

Social

IN

Social Value
IN the Company

2009

はじめに

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年からコーポレート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」を発行しています。

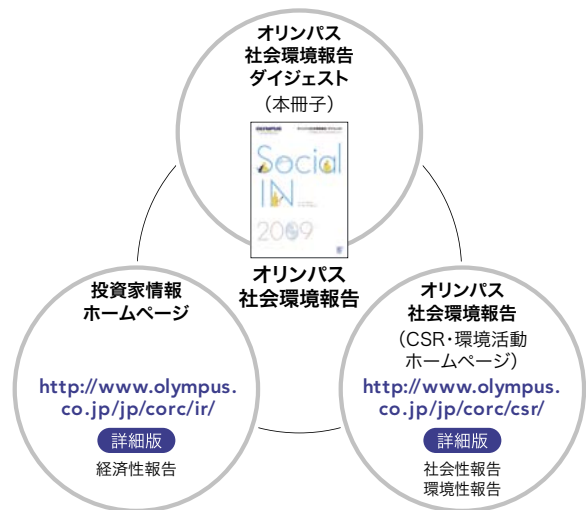
2009年からは取り組みをより分かりやすくお伝えするため、従来の企業行動憲章(P3参照)別からステークホルダー別のページ構成に見直しました。

社会環境報告の全体像

オリンパスでは、2008年からグループの企業活動を分かりやすくお伝えするため、ホームページで網羅的な情報および詳細な事例を掲載しています。冊子ではホームページから年度の方針・取り組みや重要な事柄を抜粋し、「オリンパス社会環境報告 ダイジェスト」として報告しています。

オリンパスの社会環境活動報告の詳細は以下のホームページをご参照ください。

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



WEB WEB記載マークについて

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詳細資料」をご参照ください。

WEB WEB詳細資料=
<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/wdata/>



グループの社会・環境活動の方針、詳細事例・情報を企業行動憲章(P3)別にご紹介しています。

ホームページ内に「WEB詳細資料」を表示しています。

お客さま、株主・投資家の皆さまなど、対象者ごとにおすすめの情報を「対象者別取り組み紹介」でご紹介しています。

報告の対象範囲

対象期間：2008年4月1日～2009年3月31日

対象組織：**経済性報告** 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 オリンパスグループ本社および国内主要生産・物流系子会社、海外主要生産系子会社

※ ITXグループについては原則として報告の対象としていません。

※ 環境データについては、データを精査した結果、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。

参考にしたガイドライン

環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」

※ 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、ホームページに記載しています。

環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」

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/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 〒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

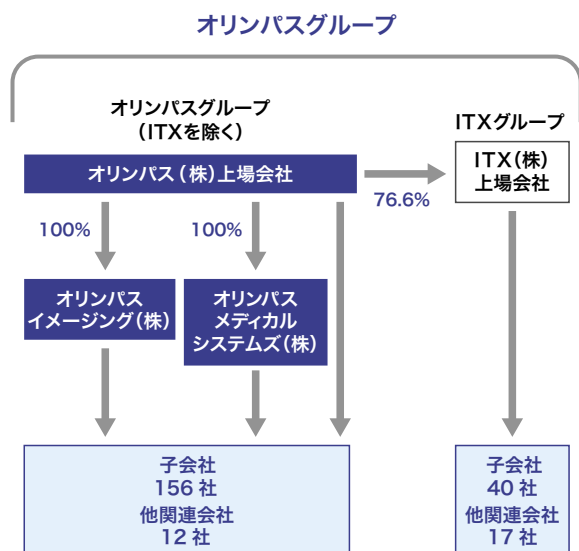
資本金 48,332百万円

連結従業員数 36,503名

単体従業員数 3,308名

連結売上高 980,803百万円

オリンパスグループ構成概略図



※パーセンテージは議決権所有割合

目次

オリンパス・ビジョン	3
オリンパス 2008年度社会・環境活動ダイジェスト	5
01 お客さまのために (社会性報告)	7
02 お取引先のために (社会性報告)	9
03 従業員・従業員のご家族のために (社会性報告)	11
04 社会のために (社会性報告)	13
05 環境のために (環境性報告)	15
06 地域のために (社会性報告・環境性報告)	19
オリンパス 経済・社会・環境活動 パフォーマンスデータ概要	21
第三者意見	23

オリンパス・ビジョン

「Social IN」—「価値創造企業」として 人々の健康と幸せな生活を実現する

2008年度は前半ばまでの堅調さが一転、サブプライムローン問題を契機に未曾有の経済危機により、オリンパスも内外ともに厳しい局面に直面しました。コンシューマー商品を扱う映像分野、そして医療事業分野においても、景気後退を背景に業績の急激な悪化を余儀なくされました。こうした状況下、オリンパスは「Social IN」という経営理念のもと、2007年買収した英国医療機器メーカーとの経営統合を進めるなど、オリンパスグループの事業基盤の強化を図ってきました。

経営理念の「Social IN」とは、「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」ことです。その実現のためには社会に価値を提供しながら、企業価値の最大化を図る必要があります。「企業価値」とは「財務的価値」と「知的資本価値」の総和と捉えていますが、企業価値を高めるには、企業体質そのものを高めることであり、社員一人ひとりの価値を高めることであると考えていま

す。また、企業価値の最大化とは株主価値の最大化だけではなく、すべてのステークホルダーが誇りを持ち、信頼の絆を結び、Win-Winの関係をつくることと考えています。

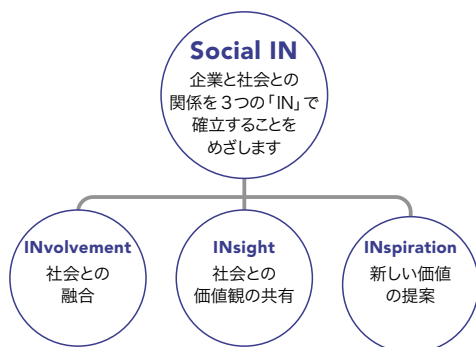
従業員やその家族、お客さまやお取引先、株主、さらには地域や社会といったステークホルダーとの間でWin-Winの関係を築くため、オリンパスは活動を進めています。そのひとつとして、2004年10月から国連が提唱する「グローバル・コンパクト(GC)」に参加しています。GC10原則はオリンパスの行動憲章・行動規範にも取り入れられ、オリンパスグループ全社員の規範にもなっています。

オリンパスの提供する企業価値は持続可能な社会がなければ達成されません。

大量の化石燃料を消費してきた旧来のビジネスモデルやライフスタイルのままでは社会自体の存続が危ぶまれており、社会システムそのものの見直しを迫られています。こうした変革の時代に、オリンパスが持続可能な社

オリンパスグループ経営理念

人々の健康と幸せな生活の実現



「Social IN」とは「社会の価値観を会社の中に取り入れる(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です。

オリンパスグループ企業行動憲章(抜粋)

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、法令順守はもとより、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
2. 顧客原点の行動
3. 人間尊重
4. 活力ある職場環境
5. 環境との調和
6. 社会との融合

人との関わり

社会との関わり

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

会の実現により一層貢献するため、「製造段階」だけでなく、「物流段階」やお客さまの「使用段階」「廃棄段階」も含めた製品のライフサイクル全体を対象とし、2020年度までにCO₂総排出量を2007年度から半減を目標とした、「CARBON 1/2(ハーフ)2020」活動の推進により、「環境リーディングカンパニー」の実現をめざしていきます。

オリンパスは、創業以来、世界中の人々の健康維持、疾病予防、診断・検査など医療やライフサイエンス分野において関連商品の提供を通じて貢献をしてきました。生活習慣の変化や高齢化に伴い、日本でも増加中の大腸がんで亡くなる人を減らすため、検査の受診を推進する“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンを展開しています。海外においてもがん撲滅に向けた活動を行っています。また、国連ミレニアム目標(MDGs)のひとつであるエイズ・マラリア防止に向けて、アフリカの一日を写真に切り取った写真集や展示会を通じて、多くの人々にアフリカの実情と彼らの直面する課題を知ってもらおう活動を行っています。このような事業を通じた社会貢献活動は、単発ではなく、中長期的な視点で継続して実践していくことが重要です。

オリンパスは社会からの要請や期待に応え、その義務や

責任を果たすことで、従業員をはじめすべてのステークホルダーの皆さまとのWin-Winの関係を築いていきたいと考えます。今後とも持続可能な社会の実現のため、諸施策の確実な実行によって経済・社会・環境の各分野で最善を尽くしてまいります。



代表取締役社長

菊川 剛

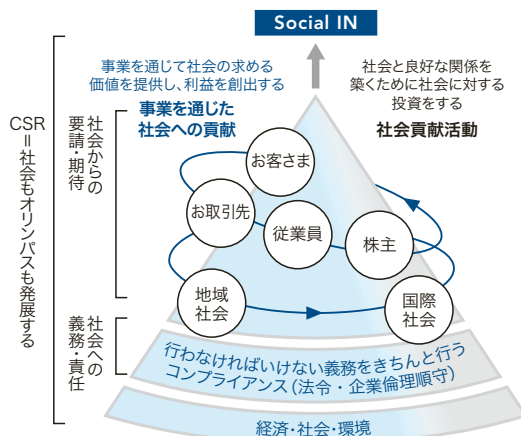
国連グローバル・コンパクト



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」の10原則に賛同し、参加を表明しました。国連グローバル・コンパクトの詳細は、グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワークのホームページをご覧ください。

WEB <http://www.ungcn.org/>

オリンパスグループのCSR概念図



オリンパスグループのCSR活動は、社会からの要請・期待に応え、その義務・責任を果たすことです。

人々の健康と幸せな生活の実現に向けて

オリンパスは人々の健康と幸せで豊かな生活に持続的に貢献し、より付加価値の高い製品・サービス・ソリューションを創造する「価値創造企業」として、事業活動の中ですべてのステークホルダーとWin-Winな関係を築くように活動を推進しています。詳細は以下のホームページをご参照ください。

