

## 環境戦略とマネジメント

### 中期環境行動計画

#### 「2020年度中期目標」

ブラザーグループは世界各国・地域で事業展開するグローバル企業として、地球温暖化防止への取り組みを最重要課題の一つと位置づけ、CO<sub>2</sub>排出量削減に関する「2020年度中期目標」を定めています。

##### 2020年度中期目標

- (1) 国内8事業所で、2020年度のCO<sub>2</sub>排出量を1990年度比30%削減(絶対値)
- (2) 海外生産拠点(USA除く)\*で、2020年度のCO<sub>2</sub>排出量を2006年度比20%削減(売上高原単位比)

\*: 海外生産拠点のUSAは、施設が販売拠点の一部であることから、CO<sub>2</sub>排出量は販売拠点の実績として管理しています。

#### 「ブラザーグループ中期環境行動計画2015」(2011～2015)

「ブラザーグループ中期環境行動計画2015」(2011～2015)では、「Brother Earth」をスローガンに、環境配慮製品の創出、事業所の環境負荷削減、法規制と社会動向への対応、環境コミュニケーションの各分野でブラザーグループが2015年までに達成すべき重要課題を特定し、単年度ごとの意欲的な環境目標設定とその達成によって着実な進歩を遂げました。特に地球温暖化に関わるCO<sub>2</sub>排出量については、「2020年度中期目標」達成に向けたマイルストーンと位置付け、業界トップレベルの省エネ施策を継続的に実施し、達成しています。

#### 「ブラザーグループ中期環境行動計画2015」(2011～2015)基本方針

##### 基本方針

1. 省エネを中心に環境配慮製品の創出に強力に取り組む
  - ▶【環境目標】 環境配慮製品  
[http://www.brother.co.jp/eco/management/action\\_plan/index.htm#target01](http://www.brother.co.jp/eco/management/action_plan/index.htm#target01)
2. グループを挙げてCO<sub>2</sub>排出量削減に取り組む
  - ▶【環境目標】 事業所の環境負荷削減  
[http://www.brother.co.jp/eco/management/action\\_plan/index.htm#target02](http://www.brother.co.jp/eco/management/action_plan/index.htm#target02)
3. 世界の法規制に対して迅速に対応し、機会損失をなくすとともにビジネスチャンスを広げる
  - ▶【環境目標】 法規制と社会動向への対応  
[http://www.brother.co.jp/eco/management/action\\_plan/index.htm#target03](http://www.brother.co.jp/eco/management/action_plan/index.htm#target03)
4. 環境情報を開示し、ステークホルダーとの双方向コミュニケーションを充実させ、理解を高める
  - ▶【環境目標】 環境コミュニケーション  
[http://www.brother.co.jp/eco/management/action\\_plan/index.htm#target04](http://www.brother.co.jp/eco/management/action_plan/index.htm#target04)

## 環境戦略とマネジメント

### 中期環境行動計画

#### 環境目標(2011~2015)と2015年度の実績

##### 1. 環境配慮製品

##### 1-1. 各国環境ラベルの積極的な取得と新基準への対応

- (1)ブルーエンジェル、エコマークをはじめとしてエナジースター、ノルディックスワン、EPEAT、中国十輪マークなど、販売拠点の要望に確実な対応を図る
- (2)ブルーエンジェル、エコマーク新基準(2012年以降)にも適合し、継続して取得する

##### 1-2. 製品の省エネ性向上

- (1)該当製品はエナジースター、ブルーエンジェル、エコマーク、中国能效、日本のトップランナー基準など、各種省エネ基準にすべて適合する
- (2)各々のカテゴリーで業界トップレベルの省エネ性能を達成する

##### 1-3. エミッション(TVOC、UFP、騒音など)基準への適合

- (1)基準に対して十分な余裕を持って適合する
- (2)ブルーエンジェル新基準、独新法(UFP)などの新基準にも適合する

##### 1-4. リサイクル材料の使用率・量の拡大

該当製品すべてで、拡大する各種基準に適合する

##### 1-5. リユース・リサイクル性の向上(本体、消耗品とも)

- (1)消耗品再生事業での再生工数削減のための設計の推進、交換部品の削減・低コスト化を図る
- (2)クローズドマテリアル使用可能部品の拡大を図る

##### 1-6. 梱包最適化の推進による物流コスト・CO<sub>2</sub>削減

- (1)物流コスト削減のための梱包最適化と、物流におけるCO<sub>2</sub>排出量削減を両立する
- (2)適正材料の選定およびサイズ、重量の削減を推進する

