

Shin

2016.03

vol. **06**

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

笠間製本印刷

「2000年企業」に向けて CSRでお客様に選ばれる企業へ

六三印刷

CSRは企業が社会に対して常に新たな価値を提供すること

▼ CSR元気企業紹介「この会社には学べ！」

富士ゼロックス

▼ 女性活躍推進法がスタート

▼ CSRトピックス

サステナブルブランド国際会議 東京で初の開催
経済産業省『秘密情報の保護ハンドブック』策定
帝国データバンク 震災5年時点活動状況調査
全印工連CSR認定 ワンスター3社を認定
日印産連 新たに7工場をGP工場に認定
MUD協会デザインコンペに275点の応募



全日本印刷工業組合連合会

株式会社笠間製本印刷

本社：石川県白山市竹松町1905 創業：明治8年 従業員：60名
代表者：田上裕之 認定取得：2014年9月 <http://www.kasama-jp.com/>

「200年企業」に向けて

CSRでお客様に選ばれる企業へ。

―笠間製本印刷の業務内容と主要顧客からお聞かせください。

田上 金融機関の預金通帳や有価証券をはじめ、伝票やディスクロージャーなど、金融機関で使われる印刷物を主力商品にしており、北海道から沖縄まで、全国にお客様がいま
す。金融機関の地元の取引企業には印刷会社の方も多いのですが、そこで印刷出来ない印刷物を弊社にご依頼いただくケースも多いです。

チラシやポスターなどの一般印刷物、ノベルティ品やカレンダーといった

た販促物も取り扱っています。また、クリアファイル印刷では、専門の印刷通販サイト「かさまーと」を2008年に立ち上げ、より多くのお客様へと商品の提案をしています。

―笠間製本印刷は昨年、第14回印刷産業環境優良工場表彰で経済産業大臣賞を受賞し、環境に配慮したトップクラスの工場として業界内で注目を集めています。

笠間 環境に優しい工場で印刷物を作るというテーマは、私が社長を務めていた時代から重点的に取り組んできましたが、それは工場環境だけでなく、提供する製品においても同様の考えでなくてはなりません。

例えば、従来の通帳表紙は布媒体だったため、リサイクルが不可能で、製造工程で発生する用紙の端紙は焼却処分していました。これではいけないと考え、通帳表紙の素材を紙に

変えたエコ通帳を業界に先駆けて開発・販売し、リサイクル処理を可能にするとともに、低価格で提供できるようにしました。

また、通帳の記帳明細欄には、その地域独自の行事や文化、イメージキャラクター等を写したデザインを採用することで、地域に密着した商品としての提案もはじめました。

エコ・低価格・地域密着性の三拍子が揃ったこの商品は、ある地方銀行の創立50周年のデザインコンペで採用されたのをきっかけに、その評判から全国で採用され、弊社の主力商品のひとつになっていきます。

藤田 環境における基本理念にも「当社は、事業活動を通じて地域及び地球に対する環境負荷を軽減し、美しい地球を後世に継承することに貢献することを目指します」と掲げています。

環境対応については、製品の受注から発送までのすべてにおいて、品質のみならず資材やエネルギー、廃棄物に至るまでの環境負荷の低減を追求し、改善を続けてきました。

とくに法令遵守の観点については何度も役所に足を運びアドバイスを受け、法令義務の無いような事柄についても確認をおこない、積極的な取り組みをおこなったことも、総合的な評価に繋がったと考えています。

―笠間製本印刷は2014年9月にCSRワンスター認定を取得しましたが、認定を取得した理由は何ですか。

田上 2015年5月に笠間製本印刷は創業140周年を迎えました。その記念すべき年を迎えるにあたり、大きな目標としていたのが、印刷産業環境優良工場表彰の最高賞である、経済産業大臣賞の受賞でした。CS





R ワンスター認定を取得したのは、その目標を達成するためにあります。——環境に則した工場を作るにあたり、CSR ワンスター認定取得がどのようにつながったのでしょうか。

田上 環境優良工場表彰とは、日本印刷産業連合会が年に1度主催し、印刷産業界の模範となる、環境に配慮した印刷工場を審査・表彰する制度になります。

笠間製本印刷では、2013年に経済産業大臣賞に次ぐ上位賞である、経済産業省商務情報政策局長賞を受賞しました。

ISO14001やグリーンプリンティング（GP）工場認定による、環境配慮製品の提供。各所に設置された天窓と発電パネルによる太陽光の活用に、電灯のLED化。商品製造時に排出される二酸化炭素量を計測し、それに見合う二酸化炭素量の削減活動をおこない相殺する、通帳製造では国内初となるカーボンオフセット。廃棄物処理業者の見直し、および徹底した分析による27種類（現在は32種類）にわたる廃棄物の分別など、2013年の受賞はこれらの取り組みが主に評価された項目になります。そこからさらに最高賞へともう一步踏み出すためには、機械などのハード面だけではなく、リサイクル率などソフト面、とくにCSRでの強化も必要だと考えました。

CSR ワンスター認定取得もその一貫となりますが、笠間製本印刷が長い歴史で培ってきた理念や取り組みはありましたので、認定も無事にいただくことができました。

みましたか。

田上 全社員一丸となって取り組むためにも、まずは社員から「笠間製本印刷はどのようなCSR活動が出来るか」をテーマに募集をかけました。

社員からあがってきたCSRのアイデアを幹部会議でまとめて精査し、実現可能なものをピックアップするとともに選任者を決めて、実行に移しています。

——社員さんの反応はいかがでしたか。

田上 やり始めた当初は「社員は乗り気になつてくれないのではないか」と思っていました。しかし、私の考えはただの杞憂で、意見を募集する段階から社員からは積極的にアイデアがあがるとともに、CSR事業にも協力と参加をしてもらっています。

