

OLYMPUS[®]

Your Vision, Our Future

CSR Report 2007

オリンパス社会環境報告書



編集方針

オリンパスグループは2000年から「環境レポート」を発行し、2005年からはガバナンスや社会性についての報告を充実させ、「社会環境報告書」として発行しています。本報告書はオリンパスグループの企業行動憲章(P4)に沿って構成しています。各章におけるポイントは以下のとおりです。

企業活動の方針(社会性報告)

お客さまやお取引先に関わる取り組みについてご報告しています。

人とのかかわり(社会性報告)

あらゆる差別なく、社員一人ひとりの個性、安全と健康に配慮した取り組みについてご報告しています。

環境との調和(環境性報告)

中期的な環境経営基本計画である、「06環境基本計画」に基づく環境取り組みをご報告しています。

社会との融合(社会性報告)

事業活動を通して地域社会と協調し、発展・向上に貢献した取り組みをご報告しています。

CSR情報について

弊社のホームページではオリンパスグループのCSR活動に関する情報を網羅的に掲載しています。本報告書では、ホームページの情報のうち、2006年度における新たな取り組みや、重要な事柄を選び、報告しています。

CSRホームページ=
<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/>

WEB記載マークについて ▶WEB

本報告書では、オリンパスグループの企業活動の全体像を分かりやすくお伝えするために、詳細な情報や事例などはWEBに掲載しています。

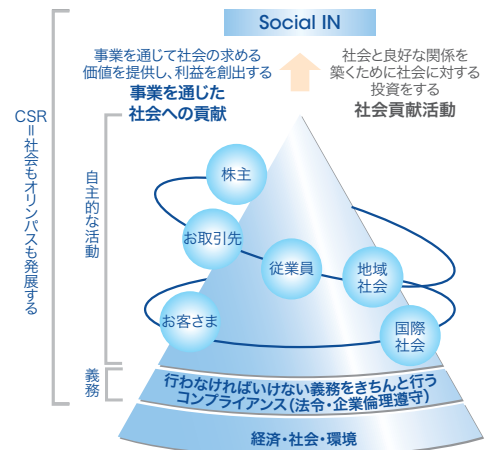
ホームページの見方については、P30をご参照ください。

※報告書の発行以降、ホームページをご覧になれない方は本報告書のお問い合わせ先(CSR推進部/環境推進部)にご連絡ください。

オリンパスグループとステークホルダー(利害関係者)とのかかわり

変化する事業環境や、オリンパスグループが共有化すべき社会の価値観のなかで、お客さま・株主・従業員・お取引先・地域社会、そして国際社会などさまざまなステークホルダー(企業活動を行ううえで関わる人や組織)に対して、「事業を通じた社会への貢献」と「社会貢献活動」によって責任を果たすことにより、オリンパスという企業の存続が許され、人々の健康と幸せな生活を実現することに貢献できます。オリンパスグループのCSRへの取り組みは、経営理念「Social IN」(P4)を実現するために企業活動を進化させ続けることだと考えています。

■オリンパスグループのCSR概念図



参考にしたガイドライン

- GRI (Global Reporting Initiative)
「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」
- 環境省「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」
※GRIガイドライン対照表、環境省ガイドライン対照表、グローバルコンパクト対照表は、ホームページ▶WEBに記載しています。
- 環境省「環境会計ガイドライン(2005年度版)」

レポートの対象範囲

対象期間:2006年4月1日~2007年3月31日
対象組織:原則としてITXグループを除くオリンパスグループ
※ITXグループについては独立した企業グループとして独自に運営されているため、特別な場合以外は報告の対象としません。

データの主要対象範囲

- オリンパスグループ概要
オリンパス(株)および連結対象子会社・関連会社
- 社会性報告
オリンパス(株)、オリンパスイメージング(株)、
オリンパスメディカルシステムズ(株)

●環境性報告

(国内)

オリンパス(株)、オリンパスイメージング(株)、オリンパスメディカルシステムズ(株)、青森オリンパス(株)、会津オリンパス(株)、オリンパスオプトテクノロジー(株)、三島オリンパス(株)、白河オリンパス(株)、(株)岡谷オリンパス、オリンパスロジテックス(株)

(海外)

Olympus(Shenzhen)Industrial Ltd.(中国)、Olympus(Guangzhou) Industrial Ltd.(中国)、Olympus Winter & Ibe GmbH(ドイツ)、Olympus Life and Material Science Europe [Irish Branch](アイルランド)、KeyMed(Medical & Industrial Equipment)Ltd.(イギリス)、Olympus America Inc.(アメリカ)、Olympus Medical Equipment Service America Inc. National Service Center(アメリカ)

※ステークホルダーの皆さまに、より積極的に情報を開示する観点から主要対象範囲が異なる場合は個々に記載しております。
※環境データについては、活動を報告するにあたり、データを精査し、修正した結果、過去の報告書・ホームページの実績数値が異なっている項目があります。

オリンパスグループ概要

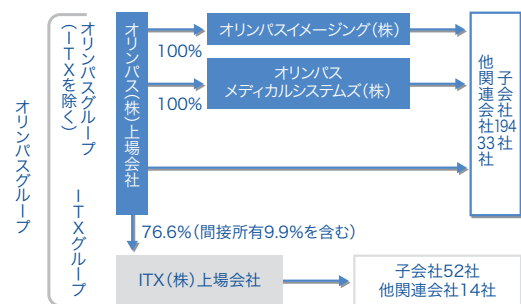
最新状況および詳細については、投資家情報をご参照ください。

▶▶WEB 投資家情報=
<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/ir/>

オリンパス株式会社

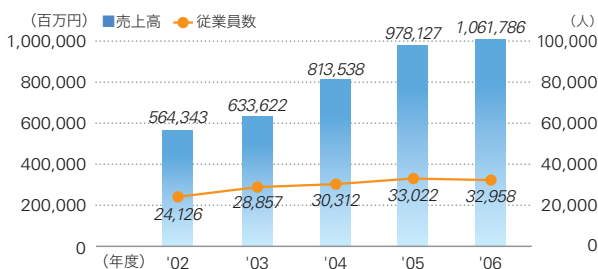
設立年月日 1919年(大正8年)10月12日
 本社所在地 〒163-0914 東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス
 事業内容 精密機械器具の製造販売
 資本金 48,332百万円
 連結従業員数 32,958人
 単体従業員数 2,946人
 連結売上高 1,061,786百万円
 連結総資産 1,091,800百万円(自己資本334,210百万円)

■グループ構成概略図

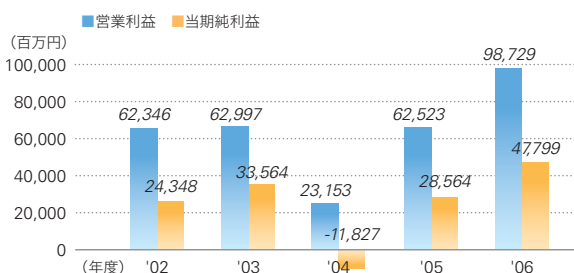


※パーセンテージは議決権所有割合

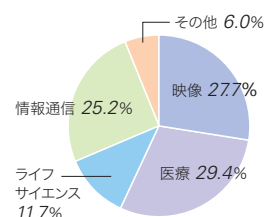
■連結売上高・従業員数推移



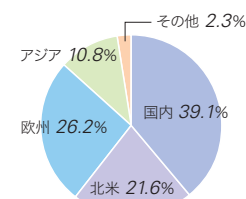
■連結営業利益・当期純利益推移



■2006年度分野別 連結売上高比率



■2006年度地域別 連結売上高比率



※上記連結数値には2004年度下半期よりITXグループが含まれています。

目次

■オリンパスグループのCSR

トップメッセージ	3
オリンパスグループの経営理念/企業行動憲章	4
2006年度オリンパスグループ 社会・環境活動の主な実績	5

■企業活動の方針

2006年度重点取り組み	7
特集1 “VOC経営”の推進	9

■人とのかかわり

2006年度重点取り組み	11
特集2 多くの人が安心・安全に働ける労働環境	13

■環境との調和

2006年度重点取り組み	15
特集3 事業活動を支えるエコファシリティ	17

■社会との融合

2006年度重点取り組み	19
特集4 大腸がん撲滅キャンペーン	21

■グループ各拠点の取り組み

国内拠点の取り組み	23
海外拠点の取り組み	25

■環境データ

オリンパスグループの事業活動と環境影響	27
環境会計	29
報告書・ホームページの見方/編集後記	30



医療分野
 医療用内視鏡、
 外科内視鏡、内視鏡処置具



映像分野
 デジタルカメラ、フィルムカメラ、録音機



その他事業
 工業用内視鏡、非破壊検査機器、
 情報機器ほか



ライフサイエンス
 臨床血液分析システム、生物顕微鏡、
 工業用顕微鏡

トップメッセージ



オリンパスは「Social IN」を経営理念とし、社会と融合し、社会と価値観を共有しながら、事業を通して社会に新しい価値を提案する「価値創造企業」をめざしています。

当社の創業は、「日本の医学の発展に寄与するため、国産の顕微鏡をつくりたい」という創業者の熱意に端を発しています。私は、「モノづくり」を通して価値を創造するという創業以来の社会のニーズに応えるDNAをもち、法令順守のみならず高い倫理観をもって行動することを「当たり前」のこととし、世界中の多くの人々の健康と幸せを実現するための「+α」のある、「当たり前+α」の経済・社会・環境活動をオリンパスグループの事業活動の中核として推進することが重要だと考えています。

企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility:CSR) を果たすためには、グループ企業が多様な利害関係者 (お客さま、株主、従業員、お取引先、地域・国際社会、地球環境などの多様なステークホルダー) からの声を聞き、Win-Winの関係を結ぶだけでなく、事業のなかで持続可能な社会の実現に貢献しなければなりません。その源泉は、従業員一人ひとりが日々の業務のなかで「当たり前+α」を意識して行動することだと考えます。

特に、創業以来、医療・ライフサイエンス分野に関わり、世界中の人々の健康維持・予防・診断などに貢献してきました。その一環として、欧米や日本でオリンパスグループが参加して展開している大腸がん撲滅キャンペーンなどの啓発活動も推進しています。

また、環境面では、従来からの製品の小型・軽量化をはじめとする製品への環境配慮に加え、新三島事業場やイギリス・KeyMed社の新社屋、北米地域の販売・管理部門の拠点である、Olympus America Inc. の新社屋など地域・事業を問わない環境配慮設備の導入と全従業員に対する環境教育を進め、エコデザイン^{*1}を企業活動のなかにより定着させていきます。

これからもCSRを私たちの責務ととらえ施策の確実な実現を通して経済・社会・環境のすべての側面で最善を尽くしてまいります。

本報告書では現在のオリンパスの「当たり前+α」のCSR活動をご報告する一方、オリンパスグループの全メンバーに向けて一層の努力を促したいと考えております。当グループのCSR経営を推進していくため、忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

2007年6月

オリンパス株式会社

代表取締役社長

菊川 剛

^{*1} 継続的に事業活動全体で環境負荷を低減し、持続可能な社会を構築することをめざすビジネスモデル。

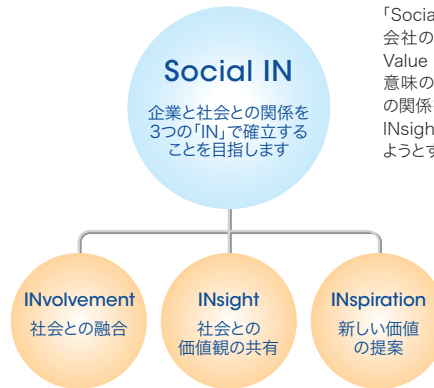
オリンパスグループの経営理念／企業行動憲章

オリンパスは、創業者の「日本の医学の発展に寄与するため、国産の顕微鏡をつくりたい」という想いからスタートした会社です。1994年に制定した経営理念「Social IN」のなかでは、「生活者として社会と融合し、価値観を共有しながら、事業を通して社会に新しい価値を提案し、人々の健康と幸せな生活を実現する」と宣言しました。オリンパスがめざしているCSR(Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任)は、この「Social IN」の考え方に基づいています。

グループ経営理念「Social IN」と企業行動憲章

オリンパスグループは、「Social IN (ソーシャル・イン)」を経営思想の原点に位置づけています。日々の事業活動に「Social IN」の思想を活かし、社会的責任を果たしていくために、2004年9月オリンパスグループ企業行動憲章と行動規範を制定しました。環境に関する取り組みなども含め、オリンパスのCSRに関する姿勢を包括的に宣言したものとなっています。

■オリンパスグループ経営理念



「Social IN」とは「社会の価値観を会社のなかに取り入れる(Social Value in the Company)」という意味の造語であり、企業と社会との関係を3つの「IN(INvolvement, INsight, INspiration)」で確立しようとする考え方です。

オリンパスグループ企業行動憲章

オリンパスグループは、「Social IN」という基本思想のもと、企業も社会の一員であることを強く認識し、世界中の多様な価値観を持つ人々に必要とされる存在として、人々の健康と幸せな生活を実現するために、常に社会の求める価値を提供し続けます。そのために、オリンパスグループは、法令遵守はもとより、高い倫理観をもってグローバルな企業活動に取り組みます。

企業活動の方針

1. 健全な企業活動

オリンパスグループは、経営の透明性を高め、お客さま、取引先、株主、社員、地域社会等のあらゆるステークホルダーとの関係において、法令はもとより倫理に基づき健全で公正な企業活動を行います。

2. 顧客原点の行動

オリンパスグループは、お客さまが真に求める価値は何かを常に探求し、お客さま情報の保護に十分配慮して、社会にとって有用で、安全かつ高品質な製品やサービスを提供します。

人との関わり

3. 人間尊重

オリンパスグループは、あらゆる企業活動において、人種、信条、性別、年齢、社会的身分、門地、国籍、民族、宗教または障害の有無等の理由による差別や、強制労働、児童労働を排除します。

4. 活力ある職場環境

オリンパスグループは、社員の安全と健康に配慮するとともに、個性を尊重し個人の成長を促す職場風土を提供し、社員一人ひとりは、知識の習得や技術の向上に努め、社会の求める価値を提供します。

