shin

2014.10

02

信頼の絆で共に伸びゆく新時代 ― 全印工連の CSR マガジン

▼CSR認定企業紹介

株式会社太洋堂

創立百年に向けてCSRで経営理念浸透

株式会社日進堂印刷所

震災体験者だからこそできるお役立ちを

▼KEY PERSON

公益財団法人東京財団 ディレクター・研究員

亀井善太郎氏

▼CSRおたすけ塾 第1回

マーケティングの4P・4Cのソーシャル化

▼CSRトピックス

全印工連CSRワンスター第6期6社を認定

経産省 日印産連に情報漏えい防止を協力依頼

Pマーク調査 個人情報取扱事故報告

循環型社会に対する意識調査結果

2020年東京五輪の環境配慮策公表

消費税転嫁対策取組状況公表

全日本印刷工業組合連合会

全印工連CSR認定企業訪問

株式会社太洋堂

本　社：京都市右京区西院上花田町4　創　業：昭和10年　従業員：100名
代表者：瀧　静子　認定取得：2013年6月　http://www.love.co.jp/

創立百年の存続に向けて、CSRの充実は必要不可欠と捉えています。

――まず初めに、CSR認定制度を取得した狙いからお聞かせください。

瀧（静）「2013年にワンスターを取得する」と経営方針会議で決めてから、CSRのプロジェクトおよび推進委員会を発足し、各部の担当者のもと、スケジュールを組んで動き出しました。

認定制度を取得すると決めた理由のひとつが、太洋堂の掲げる三位一体の経営理念である「お取引先へのお役立ち」「社員の幸福」「会社の発展」をさらに強化するためでした。会社を発展するには利益は不可欠で、利益がなければ社員も幸福にはなれません。また、利益を出して社員も幸福にすることが社会への奉仕につながり、税金を納めていくことが、会社を存続していくことにつながっていくでしょう。弊社は来年で80周年を迎えますが、100年の存続に向けて、CSRの充実は必要不可欠だと捉えています。

――太洋堂ではお母さんと赤ちゃんを支援する活動を中心として、幅広く事業を展開していますが、現在の活動をするに至った経緯というのは。

瀧（麻）きっかけは、私の子供が生後3カ月になったときに、お米・大豆など幅広い範囲で反応してしまう強いアレルギーを持っていることが判明したことです。アレルギーの症状と向かい合っていく中で、そのことを相談できるネットワークを作り、それを自分だけのものにするのではなく、同じ悩みをもつお母さん達と情報を共有し、連絡を取り合えるようにしていきたいと考えました。そこで、アレルギークリニックの先生にもバックアップをしていただきながら、子育てに役立つ情報を掲載した『ママとも新聞』というフリーペーパーを作り、京都市内のおもちゃ屋さんや病院で配布することにしました。

瀧（静）役立つ情報として、ベビーマッサージ教室の紹介なども掲載しています。当時、ベビーシッターをお願いした方がベビーマッサージの第一人者で、「教室を開くための場所が見つからない」と悩んでいたので、弊社にある和室をお貸しすることにしました。現在も定期的にマッサージ教室が開催されていますよ。

――〝情報〟は本当に大切ですが、お母さんひとりでアレルギーの先生や関連グッズを探していくのは、本当に大変なことですよね。

瀧（麻）そうですね。同じ病院に通っているお母さん同士の情報だけが頼り、という方もいるかもしれません。「いつになったらこの病気は治るのだろうか。病気に終わりは来るのだろうか。」という苦しみも、母親ならではだと思います。

弊社の商品である「ママ名刺」も、お母さん達の情報交換を円滑にしたいという発想から生まれた商品です。名刺には、お母さんと子供の名前、連絡先や簡単なプロフィールが書いてあり、時間がない時でも、仲良くなりたいお母さんにスッと渡せるという便利さがあります。また、幼稚園・小学校、お稽古ごとの先生に渡すと、子供と自分自身のことを一緒に覚えてもらえるという良さもあります。

――連絡先を紙に書いて渡す、携帯から赤外線で連絡先を交換という作業は、案外時間がかかるものですから、お母さん目線に立ったとても良い商品ですね。

三位一体の経営理念を掲げる瀧　静子社長

瀧（麻） そういった活動を続け、私が出産してからちょうど一年が経とうという時に、息子が急に片方の母乳だけ飲まなくなったのです。「どうしてだろう?」と不安に思い、乳がん検診に向かって一週間後、お医者様から「乳がんです」と告げられました。自分の命はあと何年、何カ月あるのだろうかと、癌を宣告された日は母と大泣きをしながら帰宅しました。

