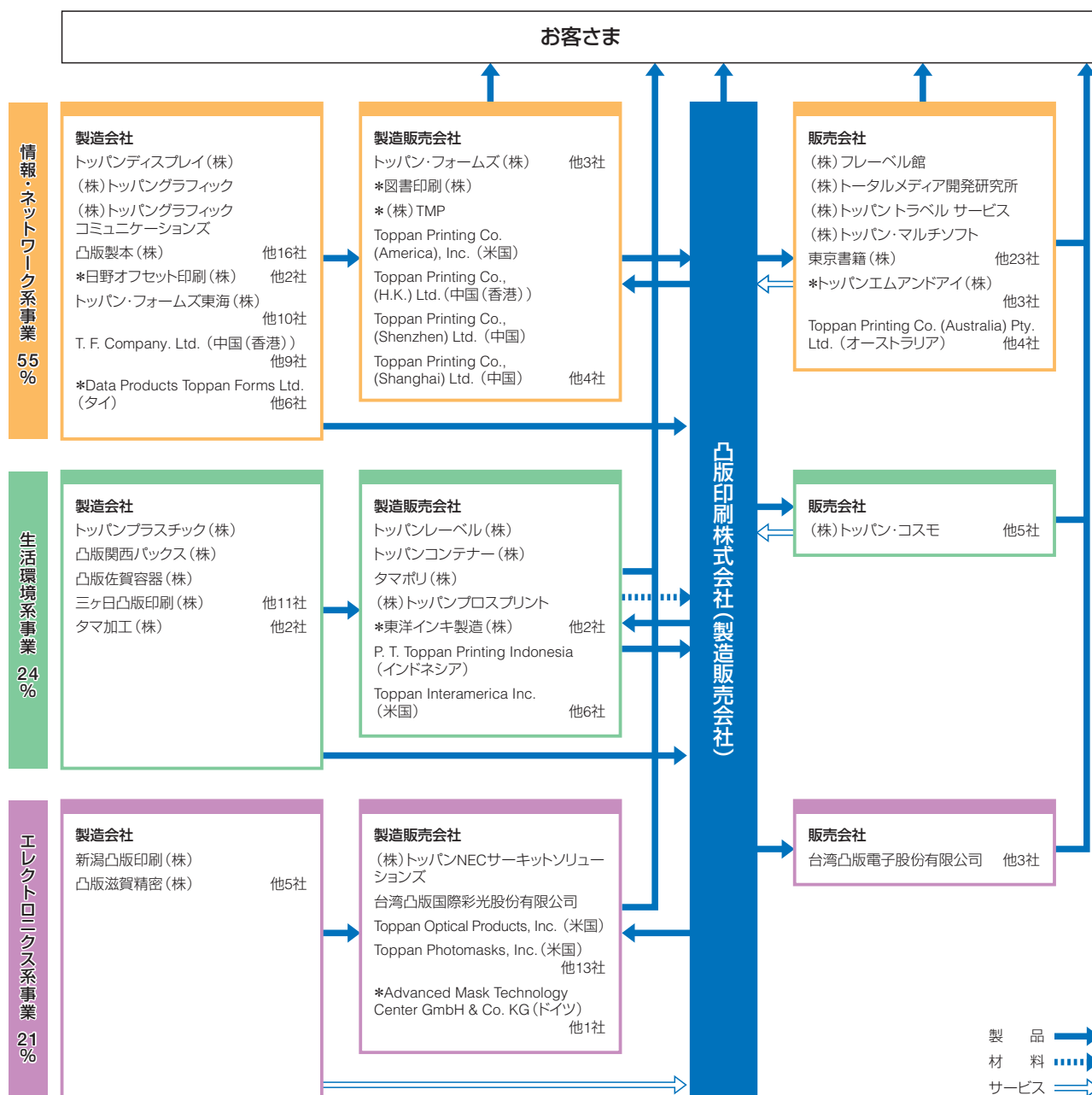
●次世代商品系

将来の成長が見込める事業分野を開拓し、次世代へつなげる高機能産業材を提供する事業領域



●「水素センサー」

トッパングループの構成



(注)
 ・無印/子会社150社、*/関連会社21社(2007年3月末現在)
 ・当社グループの事業領域は5つの事業区分から構成されていますが、現時点における事業規模などを勘案して、3つに区分しています。
 ・各事業領域の下に記載されている構成比は、事業領域別の売上高構成比を表わしています(事業領域別の売上高→P6)。
 ・子会社のうち、トッパン・フォームズ(株)は、東京証券取引所市場第1部に上場しています。

■報告対象範囲

・原則として、凸版印刷(株)および会計上の連結対象組織における社会的活動と環境活動を報告しています。
 ・2006年度(2006年4月~2007年3月)における活動を中心としていますが、補足的に当該年度以外の情報も記載しています。
 ・なお、人事関連データは、原則として凸版印刷(株)単体です。
 ・環境パフォーマンスデータおよび環境会計の対象範囲については、凸版印刷(株)および子会社の中から環境保全上の重要性に応じて決めています。
 ・なお、EMSの対象となる事業所数は、国内63事業所、海外9事業所となります。

連結業績概要

2006年度におけるわが国経済は、企業収益の改善と設備投資の増加など、回復基調で推移しました。しかしながら、印刷業界におきましては、原油価格などの上昇により材料費が高騰するなかで、価格競争が激化するなど、厳しい状況が続きました。

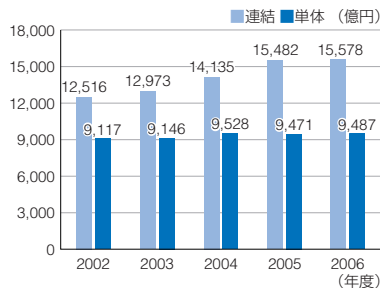
このような環境のなかでトッパングループは、印刷を核として培った技術力とマーケティング力の強みを活かすとともに、グループ企業間の

連携を深め、事業の拡大と経営基盤の強化に努めてきました。また、事業領域の一層の拡大をめざし、21世紀のあるべき姿を定めた「TOPPAN VISION 21」の事業領域における基本戦略を再度策定しました。あわせて、エレクトロニクス関連やセキュリティ関連等の成長市場に対して、生産能力の増強と技術開発に注力するとともに、収益構造の改革と一層のコストダウンをめざしてきました。

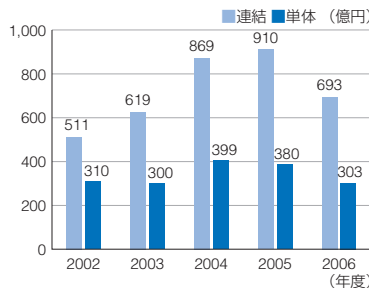
以上の結果、2006年度の連結売

上高は前期に比べ0.6%増の1兆5,578億円となりました。また、連結営業利益は23.8%減の693億円、連結経常利益は10.6%減の834億円となりました。2005年度は、米国デュポンフォトマスク社(現トッパンフォトマスク インク)の買収にともなう326億円の特別損失を計上したため連結当期純利益が151億円であったのに対し、2006年度は、特別損失に固定資産の減損損失87億円を計上し、連結当期純利益は72.1%増の260億円となりました。

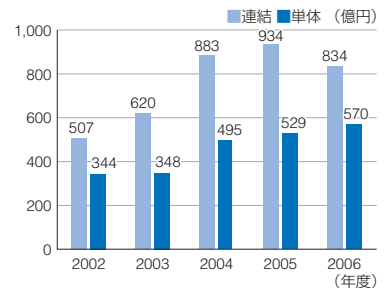
売上高



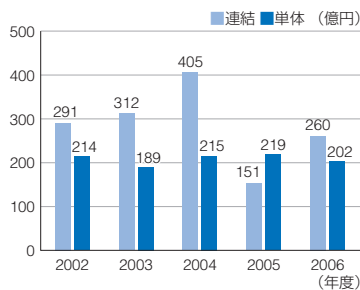
営業利益



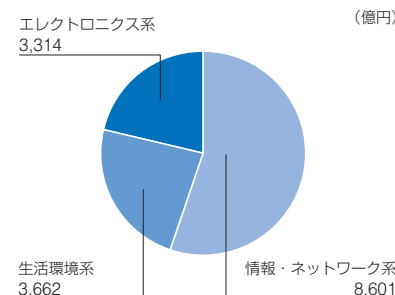
経常利益



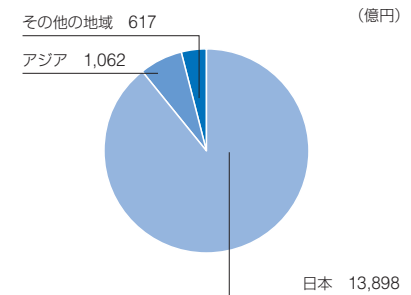
当期純利益



事業領域別売上高(連結)



地域別売上高(連結)



(注) 売上高セグメント内訳(連結)は、事業規模などを勘案して3つに区分しています。

正社員数

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度
連結	33,292	32,178	32,724	35,954	36,757
単体	12,053	11,512	10,548	10,582	10,899

事業領域別人員数(連結)

事業領域	人員数 (人)
情報・ネットワーク系	20,009
生活環境系	8,311
エレクトロニクス系	7,750
全社共通	687

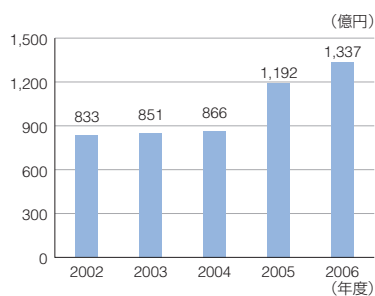
主要な経営指標等の推移(連結)

	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度
売上高(百万円)	1,251,605	1,297,357	1,413,580	1,548,208	1,557,876
営業利益(百万円)	51,168	61,956	86,938	91,085	69,376
経常利益(百万円)	50,739	62,016	88,301	93,435	83,491
当期純利益(百万円)	29,125	31,229	40,574	15,148	26,067
総資産額(百万円)	1,317,454	1,461,305	1,483,477	1,727,636	1,837,719
純資産額(百万円)	715,438	740,481	768,245	803,678	918,002
有利子負債(百万円)	136,294	239,209	205,008	304,736	359,631
設備投資(百万円)	83,312	85,108	86,625	119,221	133,722
研究開発費(百万円)	20,252	21,302	22,255	27,593	29,132
法人税、住民税及び事業税(百万円)	24,872	24,918	22,154	34,073	32,354
最高株価(円)	1,437	1,396	1,380	1,648	1,645
最低株価(円)	732	690	1,002	1,050	1,161
1株当たり当期純利益(円)	42.29	45.57	60.09	22.13	39.58
潜在株式調整後1株当たり当期純利益(円)	41.77	44.86	59.94	22.02	39.40
1株当たり純資産額(円)	1,053.22	1,104.62	1,154.21	1,216.04	1,222.27
1株当たり配当金(円)	16.00	17.00	19.00	20.00	20.00
総資産利益率(ROA)(%)	2.2	2.2	2.8	0.9	1.5
自己資本利益率(ROE)(%)	4.1	4.3	5.4	1.9	3.2
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	107,214	202,149	168,804	206,974	240,596
従業員数(人)	33,292	32,178	32,724	35,954	36,757

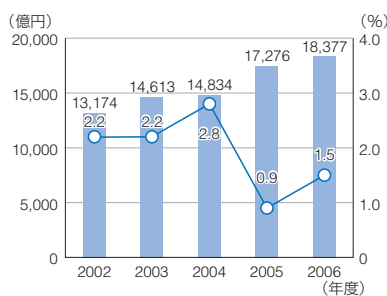
(注)

1. 売上高には、消費税等は含まれていません。
2. 従業員数は、「正社員数」で表示しています。
3. 2004年度から「固定資産の減損に係る会計基準」および「固定資産の減損に係る会計基準の適用指針」を適用しています。
4. 2006年度から、純資産額の算定にあたり、「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準」および「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準等の適用指針」を適用しています。
5. 最高・最低株価は、東京証券取引所市場第1部におけるものです。
より詳細なデータについてはWebサイトのIRページをご参照ください。

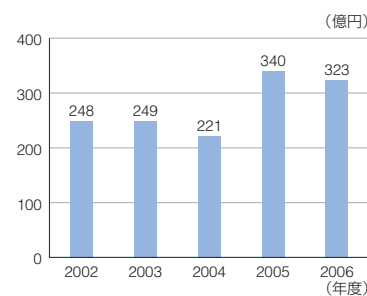
設備投資



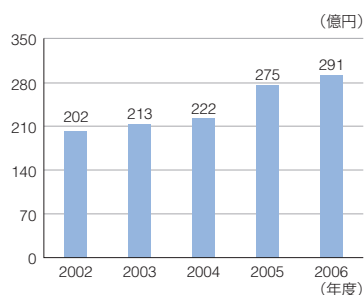
総資産・総資産利益率(ROA)



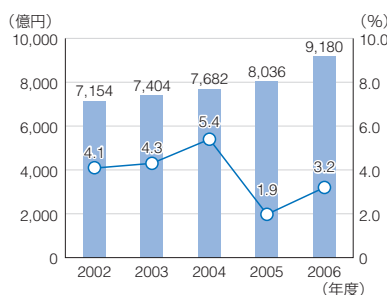
法人税、住民税及び事業税



研究開発費



純資産・自己資本利益率(ROE)



特集1 情報セキュリティ

個人情報流出事件が後を絶たない昨今、情報セキュリティへの関心は、これまでにない高まりを見せています。そして、それはこれからも続く潮流となるでしょう。

お客様の顧客情報を大量に取り扱う、私たち印刷会社は、情報の管理責任をさらに厳しく問われるようになってきました。トッパンは、情報セキュリティ管理を事業継続の生命線として受け止め、厳密な管理によってお客様および社会の信頼を得ることはもちろんのこと、印刷業界全体のリーダーとして範を示す使命を担っていると考えています。



左：本人認証と二重扉により、本人だけが通過できるゲート。
右：社員証（ICカード）の認証により、登録された本人だけが使用できるパソコン。

量・質ともに最高レベルの情報を預かる責任

IT化が進んだ現在、さまざまな情報がデジタル化され、ネットワークでつながれた家庭や企業内で情報サービスの恩恵を受けることができる一方、パソコン・サーバーに蓄積された情報が、キーをひとつ打ち間違えることによって、大量に漏えいしてしまう恐れがあります。また、不注意によるミスだけではなく悪意のある情報への接触、持ち出しによって、情報の流出が起こることもあります。

情報コミュニケーション産業である私たち印刷会社は、多くのお客さまから日々膨大な量の情報をお預かりして、取り扱っています。それらの情報には、非常に機密性の高いものも多く含まれています。たとえば、保険会社や信販会社などのダイレクトメールでは、何十万、何百万の個人情報を扱います。また、競合同士となる企業両社の最先端技術情報や新製品情報などを同時期に取り扱うこともあります。チラシなどの商品・価格情報は、配付されるまで絶対に漏れることがないように配慮しなければなりません。これらの情報は、「絶対に漏えいしない」という固い信頼関係のもと、お客さまからお預かりしているものです。

「全社」を対象とした取り組み

情報セキュリティ管理は、水害を防ぐ堤防の管理に似ています。蟻の一穴が大きな被害をもたらすように、一人の漏れも無く、全部門・全社員で取り組まなければなりません。

これまでトッパンは、そのような認識のもとに全社的な情報セキュリティ体制を構築してきました。業界の先駆けとして、1999年に「個人情報保護方針」「個人情報管理規程」、2001年には情報セキュリティ管理規程を制定し、さまざまな観点から対策を講じて、情報の適正な取り扱いと保護の徹底に取り組んでいます。

多様な取り組みを行いながら、社外の事件にも敏感に反応し、自らの教訓とするべく事件を平易に解説し注意喚起を促す社内通達を繰り返し発信しています。2006年のウィニー問題では、自宅でのパソコン利用をも定めた通達を、全部門で周知徹底したことを文書で確認しました。

業界リーダーであるトッパンの使命 「情報セキュリティ管理」

●全社的な取り組み

マネジメントシステム

2000年3月に金融・証券事業本部が個人の権利を保護するプライバシーマークを取得したのははじめに、各事業(本)部やグループ会社など全社スケールでプライバシーマークを取得していきました。2002年6月には、Eビジネス事業部TOPICAサービスにおいて情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)認証を取得し、組織として情報を適切に管理し、機密を守るための包括的なリスクマネジメント体系を構築しました。ISMSは、2003年2月にはグループ会社であるトッパン・フォームズ(株)でも認証取得しています。

人

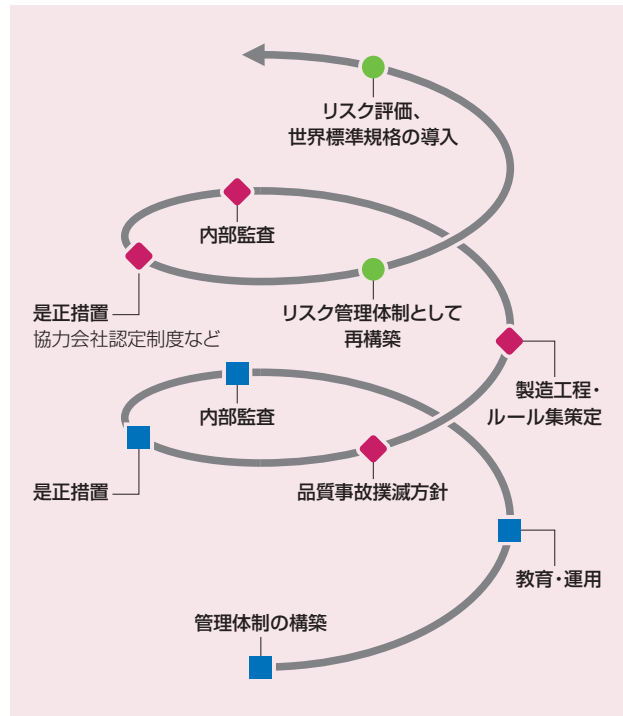
トッパンは、人間尊重を底流とする情報セキュリティ管理強化に努めています。最も重要で基本的な施策である教育面では、パート・アルバイトや派遣社員なども含む全従業員に、「情報セキュリティ管理ガイドブック」などの教育ツールを配布し、周知徹底を図っています。

機密保持を含む誓約書の取り交しの徹底や、監視カメラの設置など管理策強化の一方では、報告・連絡・相談を活発に促す職場環境の整備にも重点をおいています。

設備・機器

社屋の入退館や入室の規制強化、ネットワークへの接続規制、パソコン利用者の本人認証、USBメモリの接続規制によって、情報流出の可能性を極小化するとともに、アクセスが認められた者の作業内容について監視システムを導入しています。

●セキュリティに関するPDCAサイクル



個人情報流出対策は重要な課題

昨今、社会問題化しつつある個人情報流出を重要な問題と捉え、2006年度は「悪意による持ち出しを絶対に許さない」ための対策をさらに強化しました。

代表取締役社長から全管理職へ各職場におけるセキュリティ確保の再確認を通達し、また、情報セキュリティ管理推進部会より情報セキュリティ管理責任者あてに、「個人情報管理に関する緊急改善のお願い」を通達するなど、悪意ある持ち出し防止のための「最優先改善施策」の徹底を呼びかけ、管理の厳格化を図りました。

引き続き、「個人情報管理に関する緊急実態調査」を実施し、電子記憶媒体の管理など「最優先改善施策」ごとに各事業所や工場のセキュリティの実態を改めて洗い出し、改善を継続して実行しています。

情報セキュリティの高度化に向けて ～ISO/IEC27001～

今後は、情報セキュリティの世界標準規格であるISO/IEC27001「情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)」が定めた管理策の適応を図り、より具体的かつ厳格な安全管理策に移行させつつ、認証取得事業を水平展開させていきます。ISO/IEC27001は、個人情報をも

ちろんその他の情報も含めて、リスクを洗い出し、必要なセキュリティレベルを決め、情報資産について、機密性、完全性、可用性を確保するため、継続的にPDCAを維持し、改善することを求めている規格です。

たとえば、「新商品データやエレクトロニクス系製品データ」には許可されたものだけが情報にアクセスできる「機密性」、「チラシ」には商品・価格情報およびその処理の方法が正確であり完全である「完全性」、「製版データ、バックアップデータ」は必要な時に速やかに利用できる「可用性」が求められます。さらに、リスク評価の基準づくり、対策の効果測定基準を明確化、管理運用状況の経営層への報告と見直し指示など、ISO/IEC27001の要求を取り入れた管理体制を構築していきます。

信頼される企業にむけて

トッパンは、情報セキュリティ管理体制の強化をグループ全体の共通認識および共通施策とするべく、足を運んで調査・指導を行っています。また、全日本印刷工業組合連合会へのノウハウ提供などにより印刷業界全体のセキュリティレベル向上、さらには情報コミュニケーション産業界の信頼性向上に貢献していきたいと考えています。

このような活動を通じて、これまでと同様に個人情報漏えい事故「ゼロ」を継続していきます。

特集2 ユニバーサルデザイン

トッパンでは、2001年に独自のユニバーサルデザイン6原則を制定し、「できる限り多くの人々が利用しやすいように配慮した、製品・空間・環境・サービス・情報伝達などの具現化、実現するための活動」に取り組んでまいりました。印刷会社として、見やすく使いやすいものをつくりだすことはもちろん、情報・文化の担い手として、より意図が正確に伝わるように情報をデザインする。トッパンのユニバーサルデザインへの取り組みは、これからも続いていきます。



●トッパンユニバーサルデザイン6原則

トッパンでは、ユニバーサルデザインに関する考え方を、以下のように定義しています。
「できる限り多くの人々が利用しやすいように配慮した、製品・空間・環境・サービス・情報伝達等の具現化、実現するための活動」
そして、この考え方から6つの原則を制定しました。

原則1	様々な人々の身体・知覚特性に対応しやすくなっている。
原則2	視覚・聴覚・触覚など複数(多重)の方法により、わかりやすくコミュニケーションできる。
原則3	直感的にわかりやすく、心理的負担が少なく操作・利用できる。
原則4	より少ない力での取り扱いや、移動・接近が容易など、身体的負担が少なく、操作・利用できる。
原則5	素材・構造・機能・手順・環境などが配慮され、安全に利用できる。
原則6	適正な価格での提供、社会への十分な供給が可能である。

トッパンの考える ユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザインは、障害者や高齢者の生活に不便な障害を取り除こうというバリアフリーの考え方をさらに普遍化し、誰にでもわかりやすく、使いやすいことをめざした考え方です。また、その考え方の適用範囲は「モノづくり」だけにとどまりません。つまり、年齢や性別、身体機能などに関わらず、できる限り多くの人々が利用しやすいように配慮した、「街づくり」や「情報・サービスの提供」なども含まれています。

トッパンは、情報コミュニケーション産業として、商業印刷分野から証券・カード印刷分野、出版印刷分野、またパッケージや建装材などの分野で、企業と生活者のコミュニケーションに関わる課題に、ユニバーサルデザインの視点からさまざまな提案を行っています。事業活動を通じて直接のお客さまである企業とともに、最終ユーザーである生活者にご満足いただくことをめざしているからです。

本特集では、情報コミュニケーション事業本部、パッケージ事業本部の取り組みと、本レポートにおけるユニバーサルデザインの取り組みについてご報告します。

●具体的に配慮すべき項目

- 表示での見やすさ、読みやすさ等の識別のしやすさ
- 写真・図・記号等を利用した直感性
- 文章表現のわかりやすさ
- 表現の簡潔さ
- 間違いの起こりにくさ
- 取り扱い・操作のしやすさ
- 身体的特性を選ばない
- 身体的な負担が少なく、利用しやすい
- 情報メディアの多様性・代替性
- リーズナブル(適正・順当)な価格設定
- 社会的に十分な供給が可能
- デザイン性への考慮
- 利用や使用感での楽しさ・明るさ

「すべての人にわかりやすく、使いやすい」 そして「すべての人に伝わる」をめざして

情報コミュニケーション事業本部

保険、住宅ローン、投資商品などの金融商品は、くらしを安定・向上させるために、多くの人々が利用しています。しかし、金融商品の内容は複雑であり、利用者への内容説明が容易ではありません。商品説明パンフレットなどは、詳しく説明をするために文字が小さくなり、さらにリスク説明や専門用語が多く、わかりづらい表現がトラブルの要因にもなっているようです。そのため、今秋から施行される金融商品取引に関する法律では、広告表現に関する見直しを行うことが具体的に示されています。利用者保護の観点から内容をわかりやすく表現し、読みやすい大きさの文字にしながらも、商品の魅力や企業ブランドも訴求したい。金融機関では、限られた紙面の中に、このような課題を持っています。

セキュアソリューションセンターでは、このような課題の解決に向けて情報のユニバーサルデザインという観点から、誰もが理解しやすく、商品の魅力と企業ブランドが十分に伝えられるツールを開発するための「クリエイティブ評価サービス」の提供を開始しました。

住宅ローンのパンフレットを出発点に

初めて住宅ローンを検討する人にとっては、金利プランや契約条件など、複雑で難解な情報が掲載されているパンフレットはわかりにくく、作成する金融機関でも、どのようにしてわかりやすく伝えるかが課題となっています。これを「用語・記述」「デザイン・レイアウト」「誤認防止」の観点から分析し、課題と解決の方向性を抽出しました。次に、すでに住宅ローンを利用している方々へのグループインタビューを実施して、実態を把握しました。これらをふまえて、理想的な住宅ローンのパンフレットをつくるためのチェックリストが生まれ、そのチェック項目は100を超えました。



クリエイティブ評価をもとにつくられたパンフレット

さらに、このチェックリストをもとに、テスト用の住宅ローンパンフレットを作成。約50名のモニターが参加した、実際の住宅ローンパンフレット類との比較検証会では、「読みやすさ」「情報量」「利用意向」などの9分野すべてにおいて、高い評価を得ることができました。

社内ツールも同じ観点で

金融機関の社内マニュアルの制作にも「わかりやすく正確に伝える」という観点を取り入れています。金融機関の利用者の保護を実現するためには、パート・アルバイト、派遣社員を含む全従業員が販売・事務などの業務を正しく理解し、正確に行うことが求められるからです。

平易な表現や図解などを用い、業務マニュアルを直感的に理解できるように「わかりやすくリニューアルする」サービスを2005年から開始し、金融業界全般へ提供しています。サービスを提供した金融機関からは「見ればわかるマニュアルになったので、研修がしやすくなり理解度も高まった」「すべきこと・してはいけないことが整理され、事務的なミスが減った」という評価をいただいています。

金融機関と利用者、双方の視点で

利用者保護へ向けた法改正や、金融機関における内部統制の強化、就労構造の変化などを背景に、これらのサービスへの需要はさらに高くなっています。今後はこれらのサービスを拡充・拡大し金融機関とその利用者によりよい関係づくりに貢献していきます。



CSR支援の視点を大切に

情報コミュニケーション事業本部
セキュアソリューションセンター
コミュニケーション企画部

掲載情報に共通点が多い金融機関のツールであれば、「わかりやすい」と感じていただける一定のデザイン・表現ルールが構築できるのではないかと考え、サービスを開発しました。今後も、利用者の満足・お客さまである金融機関のCSR支援という視点を大切にしていきたいと考えています。

容器への気づきと心配り

パッケージ事業本部

持ちやすさ、使いやすさ、表示の読みやすさ、さらには保管や廃棄のしやすさなど、トッパンの事業の中で最もユニバーサルデザインの観点が求められてきたのが、食品や生活用品の容器をつくるパッケージ事業でした。この事業におけるユニバーサルデザインの取り組みをご報告します。

バリアフリーの時代から

1990年代のはじめ、まだバリアフリーという考え方が主流であった時代に、生活者の不満を解消し、使い勝手を向上させた容器の開発がパッケージビジネスの鍵になるのではないかと発想からその取り組みが始まりました。

トッパンのお客さまである食品や生活用品のメーカー、商品を販売する流通業、エンドユーザーである生活者から意見を聞きながら、多数の商品パッケージについてその使い勝手を調べ、基準をつくり、データベース化することでトッパンオリジナルの「UD(ユニバーサルデザイン)診断システム」を開発。データベースには現在までに約750サンプルが登録され、お客さまへの提案に役立てています。この診断に基づき、課題解決に向けた提案を「形・構造 × わかりやすく・見やすいデザイン」の2軸から行ってきました。

社会の期待に応える製品を

この数年はお客さまからの評価・提案依頼が急増しています。環境対応や製品の安全性に対する社会の目が厳しくなっていること、生活者はそれらの課題がクリアされたうえで使いやすさや美しさも求めていること、高齢者が増加していることなどがその背景にあると考えられます。



トッパンがパッケージリニューアルのサポートをした「ピノ」。開封つまみの位置と大きさを変えて開けやすくし、開口部を大きくすることで中のアイスクリームを取り出しやすくした。

社会の動向をふまえ、2006年度はパッケージを企画・生産するうえで重要な9つの要件と、購入から廃棄までを意識し、機能・グラフィックそれぞれに4つの大きなポイントを設け考え方を体系化しました。これに基づいて「UDコンサルティングサービスメニュー」とその具現化例である「UD SELECTION(モデル製品)」を発表しました。これによって、総合的に素早くお客さまへサービスをご提供できるようになっています。

「気づきと心配り」で常に前進

「利き手がどちらでも開けやすい」「手の大きさに関わらず持ちやすい」「中身を注ぎ足すときに漏れにくい」このようなアイデアも、パッケージの強度やコストなどの条件を乗り越えて具現化することは非常に困難ですが、一度製品化されてしまうと、当たり前ものとなり、ユニバーサルデザインとして意識されることはなくなります。

トッパンは、ユニバーサルデザインの原点とも言える「気づきと心配り」を常に意識して取り組んでいきます。また、ユニバーサルデザインの視点でパッケージを分析し、お客さまへの提案を行うトッパン独自の「UD診断士」の育成などを開始し、常に付加価値の高い提案を行い、ユニバーサルデザインに配慮した製品をつくりつづけていきます。

●トッパンユニバーサルデザイン9つの要件

- 商品識別性
- 取り出しやすさ
- 保管性
- 持ちやすさ
- わかりやすさ
- 廃出しやすさ
- 開封性
- 便利機能
- けがの防止



お客さまに先じた提案を

森永乳業株式会社
辻 亜喜奈様

「ピノ」は、お客さまの年齢層が非常に幅広いいため、誰にでもお楽しみいただける商品をめざしています。また、お客さまからご要望が寄せられる前に、こちらからご満足いただける商品へと進化させることを重視しています。トッパンには、今後より一層よい商品にしていくなためご協力をいただきたいと思います。

本レポートに取り入れたユニバーサルデザイン

昨年発行した「CSRレポート2006」をユニバーサルデザインの視点で検証し、配色や案内・検索機能などについて改善を行いました。

配色

色覚の個人差を問わず、読みやすく正確に情報を伝えることができるように配慮しました。昨年のレポートでご紹介した「色覚ユニバーサルデザイン支援ツール」を用いてレポートに使用する色の選択を行い、組み合わせの注意点を抽出し、さらにNPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)様に、検証をしていただきました。

〈主な配慮のポイント〉

- 図版、表、グラフなどで概念や意味の違いを色分けで表現する場合は、色弱の方にとって同色に見えない色をなるべく採用する。
- 色分けだけに頼らず、「線」や「間隔」を使った区分けの明確化、形状の差異、文字による説明などで、正しく伝わるようにする。

その他の改善

ページタイトルの拡大や、タイトル、ツメの活用により、案内・検索機能をより見やすく、わかりやすくしました。

レイアウトと書体について

CSRレポートの特性

- 報告内容が多岐にわたり、図版、写真、グラフなどを多用する。
- 和文に英字、数字が多用される。

内容の理解を助ける図版・写真・グラフが多く出てくる報告のページは、図版類を一段ごとに掲載できる三段組みとし、そのほかのページは二段組みとしました。また、英字、数字が多用されることから横組みとし、一般的に視認性が高いといわれるゴシック文字を採用しました。



配色やデザインについて、ユニバーサルデザインの観点から再度見直しを行った。

本レポート内の図

「色弱の方にどう見えるか」をシミュレーションした一例。色の变化で図の意味が誤解されないことを確認。

矢印
(「CSRレポート2006」)

色分けに加え、形状に差異をつけて誤認を防止した矢印(P5)

グラフ
(「CSRレポート2006」)

棒の間を空け、数字を白く囲み、視認性を向上したグラフ(P6)



積極的なカラーUDを

NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)
伊賀公一様

「色の違い」は万人が共通して認識できるものではなく、分類や強調を色だけに頼ると、色弱の方に伝わらないことがあります。また、この視点で色使いやデザインを見直すと、誰にでもわかりやすいデザインに進化します。カラーUDが積極的に取り入れられることを期待します。





ステークホルダーダイアログ ユニバーサル デザインな 社会をめざして 印刷会社に求められる 期待・役割

多様な人々がふれあい豊かにくらすことのできる「ユニバーサルデザインな社会」をつくるためにトッパンが取り組むべきことは何か。

ユニバーサルデザインに携わるステークホルダーの皆さまから、これまでの取り組みに対する評価や、今後への期待・ご意見をいただきました。

坂本 まず、本日で参加いただいているみなさまにとって、ユニバーサルデザインとは何なのか？それぞれの立場から教えていただければと思います。

西田 私たちは高齢者の方々にアートを楽しんでいただき、認知症の予防や改善に役立てる取り組みをしています。その中で大切にしているのは、「私たちの知らないことは多い」と気づくことです。あらゆる取り組みがうまくいっていても、常にほかの選択肢があるということを意識する。そして自分たちに限界があることを頭に置きつつ、相手の立場に立つことが一番重要です。

伊賀 私たちがあつかうカラーユニバーサルデザインの歴史はまだ浅いです。色弱と呼ばれる人は日本全国で320万人いますが、自分から言わなければ人にはあまりわからないものであるだけに、すすんで知らせる人は少ない。この問題はまだまだ知られていません。そのため、たとえば色で強調して伝えようとしていることが、実は伝わっていないということが現実によく起こります。情報を伝えようとする一般の人たちは、伝わっていないこと自体になかなか気づかない。そこにどう気づくか、どう変えていけるかが大切なんです。

大矢野 私たちの団体は、生活者の声と企業をつなぐ組織です。単に提供されたモノやサービスが生活者にいかに配慮されているかを見るのではなく、そのモノやサービスをつくっていく過程に、どれだけ生活者の声や視点が反映されているかを大切にしています。生活者はモノやサービスを選ぶことで、その向こうにある企業の信



赤池 学氏

(株)ユニバーサルデザイン総合研究所・代表取締役所長、キッズデザイン協議会・設立発起人。ユニバーサルデザインに基づく製品開発、地域開発を手掛ける。



伊賀 公一氏

NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構・テクニカルアドバイザー。さまざまな色覚特性を持つ方々にとっても、一般の方にとっても、誤解を生まず見やすく整理された色使いを普及することを目的としたコンサルティング業務に取り組む。



大矢野 由美子氏

NPO法人ユニバーサルデザイン生活者ネットワーク・事務局長。生活者視点からのユニバーサルデザイン普及に向け、さまざまな企業との協働作業に取り組む。



西田 清子氏

NPO法人日本臨床美術協会・常務理事、(株)芸術造形研究所・専務取締役。高齢者の情報認識について臨床経験からの考察を行う。

頼性をも選んでいる。その意味で、ユニバーサルデザインに配慮することは、企業の信頼性を高めることに直結すると考えています。

赤池 今、大矢野さんがおっしゃった「モノやサービスをつくっていく過程に関わっていく」ということは非常に重要です。私はいろいろなメーカー、とくに地方のメーカーとモノづくりをする時は、地域の障害者やNPO、子どもたちなどが参加できる仕組みそのものをまず作り、新しい商品の設計や開発を行っています。ユニバーサルデザインの視点に立ったモノづくりに必要なのは、まさに「参画と共創」だと思います。生活者視点の商品ができあがるというメリットだけではなく、モノやサービスをつくっていく過程に参画している人たち自身が、商品が誕生した時にその商品の最初の利用者になってくれるでしょうし、PRマンにもなってくれるというメリットも生まれるのです。

ユニバーサルデザインは 多様な一人ひとりに開かれているべき

坂本 では、ユニバーサルデザインの対象となる人々をどのように捉えればいいのでしょうか？

西田 皆さん、「高齢者」と一言でまとめてしまいましたが、とくにユニバーサルデザインの視点で考えた場合、高齢者というくりは大きすぎると感じています。たとえば

1歳の子どもと30歳の大人は全然違うのに、高齢者だと30年の差をひとくくりにしてしまう。私たちは「前期高齢者、後期高齢者」と分けて考えていますが、やはり同じ高齢者でも分けて考えていかないと、いろいろなすれ違いがおこってくるのではないかと感じています。

伊賀 一言で「色弱者にもわかりやすいユニバーサルデザイン」といっても、たとえば色弱者同士でも一番見やすい色は違うわけです。その時に、それぞれに合うものを探していき、ひとつずつ対応していく、という方法もありますし、共有できるのはどこかを探していく、という方法もあります。それは商品によっても変わってきます。対象をどう定めるかによっても、方法が変わってくる。自由度は高いと思います。

大矢野 トップランは企業を直接のお客さまとする業態で、生活者との直接的な利害関係は少ないかもしれませんが、でも、ステークホルダーとして、生活者を大きな存在として捉えることが重要だと思います。ユニバーサルデザインを考える場合、エンドユーザーである生活者と対話を繰り返し、さらにエンゲージメント(参画・関与)を深めて、それをモノやサービスにつなげていくべきだと思います。

広村 生活者の方々は、重要なステークホルダーであると認識しています。生活者の方と直接接する機会は多くはありませんが、さまざまな業種・業態の幅広いお客さまと接しているので、生活者の動向・嗜好など色々な情報が入ってくるというのがトップランの特長です。また、そのような情報から始まるユニバーサルデザインの試みを、さらに幅広いお客さま、その先にいる生活者へと展



坂本 文武氏 司会進行役
ウィタンアソシエイツ(株)・取締役
シニアコンサルタント。企業の社会的責任に関する企画提案、NPOへの経営支援などに従事。



金子 眞吾
常務取締役・経営企画本部長および
法務本部担当。CSR担当役員として
CSRを積極的に推進。



広村 俊悟
取締役・広報本部長。トップランの
企業広報活動全般を担当。

開催概要
2007年7月3日(火)
14:30~17:00
於トップラン小石川ビル

開していくこともできます。そこに私たちがユニバーサルデザインに取り組む意義があるように感じています。

一人ひとりにフォーカスすると ユニバーサルデザインのヒントが 見えてくる

坂本 社会の変化や技術の進歩などによって、今までとは違う観点からユニバーサルデザインを考える必要もありそうです。今後、ユニバーサルデザインを考えるにあたって、注目しておくべきことがあれば教えてください。