社会との関わり

5. 環境との調和

オリンパスグループは、人々の安全・健康とそれを支える自然のいのちを尊重し、環境に調和する技術の開発と事業活動を通して、持続的発展が可能な人間社会と健全な環境の実現に貢献します。

6. 社会との融合

オリンパスグループは、企業活動を行う国や地域の文化や慣習を尊重し、地域社会と協調して、その発展と向上に貢献します。

▶▶WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/olycsr/philosophy/csrcorporate.cfm>

国連グローバル・コンパクト

オリンパスは2004年10月、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」10原則に賛同し、参加を表明しました。オリンパスは、ほかのグローバル・コンパクト参加企業との相互啓発の機会も活用しながら、企業活動に10原則を組み入れ実践していきます。

なお、企業行動憲章・行動規範制定にあたっては、国連グローバル・コンパクトの原則を取り入れました。

■国連グローバル・コンパクト



国連グローバル・コンパクトの詳細は、国連広報センターのホームページをご覧ください。

▶▶WEB <http://www.unic.or.jp/globalcomp/>

2006年度オリンパスグループ 社会・環境活動の主な実績

2006年度、オリンパスグループは2005年に制定した、06中期経営基本計画のスタートの年度として、さまざまな社会・環境活動に取り組み、以下の成果となりました。
今後も06中期経営基本計画の達成に向け、さらなる取り組みを推進します。

	2006年度重点施策	目標	実績
企業活動の方針	内部統制システムの強化	内部統制に関する体制整備	・会社法に定める内部統制システム基本方針を決定 ・社内規程の新規制定および改定 ・日本版SOX法*1対応のための専門部署を設置し、準備を推進
	株主共同の利益確保・向上	当社株式の大量取得行為に関する対応策（買収防衛策）の株主総会決議による導入	・5月に買収防衛策の詳細を公表 ・6月に定時株主総会で導入を決議
	コンプライアンスの徹底	体制の確立、従業員への周知	・全社員（役員・従業員・契約社員など）に対し、Eラーニングや集合研修によるコンプライアンス基礎教育を実施
	個人情報の保護	セキュリティ体制の強化	・社内報、ポスターなどによる従業員の意識改革 ・教育ビデオ上映会の実施 ・情報取扱責任者向け講演会の開催
	VOC経営の実践によるサービス革新	お客さまの生の声を組織として活用するための体制づくり	・主要事業分野でお客さまの声（VOC:Voice Of Customer）を活かしたマネジメント体制構築 ・階層別のCS（顧客満足）教育講座の充実による、お客さまを大切にする風土の醸成
	「CSR取組状況自己評価アンケート」を実施	日本・東アジアでの回収率80%	・日本・東アジアでの回収率92%
人とのかわり	職場マネジメント力の強化	マネジメント研修の刷新と徹底	・7月に新しいマネジメント研修を導入し、2006年度の新任リーダー全員が受講
	従業員の健康増進と働きやすい就業環境の確保	① 総合健康管理施策「オリンパス健やか21」の展開基盤の確立 ② 長時間勤務の削減に向けた具体策の導入	① 専任産業医の増員、職場復帰支援プログラムの導入と展開、健康診断の充実 ② 深夜労働・休日出勤の削減と、36協定遵守に向けた管理基準の徹底・チェック体制の確立
環境との調和	I エコプロダクツ （製品・サービスの環境配慮） 卓越した環境配慮型商品の創出	オリンパスエコプロダクツの売上拡大	・累計78製品（2006年度は44製品）を市場導入
	II エコファシリティ （事業活動のなかでの環境取り組み） 環境効率経営の実現	・地球温暖化防止： エネルギー系CO ₂ 排出量を2010年度までに1990年度比50%削減（売上高原単位） ・資源の有効利用と最終埋立低減： 廃棄物総排出量を2010年度までに2000年度比50%削減（売上高原単位）	・エネルギー系CO ₂ 排出量を1990年度比37%削減（売上高原単位） ・廃棄物総排出量を2000年度比32%削減（売上高原単位）
	III エコマネジメント （環境経営の推進） グローバル環境マネジメントの実践	・環境関連法規制対応の機能強化 ・環境リスクマネジメントの強化	・中国の電子情報製品汚染制御管理弁法を順守するための作業部会を発足・準備 ・事業場の飛散性アスベスト対策、土壌対策を実施
	IV エココミュニケーション （社内外のステークホルダーへの環境情報発信と社会貢献活動の活性化） 環境コミュニケーションの充実	環境コミュニケーションの充実	・社内各種環境教育の実施 ・エコプロダクツ2006への参加 ・英語版の社会環境情報発信の拡充
社会との融合	社会と良好な関係の構築	経営理念に沿った社会貢献活動の実施	・日本でも大腸がん撲滅キャンペーンを開始

*1 会計不祥事やコンプライアンスの欠如などを防止するため、米国のサーベンス・オクスリー法（SOX法）に倣って整備された「金融商品取引法」の一部規定のこと。
上場企業およびその連結子会社に、会計監査制度の充実と企業の内部統制強化を求めている。



関連ページ	今後の取り組み(2007年度の課題)
▶▶WEB	<ul style="list-style-type: none"> ・内部統制システムの継続的な見直し・改善 ・日本版SOX法^{*1}対応推進 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・株主共同の利益確保・向上のための継続的取り組み実施 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・新入社員、中途入社社員などに対するコンプライアンス教育を継続実施 ・全社員に対するコンプライアンス意識の徹底を継続 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・個人情報保護体制をより充実し、全社員への教育を継続
P7-10	<ul style="list-style-type: none"> ・VOC活動をより効果的に実践するために、フィードバックに基づく改善活動が源流段階で確実に実施されるよう、しくみの充実と改善を実施 ・ユーザビリティを考慮した製品開発を強化し、顧客満足を向上
P8	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート結果をもとに、相互に尊重し協力しながらCSRを推進
P11-14	<ul style="list-style-type: none"> ① 2008年度導入予定の新人事制度を反映したマネジメント研修の再導入と、専任講師体制の構築 ② 改正男女雇用機会均等法に対応したセクシュアルハラスメント研修の新規導入 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ① 全社安全衛生管理体制の強化、健康診断の充実(大腸検査の支援等) ② ICカードによる勤務時間管理の徹底
P15-16	<ul style="list-style-type: none"> ・新製品におけるオリンパスエコプロダクツ比率:100%(OEM製品・付帯品は除く)
P15-18 P27-29	<ul style="list-style-type: none"> ・地球温暖化防止: <ul style="list-style-type: none"> エネルギー系CO₂排出量を前年度比6%削減(売上高原単位) 非エネルギー系CO₂排出量を前年度比30%削減 物流系CO₂排出量を前年度比5%削減(売上高原単位) ・資源の有効利用と最終埋立の低減: <ul style="list-style-type: none"> 廃棄物総排出量を前年度比6%削減(売上高原単位)
P16 P14, 16	<ul style="list-style-type: none"> ・環境法規制違反:0件
P15-16	<ul style="list-style-type: none"> ・さらなる環境コミュニケーションの充実
P19-26	<ul style="list-style-type: none"> ・継続的に社会貢献活動を実施

企業活動の方針

健全な企業活動／顧客原点の行動

「オリンパスでよかった」「この次もオリンパス」とお客さまに思っただけのよう、私たちオリンパスグループのすべての社員は、お客さまの声に耳を傾け、お客さまにとっての最高の製品・サービスを提供していく活動を展開しています。

重点施策と目標

品質理念

オリンパスグループでは、「お客さま視点」のモノづくり、サービスを常に心がけ、「品質理念」の実現に向けて、全社員が業務に取り組んでいます。

品質理念

1. 世界一流のトータルクオリティーの実現
2. 最高品質の商品とサービスの提供

行動指針

- (1) 全ての行動基準は顧客原点にある。
- (2) 全てのパートナーと Win-Win の関係を築く。
- (3) 決めたことは守り、常に緊張感をもって行動する。

重点施策

VOC経営の実践によるサービス革新

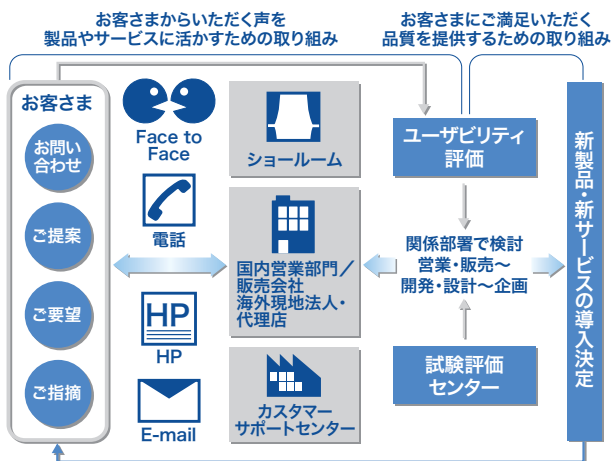
お客さまの声 (VOC:Voice Of Customer) と製品とサービスの品質向上に注力

- ・「VOC活動」の推進 (P9-10)
- ・お客さまを大切にす風土の醸成
- ・お客さまの声を活かしたモノづくり

製品の安全・安心使用のための開発段階での品質評価

- ・世界に通じる安全評価

■お客さまの声を反映したモノづくり



2006年度の実績

● VOC経営の実践によるサービス革新

■ 「VOC活動」の推進

オリンパスグループでは、貴重なお客さまの声 (VOC) を製品やサービスに反映させるため、「VOC活動」を推進しています (P9-10)。

■ お客さまを大切にする風土の醸成 ～CS(顧客満足)に関する社内教育～

オリンパスグループ社員一人ひとりに顧客原点の考え方を醸成していくことが重要と考え、顧客満足 (CS:Customer Satisfaction) に関する社内講座を開催しています。

2006年度はCSの重要性の認識の高まりを反映し、中堅向けのCS講座受講者が前年度に対して倍増しました。

2007年度にはさらに、「顧客の声を活かしたCS実現講座」を新設いたします。今後も最新の事例を盛り込みながら、内容の充実を図り、全社員に向けてCS教育を展開します。

■オリンパスにおけるCS教育講座

講座名	品質管理基礎講座	顧客満足実践の基礎	顧客の声を活かしたCS実現 (2007年度開始)
対象	新入社員	入社3～5年目推奨	マネジメント層
目的	業務品質向上に向け、顧客の立場で考えることを習得	開発、製造、営業、サービス、本社部門でのお客さま視点の活動理解	組織としてのCS活動の理解
内容	品質には業務品質が含まれていることの説明と実習	当社CS事例から、グループワークにて顧客視点での議論と「わたしのチェックリスト」のまとめ	CS専門家のビデオ講演、各事業分野の顧客の声活用状況と本来の姿の理解
狙い	相手の立場で自身の業務を見直すことができる人材を育成し、業務品質を向上	各自にとって「お客さま」とは誰かを明確にし、「お客さま」のために業務を改善し続けていくCS風土の構築	組織が実践するCS活動の理解

■ お客さまの声を活かしたモノづくり ～ユーザビリティ評価～

オリンパスグループでは、お客さまの視点に立って製品の使い勝手を評価するために「ユーザビリティ評価」を実施しています。

ユーザビリティ評価では商品化に先立ち、お客さま、あるいは第三者に実際に製品を使っていたりしながら、「お客さまからみた問題点」を抽出し、改善を進めます。

特にデジタルカメラのグラフィカルユーザーインターフェイス

(GUI : Graphical User Interface)の改善を中心に成果を上げてまいりましたが、現在は内視鏡や顕微鏡といった他の製品分野にも展開しています。



ユーザビリティ評価の様子

● 製品の安全・安心使用のための開発段階での品質評価

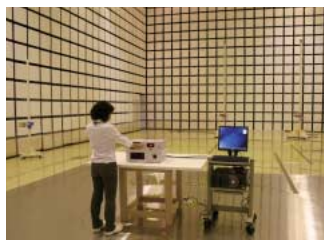
■ 世界に通じる安全評価

～開発段階における品質チェック～

オリンパスグループでは製品品質を確保するために、特に源流段階である開発時の品質チェックに力を入れています。

2004年に建設した10m電波暗室は、世界でも有数の性能を誇り、電磁波ノイズ試験に関するNVLAP(アメリカ) およびTNO(オランダ)の試験所認定を受けています。

また、その評価レポートは、国際的な試験所認定規格ISO/IEC17025*1の認証を受け、公的にも認められています。今後も設備やしぐみに加え、評価技術者の育成を行い、より確実な評価体制を構築していきます。



10m電波暗室での電磁ノイズ試験

*1 ISO/IEC17025「試験所及び校正機関の能力に関する一般要求事項」

お取引先との協力

資材調達方針

オリンパスグループは、資材の調達先であるお取引先のご協力なしで製品を製造することはできません。オリンパスグループはお取引先とともにサプライチェーン全体でCSRを推進していくため、2005年に従来の品質・納期・価格・環境に加え、新たに法令順守、人権、労働基準を重視した資材調達方針▶▶WEBを制定しました。

▶▶WEB 資材調達方針 = <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/procurement/procurement.cfm>

「CSR取組状況自己評価アンケート」の実施

2006年度は、日本およびその他の東アジア調達取引先(中国、フィリピン、シンガポール、台湾)のCSR取り組み状況を把握するため「CSR取組状況自己評価アンケート」を実施しました。調達拠点から取引先に「CSR取組状況自己評価アンケート」をお願いし、約1,700社(92%)から回答をいただきました。アンケート結果をもとに、今後もお取引先と相互に尊重し、協力しながらCSRの取り組みを進めていきます。

▶▶WEB 資材調達の考え方 = <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/wdata/>

今後の目標

今後も、VOC活動をより効果的に実践するために、フィードバックに基づく改善活動が源流段階で確実に実施されるよう、しぐみの充実と改善を行います。

また、ユーザビリティを考慮した製品開発を強化し、顧客満足の向上につなげていきます。



日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
環境委員会 副委員長
環境報告書プロジェクトリーダー
茂利 晃さん

