

Shin

2019.08

vol. **16**

特集

目指せ！ 地域活性プロモーター

CSR 認定企業紹介

博多印刷

社員満足度を追求し、子どもたちの未来を大切に考える職場で地域社会に貢献

木野瀬印刷

「利他共栄」の精神で新規事業にチャレンジし、地域活性化ビジネスに邁進

CSR トピックス

政府、高年齢者雇用安定法の骨格を発表、70 歳雇用が企業の努力義務に
「食品ロス削減推進法」が成立、自治体に努力義務

海洋プラスチック対策、G20 で「2050 年までに新たな汚染ゼロ」目標に
2018 年度ソーシャルビジネス関連融資、社会的課題解決型が大幅増に
「きらめく 5 S 学校」初の分校が開校、5 S による組織づくりの普及へ
オリンピック・パラリンピック表彰台を再生プラスチックで製作

日印産連、SDGs を軸に事業推進

全国知事会、国産木材拡大宣言や「ウーマノミクス」加速提言など

山梨県、「やまなしクールチョイス県民運動」を開始

厚生労働省、2018 年「障害者雇用状況」を公表

特集

目指せ！地域活性プロモーター

地域活性化に貢献している印刷会社が増えている。それも印刷受注を得るためのビジネス主導ではなく、地域の発展を考えた町おこしの視点で、地域活性化の施策を展開するというものだ。自社が元気であるためには、まず地域が元気でないといけないという考え方に基づいて、印刷のみならず、ライティング、グラフィックデザイン、イラストレーションといった情報加工技術を活かし、地域の情報発信を担うことで、地域の発展に貢献する事例が全国各地で生まれてきている。特に地方の印刷会社は、古くから地域の経済や行政との結びつきが強く、地域活性化の中心的な存在として活動していける特性を持っているといえる。地域活性化のために印刷会社として何ができるのか。先進事例と共に最新動向を紹介する。

地域と共に歩む印刷会社

地域活性化ビジネスは全国一律ではなく、地域ごとに異なる資源や特性を地方自らが活かして、それぞれの地域の課題を克服しながらビジネスを推進することがポイントになる。

地域活性化はいわばまちづくりである。まちの魅力・活力を引き出し、それを維持・向上させていくことが大切で、そのためには地域の企業や住民を巻き込んで、先頭に立って牽引していく企業や有志のグループが必要になる。地域の企業との連携が不可欠となると、まさに印刷会社はそれを担うのに相応しいと言えるだろう。

印刷会社は特定の企業とのみ取引する下請け会社を除いて、その多くは地域のさまざまな企業や店舗から印刷物や販促物を受注していることが多い。全国からインターネットを通じてデータを受け取り、印刷する印刷通販会社が増えているが、地方のほとんどの印刷会社は、地元に着した営業で、地域との繋がりを重視したビジネスを展開している。基本的には地域社会と共に歩んでいるのが印刷会社の姿である。

「地域活性プロモーター」を目指す

印刷会社も地域を活性化する必要性を理解しており、自ら働きかけていく意識が高まっている。



る。全印工連では2013年に、『印刷道』(ソリユーション・プロバイダーへの深化)を発行し、印刷業が将来進むべき方向性を示した。そこではヒト、モノ、カネ、情報、知的財産などの経営資源を活用して、顧客や地域が抱える様々な課題を解決するソリユーション・プロバイダーとしての新たな事業展開を提案している。

『印刷道』では、印刷会社が進化しうる業態類型として6つの類型を提示しているが、「地域活性プロモーター」もそのひとつである。「地域活性プロモーター」とは、いわゆる地域のまちおこし・まちづくりを中心となつて進める世界的な存在のことである。

印刷会社が地域活性プロモーターに向いている理由としては、①地域に詳しい印刷を中心とした日々の業務を通じて、地域のことをよく知っている。②技術があるデジタルデータも含め情報加工技術の蓄積があり、情報の収集・加工・発信ができる。③資本がある土地や設備などの経営資本を持ち、労働力やスペースを提供できる。④信用がある一伝統ある会社が多く、地域における信用とネットワークがある。⑤立場が中立印刷会社は発信者と受信者の間にあり、地域活性化を中立的にプロデュースしやすい立場にある。などが挙げられる。実際、多くの印刷会社が、地域の情報を発信するフリーペーパーの発行、地元のイベント主催、あるいは地域事業・プロジェクトへの企画・参加と、多方面にわたってまちづくりをサポートし、地域に根ざした活動を展開している。

また、顕在化している情報だけでなく、それまで見落とされていた地域ならではの商品や観光資源など潜在的な情報を発掘して、それらの魅力をブランディングすることで、新たな価値を創出することも、地域活性プロモーターの重要な役割であるのはいうまでもない。

継続は地元の印刷会社が適役

近年、地域活性化を推進する動きをめぐっては、地元主体のプロジェクトになることが増える傾向にあるようだ。以前は、東京など大都市に在住する著名なクリエイターや広告代理店が地域のブランディングや地域活性化のプロジェクトを受注する動きが主流であった。しかし、外部のクリエイターはプロジェクトを企画しスタートさせることはできても、事業を継続させ地域に根付かせていくことが難しい。クリエイターたちが地域への永住を希望していれば別であるが、プロジェクトを立ち上げて、すぐに先導役を降りることになると、プロジェクトの継続性は危ういものになる。

地域活性化に期限はなく、継続してこそ意義があり、そのことを念頭に組み組んでいかなければならない。先導役が降りてしまつてプロジェクトが機能しなくなり、組織がバラバラになつて頓挫した例は枚挙にいとまがない。そうならないためには、地元の企業や有志の人たちが、プロジェクトを引き継ぎ、持続できる体制を作ることが重要であり、それならばいつそのこと地域に根付いている企業が最初からプロ

ジェクトを開始させる方が、成功の確率が高いということが徐々に明らかになってきたというわけである。

また、地方自治体では、行政サービス、住民交流、産業、保険・福祉、教育・文化の分野で、ICT(情報通信技術)の利活用を望んでいるところが増えつつある。ICTが普及すれば地域活性化が望めるという見方が多いのである。実際、行政サービスははじめ地域経済を活性化させるために、デジタル化やキャッシュレス化が進行しており、成果が出ている地域が少なくない。ICTの利活用が進んでいる地域では、インターネットを活用したサービスが取り入れられ、住民へのICTリテラシー教育、自治体・NPO等の情報発信サポートを提供する動きが出ている。印刷業界でも、紙媒体とICTを連携させた情報発信ビジネスに取り組んでいる企業も多く、印刷会社が地域活性化に貢献できるフィールドは益々広がってきている。

(公社)日本印刷技術協会が印刷会社の地域活性化に関するアンケートを取ったところ、地域活性化ビジネスに「取り組んでいる」と回答した印刷会社は、63.7%であった(図1参照)。約3社に2社は取り組んでいることになる。また「取り組んでいない」と回答した印刷会社でも、そのうちの3分の2は「取り組む必要性を感じている」と回答しており、地域活性化ビジネスへの関心の高さを窺わせる。

