

# ブラザーグループのCSR

## ブラザーグループのCSR課題

### グローバル憲章に基づいたブラザーグループCSR経営の課題

#### 各地域が自立的に取り組みを推進

ブラザーグループは、世界の各地域で多くの事業を展開しています。そのような中でCSR経営を推進するために、各部門や地域は、グループのすべての活動の礎である「ブラザーグループ グローバル憲章」(以下グローバル憲章)に基づいて抽出したCSR経営の課題に対し、それぞれの業務の特性、地域の文化・慣習を考慮して、自立的な取り組みを行っています。

| ステークホルダー      | ブラザーグループ グローバル憲章   | 項目                           |
|---------------|--|------------------------------|
| お客様           | <ul style="list-style-type: none"> <li>あらゆる場面でお客様第一を考える</li> <li>グローバルな市場から求められる多様な要請や期待にすばやく応える</li> <li>定められた事業領域内で限られた経営資源を有効活用する</li> <li>相互協力のもと、お客様中心の事業一貫経営をグローバルに展開する</li> </ul> | お客様第一のマーケティング・商品企画・開発設計(各事業) |
|               |  | お客様第一の安全・安心な製品設計             |
|               |  | お客様ご迷惑率を低減させる設計品質(各事業)       |
|               |  | お客様ご迷惑率を低減させる製造品質(各事業)       |
|               |  | お客様第一の物流・販売・サービス体制(各事業)      |
| 従業員           | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員の多様性を尊重する</li> <li>人格、多様性の尊重、信義と尊敬</li> </ul>  | 多様な人材の確保                     |
|               |  | 多様な働き方の支援                    |
|               | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員がさまざまな能力を発揮できる職場環境とチャレンジングな仕事への機会を提供する</li> </ul>  | 各地域での人材育成                    |
|               |  | グローバル人材育成                    |
|               |  | 労働安全衛生                       |
|               | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員の努力と成果に対して、公平な評価と正当な報酬で応える</li> </ul>  | 適切な評価制度                      |
|               | <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員に社会の模範となる行動を求める</li> <li>従業員に会社との価値観の共有を求める</li> </ul>   | グローバル憲章の共有                   |
| 従業員の「誇り度」向上推進 |  |                              |
| 最高度の倫理観の醸成    |  |                              |
| ビジネスパートナー     | <ul style="list-style-type: none"> <li>常に公平・公正な取引を行う</li> <li>信頼関係に基づいて成長しあう</li> </ul>  | CSR調達の推進                     |
|               |  | 仕入先との協働                      |
|               |  | 物流パートナーとの協働                  |
|               |  | 販売先との協働                      |

## ブラザーグループのCSR

### ブラザーグループのCSR課題

#### グローバル憲章に基づいたブラザーグループCSR経営の課題

| ステークホルダー | ブラザーグループ グローバル憲章  | 項目   |
|----------|---|--|
| 株主       | ・ 積極的な情報公開を行い、株主との間に長期的な信頼関係を築く                           | IRコミュニケーション  |
|          |   | 社会的責任投資株価指数の構成銘柄   |
| 地域社会     | ・ 地域に対する社会的・経済的・文化的責任を可能な限り分担する                           | 「事業に関連した活動」「地球環境への配慮に関連した活動」「『地域』『人づくり(従業員を含む)』を意識した活動」にテーマを絞った各地域での自律的な社会貢献活動 |
|          |   | グローバルに統一感を持った社会貢献活動  |
| 環境       | ・ 持続的な発展が可能な社会の構築に向け、企業活動のあらゆる場面で地球環境への配慮に前向きで継続的な取り組みを行う | CO <sub>2</sub> 排出量削減の推進<br>(地球温暖化の防止)   |
|          |   | 消耗品・製品の回収リサイクル<br>(循環型社会形成)  |
|          |   | 化学物質の管理  |
|          |   | 環境社会貢献活動の実施<br>(できる限り生物多様性を意識した活動)   |
|          |   | 環境コミュニケーションの実施(「Brother Earth」、イベント、教育、ダイアログなど)                                |
| ガバナンス    | ・ 活動する国や地域における関連法規、規制を遵守し、文化を尊重する<br>・ 最高度の倫理観を持って行動する    | グローバルガバナンス体制の構築  |
|          |   | 内部統制の推進  |
|          |   | コンプライアンスの推進  |
|          |   | 情報セキュリティの推進  |