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

オリンパスはお取引先との連携により、CSR への取り組みをサプライチェーン全体で推進し、お互いの企業価値向上をめざします。具体的には、取引の基本として、関連法令の順守、人権や環境への配慮、公正かつオープンな取引の推進、お取引先とのパートナー関係強化を図っていきます。

お取引先のために >> P9-10

株主 投資家



オリンパスの経営理念「Social IN」のもと、業務の適正を確保するための体制を整備し運用するとともに、継続的に改善し、同時にコンプライアンスの徹底を図っています。2008年度はコンプライアンス教育を継続して実施し、また、財務報告の適正性と信頼性を確保するために内部統制システムの有効性を評価しました。

WEB 投資家情報ホームページ = <http://www.olympus.co.jp/jp/corc/ir/>

お取引先



オリンパス

研究・開発

生産



環境

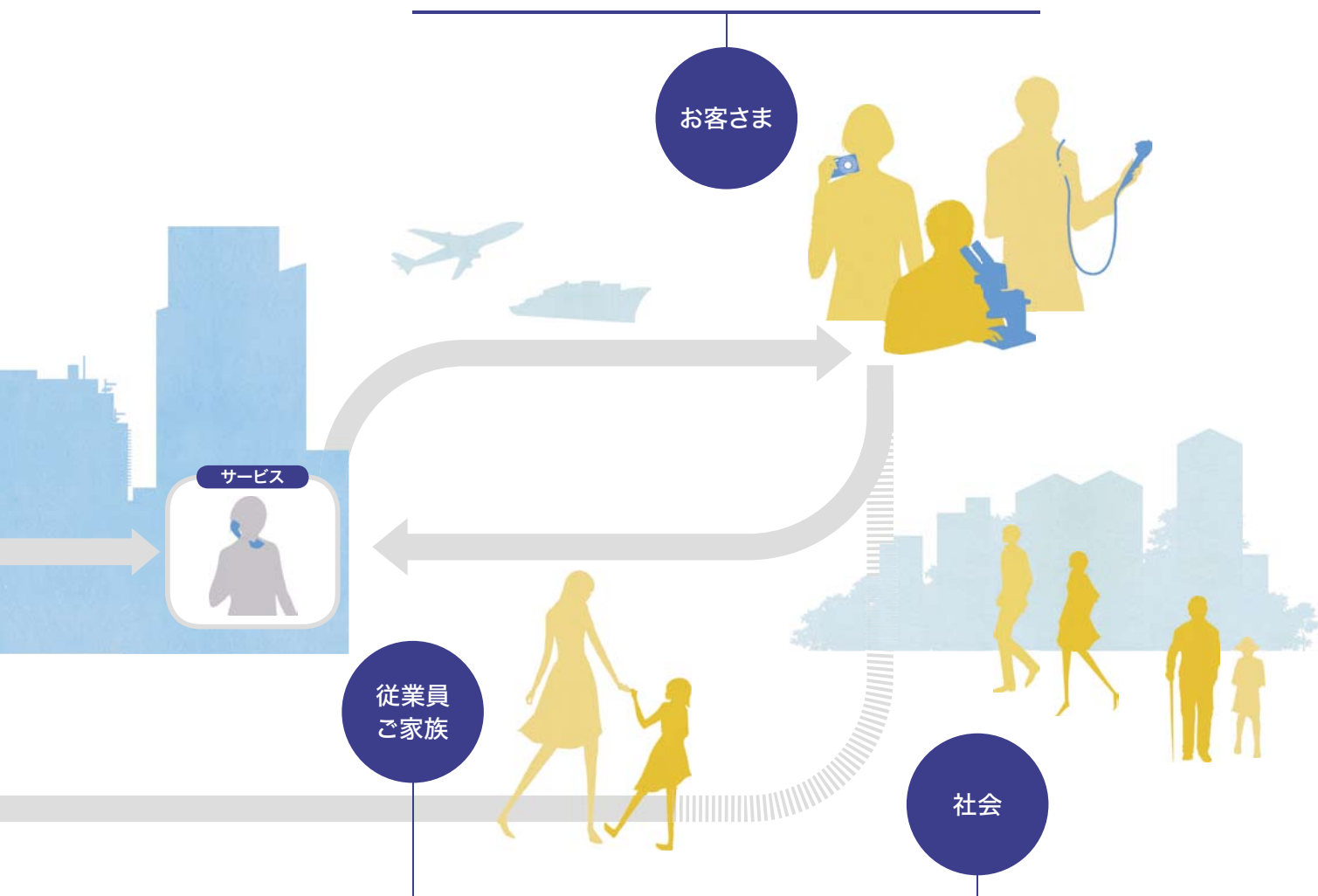


人々の安全・健康とそれを支える自然のいとなみを尊重し、環境に調和する技術の開発と事業活動を通して、持続的発展が可能な人間社会と健全な環境の実現への貢献をめざしています。その環境理念をもとに、製品ライフサイクルでの環境負荷削減を考慮した、環境配慮型製品の創出ならびに環境に配慮した事業活動をグローバルで展開しています。

環境のために >> P15-18

「オリンパスでよかった」とお客さまに思ってもらえるよう、VOC (Voice Of Customer: お客さまの声) を組織として活用する体制の構築や、階層別のCS (Customer Satisfaction: 顧客満足) 教育講座の充実を図っています。2008年度は、VOCの収集とその分析を進め、ユニバーサルデザインを含む製品のユーザビリティや、修理サービスを向上させました。

お客さまのために >> P7-8



従業員はオリンパスにとって、かけがえのない財産です。人権を尊重し、魅力ある仕事を通じて個人の成長と企業の成長を高い次元で両立する働き方を通し、従業員にとって「もっとも働きやすい会社」をめざしています。また、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。

従業員・従業員のご家族のために >> P11-12

オリンパスの考えや行動を社会の人々に伝え、社会が望むものを知るために、情報公開を含む双方向のコミュニケーションを積極的に推進しています。また、企業市民として各ステークホルダーとより良い関係を築くために、地域の安全を第一に考えた事業活動と「社会にいかにか貢献するか」を視野に入れて、自社の技術・資源を活かした活動を継続していきます。

社会のために >> P13-14
地域のために >> P19-20

お客様の要求に終わりはない

「使いやすさ」を追求するモノづくり



オリンパスは、お客様が真に求める価値は何か、お客様の視点に立った「使いやすさ」とは何かを日々追求し、「この次もまたオリンパス」と思ってもらえる製品とサービスの提供をめざします。

充電器、操作ボタン双方でカラーユニバーサルデザイン認証を受けた、小型・軽量ボディにフリーアングルライブビュー搭載のデジタル一眼レフカメラ E-620

「お客様の視点」でめざしたもの

2008年度の活動方針

オリンパスでは「お客様の視点」でのモノづくり、サービスを常に心がけ、「品質理念」の実現に向けて全従業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の実現
 2. 最高品質の商品とサービスの提供

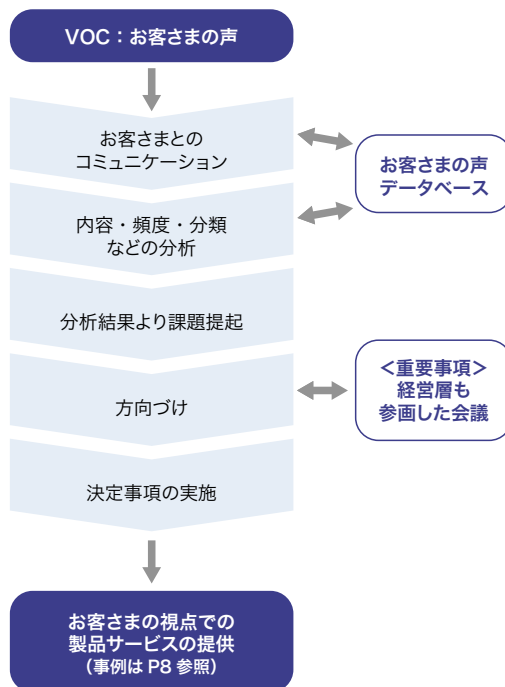
オリンパスでは2003年に策定した中長期的品質戦略の重点課題として、お客様の視点に立った商品開発強化を掲げました。2004年にはモニタールーム(下写真参照)を設置し、社内外の方に実際に製品を操作していただいて問題点を抽出し、改善につなげるユーザビリティ評価を開始しました。

2008年度は、お客様の視点で使い勝手を追求するユーザビリティ評価とともに、お客様の声(VOC: Voice Of Customer)を収集、活用する活動の推進を重点施策として、お客様が真に求めるものは何かを追求しました。



ユーザビリティ評価を行うモニタールーム

VOC展開の概要



「お客さまの視点」での活動結果

2008年度の実績

■ カラーユニバーサルデザイン

お客さまのご要望から2008年2月発売のコンパクトデジタルカメラにおいて、色覚の個人差を問わないデザインを実現し、デジタルカメラで初めて「カラーユニバーサルデザイン認証」を取得しました。また、デジタル一眼レフカメラ、ICレコーダーへ認証を拡大しました(右写真参照)。

■ ICレコーダーでの展開

2008年度は、目の不自由なお客さまのご要望にもとづき、従来の音声ガイダンスに電池残量を追加したVoice-Trek「DS-71/61/51」を発売しました。また、障がいのある高校生・高卒者のための大学体験プログラムDO-IT Japan[※]にて音声ガイダンス機能搭載のVoice-Trek「DS-40」と大きな操作ボタンと液晶画面のVoice-Trek「VN-2100」をご試用いただき、DO-IT Japanディレクターである東京大学先端科学研究センター^{なかもら けんりょう}中邑 賢龍教授から「障がいのためにペンを持つことや見ることが難しい人が自分のペースに合わせて何回でも聞き直すことができ、学習効果も高まります。ICレコーダーが身近な支援ツールとして教育の場で広く活用されることを期待します」と評価をいただきました。