では、具体的にはどのような地域活性化ビジネスを行っているのだろうか。次に事例を紹介する。

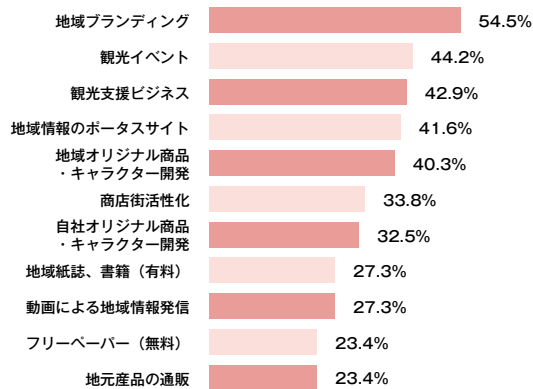


図2 今後取り組みたい地域活性化ビジネス

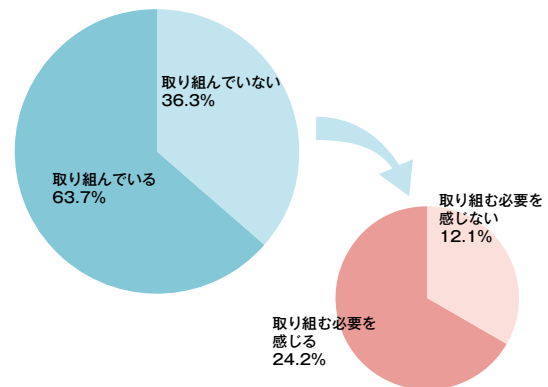


図1 印刷会社による地域活性化ビジネスの取り組み状況

【「ご当地キャラクター」創作活用事例】

ご当地キャラクターを創作して地域活性化を図るのは、印刷会社にとっては比較的取り組みやすい分野である。本業の印刷の仕事につながりやすいということだけでなく、地元の企業や店舗、行政などにも波及しやすく、ビジネスチャンスが広範囲に広がる可能性を秘めているからだ。

地元自治体と連携してご当地キャラクターを開発し推進しているケースが目立つが、ご当地キャラクターで成功を収めている印刷会社で真っ先に挙げられるのが、第一印刷株式会社（愛媛県今治市）である。同社は2009年に今治のPRキャラクターとして「バリィさん」を、同社社員のデザイナーが考案した。著作権は同社が保有し、お土産など公共以外の目的で利用した場合には、第一印刷にライセンス使用料を支払うことになっている。

しかし、今や全国的に「バリィさん」の知名度が向上したことで、今治市はじめ地元商工会議所、企業、店舗なども大いに「バリィさん」を活用し、その恩恵を受けている。第一印刷は地域を活性化するコンテンツを生み出し、それをビジネスに育て、まさに地域経済を支えている。ご当地キャラクター事業で成功したビジネスモデルと言えるだろう。

また、たつみ印刷株式会社（埼玉県深谷市）では、2010年に地元名産の深谷ネギをモチーフにしたキャラクター「ふっかちゃん」のオリジナル素材（イラスト）を創作し、キャラ

クターによる地域活性化ビジネスを推進している。同社では、深谷市の承諾を得て「ふっかちゃん」の印刷物や販促品の制作を行っているが、それらの制作に関して独占することなく、地域企業や店舗でのキャラクターの活用を推進しており、地域活性化を牽引する企業として大いに貢献している。

「ふっかちゃん」のデザイン使用に関しては、深谷市在住の企業・個人だけでなく、全国のどの地域からでも受け付けており、門戸を開いたことが却って地域活性化を促しており、深谷市役所と企業・店舗がまさにウィンウィンの関係を構築している。



埼玉県深谷市の「ふっかちゃん」（左）と、愛媛県今治市の「バリィさん」（右）



©Daiichi Printing

「プロジェクト企画推進事例」

教育委員会と学校と連携して、地域の教育カリキュラムを開発したのがハリウコミュニケーションズ株式会社（宮城県仙台市）である。同社は、元々教育関係の印刷を主体にしていたこともあって、学校や教育委員会との繋がりがあつた。そこで10数年前に子供たちの育成をサポートしていくために、地域のモノづくり企業と小学校の理科実験を繋ぐプロジェクトを企画・運営した。時間と人材を教育分野に舵を取り、注力していったわけである。そして、2007年から宮城県内の各市町村教育委員会と連携して、これまで述べ670校、4万1000人を超える児童が受講するまでになった。

この授業の実施で理科離れを防ぎ、理科に興味・関心を持つ子供たちが増え、将来、技能や技術を高めていく分野に進む子供たちの育成に役買っている。このように「モノづくり人材育成」プロジェクトを立ち上げたことが経緯となつて、同社は地域のさまざまな教育プロジェクトを手掛けるようになった。今日では社内に教育プロジェクトの専門部隊も設けてビジネスと地域貢献のバランスをとりながら、地域産業の発展に貢献する印刷会社になつている。

「地元イベント参加推進事例」

一方、大都市の中で地域活性化をサポートしている印刷会社もある。望月印刷株式会社（東

京都台東区）では、地元の台東モノづくりのまちづくり協会が運営するイベント「モノマチ」に参加し、地域貢献活動を展開している。

参加して今年で7年になるが、同社では「モノマチ」に関するガイドブックの制作からポスター、チラシ、DMなどの印刷物を一括受注している。ただし、同社では最初から印刷受注を念頭に置いて参加したのではなく、あくまでも地元の企業として地域活性化の役に立ちたいという気持ちで取り組んだ。その姿勢が地域からの信頼を得ることに繋がったのである。地域の事業にどのようなスタンスで取り組むのかという企業姿勢も、地域活性プロモーターの資質としては、大切な要素のひとつであるのは間違いない。

インバウンドビジネスもターゲットに

地域活性化ビジネスとひと言ってもそれは幅広く多種多様である。日本印刷技術協会では「今後取り組みたい地域活性化ビジネス」に関するアンケート調査を行ったところ、11のビジネスに回答があつた（図2参照）。

第1位は「地域ブランディング」、2位に「観光イベント」、3位に「観光支援ビジネス」となり、以下、「地域情報のポータルサイト」、「地域オリジナル商品・キャラクター開発」と続いている。

地域活性化を担うにしても、方法論は地域によつて千差万別である。それぞれ独自の展開があるだろうし、多くの可能性がある。半数以上

が関心があると回答している「地域ブランディング」にしても、一朝一夕で成し遂げられるものではなく、まずは地域に入つて様々な活動やプロジェクトに参加し、地域の特性を把握し、魅力ある人や商品や場所の情報をキャッチすることで、徐々に差別化のポイントがわかつてくるのである。

