

Shin

2017.07

vol. **10**

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

愛知

二和印刷紙業

パートママがCSRの味付け提案

栃木

足利印刷

「正確」「スキルアップ」の独自5Sを展開

「5Sの街・足利」でまちおこし

足利商工会議所

全印工連CSR認定制度スリースターがスタート

目的・目標を明確にし、永続的成長企業を目指す。

CSRトピックス

全印工連CSR認定 スリースター認定の第1号にアイヌズ

全印工連 SR調達研究部会を立ち上げ

厚生労働省 7月24日に「テレワーク・デイ」を実施

改正電気事業法施行で「ネガワット取引」が開始

楽天とグローバルエンジニアリング 国内初の「環境価値」と

「ネガワット」の私設取引プラットフォームを創設

ほか



全日本印刷工業組合連合会

株式会社二和印刷紙業

本社…愛知県名古屋市中区五反田町248番 創業…昭和47年 従業員…50名
代表者…山田桂子 認定取得…2015年6月（ツースター） <http://www.futawa.co.jp>

「パートママ」20人の湧き上がるアイデア

社会や企業の困り事にCSRの「味付け」提案

——二和印刷紙業と、山田常務が社長を務めるグループ会社、有限会社アド・フューチャーの役割を教えてください。

山田 二和は同業からの下請けが基本で、学参関連と商印がほぼすべてを占めています。B1と菊全のLED-UV搭載機をはじめとする6台の印刷機を24時間態勢で男性社員を中心に稼働させています。

現場では伝統的に、印刷品質に向けた技術志向が強く、1999年にCTPを導入したのと同じ時に、自社の標準濃度での印刷を提案していただきました。2000年にはそれを盛り込む形で「ISO9001」の認証を取得し、PDCAの根付いた2010年まで更新を続けてい

ました。

一方のアド・フューチャーは広告の未来やこれまでにない新しい印刷物の在り方を考えようと、1999年に立ち上げました。二和とは正反対の雰囲気、子育て中の20人ほどの「パートママ」が中核となり、営業、企画、取材、グラフィックデザインやウェブ編集、広告の企画営業、イベント運営などを行い、二和で印刷後、発送までを行うというのが基本的な流れです。パートママが作る情報誌やイベントなどさまざまな企画を通じて、顧客企業のCSRをお手伝いしようという意識が常にあります。

——CSRへの意識はどのように高まっていますか。

山田 これまで二和とアド・フューチャーとで、求人や若者向けなどさまざまな分野のフリーペーパーのお手伝いしてきました。また10年ほど前、地

元の大学から、出版や編集、広告営業などを学生に教えるインターンシップの依頼があり、受け入れたことがあります。それらの活動を通して蓄積したノウハウをもとに生み出したのが2011年2月にスタートした月刊の子育て情報誌『きらきら』です。アド・フューチャーのパートママが広告営業や企画・デザイン、記事作成、編集、出荷まですべてを手掛けています。

一方、『きらきら』創刊当時、地元商工会議所やコンサルタントがCSR経営の概念を取り上げていました。また、全国青年印刷人協議会で深められていた議論に参加することで、私が学んでいたCSRを構成するパーツが体系的に一つにつながった感覚があり、「印刷会社はCSRコンサルタントなのだ」との思いを抱きました。チラシや会社案内といった印刷物には、商品や企業の宣伝をする役割がありま

すが、クライアントは売りに上げに直結する即効性を必ずしも感じてはいません。そこで私は、印刷物で企業のブランディングをお手伝いしたいと考えました。

切り口はCSRです。例えば『きらきら』に、しっかりと企画された記事や広告が掲載されれば、読者のママ層に対して「こんなに子どもに優しい会社がありますよ」ということを訴え掛けることができます。アド・フューチャーではほかにも紙メディアを作ったり、イベントを展開したりしていますが、そのほぼすべての企画で、CSRの視点で、クライアントの良さを引き出そうとしています。

——『きらきら』の内容やパートママの活動に興味があります。

山田 『きらきら』は、「ママの笑顔が子どもを元気にする子育て情報マガジン」をキャッチフレーズに、子育てに





有益な情報からお出かけ情報など、親子で楽しめる内容を目指し編集している無料の月刊誌です。

現在、愛知・三重・岐阜3県の幼稚園と保育園の約40%に当たる1200園と契約し、アド・フューチャーから直接発送しています。園では先生が園児の通園バッグに1冊ずつ入れてくれます。そうして総数12万部が各家庭に届くことになります。

