

戦略的CSRのご提案

Ver.2

改訂版

～持続可能な経営を目指すために～

全日本印刷工業組合連合会
CSR推進専門委員会

CSRの意義

近年、CSRの必要性が大きく取り上げられるようになり、業界・業種を問わずさまざまな取り組みを行うようになってきました。この流れはある意味、必然だと考えられます。

CSRを日本語にすると「企業の社会的責任」となり、企業は社会の中で生かされている存在ということができません。それはつまり、社会の中で求められる責任を果たさなければならないということに他なりません。たとえば個人が、社会で定められたルールに反した場合（つまり社会的責任を放棄した場合）、何らかの罰則が適用され、自由や金銭を失ってしまいます。CSRの根幹をなすのは、それと同様のことだと考えれば分かりやすいのではないで

しょうか。

たとえば、企業が利益を上げたら税金という形で社会に還元されます。その責任を放棄した場合、脱税という形で罰則を受けることになります。

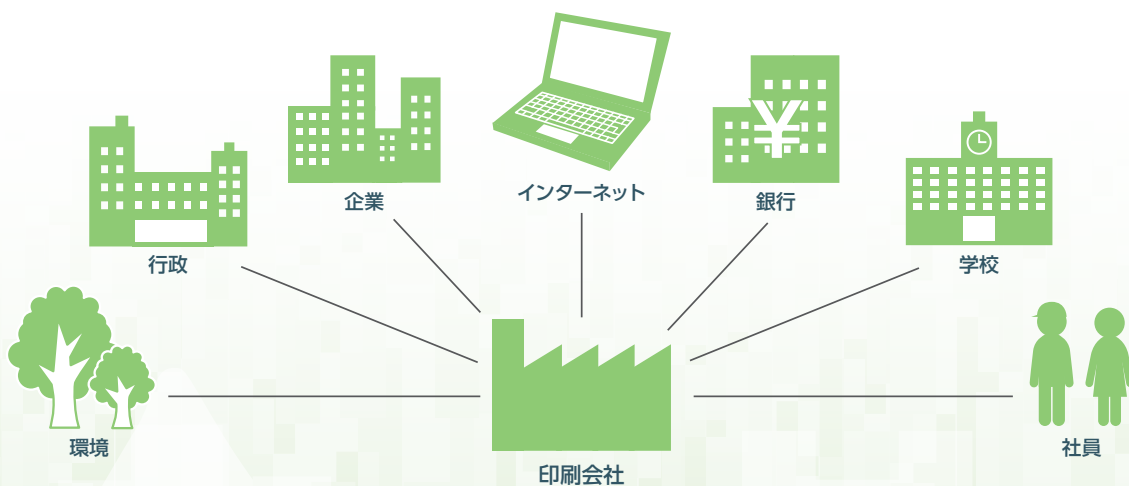
企業が存続するためには、社会から存続を期待されなければなりません。そのためには社会から求められる「責任」を全うしなければならないのです。CSRとは、決して難しいことでもなければ、社会に対するアピールでもありません。社会から求められる要求に対して、しっかりと応えていくこと。そういった取り組みを続けることで、社会から認知され、持続的な発展を目指していく。それこそがCSRの最大の意義なのです。

印刷業界のCSRとは？

では、印刷業界におけるCSRを考えてみましょう。現在、印刷会社は全国的に見ても減少傾向にあります。これにはさまざまな要因が考えられます。インターネットの普及や、さまざまな情報通信の媒体が生まれてきたこと、受注確保のために過当な価格競争を引き起こしたこと、顧客満足（CS）に目を奪われるあまり、社員や外注先に対して多くの犠牲を払わざるを得なかったことなど。これらはつまり、印刷業界自体が印刷業本来の価値を低下させてしまったとも言えるのです。

多くの経営者は「自社」と「クライアント」の関係性だけに目がいき、社員や企業を取り巻くさまざまな

ステークホルダー（利害関係者）、地域社会や地球全体にいたるまでの関係性についてはあまり意識してこなかったのではないのでしょうか。今一度、自分たちの社会的な存在意義を考え直し、本来の価値を問い直すこと。それが現在の印刷業界に求められていることなのです。受注本位、利益本位、顧客本位の経営から、社会的な責任に基づいた経営への変革。それこそが、現在の印刷会社経営に必要なことであり、また今後の社会の中で必要とされる企業であり続けるための方法のひとつなのです。そして、社会的な責任を果たすことが、ひいては利益に結びつくものなのです。