次に取り組みたいものとして、「観光イベント」や「観光支援ビジネス」を挙げているが、訪日外国人が増えていることで、近年、インバウンドビジネスが注目されている。全国各地で多言語化への対応が進んでおり、印刷物も多言語化の需要が求められている。2020東京オリンピック・パラリンピックに向けて、全国各地で訪日外国人向けのビジネスをはじめ、各種の環境整備が進んできているとはいふものの、駅前の案内看板ひとつとっても多言語化されていない事例は多く、まだまだ十分とはいえない状況である。日本の「おもてなし」を世界に発信する意味でも、メディア・ユニバーサル・デザインのノウハウをもつた印刷産業が地域の先頭に立つて多くの外国人を迎える準備を進めていきたいものである。

【出典】図1・2

（公社）日本印刷技術協会「印刷会社の地域活性化に関するアンケート2014」より

株式会社博多印刷

本社：福岡県福岡市博多区須崎町8-5 創業：昭和20年 従業員：34名
代表者：白石雄士 認定取得：2016年9月（ツースター） <http://www.hakata-p.co.jp/>

社員満足度を追求し、子どもたちの未来を

大切に考える職場で地域社会に貢献

——3年前に社長に就任された当初、

真っ先に取り組まれたことは何でしょうか。

白石 さまざまな分野で新たな取り組みを始めましたが、最初に「みんなで幸せになる」というポリシーの下で、何よりも従業員が大事であるという考えを示しました。博多印刷が良くなる道しるべは、従業員の皆さん自身が知っているはずですから、それを私に教えてほしいと話し、従業員の満足度を高めるための活動に注力したのです。福岡県から「健康応援宣言」の認定を取得したり、「がん撲滅推進企業」の資格も取得しました。また、働き方改革による就業規則の見直しはもちろん、法定有給とは別枠組みの子育て有給の付与や結婚、出産、入学のお祝い金を支給し、ライフステージの変化を積極的に応援する仕組みを大切にして

います。

——なるほど、従業員のための施策に取り組まれたのですね。

白石 その一環としてCSRの方針とビジョンにも着手したわけです。全印工連のCSR活動は素晴らしい考え方ですから、それに呼応して当社もCSRに本格的に取り組み、ツースターの認定を取得しました。ただ認定を取得しても何もしなければ意味がありませんから、CSRの方針とビジョンを策定し、行動指針を明示しました。まず「ミライのカタマリに、ツクス。」というスローガンを掲げました。ミライのカタマリとは、子どもたちのことを指します。子どもたちは未来の日本を背負って立つ、可能性の塊なわけですから、私たち大人は子どもたちが安心して伸び伸び成長できる環境や社会にしていくな必要があります。そうなればみんな

きつと幸せになるだろうと思うのです。当社としては、安全な水、空気と同じように、安全な印刷製品を子どもたちが当たり前に享受できる社会を作っていくことが大切だと信じて、このスローガンにしました。

——そうですか。現場では何か進展は見られたのでしょうか。

白石 社長に就任した1年目は、縮小する印刷マーケットへの危機感から、付加価値の増大や事業領域拡大など、理屈を一方的に言ったものから反発がありました。納得してもらう前に、変化を強要してしまっただけです。その反省から社員一人ひとりと膝を突き合わせて「何か困っていることはないですか」「会社としてできることはないですか」あるいは「チャレンジしたいことはないですか」と、話を聞いていったわけです。そこから私は自分の成長など

一切顧みずに、社員が考える理想の会社と社長像だけを考えました。社員の応援団長的な存在になることに徹したのです。自分がして欲しいことより、まず社員が抱えている課題や問題をケアしたいのだと、そうすると、社員の考え方が変わってきたわけです。そして、CSRの理念を打ち出してから、具体的な施策が現場から出てくるようになりました。

当社は、行動目標・行動方針で「知の探索、知の探究」を掲げていますから、会議の中で社員からやりたいことが上がってきたら、私の方でこういう方法があるからやってみてはどうか、と助言したりします。それによつて社員一人ひとりが、改善点やチャレンジしたいことを話すようになり、前向きに取り組むようになりました。設備投資では、完全現像レスによる速乾印刷へ切り替えて、





保育園に届けている「おえかき帳」

ものづくりと環境配慮のトレードオフを解消したほか、高精細印刷も始めるなど、積極的に行いました。

——スローガンを社員にしっかりと伝えたことで、向上心が出てきたのでしょうか。

白石 はい。たとえば、地域の保育園では、子どもたちが落書きやお絵描きをするための用紙を、保育士さんたちがわざわざ買っていた実情がありました。そこで、当社の工場に出た余り紙を使ってもらおうと、自由なお絵描きができるように加工して、綺麗にラッピングして渡すことにしたのです。そうすると、保育園に喜ばれるようになり、それまで良くも悪くもお客様からの反応が見えづらかったものが、直接喜ばれたことで、営業担当者の気持ちに変化が生じ、地域社会に貢献していく気持ち

が芽生えてきました。地域社会との関わりを大切に感じ、CSRの理念が身に付くようになったのです。翌年には綺麗に製本し、塗り絵までできる品質を高めた「おえかき帳」にして、届けるよ

うになりました。

今年度からは営業部で、それぞれの保育園ごとに園児数を自発的に調査して、ムダなく製作し、ムラなく届けるため数を調整したりと、意識の変化がマネジメントにまで良い影響を与えつつあります。お客様が喜べば、従業員もそれに一層応えようとなりますから、ますます意識改革が図られ、レベルが向上していくようになりました。やはり実際に行動に移していくことが、CSRでは大事なことです。

それに、当社の商号には「博多」という地名が含まれます。美味しい食べ物がいっぱいあって、新幹線の駅や空港も近く、九州のゲートウェイであり、皆様に良いイメージをもたられていると思いますが、私たちはその「博多」の看板を背負っているわけです。「博多」のネーミングを使って商売させていただいているわけですから、地域に還元しないわけにはいきません。その自覚を社員には持つてほしいと思っています。

——ところで、ホームページに「数字で見る博多印刷」と題して、さまざまなデータ・数値を公開されていますが…。

白石 JAGATから学んで公開したのですが、儲かっている印刷会

社は経営動向を具体的な指標に示して、あらゆる領域で高い数値を示しています。そこで当社もJAGATの経営動向調査を参考にデータを出したところ、1人当たりの教育・研修費を結構使っていたり、クレーム率が低かったりと、非常に良い数値もあることが分かり、自社の強みが明確になりました。それでいろいろな数値をホームページ上に公開させていただきました。「テクノロジーの活用」「マルチタスク」の推進もあって、社外クレーム率0.26%は、業界トップクラスになっているのではないのでしょうか。

——それは素晴らしいですね。ところで、貴社は全員が正社員かどうかです…。

白石 はい。「企業は公器であり、社会の雇用に貢献しなければいけない」という先代の教えから、派遣、パート、アルバイトで仕事をしてもらうのは、当社では十分幸せを享受していただけないという考えのもと、全員、正社員で雇用しています。