西田 これからの高齢者というのは、消費を生み出していく、とても大きな力になっていくのではないかと思います。少子高齢化のなかにあって、高齢者の方々が積極的に生きること、社会も活性化する。今も、企業を退職された方たちが、すばらしいアイデアをもって生きてらっしゃると思います。トッパンの諸先輩方の中にも、ユニバーサルデザインのすばらしいアイデアを提案してくださる方がいらっしゃるのではないかと考えています。ですから、諸先輩方を含めた回りの経営資源をもう一度見直すと、思いがけない発見があるかもしれません。

伊賀 色覚による色の見え方の違いを疑似体験するソフトウェアや、さわると色を教えてくれる装置など、さまざまなツールが出はじめています。今後は、色覚に関する理論も向上していくので、色弱の方を支援するツールが



さらに出てくる可能性が高いですね。また、色弱ではなく、白内障の高齢者もどんどん増えている。そういう方々に対する配慮も必要になってくることは間違いのないと思います。

赤池 さまざまな研究が進んでいて、人工的に色弱の視覚を体験できる技術など、障害のない人が、さまざまな障害を体験できるようなツールがいくらかもある。ですから、開発中の商品やサービスのモニター評価に、そのような先進的な技術を組み込んでいくことが非常に重要です。また、限られた人にとってのユニバーサルデザインを突きつめていくと普遍性のあるものになるのではないのでしょうか。たとえば、子ども向けのデザインを研究、開発していくと、子どもに対する安全性だけではなく、社会システムや現在のモノづくりの課題・矛盾がみえてくることを経験しました。同じように、多様な障害、疾病を持った人たちにモノづくりに参画してもらうことで、逆に幅広く受け入れられる商品の種が見つかるのではないのでしょうか。障害を持っているからこそ出会える価値を見つけ、障害者をプラスの方向に応援していくようなことを、トッパンであればさまざまな事業を通じてやっていけないのかなと感じました。

坂本 グローバルな視点に立つと、ユニバーサルデザインはどうなっていくのでしょうか？世界的にみると日本のユニバーサルデザインはどうでしょうか？

大矢野 日本のユニバーサルデザインの進み方は、他国のそれとかなり違って見えます。日本は企業が主導で引っ張っていて、生活者は受益者という立場からなかなか



か出ていかない。しかしヨーロッパの場合はNGOやNPOの力が大きく、市民参画社会と言われるように、そもそも生活者視点に立っていない企業は彼らから指摘を受けることになります。

赤池 ヨーロッパには、障害者の方が地下鉄やバスの乗り降りをする時、周囲の人が手をかすことが当たり前になっている国もあります。日本でも製品だけではなく、そのようなコミュニケーションやサービスを定着させることを、事業の中で考えてもよいのではないかと思います。

これからの ユニバーサルデザインとは

坂本 「ステークホルダーの多様性」「技術の活用」「製品とサービスのバランス」などに関するご意見をいただきました。これからユニバーサルデザインとはどのようなようになっていくのでしょうか？また、トッパンはそれにどう取り組むべきでしょうか？

赤池 共創の真骨頂は、生活者自らが、自分だけのものをつくれる仕組みをつくることだと思います。いわゆるカスタマイズ^{※1}とか、パーソナライズ^{※2}。今までは、ひとつのモノが基本形となり、それが高齢者にも障害者にも子どもたちにも、という形で提供されてきました。それを、トッパンのさまざまなビジネスの中で、より「あなた



※1 メーカーなどによって生産された製品やサービスを自分の嗜好に沿って改造すること
※2 メーカーなどによって生産された製品やサービスを自分用に適用すること



だけ」のためのモノやサービスを提供していく。これは今までのユニバーサルデザインの世界であり議論されていない、でも実はとても重要なユニバーサルデザインの次のステップではないかと考えています。

広村 パーソナライズ、カスタマイズには、生産コストと環境負荷の問題がついてきます。これをステークホルダーと共有することが非常に高いハードルです。

赤池 モノづくりのプロセス自体に、ユーザーを参画させていけば、高い値段でも納得して購入するでしょう。カスタマイズによる環境負荷が気になるのであれば、環境性も含めた参画プログラムをつくればいいのではないのでしょうか。自分がかかわってつくったものに関しては愛着が沸くでしょう。その参画のプログラムづくりこそが、トッパンが取り組むべきユニバーサルデザインのひとつなのではないかと思います。

大矢野 私は、究極にユニバーサルデザインの理念を追求した時には、モノの形はずいぶん単機能になっていくだろうと思っています。そのうえで、それぞれの個性に合わせていくために、カスタマイズするものがオプションとして付いていればよい。選択の幅を広げるというのもユニバーサルデザインだと思います。

赤池 確かに、芯になる部分はシンプルにつくり、多様なオプションをつくっておく。それが基本だと思います。

伊賀 メディア全般で情報を伝えていくうえでは、パーソナライズ可能なものもある。逆に、実は色をたくさん使う必要のないものもある。情報の再整理によって、色弱の方だけではなく、誰もが見やすいものになっていくという側面もありますね。一度ゼロからつくり直してみると、すごくいいものが生まれてくることも非常に多いです。



西田 高齢者の方たちも、高齢者だからこうだと決めつけられたものではなく、シンプルであっても「自分だけのもの」と思えるものを、大切に長く使いたいと思われています。

金子 それぞれの方々に一対一で対応していくことへの難しさがあるのは事実です。しかし、ひとりでも多くの人に対する共通基盤を用意し、そこから先はオプションとして選択の幅を用意することはできます。また、モノでは対応しきれないことを、サービスの充実でカバーすることもできます。同じものを大量に安く速くという製造業の基本とは逆の価値観ですが、それもまた自分たちの技術・ノウハウとしてより高めていく必要があると思います。生活者が何を考えて、何を欲しがっているのかということに我々が気づき、逆にお客さまへご提案することで、社会から認められる会社になるのではないかと考えています。

赤池 社会的に価値のある製品、ソーシャルウェア^{※3}を開発できる素地がトッパンにはあるのではないのでしょうか。トッパンで開発をしている方と会うと「こんな技術までトッパンはやっているの?」とびっくりすることが多い。医療用チップの開発などがまさにそうです。研究の成果を、ユニバーサルデザイン的なものに展開できないか、一度技術の棚卸しをやってみると、新規事業の種が見えてくるかもしれないし、それを商品化していく取り組みをCSRとして展開できるのではないのでしょうか。

すべての社員が生活者志向になっていくことの大切さ

坂本 一部の社員がやっているのは、本当のユニバーサル

デザインは実現できない。事業を行うすべての過程において、そこに関わる社員一人ひとりが取り組むべきことがあるように思われます。トッパンでは、全社横断的な体制で取り組んでいるようですが、これにもっと付け加えるとしたら何があるのでしょうか。

赤池 本業を越えて、もっと社員が社会に出て行くプログラムをつくられてはどうでしょうか。たとえば、トッパン小石川ビルのある文京区に貢献できるプログラムなど、「公益」としての価値開発という意識が社会に広がっていくような社員の活動を支援されてみるとか。

大矢野 企業がユニバーサルデザインに取り組むということは、現場の人間が生活者志向になっているかどうかのポイントだと思います。すべての部署が横断的につながり、使い手の身になって取り組んでいるかが重要なんです。以前、ある会社の商品開発で、生活者ニーズの収集から企画、デザイン、試作、モニター検証まですべての工程に関与したことがあります。多様な人々によるモニター検証の反応を目の前で見ることで、現場の方々の意識がずいぶんと変わりました。生活者の生の声がダイレクトに入っていないと、意識はなかなか変わりません。

伊賀 企業のなかで、色を使っている場面はたくさんあります。商品だけでなく、社内発表用資料の色使いも見直そう、となると、社内から「実は私も色弱です」という声があげやすくなるんです。何かの開発プロジェクトに一人そういう人がいれば、全員が意識して色に配慮した



※3 さまざまな社会・そこで行われる活動を支援する技術・製品・サービス

開発をしていくきっかけになるんです。それから、大切なのはいちばん初期段階からユニバーサルデザインについて考えておくこと。モノができあがって最後にチェックしてもどうしようもないことがあります。できるだけ早くから配慮しておくことで、スムーズに、低コストでモノやサービスが開発できるのではないのでしょうか。

西田 大矢野さんもおっしゃっていましたが、やはり企業人ではあるけれども、皆さん生活者であることを意識するのが大切です。社内で、自分は何者なのか、自分の感性はどういうものなのかということに気づくような社員研修プログラムがあれば、企業人と生活人のバランスがとれて、いいお仕事ができるのではないかと思います。トッパンは非常に多くの情報発信をしてくださる企業だという印象がありますが、生活者としての感性を常に磨いていくことで、インフォメーションプラスインテリジェンス、すなわち知性ある情報発信ができる会社になるのではと感じています。

赤池 生活者の感性や記憶に訴えるような、ソーシャルウェアをお客さま企業と開発することにもっと取り組んで欲しいですね。見た目のデザインはもちろんですが、生活者がその商品を手にとったときに、また使っていくうちに親和性が高まったり、愛着を感じるようなストーリー性のある、良質なコンテンツをトッパンの持つ印刷やコミュニケーションの技術に寄り添わせていくと、とても面白いユニバーサルデザインのその先のモデルが生まれるのではないかと思います。

坂本 さまざまなご意見が出ましたが、大切なのは視点を変えていくこと。今ある技術がほかに使えないか、技術の棚卸しをすること。また、自分たちが持っている情報には限りがあることを認識して、消費者、生活者の方々の身になって考えてみる、あるいはその方たちに早い段階から参画をしていただく。そのこと自体がユニバーサルデザインのコミュニケーションにもなり得るということですね。また、社員一人ひとりが生活者志向になっていくことの大切さ。このステークホルダーダイアログではさまざまなヒントが出ましたが、これからのトッパンの取り組みに期待したいと思います。



ステークホルダーダイアログを受けて

ステークホルダーの皆さまと、トッパンがユニバーサルデザインに取り組むにあたって大切にすべき視点について意見交換をさせていただくことができ、大変貴重な機会になりました。トッパンは100年以上にわたって印刷やコミュニケーションの技術を研究しており、これらをもっと社会に役立てることができると考えています。また、会社員であり、生活者であり、ひと

りの人間であるトッパンマンの一人ひとりの頭の中には、たくさんのユニバーサルデザインの卵があります。社会や生活者との関わりをより深め、「これまでの発想や視点をかえる」ことに全員が取り組み、これからの社会に役立つ新しいビジネスを生み出していきたいと考えています。

常務取締役 金子眞吾

ステークホルダーダイアログ

Topic 01 「カートカン」がエコプロダクツ大賞を受賞

トッパンが森を育む紙製飲料容器普及協議会と協力して開発・普及を進めている紙製飲料容器「カートカン」が、第3回エコプロダクツ大賞「エコプロダクツ部門農林水産大臣賞」を受賞しました。

「カートカン」は1996年に環境配慮型製品として開発された、紙製の飲料容器です。これには原料となる紙に間伐材を含む国産材を30%以上使用することで、「植える→育てる→収穫する→上手に使用する」という健全な森林の育成循環を促し、地球温暖化防止に効果的な役割を担っています。



「カートカン」は現在約40社、140製品に採用されており、売上金の一部を「緑の募金」に寄付し、森林づくりに協力しています。

「カートカン」は、街の中でもエコロジーを感じ、ひとりでも手軽に森林づくりに参加できる「森の循環型商品」であることが高く評価され、今回の受賞となりました。



Topic 02 「やさしいエコテナー」が木下賞受賞

トッパンが開発した「やさしいエコテナー®」が、2007年「第31回木下賞改善合理化部門」を受賞しました。木下賞とは、社団法人日本包装技術協会が主催し、包装技術の研究・開発、包装の合理化・改善・向上に顕著な業績をあげたものに与えられる賞です。

トッパンは1991年より、再生紙の外箱、ガスバリア性を有するプラスチックフィルムの内装、注ぎやすい口栓からなる複合容器「エコテナー®」を食用油、液体洗剤向けとして販売してきました。使用後の分別が容易で、食用油向けプラスチックボトルに比べ樹脂使用量を65%削減していることからエコマークの認定を受けています。

「やさしいエコテナー」では、トッパンならではのUD(ユニバーサルデザイン)コンサルティングのノウハウを活用し、「持ちやすさ」「取り出しやすさ(注ぎやすさ)」を改善。また、脱墨性に優れた環境配慮型の印刷加工技術「エコグロス®」を使用し、リサイクル適性も向上させました。これらの改善が評価され、今回の受賞につながりました。



外箱のすべり止め、後側面のくびれ加工や大きな表示など、さまざまな視点で「使いやすさ」を追求した「やさしいエコテナー」

ハイライト2006-2007

CSR活動トピックス

Topic 03

失われた知識探索への貢献 「キケロ・プロジェクト」

トッパンは古代・中世ヨーロッパに存在していた重要な文書をよみがえらせる「キケロ・プロジェクト」に、ヴァチカン教皇庁図書館と共同で取り組んでいます。

このプロジェクトは、ヴァチカン教皇庁図書館が所蔵する約200冊のパリンプセストの解読をめざした国際プロジェクトで、2004年の春から開始されました。パリンプセストとは、丈夫な紙がなかった古代・中世ヨーロッパで、紙の代わりに使用されていた「羊皮紙」(特殊処理をされた羊や牛の皮)に書かれた文字を消して、上書きした写本のこと。当時、羊皮紙は高価であったため、このように使われていましたが、消された文書の中に重要な古文書が含まれている可能性があります。

トッパンは、消された文字のかすかな痕跡を読み取る専用特殊スキャナと、読み取った画像の僅かな色調の違いから消された文字を時代別に色分けして表示をする解析ソフトウェアの開発を担当し、2005年4月に第1号機を納入。また2006年度に贈呈した第2号機によって、調査効率が大幅に向上しました。

その成果のひとつとして、写本の消された文書(12世紀に記述)の中に、10世紀の歴史家の作品が含まれていることが発見され、ヴァチカンの研究者によって、国際会議で発表されました。



(上)ジャン=ルイ・トラン 聖ローマ教会尚書長 枢機卿(左)と足立社長

(中)解析中のヴァチカン教皇庁図書館の研究者たち

(下)解析後の画像。書かれた時代別に色分け表示されている。

Topic 04

次世代育成支援策の拡充 ～出産退職社員の再雇用制度～

出産を理由に退職した社員を対象とする再雇用制度を2007年1月1日に導入しました。これは、すでに導入されている育児休業や勤務短縮などの制度ではバックアップすることができなかった「出産後子どもが幼少の間は育児に専念したい、諸事情により専念せざるを得ないものの、いずれは復帰したい」という社員

のニーズをふまえたものです。一度退職した社員にも、子どもが小学校に入学するまでの期間、復帰の道を設けることで、安心して育児に専念できる環境を整備しました。トッパンにとってもこの再雇用制度の導入により即戦力としての人材の確保が見込めます(→P57)。

Topic 05

凸版印刷株式会社 板橋工場における「六価クロム」検出の件

凸版印刷(株)では、旧福岡第一工場での土壌・地下水汚染を契機に土壌・地下水などの自主測定を行っています。

2007年5月に、板橋工場にて敷地内6カ所の観測井戸で、使用履歴のある有害物質として「六価クロム」「鉛」などの測定をしたところ、工場の北西側に設置した1カ所から環境基準値0.05mg/Lを超える0.13mg/Lの「六価クロム」が検出されました。この結果を受け当社では、行政(東京都・板橋区)および近隣の住民の皆さんへ報告するとともに、6月28日に板橋区と同時にプレス発表を行いました。また、6月19日以降、汚染原因の特定のための敷地内調査に着手しています。

今回の件は、行政の見解においても自主調査・自主対策の位置づけになっていますが、当社としてはCSRの観点から、行政と協議しながら汚染源の特定を行うとともに、汚染源が敷地内であるか否かに関わらず下流域外部流出を食い止めるため、敷地境界への地下水遮水壁の設置と高濃度箇所での地下水の揚水浄

化を行う予定です。

なお、汚染原因の調査を現在進めていますので、結果につきましては次回のCSRレポートにて報告いたします。



ボーリング調査のようす



行政の立ち入り調査と確認

ハイライト2006-2007

CSR活動トピックス

CSRマネジメント

トッパンの社会的責任

CSRの基本的な考え方 ————— 24

CSR活動の総括と新たな取り組み

2006年度の実績と今後の課題・目標 ————— 28

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス ————— 30

コンプライアンス

コンプライアンス推進活動 ————— 34

情報リスクマネジメント ————— 36

ステークホルダーとのCSR総括ミーティング ——— 38

CSRの基本的な考え方

1900年の創業以来、トッパンは印刷を核として、社会の発展に寄与してきました。21世紀にあるべき姿をまとめた「TOPPAN VISION 21」を基本として、社会的責任を果たしていきます。

■ 持続的で豊かな発展に向けて

トッパンが創業した1900年当時の日本は、明治維新を起点に近代産業が本格的に確立する時代でした。

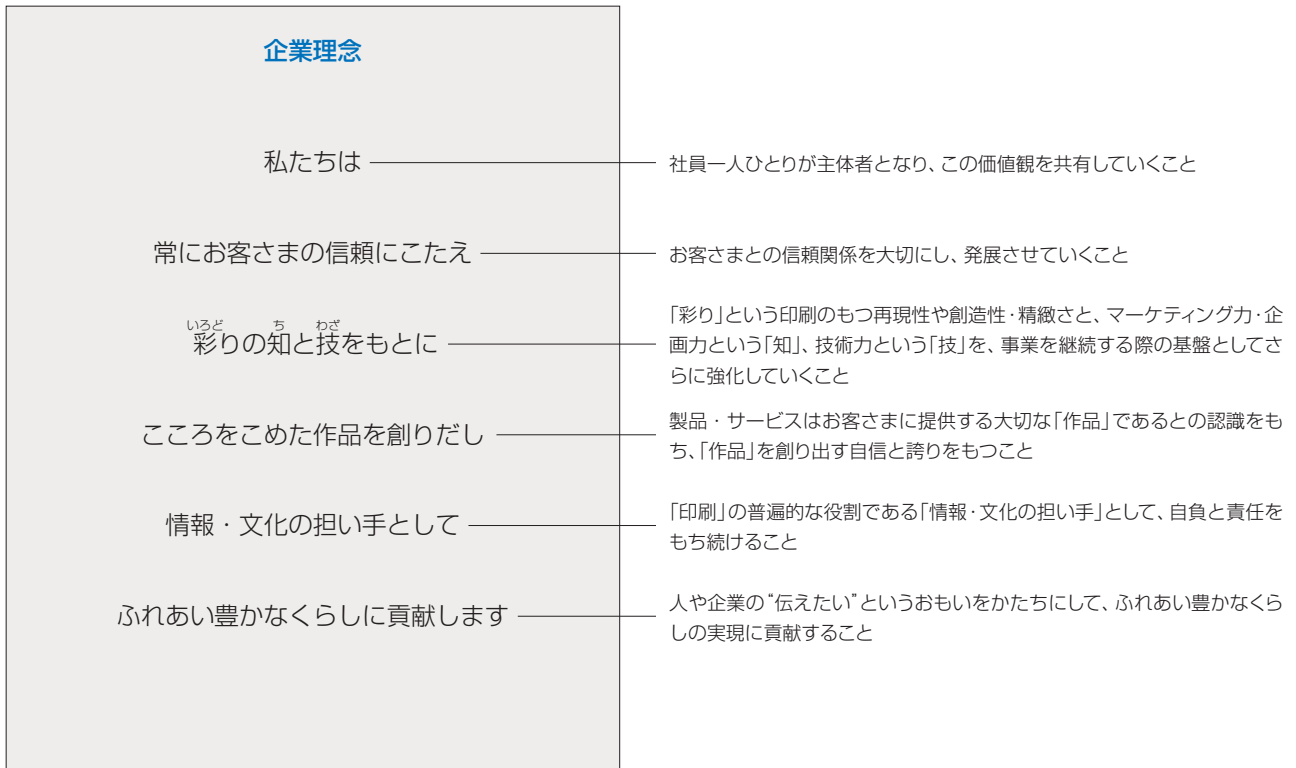
この時代に、印刷は3つの面で大きく社会に貢献しています。第一に「近代資本主義を確立するための紙幣や公債証書などの印刷」、第二に「文明開化を促進し言論活動の担い手となった新聞の発行」、第三に「人々を啓発し近代国家確立への気運を高めた翻訳書、小説、雑誌の発行」です。

このように印刷が近代日本の確立

に貢献した時代から、今日に至るまでの間、トッパンは印刷技術を核にITやエレクトロニクスなども含めた多くの事業分野へ業態を広げ、事業領域を拡大してきました。これにより現在では、より広い側面から情報文化の発展と豊かなくらしづくりに貢献しています。

一方で、トッパンが100年以上のあゆみを続けている間、世の中も大きく変化しました。その結果、現代においては貧困・人権・環境・健康など国際社会全体の問題や、日本国内における少子高齢化社会問題など、地球と人々のくらしを脅かすような課題が浮かび上がってきています。

トッパンは、創業時から続けてきた「情報・文化の担い手としてふれあい豊かなくらしに貢献する」企業活動を通じて、すべてのステークホルダーと協力しながら、このような課題を解決していくことが今の私たちに課せられた命題であると考えています。そして、その責任に真剣に取り組むことで“真の企業市民”となり、社会とトッパン双方の持続的で豊かな発展をめざしていきます。



2000年6月制定

■ トッパンの社会的責任 「企業像の実現」

「TOPPAN VISION 21」は、トッパンが社会や地球環境と調和しながらより成長をしていくための、基本的な考え方や活動の方向性を示したものです。

TOPPAN VISION 21は「企業像」と「事業領域」からなり、このうち企業像は「企業理念」「経営信条」「行動指針」の3つで構成され、企業活動を行ううえでの価値観や規範・指針のすべてが含まれています。まさにこの企業像を実現することこそがトッパンの社会的責任にほかなりません。

企業理念

企業理念は、トッパンのあらゆる企業活動の最上位概念であり、もっとも大切な価値観・考え方を示したものです。

経営信条と行動指針

経営信条は、実際に活動する際の規範を示したものです。

行動指針は、企業理念、経営信条をふまえて、社員一人ひとりの遵法精神と企業倫理に基づく行動のあり方を示したものです。

いかなる事業活動も、社会のルールに反していたり、社会や環境に悪影響を及ぼすものであってはなりま

せん。また、事業活動の質が高くなければ、適正な利益を確保して社会に還元することもできません。

行動指針では、トッパンに働く一人ひとりが遵守しなければならない項目を行動のガイドラインとして示しています。この行動指針は環境の変化に応じて、随時見直していくべきものと考えています。2006年4月には、経営上の重点課題を反映し、主体的な表現への変更を含め、2回目の改定を行いました。

経営信条

私たちは
誠意・熱意・創意にもとづく活動を通じて
お客さまとの信頼を築きます

私たちは
グローバルな視点に立って
独創性に富むマーケティングと技術開発を行い
事業の刷新に努めます

私たちは
社会的責任を認識し
地球環境との調和をめざすとともに
公正で開かれた企業活動を行います

私たちは
ひとりひとりの能力とチームワークを最大限に活かし
働きがいのある企業風土をつくります

私たちは
新たな可能性を拓くことにより
企業の価値を高め
トッパングループの永続的な発展を図ります

2000年6月制定

行動指針

第1章 基本原則

1. 基本的人権を尊重する
2. 公序良俗に反しない
3. 法と倫理を遵守する
4. 公正な事業活動を行う
5. 品質の向上に努める
6. 情報の管理・開示を適切に行う
7. 環境と安全に配慮する

第2章 具体的な行動指針

- 第1節 お客さまとの信頼を築くために
- 第2節 事業の刷新をするために
- 第3節 社会的責任を果たすために
- 第4節 働きがいのある企業風土を実現するために
- 第5節 トッパングループの発展のために

2000年6月制定 2006年4月改定
行動指針の詳細な内容はP85に掲載しています。

■ ステークホルダーとの かかわり

トッパンの事業は、数多くのステークホルダーとの関係があって初めて成り立ち、企業として存続することができます。トッパンでは、事業活動にとくにかかわりの深いステークホルダーを「お客さま」「取引先」「社会・地域社会」「社員」「株主・投資家」ととらえ、それぞれのステークホルダーへの積極的な情報開示と双方向の対話を行い、よりよい信頼関係を築いていきます。

また、直接的なお客さまである企業に限らず、エンドユーザーである

生活者も含めたすべての人々をお客さまと考え、お客さまや社員一人ひとりが抱えているおmoiの中から「可能性」を見つけ、一つひとつかたちにしていくことで、社会に喜びや驚きといった感動を広める企業をめざします。

ステークホルダーとの コミュニケーション

トッパンは、ステークホルダーとの対話(ダイアログ)をCSR活動のPDCAサイクルに組み込むことで、社会が求めることを常に確認し、それをふまえた活動の推進とレベルアップを図ります。

このような考え方のもと、従来の事業活動の中で行われている対話に加え、2004年と2006年にはステークホルダーを代表する有識者にご参加いただくダイアログを開催しました。2006年のダイアログでは、トッパンのCSR活動が向かうべき方向性や課題について、ご意見をいただいています。また、2005年からCSR推進メンバーが年間の総括を行う社内ミーティングにも外部の有識者にご参加いただき、活動総括と新たな課題設定について継続的にご指導をいただいています。

ステークホルダーとのかかわりとコミュニケーションツール

●すべてのステークホルダー

(◎:コミュニケーションツール)

◎会社案内/CSRLレポート/
各事業(本)部案内/
有価証券報告書/決算短信/
ホームページ など

●株主・投資家

安定的な配当を基本に、社業の持続的な発展による企業価値の向上をめざします。また、企業活動を正確に深くご理解いただけるよう、企業情報は適時、適切に開示し、説明責任を全うします。

◎株主通信「トッパン・ストーリー」/
事業報告/アニュアルレポート/
コーポレート・ガバナンス報告書 など

●社員(パート・アルバイト、派遣社員を含む)

人間尊重の考え方のもと、多様な社員にとって働きやすく最大限の能力が発揮できる職場を提供していきます。また、自己実現を図れると同時に、社業に貢献することで評価される働き甲斐のある仕事を提供していきます。

◎社内報「CONVEX」/
海外版社内報「Interlink」/
各種福利厚生案内パンフレット など

●お客さま

直接的に取引を行う企業に限らず、生活者も含めたすべての人々がお客さまです。「誠意・熱意・創意」の姿勢をもち、企画・製造・使用・廃棄の全サイクルにおいてお客さまにご満足いただける「総合品質保証」対応を行うことで、常にお客さまの信頼に応え、満足を提供していきます。

◎各種事業案内/各種製品・サービス案内/各種情報誌 など

●取引先

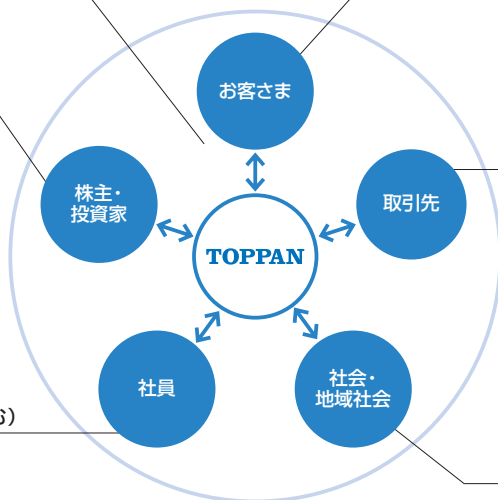
お客さまの信頼に応えるには、原材料などの調達先や協力会社など、取引先の方々との信頼関係と協力体制の構築が欠かせません。対等な立場に立って公正・公平な取引を行うことはもとより、互いに協力してCSR調達を推進し、お客さまや社会全般から求められる社会的責任を果たしていきます。

◎「調達ガイドライン」ホームページ など

●社会・地域社会

事業活動を行うことで地球環境や地域社会にさまざまな影響を与えています。地球環境の保全に努め、「情報・文化を担う」企業として広く社会に貢献し、地域社会から信頼されるよう努めていきます。

◎工場案内/サイトレポート/
年報「印刷博物館」 など



■ 具体的なCSR活動の考え方

トップパンがCSR活動に取り組む目的は、社会とトップパンの持続的な発展です。これを実現するためには、トップパンが社会や生活者などさまざまなステークホルダーから信頼され、尊敬される企業でなければなりません。このような企業こそが、事業を継続し、新たな事業付加価値を創出して社会のニーズや課題を解決し続けることができるからです。

このため、「企業像」の実現が社会的責任を果たすことであるという考え方に、「経済、社会、環境の3つの

側面をバランスよく発展させる」という考え方を照らし合わせ、活動の重点テーマを定めています。また、2006年に参加・支持を表明した国連の「グローバル・コンパクト」とその原則を社内に浸透させ、国際社会の一員として果たすべき役割も意識した活動を推進していきます。

6つの重点テーマ

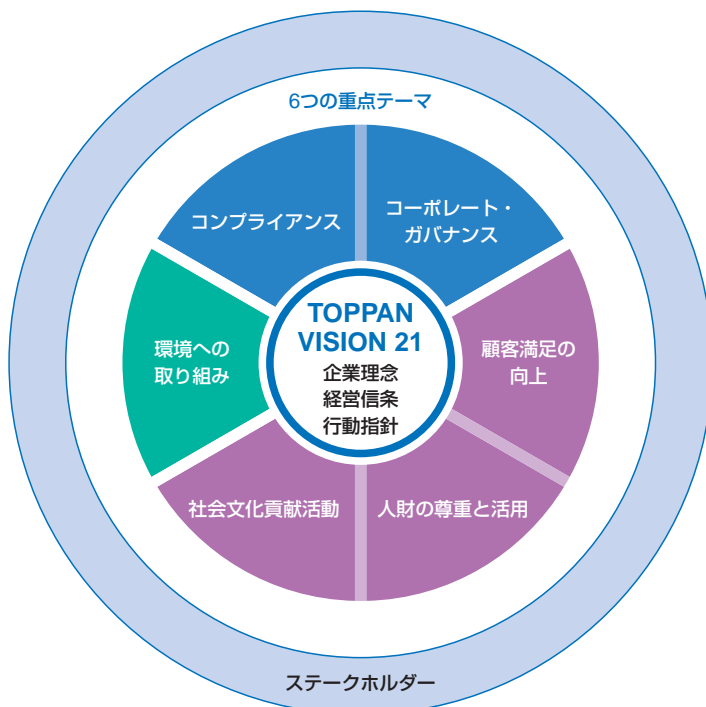
CSR活動をより深く、より効果的に推進していくために、トップパンにとっての社会的責任と、重点的に取り組むべき課題として6つの重点テーマを定めています。この6つの重点テーマごとに具体的な実施項

目と目標を設定し、年度ごとに達成状況を確認して見直しをしています。なお、6つの重点テーマについては、ステークホルダーの意見を反映し2007年度に見直しを行います。

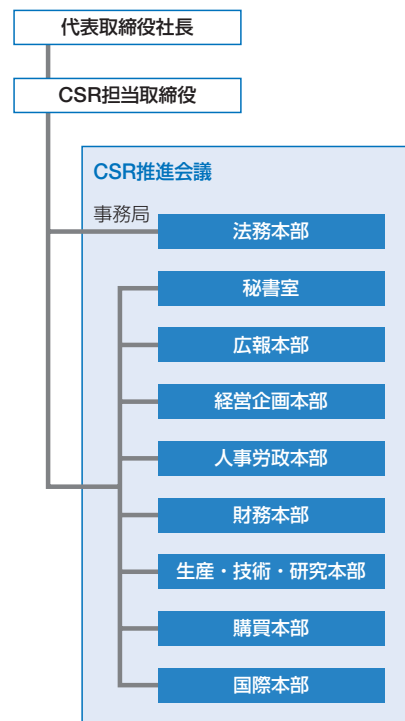
CSR推進体制

CSRの推進にあたっては、代表取締役社長およびCSR担当取締役のもと、法務本部コンプライアンス部が事務局となり、本社関連統括部門が連携をとって活動を展開しています。定例のCSR推進会議では、実施項目の進捗状況を確認、個別のCSR課題の解決に向けての討議を行い、活動を展開しています。

「企業像」とステークホルダーから生まれた6つの重点テーマ



トップパンのCSR推進体制



2006年度の実績と今後の課題・目標

「6つの重点テーマ」について、年度ごとに実施項目を見直し、活動を推進しています。

2006年度の活動を振り返り、その活動内容と成果をまとめました。

また、次年度以降の新たな課題と目標を設定しました。

2006年度の実績と今後の課題・目標

重点テーマ	2006年度の実施項目	2006年度の主な活動内容と成果	総合評価
コーポレート・ガバナンス	監査・監督機能の充実	・事業(本)部、子会社全体監査において全社共通の9項目を定め、17件で実施 ・監査マニュアルの整備、監査結果データベースの構築を推進	A
		・本社工場内規則などの見直し・改定を定例化(年2回)、規則等管理システム導入のためのパイロット事業(本)部内規則等見直し・整理を実施	B
	危機管理体制の整備	・「危機管理に関する規程」を制定し、リスク評価シートによるリスクの再洗い出し・リスク評価を本社・全事業(本)部、国内子会社において実施	A
		・危機管理メンバーによる退避判断を含めた災害避難訓練と社員の教育を実施 ・社員への帰宅ルート、携行品などの災害時情報提供の演習	B
コンプライアンス	コンプライアンス推進活動	・改定「行動指針」の改定趣旨・変更点の理解を深める説明会を全国で32回開催 ・製造子会社および国内主要関連会社30社で「行動指針」の制定および内部通報制度を整備 ・行動指針推進リーダー改選による新規リーダー数393名(前年比91%増)、女性リーダー比率2.2%(11名増)	A
	情報リスクマネジメント	・個人情報保護を含めた「情報セキュリティ管理ガイドブック」改訂、生産子会社を含め配付し、説明会により徹底 ・生産子会社を含めた内部監査の実施(52社中41社実施) ・事業部統合事情による繰越1件を除く全事業(本)部による内部監査の実施	A
	サプライチェーンにおけるCSR推進	・「調達基本方針」の改定および「CSR調達基準」の策定、策定に向けた取引先へのヒアリング、社内教育の実施 ・取引先向けホットラインの開設は、運用体制見直しにより検討継続	B
顧客満足の向上	総合品質保証の徹底	・当社固有技術に精通した社内コンサルタント4名、20工場で品質向上教育・指導を実施 ・食品事業の品質監査を37事業所で実施、金融・証券(事)など製造工程の品質監査も実施	A
	価値創造に向けた技術開発	・電子ブックをはじめとした電子ペーパーの基幹部材の本格的生産・供給を開始 ・評価用SNPチップの医療機関でのテストおよび商用化に向けての開発	A
	社会性に配慮した製品・サービス	・自社展示会・セミナー「あなたのためのデザイン展」や第2回国際ユニバーサルデザイン会議への参加 ・パッケージ製品および金融商品販売用パンフレット類を対象とした、ユニバーサルデザインソリューションサービスを開発・発表	A
人財の尊重と活用	成果に基づく人事諸施策	・管理職の処遇制度改定、周知活動を行い07年4月から実運用を開始	A
	人財の開発・育成	・人財開発リーダー会議を4回開催し、人財開発に関して協議、全社研修と部門別・事業(本)部別研修の連携強化 ・階層別研修にてCSR活動促進のための教育を実施(のべ1,795名) ・インターンシップ78名受け入れ、TOPPAN CAFE(就職活動相談会)9回246名参加など、応募者の仕事内容の理解度向上施策実施	A
	多様な人財の活用	・ポジティブアクション*による女性活用推進(2007年4月時点女性管理・監督職比率目標2.5%に対し、実績は2.6%) ・定年後の継続雇用制度によるベテラン社員の積極的活用(63名を再雇用)	A
	安全で安心な職場環境の実現	・組織マネジメント強化による労働時間の短縮、長時間労働者への保健指導の実施 ・こころの健康づくり活動を全社的に実施(管理職研修や階層別研修にメンタルヘルスのカリキュラムを導入) ・労使プロジェクトを発足し、次世代育成支援策を拡充(出産を機に退職した社員の再雇用制度導入、育児勤務短縮制度の適用期間延長)	A
社会文化貢献活動	文化貢献活動	・国内企業博物館との連携プロジェクト「ミュージアム館学(かんかんがく)」の推進 ・文京区内の博物館、美術館とのネットワーク「文京ミュージズネット」設立に協力 ・企画展にて「スタンホープと産業革命」「モード・オブ・ザ・ウォー」を開催 ・ギャラリー展にて「グラフィックトライアル展」「はじめましての名刺展」など開催 ・トッパンホール主催コンサート32回(うち若手発掘「ランチタイムコンサート」6回、若手育成「エスポワール」2回)開催 ・近隣音楽大学や地元小学校へのホール貸し出し、「目白バ・ロック音楽祭」への参加	A
	地域社会貢献活動	・清掃活動、献血、工場見学、施設開放、イベントなどを国内外の事業所で実施	A
	植林事業	・植林事業への参画・賛助などの継続実施	A
環境への取り組み	環境への取り組み	環境への取り組み目標と実績はP62-63に記載	