誌面は当社のママが読者のママのために心を込めて作っています。

広告の掲載やチラシの挟み込みも可能で、ママたちがクライアントの相談に応じたり、アプローチしてみたい企業に

対し企画書を提出して説明したりする中で、内容を練り上げていきます。クライアントは集客などさまざまな困り事を抱えています。それを解決するママならではの忌憚のない意見やアイデアが非常にウケています。困り事の解決も身近なCSR支援なのだと思います。

——行政は年々、ママ層の就労支援に対する政策を強化しています。成果の上がるスピードが遅いことの表れなのかもしれません。ところが、貴社にはパートママが大勢集まり、しかも、就労支援といった意味合いをはるかに超え、生き生きと個性を発揮しているように見えます。

山田 ある大手求人情報誌の営業担当者から、当社の地域でパートを募集するには「時給1400円でも難しい」と助言されたことがあります。そんな状況が全国各地にあるのかもしれない。私は募集に当たり、時給は高くはないのですが、「自由出勤です」と呼

び掛けるチラシを配布しました。1人で長時間働いてもらうのではなく、何人かで1人分を担ってもらおうという考え方です。1度の配布で10

人ほどの応募があります。面接してみると、皆さんどこかの企業に勤務経験があり、しかも非常にビジネススキルが高いのです。電鉄会社社員や自動車会社の秘書、住宅会社の受付、テレマーケティング、バスガイド、イベント会社の現場監督、保育士など、さまざまな経験のある素晴らしい人材がどんどん集まってくるのです。

採用後のパートママたちは、子どもの学校や幼稚園・保育園で行事のある日、子どもが病気になった時などには出勤しません。営業などのスケジュールは自分の予定に合わせて自由に組んでいます。ただ、自宅での企画資料作成などの協力はしてもらっています。

ママたちは、営業で自らアプローチしてみたいと思ったところに行き、やつてみたいと思った企画を実行してもらっています。時には、ママ個人の能力や資格を活かした仕事をもらうこともあります。情報誌以外では、電話による営業代行や『きらきら』主催のママミーティング、イベントなどがすでに実現しています。

——働きたいにもかかわらず、働けないママが大勢います。課題はどこにあるのでしょうか。

山田 先ほど申し上げたように、企業側がママ1人にできるだけ長い時間働いてもらおうと考えている点がまず一

つ。それから、面接時に多くの場合「お子さんが熱を出した時などに面倒を見してくれる人はいますか」と聞かれるそうです。この2つがノーだった瞬間、ママは働けなくなってしまうようです。当社にはわざわざ1時間半かけて面接に来る人もいます。

素晴らしい人材が大勢働けずにいることを目の当たりにしています。近い将来、近隣に託児施設を作り、皆さんに利用してもらえればと思っています。

——きらきらに続き、園児向けに発行している『ぼうさいえほん』は、CSR的な意味合いが強いと感じます。

山田 園児に、災害発生時の身の守り方を伝えようと、4年前から作成しています。当初は、きらきらと同じ愛知・岐阜・三重3県の約42万の園児全員に、各教育機関を通じて無償配布していました。地震が来たらどうすればいいのかや、普段どんな準備をしておけばいいのかというのをかわいらしいイラストを使って分かりやすく説明しています。3県それぞれの防災関連部署による監修を受けながら、きらきらのデザイナーが制作しています。発行や発送費用は趣旨に賛同する企業の広告でまかなっています。県の費用負担はあ

りません。

2年目からは、愛知県の25万部のみとしました。全都道府県での配布を目標に、各地で手を挙げてくださる印刷会社にお任せすることとしました。版權代わりにデザイン料のみいただき、印刷は当社が応援しています。各地で広告を取ることで、スポンサーのCSR支援にもつながります。

――防犯分野でも子どもたちへの啓発冊子を配布しています。『防犯絵本』はどのような経緯で発行したのでしょうか。

山田 愛知県内の小学1・2・3年生全員約21万人に学校を通じて配布しているものです。いわゆる連れ去りから身を守るために、声の上げ方や逃げ方などを説明する内容です。ぼうさいえほんを見た愛知県警から「防犯分野でも」と相談がありました。