——子育て中の女性社員への対応はどのようなにされているのでしょうか。

白石 職場ごとに勤務時間を調節したり、前述のJAGATの人的資源の配置を適正化し、社員間で上手く

連携したりして仕事にあたっていますので、社員は伸び伸びと仕事をしています。たとえば、制作部門で産休を既に2回とっている女性社員がいるのですが、産休後、その都度当社に出社して仕事に就いており、もう10年以上になります。先ほども言いましたが、CSRで子どもたちに尽くすという理念の下で仕事をしていきますから、子どもさんに熱が出たり、学校の運動会に参加しなければならなかったり、子どもさんのことで用事ができればいつでも休んでもらって結構です、と言っています。

わたしは常々「子育てより、大切な仕事など博多印刷には一つもない」とはつきり提言しています。ですから、女性社員は産休後でも当社に戻って正社員として働いてくれるのだと思います。それと、今年からテレワーク制度を開始しました。DTP部門の女性社員に小さな子どもさんがいて、会社を休まざるをえませんが、一日中付きつきりというわけではなく、空いた時間で制作を進めてもらっても、テレワーク導入のコストをはるかに上回る生産性向上が見込めることが分かったので、テレワーク制を活用しています。これも働きがいがある職場づくりを社員と一緒に構築してきたから実現できた



ものです。

——地域の子どもたち以外で、取り組んでらっしゃることはありますか。

白石 博多市では「博多灯明ウォッチング」を開催していて、当社で後援・協賛企業としてお金ではなく、実際に社員が参加する形で協力しています。博多で300年も継承されている地域のお祭り、手づくりの灯明数万個で、夜の博多市内の名所、旧跡、神社仏閣、太閤町辺りの路地等を綺麗に照らし出すというものです。毎年10月に開催され、全国から数万人が訪れ楽しんでもらっています。当社は灯明を作ったり、当日、火を付けて並べたり、設営や観客の誘導などお手伝いしています。また、毎年7月に行われる博多祇園山笠にも参加し協力させていただいています。地元の人たちが楽しむためのお祭りで、歴史あるものは継承していくべきですし、そのためのお手伝いをさせていただくことは、当社のような地域に根ざした

印刷会社にとって有意義なことであり、CSRの理念に相応しいと思っています。イベントが大きくなり過ぎて、イベントで稼ぐというビジネス優先になってしまうと、それはもうCSRの精神から逸脱してしまうと思っています。あくまでも郷土の先達に対する感謝と地域社会に貢献する気持ちで取り組んでいます。

——博多は外国人旅行者も多いと思いますが、インバウンドで取り組みますが、インバウンドで取り組みが、外国人の方が増えていくから、当社ではモリサワのMC

カタログを導入し、多言語化の仕事に対応しています。例えば、いま博多市では中国を代表するアジア圏の人たちに人気の病院があるのですが、入院するに当たって外国の人たちに診療や入院などデリケートな説明をする必要がありますから、外国語に翻訳したパンフレットの企画に取り組んでいます。病院からのニーズもあつて当社のほうで英語版、中国語版、韓国語版の企画を提示させてもらっていますが、私たちが当初考えていたより、はるかに強い興味と関心を持つておられます。多言語対応もそうですが、今後はテクノロジーを活用した印刷の広がり可能性に対し、需要が増えていくものと

思われます。

——なるほど。それと、品質と環境についてしっかりと明言されていらっしゃると思います。

白石 当社はISO9001（品質）と14001（環境）を取得し、統合運用しています。品質目標では製造現場の徹底的な自律的PDCAサイクルで、「ムリ・ムダ・ムラ」を無くし、損紙や廃材を極力出さないように心がけています。品質・環境方針を全社員に対し周知徹底し、各部の目標を設定し目標の達成に向けて努力しています。

——CSR認定のワンスター取得の担当者に任命されたそうですが、どう思われましたか。

内山修慈部長代理 何も分かっていなかったのですが、正直、戸惑いました。ただ前任者が関係書類を用意してくれていましたから、それに記入して提出したことを覚えています。3年前のツースター取得の時は、現地審



内山部長代理

査がありましたので、いろいろと手配をしたりして当日の対応などもさせていただきました。

——CSRの意識が浸透しつつあるとのことですが、以前と現在とは、社員さんの気持ちは変わりましたか。

内山 そうですね。皆さんそれぞれ仕事へのモチベーションが高まってきたのが分かりますし、コンプライアンスも身に付くようになり、会社全体のレベルアップはしていると思います。それと、工場内の整理整頓を以前よりも意識を持つて積極的に取り組むようになりました。

——今後チャレンジしたい取り組みは何でしょうか？

内山 社内向けに改善提案報告書で、2カ月に1日、年に5日は有給休暇を取ることを提案してもらいましたので、社員に有給休暇を積極的に使ってもらおうよう働きかけたいですね。これまでは何も言わないと、有給休暇を取ろうとしない社員ばかりでしたから。そのためにも社員同士がそれぞれの仕事を受け持てるようになるために、多能工化を進めています。製本部のほうではかなりできていますが、他部署のほうはこれからなので、多能工化を推進していきたいです。

木野瀬印刷株式会社

本社：愛知県春日井市西本町3-235 創業：昭和21年 従業員：90名
代表者：木野瀬吉孝 認定取得：2015年9月（ワンスター） <https://kino-se.co.jp/>

「利他共栄」の精神で新規事業に チャレンジし、地域活性化ビジネスに邁進

——CSRには特に注力されていますが……

木野瀬吉孝代表取締役 当社は社内に「利他共栄」を掲げて、全社一丸となつてその精神で業務に当たつていきます。お客様はもとより地域社会への貢献を最優先に考え、さまざまなCSR活動に早くから取り組んできました。

誇りに思っていることは、パートナーに至る全ての従業員が「利他共栄」についてきちんと説明ができることと、実際に私生活でも実践していることです。事業年度の初めに、例えば町内会の役員であるとか、参加しているバレーボールチームの書記を担当するといったことを、会社に申請を出した従業員には、私のポケットマネーから「社会貢献手当」を手渡したりしています。

——「利他共栄」の理念はどのような

に伝えていらっしゃるのでしょうか。

木野瀬 経営理念というのは、事あるごとに同じことを言い続けるということが大切です。常日頃から言葉に発することです。身に付くものであり、営業に出向いたお客様にもこの理念を言い続けていますから、自然と理解し実践できるような社内風土になつていくわけです。

この「利他共栄」の精神は遵守しなければならぬわけですが、これはお客様や地域社会に関することだけでなく、社内での仕事についても同様です。次の工程に仕事を受け渡す際は、相手の立場に立つて仕事しやすいように受け渡していくようにしています。それによつて、仕事効率的に進むだけでなく、社員間のコミュニケーションの向上にも繋がります。