2015年の5月に参加した、エフエム石川主催の「クリーンビーチいしかわ in はくさ

ん」は、白山市徳光海岸の清掃活動をおこなうものでしたが、朝の5時半集合とい

う大変早い時間にも関わらず、6割以上の社員とその家族が参加してくれました。

6月には白山市主催の「海岸美化清掃」に参加し、同じく白山市徳光海岸の清掃活動を行ないましたが、今度は前回参加をしなかった社員を含めて、9割以上の社員が参加してくれました。

藤田 献血活動や、余り紙を利用して作成した近隣幼稚園・保育所へのメモ帳寄贈、エコキャップ運動など





も社員からあがってきたアイデアを採用したものになります。

弊社の営業社員は出張も多いので、出張先のホテルでの歯ブラシやせっけんなどの消耗品のアメニティを使わずに持って帰り、海外に贈る活動も案として挙がっていますが、これからはまたさまざまな活動が増えていくことになるでしょう。

笠間 これらの活動は笠間製本印刷の長い歴史で見ても、極々最近の取り組みになります。新たに始めたCSR活動自体が売り上げに直結するケースはまだ少ないですが、活動を始めたことで社員が同じ方向を向き、団結が出来ているのではないかと期待をしております。

——CSR活動を内外に発信するにあたっては、CSRレポート以

外にどのような方法で伝えていきますか。

田上 笠間製本印刷では2カ月に1回『よむまつ誌』という広報誌を配布しています。こちらは2003年から発行を続けているものですが、『よむまつ誌』を楽しみにしているという声もお客様からたくさん頂戴します。

新商品やCSR活動報告といった笠間製本印刷のPRだけでなく、社員紹介、全国を飛び回る営業部によるグルメレポートなど、読み物としても楽しめるバラエティ豊かな記事掲載しています。発行号によって内容は少しずつ変わりますが、そのなかでも、笠間製本印刷のお客様の取り組みや製作した商品を紹介しているコーナーは大変参考になると聞きます。

笠間 金融業界の方々は新しいことに対する興味も大きく、とくに他の金融機関がやっていることに対して知りたい方はたくさんいます。

しかし、信用金庫同士の打ち合わせを県ごとに開いても、全国規模での情報を掴むことは難しいようです。

藤田 『よむまつ誌』は全国のお客様にお渡ししています。この広報誌では新商品のほか、お客様のご協力のもと、笠間製本印刷が手掛けた商品

も載せていますが、『よむまつ誌』に載っていた商品をうちでも作ってくれないか』といったお問い合わせをいただくこともあります。

——最後に皆さんから笠間製本印刷の将来展望について、語っていただければと思います。

田上 「私達は、いかなる社会環境の変化があっても、お客様から一番に選ばれ続け、永遠に存続発展し、幸せと豊かさのある会社を実現します」と経営理念を掲げていますが、それを実現するためにも、まずは出来ることをひとつずつやっていきたいと思っています。

また、社員一人ひとりが経営者になつたつもりで考え、動いてもらえば、笠間製本印刷はまだまだ発展できるのではないのでしょうか。厳しい経営環境は続きますが、2000年企業に向けての基礎作りを私の代で作っていききたいと思っています。

今回、CSRを大きなテーマに掲げて、経済産業大臣賞を受賞できたことは、ひとつの大きなきっかけになりました。

笠間 昨年の10月に開催した「笠間製本印刷創業140周年記念パーティ」の席上でも申し上げたことですが、まずは150年に繋げてもらい、2000年企業へ羽ばたいてもら

いたいです。

また、より大きな視点でいえば、印刷業界の社会的地位向上も図って行きたいと思っています。現代の印刷会社は印刷に限らず、さまざまなソリューションを提案しています。しかし、印刷会社に対しては、寅さんで有名な「男はつらいよ」に出てくるタコ社長のように、3Kの印刷工場イメージを持っている方が多いのも現実です。

笠間製本印刷は競合会社も少ないことから、業界内外・国内外を問わず、積極的に工場見学も受け入れて環境にこだわって製品を届けているかを伝えていくことも含め、レベルアップを図っていければ良いと思います。

藤田 社長や会長の言う通り、われわれ幹部の立場でも、2000年企業の土台作りを出来ることからやっていきたいと思っています。

これからのより一層お客様に選ばれる企業にならなくてはいいかもしれませんが、そのなかでもCSRは大変重要な項目にもなつてきます。

CSRツールスター認定の取得も見据えながら、売上ではない大きな目標に対してどのように動いていくか。盤石な企業体制、その骨格を構築していきたいと思っています。

六三印刷株式会社

本社：東京都江東区潮見2丁目4番18号 創業：昭和5年 従業員：170名
代表者：島村信彦 認定取得：2013年6月 <http://www.mut.co.jp/>

CSRの本質は、企業が社会に対して常に新たな価値を提供すること。

——まずは六三グループの事業内容からお聞かせください。

島村 過去の主力はモノクロ印刷物が多く、伝票や就業規則など、社内向けの製品を創業時から多く受注し、成長を続けてきましたが、今では時代の要求に合わせて、カラー印刷はもちろん、販売促進提案をはじめ、Webシステム、映像制作、イベントプランニングもグループ内で手掛けるなど、印刷以外の領域にも事業は広がってきました。事業理念にも「お客様の商品を、早く確実にエンドユーザーに購入してもらうために、最適な情報発信・情報収集・情報分析のお手伝いをします」と掲げていますが、六三グループの取引はB to Bがその多くを占めています。

印刷業界は新たな顧客とマーケットの創造が最重要課題のひとつですが、六三グループはこの課題に対し

て真摯に取り組み、印刷業界のテクノロジー化をリードし、これからも変革を続けていきたいと考えています。

——CSR活動に取り組み始めたきっかけはございますか。

島村 六三グループにおけるCSR活動の原点は、創業時にまで遡ります。

当時（1930年代）の印刷会社は住宅や町の中で印刷機を動かしていました。油性のインクや溶剤を廃水として処理せずそのまま流すなど、周辺環境に対して配慮していません。六三グループの創業者は「いかにして周りの住民の人たちと共存して、迷惑をかけずに仕事ができるだろうか」という強い想いのもと、実直に事業へ取り組んできました。