――そのような苦難に対面しながらも、病気と向き合い、乗り越えようと思うことが出来たのは何故でしょうか。

瀧（麻） まず、自分自身が〝守らなければいけないもの〟をリストアップして、どうして私は病気を治したいのかと、前向きに捉えてみました。そうしますと、自分の家業をはじめに、子ども・主人・両親・主人の家族など、自分が守らなければいけないものがたくさんあることに気付きました。当然、太洋堂の社員も大事な家族です。その家族を守るためにはどうすればいいかを考えた結果、「私は死ねない」と強く思うようになりました。

乳がんの手術は、乳房の形を極力残す温存手術と、がんの出来た側の乳房をすべて取る切除手術の二つに大きく分類されます。主治医の許可をいただき、セカンドオピニオン（別の医師の意見も伺うこと）を行い、その結果、私は乳房切除術を取ることに決めました。ただ、乳がん治療の主流は温存療法で、先生方からもどちらの治療法も大きく変わらないとの意見も伺いました。しかし、私が生きて、守りたいものを守るために、出来る限りの手堅い方法を取りたいと考え、迷わず切除手術を選びました。

瀧（静） 社内にも、彼女と同じように幸せな状況から一転してしまった社員さんがいます。しかし、彼女は自分のことだけでなく、そういった境遇の方々の心の痛みに対しても正面から相談を受けて手を差し伸べています。癌は命の病気です。病気を通じて彼女の心は強くなると同時に、人の心の痛みを分かってあげられる人になったと思います。

瀧（麻） 乳がん治療で通院して分かったのは、乳がんの待合室には産婦人科でないのに、ベビーベッドやイス、ゆりかごが置いてあることです。自分も苦しいけれど、同じように子を持つ母親として苦しんでいる方がたくさんいることを目の当たりにしました。そして、「乳がんの患者さんやご家族のサポートができないだろうか」と考えていた時にお会いしたのが、BEC（乳がん体験者コーディネーター）の資格を持つ吉田羊子さんでした。彼女自身も乳がんの治療を過去に受けていて、乳がん患者さんの不安や悩みを軽減するさまざまな活動をおこなう「京都乳がんピアサポートサロン」を主催しつつ、活動の場所を探しているとのことでした。少しでもお役に立てればと思い、弊社の会議室や和室を利用して頂きながら、活動のお手伝いをしています。

瀧（静） ピアサポートに訪れる方々を見ていると、若い女性から年配のご夫婦、なかには京都以外からわざわざ足を運んで来てくださる方もいます。ドクターに相談するだけではなくて、「なった人でないと分からない悩みや気持ち」を共有していただけることに、開催意味があると捉えています。

――これらの活動を太洋堂ではボランティア（無償貸出）でやっていらっしゃるというのには驚くばかりです。

瀧（静） 一方で、三位一体の理念で

ベビーマッサージや乳癌ピアサポートサロンが開催される託児室と和室

子育て中のママを応援する同社発行の情報紙

けを基盤に持たせたということです。認定を取得して終わるのではなく、会社の基本的な評価に組み入れたことで、社員の意識を継続的にあげる仕組みがつくれたと思います。

――太洋堂では、社内で働く社員さんのケアにも取り組んでいるとのことですが、そのためにどのような制度づくりをしていますか。

瀧（静） 弊社では裁量労働制と変形労働時間制をうまく使い分けることで、社内で互いの生活を助け合えるようにしています。弊社ではあらゆるジャンルの仕事があるので、各部・各社員によって朝の出勤時間もばらばらにできるようになりました。

瀧（麻） 家庭の事情も当然あります。運動会や授業参観など、子供のイベントにもしっかりと出られるようになったので、社員さんの気持ちも大きく変わったことと思います。

瀧（静） 印刷業界は定時を過ぎても作業を続けるのが当たり前になっている節があって、定時に帰ろうものなら、もう帰ってしまうのか、という空気が出ていました。そこで、太洋堂では「ノー残業デー」を週1～2日でシフトを決め、しっかりと社員に帰ってもらう日をつくるようにしました。それはとても忙しかった今年（2014年）の3月も同様です。「もう帰りなさいね」という言葉がすごく嬉しいという声も社員からあがっています。

――ただ、その根本にあるのが、売り上げは落とさないぞ、ということですね。

瀧（麻） 我々だけでなく、社員自身もそれは当然思っています。

例えば、制作部スタッフには生産性目標がありますし、仕入セクションでしたらコスト削減目標などの数値目標がしっかりと定められています。有言実行ならぬ公言実行として取り組んでいるので、そのためだったら制度を自由に活用してくださいということです。

