

shin

2020.9

vol. **19**

特集

緊急事態！ 綱渡りの紙リサイクル

CSR 認定企業紹介

神奈川 **協進印刷**

地域と一緒に社会課題を解決
感謝の気持ちを伝える独自の社員教育

大阪 **美生社**

社員主導による業務改善で職場環境も向上、
自主的に動く人材を育て、地域社会に貢献

CSR トピックス

奈良県印工組、お絵かき用紙を県内の全幼稚園・小学校に寄贈

大阪府印工組、組合員間の協力で感染防止に貢献

パソナグループ、本社機能を淡路島に移転し、多様な人材を採用

京都府亀岡市、全国初のレジ袋禁止条例が成立

東証1部上場企業で女性取締役が22%増

山梨県、多言語対応外国人向け防災サイトを開設

外国人と安心して話せる「指さし会話本」が薬剤師に普及

大日本印刷、可動式ケアルームで女性の職場復帰を支援

チャーミングケアモール、病気の子らに贈れる「お見舞いギフト券」を発売

緊急事態！網渡りの紙リサイクル

日本国内の古紙回収に異変が起きている。2018年初頭から国内の古紙価格が下落を続けていることで、古紙回収事業者の撤退・廃業が相次ぎ、地域での集団回収や印刷会社からの回収に支障が出始めている。今年1月に東京都資源回収事業協同組合は「集団回収事業非常事態宣言」を発出、「資源回収業界の存続、ひいては循環型社会形成の継続すら危ぶまれる」と警鐘を鳴らした。古紙価格下落の大きな要因として挙げられるのが、中国が2017年に打ち出した「固形廃棄物の輸入規制」。古紙の輸出先として7割以上を依存してきた中国の突然の方針転換が、日本伝統の「紙の再利用文化」を直撃。中国依存の実態からは環境行政の失策も垣間見える。印刷産業とは切っても切れない紙のリサイクルについて考える。

本気の中国「廃棄物はもういらない」

という中国の言い分はもつともなことに思える。

中国が固形廃棄物の輸入制限に踏み切った背景には、海外から輸入する廃棄物に多くの汚染物質が混入しており、中国国内で環境汚染に対する反対の声が高まっていたこと、また中国自体の廃棄物が増加してきたことから、国内リサイクル産業育成・成熟が求められてきたことなどがある。と見られているが、世界最大の廃棄物輸入国として世界中のゴミを引き受けてきたことを考えれば「もういい加減にしてくれ」

「古紙」については中国が言うところの「固形廃棄物」にあたるかどうかという議論もあったようだが、「国内で代替可能な廃棄物は原則輸入禁止」という中国当局の方針に基づき、他の廃棄物同様の措置がとられ、年々輸入量が大幅に減少している。2016年に2750万トンだった古紙輸入量は、2019年には1070万トンと60%近く減少しており、2021年にはゼロになる見通しという。





中国の輸入規制が廃棄物処理業界を直撃

当初日本国内の廃棄物処理業界では、規制の実効性も未知数なことから静観していたようだが、2019年に入って国内相場が急落を続け、ピーク時トントン当たり3万5千円（関東地区）だった輸出用新聞古紙が、2020年1月には同1万2千円程度と、わずか1年で三分の一にまで下落してしまつた。もともと昨今の「新聞離れ」で、古紙の中でも最も高値で取引される新聞古紙の排出量が減っており、古紙回収の収益性が低下していたところへの価格下落で、古紙分野からの撤退や廃棄物運搬事業者の廃業などが相次ぎ、集団回収が実施できなくなったという自治体も多い。新しい業者を探そうにも、既

存のルートを回るので手一杯な上、収益性の高くない事業を拡大することに消極的な事業者も多く、取引していた業者が廃業してしまうと次を探すのに苦労するという声は、自治体でも印刷会社でも同じように聞かれることである。

2019年の古紙回収率は昨年比2・1ポイント減の79・5%と7年ぶりに80%を下回つた。2・1ポイントというわずかな減少のように見えるが、量にすると85万トン。2018年に中国に輸出していた量の3割にあたる。それほど膨大な古紙が回収されずにゴミとして燃やされているのが現状なのである。

