



「真のグローバル企業になる」

NISSHAは2003年から始まった中期経営計画に沿って、「企業理念」「経営基本方針」「行動指針」を制定いたしました。そして、2009年4月から今回で第三次となる中期経営計画の運用を開始しました。そこでは中期ビジョンを「真のグローバル企業になる」としてさだめ、「経営基本方針」および「行動指針」をあらたに見直しました。私たちは、この「中期ビジョン」を成し遂げ、企業理念である、固有の印刷技術を通して「広く社会との相互信頼に基づいた共生」の実現に努め、ステークホルダーの皆さまから信頼される企業であり続けます。

企業理念

「印刷」を基盤に培った固有技術を核とする事業活動を通して、広く社会との相互信頼に基づいた《共生》を目指す。

経営基本方針

- 技術志向
絶えざる技術開発と工程改善により、常に新しい事業価値の創造に努める。
- お客さま満足・QCDS・スピード
品質、コスト、供給能力、技術サポート、スピードの全てにおいて、お客さま満足を獲得する。
- 企業価値
資本の効率性を高め、企業価値の最大化を目指す。
- 環境経営
地球環境に配慮した製品づくりと、活動を実践する。
- 人材育成
社員の能力を高めるための人材育成を強化し、会社と社員が共に成長することを目指す。

行動指針

- Passion
私たちはお客さま満足を第一に考え、情熱を持って仕事をします。
- Proactive
私たちは積極的・主体的に考え、行動します。
- Can-do Spirit
私たちは何事にもチャレンジし、ゴールを目指します。
- Global Citizenship
私たちはグローバル視点で法・社会倫理を守り、公正な活動を行います。
- Communication and Teamwork
私たちはコミュニケーションを高めて互いの理解を深め、チームワークで最高の仕事をします。



Milestone 80は成長への通過点

NISSHAは2009年10月6日、創業80周年を迎えます。第三次中期経営計画の1年目にあたる2009年度、すなわち4月1日から翌年3月31日までの1年間をMilestone 80期間とし、「未来に向かって会社が成長していくための重要な通過点」として位置づけました。今まで歩いてきた道を振り返るのではなく、今からどこに向かうのか、どのように進むのか、ということマイルストーンの主眼としました。NISSHAとNissha Peopleが未来に向かって成長し生存していくために必要な取り組みが始まる年にしていく考えです。

編集方針

「2009CSR報告書」はNISSHAの2008年度の取り組みと実績を、お客さまをはじめ、多くのステークホルダーのみならずみなさまにご報告するもので、記述内容は、下記ガイドラインのほか、さまざまな企業評価に関するアンケート項目を参考にまとめました。

報告対象範囲

報告対象期間／掲載データは2008年4月から2009年3月を原則としていますが、一部の報告については2009年4月以後について触れているものもあります。また、掲載データの比較対象としては、2006年4月から2009年3月の3カ年分としています。報告対象範囲／NISSHAの活動やデータを中心に掲載しています。Nisshaグループ全体を把握できていない項目については、個別に対象範囲の注釈をつけています。

- 日本写真印刷株式会社とグループ企業全体を「NISSHA」と総称します。本社と本社敷地内の関係会社（(株)ニッサインターシステムズ他）にかかわる内容については「本社」と総称します。
- 東日本写真印刷株式会社は2009年7月1日でナITEック印刷株式会社に変更します。
- 専門用語や分かりにくい用語は、本文中や欄外の注釈で解説するようにしています。
- このCSR報告書は、毎年印刷物として発行し、ホームページにも掲載します。

〈参考としたガイドライン〉

- ・環境報告ガイドライン2007年版（環境省）
- ・サステナビリティレポートガイドライン2006（Global Reporting Initiative）

目次

2	トップメッセージ
4	会社概要と事業内容
6	第三次中期経営計画
8	企業倫理・コンプライアンスの取り組みについて
9	コーポレート・ガバナンス体制
10	NISSHAのCSR
11	社会報告
	お客さま／株主・投資家／サプライヤー／社会／社員
20	環境報告
	環境方針と環境管理体制／環境目標と活動実績／事業活動による環境影響／省エネと地球温暖化対策／廃棄物の削減と管理／汚染の予防と監視・化学物質の管理
28	ISO認証取得一覧
29	第三者コメント

発行年月および次回発行予定
2009年6月発行（次回発行予定2010年6月）

発行責任部署および連絡先
日本写真印刷株式会社
コーポレートコミュニケーション本部 CSR部
T 075 823 5143

中期ビジョンを「真のグローバル企業になる」とさだめ、第三次中期経営計画に取り組みます。

第三次中期経営計画

NISSHAは2008年度で第二次中期経営計画を完了いたしました。成長戦略を基本として6項目の重点戦略を掲げ、特に2008年度には「組織のリーダーシップと実行力」を強化することで「戦略を現場に落とし込むこと」「会社の戦略を社員一人ひとりの目標に落とし込むこと」を実現することの重要性を説き、グループ企業が丸となり目標達成に邁進いたしました。

2008年秋から始まった世界的な経済危機は当社の業績にも大きな影響を与えました。受注活動の一層の強化と内部コストの削減に徹底的に取り組みましたが、2008年度第4四半期の損益環境は厳しいものとなりました。

2009年度から第三次中期経営計画(2009年4月～2012年3月)に取り組んでおり、その中期ビジョンを「真のグローバル企業になる」とさだめました。当社の技術がグローバル市場で使われる機会が広範にあり、それを実現するための能力をグローバル視点で向上させることを目指します。第三次中期経営計画は、当社が3年後に目指すゴールをいかに達成していくかを主眼としており、すなわち戦略、実行アイテム、ロードマップ、評価指標で構成された行動体系といえます。

そして、第三次中期経営計画でもCSRが企業理念の戦略的な実践項目であることに変わりはありません。戦略とそれぞれの実行アイテムが企業理念から始まる一連の考え方に沿ったものであることから、「経営基本方針」「行動指針」をあらたに定義しなおすことで、NISSHAの

目指す方向性を明確にしました。

ステークホルダーのみなさまとのコミュニケーション

NISSHAはステークホルダーのみなさまとのコミュニケーションを今後さらに推進していきます。2009年度には、あらたにコーポレートコミュニケーション本部を設置しました。外部広報によるパブリシティの促進、社内の双方向コミュニケーション、戦略的IR(投資家向け広報)の実践、サプライヤーのみなさまと一体となったCSR調達の推進、そして地域社会とのコミュニケーションを加速いたします。経済活動に加え、グローバル視点でのコミュニケーション形成を積極的に推進することでNISSHAへの信頼を獲得し、より良好な関係を実現することで長期的な企業価値の増大を図ります。今後もステークホルダーのみなさまとともに成長を目指します。

新人事制度

NISSHAはかねてより、人事制度の再構築に取り組んでまいりました。2009年4月には管理職の新人事制度がスタートしました。一般社員の人事制度については引き続き新人事制度検討委員会で議論を重ね、2010年4月に新制度をスタートする予定です。より公正で納得性の高い人事制度を目指しています。

環境への配慮

ものづくり企業であるNISSHAにとり、地球環境への



代表取締役社長 兼 最高経営責任者

鈴木 順也

配慮が重要な経営課題であることはいうまでもありません。第三次中期経営計画での環境経営の位置づけを、経営基本方針の見直しにより明確にしました。なかでもCO₂排出量削減への取り組みが一層重要であると認識しています。2009年度は、あらたにオペレーション管理本部を設置し、環境マネジメントシステム管理機能と環境管理機能の融合で、より実効力のある対応を可能としました。同4月から施行の始まった改正省エネ法への対応はもとより、印刷業界「自主行動計画」への参加、あらたなNissha「環境目的」の設定(2009年4月～2012年3月)と全部門での取り組み強化、そして環境保全委員会の充実を軸として、さらに積極的に推進していきます。

海外拠点での環境保全活動

2008年度は海外生産拠点での環境保全活動、とりわけアジアでの活動に取り組みました。この1年間はエネルギー使用量や廃棄物の排出状況といった環境パフォーマンスの測定に専心して取り組み、なかでもマレーシアや中国の生産拠点では、再生・再資源化率の向上で一定の成果をあげることができました。現地環境意識レベルの向上が良好な結果に結びついたものと認識しています。今後も各拠点の環境パフォーマンス向上に取り組んでいきます。

Milestone 80

2009年10月6日、NISSHAは創業80周年を迎えます。

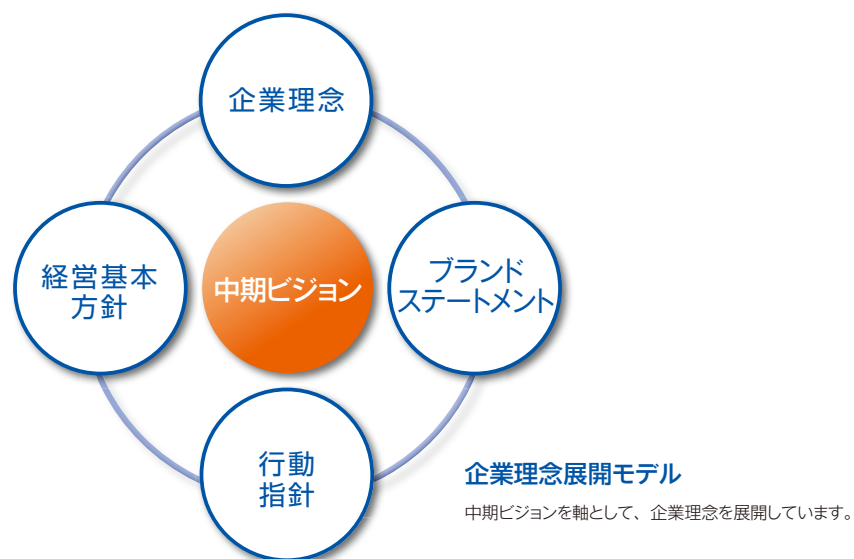
創業者・鈴木直樹をはじめ、多くの先輩方の努力を受け継ぎ今日のNISSHAを形成しています。当社の現在の姿は、近年に会社の内容が格段にグローバル化したことによる部分が大きいですが、新しく進化した部分だけがNISSHAではありません。過去から培ってきた強固な事業基盤と豊かな技術基盤が土台となって、今日のNISSHAがあるので。

2009年度を「単なる80周年記念の年」とは位置付けていません。過去から未来に向かって成長し続ける企業として、その戦略的な方向性を示す重要なMilestone(道しるべ)が提示、実践される年として位置付けています。私たちは、2009年度を“Milestone 80”(マイルストーン・エイティ)と呼ぶことにしました。いずれ10年後、20年後になって2009年度を振り返った時に、「あの年が起点になっていたのか」と思えることを、この一年を通じて実践していきたいと考えています。事業戦略、技術開発、社内制度など、多岐にわたってプログラムを開発していく考えです。

最後に

NISSHAは今回の世界的な金融不安による経済危機を、さらなる飛躍のチャンスと位置付けています。そのためには守りと攻めのCSRを明確に提示し実践することが必要です。偽物ではなく本物のCSRをすすめていくことで、真のグローバル企業としての責任を果たし、広く社会との《共生》の実現を目指します。

みなさまのご理解とご鞭撻をお願い申し上げます。



NISSHAは、「印刷」を核とする固有技術を発揮して、社会、お客さまに対して価値ある製品、サービスを提供しています。

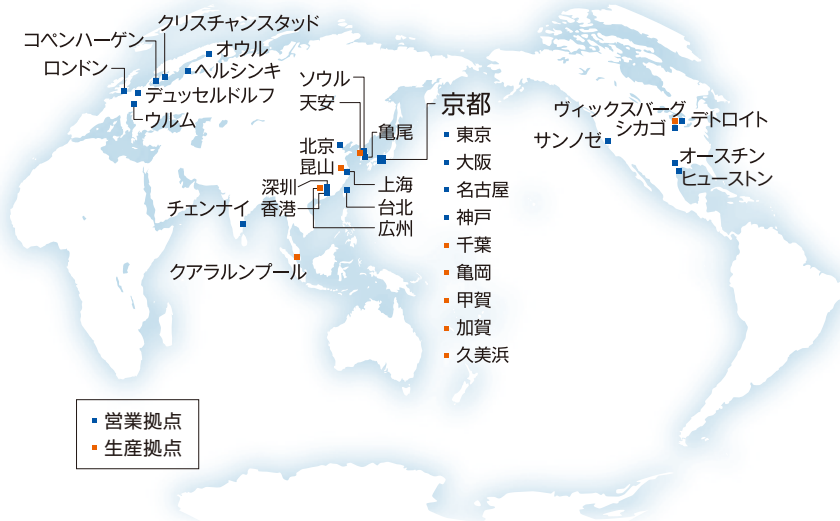
1929年にNISSHAは京都で生まれました。創業者 鈴木直樹が唱えた「活字印刷なら誰でもできる、当社は他社ができない高級な写真印刷をやろう」という理念を継承し、高級美術印刷の分野で培った技術をさまざまな分野に応用することによって事業を拡大してきました。現在は「産業資材」「電子」「情報コミュニケーション」の3つの事業を営んでいます。産業資材が全体の52.6%、電子が28.0%、情報コミュニケーションが19.4%を構成しています(2008年度実績)。

NISSHAはグローバルな事業展開を加速しており、売上高全体の62.7%が海外売上となっています(2008年度実績)。現在では世界25拠点に営業、生産ネットワークを拡充しています。

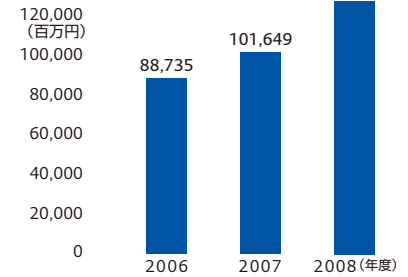
これからもNISSHAは独自の技術を時代とともに進化させながら、新たな満足と価値を生み出していきます。

- 社 名 日本写真印刷株式会社
- 本 社 〒604-8551 京都市中京区壬生花井町3番地
- 代表者 代表取締役社長 兼 最高経営責任者 鈴木順也
- 創 業 1929年10月6日
- 設 立 1946年12月28日
- 正社員数 3,631人(連結) 907人(単体)(2009年3月末現在)
- 資 本 金 56億8,479万円