――社員さんが自身の足で立っているからこその制度であり、太洋堂の社風も強く感じました。まさしく、ワークライフバランス（仕事と生活の調和）ですね。

瀧（静） 近年は、多くの男性社員が自分の子供の授業参観に行きたいと希望しています。われわれは「子供のイベントに父親も行くのか?」と疑問に思ってしまいましたが、現場の若いお父さんたちによれば別に不思議なことではないと聞きました。昨日の常識は今日の常識ではありません。最近はわれわれから「子供のイベントに行ってやりなさい」と声掛けをすることも増えてきました。

われわれの会社も印刷会社の例にもれず、高齢の社員さんが多いです。その経験値や判断力、感覚的な部分は若い人には補えませんが、変わっていく商品のニーズや時代背景に合わせて、若返りも進めていかなければなりません。先輩方には是非、若い方をサポートしながら見守っていただきたいと思っています。

もお話ししたとおり、会社として利益を出すことは常に念頭にあります。CSR活動は、私が目指している会社方針と社員の考えを自然と合わせ、理念を達成するための手段の一つでもあります。

瀧（麻） CSR認定制度の項目に沿うかたちで、年に一度おこなう基本給の査定項目も見直しました。自分の賃金を維持するため、もしくは上げていこうとすれば、自然とCSR活動の実践が必要になるという仕掛

全印工連ＣＳＲ認定企業訪問

株式会社日進堂印刷所

本　社：福島県福島市庄野字柿場１の１　創　業：昭和20年　従業員：１８０名
代表者：佐久間信幸　認定取得：２０１３年９月　http://www.nisshindo.co.jp/

震災体験者である私たちだからこそできる お役立ちを考えて活動しています。

――まずは通常の仕事内容からお聞かせください。

佐久間　地域の印刷屋として、事務用品・ポスター・チラシなど、印刷関係全般を請け負っています。近年でしたら、オンデマンドやＷＥＢ関係の仕事もありますね。日進堂グループ（株式会社進和クリエイティブセンター、株式会社エス・シー・シー）で総合企画・デザイン会社、出版会社を持っていますので、グループ内で何んでもこなせる体制を整えていることも特徴です。

――ＣＳＲに対して、佐久間社長はどのように考えていますか。

佐久間　ＣＳＲは企業が存在を始めたときから取り組まなければならないことで、存在を続けるために必要なことです。

そこはＩＳＯ等への取り組みとはちょっと違いますよね。日進堂印刷所の場合、昭和20年の創業以来ずっとＣＳＲに取り組んできたことになります。

――ＣＳＲ認定制度についてはいかがでしょう。

佐久間　この認定を取得しなくても、会社を存続していくことは当然可能です。ただ、ＣＳＲ認定制度が不要だとは思いません。

ＣＳＲに取り組んでみたい、もしくは形にしてみたいけど何に取り組んでいいかわからない、と考えている方もたくさんいるでしょう。

そういった場合は、①コンプライアンス②環境③情報セキュリティ④品質⑤雇用⑥財務・業績⑦社会貢献・地域志向⑧情報開示・コミュニケーション、というＣＳＲ認定制度の８つの項目を見直してチャレンジしていく中で、自社が見落としていた点や足りない点に気付くこともあるでしょう。

ただ、ＣＳＲというのは会社の規模や立地によって、それぞれのスタイルというものがあるので、型にはめるものではないと思います。ブームだからやろうとか、やれと言われているからやるものでもありません。品質や環境、周辺地域とのコミュニケーションなどを大切にし、地域に根ざした企業として存在することがＣＳＲでは大切だと考えます。

――地域に根ざした企業、いわゆる「地域の印刷屋」として日進堂印刷所はどのように取り組んできましたか。

佐久間　印刷業というのは、さまざまな場所・職業のお客様とつながりを持つことができます。そのため、「印刷屋に聞けばなんとかなる」ということで、弊社のお客様同士をつなぐ役割も果たしていました。

――現代でいうところの、ビジネスマッチングですね。

佐久間　年に４回発行している社外報『オール！』では、日進堂印刷所の最新技術や動向、弊社で働いている社員の紹介を掲載していますが、紙面ではお客様の会社と弊社で担当した印刷物も許可を頂いて掲載しています。同業他社に弊社のお客様を教えてしまうリスクもありますが、何かの場面でお客様同士が助け合い、新しいビジネスをやることの一助になればと考えています。

――２０１１年３月11日に、東日本大震災が起きました。当時の状況を佐久間社長の視点からお教えください。

佐久間　分からないことだらけで、とにかく大変だったというのが正直なところです。

大地震が起きた時、私は東京から

「ＣＳＲは企業が存在するために必要なこと」
と語る佐久間信幸社長

「エコロジスタ」と名付けられた会社周辺の清掃活動

新幹線で帰ってきて、タクシーで我が家の前についたところでしたが、家族がみんな大丈夫なのを確認してすぐに会社へ向かいました。

社員はみんな外に避難してくれていましたが、まずは点呼と点検、それぞれの支社がどうなっているかの確認をしました。

――工場の被害状況はいかがでしたか。

佐久間　天井は落ちて、壁もはがれて、各種機械類の点検・復旧も当然必要で、それはひどい状態でした。ただ、幸いにも、電気は高圧線を引いており、ガスはオフ輪用、水は非常用の浄水を地下や建物内に溜めていたので、工場内のライフラインは無事でした。