※ 全国から選ばれた高校生・高卒者にコンピュータとその人の障がいに応じた支援機器を提供し、大学進学や将来の就職という本人の希望の実現をお手伝いをする、大学体験プログラム

WEB <http://doit-japan.org/>

■ ボックス型蛍光撮像装置のユーザビリティ評価

「顕微鏡は操作が複雑」というお客さまの声から、「マウスだけの超簡単操作」を狙い、暗室不要のボックス型蛍光撮像装置「FSX100」では「直感的なソフトウェア」に焦点を当て、2度のユーザビリティ評価を行いました。まず開発初期にシミュレーターを用いた評価を行い、問題の明確化と改善を図り、次に発売直前の生産試作品を用いた評価で、改善の効果を検証することで、お客さまの視点での使いやすさを追求しました。

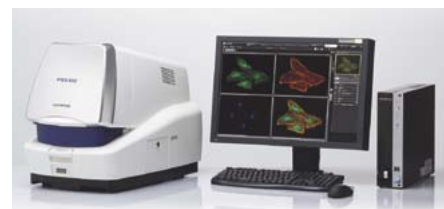
デジタル一眼レフカメラ「E-620」 ICレコーダー「V-72」



絵表示、操作ボタン、表示灯などの配色を工夫した、カラーユニバーサルデザイン認証製品



DO-IT Japan 2008に参加した、障がいのためにペンを持つことが難しい、関根さまのコメント「オープンキャンパスで体験授業を受講した際、家でも内容を聞き返せるようにICレコーダーを使用しました」



ボックス型蛍光撮像装置「FSX100」

継続的な改善をめざして

2009年度の方向性

VOC活動では「サービス品質の向上」「グローバルなVOC情報の効率的な共有化」「VOC活動の評価方法指標」の検討などを進めるとともに、CS (Customer Satisfaction: 顧客満足)やVOCの社内研修を中心として、引き続き社内の風土醸成を推進していきます。

ユーザビリティ評価においては、発売直前段階だけでなく、開発上流段階での評価を積極的に展開するためのしくみづくりと社内へのさらなる普及を図ります。

VOICE

「お客さまの視点」から「お客さま起点」へ商品ライフサイクルがますます短くなるなか、「お客さまの視点」から一歩進めた「お客さま起点」の考えをもとに、社会に軸足を置き、お客さまとの双方向のコミュニケーションを重視し、「生の声」を開発源流にダイナミックに反映する活動を推進していきます。



オリンパス(株)品質環境本部長 松浦 強



サプライチェーン 全体で CSR実現に向けて

お取引先とのパートナー関係の構築

オリンパスは、世界中のお取引先からさまざまな資材・サービスを調達しています。持続可能な社会を実現するため、お取引先と協力し、関連法令の順守、人権や環境への配慮、公正かつオープンな取引をサプライチェーン全体で推進し、お互いの企業価値向上をめざします。

中国深セン市で開催したお取引先説明会「2008 PARTNERS MEETING」

オリンパスグループCSR調達の方針

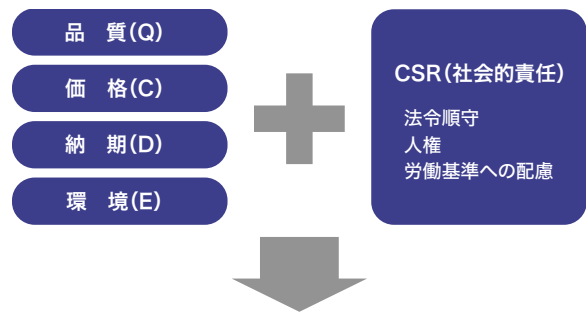
CSR調達の背景・方針

■ 法令順守・人権・労働基準・環境への配慮を重視

オリンパスは、現在、約1,300の国内外のお取引先からさまざまな材料や部品を調達し、カメラ・医療用機器など多岐にわたる製品を生産しています。メーカーとして持続可能なモノづくりを実現するためには、お取引先の協力をもとに、法令順守や環境、人権、労働基準、腐敗防止に配慮し、サプライチェーン全体で進めることが不可欠です。そこで、品質(Q)、価格(C)、納期(D)に加えて、環境(E)に配慮したモノづくりをめざして、「グリーン調達ガイドライン」を2000年10月に制定後、法令順守や人権、労働基準、腐敗防止への配慮を重視する企業との取引を推進する「オリンパスグループ資材調達方針」を2005年11月に制定し、展開しています。

この方針は、商品の生産に必要な資材・サービスなどの調達に関するオリンパスの基本姿勢を明示し、お取引先にも協力を呼びかけ、ともにCSRを実践し、CSRをお取引先に拡大することをめざしています。

従来の調達基準と資材調達方針



オリンパスグループ資材調達方針(抜粋)

1. 法令・社会規範の順守
2. 環境への配慮
3. 公平かつ公正な取引の推進
4. お取引先の選定方針
5. お取引先とのパートナー関係強化
6. 私的利益受領の禁止

CSR調達の実現に向けた主な取り組み

CSR調達の推進

■ お取引先説明会の開催

厳しい経営環境のなかでお取引先との良好な協業関係を構築するため、お互いの品質、価格、納期、環境、CSRの考え方を理解する必要があります。オリンパスの各事業部・事業場・各生産関係会社（国内・海外）ではお取引先を対象とした、説明会を定期的に開催しています。

説明会では、オリンパスの各事業部・事業場・各生産関係会社の事業計画、生産計画についてご理解いただき、お取引先に品質、価格、納期、環境、CSR向上へのご協力を要請しています。

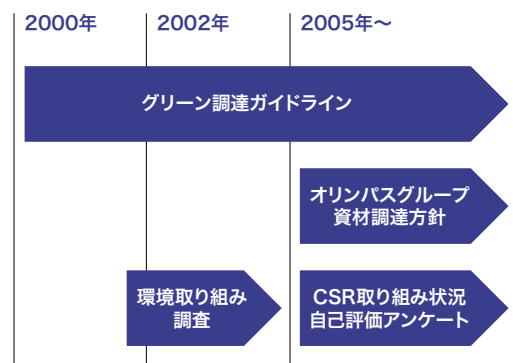
■ お取引先自己評価アンケート

オリンパスではお取引先のCSRの取り組み状況を知るため、2002年以来、お取引先へのアンケートを定期的に行っています。2005年11月の資材調達方針の制定以降は、従来の環境取り組み調査を拡大し、CSR取り組み状況のアンケートとして展開しています。2008年度は、項目や対象社数を拡大し、企業基礎情報、財務・経営状況、CSRの取り組み、事業継続計画（BCP: Business Continuity Plan）、品質、価格、納期、環境について、包括的な調査を実施しました（右図表参照）。この調査では、アンケート専用WEBや対応窓口を設置し、日本のお取引先を対象に、約98.6%から回答をいただきました。

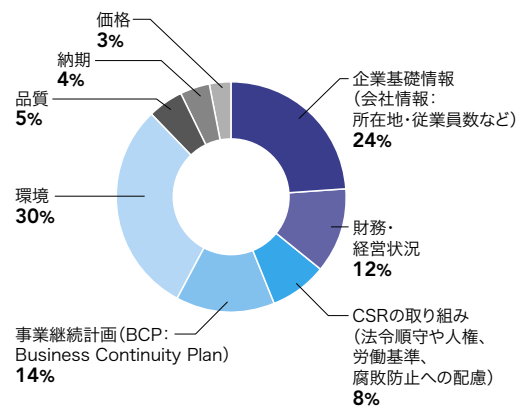
■ 国連グローバル・コンパクト（CSR調達分科会）に参画

オリンパスは国連グローバル・コンパクト（P4参照）のCSR調達分科会に参加し、参画企業とともにグローバルにCSR調達を推進するCSR調達評価基準の制定をめざし、検討しています。

CSR調達までの変遷



お取引先へのCSR取り組み状況アンケート項目の内訳



より高次元な製品づくりをめざして

今後のCSR調達の展開

世界的に厳しい経営環境のなか、高いレベルで製品の品質、価格、納期、環境、CSRを満たしトップレベルの競争力を実現するには、購買プロセスでお取引先とグローバルな協業体制が必須となっています。そのため、2009年度は定期的な情報交換や現地調査を、お取引先のご理解とご協力のもと進めていきます。また、CSR調達を推進するための人材育成や、調達情報のグループ内での共有化を積極的に図っていきます。

VOICE

調達を通して経営理念を実現するために

「共創」(良質な知恵の相乗効果)、「競争」(競争原理の発揮)、公正(対話と開かれた透明性のある取引)の価値観にもとづく調達で、経営理念「Social IN」を実現し、継続的に社会に貢献していきたいと考えています。

オリンパス(株)生産技術本部 購買企画部長

大石 誠





一人ひとりが いきいきと成長を 続けるために

第一弾は女性の活躍支援

オリンパスは「従業員一人ひとりが持つ力を最大限に発揮」できる、人と組織の育成をめざしています。その実現のために、従業員の仕事面での持続的成長と、個人生活における人間的成長とを目標に、取り組みを開始しました。第一弾として、女性の活躍を支援します。

女性従業員とオリンパス(株)社長 菊川 剛との意見交換会

従業員の持続的成長と人間的成長をめざして

方針・背景

■ 仕事と個人生活の調和

オリンパスでは、2008年度において経営理念「Social IN」の具現化に向け、人事施策に対する考え方を整理しました。

その中では①従業員の仕事面での持続的成長と、②個人生活における人間的成長の2つを目標にしています。育児・介護に携わる人、障がい者や定年後再雇用者などが、その個人的事情のため、働く機会や能力発揮に制限を受けることがあってはいけません。また、従業員が仕事面での持続的成長を続けるためには、働く意欲があるすべての人に対し、仕事を通じた能力発揮と成長の機会を提供することが必要です。