評価基準 S…目標を大幅に上回る成果があった A…目標を達成できた B…積極的に取り組んでいるが、目標達成には至らなかった
C…取り組みが不十分

2007年度の実施項目	2007年度以降の主な課題・目標	掲載ページ
内部統制体制の構築 (金融商品取引法への対応)	・金融商品取引法が求める内部統制体制の整備に向け、基本方針書作成および全社的統制の現状把握、改善事項洗い出し、改善指導 ・業務プロセスに係わる内部統制、ITに係る全般統制の整備と文書化の完了 ・経営監査室による内部統制体制の整備の支援、運用状況の監視・検証 ・内部統制監査対象となる各事業部門向けに、自己監査のためのチェックリストや評価マニュアルを整備	P30
リスク管理の徹底	・リスク評価によって抽出されたリスクに対する対応策の妥当性の検証 ・リスク評価の定期的な実施(12月実施予定) ・中国、台湾、インドネシア、米国地区での危機管理体制の整備、規程の策定およびリスク評価実施 ・事業継続計画の考え方にに基づき、震災対策基本計画の見直し	P32
コンプライアンス 推進活動	・行動指針推進リーダー行動計画実行促進のためのフォローアップ研修の実施 ・行動指針推進リーダー改選促進、女性リーダー比率3.0% ・米国地区海外子会社全社への「行動指針」の導入、および中国・台湾地区における「行動指針」の浸透と定着	P34
情報リスクマネジメント	・世界標準規格ISO/IEC27001の管理策を導入した情報セキュリティ管理体制の強化 (セキュリティエリア50拠点における管理策47項目の適用、情報セキュリティ規程・細則、原稿取扱手順の見直し、有資格者20名の追加養成) ・関係会社12社における秘密情報管理の調査と改善指導	P36
サプライチェーンにおける CSR推進	・CSR調達取引先向け説明会の実施、「協同意見書」・「現状調査票」による現状把握 ・調査結果の取引先へのフィードバックおよび指定化学物質の追加調査 ・取引先ホットラインの開設・運用	P44
総合品質保証の徹底	・社内コンサルタント1名増員し、エレクトロニクス系の社内コンサルティングを開始 ・食品充填事業所、食品1次容器工場を対象に品質保証監査を継続	P40
価値創造に向けた 技術開発	・有機ELディスプレイの事業化に向けた高精細印刷技術の確立 ・商用SNPチップの開発を進め、実用化へ向けての取り組みを強化	P42
社会性に配慮した 製品・サービス	・全社統一基準ユニバーサルデザイン受注実績把握の開始と、実績をふまえた新たな活動目標の立案 ・ユニバーサルデザインに対する意識・知識の標準化と全社的課題解決力強化に向け営業部門・企画部門への研修・教育を実施 ・自社発行コミュニケーションツールのユニバーサルデザイン化を推進	P43
成果に基づく人事諸施策 人財の開発・育成	・管理職の処遇制度の定着 ・総合品質保証に向けたローテーションの実施 ・人財開発リーダー会議の継続開催による事業(本)部門、部門間の連携強化 ・インターンシップ、TOPPAN CAFE(就職活動相談会)実施などによる応募者の仕事内容の理解度向上 ・階層別研修におけるCSR活動促進のための教育を継続	P50 P52
多様な人財の活用	・ポジティブアクション*による女性活用の推進(2008年4月時点女性管理・監督者2.75%目標) ・ベテラン社員の有効活用	P54
安全で安心な職場環境の 実現	・職場のメンタルヘルス対策の拡充 ・次世代育成支援対策法に基づく行動計画の推進 ・総労働時間短縮に向けた取り組みの推進	P56
文化貢献活動	・社会文化貢献活動の方針策定 ・文京地区教育機関・文化施設への情報提供、教育普及活動の推進 ・年2回の企画展「美人画ポスター展」「百学連環展」の開催 ・トッパンホール主催コンサート33回(うち「ランチタイムコンサート」6回、「エスポワール」「エスポワール スペシャル」各2回)開催 ・近隣音楽大学や地元小学校へのホール貸し出し、「目白バ・ロック音楽祭」への参加継続	P46
地域社会貢献活動	・国内外の事業所による地域貢献活動の継続と、識字率の向上をめざした国際的な社会貢献活動(トッパンチャリティコンサート)の実施	P48
植林事業	・植林事業への参画・賛助などの継続実施	P79
環境への取り組み	2007年度以降の目標はP64に記載	P59~

*性別による固定的な役割分担意識や過去の経緯から、男女労働者の間に事実上生じている差があるとき、それを解消しようと、企業が行う自主的かつ積極的な取り組み

コーポレート・ガバナンス

迅速・確実に社会的責任を果たしていくための基盤であるコーポレート・ガバナンス。

監査・監督機能の充実を図り、危機管理体制のさらなる整備を進め、

経営活動の透明性向上に努めることで、コーポレート・ガバナンスを強化していきます。

トッパンの コーポレート・ガバナンス

トッパンは、「企業価値を高め、株主の皆さまやお客さまをはじめ、広く社会から評価される企業となり、持続的な発展を図る」ことを経営上の最重点課題ととらえています。会社法上の監査役会設置会社の形態をとりつつ、経営監査室、コンプライアンス部、エコロジーセンターを設置することで、トッパンにふさわしい効果的なガバナンスシステムの強化を図っています。2006年度は会社法の施行を受け、5月の取締役会において「内部統制システム構築の基本方針」を決議しました。

また、グループとしての業務の適正を確保するために、「関係会社管理規程」に基づいて、相互の連携を一層深め、グループ全体の価値最大化をめざしたガバナンスを展開しています。各社の技術・ノウハウと生産設備を互いに有効活用し、総合力による製品・サービスの提供と収益性の拡大をめざしています。

取締役・取締役会・各種会議

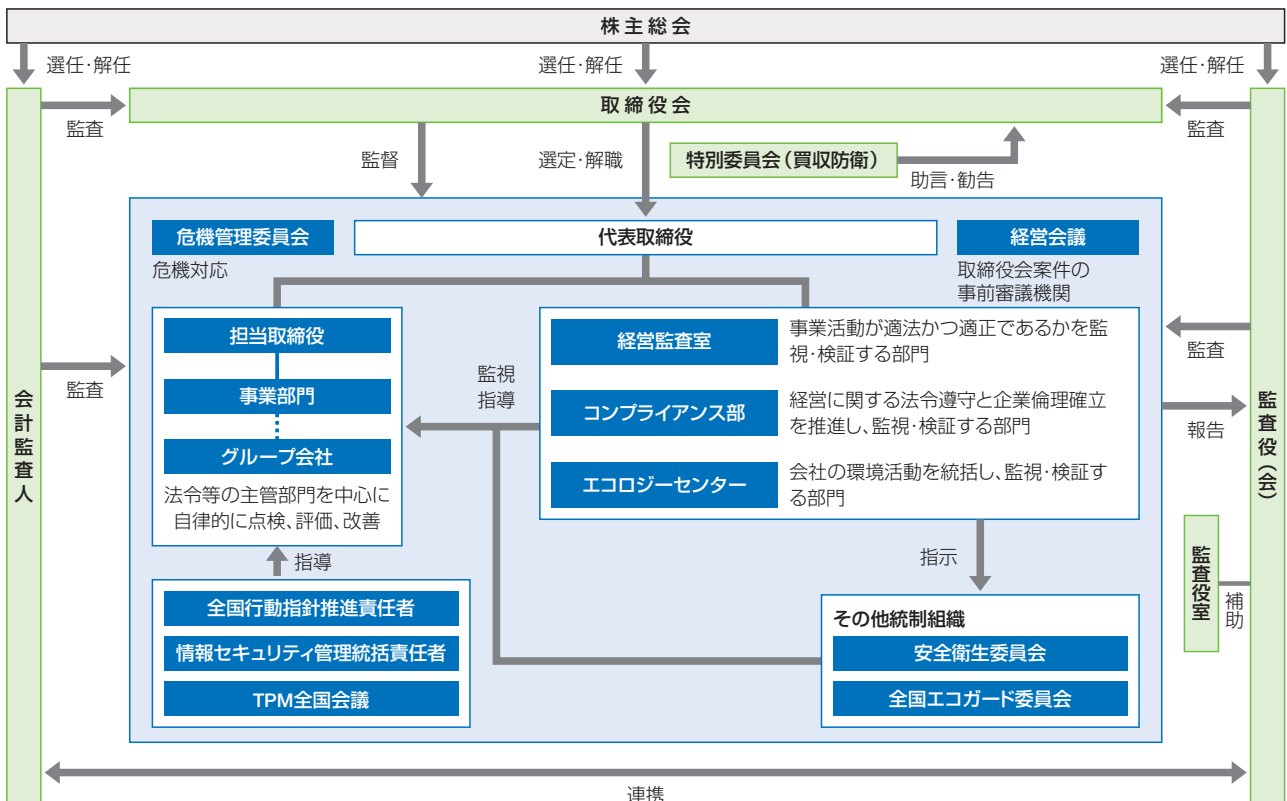
トッパンの取締役会は、取締役31名（2007年3月末現在）で構成されており、月に1回の定例取締役会を開催するほか、案件の重要度を考慮し、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。

経営上、重要な案件については、代表取締役社長が指名した取締役をメンバーとする経営会議で事前に審査し、経営効率を意識した経営判断をめざしています。さらに事業に直結する施策については、本社取締役と各事業(本)部の責任者である取締役をメンバーとして、さまざまな角度から課題に対する議論と検討を加える仕組みになっています。

監査役・監査役会・会計監査人

トッパンでは、監査役会制度を採用しています。3名の社外監査役を含む5名の監査役（2007年3月末現在）は、監査役会を定期的で開催するほか、取締役会や経営会議、環境関連

コーポレート・ガバナンス体制



会議など重要な会議に出席するとともに、本社および主要な事業所や関係会社の監査を計画的に実施しています。これらを通じて、取締役および各部門の業務の適法性や効率性、会社方針・規則に沿った円滑で適正な経営がなされているか、予防監査の視点で監査し、助言しています。

監査にあたっては、会計監査人であるあずさ監査法人および経営監査室などの内部監査部門と、三様監査の視点から、適切に連携することで、より効率性の高い監査に努めています。

また、連結経営の観点から、グループ監査役会を定期的を開催し、グループとしての監査役監査の実効性を高めています。

2006年度は、「監査役会規則」を会社法に準拠して改定しました。また、会社法に則り、「遵法と業務の適正を確保する体制」(内部統制システム)の構築・運用状況について、監視、

検証しました。「株式会社の支配に関する基本方針およびその取組み」については、取締役会その他における審議の状況などを踏まえ、その内容を検討しました。さらに、会計監査人の独立性や会計監査の適正性を監視、検証しました。また、会計監査人から「監査に関する品質基準」に従った「内部統制システム」の整備・運用状況について、通知と説明を受け、確認しました。

なお、会計監査人であるあずさ監査法人には、会計監査を通じて、会計の適正性の検証を依頼し、財務情報の信頼性と透明性の向上につなげています。

取締役および監査役の報酬

取締役の報酬については、その人物の会社での業績、各取締役の役位、担当業務の目標達成度を勘案し、株主総会の承認枠内で取締役会にお

いて報酬額を決議します。

2006年度の実績は、取締役の年間報酬総額は1,197百万円、監査役の年間報酬総額は81百万円となりました。

監査機能の強化

経営監査室による内部監査

トッパンでは、業務執行部門から独立した経営監査室を設けています。会社の健全性を高めるため、経営監査室は、事業活動が適法かつ適正であるかを各事業所、工場、子会社などの監査を通して検証・確認しています。

監査には、「経営監査」と「業務監査」があり、経営監査では、各事業活動が経営目標と整合性を持っているか、リスクコントロールが必要十分であるかなどの検証・評価を行います。業務監査では、法令や会社諸規則の遵守状況、不正防止の仕組み、

2006年度内部監査実績

監査項目		2006年度実績
全体監査 (経営監査・業務監査)	事業経営、業務管理、コンプライアンス全般の監査	5事業(本)部 国内子会社5社 海外子会社7社
経営監査	大型設備投資案件フォロー監査	2案件
業務監査	情報システム監査	本社1部門および関連事業(本)部
フォローアップ監査	事業部全体監査 国内子会社監査 製造・生産・品質管理監査	3事業(本)部 4社 3事業(本)部

効率性・正確性に問題がないかなどの検証・評価を行います。また、監査で把握した問題点については「より良い会社にする」観点から被監査部門にフィードバックし、必要に応じて改善策の提案も行います。さらに監査結果を、代表取締役社長、各担当取締役に随時報告しています。

2006年度は、経営監査と業務監査を併せて行う「全体監査」を、本社各本部、事業(本)部、国内外子会社の計17部門に対して実施しました。さらに、大型投資案件フォロー監査2件と情報システム監査を行いました。また、前年実施した全体監査や製造管理、コンプライアンスを中心に行った業務監査の監査結果に対するフォローアップ監査を10部門で実施しました。

2007年度は、会社法、金融商品取引法で求められている内部統制システムの構築と運用に関する評価に

重点をおきながら、全体監査とフォローアップ監査も継続実施し、会社の健全な発展と社会的責任を念頭に、活動をさらに強化していきます。

■ コンプライアンス部・エコロジーセンターによる監査・監督機能

法令遵守と企業倫理については、法務本部内に設置されたコンプライアンス部を中心に推進を図っています。コンプライアンス部では、行動指針の周知・徹底、規制法の遵守教育などの役割を担うとともに、情報セキュリティの確立、個人情報の管理に関して、プライバシーマーク取得後の実効性を高めるための内部監査を品質保証部門と連携して行っています。

また、環境については、エコロジーセンターが、事業所単位での監査を実施。「改善計画書」の提出を求め、改

善対策の実施状況と効果をフォローし、確実に改善される仕組みを構築しています。環境に関する法令などの遵守はもとより、さらに厳しい社内管理基準を設定し、この遵守対応状況についても評価を行っています。

■ 危機管理体制の再整備

これまでトッパンでは、危機管理に関する定期的なミーティングを実施して、リスクの発生を回避し、さらにリスクが発生した際の損失を最小限に抑えるための総合的なリスクマネジメントを行ってきました。2006年度は会社法の施行を受け、改めて危機管理体制の再整備を行いました。

2006年5月の取締役会で決議した「内部統制システム構築の基本方針」の中に「損失の危険の管理に関する規程その他の体制」を定めました。

危機管理を要するリスクと本社主管部門

危機管理を要するリスク		主管部門
製品事故・製造物責任	製品事故・クレーム	生産・技術・研究本部
	基幹系システム関連事故	業務改革本部
事業活動に伴う事故・災害	労災、交通事故など、従業員の人身事故	人事労政本部
	債権関連事故	財務本部
	受注物に関する法的トラブル	法務本部
	個人情報・社内機密情報などの漏えい	法務本部
	火災・爆発による事故・災害	生産・技術・研究本部
	溶剤保管・危険薬品保管などの法令違反	生産・技術・研究本部
誹謗、中傷、その他犯罪被害	社内用システムに対するサイバーテロ、不正アクセス、不正使用、個人情報・社内機密情報などの漏えい	業務改革本部
	対企業暴力(脅迫、誘拐、強盗)	人事労政本部
自然災害	地震、風水害、落雷などによるお客さまおよび会社資産の損害、人身事故	人事労政本部
企業経営に関わるリスク	株主代表訴訟、敵対的買収	法務本部
外部発注における法令違反	下請法違反、取引先との不正取引	経営企画本部
知的財産権侵害	特許、商標、著作権侵害	法務本部
環境問題	環境関連法令基準違反、産業廃棄物処理違反	生産・技術・研究本部
海外事業活動におけるリスク	製品事故、環境問題、火災・自然災害、国際紛争・テロなどによる人的・物的資産の損害	国際本部

これにより、危機管理を要するリスクごとに本社主管部門を定め、当該部門の担当取締役が個別リスクについての予防、回避、是正措置を講じる責任者となる、主管部門別危機管理体制の再確認を行いました。また、本社各部門の危機管理担当者から構成される「危機管理連絡会」を週単位で定期的で開催することで情報の共有化を図り、リスクに対応する体制を構築しました。

このような、リスクの回避とリスク発生時の損失の抑制に関わる事項については「危機管理に関する規程」を制定するとともに、規程に基づいて、リスクの洗い出しと評価、対応策の検討を行いました。さらに、国内子会社でも危機管理に関する規程の策定とリスクの洗い出しと評価を実施しました。

今後は毎年定期的にリスクの洗い出しと評価および対応策の策定を

行うとともに、海外子会社における危機管理体制の整備、規程の策定、リスクの洗い出しと評価を実施していきます。

■ 金融商品取引法への対応

金融商品取引法が要請している財務報告の信頼性向上を目的とした取り組みについては、2006年度よりプロジェクトチームを立ち上げ、内部統制の方針策定、基本計画作成など実施に向けた準備を開始しています。

さらに今後、財務報告にかかわる内部統制の評価制度を構築すべく、評価範囲の決定や業務プロセス評価のための文書化を進め、整備状況および運用状況のテストを実施していきます。

■ 社内規則・規程の管理

内部統制の強化の一環として、社内の規則・規程の整備、管理を進めています。

法務本部に「社内規則等管理責任者」を、本社各本部に「社内規則等管理担当者」を配置し、各本部主管社内規則・規程の改定・廃止および制定について年2回定期的な見直しを行っています。2007年度はこれらの社内規則・規程の管理をシステム化し、常に最新版を閲覧できる体制を構築していきます。

2006年度は事業(本)部に展開するために先行事業(本)部を定め、規則・規程の要不要、使用状況を整理しました。2007年度は管理のシステム化とあわせ全事業(本)部への展開に向けた準備を行い、さらなる内部統制の強化を進めていきます。

震災対策

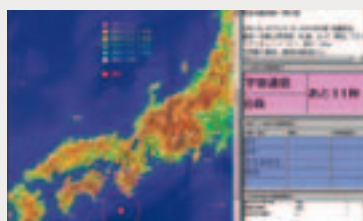
地震被害の軽減を目的として、気象庁から配信される「緊急地震速報」の受信システムを、2005年度の仙台工場に続き、朝霞工場、嵐山工場、滝野工場に導入しました。

また、本社地区では、東京直下型の大地震が発生した場合を想定した災害避難訓練を行いました。この訓練は、危機管理担当者による災害状況の確認と避難可否判断、災害対策本部の設置などのシミュレーション訓練を含めて行っています。そのほか、従業員向けに、災害時に取るべき行動や帰宅支援に関する情報提供なども行いました。

これらの取り組みは、震災対策基本計画に基づいて行われています。また、この計画の見直しについては、事業継続計画との関連づけを整理するため、さらに検討を重ねることとしました。



緊急地震速報を受信するパラボラアンテナ



緊急地震速報受信システムの画面例



危機管理担当者による避難可否判断の訓練



従業員への震災時対応情報提供

コンプライアンス推進活動

企業が社会的責任を果たすためには、社員一人ひとりがあらゆる事業活動において法令遵守と企業倫理を徹底することが必要不可欠です。

トッパンでは、そのガイドラインである行動指針の徹底に向けて、グループ全体で取り組んでいます。

「行動指針」の浸透

行動指針の改定

企業像として「企業理念」「経営信条」とともに「TOPPAN VISION 21」に制定された「行動指針」は、遵法精神と企業倫理に基づく行動のあり方を示したトッパンの行動規範です。

行動指針は、企業を取り巻くさまざまな環境変化に応じて随時見直ししていくべきものと考え、毎年見直しを行っています。事業活動の広がりや変化に伴うさまざまな課題を、より明確に行動指針に反映させるため、2006年4月に2回目の改定を行い、4月から6月までに全国で32回説明会を実施し、今回の改定の趣旨や変更点の理解を深め、浸透を図りました。

行動指針推進リーダー制度

「行動指針推進リーダー制度」は、日常業務レベルで行動指針の徹底を

図ることにより、遵法体制を確立し企業倫理を実践するために、2004年10月から導入しています。この制度は、行動指針推進活動を職場の中で率先垂範する旗振り役として、グループ会社を含めた全事業所に行動指針推進活動の責任者とリーダーを配置するもので、現在では全国で699名が選任されています。2006年度は推進リーダー経験者の増強を図るため393名が新たに選任されました。また女性推進リーダーの増強を図りましたが、その比率は2.2%であるため、3.0%を目標に女性推進リーダーの選任を進めています。

行動指針推進リーダーによる浸透活動

推進リーダーは、日常業務レベルで行動指針を徹底するために、職場の人員規模、ミーティングの環境や開催のタイミングなど、その職場ごとの実態に合ったさまざまな工夫を

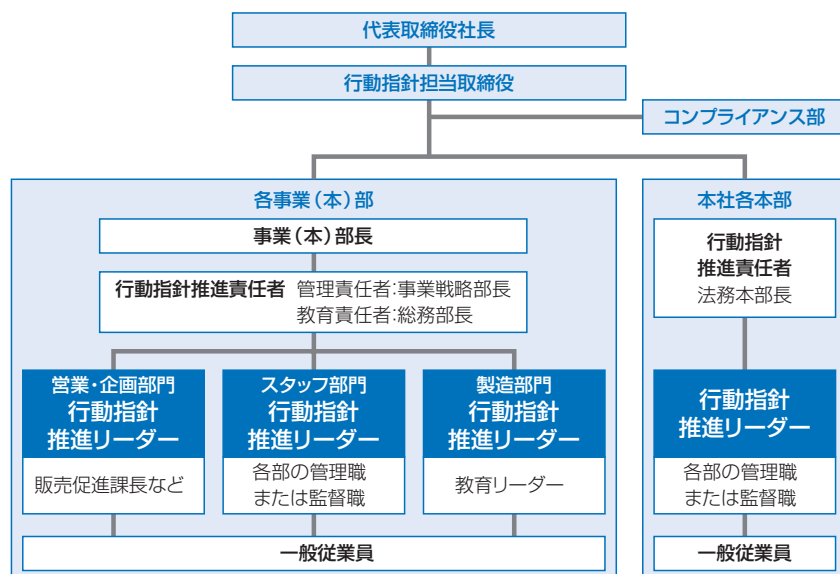
することによって継続性のある浸透活動を行っています。

毎年10月に開催する「行動指針推進責任者全国会議」では、全国の事業所から各職場でのさまざまな浸透活動が紹介され、優れた取り組みについて情報の共有化を図りました。

行動指針ケースブックの活用

「行動指針ケースブック」は、日常業務で実際に起こり得る事例を用いたQ&A集です。推進リーダーの浸透活動において、その職場の業務に合ったケースの読み合わせに利用するほか、各階層別コンプライアンス教育において利用しています。この行動指針ケースブックはこれまで推進リーダーのみに配布していましたが、2006年度は内容をさらに充実させ、100のケースを収録し全従業員に配布、行動指針の周知・徹底に役立てています。

行動指針推進体制



行動指針ケースブック



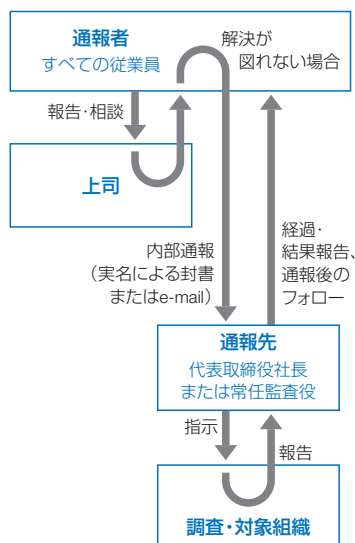
行動指針推進リーダー研修

ヘルプラインの運用

2003年8月から開設している内部通報制度「トッパン・ヘルプライン」は、2006年4月施行の「公益通報者保護法」に準拠し、通報者が通報により不利な取り扱いを受けないよう、保護されています。役員・社員のほかパート・アルバイトや派遣社員を含む全従業員が利用できます。法令違反や不正を発見した場合、まず自分の上司へ報告・相談を行うことを原則とし、それでも解決できない場合に利用する仕組みになっています。

2006年度には、労務に関するもの、業務指導に関するもの、上司とのコミュニケーションに関するもの、あわせて3件の通報がありました。厳正な調査を行い、適切な対応を行うとともに、再発防止に向けての対策を講じました。

トッパン・ヘルプライン



コンプライアンス推進体制の拡大

グループ会社への展開

2006年度は、内部統制システム構築の一環として、グループ全体でコンプライアンス推進体制の構築に取り組みました。行動指針の改定に伴い生産子会社への浸透・徹底を図ったほか、これまでに主な国内グループ会社を含む30社において行動指針を制定するとともに内部通報制度の整備を行いました。

海外グループ会社への展開

海外グループ会社におけるコンプライアンスの推進を図るため中国語版行動指針を策定し、2006年11月に上海地区、12月に北京地区での行動指針の浸透に関する説明会を開催しました。また、行動指針ケースブックも現地の法律や商習慣を加味し、加筆訂正を行ったうえで、配布しました。

トッパン・ヘルプラインの再告知

2006年度は、代表取締役社長からのメッセージおよび各種の冊子などで「トッパン・ヘルプライン」について改めて告知を行いました。

- <メッセージ>
 - ・社長の年頭挨拶
 - ・社長による新事業領域説明会

- <冊子>
 - ・改定行動指針
 - ・ビジョンブック「みんなでつくるトッパンの未来」
 - ・行動指針ケースブック

コンプライアンス教育

コンプライアンス教育

推進リーダーに対する専門研修「行動指針推進リーダー研修」を2006年12月から2007年3月にかけて全国で31回実施し、578名が受講しました。また、前年に引き続き、2006年度は新任の推進リーダー393名が通信教育を受講しています。

行動指針を徹底するため、2006年度も新入社員、新任監督者、新任管理職、新任部長といった階層別研修の際に行動指針の全社研修を実施しました。

独占禁止法等規制法の遵守教育

2006年1月施行の改正独占禁止法の遵守再徹底に向け、営業、企画・販売促進、購買、生産管理部門の社員に対して全国で34回教育研修を実施、3,140名が受講しました。



中国版行動指針説明会



中国版行動指針とケースブック

情報リスクマネジメント

お客さまおよび社会の信頼に応えるため、1件のケアレスミスによる情報漏えいさえ許しません。

トッパンは、事故の未然防止のため、常に全社の教育・指導を徹底するとともに、委託先を含めた製造工程における監査を強化し、事故ゼロを実現しています。

■ 情報セキュリティ管理の統合と プライバシーマークの一本化申請

2006年4月1日、「情報セキュリティ管理規程」と「個人情報管理規程」との統合により、個人情報保護の理念と情報セキュリティ管理とを一体化した規程の整備と組織体制を再構築しました。2006年4月および2007年2月に全社の情報セキュリティ管理責任者による代表者会議を開催し、全社的取り組み方針および総括を行ったほか、2006年6月と9月の担当者会議では実務者レベルでの協議を重ねました。

また、2006年度中には、下表の通り7回の実態調査を行い、全社の問題点や課題の洗い出しを行い、継続的に改善施策を図りました。これらの実績を踏まえて、2007年4月に、全社的に取得していたプライバシーマークの一本化を申請しました。

2006年度活動状況

- 情報セキュリティ管理代表者会議 (2006.4.19、2007.2.16)
- 情報セキュリティ管理担当者会議 (2006.6.7、2006.9.20)
- 個人情報管理推進部会定例会議(毎週)
- 各種実態調査
 - ・ Webビジネス個人情報取扱実態調査(5月～6月)
 - ・ 社内LANに接続していないネットワーク実態調査(6月)
 - ・ TOPICA以外のインターネットデータセンター利用の定期審査(8月)
 - ・ アクセス権限の棚卸調査(2月～)
 - ・ セキュリティエリアにおける管理策確認調査(2月)
 - ・ 個人情報取扱エリアにおける管理策確認調査(3月)
 - ・ 個人情報管理推進部会による上記エリア現地調査(3月～4月)
- その他
 - ・ 関係会社個人情報取扱状況ヒアリング(9月～10月)
 - ・ 『情報セキュリティ管理ガイドブック(2006改訂版)』説明会(12月～)

■ 『情報セキュリティ管理ガイドブック』の刷新

情報セキュリティ管理ルールの理解を促進するための「情報セキュリティ管理ガイドブック」と「個人情報管理ガイドブック」とを統合編集し、さらに内容を大幅に改訂しました。

情報漏えいなどのリスクは身の回りにあるもの、自分自身の中にもあるものとの考え方に立ち、日常業務におけるルールの理解と徹底を図るため、多数のイラスト・事例・手順を盛り込み、さらに各章ごとにポイントを絞り込み提示しています。

本ガイドブックは、改定された規程集とあわせて、全従業員および必要に応じて派遣社員にも配布するとともに、その説明会を、2006年度中に全国で40回(各1時間)開催し、さらに部門ごとの会議などを利用して全従業員への周知・徹底を図りました。



情報セキュリティ管理ガイドブック

■ ネットワークの一元管理 Web閲覧の集中管理

トッパンは、ネットワークの一元管理やWeb閲覧のモニタリングなど、ネットワーク利用の安全管理を業務改革本部が主管して行っています。

2006年6月には、お客さまの要望などにより社内ネットワークから独立して外部と接続運用していたネットワークについても、実態調査で確認し、当該事業所の技術部門と連携しつつ、業務改革本部による一元管理を徹底することとしました。

また、Web閲覧状況についても、より実効ある管理とするために、モニタリング結果に基づいて、Webサイトの内容分類によって、自由閲覧、閲覧規制、閲覧禁止、書き込み禁止とする措置を定め、2007年5月より運用開始しています。



Web閲覧規制



情報セキュリティ管理ガイドブック説明会

ISO27001 認証取得活動の水平展開

トッパンは、セキュリティの高いサービスを求めるお客さまの要望に応えるべく、さまざまな事業領域において、情報セキュリティの世界標準規格であるISO/IEC27001:2005(JIS Q 27001:2006)「情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)」の認証取得活動を水平展開しています。

商印事業本部のデータセンター事業、金融・証券事業本部のデータ処理加工事業(ともに現・情報コミュニケーション事業本部)をはじめ、新たに3事業において、2007年度中に認証を取得するための活動を続けています。本社では、複数の関連部門が協力して、社内コンサルティングおよび内部監査を実施し、客観的立場からの支援を行っています。

ISO/IEC 27001 認証取得状況

事業所	対象サービス	登録番号
商印事業本部	TOPICAサービス	I102
金融・証券事業本部	データ編集業務	IC06J0151

(注) 2007年4月1日付で、金融・証券事業本部と商印事業本部を情報コミュニケーション事業本部として統合しました。



セキュリティエリア

製造工程監査委託先監査の強化

2006年度は、個人情報取扱部門における製造工程監査および委託先監査をさらに強化しました。

本社の個人情報管理推進部会*による製造工程監査は、全15回に及び、「親展ダイレクトメール(DM)」認定協力会社制度における監査では、6社認定4社不認定の結果となり、社内工場のレベルがあがる一方で、外部協力会社とのセキュリティレベルの格差が広がるとの課題も生まれました。

各事業(本)部では、生産子会社52社のうち41社を含め内部監査を実施し、代表者会議において報告を行いました。

また、関係会社に対しても8月～10月に個人情報取扱部門を洗い出し、個人情報管理推進部会*によるヒアリング・指導を実施しました。

個人情報漏えい事故“ゼロ”

トッパンでは、1件の不注意によるミスからなるDMの誤配送でも、本社への報告を義務付けています。

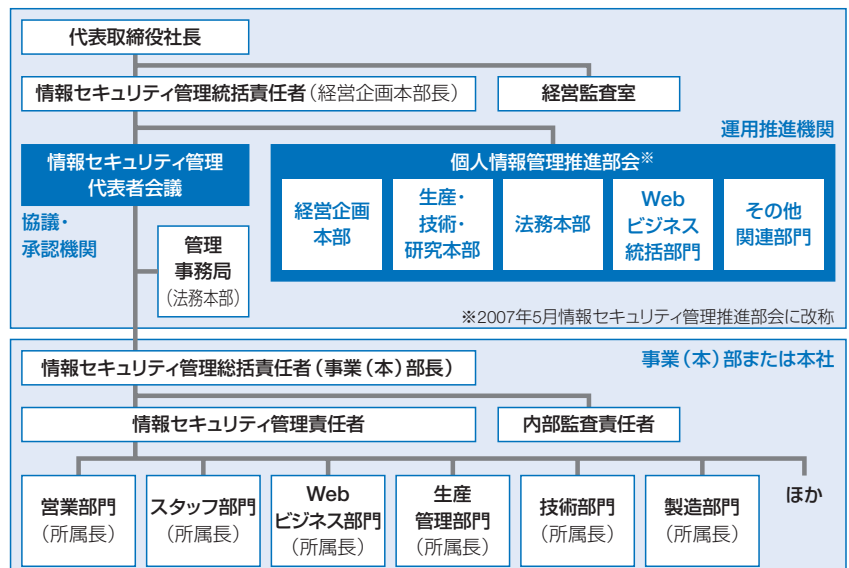
個人情報管理推進部会*および本社危機管理体制の中で判断し、対応策を協議し、当該部門による原因究明とともに再発防止策を全社に水平展開する一方で、プライバシーマークの付与機関である(財)日本情報処理開発協会へ報告しています。

2006年度は、これらの取り組みの結果、2005年度に引き続き、個人情報漏えい事故“ゼロ”を達成しました。

また、トッパンの取り組みが経済産業省の平成18年度「個人情報の適正な保護に関する取組実践事例調査」報告書の中で、効果的・効率的な取り組みの具体例として取り上げられ、紹介されました。

*2007年5月情報セキュリティ管理推進部会に改称

情報セキュリティ管理体制



CSR総括ミーティング

ステークホルダーコミュニケーションの一環として、毎年継続的に社外ステークホルダーを招き、この1年間のCSR活動の検証、今後のCSR活動のあり方について討議しています。

CSR総括ミーティング

トッパンでは、2005年より、CSRコミュニケーションの第一人者である川北秀人氏(IIHOE[人と組織と地球のための国際研究所]代表)をお迎えし、継続的にCSR活動に関する総括ミーティングを実施しています。トッパン側からはCSR推進メンバーが出席し、積極的な意見交換を行っています。

2007年4月16日、3回目の総括ミーティングを開催しました。6つの重点テーマに基づいて設定した2006年度の活動目標に照らし合わせ、2006年度のCSR活動内容を検証。一つひとつの実施項目について、評

価すべき点や反省点を討議しました。

評価すべき点としては、「危機管理に対する規程の明文化」「次世代育成支援策の実施」「廃棄物の削減」などが、また、今後の課題としては「全社的な震災対策」「社会文化貢献活動の方針策定」などがあげられました。

川北氏からは、今後のCSR活動のポイントとして、「超長期目標を掲げ、一歩進んだCSR活動の展開をめざすべきである」といった貴重なご助言をいただきました。

なお、このミーティングによって確認された2006年度の実績と2007年度の目標については、「CSR活動の総括と新たな取り組み」(→P28)に掲載しています。



参加者

ファシリテーター(司会進行・討議促進役):
川北秀人氏(IIHOE)

CSR推進メンバー: 法務本部、エコロジーセンター、経営企画本部、人事労政本部、購買本部、生産・技術・研究本部、秘書室、広報本部

川北秀人氏

(かわきた ひでと)

IIHOE[人と組織と地球のための国際研究所]代表者。(株)リクルートにて国際採用や広報などを担当し

たのち、国会議員の政策担当秘書や国際青少年交流NGOの日本代表などを務める。1994年IIHOE設立。NPOや企業のマネジメント支援を行う。URL:<http://www.iihoe.com>



当日の討議内容(抜粋)

- ・震災対策基本計画と事業継続計画との関連づけと展開が課題(法務)
→地域社会との共生を視野に入れた判断を行うべき(川北)
- ・CSR調達基準を展開するにあたり、社内の連携、取引先との対話も重要(購買)
→CSR調達基準の展開においては、納入される製品だけでなく、姿勢そのものも重要。宣言、プロセス、品質の3点を満たせるといい(川北)
- ・本業のなかで、生物多様性への対応をどのように展開していくかが課題(エコロジーセンター)
→「どの部門にどんなリスクがあるから生物多様性が大切である」と、具体的な事例に落とし込むことが重要。広大な事業所の緑地における生物多様性も考える余地があるのでは(川北)



川北氏には、2000年にトッパンが開催した「環境コミュニケーション展」以来、トッパンの主なCSRコミュニケーション活動に携わっていただいています。併せて、トッパン自体のCSR活動の進展状況をご理解いただいていることから、継続的に的確なご助言をいただいています。

社会性報告

お客さまのために

総合品質保証の徹底	40
価値創造に向けた技術開発／	
社会性に配慮した製品・サービス	42

お取引先とともに

サプライチェーンにおけるCSR推進	44
-------------------	----

社会・地域社会とともに

文化貢献活動	46
地域社会貢献活動	48

社員とともに

成果に基づく人事諸施策	50
人財の開発・育成	52
多様な人財の活用	54
安全で安心な職場環境の実現	56

株主・投資家とともに

透明性の向上と適切な利益還元	58
----------------	----

総合品質保証の徹底

製造や品質管理に関わる部門だけでなく、すべての工程で品質を保証する「総合品質保証」。トッパンは、この総合品質保証を「お客さまへの約束」と定め、常にエンドユーザーである生活者を意識した「ここをこめた作品づくり」に取り組んでいます。

トッパンの品質保証の考え方

トッパンの生産工場で製造される製品には、トッパンブランドの製品はひとつもありません。すべてお客さまのブランドマークがついた製品です。よってお客さまの数と発注いただく製品数分の仕様があり、製造仕様ごとと1点1点異なる品質保証を徹底することが必要となります。

総合品質保証の徹底

お客さまごと、製品ごとに異なる品質保証を確実にを行うためには、生産部門だけでなく、営業、研究・開発、企画から設計、販売・デリバリにいたるすべての工程で品質保証を行うことが大切です。

トッパンはこの「総合品質保証」を経営の最重要課題として取り組んでいます。

2005年から「総合品質保証の徹

底」をスローガンに全社キャンペーンを展開していましたが、さらなる徹底を図るため、2007年は「総合品質保証はお客さまへの約束」をスローガンに、エンドユーザーである生活者を常に意識し、「ここをこめた作品づくり」に努めています。

営業・企画部門における取り組み

受注活動を行い、原稿をお預かりする営業部門、さまざまな提案活動を行う企画部門は、「総合品質保証」の入り口です。納品にいたるすべての工程において、お客さまの満足度を継続的に向上させることを念頭に、営業部門に必須の品質保証にかかわる研修に力を入れています。

お客さまとの窓口である営業部門では、お客さまからの苦情やクレームに対する情報の即時伝達とすばやく誠意ある対応を基本としています。

技術・生産部門における品質保証の考え方

お客さまの要求した品質を具現化していく技術・生産部門では「総合品質保証」をより確実にするためトッパン独自の品質保証体制を構築しています。

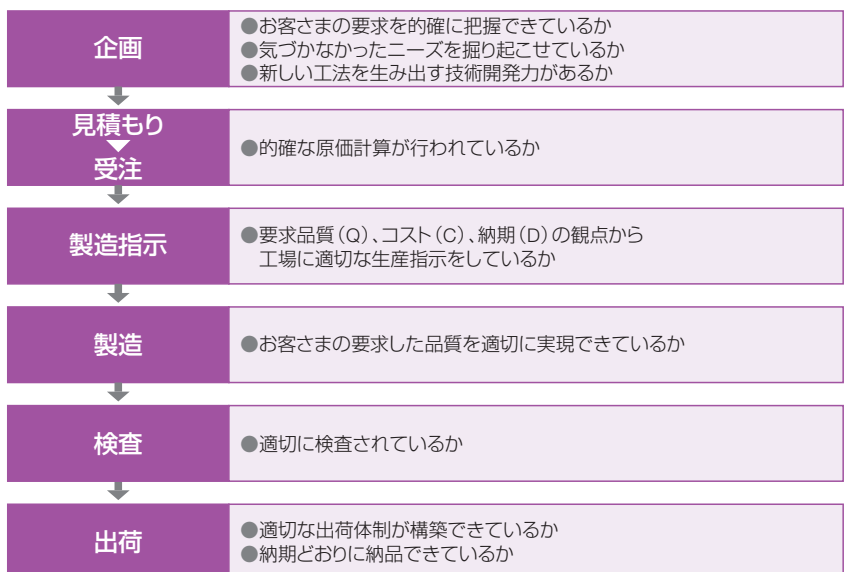
技術部門で設定された最適生産条件は、生産部門でさらに生産性向上や不良の出ない条件へとTPM^{*1}手法を用い改善していきます。