ステークホルダーから

企業活動の方針として、最高品質の商品とサービスの提供を品質理念に掲げ、全社一丸となつての取り組みは大いに評価します。具体的にはVOCというお客様の声を直接活かした現場に近いモノづくりはすばらしいです。商品は機能的価値を基本に情緒的価値をプラスαとして、お客様が使ってよかったという心の満足感を高めるよう一層取り組んでほしいです。



オリンパス(株)品質環境本部長
松浦 強

オリンパスから

社会に軸足を置き、顧客原点の品質経営を推進しています。また品質理念の実現に向け、各事業部門と品質戦略をもとに各方針の展開を図っています。品質戦略の主要課題として「VOC活動」を全グループで推進し、開発から販売・サービスまでのプロセス革新へ反映するとともに、会社全体が真にお客さま基準で行動するオープンな企業風土を醸成していきます。

「防水プロテクタを購入したいが、店舗にない」というお客さまの声を営業部門にフィードバック。季節性をともなう製品の供給ルートを確認を行うとともに、ホームページのオンラインショップでいつでも購入ができるような体制を整えた



すべての製品にお客さまの声を反映する“VOC経営”の推進

コンシューマー製品を製造販売するオリンパスイメージング(株)のCS(顧客満足)経営のしくみに、2006年から新しく加わったVOC会議。VOCとはVoice Of Customer、つまり「お客さまの声」という意味です。会社としてどのようにお客さまの声を真摯に聞き、製品の改善や開発に活かしていくか、その全体像を紹介しましょう。



毎月開催される「VOC会議」には、オリンパスイメージング(株)社長の大久保雅治(右奥)を含めた役員、部長職クラスの24~25名が参加

生の声を聞いてその場で意思決定

VOC会議は文字どおり「お客さまの生の声」を出席者が聞くところから始まります。カスタマーサポートセンターやサービスステーションには、デジタルカメラなどを使うお客さまからの声が直接届きます。その数は多いときで月2万件。こうした市場の声をフィードバックし製品の改善につなげるしくみが、VOC会議なのです。

VOC会議には品質、商品企画、開発、営業など製品関連部門の部長以上が出席、さらに社長など意思決定ができる経営トップ層の出席が原則となっています。それというのも、その会議の場で、問題点を洗い出し、方向性とその解決期限までを決めてしまうからです。

「いつまでに、だれが、どのように解決するのかその場で決めてしまう。中途半端なことはできないしくみです」(オリンパスイメージング(株) 営業本部サポートサービス部 若松誠一) 会議では、お客さまの生の声、手紙やファックス、メール、

ホームページへの書き込みを加工せずに提出し、出席者にそのまま聞いてもらい、読んでもらいます。

「生々しい声をダイレクトに伝えることがポイントです」(若松) お客さまの声を製品にフィードバックするしくみとして、ほかに「品質レビュー」があります。これは発売後30日目、90日目に品質情報などを集約して、個々の製品・サービスにフィードバックすることで、不具合や品質の改善に結びつけるしくみです。これに対して、VOC会議はお客さまが持っているニーズを製品開発やサービスに結びつけるためのものです。

お客さま基準の製品開発へ フィードバックのしくみをつくる

もちろん2万件も寄せられる声すべてをVOC会議にかけることはできません。サポートサービス部ではこれを定期的に分
析し、関係部署と検討会議をもって対策を決めます。そのうえで、特に経営レベルでも共有するべき案件を絞り込みま
す。これを毎月のVOC会議にかけるのです。

「数を絞ることがカギ。多いと消化不良になりますから。たとえお問い合わせの件数は少なくともこれは何とかしなくては、と感じたものを重視します」(若松)

現場で日々お客さまと接しているサポートサービス部だからこそ、分かるのです。

「お客さまの生の声は、企画者や開発者には耳が痛いこともあるかもしれませんが、それが意識改革につながります。開発された製品が最終的に受け入れられるかどうかの基準はお客さまにあるからです」(オリンパスイメージング(株) 事業統括本部環境品質保証部 松井忠彦)

つまり、VOC会議は製品をオリンパス基準ではなくお客さま基準に近づける活動なのです。しかも単なる製品の改善ではなく、業務プロセスを含めた「トータルなフィードバックの



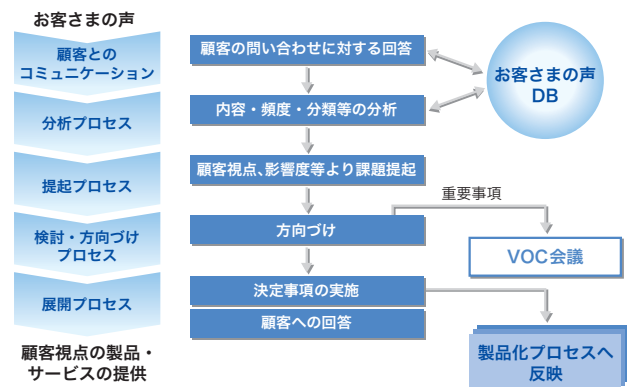
VOC会議によって改善されたμ760のLCDブースター機能。日中の日差しのもとでのモニタの見えにくさを、モニタの照度を上げることで改善。機能ボタンも操作しやすい場所に設置した

しくみを構築していくことが目的です」(松井)。

実際に改善されたものには、液晶モニタのバックライト輝度調整機能、記録媒体の大容量化によって起動が遅くなった既販カメラのファームウェアの変更、画像を探しづらかった画像編集ソフトの改善などがあります。防水プロテクタのような季節性のある製品の販売方法、カタログの表記なども改善されました。

もちろん、課題もあります。今後相反するニーズが出てきたときそれをどうとらえるか。また、今年中には欧米での実施を計画していますが、さまざまな言語で寄せられる生の声をどのように伝えるのか。いずれも、お客さま基準の製品開発のシステムづくりへと、挑戦しがいのある課題です。

■ VOC会議での提起・消し込み管理の流れ



改善のしくみを設計する担当者から

改善に対する市場での評価を継続的に把握しています。お客さまのご指摘内容に対する改善を製品・サービスに反映させるのはもちろん、開発やマーケティングを含めた組織全体が「お客さまの声」「お客さまの視点」で業務を進める風土・しくみの定着化がわれわれの仕事です。

オリンパスイメージング(株) 事業統括本部
環境品質保証部 企画グループ グループリーダー
松井 忠彦



顧客の生の声を集約する担当者から

「評論家」になってはいけない、お客さまを代弁し、提案者にならなければいけない。ほんとうにわれわれは提案しぎれるのか、回答を出せるのか、それを自分たち自身に問いかける必要があります。そのためには、お客さまの声をお客さまの目線で読みとっていく姿勢が重要だと思っています。

オリンパスイメージング(株) 営業本部サポートサービス部
企画管理グループ グループリーダー
若松 誠一

人とのかかわり

人間尊重／活力ある職場環境

経営理念「Social IN」に基づく人事の考え方として「活力ある人と組織」をめざしています。そのために、「個人の人権を尊重し、多様な価値観や個性を大切にすることにより、一人ひとりが能力を発揮し自己実現を果たせる職場づくり」に積極的に取り組んでいます。

重点施策と目標

オリンパス人事基本方針のグローバル展開

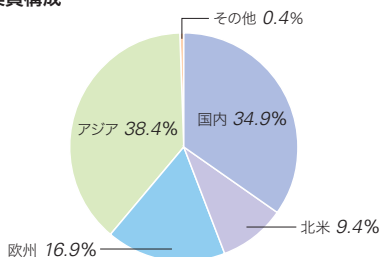
従業員はオリンパスにとって、かけがえのない財産です。オリンパスは2004年に国連グローバル・コンパクトに参加し、2005年に新たに人事基本方針を定めました。人権を尊重し、安全で働きやすい環境を確保するため、各国の法令を順守し、各現地法人の特性に合わせた施策と取り組みを展開しています。

人事基本方針（抜粋）

- ・オリンパスは、1948年に国際連合によって採択された世界人権宣言を支持し、人間尊重の経営を行うことを約束します。また、オリンパスのビジネスパートナーにも人権擁護を期待します。
- ・このオリンパス人事基本方針はオリンパスグループ全社に適用されます。
- ・オリンパスは従業員一人ひとりの多様性、人格、個性、人権を尊重し、能力に応じた雇用、能力開発、昇進の機会を公平に提供し、安全で働きやすい環境を確保します。
- ・オリンパスは、その影響の及ぶ範囲で、国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重し、人権侵害に荷担しないことを約束します。
- ・オリンパスは、その製品またはサービスを提供するにあたり、いかなる種類の強制労働も用いないことを約束します。
- ・オリンパスは、各国の最低年齢法と要求を遵守し、児童労働を用いないことを約束します。
- ・オリンパスは、性別、人種、年齢、国籍、民族、宗教、身体障害など業務遂行上直接関係のない非合理的な理由に基づく差別をしないことを約束します。
- ・オリンパスは、各国法律および慣習に従って労働組合を結成する労働者の権利を尊重します。

※オリンパスグループのうち上場会社で別途方針を設けている会社は除きます。

■各地域別従業員構成



2006年度の実績

●日本:オリンパス(株)の取り組み

多様な価値観を重視し、一人ひとりが能力を発揮し自己実現を果たせる職場をめざし、定年後再雇用制度(P13-14)をはじめ以下の取り組みを展開しています。

■マネジメント力の強化

グループリーダー、チームリーダー向けに社内講師による集合研修とEラーニングを実施し、マネジメントの重要性と管理職に対する意識改革・社内体質改善につなげました。

■健康管理と勤務管理

深夜労働、休日出勤の削減、「36協定」*1順守に向けた管理体制の強化を行いました。長時間勤務者については、メンタルヘルスを含めた健康障害防止に向けて、法定を上回る基準で産業医による健康診断を実施しています。また、セキュリティの確保と勤務管理の適正化のため、社員証をIC化しました。

*1 労働基準法第36条で、労働基準監督署に提出義務のある、労働組合と会社間で合意を得た「時間外労働・休日労働に関する協定」のこと。

■人材活用への取り組み

新卒の入社希望者に対する説明会に「レディースデー」を設け、オリンパスで活躍する女性社員の生の声によるきめ細かな会社説明会を5回実施。結果、事務系採用は目標としていた50%の女性採用比率を達成しました。

●北米:Olympus America Inc./

Olympus Imaging America Inc.の取り組み

～健康増進活動“Olympus Healthy Living”を展開～

アメリカで本社機能とマーケティング・販売を担う両社では、従業員の健康と生きがいを追求するため、2006年から健康増進活動“Olympus Healthy Living”を展開しています。



■従業員の健康管理プログラム

“Blueprint for Wellness”の導入

■減量／運動プログラム

“Get Fit, Get Healthy”の導入

減量／運動をテーマとした社員チームを支援する自主参加プログラム。地元ジムの会員料優待などを実施。インフルエンザの予防接種、禁煙や減量プログラムの提供や無料の大腸内視鏡検査などで会社も支援。

■ “健康生活カレンダー”の展開

社員の過半数が参加した「健康フェア」から始まり、国の健康増進活動・情報と連動したイベント「健康な心臓月間」を継続実施。



健康フェア

● ヨーロッパ:Olympus Europa GmbHの取り組み

ヨーロッパグループ会社のサポートを行う、Olympus Europa GmbH(OE) では、各自のプロ意識や市場環境に適應する能力を中心とした人材開発に重点を置きました。

■ リーダーシップ開発プログラム Europe Junior Management Program (JuMP) の開発・展開

①リーダーシップ、②情報マネジメント、③財務・プロジェクトマネジメントに重点を置き、多国籍チームが現在のビジネス課題に取り組むプロジェクトもある集中トレーニングで、ヨーロッパ16カ国から30人のJunior Managerが参加。各自のリーダーシップ・マネジメント能力の向上だけではなく、ヨーロッパ内のネットワークを構築し、異文化コンピテンシー(理解能力)の発達も目的としています。



JuMP研修のキックオフ

● 中国地域:Olympus (Beijing) Sales & Service Co. Ltd.の取り組み

31の営業拠点を置き、医療機器・生物顕微鏡の販売・サービスを行う、Olympus(Beijing) Sales & Service Co. Ltd.(OCM) は、社員の平均年齢が低いため、製品技術教育と管理者教育に力を入れています。

■ 製品技術教育の開発・展開

人の命に関わる製品の販売に不可欠な専門性を養い、お客さまのニーズに応えるために営業・サービス関係職の全社員を対象に製品知識基礎教育を必修にしています。研修は社内講師による講義、機器の設置などの実習、イントラネットで展開。今後、高度専門知識を習得するための製品知識継続教育に発展させる予定。



製品知識基礎教育

■ コーチング研修の展開

部下とのコミュニケーションを円滑にし、組織力の向上を目的に、管理者を対象に外部講師によるコーチング研修を開始。研修にはOCMだけではなく、ほかの中国のオリンパスグループ社員も参加。

II 今後の目標

2007年度は、魅力ある仕事を通じて個人の成長を促し、働きがいと企業の成長を高い次元で両立させるとともに、新しい雇用形態・勤務形態の導入や、働く女性を支える環境整備を推進して、従業員にとって「もっとも働きたい会社」をめざします。

グループ全体としては人事基本方針のみを共通の基盤として、個々の施策の展開については各国の事情への配慮から各現地法人の主体性を尊重してきました。今後は、企業の健全な発展と働きやすい職場の構築を担うマネジメント層の育成について、国境を越えた連携を検討していきます。



オリンパス労働組合
中央執行委員長
辻本 一博

ステークホルダーから

グローバルでの人材活用を認識し、グループの人事方針展開を理解できました。オリンパスがめざす「価値創造企業」を実現するためには、原動力となる従業員が働きがいを持ち、周りの仲間たちを思いやり、業務に取り組むことが必要です。世界で働く従業員全員の明るい未来のために「人」と「組織」の力を最大に発揮する新人事制度を労使協調のもと構築していきます。



オリンパス(株)コーポレートセンター
ビジネスサポート本部 人事部長
古閑 信之

オリンパスから

委員長のご指摘のとおり、企業と個人の健全な成長のためには、各人が仕事に夢と生きがいを見出し、皆が協力して仕事に取り組める風土と環境が重要です。現在、人間尊重の人材マネジメントと価値創造企業にふさわしい環境の実現に向けて、人事制度の見直しを進めていますが、組合が集約した職場の意見を十分に尊重して制度を構築していく考えです。