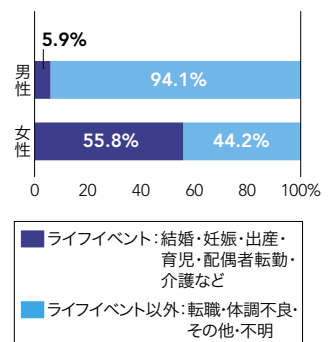
一方、個人生活においては、家族や社会とのふれあい、趣味や教養の習得、自己啓発など、従業員一人ひとりの人間的成長を図ることも重要です。個人の人的成長を通じて会社に貢献することで、仕事と個人生活の調和にもつながります。

■ 女性への支援が不可欠

従業員の人生には、転職・結婚・介護など、仕事や生活に変化を及ぼすさまざまな出来事が起こります。特に、結婚・出産、配偶者の転職といったライフイベントは、女性の就労継続・キャリア形成に大きな影響を及ぼしています(右グラフ参照)。

ライフイベントにより就労継続が困難になったり、就労したとしてもキャリアが中断してしまったり、結果として女性の能力発揮の機会を奪うことになっています。女性従業員が職場で能力を発揮し、持続的成長をしていくとともに家族とのきずなを深めていくためには、ライフイベントが生じたときに会社として何らかの支援をすることが欠かせません。

自己都合退職者の退職理由
(2005年4月～2008年3月)



ライフイベントに柔軟に対応できる制度へ

女性支援の取り組み

■ 従業員の声を聞く

オリンパスでは、ライフイベントに左右されず、継続的なキャリア形成を図るため、女性従業員を対象に、労使共同でのヒアリングやアンケート、社長と従業員との意見交換を通じ、働く女性の生の声を収集しています。

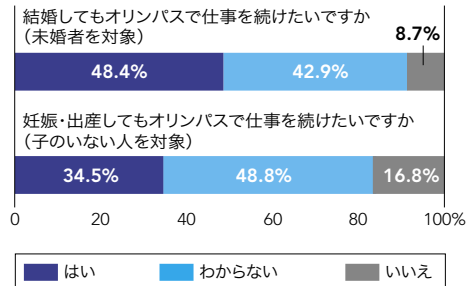
これらのヒアリングなどから、多くの女性従業員が継続的なキャリア形成を望んでいる一方、結婚・出産後の仕事と家庭との両立に不安を持っていることが分かりました(右グラフ参照)。また、①女性従業員に対する長期育成プランがほしい、②ライフイベントによるキャリア中断に対応する人事制度をつかってほしいなどの声が寄せられました。

一方、有志でつくる女性のためのネットワークがあり、現在育児中の女性従業員を中心に、昼休みなどを利用して、子育ての悩み、キャリア構築の悩みなどの意見交換を行っています。その声の一部は会社へも伝えられています。

■ 育児のための短時間勤務制度の拡充

小学校低学年の子どもが通う学童保育所への送迎は、未就学児の通う保育園以上に保護者にとって時間的制約が大きく、特に女性従業員から育児のための短時間勤務制度の拡充への強い要望が出ていました。この要望をもとに、2008年度に育児のための短時間勤務制度を拡充しました。育児に携わる従業員の労働時間を短縮する対象となる子どもの年齢を小学校入学前から小学校4年4月末に引き上げ、3年1カ月延長しました。年齢を3年生3月末までではなく4年生4月末までとした理由は、学童保育が終了して留守番へと変わる、子どもにとっての急激な環境変化に配慮してほしいという子育て中の従業員の声を反映したためです。こうした従業員の声を反映した人事制度の拡充は、家族とのふれあいを大切にしていこうという声も重要と考えています。

結婚・出産後の仕事と家庭との両立への不安



2007年度に労働組合が女性組合員を対象に実施したアンケート結果。「続けたくない」「続けるのは困難」と回答した理由には、「現在の業務量で家事との両立は不可能」「気まずい」「両立は精神的・肉体的に難しい」などがありました。

短時間勤務制度の改定

法律の概要

育児・介護休業法において、3歳未満の子を養育する労働者に対して、勤務時間の短縮等の(働きながら育児をすることを容易にするための)措置を講じなければならない。また、3歳から小学校に入学するまでの子を育てる労働者については同様の措置を講ずることが、事業主の努力義務として求められている。

オリンパスの制度

従来：オリンパスでは、上記措置の1つとして「短時間勤務制度」を導入している。従来は小学校就学の始期に達するまでの子を養育する従業員を対象としており、対象者の範囲について、努力義務を満たしていた。

変更後：2009年4月より、利用可能な対象者を小学校4年生の4月末までの子を養育する従業員へと拡大した。変更により、対象者の範囲について努力義務を上回る内容となった。

全従業員の意識や企業風土の改革へ

女性の活躍・成長を可能にする環境づくりから

■ 女性の活躍・成長を可能にする環境づくりから

女性従業員の活躍を支援する取り組みを、重点的かつ優先的テーマと考えています。ライフイベント、特に出産・育児・配偶者の転勤に際し、働く女性が就労を継続し、能力を発揮し成長を続けていけるよう、さらに支援をしていくことが必要です。今後、キャリアの構築支援や女性従業員同士のコミュニケーション機会の拡充も行っていきます。

女性の活躍支援施策からスタートし、中長期的には全従業員の仕事と個人生活の調和を高めることをめざして、全従業員の意識や企業風土の改革を進めていきます。

VOICE

自らも働き方改革に挑戦中

2歳の子の母として育児を通じて人間の成長を体感し、現在人事部のメンバーとして従業員の仕事と生活を通じた豊かな人生の実現を支援しています。同僚の温かい協力のなか、短時間勤務制度を利用していますが、職場の戦力となるために、人の協力を得ること、人への協力を惜しまないことが大切、と心がけています。



オリンパス(株)ビジネスサポート本部 人事部企画グループ
鈴木 明子

大腸がん撲滅に向けて

早期発見・治療を広めるために



オリンパスメディカルシステムズ(株)は医療現場に内視鏡などの医療機器を供給しています。近年増え続ける大腸がんの現状から、社会貢献活動として2007年2月に日本で“BRAVE CIRCLE(プレイブサークル)”大腸がん撲滅キャンペーンをスタートさせました。大腸がんで亡くなる人が減ることを願い、40歳以上の検診対象世代に対して、大腸がんの現状や大腸がん検診を受診することの大切さについて呼びかけています。

BRAVE CIRCLE・ウォーク参加者によるトークショー

大腸がんの早期発見・早期治療のために

活動の背景・狙い

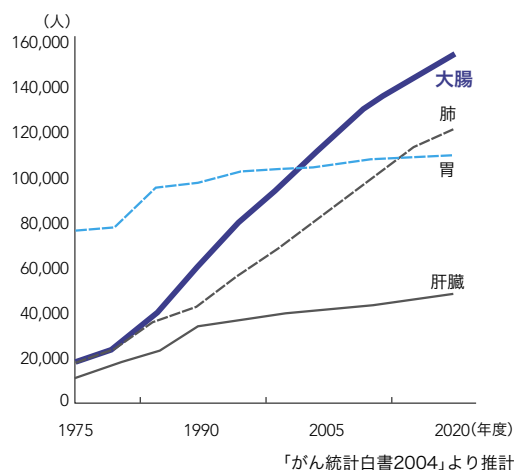
■ 増えている大腸がん、低い検診の受診率

日本で大腸がんの死者数はこの20年で2倍以上に増え続け、現在では、女性のがん死亡原因の1位となっています。2020年までの将来予測では、大腸がんが男女を合わせた日本人のがん罹患^{※1}数の1位になっています。大腸がんは早期発見・早期治療によりほぼ100%治癒しますが、早期ではほとんど自覚症状がないなどの理由から、日本では検診対象者^{※2}の約18%^{※3}しか大腸がん検診(便潜血検査)を受けていないのが現状です。

■ 大腸がん検診の受診率向上をサポート

オリンパスメディカルシステムズ(株)は医療現場に内視鏡などの安全で安心、高効率の医療機器を供給することで、人々のQOL(Quality Of Life: 生活の質)向上に貢献しています。それに加えて、多くの人に大腸がんの現状に関する正しい情報を提供することで、がん早期発見・早期治療を広め、大腸がんで亡くなる人を減らしたいという願いから、2007年2月に“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーン^{※4}を立ち上げました。40歳以上の大腸がん検診対象世代に対し音楽イベントなどを通じて、大腸がんの現状や大腸がん検診を受診することの大切さについて継続的に呼びかけています。

がん罹患数の推移(全年齢)



※1 病気にかかること

※2 大腸がん検診の受診対象者である40歳以上の男女のこと

※3 「平成19年度地域保健・老人保健事業報告」より推計

※4 “BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーン専用ホームページ

WEB <http://www.bravecircle.net/>

より多くの人に大腸がん検診の受診を呼びかけ

主な取り組み

■ 複数企業・行政との連携

オリンパスメディカルシステムズ(株)が(財)日本対がん協会の後援を得て立ち上げた活動は、2年目となる2008年には多くの都道府県、団体から後援をいただき、栄研化学(株)、プリストル・マイヤーズ(株)などの企業から協賛をいただいています。全国各地の公共施設に啓発ポスターを掲示し、公開市民フォーラムやパネル展示イベントを開催することで、大腸がん検診を受診することの大切さについて呼びかけています。

■ 市民参加型イベント

大腸がんや検診の関心を持っていただくことを目的に、市民参加型の音楽イベント「BRAVE CIRCLE LIVE2008」(2008年1月)やウォーキングイベント「BRAVE CIRCLE・ウォーク」(2008年5月)を開催しました。アーティストやアスリートが大腸がん検診を受診することの大切さについてイベント参加者に向け伝えました。

■ 活動の輪の拡大

日本政府は、がん対策基本法(2007年4月施行)にもとづく、「がん対策推進基本計画」(2008年6月策定)において「5年以内にごがん検診の受診率を50%以上」にすることを目標として掲げています。“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンでも啓発面でその目標をサポートしていきます。活動に共感していただける企業、行政、団体と広く連携し、大腸がんの現状や大腸がん検診を受診することの大切さについて継続的に呼びかけていきます。