県警では普段から、各地域を訪問し、防犯教室を開催するなどして子どもたちに「変な人がいたら声を上げよう」と指導しています。ただ、「1カ月で参加児童が1000人ほどにしかない」という課題を抱えていました。

私は「印刷物はブッシュメディアから21万人のうち半数は目を通してくれるかもしれない」「それで命を守ることにつながれば」と思い、制作を決

めました。これまでに2回発行しています。

『ぼうさいえほん』と同様、県警の監修を得ながら、当社で編集・印刷・発送を行っています。防犯に関する企業広告も掲載しています。

――アド・フューチャーではさまざまなイベントを企画していますが、これら防災と防犯分野でもイベントを開催しています。

山田 大手ガス会社と提携し、さまざまなイベントを開催しています。大災害や犯罪など、多くの危険と隣り合わせで生活している中で、親子で防災と防犯を学んでもらおうと「セーフティーチャレンジ」というイベントを企画しました。犯罪に巻き込まれそうになった時のための予備知識や、地震のシミュレーション体験、非常持ち出し袋の準備など、楽しみながら身に付けていってもらえたらという思いがあります。

防犯カメラメーカーなど企業の出展も募り、商品を体験してもらうことで防災・防犯意識を高めてもらう企画も展開しています。

――アド・フューチャーには、社会や行政、企業などあらゆる層の困り事に対し、直接解決に乗り出したリ、支援可能な企業や人々を結び付けたりする機能があるように

感じます。

山田 そのとおりだと思います。人が集まると何かが動きます。何かが動くところに印刷物が必要となります。

――企業活動の中で、CSRをどのように位置づけていますか。

山田 企業には利益を追求する必要性が絶対的にあります。ですから、ボランティア活動ではないCSRを常に考えています。松下幸之助は、洗濯に苦勞しているお母さん方のために洗濯機を作りました。それが対価になるという理念でした。私としては、会社としての事業方針と社会の困り事とが重なり合うところを探しています。当社の展開は本来的にはCSVなのでしよう。事業とCSR、CSVが混じり合っているところで社会に貢献していきたいと考えています。

パートママとは定期的にミーティングを行い、世の中の困り事について意見交換しています。それがCSRのテーマにもなり、編集テーマにもなり、商売につながっていくものもあります。情報誌への広告クライアントやイベントに出展するクライアントには、ママたちがCSRで味付けした企画を提案しています。

――印刷会社は社会にとつてどんな存在なのでしょう。

山田 「社会に必要とされる印刷物を

作り、紙を使って人を動かし、感動をもたらし、命を守る」という言葉を経営を動かす基盤としています。紙を中心に何をなすかが、印刷会社がすべきことだと思っています。

印刷技術で貢献するだけでは社会の価値観の変化に対応できない時代になっています。そこでママが発案したことを、ママがそのままクライアントのもとで熱心に語り、その中に何か1つでも「それ、やってみてもいいかな」と思っていただけのものであれば、少し、世の中が変わるのだと思います。

私は同業の仲間たちに「CSRにはビジネスチャンスがある」と言うことがあります。CSRから自社の利益まで一足飛びとなっている発言ではありますが、印刷会社は、大勢の人と一緒に豊かになれる独特の存在だと強調したいのです。



上：『ぼうさいえほん』の発行で県警から感謝状
左：『ぼうさいえほん』 / 『防犯絵本』

足利印刷株式会社

本社：栃木県足利市福居町282番地の1 創業：昭和20年 従業員：43名
代表者：森田公博 認定取得：2016年9月（ワンスタ） <http://www.watv.ne.jp/~ashin>

「正確」「スキルアップ」の独自5S展開中

地域からの信頼獲得へ社員主導で改善を实践

— 貴社は「5S活動」を継続しているのをはじめ、2012年に「FSC認証」「グリーンプリンティング（GP）工場認定」の両環境関連認定を相次いで取得するなど、これまでさまざまな分野で自社を磨いてきました。さらに、地域への多様な貢献活動も長年、続けています。そのような立場で、昨年、北関東第