現在もその気持ちは変わらず、当

たり前のことだと思っています。ただ、周辺住民という自分たちの周りを超えて、「いかに世の中に貢献できるか」という一歩進んだ形でCSR活動を推進しています。

——2014年には島村社長が「CSR方針」を定め、ホームページ上でも公開しています。

島村 創業者の想いを引き継いだまま、六三グループは事業を拡大してきましたが、具体的に明文化をしたことが今までなかったため、社員同

士でもCSRに対する温度差がありました。

私はCSRのもっとも大きな目標は「企業の永続的活動」にあると考えています。そして、CSRの本質とは、企業が社会に対して常に新たな価値を提供し続けることです。

すべてのステークホルダーに対して、必要とされる企業であり続けるためにも、六三グループは自社で掲げたCSR方針を貫き、推進していきたいと思っています。

——CSRワンスター認定だけでなく、上位認定のツースター認定を取得したことから、六三グループがどれだけCSRを大切にしているかが分かります。

三島 CSRはグループ全体で取り組むべきもので、ただ単に社長が方針を掲げ、声を出しているだけでは社員の意識も高くなりません。



救命救急講習は全社員が受講



CSRの目的は「企業の永続的活動」と語る島村社長



の意識を向上させるだけでなく、活動の見える化にも繋がります。

「社会に貢献したい」「お客様のためになりたい」という経営方針はCSR方針を掲げる前から取っていました。記録として形に残すことはありませんでした。ワンスター認定を取得して見える化をおこなったことは、次へ進むためのステップに繋がったと思います。

——ワンスター・ツースター認定にはCSR委員会の方々が中心となつて動いたそうですが、島村社長はどのようにサポートしていただのでしょうか。

三島 普段の委員会会議や活動もですが、社長には「しっかりとやってくれよ」と社員を見守る立場を取っていただいています。

2カ月に一度ほどのペースで社長にも会議に出席してもらい、アドバイスをいただいています。基本的にCSR活動のイニシアチブは委員会(社員)に一任されている形です。社長が先陣を切り、あれをやれ、こ

また、外部機関による認定制度の取得に、社員が主体となつて取り組むことは社員

れをやれ、というトップダウンも必要かもしれませんが、温かく社員を見守る立場を取り、社員の自主性を引き出してくれているのは、われわれとしても大変ありがたく思っています。

——2014年には岩手県奥州市にある印刷工場が、第13回印刷産業環境優良工場(日本印刷産業連合会主催)の最高賞である、

島村 六三グループの環境への取り組みは2003年のISO14001取得から本格化しました。2009年にはグリーンプリンティング(GP)認定工場となり、グリーン基準を根幹とした活動のなかでさらなる深化を続けてきましたが、環境優良工場表彰の奨励賞、局長賞受賞という形でステップアップを続け、今回の受賞となりました。この経済産業大臣賞という名誉ある賞を受賞したことは大変嬉しいことです。

当社の環境活動に対する思いは創業当時から変わっておらず、当社にとって「環境に優しい工場にしていこう」というのは当たり前で、そこからさらに「社会に貢献しよう」と一歩進むためには、また別の尺度で考えなければなりません。GPマークを表示できる環境配慮製品の受注

件数日本一、復興ボランティアと献血への協力、アルミ缶回収による車の寄贈、工場見学の積極的受け入れなど、さまざまな角度で社会貢献に取り組んでいます。

ユニークな活動としては、工場内の食堂スペース等からゴミ箱を無くし、ゴミを作らない、持ち込まない、捨てない活動を推進しています。今まで昼食を買って来ていた人は分別してゴミを捨てていましたが、ゴミ箱が無くなったことでゴミは持ち帰るか、もしくはゴミを作らないように弁当箱でご飯を持参してくるようになりました。

——ステークホルダーには自社で働く社員も含まれますが、六三グループではES(従業員満足度)に対してどのように取り組んでいますか。

島村 われわれが行っている活動に対して、社員がどのように考えているかを調査するため、4半期に一度「従業員満足度アンケート」を実施していて、その結果を参考にしながら、仕事やCSRの取り組みに足りないところが無いかをチェックしています。楽しく、気持ちよく仕事が出来なければ社員満足には繋がりませんので、社員がどうしたら満足できる状況が作れるかは常に考えています。

しかし、会社側が社員に喜んでもらえると考えてやっていることでも、社員の一部では本当に効果があるのか分からないと疑問に思っている者も当然いるでしょう。アンケートでは、はい、いいえ、だけでなく、自由記入欄を調査項目ごとに設けることで賛成と否定、両方の意見を吸い上げています。アンケート結果は報告書として社内で配布するともに、会長と社長が自由記入欄に書かれた疑問や提案について応える回答編も配布しています。

例えば、第7回の回答編では毎週水曜日を定時退社とする「ノー残業デー」の実施に絞り、自由記入欄の



アルミ缶の回収によりこれまで8台の車いすを施設に寄贈

意見に対する回答を掲載しました。

—— E Sアンケートを取っている会社は他にもありますが、社員の意見に回答を用意し、それを公開するのは大変珍しい取り組みですね。

三島 会社は現状を変えようと、改革や改善をおこないますが、すべてに個別対応をすることは出来ません。そのなかで社員から生まれる不満や愚痴を受け流さず、しっかりと経営層が受け止め、回答するのが回答編になります。これも弊社独自の特徴として、今後も続けていきたいと思っています。

—— 女性の働きやすい環境作りや活躍推進も課題になっていますが、六三グループでの取り組みはいかがでしょう。

島村 日本では何十年も前から「少子化で大変なことになる」と言われてきました。私自身も昔から同様に考えてはいましたが、優秀な女性が活躍できないことは、日本の国力が衰退することにもつながってしまうでしょう。