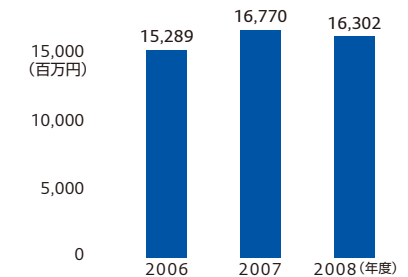
拠点マップ



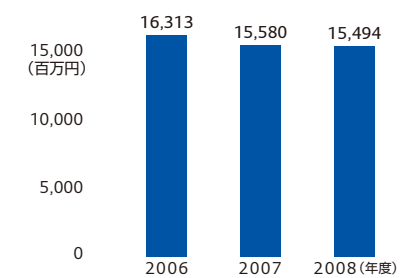
売上高



営業利益

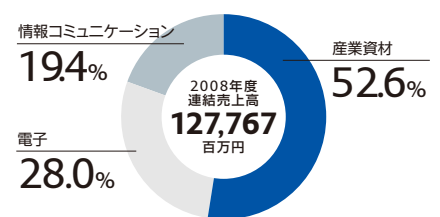


経常利益

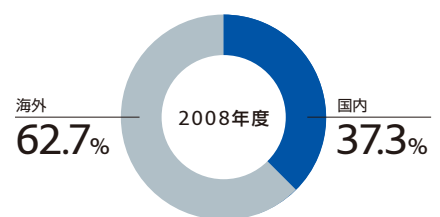


2008年度 連結売上高の割合

① 事業別売上高構成



② 国内・海外売上高構成



「印刷」をベースに培った独自の技術を京都から世界へと広げ、お客さまにあらたな価値と満足を提供する— NISSHAが誇る表現力、提案力、技術力は、いまグローバルに展開されています。



産業資材 ~美しく表現する

いろいろな製品の表面を美しく自在に表現するNISSHAの加飾技術は、豊かな意匠表現と精度の高さで、世界のリーディングカンパニーとしての評価を確立しています。プラスチックの成形と同時に転写を行うNissha IMDをはじめ、より複雑な3次元曲面に加飾できるNissha IML、また両面加飾などの派生技術にも応用範囲を拡大し、デザインと機能の両面において、ますます高度化するニーズに応えます。

主な製品

- ・成形同時加飾転写システム Nissha IMD
- ・成形同時加飾インサートフィルム Nissha IML
- ・一般転写箔

主な用途

- ・PC、携帯電話、家電、エレクトロニクス、自動車内外装、化粧品パッケージ、文房具



電子 ~自由に伝達する

NISSHAは固有の写真製版技術を電子部品に応用し、非常に精密で機能性に優れたタッチインプットデバイスNissha FineTouchを開発しました。タッチスクリーンは、携帯ゲーム機や携帯電話などに幅広く用いられ、世界トップレベルのシェアを誇ります。このタッチスクリーンに表現力豊かな加飾技術を融合したタッチウインドウも、製品デザインの自由度を広げる次世代のデバイスとして好評です。

主な製品

- ・レジスティブセンサー
- ・キャパシティブセンサー

主な用途

- ・携帯電話、PC、携帯ゲーム機、各種OA機器、電子辞書、家電、その他機器



情報コミュニケーション ~豊かに創造する

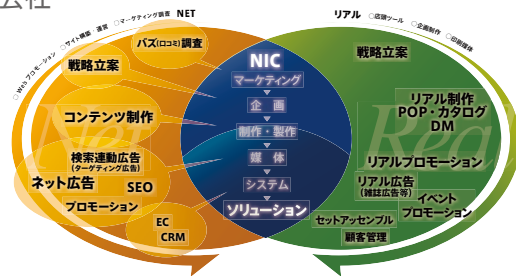
従来から表現力に定評のある印刷メディアにとどまらず、セールスプロモーションや、インターネットを活用したソリューションなど、幅広い製品とサービスをワンストップで提供することでお客さまのコミュニケーション戦略全般をサポートできるのがNISSHAの強みです。また、当社の高精度な技術力は文化財や美術品の複製復刻、デジタルアーカイブ製作などを通じて文化的な分野にも貢献しています。

主な製品

- ・印刷メディア
出版印刷、商業印刷
- ・セールスプロモーション
キャンペーン、イベント、店頭POP
- ・Net & Real
ネットプロモーション
- ・アートソリューション
複製復刻、デジタルアーカイブ

あらたなビジネスの展開 ニッサインタラクティブ株式会社

2008年12月、初の社内ベンチャー事業として、株式会社イーライフとの合併会社ニッサインタラクティブが誕生しました。ニッサインタラクティブは、ネット(インターネットを活用したソリューション)とリアル(印刷関連媒体)を融合した販促ワンストップソリューションを提供しています。消費者インサイトの調査分析による戦略立案から、それを反映した店頭展開やプロモーションの実施まで、お客さまのコミュニケーション戦略をトータルにサポートします。



第三次中期経営計画の戦略目標について

NISSHAは2009年4月1日より新しい中期経営計画(3ヶ年)の運用を開始しました。2003年度から始まった中期経営計画としては、今回で第三次となります。中期経営計画は、中期的にNISSHAがあるべき姿、あるいは目標とする姿を想定し、それと現状とのギャップを埋めるための戦略や実行アイテムを示した設計図であり、会社が未来に向かって成長し、生き残っていくための「成長ストーリー」であると考えています。

2008年度で終了した第二次中期経営計画では、成長戦略の基本として「お客さま満足主義」を第一に掲げ、バランス・スコアカード(BSC)の4つの視点でバランスのとれた戦略の実践に取り組んできました。残念ながら、最終年度である2008年度においては、アメリカの金融危機に端を発した世界的な経済危機の影響や円高の進展により、当社の業績にも大きな影響がありました。グローバル市場へのビジネス拡大により、3年間のトータルでは当初計画を上回る成長を実現することができました。

新しく始まる第三次中期経営計画では、中期的に目標とする姿(中期ビジョン)として「真のグローバル企業になる」ことを掲げ、グローバル市場で新しい価値を創造し続けることによって、お客さまをはじめとするステークホルダーのみならず、より一層評価される企業を目指します。そのためには、社員の能力や技術力、組織体制を強化するとともに、多様な文化、異なった考え方や仕事の仕方を理解したうえで、対話や議論を交わすことにより合意を形成するコミュニケーション能力を高めていかなければならないと考えます。また、「地球市民」(Global Citizenship)として行動できる見識と実行力を重視し、グローバル視点で法・社会倫理を守り、公正な活動を行うことを、NISSHAで働くすべての人々が守るべき「行動指針」のひとつとして盛り込んでいます。

NISSHAは、企業理念のなかで私たちの事業領域を「『印刷』を基盤に培った固有技術を核とする事業活動」と定義しています。当社の印刷技術<コア・コンピタンス>による事業展開により、継続的な成長を目指すことが私たちの目標です。第三次中期経営計画では、当社の

コア・コンピタンスを核に、次の4つの事業拡大のベクトルを設定しています。

1) 派生技術の開発による製品群の充実

コア・コンピタンスである印刷技術は多様な使い方があります。「水と空気以外のすべての物に印刷する」はNISSHAが40年以上前から目指した成長戦略の基本コンセプトです。

2) 地理的な拡大

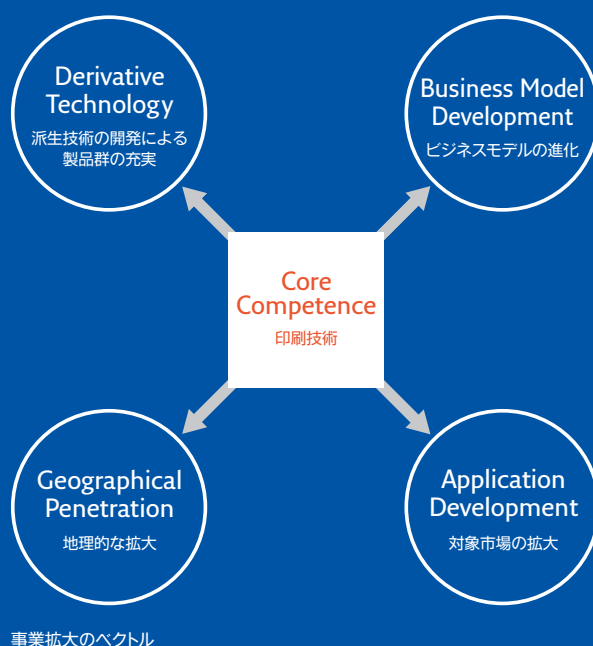
地球上の成長市場で私たちの技術と製品が直接・間接に使われることを目指します。

3) 対象市場の拡大

NISSHAの技術・製品が使われるアプリケーション(対象市場)は多様で広範です。これからもその時代の成長産業に拡大していきます。

4) ビジネスモデルの進化

技術や製品があるだけでは商売にはなりません。NISSHAは常に市場環境に即したビジネスモデルを開発することを目指しています。



中期ビジョンを実現させるために、第二次中期経営計画に引き続いて、バランス・スコアカード(BSC)の4つの視点で戦略を整理し、それぞれを個別の実行アイテムにまで落とし込みました。

「財務の視点」では、売上・利益・キャッシュフローという事業拡大とともに、ROEやROAといった効率性や収益性を重視して、企業価値を最大化することを目標とします。

「お客さま(ステークホルダー)の視点」では、Q(品質)、C(コスト)、D(供給能力)、S(サポート)およびスピードを一層向上させるとともに、お客さまのニーズに即した高付加価値製品の提供を図ります。また、ステークホルダーのみならず双方のコミュニケーションを高めることも重視しています。

「内部プロセスの視点」では、生産効率の改善によるコスト削減、技術開発の加速、環境対応の強化などが大きなテーマです。

最後に「学習と成長の視点」では、上記すべての戦略を実現するために、社員の教育に一層力を注ぐとともに、情報システムの活用や組織体制の強化を図ります。

事業部門別の戦略の方向性としては以下の通りです。

●産業資材事業

既存の製品群の充実と対象市場の拡大を図るほか、お客さまのニーズに沿った新しい技術・工法を開発します。また、収益性をより高めるために内部プロセスの改革を実行します。

●電子事業

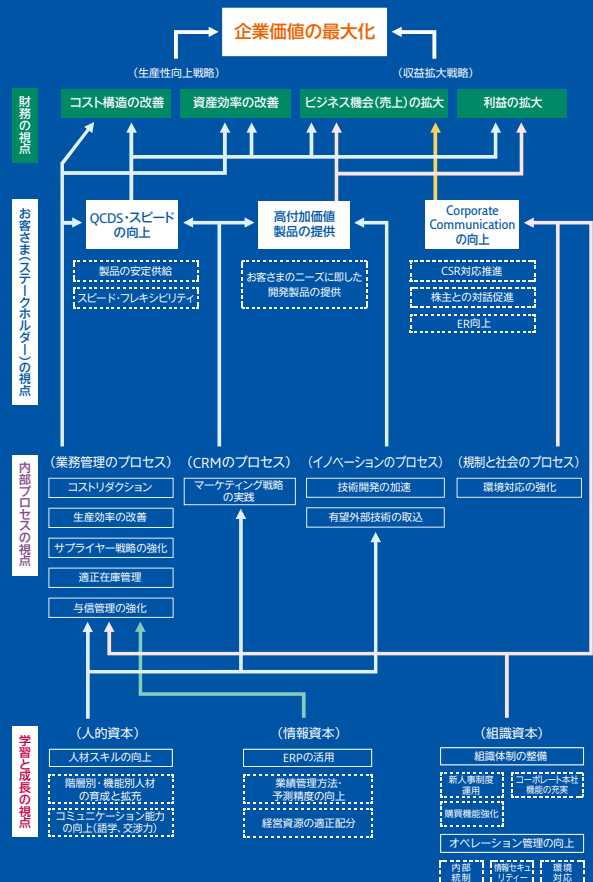
生産能力の拡大を図る一方、生産体制を中心に垂直方向にバリューチェーンを再編し、お客さまにあらたな価値を提供することを目指します。加えて、付加価値戦略のための周辺技術や材料の開発を社外パートナーとも連携しながら促進します。

●情報コミュニケーション事業

事業領域を再定義し、「紙の印刷主体」の事業構造から、「お客さま企業のコミュニケーションニーズ全般」をサポートする体制に移行します。事業領域の変革にとも

ない、必要となる資源や能力の再評価を行い、第三次中期経営計画を通じて収益性の再生を図ります。

2009年度はグローバル経済が混乱するなかでの嵐の船出となりました。しかしながら、NISSHAの技術が使われる市場の潜在力は決して損なわれてはいないと考えます。不況や円高などの外部要因に負けないような「強い会社」になるために、世のなかの変化に機敏に適応するとともに、当社の競争優位が発揮できる分野に経営資源を優先的に投入することにより、さらなる成長を図ります。



戦略マップ

企業倫理・コンプライアンス行動マニュアル

NISSHAは、Nissha People一人ひとりが、企業倫理・コンプライアンスに取り組むことが必要との考えから、従来の「社員行動マニュアル」が各国語用に分冊となっていたのを、2008年7月に「企業倫理・コンプライアンス 行動マニュアル」として1冊に集約いたしました。このマニュアルを活用し、2008年度には、全ての海外拠点で勉強会を実施計画いたしました。今後もNisshaグループ全体で、コンプライアンス推進体制を強化していく考えです。



企業倫理・コンプライアンス行動マニュアル

企業倫理・コンプライアンス宣言

社会からの企業倫理に対する要請に的確にこたえ、またグループ内の共通認識をより明確にするため、2008年より「内部統制基本方針」に基づく「企業倫理・コンプライアンス宣言」を制定し、順守事項として10項目を掲げました。

企業倫理・コンプライアンス宣言

私たちは、当社グループの企業理念に掲げられる「広く社会との信頼に基づいた(共生)」の重要性を十分に理解し、その理念の実現のために、すべての役員および社員が企業倫理の維持・向上とコンプライアンスの実践に取り組むことを宣言します。