1号として認定を受けた「CSR認定」をどのように位置付けているのでしょうか。

森田公博社長 まず一つ一つの活動の積み重ねがあつて、その「集大成」がCSR認定なのだと考えています。認定を取得するために特別な何かに取り組んだのではなく、普段の行動の結果が認定に結びついたとらえています。実際の審査でも、普段の活動を取りまとめた文書を作成し、提出しただけです。

当社は、鉄道会社の切符の硬券から印刷業務が始まり、今では地域の多くの企業や団体のニーズに応じ、商印や事務用印刷物、有価証券、ノベルティグッズなどあらゆる印刷物を制作しています。

当社は地創業以来、人や地域とのつながりを大切にしてきました。顧客との信頼関係の構築に努めつつ、

顧客の要望にきめ細かく対応し、印刷物を通してお役に立つことが使命だと考えてきました。また地域のイベントなどに協力することも、足利を盛り上げたいとの思いから自然に出てくる行動です。

それを継続していくためには、印刷品質やタイトな納期、環境への対応といったことを基本に、会社が少しでも良くなるよう、さまざまなことを社員自ら考える力が必要になってきます。地域貢献活動の中には経営トップが選んだ内容もありますが、当社の取り組みは、基本的に社員自ら考え行動してきた結果結び付いたものです。CSR認定は、それらの取り組みの総合的な証となるものですので、認定基準やチェック項目を業界の視点で作ってくれたことはありがたいと思っています。同じ業界の身近なスタンダードとして、新た

な気付きをもたしてくれました。

— 貴社のCSRへの取り組みの全体像についてお尋ねします。まず5Sについてですが、本来的には社員による自主的な改善やスパイラルアップが活動の基本となります。取り組みのきっかけを教えてください。

森田 足利商工会議所は09年に「5Sの街・足利」をキーワードとした活動を始めました。それ以前は、一部の会員企業の間で5Sを実践していたのですが、経営面での効果が徐々に認められるようになり、市全体に広げようということになりました。5Sで経済基盤の強化を図り、市全体を元気にし、地域ブランドにしていくことを目標に拡大してきました。5Sを推進する協議会組織の中には、市や大学等も入っており、まさに全市をあげての取り組みとなつていま

社員主体の取り組みをしっかりと支えていきたいと語る森田社長





れを基本に、各社が業種・業態などの事情に応じてそれぞれ独自の取り組み方を決めています。

当社の5Sは「整理」「整頓」「清掃」までは同じで、続いて「正確」「スキルアップ」としています。5S活動を品質向上につながる狙いがあるためです。躰については、社員が自らルールを作り、守っていけば、自然と身に付くものだと考え、あえて外しました。

12年に取り組みを本格化させてからは経営層は改善に伴う資金や情報を提供するのみで、一切口出ししていません。

す。
当社では先代の社長が07年に5Sに取り組み始め、陣頭指揮を執る形で社員を引っ張っていきました。そして12年に、社内には「5S品質管理委員会」を立ち上げ、社員主導による全員参加の活動が本格化しました。
——どんな活動からスタートしたのでしょうか。

森田 商工会議所が旗振りする足利流5Sには実はルールがありません。認定制度のようなものはありません。一般的な5Sといえば「整理」「整頓（とん）」「清掃」「清潔」「躰（しつけ）」の5つです。整頓には「整列」を入れて、「直角・平行」を保つこと。こ

乗り遅れた社員も、汚れやものの散乱が気になって仕方がなくなつたようです。初期のころ、会社全体で行つた「整理」の作業では、必要なものと不要なものを仕分けしましたが、不要なものが2トントラック2台分にも上りました。

委員会は、印刷・制作・営業・総務の各課から2、3人ずつ出て構成されています。オリジナリティーを発揮して改善に取り組んでもらっています。会社へは毎月報告を上げてもらっています。

——5S活動は各部署でどのように展開されているのでしょうか。

森田 印刷現場がまず重点的に行つたのは、物の置き場を決めるということでした。工具はもちろんですが、



ペンやガムテープ等の文具に至るまで定位置を決めています。自作のインレクターの上に、型抜きしたスポンジを置き、それぞれの定位置を確保しています。また、床面は色分けし、台車や刷本の置き場と通路を明確に区別しました。刷本には次工程での行き先を示す札が貼付されます。もちろん機械の汚れはしっかりと掃除しています。倉庫では、特色インキが顧客の印刷物ごとに整理されています。

