

## 奨励賞

大企業区分

# 株式会社ニコン

※事業者の情報は応募時点(2018年)

所在地	東京都港区港南 2-15-3 品川インターシティ C 棟
業種	製造業
社員数	4,444 名(単体)、21,029 名(連結)
受賞歴	なし
ウェブサイト	<a href="https://www.nikon.co.jp/index.htm">https://www.nikon.co.jp/index.htm</a>

全グループ会社への環境意識の浸透を目指して：  
環境教育・啓発のグローバルな展開

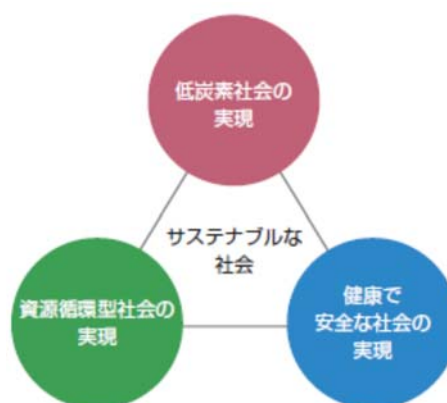
### 取組の目的

ニコングループは、世界の状況や限りある資源を使用して製品を製造・販売しているというニコングループの事業の性質から、「低炭素社会の実現」「資源循環型社会の実現」「健康で安全な社会の実現」の3つを柱とした「ニコン環境長期ビジョン」を策定しています。これらのビジョンの達成に向けて、2030年をターゲットとした「ニコン環境中期目標」を立て、その具体的な計画である「ニコン環境3年計画」を策定、さらに単年目標の「環境アクションプラン」をグループ全体に展開し、最終的には各職場の環境目標に落とし込み、サステナブルな社会の構築に貢献すべく日々環境活動に取り組んでいます。

企業における環境活動の主体は社員です。

ニコングループは、環境活動とは特定の部門のみが取り組むものではなく、すべての職場の従業員が環境配慮を意識しつつ普段の業務を進めていくことが大切だと考えています。社員一人ひとりの意識と理解がなければ、環境活動の着実な推進と水準向上は望めません。そこで、さまざまな環境教育や啓発活動を実施し、環境活動に対する社員の意識向上と理解促進に努めています。特に「アースアワー(毎年3月、WWF主催)」と「ニコン環境月間(毎年6月)」は今や定番の活動となっています。

アースアワーには2010年より参加していますが、年々参加するグループ会社は増加し、2018年ではグローバルで60社が参加するに至りました。さまざまな環境啓発イベントを開催するニコン環境月間は、2000年に国内のグループ会社を対象として始まった活動ですが、現在ではグローバルなイベントも増え、世界各地より多くの社員が参加しています。



## 取組の実績

### 1. WWF(世界自然保護基金)主催「アースアワー」への参加

#### 【狙い】

地球温暖化を食い止めたいというニコングループとしての意思表示を行うとともに、社員が地球温暖化を自分事として捉え、行動に移す機会を作ることを狙いとしました。

#### 【対象】

ニコン各製作所および国内外のグループ会社とその社員

#### 【実施体制】

環境活動含むニコングループの CSR 活動全般を統括するニコン CSR 推進部が事務局となり、ニコンの各製作所および国内外のグループ会社とその社員に対し、参加呼びかけを実施。後日、実績を集計しました。

#### 【取組内容】

事務局より、全グループ会社の社長宛に参加を呼びかけるレターを送付するとともに、グループ内の環境ポータルサイトや、グループ内に配信している CSR ニュースレター、社内報に、アースアワーの目的と内容、参加方法についての記事を掲載しました。

参加を表明した事業所においては、ポスターを掲示したり、事業所内のメールマガジン、環境ニュースレターなどを用いて社員への参加呼びかけを行いました。また、SNS のアカウントを持つグループ会社は、ニコングループオリジナルのバナーを SNS に掲載し、社員やお客様、ビジネスパートナーなどステークホルダーに対し情報発信を行いました。

