

## 環境コミュニケーション

環境コミュニケーションの重要性は、まず、環境活動の結果を情報開示することによってステークホルダーの支持を得ることにあります。さらに、活動を通して得られたノウハウを開示し、世の中の環境活動の推進をサポートすることも重要です。リコーグループは、環境経営の状況を、環境報告書やホームページでステークホルダーの皆様にお知らせするとともに、製品の環境負荷情報についても「タイプⅢ 環境宣言」で開示。また、環境負荷削減の成功事例や、経済効果の高い環境活動などを紹介する環境広告や講演、展示会も積極的に行うことにより、2ウェイコミュニケーションを推進し、社会全体の意識向上や、環境負荷削減のために働きかけています。

ステークホルダーと情報開示手段の関係

対象 =		環境報告書	ホームページ	環境ラベル	環境広告
地球環境保全	内容と成果 ノウハウ共有	●	●		●
近隣住民		●	●		
お客様		●	●	●	●
グリーン購入		●	●	●	●
投資家、株主		●	●		●
社員	考え方、安全衛生情報	●	●		
	社内啓発	●	●		

### 環境報告書

リコーグループは、1996年度のデータを開示した環境報告書を1998年4月に発行して以来、毎年、報告書を発行。1999年1月

に発行した1998年版の報告書以降は、日本語版・英語版を用意し、幅広いステークホルダーの皆様へ情報開示を行ってきました。1999年版の報告書は、情報開示の体系的性、明瞭性およびエコバランスや環境会計を含む環境マネジメントシステムとの関連性を明確にしている点が評価され、グリーンリポーティングアワードの最優秀賞を受賞しています。また、関連会社や事業所ごとの環境報告書も発行しています。



### 環境ホームページ

リコーの環境ホームページは、リコーグループの環境報告書をはじめ、最新の活動事例や、小中学生向けのECO TODAY\*も閲覧できる充実した内容になっています。ECO TODAYは、リコーと専門学校生が共同で作成しているページで、身近なことを糸口に地球環境問題を説明するとともに、その問題に対するリコーの対応も掲載しています。また、メールで寄せられた質問にお答えするなど、2ウェイコミュニケーションを図っています。\*30ページ参照。



ホームページ



ECO TODAY

### 「タイプⅢ 環境宣言」による製品の環境負荷情報の開示\*

製品の環境負荷情報は、お客様が環境負荷の少ない製品を選ぶ際に、重要な判断材料となります。リコーグループは、日本で初めての第三者認証(スウェーデンBVQI)のもとに、デジタル複写機 imagio MF6550 のライフサイクル全体における環境負荷情報を開示しました。2000年度中にはファクシムリ、プリンターでも、この「タイプⅢ 環境宣言」による情報開示を行い、2001年度には、全機種の環境負荷情報を開示していく予定です。\*11ページを参照。

#### 環境ラベルの定義

##### タイプⅠ 環境ラベル

エコマークのように、第三者が定める環境保全基準を満たした製品に付けるもの。(下欄を参照)

##### タイプⅡ 環境ラベル

リコーリサイクルラベルのように、各社が自主的に基準を定め、それをクリアした製品に付けるもの。(41ページを参照)

##### タイプⅢ 環境宣言

お客様が製品を選ぶ際に判断材料となるよう、定量的な環境負荷情報を開示しているもの。

### 世界のタイプⅠ 環境ラベルとリコーグループの対応状況

#### エコマーク/日本

日本環境協会が1989年より実施している制度で、2000年には複写機へも拡大されました。2000年7月現在、imagioシリーズなど、リコーの複写機34機種がこのマークを取得しています。



#### ブルーエンジェルマーク(BAM)/ドイツ

ドイツ連邦環境庁によって、製品の生産から廃棄まで細部にわたって認定基準が設けられています。リコーがドイツで販売するほとんどの製品が、このマークを取得しています。



#### ハルディックスワンマーク/北欧

1989年から、北欧5カ国(ノルウェー、スウェーデン、フィンランド、アイスランド、デンマーク)が運営しています。1997年に、リコーの複写機7機種がこのマークを取得しています。



## 環境広告

リコーの環境広告は、いわゆるイメージ広告は行わないという姿勢のもとに、グリーン購入を進める企業に向けて製品の環境性能を説明したり、さまざまな立場で環境保全を推進している方々に役立つと考えられる事例をセレクトして紹介するなど、世の中全体の環境負荷削減への働きかけを目的に制作されています。製品の環境性能について説明した新聞広告は、エコプロダクツ1999の「日本消費者生活アドバイザー・コンサルタント協会」のブースで、良い環境広告の例として展示されました。また、環境活動事例を紹介した雑誌広告は、1999年度の日経エコロジー広告賞を受賞し、「今後の環境広告のあり方を示す作品」という評価を受けました。



製品の環境性能を説明した新聞広告



環境活動事例を紹介した雑誌広告

### 国際エネルギースターマーク/ 日本・アメリカ・欧州など

待機時の消費電力が一定基準以下のOA機器が、このマークを付けて販売できます。リコーはすべての対象製品で、このマークを取得しています。



## 講演

リコーグループでは、これまでも数多くの講演や論文の発表を行ってきましたが、1999年度は、国際連合大学や地球環境経済人サミットで、リコー経営トップ層が、環境経営や環境情報発信についての講演を行い、リコーグループの取り組みをアピールしました。このほかにも、企業での講演、学会、シンポジウムなどに、社会貢献の立場から積極的に参加しています。



国際連合大学で講演する桜井社長



地球環境経済人サミットで講演する紙本専務

### 1999年度の主な環境講演と論文(リコー)

項目	数
環境講演	43
論文、学会誌への投稿など	13

リコー社会環境室が関った主な項目を集計。  
このほかに社内各部門で行っている活動があります。

### RESYマーク/ドイツ

輸送時の包装がRESY社の技術基準を満たし、ドイツ国内で回収されることを保証するマークです。リコーは1993年から、この基準を満たす包装材の設計を行っています。



## 展示会

リコーでは、エコプロダクツ展への出展、ビジネスショーでの環境コーナー展示など、展示会での環境活動のアピールも積極的に行っています。また、リコー池田事業所が「池田市環境フェア」に出展し、環境保全への取り組みについて市民の皆様説明するなど、地域とのコミュニケーションも図っています。



エコプロダクツ1999

### DSD(グリーンポイント)マーク/ドイツ

販売時の包装材が、DSD社の指定業者によって回収され、再利用・再使用されることを保証するマークです。リコーは、カメラのパッケージでこのマークを取得しています。