ここまで古紙相場が下落してしまつたのは、古紙輸出先の過度な中国依存が災いしたことは否めない。日本は中国をはじめ台湾、東南アジア、インドなどのアジア各国に古紙を輸出しているが、2018年時点で中国が全体の73%と突出している。もつとも国によって紙の需用量が違うし、製紙会社の生産能力にも限界があるから、中国以外の輸出先を探そうにも中国以外なかったというのが実態かもしれないが。

中国が廃棄物の受け入れをやめるといふので東南アジア、インド、また欧州や米国などでも段ボール原紙や古紙パルプの新設・増設の計画が持ち上がっており、早晚需給ギャップが解消されるのではないかとという楽観的な見方もあるようだが、当面は予断を許さない状況が続くのは間違いない。

なぜ輸出しなければならないのか

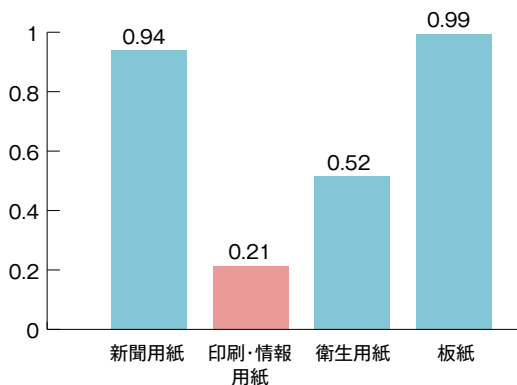
ここまで読み進めていただいた賢明な読者諸氏は同じ疑問に辿り着いていることと思う。そう「なぜ、わざわざ輸出しなければならないのか」ということである。だいたい排出量がわかつていいるのだから、全部使えるように製造側でバージンパルプ（新品のパルプ）と古紙パルプの配合率を調整すれば良いのではないか。当然の疑問であるが、そうできない理由が2つある。ひとつは紙の品質の問題。もうひとつが2001年に施行された「資源有効利用促進法（リサイクル法）」の問題である。

古紙利用率はすでに限界!?

日本の古紙回収率は前述のように約80%と世界でもトップレベル。古紙回収率とは紙・板紙消費量に占める古紙回収量の割合のことなので、国内で消費される紙の8割が捨てられずに回収されている。なんとも日本人の国民性を象徴する輝かしい成果である。一方、古紙利用率（全原料に占める古紙原料の割合）は64・4%となっており、この差分つまり消費量全体の15%程度にあたる量の古紙が回収されているのに使われずに輸出されていると考えることができる。ここにひとつめの理由である「紙の品質の問題」が立ちふさがる。

紙は木の繊維が絡み合つてできているのはご存知の通り。一本一本の繊維が長ければ破れに

古紙消費原単位＝古紙消費量 / 紙・板紙生産量



古紙消費原単位 (2018年)
(古紙ハンドブック 2019より)

くく強い紙になる。バージンパルプの繊維は新品の木そのものなので、繊維が長く品質が良い。一方、古紙パルプは一度紙になって様々に加工された古紙を溶かして作るため、どうしても繊維が短くなつてしまい、紙になつたときに強度が落ちる。箱に使うような板紙(ボール紙)ならば、厚さで強度を補うことができるが、印刷用紙のように薄い紙ではバージンパルプの比率を上げざるを得ない。また古紙についている印刷インクなどの混入物を完全に漂白することができないため、古紙パルプの配合量が増えると白度が落ちるといふ難点もある。

左のグラフは品種別の古紙消費原単位の比較であるが、新聞、板紙についてはほぼすべてが古紙原料からできているのに対して、印刷・情報用紙では21・1%と極めて低い。まるで印刷物が古紙利用率の足を引っ張っている元凶のよ

うに見えてしまうが、それだけ日本の印刷市場における製品に対する要求品質が高いということの表れでもある。日本の印刷物は過剰品質であるというような話をきくことも多いが、消費者が求める品質と、それに応えようとする印刷会社・製紙会社のバランスによって、現在の印刷・情報用紙の品質が決定されているとすれば、この数字を変えるのはそう簡単なことではないと思える。

それは衛生用紙も同様で、トイレットペーパーやティッシュペーパーが、今よりもつと硬くて黒つぼくても構わないと消費者が考えれば古紙利用率は上がるのだから、柔らかくて白い商品が売れるとなれば、この数字を変えるのもなかなか難しいと言わざるを得ない。