アースアワー当日である3月24日(土)は、ニコングループからは日本国内より15社、海外より45社の合計60社が参加し、20時30分から21時30分までの一時間、看板や野外広告、オフィスの照明を消しました。

\*アースアワー…世界中の人々が同じ日、同じ時刻に灯りを消すという行動を通じ、地球環境への思いを示す国際的なイベント

### 2. ニコン環境月間の開催

#### 【実施体制】

環境活動含むニコングループの CSR 活動全般を統括するニコン CSR 推進部が事務局となり、各イベントを企画・運営。グローバルに展開するにあたって、グループ各社の CSR コーディネーターが社内への宣伝活動を行いました。

#### 【実施した各種環境啓発イベント】

##### ①環境フォトコンテスト

【2018年テーマ】私が見た環境 SDGs

#### 【狙い】

環境啓発とSDGsのグループ内浸透。自分なりに理解したSDGsを「写真」という手段で表現することで、参加者がSDGsをより自分事として考えるようになることを狙いとしました。

【対象】 ニコンおよび国内外のグループ会社の社員

#### 【取組内容】

SDGsのうち、下記環境に関する7つの目標に関連した写真を募集しました。

- 6) 安全な水とトイレを世界中に
- 7) エネルギーをみんなに そしてクリーンに
- 12) つくる責任 つかう責任
- 13) 気候変動に具体的な対策を
- 14) 海の豊かさを守ろう
- 15) 陸の豊かさを守ろう
- 17) パートナーシップで目標を達成しよう

応募の際、テーマに選んだ SDGs となぜその写真が関連していると思ったのか、コメントを添えることを応募条件としました。

募集にあたっては、SDGs を紹介する資料も作成して応募要項とともに掲示・配布しました。

環境フォトコンテストは、最初の開催から 15 回目となります。国内のグループ会社を対象としてスタートし、2017 年より、グローバルの社員を対象に開催しています。

2018 年は 81 名からの応募がありました。プロの写真家を交えた審査の結果、最優秀賞 1 件、優秀賞 3 件が選ばれ、そのうち 1 作品はニコン サステナビリティ報告書 2018 の表紙に採用されました。

## ②環境表彰

【狙い】 環境活動の活性化、モチベーションアップ

【対象】 ニコンおよび国内外のグループ会社の社員

【取組内容】

年間を通じて環境活動に取り組み、大きな成果を上げている職場、グループ、個人を環境月間に表彰しています。

環境表彰は、2010 年より ISO14001 を取得している主に生産系の事業所を対象として始めました。

2018 年より、環境意識の一段の向上を目指し、ISO14001 取得の有無や工場／オフィスでの取り組みを問わず、優れた環境への取り組みを表彰する制度に改訂しました。7 カ国・地域から合計 36 件の応募があり、環境貢献優秀賞 1 件、環境貢献賞 7 件、奨励賞 4 件、環境貢献拠点賞 1 点が選出されました。

6 月 5 日の世界環境デーにあわせ、ニコン本社にて表彰式を行いました。

## ③グループ全社共通の環境月間ポスター掲示

【狙い】 グループ一丸となって環境に取り組む姿勢を示すことを狙いとししました。

【対象】 ニコンおよび国内外のグループ会社

【取組内容】

2016 年よりグループ全社共通のポスターを作成し、環境月間中、全グループ会社に掲示しています。

2018 年は前年の環境フォトコンテストで入賞した作品をモチーフに作成しました。日本語、英語、中国語の 3 か国語をベースに、最終的には 15 か国語に展開し、各社に掲示しました。

## ④CSR ニュースレター「Sustainability Today」の配信

【狙い】 環境に関する基本知識の習得、意識啓発

【対象】 ニコンおよび国内外のグループ会社の社員

【取組内容】

## 「環境 人づくり企業大賞 2018」受賞企業の取組事例

ニコングループでは、環境を含むグループ内の CSR 啓発の一環として、2015 年より定期的にニュースレター「Sustainability Today」(2017 年 7 月までの名称は「CSR Today」)を作成し、15 か国語に翻訳、すべてのグループ会社の社員に配信しています。