なぜ、CSRが必要なのでしょう？



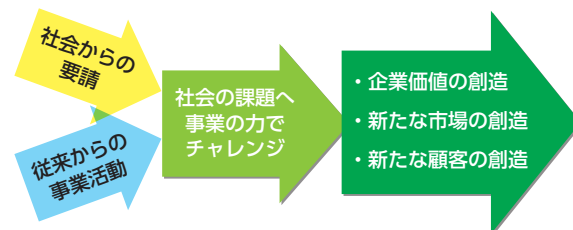
どれほど素晴らしい経営理念を持っていたとしても、どれほど素晴らしい製品やサービスを提供していても、企業を維持・発展させるための収益が伴わなければ、いずれその企業は消えてなくなります。その収益を常に確保していくためには、受注本位、利益本位、顧客本位の経営から、クライアントや社会の課題を解決する「ソリューション型」の経営へシフトしなければなりません。一方で社内では社員の成長を支援していくことで社員の会社に対する帰属意識や誇りを高めるとともに、技術やノウハウの蓄積、生産性の向上を通じて企業の価値を向上させていくことが重要です。

日本では昔からCSRを意識した商いの考え方がありました。近江商人の「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」という「三方よし」の精神です。実は、この考え方が今の経営にも非常に重要なポイントなのです。自分たちの製品やサービスを買ってくれた人を幸せにし、社会全体に好影響を与えた結果、自分たちの利益に結びつくという考え方です。これこそがCSRの根本的な考え方であり、これを企業戦略のなかにきちんと位置づける必要があるのです。

今の時代、CSRは企業経営にとって無視できない重要

なテーマとなりました。経営の根幹にCSRを据えることで、企業価値を向上させ、長期にわたる持続可能な発展の礎を作ることが可能となります。確かに、CSRには手間ひまがかかります。企業としての取り組むべきことを決め、それを社員全体に浸透させ、地道な取り組みを継続していくことが求められます。これをコストと捉えるのではなく、信頼を得るための投資と捉えなければなりません。CSRに積極的に取り組むことで、経営者はもちろんのこと、CSRを実践する一人ひとりの社員が社会のさまざまなニーズに気づき、多様性を学び、時代の変化に対応できる力を身につけられるようになります。その力が結集したときに、社内の変革を起こす大きな力をなり得るのです。

図1 本来の事業活動を社会の要請とどう整合させてゆくか



中小企業のCSRへの取り組み方



CSRの取り組みを始める際に、意識すべきことは「ステークホルダー」の存在です。「ステークホルダー」とは「利害関係者」と訳され、企業の製品やサービス、業績によって何らかの影響を受ける人のことを指します。つまり「ステークホルダー」とは、株主はもちろんのこと、自社の社員や社員の家族、クライアント、さらには製品を手取るエンドユーザまで含まれます。CSRへの取り組みを始める際には、自社の製品やサービスが誰に影響を与えているかを洗い直すことで、自社の製品やサービスの社会性を再認識する必要があります。

次に、CSRという言葉を意識しないまま、取り組んでいるCSR活動を探してみます。たとえば社内の働く環境やコンプライアンス、財務状況などに目を向けてみると分かりやすいと思います。納税もCSRの一環と言えますし、雇用の創出も同様です。自社で知らず知らずのうちに取り

組んでいることを意識することで、社員の間に一体感が生まれ、CSRの取り組みを推進しやすくなります。

そして、最も重要なのが、ステークホルダーでもある社員をいかに巻き込んでいくかという部分です。CSRは経営者の意思がなければ始まりませんが、それだけで続けていくこともできません。最も身近なステークホルダーである社員の賛同と理解を得る必要があります。なぜなら「CSRとは何か？」を突き詰めていくと、「ステークホルダーとのコミュニケーション」という考えに行きつくからです。社会が要求する責任を果たすためには、社会を構成する人の要求に耳を傾けなければなりません。つまりCSRを推進しようとする企業にとっては、ステークホルダーといかにコミュニケーションを取っていくかが重要な課題となるのです。そのためにも、まず社員とのコミュニケーションを密にすること。経営者が先頭に立ち、社

員を巻き込みながら、対話や会話を重視することがCSRの推進に非常に大きな力を発揮します。社員とコミュニケーションを取りつつ、一歩ずつ改善しようとする姿勢が見えれば、社員の満足度も高まります。何か制度を作り上げていく際に、社員の参加があれば、より一層良い影響が出ます。また、環境に配慮して、廃棄物の削減に取り組んだり、資材の最適化を研究したり、労使間でこういうことに地道に取り組みながら、働く環境や地球環境を一歩ずつ改善していくことが立派なCSR活動につなが

ていくのです。

- 自社の製品やサービスを見直すことでステークホルダーを見つめ直す。
- 過去の取り組みを洗いなおす。
- 身近なステークホルダーである社員を巻き込むことでCSRを推進する。