※1 下表の各番号は、上記の項目番号に対応しています。

※2 下表の自己評価の内容です。「◎」:大幅に達成、「○」:達成、「△」:ほぼ達成、「-」:単年度で評価をしない目標と実績、「×」:未達成

環境目標※1	2015年度目標	2015年度実績	自己評価※2
1-1	(1) 該当全製品に関して環境ラベルを取得。	該当全製品で主要な各国環境ラベルを取得。	○
	(2) 今年度は基準改訂なし。	—	—
1-2	(1) 該当全製品に関して各国の省エネ基準に適合する。	全製品ともエナジースター、ブルーエンジェル、中国能效などに適合。	○
	(2) 業界トップレベルの省エネ性能を達成する。	すべてのカテゴリーで業界トップレベルの省エネ性能を達成。	○
1-3	(1) 該当全製品に関してエミッション基準に適合する。	全製品ともブルーエンジェルUFP基準に適合。	○
	(2) ブルーエンジェル新基準(UFP)に適合する。		
1-4	該当全製品に関してEPEAT基準に適合する。	全製品ともEPEAT基準に適合。	○
1-5	(1) 回収インクカートリッジリサイクル率50%以上を維持。	50%以上を継続。	○
	(2) 維持。		
1-6	(1) 一世代前の製品に対し、梱包材のサイズ・重量の削減を図り、物流におけるCO <sub>2</sub> 排出量削減につなげる。	一世代前の製品に対し、梱包材のサイズ・重量の削減を図り、積載効率の向上を推進。	○
	(2) 削減を図り、物流におけるCO <sub>2</sub> 排出量削減につなげる。		

▶製品のライフサイクルにおける環境配慮 <http://www.brother.co.jp/eco/product/index.htm>

▶詳細データ <http://www.brother.co.jp/eco/performance/data/index.htm>

## 環境戦略とマネジメント

### 中期環境行動計画

#### 2. 事業所の環境負荷削減

国内事業所および海外生産拠点は「ブラザーグループ中期環境行動計画2015」(2011～2015)の順守を活動の基本とする

##### 2-1. グループ全体のCO<sub>2</sub>排出削減

物流を除き、国内事業所、海外生産拠点、海外販売拠点をグループ全体で総計し、CO<sub>2</sub>排出量を年率1%削減する(売上高原単位比)

##### 2-2. 国内8事業所のCO<sub>2</sub>排出削減

CO<sub>2</sub>排出量を年率1%削減し、2015年度のCO<sub>2</sub>総排出量を1990年度比25%減とする(絶対値)

##### 2-3. 海外生産拠点(USA除く)のCO<sub>2</sub>排出量削減

CO<sub>2</sub>排出量を年率1%削減する(売上高原単位比)

##### 2-4. 物流CO<sub>2</sub>排出量削減

排出量のマネジメント基準を定め、CO<sub>2</sub>排出量を年率1%削減する(原単位比)

##### 2-5. 生産拠点における水利用量の削減

2015年度の水利用量を2010年度比で5%削減する(売上高原単位比)