この改善された条件は、ISO9001の品質マネジメントシステムで維持管理するためルール化されます。お客さまに満足いただける品質を継続的に維持するため、定期的な監査を通じ管理体制の確認を行い、品質保証を徹底しています。トッパンはこのようにTPMとISO9001とを融合させた独自の品質保証体制によって品質の向上に取り組んでいます。



総合品質保証ポスター

トッパンの事業活動における総合品質保証



TPMによる改善活動

トッパンの生産部門においては設備や人の意識を変え、ロス・ゼロをめざす全員参加の活動としてTPM活動を1997年から全工場へ展開し、品質、コスト、納期などの点で競争力の強化を図ってきました。

2004年度からはトッパン固有の技術に精通した経験豊かな人財を社内コンサルタントとする指導体制を構築してきました。このコンサルタントにより、モノづくりのベースとなる5S(整理・整頓・清掃・清潔・躰)、自主保全活動と、サークル活動を主体とした品質向上・原価削減を図る個別改善活動を指導してきました。

2006年度は、社内コンサルタント4名により20工場で改善活動の指導を実施しました。

※1 Total Productive Maintenance

ISO9001による品質保証の定着

全事業所の認証取得をめざし、2006年度は9事業所が新規取得しました。すでに認証取得済みの事業所では、年に1回の定期審査および3年に1回の更新審査を受け、継続的に活動しています。事業所においてISO9001が適切に、より効果的に運用されているかを確認するため、2006年度は各事業所内の内部監査に加え、30事業所で本社による38回の事業所監査を実施。さらに、各事業所内の監査の質的向上を目的に、内部監査員研修を19回行いました。これらの活動を通じて、品質マネジメントシステムの継続的な向上を図っています。

なお、認証取得状況はホームページ*2をご覧ください。

※2 <http://www.toppan.co.jp/csr/iso.html>

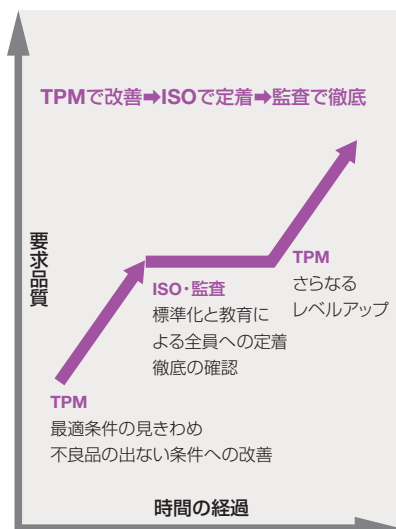
監査による徹底

品質保証における監査では、TPM活動や品質不良などで改善した内容が製造規則の中でルール化されているか、ルール化された事項が製造工程の中で守られているか、さらに改善する余地はないか、という点をポイントに定期的を実施しています。

とくに安全衛生面で高い品質保証を必要とする食品充填事業では、社内工場はもとより、生産依託先を含めた全事業所の監査を実施し、監査結果から評価・ランク付けしたうえで製造を許可する認定許可制度を採用しています。

2006年度は、金融機関や交通機関向けのICカード生産部門においても監査を実施し、品質管理が適切に行われ、品質保証が確実に実施されていることを確認しました。

製造部門における品質保証サイクル



TPMとISOの融合⇒品質レベル向上

食品容器・充填事業にかかわる監査

監査項目

- お客さまとの取り決め事項
- 品質保証体制
- 設備・検査機器管理
- 安全衛生管理
- 異品種混入防止
- 異物混入防止
- 不良流出防止
- コンタミネーション防止
- トレーサビリティ
- セキュリティ
- 教育・訓練
- 仕組みの維持管理

監査対象事業所

- | | |
|----------|------|
| 社内工場 | 11工場 |
| 子会社 | 6工場 |
| その他生産委託先 | 20工場 |

製品の安全管理についての基本理念

製品事故を未然に防止し、使用者の安全と健康を守ることを、企業の社会的使命として、

- ・製品の安全性についての重要性を認識する。
- ・製品の安全管理についての対策を推進する。
- ・製品の安全管理を通じて、社会に貢献する。

1999年3月制定

価値創造に向けた技術開発／社会性に配慮した製品・サービス

印刷で培われたさまざまな技術の進化と自由で先進的な発想によって、将来のニーズに向けた付加価値の高い製品やシステム、サービスを生み出しています。ユニバーサルデザインは、情報・文化の担い手の責務と認識して取り組んでいます。

■ 価値創造に向けた技術開発

トッパンでは、総合研究所を中心に、自由な発想による未知の領域への挑戦や将来のニーズに備えた製品の研究開発を進めています。製品開発分野においては、営業・販売促進部門と緊密に連携して市場やお客さまの動向を分析・把握しながら、製品の高性能化やシステム化による高付加価値化や環境対応をめざして数々の成果をあげています。

一方、生産技術分野においては、生産部門との緊密な連携により生産ラインの自動化・省力化や工程改善を推進し、コストの低減・短納期化や品質の向上を図っています。

印刷から進化した技術による

次世代商品

印刷で培われた技術や製版技術を応用した微細加工技術、そして表

面加工技術などの進化は、大型液晶ディスプレイ用カラーフィルタ、フルカラー有機ELディスプレイや、医療用の検査チップなどの次世代製品の開発へとつながってきました。

産官学での協力体制

これらの技術開発活動を進めるにあたり、社内はもとより社外の各種研究機関との協力体制を強化しています。独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構からの委託研究など、国のプロジェクトとの連携のほか、東京大学、東京工業大学、東北大学、山形大学など大学との連携も多数に及んでいます。

また、国内外の企業との技術提携を積極的に行い、幅広い分野において付加価値の高い製品やシステム、サービスの提供をめざしています。

■ 医療現場で使われる SNPチップの開発

トッパンでは、新たな挑戦として1999年に研究テーマを設定し、今後大きく発展していくであろうライフサイエンス分野への取り組みを開始。独立行政法人理化学研究所などと共同で、医療用の遺伝子解析チップ「SNPチップ」の開発を行っています。

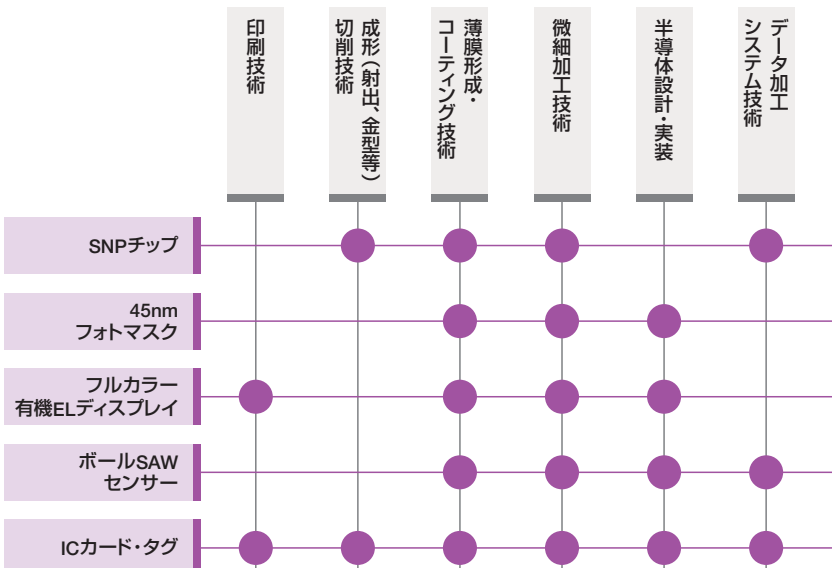
オーダーメイド医療に向けて

SNPチップは、オーダーメイド医療*と呼ばれる治療の際に使われる検査用のチップ。トッパンがこれまでの事業で培った印刷技術、微細加工技術、コーティング技術を応用してつくることができるチップです。

SNPチップにより遺伝子の個人差を調べることで、特定の薬がその個人に効果があるかどうか、また副作用

* オーダーメイド医療
患者個々人の遺伝子情報をもとに、患者一人ひとりに最適な予防法や治療法の選択を実現する医療のこと。洋服を例に考えると、同じサイズの既製服も個々人の体型によってぴったり合う人がいる一方で、だぶだぶだったり、窮屈だったりする人がいます。これと似たことが治療法にもあてはまります。同じ症状の患者に同じ薬を投与しても、遺伝子のわずかな差異によって副作用などに違いが現れます。オーダーメイド医療は、患者一人ひとりの病気のタイプを、オーダーメイドの服をしつらえるようにきちんと測ることで、最適な治療の提供を行うという試みです。

次世代商品における技術戦略マップ



用が出ないかどうかを判断することが可能となり、医師は患者一人ひとりに合った薬や治療法を提供することができます。

SNPチップによるオーダーメイド医療が広がれば、無駄な投薬や副作用を抑えることができるようになり、近年増大し続ける医療費の削減にもつながると考えられます。

2006年度には評価用SNPチップを医療機関による研究で機能テストをしていただくとともに、実際の診断で使用できる商用SNPチップの開発に取り組みました。2007年度も商用SNPチップの開発を進め、実用化へ向けての取り組みを強化していく予定です。

今後はSNPチップによるオーダーメイド医療が国内に定着するよう働きかけをしながら、SNPチップの新たな可能性を探っていきます。



SNPチップにはあらかじめ試薬を入れておき、血液との反応を見る。

ユニバーサルデザインの取り組み

トッパンは情報コミュニケーション産業として、お客さま(企業)と生活者のコミュニケーションにかかわる多彩な分野で、使い手への配慮を意識したユニバーサルデザイン(UD)の視点に基づいた製品・サービスを常に考え、ご提供しています。

トッパンは、UDを企業の社会的責任の一環としてとらえ、できる限り多くの生活者に配慮した製品・サービスを生み出すことで、ふれあい豊かなくらしに貢献し、社会との共生をめざしています。

ともに考え理解を深めあう活動

お客さまとともにUDを考え、理解を深めあうことを目的に、トッパン小石川ビル内のPLAZA21において、「あなたのためのデザイン展」を開催



「あなたのためのデザイン展」

しました。開催期間中は、UDの考え方をはじめ、行政や先進企業の取り組み事例や、トッパングループ各社の取り組みをご紹介し、多方面からご好評をいただきました。

パッケージ部門の取り組み

パッケージ部門では業界に先駆けてUDに取り組み、多くの成果を収めてきました。15年以上にわたって蓄積したUDの知見、技術開発力・クリエイティブ力を生かし、使いやすい機能を追求した「UD FUNCTION」、商品の購入・使用・保管・廃出までのプロセスを考慮したUD配慮型パッケージ「UD SELECTION」の両シリーズを開発。「2006東京国際包装展」で、大きな反響を得ました。今後も、人間工学に基づく人間中心設計の使いやすさを追求したパッケージづくりを推進していきます。



紙器(UDマルチカートン、開け閉め上手、えくぼくん、ほか)



軟包装(UDスタンディングパウチ、ほら切れた、ほか)プラスチック(UDカップ、ほか)

サプライチェーンにおけるCSR推進

事業を行っていくうえで大切なパートナーである取引先との公平、公正な取引を進めるとともに、取引先との協働により、CSRへの取り組みをサプライチェーン全体で推進します。

CSR調達の推進

トッパンはトッパングループ「CSR調達ガイドライン」に基づいて、CSR調達に取り組んでいます。

トッパングループ「CSR調達ガイドライン」は、従来の「調達ガイドライン(2004年改定)」を2007年5月に改定したもので、「調達基本方針」と「CSR調達基準」からなります。調達基本方針は、調達活動を行ううえでどの拠りどころとなる基本的な考え方です。

- ・公平・公正
- ・コンプライアンス
- ・情報セキュリティ
- ・環境への配慮
- ・QCDの追求
- ・CSRの推進、展開

を念頭に日々の調達活動にあたります。また、調達基本方針を設備・原材料の調達業務や生産・加工委託業

務にかかわるすべての社員に徹底するため、「行動指針」「購買規程」「下請法遵守マニュアル」を用いて教育・研修を実施しています。

CSR調達基準の策定

CSR調達基準は、CSRをサプライチェーンに展開するために取引先(原材料・設備調達先および生産・加工依頼先など)に要請する項目で、これを遵守していただくことを取引の基本と考えています。当基準は8分野20項目からなり、QCD(品質、コスト、供給)に加え、当社の「行動指針」の基本原則、ならびに社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)の定めるCSR項目との整合性をとり、経済性の追求だけではなく社会・環境にも配慮することを要請しています。グリーン調達もこれに含まれます。

調達基準の策定に至る過程では、

主要な取引先にヒアリングを行い、CSR調達の方向性や、基準や運用面での実現性、妥当性について意見交換を行いました。

また、社内においても調達業務に関わる部門に対する説明会を実施し、CSR活動におけるCSR調達の位置づけやCSR調達に関する課題を共有するための教育を実施しました。

化学物質の管理

トッパンでは従来より、パッケージ事業およびエレクトロニクス事業においてそれぞれにグリーン調達基準を定め、原材料化学物質の管理を進めてきました。

グリーン調達における化学物質管理については、CSR調達基準の下で「原材料含有化学物質基準」を制定し、グリーン調達調査共通化協議会(JGPSSI)の24物質群をもとに「含

トッパングループ「CSR調達ガイドライン」(2007年5月に「調達ガイドライン」より改定)

調達基本方針

- 私たちは、すべての調達先に対して公平に窓口を開放します
- 私たちは、国内外の諸法規を遵守し、企業倫理に基づいた公正な取引をおこないます
- 私たちは、調達活動を通じて得た情報は厳格に管理します
- 私たちは、環境への影響に十分配慮します
- 私たちは、市場ニーズに応えるためQCD(品質、コスト、供給)を追求します
- 私たちは、CSRへの取り組みをサプライチェーン全体で推進します

CSR調達基準

1. 基本的人権
 - ①基本的人権を尊重する
 - ②従業員の処遇・雇用にあたり、不当な差別を行わない
2. 公序良俗・法令遵守・公正な事業活動
 - ③不適切な利益供与や受領を行わない
 - ④反社会的個人・団体との取引を行わない
 - ⑤会社法、独占禁止法、下請法や労働関連法規、環境関連法規など事業活動に適用される法令・条例・政府通達を遵守する
 - ⑥公益通報者保護法を遵守し、内部通報者の権利を保護する
 - ⑦輸出関連法規の遵守と事業活動を行う国・地域の法令を遵守する
 - ⑧児童労働・強制労働を行わない
 - ⑨特許権・著作権・商標権等の知的財産権を侵害しない
3. 情報の管理・開示
 - ⑩取引を通じて得た秘密情報、個人情報適切に管理する
 - ⑪事業活動内容、品質及び製品の安全性などに関わる情報の適時・適切な開示に努める
4. 環境と安全
 - ⑫環境負荷の少ない原材料・部品の使用に努める
 - ⑬環境負荷の少ない製造・加工プロセスの構築に努める
 - ⑭当社の指定する化学物質の適切な管理を行う
 - ⑮産業廃棄物の処理を適切に行う
 - ⑯労働災害を未然に防止し、安全で清潔な職場づくりに努めるとともに、緊急時の従業員の安全確保に努める
5. 品質の向上
 - ⑰当社の要求水準を満たし、品質の向上に努める
6. 適正な価格
 - ⑱市場競争力のある価格で製品・サービスを提供する
7. 安定供給
 - ⑲定められた納期を守り、安全・確実に供給する
8. 社会貢献
 - ⑳社会貢献に取り組む

有禁止物質」と「含有管理物質」を定め、全社共通の統一基準としました。パッケージ事業、エレクトロニクス事業における化学物質管理は、今回制定された「原材料含有化学物質基準」を含め、それぞれの事業に特有の化学物質の管理基準を定めて管理を進めていきます。

取引先との協働による推進

トッパングループ「CSR調達ガイドライン」は、日本語版と英語版を作成しホームページに掲載しています。また、海外メーカーを含む主要取引先に対する説明会を実施しました。今後も各拠点にて順次実施していきます。この説明会は調達基本方針やCSR調達基準を理解していただくとともに、取引先の皆さまのご意見、ご要望を伺うことが目的です。取引先と協働してCSRを推進し、相

互の企業価値を向上させていきたいと考えます。

CSR調達基準の遵守状況については、アンケート調査を行っています。今後、必要に応じて取引先を訪問し、意見交換や現地調査を行う予定です。また調査結果のフィードバックを通じ、課題解決のための対話を進めていきます。

取引先からの通報窓口「取引先ホットライン」の開設に向けた準備をしています。

下請法遵守

下請法については、企画部門・生産管理部門・購買部門から取引先へ発行される注文書の発行状況が毎月本社に集約され、2005年度につづき、2006年度も問題がなかったことを確認しています。

グリーン調達・グリーン購入

循環型社会を構築するうえでは、環境に配慮した製品を優先的に購入することが重要です。そこで、「日本印刷産業連合会（日印産連）『オフセット印刷サービス』グリーン基準」に準拠した「グリーン調達」を2002年4月より導入しています。2006年度の基準適合率は、用紙19.8%*、インキ97.1%となりました。なお、2006年3月の「日印産連グリーン基準」の見直しにあわせて「トッパングリーン調達基準」についても改定を行っています（→P80）。

また、オフィスにおいては、1999年1月に「グリーン購入基本方針」を定め、全社的なグリーン購入を開始。グリーン購入社内基準に合致した製品の選定と購入を継続的に行っています。



CSR調達ガイドライン
<http://www.toppan.co.jp/csr/policy.html>



CSR調達取引先説明会

グリーン購入ネットワーク（GPN）

グリーン購入を推進するために1996年に設立された全国ネットワーク組織。2007年1月17日現在の会員数は2,879団体（内訳：企業2,295社、行政機関300団体、民間団体284団体）。「オフセット印刷サービス」発注ガイドライン（GPN-GL14）を2001年12月に発表。



*日本印刷産業連合会の「古紙リサイクル対応分科会活動報告書（平成19年3月）」における印刷・情報用紙の古紙利用率は27%、目標は35%

文化貢献活動

文化や芸術の発展、印刷産業全体の発展に寄与するために文化施設の運営をはじめとするさまざまな文化貢献活動を積極的に推進します。

情報・文化の担い手として

「印刷」はその発明以来、情報を伝達し文化や芸術の発展に寄与するとともに、驚きや感動を人々に伝えてきました。トッパンにとって、社会文化貢献活動は、「情報・文化の担い手として」という企業理念を実現する大変重要な取り組みです。

トッパンは、2000年の創立100周年記念事業の一環としてトッパン小石川ビルに併設された文化施設、印刷博物館とトッパンホールを中心に、文化貢献活動を展開しています。

また、教科書出版の東京書籍(株)や児童書・絵本を出版する(株)フレーベル館などのグループ会社による文化貢献活動のほか、トッパングループのみならず、印刷業界全体の発展に寄与する取り組みにも積極的にかかわっています。

文化貢献活動

印刷博物館の運営

印刷博物館は、印刷それ自体が文化的な価値をもつものと自覚し、印刷文化の確立を視野に入れて活動を続け、ご来館者数は19万人を超えました。

年に数回開催する企画展や常設展としての総合展示を行う本展示室のほかに、印刷工房、VR(ヴァーチャルリアリティ)シアター、ライブラリー、ミュージアムショップなどがあります。印刷工房は、教育・研修などの場として、小学校から専門学校、企業まで、150以上の機関・団体にご活用いただいています。

2006年度は、第一次世界大戦期のアメリカのプロパガンダポスターを展示した「モード・オブ・ザ・ウォー」を開催しました。ポスターの印刷に適していた平版印刷技術が手描きか

ら写真製版へと大きな変化を遂げるなど、当時の印刷技術についての調査内容を解説するとともに、アメリカ社会やポスター作家についてもご紹介しました。また、「近代印刷のあけぼの—スタンホープと産業革命—」展を開催し、グーテンベルクの印刷機以降の印刷技術の発展の歴史をご紹介しました。

トッパンホールの運営

トッパンホールは、「感動の共有」をコンセプトに誕生した408席のクラシック・コンサートホールです。

開館以来、世界的な演奏家の公演から、若手音楽家を発掘する〈ランチタイムコンサート〉や、若手育成の〈エスポワール〉シリーズまで幅広く展開。2006年度は〈憧れのモーツァルト〉〈話題の弦のデュオを聴く〉などの企画が話題を呼び、オーボエ奏者宮本文昭氏のファイナルコンサ

トッパン小石川ビルに併設された文化施設



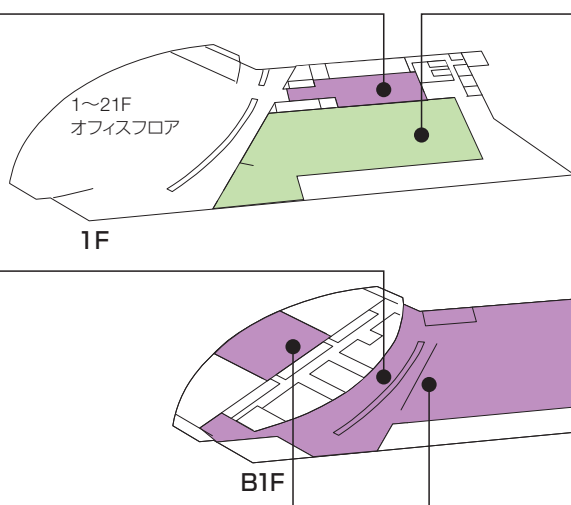
印刷博物館：ライブラリー



印刷博物館：プロローグ展示ゾーン



印刷博物館：VRシアター



トッパンホール



印刷博物館：本展示室 (総合展示ゾーン)



印刷博物館：印刷工房

トも大きな注目を集めました。そのほか、「日本音楽コンクール」や地元小学校への貸しホールとして多くの皆さまにご利用いただいております。来館者は26万人以上を数えています。

教育文化のバックアップ・継承

トッパンは、読書で得た感想・感動を絵で表す「読書感想画中央コンクール」(毎日新聞社、(社)全国学校図書館協議会、実施都府県学校図書館協議会主催)に協賛しています。18回目を迎えた2006年の応募総数は52万1,985点、応募校数は、7,385校にのびりました。

東京書籍(株)が運営している「東書文庫」は、1936年に開設されたわが国初の教科書図書館です。江戸時代の書物・文献から現代の教科書まで約15万冊を所蔵し、無料公開しています。また1984年には、教育界への貢献を目的に「東書教育賞」を設

立しました。毎年全国の先生方から寄せられた教育論文から優れたものを表彰しています。

音楽による文化貢献

児童書、絵本などで知られる(株)フレーベル館は、社会・文化事業として、1959年に「フレーベル少年合唱団」を創設。以来、日本では数少ない少年だけの合唱団として、1,000名近いOBを輩出してきました。

現在は、3歳から中学生までの約90名が在籍し、コマーシャルやテレビ出演など、その活動は多岐にわたっています。年1回の定期演奏会では、「アンパンマン」の映画挿入歌なども歌われ、好評を博しています。

また、東京書籍(株)は、(社)日本童謡協会による「童謡文化賞」に協賛しており、次世代へ日本の文化を継承するという観点から、童謡の普及に貢献しています。

印刷業の発展に向けて

トッパンは、印刷産業におけるリーディングカンパニーとして、常に印刷産業界の発展に尽力し、わが国の情報文化の振興に貢献してきました。

代表取締役会長の藤田弘道は1995年から2007年5月まで(社)日本印刷産業連合会(以下日印産連)の会長を務め、業界団体の発展のためにさまざまな活動を推進してきました。

2006年度はコンピュータを利用したデジタル組版に対応するため、印刷校正記号の改正が約40年ぶりに行われました。日印産連がこの改正作業に深く関わり印刷校正記号一覧を発行するとともに、漢字・字体の正しい理解と印刷校正記号の正しい使い方のセミナーを開催しました。

また、印刷環境総合認定制度を制定し、環境保全の促進に印刷産業界全体で取り組みました。



〈話題の弦のデュオを聴く〉
トーマス・ツェルトマイヤー&ルース・キリウス



文京区立金富小学校 音楽会「かなとみ Konzert」



読書感想画中央コンクール



東書文庫



童謡文化賞



フレーベル少年合唱団

地域社会貢献活動

トッパンが事業を展開する世界各地で、各事業所が地域の一員としての責任を果たし、期待に応え、企業市民として地域との共生を図っていきます。

地域との共生

トッパンは、各々の事業所がその地域の一員として責任を果たすことで、期待に応え、地域の皆さまと良好な関係を築き、企業市民として地域との共生を図っていくことが重要であると考えています。このため、従業員が参加する活動を中心に、地域貢献活動やコミュニケーション活動を推進しています。

環境美化を目的とした工場周辺の清掃をはじめ、献血活動、次世代育成や就労支援への協力を目的とした工場見学・実習の受け入れを行っています。また、地域の皆さまに集いの場を提供する事業所施設の開放のほか、防災・防犯への取り組み、地域主催イベントへの積極的な参加・協力など多岐にわたる活動を展開しています。

清掃・環境美化活動、献血活動

事業所周辺の公道、公園、商店街などの清掃のほか、松林や植え込みの除草作業、河川の清掃などを行い、環境美化に努めています。

三重工場では、県の呼びかけで行われている国道沿いに不法投棄されたゴミの撤去作業に2年連続で参加し、家庭ゴミの撤去を行いました。また、新潟工場では、工場近隣の河川で護岸部分の除草作業と川底の泥上げ作業に参加しました。

そのほか全国の事業所でも取り組みを行い、2006年度は清掃・環境美化活動に、31事業所でのべ8,495名が参加しました。また、献血活動には29事業所でのべ2,562名が参加しています。

工場見学・校外学習支援

近隣の皆さまが参加される工場見学会のほか、次世代育成支援とし

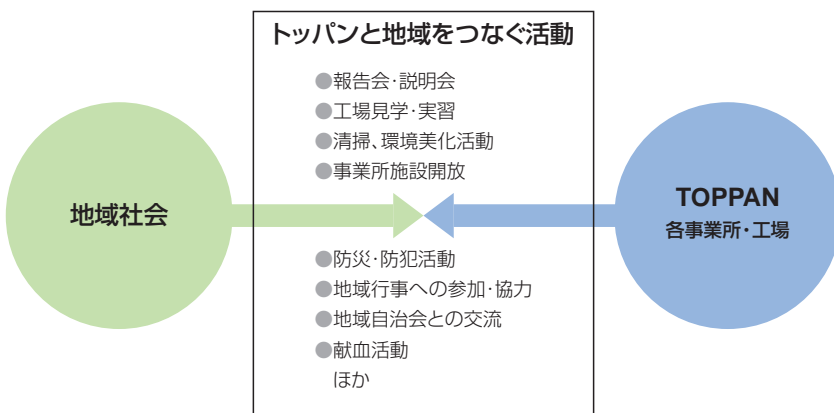
て、小・中学生の見学も積極的に受け入れていきます。2006年度はあわせて19事業所で1,471名に見学いただきました。滋賀工場では、近隣中学校で行われている「勤労体験学習」に協力し、中学2年生にパソコンを使った入力作業や書類の整理などを体験してもらいました。

就労支援

印刷業の実務理解と、就業への意識高揚を目的とした学外演習（インターンシップ）の受け入れを通じて、就労支援を行っています。福岡県の（株）トッパンアイデアセンター西日本では、国内外の大学生に印刷物の企画・制作におけるディレクションやデジタル撮影などの業務を体験してもらいました。

また、養護学校生の見学や実習受け入れ、レクリエーションを通じた交流なども行っています。現場作業

トッパン地域社会貢献活動



新入社員研修での清掃活動



河川の清掃活動

の体験にあたっては、本人の能力を十分に考慮するとともに、手話のできる従業員の支援などによって、安全で安心して体験をしていただけるよう配慮をしています。

事業所施設の開放

新潟、朝霞、板橋、相模原、滋賀、大阪海老江などの工場では、近隣の皆さまや地域のサークル、学校のクラブ活動などに体育館をご利用いただいています。そのほかの地域でも、会議室や食堂などを、近隣自治会の会合場所として提供しています。総合研究所、相模原工場などでは、近隣のグラウンド利用者、隣接する幼稚園の行事に来場する方へ駐車場を開放しています。また、台風などで神田川が氾濫するおそれがある場合、隣接マンションの地下駐車場の代替として、小石川事業所の駐車場を開放しています。



懇談会(施設見学)



小学生の工場見学

海外における取り組み

欧米やアジア地区においても、日本国内と同様に地域貢献とコミュニケーション活動を行っています。活動にあたっては、その地域の法令・習慣・文化などに配慮をしながら、各地域に根ざした活動を行っていくのが基本的な考え方です。事業所周辺の清掃、ボランティア活動、献血活動のほか、寄付・寄贈、工場見学の受け入れを行っています。また、異文化の理解促進を目的とした会合への参加やイベント支援など、さまざまな活動を行っています。

アジア地区における取り組み

インドネシアおよびタイの拠点であるトッパンプリンティングインドネシアとサイアムトッパンでは、小学校や孤児院施設の子どもたちに、文房具、カバンなどの学習教材や日



寄贈の風景(トッパンプリンティングインドネシア)



地域イベントへの参加

用品などを寄贈しました。

サイアムトッパンでは、このような活動に加えて、現地の赤十字に協力し、74名の従業員が献血活動に参加しています。

欧米地区における取り組み

欧米各国に拠点を持つトッパンフォトマスクスのサンタクララ事業所では、貧困者層への食料提供を行う「セカンドハーベストフードバンク」への寄付と食料配布のボランティア活動に参加しました。また、ドイツ事業所では、知的障害者支援団体への寄付と、同団体を通じて知的障害者に仕事の場を提供しました。

米国を拠点とするトッパンインターアメリカでは、体の不自由な子どもたちのための特別オリンピックの運営支援として15名の従業員がボランティア活動を行いました。



寄贈の風景(サイアムトッパン)

インドネシア・ジャワ島中部地震被害への義援金の寄付

2006年5月に発生した「インドネシア・ジャワ島中部地震」の被災地支援として、日本赤十字社を通じて、義援金の寄付を行いました。

成果に基づく人事諸施策

従業員を会社の貴重な財産「人財」ととらえ、「TOPPAN VISION 21」の実現を目標として人事施策を展開することで、従業員が、「やる気」「元気」「本気」で仕事に取り組めるようにバックアップします。

「人財」に関する考え方

トッパンでは、従業員を会社の貴重な財産、すなわち「人財」ととらえています。そして、「企業は人なり」という信念のもと、従業員が、「やる気」「元気」、そして「本気」で仕事に取り組めるようにバックアップしています。

積極的に挑戦する「やる気」と、心身ともに健康で、明るくいいきと活力に満ちた「元気」。そして、真剣に取り組み、最後までやり遂げる「本気」。これらの3つの「気」をもって仕事に取り組んでもらうことで、従業員にそれぞれの力を十分に発揮してもらうことが大切であると考えています。

採用・配置・育成・活用・処遇のサイクルを通じて、「個」が持つ力を高めていくと同時に、それを組織の力に変えていくことに取り組んでいま

す。そのためには、信頼に基づいた上下間のコミュニケーションの促進、明確なビジョン・目標に沿った行動、信賞必罰を的確に行うメリハリある体制の構築、オープンで公平・公正な風土づくりが不可欠であると考えています。

人事諸施策の考え方

トッパンでは、従業員一人ひとりが「TOPPAN VISION 21」を実現する「価値ある行動」を行うことで、トッパン全体が、社会やお客さまをはじめとするステークホルダーの皆さまから信頼され、尊敬される企業になると考えています。人事諸施策は、このような考え方にに基づき、採用・配置・育成・活用・処遇のすべてに「価値ある行動」と「能力・スキル」を基盤としています。

価値ある行動とは「企業理念」「経営信条」を実現する具体的な行動で

す。また、能力・スキルは、価値ある行動を実践するために欠かせない技能です。能力・スキルの基本的な枠組みに基づいて、営業・企画、製造、技術・研究開発、事務管理などの職種別の項目があり、さらに事務管理は財務や法務、購買、人事労政など個別の部門に落とし込んだものになっています。

人事処遇制度

トッパンでは、多様な人財がそれぞれの力を十分に発揮することができるよう、能力・成果主義に基づいた処遇制度を構築しています。

管理職処遇制度の改定

管理職については、TOPPAN VISION 21を実現するための行動を価値ある行動と位置づけ、目標と結果、およびそのプロセスを通じて業

従業員データ

数字は各年度末(3月31日)のもの。派遣社員数については、1月~3月の平均。

		役員数	管理職層	監督職層	社員数(計)	平均勤続年数	平均年齢	社員数合計	パート/アルバイト	派遣社員
2004年度	男性	30	1,844	2,166	9,679	16.3	38.7	10,548	893	915
	女性	1	2	44	869	10.0	31.7			
2005年度	男性	30	1,889	2,106	9,693	16.0	39.1	10,582	1,103	1,142
	女性	1	11	56	889	9.5	31.6			
2006年度	男性	30	1,796	2,173	9,964	15.8	39.0	10,899	1,163	1,851
	女性	1	15	69	935	9.4	31.6			

採用人員

			2005年度	2006年度	2007年度
定期大卒 (院卒含む)	営業・事務ほか	男性	88	142	178
		女性	32	43	66
	技術	男性	117	166	170
		女性	33	34	36
高専・高卒	男性	99	181	151	
	女性	23	28	25	
定期採用合計(女性比率)			392(22.4%)	594(17.7%)	626(20.3%)
経験者採用			135	150	119

退職事由

	2004年度	2005年度	2006年度
自己都合	284	284	320
定年	109	56	117
会社都合	0	0	0
役員就任ほか	8	5	3
合計	401	345	440
年間離職率	3.5%	3.1%	3.9%

績向上に至る全体を「成果」とし、処遇に反映するための評価制度を導入しました。また、2007年度からは、処遇制度を、これまでの職務遂行能力に基づいた仕組みから、「役割」に比重を置いた仕組みへと改定します。

職能等級制度

2004年度に、一般層を対象に職能等級制度を複線化し、営業・企画、技術・研究、事務の各職種を5級制、製造部門をⅧ等級制としました。2005年度からはこれをさらに一歩進めて、それぞれの等級制度にふさわしい賃金改定の仕組みを導入。この改定により業務遂行の実態や成果の表れ方の違いが、賃金などの処遇決定にさらに反映されるようになりました。

そして2006年度には、優秀な人材が早く昇格できるような短縮昇格基

準の設定、より厳正な選考のためにマネジメント能力適性検査、面接や課題発表を実施するなど、昇格選考の仕組みを大幅に見直しました。

目標設定と評価の透明性

管理職には目標管理制度(MBO)を用いています。価値ある行動に基づき、業績、行動、能力・スキルの3点について、目標の設定、期中の修正、結果の評価を行い、その都度、本人と上司の間で十分なコミュニケーションをとることで、目標の共有化、評価の透明化、納得性の向上を図っています。

一般層についても評価結果の本人へのフィードバックを徹底し、成果や未達成の課題および今後の目標について共通認識をもつ仕組みとしています。

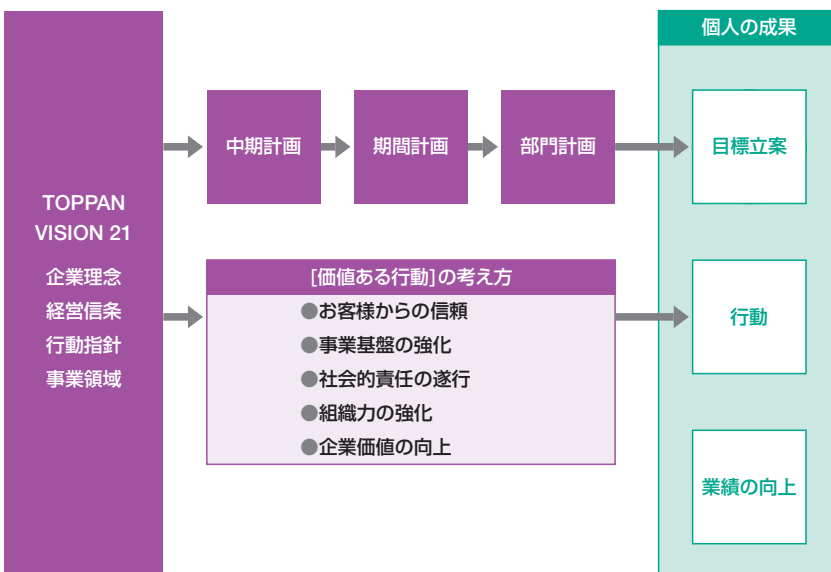
労働組合と共同で人事評価制度を適正に運用

給与改定、賞与の評価結果の本人へのフィードバック状況について、労働組合が一般従業員を対象にアンケートを実施しています。その中では、業務目標のすりあわせや達成度、さらには今後の課題、改善についての意見交換の実施状況やフィードバック面談における納得度などを調査しています。

この結果は経営層にも伝えられ人事制度の実施状況把握や見直しなどに役立てられています。制度の策定時のみならず、導入後も労使で協力してより効果的な運用に努めています。

なお、トッパンはユニオンショップ制を採用しており、原則管理職を除いた社員については、全員労働組合に加入しています。

人事処遇制度の基本的な考え方～目標立案から業績の向上までのプロセス管理～



平均年間給与[※]

2004年度	6,890,638円
2005年度	6,957,713円
2006年度	6,751,069円

※賞与および基準外賃金を含む。

人財の開発・育成

一人ひとりの人財が成長し、そして会社全体が成長していけるよう、「価値ある行動」と「能力・スキル」を基本に人財の開発・育成を行っています。

人財開発・育成の考え方

各階層における役割・責任・義務の理解・習得と「価値ある行動」の理解・実践を目的とする「階層別研修」のほか、各事業(本)部、部門、各職場で求められる「能力・スキル」の習得を目的とした多様な研修を体系的に運用しています。とくに「階層別研修」や「部門別研修」などは、社員がファシリテーター(司会進行・討議促進役)、トレーナーとなり、事業の実態に沿った研修を実施しています。