これが中小企業が取り組むべきCSR活動のモデルケースのひとつであると考えます。

2012 年度「コンプライアンス違反」

2012年度「コンプライアンス違反」企業の倒産 ～「粉飾」が減少し、脱税、滞納などの「税金関連」が増加～

2012年度（2012年4月-2013年3月）に法令違反や粉飾決算、談合、偽装などのコンプライアンス違反が一因となった企業倒産は141件だった。件数は前年度を下回ったが、違反内容別では脱税や滞納など「税金関連」が前年度を上回り、中小企業の苦しい経営の一面を浮き彫りにした。またホテルやレストランで発覚した、メニューと実際に使用されている食材とが異なる食材偽装問題のように、悪気はなかったが昔からの慣例として行なわれているケースも目立ち、大きく信用を失墜させた。

■リスク管理の重要さが増す 「コンプライアンス」

相次ぐ企業不祥事の反省から、「コンプライアンス（法令遵守）」が重要視されてきた。直接、法的な違反でなくとも、「倫理や社会貢献などに配慮した行動」に反した社会的に不適切な行為は消費者、取引先などの信頼を失い、事業継続が困難になるケースも多い。企業にとってコンプライアンスは、リスク管理という視点からも経営の重要課題として浮上している。

■2012年度の「コンプライアンス違反」 倒産141件 前年度比17.0%減

2012年度にコンプライアンス違反が一因となり倒産した企業は141件だった。前年度（170件）より29件（17.0%減）減少した。年度上半期（4-9月）は前年同期比8.0%減（75→69件）だったが、年度下半期（10-3月）は同24.2%

減（95→72件）と、年度後半にかけて減少幅が広がった。これはオリンパス、大王製紙など大手企業の相次ぐ不祥事で、社会的にもコンプライアンスへの意識が浸透したことが背景にあるとみられる。

■負債10億円以上は29件

141件の負債総額は2,063億3,800万円（前年度比40.8%減、前年度3,491億3,000万円）で大幅に減少した。このうち、負債10億円以上の大型倒産は29件（前年度37件）にとどまり、構成比は20.5%だった。

主な倒産事例は、約10年にわたり税務申告書とは別に、取引金融機関別に粉飾した財務諸表を作成提出してきたワシ興産（株）（福井・負債404億円）と関連会社のワシマイヤー（株）（福井・同200億9,700万円）、法人税の脱税容疑で創業者・実質オーナーが逮捕されたソフトウェア興業（株）（東京・同180億円）など。

■産業別 サービス業他が最多の44件

コンプライアンス違反倒産141件を産業別でみると、サービス業他が44件（構成比31.2%）で最も多かった。次いで、建設業25件、卸売業18件、製造業15件、情報通信業が11件、小売業10件、運輸業9件、不動産業7件、金融・保険業1件、農・林・漁・鉱業が1件だった。

最も多かったサービス業他では、ホテル、旅館などの宿泊業7件、ソフトウェア業6件、老人福祉・介護事業4件など。宿泊業では業績低迷が続いたところに、東日本大震災に伴う消費自粛が加わり、売上不振から税金を滞納するケースがみられた。老人福祉・介護事業では、経営不振から介護報酬の不正請求などに手を染めたケースなどがあった。

■違反内容別 脱税などの税金関連が46件

141件の違反内容別では、脱税や滞納などの「税金関連」が46件（前年度42件）で増加した。不正な会計処理を行い虚偽の決算報告の作成などの「粉飾」も13件（同29件）あ

た。このほか、公共事業などの競争入札で事前に業者間で入札価格や落札者などを決める独占禁止法違反の「談合」が5件（同8件）、詐欺・横領が4件（13件）などだった。なお、「その他」52件には、建設業法や医師法など業法違反、金融商品取引法や食品衛生法などの法令違反、増収賄、不法投棄などを含む。

最近では、企業の法令違反行為の発覚で取引停止や、金融機関の融資継続の条件としてコンプライアンスが要求されるなど、企業の社会的責任は以前にも増して重視されている。

だが、こうした環境のなかでも「コンプライアンス違反」企業は後を絶たない。粉飾決算に象徴される経営内容の不正報告や、脱税・税金滞納、不正受給などは業績不振の企業に多く、実態経済の「鏡」の側面もある。2012年度の「コンプライアンス違反」の倒産は前年度を下回ったが、この背景にはコンプライアンス意識の浸透も効果があったとみられる。

<東京商工リサーチ ウェブサイト2013年4月8日掲載より抜粋>

基本的CSRと戦略的CSRの考え方について

2012年度「コンプライアンス」違反企業の倒産動向からも分かる通り、法規制を守るという行為は事業活動のどんな場面においても重要視されています。また、法律さえ守っていれば良いという訳ではなく高い倫理観のもと誠実で公正且つ透明な会社運営を行ってゆく努力をしていかねばなりません。