■ 海外でのがん啓発活動

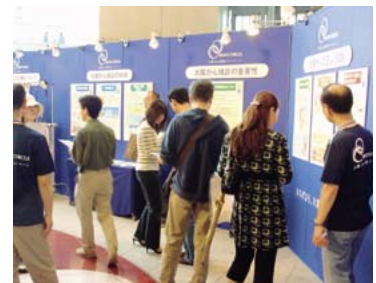
オリンパスでは海外でも、がん啓発活動に参加しています。

アメリカでは1998年からNCCRT(結腸直腸がんラウンド・テーブル)に加盟し、大腸がん検診の啓発活動に積極的に取り組んでいます。

また、カナダ、チェコ、韓国でもがん検診を呼びかける広告などを実施しています。



福井で行われた公開市民フォーラム



横浜のパネル展示イベントでは社員ボランティアが解説



BRAVE CIRCLE・ウォークでは社員ボランティアがコースを案内

さらなる活動の輪の拡大に向けて

今後の展開

“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」という意味がこめられています。また、これはオリンパスメディカルシステムズ(株)をはじめオリンパスグループだけではなく、協賛・共感いただいている企業や行政、団体をはじめとするメンバーが活動に託している思いでもあります。

今後も、純粋に一人でも多く、大腸がんで亡くなる人を減らしていくため、多くの企業や国・都道府県などの行政、団体と連携し、“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンを社会的な活動に拡大させ、長期的に展開していきます。



“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンのシンボルマーク

持続可能な低炭素社会の 実現に向けて

温室効果ガス排出総量の最小化

オリンパスは、深刻化する地球環境問題の解決に貢献するため、温室効果ガス(CO₂)の排出抑制を経営課題のひとつと位置づけています。「長期環境目標」として、製品ライフサイクル全体における温室効果ガス排出総量削減をかけた、着実かつ継続的な取り組みを進めています。

2009年3月に完成した、会津オリンパス(株)新工場屋上の発電用と集熱用の2種類の太陽光パネル

温室効果ガス排出総量の半減をめざして

背景・方針

オリンパスは企業市民として、環境に対する基本的な考え方である「環境理念」と具体的活動のための「環境行動指針」からなる、「オリンパスグループ環境憲章」を定め、持続的発展が可能な社会と健全な環境の実現に向けた環境活動を行っています。

環境問題の中でも、地球温暖化は、国際社会における最重要課題のひとつとなっています。2008年7月のG8北海道洞爺湖サミットにおいて2050年までに世界全体のCO₂排出量半減をめざす目標が共有されました。

オリンパスでも、地球温暖化が自然界に海面上昇や砂漠化などさまざまな影響を与え、生物の生息環境の変化や、人間の生活にも甚大な影響を与える地球の「いのち」に関わる重要課題と考えています。こうした地球の重要課題に対し、「Social IN」を経営理念とし、人々の健康と幸せな生活の実現に向けた事業を展開する企業として、事業活動のあらゆる側面で取り組みを進め、環境目標を設定し、低炭素社会の実現に向けて活動しています。

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となみを尊重し、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 |

温室効果ガスの削減

現場での取り組み推進

オリンパスの製品は精密かつ小型であるため、事業活動に要するエネルギーは比較的小さく、CO₂排出量も小さいものです。しかし、地球温暖化防止の視点から、CO₂削減を「製品革新」「製造革新」「物流革新」に沿って展開しています。以下に活動事例を紹介します。

I 製品革新：製品での取り組み

■ デジタル一眼レフカメラの省エネ化

E-620は製品の機能を充実させながら、システムとデバイスの刷新により、従来製品と比較して製品使用時の消費電力を約39%削減し、省エネ性も大幅に向上させました。また、個装総重量（製品単体の包装）を約15%、個装体積を約18%削減し、省資源化を実現するとともに、輸送時の環境負荷を軽減しています。さらに、光学レンズにエコガラス（鉛、カドミウム、ヒ素フリー）を採用するなど、環境保全性にも配慮しています。

■ 内視鏡洗浄消毒装置「OER-3」の省エネ化

内視鏡を使用する際に不可欠な、内視鏡スコープを洗浄・消毒する「OER-3」は従来製品と比較し、洗浄システムの刷新により、定格電力を42%削減しました。電力削減だけではなく、スコープ1本あたりの水使用量の半減や、過酸化水素^{*}と酢酸に分解される消毒液を使用するなど、環境への配慮を進めています。

^{*} 過酸化水素は酸素と水素に分解されるため、排出しても環境への影響が少ないとされています。

■ 工業用ビデオスコープの多様な環境効果

工業用ビデオスコープ「IPLEX FX」は設備検査などに使用していただくことで、地球温暖化防止、環境保全に関連する多様な環境効果（右表参照）が期待できる製品です。

製品として白色LEDを照明用光源に使用し長時間駆動を可能にし、従来製品と比較して消費電力を約90%削減するとともに、飛躍的な小型軽量化を実現しました。また、過酷な現場環境に耐える機動性を確保したうえで製品重量を70%削減、体積も87%削減した省資源性も向上させました。



ECO-PRODUCTS
デジタル一眼レフカメラ「E-620」



ECO-PRODUCTS
内視鏡洗浄消毒装置「OER-3」



ECO-PRODUCTS
工業用ビデオスコープ「IPLEX FX」

工業用ビデオスコープと多様な環境効果

使用先	主な使用方法	使用により見こまれる環境効果
電気・ガス・水道	配管のひびや腐食の検査	・延命化による資源投入量の減少 ・下水道施設などの環境保全インフラの保守・管理
エンジン	エンジン内部の検査	・各種段階での検査の結果、温室効果ガスのCO ₂ の削減 - エンジンの研究開発時の燃料状況確認 - エンジンの製造時品質検査 - 排気ガス浄化をめざしてディーゼルエンジンの排ガス浄化装置の品質検査
ボイラー、熱交換器	腐食、詰まりのチェック	・不完全燃焼の回避、熱効率悪化の改善
発電用コージェネレーション	タービンブレード、コンプレッサーの検査	・発電効率の低下、燃費効率低下の改善
空調ダクト	ダクト内の汚れチェック	・粉塵拡散の防止
番組製作会社など	昆虫番組での樹木内部の観察など	・フィールドでの自然や生物の観察、調査研究や生態系の保全

II 製造革新：製造での取り組み

■ CO₂排出量の少ない燃料への転換

デジタルカメラ・液晶検査装置・工業用内視鏡などを生産している辰野事業場は、ボイラーの燃料を重油から液化天然ガス(LNG)に転換しました。また、顕微鏡を生産している伊那事業場では空調エネルギーの燃料を重油から電気に転換しました。これらの燃料転換により、年間で約2,000tのCO₂を削減しました。

■ 自然エネルギーの活用

内視鏡本体を製造する会津オリンパス(株)の新工場(2009年3月完成)では、屋上と壁面に発電と集熱のための太陽光パネルを設置し、年間約120tのCO₂削減を見こんでいます。

また、Olympus Life Science Research Europa GmbH [Irish Branch]では、工場の使用電力の100%をグリーン電力、暖房に使う燃料のすべてを木材チップとし、すべてを自然由来のエネルギーとすることで、CO₂排出量をほぼゼロとしました。さらに、自然エネルギーを有効活用するため、風力発電設備の導入を申請し、2008年9月に建設の認可を受けました。これらの取り組みにより、エネルギーコストとCO₂排出量を大幅に削減しています。

■ 環境に徹底配慮した事業場の拡大

医療、健康、映像、情報、工業分野の研究、新製品・生産技術の開発を行う技術開発センター八王子の石川新棟(2009年2月末完成)は、「光(自然エネルギーの利用)、水(水資源枯渇への配慮)、緑(みどり豊かな事業場)」をテーマに、環境に配慮した事業場です。吹き抜けによる光の有効活用、断熱ペアガラス、地下共同溝の空気を利用するクールチューブによる空調エネルギーの低減、屋上緑化などの設備により、既存の建物と比較して1m²当たり28%の省エネを図りました。

また、医療用内視鏡の修理拠点として新興工業国のチェコにある、Olympus Winter & Ibe GmbH (OWI)の新工場(2009年4月完成)でも、徹底した環境配慮を進め、断熱ガラスや外壁、照明システム、ヒートポンプ、熱回収コンプレッサーなどを導入しました。



辰野事業場のLNG化を実現した新ボイラー



Olympus Life Science Research Europa GmbH [Irish Branch]の風力発電



技術開発センター八王子の石川新棟の屋上緑化



Olympus Winter & Ibe GmbH(OWI)の新工場(チェコ)

III 物流革新：物流での取り組み

■ モーダルシフトと輸送重量の削減

オリンパスイメージング(株)では、環境負荷を削減する観点から、国際間の製品輸送手段を従来の航空機からCO₂排出量の少ない船舶にモーダルシフトしました。また、製品に同梱する製品マニュアルのCD-ROM化、電源コードのプラグイン化による製品付帯品の軽量化や、複数の製品をまとめて送る集合包装の見直しを進めました。これらの対策により、約12,000t-CO₂の物流環境負荷を削減しました。



軽量化を図った電源コード。左が従来品、右がプラグイン化した現行品

IV 環境啓発活動

■ 地球温暖化の目撃者—岩合光昭スペシャルサイト

深刻さを増す地球温暖化の実態を知っていただくため、2006年8月から地球上の自然や野生動物の現状をおさめた映像を通じて、みなさまとともに地球環境について考えるスペシャルサイトを提供し、写真展や「残したい自然」をテーマにフォトコンテストを開催しました。

また、民間自然保護団体WWF (World Wide Fund For Nature) ジャパンもこの趣旨に賛同し、温暖化が野生動物に与える影響の情報提供や内容の監修など、協力体制をしいています。

■ 会社創立90周年記念事業「オリンパス・スペース・プロジェクト」

本プロジェクトは、若田光一宇宙飛行士が、オリンパスのデジタル一眼レフカメラ「E-3」を使用して、国際宇宙ステーションの「きぼう」日本実験棟から撮影した地球の写真を、帰還後に当社ホームページや写真展などで公開するプロジェクトです。