――当時のニュースの中では、福島第一原子力発電所の事故が衝撃的でしたが、そちらの影響はいかがでしたか。

佐久間　福島全域で避難指示が出てしまうのでは、という懸念も広がり、中には工場を福島から他の場所へ移したという企業もありました。また、日進堂印刷所は東京に引っ越すのか、という噂も当時は流れていましたね。私自身、企業を存続するべきかどうかと考えたこともあります。

ただ、震災から一カ月ほどが経って、全域避難はないだろうと落ち着いてきた頃、社員にこれだけは伝えなくてはならないと思い宣言をしました。「うちは会社を畳まずに、印刷屋をこの福島で続ける」と。

――社員の方々もお客様も、佐久間社長から一番聞きたかった言葉ではないかと思います。現在、震災から3年半あまり経ちましたが、どのような状況だと感じていますか。

佐久間　震災を乗り越えたというよりは、峠を一つ越えたところで休んでいるような状況ですね。これから先、また登らなければならないのか、下っていくのかも分かりません。

印刷会社はすべての業種がお客様と言いましたが、そのお客様が全体的に良くならないと、われわれも良くはならないでしょう。地方の印刷会社で何かに特化しているところは少ないので、ほとんどの会社が同じ状況だと思います。

――福島県印刷工業組合内での動きはどのような感じでしたか。

佐久間　オイルや紙などの貸し借りは、組合に入っている近隣の印刷会社同士でやっていました。お互いに助け合ったと実感し、組合に入っていた価値があったことを認識すると同時に、絆が深まったと強く感じました。

――震災では大変なご苦労をされたと思いますが、絆が深まるなど、悪いことばかりではなかったということですね。

佐久間　震災を通じて、お客様や仕入れ先など仕事の付き合いがある方々の中で、今後も付き合うべき人と、そうではない人とがはっきりしたということもあります。これは日進堂印刷所だけでなく、ほかの印刷会社や企業に聞いてもそうでした。

日進堂印刷所のお客様の中にはこんな方もいらっしゃいました。東北

東日本大震災に伴う避難所への支援品寄贈

自動車道が閉鎖されていたために、印刷が出来ても納品ができないと連絡しようとしたところ、「それでしたら、今後しばらくは、われわれがトラックを出して徹夜で取りに行きますよ」と申し出てくれたのです。トラックを何時間も走らせることは大変な労力、費用だったと思いますが、何回目かにはトイレットペーパーや食料品などの支援物資をトラックに積んで来てくれて、本当に感謝してもしきれませんでした。

――日進堂印刷所に惚れ込んでいたからこそとは思いますが、そこまでしていただけたのは驚きだったのでは。

佐久間　本当にそうですね。しかし、一方で、「紙がどの場所に何日置いてあったかの記録をよこせ」「紙の放射能濃度を測定しろ」「公的機関の証明書をよこせ」と、立て続けに言ってくる方もいました。とにかくわれわれと縁を切りたいのだろうと判断したので、その会社には私自身が出向いて、直接お断りをさせていただきました。

私たちが困っている時に助けてくれた会社もあり、逆に、切りたいと思って嫌がらせのようなことまでしてくる会社もあり両極端でしたが、付き合うべき人と付き合うべきでない人がこんなにも明確になるとは思ってもみませんでした。

――東日本大震災を受けて、日進堂印刷所で取り組んだ活動はありますか。

佐久間　幸か不幸か体験することになった震災の経験を生かして、『被災地がつくった防災＋手帳２０１２』の作成および販売をしました。体験者である私たちの経験を活かしてまとめたものなので、ムダなページが一枚も無く大変濃い内容になっており、「２０１２年度 グッドデザイン賞」にも選んでいただきました。多くの会社から、この防災手帳を基に自社の防災マニュアルを作成したという話を聞き、少しでもお役にたてて良かったと思っています。

――福島県動物救護本部へ寄付金を贈呈したとのことですが、こちらはどういった活動でしょうか。

佐久間　私は犬が大好きでして、プライベートではブリーダーもやっていることから、いろいろな犬の団体と付き合いがありました。

震災後、原発の周囲は避難地域として封鎖されましたが、そこには牧場で飼育されていた牛をはじめに、多くのペットも取り残されていました。しかし、彼らの救出作業をはじめ、飼い主が見つかるまでの保護など、多額の費用がかかるのも課題でした。その時に画家の、はせがわいさお先生から「被災地のために自分の絵を無償で提供するから使ってほしい」という話をいただき、はせがわ先生の絵を使って弊社がカレンダーの印刷と販売をして、その売上の一部を寄付させていただきました。