次頁の図2のとおり、CSRは2つの側面とそれを支えるガバナンス（組織統治）で構成されています。ひとつは、自らの社会的責任を果たすという企業としての必須の責任です。これは「基本的CSR」や「守りのCSR」と呼ばれています。社会から「安心できる企業」という信頼を獲得するための必須責任ということです。初歩的なことですが、例えばゴミをきちんと分別して定められた日にゴミ集積所に持っていく、或いはクライアントから再生紙指定で受注したものはきちんと指定どおりの用紙を使うなどといった、法律や契約や約束などごく当たり前のことをきちんとできる、といったことが該当します。

もうひとつは先に述べた「戦略的CSR」や「攻めのCSR」と呼ばれている領域です。これはCSRを通じて、その企業に更なる魅力や強みを付加するものです。社会からの要請によって取り組む、という受け身のCSR ではなく、

く、事業戦略として環境・社会課題にチャレンジしていくことで企業価値の創造につなげる、或いはその中からビジネスのヒントを掴み、商品やサービスを開発し、新たな顧客の創造につなげていくといった、非常にアクティブな取り組みです。

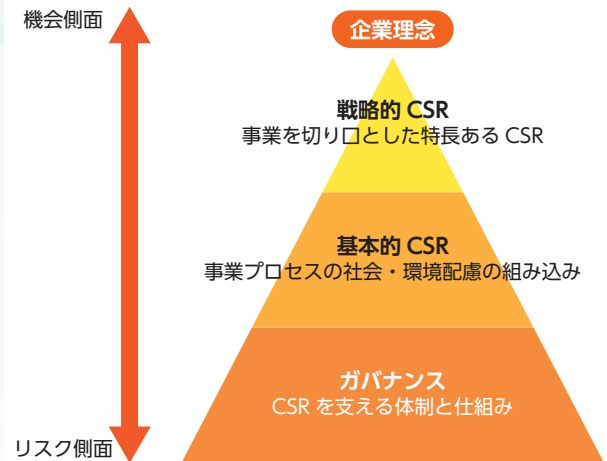
また、CSRに取り組むためには、ガバナンス（企業統治）が重要です。ガバナンスはCSR活動の土台にあたるものでCSR活動を支える体制や仕組みでもあります。対照的な言葉として「ガバメント」がありますが、これは政府が上の立場から行なう、法的拘束力のある統治システムのことを指します。これを企業に当てはめると、ガバメント型の管理手法のリスクとしては、例えばワンマン経営者が幹部や社員、株主を無視した自分本位な意思決定を繰り返しながら目先の利益確保のために時に法律や契約を無視し暴走してしまう可能性がある、といったことが考えられます。一方、ガバナンスは組織や社会に関与するメンバーが主体的に参画する、意思決定、合意形成のシステムのことです。CSR推進のためには、多様な意見を吸い上げる機能やチェックシステムを持ち、企業が適切且つ健全に運営されていくための仕組みの構築が必要です。

印刷業としてのCSRビジョン

ISO26000に規定されている7つの中核主題を背景として、印刷業ならではの課題を抽出した印刷業としてのCSRビジョンを8項目策定しました。

この「印刷業CSRビジョン」は中小印刷業のためのCSR羅針盤ともいうべきものです。ここに掲げるビジョンは、我々中小印刷業が持続可能な経営を実現するためにどのような活動が必要なのかを踏まえて策定したもので、CSR経営の指針でもあり、また戦略とも言えるものです。CSRを会社の風土として定着させるためには、まず経営者自らが自社のCSR方針を社内外に向けて発信し、従業員全員とともにPDCAを繰り返して活動をスパイラルアップしていくことが重要です。まずは自社のCSR方針を策定してみましょう。策定にあたっては以下の「印刷業CSRビジョン」を基礎にして、その上に自社の風土にあった内容を構築していくと良いでしょう。

図 2



出典:「企業ブランディングを実現するCSR (企業の社会的責任)」
海野みづえ・細田悦弘 著

— 印刷業CSRビジョン —

15世紀より、文化、文明、社会、経済の発展は、印刷技術の向上と共にあったといっても過言ではない。

我々はその情報産業の歴史と伝統の担い手としての立場を理解し、社会にとって今後も永続的に有用な存在でなければならない。そのために事業活動の展開において、製品の安全性や正確性、環境への影響、ステークホルダーへの配慮を怠らず、公正かつ透明、そして公正な取引をおこない、高い倫理観のもと自社のみならず業界や社会の発展に寄与すべくCSRに取り組む。

[コンプライアンス]