1.法規範の順守

法令の順守はもとより、社会規範を尊重し、良識ある企業活動を行います。

2.人権の尊重

人権を尊重し、差別やいじめ、いやがらせをしません。また、個人情報の取り扱いには関係法規に従い、プライバシーに関わる事項をみだりに公開しません。

3.環境保全

製品の研究、開発、製造、販売および廃棄などにあたっては、環境保全に関する条約、法令などを順守し、常に環境保護に努めます。

4.自由公正な競争

事業活動にあたっては、公正で自由な競争を確保・促進する法令を順守し、共生の理念に基づく取引を行い、社会的責任を果たします。

5.製品の安全性

製品の製造、開発、輸入、保管、販売、輸送、輸出などにあたっては、常に安全性に留意し、製品の安全に関連する法令および安全基準を十分に理解し、順守します。

6.企業情報の取り扱い

当社グループの企業情報については、関係法令や規則を順守し、適時かつすみやかに開示を行うとともに、正確性、公正性および継続性に配慮します。また、当社および他の上場企業に関する重要事実の管理については、インサイダー取引の防止に努め、不正な取引はしません。

7.職場の安全衛生

安全で衛生的な職場環境の整備に努めます。万一、業務上の災害が発生した場合は、被害を最小限に留めるとともに、再発の防止に努めます。

8.適切な情報管理

機密情報を許可なく他人に開示したり、目的外に使用することのないよう細心の注意を払って管理します。

9.知的財産の保護

無断で他人の知的財産を使用することのないよう細心の注意を払うとともに、自社の知的財産を取得する場合には正当な手段で行います。

10.反社会的勢力との関係断絶

反社会的な活動や勢力に対しては毅然とした態度で臨み、一切関係を持ちません。

反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方、および整備状況

1.基本的な考え方

NISSHAは「内部統制基本方針」に基づく「企業倫理・コンプライアンス宣言」を制定し、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力・団体に対しては、毅然とした態度で臨み、一切の関係を持たないことを宣言しています。

2.整備状況

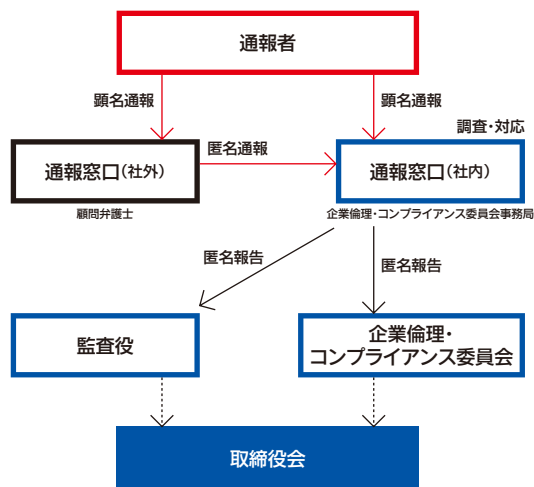
上記の基本的な考え方を実践するために、各種社内研修会などの機会を通じて、企業倫理やコンプライアンスに関する資料やマニュアルを配布して、組織的かつ継続的な研修活動に取り組んでいます。

また、コーポレート総務本部総務部を対応部署とさだめ、警察当局や顧問弁護士、企業防衛対策協議会との連携・情報交換を行い、反社会的勢力による企業リスクの軽減と、被害の防止に努めています。

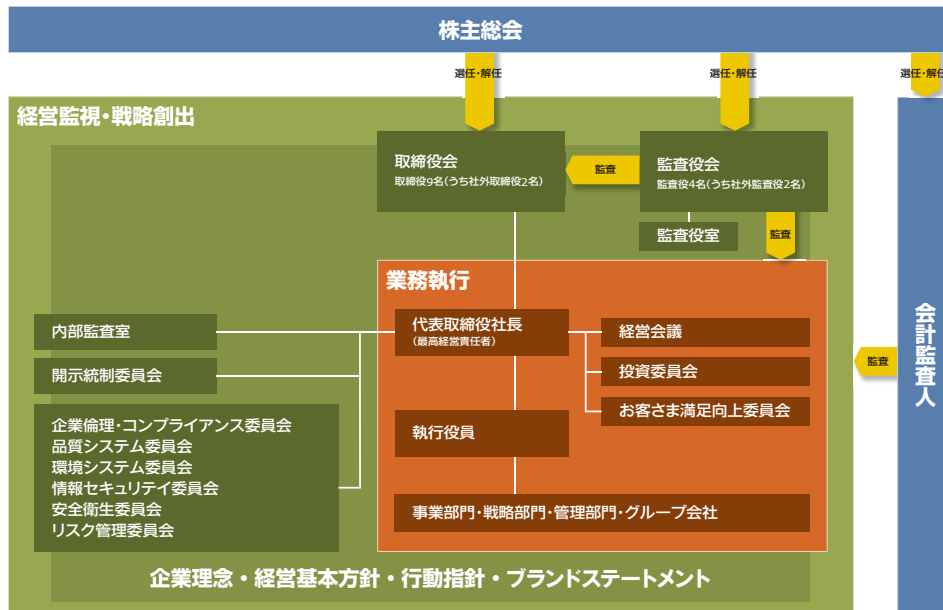
内部通報制度

組織的または個人による不正、違法あるいは反倫理的行為について、会社として事実を速やかに認識し、危機の極小化とともに、倫理・法令順守を推進するために、内部通報制度を設置しています。そして、これらの通報窓口として、NISSHAホットライン(通報窓口)を社内と社外に設置しています。

2006年の設置以来、NISSHAホットラインには5件の通報がありました。おもにハラスメントに関する内容が多く寄せられました。この制度の他にも、直属の上司や人事部門などの責任者を窓口とした連絡手段がありますが、体制強化の観点から、社員数や事業場の拠点数に十分対応できるホットライン体制を構築し、さらに周知徹底を行い対応の拡大を図ることが必要であると認識しています。



ホットライン体制図



コーポレート・ガバナンス体制図

コーポレート・ガバナンス体制についての基本的な考え方

NISSHAは、企業理念に基づき、法と社会倫理に則ってコーポレート・ガバナンスを充実させることが必要不可欠であると考えています。

NISSHAは、法令・定款および社会規範を順守するための行動規範として「企業倫理・コンプライアンス宣言」をはじめとする各種コンプライアンス規程を制定しています。そしてNisshaグループを取り巻く全てのステークホルダーとの《共生》を具現化するため、経営基本方針・行動指針・環境方針・情報セキュリティ基本方針などを制定しています。

また、社外取締役(2名)および社外監査役(2名)の取締役会出席により、コーポレート・ガバナンスに第三者的な視点を取り入れています。そして、財務報告の適正性を確保するため開示統制委員会をもうけるとともに、企業倫理・コンプライアンス委員会、リスク管理委員会をはじめとするさまざまなマネジメント会議を設置、運用しています。以上の取り組みにより、NISSHAはコーポレート・ガバナンスの強化をはかっています。

内部統制システムに関する基本的な考え方

NISSHAは、〈取締役・使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制〉ほか8項目で構成されている内部統制基本方針に基づき、会社法および会社法施行規則に則り、業務の適正を確保するための体制を整備しています。

なかでも、財務報告などの重要事項の適正性確保のために内部統制部門を強化し、開示統制委員会と連携

して内部統制の推進にあたっています。決算関係の財務報告書類は、独立組織である内部監査室による監査、外部の会計監査人による監査証明の後、開示統制委員会による内容承認のうえ、取締役会や稟議書による承認決議を経て開示しています。2009年度は有価証券報告書(および内部統制報告書)作成にあたり、開示統制委員会による内容承認、会計監査人による監査証明を経て、EDINETにより関東財務局に提出します。

リスクマネジメントについて

NISSHAはリスクマネジメント基本方針をさだめ、リスク管理にかかわる取り組み姿勢を明確にするとともに、リスク管理規定に基づきリスク管理委員会をもうけ、組織横断的リスク状況の監視および全社対応を行っています。コンプライアンス、情報セキュリティ、災害事故、環境および品質などにかかわるリスクについては、それぞれに責任部会および組織を置いてリスクの管理を行い、これらの活動は定期的に取り締り会および監査役会に報告されています。

役員報酬などの内容

第90期有価証券報告書には下記のとおり記載しています。

取締役を支払った報酬 279百万円

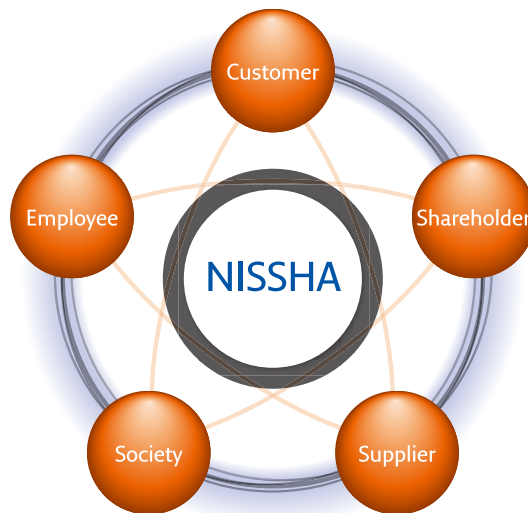
上記金額には、取締役賞与 91百万円が含まれています。

上記のほか、使用人としての職務に対する給与および賞与として 62百万円があります。

ステークホルダー(利害関係者)との共生

2006年4月に私たちは、NISSHAを支えるステークホルダーをCustomer(お客さま)、Shareholder(株主)、Supplier(サプライヤー)、Society(地域社会)、Employee(社員)とし、「NISSHAとステークホルダーの信頼の輪」(Nissha's Circle of Trust)としてさだめました。そして、企業理念で規定しているように、固有の印刷技術を通して「広く社会との相互信頼に基いた共生」の実現を目指しています。これは、私たちNISSHAが常に、上記でさだめたステークホルダーとともにあることを意味しています。

そして、地球環境保全、将来世代支援という考えを持ち、CSR活動に取り組んでいます。



CSRについての考え方

NISSHAはCSRの諸課題を、守りのCSRと攻めのCSRに区別してとらえています。

守りのCSRは、企業の社会的責任のなかでも基本的な領域として位置づけています。企業倫理・コンプライアンスがその基盤をささえ、そのうえで環境保全活動、安全衛生推進、人材育成、人事制度、福利厚生、情報セキュリティ、品質保証活動やサプライチェーンマネジメントといった、従来から真摯に取り組んできた活動がこの領域にあたります。

攻めのCSRは、社会貢献活動と社会価値創造の領域として位置づけています。社会貢献活動は「社会貢献基本方針」に沿ったもので、地域社会とのコミュニケーションを中心に取り組んでいます。そして、社会価値創造の領域には、事業活動そのものを通じた環境価値創造や社会価値創造があたります。

NISSHAは守りのCSR、攻めのCSRそれぞれの領域の課題に戦略的に取り組むことで、CSR活動の推進に努め企業価値の最大化を実現します。



安心・安全で高品質な製品をお届けすることは、ものづくり企業であるNISSHAにとって最も重要な使命です。製品の機能や仕上がりの美しさだけでなく、安全性も含めた総合的な品質を提供するため、NISSHAはさまざまな取り組みをすすめています。

NISSHAの品質保証体制

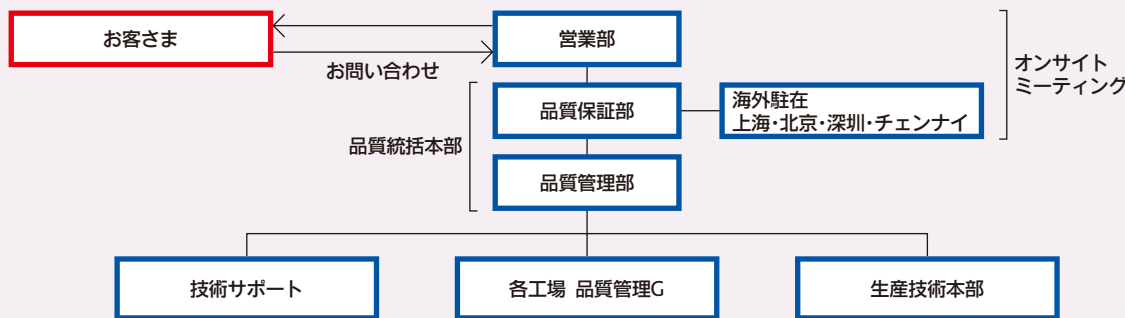
お客さまに安心していただける製品を提供するため、NISSHAは全社をあげて品質保証の取り組みをすすめています。

産業資材・電子事業本部では、お客さまのお問い合わせに的確かつ迅速に対応するために品質保証体制を整えています(下図)。お客さまのご要望は窓口である営業がお受けし、すぐに品質統括本部へ報告されます。そして、品質保証部の主導で関連部門と対応策が検討され、品質管理部から各生産拠点へ指示がだされます。生産拠点ごとにもうけられている品質管理グループがその内容をうけて迅速に対応。NISSHAからお客さまへ“24時間以内のFirst contact”を実現しています。また、これらの情報はデータベース化され、社内関係者間で共有、調査や対応の進捗状況がWeb上で迅速に確認できるシステム(NQR:ニツチャクオリティレポート)も運用されています。

一方、お客さまとの定期的な品質会議も開催し、最適な品質保証活動に取り組んでいます。そして、お客さ

まの近くでスピーディーな対応を実施するため、中国の上海・北京・深圳、インドのチェンナイにクオリティマネージャーが駐在しています。さらに欧州や北米拠点の代表者もあわせた社内オンサイトミーティングを行い、お客さまのご要望に常に耳を傾けています。

情報コミュニケーション事業本部では、品質保証部の主催で品質管理委員会を定期的開催し、お客さまからの品質に関するお問い合わせや今後の対応について、熱心に協議しています。同時に、社員一人ひとりの品質に対する能力・スキルアップのため、さまざまな社内品質教育を実施しています。若手社員に対する基礎的な工程教育、複製事業といったNISSHA独自の技術についての教育、新しい設備や製紙工場の見学、さらにはWeb制作とそのトレンドについてなどの全般的な教育も行なっています。一方、サプライヤーのみならず共に学ぶ研修会ももうけています。品質についての監視・予防、記録のとり方やトレサビリティ、環境や情報セキュリティなど、幅広いカリキュラムで実施しています。