## ブラザーグループのCSR

### ブラザーグループのCSR課題

#### 2014年度の活動計画と実績、および2015年度の活動計画

| ステークホルダー  | 2014年度の活動計画  | 2014年度の実績  |
|-----------|--|--|
| お客様       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コールセンター機能の拡充、改善(日本、米州、欧州)</li> <li>・ 顧客ニーズ把握のサイクル化および活動に基づいた価値提案(日本)</li> <li>・ お客様との接点拡大による、お客様ご迷惑率の低減(日本)</li> <li>・ ブランド認知度の向上活動推進(米州)</li> <li>・ Facebookを活用したブランド認知度の向上促進(欧州)</li> <li>・ 物流体制の最適化(中国)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ レスポンス改善活動の継続とコールセンター機能の拡充</li> <li>・ お客様やビジネスパートナーへの訪問によるご要望事項の把握</li> <li>・ お客様の使用状況を直接調査することで、問題の予防策を製品改良時に反映</li> <li>・ 各地域でソーシャルメディアを活用したブランド認知度の向上活動実施</li> <li>・ お客様満足の向上を目指したサービス拠点の拡充と、物流システムの継続的な改善</li> </ul> |
| 従業員       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人材育成の実施</li> <li>・ グローバル憲章共有活動のグローバルな展開</li> <li>・ ダイバーシティ経営、特に女性活躍支援の推進(日本)</li> <li>・ 戦略的な能力開発の実施(米州)</li> <li>・ Web研修体制の構築と拡充(中国)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ グローバル共通での幹部人材教育や、拠点の特性に応じた専門教育の実施</li> <li>・ 「チャレンジ風土の醸成」をテーマにしたグローバル憲章共有活動を各拠点で実施</li> <li>・ 女性のキャリアアップを目指したワーキンググループの開催や、女性従業員が経営層と語る会などの施策を展開</li> <li>・ 社内研修サイトを活用した各種専門知識の向上策を実施</li> </ul>                        |
| ビジネスパートナー | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ CSRアンケート実施依頼と回収(日本、アジア・オセアニア、中国)</li> <li>・ お取引先のCSR活動促進に向け、各社CSR活動報告書の提出およびCSR賞の表彰実施(日本)</li> <li>・ ビジネスパートナーとともにソリューション提案を企画(日本)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お取引先のCSRアンケートの回答を基に、ビジネスパートナーと協力してCSR推進活動を実施</li> <li>・ ビジネスパートナーと協力して環境保全活動を実施</li> </ul>  |

## ブラザーグループのCSR

### ブラザーグループのCSR課題

#### 2014年度の活動計画と実績、および2015年度の活動計画

| ステークホルダー | 2014年度の活動計画   | 2014年度の実績   |
|----------|---|---|
| 地域社会     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループ連携した東日本大震災復興支援活動</li> <li>・グローバルで一体感を持った、従業員参加の社会貢献活動の継続</li> <li>・地域に密着した社会貢献活動</li> <li>・事業に連動した社会貢献活動の実施</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・東日本大震災やフィリピン台風など、大規模災害に対する復興活動への継続的な支援</li> <li>・グローバルで一体感を持てる従業員参加の社会貢献活動として、リレーフォーライフや類似のイベントに世界各地の拠点が参加</li> <li>・拠点が所在する地域の教育施設への支援や清掃活動の実施</li> <li>・縫製教室へのミシンの提供や、カラオケを活用した健康教室などを展開</li> </ul>   |
| 環境       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブラザーグループ全体で削減計画目標に沿ってCO<sub>2</sub>削減活動を推進</li> <li>・植樹活動</li> <li>・使用済みカートリッジ回収活動</li> <li>・廃棄物削減活動の推進</li> <li>・世界の環境ラベルを積極的に取得(日本)</li> <li>・サプライチェーンを適切に管理し、有害な物質が製品中に混入しない体制を維持強化(日本)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・拠点ごとにCO<sub>2</sub>排出量の目標値を設定し省エネ活動を実施</li> <li>・グローバル各拠点で地域社会と協力した植樹活動を実施</li> <li>・回収量に応じた寄付をするなど、使用済みのトナー/インクカートリッジ回収活動をグローバルで展開</li> <li>・拠点ごとに廃棄物の目標値を設定し、事業活動で発生する廃棄物の削減やリサイクルを実施</li> <li>・世界各国の環境ラベルを主要製品で取得</li> <li>・お取引先との協力体制や社内管理システムの強化を実施</li> </ul> |

# ブラザーグループのCSR

## ブラザーグループのCSR課題

### 2014年度の活動計画と実績、および2015年度の活動計画

#### 2015年度の活動計画

CSR経営の課題に対して、各地域が取り組む2015年度のさまざまな活動計画から、代表的な取組計画を抜粋してステークホルダーごとに掲載しています。

| ステークホルダー  | 2015年度の活動計画   |
|-----------|---|
| お客様       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ブラザーブランドの認知度向上</li> <li>・ SNSを活用したブランド認知度の向上</li> <li>・ お客様満足度調査</li> <li>・ ディーラー網の強化・拡大(中国)</li> <li>・ 主要製品の重要な品質に対して、お客様視点の新たな評価技術を確立し、目標設定とその妥当性を検証</li> </ul>  |
| 従業員       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ グローバル憲章共有活動(拠点間連携の促進)</li> <li>・ チャレンジ風土の醸成(国を超えての連携強化)</li> <li>・ グローバル人材育成(海外拠点幹部人材育成、グローバル採用)</li> <li>・ 女性活躍推進</li> <li>・ 安全衛生活動推進</li> <li>・ 従業員意識調査の実施</li> <li>・ 若手人材の育成「Look to the Future」イベントの開催(欧州)</li> <li>・ 次世代リーダーの育成(巫州)</li> </ul>                                |
| ビジネスパートナー | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビジネスパートナーとのCSR勉強会の実施</li> <li>・ ビジネスパートナーへのCSRアンケート実施依頼、回収</li> </ul>  |
| 地域社会      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東日本大震災復興支援活動</li> <li>・ グローバルに一体感をもてる従業員参加の社会貢献活動として、リレーフォーライフや類似イベントへ各拠点が参加</li> <li>・ それぞれの地域に密着した社会貢献活動</li> <li>・ 事業と連動した社会貢献活動</li> </ul>   |
| 環境        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ブラザーグループ全体でのCO<sub>2</sub>排出量削減目標を実現するための省エネ活動</li> <li>・ 使用済みカートリッジの回収活動</li> <li>・ 製品輸送時のCO<sub>2</sub>排出量データの収集</li> <li>・ ISO 14001活動</li> <li>・ 環境スペシャルサイト「brotherearth.com」によるクリック募金の実施と環境意識の向上促進</li> <li>・ 植林活動</li> <li>・ ブラザーグループエコポイント活動</li> <li>・ 水保全活動の推進</li> </ul> |