宇宙から見た美しい地球の映像を通して、かけがえのない地球と環境の大切さを訴えていきます。

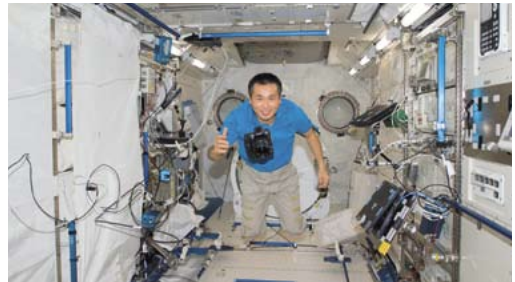
■ 環境月間による従業員の意識向上

2008年は「地球温暖化に対する問題意識を啓発し、全従業員が率先して行動する」ことを目的として、国内外のオリンパスグループ会社を対象に環境月間を開催しました。

「意識するだけでなく、行動にうつすこと」を呼びかける社長メッセージの配信をはじめ、職場でできる環境取り組みを学ぶため、全従業員を対象としたEラーニングなどを実施しました。



WEB <http://www.olympus.co.jp/jp/gww/>



「きぼう」日本実験棟での若田光一宇宙飛行士と「E-3」
(提供: JAXA)

WEB <http://olympus-space-project.com/ja/>

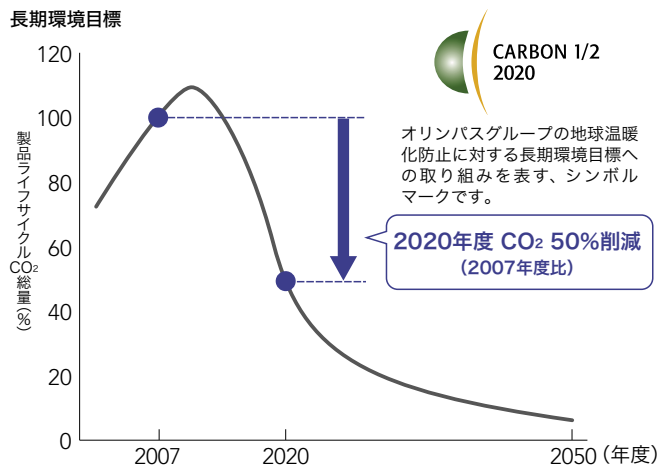


環境月間のEラーニングトップ画面

製品ライフサイクル全体の環境負荷削減

今後の目標

オリンパスは、地球温暖化防止に向けて、企業市民として果たすべき役割と活動の方向性を明確に示すとともに、段階的に温室効果ガスを削減するシナリオを描いた「長期環境目標」を策定しました。今後議論が本格化するポスト京都議定書を視野に、製品ライフサイクル全体におけるCO₂排出総量を2020年度までに50%削減(2007年度比)することをめざします。環境に配慮した事業活動および、製品・サービスの提供を通じ、持続可能な低炭素社会の実現に向けて積極的に貢献していきます。



各地域での活動——地域と共存していくために

オリンパスグループでは、地域ごとに独自の環境取り組みや貢献活動を進めています。

このページでは活動の抜粋をご紹介します。取り組みの詳細はホームページをご覧ください。

WEB 日本国内=<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/data/2008/domestic.cfm>
海外=<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/data/2008/overseas.cfm>

日本

技術開発センター(八王子) 環境にこだわった石川新棟の完成

「光、水、緑」をテーマに、環境に配慮したシステムを導入した新棟が2009年2月末に完成しました。建築物総合環境性能システム(CASBEE)の自己評価は現在「ランクA」ですが、今後は植栽などを整備し、最高レベルである「ランクS」をめざします。

日の出工場

写真 1

さらなる地域貢献・健康増進の推進

地元小学校3年生の社会科見学の受け入れを開始しました。また、従業員向けの活動として、「メタボリックシンドロームと血液サラサラ講演」や「肩こり・腰痛予防教室」を開催し、健康増進への意識向上を図っています。

辰野事業場

写真 2

植樹募金や回収図書・衣料品による地域貢献

全従業員が参加する月2回のノーカーデーに加え、緑を増やす植樹募金を行い、自治体と共同で辰野町の荒神山公園に、モミジの苗木を植樹しました。また、年2回、従業員の図書・衣料品を地域やNPO法人に寄贈する活動を開始しました。

伊那事業場

環境・BCPに配慮した電気式チラーの導入

従来の重油による吸収式冷凍機から、空

調用冷水製造装置・電気式チラーを導入し、空調エネルギーを重油から電気に転換し、大幅なCO₂削減を図りました。また、チラーの故障時でも空調を確保するため、事業継続計画(BCP)対策も実施しました。

三島事業場

お客さま向け事業場見学会の開催

環境モデル事業場として「魅せる事業場」をコンセプトとしています。2008年度は900名をこえるユーザーや一般の方を対象にCSR、環境設備・活動の説明と事業場見学会を行い、お客さまとの接点を強化しました。

白河事業場

バザーの売上による植樹の継続

12年前から継続しているリサイクルバザーを2008年度も実施し、工場敷地内への桜の植樹を行いました。地元・福島県西郷村が主催する環境フォーラムへの出展など、地域社会と共存できる緑豊かな事業場をめざしています。

東京事業場

写真 3

クリーン化パトロールとモラル・マナー向上の取り組み

テナントビルに入居し社外の方と接する機会も多いため、フロアごとに推進者を設置し、定期的に報告・チェックを行い、グループのモラル・マナー向上に取り組みました。また、従来実施していたクリーン化パトロールも強化しました。

青森オリンパス(株) 白神山地での植林

2008年も従業員による自然保護活動として、101名が参加し、NPO「白神山地を守る会」のご指導のもと、世界遺産に登録されている白神山地で、約200本のブナの苗木を植樹しました。

会津オリンパス(株)

自治体の環境負荷削減活動に参加

福島県の地球温暖化防止に向けた「福島議定書(事業所版)事業と「ごみ減量化コンクール」に参加し、ポスター掲示やエコチェックシートによる従業員の家庭でのCO₂削減、事業系一般廃棄物削減の呼びかけを行いました。

オリンパスロジテックス(株)

トローリー輸送の改善

輸送時の大型医療器具トローリーの接触による破損防止のためのストレッチフィルムを、再利用可のビニール袋と布材ハイパットにしました。これにより、廃棄物排出量を年間約22,560kg、資材・廃棄費用も年間約236万円削減しました。

ケイエスオリンパス(株)

営業活動での環境負荷削減

オリンパスエコプロダクツを中心に、製品の環境影響評価を実施し、お客さまに環境負荷の少ない製品を提供するなど環境を考えた営業活動に努めています。



写真 1 日の出工場の肩こり・腰痛予防教室



写真 2 辰野事業場の回収図書・衣料品による地域貢献



写真 3 東京事業場のクリーン化パトロール

海外

● ヨーロッパ

Olympus Europa Holding GmbH (OEH)

ペイロールギビングによる寄付を開始

2009年1月からドイツ国内のOEH従業員の月給のセント単位の端数を寄付金として募集し、従業員の寄付と同額を会社が出資する「ペイロールギビング」を展開し、暴力などにより顔が変形してしまったカンボジアの子どもたちの整形手術を支援する団体に寄付しています。

KeyMed (Medical & Industrial Equipment) Ltd.

写真 4

モザンビークの ストリートチルドレンの支援

栄養失調、感染症、暴力や性的虐待のおそれのあるモザンビークの8歳前後の子どもの対象に、保健教育や家族の再会を展開している、Meninos de Mozambiqueプロジェクトの3年間の運営費とセンター建設を支援しています。

Olympus Winter & Ibe GmbH(OWI)

写真 5

環境設備導入の積極的推進

チェコに稼働させた新工場(P17)だけではなく、ドイツの既存の工場の環境配慮も進め、新型セントラルヒーティングシステムの導入や、屋根の断熱性を高め、1aあたり28kWhの省エネを実現しました。

Olympus LifeScience Research Europa GmbH

カーボンフットプリント調査を開始

製品ライフサイクル全体の環境負荷を把握するため、カーボンフットプリントの調査を開始し、今期は生産活動と近距離の物流活動についての調査を終えました。今後、遠距離物流や工場内の森林のCO₂吸収による影響を調査します。



写真 4 KeyMedが支援する
Meninos de Mozambique

● 北米

Olympus Corporation of Americas(OCA)/Olympus America Inc.(OAI)/Olympus Imaging America Inc.[Corporate Headquarters]

事業展開を通じた社会・環境貢献活動

研修中の従業員ボランティアと地域の環境保護団体との連携による荒野の保護プログラムや、インターネットオークションサイト・eBayのチャリティサイトで競売されるオリンパス製品収益の10%を大腸がん研究に寄付するなど事業を通じた社会・環境貢献活動を展開しています。

Olympus America Inc. [National Service Center(NSC)]

地域特性を活かした環境・社会貢献

地域特性を考慮して、工場内の植物を乾燥に強いものに植え替えることで、景観保全用の水の使用量を22%削減するなど環境負荷の削減を進めました。また、15,000食分を地元サンタクララの第二食糧銀行に寄贈し、表彰されました。

Olympus Canada Inc. (OCI)

全社員にマイマグカップ・ マイボトルの提供

オフィスでの発泡スチロールカップや紙コップの使用を大幅に削減することを目的に、全社員に対して、ボトルや、名前入りの陶器製マグカップを提供し、マイマグカップ・マイボトルを推進しました。

Olympus NDT Inc. (ONDT)

従業員の廃棄物のリサイクルを支援

リサイクル処理を外部委託することが可能な電池、壊れた電気製品、蛍光灯などを従業員が会社に持ち込むことを認めるプログラムを始め、従業員の家庭における廃棄物のリサイクルを推進しています。