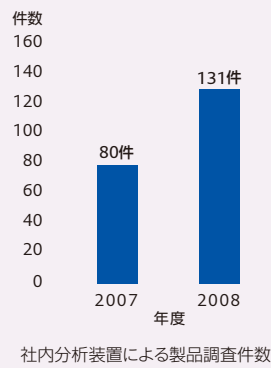
産業資材・電子事業本部の品質保証体制

環境管理物質管理基準

NISSHAは、2006年度に「環境管理物質管理基準」を制定いたしました。これは、使用禁止物質や規制物質を明確化することで、法令順守の徹底と地球環境への影響の軽減、人体を含む生態系への影響の軽減に取り組むことを目的としています。お客さまのご要望を満たす管理基準を設定しており、適時ご要望の変化に対応するため改定作業を行なっています。2006年に施行されたRoHS指令、さらには2007年6月発効のREACH規則にも対応した管理基準で運用しています。

製品の安全性確認

お客さまにお届けする製品の安全性を高めるために、各種の分析機器を導入し、製品調査を行っています。製品調査件数は年々増加傾向にあります。これにより、スピーディーで正確な分析結果を報告しています。



品質方針

ものづくり企業であるNISSHAにとって、工場で製造される製品品質の向上が最重要課題であることはいうまでもありません。お客さま要求事項におこたえすることを通して、エンドユーザーである一般消費者のみなさまの信頼に、常に応えていく使命があると考えています。NISSHAは品質の維持・向上が社会に対する重要な責任であるという認識のもと、1997年に「品質方針」を制定。経営の最重要課題として、品質についての基本的な考え方を全社に示しました。

●品質方針

お客さまの信頼と満足を得る品質を経済的に提供することにより、広く国際社会に貢献する。

- 1.品質マネジメントシステムを確立・維持し、その有効性を継続的に改善する。
- 2.お客さま要求事項及び該当する法令・規制要求事項を満足する製品を提供する。
- 3.品質目標を経済的に達成し、お客さま満足を獲得する。

ISO9001 認証取得

NISSHAは、国内・海外の生産拠点で品質保証の国際規格であるISO9001認証取得をほぼ完了しています。このISO9001をベースとして、品質の継続的改善に努め、事実やデータに基づく客観的なマネジメントシステムを運用しています。

内部監査

NISSHAの品質マネジメントシステムが有効に、かつ効果的に機能しているかどうかをチェックするために、内部品質監査を実施しています。内部監査は資格をもった内部監査員によって年2回行われ、その結果や活動状況などが品質システム委員会にインプットされ、経営者によるマネジメントレビューが行われています。内部監査で不適合があった場合には、是正処置を要求するとともに、

必要であればフォローアップ監査を実施し、その部門に応じた進め方を考案して、問題点を解決します。また、各拠点での定期的なISO9001社内研修会の実施などの活動を軸として、各部門で設定した品質目標の達成を目指して取り組んでいます。

今後もお客さまにご満足いただける製品品質を提供し続けるため、品質管理手法の標準化や技術の共有化を図ります。

お客さま満足

NISSHAは「お客さま満足主義」を第一に掲げて、バランスのとれた経営戦略の実践に取り組んでいます。経営基本方針のなかにも「品質、コスト、供給能力、技術サポート、スピードの全てにおいてお客さま満足を獲得する」を掲げ、その具体的な実行アイテムを社内のKPIとして継続的にモニターする体制にしています。2006年10月には「お客さま満足度向上委員会」を設置し、お客さまの評価を測るひとつのツールとして、「お客さま満足度調査」を2008年1月までに全事業本部で実施しました。

お客さまの声に常に耳を傾け、お客さまの評価を正確に把握・分析して、私たちの改善取り組みへと展開していく。この継続がお客さま満足のさらなる向上へつながっていくとNISSHAは考えています。

注)KPI: 「Key Performance Indicator=主要業績評価指標」の略。

お客さまからの表彰

お客さまに対する当社のサポートを高く評価いただき、LG Electronics Inc.からベストサプライヤー賞を、Quanta Computer Inc.からベストパートナー賞を受賞しました。



LG Electronics Inc.からの
ベストサプライヤー賞



Quanta Computer Inc.からの
ベストパートナー賞

情報セキュリティ基本方針

お客さまからお預かりした情報や個人情報など、重要な情報資産についてのセキュリティ確保は最重要課題です。NISSHAは信頼性と安全性の高い情報セキュリティマネジメントシステムを構築し、その維持・改善に努めています。情報セキュリティについての基本的な考え方を「情報セキュリティ基本方針」として制定(初版は2005年に制定)し、社内ネットや、職場での掲示などで、全ての社員に周知しています。

●情報セキュリティ基本方針

Nisshaグループは国内で行う生産・開発・販売・管理において、自社の業務情報及び事業活動を通じて保有するお客さま・サプライヤー・社員などの情報資産を脅威から保護し、信頼性と安全性の高い情報セキュリティマネジメントシステムを構築して維持・改善する。また、情報セキュリティに関わる内外の要求事項を考慮し、すべてのリスクを受容可能なリスク水準以下に軽減する。

1. 情報セキュリティ目標の設定・実施・見直しにより情報セキュリティマネジメントシステムの継続的改善を図り、情報の機密性・完全性・可用性を維持・改善する。
2. 情報セキュリティ法令又は規制の要求事項並びに契約上のセキュリティ義務を順守する。
3. 情報セキュリティに関するリスクを合理的に評価する基準とリスクアセスメントの方法を確立・改善してリスクの軽減を図り、企業発展に寄与する情報セキュリティレベルを維持する。
4. Nisshaグループで働くすべての人に情報セキュリティ基本方針を周知し、情報セキュリティに対する意識高揚に努める。

情報セキュリティの取り組み

情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格であるISO27001の認証を、ほぼ国内全ての関係会社を含めて取得して、その維持および継続的改善を図っています。

部門ごとに情報セキュリティ管理者、情報セキュリティ担当者、情報セキュリティ推進員をさだめて、情報資産に対するリスクを分析・評価するなど、リスクアセスメントを行い、必要な管理策を選択します。部門長が情報セキュ

リティ目標およびリスク対応計画を制定。その達成に向けた取り組みをすすめることによって、リスクの低減に努めています。また、社内研修や、定期的な内部監査を行なうほか、年に2回行なわれる情報セキュリティシステム委員会では、情報セキュリティマネジメントシステムが継続して適切・妥当かつ有効であることを確実にするために、社長自らがレビューを行い、システムの有効性を継続的に改善しています。

情報セキュリティ管理策を実施するための具体的な方法を、「情報セキュリティマニュアル附属書」などにまとめています。たとえば、セキュリティ区画レベルに応じた適切な入退出の管理や、ネットワーク機器・サーバ・パソコンなどの設置および保護、さらには情報の定期的なバックアップやCD-R・USBメモリなどの電子媒体の取り扱いなどについても、具体的な対策を示しています。

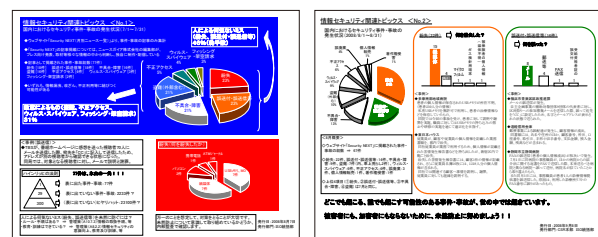
「情報セキュリティ関連トピックス」の発行

情報セキュリティレベルは物理的アクセス制御やマネジメントシステムの運用だけでは維持できません。情報セキュリティに対する社員一人ひとりの意識の向上がより必要だと考えています。

そこで、国内で発生したさまざまな情報セキュリティ事件・事故を集計して分析した結果を「情報セキュリティ関連トピックス」として発行しています。各部門は部内での教育や注意喚起に利用することで、情報セキュリティレベルの維持・向上に努めています。



社内研修会の様子



情報セキュリティ関連トピックス

NISSHAに対するご理解と企業価値の適切な評価をいただくため、適時かつすみやかな情報開示を行っています。さらに、各種情報ツールを充実させるとともに、双方向コミュニケーションにも積極的に取り組んでいます。

情報開示の方針

株主・投資家のみなさまの当社に対する理解を促進し、当社の企業価値を適切に評価していただくために、正確性、公正性、継続性に配慮しながら、適時かつすみやかな会社情報の開示を行っています。財務報告の適正性を確保する役割を開示統制委員会が担っています。また開示した情報に関する株主・投資家のみなさまの評価を経営に還元することを通じて、企業価値の向上に努めています。

投資家のみなさまとのコミュニケーション

当社では、IR活動を投資家のみなさまと当社とがお互いに理解を深めるための重要な取り組みと位置づけています。

機関投資家・証券アナリストのみなさまとは、年間約400件のミーティングを行い、継続的なコミュニケーションに努めています。年に数回行っている決算説明会や個別訪問は、投資家のみなさまとトップマネジメントとの直接の意見交換の場となっています。2008年10月にはNII甲賀工場(滋賀県)において工場見学会を実施しました。



工場見学会

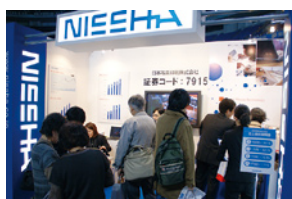
2008年度からは海外投資家のみなさまへの情報提供の機会を増やすことを目的に、各種英文情報ツールの充実と双方向コミュニケーションを積極的にこなっています。

- アニュアルレポートほか、英文情報ツールの作成
- 海外投資家向けテレフォンカンファレンスなどによる、決算情報などの迅速な提供
- 海外ロードショー(2008年7月:英国・シンガポール、同12月:米国)



アニュアルレポート

一方、個人投資家のみなさまについては、各種イベントなどコミュニケーションの場を広げています。イベントでは当社の製品を実際に手にとっていただきながら



IRフェア 当社ブースの様子

ら、当社事業についてのご理解を深めていただいています。

- IRフェア出展(2008年8月:東京、2009年2月:大阪)
- 会社説明会開催(2008年11月:京都)

公平で迅速な情報提供を行うためWebサイトの充実にも注力しています。2008年10月には「IR情報」ページをより使いやすいデザインへとリニューアルし、当社の事業などについてわかりやすく紹介するページを新設するなど内容も充実させました。



「IR情報」ページ

<http://www.nissha.co.jp/ir>

株主さまアンケート

株主さま全員を対象としたアンケートを年に2回実施しています。2008年度は、のべ約700名の株主さまからさまざまなご意見をいただきました。結果については株主さま宛にお送りしている冊子「Business Report」のなかで紹介するとともに、IR活動の向上などに活用しています。

利益配分の考え方

利益配分については安定配当の継続を基本方針に当期および今後の業績、配当性向、財務面での健全性などを総合的に勘案して配分することとしています。

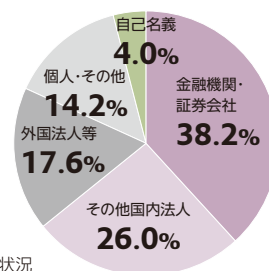
また、内部留保金については現時点では中・長期的観点から企業価値拡大をはかるための成長分野への設備投資・研究開発を中心に有効活用することを基本方針としています。

株主構成

発行済株式の総数 45,029,493株

株主数 6,985名

(2009年3月末現在)



所有者別分布状況 (保有株式数比率)

サプライヤーのみなさまと共存共栄のパートナーシップを維持するために、NISSHAは購買基本方針を制定いたしました。そして、取引基本契約の締結などCSR調達の観点での取り組みをすすめながら、相互信頼に基づいた《共生》の実現を目指します。

●購買基本方針

私たちNISSHAは、『「印刷」を基盤に培った固有技術を核とする事業活動を通して、広く社会との相互信頼に基づいた《共生》を目指す』の企業理念を実現するために、サプライヤーのみなさまと共存共栄のパートナーシップを構築し、相互に誠実な資材調達を通して、常に企業価値の創造につとめます。

私たちNISSHAは、サプライヤーのみなさまに対して、常に公平・公正、そして総合的に次の項目で評価いたします。

- 安定した経営基盤と信頼できる経営姿勢
- 優れた技術開発力と供給能力
- 事業環境の変化に対する適応力
- 製品・サービスの安全性、安定した品質、納期と競争力のある価格
- 事業継続を目的としたサプライチェーン管理の取り組み

私たちNISSHAは、サプライヤーのみなさまとともに次の項目に取り組み、CSR調達につとめます。

- 地球環境への十分な配慮
- 情報セキュリティレベルの維持・向上
- 法令遵守・企業倫理向上
- 情報開示
- 基本的人権尊重
- 公正取引
- 労働安全衛生推進
- 社会貢献

「購買基本方針」制定

2009年4月NISSHAは「購買基本方針」を制定いたしました。

基本方針には、企業理念の実現を目指し、相互に誠実な資材調達を通して常に企業価値の創造に努めていくこと、常に公平・公正・総合的にサプライヤーのみなさまを評価すること、そしてCSR調達に努めていくことをさだめています。まず自らを律し、サプライヤーのみなさまとのWin-Winの関係構築を目指しています。この基本方針は2009年度から購買先を対象として運用し、その後、外部委託先を対象として、CSR調達を推進していきます。

購買部員への研修

購買基本方針の制定に先立ち、企業倫理・コンプライアンスおよびCSR調達の重要性認識の浸透を目的とした購買部員に対する研修を2008年8月に行いました。研修は「企業倫理・コンプライアンス 社員行動マニュアル」に、お客さまからのご要望や他社状況などもまじえて実施され、購買部員としてのあり方をあらためて認識する機会となりました。今後も引き続き研修を行い、グローバル企業とし

てふさわしい購買マインドを醸成していきます。

そして、購買部には2009年度から第三次中期経営計画に沿って、あらたに資材グループと購買管理グループが設置されました。資材グループは、ますます重要性が高まっている「QCDSの磨き込み」をターゲットとして、購買管理グループは「供給リスクの低減と情報収集」をミッションの核として活動しています。この二つのグループの取り組みを基盤として、サプライヤーのみなさまとご一緒にCSR調達に取り組んでいきます。