○関係法令を遵守し、不合理な商習慣には従わず誠実で公正な取引を行います。

[環境]

○事業活動に関わる環境影響を掌握し、環境負荷の低減が企業の社会的存続に不可欠であることを認識して自主的かつ積極的に行動します。

[情報セキュリティ]

○社内外から得た個人情報をはじめとするすべての情報や、第三者の知的財産権等について適切に取り扱います。

[品質]

○安全で信頼のおける製品及びサービスを提供し、社会に有用なよりよい品質を追い求めます。

[雇用・労働安全]

○従業員の人格・個性・成長を尊重し、安全かつ働く喜びを感じられる環境を確保します。

[財務・業績]

○財務に関わるあらゆる情報の収集および分析を行い、不正を排除した健全経営を継続します。

[社会貢献・地域志向]

○よき企業市民として地域社会と共生し、地域の活性化、文化・経済の発展に貢献します。

[情報開示・コミュニケーション]

○ステークホルダーとの円滑なコミュニケーションに努め、企業情報を適切かつ公正に開示します。

CSR導入に向けて

既に積極的にCSRに取り組んでいる企業は、一步進めて体系的にCSRを整備してみてもいいでしょう。社会からの信頼を獲得するために、前述のような印刷業ならではの8つの課題を抽出した「印刷業CSRビジョン」を策定しました。CSRの分野は非常に広く、それぞれの分野ごとに掘り下げた知識の習得や取り組みのためには多くの労力と費用がかかります。

そこで全印工連では、このたび印刷業として最低限押さえておくべき基本的CSR項目を解りやすく整理し、できる限り費用を抑えた形で体系的に基本的CSRの導入を進めると同時に、社会に向けてCSRに取り組んでいる証として、基本的CSRの要件を満たしている企業の証としてCSR認定制度を整備することとなりました。認定制度については次項目以降で詳しく説明します。



日常業務に深く根ざしたCSRのために



前項までの説明でいまなぜCSRに取り組む必要があるのか、またCSRに取り組むことで自社にどのようなメリットがあるのかについてご理解いただけたことと思います。では具体的にどのようにして取り組んでいけばいいのか、本項ではそのガイドラインとなる「全印工連CSRマネジメントシステム規格」ならびにその規格に則った「CSR認定制度」について説明します。

CSRが「企業の社会的責任」に関わるものである以上、その取り組みは継続的であり、日常の業務に深く根ざしているものでなければなりません。1年に1回だけやるとか、社長だけあるいは限られた人だけでやっているというような取り組みでは、本来的なCSRの取り組みとはいえません。全社員が業務として取り組めるようにするためには、マネジメントシステムとしてCSRを運用していく必要があります。

全印工連では、会員企業がCSRに取り組む際のガイド

ラインとなるように、横浜市立大学CSRセンター監修のもと、印刷業の特性を踏まえた独自のマネジメントシステム規格を作成しました。この規格はISOなどと同様にいわゆる「PDCA」の管理サイクルに沿って設計されており、規格に従って社内のマネジメントシステムを整備していけば、自然と日常業務の中にCSRが取り入れられるようになっています。すでにISOなどのマネジメントシステムを運用されている企業においては、従来のシステムがカバーしていない部分にのみ当規格を加えていけば、従来のシステムと不整合を起こすことなく取り入れることが可能です。

また各CSR項目における取り組みについては、印刷業CSRビジョンに示した8つのCSR分野ごとに取り組み例を示してありますので、それを参考にして各社独自の様々な取り組みを展開していくことができます。



業界全体の信頼性向上のために 「全印工連CSR認定制度」について



当規格は自社で自主的に取り組むだけでも効果がありますが、自社だけの限られた知見での取り組みでは、解釈を間違えたり、マンネリ化したりして効果が落ちてくる可能性があるため、全印工連では外部からの評価によって取り組みの状況を認定する「全印工連CSR認定制度」も併せて創設しました。

認定制度というと「また何かさせられるのか」と負担感を感じる方も多いとは思いますが、この制度は義務的

に何かを強制させられるものではなく、あくまでも自社を社会から必要とされる「良い会社」に成長させるために、自主的に取り組んでいただくためのものです。

また、これほどまでに精度の高いCSRマネジメントシステム規格と認定制度を、業界団体として運用しているということが、印刷業界全体の信頼性の向上にもつながります。是非当制度を戦略的に活用していただければ幸いです。



全印工連CSRマネジメントシステム規格



前述のように当規格は「PDCA」の管理サイクルに基づいて設計されています。Plan（計画）→ Do（実施）→ Check（評価）→ Act（改善）→ Plan（計画）…というサイクルをまわし続けることで、継続的に安定的な成果を得ることができるようになります。