写真 5 OWIの屋根の断熱化

● その他地域

Olympus (Beijing) Industry & Technology Ltd. [Pan Yu Factory](OGZ)

全従業員を対象に環境教育・ 消防避難訓練を展開

環境月間に工場内の全従業員に対する環境汚染事故の事例の紹介、日常環境保護技術の伝授などの環境安全知識講座を開催しました。11月には、「緊急救急」「消火技術」のトレーニングも含めた消防避難訓練を実施し、安全への対策を進めました。

Olympus (Shenzhen) Industrial Ltd.(OSZ) 従業員参加型の環境イベントの開催

環境月間では、社内の環境意識を啓発する省エネ知識クイズ大会やノーカーデー、エコバックデザインコンテストなど従業員参加型の環境イベントを展開しました。また、社外に環境活動をPRするため、お客さまにロゴ入りのエコバックを寄贈しました。

Olympus Optical Technology Philippines, Inc.(OPI)

写真 6

継続的に植樹活動を推進

以前植樹した地域で、下草の伐採や新たな苗木の追加植樹など、森林の整備を進めました。また、2009年2月に政府プログラムであるセブ島の高速道路周辺の植樹を継続し、計1,500本の苗木を植えました。

辰野事業場の土壌除去について

2007年度の土地履歴調査の結果、辰野事業場では、焼却跡地から一部指定基準値を超える物質が発見され、行政の指導にもとづき、2008年12月に土壌の入れ替えを完了しました。

白河事業場の異臭発生について

2008年4月に白河事業場内で異臭が発生し、従業員をはじめ近隣住民の皆さまや関係機関に、ご迷惑とご心配をおかけしました。再発防止のため、全社でリスク評価と対策を実施し、安全管理の強化に取り組んでいます。



写真 6 OPIのセブ島の植樹活動

オリンパス 経済・社会・環境活動パフォーマンスデータ概要

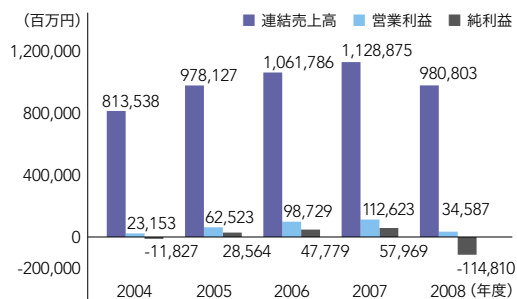
オリンパスグループの事業概要・社会・環境活動の一部を抜粋したデータです。
最新状況および詳細はホームページをご参照ください。

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

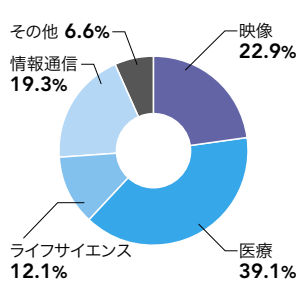
WEB オリンパスCSR・環境活動ホームページ=<http://www.olympus.co.jp/jp/corc/csr/>

経 済

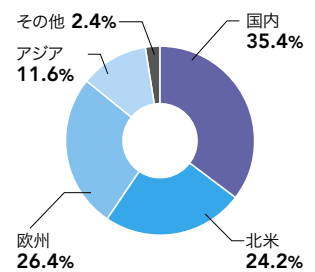
連結売上高・営業利益・純利益推移



2008年度事業分野別連結売上高比率



2008年度仕向地別連結売上高比率

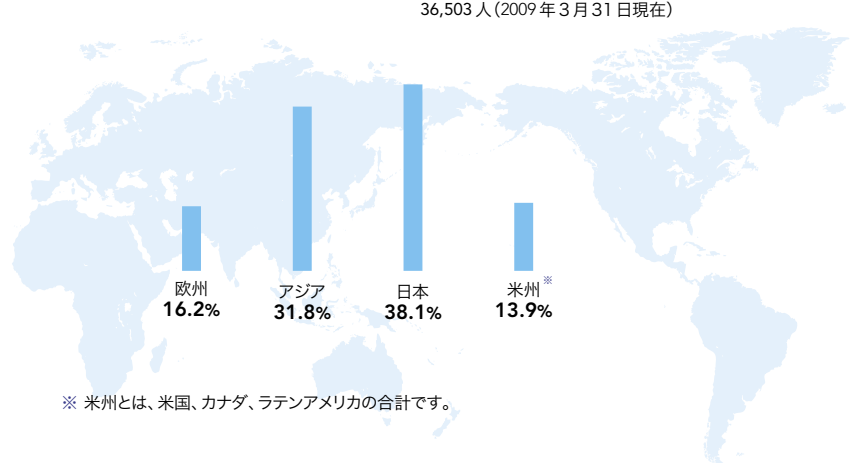


社 会

連結従業員数

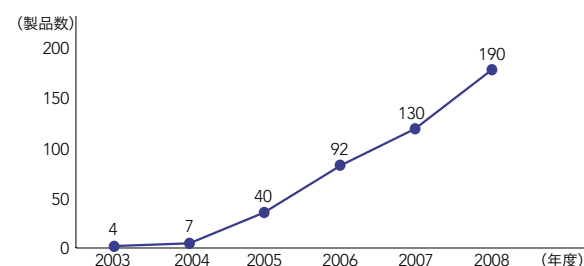


各地域別従業員構成



環 境

エコプロダクツ累積製品数

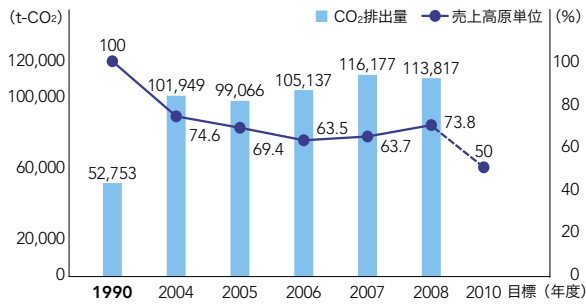


ECO-PRODUCTS

オリンパス
エコプロダクツマーク

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」) に準じて「環境保全」「省エネルギー」「省資源」「情報開示」の4項目を柱にした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。2009年3月現在、累計190製品を市場に導入しています。今後も、環境に配慮したモノづくりを強化し、オリンパスが製造、販売する製品の環境影響をさらに小さくすることをめざしていきます。

地球温暖化防止:エネルギー系CO₂排出量および売上高原単位の推移

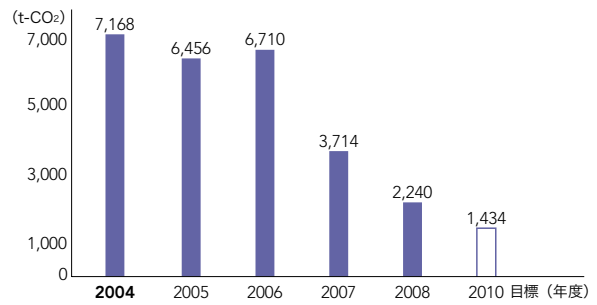


エネルギー系CO₂排出量を1990年度比-26%(売上高原単位)

2010年度目標:CO₂売上高原単位-50%(対1990年度比)

2008年度のエネルギー系CO₂売上高原単位は1990年度比で26%削減となり、売上高の減少により2007年度に比較して悪化しました。一方、CO₂排出量については、重油からガスや電気への燃料転換を通じて2007年度比で3%削減しました。また、八王子や会津の新建物では、さまざまなCO₂削減対策を行いました。(P17参照) 今後も、日常業務のなかでのこまめな省エネや技術開発を通じてCO₂削減を強化していきます。

地球温暖化防止:非エネルギー系CO₂排出量

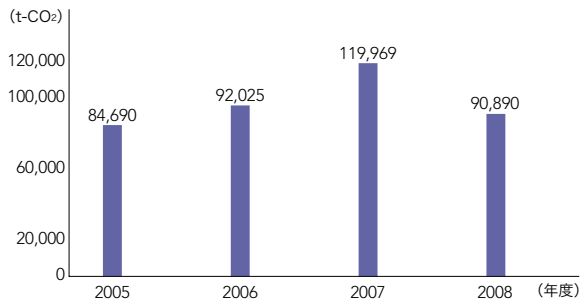


非エネルギー系CO₂排出量を前年度比-69%

2010年度目標:CO₂排出量-80%(対2004年度比)

ほこり飛ばし用の噴射剤や洗浄剤の削減対策により、2008年度の非エネルギー系CO₂排出量は2004年度比で69%削減しました。2010年に非エネルギー系CO₂排出量80%削減(2004年度比)という目標の達成に向け、洗浄剤の代替など技術開発を継続していきます。

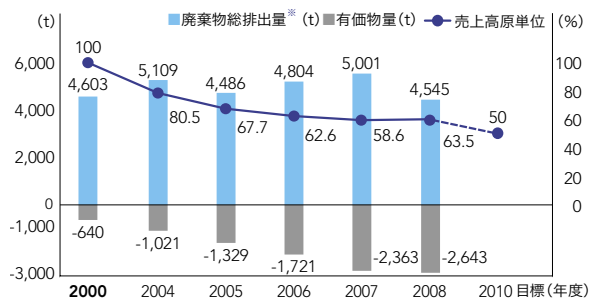
地球温暖化防止:物流系CO₂総排出量



物流系CO₂総排出量

2008年度の物流系CO₂排出量は90,890t-CO₂となり、2007年度比で24%削減しました。この要因として、国際間輸送において飛行機から船舶へのモーダルシフトの拡大や、製品や同梱品の小型軽量化による輸送重量の削減があげられます。今後もモーダルシフトの拡大とともに、製品の小型軽量化や包装改善などにより、物流CO₂排出量の低減に取り組んでいきます。