取り組みの効果としては、作業の効率化は当然として、社員同士で互いのことを思いやるようになりました。自分がどう行動すれば仲間が仕事をやりやすくなるかを常に考え、意見交換できるようになっています。

——制作やデザイン、刷版の部署、また、営業・総務での取り組みは。

森田 制作・デザイン部門は、電話などで顧客とのやり取りが多い部署です。直接の担当者が不在だった場合、例えば、見本や印刷データがどこにあるか分からないと、顧客対応に遅れが生じます。そのため、保管の仕方やパソコン内のフォルダー階層に約束事を作りました。この部門は見える化が活動の中心となっています。倉庫では、見本が顧客ごとにケースに納められています。



担当者がいなくても誰か代理の者が即座に対応できるように改善しています。

また、個々の仕事の進捗について互いに把握しておくことができるよう、クラウド上で管理できるシステムを構築しました。

また、刷版関連では、出力後の版1枚ごとのステータスを明らかにしています。イレクターと表示札を活用し、どの印刷機に持っていくのかや、ヤレ版として処分するものなど、行き先が明確にされています。

営業・総務では帰宅の際、机の上にパソコンや電話以外の物を置かないように決めています。「整理」と「清掃」がリンクするようになっており、非常にきれいな状態を保っています。

——5Sは一朝一夕に成し得るものではないと思います。継続の秘訣は？

総務課山本恒夫氏 世の中の変化に

対して課題を一つ一つ自主的に解決していった結果、顧客から評価をいただけていることが現場の大きな励みとなっています。また会社見学を積極的に受け入れ、さまざまな人からお褒めの言葉やアドバイスをいただくことで、社員の意識も上がります。

6月上旬に、エチオピアの産業全体の改善活動を指揮する担当大臣が見学に訪れるという栄に浴しました。これもモチベーションアップにつながった最近の大きな出来事でした。

——GP認定に当たってはどのような取り組みを展開しましたか。

山本 会社としての取り組みと現場での取り組みを合わせながら、多くの改善を行っています。例を挙げれば、印刷現場では湿し水のIPAレシ化やコンプレッサーの集中管理を進めました。電力のデマンド管理も導入しています。溶剤・洗浄液の入っている缶には蓋をするよう徹底しました。また、廃棄物関連では、使用済みウエスや廃版など、分別を細かく行うようにしました。構内・構外で使用する車両には省エネ型のものを選んでいきます。

——GP認定には5Sとは別のモチベーションが必要だったのでしょうか。

森田 顧客の中には、環境経営に力を入れ、GP認定をご存じの企業もあります。同時に当時、胆管がん問題の指摘などから、印刷会社も経営に環境対応を取り入れる必要性が増していました。当社としては対応不足な点を直していく意識で取り組み、結果的に、認証取得へと発展していったという感覚です。

——一方、地域密着型企業として、地域活動も重要視しているという点ですが、具体例を教えてください。

山本 足利市では毎年8月に花火大会が開かれており、運営や資金集めは商工会議所が行っていますが、当社もその一員として協力しています。

また、地元で人気の野球のクラブチームを支援しており、選手を従業員に迎えています。

イベントに出展する際には、自社を宣伝するとともに、市の公式キャラクターと一緒に、足利全体をPRしています。さらに、印刷会社ならではの貢献として、市の観光名所を案内するイラストマップを作成、市に寄贈し、市内各所で配布してもらっています。

会社周辺の清掃活動も行っています。普段使う道だからきれいにしようという社員の声から始まりました。

——CSR活動は今後どのように深化していくのでしょうか。

森田 当社は顧客と顔を合わせながらのコミュニケーションを通じて、顧客の求めるものを印刷物に反映させるという形で長年事業を進めてきました。企業である以上、収益向上や効率経営をもちろん目指していますが、それ以前に、顧客からいかに信頼をいただき続けられるかが重要だと考えています。その意味で、社員一人一人が自発的に行動するさまざまな活動が認められ、CSR認定を取得した今、会社としてようやくスタートラインに立てたという気持ちです。

社員には、会社にとって、あるいは地域にとつて何が必要かを常に考えながら、これまでと同様これからも自らレベルアップしていつてほしいと思っていますし、会社はそれをしっかりと下支えしていきたいと考えています。