以下、認定制度では要求事項となる規格を項目のみ掲載します。

1. 「経営層」の責任

- 1.1 「ビジョン」の策定
- 1.2 リーダーシップ

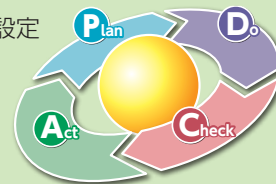
2. 計画(Plan)

- 2.1 ステークホルダーのニーズと社会的責任の明確化
- 2.2 事業体に関係のある法律やその他のルールの把握
- 2.3 倫理的行動規範の策定

- 2.4 CSR方針の策定
- 2.5 目的および目標の設定
- 2.6 実施計画

3. 実施(Do)

- 3.1 経営資源
- 3.2 組織体制と役割
- 3.3 自覚の促進と能力の開発
- 3.4 CSRコミュニケーション
- 3.5 文書管理
- 3.6 運用管理



4. 評価(Check)

- 4.1 当規格等に対する不適合および対処、是正、予防
- 4.2 記録管理
- 4.3 内部監査

5. 改善(Act)

- 5.1 マネジメント・レビュー

CSR取り組みチェック項目

印刷業 CSR ビジョンの 8 項目に沿って、印刷業として検討すべき CSR の取り組みを列挙しています。ただしここに掲げた取り組みがすべてというわけではなく、

各社のステークホルダーや地域の特性によって、当然独自の取り組みがたくさん生まれてくるはずです。

CSR 項目	取り組みチェック項目
1 コンプライアンス	法令遵守
	納税している (税金の未納がない)
	過去3年以内に法規制などにより行政処分を受けた実績がない
	知的財産権などの権利関係を説明する窓口がある
	法務に関する窓口がある
	セクハラ・パワハラを生まない環境づくりに取り組んでいる
	その他注目すべき取り組み
2 環境	GP認定を取得している
	ISO14001を取得している
	関連の認証や認定 (エコアクション21等) を取得している
	GP認定以外の印刷業向けの認証や認定を取得している
	環境配慮製品の製造または販売を推進している
	環境関連の表彰を受けたことがある
	環境報告書を出している
	地域の環境活動に参加している
	CFP (カーボンフットプリント)、カーボンオフセットなどに取り組んでいる
	その他注目すべき取り組み

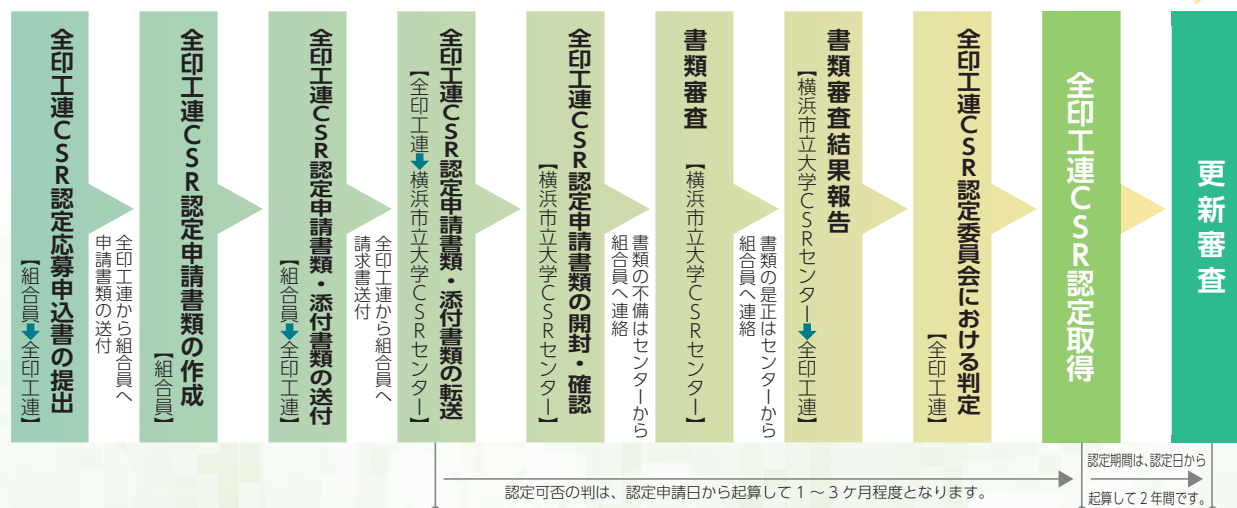
CSR 項目	取り組みチェック項目
3 情報セキュリティ	Pマーク、ISMS等の認証を取得している
	印刷業界独自の情報マネジメント認証を取得している
	顧客 (個人) 情報管理が厳重に行われている
	厳重な文書管理が見られる
	コンピュータネットワーク等に関して特別な管理をしている
	情報セキュリティに関する窓口がある
	守秘義務規程、機密保持規定がある
	個人情報保護規程がある
	顧客情報の流出や個人・法人への誹謗中傷等を防止するSNS対策に取り組んでいる
	その他注目すべき取り組み
4 品質	関連の認証や認定を取得している (ISO9001等)
	高齢者対応の製品・サービスを行っている
	健康や安全に配慮した製品・サービスを行っている
	障害者対応の製品・サービスを行っている
	QC、TQC活動を行っている
	品質関連表彰を受けたことがある
	その他注目すべき取り組み