取引基本契約の締結

購買部は「パートナー」としてのより強い関係をサプライヤーのみなさまと築くために、2008年9月より主要サプライヤーとの「取引基本契約書」の締結をすすめています。その内容は単なる売買契約に留まらず、品質保証、安全衛生、環境保全、個人情報および機密情報保護にまでおよび、そこには共通認識としての「CSR調達の基本」が現存されています。そして「Win-Winの関係」を意識しながらお互いの「事業継続」を確認する、という作業の出発点としています。

“広く社会との相互信頼に基づいた《共生》を目指す”との企業理念を実現するために、NISSHAは社会貢献基本方針を制定しました。この方針を軸にして、より効果的に、そして積極的に、社会貢献活動に取り組んでいきます。

社会貢献基本方針を制定

NISSHAは、社会貢献についての考え方を「社会貢献基本方針」としてさだめました。自らが保有する経営資源を有効に使い、さらに地球市民として適切な社会貢献活動を行うこと、そしておもな取り組みとして〈環境保全〉〈将来世代支援〉〈芸術、文化支援・振興〉〈人道的支援〉の4分野を掲げました。

2009年度には、あらたにコーポレートコミュニケーション本部を設置いたしました。第三次中期経営計画のなかで、社会貢献基本方針を軸に、地域社会とのコミュニケーションを推進していきます。

●社会貢献基本方針

NISSHAおよびNissha Peopleは、企業理念を実現するために、持てる経営資源を有効に使い、地球市民として社会に貢献する

〈環境保全〉〈将来世代支援〉〈芸術、文化支援・振興〉〈人道的支援〉を重点取り組み分野とする

小学校環境学習

「環境は一人ひとりが主役であり、家庭での環境取り組みが大事である」とのメッセージを伝えるため、2007年12月に当社社員の出前による小学校環境学習をスタートし、2009年度もこの取り組みを継続しています。

「環境3Rと印刷のしくみ」や「印刷物のひみつ(色とエコ)と買い物エコ」というテーマで、おもに当社生産拠点の周辺地域で実施し、2008年度には13校で27授業、約1,000名の児童に環境学習を行いました。環境学習の実施後には、参加した担任の先生や児童一人ひとりから、内容についての感想文を毎回いただくことにしています。「環境学習に参加して環境意識が高まった」や、「印刷物のアミ点を見て驚いた」などの感想がありました。また「学習内容がむずかかった」などの感想については、より良い環境学習の改善にいかしていま



小学校環境学習

す。2007年度に京都市から感謝状を授与され、2008年度には石川県加賀市からも授与されました。

アミューズ・アートジャム

株式会社アミューズが企画制作する、大型アートイベント「アミューズ・アートジャム2008 in 京都」が、2008年10月4日・5日の両日、京都文化博物館で開催されました。

同イベントは、過去6回の開催で応募総数は5,000通以上、総来場者数7万人を超え、新人アーティストの登竜門としてますます世の注目を集めています。今年は第一次審査を通過した若く才能溢れるアーティストの作品82点が一堂に会し、会場は数多くの来場者を迎えて大変な盛りあがりを見せました。

当社は2004年度から主旨に賛同し、このイベントに協賛しています。今年の「Nissha賞」(スポンサー賞)は、中川貴雄さんに授与されました。



中川貴雄さん

Nissha一斉ライト・ダウンスタート

NISSHAは、CO₂排出量削減と、社員一人ひとりの環境意識向上を目指して、2008年4月から“Nissha一斉ライト・ダウン”を原則毎月第二金曜日、国内全グループのオフィス部門で実施しています。この取り組みには、京都市のすすめる「DO YOU KYOTO?」プロジェクト(京都議定書が発効した2月16日にちなんで、毎月16日を「DO YOU KYOTO? デー」〈環境にいいことをする日〉とする)の主旨に賛同し、環境に優しい取り組みを実践していく意味も込められています。NISSHAは今後も一斉ライト・ダウンに取り組んでいきます。



ライト・ダウン前



ライト・ダウン後

NISSHAは、「人材=最も重要な経営資源」と位置づけ、人材育成に注力しています。あらたに制定された人材育成方針のもと、「会社」と「社員」がともに成長していくことを目指しています。

新人事制度

NISSHAは現在、より公正で納得性の高い人事制度を目指して、新人事制度検討委員会を組織して人事制度の再構築に取り組んでいます。2009年4月にはあらたに制定された人事基本方針のもと、管理職の新人事制度がスタートしました。一般社員の人事制度については、労働組合とも意見交換をしながら引き続き検討を重ね、2010年4月に新制度をスタートする予定です。

●人事基本方針
「求める人材像」と「人事マネジメントの基本的な考え方」からなる

▶求める人材像
「誠実」であることを基本とし、

①「自律型人材」
企業理念と経営ビジョンに沿って、自ら考え自ら行動する人材（ReactiveからProactiveへ）

②「チャレンジングな人材」
変化を迅速に捉えて果敢に挑戦していく人材

③「グローバルな人材」
グローバルな視点でビジネスを発想し、実行できる人材

▶人事マネジメントの基本的な考え方

①“成長”人材の積極的活用
自らの責任を全うし成長意欲の高い人材には、積極的に機会を与えます

②公正な評価・処遇
役割と責任を明確にしたうえで、その達成度を公正に評価し処遇に反映します

③成長への支援
社員の成長に向けた人材育成・キャリア開発を推進します

④多様性の尊重
グローバル企業として、多様な人材・多様な働き方を尊重します

⑤雇用と生活の安定
社会的責任として、社員の雇用と生活の安定に努めます

●管理職新人事制度
ポイント→役割の明確化

①6つあった等級を3つに整理(ブロードバンド化)

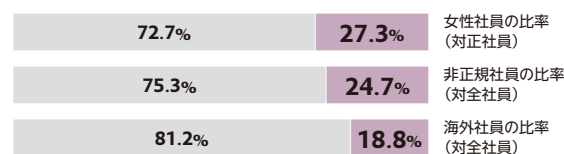
②マネジメント職とエキスパート職の2つの職群を設定

“Nissha People”の多様性

業容の拡大にともない、NISSHAで働く社員の多様性も広がっています。2009年3月末の社員の内訳をみると、女性社員の比率は27.3%、非正規社員の比率は

24.7%、海外の社員の比率は18.8%となっています。

NISSHAは、雇用形態、勤務地、国籍にかかわらず、NISSHAで働く全ての役員・社員を“Nissha People”と定義して価値観の共有や一体感の醸成を図る一方で、多様な人材・多様な働き方を尊重し、個々の持てる能力を發揮してやりがいを持って働けるよう、さまざまな取り組みを推進しています。



●多様性推進取り組みの一例(2008年度)

- ①海外子会社のトップに現地採用社員が就任(2009年1月)
- ②女性管理職の登用
- ③非正規社員の正社員化(80名)

定年再雇用

NISSHAは、60歳定年退職を迎えた方々の豊富な知識、能力、技術を有効に活用するため、定年再雇用制度を導入しています。この制度は一定の条件を満たした希望者を対象に、65歳までNisshaグループでの継続雇用を行うもので、現在まで希望者全員を継続雇用しています。

また2009年4月より、再就職専門業者を介したグループ外への再就職支援制度も導入しました。今後も、定年退職者の生き甲斐、意欲にこたえるべく、制度の一層の充実に努めていきたいと考えています。

仕事と家庭の両立支援

NISSHAは「次世代育成支援対策推進法」に基づき、子育てしやすい環境づくりを促進するための行動計画を策定、実施しています。その結果、2009年4月には厚生労働省より「基準適合一般事業主」の認定を受けることができました。



年次有給 休暇取得率	産前産後休業 取得者数	育児休業 取得者数	育児時短勤務 取得者数	介護休業 取得者数
40.3%	11名	16名	14名	0名

2008年度のおもな休暇・休業等取得状況

(集計範囲:Nissha国内)

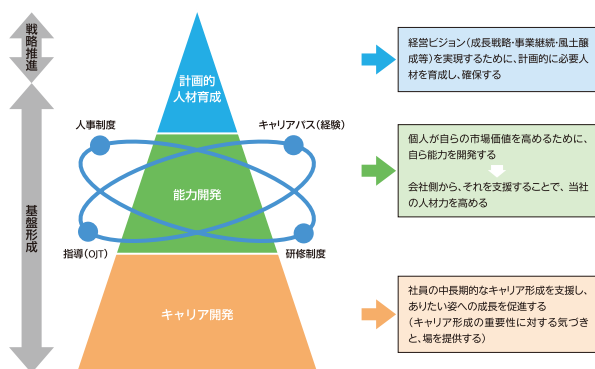
人材育成基本方針

NISSHAは「人材=最も重要な経営資源」と位置づけ、会社にとって必要な経験や能力を持つ人材の育成と、社員一人ひとりの成長支援を積極的に行い、会社と社員がともに成長できる企業を目指しています。

人材育成の基本的な考え方

NISSHAは、2007年度に経営戦略本部内に創設した人材育成部(設立時名称は人事企画部)を中心に、事業部門・現場と連携を取りながら人材育成を推進しています。

基本的な考え方としては、人材育成を「計画的な人材育成」「能力開発(支援)」「キャリア開発」という3つの領域で捉え、それぞれに、研修制度・職場での指導(OJT)・中長期的なキャリアパス・これらを支える人事諸制度の整備、といった視点から包括的な人材育成の推進を目指しています。



人材育成モデルの図

社内研修の実施

研修制度では、新入社員研修や管理職研修などの「階層別研修」、「技術者向けの専門教育」、業務の必要性に応じた「語学力研修」、「テーマ別研修」などを実施しています。

社員自ら応募する選択型のテーマ別研修では、半期ごとに内容を見直し、種類・回数を増やしたうえで社内イントラネットや構内掲示板での研修案内を行っており、2008年度も、海外拠点を含む多くのグループ社員が受講しました。全ての研修の受講者数は、のべ613名、

時間にして14,680時間になりました。

さらに、従来から運用している「自己啓発支援制度」については、制度の活用を促進するため社員一人ひとりに通信教育のガイドブックを作成・配布し、社員の自ら学ぶ姿勢を積極的に支援しています。

人材育成のさらなる充実を目指して

人材育成のテーマについては、会社・社員のニーズに沿って常に見直しを行っており、それぞれの内容も、より効果の高いものへと進化すべく、検討・改定を重ねています。

2008年度には、グローバル拠点のリーダー育成を目的とした「グローバルリーダーシップ研修」を開催しました。これは海外現地採用の若手リーダーを対象としたもので、Nissha本社にてNISSHAの理念・方針についての講義やリーダーシップに関するワークショップ、製造拠点の見学などを英語で行いました。

また、新規入社者の早期戦力化を目的として、新卒およびキャリア入社者向けの教育内容を抜本的に見直しました。

その一環として、新規入社者がNISSHAの一員(Nissha People)として知っておくべき理念や事業概要、取り組み内容の理解を促進するためのハンドブック(テキスト)を一新し、それに合わせて講義内容も一新しました。

さらに新入社員向けには「配属部門育成計画書」をあらたに導入し、円滑なOJTを促進しています。そして、キャリア入社者向けにも「部門受入計画書」を導入し、あらたに「キャリア入社者集合研修」も開催しました。

現在も、人材育成のさらなる充実を目指してさまざまな検討を進めており、こうした取り組みを継続することで、今後も会社と社員がともに成長できる企業を目指していきます。



新入社員ハンドブック

安全衛生基本方針について

Nisshaグループで働く全ての社員の安全と心身の健康確保は経営の基盤と考え、相互信頼と実践に基づき「安全・快適な職場環境づくり、心と身体の健康づくり」を積極的に推進することを基本方針としてさだめました。良好なコミュニケーションの形成と、一人ひとりの創意工夫を集結した全員参加の取り組みにより「ゼロ災害」を目指し、特に「心と身体の健康づくりのための体制づくり」・「自主的基準の設定」・「リスクの除去・低減対策」・「安全で快適な職場づくり」を図っています。

安全衛生管理体制

Nisshaグループ国内事業場ごとに安全衛生委員会をもうけています。各拠点責任者を委員長として、各事業場の総括安全衛生管理者・安全管理者・衛生管理者などの委員および組合代表・従業員代表委員が出席し、安全衛生活動の実施計画・結果、提案・改善事項を報告し、質問・提案や審議・検討を毎月1回以上行っています。

また、本社が事務局となり3か月に1回の頻度で安全衛生事務局委員会を開催しています。各拠点の取り組み状況の報告、情報の共有化そして好事例の水平展開を図り、標準化と連携を高めています。

安全衛生防火交通サイトの開設

社内ポータルサイト「NisshaPortal」に「安全衛生防火交通サイト」を開設しました。安全衛生防火交通の取り組み報告、及び情報提供や共有を目的としたもので、サイトは「安全衛生」・「防火」・「交通」・「保健センター」・「新型インフルエンザ対策」の



サイトのトップページ

新型インフルエンザ対策

2008年8月にNisshaグループの「新型インフルエンザ対策に関する行動計画」および「新型インフルエンザ感染予防策」を作成しました。社員への情報提供として、ま

ず管理職に対する説明会を実施、引き続き一般社員に向けた案内サイトをNisshaPortalで告知しました。

感染予防品の備蓄をすすめる一方で、行動計画や説明会で使用した資料など、全てNisshaPortalに投稿し社員に開示しています。

第2回「ハチハチキッズデイ」開催

2007年に引き続き2008年8月8日に第2回目となる社内イベント「ハチハチキッズデイ」を開催しました。基本コンセプトを「お父さん、お母さんのはたらくNISSHAを見にいこう!」として、関西在住のNisshaグループ社員の子どもたち(小学4年～6年生)を対象に開催。当日は20名の子どもたちが、本社内の工場見学や印刷の仕組みを簡単なクイズを通して学び、有意義な1日となりました。



子どもたちに印刷のしくみを説明

健康管理の取り組み

本保健センターが中心となり、産業医や各拠点の衛生管理者と協力しながら、Nisshaグループ社員の心身の健康保持・増進活動を行っています。2008年度にはメンタルヘルスwebカウンセリングを導入しました。また、外部専門カウンセラーによるメンタルヘルス研修会もあわせて実施することで、身体の健康管理だけでなく心の健康管理も促進しています。