##### 2-6. 海外生産拠点における環境保全活動のグローバルマネジメント

生産拠点所在国の環境法規制の順守や廃棄物の適正処理などを、グローバルに管理する体制を構築する

##### 2-7. ISO 14001の取得

新規生産・販売拠点はISO 14001を取得する

※1 下表の各番号は上記の項目番号に対応しています。

※2 下表の自己評価の内容です。「◎」:大幅に達成、「○」:達成、「△」:ほぼ達成、「-」:単年度で評価をしない目標と実績、「×」:未達成

環境目標※1	2015年度目標	2015年度実績	自己評価※2
2-1	2014年度比1%削減。	2014年度比2.4%増加。	×
	2012年度に設定した目標(2013年度より年率1%削減)に対しては、2012年度比18.9%削減を達成。		◎
2-2	2014年度比1%削減。	2014年度比3.5%削減を達成。	◎
	「2020年度中期目標」に対しては、27.8%削減を達成。		◎
2-3	2014年度比1%削減。	2014年度比0.8%削減。	△
	「2020年度中期目標」に対しては、32.3%削減を達成。		◎
2-4	同上。	2014年度比6.4%削減を達成。	◎
2-5	単年度の目標設定は無し。	(2010年度比23.4%削減)	—
2-6	同上。	(全生産拠点の生産活動に関わる対象法規制リストと順守状況を確認)	—
2-7	海外販売拠点3拠点で認証取得。	ブラザーインターナショナル(コリア)、ブラザーインターナショナル(南アフリカ)、ブラザーインターナショナル(マレーシア)、ブラザーインターナショナル(ガルフ)トルコ支店、ブラザーソーイングマシズ(ヨーロッパ)の5拠点で認証取得。	◎

▶CO<sub>2</sub>排出削減活動 <http://www.brother.co.jp/eco/facility/index.htm>

▶詳細データ <http://www.brother.co.jp/eco/performance/data/index.htm>

▶ISO 14001 認証取得拠点一覧およびISO 14064 検証受審履歴 [http://www.brother.co.jp/eco/facility/iso\\_14001/index.htm](http://www.brother.co.jp/eco/facility/iso_14001/index.htm)

## 環境戦略とマネジメント

### 中期環境行動計画

#### 3. 法規制と社会動向への対応

##### 3-1. グローバルな化学物質規制への対応

- (1) REACH、RoHS、TSCAなど、関連する製品含有化学物質規制法に確実に対応する
- (2) 製品含有化学物質管理の戦略を立案し、2015年度に業界トップレベルの水準に到達する

##### 3-2. グローバルな製品省エネ規制への対応

ErP、ロシア製品規制、韓国エネルギー法、中国能效、日本省エネ法など、関連する製品省エネ規制法にトップレベルの省エネ性能で対応する

##### 3-3. 拡大する製造者責任への対応

- (1) WEEE/包装材指令などに対応するための当局への提出データの精度を向上させる
- (2) 製品のクローズドリサイクルシステムをグローバルに構築する
- (3) 消耗品のリサイクルシステムをグローバルに拡大し、各統括販社への展開を目指す

##### 3-4. 製品に関する総合的な環境情報の開示

- (1) グローバルに製品の環境負荷情報を開示する
- (2) エコデクラレーション(ECMA370)に沿った製品情報を開示する

##### 3-5. 認証紙の採用

FSCなどの認証紙の採用を推進する

##### 3-6. グリーン調達を推進

- (1) お取引先(サプライヤー)への監査や教育を強化し、環境に対する意識を高めて法順守を確実なものとする
- (2) 包装材原料紙の原産地、違法伐採、リサイクルなどの管理体制を構築する