——では、具体的にされている地域貢献について教えてください。

木野瀬 以前、中学校就学時の7割近くの生徒たちが手紙の宛名が正しく書けないという記事を読んで、驚いたことがあります。それで何とかしなければならぬと思い、春日井市だけでも子供たちが全員宛名を書けるようにするにはどうすればよ



中学生から当社に届けられた礼状のハガキ

いか考えたところ、市内では職場体験学習を全中学校で実施していたので、職場体験をした後で、お店や会社宛に礼状のはがきを個々に送ることを学校側に提案しました。それによつて、先生が宛名の書き方を指導するようになりますから、生徒たちは宛名の書き方を身に付けることができると思つたのです。

当社は年7万件の年賀状印刷を請け負っていることもあつて郵政との結びつきが深く、郵便局に官製はがきの提供をお願いしたところ引き受けていただいたので、画家に中学校ごとに近所の名所のイラストを描いてもらつたはがきを印刷して、各中学校に寄贈しました。これを毎年続けていて今年で8年目になります。が、生徒は企業に礼状のはがきを出すことで、誰もが宛名を書けるようになります。当社はそのお手伝い



利他共栄の精神の下で新規事業に積極的に取り組んでいると語る木野瀬社長

をしているのですが、印刷会社としては、手紙の文化を子供たちに伝えていくことは大切なことだと考えています。

——なるほど。子供たちの教育に関する地域貢献に取り組まれているのですね。自治体とは強固な連携を図っていらつしやるようですが…。

木野瀬 春日井市では、今年度からシティプロモーション推進室を立ち上げて、市民と企業、行政が一体となった「春日井市シティプロモーション戦略」を打ち出そうとしています。単に行政サービスを向上させ人口増を図るのではなく、そこで活動する企業やNPO法人、市民の魅力で、一緒に暮らしたいと思う人が集まってくる街を目指すものです。当社ではそれに呼応して「シティプロモーションの担い手」「理想の会社を創る」「徹底した見える化と働き方改革」を打ち出し、さまざまな活動を始めました。

シティプロモーションの担い手では、AIではできないクリエイティブティ、マネジメント、ホスピタリティを主眼に置き魅力的な街を創っていきたいと考えています。また、理想の会社を創るためには、従業員が安心して将来を会社に託すことが

できる職場環境を目指しています。そのために、企業型確定拠出年金の導入と生涯獲得賃金の保証が実現できる経営を進めていきます。

そこでポイントになるのが、問題解決の方針を的確に打ち出して、一人ひとりが役割を明確にして生産性の向上とサービス力を高めて、新たなお客様やビジネスを構築していくことです。それを全社一丸となつて取り組んでいます。つまり、社員自らが業態変革を進めることが必要になります。既に着々と実践しています。

その一つが、『地域みつつやく生活情報誌「月刊はるる」と『月刊ぶるうむ』のフリーマガジンです。『月刊はるる』は春日井市の各戸に、



フリーマガジンの「月刊はるる」と「月刊ぶるうむ」

『月刊ぶるうむ』は小牧市・豊山町の各戸に、それぞれ手配りで届けています。お陰様ではるる・ぶるうむとも、地域で知らない人はいません。クロスメディア事業部が広告営業を行い企画課で制作していますが、地域ならではの最新情報を発信し、より魅力あるマガジンを目指しています。わずか5名の女性でこの2誌の営業をしており、地域経済の活性化に大いに貢献していると思っています。

また、今年4月には一人暮らしの65歳以上の人を対象に、マガジン『はるるのひ』を発行しました。当誌は高齢者が、外出を控えたり市の制度やサービスを知らなかったりする課題を解決するために、お役に立てる情報をお届けするものです。特筆すべきは、市の依頼でありながら予算無しで発行したこと。はるる・ぶるうむのノウハウを活かして、スポンサーからの広告収入のみで実現しました。当社のブランドを活用し、地域貢献ができたと思っています。

——フリーマガジンの制作は、広告営業はじめ大変ではないでしょうか。

木野瀬 これらのフリーマガジンは広告で成り立っていますから、確かに営業や制作は大変ですが、



フリーマガジンを制作する編集室

チームであらゆる企業やお店に1軒1軒アプローチすることで、お客様に広告を出稿していただく意義を理解してもらっています。それに市内・地域のほとんど全戸に配られるマガジンなので、広告主にとってはPRになり売上に繋がるメリットがあるため、広告を出していただけるのだと思います。スタッフにとつては直接お客様を訪問することで、いろいろな意見や要望を聞いて関係を深めていくことができます。非常に意義があり、やりがいのある仕事だと、スタッフも感じていて、市民の読者の方たちや広告主のお客様のために、より良い情報を届けようという気持ちが強いです。それが当社のさまざまな業務面で相乗効果を生ん

でいるかと思えます。

その他にも愛知県内の企業と共に、高校生向けの就職応援本「Start」を発行しました。高校生に対して企業は求人誌を出せないことになっています。しかも高校生は企業をほとんど選べず、先生たちが就職先をアドバイスして決めていくことになっています。当誌は教育委員会の承諾をいただき、愛知県内の高校全てに配布し、工業高校、商業高校、職業学科のある高校には、3年生全員に配りました。これは高校生が各自で企業を選択して、企業には自社の様子を高校生に認知してもらうのが目的になっています。

——他にもさまざまな形で就労支援
されていらつしやるようですね。

木野瀬 春日井市では出産・子育てで離職しているママさんが、就労体験を通じて子育てしながら働くことを体験し、自分に合った仕事先を見つけてもらう「ママインターン」を設けていますので、当社でもママインターンを実施しています。出産・子育てでブランクがあり、一歩踏み出せないママさんのきっかけにしてもらおうと、当社の業務に携わってもらっています。

因みに厚生労働省より昨年末、女性活躍推進法に基づく5つの基準全

てを満たし、最難関の3段階の「えるぼし」の認定をいただきました。

——ところで、労働生産性を向上させるための「見える化」システムに取り組んでいらつしやいますね。

木野瀬 経済産業省の平成29年度商業・サービス競争力強化連携支援事業（新連携支援事業）に応募した「広告・印刷業界等の生産性向上を実現するクラウドサービスの開発・提供事業」が採択されて、印刷業に特化した見える化システム「MICLOUD」を開発しました。これは印刷会社による印刷会社のためのクラウド型経営管理システムです。印刷業は労働生産性が低い労働集約型産業です。市場では多くのMISが提供されていますが、機能が多く利用が煩雑であつたり、高価なものであつたりして、導入しても使いこなせないまま放置されているケースが少なくありません。それでは印刷会社の経営実態に沿った本当の意味での見える化が実現できず、経営の健全化にはつながりません。