CSRで
人づくり・
まちづくり



足利商工会議所

施策のトップに「5S」を位置付け
「人づくり」で街おこし 世界へ発信

足利学校のシンボル「学校門」(1668年創建)

商工会議所というと、各地域で大企業も中小企業も一つになって協力し合い、地域の産業・経済の繁栄や地域全体の発展を目指す姿を思い浮かべるが、足利商工会議所（栃木県足利市、早川慶治郎会頭）はその施策に新風を吹き込んでいる。

2009年に「5Sの街・足利」を宣言、それ以来、行政や学校などを巻き込みながら、「5S」を街づくりの核に据えている。経済活動の中心に「人づくり」を置いたのだ。現在、140社ほどの会員企業がそれぞれのやり方で5S活動を展開している。（2017年7月現在）

国内外からの視察はひきもきらない。また足利の5S活動を内外の産業関係者らに紹介するイベント「世界5Sサミット」を3回開催するという思わぬスケールにまで発展している。

5Sを展開する現場では従業員がいきいきと働いている。足利での街ぐるみの5Sがスタートした経緯や理念、運営の在り方などを通して、学びを得ていきたい。



足利商工会議所では14年度から、「重点事業」のトップに5Sが位置付けられている。また17年度には、それまでずっと横ばいだった関連予算



柏崎課長代理

を一気に増額した。同時に会議所内の部署の名称も変更している。5S活動を事務局で統括する工業・人づくり課の柏崎晃一課長代理は「従来、会員の経営をサポートする部署としては『経営支援1課』『2課』があり、それぞれ工業、商業・サービス・観光業を担当していました。この5月から1課が私の属する『工業・人づくり課』に、2課が『商業・まちづくり課』と『観光・モノづくり課』に分かれて改編されました。工業・人づくり課での5Sの推進に対する会頭の意気込みが反映されました」と語っている。

予算増強を受け、今年度は活動のすそ野を広げるという。従業員20人以下の小規模事業者や個人事業主の5S導入を支援するため、さまざまな積極策を展開させることになっているという。柏崎課長代理によると、

「市内事業所のうち9割が小規模。そこに伝播させて取り組んでもらわないと本当の効果は出ないと考えています。これまで、何から手を付けていいのか分からずにいた小規模企業が多くありました」。

「5Sの街」誕生は、会員である部品メーカーでの取り組みがきっかけだった。20年ほど前、コンサルタントに工場改善を依頼した際の基本的手法が5Sだったのだ。効果を実感した社長は会議所会員企業10社ほどに5Sを紹介、そこから徐々に会員全体に広げていくという機運が高まったという。この部品メーカー社長が会議所で正式に提案し、08年には会議所内に「足利5S学校推進協議会」が設置され、翌09年「足利5S学校」が立ち上がり、「5Sの街・足利」を宣言した。

5S学校の名誉校長や相談役、参与には、市長や市議会議長、教育長、地元大学・高校関係者らが名を連ねている。実際の運営を担う校長以下の役員には、会議所の役職者や有力企業の役員らが就いている。

5S学校は、運営事務局であるとともに、各社で活動の指導者となる「インストラクター」を養成する研修も行っている。10年に1期生を輩出、これまでに計101人が巣立ってお

り約50社の現場で活動の先頭に立っている。市役所や高校など会員以外でも熱心に取り組んでいる現場があるという。

ところで、5Sを町おこしと考えるようになったのはどのような背景があるのだろうか。柏崎課長代理は「5Sは製造業だけでなく、商業やサービス業、飲食業、学校、役所など業種を問わずあらゆる現場で皆で取り組めるものです」。

また、最終的には人材育成につながっていくのが本質です。各企業で働くのはほとんどが市民でもあります。1社1社が元気になれば足利全体が元気になります。とすれば、それは町おこしにかなりまっせんし、それを担うのは商工会議所の役目でもあります」と説明する。

インストラクター養成研修では、コンサ

ルタントを中心とした講師陣による座学が午前中に行われ5Sの基本を学ぶ。午後には協力企業に移動し、改善指導や提案実習を行う。それを半年にわたって続けるという。

一般的な5Sでは、要素として「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「しつけ」



5Sによる街づくりの中心となっている商工会議所



2016年「世界5Sサミット」の様子

が挙げられているが、足利式は次の順序で定義されている。《いるものといらないものを分けていらないものを捨てる「整理」》《いつもきれいに保つ「清掃」》《必要なものがすぐに取り出せて、すぐに戻せるようにする「整頓」》《整理・清掃・整頓を維持する「清潔」》《決