## 環境戦略とマネジメント

### 中期環境行動計画

※1 下表の各番号は上記の項目番号に対応しています。

※2 下表の自己評価の内容です。「◎」:大幅に達成、「○」:達成、「△」:ほぼ達成、「-」:単年度で評価をしない目標と実績、「×」:未達成

環境目標※1	2015年度目標	2015年度実績	自己評価※2
3-1	(1) 製品含有化学物質規制に対応。	グリーン調達基準書をタイムリーに改訂し、順守状態を維持。	◎
	(2) 各工場の管理レベルを計る社内目標を設定し、活動を推進。	2015年度の社内目標を達成。	○
3-2	製品省エネ規制に対応。	法規制の改訂日程をいち早くキャッチし、設計に反映。	○
3-3	(1) 提出データの精度向上に向けて、工場出荷時に製品を計量し、重量変動の確認を継続。	提出データの精度向上に向けて、工場出荷時に製品を計量し、重量変動の確認を継続。	○
	(2) グローバルなシステムを構築。	2015年度実績なし。	×
	(3) リサイクルシステムを各統括販売拠点へ展開。	ヨーロッパ、南北アメリカ、アジア・オセアニアの統括販売拠点で運用。	○
3-4	(1) 販社に対し、新製品開示100%。	環境負荷に関わる仕様をリスト化して開示。	○
	(2) ヨーロッパ販社に対し開示100%。	ヨーロッパ向けおよびアメリカ向けのプリンター・複合機・ラベルプリンター・スキャナーについて、法的要件を含む環境特性を公開。	◎
3-5	単年度の目標設定は無し。	国内販社のカタログでFSC認証紙の使用を継続。	—
3-6	(1) グリーン調達基準書の改訂REACH-SVHC物質追加に関する事前案内の送付などの情報発信、およびお取引先監査を通じ、お取引先とグループ内のグリーン調達に対する意識の向上を図り、法順守を推進する。	グリーン調達基準書の改訂を年2回実施し、専用のポータルサイトを通じてお取引先へ共有。お取引先監査を、計画に従い定期的実施。	○
	(2) 対象工場でのリサイクル率の把握(5工場)。EU木材規則、オーストラリア違法伐採禁止法の順守。	対象となる5つの工場で、包装材のリサイクル率把握調査を継続。対象包装材ならびに製品の合法性調査を実施し、合法性を確認。	○

▶製品における環境法規制対応 <http://www.brother.co.jp/eco/regulation/index.htm>

▶詳細データ <http://www.brother.co.jp/eco/performance/data/index.htm>

## 環境戦略とマネジメント

### 中期環境行動計画

#### 4. 環境コミュニケーション

##### 4-1. マーケティング活動と一体となった「Brother Earth」の展開

新製品や新事業での環境配慮、ソーシャルメディアを含めたWebサイトからの環境情報の発信、プラネタリウム「Brother Earth(ブラザーアース)」のPRを通じた環境訴求などを推進する。

##### 4-2. 生物多様性保全を中心とした環境保全活動の推進

各地域で従業員参加のもと、生物多様性保全のための環境保全活動をグローバルに実施し、その一部を環境スペシャルサイトで展開されるクリック募金対象活動として掲載し、ステークホルダーの参加も促す。

##### 4-3. 従業員の環境意識向上を通じた地球温暖化防止の推進

「ブラザーエコポイント活動」をグローバルに推進するとともに、拠点別の環境貢献度の測定も進め、従業員の環境意識を向上させることで、グループ全体のCO<sub>2</sub>排出量削減目標の着実な達成を実現する。

※1 下表の各番号は上記の項目番号に対応しています。

※2 下表の自己評価の内容です。「◎」:大幅に達成、「○」:達成、「△」:ほぼ達成、「-」:単年度で評価をしない目標と実績、「×」:未達成

環境目標※1	2015年度目標	2015年度実績	自己評価※2
4-1	従業員が参加する環境保全活動の積極的な発信。	従業員参加の「ブラザーの森 郡上 ～生態系回復プロジェクト～」を、環境スペシャルサイトや各拠点のWebサイトなどを通じて広報するとともに、FacebookやTwitter、YouTubeのブラザー公式SNSアカウントを利用し、発信範囲を継続して拡大。	○
	環境イベントの積極的な推進と環境意識の拡大。	名古屋市科学館と共同で「ブラザー グリーンクリスマス2015～Projection Mapping on Brother Earth～」を開催。 成層圏で地球と自撮りをする参加型プロジェクト「Mission to the Earth」を実施。	○
4-2	環境スペシャルサイト「brotherearth.com」クリック募金への参加。	2015年度の参加者により蓄えられた累計822,902ポイントを1ポイント=1円で換算し、ポイント数に応じた額を各活動へ寄付。	○
4-3	「ブラザーエコポイント活動」への従業員参加人数(27,893人)。	達成(31,899人)。 新たにブラザーインダストリーズ(フィリピン)で活動を開始。	○

▶環境コミュニケーション活動 <http://www.brother.co.jp/eco/communication/index.htm>

▶詳細データ <http://www.brother.co.jp/eco/performance/data/index.htm>

ブラザーグループはこの「ブラザーグループ中期環境行動計画2015」(2011～2015)で築いた基盤をもとに、「ブラザーグループ中期環境行動計画2018」(2016～2018)を達成することで、お客様から信頼されるブラザーブランドの価値をさらに高め、その結果として、従業員が心の底から「誇りの持てる企業」となることを目指します。