われわれも企業として、制作も現場も関係なく、女性社員がその優秀な能力を遺憾無く発揮できる体制を提供することは非常に大事なことで捉えています。

個人の状況に合わせた短時間勤務の選択など、ワークライフバランスを推奨してきたことは特別な活動ではないかもしれませんが、育休や産休を取った社員に職場復帰をしてもらせる環境づくりをする。その姿勢は変えずに女性活躍推進を継続していきたいと思っています。

三島 産休・育休などの整備は法律で義務付けられているので、制度として当然なくてはならないのですが、中には職場の雰囲気や休みを取りづらくなってしまうケースもあると思います。

しかし、弊社では社長が妊娠の報告があつた社員に「大事にしなさいね。いつから休む?」「産休・育休が終わったらまた出てきてくれよ。」と積極的な声をかけるので、取りづらい雰囲気もあまりないようです。なかには産休を3回取り、その都度復帰してくれた社員も居ます。

—— 制度だけではなく、雰囲気や環境などのメンタルを整えていくことも課題のひとつになりますね。

三島 今年に入ってから、新たに「六三女子部」もスタートしました。メンター（助言者・指導者）制度に女性活躍推進を兼ねたもので、結婚や出産などを迎える女性の働きやす

い社内環境づくりに向けて、女性発信で考えていく会になります。女性社員は部署に関係なく、女子部のメンバーに悩みなどを相談し、女子部でまとめた意見を他の委員会や経営層に上程し、次のステップに繋げていきます。

—— 2016年もさまざまな社会課題が出てくると思いますが、六三グループが現時点で想定している社会課題や対応策は。

島村 ビジネススペースの話では、長年収益の柱にしていた伝票の印刷仕事でデジタル化により急速に減ることが想定されますので、それを補うものをどのように作り出していくかを考えていかなければいけません。

六三グループでは認知科学に基づいた映像「ワールドヴィジョン」を企画・制作する新会社、MTワールドヴィジョン株式会社を設立しました。見る人に対して、素早く効率的

に深い理解を促し、正しい意志決定を導く（その商品が自分にとって必要かの判断など）ことを可能にするので、営業現場においては最適なプレゼンテーションツールになります。

印刷会社として長い歴史を持つ六三グループですが、ワールドヴィジョンの制作には2011年から取り組み、情報発信のノウハウを映像制作で生かしてきました。今度は映像分野においても、社会に対して新たな価値を提供していきたいと思っています。

また、社会貢献の分野では、現在活動していることを確実に少しずつでも広げていきたいと思っています。そのなかでも女性活躍推進は六三女子部が鍵になっていくでしょう。六三グループで働いている皆さんが働きやすい環境づくりに注力していきたいと思っています。

三島 印刷はB to Bの商売から始まりましたが、近年は企業が個人消費者相手に商売するのを手伝いする、B to B to Cの商売になってきました。さらにこれからは、B to B to C to S（Social..社会）を考えた仕事が出来ることが必要です。自社や顧客だけでなく、社会のためになる製品や組織づくりが出来れば良いと思います。



今後の活躍が期待される「六三女子部」

CSR元気企業紹介「この会社に学べ！」

富士ゼロックス株式会社

「ゼロックス・フィロソフィー」を原点にCSRと事業を統合。

「遠野みらい創りカレッジ」で地域貢献と本業とのシナジーを目指す。

富士ゼロックス株式会社は1962年の創業以来、創業者のJ・C・ウィルソン氏の経営哲学「ゼロックス・フィロソフィー」を原点としたCSRと事業の統合を目指し、顧客の経営課題解決に貢献するソリューション&サービスを提供してきた。また、社内CSR推進においてはCSR会議を定期的に開催するとともにPDCAを回し、社内推進を図っている。富士ゼロックスの企業文化、CSR経営の推進方法について、CSR部の吉江則子部長に話を聞いた。

「CSRという言葉が世の中に浸透していないことから、ゼロックス・フィロソフィーは経営基盤として強固に守られてきました」と吉江氏は話す。

「ミッションステートメントとして

創業者のJ・C・ウィルソン氏が示した経営哲学で『我々のビジネスの

①知の創造と活用をすすめる環境の構築②世界の相互信頼と文化の発展への貢献③一人ひとりの成長の実感と喜びの実現、を掲げています。また、単に商品やサービスを提案するのではなく、事業プロセスも重視し、言行一致で取り組んでいくことで、事業とCSRの統合を目指しています」

2002年には「国連グローバル・コンパクト」の理念に賛同・署名し、

その理念を基本的な価値観の一つに位置づけ、社員行動規範の内容に反映している。現在は有馬利男元社長がボードメンバーとして参画するほか、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンの代表理事を務めている。

2007年に山本忠人社長（現会長）が就任した際には、「CSRは経営そのものである」というメッセージを社内外へ打ち出し、より明確にCSRと事業の統合を深めていくことになった。

そして、全社員一丸となったCSRを展開・推進する一翼を担っているのが、吉江部長の所属しているCSR部である。

同部署は、富士ゼロックス全社のCSR経営を企画・牽引する「企画」、海外のCSRを強化する「CSRグローバル推進」、そして地域社会貢献を支える「国内社会貢献」の3グループで運営される。

中国でのCSR調達における取引先訪問確認実習の様子

そのなか、企画グループでは富士ゼロックスが事業とCSRを統合した経営を徹底していくため経営執行会議の下位に位置づけられる、「CSR会議」の事務局を担当している。

CSR会議は財務や商品・サービスの視点だけでなく、事業プロセスにおけるより積極的なCSR経営のあり方を会長・社長をはじめとした役員など、経営層が中心となって議論する。