度数率^{*}

度数率の把握は、2007年度までは本社のみでしたが、2008年度からは、国内グループに広げました。今後もさらにグループ全体の安全衛生の向上を推進します。

本 社	東京支社	大阪支社	NII亀岡	NII京都	NII甲賀	NPI加賀
0.0	0.0	0.0	1.4	1.8	2.2	2.3
NPI京都	NME淀	NME亀岡	NME久美浜	東日写	NBS	平均
0.0	0.0	0.0	0.0	13.6	0.0	1.3

^{*}度数率: 100万延実労働時間当たりの労働災害による死傷者数で、災害発生の頻度を表わす。

NISSHAは第三次中期経営計画で経営基本方針を見直しました。経営上の最重要項目の一つとして環境経営を位置づけ、「地球環境に配慮した製品づくりと活動を実践する」と定義いたしました。この経営基本方針を具体化した戦略と実行アイテムに取り組むことで環境経営を推進し、企業の社会的責任を果たしていきます。

環境目的と環境管理体制

NISSHAは2009年度から2011年度の3年間の全社目標として、あらたな環境目的を制定いたしました。特に地球温暖化防止については「CO₂排出率(排出量/売上高)を5%低減する」(基準:2008年度上期)とし、売上が5%増加してもCO₂総排出量は増えない、とさだめました。

この全社環境目的を達成するために、各部門は環境目標を制定して取り組んでいます。国内外でISO14001認証を基盤とした環境マネジメントシステムを構築し、各部門は活動計画のなかで環境目標達成に努めています。年2回の内部環境監査とマネジメントレビューを実施し、PDCAをまわすことで継続的改善を図っています。一方、各拠点の環境保全委員の参加を柱とした「環境保全委員会」を毎月1回開催することで、環境負荷とパフォーマンス、お客さま要求事項や環境関連法規制の変化、そしておもに生産拠点の近隣で発生した苦情などについて監視し、予防に努めています。

改正省エネ法への対応と自主行動計画参加

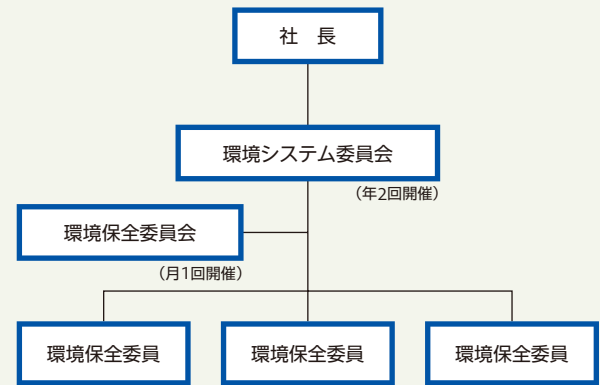
2009年4月施行の改正省エネ法に対応するため、従来は報告・届出の対象外だった事業所や営業所についても、エネルギー使用状況を測定し報告する体制を構築しています。エネルギー管理統括者、エネルギー管理企画推進員、エネルギー管理者、エネルギー管理員そしてエネルギー連絡員を各拠点におくことで、グループ全体の状況把握に努めています。

また、NISSHAは日本印刷産業連合会が経済産業省に対して提出した「地球温暖化対策・循環型社会形成の自主行動計画」に参加いたしました。自主行動計画に参加することで、ますます高まる企業の環境取り組みに対する社会的責任を果たしていきます。環境目的に対する達成状況と各部門の活動内容が、改正省エネ法への対応と自主行動計画に対する具体的な取り組みとして、軸の通った環境取り組みを継続していきます。

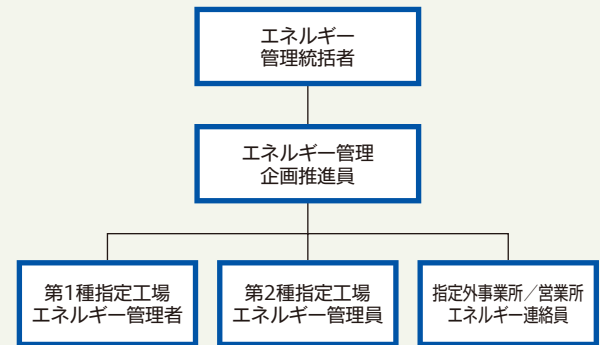
●環境方針

Nisshaグループは国内で行う生産・開発・販売・管理の活動及び製品・サービスにおいて、地球環境保護が経営活動の最重要課題と認識し、環境に配慮した取り組みを行い地球環境保全に努める。

- 1.環境マネジメントシステムを構築し、継続的改善を図ることにより積極的に環境保全を推進する。
- 2.環境側面に関して適用可能な法的要求事項及び協定・お客さまとの取り決め事項などを順守し、さらに技術的・経済的に可能な範囲で自主管理基準を設けて環境保全に取り組む。
- 3.環境マネジメント重点項目として下記項目に取り組むことにより汚染の予防に努める。
 - (1)廃棄物の再生・再資源化を図り、廃棄物のゼロエミッションを推進する。
 - (2)特定化学物質(PRTR対象物質など)の適正管理及び使用率低減を図る。
 - (3)電気・ガスエネルギーの使用率低減により二酸化炭素排出量の削減に努める。
 - (4)環境負荷の少ない製造方法を考案し実施する。
 - (5)環境に配慮した製品の開発を行う。
 - (6)お客さまに環境負荷の少ない製品を提案する。
- 4.環境目的及び環境目標の設定・実施・見直しにより継続的改善と汚染の予防に努める。
- 5.Nisshaグループのために働くすべての人に環境方針を周知し、環境保全に対する意識高揚に努める。
- 6.この環境方針は一般の人が入手できるように公開する。



Nissha環境管理体制



省エネ法への対応

2008年度は2007年4月に制定されたNissha「環境目的」取り組みの最終年度となりました。ここではその成果と、2009年度から始まる次期Nissha「環境目的」について報告いたします。

テーマ	2007年度～2008年度目標	2008年度実績	評価	Nissha「環境目的」 2009年度～2011年度目標
廃棄物の削減 再生・再資源化	・ゼロエミッション(再生・再資源化率99.5%) ・廃棄物(有価物含む)/売上高の比率を5ポイント以上低減(基準年度:2006年度)	・再生・再資源化率99.4% ・廃棄物(有価物含む)/生産高 15.6ポイント低減	△	・ゼロエミッション(再生・再資源化率99.8%以上) ・廃棄物(有価物含む)/売上高の比率を5%以上低減(基準年度:2008年4月～9月平均)
	生産部門は不適合品率の低減により廃棄物の発生抑制(Reduce)(数値目標は各生産部門で設定)	年々厳しくなる製品外観基準や製造での高難易度製品への移行など作業内容の変化を要因として、目標を達成できなかった部門があった	△	生産部門は不適合品率の低減により廃棄物の発生抑制(Reduce)(数値目標は各生産部門で設定)
地球温暖化防止	(1)電気・ガスエネルギーおよび水の使用率(使用量/売上高または生産高)6ポイント低減 (2)二酸化炭素(CO ₂)発生比率(使用量/売上高または生産高)6ポイント低減 (3)二酸化炭素(CO ₂)発生量を2ポイント低減	・本社・電気使用率:2008年度平均12.8 6.4ポイント低減(2006年度平均19.2) ・本社・ガス使用率:2008年度平均13.1 6.7ポイント低減(2006年度平均19.8) ・本社・CO ₂ 発生比率:2008年度平均9.9 5.0ポイント低減(2006年度平均14.9)	○	・チャレンジ目標 CO ₂ 排出率(排出量/売上高)を5%低減する(売上高が5%増加しても、総排出量は増えない) ※オフィスは面積当たり(m ²)で設定
汚染予防	有機溶剤の使用率を5%以上低減(トルエン・キシレン・メタノール・MEK・酢酸エチルなど)(基準年度:2006年度)	・本社 PRTR届け出対象4物質 ・NII亀岡、甲賀とも上期は目標値を上回る項目があったが、下期は未達成となった。NII京都は年間を通して達成できなかった。	×	有機溶剤の使用率低減(基準:2008年4月～9月平均値)
製造・開発による環境負荷の低減	環境負荷の少ない製造方法・原材料・副資材・梱包・流通の採用	・NII京都の色見本ファイルDB管理で準備効率改善 ・東日本写真印刷の洗浄液再生装置導入 ・NME久美浜の納品時の通箱化、梱包資材のリユース	○	環境負荷の少ない製造方法・原材料・副資材・梱包・流通の採用
	環境に配慮した製品の開発	環境配慮設計による製品開発	○	環境に配慮した製品の開発
	お客さまに環境負荷の少ない製法・製品の提案	・お客さまに環境負荷の少ない工法のプレゼンテーション実施 ・「Nissha環境管理物質管理基準」改訂	○	お客さまに環境負荷の少ない製法・製品の提案
上記以外	業務のなかで環境保全活動推進	・月1回のNissha一斉ライト・ダウン実施 ・「MOTTAINAI」バッグ配布でレジ袋使用制限 ・小学校環境学習	○	業務のなかで環境保全活動推進

※使用率や発生比率の算出には、生産高を使用しています。

環境取り組み実績と成果

地球温暖化防止では本社の電気使用率(電気使用量/生産高)は6.4ポイント、ガス使用率(ガス使用量/生産高)は6.7ポイント、上水使用率(上水使用量/生産高)は約28ポイント、そしてCO₂発生比率は5.0ポイントの削減となりました。2006年度基準で2008年度達成を目指した環境目的の全ての目標を達成いたしました。

2008年度の廃棄物再生・再資源化率はNissha国内平均で99.4%となりました。NII亀岡とNME久美浜の再生・再資源化率の修正が原因です。

汚染予防では、有機溶剤の使用率については、好調な生産高の推移を背景として、上期で目標を達成した項目もあり、下期から目標値の見直しを実施したところもありました。しかし、秋以後は不安定な工場の稼働状況に大きく影響され、目標を達成することはできませんでした。

製品含有化学物質の管理基準をさだめた「Nissha環境管理物質管理基準」は各事業本部の品質保証部が中心となり、常に見直ししています。国や地域の法令・規制やお客さま要求事項の変化に対応するため適時改

訂作業に取り組んでいます。

毎月開催される環境保全委員会では、生産拠点の地域住民のみなさまの苦情にも耳を傾けています。2008年度の本社での苦情件数は7件でした。臭気苦情については輸転機の触媒交換などで改善、騒音苦情についても原因と特定された廃棄物投入用コンテナの移動などで対処いたしました。地域のみなさまの苦情には今後も真摯に対応し、事態の改善にあたります。

次期Nissha「環境目的」制定

NISSHAは次期Nissha「環境目的」(2009年度～2011年度)を制定いたしました。地球温暖化防止では、チャレンジ目標として「CO₂排出率(排出量/売上高)を5%低減する」とし、売上高が5%増加してもCO₂総排出量は増えない、とさだめました。

廃棄物ゼロエミッション推進としては「再生・再資源化率99.8%以上を目指す」とし、あらためて目標設定いたしました。2011年3月のNissha国内ゼロエミッション達成を目指しグループ一丸となり取り組んでいきます。

さまざまな原材料を調達し、資源・エネルギーを使用することで、お客さまに製品を提供する一事業活動はさまざまな局面で環境負荷を生みだします。環境影響を示す2008年度のフローを昨年に引き続き掲載します。今回はNissha国内を集計範囲としています。今後は、海外拠点も含めたNissha全体に集計範囲を広げていきます。

Nissha国内の環境負荷

Nissha国内の事業活動では製造・加工工程で、印刷用紙・PETフィルムなどの使用をはじめ、エネルギー使用や水の使用、そして廃棄物処理により、さまざまな環境負荷が発生しています。2008年度の物質投入量(インプット)と物質排出量(アウトプット)を表にまとめました。2007年度までは、対象範囲を本社のみで集計していましたが、2008年度からはNissha国内に範囲をひろげました。今後は、海外拠点も含めた、事業全体での把握をすすめていきます。

本社工場

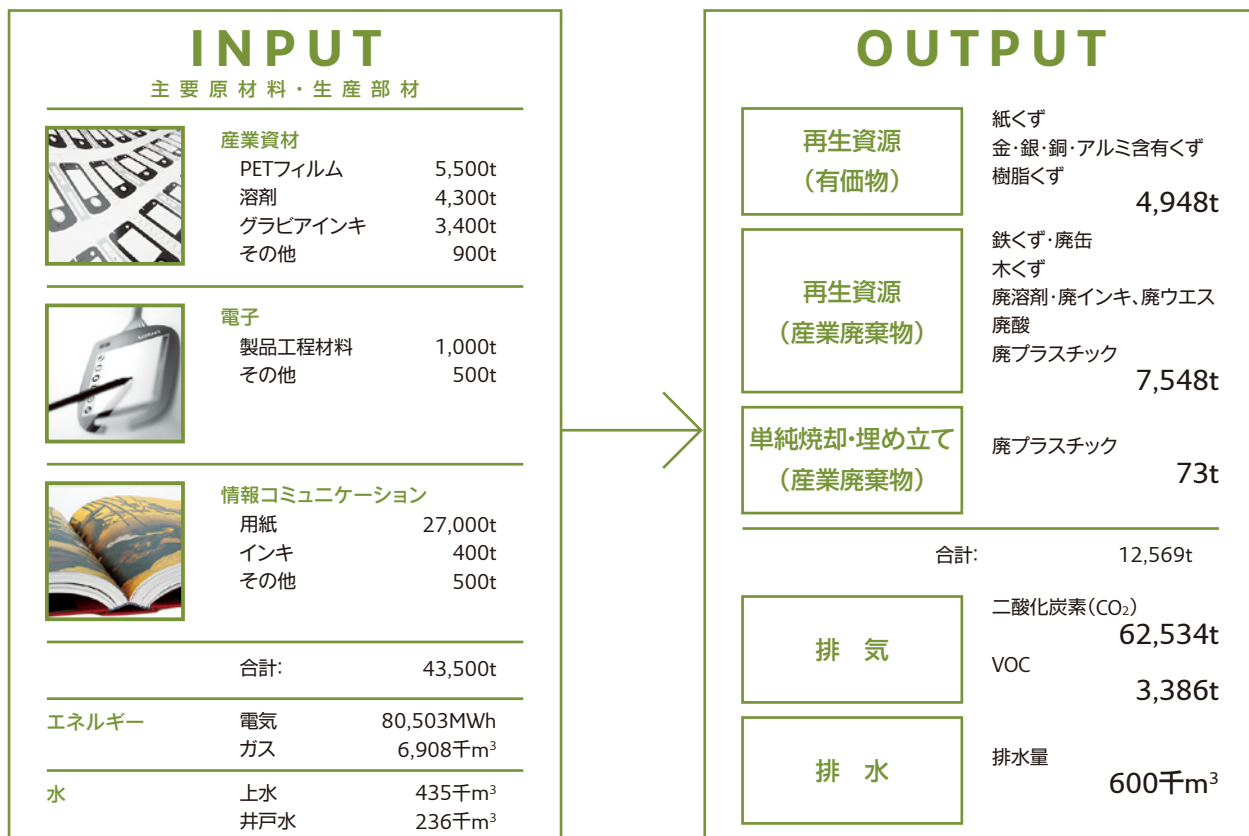
本社工場の2008年度の物質投入量は、約14,700tとなり、2007年度の約18,400tに比べて約20%の減少となりました。産業資材、電子そして情報コミュニケーションの全ての事業分野で投入量が減少しています。物質排出量は5,014tで2007年度と比べて300tの減少となりました。再生資源(有価物)および再生資源(産業廃棄物)