定年後再雇用制度では、退職者による仕事のノウハウの伝授をはじめ、会社全体のスキルの再配置が目的。定年後再雇用の制度利用者と配属先となる職場双方から希望をヒアリングし、たうえでマッチングを行う



人材を活かし、働きやすい職場環境をつくる

団塊世代が大量退職する「2007年問題」、年金制度改革、少子高齢化など、社会の変化に雇用制度も対応を迫られています。オリンパスグループでは2006年に定年後再雇用制度を希望者を採用する形へと改善、また育児休職制度も充実させるなど、働きやすい職場づくりに努めています。



55歳時に慰労も兼ねてホテルで行われる1泊2日の夫婦参加による熟年向けライフプランセミナー。定年後の生活について、資金、生きがい、健康の視点から学ぶ機会を提供しています

原則として希望者全員を定年後再雇用

60歳定年制を採用しているオリンパスでは、2001年に会社の指名による定年後再雇用制度を導入しましたが、高齢者雇用安定法の改正に合わせ、2006年4月より、働く意思のある希望者を再雇用する新たな制度をスタートさせました。1年ごとの契約更新で、年金の定額部分が受給できる年齢まで更新可能です。

「2007年問題への対応が話題になっていますが、オリンパスでは大量退職が世間より10年ほど遅れてやってきます。年金の支給開始年齢が繰り下がることに合わせて再雇用の制度改善は必然となっています。ただし、現在ではまだ60歳から年金受給ができますので、定年予定者の約半数が希望するにとどまっています」(オリンパス(株)コーポレートセンター 人事部 人事サービスセンター 小山稔)

再雇用の職種・職場は、定年までに所属していた職場や経験のある関連分野になることが大半です。オリンパスには

長野にいくつか事業場があり、長野出身や単身赴任というケースでは、「田舎に帰って働きたい」という希望があれば、それをかなえることも可能となっています。

この制度を利用して働く二人の事例を紹介しましょう。MIS事業部の大谷豊さんは、海外の製品（検査用機器）を日本市場に導入する新規事業の担当部長として定年を迎え、現在も同じ職場で働いています。「夏休みに終わらなかった宿題を2学期に教室に残ってやっている気分」と笑いますが、管理職だったころより仕事に集中できる、と言います。仕事はお医者さまや学会と協力しながら製品を普及させていく新しい分野。人とのつながりが重要なので、病院などへの営業には必ず若い社員を連れて行くよう心がけているそうです。

一方、清水一郎さんは、定年までは品質管理認証システムや薬事法務に関わる標準化などの仕事に従事してきました。現在は、オリンパス知的財産サービス（株）で業務の標準化、社員教育や品質管理システムづくりに携わっています。

「勤務日数こそ週4日ですが、結局やり上げるまでやってしまう。現役時代とあまり変わりませんね」（清水）
休日には、大谷さんはウィンドサーフィン、清水さんはピアノに「第9」の合唱練習と、仕事だけでなく趣味もアクティブな二人です。

男性も育児休職を取得、働きながらの子育てが当たり前へ

オリンパスグループでは、子が満2歳になるまで、1年以内の育児休業が制度化されています。夫婦で育児休職を取った、中山夫妻の事例を紹介しましょう。妻の由美子さんが第3子を出産・育児休職から職場復帰



オリンパスメディカルシステムズ（株）日の出工場製造技術グループ 中山則幸・オリンパス（株）研究開発センター生産技術本部 DEM技術部プロセスグループ 中山由美子夫妻とご家族

後、夫の則幸さんが1カ月の育児休職を取得しました。「産後の体調がすぐに回復しなかった妻と子どもたちのため、休職することを決め、職場へは早めに申請し仕事を調整しました。1カ月間子育てを協力することにより、家族の生活サイクルも安定し、妻を精神的にも支えることができました」（夫の則幸さん）
女性の出産退職が当然視されていたころに比べ、近年は職場の理解も進んでいます。

安全に配慮、安心して働ける職場環境を整備

オリンパスグループでは、従業員が安全・安心に働き続けられるよう、職場環境の安全にも配慮を進めています。その一つがアスベスト対策。2005年6月にアスベストによる健康被害の発生が社会問題化した際に、国内事業場および関係会社・寮・社宅の71拠点でアスベストを含む建材の使用有無を調査した結果、5拠点で安全対策が必要な飛散性アスベストの使用箇所があることが判明。2006年度に厚生労働省の予防規則に基づき、除去工事を最優先とし、状況に応じて封じ込め、囲い込み工事を実施しました。
また、地震対策に力を入れており、その一環として、2006年9月に「災害時安否確認システム」を導入しました。災害発生時にすべての社員（派遣社員、パート等を含む）の安否確認を最優先で実施し、万が一被災した場合には会社として支援します。

人のかかわり【特集2】



定年後再雇用制度利用者から

会社の中で培ってきた仕事を伝える立場にあることは意識しています。先生を訪問するときも一人では行かず必ずメンバーを連れて行くようになっています。仕事には目に見えない無形の財産がある。また口で説明しにくい部分もある。それを伝えることを意識しています。

オリンパス（株）
ライフサイエンスカンパニー
MIS営業1部 Cプロダクトグループ
大谷 豊



定年後再雇用制度利用者から

所属は1年ほど前にできた、オリンパスグループの特許出願や調査を行う業務を請け負っている会社。業務の流れを標準化し誰がやってもばらつきが少ないように、教育や品質管理システムを構築して文書化していくことが仕事。新しい会社で標準化業務が必要だったので声を掛けてもらったのでしよう。

オリンパス知的財産サービス（株）
総務グループ
清水 一郎



定年後再雇用制度運用担当者から

お二人ともいきいきと働いていらっしゃる事が分かり、うれしい気持ちになりました。これから対象者が増えていくことを考えれば、制度の運用面でまだ改善の余地があります。この制度はスキルの再配置という意味もありますが、元の職場がなかなか手放してくれないという悩みもありますね。

オリンパス（株）コーポレートセンター
人事部 人事サービスセンター
課長代理
小山 稔

環境との調和

エコデザインの定着化

企業活動のなかにエコデザイン (P3) を定着させ、持続可能な社会の実現に向けた責務を果たすため、環境基本計画を策定し、中期経営基本計画に反映しています。これからも全社員が参加して、環境負荷を削減していきます。

重点施策と目標

オリンパスグループ環境憲章

持続的発展が可能な社会、そして健全な環境の実現に向けて1992年8月に制定 (2005年10月に改訂) しました。企業市民として、環境に対する基本的な考え方を明示し具体的な活動につなげるための内容を明確にしています。

オリンパスグループ環境憲章 (抜粋)

環境理念

オリンパスグループは人々の安全・健康とそれを支える自然のいのちを尊重し、環境に調和する技術の開発と事業活動を通して、持続的発展が可能な人間社会と健全な環境の実現に貢献します。

環境行動指針

すべての事業活動において、環境保全を優先し、組織的にまた一人ひとりが熱意を持って取り組みます。

- | | |
|----------------|--------------|
| 1. 技術開発 | 4. 法令順守と社会活動 |
| 2. 規範作成と評価 | 5. 啓発と全員参加 |
| 3. 資源の保護と汚染の予防 | 6. 推進体制 |

オリンパスグループ中期環境基本計画

企業活動のなかにエコデザインを定着させ、持続可能な社会の実現に向けた責務を果たす環境先進企業をめざし、「06環境基本計画」(2006年度から5年間) を策定しました。

06環境基本計画 (抜粋)

I エコプロダクツ

卓越した環境配慮型商品の創出

- ・環境配慮型商品の売上拡大

II エコファシリティ

環境効率経営の実現

- ・地球温暖化防止: エネルギー系CO₂排出量を1990年度比50%削減 (売上高原単位)
- ・資源の有効利用と最終埋立の低減: 廃棄物総排出量を2000年度比50%削減 (売上高原単位)

III エコマネジメント

グローバル環境マネジメントの実践

- ・環境関連法規制対応の機能強化

IV エココミュニケーション

環境コミュニケーションの充実

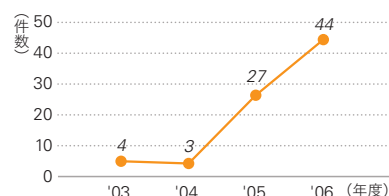
2006年度の実績

I エコプロダクツ

■ 「オリンパスエコプロダクツ」の売上拡大

環境に配慮した商品に関する国際規格 (ISO14021 「タイプII 環境ラベル表示」) を参考に、「環境保全」「省エネルギー」「省資源」「情報開示」の4項目を柱に、オリンパスグループ独自基準を設けて「オリンパスエコプロダクツ」として認定しています。2007年3月現在、累計78製品を市場に導入しています。

■ オリンパスエコプロダクツ各年度登録件数



■ エコプロダクツマーク



▶ WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/eco-products/>

II エコファシリティ (P28)

■ 地球温暖化防止: エネルギー系CO₂排出量を1990年度比37%削減 (売上高原単位)

2006年度のエネルギー系CO₂売上高原単位は14ton-CO₂/億円となり、1990年度比で37%削減となりました。日々の省エネ活動や生産技術開発での改善により削減を進めています。しかし、非エネルギー系CO₂排出量は2005年度比で8%増加、物流系のCO₂排出量は30%増加となりましたので、非エネルギー系ならびに物流系のCO₂に対しても削減に向けて取り組みを進めていきます。

■ 資源の有効利用と最終埋立の低減:

廃棄物総排出量を2000年度比32%削減 (売上高原単位)

廃棄物総排出量は5,238tonとなり、2000年度比で32%削減を達成しました。オリンパスは2003年度より「埋立量の削減」と「リサイクル率の向上」をめざし、ゼロエミッション*1を展開してきました。2006年度は、ゼロエミッション維持と廃棄物リスクの管理を目的に、日本国内各拠点のゼロエミッション審査を実施しました。今後は日本国内だけではなく、海外拠点にも拡大し、運用していきます。

*1 オリンパスでは、「廃棄物の最終埋立量を総排出量の1%以下とする」ことをゼロエミッションの到達基準としています。



辰野事業場でのゼロエミッション審査

Ⅲ エコマネジメント

■ 環境関連法規制対応の機能強化

人の健康や環境への影響を小さくすることを目的に特定の化学物質の使用に関する規制が、近年国内外で強化されています。2005年度から社内に「環境法規制連絡会」を発足し、各種環境法規制の情報共有化と施策検討を行っています。2006年度は中国の電子情報製品汚染制御管理弁法^{*2}を順守するため、作業部会を立ち上げ、準備を整えました。

^{*2} 2007年3月1日施行電子情報製品汚染制御管理弁法（第39号）のこと。

■ 環境リスクマネジメントの実践

オリンパスオプトテクノロジー(株)旧坂城事業所の特定施設廃止届けにともない、土壌汚染対策法第3条に基づき土壌・地下水の調査を実施しました。土壌調査の結果、ほかの項目についてはすべて指定基準以下でしたが、以下の項目についてはそれぞれ指定基準を超える値が検出されました。地下水調査については、指定基準を超える物質は検出されませんでした。指定基準を超えた土壌については、行政の指導に基づき、すべて清浄土と入れ替え浄化を完了しました。

検出物質	超過地点数/ 調査地点数	測定結果最大値 (基準超過倍数)	指定基準	最大値検出の 深さ
鉛および その化合物	3/370	970mg/kg (6.5倍)	150mg/kg 以下	0~0.5m
ふっ素および その化合物	1/370	1.2mg/ℓ (1.5倍)	0.8mg/ℓ以下	0~0.5m

Ⅳ エココミュニケーション

■ 環境コミュニケーションの充実

社内環境教育やエコプロダクツ2006への出展など各種イベントを開催しました。また、ホームページによるコミュニケーションの充実を図りました（P30）。

Ⅱ 今後の目標

今後、事業活動を通じて持続的発展が可能な社会と健全な環境の実現により貢献していくため、2007年度からは事業場のEMS(環境マネジメントシステム)に加え、各事業分野を軸とした製品ライフサイクル^{*3}でマネジメントを強化し、事業活動全体での環境活動に最善を尽くしていきます。

^{*3} 製品の企画、開発・設計、調達、生産、物流、販売、お客さまの使用、廃棄・3Rにいたるまでのライフスタイルのこと。

2007年度目標

I エコプロダクツ

卓越した環境配慮型商品の創出

- ・新製品におけるオリンパスエコプロダクツ比率：
100%(OEM製品・付帯品は除く)

II エコファシリティ

環境効率経営の実現

- ・地球温暖化防止：
エネルギー系CO₂排出量を前年度比6%削減
(売上高原単位)
非エネルギー系CO₂排出量を前年度比30%削減
物流系CO₂排出量を前年度比5%削減(売上高原単位)
- ・資源の有効利用と最終埋立の低減：
廃棄物総排出量を前年度比6%削減(売上高原単位)

III エコマネジメント

グローバル環境マネジメントの実践

- ・環境法規制違反:0件

IV エココミュニケーション

環境コミュニケーションの充実



(財)世界自然保護基金ジャパン
(WWFジャパン) 業務室長

河村 由美子さん

ステークホルダーから

岩合光昭氏を起用して、長年にわたり環境メッセージを伝える試みは卓越した環境コミュニケーションだと思えます。特に、GWW(P20)は静止画像だけでは伝えきれない温暖化の脅威を伝える意味で、オリンパスならではの手法といえます。今後は多角的、戦略的なメディア展開を経営企画立案の段階で組み込むなど、より効果的な情報発信も重要になってくると思います。



オリンパス(株)品質環境本部
環境推進部長

前田 薫

オリンパスから

持続可能な社会の実現への責務を果たし、事業活動で継続的に環境負荷を下げるためには、社員一人ひとりが環境を意識した地道な改善が重要です。今後もご意見をいただいた社外への情報発信や、社内環境教育など、環境コミュニケーションを通し、社員の環境意識を高め、より環境負荷の少ない製品・サービス・技術の実現や事業活動を推進していきます。

青空を背景に浮かび上がる、新三島事業場。大きく張り出したガラス窓は、外気温の透過を遮断するLow-E使用ペアガラスを採用。熱負担の高い西側での断熱性能を向上させ、空調エネルギーの低減を図っている