CSR項目	取り組みチェック項目	CSR項目	取り組みチェック項目
5 雇用・労働安全	関連の認証や認定を取得している	6 財務・業績	関連の認定・認証を取得している
	雇用や労働安全に関する表彰を受けたことがある		関連の表彰を受けたことがある
	20年存立		3期連続黒字である
	人事評価制度を文書化している		出納担当者と帳簿作成担当者を分離している
	介護支援制度がある		毎期予算を作成している
	出産育児支援制度がある		発生主義月次決算をしている
	高齢者を積極的に雇用している		外部専門家(財務コンサルタント等)と契約している
	障害者を積極的に雇用している		管理職が収支状況を把握している
	男女共同参画推進規程がある		不祥事発生時取締役の再任不可規程がある
	女性管理職推奨規程がある		受注販売管理システム(MIS等)を導入している
	ワークライフバランスの推進		SRI(社会的責任投資)を実施している
	健康相談窓口を設置している		その他注目すべき取り組み
	労務相談窓口を設置している	7 社会貢献・地域志向	関連の認証や認定を取得している
	窓口に専門職を置いている、もしくは法定外で外部専門家(社労士等)と契約している		関連の表彰を受けたことがある
	雇用・労働安全に関する教育を行っている		製品・サービスにおいて地域を意識している
	在宅ワーカーとの間で契約を結んでいる		顧客・取引先を地域から選択
	法定以外の健康診断等を会社負担にて受診する機会を社員に提供している		事業の中でまちづくりに参加している
	過去3年間労働災害が発生していない		会社としてボランティア活動をしている
	過去3年間、会社都合による退職がない		地域に寄付をしている
	就業規則等の規程類が定期的に見直されている		文化事業等を支援・推進している
	その他注目すべき取り組み		会社見学、工場見学を積極的に受け入れている
			インターンシップを受け入れている
			その他注目すべき取り組み
		8 情報開示・コミュニケーション	関連の認定・認証を取得している
			関連の表彰を受けたことがある
			顧客対応専門の窓口を設置している
			顧客対応専門の担当者を配置している
			ステークホルダーの自社に対する評価を調査している
			外部委託先の評価をしている
			顧客対応教育・訓練を行っている
			情報開示を積極的に行っている
			CSR報告書を出している(取組状況を一般に開示)
			その他注目すべき取り組み

※上記の8項目から定められたポイント数を取得します。

全印工連 CSR 認定制度 ～ワンスター認定の申込みから認定取得・更新までの流れ～

利用申込みから認定取得・更新まで



大切なのは「気付き」～ CSRで業界全体のレベルアップを 全印工連 CSR 推進委員会・池田幸寛委員長に聞く

<印刷ジャーナル 2013年12月15日号より引用>

全日本印刷工業組合連合会(島村博之会長)は、「全印工連 CSR 認定制度」を創設し、今年度より運用をスタートした。本年4月から申請を開始し、これまでに第1期、第2期の審査で60社がワンスター認定を取得している。大手百貨店チェーンの飲食店やホテルにおける食材の「誤表記」が一般報道でも大きく取り上げられるなど、企業のモラル、社会的責任が問われる時代となった今、印刷業界のみならず産業界全体にCSRへの取り組みが求められている。そこで今回、同認定制度の概要や取り組みの必要性などについて全印工連 CSR 推進委員会・池田幸寛委員長に伺った。

「全印工連CSR認定制度」とは、CSR研究の第一人者である横浜市立大学CSRセンター・影山摩子弥センター長の監修のもと中小印刷業が取り組むCSR取り組み項目チェックリストを策定し、その基準の達成度を認定し、企業の成長・発展を支援する新たな事業として今年度より運用が開始された。