められたことをきちんと守る「しつけ」》。

結果系の清潔としつければ、その前の3Sで自然に身に付くものなので、特に目標とはしておらず、企業の業種・業態ごとにさまざまなSを据えているという。

5Sの推進に当たり会議所ではあえて認定制度を設けていない。「各事業所でのキックオフ後の展開には従業員の自発性が必要です。『トップは口を挟まず、資金は出す。失敗は許し、成果が上がれば評価する』。そんなスタンスで、従業員の思う

ように、そして長く活動していただきたいのです。」（柏崎課長代理）。

足利流5Sは町おこしの一環としてオープンな雰囲気で開催されている。市民や市内で働く人や企業・団体など、あらゆる人が参加できる。また5S学校のインストラクター養成カリキュラムは、国内を元気にしようという理念から、全国の市区町村に開放しており、期によつては半数以上が市外からの参加者で占められることもあるという。

定員がすぐに埋まってしまうという毎月開催の現場見学会には、年間400人以上の参加があり、参加者は従業員自らの手で展開される5Sを目の当たりにし、5Sの街・足利を実感しているという。

そのような活動を推進していた12年5月、会議所は経済産業省サービスパolicy課に招かれ、足利独自の5S活動について説明を求められる。「町ぐるみで業種を問わずボトムアップで進んでいる点が評価されていたようです」と柏崎課長代理が振り返るように、そこで思わぬ提案を受ける。「5Sを通じ国際交流して、世界に足利を発信しませんか」。経産省をはじめ各団体の後援を得つつ、市役所や各国大使館に呼び掛けるなどし、11月「第1回世界5Sサミット

2012足利」の開催にこぎ着けた。3日間で地元企業のほか、12カ国から280人が参加した。会期中には講演や足利流5Sの解説、事例紹介、現場見学会などが行われた。サミットは16年までに計3回行われている。

足利の各社の現場では、こうした外部との交流を重ねることで、さまざまな意見がもたらされるようになり、改善に弾みがついているようだ。「会議所では、見学の際参加者にさらなる改善点のヒントを出してもらうようお願いしています」（柏崎課長代理）。その結果「毎月視察を受けられるので、私も現場を訪問しますが、常に変化を感じます。金属プレス会社も老舗料亭もカーテン店もそば屋もどこも現場が明るくなり、毎回改善点を発見することができました」。

足利5S学校の名称は、足利市民が心のよりどころとする「足利学校」になぞらえたものだという。足利学校には全国から生徒が集い、孔子の教えが伝えられた。「子曰く、学びて時に之を習う、亦た説（よろこ）ばしからずや。朋（とも）あり遠方より来る、亦た樂（たの）しからずや」。「論語」の冒頭の一節が、足利5S学校で、市内各企業の現場で、現実のものとして実践されているかのようだ。



ともに、世界へ彩りを。

「彩り(いろどり)」とは心が豊かで、ゆとりや潤いがあり、
喜び、楽しさ、幸せに満ちた世界を表現した言葉。
「ともに、世界へ彩りを。」というコーポレートメッセージにはお客様はもとより、
印刷業界に携わる全ての皆様と信頼関係を築き、
ともに、彩りのある社会づくりに貢献したいという想いが込められています。

リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社

〒114-0003 東京都北区豊島5-2-8 TEL 03-3927-3300

<http://www.ryobi-group.co.jp/graphic/>

私たちの
活動に参加
しませんか？

RICOH
imagine. change.