2006年度は、本社主催の階層別研修にはのべ1,795名、事業(本)部主催の研修(階層別研修、部門別研修、選択・選抜研修、その他研修実績あり)にはのべ24,140名が受講しています。また従業員が各自のキャリアデザインに合わせ受講できる「トッパンビジネススクール」では、選択研修(集合研修)、チャレンジス

クール(通信教育)でのべ4,619名が受講しており、ビデオライブラリーでは計700を超える種類のビデオを用意しています。

また、e-learningを活用し、「CSR教育」や「個人情報保護教育」「営業知識教育」を実施。CSR活動促進教育については階層別研修の研修科目のひとつとして実施。デザイン・組版・製版部門、営業部門を中心に「DTPエキスパート認証取得コース」(331名が資格取得)などの受講によって、各人の能力・スキルを高めています。

開発・活用と育成の連携

全社重点テーマである総合力発揮と総合品質保証に向けて、あらゆる品種を扱うことのできる人財を育成するために事業(本)部間でのローテーションを実施。また、複数のスキルを習得するための職種間のローテーションを実施するほか、 balan

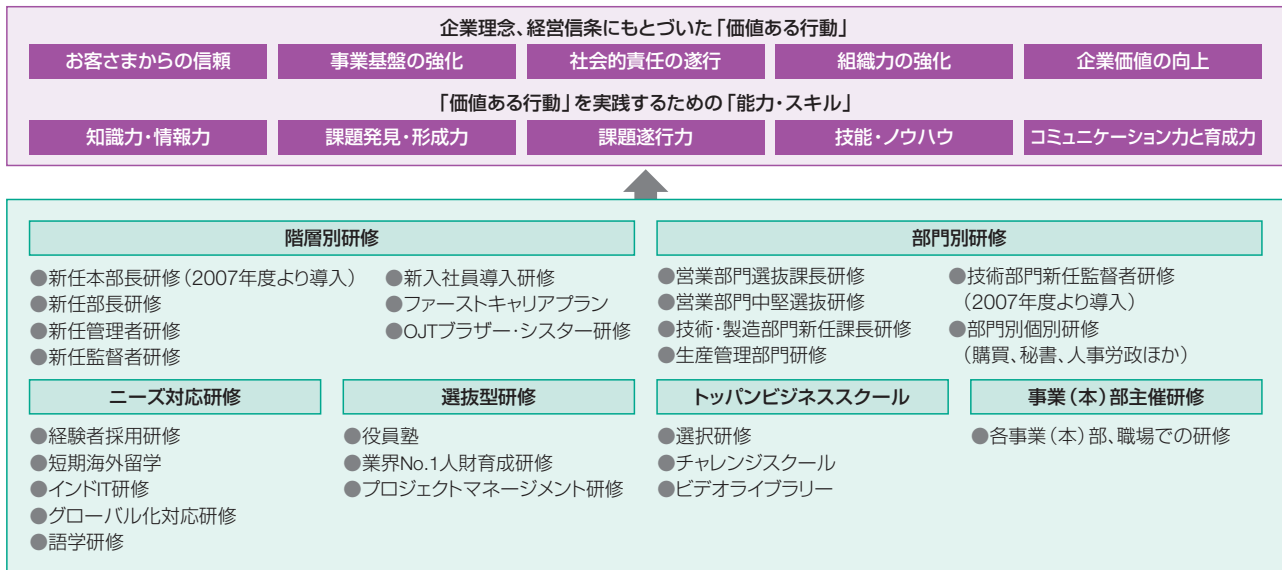
スのとれた幅広い知識やスキルを習得するため、地方と在京の各事業(本)部間で一部の新入社員のローテーション配属を実施しています。

営業や技術・研究部門では、在京の新入社員～中堅～部課長という各階層別の研修を通して、部門の結束と事業(本)部間の連携を図っています。

さらに、トッパンの総合力を活かした提案や実績を表彰する制度などにより、総合力発揮に向けた取り組みを推進しています。

2006年度は人財開発リーダー会議を4回開催し、人財開発に関する協議を行い、全社研修と部門別・事業(本)部別研修の連携を強化、また各部門の課題抽出を行いました。今後ともこの会議を継続し、一人ひとりのキャリアビジョンに応じたより効果的な人財育成の機会を提供していきます。

人財開発プログラムの位置づけ



新入社員の配置・育成

定期採用者を中心に、配属にあたって3回以上の面接を実施しています。採用時、入社時研修、そして配属された事業(本)部で、どの職場を希望するか、最適な配属先を相互で話し合う機会を設定しています。

また、配属から1年経過した時点で、現在の職場が合っているかどうかを確認するための面接を経て、正式配属を決定しています。

育成については、入社後3年間を育成期間として定め、同じ職場の先輩をブラザー・シスターに任命、上司と本人、ブラザー・シスターの3者で3年後のあるべき姿、育成目標を設定し、それに向けた行動計画を「能力・スキルデザインシート」として作成、進捗をチェックする仕組みとなっています。

人財育成に関する実績

	社員一人あたりの 研修等費用	トッパン研修 センター利用率 ^{※2}
2004年度	45,800円	56.9%
2005年度	36,600円	51.8%
2006年度	37,900円	51.5%

※2 2004年7月新設。2004年度の利用率は2004年7月～2005年3月の利用可能日数に対する利用実績日数から算出(子会社・関連会社の利用含む)。

海外グループ会社との人財交流

海外グループ会社との人財交流として、駐在員としての出向派遣のほか、「研修・技能実習制度」を活用した海外グループ会社従業員の研修受け入れを実施しています。2006年度には、凸版印刷(深圳)有限公司から2名の研修生を受け入れました。

グローバル人財の育成

グローバルに活躍する人財の育成のための海外留学支援制度に力を入れています。経営管理の専門スタッフ育成のための「MBA^{※1}取得留学」、技術系人財育成および海外におけるネットワークの構築のための「技術系海外留学」、IT技術習得のための「インドIT研修」、営業・企画系人財の育成のための「短期海外研修支援制度」など、グローバルビジネスの感覚を持つ人財の育成を図っています。

また、海外駐在員候補者・海外関連部門担当者向けの「グローバル化対応研修」では、異文化コミュニケーション、提案発表スキル、会議進行運営管理スキル、交渉説得スキルといった基本的なスキルを習得してもらい、効果をあげています。1996年より実施し、これまでのべ100名が受講、いずれも海外駐在員、海外関連部門担当として活躍しています。

※1 MBA: Master of Business Administration 経営(管理)学の大学院を修了した者に付与される経営学修士の称号。

ローテーションによる異動者^{※3}

	人員	全社員比率
2004年度	343名	3.3%
2005年度	326名	3.0%
2006年度	301名	2.8%

※3 総合力発揮と総合品質保証に向けた人財育成のための事業(本)部を超えたローテーション実績。



深圳研修生受け入れ

新入社員の定着状況(入社3年目社員の定着率)

	男性	女性
2004年4月1日入社	177名	47名
2007年4月1日在籍者	160名	37名
定着率	90%	79%
(男女平均)	(88%)	
離職率	12%	



グローバル化対応研修

多様な人財の活用

企業の競争力は、さまざまな「人財」がそれぞれの力を充分に発揮することで生み出されるものです。トッパンは、ダイバーシティ^{※1}の視点から多様な人財を活用する諸施策を展開していきます。

■ 開かれた採用環境の提供

毎年4月の定期大卒・高専卒・高卒採用のほか、秋季の定期採用および通年で行われている経験者採用など、受検の機会を広く提供しています。2006年度は、普段着による採用面接の実施や、トッパンの「企業理念」「経営信条」をもとに定めた「価値ある行動」をベースに新卒採用基準を策定。その人物本来の能力を引き出す採用活動に注力しました。また、開かれた採用環境を提供すべく、全国7会場で選考を実施しています。併せて、インターンシップも継続して実施しており、2006年度は78名を受け入れました。

経験者採用については、2006年度119名を採用。うち、トッパンで働いた経験のある派遣社員やパート・アルバイトから29名(24.4%)が採用されました。

また、国籍の区別なく採用を行っ

ており、就労にあたって就労ビザが必要な場合はビザ取得のための支援を行っています。

■ キャリアの自己申告

チャレンジングジョブ制度、社内公募制度、海外留学支援制度など、自ら積極的にチャレンジする機会を提供し、一人ひとりのキャリア形成に対するおもいを実現する環境を整備しています。

チャレンジングジョブ制度では、自らの業務経験、保有する公的資格、語学力などを自己申告し、あわせて、自身のキャリアについての中長期的な意見、異動希望を登録するシステムとなっています。また、内容については上司との面談を実施し、キャリア形成に限らず、会社全般への意見、要望についても意見交換できる場となっています。

■ 女性活躍の場の拡大

女性の管理・監督職登用を積極的に実施し、2007年4月1日時点で約112名(2.6%)の女性管理・監督者が活躍しています(2007年度目標2.75%)。

また、女性がよりいきいきと働ける環境づくりについては、女性の若手管理・監督職層が中心となってプロジェクトを立ち上げ、ボトムアップで施策を企画・立案しています。

女性チームの活躍

女性ならではの発想による新たな製品・サービスの提供をめざし、2006年4月に、女性だけで構成されたチームを設立しました。女性を対象にした商品の販売用促進物の企画営業を行う「GTJプロジェクト」、消費財の市場調査を行う「消費行動研究室」、女性誌の広告宣伝企画を行

TOPPAN CAFE

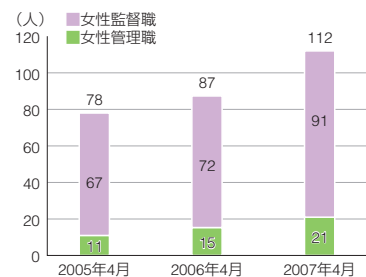
大学3年生を対象に、2006年10月下旬にトッパン小石川ビルにて「TOPPAN CAFE」と題した「就職お悩み相談会」を計9回実施し、246名の学生が参加しました。

この会は、トッパンを志望する学生向けの、いわゆる「会社説明会」ではありません。これから就職活動を開始しようとしている学生の疑問、不安を若手採用担当者との会話のなかで払拭してもらうことを目的として行うもので、肩肘張らずに気軽に質問できるよう、少人数で行っています。



積極的に発言する「TOPPAN CAFE」参加者

女性管理・監督職推移



※1 ダイバーシティ
「ダイバーシティとは『多様な人材を活かす戦略』である。従来の企業内や社会におけるスタンダードにとらわれず、多様な属性(性別、年齢、国籍など)や価値・発想をとり入れることで、ビジネス環境の変化に迅速かつ柔軟に対応し、企業の成長と個人のしあわせにつなげようとする戦略」(日本経営者団体連盟「原点回帰—ダイバーシティ・マネジメントの方向性—」(平成14年5月)より)

う「SPチーム」、食品や日用雑貨のパッケージ提案を行う「Lナビチーム」の4チームが活動中です。トッパンでは、印刷物の受注のほか、市場ニーズの把握からお客さまへの商品・サービスの提案、商品のデザインや流通チャネルの提案などを行っており、その中で、女性の視点や感性を活かして応えていきます。

セカンドキャリア支援

会社生活における「第二ステージ（セカンドキャリア）」を積極的に支援するために適職開発や職域開発を行い、多様な選択肢を用意することで、長年の知識や経験、技術やスキルを活かすことができる体制づくりを行っています。また、定年到達後の再雇用制度である「シニア社員制度」では、最長65歳までの雇用の場を提供しており、2006年度には117



女性の感性を活かした4チームのメンバー

名の定年退職者のうち、63名が引き続き活躍しています。

社内ベンチャー制度

起業家精神に富んだ人財の発掘、次代の事業創造を目的として、2001年1月より「社内ベンチャー制度」を導入。これまでに50件の応募があり、1件が会社として設立((株)トッパンキャラクタープロダクション)、2件が社内起業、1件が社内プロジェクトと合流という成果がありました。

事業立ち上げから5年が経過した(株)トッパンキャラクタープロダクションは、事業を成功に導いた努力が讃えられ、社内表彰されました。

障害者の積極的雇用の継続

1993年に障害者雇用特例子会社である東京都プリプレス・トッパン

(株)を設立、以来同社での雇用を中心に障害者雇用を積極的に推進しています。トッパンの2007年6月1日現在の障害者雇用率は1.84%です。

また、2005年9月には、積極的な障害者雇用を進め法定雇用率を継続的に達成している点を高く評価いただき、障害者雇用優良事業所として「厚生労働大臣表彰」を受賞しました。

請負・派遣の適正化

2004年3月に施行された改正労働者派遣法については、法改正に先駆けて本社から通達を発信し、各事業所において対処。とくに、製造部門における請負と製造派遣の区分については、職場の状況をふまえたうえで、適法な状況であるよう常にチェックを行っています。これまでに偽装請負のなかったことを確認しています。

障害者雇用

	人員	雇用率 ^{※2}
2004年度	134名	1.83%
2005年度	138名	1.81%
2006年度	146名	1.84%

※2 雇用率は、「障害者の雇用の促進等に関する法律施行規則」第8条の規程による「障害者雇用状況報告書」で報告した常用雇用者数(2007年6月1日現在)を分母にしています。



事業が成功した社内ベンチャー(株)トッパンキャラクタープロダクションの表彰



トッパンキャラクタープロダクションHP
<http://www.chara-pro.com>



バリアフリー環境を整備した東京都プリプレス・トッパン(株)

安全で安心な職場環境の実現

トッパンでは、従業員が安全で安心して働ける職場環境を実現することが、社会的な責任を果たすだけでなく、生産性の向上につながると考えています。このため各種法令を遵守するだけでなく、より積極的な取り組みを実施しています。

■ 基本的人権の尊重

あらゆる場面において個人の尊厳の確保に取り組むこと、および、人種、民族、国籍、宗教、性別、身体的特徴などを理由とした不当な差別をいっさい行わないことを「行動指針」に明記しています。セクシュアルハラスメントおよびパワーハラスメントの防止などを含めた基本的人権の尊重について、従業員の階層別研修（新入社員、新任監督者、新任管理者、新任部長など）のなかで啓発活動を継続的に実施しており、2006年度は1,795名が受講しています。

また、1999年7月に「職場のセクシュアルハラスメントに対する基本方針」を制定すると同時に、相談窓口を設置。問題の解決や防止に努めています。

児童労働、強制・義務労働に関する問題は発生していません。

■ 労働安全衛生

労使による安全衛生委員会を設置し、労働災害の撲滅をめざしています。具体的にはTPM活動の柱のひとつとして安全衛生部会を設置し、生産活動と安全衛生の相乗効果に努めています。また技術部門と協力して、設備導入時から事前の安全チェックを実施し、災害の未然防止に努めています。

■ 防火・防災対策

総合防災訓練実施のほか、凸版警備保障(株)との連携、指導のもと各地区消防署主催の自衛消防訓練審査会に出場、いずれの地区においても優秀な成績をおさめています。また、地震発生時における初期動作や安否確認に特化した訓練の実施、徒歩帰宅のための情報提供など、震災対策についても重点的に取り組んでいます。

■ 健康管理・健康増進

疾病の予防と早期発見、健康の保持増進を目的に、生活習慣病健診、定期健診を実施しています。その結果をもとに、2006年度は有所見者のうち早期の生活習慣改善が有効な従業員に対し、一定期間指導を受けられる「生活習慣改善サポートサービス」をテスト導入しました。トッパングループ健康保険組合とともに、全国で59カ所の診療所を運営し、健診結果に基づく保健・栄養指導および各種健康教室を行っています。また凸版グループ福祉会が契約している全国500カ所のフィットネス施設の利用あっせんにより、従業員の健康増進を支援しています。

■ メンタルヘルス対策の強化

2006年は各階層別のメンタルヘルス

職場の安全・衛生

	労災による死亡者	度数率 ^{※1}	強度率 ^{※2}
2004年度	0名	0.41	0.01
2005年度	0名	0.24	0.01
2006年度	0名	0.16	0.02

※1 100万延実労働時間当たりの労働災害による休業災害件数で、災害発生頻度を表す。

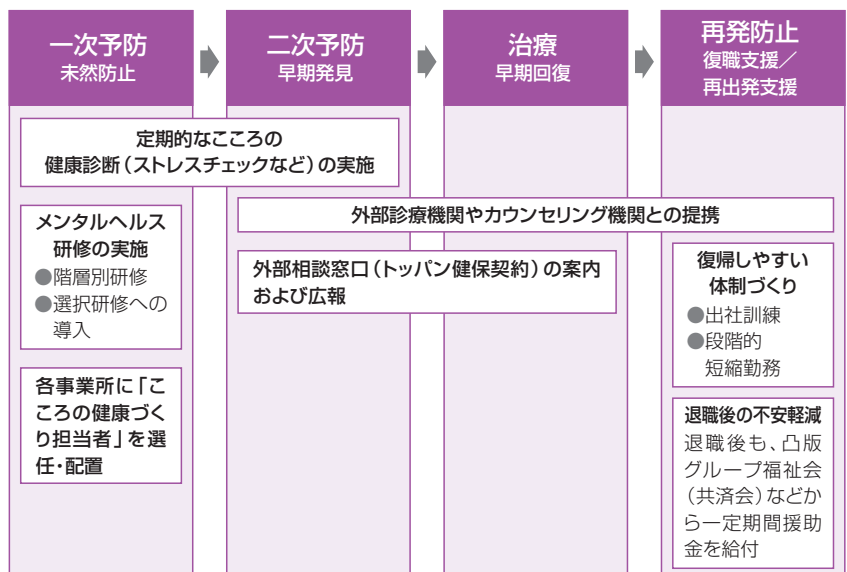
※2 1,000延実労働時間当たりの労働損失日数で、災害の重さの程度を表す。

主な休暇・休業の取得状況

	平均年次有給休暇取得率 ^{※3}	産前産後休業取得者数	育児休業取得者数
2004年度	38.1%	38名	46名
2005年度	38.9%	32名	55名
2006年度	41.2%	40名	58名

※3 平均取得日数/平均付与日数

メンタルヘルス対応体制の全体像



ルス研修をより充実させるとともに、各事業所ごとに「こころの健康づくりスタッフ」を選任しました。「職場のメンタルヘルス対策」の拡充は全社的な課題であり、2007年度は、復職支援の観点からも、対策を講じていきます。

■ 総労働時間短縮への取り組み

印刷業という業種の特性もあり、残業時間の削減は長年の課題でした。残業時間短縮や年次有給休暇の取得率向上については、事業所ごとに労使委員会を立ち上げ、それぞれの実態にあった、より効果的な取り組みを展開しています。2006年度より、「残業は所属長の指示に基づいて行われるもの」という原点に立ち返り、惰性的な残業を抑制し、総労働時間を短縮していくために、管理職による残業管理を強化すると

ともに手続きを厳格化し、着実な効果を上げています。また、休暇の取得促進に向け、夏季休日などにおいて、連続休暇を実現するための「計画的付与」や、各自の記念日に設定できる「メモリアル休暇」などを実施しています。2006年度の年次有給休暇の取得率は41.2%と、前年を2.3ポイント上回りました。

■ ワークライフバランス(仕事と家庭の両立支援)の推進

トッパンは従来から、育児・介護休業制度、勤務短縮制度の整備、家族手当の増額などとともに、育児休業を取得しやすい環境づくりに取り組んでいます。

2006年度は、出産を理由に退職する社員を対象とした再雇用制度を導入する(→P21)とともに、育児をする社員を対象とした勤務短縮の適

用期間を、「子が3歳に到達するまで」から「子が小学校3年修了まで」に延長しました。これらの施策により、仕事と育児を両立できる環境が、一層整備されました。今後も、労働組合と協議しながら、さまざまな施策を推進していきます。

■ 労使のパートナーシップ

「労使は共通のパートナー」との認識のもと、協力して経営の諸問題に取り組むほか、共催行事を多く開催しています。経営上の諸問題を話し合う場として経営協議会を開催するほか、賃金制度や労働時間、労働安全、福利厚生などの専門委員会を開催しています。そのほか、次世代育成支援や健康の維持増進などについても、労使で協調して、安全で安心な働きやすい職場環境づくりをめざしていきます。

主な休暇・休業制度／ワークライフバランス・次世代育成支援策

ストック休暇	付与から2年が経過し失効する年次有給休暇を、最大で50日まで積立保存。本人および配偶者の療養や、看護、不慮の災害の復旧などの際に利用が可能。
産前産後休業	産前6週間、産後8週間の休業。契約社員、パート・アルバイトにも適用。
育児休業	子どもが満1歳6カ月到達するまでの間、連続した期間の休業が可能(これまでに男性も6名が制度を利用)。期間中は給与の10%を支給。復職後子どもが小学校3年修了までの間、原則1日最大2時間の勤務短縮も可能。そのほか、育児関連経費の補助や育児関連情報の提供・相談窓口を設置するとともに、復職後のキャリアプランに関する申告・相談にも対応。
出産退職社員の再雇用	勤続3年以上で出産を理由に退職する社員を対象に、子どもが小学校に入学する年の5月1日までの期間、再雇用を保証。
介護休業	介護家族1人につき、要介護状態に至るごとに、最長1年以内の連続した休業や、1日につき最大2時間の勤務短縮が可能。そのほか、介護関連経費の補助や介護関連情報の提供をするとともに、相談窓口も設置。
看護休暇	年間10日の休暇取得が可能(半日単位の取得も可)。
ボランティア休務	社会貢献活動を目的として、原則1年以内の休務が可能。期間中はボランティア休務手当を支給。
家族手当	満18歳に達した最初の4月1日までの子女1人につき月額20,000円を支給。
ベビーシッター利用料の一部補助	凸版グループ福祉会にて、年間90日まで、費用の50%(日額上限5,000円)を支給。
その他制度	トッパングループ健康保険組合にて、出産育児一時金と付加金の支給、月刊育児誌「赤ちゃん和妈妈」1年分の贈呈、こころとからだの健康相談窓口を開設。

透明性の向上と適切な利益還元

経営活動の内容を公正に、オープンに開示し
適切な利益配分によって企業価値を継続的に向上させ
株主の皆さまとの長期で安定的な関係を築いていきます。

■ 経営活動の透明性向上

トッパンでは、経営活動の内容を公正に、オープンに開示することをモットーとし、各ステークホルダー向けのさまざまなコミュニケーションツール(→P26)による積極的な情報開示を行っています。

IR情報の開示

IR情報開示にあたっては、「IRに関する基本方針」に従い、公平性と透明性および迅速性を期するため、IR専用サイトを開設しています。財務情報については、ホームページや株主さま向け小冊子「トッパンストーリー」による四半期ごとの開示のほか、中間期および期末決算後に決算説明会を経営トップの出席のもと開催。決算説明会の資料はIR専用サイトでも公開しています。

IRに関する基本方針

1. 情報開示の基準

当社は、東京証券取引所の定める適時開示規則を遵守したディスクロージャーを行っています。また、適時開示規則に該当しない情報についても、株主や投資家の皆様に弊社をご理解いただくために有効な情報につきましては、できるだけ積極的かつ公平にホームページにて開示する方針です。

2. 情報開示の方法

適時開示規則に該当する情報の開示は、同規則に従い、東京証券取引所の提供するTDnetにて公開しています。TDnetにて公開した情報のホームページへの掲載はできるだけ迅速に行います。

なお、ホームページには当社が開示している情報の全てが掲載されていない場合があります。また、他の方法で開示された情報とは異なった表現をしている場合もあります。

■ 株式と株主の状況

2007年3月末現在の発行済株式総数は699,412,481株、総株主数は48,059名です。所有者別の株式分布状況では、金融機関が39.71%、個人・その他が23.10%、外国法人などが21.64%、その他の法人が13.78%となっています。また、主要な株主は下表の通りです。

配当政策

トッパンは、株主の皆さまへの安定的な配当を基本に、配当性向を勘案して漸増的な配当を実現することと、企業体質を強化し、安定した収益基盤を構築するために内部留保を充実させることを利益配分の基本方針としています。このうち内部留保資金は、企業価値の向上をめざし、成長が見込まれる事業分野の拡大に向けた設備投資と研究開発に充

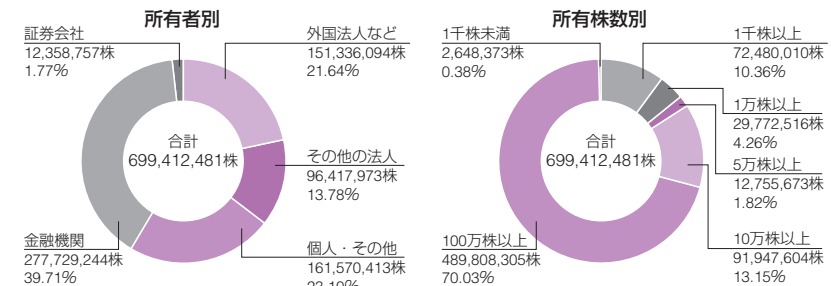
てるほか、長期的視点から投資効率を高める施策に充てる方針です。このような利益配分を行うことが、企業体質の強化につながり、将来の利益向上に寄与するとともに株主の皆さまへの利益還元を可能にするものと考えています。

2006年度末の配当については、年間の配当金は1株当たり20円、連結の配当性向は50.5%となりました。

株主総会

2007年6月の定時株主総会会場には、202名の株主さまにご出席いただきました。「当社株式の大規模買付に関わる対応方針(買収防衛策)」の導入については、株主の皆さまの意思をより明確に反映させることが重要であると判断し、買収防衛策の導入を株主総会決議事項とする旨を提案し、株主総会で承認されました。

株式の状況



大株主	所有株式数 (千株)	発行済株式総数に対する所有株式数の割合 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社信託口	40,404	5.77
デボントリーノミニースインコーポレーション	33,747	4.82
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社信託口	31,600	4.51
日本生命保険相互会社	29,648	4.23
第一生命保険相互会社	24,750	3.53
ナツツコム	19,090	2.72
株式会社三菱東京UFJ銀行	15,628	2.23
株式会社三井住友銀行	15,628	2.23
従業員持株会	13,153	1.88
株式会社講談社	13,077	1.86

(注)自己株式40,909千株は、「所有者別グラフ」では「個人・その他」に、「所有株数別グラフ」では「100万株以上」に含まれています。また、自己株式は上記の大株主から除外しています。

環境報告

環境活動の概要

トッパンの環境活動	60
-----------	----

2006年度の総括と今後の目標

環境目標と2006年度の実績	62
環境投資と保全効果	65

環境マネジメント

環境マネジメント体制	66
環境マネジメント活動	68
環境コミュニケーション活動	70

環境保全活動

地球温暖化防止と省エネルギー	72
資源循環	73
汚染予防と化学物質の管理・削減	74
物流における取り組み	75

環境配慮型製品・環境ビジネス

環境配慮型製品の開発・評価	76
環境配慮型印刷サービス	78
森林管理と循環型社会づくり	79

環境関連データ・資料

環境関連データ	80
---------	----

トッパンの環境活動

トッパンは、環境を経営の重要課題と認識し、事業のあらゆる分野で環境活動を推進していきます。トッパンの環境活動は、環境配慮型製品の開発・販売と生産活動に伴う環境負荷低減の2つに大別されます。それぞれの活動においては、事業分野ごとの環境負荷をベースとした取り組みを行っています。

地球環境宣言

トッパンは、1991年に全社の環境活動の統括部門として「エコロジーセンター」を設立し、1992年4月には、環境活動の基本理念と、その実現に向けた行動指針を示す「凸版印刷地球環境宣言」を制定しました。以来、エコロジーセンターを中心に、グループをあげて、全社員参加による積極的な環境活動を展開しています。

2000年9月には、経営方針の刷新に伴い「凸版印刷地球環境宣言」の一部見直しを実施。「環境行動指針」を定期的に見直すことで、「環境目標」を環境経営の指標として位置づけ、併せて継続的改善に向けて活動を行っています(→P62)。

なお、社会的な環境動向に大きな変化がある場合には、「凸版印刷地球環境宣言」全体を見直し、環境活動の継続的な改善を図ります。

地球環境宣言

- 1 私たちは、社員一人ひとりまで地球環境問題の重要性を自覚して、その保全に努めます。
 - 2 私たちは、省エネ・省資源・リサイクル活動を積極的に推進し、地球環境保全に努めます。
 - 3 私たちは、法と社会秩序を遵守し、環境汚染の防止に努めます。
 - 4 私たちは、営業活動を通じて、お客さまの地球環境保全活動に、積極的に協力します。
 - 5 私たちは、研究活動において、地球環境保全に貢献する製品・技術の開発に努めます。
 - 6 私たちは、国際社会においても、地球環境保全を考慮した企業活動を行います。
- 1992年4月制定
2000年9月改定

環境活動の概要

トッパンの事業領域は幅広く、製造する製品ごとにその環境負荷は異なります。製品の開発・販売と生産活動に伴う環境負荷を、それぞれに把握し、各製品のライフサイクルと生産工程に応じた環境負荷の低減が必要となります。

このため、トッパンでは製品群別に「環境配慮型製品評価基準(ガイドライン)」を策定。製品の企画・開発を行う段階からライフサイクル全体を視野に入れた評価基準に沿って活動することにより、各事業分野の環境負荷に見合った「環境配慮型製品」の開発を行っています。

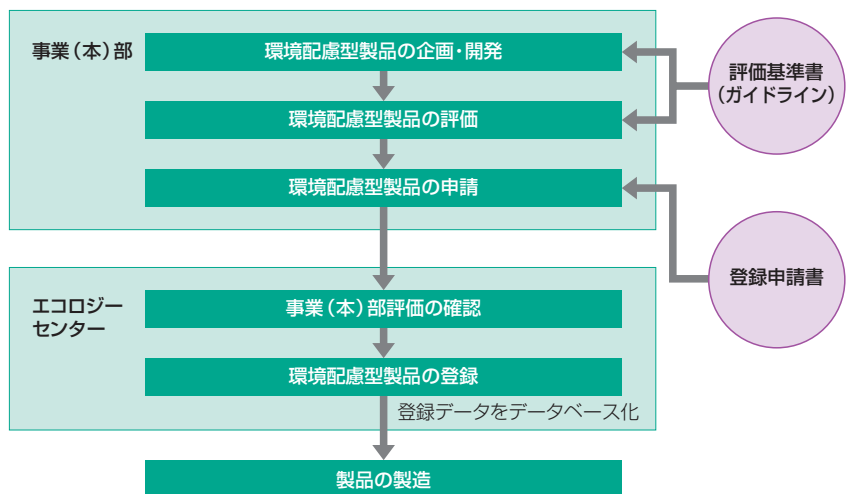
また、生産活動に伴う環境負荷を3つの事業領域別に集計・把握。各事業分野の環境負荷に応じた環境活動に取り組んでいます。

トッパンの環境負荷と環境影響

環境負荷を低減するためには、まず事業活動全体の環境影響を把握する必要があります。トッパンでは、各生産事業所において物質収支「INPUT(材料やエネルギーなどの使用)／OUTPUT(生産により排出されるもの)」データを集計し、事業所ごとに各環境側面の影響評価を実施。その結果を踏まえて環境目標を設定し、優先順位を明確にして環境活動を行い、活動結果の検証を行っています。

トッパンの事業分野は多岐にわたるため、環境への影響もさまざまなものがあります。そこで「情報・ネットワーク系」「生活環境系」「エレクトロニクス系」の3つの事業領域別でも環境データの集計・把握を行い、環境負荷の推移を評価しています(→P61)。

環境配慮型製品の管理フロー



事業領域ごとの主な環境配慮型製品

情報・ネットワーク系

円滑なコミュニケーションを求める顧客に対し、「情報の価値を高める」「情報を効果的に届ける」ソリューションを提供する事業領域



再生植物油インキ

成分中の大豆油を70%以上再生植物油に代替した印刷用インキとそのインキを使った印刷物。

生活環境系

医・食・住を中心とした様々な生活シーンに対して、心豊かな暮らしづくりに最適な製品とサービスをグローバルに提供する事業領域



GLファミリー

トッパンの蒸着・コーティング技術を生かして開発した塩素系樹脂を使わない透明バリアフィルム。優れた酸素・水蒸気バリア・保香性を有する。

エレクトロニクス系

先端技術を結集しデファクトスタンダードとなるような半導体・ディスプレイ分野などのエレクトロニクス部品を提供する事業領域



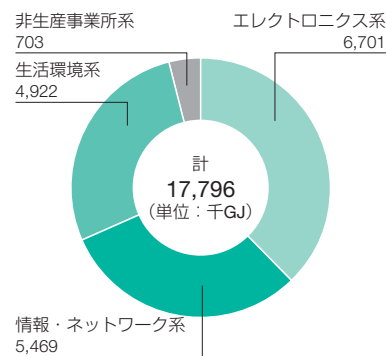
反射防止膜

材料のプラスチックを当社従来品に比べ50%削減した反射防止光学フィルム。携帯電話やパソコンの液晶画面の表面に貼られている。

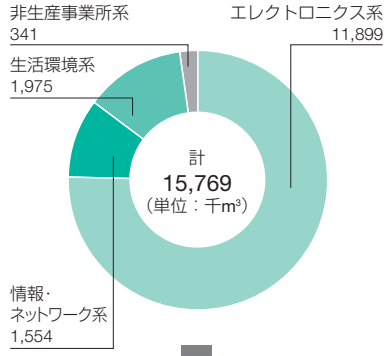
事業領域別の主な環境負荷 (INPUT/OUTPUTデータ)

INPUT

総エネルギー使用量 (→P72)



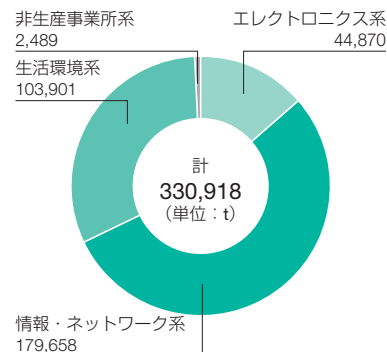
水利用量 (→P80)



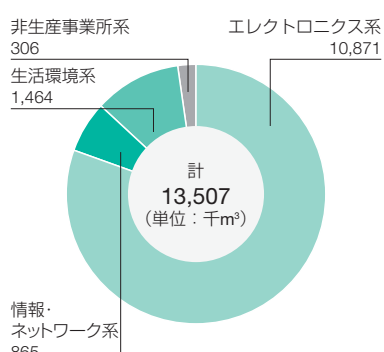
- 事業領域別のデータからは、エレクトロニクス系における水利用量と排水量が全体の約75%、情報・ネットワーク系における廃棄物排出量が全体の約55%、生活環境系におけるPRTR指定化学物質の排出量が全体の約45%となるのが特徴となります。
- 総エネルギー使用量については電気と熱のエネルギー使用量合算であり、事業領域別に大きな差異はありません。
- なお、原材料投入量については、事業領域別に原材料の単位が異なり、集計がみなし計算となるため算出を行っていませんが、情報・ネットワーク系における紙の投入量が大部分を占めています。

OUTPUT

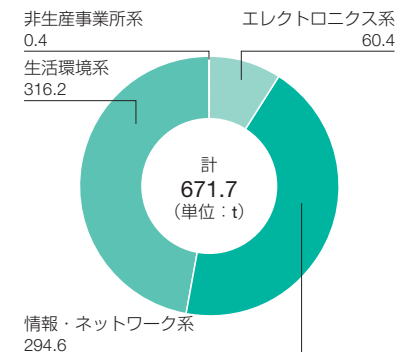
廃棄物総排出量 (→P73)



総排水量 (→P80)



PRTR総排出量 (→P74)



(注) 電気使用による発熱量は一律0.00983GJ/kWhで算出。PRTR総排出量については、各事業所における届出対象物質の排出量により集計。集計単位が異なるため、対象化学物質にダイオキシン類は含みません。海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。

環境目標と2006年度の実績

トッパンは、環境活動の基本理念である「地球環境宣言」を実現するため、「環境行動指針」により具体的な活動の方針を示しています。また毎年、「中長期環境目標」および当該年度の「環境目標」の見直しと設定を行っています。

トッパンの環境目標

トッパンは、すべての事業領域における環境活動の基本理念である「凸版印刷地球環境宣言」を実現するため、「環境行動指針」により具体的な活動の方針を示しています。「環境行動指針」には、「中長期環境目標」および当該年度の「環境目標」が設定されており、全員参加型の環境活

動を推進しています。

トッパンは、会計年度を環境活動の周期とし、年間の環境活動のレビューを行います。具体的には、当該年度の達成状況などの評価により、「中長期環境目標」の見直しと次年度「環境目標」の設定を行います。

環境目標の達成評価

2006年度は、18項目の環境目標を設定し、その目標達成に向け環境活動を推進してきました。年間の活動実績を集約すると、9項目について環境目標を達成することができましたが、9項目については残念ながら目標未達となりました。

2005年度より継続して、廃棄物

環境目標と2006年度の実績

環境目的	中長期環境目標
①省エネルギー施策の展開による地球温暖化防止	2010年度における二酸化炭素排出量売上高原単位を2000年度比10%削減
②廃棄物削減とリサイクルの推進	廃棄物発生量生産額原単位の削減
	産業廃棄物のマテリアルリサイクル拡大
	2010年度における廃棄物最終埋立量*1を2000年度比90%削減
	2010年度までに、製造段階で発生する産業廃棄物の有効活用を図り、国内全事業所においてゼロエミッション認定事業所**2実現
③VOC排出抑制による大気汚染の防止	2010年度におけるVOC大気排出量を2000年度比70%削減*3
④化学物質リスクの抑制	PRTR指定化学物質使用量の削減
⑤エコプロダクツの開発と販売による環境への貢献	「環境配慮型製品」の拡販による環境ビジネスの推進
	「環境配慮型製品」の開発とLCAの実践
⑥環境コミュニケーション活動の推進	—
⑦環境リスクの回避	法規制を包含した適切な社内管理基準の設定と遵守
	土壌汚染のリスク回避
	ステークホルダーとの適切なコミュニケーション
⑧環境教育の充実と、従業員一人ひとりへの環境意識浸透	—
⑨海外生産事業所における環境マネジメントシステムのレベルアップ	—