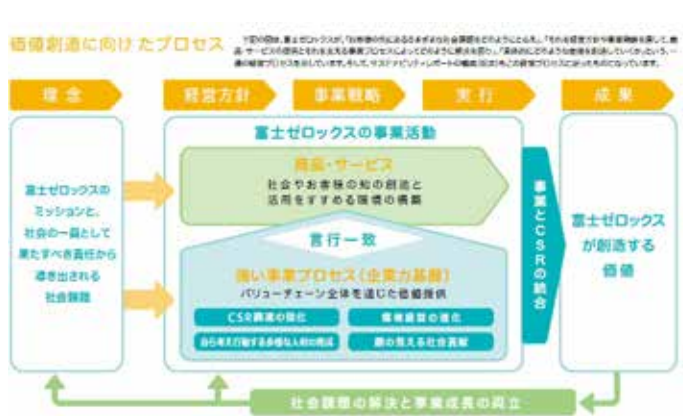
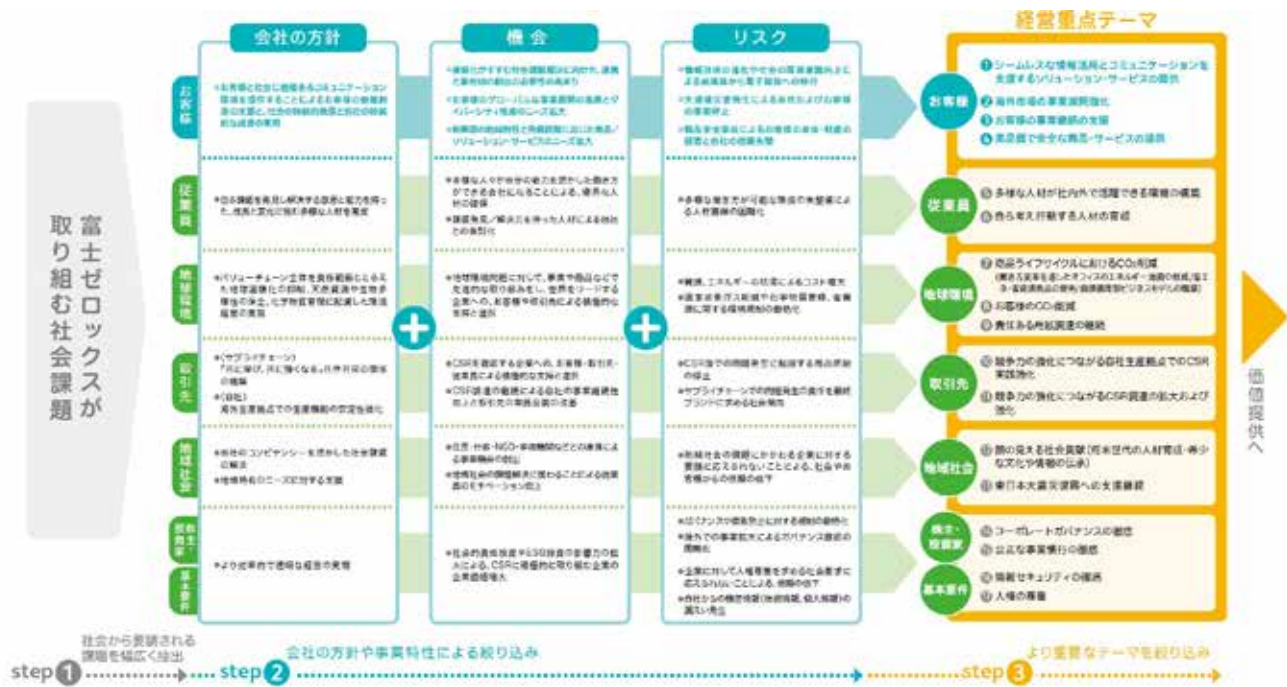
会議では、社会課題をどのように捉え、富士ゼロックスが提供する価値でどのように顧客・社会へ貢献出来るかという経営重点テーマにもとづき、取引先や社員など、ステーク



CSR部 吉江則子部長



富士ゼロックスが
取り組む社会課題



ホルダーごとの領域において、各機能や部門ごとに設定された KPI（重要業績評価指標）の進捗状況をチェックし、PDCA を回していく。

「KPI は CSR のためだけに設定されるのではなく、経営や事業、仕事そのものの目標として設定され、実行されていかなければなりません。各組織が持つミッションや目標に対し、CSR との繋がりを明確にし、業務と統合していくことが求められています」

そのなかでも、富士ゼロックスがこだわりを見せている項目のひとつが、ES（従業員満足）である。

「ミッション・ステートメントのひとつとして『一人ひとりの成長の実感と喜びの実現』と掲げているように、ES は経営層も非常に重視しています」と吉江部長は話す。

富士ゼロックスでは従業員意識調査である「ES サurvey」を1978年から開始した。

調査項目は、職場の働きがい、上司のマネジメントへの支持、経営・組織運営への支持などに分類され、それぞれの質問に無記名で記入および選択していくもの。

分析された調査結果（スコア）は、経営層だけでなく、各組織・各部門長にもフィードバックされている。

経営層においては、経営方針の策定や、組織での課題解決のための重要な情報として活用していく。スコアが低い機能については、CSR 会議を通じて分析をするともに施策や対策を実施し、結果についてもフォローを欠かさず、PDCA を回すことで、企業力のさらなる強化に繋げていく。

各組織においても、フィードバックされたスコアに対しては、部内でディスカッションを実施し、同様に対策と結果のPDCA を回していく。

「部門ごとに解決しなければいけない問題もあります。しかし、例えば『全社で若手層のスコアが低い』となれば、それはコーポレート（全社）レベルで検討していかなければなりません。今後は、経営トップ層と一般社員層のフェイストゥフェイスの情報共有などの社内コミュニケーションの活性化も考えています。富士ゼロックスの特徴はとにかくPDCA を回していくことにもありますが、ES についてはこれからも重点的に取り組んでいきたいと思っています」

取引先への取り組みでは、2007年からCSR 調達を全社的に



にグローバルで展開している。

専門チームによる取引先の訪問確認、用紙調達先企業の取引先基準の策定、マネジメントガイドラインやCSRセルフチェックリストの展開、取引先トップに対するCSRセミナーなど、取引先とCSRの価値観を共有し、共存共栄の関係を築き、競争力の強化を図っている。