2018 年の環境月間号では、環境委員長である取締役兼常務執行委員からのメッセージや環境関連のコンプライアンス情報、ニコン製品における環境配慮事例、環境に関連したグループ内の社会貢献活動事例などを掲載しました。

### ⑤環境月間セミナーの開催

【狙い】 環境に関する基本知識やトレンド情報の習得、意識啓発

【対象】 ニコンおよび国内グループ会社の社員

【取組内容】

ニコングループではニコン環境月間を開始した 2000 年より、社員向けの環境セミナーを実施しています。

開始当初は環境関連の部門の社内講師によるセミナーでしたが、2008 年より社外から専門家を招き、より分かりやすい、環境への取り組みのきっかけとなるようなセミナーを目指しています。

2018 年は、ニコン本社にて、ニコングループの CSR 活動のトップである社長による環境経営についての講演と、環境委員長である取締役による SDGs とニコンの環境活動についての講演の後、外部講師による SDGs について(概要、企業の SDGs への取り組みはなぜ必要か、取り組み事例など)の講演を行いました。100 名を超える参加者がありました。業務時間中の開催ということもあり、当日参加できる社員は限られているため、講演の動画と資料を社内ポータルサイトに掲載しています。

## 成果・課題

### 1. WWF(世界自然保護基金)主催「アースアワー」への参加

ニコングループは 2010 年より、ニコン各製作所および国内外のグループ会社とその社員に対し、参加の呼びかけを行っています。照明を消すことで、世界中の人々が心を一つにし、地球温暖化を食い止めたいという願いを表明することがこのイベントの趣旨であることから、参加は強制ではなく、本当にこのイベントの趣旨に賛同する事業所・グループ会社を募って参加しています。

初めは国内の主要事業所と海外のグループ会社数社の参加でしたが、現在はグローバルで 60 社が参加表明をするに至り、グローバルで定着した環境啓発活動となっています。ニコングループとしての一体感も感じられるこのイベントの経験から、世界各地の CSR・環境担当者より、もっとグループ全体で行う環境啓発イベントを実施したい、という要望をもらうようになりました。

なお、グループ全社共通で使用しているオリジナルの SNS 素材(バナーなど)は、シンガポールのグループ会社の社員が有志で作成しているものです。

#### 【ニコングループのアースアワー参加社数の推移】

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
日本国内	10 社	11 社	12 社	13 社	15 社
海外	38 社	37 社	46 社	46 社	45 社

合計	48 社	48 社	58 社	59 社	60 社
----	------	------	------	------	------

## 2. ニコン環境月間の開催

もともと国内の啓発活動として始まったニコン環境月間ですが、世界的に環境への関心が高まってきたことや、上述の通りアースアワーへの参加の経験から、海外のグループ会社より、国内外問わず社員が参加できる環境啓発活動を実施してほしいという要望が増えてきました。事務局としても、ニコングループがグローバルで一丸となって環境に取り組むことの大切さを実感していたことから、国内外問わず全グループ社員が参加できる啓発活動を少しずつ増やしています。

### ①環境フォトコンテスト

2017 年よりグローバルで開催しています。毎年環境に関するテーマに沿った写真を募集するのですが、より環境や社会課題について考えるきっかけとなることを目指し、2018 年は応募要件を少し変更しました。

「私が見た環境 SDGs」をテーマとし、参加者は環境に関する SDGs の中から自分でテーマを選び、どのように自分の写真がその SDGs を表現しているのか、コメントを添えて応募しました。応募の際には事務局が添付した SDGs についての資料も確認しなければなりません。

応募要件が難しくなったせいか、応募点数は例年と比べて少なかったのですが、応募作品一つ一つが、参加者なりに SDGs を咀嚼したうえで撮影されており、「SDGs をより自分事として考える」という狙いは達成できたのではないかと思います。

#### 【環境フォトコンテスト 応募者数推移】

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
日本国内	68 点	88 点	147 点	80 点	48 点
海外	-	-	-	138 点	33 点
合計	68 点	88 点	147 点	218 点	81 点