はせがわいさお氏の作品による
『スターリィマンカレンダー』

取り組み内容やタイミングもよかったと思いますが、カレンダーのときに使った販路が、『ふくしま手帳』をはじめ、日進堂印刷所の他の印刷物で応用することもできました。

誰かのために動いたことは絶対に無駄にならないと、震災後は特にそう思います。

――二年後は福島で印刷文化典が開かれますが、その点についてＰＲをお願いします。

佐久間　皆さんには震災のときにいろいろと助けていただきました。文化典ではその恩返しをしたいという思いもあり、福島県印刷工業組合が立候補しました。

二年後の福島県がどうなっているのか、私たちも分からないことだらけです。その時の福島県を見て、どうか忘れないで欲しいと願っています。

亀井善太郎

KEY PERSON

公益財団法人東京財団
ディレクター・研究員

亀井善太郎氏がディレクター・研究員として所属する、公益財団法人東京財団は１９９７年に設立された政策シンクタンク。他のシンクタンク（研究機関）と大きく異なるのは、外交から内政、地域社会まで幅広く扱いながらも、受託ではない、あくまで非営利の独立した民間シンクタンクとして、事例研究・調査を行い、提言している点にある。

そのなかで、昨年立ち上げられたのが、亀井氏がプロジェクト・リーダーを務める「ＣＳＲ研究プロジェクト」。各研究員が政策を作るスペシャリストであり、第81回東京財団フォーラム「『会社は社会を変えられる』出版記念―６社の事例から見るＣＳＲのこれから」では多くの参加者が集まるなど、ＣＳＲへ先進的に取り組んでいる企業からの注目も高い。

亀井氏はＣＳＲに取り組む上のポイントとして、①事業経営への貢献②社会課題解決への貢献、それぞれの「統合を目指す」ことが重要になると語った。

統合とは、自社の事業活動の範囲や自らの強みを踏まえた上で、どんな社会課題の解決に向き合っていくのが良いか考えていくプロセス。しかし、企業の実情を聞くと、①事業経営への貢献については当然よく考えていても、②社会課題解決への貢献となると曖昧な答えが返ってくることが多いという。

「ゴミがあまり落ちていないのにゴミ拾いをしている会社は意外に多くて、ＣＳＲに取り組む行動そのものが美しいとだけ考えているようでした」と亀井氏は話すとともに、短期的にＣＳＲ事業へ取り組もうとする企業が陥ってしまいやすい罠であることを説明した。

では、小規模・零細企業も多い印刷会社において、長期的かつ統合を目指した事業として何ができると想定されるか。亀井氏はまず、「誇りを持てる職場にすること」を取り上げた。

従業員が生きがいを作る場としての会社、生活の糧を得るための会社、社会との繋がりを作る場としての会社など、会社にはさまざまな機能がある。長期的・持続性（サステナビリティ）からの経営を考えれば、自社で働いている社員が「うちの職場は素晴らしい」と誇りを持つことは非常に大事になる。大企業も中小企業も関係なく、それぞれが自社の強みを把握しながら、ステークホルダーや社会に対して謙虚に耳を傾ける姿勢、そして反応・対応する力が必要となってくるという。

つづいて、統合を目指すために考えるべき、「社会課題」とは具体的に何が考えられるか。自社が何を出来るか考えるためにも、まずはステークホルダーの視点から考えてみることを亀井氏は一例として示した。

「たとえば、視覚障害や色覚障害などの人は満足に印刷物等を見ることが出来ず、情報格差がそのまま経済格差につながる場合もあります。その社会課題の解決をＣＳＲだと考えてしっかりと取り組んでいけば、顧客やマーケットの開発にも繋がるので、結果的に統合を踏まえたＣＳＲになりますし、社員も誇りが持てます。取引先、他社、そして社員、さまざまなステークホルダーから社会課題を考えていただければと思います」

しかし、社会課題が見えづらい時代にもなり、小さい会社が単独でやれることも限られてきた。そのなかで、亀井氏は「今後は個社ベースのＣＳＲではなく、業種等でまとまって社会課題へ対応

していく必要性も出てくる」と話した。

「業界基準をつくることで、消費者から出てくる課題にあらかじめ対応できるよう率先して取り組んでいく。全日本印刷工業組合連合会の『CSR認定制度』は、CSRモデルを浸透させていくうえで優れた取り組みであると思います。しかし、CSRの認定取得が目的化してはいけません。テストの点数で百点を取りに行くだけでは、その会社の特徴が失われてしまいます。ISO26000が認証ではなく、ガイドラインに留まっている意味もそこにあるでしょう。CSRに取り組むにあたって、あまり難しく考えることはありません。まずは会社の一番近くに居る、自社の社員が誇りを持てる会社にすること。それがCSRのはじまりです」