地域社会・将来世代への取り組みのなかでは、閉校となった中学校舎を活用した、「遠野みらい創りカレッジ」を2014年4月に設立し、岩手県遠野市とともに運営している。

きっかけは東日本大震災の際に、富士ゼロックスが岩手県釜石市など沿岸部を支援するため、後方支援拠点である遠野市と接したことにある。遠野市の抱えていた高齢化や人口流出といった課題に対し、「より良いコミュニケーションを通じ、人を育て、社会に貢献する」という富士ゼロックスの価値観や培ってきた知見、事業の強みを生かした、二人三脚によるプロジェクトがスタートした。

企業・団体の研修事業、グリーンツーリズムのほか、東大やハーバードといった世界の大学生が遠野高校の生徒と3日間の共同生活をした「東大イノベーション・サマープログラム」など、遠野みらい創りカレッジ

は地元住民、自治体、企業など、年代や立場を超えたさまざまな連携を促し、地域を担う次世代の人づくりの舞台として成果をあげている。

「遠野市との取り組みは地域とのCSV（共通価値の創造）にも繋がっていますが、コミュニケーション分野の貢献は富士ゼロックスの本業の強みでもあります。将来世代の人材育成、希少な文化や情報の伝達に向けて、従業員ボランティアなどの社会貢献と事業を通じた貢献の相乗効果を目指して活動を続けていきたいと思っています」



最後に吉江氏は「CSRの推進はトップの理解、そして従業員の理解にあります」と述べ、次のように抱負を語った。

「CSRは経営そのものです。事業とCSRの統合を粘り強く実行していくことで、会社の風土を作っていく取り組みが不可欠だと感じています。王道も近道ありません。富士ゼロックスはPDCAを回していくことで、これからも愚直に取り組んで参りたいと思います」



つながって、 価値は生まれる。

一つひとつの"音"がつながって、
豊かな"メロディ"となるように、
一人ひとりの知が繋がれば、
きっと新たな価値が生まれる。
人と人、人と社会をつなげるために
富士ゼロックスは、これからも
より良いコミュニケーション環境の
構築を目指してまいります。



富士ゼロックス株式会社 www.fujixerox.co.jp/ 〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-3
ご意見、ご相談などはお客係相談センターへ。0120-27-4100【受付時間】9:00～12:00/13:00～17:00（土・日・祝除く）
Xerox、Xeroxロゴ、およびFuji Xeroxロゴは、米国ゼロックス社の登録商標または商標です。

FUJI xerox 

よいもののだけを・・・

株式会社 **ムトウユニパック**

誠心 誠意 誠実に ― 封筒を作り続けて66年。
その実績をいかし、私たちはこれからも時代に合わせた商品作りをしてまいります。



栃木工場



野木工場



青島工場 (中国)

【主な取扱品目】

●封筒全般 ●名刺・カード・はがき ●手提袋 ●その他各種紙製品 ●SP商品 ●DM発送代行サービス



株式会社 **ムトウユニパック**
<http://www.mutoh-u.co.jp/>

本 社／〒135-8480 東京都江東区永代1-7-12 TEL 03-3642-1141 (代表)
支店・営業所／東京中央・城西・城南横浜・千葉・四ツ谷・さいたま・栃木・前橋・新潟・大阪
工 場／東京・栃木・野木・中国青島

女性活躍推進法がスタート

4月から施行される女性活躍推進法。
法律と助成金について解説します。



社会保険労務士
菊地加奈子

【女性活躍推進法】

男女雇用機会均等法制定から平成27年で30年が経ちましたが、依然として女性の雇用者総数に占める割合は4割程度、意思決定層（管理職以上）の割合は7・5%にとどまっています。反面、就業を希望しているのに働けない女性（潜在的労働力）は315万人にも及びます。このような現状において、働くことを希望する女性が、その希望に応じた柔軟な働き方を実現できるよう社会全体として取り組んでいくことを目的として「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（以下、「女性活躍推進法」）が成立しました。企業に対し具体的な目標設定・行動計画の策定・届出等が義務付けられ（労働者301人以上の事業主は、平成28年4月1日までに行動計画の届出が必要）、女性の活躍推進に関する取組の実施状況が優良な企業については厚生労働大臣の認定を受けることができます。

1. 事業主の義務

女性活躍推進法に基づき、国・地方公共団体、労働者301人以上の事業主は、(1)自社の女性の活躍に関する状況把握・課題分析、(2)その課題を解決するのにふさわしい数値目標と取組を盛り込んだ行動計画の策定・届出・周知・公表、(3)自社の女性の活躍に関する情報の公表が義務付けられました（300人以下の事業主は努力

義務）。

(1) 自社の女性の活躍に関する状況把握・課題分析
以下の女性の活躍状況について把握し、課題分析を行います。なお、支援ツール・策定マニュアルが厚生労働省のHPで公表されています。

【基礎項目（義務） 4項目】

- ◎ 女性採用比率
- ◎ 勤務年数男女差
- ◎ 労働時間の状況
- ◎ 女性管理職比率

【選択項目（努力義務） 21項目】

- 男女別の採用における競争倍率
- 男女別の配置状況
- 男女別教育訓練の受講状況
- 男女別の育児休業取得率及び取得期間の平均期間
- 両立支援制度の利用実績
- フレックス勤務・在宅勤務の男女別利用実績
- 管理職の労働時間
- 有給休暇取得率
- 昇進の男女差
- 男女の賃金の差異等、全21項目の中から選択

(2) 行動計画の策定・届出・社内周知・公表

以下を定め、平成28年4月1日までに都道府県労働局雇用均等室へ届出を行います。

(ア) 計画期間

(イ) 目標（※定量的目標）

(ウ) 取組内容

(エ) 実施時期

※定量的目標とは実数、割合、倍数等、数値を用いたものであればいずれでも可能です。

【例】

○年までに女性管理職数を□人以上とする
女性採用比率を□%以上とする

時間外労働を○年から△%削減する

女性の○年以内の退職率を△%以下とする

(3) 女性の活躍に関する情報の公表

自社のHP、厚生労働省がHPに開設する「女性活躍・両立支援総合サイト」等を利用して取組内容を公表します。

(4) 認定制度

行動計画の策定・届出を行った企業のうち、女性の活躍推進に関する取組の実施状況等が優良な企業は、都道府県労働局への申請により、厚生労働大臣の認定を受けることができます。認定を受けた企業は、厚生労働大臣が定める認定マークを商品などに付することができ、企業PRになります。