物)として5,007t、単純焼却・埋め立て廃棄物として7t、そして再生・再資源化率は99.9%を維持しています。CO₂排出量は19,233tで、2007年度の20,324tに対して1,091tの減少、VOC排出量は964tで137tの減少、排水量は253千m³で7千m³の増加となりました。

Nissha国内

物質投入量を事業別にみると、情報コミュニケーション事業が約64%と最も多く、その大半を印刷用紙が占めています。次いで産業資材事業が約32%を占め、PETフィルムや溶剤・インキなどが使用されています。電子事業は約3%という割合でした。おもに、製品の工程材料が大きな割合を占めました。

物質排出量は、再生資源(有価物)および再生資源(産業廃棄物)として12,496t、単純焼却・埋め立て廃棄物として73tで再生・再資源化率は99.4%となりました。CO₂排出量は約62.5千t、VOCは3,386tそして、排水量は約600千m³でした。



集計範囲:Nissha 国内生産拠点

2008年度のCO₂排出量は国内、海外とも大幅に増加しましたが、新規生産拠点での排出量が増加要因であり、既存の拠点からの排出量は減少もしくは横ばいで推移しています。CO₂排出量の増加を上回る割合で生産高が増加したことから、実質的には大きな成果を得ることができたと考えています。

NISSHAのCO₂排出量状況

NISSHAの2008年度CO₂排出量は国内で62,534t-CO₂となり、2007年度の50,965t-CO₂に対して、約23%（約11,600t-CO₂）の大幅な増加となりました。CO₂排出量が増加したおもな拠点と増加量は、甲賀工場（ナイテック工業）（約9,500t-CO₂）、加賀工場（ナイテック・プレジジョン）（6,900t-CO₂）の2拠点です。いずれも新規工場の稼働によるもので、甲賀工場（ナイテック工業）は第2工場、加賀工場（ナイテック・プレジジョン）は第3工場の稼働がおもな増加要因となりました。しかし、この2拠点以外のCO₂排出量は約12%（約4,800t-CO₂）の減少となりました。

拠点別にみると、亀岡工場（ナイテック工業）は生産高約24%と大幅な増加に対してCO₂排出量は横ばいに、そして本社については生産高約4%増加に対してCO₂排出量は約5%の減少となりました。Nissha国内全体では生産高約58%の増加に対して、CO₂排出量は約30%の増加にとどまりました。

NISSHAは海外生産拠点でも、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。2008年度は約68%増の8,076t-CO₂となりました。2007年12月にNissha USAの子会社となったEimo TechnologiesのCO₂排出量があらたに加算されたことが大きな増加要因となっています。アジアを拠点とする生産拠点のCO₂排出量はほぼ横ばいで推移しました。当初の計画通り、2008年度は排出量の把握に努め、2009年度からは「原単位」での削減目標値を設定し、積極的に取り組んでいます。

CO₂削減取り組みについて

工場での老朽化した照明器具の更新や古いガス空調機の電気空調化などに加え、工程内のミス・ロス低減による設備動力の削減に取り組みました。そして、設備動力、空調、照明器具、コンセントといった使用区分ごとにエネルギー使用量を把握することで削減の目標値設定が可能となる「見える化」についても取り組みました。

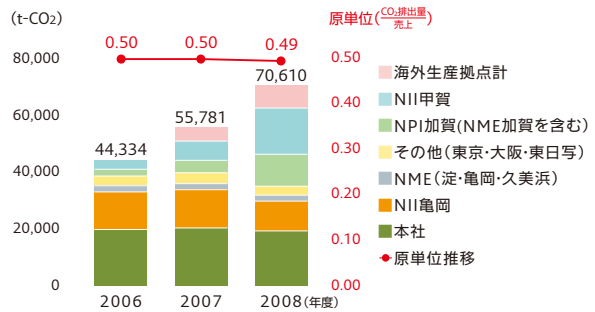
また、印刷業界の自主行動計画である「地球温暖化対策・循環型社会形成の自主行動計画」に参加いたしました。自主行動計画への参加で、地球温暖化対策を推進する環境に配慮した企業として行動いたします。

2008年秋に始まったグローバル経済危機に、当社も大

きな影響を受けました。工場稼働状況に不安定さがみられるようになり、主力工場のほとんどで原単位が悪化しました。一方で、CO₂排出量は対前年を下回るケースもありました。

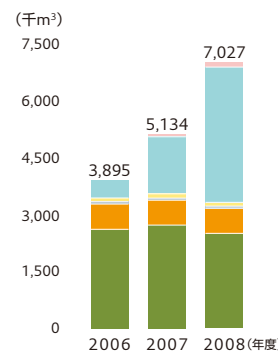
NISSHAは2009年4月施行の改正省エネ法で要求されているエネルギー使用量の把握体制を強化する一方で、2011年3月完了のNissha「環境目的」の地球温暖化防止目標の達成を目指します。

CO₂排出量と原単位の推移

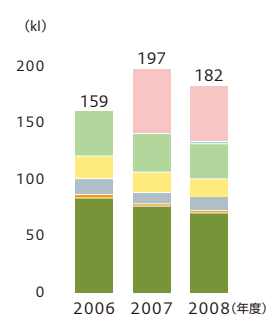


※「温室効果ガス排出量算定・報告マニュアル」を用いて算出。
 ※小数点以下を四捨五入しているため合計値が一致しない場合があります。
 ※2007年度から海外生産拠点の値を記載。
 ※原単位の算出に利用したCO₂排出量はNissha国内拠点合計値です。

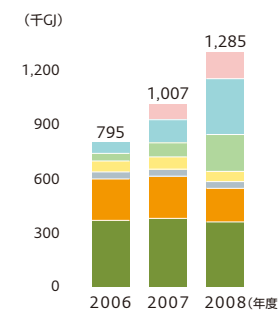
ガス消費量の推移



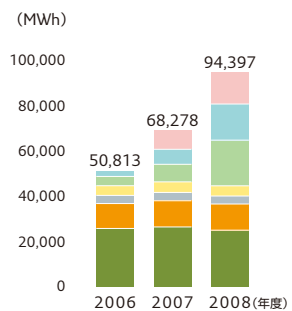
ガソリン・軽油・重油消費量の推移



エネルギー消費量の推移



電気消費量の推移



2008年度のNissha国内の廃棄物管理は有価物・廃棄物の全排出量は12,569tで2007年度に比べて約15%増加、焼却・埋め立て廃棄物は73tで約20%の増加となりました。再生・再資源化率は99.4%でした。本社の再生・再資源化率は99.9%で高レベルでのゼロエミッション(再生・再資源化率99.5%以上)を維持しています。

Nissha国内の再生・再資源化率が99.4%にダウン

2008年度のNissha国内の廃棄物再生・再資源化率が99.4%にダウンしました。亀岡工場(ナイテック工業)、久美浜工場(ナイテック・モールドエンジニアリング)の再生・再資源化率を修正したことが原因です。ゼロエミッション達成を目指しグループ一丸となり再び挑戦を始めています。

一方、営業拠点である大阪支社が2008年3月に再生・再資源化率99.9%となり、ゼロエミッションを達成いたしました。長年にわたり、テナントビル固有の問題により未達成が続いていましたが、焼却・埋め立て処理されていた廃棄物のリサイクル化を実現したことで改善・達成できました。大阪支社の再生・再資源化率は2009年4月以後も順調に高レベルを推移しています。

国内事業場「廃棄物管理基準」策定

NISSHAは、国内全ての事業場の廃棄物を同じレベルで管理するため、2008年8月に廃棄物処理法その他の法令をベースにした「Nissha国内事業場における廃棄物管理基準」を策定しました。

2008年9月から環境管理部が主体となり、「廃棄物管理基準」に沿って、都市部のビルテナントである支社も含めた全ての拠点の廃棄物管理状況を点検しました。点検の結果、法令に反する事象は見られませんでした。廃棄物リスクの管理レベルをより高めるために、拠点ごとに安全・防災・情報管理面も含めた廃棄物管理の指導を行ないました。今後も「廃棄物管理基準」に沿ってグループの廃棄物管理を強化していきます。

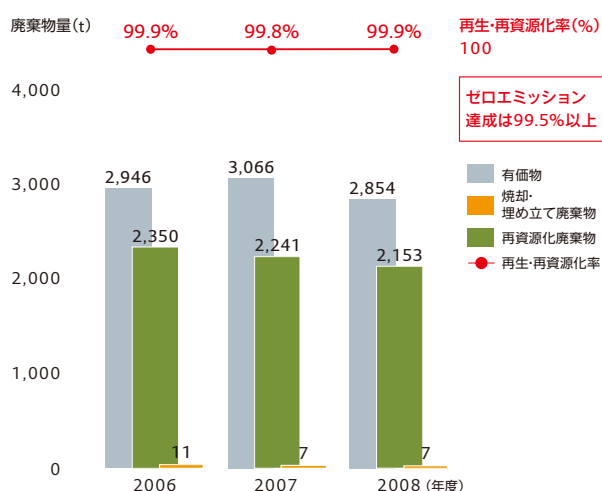
海外生産拠点での取り組み

NISSHAは海外生産拠点でも各々の国・地域の状況に配慮しながら、廃棄物の分別と削減に取り組んでいます。Southern Nissha(マレーシア)では2009年2~3月に再生・再資源化率が90%を超え、日写昆山(中国)でも2008年度後半は88%前後で推移しました。一人ひとりの環境意識が向上してきたことととらえています。2009

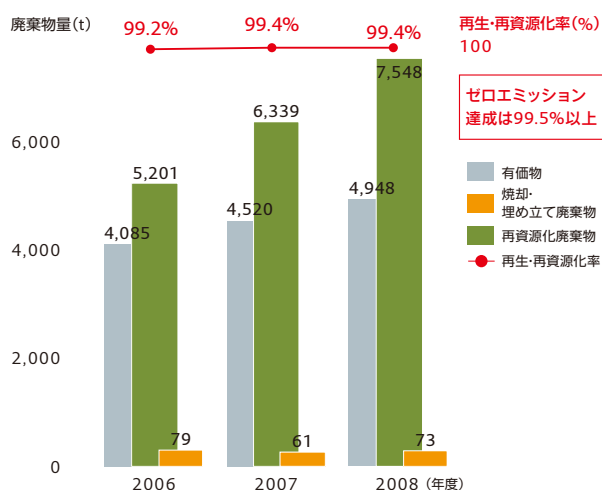
年度は、Southern Nissha、広州日写、日写昆山、コリア精密の4拠点で、再生・再資源化率の目標値を設定して取り組んでいます。

廃棄物排出、再生・再資源化の推移

[本社]



[Nissha国内]



※ナイテックモールドエンジニアリング、ナイテック工業甲賀は2006年度から、大阪支社・東京支社は2007年度からのデータとなります。

2008年度廃棄物状況

有価物	金属含有廃棄物	含有金属回収・精錬	398,485kg	3.17%
	金属・鉄くず	金属再生	257,698kg	2.05%
	樹脂(プラスチック)くず	樹脂チップ再生	945,907kg	7.53%
	紙くず(再生可能故紙)	紙材料(再生紙)	3,345,491kg	26.62%
	小計(V)		4,947,581kg	39.36%
再生・再資源化(廃棄物)	鉄くず	鉄再生(※費用が発生する場合)	360,625kg	2.87%
	廃プラスチック類	擬木化、RPF(燃料化)、焼却熱利用	4,523,887kg	35.99%
	紙くず	RPF(燃料化)、焼却・熱利用	122,750kg	0.98%
	木くず(廃パレット)	木材チップ化 他	51,513kg	0.41%
	樹木(剪定)くず	肥料化 他	34,316kg	0.27%
	ガラス・陶磁器くず	カレット化、土木建築材料 他	16,576kg	0.13%
	廃油・廃溶剤	再生シンナー、助燃剤・焼却熱利用	1,883,435kg	14.99%
	廃ウエス(溶剤含有)	助燃剤・焼却熱利用	168,460kg	1.34%
	廃酸	中和剤、焼却炉冷却水(噴霧焼却)	140,536kg	1.12%
	廃アルカリ	中和剤、焼却炉冷却水(噴霧焼却)	140,096kg	1.11%
	汚泥(スラッジ)	含有金属回収・精錬、土木建築材料	95,483kg	0.76%
	※一般廃棄物	※焼却熱利用のある場合	10,352kg	0.08%
	小計(R)		7,548,029kg	60.05%
単純焼却・埋立て	一般廃棄物		12,747kg	0.10%
	汚泥		50,200kg	0.40%
	その他		10,071kg	0.08%
	小計(D)		73,018kg	0.58%
合計(V+R+D)			12,568,628kg	100.00%
再生・再資源化率(V+R)/(V+R+D)			99.4%	

集計範囲:Nissha国内生産拠点

亀岡工場(ナイテック工業)および久美浜工場(ナイテック・モールドエンジニアリング)の廃棄物再生・再資源化率修正について

Nisshaグループの一員である、亀岡工場(ナイテック工業)および久美浜工場(ナイテック・モールドエンジニアリング)の廃棄物再生・再資源化率を修正いたしました。

亀岡工場から排出されている汚泥については、最終的には土木資材としてリサイクルされていると認識し再資源化物としてカウントしていましたが、再調査の結果、埋め立て処分されていることが判明しました。