環境でも“魅せる事業場”の開設

西に富士山を望み南西に駿河湾を見渡せる
なだらかな台地上に
2007年4月オープンした新三島事業場。
ここは静岡県が推進する「ファルマバレー」*1
の中核エリアに位置し、
オリンパスグループのライフサイエンス分野の
拠点であると同時に環境モデル事業
場としての役割を担っています。

*1 静岡県が推進する県立静岡がんセンターを核とした
富士山麓に先端健康産業を集積させる構想。



直径5m、高さ25m、
水量483m³の縦型
蓄熱槽は、温度に
よって水の比重が異
なる性質を利用し、
槽の下側にたまる冷
却水を、夏場の冷房
に活用するというもの

日本・オリンパス(株) 新三島事業場 —2007年3月竣工

2007年4月、稼働し始めた2つの建物のうち、4階建ての建物は主に生化学・免疫・輸血検査などを行う自動血液分析機を開発・製造するライフサイエンス テクノセンターで、検査技師など分析機器を使っていたりお客様にトレーニングを行うアカデミー研修室も併設。2階建ての建物は、人工骨の製造を行うバイオマテリアル ワークスです。

「研修に訪れるお客さまだけでなく、一般のお客さまにも“魅せる事業場”にしていこうというコンセプト」、そう語るのは準備に尽力した、三島オリンパス(株)の高橋紀昭代表取締役社長。“魅せる”大きなポイントが環境です。ここはオリンパスグループの環境モデル事業場という役割も期待されているのです。

屋根や外装、窓ガラスには断熱性の高い部材を使用、外気を導入して空調に必要な負荷を最小にしたうえで、さらに環境負荷の小さな夜間電力で蓄えた熱を利用。照明エネルギーも自動調光システムや人感センサーによる自動オンオフ

方式で大幅に削減しています。また、自動血液分析機の製造に用いる純水作成過程での排水をトイレの洗浄水として再利用したり、雨水を地下に貯留して、庭園の散水に用いるシステムも導入しています。屋上には太陽光発電の設置も予定し、エネルギーや環境負荷を抑える最新の技術やシステムを導入しています。しかしそれだけでは、「モデル事業場」とはいえません。「建物はある程度投資すればできる。しかし効果を出そうとすれば運用が重要」(オリンパス(株)ライフサイエンスカンパニー ダイアグノスティックシステムズカスタマーサポート部 田原高)と、導入したのがエネルギー中央監視システム。これによって、改善がどれだけエネルギーやCO₂の削減に結びつか、瞬時に見えるようになりました。建物とシステムで、21%のCO₂削減、さらに運用で30%以上の削減をめざします。お客さまへの研修では、装置を使う場での省エネルギーや節水もテーマとしました。さらにこうした活動は、より環境負荷の少ない製品=エコプロダクツの開発につながります。「魅せる事業場」から行動や製品開発へ、さらにその活動が、オリンパスグループあるいはお客さまや地域へと波及していく。そんな役割を担って、この事業場はスタートしたのです。



KeyMed社で採用された地熱システムの縦型クローズド・ループ(イメージ図)。ループを通じて、熱の放出や抽出を行い、冷暖房エネルギーの備蓄にあてている

新しい医療機器製造センターの建設にあたって、さまざまなエネルギー効率を高める設備を導入しました。建物の断熱性を高め、冬暖かく夏は冷たいという地中の温度を利用した冷暖房システムや太陽熱により温水の75%をまかなうソーラーシステムを導入。さらに人感センサーを備えた照明システムや雨水利用システム、最新のビルエネルギーマネジメントシステムなども。これによりエネルギー効率率が30%向上、水の使用量は25%低減できる設計としました。

アメリカ・Olympus America Inc. (OAI) 本社社屋—2006年7月竣工

アメリカ市場での製品のマーケティングと販売・管理部門を有するOAIは、生産部門では当然となっている環境配慮基準を、オフィス部門にも導入。2006年7月に竣工した本社社屋は、換気と温度調節を兼ねた床下送風システムをはじめ、エネルギー効率の高い設備、照明システム、トイレや水道の節水設備を展開。エアコンや消火設備は、オゾン層保護を目的に、フロンを使わないものにしました。さらに周辺への光漏れを防ぐ外灯、地域の自生植物を利用した緑化など周辺自然環境にも配慮しました。また、従業員の作業スペースには人間工学に基づく設計を採用し、乳幼児から幼稚園児まで90名を預かることができる保育センターも併設するなど、従業員の働きやすい環境にも配慮しました。

イギリス・KeyMed(Medical & Industrial Equipment)Ltd.(KeyMed)の新社屋—2007年5月竣工

海外のオリンパスグループ企業でも、環境への取り組みを進めています。英国で医療用内視鏡の販売・修理および開発・生産を行うKeyMedは、「利益追求だけでは空虚である」という理念のもと、積極的な社会・環境政策を推進。こうした取り組みに対し、2004年には英国女王賞企業の部・環境維持開発部門を受賞しました。



地域へ環境活動を推進させる代表者から

いくらよい建物・設備・システムがあっても心がともなわなければ環境負荷の削減は達成できません。どう使っているか、その状況を見せたいことが重要です。従業員一人ひとりが環境を意識した仕事を実践することにより、「安全・安心」をお客さまや地域に伝えたい。

三島オリンパス(株) 代表取締役社長 高橋 紀昭



環境の視点を顧客へと推進させる担当者から

カスタマーサポート部という名称がこの春から品質環境サービス部になります。商品そのものを環境配慮型に変えていくことと同時に、環境に配慮した使い方をお客さまにアピールします。環境への取り組みそのものが事業に貢献するという発想に転換しなければなりません。

オリンパス(株)ライフサイエンスカンパニー ダイアグノスティックシステムズ カスタマーサポート部長 田原 高



事業場内での改善を推進する担当者から

ひとつの技術や設備だけでなく全体として「環境にやさしい事業場」になっていると考えてほしい。しかもそれらが大きな運用システムとしてつながって制御されています。改善効果が見て分かるので、改善スピードも上がるし、改善意欲につながります。

三島オリンパス(株) 総務グループ グループリーダー付 長谷川 要

社会との融合

情報開示／社会貢献

オリンパスの考えや行動を社会の人々に伝え、社会の人々がオリンパスに望むものを知るために、情報公開や双方向のコミュニケーションは欠かせません。企業市民としてステークホルダーに信頼されるためには、「社会にいかに関与するか」を視野に入れて事業を展開し、社会と融合していくべきだと考えています。

重点施策と目標

社会との良好な関係の構築

企業市民としてステークホルダーに信頼され、社会と融合していくためには、適切な情報開示と事業を活かした社会貢献が重要とオリンパスは考えています。

オリンパスは、情報開示方針と社会貢献方針を活動の指針としています。

情報開示方針（抜粋）

- ・社外の正しい理解と信頼を得るため
企業情報の公正かつ適時適切な開示
- ・開示手続きなどに関する社内規程を定め、
事業活動・上場を行う各国の法令や
証券取引上の規則を順守
- ・個人情報保護や関係者の権利の侵害に配慮

▶▶WEB 情報開示方針=
[http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/
compliance/disclosure/](http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/compliance/disclosure/)

社会貢献方針（抜粋）

経営資源が活かせる以下の4分野を重視した貢献

- ・医療・健康
- ・文化・芸術
- ・地球環境
- ・自然科学

市民社会の一員として、
社員の主体的なボランティア活動を推進

▶▶WEB 社会貢献方針=
[http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/
compliance/community/](http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/compliance/community/)

2006年度の実績

● 情報開示の方法

■ よりオリンパスについて知っていただくために
情報の重要性や内容によって、ニュースリリース、公告、説明会、ウェブサイト（ホームページ）など、最適な方法で情報公開を実施しています。また、オリンパスが展開するさまざまな事業分野の活動と社会へのかかわりを伝え、よりオリンパスについて知っていただけるよう、国内外の新聞や雑誌に企業広告を掲載しています。

● 主な社会貢献活動

■ 医療・健康

開発途上国への内視鏡システムの寄贈

2006年は、世界消化器内視鏡学会名誉会長からの依頼に基づき、現地調査を実施したうえで、Olympus Optical do Brasil Ltda. (OBL) が、貧しい人々への無料検査・治療や、ボランティアによる研修医教育を実践しているリオ・デ・ジャネイロの私立Santa Casa病院に内視鏡システムを寄贈しました。



寄贈した内視鏡ビデオスコープシステムとともに、OBL社長唐木（左）、Dr. Machado世界消化器内視鏡学会名誉会長ご夫妻（中央）、OBLサービスアドミニストレーションディレクターLucio（右）

消化器がんに関する啓発シンポジウムを主催

多くの方に胃がん、大腸がんなどの消化器がんの早期発見・治療について知っていただくために、日本全国主要7都市で専門家による啓発シンポジウム「がんの早期発見・早期治療にむけて」を主催しました。各会場では500人から1,000人の方が来場しました。

■ 文化・芸術

A DAY IN THE LIFE OF AFRICA^{*1}の展開

11月に13拠点目として、岡山デジタルミュージアムで写真展を開催し、連日1,000人を超える方が来場しました。1月、東京・オリンパスギャラリーでも開催しました。

*1 2002年にエイズ問題の啓発を目的としてオリンパスがプレミアムスポンサーとして参加した、世界26カ国の写真家約100人によるアフリカ53カ国の「ある1日」をそれぞれのカメラに収めたプロジェクト。出版された写真集の収益は全額アフリカのエイズ教育基金に寄付される。オリンパスでは、このプロジェクトの意義を伝えるため、2003年以降、国連、NPOと協力し、世界各地で写真展の開催や、4カ国語でWEBギャラリー▶▶WEBを提供している。

▶▶WEB A DAY IN THE LIFE OF AFRICA=
<http://www.olympus.co.jp/jp/event/DITLA/>

Cameras for Healingプロジェクト^{*2}への支援

Olympus Imaging America (OIMA) は、シエラレオネの人々の精神的な復興と活性化を目的に写真機材提供を通じた支援を2006年夏から開始しました。

^{*2} カナダの写真家モリス・アンリ氏が生きることの素晴らしさや自己表現についてカメラを通して紹介。内戦後の人々の心の傷や悲しみを癒し、復興と活性化を目的とした5年間のプロジェクト。1991年3月から2005年12月まで内戦状態にあったシエラレオネで、アンリ氏や心理学者など4人の講師と戦災者や旧少年兵も参加した2つの村で1カ月間のセミナーを実施している。



Cameras for Healingの様子

▶▶WEB <http://www.camerasforhealing.com>

海外フォトフィールドワークを支援

世界に通用するドキュメンタリーフォトグラファーの育成を目的にした日本写真芸術専門学校「海外フォトフィールドワーク」のブログによる情報発信▶▶WEBと、学生とオリンパス現地社員が協力した取材旅行途中の現地写真展を全面的に協力し、世界視点で活躍できるフォトジャーナリストの育成を応援しています。

▶▶WEB Lines of Sight ~それぞれのアジアへの視線~
<http://www.npi.ac.jp/pfw/blog.html>

■ 地球環境

ネイチャーフォトカレンダーの寄贈

オリンパスは1982年から制作したネイチャーフォトカレンダーを「(財)世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)」に寄贈し、その販売収益は自然保護活動資金にあてられています。



2007年オリンパス/WWFカレンダー

「地球温暖化の目撃者-岩合光昭スペシャルサイト」(GWW)の運営

2006年度から深刻さを増す地球温暖化の実態を知っていただくため、WWFジャパンの協力を得て、ホッキョクグマの生息地域で撮影

された写真と動画を公開するWEB特別サイト▶▶WEBを開設しました。サイトの映像を収めたDVDを制作し、販売収益をWWFジャパンに寄贈しています。

▶▶WEB
スペシャルサイト地球温暖化の目撃者=
<http://www.olympus.co.jp/jp/gww/>



地球温暖化問題が顕在化しつつあるとされるカナダのホッキョクグマの親子

■ 自然科学

わくわく科学教室の開催

「子どもたちに科学の面白さを伝えたい」と願い、社員を中心としたボランティアスタッフ・わくわくプロジェクトによって、小中学生対象のセミナーを2003年から行っています。2006年度は6回実施しました。

▶▶WEB わくわく科学教室=
<http://www.olympus.co.jp/jp/event/wakuwaku/>



科学未来館でのわくわく科学教室

自然科学観察コンクールに協賛

子どもたちに「科学する心を育む」機会を提供する、小中学生を対象としたコンクールを1960年にけんぴ鏡観察コンクールとして発足して以来協賛し、運営にも積極的に関わっています。

▶▶WEB 自然科学観察コンクール(通称:シゼコン)= <http://www.shizecon.net/>

|| 今後の目標

今後も、情報公開や双方向のコミュニケーションを積極的に推進し、「社会にいかに関与するか」を視野に入れて事業を展開し、技術や人員などの経営資源を活かせる社会貢献活動を継続していきます。



東京工業大学特任教授
駿河台大学経済研究所長・教授
水尾 順一さん

ステークホルダーから

医療など4つの分野で、貴社の技術やノウハウなどコアコンピタンス(中核的能力)を活かしたCSRが十分に開示されています。特に「BRAVE CIRCLE」大腸がん撲滅キャンペーンは、大腸がんの増加という時代背景を踏まえ、独自の経営資源を活かした「オリンパスらしいCSR」として高く評価できます。「世界に広げよう、勇気の輪」として、このキャンペーンの成功を祈念します。



オリンパス(株)CSR本部
CSR推進部長
竹内 康訓

オリンパスから

社会貢献活動は、企業活動としての社会に対する長期投資だと考えています。事業活動と同様に、経営理念に沿い、事業特性や経営資源を活かせる活動を意識して継続してきました。ご評価いただいた取り組みをはじめとする世界各地での消化器がん啓発活動は、その代表です。今後も「オリンパスらしい」社会貢献活動を続けていきたいと思っております。



2007年2月5日、都内で行われた“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンの記者発表の様子。左からキャンペーンに賛同してくれたANRIさん、加藤和彦さん、1人おいて平原綾香さん。右から2人目がオリンパスメディカルシステムズ株式会社代表取締役社長の森高治人

