

重点施策	中期環境行動計画目標	2015 年度目標	2015 年度実績	自己評価
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。	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) 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。	今年度は基準改訂なし	-	-
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。	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) 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。	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 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。	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、独新法(UFP)などの新基準にも適合する。	ブルーエンジェル新基準 (UFP) に適合する。		
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。	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 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。	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) 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 ₂ 削減	(1) 物流コスト削減のため、梱包最適化と物流で CO ₂ 排出量削減を両立する。	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、物流における CO ₂ 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) 適正材料の選定およびサイズ、重量の削減を推進する。			
2. 事業所の環境負荷削減				
2-1 グループ全体の CO ₂ 排出量削減	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 ₂ 排出量を年率 1%削減する(売上高原単位比)。	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 国内 8 事業所の CO ₂ 排出量削減	CO ₂ 排出量を年率 1%削減し、2015 年度の CO ₂ 総排出量を 1990 年度比 25%減とする(絶対値)。	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 海外生産拠点(USA 除く)の CO ₂ 排出量削減	CO ₂ 排出量を年率 1%削減する(売上高原単位比)。	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 物流 CO ₂ 排出量削減	排出量のマネジメント基準を定め、CO ₂ 排出量を年率 1%削減する(原単位比)。	同上。	2014 年度比 6.4%削減を達成。	◎
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)。	単年度の目標設定は無し。	(2010 年度比 23.4%削減)	-
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。	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 ISO 14001 の取得	新規生産・販売拠点は ISO 14001 を取得する。	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。	◎

重点施策	中期環境行動計画目標	2015 年度目標	2015 年度実績	自己評価
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。	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) 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。	各工場の管理レベルを計る指標を社内目標として設定し、活動を推進。	2015 年度の社内目標を達成。	○
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。	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 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。	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) 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。	グローバルなシステムを構築。	2015 年度実績なし。	×
	(3) 消耗品のリサイクルシステムをグローバルに拡大し、各統括販売拠点への展開を目指す。	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 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。	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) エコデklarレーション(ECMA370)に沿った製品情報を開示する。	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 認証紙の採用	FSC などの認証紙の採用を推進する。	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 グリーン調達の推進	(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。	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、計画に従い定期的に実施。	○
	(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。	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。	○
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。	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ションマッピング「Mission to the Earth」を実施。	○
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。	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 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 ₂ 排出量削減目標の着実な達成を実現する。	「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。	○