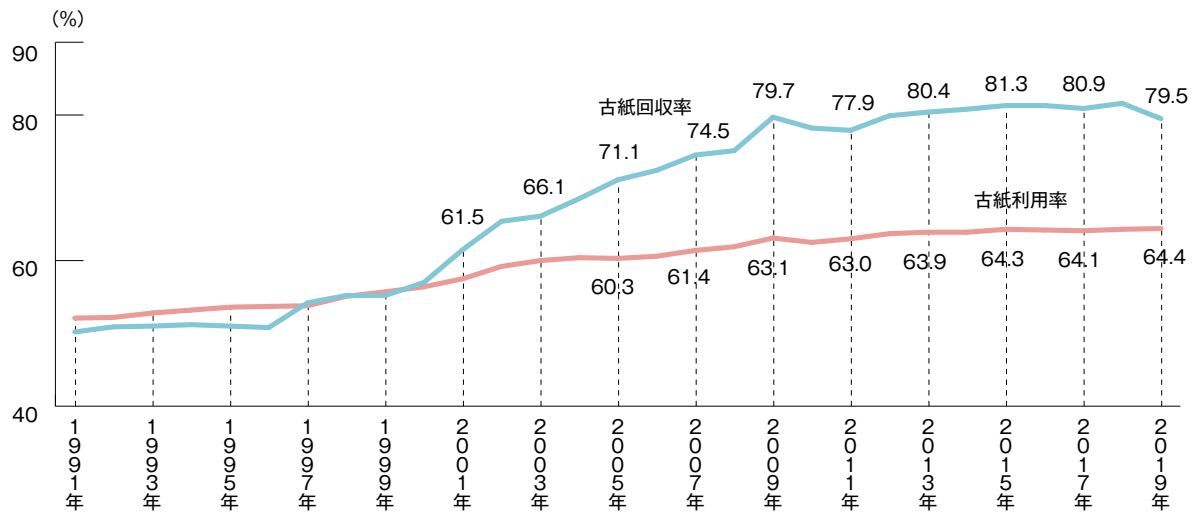
このようなわけで、古紙利用率はほぼ限界に達していると推測される。日本製紙連合会では、1990年に古紙利用率向上の目標を掲げて以来数度の見直しを行い、2015年までに64%という目標を達成した後は2020年までに65%と1%アップの目標を掲げるに止まっている。それほど現代における古紙利用率の向上は難しい課題になってきていると言える。

読めなかった？政策推進の反動

古紙を輸出しなければならぬ大きな理由の2つめが、いわゆる「リサイクル法」の存在である。2001年に施行されたこの法律は、大量生産・大量消費・大量廃棄型の経済システム

から、循環型経済システムに移行するために、3R(リデュース・リユース・リサイクル)の取り組みを総合的に推進することを目的に制定され、特に事業者に対して10業種・69品目を指定して、製品の製造段階における3R対策、設計段階における3Rの配慮、分別回収のための識別表示、事業者による自主回収・リサイクルシステムの構築などを規定したものである。同時に成立した「グリーン購入法」は、国や地方自治体のグリーン購入を義務付けた当時としては画期的な法律であり、現代におけるSR調達の理念を具現化したものとして、世界に環境立国日本を強く印象付けた。

このリサイクル法「69品目」の一番目に位置づけられたのが「紙」であった。経済産業省の当時の資料などを見ると、主眼は「古紙利用の促進」であったことが窺えるが、事業系一般廃棄物の分別回収が進んだことや、自治会等での集団回収の定着でむしろ回収率の方が目覚ましい伸びを示したことで「古紙余り」が発生するようになってしまった。次ページのグラフでも明らかのようにリサイクル法施行の2001年以後古紙回収率が古紙利用率を大きく上回るようになってきている。国内でダブついた古紙は当時まだ高値がついた中国の古紙市場へと流れ、産業廃棄物業界としては新たな市場での成長の機会を得た形になった。ただしこの時点では誰もいずれ中国が廃棄物の輸入を禁止するなどは思ってもいなかった。まるで昨今のコロナ禍におけるインバウンド産業の悲劇を見るようだ