大腸がん撲滅キャンペーンを展開

大腸がんの罹患^{りかん}*1者数・死亡者数が増え続けています。大腸がんは初期段階では自覚症状がありません。しかし、簡単な検診で発見でき、早期に処置すれば死亡率がグンと下がることが分かっています。オリンパスメディカルシステムズ(株)が中心となり、大腸がん撲滅に向け、“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンをスタートさせました。

*1 病気にかかること



“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンのシンボルマーク

▶▶ WEB “BRAVE CIRCLE” 専用ホームページ=
<http://www.bravecircle.net/>

増え続ける大腸がん、低い検診受診率

「一つ一つ愛しくて 抱きしめたくて 手と手 手と手 ありがとう 勇気をくれる ……」

音楽家の加藤和彦さん、ANRIさん、平原綾香さんが歌うこの曲をお聴きになった方も多いかもかもしれません。これはオリンパスグループが展開する“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンのテーマソングです。加藤さんたちは、大腸がんで亡くなる人を一人でも減らしたいというオリンパスの思いに賛同し、キャンペーンに協力してくださったのです。日本では大腸がんの死亡者数がこの20年間で2倍以上に増加し、女性のがん死亡原因の1位に。2015年までの予測では男女のがん罹患患者数の1位になっています*2。大腸がんは早期発見し、内視鏡治療や外科手術などによって治る確率が高い病気なのです。それも便潜血検査（検便）という簡単な方法で調べられます。にもかかわらず、日本の検診受診率は18%台と低いまま。初期段階ではほとんど自覚症状がないことも、早期発見を妨げています。

*2 「がん統計白書2004」より算出

まず検診を受けましょうという呼びかけ

「胃がんや大腸がんなどの診断に使われる消化器内視鏡メーカーとして、できることはないか」

2006年夏、14～15人のメンバーからなる社内横断的なプロジェクトが開始され、テーマを大腸がんに絞ったとき、話しあわれたのは「まず事実を伝える。そして検診を呼びかける」というシンプルなことでした。治りやすいがんもある。大腸がんはその典型で、定期的な大腸内視鏡検診でほぼ予防できる。しかし、検診受診率が低い。それ以前に、検便という簡単な方法で分かるのだから、まず検診を促そうと。

キャンペーンCMは2007年2月から首都圏を中心に流れ、3月には全国主要都市にも展開。TVの情報番組などマスコミに取り上げられたことから反響も大きく、一般の方々からは「キャンペーンによって大腸がんの現状を知り、今年から毎年検査をしようと思っています」「がん撲滅という言葉は重く暗く響きますが、このキャンペーンの場合はとても自然で好感がもてました」といったコメントをいただいたり、訪問先のお医者さまから「CM見たよ。よいことを始めたね」と声をかけられることもあります。

キャンペーンソングを患者さんの待合室に流したい、ポスターを貼らせてほしいなど多くの問い合わせもいただいています。しかし、これをオリンパスだけの活動に終わらせるつもりはありません。“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンには「勇気をもって大腸がんに立ち向かっていく

輪を広げていこう」という意味が込められています。これは“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンに関わるメンバーが活動に託す思いです。より多くの団体・医療機関・企業・個人の参加を得て、社会的な活動へと広げていくことがこれからの目標です。

海外での大腸がん撲滅キャンペーン



大腸がん撲滅キャンペーンを展開しているのは日本だけではありません。アメリカでは、オリンパス アメリカ (OAI) が1998年からNCCRT (結腸直腸がんラウンド・テーブル) に加盟し、大腸がん検査の啓発活動に取り組んできました。▶▶WEB

主な活動としては、結腸直腸がん研究連盟 (NCCRA) への寄付、がん研究・防止基金 (CRPF) の活動支援や、27歳で結腸がんを克服したMolly McMasterさんが創設したColon Clubと、同団体による50歳以下の人々に結腸直腸がん克服経験者ががん検査・検診を呼びかける、結腸直腸がん防止教育ツアーのスポンサーにもなっています。このツアーに使われる“Colossal Colon”は、長さ40フィート、高さ4フィートの大腸モデル。中に健康な大腸の組織や複数の病変部分があり、人が入ってその様子を見ることができます。カナダ、チェコ、韓国でも検診を呼びかける広告やPRを実施しています。



直腸がん予防のキャンペーンのシンボルマーク (上) と “Colossal Colon” キャンペーンで使用し、人が入る大腸のモデル (下)

▶▶WEB <http://www.crcawareness.com/>
<http://www.olympusamerica.com/crcawareness>



プロジェクト立ち上げのリーダーから

ニーズ探索など企画段階でのプロジェクトリーダーを務めました。日本でつくられた内視鏡が世界中でがんの早期発見・治療に貢献しているため、がん患者が減らない日本でも早期発見・治療で多くの人が助かる機会を増やせば、という思いがあります。

オリンパスメディカルシステムズ(株)
営業企画本部 マーケティング部
ソリューショングループ課長・グループリーダー
前河原 稔明



医療関係者への情報提供担当者から

われわれはきっかけをつくっただけで、本当の活動はこれから。多くの人々と手をたずさえ、大腸がん検診が当たり前の社会をつくらなければなりません。そうすれば大腸がんで亡くなる人を減らすことができます。

オリンパスメディカルシステムズ(株)
営業企画本部 マーケティング部
内視鏡販売促進グループ 課長代理
朝日 健介



メディアを通じて認知を広げる広報担当者から

メディアを通じてキャンペーンの情報を流したり、雑誌などで専門のお医者さまに大腸がんの解説をしていただくなど、一般の方に検診の重要性についてより理解を深めていただけるように工夫しています。

オリンパス(株)
経営企画本部 広報・IR室
課長代理
村上 晋一郎



キャンペーン全体の企画・運営担当者から

ただ単に、大腸がん検診の重要性について訴えてもなかなか耳をかしていただけないので、今回は音楽の力で、皆さんの共感を得つつ、検診の大切さを呼びかけていきます。より多くの方が抵抗感なく参加できる活動に育てていきたいと考えています。

オリンパスメディカルシステムズ(株)
統括本部 経営企画部
経営企画グループ 課長代理
山岡 正雄



大腸内視鏡の開発企画担当者から

仕事をやりくりしながら自発的に企画に加わってくれた開発メンバーもいます。もともと社会的責任の重い仕事をしているという意識が強い。先輩たちから連綿と受け継がれた職場文化なのでしょう。

オリンパスメディカルシステムズ(株)
第1開発本部 新規事業開発PJ
企画グループ 課長・グループリーダー
飯田 善洋



CM制作等に関わる宣伝担当者から

一般の方々へのキャンペーンは医療分野では初めての経験。音楽でムーブメントを起こそうとまとめたのは昨年11月後半。それから2月のキャンペーン開始までは駆け足でした。これからは世界各国の大腸がんキャンペーンと連携できないかと考えています。

オリンパス(株) コーポレートセンター
宣伝部 医療グループ
グループリーダー
中島 伸浩

国内拠点の取り組み

このページでは国内拠点の環境取り組みと地域への貢献活動の抜粋をご紹介します。詳細なレポートはホームページ▶▶WEBをご覧ください。

▶▶WEB 国内拠点の取り組み = <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/data/2006/domestic.cfm>

1 辰野事業場
(長野県上伊那郡)

デジタルカメラ・液晶検査装置・工業用内視鏡・高速プリンターの生産・自動化設備の生産、半導体の研究開発、野菜の生産

・7月の集中豪雨の際、道路が封鎖され、多くの社員が出勤できない状態が続いたことをきっかけに、防災組織を管理職主体の体制に見直し、災害に備える体制を確立。
また、各関係会社、事業部門代表者によるCO2削減プロジェクトを中心に、削減活動を展開し、成果・環境意識が向上。




総務グループ
松尾 厚



集中豪雨で寸断された、社員の通勤ルート国道153号

4 オリンパスロジテックス (株)
(神奈川県川崎市)

製品倉庫および物流業務

・最上階の5階に環境配慮を優先し、約10,000㎡の屋根に断熱コーティングを実施。月平均で最大マイナス8.8℃の成果に。




環境事務局 久保村 勉



断熱コーティング施工

2 伊那事業場
(長野県伊那市)

光学顕微鏡の生産

・アスベストの除去工事を実施（その他の対応処置はP14）。工場の操業に欠かせない設備が設置されていた機械室が対象だったが、工場の操業を確保しながら除去作業を進めるため、順次機械室内の設備を順番に移動させ、除去工事を完了。




総務グループ
唐澤 勝美(左)、水谷 聡(右)





アスベスト除去工事


5 東京事業場
(東京都新宿区・渋谷区)

本社管理部門、販売部門、修理部門ほか

・「第29回渋谷区くみんの広場 ふるさと渋谷フェスティバル2006」に11月3日、4日に「区民」として5年連続参加。1,000名以上のお客さまに現像した写真の無料プレゼントや実体顕微鏡による昆虫・草花の観察会を通し、地元住民の方々と交流。

総務部東京総務グループ
林 佐登留



渋谷区民フェスティバル

3 三島オリンパス (株)
(静岡県駿東郡)

血液分析装置の開発・製造およびサービス

・2007年4月から新拠点へ移転に際し、所属するオリンパス(株)ダイアグノスティック事業部に環境推進委員会を設け、自然環境と調和し、CO2の大幅削減を図る建物建設ならびに取り組みを推進(P17-18)。




総務グループ 長谷川 要



ダイアグノスティック事業部
環境推進委員会

6 本社・ケイエスオリンパス (株)
(東京都新宿区など全国26営業所)

医療用内視鏡、顕微鏡の販売

・紙、ゴミ、電気の削減に加え、営業業務の中での環境負荷低減活動を推進。特に、お客さまにより環境負荷の少ない製品をお使いいただくため、オリンパスエコプロダクツや独自の環境影響評価によって製品の環境特性を理解したうえで営業活動を展開。




ISO・情報担当 植西 健治



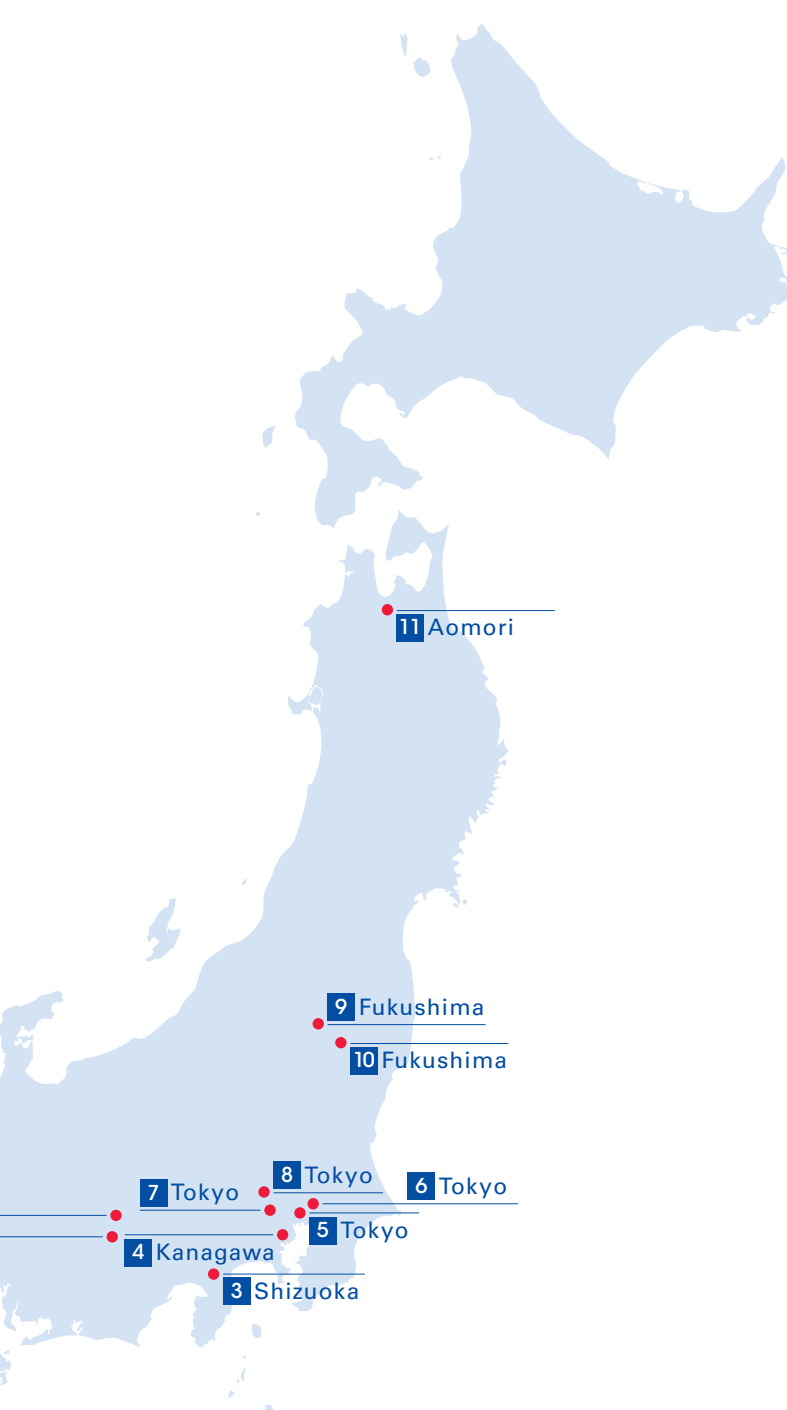
「いわて地球環境にやさしい事業所」の認定を受けた盛岡営業所

事業場を説明するマークについて

-  工場など製品の生産を行う事業場
-  製品の倉庫や物流業務を行う事業場
-  基礎研究や技術開発など、製品の研究・開発を行う事業場
-  製品の販売を行う事業場
-  製品の修理およびサービスを行う事業場

1 Nagano

2 Nagano



7 技術開発センター
(東京都八王子市)