CSRおたすけ塾

第1回「マーケティングの4P・4Cのソーシャル化」

ただ商品を買ったり、それによって満足する日本の消費者は減少している。印刷業界もこのご多分にもれず、ただ消費するだけの市場はアジアをはじめとする価格競争の中での奪い合いで混迷を極めている。しかし日本の消費者の新たな購買行動を活気づけるマーケティングが今、熱い。

日常生活に必要な品物が不足し、商品自体の機能や物自体を買って満足するという時代に変化が訪れている。それを最も簡潔にまとめたのが従来のマーケティングにCSRの要素を取り入れた4P・4Cのソーシャル化である。〝地域を大切にする企業〟や〝つながりを大切にする企業〟が続々と成功を収めているのだ。商品×価格で戦う時代から、商品×価値（共感）で協奏する時代に突入していると言える。

マーケティングの4P
Product（製品）
Price（価格）
Promotion（販売促進）
Place（販売ルート）
ソーシャルな4P
People（社員・社会との関係性）
Pride（コンプライアンスは当たり前）
Passion（社会を変えたいという情熱）
Public Relations（知られないと意味がない）

マーケティングの4C
Customer Value（顧客価値）
Customer Cost（顧客コスト）
Convenience（利便性）
Communication
ソーシャルな4C
Cause（社会的活動）
Community（地域とのかかわり）
Collaboration（NPOなどとの協働）
Certification（有機などの認証）

その一つの事例として、以下の事例をご紹介したい。紙幅の都合でポイントのみの解説になるが、興味をもたれたら、是非調べて頂きたい。

秋田印刷製本株式会社
×農林漁業者（伊藤巧さん）
×秋田パッケージ株式会社

減反政策、買取価格の低下などで悩んでいた農家さんが長年の友人である印刷会社の社長に「米を買い取ってくれないか。」と持ちかけたことから始まったこのプロジェクト。一人暮らしや、量が多く食べられないシニア向けに保存が長くできるようにと、紙製品で作った筒とパッケージのデザインが目を引く。生産者の顔が見える単一米づくりやトレーサビリティで付加価値の創出にも挑んだ。口コミで小口販売することにより、安心・安全なお米を消費者に届けており、全て秋田の企業が連携して行っている。ありそうでなかったお米の販売の形を作り出したこのプロジェクトは大きな反響を呼び、農業の6次産業化を支援する農商工連携としても認定され、今後の同社の取り組みにも注目が集まっている。米作りが社員の教育にもなり、地域への愛着が生まれ、地域と企業が有機的につながり、その結果、自社の売上にも繋がっていくのだ。

新しい時代のCSRを意識した4P・4Cのマーケティングの流れを是非経営に取り入れてみてはいかがだろうか。

有限会社　人事・労務
社会保険労務士　矢萩大輔
大手ゼネコンを3年勤務後、1995年社会保険労務士として都内最年少で開業。社会起業家の育成に力を注ぐソーシャルベンチャー総合コンサルタントとして活躍中。
問い合わせ先：info@jinji-roumu.com
http://www.jinji-roumu.com/

『社員がよろこぶ会社のルール・規定集』
㈲人事・労務［著］
かんき出版
好評発売中！

全印工連ＣＳＲワンスター 第６期６社を認定

全日本印刷工業組合連合会ＣＳＲ認定制度の第６期ワンスター認定に、新たに６社が認定された。認定されたのは、株式会社アサヒコミュニケーションズ（埼玉県鴻巣市）、株式会社笠間製本印刷（石川県白山市）、株式会社博多印刷（福岡県福岡市）、弘和印刷株式会社（東京都足立区）、株式会社青葉堂印刷（山形県米沢市）、株式会社愛知印刷工業（愛知県東海市）の６社。

広告、紙卸、メーカー、シンクタンク、地域貢献認定企業経営者など外部の有識者により構成される「第６回全印工連ＣＳＲ認定委員会」で、横浜市立大学ＣＳＲセンターの審査報告をもとに厳正な判定を行った結果、上記の６企業が認定された。今回の認定で、ワンスター認定企業は79社となった。