2. 規模に関わらず取り組むメリットがある

本法律で行動計画の策定・届け出が義務付けられているのは労働者301人以上の企業ですが、それに該当しない中小企業にも取り組むことによる多くのメリットがあります。

(1) 課題がどこにあるか、何をすべきか、が明確になる
単に「女性が少ない」「女性ができる仕事が少ない」と結論付けてしまうのではなく、なぜ登用できないのか、方法はないのかを分析し、柔軟に対応していくことが重要です。体力的な問題であれば作業環境や設備の見直しも考える必要があります。ハード面は大きな投資ですの簡単に行えることではありませんが、人手不足による採用費、熟練を育てるための教育訓練費、また採用ができなかったことによるチャンスロスのコストを考えると、今しっかりと体制を整えておくことは経営戦略上プラスにはたらくこともあります。

(2) 採用力、従業員満足度がアップする

近い将来、深刻な人手不足が見込まれる中、優秀な人材を確保することがどんどん難しくなると言われています。今後、求職者が希望就職先を選定する際の基準も「給与等の待遇」から「労働時間や柔軟な働き方」といったものにシ

フトしてくることは確実で、単なるコンプライアンス上の問題としてではなく、採用力の向上・離職率削減、といった目的で企業の方針を考える必要があります。女性活躍推進法では、「女性が（妊娠出産を経ても）働き続けられる」といったことにも重点を置いていますので、しっかりと取り組むことで必然的に職場環境の変化が見られるようになります。

3. 努力

努力義務である中小企業には最大60万円の助成金も労働者数300人以下の企業も行動計画の策定を促すために、国からの助成金があります。対象企業と同様に一般事業主行動計画を策定・届け出・公表することによって30万円、目標を達成することによって30万円が支給されます。（女性活躍加速化助成金）

それに合わせて、パート社員を正社員に転換した際に支給されるキャリアアップ助成金が拡充されたり、男性の育児休業に対する助成金や、社労士等の専門家によるアドバイスを受けた上で従業員に介護休業を取得させた場合に助成金が支給されるようになるなど、国の両立支援・女性活躍推進への動きはますます加速しています。

そういった支援を受けながら、上手に自社の取り組みを深めていくとよいでしょう。

サステナブルブランド国際会議

東京で初の開催

「サステナブル・ブランド国際会議2016東京シンポジウム」が2月24日、東京の虎ノ門ヒルズ森タワーで開催された。「企業と地域のオープンイノベーション」、「サステナビリティは何故、ブランディングの中核となるのか」、「サステナブル・ブランドとは何か、企業は何をすべきか」など、さまざまなテーマで講演・パネルディスカッションが開かれた。

サステナブル・ブランドは2006年に米国で生まれたブランドイノベーターが集まるグローバルコミュニティ。コミュニティでは、グローバル企業、ローカル企業の成果を報告し、様々なテーマで議論する米国で年1回開かれ

る会議を中心に、世界各国でそのローカルカルチャーを踏まえた会議、オンラインでのコミュニティなど多種多様な活動がなされている。

日本初開催となった今回の国際会議では、サステナブル・ブランドの米国関係者の基調講演のほか、日本で事業を行なう企業や自治体の取り組み事例が多数披露された。

経済産業省

『秘密情報の保護ハンドブック』策定

経済産業省は『秘密情報の保護ハンドブック』企業価値向上に向けて』を策定した。経済産業省ホームページからダウンロード可能で、秘密情報の漏えいを未然に防ぐ対応策や例を紹介している。

技術ノウハウや顧客情報といった秘密情報はあらゆる企業の競争力の源泉となる。しかし、秘密情報はひとたび漏えいが起こると、研究開発投資の回収機会の損失、社会的な信用の低下により顧客の減少など、甚大な損失を被ることになる。

企業の秘密情報の管理が未だ十分といえないなか、経済産業省では営業秘密として法的保護を受けられる水準を越え、秘密情報の漏えいを未然に防止するための様々な方策を『秘密情報の保護ハンドブック』企業価値向上に向けて』として策定した。

『保有する情報の把握・評価、秘密情報の決定』、「他社の秘密情報に係る紛争への構え」「漏えい事案への対応」など、全6章・140ページで構成されており、本ハン

ドブックで示す考え方や具体例から、ムリ・ムダ・ムラのない秘密情報の保護に取り組むことが出来る。

帝国データバンク

震災5年時点活動状況調査

帝国データバンクは岩手、宮城、福島3県の沿岸部の「津波被害が特に大きかった地域」と「原発事故により警戒区域・計画的避難区域（当時）」の被害甚大地域に本社を置いていた5004社を対象に、震災から約5年時点での活動状況について追跡調査した。

5004社のうち、事業継続している企業は3598社（構成比71・9％）を数えた。他方、休廃業している企業は1406社（構成比28・1％）を数え、震災から



5年を経てなお、全体の約3割が実質的な活動停止に追い込まれている。このうち倒産は36社に留まったが、大多数の企業が破産等の法律手続きにすすめていない実態も明らかになっている。

帝国データバンクでは2011年7月から5回にわたって本調査を続けてきたが、調査結果の推移をみると、震災から3カ月で全体の50%が事業を再開し、その割合は1年後の2012年2月時点で70%まで上昇した。

しかし1年経過後は大きな変化はなく、ほぼ横ばいで推移し、今回の調査では前回調査比で微減に転じた。こうした結果から、事業再開・継続のカギを握るのは災害発生後の当初1年であることが伺え、震災復旧・復興事業としての中小企業支援策はより早期の段階でこそ求められる。