医療、映像、情報領域における基礎研究、要素研究・開発、新製品開発、生産技術の開発

・空調機のインバータ化による省エネ、空調設備の管理徹底、事業場間の連絡バスを省エネタイプに切り替えることにより、事業場のCO₂を730ton-CO₂(対計画比)削減。

・地元の自治会役員15名を招待して、安全で環境に配慮した事業場の見学会を実施。

八王子総務部設備環境グループ環境チーム
田中正彦(左)、中野昇(右)

地域住民との交流での高林八王子事業場長挨拶

8 日の出工場
(東京都西多摩郡)

医療用、工業用内視鏡および超音波製品の生産

・製造ラインに加えて、生産技術・品質管理部門でも通常業務の中での省エネ、廃棄物削減などの環境負荷削減を推進。

・特に、エネルギーの無駄排除・廃棄物削減も目的とした、ラインの品質維持をチェックする「毎日監査」などにより、材料費ベースで62%の不良品削減(対2001年度比)に成功。

日の出工場品質グループ
萩野 隆之(左)、山岸 清子(左から2人目)、齋藤 毅(右から2人目)、森 哲寿(右)

毎日監査

9 会津オリンパス(株)
(福島県会津若松市)

医療用内視鏡の生産

・「環境フェスタinあいづ」に14回連続で協賛。環境負荷の現状や環境への取り組み事例を紹介。環境フェスタ内のスタンプラリーへの協力、食堂残飯をリサイクルした肥料の無料配布や「チーム・マイナス6%」をテーマにした環境クイズ、パンフレットの無料配布などのアトラクションを実施。

総務グループ 渡辺 一晴(左)、環境フェスタinあいづ 池田 康夫(右)

10 白河オリンパス(株)
(福島県西白河郡)

医療用機械器具の生産

・生産設備の廃止や空調機の省エネを推進し、CO₂を削減。また、社員寄付によるリサイクルバザーの収益金での桜の苗木の構内植樹を毎年継続し、僅かではあるが当社からのCO₂を吸収。

・地域貢献として従業員参加による毎年2回の献血を継続的に実施。

2003年度に受賞した、労働厚生大臣賞を手にする業務推進グループ
川村 幸一(左)、鈴木 浩(右)

毎年継続の結果、18本植樹された桜

11 青森オリンパス(株)
(青森県黒石市)

医療用処置具の生産

・従業員85名参加による従業員の環境意識の向上と地域貢献を目的とした、国道102号線の「大クリーン作戦」を実施し、ゴミ140kgの回収に成功。

総務グループ 山田 信之

大クリーン作戦

海外拠点の取り組み

このページでは本年度の海外拠点の環境取り組みと地域への貢献活動の抜粋をご紹介します。
 詳細なレポートはホームページ▶▶WEBをご覧ください。

▶▶WEB 海外拠点の取り組み = <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/data/2006/overseas.cfm>

1 KeyMed (Medical & Industrial Equipment) Ltd.
 (イギリス・サウスエンドオンシー市)
 内視鏡製品の販売・修理および開発・生産

- ・社内の一般廃棄物管理方法を見直し、電動自動車で廃棄物を回収し、社内で圧縮処理を実施。その結果、廃棄物の分別も改善。
- ・2007年初めに画期的な技術を導入した、新たな医療機器製造センターの竣工を予定(P18)。




Group Environment Manager,
Andrew Vaughan

ゴミ回収専用の電気自動車

3 Olympus Winter & Ibe GmbH (OWI)
 (ドイツ・ハンブルグ市)
 内視鏡製品の開発・生産・販売・サービス

- ・ISO14001の維持継続に加え、ハンブルグ市の環境パートナーシップの認証維持。
- ・CO2排出の大幅削減のため、特に以下の省エネ活動に注力。
 - 全エリアに省エネ照明を設置
 - 空調用熱交換デバイスと給水に、廃熱を利用




Head of Quality and Environmental Management,
Peter Gaedicke

サービス部門の新しい熱交換器の検査

5 Olympus Optical Technology Philippines, Inc. (OPI)
 (フィリピン・セブ)
 生物顕微鏡の製造

- ・2006年5月にISO14001:2004年改訂版への移行に成功。特に、適切な廃棄を確実にするための監査を実施し、廃棄物の処理業者や輸送者を慎重に選出。
- ・東アジア有数の渡り鳥の中継地点、オランゴ島の沿岸地域1,028haに、社員がマングローブを植林。




Environmental Management Representative, General Affairs Section Manager,
Kunihiko Iizawa

社員によるオランゴ島マングローブの植林





2 Olympus Life And Material Science Europa GmbH
 (アイルランド・クレア州 アイルランド支社)
 血液分析機用試薬の開発・生産

- ・セントラルヒーティング用に木のチップを燃やすカーボンニュートラルな*1バーナーを設置。柳を利用した水処理設備を設計中。
- ・多くの従業員がボランティアとして仕事・企業や科学の意義を教えるJunior Achievement*2のトレーニングプログラムに参加。

*1 化石燃料と同様に二酸化炭素 (CO2) を発生するが、植物は、成長過程で光合成によりCO2を吸収しており、ライフサイクル全体で見ると大気中のCO2を増加させず、収支はゼロであると考えられることから、CO2の増減に影響を与えない性質をもつ、植物など生物由来の燃料のしくみのこと。

*2 オリンパスを含めアイルランドにある140を超える企業が支援している非営利団体。

Senior Environmental Health&Safety Officer,
Susan Keane

セントラルヒーティング用のバーナーの木のチップ

4 Olympus Europa GmbH (OE)
 (ドイツ・ハンブルグ市)
 ヨーロッパ子会社の親会社、ヨーロッパグループ会社のサポート

- ・言葉によらないコミュニケーションの舞台「Silent Scene」*3の公演チケットの購入および学校への配布。
- ・国連の「持続可能開発教育の10年」の支援の一環として、オリンパスの事業と戦略のCSR側面についてハンブルグの商業学校の学生とCSR推進部が対話。

*3 ドイツ北部にあるレンツブルクで開催された、耳が聴こえない経験を共有化し、社会的偏見の克服を目的に、(ジェスチャー、顔の表情、ボディランゲージ、手話など)言葉によらないコミュニケーションを視覚化するパフォーマンス。




Department Manager
Corporate Governance,
Stefan Behringer

「Silent Scene」の公演



- 事業場を説明するマークについて
- 工場など製品の生産を行う事業場
 - 基礎研究や技術開発など、製品の研究・開発を行う事業場
 - 製品の倉庫や物流業務を行う事業場
 - 製品の販売を行う事業場
 - 製品の修理およびサービスを行う事業場

6 Olympus (Beijing) Industry & Technology Ltd. (Pan Yu Factory)
 (中華人民共和国・広州市)

映像関連製品の製造

- ・広州市から消防安全体制を評価され、“広州市重点消防企業先進個人”を受賞。
- ・2004年版環境マネジメントシステムISO14001の外部監査を指摘0件でパス。
- ・環境月間、安全生産月間に「環境安全知識講座」、「公傷事故ケース分析」活動を実施し、社員の環境安全意識を向上。
- ・廃棄物の管理、水・紙・日常消耗品削減により、10%以上の費用削減。



環境安全知識講座の様子



環境安全事務局
Qiang Deng



環境安全事務局
Jianzhong Chen

7 Olympus (Shenzhen) Industrial Ltd.
 (中華人民共和国・深セン市)

カメラの組立および部品加工 (レンズ・モールド)

- ・深セン市政府「深圳廃棄物削減活動」に参加し、「優秀企業」の称号と奨励金を受賞。
- ・主催団体からの要請で深セン市ハイテク成果展覧会の“クリーン生産企業”コーナーへ成果掲示に参加。
- ・「深圳市循環経済模範モデル」の称号を受賞。
- ・6月の環境月間活動で環境月間マーク募集活動を実施。
- ・工場内で植樹活動を実施。



総務統括部
環境推進部
Ying Luo



「深圳廃棄物削減活動優秀企業」
優秀賞受賞式

10 Olympus America Inc./ Olympus Imaging America Inc. (Corporate Headquarters)
 (アメリカ・ペンシルベニア州)

[本社]
 米国の本社機能と製品のマーケティングと販売

- ・本社の設備 (P18) をより環境に配慮する以下のプログラムを導入。
 - 不要なOA紙、プラスチック、缶、ダンボール、PC電子機器等のリサイクル
 - 社内託児所の遊具に再生材を利用
 - 従業員の作業スペースに人間工学を導入
 - 緊急訓練の実施
- ・OIMA (Happague市, New York州) の Reverse Supply Chainグループによる修理品の部品回収。



Reverse Supply Chain Group



Facility Manager,
Joseph Badalamen (左),
Chief Compliance Officer,
Robert Morse (右)



再生材を利用した
社内託児所の遊具

8 Olympus Medical Equipment Services America, Inc. National Service Center (NSC)
 (アメリカ・カリフォルニア州)

医療機器の修理・サービス受付・配送センター

- ・照明器具の点灯センサーを設置、1/3~2/3の照明がつくようスイッチの調節により電気消費量を8%削減。
- ・世界環境デー記念イベントとして、参考資料の配布、地球温暖化・省エネ・公共交通機関・ソーラーエネルギーや自転車に関連するクイズなどを実施。
- ・徹底したゴミの分別リサイクルプログラムで、50%以上の埋立ゴミを削減。



Environmental Health,
Safety & Facility
Senior Manager,
Pad Kemmanahalli



世界環境デー記念イベント

9 Olympus Canada Inc. (OCI)
 (カナダ・オンタリオ州)

医療機器、顕微鏡システムなどの販売

- ・本社設備の改装に際して、OAIの家具・オフィス機器を再利用し、設置。
- ・公共交通機関の案内を促進し、スタッフの車通勤を減らす工夫を促進。



Director of Operations,
Kim DeJonge



OCI本場で再利用される
OAIの家具

11 Olympus America Inc. (Irving Facility)
 (アメリカ・テキサス州)

[ガラス事業場]
 分析機システムの配送、修理、サービス受付、医療製品のカスタマーサービス、カメラの修理

- ・廃棄物の削減取り組みを続け、電子スクラップのリサイクルが大幅に増加。
- ・職場内の危険や安全に関わる慣行を監査・予防し、全従業員に安全衛生教育を行う、職場安全衛生委員会を設立。2006年度の労災記録は、ゼロを達成。
- ・アメリカがん協会の水仙デーに参加。



Manager Distribution of
Center, Carles Zerbo (左),
Quality Assurance
Engineer Facility Manager,
Brian Burgess (右)



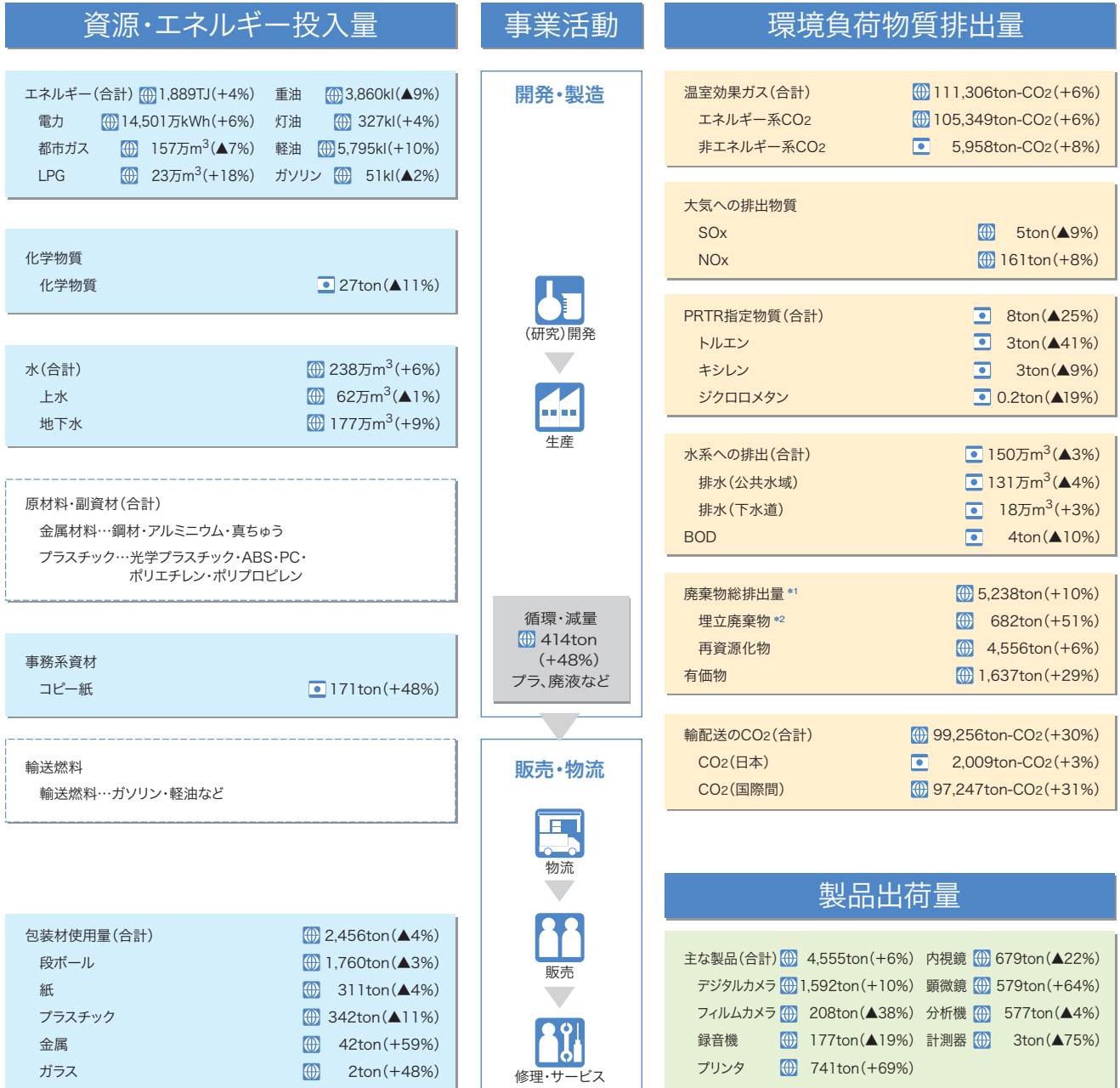
Irvingでの職場安全監査

オリンパスグループの事業活動と環境影響

オリンパスの事業活動はさまざまな面で地球環境に影響を与えています。この影響を定量的に把握し、効率的に無駄を抑えて環境負荷の最小化をめざしています。2006年度はエネルギーや廃棄物削減の取り組みを進めましたが、製品出荷の増加にともなって資源・エネルギーの投入量が増加しました。