古紙回収率・利用率の推移（1991年～2019年）

（紙・印刷・プラスチック・ゴム製品統計年報、経済産業省生産動態統計年報・月報、財務省貿易統計）

古紙偽装の教訓に学ぶ

が、環境の変化を予測するのは難しいこととはいえ、利用率の頭打ちをわかっていながら政策転換しなかったことは政府の見込みの甘さと批判されても仕方ないのではないか。

古紙利用率の限界に関連してもうひとつ注目したいのが、2008年に発覚した製紙会社による「古紙偽装」の問題である。

ご記憶の方も多いと思うが、古紙偽装問題とは、2008年1月にTBS「NEWS23」において再生年賀はがきの古紙配合率不足がスクープされたのを機に、同月25日までに日本製紙連合会加盟の17社が、コピー用紙等の再生紙製品の古紙パルプ配合率偽装を相次いで公表し、ほとんどの再生紙における配合率がウソであったことが明らかになった問題である。

コンプライアンス意識が低かった製紙会社の体質への批判は避けられないものの、結果としての品質保証が求められる工業製品において、そもそも品質の安定していない古紙パルプの配合率を一定割合に保つという事は極めて困難であろうことは、拙稿をお読みいただだけでも想像に難くないだろう。「古紙配合率が品質であるという認識がそもそも無かった」と後の検証結果にもあるように、当時の製紙会社にとって古紙配合率を一定に保つなどということが、いかに荒唐無稽なことだったか。そこを見抜けずグリーン購入法に「古紙〇〇%以上であ

ること」とだけ謳っておけば、その通りに事が運ぶと高を括った行政側にも大いに反省の余地はあると思う。

この経験の反省からか、現在製紙各社では「再生紙」として販売している製品以外は、古紙配合率の表示をとりやめてしまった。古紙利用率から推測しても、板紙以外の印刷用紙にも一定程度は古紙パルプが配合されているはずであり、事後でも良いのでそれを公表していただくことで、リサイクル意識が高まるのではないかと思うが、残念なことである。

「もつたない」精神で3Rを再考

我が国の紙のリサイクルの歴史は古く、平安時代にまで遡ると言われている。江戸時代には古紙回収業という仕事があったこともわかっている。まだ使えるものを捨ててしまうことを「もつたない」と感じ、捨てないこと、長く使うことを美德としてきた日本人だからこそ集団回収にも進んで協力し、世界トップレベルの古紙回収率を実現することができている。考えてみれば、自分たちの出したゴミの処理を他の国の人にお願ひするというのも、あまり気分の良いものではない。自分たちが使った紙を輸出ではなく、別の形で再利用できる方法はないか？リサイクル（再生）に頼る前に3Rの原則に立ち返り、紙ゴミを「減らす」こと（リデュース）、「再利用」すること（リユース）についても、もつと考える余地があるのではないだろうか。

株式会社協進印刷

本社：神奈川県横浜市神奈川区大口仲町108番地 創業：昭和34年 従業員：12名
代表者：江森克治 認定取得：2015年6月（ツースター） <http://www.kyoshin-pint.co.jp>

地域と一緒に社会課題を解決

感謝の気持ちを伝える独自の社員教育

— 江森社長は「全印工連CSR認定制度」や自治体初のCSR認定制度「横浜型地域貢献企業認定制度」の立ち上げに参画されました。CSRについてのお考えを聞かせてください。

江森克治代表取締役 CSRは企業経営そのものです。企業が行っていること全てに社会的な意味があるはずです。意味がないとすればそんな商品は誰も買わないので、商売にならないでしょう。商売になつていないことは、社会とつながっているということなんです。その中で発生する責任を果たしていこうというのがCSRですから、本業での責任を果たすことも、社員の働きやすい環境を作っていく責任を果たすことも、同じようにCSRということになります。

CSRというと、本業とは別の特別なこと、何か高尚な難しいことと考えている方が多いようですが、そうではないのです。

別なこと、何か高尚な難しいことと考えている方が多いようですが、そうではないのです。CSRに取り組み上で大事なことはなんでしょうか。

江森 「当社は何がしたいのか」を明確にすることが大事だと思います。社会的影響力の大きい大企業ですと、自社の事業の社会的影響という視点で考える必要があると思いますが、規模の小さい会社は、まず「当社は何を成したいのか」という「ビジョン」づくりから始めましょうというの、全印工連CSR認定制度でも求めていることです。その上で、自社のビジョンと社会の課題がどのように関連しているのか、自分たちが行うことが社会のどんな問題を解決していくことになるのかということに繋げていくと、自社と社会との関係性が見えてくると思います。