また久美浜工場についても、少量ではありますが

一部の廃棄物に、類似の事象が確認されました。いずれのケースも、最終処分地での直接確認や現地視察により明確になったもので、法的な問題にはあたりません。契約書やマニフェストによる最終処分確認の際の判断ミスが原因です。

これを機に国内全ての事業場の、委託契約先を含めた廃棄物管理状況を点検し、担当者の教育を実施いたしました。

以上により、過去に公表した廃棄物再生・再資源化率について右記のとおり修正いたします。

再生・再資源化率

Nissha国内

2006年度 99.4% ⇒ 99.2%

2007年度 99.8% ⇒ 99.4%

2008年9月現在

ナイテック工業(亀岡工場)

99.9% ⇒ 97.3%

ナイテック・モールドエンジニアリング

99.6% ⇒ 99.0%

汚染予防対策として、法規制値より厳しい自主基準値を設定し、各部門できめ細かな取り組みを実施しています。一方、PRTR法対象物質については、排出量・移動量の測定など、管理の精度を高めるとともに、削減と代替化に取り組んでいます。

汚染の予防

汚染予防のための監視・測定業務としては、厳しい自主基準値のもと定期的に行っている大気汚染物質、排水水質、騒音、振動、臭気に加え、VOCの自主測定を実施しています。

排水水質測定結果一覧表

NII甲賀工場

測定項目	法基制値	自主基準値	単位	最小値		最大値	
				工場最終槽			
採水口							
排水温度	<45.00	<40.00	°C	18.40	○	29.80	○
水素イオン濃度(PH)	5.0<>9.0	5.2<>8.5	—	7.00	○	8.90	△
浮遊物質(SS)	<600.00	<500.00	mg/l	5未満	○	430.00	○
化学的酸素要求量(COD)	—	30	mg/l	3.90	○	29.00	○
生物化学的酸素要求量(BOD)	<600.00	<35.00	mg/l	1.60	○	34.00	○
沃素消費量	<220.00	<16.00	mg/l	10未満	○	15.00	○
窒素	<60.00	<18.00	mg/l	1.70	○	17.00	○
全リン	<10.00	<2.00	mg/l	0.07	○	1.20	○

NPI加賀工場

測定項目	法基制値	自主基準値	単位	最小値		最大値	
				第2・3・5排水口			
採水口							
水素イオン濃度(PH)	5.8<>8.6	6.7<>8.0	—	6.90	○	7.90	○
浮遊物質(SS)	<120.00	<60.00	mg/l	1.00	○	42.00	○
生物化学的酸素要求量(BOD)	<80.00	<40.00	mg/l	0.50	○	15.00	○
ノルマルヘキサン	<30.00	<15.00	mg/l	0.50	○	0.50	○
Fe	<10.00	<5.00	mg/l	0.14	○	0.78	○
Cu	<3.00	<1.50	mg/l	0.17	○	0.50	○

本 社

測定項目	法基制値	自主基準値	単位	最小値		最大値	
				排水口No.1~6			
採水口							
水素イオン濃度(PH)	5.0<>9.0	6.5<>7.9	—	6.70	○	7.80	○
生物化学的酸素要求量(BOD)	<600.00	<200.00	mg/l	1.00	○	160.00	○
Cu	<3.00	<0.87	mg/l	0.01	○	0.38	○
全Cr	<2.00	<0.15	mg/l	0.02	○	0.08	○
Cr+6	<0.40	<0.02	mg/l	0.02	○	0.02	○
Fe	<10.00	<1.60	mg/l	0.01	○	1.20	○
B	<10.00	<0.32	mg/l	0.007	○	0.40	△
Pb	<0.10	<0.02	mg/l	0.00	○	0.00	○
全P	<32.00	<7.20	mg/l	0.05	○	6.90	○
全N	<240.00	<80.00	mg/l	0.50	○	59.00	○

大気汚染防止法・ボイラー・冷温水発生機排ガス測定結果一覧表

本 社

化学物質名	単位規制値	規制値	2006年度		2007年度		2008年度	
			8月	2月	8月	2月	8月	2月
ばいじん	g/m³N	0.10	—	0.003	—	0.003	—	0.003
NOx	ppm	150	68	76	43	50	40	54

注) 複数のボイラーの測定値の最大値を記載。

大気汚染防止法・悪臭防止法関連測定結果一覧表

本社敷地境界

化学物質名	単位規制値	規制値 ^{注1}	2006年度		2007年度		2008年度	
			6月	12月	6月	12月	6月	12月
メタノール	cm ³ /m ³	7	0.4以下	0.4以下	0.4以下	0.4以下	0.4以下	0.4以下
メチルエチルケトン	cm ³ /m ³	3	0.2	0.2	0.2以下	0.2以下	0.2以下	0.2以下
キシレン	cm ³ /m ³	3	0.5以下	0.5以下	0.5以下	0.5以下	0.5以下	0.5以下
トルエン	cm ³ /m ³	2	0.2以下	0.2以下	0.2以下	0.2以下	0.2以下	0.2以下
塩化水素	cm ³ /m ³	0.2	0.05以下	0.05以下	0.05以下	0.05以下	0.05以下	0.05以下
酢酸エチル	cm ³ /m ³	3 ^{注2}	0.1以下	0.1以下	0.1以下	0.1以下	0.1以下	0.1以下
硫酸	mg/m ³	0.03	0.01以下	0.023	0.01以下	0.01以下	0.01	0.01
クロムおよびその化合物	mg/m ³	0.002	0.001以下	0.001以下	0.001以下	0.001以下	0.001以下	0.001以下

※複数の敷地境界測定値の最大値を記載。

※〇、〇〇〇以下と記載した値は、分析機器の下限値以下を示しています。

注1) 大気汚染防止法に関する京都府環境を守り育てる条例施行規則・有害物質に係る規制基準。

注2) 悪臭防止法に基づく地域の指定および基準の設定(京都市告示)

化学物質の管理

2008年度のPRTR法届出対象物質は、本社ではトルエン、クロムおよび三価クロム化合物、六価クロム化合物、銅水溶性塩の4物質でした。

三亀岡工場はトルエンの他に酢酸ビニルが届出対象になりました。

三甲賀工場は、工場の増設・拡張により、キシレン、トルエンともに増加しました。

PRTR法対象物質

単位:kg

PRTR 番号	化学物質名	2007年度			2008年度		
		大気への排出量	産廃業者への移動量	届け出の対象	大気への排出量	産廃業者への移動量	届け出の対象
日本写真印刷	68 クロムおよび三価クロム化合物	0	250	○	0	260	○
	69 六価クロム化合物	0	170	○	0	20	○
	207 銅水溶性塩(錯塩を除く)	0	4,900	○	0	2,700	○
	227 トルエン	180,000	110,000	○	180,000	120,000	○
ニッサインターシステムズ	227 トルエン	46,000	27,000	○	46,000	28,000	○
亀岡工場(ナイテック工業)	102 酢酸ビニル	200	420	—	260	360	○
	227 トルエン	210,000	120,000	○	210,000	110,000	○
甲賀工場(ナイテック工業)	63 キシレン	4,500	850	○	10,000	2,300	○
	227 トルエン	74,000	29,000	○	210,000	72,000	○

※亀岡印刷工場の届け出対象物質は含まれていません。

注) 個々の値は、頭2桁に四捨五入しています。

「環境優良工場」で本社工場が「(社)日本印刷産業連合会 会長賞」を受賞

第7回「印刷産業環境優良工場」(日本印刷産業連合会主催)で、本社工場(本社敷地内の全ての工場)が「(社)日本印刷産業連合会 会長賞」を受賞しました。

2008年5月に応募し、7月からの書類審査および現地調査を経て、8月に受賞が決まりました。

9月には、記念式典・表彰式がとりおこなわれ、当社からも代表者が出席しました。本社の日頃の環境取り組みに外部から高い評価をいただいたことを、率直に喜ばしいことと受けとめ、新たな動機づけとして、さらにレベルの高い環境取り組みをすすめていく契機となりました。



NISSHAは、お客さまに高品質の製品を提供することが、メーカーとして果たすべき最も重要な責任であると考えています。製品の性能や仕上がりの美しさだけでなく、総合的な品質の継続的改善をはかるために、今後も「品質」「環境」そして「情報セキュリティ」のISO認証取得を維持していきます。

ISO規格	対象商品	対象エリア											取得年月 (初回登録)		
		京都 本社	東京 支社	大阪 支社	東日本 写真印刷	NII (亀岡)	NII (甲賀)	NPI (加賀)	NME (亀岡)	NME (久美浜)	Southern Nissha Sdn.Bhd.	広州日写 精密塑料 有限公司		日写昆山 精密模具 有限公司	
ISO9001	タッチスクリーン 関連商品 (TS製品)	○	○												1998.7
								○							2002.4
	成形同時転写箔 (IMD転写箔)	○	○												2000.3
						○									2001.8
							○								2007.2
	成形同時転写 成形品 (IMD転写成形品)	○	○												2000.3
									○						2002.4
												○			2004.2
	IMLフィルム IML成形品	○	○				○			○		○			2004.9
		○	○				○			○					2005.3
										○	○				2005.11
														○	2007.3
										○					2008.3
													○	2009.2	
○		○	○											2000.9	
				○											2002.4
ISO14001		○													2001.6
									○						2003.7
							○			○					2003.12
		○	○	○										2004.12	
										○				2006.6	
											○			2006.3	
												○		2006.8	
								○					○	2007.2	
ISO27001 海外関係会社 は取得計画中	○ ※1	○ ※1	○ ※1											2005.9	
	○ ※2	○ ※2	○ ※2	○										2006.8	
	○ ※3	○ ※3				○	○	○	○	○				2007.10	
認証機関	ビューロー・ベリタスジャパン(株)										BVQI				

注) ○は認証取得を表す。

※1 情報コミュニケーション営業、NCP ※2 情報コミュニケーション製造部門、戦略部門、管理部門 ※3 産電部門

日本写真印刷のCSR報告書を読んで



神戸大学大学院経営学研究科教授
國部克彦氏

1. CSRへの明確な意志

日本写真印刷は、2009年に第三次中期経営計画を策定されて「真のグローバル企業になる」という目標を掲げられ、そのなかでCSR活動を位置づけられています。また、鈴木社長の言葉のなかにも、経済危機を飛躍のチャンスと位置づけ、本物のCSRを進めていく決意が述べられています。また、「守りのCSRと攻めのCSR」という考え方を示され、「守り」を基礎として、「攻め」の領域を充実させる方向性が示されています。

2. CSR経営のためのマネジメントシステムの構築を

日本写真印刷はCSRの意志を明確に示されているので、次の段階として、CSR経営のためのマネジメントシステムを構築することが必要です。現在、同社はバランススコアカードを活用して経営戦略を展開しているので、そのなかにCSRの要素を体系的に組み込んで、「サステナビリティ・バランススコアカード」への発展を目指すこともひとつの方向です。そのためには、CSR活動の目標を掲げて、その進捗状況をPDCAで管理することが重要になります。

3. マテリアリティの視点を取り入れる

CSR活動は社会に対する責任ですから、社会の構成員であるステイクホルダーの意志がどの辺りにあるのかを常に検討することが重要です。そのためには、ステイクホルダー・ダイアログを行ったり、アンケート調査をしたりして、多様な意見を吸い上げる必要があります。そして集められた多様な意見をマテリアリティ(重要性)の視点から分析することが、企業戦略としてのCSRの方向性を考える場合に有効となります。CSR報告書は、そのための重要な手段ですので、この方面への展開を期待します。

4. 環境への真摯な取り組み

環境保全活動は熱心に活動されており、報告書での説明も大変丁寧で、誠実な印象を受けます。事業拡大中につき国内外で工場の新設などによる増加があり、環境負荷は総量で増加傾向にありますが、環境目標で「売上5%増加してもCO₂総排出量は増えない」とさだめられ、CO₂削減への意思の強さを感じます。CO₂を原単位管理だけでなく、総量管理も行われることは、これからの企業として大変重要なことであり、高く評価されます。海外での売上が過半数をしめ、海外生産拠点についても国内同様に対策を実施されていますが、国内・海外ともに事業の拡大にともなう環境負荷の増加が想定されるため、今後はさらに活動のレベルアップが望まれます。そのためには企業として目指すべき、環境効率や資源生産性の指標を構築されると有効ではないかと思われます。

Trend Meets Technology

日本写真印刷株式会社 2009 CSR報告書

お問い合わせ先

日本写真印刷株式会社
コーポレートコミュニケーション本部 CSR部
604 8551 京都市中京区壬生花井町3
T 075 823 5143 F 075 823 5344
<http://www.nissha.co.jp>



- ①ソイシール／石油系溶剤の代わりに、環境にやさしい大豆油をインキの溶剤として用いて印刷されたことを表します。
 - ②バタフライマーク／有害な排液の出ない水なしオフセット印刷方式で印刷されたことを表します。
 - ③この印刷物にはFSC認証紙を使用しています。
 - ④グリーン購入に取り組んでいます。
 - ⑤この印刷物の製作に使用された電力はグリーン電力でまかなわれています。
- ※このCSR報告書は、環境に配慮した仕様となっています。ご不要の際には、地方自治体の取り決めに従った回収・リサイクルをお願いいたします。

CSR報告書表紙について

新人芸術家の発掘と支援を目的に開催された「AMUSE ARTJAM 2008 in Kyoto」。NISSHAが協賛するこのアートイベントでNissha賞を受賞した中川貴雄さんの作品が今回のCSR報告書表紙になりました。あざやかな色が印象的な、ポップな作品です。

中川貴雄さん

1979年和歌山に生まれる。
2004年3月大阪デザイナー専門学校イラストレーション学科を卒業、2005年3月同校ビジュアルデザイン研究科修了。

【主な受賞歴】

- ・第10回リキテックスピエンナーレ学校部門 優秀学校賞
- ・ベーターズギャラリーコンペ2007 平川彰賞
- ・第3回ノート展 入選
- ・第164回ザ・チョイス 入選
- ・第9回ノート展 入選
- 他多数



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%