経産省　日印産連傘下団体へ 情報漏えい防止の協力依頼

日本印刷産業連合会の傘下の団体・企業に対して、経済産業省は「個人情報漏えい防止に向けた対応徹底について」の協力依頼を発信している。

個人情報は個人の人格尊重の理念のもとに慎重に取り扱われるべきものであり、個人情報保護法に基づき、個人情報を取り扱うすべての事業者にとっての重要な義務として、その適正な取り扱いが求められていた。しかし教育関係事業において、極めて多数の個人情報が漏えいするという事案が発生し、多くの保護者や国民が不安を感じており、その払拭が緊急の課題ともなっている。

個人情報の適正な取り扱いに万全を期するために、経済産業省では次の点について、特別な注意が必要であると指摘した。

①経営者が率先して自社内における個人情報の管理体制を構築し、役員クラスの責任者への任命や、個人情報を取り扱う専門部署の設置等、十分な措置を講じること。

②委託先の安全管理措置の実施が十分かを確認すること。また、委託先が再委託をする場合には、事前に承認を求めるようにするとともに、再委託先による安全管理措置の実施が十分かを確認すること。再々委託先以降についても同様の扱いにすること。

③第三者から個人情報を取得する場合には、当該情報について、その入手方法等を確認すること。適法に入手されていることが確認できない時には、不正の手段により取得されたものである可能性もあることから、取引の自粛を含め、慎重に対応すること。

Ｐマーク調査　個人情報取扱 紛失事故がトップに

「日本情報経済社会推進協会（ＪＩＰＤＥＣ）プライバシーマーク推進センター」は、報告があったプライバシーマーク付与事業者の個人情報取り扱いにおける事故についての概要を報告した。平成25年度は、７３６付与事業者から

１６２７件の事故報告があり、前年度より１８０件増加した。

事故の原因は「紛失（24・8％）」と最も多く、次いで「メール誤送信（16・9％）」、「宛名間違い等（16・6％）」、「封入ミス（14・9％）」の順に割合が高い。

紛失の媒体別内訳は「書類（52・6％）」、「携帯電話（28・1％）」が多くを占めた。携帯電話についてはスマートフォンを含む件数となっているが、スマートフォンの場合は従来の携帯電話に比べ、パソコンに近い機能を持った情報端末であることから、大量の個人情報の保存が可能となり、事故が発生した場合のリスクがより大きくなっている。

リモートロックや遠隔消去機能を持たせる他、機器を使用する従業員に対する教育が最重要課題であるという認識が必要と考えられる。

循環型社会に対する意識調査 消費者の意識が高まる

内閣府大臣官房政府広報室は、「循環型社会形成に関する世論調査」を公表。調査によると、使い捨ての製品・容器・包装で無駄だと思うことについて、「通信販売での二重以上の包装、大きな包装」が65・9％でトップに上った。「宿泊施設での使い捨て歯ブラシ等、使い捨て製品の使用」が35・9％と続いたが、大きく差が開く結果となっている（複数回答可）。

そのほか、「コンビニエンスストアでのレジ袋の無料配布」が27・1％に浮上した。また、レジ袋などの無料配布を禁止する動きについては61・1％が賛成と回答し、その理由として、「資源の消費を抑制できるため（74・0％）」、「マイバッグを持参して買い物をしているため（58・9％）」が挙がるなど、容器包装廃棄物の発生抑制やリサイクル意識が、消費者のなかでも高まっていることが伺える結果となった。

2020年東京オリンピックに向けた環境配慮策発表される

2020年に開催されるオリンピック・パラリンピック東京大会において、東京大会自身の環境負荷の低減と、大会を契機とした東京都市圏を含む日本の環境配慮の推進に向けて、環境省が主体となって取り組む事項がまとめられた。

主な取り組み事項は、

①低炭素化の推進
②ヒートアイランド対策の推進、良好な大気・水循環の実現
③リデュース・リユース・リサイクル（3R）の徹底
④情報発信・おもてなし等

の4種類。

第18回東京大会が開催された1964年は、戦後復興から高度経済成長を迎える一方で、大気汚染や水質汚濁が深刻化していた。その経験を踏まえ、環境省では、公害や気候変動、自然破壊等の問題解決のためには、技術やインフラを導入するだけでなく、社会の仕組みや価値観の変化を含めた〝循環共生型社会〟の実現が必要と提言。

大会自身を〝環境にやさしい五輪〟にするだけでなく、東京を中心とした都市圏において、この提言を盛り込むことにより、取り組みを内外に波及していくとした。

消費税転嫁対策取組状況公表 WEB窓口による相談も

経済産業省は、平成26年8月末までの消費税転嫁対策の取り組み状況を公表した。

買い手側の転嫁拒否行為に対しては、転嫁対策調査官（通称：転嫁Gメン）による監視・取締りを行い、違反行為が明らかになった事業者に対する指導を1305件、措置請求を3件、勧告・公表を7件実施した。また、中小企業・小規模事業者等への積極的なアプローチとして、転嫁Gメンによるパトロール活動も行っている。具体的には、転嫁Gメンの出張相談、商工会議所の経営指導員等との人的ネットワークの構築、信用金庫・信用組合への訪問を行った。