審査の基準となる「CSR取り組み項目チェックリスト」は、全印工連CSR認定委員会が横浜市立大学CSRセンターと共同で制度設計を担当。従業員数20名以下の企業が75%を占める全印工連において、小規模企業にも取り組みやすいよう、CSRを体系的にまとめたガイドラインに基づいて申請のためのチェックリストとして策定されている。チェックリストは、中小印刷業の特質を踏まえ、「コンプライアンス」「環境」「情報セキュリティ」「品質」「雇用・労働安全」「財務・業績」「社会貢献・地域指向」「情報開示・コミュニケーション」という8つの領域に分け、各項目において必要とされる取り組みが審査対象となる。運用が開始されたのは、初級認証となる「ワンスター認定」で、将来的には上位認証の運用も開始していく。

「CSR=よくわからない、と捉えている組合員の方も多いと思われるが、取得する、しないに係わらずまずはチェックリストに回答して欲しい。それにより、すでに達成していることや、足りない物が把握できる。それが『気付き』だと思う」(池田委員長)。



昨今、大手百貨店系列の飲食店やホテルでの食材の「誤表記」が大きな社会問題となり、あらためてCSRの重要性が社会全体に問われる結果となった。この問題を踏まえ池田委員長は、CSRに取り組むことにとって生まれる「気付き」の重要性と全印工連が目指すCSRの本質について次のように説明する。

「この問題については、2つのことが考えられる。1つは単純な間違えによる『誤表記』。さらにそこには、業界内の『習慣』と『意図的な誤表記』がある。いずれのケースもCSR的な観点で問題がある。『意図的な誤表記』は、説明するまでないが、問題なのは、『習慣』である。つまり業界では当たり

前と認識されていることが、ステークホルダーをはじめ社会に対して通用しない可能性もある。そこに気付くことがそが大切なこと。その結果、新たなステージへの展開が見える可能性もある。その可能性こそがビジネスチャンスであり、我々が提唱する『戦略的CSR』である」(池田委員長)。

CSRへの取り組みは、重要なことと理解していても、「どのように取り組めばいいのかわからない」。そんな意見を持つ組合員も少なくないはず。そんな組合員に対し、池田委員長は、ISOやグリーンプリンティング(GP)等の認証を取得することで、スムーズに取り組みを開始できると助言している。特にGP認定については、環境省の「プレミアム基準策定ガイドライン」にも取得企業への発注が推奨されており、今後の経営戦略の1つとして取得を勧めている。

「次のステップとしてCSR認定にチャレンジしてもらえれば、企業の基盤強化につながると確信している」(池田委員長)。



今年度からスタートした「全印工連CSR認定制度」であるが、上位認証である「ツースター認証」「スリースター認証」の運用に向けた準備を進めていくという。チェックリストによる加点評価されるもの。しかし上位認証は、申請企業の取り組みの目的・目標を明確に示すとともに、現地審査やシステムとしての運用も含まれる。つまり経営者だけでなく、会社全体での取り組みがその審査対象となるという。

「ワンスター認定は、いわば入門編。チェックリストは、印刷業の経営者が回答しやすい設問を用意しているが、これはあくまでも例題である。各項目には『その他注目すべき取り組み』という質問を設定している。この質問への回答こそが、CSR本来の取り組みである」(池田委員長)。

また池田委員長は、取得企業の優れた取り組みを事例としてまとめ発表していくことも検討しているという。

「もし事例発表が実現できれば今後、取得を目指す組合員にとっての参考となるだけでなく、印刷業界のCSR活動成果報告書として、顧客や地元地域に対し、PRできるはず」(池田委員長)。

CSR推進専門委員会

委員長	池田 幸寛	池田印刷株式会社
副委員長	江森 克治	株式会社 協進印刷
委員	大和 繁樹	株式会社 ヒロミ産業
委員	針生 英一	ハリウコミュニケーションズ株式会社
委員	大川 哲郎	株式会社 大川印刷
委員	三島 秀夫	六三印刷株式会社
委員	山田 慎二	株式会社 二和印刷紙業
委員	安平 健一	株式会社 ダイム
委員	宇都宮公德	株式会社 ユニックス
委員	宮寄 佳昭	株式会社 ミヤプロ
特別委員	影山摩子弥	横浜市立大学

戦略的CSRのご提案

～持続可能な経営を目指すために～

初版発行：平成24年9月

改訂版発行：平成26年3月

編集：CSR推進専門委員会

発行：全日本印刷工業組合連合会

〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8

電話：03-3552-4571

FAX：03-3552-7727

〔非売品〕 禁無断転載・複製

参考文献

日本語訳 ISO26000:2010 社会的責任に関する手引き ISO/SR 国内委員会 監修 日本規格協会 編
「社会的責任のマーケティング」 フィリップ・コトラー 著
いまを生き抜く経営戦略虎の巻 全日本印刷工業組合連合会 全国青年印刷人協議会



この印刷物は、CSRに
取り組む印刷会社が
製作した印刷物です。

P-00026

※本書はモリサワのUD書体を使用して制作しました。