CSRというと、本業とは別の特別なこと、何か高尚な難しいことと考えている方が多いようですが、そうではないのです。CSRに取り組み上で大事なことはなんでしょうか。

「当社は〇〇がしたい。それによって〇〇の社会課題を解決するというミッションを果たすことができず。そのために〇〇に取り組んでいきます」と明確に言えるようになるまで掘り下げることでしようね。

例えば「寄付」という行為ひとつとっても、それがどういうビジョンとミッションを具現化したもので、どれほどの効果が出たのかということが見えてくると、思い付くまでやっていると思われても仕方ないです。社員さんにも説明ができませんから。

真島愛子総務部マネージャー 経営層は社会貢献活動で「寄付」したくなるのですが、末端の社員からすると寄付する余裕があるなら、そのお金を私たちにくださいよと思っている人は絶対いると思います。そうするとCSRではないです。

CSRというと、本業とは別の特別なこと、何か高尚な難しいことと考えている方が多いようですが、そうではないのです。CSRに取り組み上で大事なことはなんでしょうか。



ね。寄付した先から、寄付していただいたお陰でこんな効果がありましたとフィードバックをもらって、それを社員に発信し、君たちの頑張りがこういうことに役立っていると示せば、社員も自分たちの仕事に誇りを持てると思います。そこまでやらないとCSRにならないのではないですか。

— 貴社のCSR活動を教えてください。

江森 マネジメントシステムとして



CSR担当の真島マネージャー

最初に取り組んだのが2007年に取得した「グリーンプリンティング工場認定」です。マネジメントシステムをどこから始めようかと考えたときに、「環境」は社員が取り組みやすい課題だと考えたからです。それ以来少しずつですが環境問題に取り組んできて、昨年は「かながわ地球環境賞」を、今年は「横浜環境活動賞 企業の部大賞」をいただくことができました。

また子どもの教育への支援も長く続けている活動のひとつです。先代の父が30年ほど前に地域の方々と始めた地元中学への出前授業が、今では職業体験学習に形を変えて続いています。近年は毎年4校を受け入れています。生徒には新聞づくりに挑戦してもらいますが、記事の書き方や新聞のレイアウトの仕方を教えるだけでなく、社員へのインタビューを通じて、親と先生以外の「知らない大人」と話し、一人でも多くの大人の価値観に触れてもらうことを目的としています。

——30年も中学生を受け入れる理由はなんででしょうか。

江森 次世代の子どもを育てるのは環境問題と同じくらい、大人の責任だと思っているからです。

地球環境問題について責任がない

人が地球上に一人もいないのと同じように、企業も市民の一人である以上は、社員を育てるだけでなく、地域の子どもたちを育てることは企業の社会的責任のひとつだと信じています。

「知らない大人」と話す機会を作ることとは、実は企業だからこぞできる

る教育支援なのです。今の子どもたちは「安全」の名の下、実は活動範囲が制限されていて、多様な価値観や生き様に触れる機会が圧倒的に少なくなっています。それが将来の選択肢を狭めたり、自己肯定感を育めなかつたりするひとつの要因になっているのではないかと思つています。社員もインタビューで「仕事をしたいのか？」など聞かれるので、自分の仕事を振り返ることもなり、良い刺激になつていくようになります。

来てくれた子どもたちが大人になつた時に、当社を覚えていてくれればお客さんになるかもしれないし、社員になるかもしれない。そうじゃなくても「あそこの親父さんには昔世話になつたな」という人、つまり協進印刷を理解してくれている人が同じ地域にいてくれることは、とても心強いことだと思つています。

他にも米国発祥の子どもへの暴力防止プログラムである「CAP」を、NPOを通じて地元の



上：地元小学校に毎年寄付している「CAPプログラム」
左：CAPを受講した子どもたちからの感謝の言葉



小学校に寄付して今年で4年目になります。毎年3年生を対象に子どもと保護者向けの2つのプログラムを実施してもらい、違いを受け入れることの大切さや、暴力被害に遭いそうになつたときの対処法について学んでもらっています。

——CSRに社員全員で取り組むために、CSR担当としてされていることは何でしょうか。

真島 まず担当者である私が取り組んで成果を出すことを意識しています。実績を出せていないのに社員に言つても説得力がありませんね。しかし、そういう私も入社当時はCSRをよく理解していませんでした。私がCSRに目覚めたきっかけは、毎月実施している「ありがとうの日」の取り組みです。