省資源・再資源化:廃棄物発生量の推移



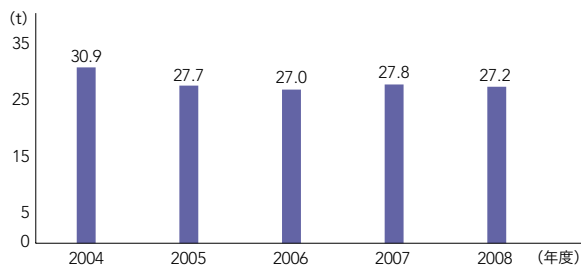
廃棄物総排出量[※]を2000年度比-37%(売上高原単位)

2010年度目標:売上高原単位-50%(対2000年度比)

2008年度の廃棄物総排出量[※]の売上高原単位は2000年度比で37%削減となり、2007年度比で横ばいとなりました。工程改善や設備導入による廃液量の削減、分別徹底による有価物化の拡大により、廃棄物総排出量[※]は2007年度比で10%削減しました。今後は、有価物を含んだ全排出量を対象とする削減活動を通じ、できるだけ少ない資源での生産活動を進めます。

※ 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。

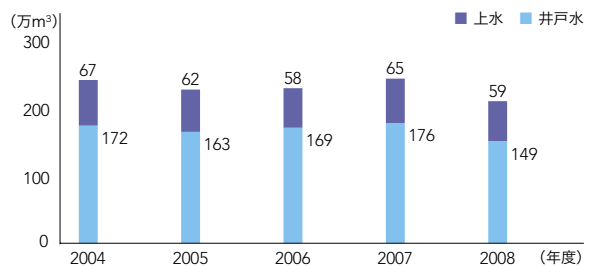
化学物質の削減:PRTR物質取扱量推移



総取扱量27.2t、前年度比0.7t減少

2008年度のPRTR法対象物質の総取扱量は27.2tで前年度比0.7tの減少となりました。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対策などを今後も積極的に続けていきます。

水の使用量の推移



使用量208万m³、前年度比33万m³減少

2008年度の水の総使用量は208万m³となり、2007年度比で13%削減しました。生産工程におけるカスケード利用(多段的に使用する手法)、水の循環利用、設備点検による漏水対策を通じた使用量の抑制を図っています。

第三者意見



石田 寛 (いしだ ひろし)

特定非営利活動法人経済人コー円卓会議日本委員会 専務理事兼事務局長

1966年東京都出身。成城大学経済学部卒業。日本興業銀行で市場ディーリング、企画部門等の勤務を経て2000年10月より経済人コー円卓会議日本委員会で活動。2006年同会専務理事兼事務局長に就任。関西学院大学大学院准教授、青山学院大学大学院非常勤講師を兼ねる。

経済人コー円卓会議日本委員会

1986年創設の日米欧を中心とした経済人のネットワーク。創設当初より企業の社会的責任について問い続ける。1994年発表の「企業の行動指針」は日米欧の経済人が共同して策定した初のもので、経団連「企業行動憲章」などのCSR指針にも影響を与えた。

私は今日の経済危機を引き起こした原因の一つとして、将来あるべき自社の姿を見失うまでに過剰と化してしまった、短期利益至上主義に基づく企業運営があったと考えている。そのため、今日の企業経営において必要な要素として、

- 「社会の一員」としての確固とした経営理念
- 経営理念に裏打ちされた持続的な成長を目指す活動
- 社会の要望に適応可能なしなやかさを持った意思決定の環境

の3つが欠かせないと考えている。今回の「オリンパス社会環境報告 ダイジェスト」における第三者意見にあたり、私は上記の3要素に基づいて執筆を行った。

オリンパスグループのCSR活動全般に対し評価したい点を述べてみたい。

オリンパスグループでは、「Social IN」という基本理念のもと自社と社会との関係を軸とした経営理念と企業行動憲章が設けられている。また、その一環として、国連グローバルコンパクトへの賛同や国連ミレニアム開発目標達成を目指したアフリカ地域支援活動への協力といった面を通して、今日企業に課せられるようになった様々な社会的責務を果たそうとする姿勢を表しているといえる。

また、医療分野においては“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンを自社主導で開始して他の企業・団体等の支援を受けながら活動を展開するなど、自社の事業分野とそれに関連する社会要請とを上手く融合させたかたちで活動が始まっており、他分野も含め幅広い展開を期待したい。

さらに、今日企業に対する社会からの要望の一つに透明性のある経営が挙げられる。今後は、いわゆる「ネガティブ情報」の積極的な公開と社会との共有に努めてもらいたい。

この機会にオリンパスグループの活動全体に対しても発言したい。

今後オリンパスグループが取り組むべきと考える点として、社会の一員として果たしていくべき社会的責任についてロードマップ(方針・取り組み・課題)を明確にすることが挙げられる。今日、CSR活動は単なる「行動の羅列」から、個々の企業が独自性を発揮したものへと質的な向上が求められている。その際には上述した3つの要素が不可欠である。

そこで改めて本報告を読んでも、前述の通り企業理念と行動憲章は明確となっている。また、P4記載のCSR概念図でコンプライアンスや企業倫理と言った企業として本来的に取り組む必要のある活動と、事業活動を通じてより自主的に取り組む活動(“BRAVE CIRCLE”大腸がん撲滅キャンペーンなどはその好例といえよう)との識別がなされている。しかし、報告の中で企業理念とこれらの活動との関連性を見いだすことが難しいのが実情である。このままでは個別の活動内容に対する社会からの評価を受けることはできたとしても、それでは具体的にどの企業が行っているのか、顔が見えないという事態に陥ってしまいかねない。

そのような事態を避けるためにも、企業理念とそれぞれの活動とを明確に紐付けし、どのような目的でオリンパスグループが社会に向き合っているのかを果たしていくのかという姿を明確化することが求められる。

また、グローバル化の進展や企業の多国籍化、規模の拡大に伴って、社会が企業に期待する、あるいは要望する事項は飛躍的に広がっている。これらの要望事項に対していかに自社の理念や事業との関連を考慮し、必要な対応を効果的に対処することも求められる。

そのためには既存の職場組織それぞれが個々に対応するのではなく、各部門を横串にさすようなかたちでの全社横断的な取り組みがきわめて有効である。

明確な理念を持ち、それに裏付けられた行動を社会の要請に応えながら展開していく、そういった姿勢とそれを実現できる意思決定環境の実現を期待したい。

第三者意見を受けて

経営理念の定着による企業風土づくりが課題

オリンパスは1994年に現在の経営理念である「Social IN」を提唱しました。これは「企業と社会との融合」、すなわち企業も社会の一員であることを明確に宣言したものです。以来10数年が経過するなか、オリンパスは関連事業への積極的な投資や事業買収などを通じて事業規模の拡大と事業基盤の強化・拡大を図ってきました。現在、3万人を超える多くの従業員がオリンパスグループのもとで働いています。しかるに、オリンパスの旗印としての経営理念が果たしてすべての従業員まで浸透しているか、あるいは経営理念に紐づく形で活動が行われているか、と問われれば、残念ながら十分とは言えません。また、活動自体も必ずしも明確な事業戦略に紐づいているわけではありません。その意味では、すべての活動のよりどころとなる経営理念の定着による企業風土づくりが一番の課題であると認識しています。また、活動を展開するうえで必要となる組織体制についてもグループ本社との役割のあいまいさや横機能の連携の弱さがあると考えています。

従業員の成長と企業の持続的発展の実現へ

すべての企業活動は、経営理念の実現を前提に行われなければなりません。なぜなら、経営理念を実現することが、即、企業の社会的責任(CSR)を果たすことになるからです。オリンパスの経営理念の精神は、すべての人々の幸せで健康な生活の実現に向けて、企業価値の最大化を図ることにあります。すべてのステークホルダーとの間で信頼関係そしてWin-Winの関係を築くことです。金融危機によるグローバルベースでの景気後退、新型インフルエンザの世界的大流行、あるいはアフリカに集中する後発開

発途上国(LDC)での諸問題など、グローバル企業に求められる社会的課題は山積しています。事業を通して社会に貢献することを基本に、オリンパスは事業運営をしていかなければいけないと思っています。そのためには企業理念を柱にした活動の推進を強く進めなければいけません。厳しい状況下であるからこそ、鏡とすべき、よりどころとなる経営理念を一人ひとりが共有し、オリンパスグループに働くすべての従業員の成長と企業の持続的発展とを同時に実現するような事業展開を進めていきたいと考えます。

事業を通じた社会貢献活動の展開

今年度(2009年度)の取り組みについて若干触れます。オリンパスグループの従業員一人ひとりへの経営理念の刷り込みと定着が最優先課題と認識し、社長メッセージはもとより、いろいろな機会や媒体を通じて、私たち経営陣はもとより従業員への啓発を徹底して行っていきます。いわば意識改革活動の推進です。従業員の継続的成長という面では、結婚・出産・育児などのライフイベントに左右されない職場環境の実現による女性の活躍機会の拡充を図るとともに、障がい者への雇用機会の拡大に努めていきます。また、グローバルな視点では国連開発計画(UNDP)と協力し、アフリカでの写真コンテストの開催を通じたミレニウム目標への貢献などに取り組んでいきます。オリンパスは事業を通じた社会貢献活動を積極かつ継続して進めてまいります。

オリンパス株式会社
取締役執行役員
コーポレートセンター長 兼 CSR本部長

森 久志



「CARBON 1/2 2020」マークはオリンパスグループの地球温暖化防止に対する長期環境目標への取り組みを表すマークです。



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の環境活動のシンボルマークです。オリンパス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。

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 新宿モリス
TEL:03-6901-9299 FAX:03-3340-2062
E-mail:csr_info@ot.olympus.co.jp

品質環境本部 品質環境推進部

〒192-8507
東京都八王子市石川町2951
TEL:042-642-5125 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/>



多様な色覚の方に配慮した冊子として、特定非営利活動法人カラーユニバーサルデザイン機構の第三者認証を取得しました。
また、環境に配慮し、適切に管理された森林で生産されたことを示すFSC認証紙に大豆インクを用いた水なし印刷を使用しています。

発行2009年6月(前回発行2008年6月)
発行部数 11,000部
次回発行予定2010年6月
X020-09J①0906T Printed in Japan