*1 最終埋立量：直接埋立量および中間処理後の残さ埋立量

*2 ゼロエミッション認定事業所：再生・再資源化率98%以上であり、エコロジーセンターにより認定された事業所

*3 業界目標値：2000年度を基準とし2010年度までに41%削減

*4 算定方法の見直しにより、2005年度データおよび2006年度目標を修正しています。

最終埋立量削減、リサイクル推進、VOCの大気排出量削減については大幅な目標達成となりました。

しかし、二酸化炭素排出量削減、PRTR指定化学物質使用量削減、環境ビジネスの売上高については2006年度の目標値に対して大きく未達となりました。未達理由と今後の対策については、関連ページをご覧ください。

■ 環境目標の見直し

2006年度の環境目標の達成度評価をふまえ、2007年度の環境目標を見直しました。2006年度より継続して、15項目の「中長期環境目標」と18項目の「環境目標」を設定することにより、環境活動を推進していきます。

とくに、二酸化炭素排出量が増加

傾向にあるため、省エネルギー施策の展開による地球温暖化防止に取り組みます。また、インキや溶剤の使用量が多い印刷業として、PRTR指定化学物質使用量の削減を通じた、化学物質リスクの抑制にも重点的に取り組みます。

2006年度環境目標	2006年度実績および進捗状況	評価	掲載ページ
二酸化炭素排出量売上高原単位：2005年度比4%削減	二酸化炭素排出量売上高原単位：2005年度比2.9%増	C	P72
廃棄物発生量生産額原単位：2005年度比5%削減	廃棄物発生量生産額原単位：2005年度比3.6%削減	B	P73
マテリアルリサイクル率60%	マテリアルリサイクル率87.3%	S	
廃棄物最終埋立量：2005年度比10%削減	廃棄物最終埋立量：2005年度比46.2%削減	S	
ゼロエミッション認定事業所の拡大：26事業所	ゼロエミッション認定事業所の拡大：32事業所	S	
VOC大気排出量：2005年度比10%削減	VOC大気排出量：2005年度比24.7%削減	S	P74
PRTR指定化学物質使用量：2005年度比10%削減	PRTR指定化学物質使用量：2005年度比11.3%増加	B	
「環境ビジネス」による売上高：602億円(2005年度比7%増)*4	「環境ビジネス」による売上高：541億円(2005年度比4%減)*4	C	P76
「環境配慮型製品」の登録数拡大：新規5製品	「環境配慮型製品」の登録数：新規5製品	A	
地方事業(本)部(生活環境系)へのLCAの展開	事業部にて検討中	C	P77
DfE(環境配慮設計)による研究テーマの評価実施	総合研究所におけるLCA分科会により評価実施	B	
「エコプロダクツ2006」への参加による環境コミュニケーションの実践	「エコプロダクツ2006」への出展(2006年12月14-16日開催)	A	P71
全事業所における社内管理基準の遵守および見直し	国内59事業所への社内環境監査による評価実施	A	P68
修復跡地などへのモニタリング調査実施	4サイトにおいてモニタリング中	A	P69
「サイトレポート」発行事業所の拡大：24事業所	「サイトレポート」発行事業所の拡大：22事業所(17レポート)	B	P71
「e-learning」による環境教育の継続実施(未修了者へのフォローアップ)	運用体制の見直しに伴い2007年度に実施延期	B	P69
海外生産事業所社内環境監査実施：米国地区、中国地区、東南アジア地区	米国地区1事業所、中国地区5事業所実施(東南アジア地区については2007年度に延期)	B	P68
現地規制基準の遵守および環境関連情報の月次記録	凸版中芯彩晶電子にてISO14001認証取得(2007年2月)	A	

評価基準 S…目標を大幅に上回る成果があがった A…目標を達成できた B…積極的に取り組んでいるが、目標達成には至らなかった C…取り組みが不十分

2007年度の環境目標

環境目的と中長期環境目標	2007年度環境目標	具体的な施策内容
①省エネルギー施策の展開による地球温暖化防止		
2010年度における二酸化炭素排出量売上高原単位を2000年度比10%削減	二酸化炭素排出量売上高原単位：2006年度比5%削減	事業所ごとのエネルギー使用効率が明確になる管理指標の設定とエネルギー適正管理手法の確立と運用 大型省エネルギー施策取り組み強化（ESCO導入検討）
②廃棄物削減とリサイクルの推進		
2010年度における廃棄物発生量生産額原単位を2000年度比25%削減	廃棄物発生量生産額原単位：2006年度比5%削減	原材料投入量の削減と収率の改善
産業廃棄物のマテリアルリサイクル拡大	マテリアルリサイクル率87%	トッパングループネットワークの活用によるリサイクルパートナーの模索 処理委託業者現地視察によるリサイクル処理工程の確認
2010年度における廃棄物最終埋立量*1を2000年度比95%削減	廃棄物最終埋立量：2006年度比15%削減	廃棄物発生量の低減による直接埋立量の削減 効率的な中間処理技術の選択による廃棄物処理残さの減量化
2010年度までに、製造段階で発生する産業廃棄物の有効活用を図り、国内全事業所においてゼロエミッション**2実現	ゼロエミッション認定事業所の拡大：35事業所	分別基準の見直し、ルール化による廃棄物のリサイクル推進 社内処理・リサイクル設備の拡充と適切なリサイクルパートナーの模索
③VOC排出抑制による大気汚染の防止		
2010年度におけるVOC大気排出量を2000年度比70%削減**3	VOC大気排出量：2006年度比10%削減	2006年度におけるVOC総排出量実績の精査 溶剤回収、廃熱利用などの資源循環に配慮した排ガス処理設備の導入
④化学物質リスクの抑制		
PRTR指定化学物質使用量の削減	PRTR指定化学物質使用量：2006年度比3%削減	指定化学物質含有資材の使用量削減と低含有、代替材料への切替 トッパングループネットワークの活用による非含有資材の社内標準化
⑤エコプロダクツの開発と販売による環境への貢献		
「環境配慮型製品」の拡販による環境ビジネスの推進	「環境ビジネス」による売上高：579億円(2006年度比7%増)	ISO14001運用による環境配慮型製品の営業販売活動の推進
「環境配慮型製品」の開発とLCAの実践	「環境配慮型製品」の登録数拡大：新規5製品	「環境配慮型製品評価基準（ガイドライン）」に準じた製品開発 「トッパン環境配慮型製品ラベル」による製品環境情報の開示
	地方事業（本）部（生活環境系）へのLCAの展開	新規実施（中部事業部、北海道事業部）とレベルアップ（東北事業部、西日本事業本部）
	環境負荷の少ない製品の開発	製造方法によって異なる二酸化炭素排出量の割合に基づく製品開発
⑥環境コミュニケーション活動の推進		
「エコプロダクツ2007」への参加による環境コミュニケーションの実践		環境フォーラム、展示会、講演会などへの参画による情報提供
⑦環境リスクの回避		
法規制を包含した適切な社内管理基準の設定と遵守	全事業所における社内管理基準の遵守および見直し	社内環境監査による社内管理基準設定項目および基準値の妥当性確認
土壌汚染のリスク回避	修復跡地などへのモニタリング調査実施	地下水の定期的なモニタリング評価と官公庁への報告
ステークホルダーとの適切なコミュニケーション	「サイトレポート」発行事業所の拡大：24事業所	「CSRレポート」および「サイトレポート」の発行
⑧環境教育の充実と、従業員一人ひとりへの環境意識浸透		
「e-learning」による環境教育の継続実施(未修了者へのフォローアップ)		環境教育体系において「e-learning」システムのイントラ化を図り、学習対象者を拡大 イントラネット「トッパン環境リンク」の活用による環境情報の双方向コミュニケーション推進
⑨海外生産事業所における環境マネジメントシステムのレベルアップ		
海外生産事業所社内環境監査実施：東南アジア地区、米国地区		現地視察を含めた社内環境監査の実施 社内環境監査による環境マネジメントシステムの構築確認
現地規制基準の遵守および環境関連情報の月次記録		ISO14001認証取得へ向けた取り組み 「海外事業所月次報告書」により環境関連情報を定期報告

*1 最終埋立量：直接埋立量および中間処理後の残さ埋立量

*2 ゼロエミッション認定事業所：再生・再資源化率98%以上であり、エコロジーセンターにより認定された事業所

*3 業界目標値：2000年度を基準とし2010年度までに41%削減

環境投資と保全効果

トッパンでは、1998年度実績より環境会計を導入し、これまで継続的な集計結果の開示を行ってまいりましたが、2005年度実績より投資対効果の判断と検証の精度向上を図ることを狙いとして、集計方法と情報公開の見直しを行いました。また2007年度はアスベスト除去工事のためのコストについても開示を行っています。

環境保全設備投資・コスト

トッパンでは、環境保全にかかるコストとその費用対効果を把握するため、1998年度実績より環境会計を導入しました。2005年度実績からは環境保全設備投資と環境保全効果にのみ焦点をあてることにより、できる限り「みなし」の算出を排除し、投資対効果の判断と検証の精度向上を図っています。

当期の環境保全設備投資額は6,003百万円となり、前年度と比較すると61%の増加となりました。廃棄物処理や大気汚染防止に関する設備投資額が増加したことや、排水処理リサイクルシステム導入など資源循環に関する設備投資額が増加したことが影響しています。当期での主な設備投資としては、以前より取り組みを進めている生活環境系生産事業所へのVOC排ガスからの溶剤回

収装置の導入、エレクトロニクス系生産事業所での新工場立ち上げに伴う排水処理設備の新設などがあります。

その他廃棄物処理では減容化やリサイクルを目的とした汚泥乾燥処理設備や集塵装置の新設、省エネでは屋根の断熱塗装やインバータ機器の設置、また自然保護、緑化、美化、景観保持などを目的とした緑化設備の設置などがあります。

なお、環境保全設備投資額には、苦情などに対し改善対策として導入した設備への投資額も含めています。

その他の環境コスト

以前より対策を進めていましたアスベスト除去工事については、2007年3月にて完了しました。総額で290百万円が計上されました。



VOC排ガスからの溶剤回収装置 (群馬工場)



排水処理リサイクルシステム (三重第二工場)



屋上緑化 (秋葉原ビル)

環境保全設備投資額

(百万円)

項目	主な内容	当期	増減 (当期－ 前期)	直近 5年間 累計
1 公害防止設備投資額	大気汚染防止等の公害防止に関する設備投資額	3,455	349	14,638
2 地球環境保全設備投資額	地球温暖化防止等の地球環境保全に関する設備投資額	164	▲190	1,823
3 資源循環設備投資額	廃棄物の適正処理・リサイクル等に関する設備投資額	2,330	2,096	4,328
4 管理活動設備投資額	環境負荷の監視・測定、事業所内緑化等に関する設備投資額	54	26	434
合計		6,003	2,281	21,223

環境保全効果

		増減量	2006年度
エネルギー	総エネルギー消費量(千GJ)	1,916	22,443
水	水利用量(千m ³)	2,657	18,089
大気	二酸化炭素排出量(千t-CO ₂)	55	1,032
	オゾン層破壊物質排出量(ODP-t)	▲1	1.9
	NOx排出量(t)	25	257
	SOx排出量(t)	17	71
	ダイオキシン類排出量(mg-TEQ)	▲97	33
水域・土壌	総排水量(千m ³)	2,820	15,389
	地下浸透量(千m ³)	7	45
	場内揮発量(千m ³)	86	2,434
	BOD負荷量(t)	39	230
	COD負荷量(t)	22	218
廃棄物	総排出量(千t)	21	417

(注) 小数点第1位で四捨五入のため、合計値が一致しない場合があります。
対象範囲: トッパングループ(→P5)。ただしToppan Photomasks, Inc.は除く。

対象期間: 各社の直近の事業年度

PRTR排出量に関する保全効果についてはP74を参照

環境マネジメント体制

トッパンでは、環境活動をより効果的に行うために環境マネジメントシステムを構築し、PDCAサイクルをまわすことにより活動を推進することを基本としています。ここでは、トッパンの環境マネジメント体制の全容を紹介しています。

トッパンの環境マネジメント

トッパンの環境マネジメントは、生産事業所はもちろん営業・販売促進部門や研究開発部門をも含め、環境マネジメントシステムを構築・運用し、PDCAサイクルをまわすことを基本としています。このPDCAサイクルを、より効果的な環境改善につなげるため、トッパンでは経営者による「環境マネジメントレビュー」を継続的に実施。環境活動の実績は、定期的に本社エコロジーセンターに集約され、その結果を環境担当取締役が評価・検証します。評価結果は、環境担当取締役から経営会議などへ報告され、見直しの後に全社へ展開を図ります。

環境マネジメントシステムの特徴

トッパンの環境マネジメントシステムの特徴は、ISO14001認証取得

の有無にかかわらず、PDCAサイクルに基づく環境マネジメントシステムを構築していることです。国内57生産事業所と2研究所は、「エコガード実行計画書」により、目標達成に向けた環境活動を推進しています。

活動の進捗状況については、エコガード推進委員会により毎月確認が行われ、問題が確認された際には速やかな是正を図ります。また、エネルギーや廃棄物などの主要な環境実績は、月ごとあるいは半期ごとに各事業所よりエコロジーセンターへデータ報告が行われ、トッパンの環境目標の達成状況についての適時評価と、必要に応じた見直しを行うシステムとなっています。

ISO14001 認証取得状況

2007年4月までにISO14001の認証を取得したトッパングループの国内事業所は、54事業所(40システム)

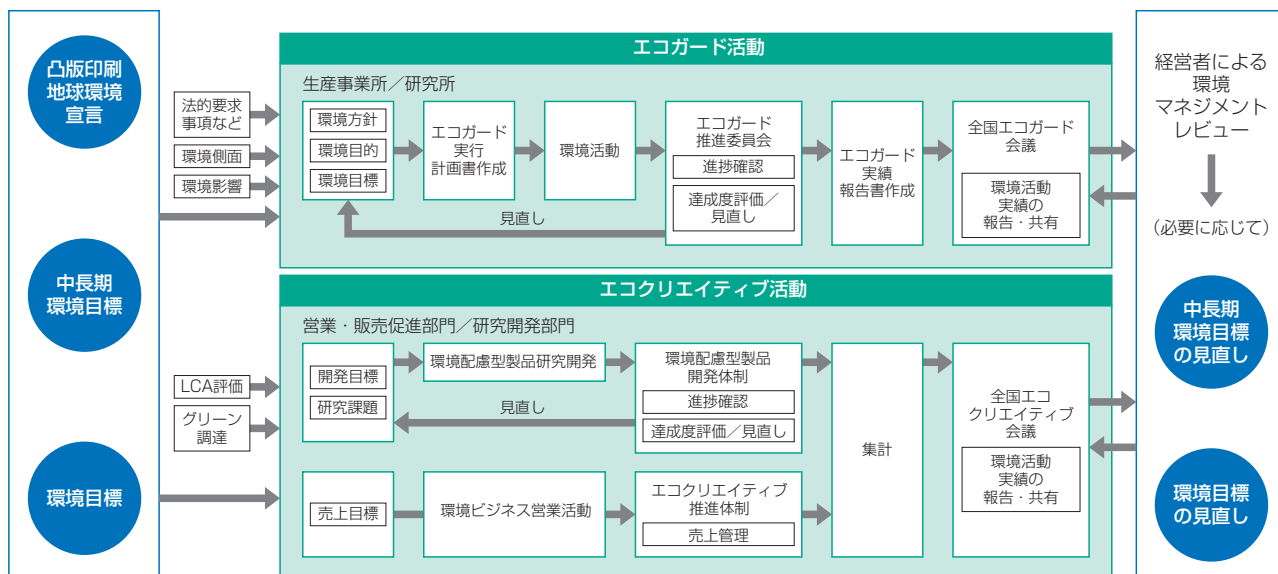
となり、海外においては、中国の凸版中芯彩晶電子が2007年2月に認証を取得し、海外生産事業所における実績は9事業所となりました。

また、認定取得後は、毎年 of 定期審査および3年ごとの更新審査を受けています。今後、残る主要な事業所に関しても、順次取得をめざします。

環境活動推進体制

トッパンは、国内外の生産事業所、研究開発部門、営業・販売促進部門ごとに環境マネジメントシステムを構築し、代表取締役社長および環境担当取締役がこれを管理しています。その運営にあたるのが本社の生産・技術・研究本部に所属するエコロジーセンターで、事業所の責任者が決定した環境方針、環境目標およびその実現に向けた施策を、事業(本)部・生産事業所に徹底させる役

環境マネジメントの概念図



割や、環境情報を事業所の責任者に伝える役割を担っています。

具体的には、環境活動の両輪となるエコガード活動、エコクリエイティブ活動を推進するため、「エコガード推進体制」と「エコクリエイティブ推進体制」を確立。エコロジーセンターの指導のもと、各種の施策を実行しています。

各生産事業所は、「エコガード推進委員会」を設置し、活動テーマごとに分科会を設け環境活動を推進しています。とくに省エネルギー活動では、専門組織「エネルギー分科会」の

体制を2003年度より全社的に強化・見直ししています。

また、エコクリエイティブ活動については、各事業(本)部ごとに「エコクリエイティブ推進体制」を構築し、環境配慮型製品の開発や環境支援ビジネスを展開しています。

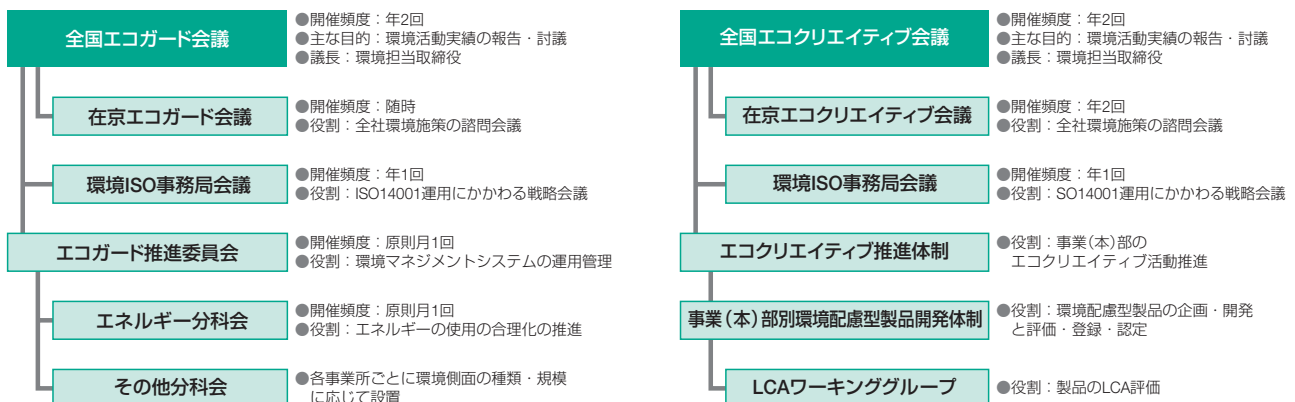
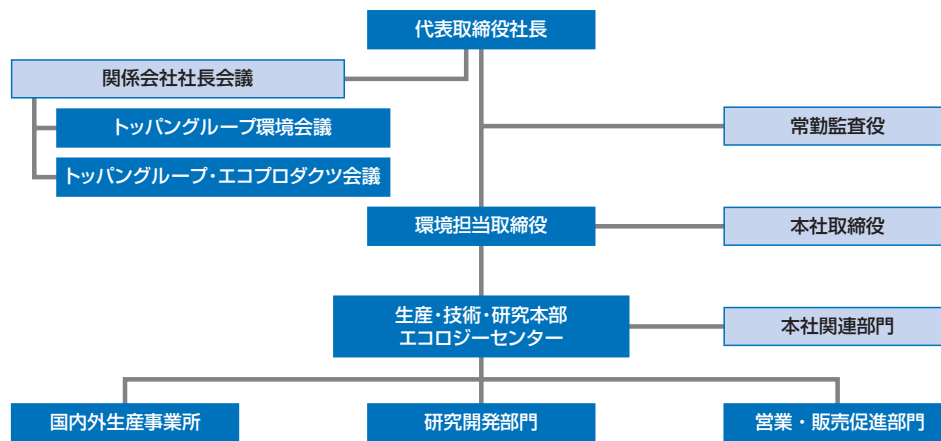
グループ総合力の強化

2003年度より、企業グループとしての環境マネジメント組織を見直し、「関係会社社長会議」のもと「トッパングループ環境会議」を年2回開催しています。各社環境目標の達成

状況の確認や環境課題の共有化により、環境リスクマネジメント体制の強化を図り、総合力が活かせる施策を立案・実施していきます。

また2004年度からは、環境配慮型製品の開発について、グループ各社の環境情報の共有化を目的とした「トッパングループ・エコプロダクツ会議」を立ち上げており、製品評価基準の標準化について具体的な活動を行っています。

環境マネジメント組織図



環境マネジメント活動

トッパンのPDCAサイクルは、事業所単位の環境マネジメントシステムと社内環境監査により徹底されます。また、環境コンプライアンス、すなわち環境に関する法令などの遵守はもとより、環境活動のレベルを継続的に維持・向上させていくため、環境教育を徹底しています。

社内環境監査システム

トッパンの社内環境監査は、書類監査と現地監査の2段階方式となっています。環境マネジメントシステム審査員補、内部環境監査員で構成される社内環境監査員は、対象事業所のシステム構築状況や環境関連法規制遵守状況、社内基準の遵守状況を確認・評価します。また、監査時の改善指摘事項を「社内環境監査結果報告書」として環境担当取締役へ提出。同一年度内の「社内環境監査レビュー」により、次年度へのレベルアップにつなげています。

2006年度の監査実績

2006年度は、社内環境監査により国内59事業所において527件の改善指摘事項が発見されました。各事業所は、改善対策と実施スケジュールを記した「改善計画書」に従い、是正

処置を行っています。これらの指摘事項のうち11事業所127件については、社内環境監査レビューで改善対策の進捗状況を確認。そのほかの400件の指摘事項については、2007年度の社内環境監査の際、対策の実施状況とその効果をフォローします。

海外生産事業所に対しては、アジア地区と米国地区とで隔年を原則に、現地ヒアリングと視察を実施しており、2006年度は、中国地区5事業所と米国地区1事業所の現地監査を行いました。環境マネジメントシステムの構築・運用状況や各国の環境関連法令、条例などの把握・遵守状況を重点に、水質・大気への環境影響、エネルギーや廃棄物の日常管理についても確認した結果、改善を要する事項が合計87件発見されました。現地では国内と同様、「改善計画書」に従った是正処置に取り組んでいきます。

環境コンプライアンスへの対応

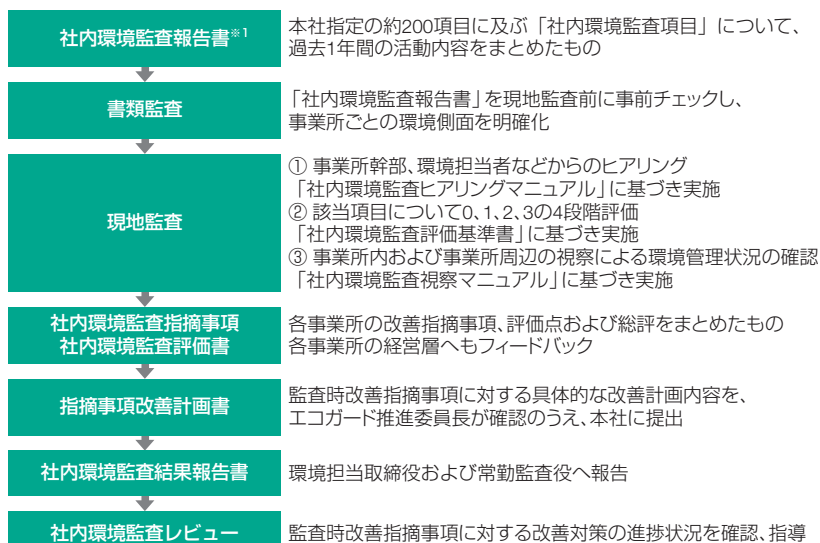
トッパンの生産事業所では、環境に関する法令、各事業所所在地域の条例、協定などを遵守することはもとより、要求される規制基準については、より厳しい社内管理基準を設定・遵守することにより、環境汚染の未然防止に努めています。

国内事業所における遵守状況については、各事業所の「エコガード実績報告書」により毎年4月に、また海外事業所については、「海外事業所月次報告書」として本社へ報告されるとともに、社内環境監査において遵守、対応状況についての評価を行っています。

2006年度の遵守状況

2006年度の国内生産事業所における規制基準の遵守状況は、大気についてはすべての事業所において問

社内環境監査の仕組み



^{*1} ISO14001認証取得事業所については、マネジメントレビュー文書による



社内環境監査ヒアリング



社内環境監査視察

題のないことが確認されています。

水質については、2事業所(BOD2件、COD2件)で規制基準超過事例が発生しましたが、いずれも是正対策が図られています。その後については基準内で安定していますが、再発防止策を徹底すべく、2007年度も恒久的な対策を継続して実施します。

土壌・地下水については、2001年度から2006年度までの間に下表のように環境基準もしくは条例基準の超過事例が確認され、土壌修復の対応を行ってきました。修復後の工場においては地下水のモニタリングにより、浄化実施状況の監視を行っています。また2007年5月に板橋工場で地下水汚染が新たに確認されたため、現在行政と協議を進めながら対応しています(→P22)。

2006年度の騒音や悪臭の行政指導による規制基準超過事例は、悪臭について1件発生しています。脱臭

装置の不具合に起因する臭気であり、速やかに是正対策を実施し、行政への報告を完了しています。トップパンでは、さらに騒音と悪臭の低減を図るため、今後も継続した改善策を実施します。

なお、2006年度における環境関連の訴訟、罰金、過料などは、いずれもありませんでした。

緊急事態への対応

各事業所は、タンクローリーからタンクへの溶剤注入などの作業を日常的に行っています。これらの作業は、万一事故が発生した場合、土壌汚染や水質汚染の原因となります。そのため、こうした作業現場では、汚染予防装置の設置や、オイルフェンス、土のうなど備品類を整備し、事業所外への溶剤流出などの未然防止に備えています。

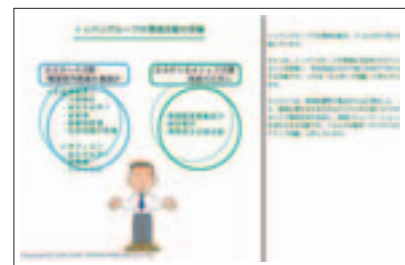
環境教育

トップパンは、環境活動のレベルを継続的に維持、向上させていくためには、社員一人ひとりの意識改革が必要だと考えています。そのため、新入社員から経営層までを対象に体系的な環境教育を実施しています。

また2002年度からは、WBT(Web Based Training)システムを基本としたe-learningを環境教育体系へ導入。これにより、時間、場所などの教育環境に制約されない教育機会の提供と、インターネットの特性を活かしたQ&A機能による双方向コミュニケーションが実現し、全社員を対象とした効果的な環境教育が短期間で可能となりました。コンテンツとしては、「企業を取り巻く環境問題とトップグループの取り組み」を取り入れています*2(→P83)。

自主調査結果による土壌・地下水汚染の浄化状況

事業書名	所在地	経緯	2006年度の状況
旧福岡第一工場跡地	福岡県古賀市	六価クロムによる土壌汚染 六価クロムおよびVOCによる地下水汚染	修復工事は終了し、地下水のモニタリング中
名古屋工場	名古屋市西区	六価クロムによる土壌汚染 (地下ピット処分に伴う自主調査)	修復工事は終了し、地下水のモニタリング中
滋賀工場	滋賀県東近江市	六価クロムによる土壌汚染 (使用履歴場所周辺での自主調査)	修復工事は終了し、地下水のモニタリング中
朝霞工場	埼玉県新座市	VOCによる地下水汚染 (構内井戸水の自主調査による)	地下水のモニタリング中
TEIミラマー工場	米国サンディエゴ	鉛など重金属とVOCの土壌汚染	修復工事中
板橋工場	東京都板橋区	六価クロムによる地下水汚染 (構内井戸水の自主調査による)	行政と協議のうえ、対応中(2007年度)



e-learning画面

*2 2006年度は営業、企画部門を中心に業務端末の見直しと整理を行っており、混乱が生じる可能性があったため、e-learningの実施を見送りました。

環境コミュニケーション活動

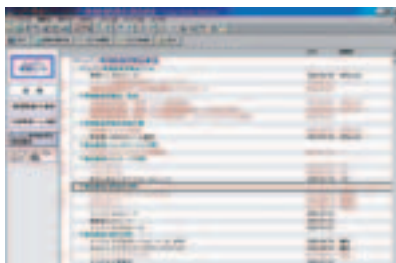
環境活動をより実りのあるものにしていくためには、社員はもとより、トッパンに関連する広範な人々と、環境に取り組む意識の共有化を図ることが重要です。トッパンでは、環境教育、地域社会との共生活動など、さまざまなレベルの環境コミュニケーション活動を展開しています。

■ 主な社内コミュニケーション活動

トッパン環境リンク

2001年度より社内イントラネットを活用した環境情報の共有化システム「トッパン環境リンク」をスタートしました。社内外の各種環境情報や環境配慮型製品に関する情報を掲載し、環境情報の共有化と社員の環境意識の啓発を図っています。

また、2003年度からは、システム見直しにより相互入力を可能とすることで、社内コミュニケーション活動の活性化にも役立てています。



トッパン環境リンク

「トッパン環境シンボルマーク」の制定

自社の環境負荷を認識し、全社をあげて環境活動に取り組むためには、社員一人ひとりの意識改革が必要です。トッパンでは1999年に「トッパン環境シンボルマーク」を制定し、社内報や名刺などに表示。環境意識の徹底を図っています。



トッパン環境シンボルマーク

トッパンは、エコガード活動、エコクリエイティブ活動を通じて、地球環境に配慮した企業をめざしています。このトッパンの企業思想と行動をシンボルマーク化しました。トッパンの環境対応や対策がSEED「種」となり、芽を出し大きく育っていくことをイメージ化しています。種から伸びた茎でエコロジーの「E」をシンボライズし、2枚の葉はトッパンのエコガード活動、エコクリエイティブ活動を意味しています。

エコロジー賞

年2回の社長表彰制度にエコロジー賞を設け、優秀事例の表彰を行うことで環境活動の活性化を図っています。個人またはグループを対象とし、社内における環境保全活動に顕著な貢献をしたもの、独創的な改善案によりほかの規範となる功績をおさめたもの、環境保全技術・商品開発において特許、実用新案などに大きく寄与したものが審査対象となります。

これまでに、「リスクコミュニケーション活動の積極的推進」、「酢酸エチル回収システム装置の開発」、「生分解性プラ育苗ポットラベルの開発・商品化」、「エネルギー管理優良工場等表彰事例」などの事例がエコロジー賞を受賞していますが、2006年度は残念ながら該当案件がありませんでした。

環境セミナーを開催

トッパンでは「環境の日^{*}」に合わせて、2007年6月5日から8日までの4日間、トッパン小石川ビル2階にあるPLAZA21にて「環境セミナー～エコロジカル・マーケティング最前線」を開催しました。

4日間で計8講演を行った今回のセミナーでは、トッパンの環境担当をはじめ、環境先進企業や、環境関係のNGO、識者など、多岐にわたる方々にご登壇いただき、エコロジカル・マーケティングの取り組みについて、ご紹介いただきました。

環境活動を企業活動全般とどうつなげていくかは、企業が抱える共通の課題です。少しでもその助けになればと、トッパン、サントリー株式会社、花王株式会社の取り組みについてご紹介しました。また、「牛乳パックリサイクル市民運動と事業者との連

携にいたるまで」「バイオマスプラスチックをめぐる最近の動向」「環境情報だけでは足りないエコロジー商品の売り方」「環境と森林のかかわり方」など、最新の環境動向と企業による環境活動をいかに連携させていくかについて、実際の活動に関わる皆さまから興味深いお話をいただきました。

4日間で延べ510名の方にご来場いただき、盛況の中でセミナーを開催することができました。このセミナーが、ご参加いただいた企業・団体による環境活動の一助となれば幸いです。

^{*}1972年6月5日にストックホルムで開催された「国連人間環境会議」を記念して定められた



環境セミナー受付



「トッパンの環境への取り組み」講演

環境情報の開示

地域社会とのコミュニケーション

2006年度に近隣地域から寄せられた苦情・問い合わせは、11事業所、37件(新規16件)となり、多くの皆さまにご迷惑をお掛けしてしまいました。主な内容は都市型公害である騒音と臭気であり、ほとんどについては即時対応で問題解決に至っていますが、いくつかの生産活動にともなう苦情については継続して課題が残っています。今後も近隣の方々と十分なコミュニケーションを図りつつ、積極的な設備投資による改善対策の実施に努めていきます。

トッパンでは、地域とのコミュニケーションの重要性を認識し、事業活動に関わる環境影響への説明責任をより明確にするため、PRTR法の施行を契機として環境アセスメントによる現状把握とリスクコミュニ

ケーションによる第三者との意見交換のあり方を全社的に見直しました。具体的には、本社ガイドラインを提示するとともに、「リスクコミュニケーション勉強会」開催により情報の共有化を図り、各事業所ごとに実態に即したリスクコミュニケーションを実施しています。

環境レポートの発行

トッパンは、1998年より毎年継続的に「環境報告書」(2004年度より「CSRレポート」)を作成し、報告書による環境情報開示に努めてきました。また、事業活動のグローバルな展開にあわせ、英語版についても2000年より継続発行しています。また2000年度から、ISO14001認証取得事業所においては、地方自治体や近隣住民の皆さまに向けた「サイトレポート」を発行し、コミュニケーション活動などに利用しています

(2006年度実績で22事業所・17レポート*)。

※海外現地法人および独立子会社の一部は含みません。

講演会への参加と環境展示会への出展および開催

トッパンでは、当社の環境活動への取り組みについて社外に広くご理解いただくために、業界や産業界の諸団体における講演会への参加や講師としての講演活動を随時行っています。また、環境コミュニケーション活動を実践する場として、環境展示会への出展および開催を位置づけています。

下に記載したCSRレポートURLよりサイト単位の環境パフォーマンスデータが入手できますので、あわせてご利用ください。「サイトレポート」をご覧になりたい場合は、下記アドレスまで電子メールでご請求ください。

- CSRレポートURL
<http://www.toppan.co.jp/csr/index.html>
- サイトレポート連絡先メールアドレス
eco@toppan.co.jp

エコプロダクツ2006への出展

2006年12月、トッパンはグループ会社(東京書籍(株)、トッパン・フォームズ(株)、(株)トッパン・コスモ、トッパンレーベル(株)、(株)フレイベル館)とともに「エコプロダクツ2006」に出展しました。環境配慮型製品をリサイクル、省資源、健康・安全、環境教育に分類して展示し、身近な製品にも多くの環境配慮がされていることをわかりやすく説明しました。

また、環境イベントに力を入れ、合同出展した各社1つ以上、体験型のイベント(「どっちが印刷?」クイズ、これからのエネルギーについて学ぼう、エコねんどで芸術家になろう、ペーパークラフトなど)を企画し、小中学生を中心に、幼稚園児から大人まで直に触れることによって、楽しみながら環境への関心を高めてもらう場を設けました。



展示部ブースと体験コーナー



トッパン・フォームズのカード作り



ペットボトルから繊維へのリサイクル



カートカンによるはがき作り

地球温暖化防止と省エネルギー

新工場の立ち上げや環境保全設備の新設、稼動によるエネルギー使用量増加が大きな要因となり、2006年度は二酸化炭素排出量売上高原単位について目標を達成することができませんでした。2007年度は各種省エネ施策の水平展開を中心に、活動の推進と強化を行います。

省エネルギーへの取り組み

トッパンは、二酸化炭素(CO₂)をはじめとする温室効果ガスの排出抑制を実現するため、省エネルギーに取り組んでいます。全社の中長期的な環境目標として、「2010年度における二酸化炭素排出量売上高原単位を2000年度比10%削減」を設定し、京都議定書による温室効果ガス削減目標に対応しています。この中長期目標から単年度の全社環境目標を定め、各生産事業所では、生産額原単位と生産品種ごとの生産量原単位の目標を設定しています。

2006年度は、「二酸化炭素排出量売上高原単位：2005年度比4%削減」を環境目標に定め活動を展開しましたが、活動結果は、2.9%増加となり目標未達となりました。省エネルギー活動により約1万tの二酸化炭素削減効果を出すことができたが、

それ以上に新工場立ち上げや環境保全設備の新設、稼動による影響が大きかったためです。

これまでの実績からは、二酸化炭素排出量売上高原単位が2000年度より12.0%の増加となっており、中長期目標の達成に向けてより一層の努力が必要であると再認識しています。

具体的な取り組み

運用面の対策として、ボイラー、冷凍機、コンプレッサー、給排気ファンなどの付帯設備では、エネルギーロスのない適正な運転状態が保てるように日常管理を行っています。老朽化設備に対しては、効率低下によるエネルギーロスを防止するために外部設備診断により、オーバーホールや更新などを行っています。また付帯設備に偏りがちな省エネ対策を生産設備にも展開し、乾燥機からの放

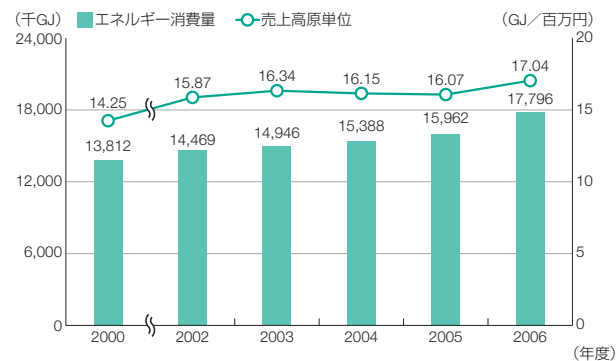
熱ロスに対する断熱塗装の実施や、エネルギー使用量と生産量から原単位管理を行い、データの見える化により異常やロスを発見し改善することで省エネ対策を推進しています。

今後はこれらの活動をさらに水平展開していくとともに、新たな取り組みとしてエネルギー負荷の高いクリーンルーム空調への省エネシステム導入や燃料転換の継続推進、また施策立案に向けた専門家の省エネ診断も活用して、目標達成に向けた取り組みを行っていきます。