それを改善するために、IT技術を活用し、営業から打ち合わせ、デザイン、印刷の全工程の個別の業務時間を見える化したものが「MICLOUD」です。当社が使つてい

るシステムですから、同じ印刷会社が抱える経営課題についてはよく知っています。仕事で本当に必要な機能は何か。本当に使い勝手を良くするにはどうすればいいのか、などに焦点を当てて開発し、しかも月々のフィーで安価に提供していくようにしました。他の印刷会社さんに使つていただくことで、印刷産業が栄えていければと願っています。

「MICLOUD」は今年度から本格的に販売を開始します。従業員が5名から100名の規模の印刷会社は全国に約1万2000社ありますから、それら中小の印刷会社さんを中心にしていくつもりです。もちろん、システムを導入したからと言って、会社が変わるわけではありません。従業員一人ひとりが能動的に仕事に取り組んでいかなければなりません。

——それが先ほど出ました「理想の会社を創る」に通じるわけでしょうか。

木野瀬 ええ。当社では従業員が自分で働き方を決め実行し、その結果で給与が決まる評価システムを導入しています。全社共通の項目についてそれぞれの立場で目標を決めて仕事をし、半年ごとに査定し評価します。また、状況に応じて従業員は

業務の開始時間と終了時間を決める部署も現れました。私はそれに対して何も言いません。それぞれの部署で話し合つて従業員たちで決めさせています。そうすることによって、自分たちで決めたことであるため、労働生産性を向上させようとする意識が高まり、従来の売上高や加工高のままで発展していかないと、新たな仕事を獲ってくる必要があるとか、業態変革を目指すなければならないという意識が芽生えてくると思います。

新しいことをすればどうしても失敗はつきものです。でもそれを恐れて何もしないで、ただ守りの経営を続けていると、会社の将来はありません。いずれ衰退するでしょう。新しいことをして失敗しても、失敗した経験を通じて、成功するためにはどうすれば良さを学ぶようにすれば良いわけです。大事なことは失敗を恐れないチャレンジ精神だということです。そのために従業員のために働きやすい職場はどうあるべきか、自ら考え、経営計画発表会などで一人ひとりが仕事について意見を述べたり、自分の仕事の仕方について発表したりして、自立した従業員を目指しています。

UCDAと電通、わかりやすいアレルギー表示を 実現した。ピクトグラム開発

一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会（UCDA）は、食品におけるわかりやすいアレルギー表示を実現するため、電通ダイバーシティ・ラボと共同で、ユニバーサルデザイン（UD）ピクトグラム「みんなのピクト」を開発した。アレルギーの原因となる特定原材料等27品目など計29種類を取りそろえ、8月末から発売する。

「みんなのピクト」は、小さく表示しても見やすく、わかりやすいことが特長。カラーユニバーサルデザインや高齢者の見え方にも配慮しており、日本で唯一、UCDAが「わかりやすさ」を認証したピクトグラムとなっている。縮小やぼかしても見やすさを保つことから、パッケージや店舗をはじめ、さまざまな条件下の表示に効果的だ。東京電機大学の矢口博之准教授が食物アレルギー当事者を含む多くの人の協力を得て視認性・理解度を検証し、特に提示条件が厳しい場合でも有効であるこ

とを確認した。

日本では、食品衛生法（現食品表示法）によりアレルギー表示が義務付けられた。「みんなのピクト」には食物アレルギー当事者の意見を反映したわかりやすい使用例も同梱。生命に関わるアレルギー表示を「わかりやすく伝える」ために、飲食店や土産物店などの地域産業、学校給食、幼稚園、保育園、病院などアレルギー事故を防止し、安心を提供する場での普及が期待される。

▽セット内容（CD-ROM）

ピクトグラム29種類（A／画像データ、特定原材料等27品目＋アレルギー＋注意喚起マーク）、利用ガイドライン（使用例を含む）

▽予定価格（年間使用ライセンス提供）※税別

1ライセンス（1商品または1店舗）1万2000円／10ライセンス（10商品または10店舗）10万円／50ライセンス（50商品または50店舗）20万円

GP認定工場アンケート、環境配慮促進ほか 「従業員の意識向上」の効果も

一般社団法人日本印刷産業連合会のグリーンプリンティング認定事務局は、グリーンプリンティング（GP）認定工場に対するアンケート調査結果をまとめた。全認定工場にアンケートを送付し、143工場から回答を得た。実施時期は2018年10月～11月。選択式（複数回答可）。

GP工場認定に申請したきっかけは、「自主的判断」が74・1％と最も高く、「団体・組合からの働きかけ」41・3％、「得意先からの要請」15・4％、「関連企業（同業者）が取得したから」6・3％と続く。

「自主的判断」の内訳は、「社会的責務を果たすため」46・2％、「自社の特徴の一つにしたかったため」38・5％、「営業の武器としたかったから」32・9％、「他の環境認証制度と比較して適している」と判断したため21・7％、「先端の環境配慮工場を目指しているから」14・7％など。

「得意先からの要請」の内訳は、

「環境配慮された工場での印刷」、「印刷製品へのGPマーク表示」および「その両方」など。

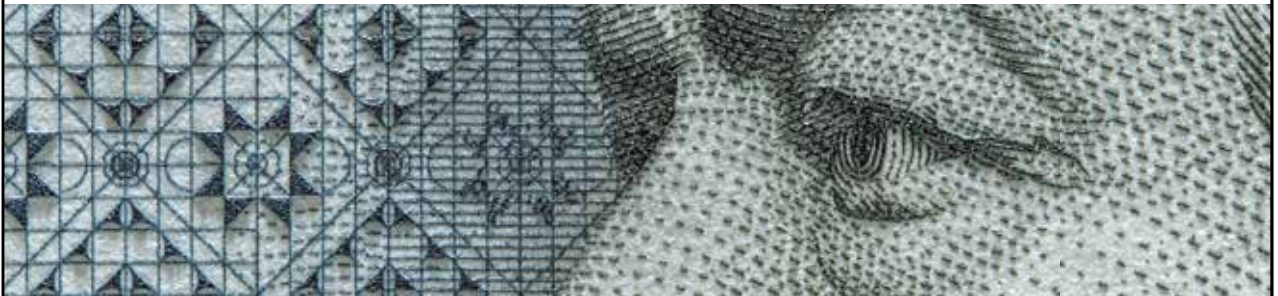
GP工場認定を取得したメリットは、「工場の環境配慮が進んだ」72・7％、「従業員の意識が変わった」47・6％、「得意先からの評価が上がった」21・0％などのメリットが上がった。

認定工場としてのアピール方法は、GPマークを「ホームページに表示」78・3％、「名刺に付けている」68・5％、「会社案内等に付けている」62・9％、「ホームページでGP認定制度あるいはGPマークの説明も行っている」45・5％など。

印刷製品へのGPマーク表示に関する得意先の反応は、「提案し採用されたことがある」35・0％、「提案しても反応がほとんどない」22・4％、「提案すると興味は示してくれる」21・0％、「提案しても付けたがらない」16・8％、「表示の依頼（印刷発注）がある」13・3％などとなっている。

KOMORI

KOMORIは日本唯一の銀行券印刷機メーカーです。



私たちKOMORIグループは、1923年の創業以来、社会文化を支える印刷機械づくりにまい進してきました。

主要事業であるオフセット印刷機に加えて、デジタル印刷機事業、PE・精密機器事業、国内をはじめ、世界三十カ国以上に銀行券印刷機を納入している証券印刷機事業、印刷資材販売などに取り組んでおります。

MADE IN JAPAN WITH STATE-OF-THE-ART TECHNOLOGY

KOMORI CORPORATION
www.komori.com

株式会社 小森コーポレーション
〒130-8666 東京都墨田区吾妻橋 3-11-1 Tel. 03-5608-7806

可能性を
カタチにする。

RICOH
imagine. change.