また、7月から中小企業庁ではWEB上に申告情報受付窓口を設置。従来通りの電話相談も受け付けている。

https://www.shinkoku.go.jp/shinkoku/
電話／03（3501）7061
（受付時間／平日9時30分～17時）

CSRに取り組むお客様の印刷製品づくりを応援するそれがCSRマークです。

P－00000
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。

印刷製品への
CSRマーク表示例

CSRに取り組む印刷会社に仕事を頼みたい。
印刷製品にCSRに取り組んでいる**マーク**をつけたい。
でも、どこに発注すればよいかわからない。
そんな要望にお応えするのが
CSRマークです。
CSRマークは、印刷業界のCSR基準を達成した印刷会社がつけることができる信頼のマークです。

〈特徴〉

- ●公正で信頼できる制度
- ●CSR研究の第一人者である横浜市立大学の影山教授監修のもと設計された基準を達成した印刷会社を客観的に審査
- ●横浜市立大学CSRセンターが審査を実施し外部の有識者で構成される認定委員会で判定
- ●基準はすべてホームページで公開
- ●認定企業に発注すれば、無料でCSRマークの使用が可能
- ●CSRマークは印刷会社のCSRの取り組み度合いにより3種類
- ●認定番号管理により社会的信頼性を確保

■問い合わせ先
全日本印刷工業組合連合会CSR認定事務局
〒104-0041　東京都中央区新富1-16-8
TEL.03-3552-4571　FAX.03-3552-7727
http://www.aj-pia.or.jp/

認　定　企　業　一　覧　（2014年10月現在）

北海道	㈱ヒロミ産業
	㈱プリプレス・センター
	㈱アイテックサプライ
	中村印刷㈱
	㈱正文舎
	北陽ビジネスフォーム㈱
	植平印刷㈱
宮　城	㈱東北プリント
	㈱ユーメディア
秋　田	秋田印刷製本㈱
山　形	㈱青葉堂印刷
福　島	㈱日進堂印刷所
埼　玉	望月印刷㈱
	㈱アサヒコミュニケーションズ
千　葉	㈱太陽堂印刷所
	㈱総合印刷新報社
神奈川	㈱協進印刷
	㈱大川印刷
	関東プリンテック㈱
新　潟	㈱第一印刷所
	㈱プレスメディア
	㈱太陽印刷所
	㈱第一製品流通
	㈱あけぼの
長　野	亜細亜印刷㈱
静　岡	㈱きうちいんさつ
	日本レーベル印刷㈱
	杉山メディアサポート㈱
	日興美術㈱
	㈱中央パッケージング
東　京	㈱金羊社
	池田印刷㈱
	大同印刷㈱
	六三グループ
	㈱賢工製版
	システム印刷㈱
	㈱ウエマツ
	㈱白橋
	文唱堂印刷㈱
	水上印刷㈱

東　京	三報社印刷㈱
	創文印刷工業㈱
	㈱アドピア
	荏原印刷㈱
	壮光舎印刷㈱
	㈱五色
	弘和印刷㈱
愛　知	新日本印刷㈱
	㈱マルワ
	㈱二和印刷紙業
	木野瀬印刷㈱
	プリ・テック㈱
	半田中央印刷㈱
	豊橋合同印刷㈱
	㈱愛知印刷工業
三　重	伊藤印刷㈱
岐　阜	㈱岐阜文芸社
	トーヨー印刷㈱
	ヨツハシ㈱
富　山	第一共同印刷㈱
	朝日印刷㈱
石　川	㈱笠間製本印刷
滋　賀	アインズ㈱
京　都	㈱太洋堂
大　阪	㈱ダイム
兵　庫	船場印刷㈱
	交友印刷㈱
	丸山印刷㈱
奈　良	㈱天理時報社
	㈱アイプリコム
	共同精版印刷㈱
	岡村印刷工業㈱
和歌山	㈱和歌山印刷所
岡　山	研精堂印刷㈱
	広和印刷㈱
広　島	朝日精版印刷㈱
香　川	㈱ミヤプロ
福　岡	㈱ミドリ印刷
	㈱博多印刷

shin vol.02　2014.10.16
発行／全日本印刷工業組合連合会　東京都中央区新富 1-16-8
TEL.03-3552-4571　FAX.03-3552-7727　http://www.aj-pia.or.jp

P-00026
GREEN PRINTING JFPI P-B10042
この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。
この印刷物は、E3PAのゴールドプラス基準に適合した地球環境にやさしい印刷方法で作成されています
E3PA：環境保護印刷推進協議会
http://www.e3pa.com