\*2016 年までは一人 5 点までの応募。2017 年からは一人 1 点の応募。

### ②環境表彰

今まで ISO14001 を取得している生産系事業所を対象とした活動でしたが、2018 年より対象をオフィス系の事業所に広げ、評価方法も改訂した結果、応募件数が大幅に増えました。

取り組みの横展開につながるよう、受賞案件の資料はグループ内ポータルサイトに掲載しています。

#### 【環境表彰 応募件数推移】

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
日本国内	9 件	9 件	10 件	3 件	2 件
海外	2 件	2 件	3 件	5 件	34 件
合計	11 件	11 件	13 件	8 件	36 件

### ③グループ全社共通の環境月間ポスター掲示、④ニュースレター「Sustainability Today」の配信

世界各地域の CSR・環境担当者の協力のもと、できるだけ多くの現地語に対応するよう努力しており、最終的に現在 15 か国語に展開しています。

## 「環境 人づくり企業大賞 2018」受賞企業の取組事例

ニュースレター「Sustainability Today」は四半期に1回、年4回発行しています。毎回のテーマは、日本の事務局にて案を作成した後、各地域のCSR・環境担当者から現地の動向などを踏まえた意見をもらい、決定しています。日本にて日本語版、英語版を作成し、各地域に配信、その後現地の言葉に翻訳されます。定期的に、「ニュースレターを読んでいるかどうか」「改善点は何か」といった意識調査を行っており、最近の調査によると、グローバルでおよそ70%の社員が読んでいるということが分かりました。

### ④環境月間セミナーの開催

主にニコンと国内のグループ会社を対象とし、外部講師を招いて、ニコン本社(品川)で開催しました。

2018年はSDGsをテーマとした講演でした。参加者からは「SDGsに取り組むことで、どのように企業や社会が変わっていくのかよく分かった」といった感想をもらいました。約100名の参加がありました。

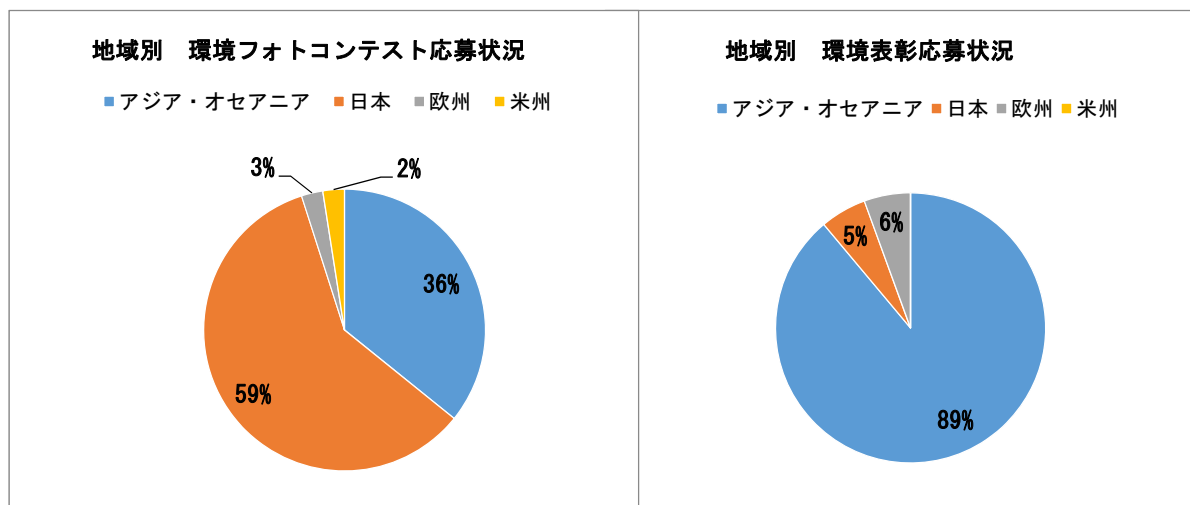
#### 【環境月間セミナー 参加者数推移】

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
合計	128名	99名	99名	90名	101名

ニコングループは事業を展開する全地域を、日本を除いて5つのエリアに分け、ローカルのCSR委員会を設置しています。こうした地道な啓発活動の甲斐もあってか、ローカルのCSR委員会においても環境に関する議論が活発に展開されるようになりました。また、社員が自主的に環境保全チームを立ち上げ、活動を行っているグループ会社もあります。