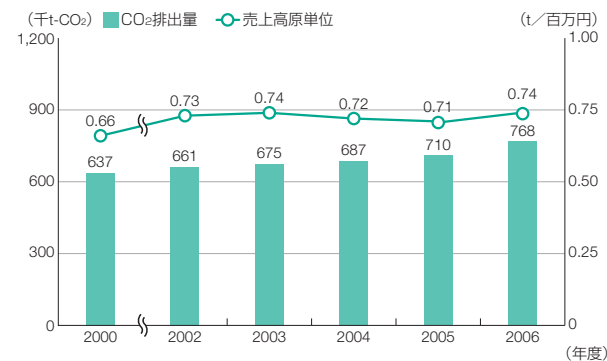


サーモグラフィーによる放熱箇所の点検

エネルギー消費量／売上高原単位の推移



CO₂排出量／売上高原単位の推移



(注) 海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。電気使用による発熱量は一律0.00983GJ/kWhで算出しています。CO₂排出量は、過年度の計算方法との整合性を図るため、環境省の「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(平成15年)」に基づき算出しています。なお、「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル(平成19年)」に基づき算出した場合、06年度CO₂排出量は810,519トンとなります。排出量に大きく差がでるのは、電力・都市ガスの排出係数が異なることによるものです。エネルギー種類別割合などの詳細データは、P83に記載しています。1990年度のCO₂排出量データについては、集計精度の課題や当時の対象範囲の拡大・見直しなどにより「みなし」による算出が多いと判断し、算定結果を活動の管理値として用いていません。

資源循環

廃棄物管理の徹底により、廃棄物発生量生産額原単位は前年度比で3.6%、最終埋立量は46.2%の削減となり、ゼロエミッション認定事業所については32事業所となりました。
トッパンは、今後も廃棄物の循環資源化を積極的に推進していきます。

■ 廃棄物削減への取り組み

トッパンの廃棄物では、情報・ネットワーク系と生活環境系を中心とした紙くずがもっとも多く、事業所排出量の74%に相当します。生活環境系の廃プラスチック類、エレクトロニクス系の廃腐食液を含む廃酸類がこれに続きます。

トッパンは、これらの廃棄物の最終埋立量を、2010年度に2000年度比で90%削減することを中長期目標に、廃棄物管理に取り組んできました。2006年度は、環境目標として最終埋立量の2005年度比10%削減を設定していましたが、目標を大幅に上回る46.2%の削減となり、中長期目標についても4年前倒して実現(91%削減)できました。2007年度より目標を見直し、2000年度比95%の最終埋立量削減を2010年度までに実現することをめざします。

また2006年度より、新たに廃棄物発生量生産額原単位の削減目標を設定。2005年度比5%削減の目標に対し、3.6%の削減となっています。トッパンでは、今後も継続的な廃棄物発生量抑制を図るべく、2010年度に向けて、2000年度比25%削減の中長期目標を2007年度より設定することとしました。

■ ゼロエミッションの展開と廃棄物の循環利用

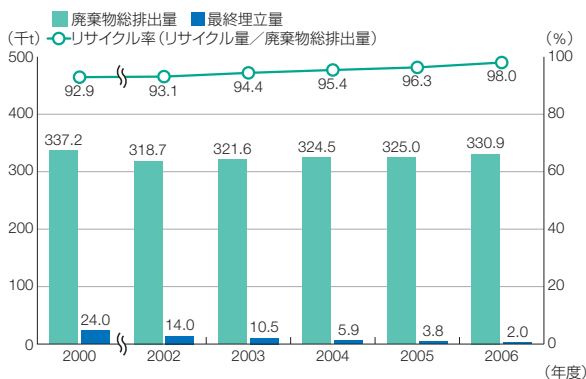
トッパンでは、1999年よりゼロエミッション達成に向けた課題の共有化を目的にゼロエミッションモデル工場を選定、課題解決に向けた施策を検討してきました。そして2001年11月には、モデル工場における検討結果をふまえ、ゼロエミッションの認定をスタートしました。

ゼロエミッション達成には、外部

要因である再生・再資源化率が大きく左右します。そこでトッパンでは、ゼロエミッションの定義を「再生・再資源化率(リサイクル率)98%以上で、本社エコロジーセンターにより認定された事業所」と定め、32事業所を2006年度の「ゼロエミッション認定事業所」として登録しました。

また2006年度からは、ゼロエミッションのさらなる高度化をめざしマテリアルリサイクル率の年度目標を設定。60%のリサイクル率目標に対し87%の実績となりました。マテリアルリサイクルを進めていくには、外部とのコミュニケーションの推進のみならず、事業所内部における廃棄物の有効活用も重要な課題となります。トッパンでは、工程から排出される廃棄物について可能な限り循環利用に努め、2010年度には全事業所でのゼロエミッション実現をめざします(→P83、84)。

廃棄物総排出量および最終埋立量/リサイクル率の推移



(注) 海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。
最終埋立量は直接埋立量および中間処理後の残さ埋立量とし、リサイクル過程で排出された残さも含めています。



廃棄物分別カゴ



社内における古紙減容化

汚染予防と化学物質の管理・削減

法規制よりもさらに厳しい独自の社内管理基準の設定とその遵守により、環境負荷の低減と汚染の未然防止に努めています。

2006年度は、トルエンを中心としたVOCの排出量削減とPRTR指定化学物質の使用量削減に努めました。

■ 汚染予防への取り組み

汚染予防への取り組みにあたっては、各生産事業所の実態把握を的確に行い、事業所ごとの環境負荷を明確にします。そのうえで、各事業所のエコガード推進委員会が設定した、法規制基準よりも厳しい社内管理基準を遵守することにより、環境負荷の低減と汚染の未然防止に努めています。

大気汚染防止・オゾン層保護

大気汚染防止対策としては、ボイラーや焼却炉などのばい煙発生施設について、燃料切替や適正燃焼条件による運転管理を行っています。同時に、VOC排ガスの処理設備を導入して、大気汚染防止のための管理徹底を図っています。VOC大気排出量については、2006年度より業界目標をふまえた中長期環境目標の見直し

と年次目標の設定を行っており、2006年度は2005年度比10%削減の目標に対し、25%削減という大きな効果をあげることができました。

また、特定フロン(CFC-11)を使用している設備についても、法令に準じた管理を行い順次更新を検討中です。

水質汚濁防止・土壌汚染防止

水質汚濁を防止するため、工程ごとに対応する排水処理施設を設置、とくに利用量が多いエレクトロニクス系事業所においては、排水リサイクルシステムの導入により回収と再生を行い、取水・排水量の削減に努めています。また、2007年1月竣工の三重第二工場では、工程排水の完全リサイクルを実現しました。

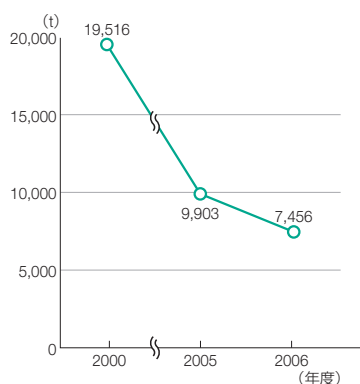
薬液類貯蔵施設には、漏えい・流出防止を目的とした防液堤の設置のほか、タンクや配管の定期点検を実

施。漏えいによる土壌汚染の未然防止に努めています。

■ 化学物質の管理

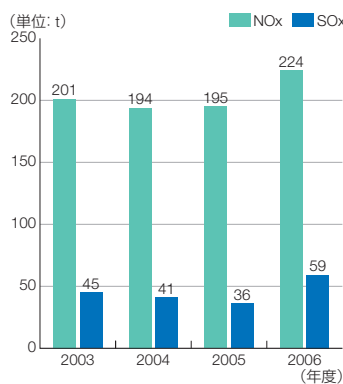
2006年度より、PRTR指定化学物質使用量の削減を新たに環境目標として設定し、低含有・非含有資材への切り替えを計画的に推進しています。2006年度の実績については、2005年度比10%削減の目標に対して、11%増の結果となりました。使用量が増加した主な要因は、新たにTNCSI富山工場の実績を2006年度より追加したこと、生産量増に伴う化学物質の使用量が増加したことです。しかし、一方ではHCFC-141bなど大幅な使用量削減が実現できず、今後も引き続き代替品導入への対応など使用量削減に努めていきます。使用量は算出基準を見直し、2008年度より記載予定です。

VOCの大気排出量推移



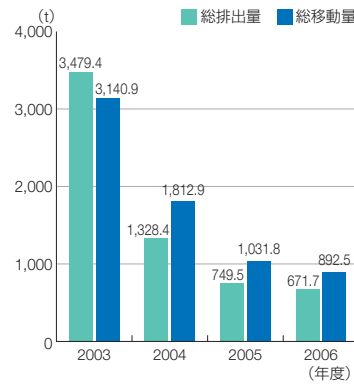
(注)年間取扱量が1.0t以上の事業所を対象。海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。

NOx・SOx排出量の推移



(注)海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。環境省「環境活動評価プログラム」(2002年4月)に基づき算出。

PRTR指定化学物質総排出・移動量推移



(注)各事業所における届出対象物質の排出・移動量により集計。集計単位が異なるため、対象化学物質にダイオキシンは含みません。海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。集計の見直しに伴い、2004年度の数値を修正しました。

物流における取り組み

トッパンにおける物流は、グループ会社である凸版物流(株)が担当しています。物流事業での環境活動は「輸送などに関わる環境負荷の低減」を最大の課題とし輸送にともなう省エネルギー対策への取り組みや安全な輸送を実施しています。

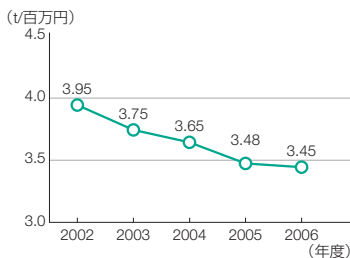
■ 輸送に係わる省エネルギー対策への新たな取り組み

2006年4月から施行された改正省エネ法により、年間3,000万トンキロ以上の貨物輸送を行っている特定荷主であるトッパンは、輸送に係わるCO₂排出量削減に向けた省エネルギー対策が2007年度より義務付けられます。

そのため、輸送に伴うCO₂排出量削減に向けた省エネルギー活動は毎年1%の削減が要求され、凸版物流(株)ではトッパンと連携し、その目標達成に向けた取り組みをしています。

2006年度においてはCO₂削減のための施策として「環境調和型ロジスティックマネジメントシステム」(LEMS)を運用実施しており、2002年度比でCO₂排出量原単位を12.7%削減することができました。

関東圏物流事業所におけるCO₂排出量原単位



デジタルタコメーターを搭載したトラック

■ 環境負荷低減のための取り組み

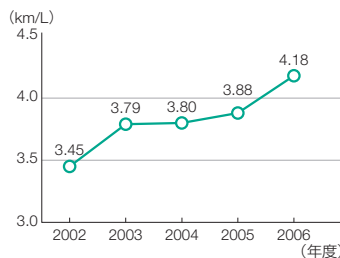
凸版物流(株)では環境にやさしい輸送への取り組みとして、環境保全活動を効果的に行うためにISO14001で「環境マネジメントシステム」の運用をしており、物流主力拠点の川口や西が丘など各事業所へ全国展開を図っています。

さらにエコドライブ運動では燃費向上を目標としてデジタルタコメーターの普及を、自社車両以外の協力会社にも水平展開し、燃費効率の向上をめざした活動をしています。

■ 安全な輸送への取り組み

凸版物流(株)が保有する自社車両については、より安全性の高い取り組みとして、2006年10月に施行された運輸安全一括法に基づき、安

自社車両の燃費



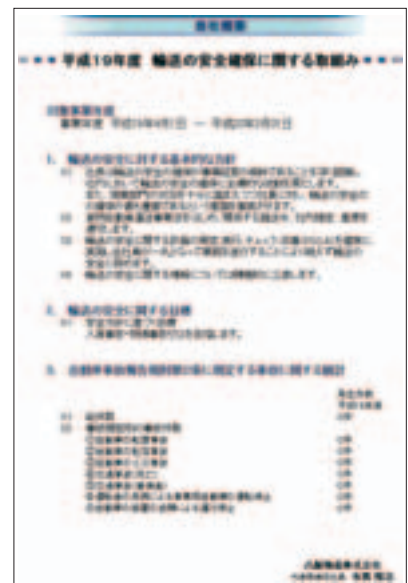
車両の動態把握システム

全マネジメントシステムを構築し、取り組んでいます。

また、輸送の安全に対する基本的な方針と目標を掲げ、その内容について本年度よりインターネット上で公表しています。

2006年度実績

- ・CO₂排出量原単位 12.7%削減(2002年度比)
(CO₂排出量/売上高、関東圏物流事業所対象)
- ・燃費効率 21.2%向上(2002年度比)
(自社車両対象)
- ・環境マネジメントシステムの構築
ISO14001の全事業所への展開
グリーン経営の更新
- ・安全マネジメントシステムの構築
安全性優良企業(Gマーク)認証
- ・デジタルタコメーターの普及
約200台(普及率:約20%、自社および協力会社含む)
- ・低公害トラックの導入
新長期排出ガス規制適合車両
CNG車、ハイブリット車
- ・エコドライブの推進
乗務員への研修、実技訓練(2回/年)



輸送の安全に対するインターネットでの公表内容

環境配慮型製品の開発・評価

環境配慮型製品の企画・開発は、ISO14021に準拠したトッパン独自の評価基準に基づき進めています。さらに、ISO14040に準じたLCA手法で環境負荷の定量化にも努めています。グループ会社も各社ごとにエコプロダクツ基準を設け、環境配慮型製品の企画・開発・評価に役立てています。

環境配慮型製品の考え方

トッパンでは、ISO14021をベースにして、独自に策定した「環境14主張」に則り、各事業(本)部の業界の特徴を考慮して定めた自主基準に沿って製品の開発を進めています。開発された製品は、エコロジーセンターが評価し、合格した製品のみが環境配慮型製品として認定・登録されます。

さらに、お客さまへの説明責任を果たすために環境配慮型製品には「トッパン環境配慮型製品認定ラベル」を表示して、環境配慮ポイントをわかりやすく説明しています。

なお、2007年3月末の環境配慮型製品は85件となりました(→P81)。



安全素材を使用した電子POP「EPOP」。基板のはんだには鉛を使用していない。



紙製飲料容器「カートカン」。アルミ箔などの金属類を使用せず、常温流通・長期保存を実現した小型飲料容器。

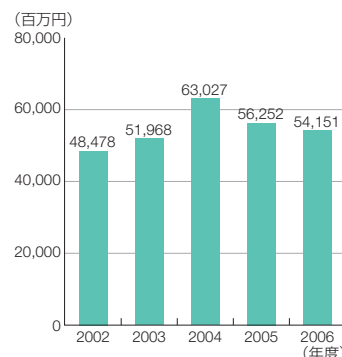


ラベル剥離痕が残らないため、ガラス瓶のリサイクル適性が向上する「ガラス瓶用易剥離感熱ラベル」

環境ビジネス

環境配慮型製品の販売、リサイクルビジネスなどを通じ、循環型社会に貢献しています。2006年度は、商業印刷分野の環境配慮型製品採用実績が低下し、売上が減少しました。今後、エコクリエイティブ会議を通じて、売上拡大の活動を促進します。

環境ビジネスの売上推移(単体)



(注) 建築材事業部を分社化したため、その分の売上は2005年度以降の集計から除いています。算定方法の見直しにより、2004、2005年度データを修正しています。

トッパンの環境14主張と環境配慮のポイント

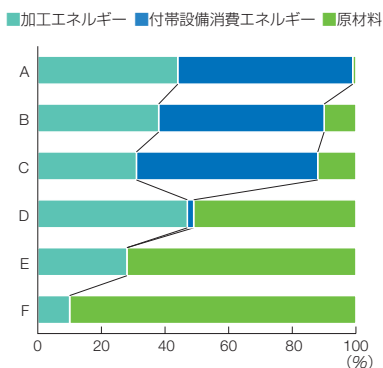
ライフサイクルステージ	ISO14021環境ラベルタイプII	トッパン環境配慮型製品環境14主張	トッパン基準
生産と流通段階	生産と流通段階	1.安全素材の使用	業界団体の使用禁止物質や環境ホルモンの疑いのある物質中で当社製品原材料に含まれる可能性のある物質等を使用しない。
	リサイクル率	2.リサイクル素材	業界団体の使用禁止物質や環境ホルモンの疑いのある物質等を使用しないリサイクル素材を用いた製品。
	資源削減	3.省資源	材料の生産工程および物流過程での削減。
	回収エネルギー	4.生産エネルギーの削減	エネルギー、水資源の生産工程および物流過程での削減。
	固体廃棄物削減	5.回収エネルギー	廃棄物あるいは廃熱等の回収されたエネルギーを利用して生産された製品。
	6.固体廃棄物削減	6.固体廃棄物削減	生産工程、製品、包装の改善による固体廃棄物削減。工程内再利用は含まない。
使用段階	省エネルギー	7.省エネルギー	製品の稼働に伴うエネルギー消費の削減。
	長寿命製品	8.化学物質放出削減	製品から放出される恐れのある化学物質の削減。
使用後段階	再利用可能／再充填可能	9.長寿命製品	耐久性の向上および機能拡張性の採用による長期使用可能な製品。
	リサイクル可能	10.リユース	当初の用途または類似する用途への再利用再充填が可能。回収再利用のインフラ、システムがあること。
	解体容易設計	11.リサイクル適性	リサイクルのための施設、システムがあること。リサイクル可能な部分を示すこと。
	12.廃棄適性	12.廃棄適性	焼却時に有毒ガスの発生を低減させる材料を使用していること。埋立処理の場合、土壌汚染の防止対策を施していること。
	13.易分離・易解体	13.易分離・易解体	製品の解体が容易な設計であること。本体のリサイクルを補助するための部品または部材であること。
分解性	14.生分解性	14.生分解性	生分解性、光分解性等により物質が分解して環境に同化する材料。

■ LCAの取り組み

環境負荷の少ない製品を開発するためにLCAを活用しています。総合研究所では、2005年度、2006年度に計6件の研究開発中の製品(A～D:生活環境製品、E・F:印刷物)でLCAを実施。製品の製造方法および原材料の種類に焦点をあて、分析を行いました。その結果、二酸化炭素排出割合の傾向は(A・B・C)、(D)、(E・F)の3グループに分けられ、製造方法ごとに大きく異なることが判明しました。

2007年度は、他の研究開発中の製品でも評価を行い、環境負荷の少ない製品開発に役立てるとともに、総合研究所内の全部門にLCA担当者を設置します。地方事業(本)部(生活環境系)では、LCAの取り組みが計画通り進まない事業(本)部もあり、体制・計画の見直しを行っています。

研究開発製品(A～F)のLCA結果の比較(二酸化炭素排出量の割合)



■ グループ会社の取り組み

グループ会社でも、地球環境の保全に配慮した生産活動を通じて循環型社会への実現に貢献しています。

グループ会社は、各社の業界の状況や、品種の特徴に合わせて、2005年度より「エコプロダクツ基準」を設定しています。グループ各社が、「エコプロダクツ基準」に従って開発・生産・販売した環境関連ビジネスの2006年度売上は、1,643億円に達しました。

グループ各社は、自社で定めた「エコプロダクツ基準」に準拠して、環境に配慮した製品の開発・生産・販売に努め、グループ全体の環境活動を活性化しています。

■ 製品に含有される化学物質管理

製品に含有される有害化学物質による消費者の健康阻害や、地球に与える環境リスクをできるだけ軽減するために、世界的規模で製造メーカーに対する「製品に含有される化学物質の管理」が求められています。

そのため、トッパンでは「製品に含有される化学物質を管理するためのガイドライン」を作成。ガイドラインに準じて、品質保証のルール・体制を見直しています。さらに、そのルール・体制が確実に守られていることを確認するために、生産工場に対して「製品に含有される化学物質の管理」に関する立ち入り監査を開始しました。



シックハウスの原因物質を削減したドア表面材「エコシート」と床材「コーディネーションフロア」((株)トッパン・コスモ)



米国FDA基準に適合し、安全性の高い粘着剤を使用した「フレッシュダイレクトラベル」(トッパン・フォームズ(株))



工場における化学物質管理状況

環境配慮型印刷サービス

トッパンは社会的な要請に応え、環境配慮型印刷サービスに対応しています。印刷用紙やインキについての配慮だけでなく、デザイン・制作段階から、印刷方式や製本・加工方式に至るまでのすべての工程において環境配慮を展開しています。

「オフセット印刷サービス」 発注ガイドラインの導入

トッパンでは、環境配慮型の印刷を追求し、グリーン購入ネットワーク(GPN)(→P45)の一員として「オフセット印刷サービス」発注ガイドラインに基づく印刷サービスを提供しています。ガイドラインが定める用紙、インキ、表面加工、製本、その他の加工のすべての分野で環境配慮型技術を提供し、すでにグリーン購入に取り組む多くの自治体や企業で採用されています。

制作および製版

トッパンは、原稿作成から製版までの工程をフルデジタル化することでフィルムや現像工程などを排除し、省資源・省力化を実践しています。

環境配慮型インキの使用

トッパンは、大気や人体に悪影響を及ぼすといわれる芳香族炭化水素(アロマティックス分)をほとんど取り除いたアロマフリー型大豆油インキを開発しました。さらに、学校給食や外食産業などで使用された大豆油を回収・精製し、印刷インキとして再生した再生植物油インキを実用化しました。

環境配慮型用紙を提供

印刷用紙は、森林資源保護に直接関与している素材です。現在、環境配慮型用紙としては一般的には再生紙、非木材紙、間伐材使用紙やFSC認証用紙をご用意しています。

水なし印刷方式

水なし印刷方式は、水のかわりにシリコン層がインキを反発するため、有機溶剤の一種であるイソプロピルアルコール(IPA)を含んだ湿し水の必要がなく、印刷時の廃液を出しません。

リサイクル配慮の製本・加工方式

難細裂化ホットメルトは、古紙再生工程での離解時に細片化しない接着剤であり、再生工程での除去が容易となります。また、従来の中綴じ製本では欠かせなかったステッチ(針金)を不要とした「エコ綴じ」など、リサイクル性に優れた製本・加工方式を提供しています。

環境に配慮した印刷技術

- カラーマネジメントシステム(CMS): コンピュータによる印刷の色管理技術
- デジタル撮影技術: 撮影フィルムを必要としない撮影技術
- DDCP(Direct Digital Color Proof): 製版段階のフィルム発生を大幅に削減した色校正技術
- CTP(Computer to Plate): デジタルデータから直接印刷版を作成する刷版技術

CSRレポート2007の環境配慮

本CSRレポートを制作するにあたっては、環境配慮型印刷サービスのなかから、さまざまな技術や方法を積極的に取り入れています。

トッパンでは従来より、「カートカン」を通じて間伐材の利用を促進してきました(→P20、79)。間伐材の利用は、国内の森林資源を保護し、適正な育成の促進につながります。

この間伐材を含んだ用紙を本レポートの本文用紙に採用しました。間伐材を含んだ用紙の使用は2004年版の一部使用、そして2006年版の使用に引き続き、3度目となります。今後も、環境配慮型印刷サービスを促進するとともに、紙資源のもととなる森林に配慮した用紙を積極的に採用していきたいと考えています。

『CSRレポート2007』の環境配慮一覧

工程・資材	具体策	環境への配慮
撮影	新規撮影に関しては原則デジタルカメラ撮影とする	フィルム・現像工程の排除(写真の流用はデータ化で対応)
デザイン・編集	DTPによるデジタル工程	版下など途中生成物の低減
製版・刷版	CTPによる刷版	製版用フィルムの排除
印刷	オフセット枚葉印刷方式水なし印刷	IPAの使用削減 廃液の排除
用紙	表紙: 古紙100% 本文: 間伐材パルプ10%を含む国産材パルプ70%	森林資源の保護と適正な育成の促進
インキ	水なし印刷対応型再生植物油インキを使用	省資源、リサイクル素材の使用
製本・加工	難細裂化ホットメルト(EVA系)	リサイクル性に配慮

森林管理と循環型社会づくり

トッパンでは生態系保全のため、さまざまな森林管理に配慮した資材調達を行っています。また、循環型社会の実現のためには、3R(リデュース、リユース、リサイクル)を促進することが大切だと考え、製品のリサイクルのための仕組みづくりにも積極的に取り組んでいます。

■ カートカンでの取り組み

地球温暖化防止を図るため、国内森林によるCO₂吸収を促進することが急務であり、官民一体となった「国内森林の健全な育成と整備」への取り組みが求められています。そのため林野庁では、間伐材をはじめとする国産材の利用促進により国内の森林整備を進める「木づかい運動」に取り組んでいます。

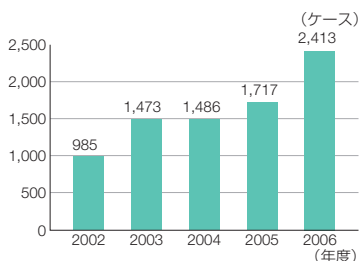
トッパンは、木づかい運動に賛同し、「国内森林の健全な育成と整備」への一助になるよう、国産材を自社製品である紙製飲料容器「カートカン」に積極的に使用しています。

また、トッパンでは、カートカンが牛乳パックと同様に質の高い紙を利用していることに着目し、カートカン空容器をトイレットペーパーにリサイクルするシステムを2002年1月に構築しました。このシステムの特徴



カートカンは間伐材マークを取得しています(左)。「木づかい運動」のロゴマーク、「サンキューグリーンスタイルマーク」。トッパンも登録番号を取得しています(右)。

「ECO-GREEN」 購入量の推移



は、未洗浄カートカン空容器の再商品化にあります。リサイクルしたトイレットペーパー「ECO-GREEN」はカートカン古紙を約50%配合。トッパンの2006年度のECO-GREEN購入量は2,413ケース(60ロール入り)、2005年度比で約40%増となっています。

■ FSC CoC認証の取得

トッパンでは、2002年5月に日本で初めて商業印刷分野におけるFSC CoC認証を取得し、翌年2月には木材加工製品分野においても認証を取得しています。FSCロゴマークの入った製品を普及させていくことは、「企業と消費者の環境コミュニケーション支援」と「森林経営支援」の意味があると考えており、今後もお客さまへの積極的な提案を行っていきます。



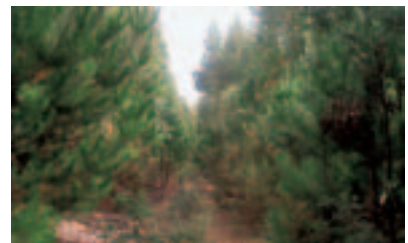
FSC CoC認証

FSC森林管理認証は、FSC(森林管理協議会: Forest Stewardship Council)の原則と基準に則り、「適正な森林管理」を認証するための制度です。FSC CoC(Chain of Custody)認証は、森林管理認証を受けた森林の材とほかの材の混入がないよう、製品の製造～流通の全過程で管理していることを認証する制度です。

■ 植林事業への参画・協力

1997年に王子製紙(株)、日商岩井(株)(現・双日(株))と共同で、オーストラリア・ビクトリア州における広葉樹チップの生産を目的とした植林事業のための合弁会社GPFL社^{※1}を設立(2000年より北海道電力(株)が参画)。森林のCO₂吸収量のモニタリング手法開発に関する共同研究にも参加しています。また、2004年度よりPPT社^{※2}のオーストラリア・タスマニア州における広葉樹の植林事業に参画しています。双方の植林地において、第三者による森林認証の取得、木材のトレーサビリティについて取り組んでいます。

また、産業植林に関する調査・研究を行っている(社)海外産業植林センターに、1999年度より賛助会員として登録しています。



植林地のようす(GPFL社(上)とPPT社(下))
※1 Green Triangle Plantation Forest Company of Australia Pty. Ltd
※2 Plantation Platform of Tasmania Pty. Ltd

事業領域別 環境INPUT/OUTPUTデータ

■事業分野別集計結果

(対象範囲：トッパングループ(→P5)。ただしToppan Photomasks, Inc.は除く。)

		エレクトロニクス系	情報・ネットワーク系	生活環境系	非生産事業所系	合計	
-INPUT-	エネルギー	総エネルギー使用量 (GJ)	8,376,089	7,338,393	5,968,508	759,946	22,442,937
		電気エネルギー使用量 (GJ)	7,367,659	4,864,381	4,364,809	594,832	17,191,682
		熱エネルギー使用量 (GJ)	1,008,430	2,474,012	1,603,699	165,114	5,251,255
	水	水利用量 (千m ³)	13,411	2,161	2,163	353	18,089
		工業用水 (千m ³)	1,780	783	438	0	3,002
		上水道 (千m ³)	183	938	665	353	2,140
		地下水 (千m ³)	11,448	440	1,059	0	12,947
雨水利用量 (千m ³)		0	2	0	14	17	
	循環利用量 (千m ³)	9,434	0	33	0	9,467	
-OUTPUT-	大気汚染物質	二酸化炭素排出量 (t)	385,393	326,082	289,332	31,237	1,032,044
		オゾン層破壊物質排出量 (ODP kg)	0	1,326	552	0	1,878
		窒素酸化物 (NOx) 排出量 (kg)	27,658	81,646	131,146	16,411	256,861
		硫黄酸化物 (SOx) 排出量 (kg)	34,326	322	36,706	46	71,401
		ダイオキシン類排出量 (mg-TEQ)	0	5.9	27.6	0	33.5
	土壌・水域	総排水量 (千m ³)	12,153	1,342	1,574	319	15,389
		公共用水域排水量 (千m ³)	10,444	175	992	0	11,611
		下水道排水量 (千m ³)	1,710	1,167	582	319	3,778
		地下浸透量 (千m ³)	3	1	41	0	45
		場内揮発量 (千m ³)	1,204	750	430	49	2,434
		BOD負荷量 (kg)	122,805	74,708	28,417	4,132	230,062
		COD負荷量 (kg)	158,470	48,292	10,935	0	217,697
		窒素排出量 (kg)	32,340	3,527	9,851	1,264	46,981
	廃棄物	燃排出量 (kg)	742	388	758	101	1,988
		廃棄物総排出量 (t)	50,693	235,114	126,029	4,728	416,564
		再使用・再資源化量 (t)	43,311	232,763	120,555	4,028	400,657
		最終埋立量 (t)	3,822	1,607	3,599	141	9,168

(注) CO₂排出量は環境省の「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(平成15年)」を元に算出。電気使用による発熱量は一律0.00983GJ/kWhで算出。

グリーン調達・グリーン購入

■トッパングリーン調達基準

(2006年度に改定。2004、2005年度は旧基準による。)

	水準-1	水準-2	実績		
			2004年度	2005年度	2006年度
用紙					
①再生循環資源を利用した紙の使用*1	古紙パルプ配合率100%、または古紙パルプ配合率70%以上+残りが森林認証パルプ	古紙パルプ配合率70%以上または森林認証紙、非木材紙、間伐材紙	24.7%	21.3%	19.8%
②白色度の考慮*2	非塗工紙は白色度70%程度以下(+4%まで)	非塗工紙は白色度80%程度以下(+4%まで)			
③塗工量の考慮	塗工量12g/m ² 以下(片面では最大8g/m ² 以下)	塗工量30g/m ² 以下(片面では最大17g/m ² 以下)			
④塩素ガスを使用しないパルプの使用	漂白工程で塩素ガス(Cl ₂)不使用のECF漂白パルプ100%				
オフセットインキ*3					
①人体に影響を及ぼす物質の不使用	印刷インキ工業連合会のNL規則に適合すること		97.6%	97.3%	97.1%
②有害物質発生の原因となる物質の不使用	塩素系樹脂を使用していないこと				
③PRTR指定化学物質の考慮	PRTR指定物質を使用していないこと	PRTR指定物質を特定していること(MSDSの備え)			
④VOC発生の抑制	VOC含有量1%未満(ノンVOCインキ)。但し輪転インキは除く	VOC含有量15%未満(低VOCインキ)または大豆油インキ			

*1 古紙配合率には非木材紙、間伐材用紙も含む ※2 色上質、特殊紙は除く ※3 金、銀、パールインキは対象外

グリーン購入社内基準と達成率

対象商品	購入基準	実績		
		2004年度	2005年度	2006年度
OA用紙	古紙配合率が70%以上であり、白色度が80%以下であること	98.9%	99.7%	99.7%
コピー機・プリンタ	一定時間使用しないときは自動的に低電力モードやオフモードに移行する機能が充実していること	98.5%	93.7%	96.4%
パソコン	一定時間使用しないときは自動的に低電力モードやオフモードに移行する機能が充実しており、低電力モードでの消費電力が小さいこと	100.0%	100.0%	100.0%
トイレットペーパー	原料が古紙100%であり、白色度が80%以下であること	100.0%	100.0%	99.9%
文具・事務用品	エコマーク、グリーンマーク等環境配慮型マーク認定の製品、または各メーカーのエコロジー(環境対応)商品カタログ掲載品であること	94.6%	96.8%	95.8%

組織体制

■トッパングループ環境会議

東洋インキ製造(株)
図書印刷(株)
東京書籍印刷(株)
トッパン・フォームズ(株)
(株)TMP
トッパンレーベル(株)
凸版物流(株)
タマポリ(株)
(株)トッパンNECサーキットソリューションズ
凸版印刷(株)
全10社

■トッパングループ・エコプロダクツ会議

東洋インキ製造(株)
図書印刷(株)
東京書籍(株)
トッパン・フォームズ(株)
(株)トッパン・コスモ
トッパンレーベル(株)
(株)TMP

(株)トータルメディア開発研究所
凸版物流(株)
(株)トッパン・マルチソフト
タマポリ(株)
(株)フレーベル館
凸版印刷(株)
全13社

■トッパン環境配慮型製品

事業分野	トッパン環境配慮型製品	環境主張
証券・カード	エコスルーカード	廃棄適性
	紙素材ICカード	リサイクル素材
	粗大ゴミ処理シール	省資源(材料投入量削減)
	リサイクル商品券	リサイクル素材
	ETCカード	廃棄適性
商業印刷	リライタブルペーパー	長寿命
	トッパングリーンペーパー100	リサイクル素材
	エコパック等身大	省資源(材料投入量削減)
	卓上紙製カレンダー	リサイクル素材
	エコロジーカレンダー	リサイクル素材
	エコPOP	リサイクル素材/廃棄適性/省エネルギー
	セラップ	廃棄適性
	エコバックスタンド	省資源
	エコバックマルチパネル	リユース
	エコフロアーステッカー	廃棄適性
	エコバックエンドパネル	省資源
	エコバックスタンドラウンドタイプ	省資源
	EPOP	安全素材
出版印刷	再生植物油インキ	リサイクル素材
	PURホットメルト	易分離・易解体
	非塩ビステレオ	廃棄適性
エレクトロニクス	ハロゲンフリープリント配線板	廃棄適性
オプトロニクス	拡散板	省資源/安全素材
	反射防止膜	省資源
パッケージ	GLファミリー(GL-スタンディングパウチ、GL-ボトルドパウチを含む)	廃棄適性
	詰め替えスタンディングパウチ(GL-スタンディングパウチは除く)	省資源(材料投入量の削減)
	ボトルドパウチ(GL-ボトルドパウチは除く)	省資源(材料投入量の削減)
	エコスリム	省資源(材料投入量の削減)
	再生材利用プラスチック容器	リサイクル素材
	エコグロス	省資源(枯渇性資源削減)/リサイクル素材
	ディスクアート	省資源(枯渇性資源削減)
	TT紙缶	易分離・易解体
	ネオベール	リサイクル素材
	エコテナー	省資源(枯渇性資源削減)
	TL-PAK	省資源(枯渇性資源削減)
	EP-PAK・GL	省資源(物流エネルギー削減)
	EP-PAK・アルミ	省資源(物流エネルギー削減)
	スタンディングチューブ	省資源(材料投入量削減)
	離サイクルンキャップ	易分離・易解体
	APカートン	省資源(物流エネルギー削減)

事業分野	トッパン環境配慮型製品	環境主張
パッケージ	マイクロフルート	省資源(物流エネルギー削減)
	TPTレー	リサイクル適性
	段ボール緩衝材	リサイクル適性
	ADケース	省資源(材料投入量削減)
	カートカン	リサイクル適性
	再生紙カップ	リサイクル素材
	非木材紙カップ	省資源(生産資源使用)
	生分解包材	生分解性
	つつ之助	省資源(物流エネルギー削減)
	マモルム	廃棄適性
	GL-C	省資源
	GXフィルム	省資源
	ジャープラス	省資源
	トレイオール	易分解・易解体
	GL紙カップ	省資源
	断熱バリア紙カップ	省資源
	通気性薄紙耐油紙	安全素材
	インライン機能コート紙	リサイクル適性
	インモールドバリアカップ	省資源
	改ざん防止リサイクルンキャップ	易分解・易解体
	PETボトル用易剥離感熱ラベル	易分離・易解体
	エコバンド	省資源
	水性コールドシール	化学物質放出削減
	生分解プラ育苗用ポット	生分解性
	バリアカップ(NSP加工)	省資源
	プラスチッククリップ	リサイクル適性
	ノッチレス易カット包材(ALタイプ)	省資源(製造工程における省エネルギー)
再生PETクリアケース	リサイクル適性	
アルグラス	廃棄適性	
ガラス瓶用易剥離感熱ラベル	易分離・易解体	
耐熱型食品一次紙容器	省資源	
改ざん防止機能口栓付き紙パック	省資源	
TLパック用1ピース閉塞防止口栓	省資源	
紙製密封トレー	省資源	
紙製軟包装材	省資源	
透明遮光包材	廃棄適性	
バイオポリマー射出成形品	省資源	
ELケース	易分離・易解体	
八角形業務用大型容器	易分離・易解体/リサイクル適性	
非フッ素系厚紙用耐油紙	安全素材	
間伐材入り紙カップ	省資源	
GL仕様太陽電池バックシート	廃棄適性/長寿命	
紙製複合容器	省資源/リサイクル適性	
パウチ型芳香剤容器	省資源/リサイクル適性	
省資源型カートカン(角型タイプ)	省資源/リサイクル適性	

■ISO14001認証取得実績

(2007年4月1日現在 49システム63事業所)