▶▶WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/environment/emangement/eimpact.cfm>

■事業活動による環境影響

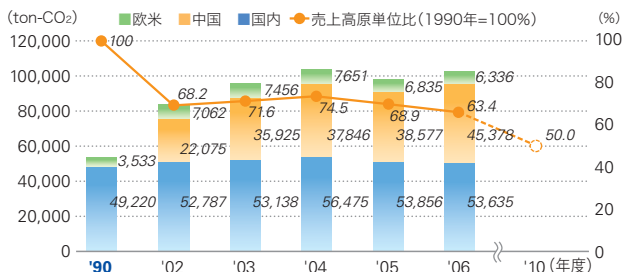


国内生産事業場のみ グローバルの生産拠点 ()内の数値は前年度比

*1 廃棄物総排出量＝廃棄物は埋立廃棄物と再資源化物を意味し、有価物を含んでいません。また、廃棄物のみ、物流拠点を含めた数値となっています。
 *2 埋立処理を前提に排出する廃棄物を指します。焼却などの減量化処理を経て、そのうちの一部を埋立処分しています。

温室効果ガス：エネルギー系CO₂排出量

■エネルギー系CO₂排出量および売上高原単位の推移



※全生産拠点の推移を記載
 ※温室効果ガス換算係数の出典は以下のとおり
 日本:2005年公表の環境省換算係数および電気事業連合会公表の換算係数
 なお、2006年度の電力の換算係数は上記における2005年度のものを使用
 海外:GHGプロトコル換算係数 (<http://www.ghgprotocol.org>)

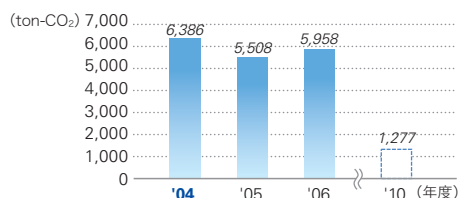
エネルギー系CO₂排出量1990年度比 -37%(売上高原単位)

2010年度目標:CO₂売上高原単位-50%(対1990年度比)

エネルギー系CO₂排出量は105,349ton-CO₂、売上高原単位は37%減少(1990年度比)となり、2010年度目標に対して順調に推移しています。生産増加にともなってCO₂排出量の増加はありましたが、2006年度は新三島事業場の稼働に際しての環境設備の導入(P17-18)を進めるとともに、日常の省エネ活動・生産効率化を継続して行ってきました。2010年度目標の達成に向け、生産プロセスに踏み込んだエネルギー削減活動により積極的に取り組んでいきます。

温室効果ガス：非エネルギー系CO₂排出量

■非エネルギー系CO₂の推移



※1996年IPCC(気候変動に関する政府間パネル)公表の換算値を用いて算出

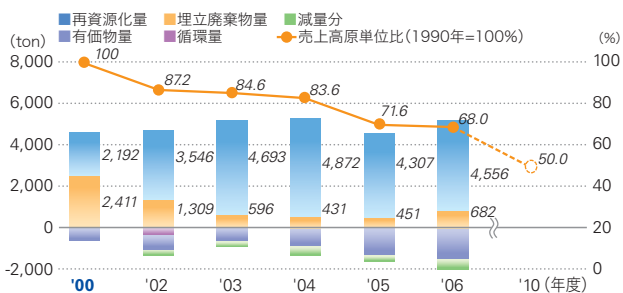
非エネルギー系CO₂排出量前年度比 +8%

2010年度目標:CO₂売上高原単位-80%(対2004年度比)

ほこり飛ばし用の噴射剤、洗浄剤、半導体製造のエッチング使用にともなう非エネルギー系CO₂排出量は5,958ton-CO₂となり、2005年度比で8%増加となりました。増加の要因は、旧坂城事業所の移転にともなう洗浄剤の廃棄や、設備からの液漏れにより排出が増加したためです。2010年には非エネルギー系CO₂排出量80%削減(2004年度比)という目標達成に向け、使用量の削減や洗浄剤の代替、除害装置の設置といった技術開発の面での取り組みを継続していきます。

省資源・再資源化：廃棄物総排出量の推移

■廃棄物発生量の推移



※2005年度から再資源化量を詳細に区分したことにより2004年度以前のデータと前提が変わっています。詳細区分は有価物量・循環量・減量分・再資源化量です
 ※2005年度報告から、「中間処理委託量」は「埋立廃棄物量」に項目名が変更

廃棄物総排出量 2000年度比 -32%(売上高原単位)

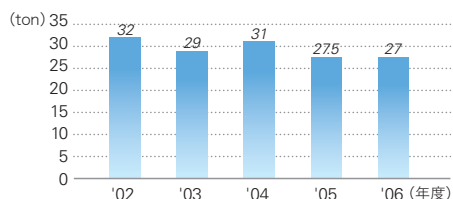
2010年度目標:売上高原単位-50%(対2000年度比)

廃棄物総排出量は5,238ton、売上高原単位は32%減少(2000年度比)となり、2010年目標に対して順調に推移しています。日本国内では分別徹底による有価物化や拠点統合の効果もあり、廃棄物量が減少しました。一方、欧米においては実験設備の増設にともない、廃液量が増加しました。今後も、できるだけ少ない資源での生産活動に取り組みます。

※廃棄物総排出量とは、再資源化量と埋立廃棄物量の合計です

化学物質の安全管理：PRTR 物質の取扱量推移

■PRTR 物質の取扱量推移



※基準年は太字で示しています

総取扱量 27ton、前年度比 -0.5ton

2006年度のPRTR法対象物質の総取扱量は27tonで前年度比0.5tonの減少となりました。今年度は、生産増加にともない増えた物質や滅菌ガスなどもありますが、コート剤変更により削減した溶剤もあり、オリンパスグループ全体では微量ですが削減されました。新規化学物質の導入時での厳しい審査や、大量に使用する工程への技術的支援など、積極的な働きかけを今後も続けていきます。

環境会計

オリンパスでは環境保全コストと環境保全にともなう効果を定量的に把握する手段として、環境会計を導入しています。

2006年度は、新三島事業場温暖化対策 (P17-18) をはじめ地球環境保全コストや国内外で強化される、オリンパスエコプロダクツの市場導入 (P15) のための研究開発コストや、製品環境法規制に対応 (P16) するため、上流コストが増加しました。

▶▶WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/environment/emanagement/eaccounting.cfm>

集計期間: 2006年4月1日~2007年3月31日
 集計対象範囲: 日本・中国における事業場
 当該期間のオリンパスグループ(連結)の設備投資額=44,696百万円
 研究開発費=55,531百万円
 金額単位=(百万円)

■2006年度環境会計 (2006年度3月31日現在)

分類	取り組み内容	内容参照ページ	環境保全コスト			環境保全にともなう効果	
			設備 (前年度比*1)	費用 (前年度比*1)	Total (前年度比*1)	環境保全に関する経済的效果	環境保全に関する定量的効果
上流コスト	グリーン調達 グリーン購入	▶▶WEB	77.6 (前年度0)	505.7 (+105%)	583.3 (+137%)	国内グリーン購入: 39.4	国内グリーン購入率: 61.7% 国内社用車エコカー率: 80%
研究開発コスト	オリンパスエコプロダクツ開発 製品環境アセスメントの実施	P15	3.0 (前年度0)	367.3 (+113%)	370.3 (+115%)	④ エコプロダクツ総売上高: 91,863(グループ連結)	④ エコプロダクツ総販売実績: 2,740,971台(グループ連結)
事業エリア内コスト	公害防止設備更新、 設備修繕	P15-18	42.1 (▲65%)	162.7 (▲77%)	204.8 (▲75%)	国内公害・苦情訴訟費用: 0 国内公害・苦情罰金・科料: 0	国内公害訴訟: 0件 国内周辺住民からの苦情: 0件
	新三島事業場温暖化対策		269.1 (+675%)	93.9 (▲16%)	363.0 (+148%)	エネルギー費用: 2,441	CO ₂ 排出量: 104,497ton-CO ₂
	資源の有効活用 廃棄物処理 リサイクル		0.0 (▲100%)	489.0 (▲92%)	489.0 (▲92%)	埋立廃棄物処理委託費用: 22.5 リサイクルによる有価物売却収入: 59.3	埋立廃棄物量465ton
下流コスト	製品回収・包装最適化	▶▶WEB	0.1 (0%)	4.9 (+8%)	5.0 (+8%)	—	—
環境管理活動コスト	アスベスト調査・対応 ISO14001管理・運用 環境コミュニケーション	P14-15	147.3 (+458%)	328.8 (▲59%)	476.1 (▲43%)	—	ISO14001認証取得事業場: 15サイト (全生産・開発拠点15サイト中)
環境損傷対応コスト	旧坂城事業所 土壌調査・浄化	P16	62.6 (前年度0)	0.0 (前年度0)	62.6 (前年度0)	—	—
社会活動	社会・地域貢献	P23-24	0.0 (▲100%)	5.7 (+6%)	5.7 (+2%)	—	—

オリンパスの環境会計の集計方法

- 2004年度分から「環境会計ガイドライン(2005年版)」を参考にし、集計しています。
- 環境保全を明確に分離できないコストと減価償却費は、無理に按分計算は行わずその全額を計上していません。
- 環境保全にともなう経済効果のうち、推定的効果*2などの根拠の乏しいものは除外しています。
- 過去の環境会計の推移(環境省基準)・詳細については、ホームページをご参照ください。

*1 前年度が0となっている場合、比較ができないため、当該コストには(前年度0)と明記しています。

*2 推定的効果=実施した環境保全活動の結果、仮想的な計算に基づいて推計される収益・費用のこと。

例えば、公害防止のための設備投資・費用によって、回避された公害事故についての損害賠償や環境修復費用などです。

報告書・ホームページの見方

CSR・環境情報の全体像

本報告書では、オリンパスグループの企業活動の全体像を分かりやすくお伝えするために、2006年度における新たな取り組みや、重要な事柄を選び、情報を開示しています。
 オリンパスグループのCSR活動に関する網羅的な情報および詳細な事例はホームページに掲載しています。



WEB記載マークについて ▶▶WEB

より詳しい情報がホームページに記載されている場合に表示しています。冊子の各項目の内容がどこに掲載されているかは「WEB補足資料」▶▶WEBをご参照ください。

▶▶WEB WEB補足資料＝

<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/wdata/>



「WEB補足資料」にリンクを掲載しています。
<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/wdata/>

編集後記

本報告書、ホームページの作成にあたっては、海外を含めて関連部門の多くの社員も原稿の作成に協力し、報告書作成作業部会で検討を重ねました。また、初めての試みとして、オリンパスグループにどのような取り組みが必要とされ、報告を求められているかを知るため、施策ごとに専門家・ステークホルダーによる第三者意見をいただきました。
 今後も、ステークホルダーの皆さまとの対話を一層進め、CSRに関わる方針・施策の立案・実施に活かし、持続可能な社会の実現に向けて取り組んでまいります。
 今年もぜひ多くのご意見、ご感想をお寄せいただければ幸いです。

2006年度 CSR活動・情報に関する外部からの表彰

- 2006年10月 倒立型電動顕微鏡IX81キット包装 日本パッケージングコンテスト包装技術賞「ロジスティクス賞」
- 2006年11月 日興アイ・アール株式会社「2006年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング」でオリンパスの投資家情報ページが精密業界第1位
- 2006年12月 2007年オリンパス/WWFカレンダー「Alcheringa/最古の時をいまに刻む、オーストラリア」第58回全国カレンダー展「経済産業大臣賞」
- 2007年 1月 Olympus (Shenzhen) Industrial Ltd. 深セン市「深圳廃棄物削減活動」優秀企業
- 2007年 3月 オリンパスCSR・環境活動ホームページ「環境goo大賞」企業部門・優秀賞



第58回全国カレンダー展「経済産業大臣賞」を受賞するオリンパス(株)経営企画本部ブランド戦略室長 矢野賢一



社会環境報告書をご覧の方へ
 ▶▶WEB補足資料
 ホームページ内に「WEB補足資料」を表示しています。

オリンパスCSR・環境活動ホームページ
<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/>

表紙について

今年の社会環境報告書の表紙は持続的発展が可能な社会・環境に貢献していくことをめざすオリンパスのCSR・環境理念と合致し、「人と自然の新しい関係性」をテーマとした、版画家遠藤亨氏の作品を採用しています。

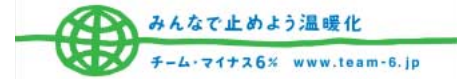




Smile for the Earth

人と地球の環境調和のために。

このロゴマークはオリンパスグループの環境活動のシンボルマークです。オリンパスグループは人と地球がこのような微笑みをし続けていけるよう、人と地球のための活動に取り組んでいます。



「チーム・マイナス6%」は地球温暖化の解決のため、日本が世界に約束した、温室効果ガス排出量6%の削減を実現するための国民的プロジェクトです。オリンパスグループは目標の実現のため、2005年7月から「チーム・マイナス6%」に参加しています。

OLYMPUS®

オリンパス株式会社

お問い合わせ先

CSR本部 CSR推進部

〒163-0914
東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス
TEL:03-6901-3960 FAX:03-3340-2062
E-mail: csr_info@ot.olympus.co.jp

品質環境本部 環境推進部

〒192-8507
東京都八王子市石川町2951
TEL:042-642-2872 FAX:042-642-9017
E-mail: environ@ot.olympus.co.jp

オリンパスCSR/環境活動ホームページ <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/>

TREEFREE



本報告書は、竹パルプ100%の非木材紙「タケハルキー-GA」に水なし印刷で、大豆油インキを用いて印刷されています。

発行2007年6月(前回発行2006年6月)
次回発行予定2008年6月
X020-07J①0706T Printed in Japan