## 今後の改善

参加型の環境啓発活動は、参加状況は地域によってばらつきがあります。ニコングループの従業員数の地域別比率は、アジア・オセアニアと日本が多いので、ある程度のばらつきはやむを得ないとは思いますが、今後は現在参加者数が少ない地域に対し、特に積極的にアプローチしていきたいと思っています。



また、国内の環境啓発活動としては一大イベントである環境月間セミナーですが、ニコン本社にて業務時間内で開催されるため、開催のタイミングによって参加者数が大きく変わってきます。多くの社員に聴講してもらいたいことから、グループ内ポータルサイトに動画と資料を掲載しています

## 「環境 人づくり企業大賞 2018」受賞企業の取組事例

が、Web 中継を行い各事業所で聴講できるようにするなど、まだ改善の余地はあると思っています。さらに動画、資料も日本語のみの対応であり、まだ国内行事にとどまっています。地域による言語・文化・慣習の違いや勤務形態やネットワーク環境など違いは、グローバル的な活動を進めるうえでのハードルになっています。

環境活動のレベルアップを図るには、全社員が環境を意識しながら日々の業務にあたることが不可欠です。

そのためには、環境問題やその解決に向けた取り組みを、「いかに社員一人ひとりが自分事として捉えることができるか」がポイントとなります。また言語や文化の違いを乗り越え、グループ全員が一致団結して取り組んでいくことも大変重要です。環境教育・啓発活動は、このような環境活動に欠かせない要素の基盤づくりであると考えています。

ニコングループでは各活動において、明確な目的・目標をもって企画立案を行い、活動を実施、活動後は結果の分析を行い、今後の改善へとつなげています。PDCA を回すことで、効率的かつ効果的な環境教育・啓発の推進を目指しています。

これからも全グループ会社への環境意識浸透・向上を目指し、各地域の社員の声に耳を傾け、時には協力を仰ぎながら、誰もが参加しやすい、意義ある活動を展開していきたいと思っています。

### 関連・補足情報

1. 2017 年度の環境月間実績(境フォトコンテストや環境表彰、環境月間セミナー、環境月間ポスターなど)について(サステナビリティ報告書 2018 より)

[https://www.nikon.co.jp/sustainability/report/sr2018\\_09.pdf](https://www.nikon.co.jp/sustainability/report/sr2018_09.pdf) P50

\*2018 年度の取り組みは来年度のサステナビリティ報告書に公開される予定です。

2. ニコングループの環境経営、環境の長期ビジョンと中期目標について(サステナビリティ報告書 2018 より)

[https://www.nikon.co.jp/sustainability/report/sr2018\\_08.pdf](https://www.nikon.co.jp/sustainability/report/sr2018_08.pdf)

### 審査委員会からの講評

「ニコン環境ビジョン」を達成するため、社員一人ひとりの環境への意識と理解を深めることが重要であるとして、世界のグループ会社60社に参加を呼び掛け、アースアワーや環境月間の取り組みを進めている点が評価できる。環境フォトコンテストでは、2018年のテーマを「私が見た環境SDGs」と定め、応募者がSDGsの目標を選んで自分なりに理解したSDGsを写真で表現することを仕掛けたのはユニークだ。環境月間セミナーでは、社長や取締役による環境活動についての講演を実施している点も意欲を感じる。アースアワーの参加者や環境表彰の応募者も年々増加しており、社員の意識に変化がみられる。CSRニュースレターの閲読率が70%になるという効果も現れている。

今後は、職種や階層に応じて体系化された人材育成や、社外への波及効果がある人材育成のプログラムも組むといった、さらなる改善が期待される。