はじめの頃はCSRの効果測定などしていなかったため、印刷屋で紙はいっぱいあるからメモ帳にしてあげようなど、私も含め社員みんなが「物ありき」で考えていました。私がCSRに目覚めたという企画も、当初は保育園、幼稚園の子どもにレターセットを配るというまさに「物ありき」の企画だったんです。でも社長から「勤労感謝の日が近いから『働く人への感謝の手紙』という位置付けにしてみたら？」とアドバイ



スしてもらい、急遽企画の主旨を変更しました。

幼稚園の子に勤労感謝なんてわかるのかなあと半信半疑でしたが、実施後に幼稚園から、保護者が子どもから初めて手紙をもらったと泣いて喜んでいたとか、初めて「勤労感謝の日」を子どもたちに教えるきっかけができたとか、感謝のコメントをたくさんいただいたき、「ありがとうの日」ってこういうことかと気づいたんです。ステークホルダーの気持ちに寄り添うからこそ、その先に感動や喜びが生まれるんですね。

今は、CSRの取り組みはすべて効果測定をするようになったので、

「ありがとうの日」は、ステークホルダーのニーズを日頃からキャッチする良い社員教育になっています。

——「ありがとうの日」はどうやって生まれたんですか。

江森 当初は毎月10日に日頃お世話になっていているステークホルダーに感謝の気持ちを表そうというだけのプロジェクトだったんです。

私が社長に就任した当時は、明文化された企業理念のようなものはなかったのですが、すでに創業から45年経っていて、これだけ会社が続くからには何か受け継がれてきた精神があるはずだと考えました。

その時、父が「普通はお店に行つて何か買つてお金を払つたら、店員さんが『ありがとうございました』と言うけど、良い仕事をするとか集金に行つた先のお客さんが『ありがとうね』って言いながらお金をくれるんだよ。それが良い仕事つてもんだよ」と言っていたことを思い出しました。それから「ありがとう」をキーワードとして使うようになり、お題目だけじゃいけないからということで「ありがとうの日」を始めました。

今では真島が言ったように、社員教育の一環としてCSRマネジメント研修の初歩の位置付けとし、ス

テークホルダーのベネフィットと自社の経営への効果を企画の段階で考え、効果測定まで行うことをワンセットにしています。

——CSRを定着させるためには何が必要でしょうか

江森 CSRが定着するにはマネジメントが必要です。最終的な目標である長期ビジョンに対して、今年は何をするのか事業計画を立て、具体的なアクションプランに落とし、効果測定、評価というPDCAサイクルを年間計画に組み込みます。

今年18の事業の中で展開していますが、教育分野では「キャリア教育支援事業」、情報セキュリティ分野では「外部ウェブサービス選定基準の明確化」などがあります。事業計画は単年度ですが、経営への効果がすぐに出る事業ばかりではありません。何年、十年とかかるかもしれないけど、未来の協進印刷に必ず良いものをもたらしてくれると信じられることをやっています。

また、CSRは自分でやってみること、やってみて効果を実感することが大事だと思います。社員にとつては社会貢献も「仕事」ですし、企画段階で経営にどうやって返ってくるのかを設計していますので、今お金にならないから仕事ではないとい

う考え方はしません。その辺は他社とは考え方が違うかもしれません。

——来年スリースターを取得すると決めたそうですね。目指す理由は何ですか。

江森 そりゃ私は関係者ですので、取らないという選択はないでしょう(笑)。ただスリースターはツールと求められる効果測定のスキルが圧倒的に違うので難しいです。ステークホルダーと自社の両方に効果が出ていることを証明できなければならぬので、実効性のある測り方が求められます。理論上の話ではなく結果が求められるので、CSRの取り組みのように定量化が難しい分野において、きちんと効果測定ができるようになれば、会社にとつては凄い力になると思います。私や真島がいちいち言わなくても社員全員が勝手に企画・実行・測定し、効果の有無を評価し、ダメなら方法を改めるといふようなことができるようになったら、会社はどんどん良くなります。昨日と同じやり方をする人が一人もいないってことでしょ。それは凄いですよ。

毎日みんなが創意工夫する、そういう組織をつくるために、これからもCSRマネジメントを徹底していきたいと思っています。