デジタルプリントビジネスの
最前線において求められる
高い生産性と品質、そして競争力。
スキルレスオペレーションで
生産性と品質を両立する新技術「IQCT*」と、
最大5色のスペシャルカラーによる
多彩な表現力でビジネスチャンスを拡大します。
新たな「可能性」を拓く最新鋭モデル、
RICOH Pro C7200Sシリーズの登場です。

RICOH Pro C7210s/C7200s
www.ricoh.co.jp/pp/pod/

*Inline Quality Control Technology ※写真はRICOH Pro C7210S にオプションを装着したものです。

株式会社リコー 〒143-8555 東京都大田区中馬込 1-3-6 リコージャパン株式会社 〒105-8503 東京都港区芝 3-8-2

政府、高齢者雇用安定法の骨格を発表、70歳雇用が企業の努力義務に

政府は、高齢者雇用安定法の骨格を5月に未来投資会議に提示した。希望者が70歳まで働けるように企業に対応を求める。現行法では、65歳までの希望者全員の雇用義務として、「定年延長」、「定年廃止」、「契約社員等での再雇用」の選択肢があるが、改正案ではこれに加え、社外でも就労機会を得られるように支援することが努力義務とされる。「他企業への再就職支援」、「フリーランスで働くための資金提供」、「起業支援」、「NPO活動などへの資金提供」といった項目が示されている。改正案は2020年の通常国会に提出される。

「食品ロス削減推進法」が成立、自治体に努力義務

食べられる状態でムダに廃棄される「食品ロス」を減らすための「食品ロス削減推進法」が5月24日の国会で可決、成立した。超党派議員連盟が法案をまとめ、各党に賛同を呼びかけた。政府が基本方針を策定し、自治体には具体的な推進計画を作る努力義務を課す。

国内で年間に発生する食品ロスは約600万トンと推計される。新法は、食品生産から消費までの各段階において、削減推進への取り組みを「国民運動」と位置づけている。

スーパーや外食産業で先行していた食品ロスへの取り組みは、大手コンビニエンスストアでも本格的に始まる。これまでは賞味期限や消費期限の長期化にとどまっていたが、セブンイレブンとローソンは、消費期限の近づいた弁当やおにぎりの購入者に5%分のポイントを還元するなど、実質的な値引きを実施する。

ファミリーマートは、おせちや恵方巻きなどの季節商品の販売を2019年度から完全予約制にする。

海洋プラスチックごみ対策、G20で「2050年までに新たな汚染ゼロ」目標に

海洋プラスチックごみによる汚染は、6月に開催された20カ国・地域首脳会議（G20大阪サミット）でも主要な議題の一つとなり、2050年までに新たな汚染をゼロとする目標を決めた。各国が行動計画を作成し、毎年進捗状況を報告する。

また、経済産業省は7月22日、海洋プラスチックごみ問題の解決に向け、海洋生分解性プラスチックに関する信頼性向上、需要開拓、および国際標準化を目的とした検討委員会を設立した。2020年代初頭のISO等への国際標準の提案を目指し、共通の科学評価手法の検討を産学官で協議していく。経済産業省の開発・普及ロードマップでは、2020年代半ばから海洋生分解性メカニズムを応用した革新的素材の創出等が挙げられている。

2018年度ソーシャルビジネス関連融資、社会的課題解決型が大幅増に

日本政策金融公庫の2018年度ソーシャルビジネス関連融資実績は、1万1328件（前年度比104.7%）、834億円（同101.9%）となった。融資対象者別の内訳は、介護・福祉事業者向けの実績が8440件、646億円と前年並みとなった一方、子育て支援や地域資源の活用などに取り組む「社会的課題の解決を目的とする事業者」向けの融資が、2527件（同125.0%）、170億円（同119.9%）と大きく増加した。

また、ソーシャルビジネス分野における民間金融機関との協調融資の実績も、1941件（同126.9%）、202億円（同123.8%）と大きく増えている。

「きらめく5S学校」初の分校が開校、5Sによる組織づくりの普及へ

ビルメンテナンスなど環境改善事業の株式会社ベル（大阪府東大阪市）は、自ら判断して主体的に働ける組織づくりのための新しい5Sを学び合う「一般社団法人きらめく5S学校」の初めての分校「東京分校」（埼玉県川口市）を6月に開校した。

ベルは、「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞の審査委員会特別賞受賞企業として、これまでに培った新しい5Sのノウハウを活かした「きらめく5S学校」を2017年に東大阪市に開校し、これまで延べ11社が参加した。継続的な実践カリキュラムを通じて、定着まで支援することが特徴で、5Sにより職場環境を見直すことで社内コミュニケーションが活性化され、チームワークが向上。業務効率アップやリーダー育成につながる。

オリンピック・パラリンピック 表彰台を再生プラスチックで製 作

2020東京オリンピック・パラリンピック大会組織委員会は6月11日、オリンピック・パラリンピックで使う表彰台の素材に使用済みプラスチックを再生利用して製作する計画を発表した。大手流通のイオンの全国店舗で洗剤など家庭の使用済み容器の回収が始められている。P&Gも協力し、同社が回収した海洋投棄プラスチックも活用する。表彰台は100セットを製作する予定。表彰台の骨組みの一部には、聖火リレーのトーチと同様、東日本大震災の被災地の仮設住宅で使われたアルミサッシの廃材も再利用する。

日印産連、SDGsを軸に事業 推進

日本印刷産業連合会は、6月に開催した定時総会において、新たに設置した「SDGs推進プロジェクト」と各委員会が連携しながら、3つの重点テーマに沿って2019年度事業を推進することを決めた。3重点テーマは次のとおり。