事業(本)部/事業所	認証機関	登録年月
滋賀工場群(エレクトロニクス事業本部、半導体ソリューション事業本部、オプトロニクス事業部)	JQA	1998. 7
エレクトロニクス事業本部熊本工場	JQA	1998.11
(株)トッパン・コスモ[(株)トッパン建築プロダクツ 柏工場、幸手工場]	JQA	2000. 3
エレクトロニクス事業本部新潟工場および(株)トッパンNECサーキットソリューションズ新潟工場	JQA	2000. 4
坂戸サイト	JQA	2000.10
金融・証券事業本部 嵐山工場	JQA	2000.11
パッケージ事業本部(秋葉原オフィス、海老江オフィス)*	JQA	2001. 3
板橋サイト[凸版製本(株)を含む]	JQA	2002. 2
福岡サイト[トッパンプラスチック(株)和歌山工場を含む]	JQA	2002. 7
(株)トッパングラフィック	JQA	2002. 8
滝野工場群(商印事業本部、金融・証券事業本部、パッケージ事業本部)	JQA	2002.10
群馬サイト[館林分工場を含む]	JQA	2003. 7
朝霞工場群(情報・出版事業本部、金融・証券事業本部、半導体ソリューション事業本部)	JQA	2003.12
(株)トッパン・エレクトロニクス富士	JQA	2004. 6
西中四国事業部(広島オフィス、神辺凸版(株))	JQA	2004.10
関西エリア[関西商印事業部、東中四国事業部、関西金融・証券事業部]*	JQA	2004.11
東北事業部	JQA	2005. 3
総合研究所	JQA	2005. 5
北海道事業部(札幌工場、千歳工場)	JSA	2005. 6
エレクトロニクス事業本部 三重第一工場	JQA	2006. 1
オプトロニクス事業部 幸手工場	JQA	2006. 3
トッパンプラスチック(株)[越谷工場、川口工場、相模原工場]	QMI	2006.12
(株)トッパンパッケージングサービス 嵐山工場	JQA	2007. 2
パッケージ事業本部 相模原工場	QMI	2007. 3

* 海老江オフィス、関西商印事業部、関西金融・証券事業部により「海老江サイト」を構成。
(注) 2007年4月1日付で、金融・証券事業本部と商印事業本部を情報コミュニケーション事業本部として統合しました。

グループ会社/事業所	認証機関	登録年月
(株)トッパンNECサーキットソリューションズ 富山工場	JQA	1997. 1
(株)トータルメディア開発研究所 全社	JSA	2001. 3
トッパン・フォームズ(株) 日野工場	JQA	2001. 6
トッパンレーベル(株) 福島工場	JQA	2001.11
凸版物流(株) 西が丘事業所(川口運送部門含む)	JQA	2002.10
(株)トッパンブロスプリント 水戸工場	JSA	2004. 1
トッパン・フォームズ(株) 福生工場	JQA	2004. 2
トッパン・フォームズ(株) 開発研究所	JQA	2004. 3
トッパンコンテナ(株) [埼玉工場/宮城工場/佐野工場]	JQA	2004. 4
トッパン・フォームズ東海(株) 名古屋工場	JQA	2004. 8
トッパン・フォームズ関西(株) 大阪工場	JQA	2004.12
トッパン・フォームズ西日本(株) 九州工場	JQA	2005. 1
(株)トッパンブロスプリント 江東生産センター	JQA	2005. 3
トッパン・フォームズ関西(株) 摂津工場	JQA	2006. 3
トッパン・フォームズ(株) 川本工場	JQA	2006. 8
トッパン・フォームズ関西(株) 神戸工場	JQA	2006. 9

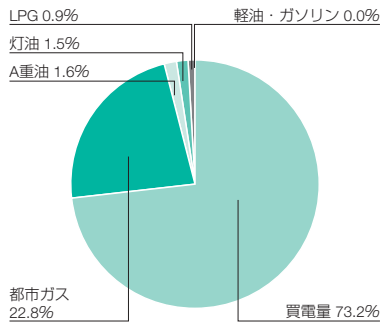
海外現地法人	認証機関	登録年月
Siam Toppan Packaging Co., Ltd.	MASCI	2002. 4
Toppan Printing Co., (H.K.) Ltd.	DNV	2002. 5
Toppan Printing Co. (America), Inc.	DNV	2002.12
中華凸版電子股份有限公司	SGS	2003.10
Toppan Printing Co., (Shenzhen) Ltd.	SSCC	2003.12
台湾凸版国際彩光股份有限公司	SGS	2004.11
P. T. Toppan Printing Indonesia	LRQA	2004.11
Toppan Printing Co., (Shanghai) Ltd.	CEC	2006. 2
凸版中芯彩晶電子(上海)有限公司	BSI	2007. 2

■印刷事業に関する主要な環境関連の法律

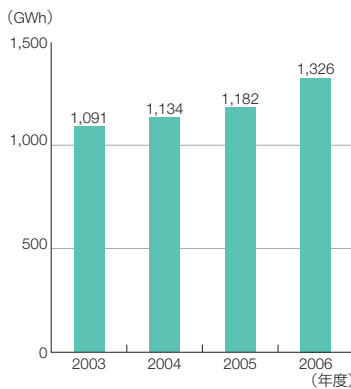
基本理念・原則
環境基本法
自然再生推進法
循環型社会形成推進基本法
エネルギー政策基本法
環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律
環境情報の提供の促進等による特定事業者等の環境に配慮した事業活動の促進に関する法律
エコガード分野
大気汚染防止法
水質汚濁防止法
下水道法
浄化槽法
瀬戸内海環境保全特別措置法
土壌汚染対策法
悪臭防止法
騒音規制法
振動規制法
工業用水法
エネルギーの使用の合理化に関する法律
石油代替エネルギーの開発及び導入の促進に関する法律
新エネルギー利用等の促進に関する特別措置法
廃棄物の処理及び清掃に関する法律
特定有害廃棄物等の輸出入等の規制に関する法律
建設工事に係る資材の再資源化等に関する法律
ポリ塩化ビフェニル廃棄物の適正な処理の推進に関する特別措置法
特定製品に係るフロン類の回収及び破壊の実施の確保等に関する法律
特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律
ダイオキシン類対策特別措置法
自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の特定地域における総量の削減等に関する特別措置法
特定物質の規制等によるオゾン層の保護に関する法律
地球温暖化対策の推進に関する法律
工場立地法
景観法
都市計画法
都市緑地法
特定工場における公害防止組織の整備に関する法律
エコクリエイティブ分野
国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律
資源の有効な利用の促進に関する法律
容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律
絶滅のおそれのある野生動植物種の保存に関する法律

エネルギー種類別割合と消費の推移

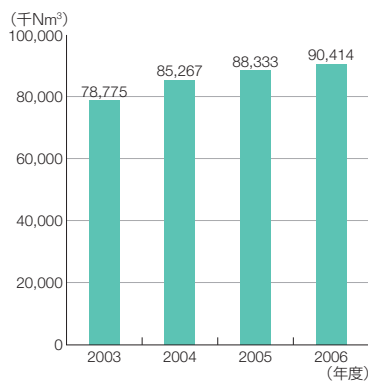
■2006年度エネルギー種類別割合(全熱量換算)



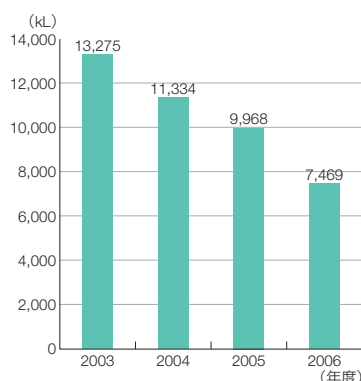
■電力消費量の推移



■都市ガス消費量の推移



■灯油消費量の推移



(注)電気使用による発熱量は一律0.00983GJ/kWhで算出。
海外現地法人および独立事業子会社の一部は含まない。

■トッパンの環境教育2006年度実績

(人)

教育・研修名	コンテンツ	受講者数
新入社員研修	「一般環境教育(初級)」	414
新任管理者研修	「一般環境教育(中級)」	235
e-learning*	「企業を取り巻く環境問題とトッパングループの取り組み」	0 (累計20,123)
トッパン レナエンス スクール	選択研修	
	「ISO14001入門」	42
	「環境関連法概論」	33
	「LCA入門」	7
	「省エネルギー案件の発掘(空気圧システム)」	10
	「ISO14001内部監査員レベルアップセミナー」	34
チャレンジスクール	環境関連4コース	16
内部環境監査員研修	「内部環境監査員研修プログラム」	158

* 2006年度は営業、企画部門を中心に業務端末の見直しと整理を行っており、混乱が生じる可能性があったため、e-learningの実施を見送りました。

廃棄物の削減とリサイクルの推進

■ゼロエミッション認定事業所

(2006年12月認定)

事業所名	廃棄物総発生量 (t)	廃棄物リサイクル量 (t)	リサイクル率 (%)
1 金融・証券事業本部 朝霞証券工場	4,657.7	4,647.5	99.78%
2 金融・証券事業本部 嵐山工場	877.1	877.1	100.00%
3 エレクトロニクス事業本部 熊本工場	12,877.1	12,750.5	99.02%
4 (株)トッパンNECサーキットソリューションズ 富山工場	3,838.1	3,826.6	99.70%
5 オプトロニクス事業部 幸手工場	1,650.6	1,628.4	98.66%
6 オプトロニクス事業部 滋賀工場	558.7	558.7	100.00%
7 情報・出版事業本部 板橋サイト	17,426.2	17,352.9	99.58%
8 情報・出版事業本部 朝霞サイト	11,987.9	11,987.5	100.00%
9 坂戸サイト	27,331.1	27,331.1	100.00%
10 (株)トッパングラフィック 川口サイト	46,860.1	46,860.1	100.00%
11 (株)トッパングラフィック 王子サイト	3,468.6	3,468.6	100.00%
12 凸版製本(株)	30,528.6	30,493.3	99.88%
13 パッケージ事業本部 相模原工場	22,200.3	22,114.8	99.61%
14 トッパンコンテナー(株) 埼玉工場	9,202.8	9,094.6	98.82%
15 トッパンコンテナー(株) 佐野工場	4,008.9	3,949.3	98.51%
16 トッパンコンテナー(株) 熊谷事業所	288.2	287.5	99.76%
17 トッパンプラスチック(株) 相模原工場	58.4	58.4	100.00%
18 (株)トッパンパッケージングサービス 嵐山工場	532.9	524.1	98.35%
19 (株)トッパン建築プロダクツ 柏工場	3,620.0	3,601.4	99.49%
20 (株)トッパン建築プロダクツ 幸手工場	4,571.5	4,571.5	100.00%
21 パッケージ事業本部 伊丹工場	9,611.2	9,481.3	98.65%
22 (株)トッパンハリマプロダクツ	266.4	266.4	100.00%
23 商印事業本部 関西商印工場(滝野)	12,427.7	12,420.6	99.94%
24 パッケージ事業本部 滝野パッケージ工場	3,447.5	3,424.7	99.34%
25 金融・証券事業本部 滝野証券工場	1,402.3	1,397.3	99.64%
26 中部事業部 名古屋工場	4,119.5	4,068.4	98.76%
27 三ヶ日凸版印刷(株)	2,834.7	2,813.9	99.27%
28 西日本事業本部 福岡工場第二製造部	5,949.8	5,870.8	98.67%
29 凸版佐賀容器(株)	249.9	249.0	99.64%
30 熊本凸版(株)	4,580.5	4,574.3	99.86%
31 東北事業部 仙台工場	3,995.3	3,921.1	98.14%
32 北海道事業部 札幌工場	2,693.2	2,691.2	99.93%

汚染予防と化学物質の管理・削減

■2006年度・トップパPRTR調査・集計結果

(単位: kg/年)

PRTR番号	化学物質名	排出量	排出先			廃棄移動量
			①大気	②水域	③土壌	
16	2-アミノエタノール	0	0	0	0	39
24	直鎖アルキルベンゼンスルホン酸及びその塩	0	0	0	0	13,149
40	エチルベンゼン	11,296	11,296	0	0	1,696
45	エチレングリコールモノメチルエーテル	482	482	0	0	1,248
46	エチレンジアミン	0	0	0	0	962
63	キシレン	14,720	14,720	0	0	2,726
64	銀及びその水溶性化合物	0	0	0	0	0
68	クロム及び3価クロム化合物	20	0	20	0	11,485
69	6価クロム化合物	0	0	0	0	1,167
108	無機シアン化合物	0	0	0	0	180
132	1,1-ジクロロ-1-フルオロエタン (HCFC-141b)	3,842	3,842	0	0	515
172	N,N-ジメチルホルムアミド	0	0	0	0	1,158
179	ダイオキシン類	(28mg-TEQ)	(28mg-TEQ)	0	0	(190mg-TEQ)
207	銅水溶性塩	571	0	571	0	120,150
218	1,3,5-トリス(2,3-エポキシプロピル)-1,3,5-トリアジン-2,4,6(1H,3H,5H)-トリオン	0	0	0	0	0
224	1,3,5-トリメチルベンゼン	4,075	4,075	0	0	6,445
227	トルエン	635,793	635,793	0	0	504,561
231	ニッケル	0	0	0	0	0
232	ニッケル化合物	44	0	44	0	212,324
254	ヒドロキノン	0	0	0	0	1,378
304	ほう素及びその化合物	37	0	37	0	3
309	ポリ(オキシエチレン)＝ノニルフェニルエーテル	542	542	0	0	2,115
310	ホルムアルデヒド	107	107	0	0	13
311	マンガン及びその化合物	128	0	128	0	11,174
	合計	671,659	670,858	801	0	892,489

(注) 算定期間: 2006年4月1日～2007年3月31日。

届出対象物質は上記24物質。

集計対象事業所: 第一種指定化学物質の年間取扱量が1.0t/年以上の事業所(特定第一種指定化学物質については0.5t/年以上)。

海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。

事業所外に廃棄物として移動する量(逆有償、無償リサイクル含む)は廃棄移動量へ記載。

大気排出物質の推移

■温室効果ガス種類別比率(CO₂換算での比率) (単位 比率:% 合計:t-CO₂)

年度	CO ₂	CH ₄	N ₂ O	合計
2003	99.91	—	0.09	675,533
2004	99.91	—	0.09	687,427
2005	99.92	—	0.08	710,446
2006	99.93	—	0.07	768,430

■温室効果ガス排出源別比率(CO₂換算での比率) (単位 比率:% 合計:t-CO₂)

年度	電気の 使用	燃料の 使用	廃棄物の 焼却	合計
2003	61	34	5	675,533
2004	62	33	4	687,427
2005	63	33	4	710,446
2006	65	31	4	768,430

(注) 環境省の「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(平成15年)」を元に算出。

海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。

品種別廃棄物排出実績・リサイクル実績

品種	排出量(t)	割合	リサイクル率	主な再資源化方法
紙屑	243,723	73.7%	99.7%	再生紙
廃プラスチック	25,318	7.7%	96.7%	RPF、プラスチック原料
廃酸	18,695	5.6%	92.7%	中和処理剤
廃油	10,723	3.2%	90.1%	再生油、燃料
廃アルカリ	10,600	3.2%	92.3%	中和処理剤
汚泥	9,792	3.0%	92.7%	路盤材
金属屑	5,537	1.7%	99.6%	金属原料
木屑	2,176	0.7%	99.6%	チップ、製紙原料
燃え殻	1,900	0.6%	74.6%	路盤材
ガラス屑	763	0.2%	92.9%	ガラス原料
その他	1,692	0.5%	81.5%	—
合計	330,918	100%	98.0%	—

(注) 海外現地法人および独立事業子会社の一部は含みません。

行動指針・情報に関する管理方針

行動指針

第1章 基本原則

1. 基本的人権を尊重する

私たちは、人間尊重の考え方を基本として、私たち一人ひとりの資質、能力が最大限に発揮されるよう行動します。私たちは、基本的人権を尊重し、あらゆる場面において個人の尊厳の確保に取り組みます。

2. 公序良俗に反しない

私たちは、常に社会とのかかわりを意識して良識をもって行動し、社会秩序や一般常識に反するような行動をしません。私たちの事業活動が社会に与える影響に十分考慮して、公序良俗に反する行動をとりません。

3. 法と倫理を遵守する

私たちは、社会とのかかわりの中で、法と倫理に従った行動をとります。事業活動に適用される国内外の法令、条例、商慣習、政府通達、運用基準、業界基準を遵守して行動します。この法令の遵守は社会の最低限の基本ルールであり、必ず守ります。さらに事業活動を行うにあたっては、高い倫理観と道徳意識をもって行動します。たとえ法律的問題が生じない場合であっても、人道的、道義的、倫理的問題を発生させません。

4. 公正な事業活動を行う

私たちは、国内外において公正な事業活動を行います。良き企業市民として社会的責任を認識し、社会からの信頼を損なうことのないよう健全な事業活動を行います。

5. 品質の向上に努める

私たちは、お客さまに提供する作品について、直接製造や品質管理にかかわる部門だけでなく、営業、研究、スタッフなどの部門を含めた会社全体で品質の向上を追求する「総合品質保証」の考え方に基づいて、品質の向上に努めます。

6. 情報の管理・開示を適切に行う

私たちは、情報の重要性を十分に認識し、その適切な管理について全員で取り組みます。また、たとえ不利益となる情報であっても隠ぺいすることなく、適切な情報開示を積極的に行い事業活動の透明性を高めます。

7. 環境と安全に配慮する

私たちは、地球環境と調和のとれた事業活動を行います。自然から与えられたかけがえのない環境を守り、限りある資源の節約と再生に努めた企業活動を実践します。

また、私たちは、安全な生産活動を行い、製品の安全性を確保して、健康で安心して暮らせる社会の実現を目指します。

第2章 具体的な行動指針

第1節 お客さまとの信頼を築くために

1. お客さまのために最善を尽くす
2. お客さまとの信頼を守る
3. お客さまからお預かりした資産を適切に管理する
4. お客さまにかかわる情報を守る
5. 個人情報適切に取り扱う
6. 会社の秘密情報を守る

第2節 事業の刷新をするために

1. 国際ルールを遵守し、海外の文化や商習慣を尊重する
2. 知識、技能、技術の向上に努める
3. 職務を全うする
4. 知的財産を確保し、活用する
5. 他人の権利、利益を尊重する
6. 現状の改善に努め、新たな可能性に挑戦する

第3節 社会的責任を果たすために

1. 独占禁止法を遵守する
2. 協力会社に対する不正行為の禁止
3. 競争会社に対する不正行為の禁止
4. 私的な便益やリベートの受領・提供の禁止
5. 贈賄の禁止
6. 不適切な接待の禁止
7. 違法な政治献金・寄付金の禁止
8. 利益供与の禁止
9. 反社会的行為への加担の禁止
10. インサイダー取引の禁止
11. 不正な輸出入取引の禁止
12. 児童労働や強制労働の禁止
13. 環境負荷の削減・低減
14. 環境に配慮した事業の推進

第4節 働きがいのある企業風土を実現するために

1. 明るく、活気のある職場づくりに努める
2. 安全で、清潔な職場づくりに努める
3. 社内のルールを守る
4. 会社の財産を守る
5. 会社との利害が衝突する行為をしない
6. 不当な差別行為をしない
7. セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントをしない
8. 個人的活動をしない
9. インターネットを不正に利用しない
10. 情報・記録の適切な管理に努める
11. 違法な行為の黙認、虚偽報告や隠ぺいをしない
12. 問題提起者を保護する

第5節 トップグループの発展のために

1. TOPPANブランドに誇りを持つ
2. TOPPANブランドの醸成に努める
3. グループ企業間の連携を深める
4. 情報の適切な開示に努める
5. 株主や投資家とのコミュニケーションを促進する

2000年6月制定
2006年4月改定

情報に関する管理方針

1. 法と社会秩序を遵守のうえ、情報に関する社内規程類に則り、適切に情報を管理する。
2. 情報を収集するにあたっては、正当な目的および方法をもってこれを行なう。
3. 情報をもつ資産価値の重要性を認識し、情報を正規の目的のために安全かつ円滑に活用する。
4. お客様より預託を受けた情報について、お客様の信頼に応えるべく、安全に情報を管理する。
5. 常に最適な情報の管理を行なうために、社会情勢、技術動向および制度改正動向を的確に把握し、随時情報管理体制の改善に努める。

2001年4月1日制定

第三者審査

第三者審査の結論は審査報告書のとおりですが、審査の過程で気付いた評価できる事項および改善が期待できる事項について以下に記載します。

環境面においては、今回、「PRTR指定化学物質使用量の削減」や「廃棄物発生量原単位の削減」についての目標が新たに設定されています。処理後に環境中に放出される汚染物質・廃棄物を削減するのではなく、そもそもの汚染物質・廃棄物の発生抑制が目標として設定されていることは、「クリーナープロダクション」への姿勢を示すものとして、評価されます。

一方、とくに、大気汚染物質の排出量に関しては、集計対象の排出源の特定方法や適用する計算式・係数の選択方法に関する方針が明確になっていない部分があり、事業所間での解釈のバラツキも見受けられます。明確な方針を策定し、各事業所に伝達することが望まれます。

「GRIガイドライン第3版」や「環境報告ガイドライン」が公表されたことにより、今後、各社のパフォーマンス指標の定義や算定方法が収斂していくことが予想されます。とくに環境パフォーマンス指標について、こうしたガイドラインを参考に、指標の定義や算定方法を一度全体的に見直されてはと考えます。

また、社会性の面においては、CSRをサプライチェーンに展開すべく、2007年5月にCSR調達ガイドラインを策定されました。次回以降のCSRレポートでは、ガイドラインの運用実績について記載することが望まれます。



あずさサステナビリティ(株)
(あずさ監査法人グループ)
マネジャー
齋藤 和彦

第三者審査の手続き

審査計画の策定	● 打ち合わせおよび計画	前年指摘事項の改善状況のヒアリングおよび集計対象範囲、集計方法の確認。 審査日程、現地審査サイトの選定
審査手続きの実施	● 責任者インタビュー ● 本社審査 国内外グループ会社・ 凸版印刷(株)単体 ● 現地審査	CSR活動について、責任者に対するインタビューを実施。トッパンにおける社会的責任(CSR)の考え方や「CSRレポート2007」の開示方針などを確認 データ収集手続きのヒアリングと、収集にかかる内部統制の確認。 分析的手続き、質問、証憑突合(根拠資料)の実施 算出方法の妥当性の検討、計算の正確性、集計の正確性の確認 整合性確認(数値間、異なるデータ間、記述情報との整合性) 凸版印刷(株) 情報・出版事業本部 製造事業部 板橋工場
最終原稿チェック	● 本社審査	全グループの集計の確認、CSRレポート最終原稿のチェック
審査機関内審査会	● 審査機関内審査会	「第三者審査報告書」提出に先立ち、実施した手続き、審査結果などについて、審査担当チーム以外のレビューアーにより審査を受け、「CSRレポート2007」に対する審査機関としての結論を確定
第三者審査報告書提出	● 第三者審査報告書提出	第三者審査の結果である「第三者審査報告書」をトッパンに提出
第三者審査実施報告会	● 第三者審査実施報告会	トッパンに、第三者審査の実施過程において気づいた事項を報告

第三者意見

近年、多くの業種にわたり企業不祥事、製品などの事故が頻発しています。また、ガバナンスはもとより、雇用・労働、調達、情報管理などあらゆる分野で新たなシステムを構築すべき課題が山積しています。CSRの基本は「企業が社会問題を起さず、社会的課題を解決すること」と言えるでしょう。トッパンは社会的課題にどうかかわっているのでしょうか。

本CSRレポートでは、「情報・文化の担い手」としての責任を社会的使命と認識し、その本業と深くかかわる情報セキュリティやユニバーサルデザインをテーマとした特集とステークホルダーダイアログが生まれ、そこからトッパンのCSRへの基本姿勢が読み取れます。ダイアログでは示唆に富む具体的な提案も多く、改めてそれらを方針化、戦略化して公表し、エンゲージメントに結びつけるよう期待します。

このことを含め、トッパンのCSR活動を一層発展させるためには、推進体制が一つの鍵になると思われます。コンプライアンス部が事務局となり本社関連統括部門と連携した活動に精一杯の努力を感じますが、本来コンプライアンスは法令遵守／倫理というCSRの一側面です。今後のより積極的なCSRの実践のためには、CSR推進(本)部を設置し、そこに統括的な機能を付与し、グループ

全体のCSR経営基盤をさらに強固なものにしていく方法もあると考えます。その体制の下で、自己評価の根拠として、調査活動を開始しているCSR調達や従業員など全般的に、ステークホルダー満足度調査の結果とダイアログを自己評価の基礎とし、KPI(キイパフォーマンス指標)を策定して継続的改善を図っていただきたいと思います。

〈社会性報告〉

レポートの構成は前年より進歩し、網羅的なステークホルダー別の整理が進みました。ステークホルダー別の情報開示は、きめ細かく具体的な取り組みが記述され、活動とパフォーマンス情報開示のレベルはかなり高いといえます。「お客さま」の項での総合品質保証の徹底の活動、「お取引先」の項でのCSR調達基準の遵守状況の調査などは印象的です。「社員とともに」の雇用・労働の項は重い課題が多様にある分野ですが、8頁に増頁され、情報開示への意欲は評価できます。労働時間短縮の取り組みが示され、偽装請負なしとの言明があります。今後の課題として、労働時間とメンタル不全の実態、正社員・非正社員問題への取り組みに関する記述があれば、日本のCSR報告書にはまだ見られない優れた労働CSR報告となるで

しょう。さらに、ILOの「ディーセントワークdecent work」(人間的な労働)を長期的ビジョン・戦略として取り組むよう期待します。

〈環境報告〉

パフォーマンスの前進面も多く、環境マネジメントデータとして詳細情報もあるなど情報量も豊富です。今後の課題としては、PDCA総括表における自己評価基準についてさらに緻密化する必要があります。また、環境負荷の全体像(エコバランス)を示す情報について、おおむねアウトプットの廃棄物総排出量に対応するインプットの原材料投入量が定量的な表現にとどまっていますが、定量的情報の開示が望ましい分野については、たとえみなし計算であってもみなしの根拠を示した上で開示するよう望みます。

バルディーズ研究会共同議長
グリーンコンシューマー研究会代表

緑川芳樹



「CSRレポート2007」掲載内容についての討議
(2007年4月)



Profile

神奈川県において主に労働行政、消費者行政に従事。退庁後、神奈川県中小企業経営者協会の事務局長をつとめた。NGO/NPO活動では、1991年、市民と企業の協働作業を通じて企業の環境への責任について研究・提言をするバルディーズ研究会に参画、同年グリーンコンシューマー研究会を設立。著書として「効果が見えるCSR実践法」(共著)「CSR経営」(共著)などがある。

第三者審査・第三者意見を受けて

「CSRレポート2007」では、2001年発行の「環境報告書」から審査いただいているあずさサスティナビリティ(株)に引き続き第三者審査をお願いしました。また、「CSRレポート2005」からはバルディーズ研究会共同議長・グリーンコンシューマー研究会代表の緑川芳樹様から第三者意見を頂戴しております。継続してご覧いただいていることで、具体的に示唆に富むご意見を頂戴しました。感謝申し上げます。

CSRに取り組みはじめて4年が経過し、この間、社会から企業に対して、法令や倫理の遵守はもちろんのこと、事業を通じて社会的な課題を解決することへの期待・要求が高まってきていると認識しています。そこで、今年は、情報コミュニケーション産業であるトッパンの事業に深く関係する「情報セキュリティ」「ユニバーサルデザイン」を特集で取り上げるとともに、ステークホルダーダイアログでは、トッパンが今後ユニバーサルデザインの取り組みをどのように進めていくべきかについて検証を行いました。

緑川様からは、このダイアログで得られた結果から方針・戦略を立案し、公表することで、ダイアログをエンゲージメントの域にまで高めるようご意見をいただきました。ユニバーサルデザインの取り組みとその結果については、来年のCSRレポートでも引き続き開示をしていきます。また、CSR全体の推進体制についてもご意見をいただきましたが、どのような体制で取り組むことがもっとも効果的・効率的であるのかというところから、議論を重ねてまいります。

社会性報告におきましては、ステークホルダーごとの情報開示とし、労働(従業員)に関する情報開示の強化を行うとともに、CSR調達の取り組みについて記載いたしました。あずさサスティナビリティ(株)からは、CSR調達ガイドライン策定後の実態に関する情報開示が次年度以降の課題であるのご指摘を、また緑川様からは、労働時間とメンタル不全の実態、正社員・非正社員問題への取り組みに関する記述などがあればさらに優れた情報開示

になるとのご意見を頂戴しました。これらについては、トッパンを取り巻くステークホルダーの情報ニーズも勘案しながら、検討していきたいと考えております。

環境報告におきましては、あずさサスティナビリティ(株)より、とくに大気汚染物質の排出量について、データ収集・集計管理機能の強化の必要性を指摘されています。継続的に集計システムを見直し、信頼性のさらなる向上へ努めていきたいと考えております。

また、緑川様からは、環境パフォーマンスが向上した項目や環境マネジメントデータの充実について一定の評価をいただきましたが、目標と実績の総括表における自己評価基準の緻密化と、原材料投入量の開示を求めご意見を頂戴しました。

今回いただいたご指摘、ご意見は真摯に受け止め、さらなる情報開示に努めるとともに、今後のCSR活動の中で継続的な改善を図り、実践してまいります。

編集後記

CSRレポートとして4回目の発行となる本レポートは、第三者意見を頂戴した緑川芳樹様をはじめとする外部の有識者の皆さまにご指導をいただきながら、お読みいただく方にとって読みやすく理解しやすいレポートにすることをめざし、編集を行いました。

社会性報告は、トッパンのステークホルダーとそれぞれに対する責任をより強く意識し、当社が掲げる「CSR活動の6つの重点テーマ」別の編集から、ステークホルダー別の編集へと改善し

ました。CSR活動の6つの重点テーマは、GRI・G3が求める「マテリアリティ」の議論も含め、外部のステークホルダーと見直しをしていきます。

また、ユニバーサルデザイン(UD)の観点から紙面の色使い、文字の大きさなどを見直し、読みやすさに配慮しました。見直しにご協力いただいたカラーユニバーサルデザイン機構様との打ち合わせには多くの気づきがあり、CSRはステークホルダーとの協働によってなし得るものであることを実感

いたしました。ステークホルダーダイアログでは外部の有識者の皆さまから、トッパンのUDの取り組みにご意見をいただき、特集・本文では、トッパンのUDの取り組みをご紹介します。

限られた紙面の中ですべてをご報告することはできませんが、トッパンのCSRの取り組みに対するご理解の一助となれば幸いです。皆さまからのご意見・ご感想をお待ちしております。

GRIガイドライン対照表

ビジョンと戦略		
1.1	ビジョンと戦略に関する声明	P24-27
1.2	最高経営責任者の声明	P2-3
報告組織の概要		
組織概要		
2.1	報告組織の名称	P1
2.2	主な製品やサービス	P4
2.3	事業構造	P4-5
2.4	主要部門、子会社等	P5
2.5	事業所の所在国名	P4-5
2.6	企業形態	P4-5
2.7	対象市場の特質	P4-5,24-27
2.8	組織規模	P4-7
2.9	ステークホルダーのリスト	P26
報告書の範囲		
2.10	報告書に関する問合せ先	P1
2.11	記載情報の報告期間	P1,5
2.12	前回の報告書の発行日	-
2.13	報告組織・内容の範囲	P1,5
2.14	前回の報告書以降の重大な変更	P5
2.15	報告組織間での比較への重大な影響	P5
2.16	以前の報告書についての再報告事項	P69
報告書の概要		
2.17	GRIガイドラインの適用	参考で使用
2.18	コストと効果の算出規準	P65
2.19	適用測定手段の変更	P76
2.20	報告の保証への方針と取り組み	P1
2.21	第三者保証書付帯方針	P1
2.22	追加情報報告書の入手方法	P7,41,45,71
統治構造とマネジメントシステム		
構造と統治		
3.1	組織の統治構造	P30-31
3.2	独立している取締役等の割合	P30
3.3	取締役選任プロセス	P30
3.4	取締役会レベルの監督プロセス	P30-31
3.5	役員報酬と目標達成度との相関	P31
3.6	組織構造と主務者	P27,30,67
3.7	組織の使命と価値の声明	P24,60
3.8	株主による勧告・指導のメカニズム	P30
ステークホルダーの参画		
3.9	主要ステークホルダーの定義	P26
3.10	ステークホルダーとの協議手法	P14-19,26,30,38,44-45,48-49,54,58,71
3.11	協議から生じた情報の種類	P14-19,38,71
3.12	情報の活用状況	P14-19,38,71
統括的方針およびマネジメントシステム		
3.13	予防的アプローチ・予防原則の採用	P32-37,45,68-69
3.14	参加・支持している憲章・原則・提唱	P27
3.15	会員となっている主な団体	P47
3.16	上・下流での影響管理	P30-31,44-45,75-77,79
3.17	間接的影響を管理する取り組み	P77
3.18	報告期間内の主な変更	P1,5
3.19	プログラムと手順	P27-29,31-32,35-37,62-64,66
3.20	マネジメントシステム認証状況	P37,40-41,66,82

経済的パフォーマンス指標		
顧客		
EC1	総売上上げ	P6-7
EC2	市場の地域別内訳	P6
供給業者		
EC3	全調達品の総コスト	-
● EC11	組織別と国別の供給業者内訳	-
EC4	支払済契約割合	-
従業員		
EC5	給与・給付金の地域別内訳	-
投資家		
EC6	投資家への配当	P7,58
EC7	内部留保の増減	P7,58
公共部門		
EC8	支払税額の国別内訳	-
● EC12	コアビジネス外のインフラ整備支出	-
EC9	助成金等の地域別内訳	-
EC10	寄付額の内訳	-
間接的な影響		
● EC13	報告組織の間接的な経済影響	-
環境パフォーマンス指標		
原材料		
EN1	種類別総物質使用量	-
EN2	原材料への再生材使用割合	P45,78,80
エネルギー		
EN3	直接的エネルギー使用量	P61,72,80,83
● EN17	再生可能エネルギー	-
● EN18	主要製品のエネルギー消費量フットプリント	-
EN4	間接的エネルギー使用量	-
● EN19	他の間接的なエネルギー使用	-
水		
EN5	水の総使用量	P61,80
● EN20	著しく影響を受ける水源と生態系	-
● EN21	地下・地上からの取水量	P61,80
● EN22	水のリサイクル・再利用量の総量	P80
生物多様性		
EN6	所有等する生物多様性の高い地域	-
● EN23	所有、賃借、管理している土地の全量	-
EN7	事業による生物多様性への影響	-
● EN24	不透水性の地表面の割合	-
● EN25	自然保護区や脆弱な生態系地域への影響	-
● EN26	自然生息地の改変・保護・復元	-
● EN27	原生の生態系と種の保護と回復	-
● EN28	IUCN絶滅危惧種の数	-
● EN29	保護地域などで進行・計画中の事業	-
放出物、排出物および廃棄物		
EN8	温室効果ガス	P72,75,80,84
● EN30	間接的な温室効果ガス排出量	-
EN9	オゾン層破壊物質	P74,80
EN10	NOx、SOx、その他の大気放出	P61,74,80
EN11	廃棄物総量と内訳	P61,73,80
● EN31	パーゼル条約で有害とされる廃棄物	-
EN12	排水種類別内訳	P61,80
● EN32	重大な影響を受ける水源・生態系	-
EN13	化学物質、燃料の漏出	P22,68-69,74
供給業者		
● EN33	環境に関する供給業者の実績	-
製品とサービス		
EN14	主要製品の主な環境影響	P76-78,81
EN15	使用後に再生利用可能な製品	P20,79
法の遵守		
EN16	環境に関する違反	P22,68-69
輸送		
● EN34	物流輸送に関する環境影響	P75
その他全般		
● EN35	環境に対する支出内訳	P65

社会的パフォーマンス指標		
雇用		
LA1	労働力の内訳	P50
LA2	雇用創出と離職	P50,53
● LA12	法定以上の福利厚生	P56-57
労働/労使関係		
LA3	労働組合等の内訳	-
LA4	組織運営上の変更情報提供等	P57
● LA13	労働組合がカバーする地理的な割合	-
安全衛生		
LA5	労働災害等の記録・通知	P32,56
● LA14	ILOガイドラインの実質的遵守の立証	-
LA6	合同安全衛生委員会の対象	P51,56-57
● LA15	安全衛生に関する労働組合	P51,56-57
LA7	疾病、病欠、欠勤、業務上の死亡	P56
LA8	HIV/AIDSについて	-
教育研修		
LA9	職位・職域別研修時間	P52-53,83
● LA16	雇用適正維持、職務終了への対処	P50-57
● LA17	技能管理または生涯学習	P50-55
多様性と機会		
LA10	機会均等	P32,35,50,52-54
LA11	上級管理職等の内訳	P50,54
人権：方針とマネジメント		
HR1	業務上の人権問題	P25,32,35,54,56,85
● HR8	人権問題の従業員研修	P34-35,56
HR2	投資・調達の人権配慮	P44-45
HR3	サプライチェーンでの人権管理	P44-45
差別対策		
HR4	業務上の差別撤廃	P25,32,35,54,56,85
組合結成と団体交渉の自由		
HR5	組合結成の自由	P3,56-57
児童労働		
HR6	児童労働の撤廃	P3,25,32,35,54,56,85
強制・義務労働		
HR7	強制・義務労働撤廃	P3,25,32,35,54,56,85
懲罰慣行		
● HR9	不服申し立て	P35
● HR10	報復防止措置	P35
保安慣行		
● HR11	保安担当職員への人権研修	-
先住民の権利		
● HR12	先住民のニーズへの取り組み	-
● HR13	共同運営の地域苦情処理制度/管轄機関 該当なし	-
● HR14	地元地域社会に再配分される割合	-
地域社会		
SO1	地域への影響管理	P22,46-49,68-69,71
● SO4	社会、倫理、環境に関する表彰	P3
贈収賄と汚職		
SO2	贈収賄と汚職	P25,31-32,35,85
政治献金		
SO3	政治的なロビー活動や献金	P25,31-32,35,85
● SO5	政党や政党候補への資金提供	P25,31-32,35,85
競争と価格設定		
● SO6	反トラストと独占禁止法令	P25,31-32,35,85
● SO7	不正競争行為防止	P25,31-32,35,85
顧客の安全衛生		
PR1	顧客の安全衛生保護	P31,36-37,40-41
● PR4	上記の不適合	P40-41
● PR5	所轄機関への苦情件数	-
● PR6	自主規範、製品ラベル、受賞	P41,45,78-79
製品とサービス		
PR2	商品情報と品質表示	-
● PR7	上記の不適合	-
● PR8	顧客満足度	-
広告		
● PR9	広告に関する規準等	-
● PR10	広告、マーケティングに関する法律違反 該当なし	-
プライバシーの尊重		
PR3	消費者のプライバシー保護	P37
● PR11	上記に関する正当な苦情件数	P37

(注)この対照表は、GRIガイドラインの要求項目に関連する内容を記述したページを記したものであり、準拠していることを保証するものではありません。
●印の項目は任意指標項目です。



凸版印刷株式会社

〒101-0024 東京都千代田区神田和泉町1番地
<http://www.toppan.co.jp>



色覚の個人差を問わず、できるだけ多くの方に見やすいような配慮や表示を心がけました。モニターによる検証などを経て、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)より認証を取得しています。