全印工連CSR認定 ワンスター3社を認定

全日本印刷工業組合連合会（全印工連）では2015年12月14日、外部の有識者で構成する第11回全

印工連CSR認定委員会を開催し、横浜市立大学CSRセンターによる審査報告をもとに厳正な判定を行なった結果、あらたにワンスター認定3社を認定した。認定されたのは日本印刷株式会社（岐阜県本巣市）、株式会社明新社（奈良県奈良市）、株式会社ザ・デジタルソリューションズ（東京都品川区）。

また、同委員会では本年12月で2年間のワンスター認定の有効期限を迎える3社の更新を認定し、CSR認定企業は計93社（ツースター認定14社、ワンスター認定79社）となった。

日印産連 新たに7工場を GP工場に認定

日本印刷産業連合会（日印産連）は第38回グリーンプリンティング（GP）認定工場として新たに7工場を認定し、登録工場数は計352工場となった。

GP認定制度は印刷産業界の環境自主基準。本基準を達成した工場・事業所を認定、環境経営に積極的な印刷関連企業として推奨す

る。

印刷関連工場の認定は、迅速かつ公平・公正に行われるよう、認定事務局から委託を受けた環境と印刷の専門家である認定審査員が審査を行い、その結果を第三者からなる認定委員会が審査を行い、認定可否の判定を行う。

また、環境に配慮した印刷製品の普及として、GP認定工場が製造し、グリーン基準に適合した印刷資材を使用した印刷製品には、総合的に環境配慮された証として、GPマークを表示することが可能となっている。

MUD協会デザインコンペに 275点の応募

NPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会（MUD協会）は「第9回メディア・ユニバーサルデザインコンペティション」を開催した。経済産業大臣賞には一般部門で「避難所サポートセット（大阪シーリング印刷株式会社）」、学生部門で「遊んで学ぼう！みんなのマークカルタ（静岡デザイン専門学校 徳久友希さん）」がそれ

ぞれ選ばれた。応募総数は275点（一般76点、学生199点）。

MUDとは、フォント・色・デザインの使いかたを考慮し、障がいの有無や年齢、性別などに限らず、あらゆる人にとって使いやすいデザイン。MUD協会では全国的なMUDの品質管理および製作等のバックアップを行なうとともに、普及・啓発に努める一貫として、コンペティションを開催してきた。

このたび経済産業大臣賞を受賞した「避難所サポートセット」は、掲示板POPやスペース分けテープなどを、アイコンや視認しやすい配色でまとめた、災害時に避難所を設置する側、利用する側にも便利なサポートセット。「遊んで学ぼう！みんなのマークカルタ」は、身体障害者標識や耳マークなど、街で見かけるマークをカルタにすることにより、遊びのなかで楽しくマークの知識を身に付けてもらい、障がいをもつ人への意識を高めてもらうものとなっている。

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。



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 (2016年2月現在)

ソースター認定 (2016年2月現在 14社)			
福 島	(株)日進堂印刷所	東 京	文唱堂印刷(株)
神奈川	(株)協進印刷		新日本印刷(株)
	(株)大川印刷	愛 知	(株)マルワ
長 野	亜細亜印刷(株)		(株)二和印刷紙業
静 岡	杉山メディアサポート(株)	滋 賀	アイズ(株)
東 京	池田印刷(株)	広 島	(株)ユニバーサルポスト
	六三グループ	香 川	(株)ミヤプロ
ワンスター認定 (2016年2月現在 79社)			
北 海 道	(株)ヒロミ産業	東 京	(株)木元省美堂
	(株)プリプレス・センター		(株)ザ・デジタルソリューションズ
	(株)アイテックサプライ		木野瀬印刷(株)
	中村印刷(株)		プリ・テック(株)
	(株)正文舎	愛 知	半田中央印刷(株)
	北陽ビジネスフォーム(株)		豊橋合同印刷(株)
	植平印刷(株)		(株)愛知印刷工業
宮 城	(株)東北プリント		(株)荒川印刷
	(株)ユーメディア	三 重	伊藤印刷(株)
秋 田	秋田印刷製本(株)		(株)岐阜文芸社
山 形	(株)青葉堂印刷		トーヨー印刷(株)
埼 玉	望月印刷(株)	岐 阜	ヨツハシ(株)
	(株)アサヒコミュニケーションズ		協同印刷(株)
千 葉	(株)太陽堂印刷所		日本印刷(株)
	(株)総合印刷新報社	富 山	第一共同印刷(株)
神奈川	関東プリンテック(株)		朝日印刷(株)
	(株)野毛印刷社	石 川	(株)笠間製本印刷
	(株)第一印刷所	京 都	(株)太洋堂
	(株)プレスメディア		泰和印刷(株)
新 潟	(株)太陽印刷所		(株)タイム
	(株)第一製品流通	大 阪	相互印刷紙器(株)
	(株)あけぼの		富士精版印刷(株)
静 岡	(株)きうちいんさつ		船場印刷(株)
	日本レーベル印刷(株)	兵 庫	交友印刷(株)
	日興美術(株)		丸山印刷(株)
	(株)中央パッケージング		(株)天理時報社
東 京	(株)金羊社		(株)アイブリコム
	大同印刷(株)	奈 良	共同精版印刷(株)
	(株)賢工製版		岡村印刷工業(株)
	システム印刷(株)		(株)明新社
	(株)ウエマツ	和歌山	(株)和歌山印刷所
	(株)白橋	岡 山	研精堂印刷(株)
	水上印刷(株)		愛和印刷(株)
	創文印刷工業(株)	愛 媛	(株)明朗社
	(株)アドピア		(株)ミドリ印刷
	荏原印刷(株)	福 岡	(株)博多印刷
	壮光舎印刷(株)		西日本印刷工業(株)
	(株)五色		西日本ビジネス印刷(株)
	弘和印刷(株)	熊 本	(株)啓文社
	滝澤新聞印刷(株)		

※都道府県内は認定番号順