「地方創生」 全国の印刷会社が

培ってきたビジネスの経験を活かし、地域活性化という顧客の課題に貢献する（SDGsの目標11「住み続けられるまちづくりを」に対応）。

「女性活躍推進」 特に印刷産業で

働く女性の連携を強化する施策を展開する（同目標10「人や国の不平等をなくそう」に対応）。

「地球環境」 地球環境に配慮した

印刷企業の活動を支援する。環境優良工場表彰、グリーンプリンティング認定制度などの既存事業に加え、廃棄プラスチック問題にも経済産業省、経団連などと連携して対応する（同目標12「つくる責任、つかう責任」に対応）。

全国知事会、国産木材拡大宣言 や「ウーマノミクス」加速提言 など

全国知事会は、7月23日・24日に富山県で開催した全国知事会議で、国産木材の需要拡大に向けた宣言を発表した。各都道府県が、それぞれの地域の実情に応じながら取り組むべき共通の方針として10項目を示した。「公共建築物に率先して国産木材を利用」、「木堀の設置など活用が進んでいなかった分野での国産木材の活用」、「施主

となる民間事業者等への積極的な働きかけ」、「地域住民の理解を深める教育活動や広報活動の充実」などを盛り込んだ。優良事例の共有・発信など緊密な連携に努めている。

また、全国知事会議では、男女共同参画プロジェクトチームから、「女性活躍×ウーマノミクス」を加速し、「経済活性化」と題した提言が国に向けて発表された。「女性も安心して長く働き続けられる職場環境の整備」、「介護離職ゼロを目指した、介護と仕事の両立支援」、「生涯を通じた健康支援の強化」など6項目を提言し、取り組みのための十分な財源の確保を求めている。

山梨県、「やまなしクールチョイス県民運動」を開始

山梨県は7月から、これまでの「やまなし省エネ県民運動」と「やまなしエコライフ県民運動」を統合・拡充した、新たな「やまなしクールチョイス県民運動」の展開を開始した。地球温暖化対策のための国民運動「COOL CHOICE（賢い選択）」に呼応し、県民総参加の運動とすることで、県民共有の長期ビジョンとして掲げた「CO₂ゼロやまなし」の実現を

図る。

県では、運動の趣旨に賛同するサポーターとして、地球温暖化対策に積極的に取り組む個人や団体・企業を募集している。サポーター宣言をしてもらい、環境家計簿による省エネやクールシェア、ウォームシェア、エコドライブ、マイバッグによる買物、緑のカーテンづくり等の実践を拡げる。取り組み内容のホームページでの紹介も呼びかけ、投稿の募集を始めた。

厚生労働省、2018年「障害者雇用状況」を公表

厚生労働省は、民間企業における2018年の「障害者雇用状況」集計結果を取りまとめ、4月に公表した。2018年6月1日現在の身体障害者、知的障害者、精神障害者の雇用状況について、雇用義務のある事業主などに報告を求め、集計したもの。雇用障害者数は53万4769人、対前年比7.9%（3万8974人）増加。実雇用率は2.05%（法定雇用率2.2%）、対前年比0.08ポイント上昇した。雇用障害者数、実雇用率ともに過去最高を更新した。法定雇用率達成企業の割合は45.9%（対前年比4.1ポイント減少）だった。

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。

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/>



印刷製品へのCSRマーク表示例

認定企業一覧 (2019年8月現在)

スリースター認定 (4社)			
福 島	株式会社日進堂印刷所	滋 賀	アインズ(株)
愛 知	新日本印刷(株)	広 島	ユニバーサルポストグループ
ツースター認定 (15社)			
宮 城	株式会社ユーメディア	千 葉	株式会社太陽堂印刷所
神奈川	株式会社協進印刷	長 野	亜細亜印刷(株)
	株式会社大川印刷	愛 知	株式会社マルワ
	株式会社野毛印刷社	石 川	株式会社笠間製本印刷
東 京	池田印刷(株)	香 川	株式会社ミヤプロ
	六三グループ	福 岡	株式会社ミドリ印刷
	文唱堂印刷(株)		株式会社博多印刷
	杉山メディアサポート(株)		
ワンスター認定 (100社)			
北 海 道	株式会社ヒロミ産業	愛 知	株式会社二和印刷紙業
	株式会社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)
	株式会社正文舎		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)
宮 城	植平印刷(株)	三 重	株式会社愛知印刷工業
	株式会社東北プリント		株式会社荒川印刷
秋 田	秋田印刷製本(株)	岐 阜	大信印刷(株)
山 形	株式会社青葉堂印刷		伊藤印刷(株)
	精英堂印刷(株)	富 山	株式会社岐阜文芸社
栃 木	足利印刷(株)		トーヨー印刷(株)
埼 玉	望月印刷(株)	石 川	ヨツハシ(株)
	株式会社アサヒコミュニケーションズ		協同印刷(株)
千 葉	株式会社総合印刷新報社	京 都	日本印刷(株)
	株式会社弘報社		第一共同印刷(株)
神奈川	関東プリンテック(株)	大 阪	朝日印刷(株)
	三昇堂印刷(株)		ヨシダ印刷(株)
新 潟	株式会社第一印刷所	和 歌 山	株式会社ダイトクコーポレーション
	株式会社プレスメディア		株式会社大洋堂
	株式会社太陽プリント		株式会社ムーブ
	株式会社第一製品流通	兵 庫	内藤印刷(株)
山 梨	株式会社あけぼの		株式会社オスカヤマト印刷
	相互印刷(株)		株式会社やまとカーボン社
静 岡	日本レーベル印刷(株)	奈 良	株式会社ダイム
	株式会社中央パッケージング		相互印刷(株)
東 京	株式会社賢工製版		富士精版印刷(株)
	システム印刷(株)		相互ビジネスフォーム(株)
	株式会社ウエマツ	福 岡	株式会社美生社
	株式会社白橋		船場印刷(株)
	創文印刷工業(株)		丸山印刷(株)
	株式会社アドピア		兵田印刷工業(株)
	荏原印刷(株)	熊 本	株式会社天理時報社
	株式会社光舎印刷		株式会社アイブリコム
	株式会社五色		共同精版印刷(株)
	弘和印刷(株)		株式会社明新社
	滝澤新聞印刷(株)	愛 媛	株式会社マージネット
	株式会社木元省美堂		研精堂印刷(株)
	株式会社ザ・デジタルソリューションズ		コーホク印刷(株)
	株式会社長英	福 岡	株式会社中本本店
東 京	株式会社SouGo		愛和印刷(株)
	株式会社TONEGAWA		株式会社明朗社
	株式会社エス・ワイ・エス	熊 本	西日本ビジネス印刷(株)
	広研印刷(株)		アド印刷(株)
	株式会社太陽堂封筒		築上印刷(有)
	株式会社プライズコミュニケーション		株式会社伸和
	株式会社光邦	福 岡	泰平印刷(株)
	音羽印刷(株)		株式会社啓文社
	株式会社ナカニワ印刷		株式会社池田紙器工業
	株式会社研文社		
	美創印刷(株)		
	光写真印刷(株)		
	富士印刷(株)		

※都道府県内は認定番号順