森林保全、次世代育成、コミュニティ発展の貢献に向けて 地域の皆様と進める「リコーえなの森」保全活動

「リコーえなの森」は、岐阜県恵那市にリコーグループが保有する約40haの森です。森林資源の有効活用のために、地域の代表者や企業、NPOとともに「リコーえなの森中山道里山協議会」を結成。ボランティアの方々の協力を得ながら、森林の間伐、木々や希少生物の保全、さらには地域の子供たちの自然教室など、様々な取り組みを行っています。住民の方々の散策や憩いの場所として活用し、環境保全だけでなく、次世代育成、コミュニティの活性化・発展への貢献を目指しています。



株式会社 リコー サステナビリティ推進本部 〒104-8222 東京都中央区銀座8-13-1 e-mail: csrinfo@ricoh.co.jp



目的・目標を明確にし、永続的成長企業を目指す。

全印工連CSR認定制度 スリースター認定がスタート

平成29年6月よりスリースター認定が開始され、業界団体としては日本初となる本格的CSR認定制度である「全印工連CSR認定制度」もいよいよフルスペックが出揃った。先般開催された認定委員会で滋賀県のアインズ株式会社 が記念すべき第一号のスリースター企業として認定されたが、認定委員会を踏まえスリースターの審査のポイントおよび認定取得の意義についてお伝えしたい。

スリースター最大の特徴は

「効果」を証明すること

スリースター認定は、ツースターと同様マネジメント・システムとCSRの取り組み有効性の2つの側面からの評価となる。システム評価に関しては、本制度の規格要求事項である「全印工連CSRマネジメント・システム規格」に沿って、申請企業が要求事項を満たしたマネジメント・システムを構築・運用しているかどうか評価対象となる。要求事項もシステム

チェックリストもツースターと同様のものである。ツースター認定以後CSRの取り組みが企業のマネジメント・システムとしてしっかりと根付いているか、PDCAの管理サイクルが機能しているかが主な評価ポイントとなり、ツースター認定をクリアしている企業であれば、特段問題になるようなことはないと考えられる。実際に認定委員会でも、各企業とも現地審査員が改善を推奨する「推奨事項」はいくつか挙げられていたものの、不適合はなかった。

全印工連CSRスリースター認定の概要



ツースターとスリースターとの最も大きな違いになるのが、CSRの取り組み有効性に関する審査基準である。チェックリスト形式でとにかく取り組んでいれば良いとするワンスターから、ツースターではその取り組みが対象とするステークホルダーを明確にし、対象ステークホルダーにどのようなメリットがあるのか、自社の経営にどのような効果があるのかを想定した上で取り組むことが求められたが、スリースターでは、それらの取り組みによって、ステークホルダーや自社の経営に本当に効果があったことを証明することが求められる。つまりすべての取り組みについて、効果を測定し、測定結果を分析し、その結果効果があったことを証明する必要があるということである。

PDCAの「CA」に力点

申請企業は「取組み自己評価記入シート」のコンプライアンス、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・

【1】取組みと自己評価（主なもの3つまで） * 2スターからの変更がある場合○⇒（ ）

SHの析出（ツースター部分）	取組み内容	
	ステークホルダー	
	ステークホルダーが受けると思われるメリット 自社経営への期待できる効果	
SHのメリットの評価	① SHのメリットの調査方法と分析方法	
	② 分析結果（メリットはあったか？）	
	③ 調査結果を受けた今後の方針	
	④ 上記①～③のエビデンス	① ② ③
自社経営への効果の評価	① 自社経営への効果の調査方法と分析方法	
	② 分析結果（効果はあったか？）	
	③ 調査結果を受けた今後の方針	

スリースターの「取組み自己評価記入シート」

地域志向、情報開示・コミュニケーションの8分野すべてについての取り組みを記入する。各分野につき3件まで申請することができるのはツースター同様であるが、ツースターは1枚で3件まで申請できたのに対し、スリースターでは1件1枚で申請する。図にあるように、上段に「SH（ステークホルダー）の析出（ツースター部分）」、中段に「SHのメリットの評価」、下段に「自社経営への効果の評価」を記載する。上段はツースターの記入シートと同様で、ステークホルダーと自社経営に対して期待される効果、すなわち取り組みの「目標」を記入する。中段、下段は、その取り組みの効果について、①どのように調査・分析したのか、②メリット・効果はあったのか、③分析結果を受けて今後どのようにするのか、さらに④それらのエビデンスを記載する。つまり上段にはPDCAの「P D」の部分、中段、下段には「C A」の部分

を記載することで、それぞれの取り組みについてPDCAが機能しているかどうかをチェックする仕組みとなっている。

「効果測定」を意識することで

より現実的なCSRに

CSRの効果は売上高やシェアなど違い、定量評価が難しいものも多い。また効果が現れるまでに数年の期間を要するものもある。そのため効果を「測定」したり「評価」したりすることが難しく感じられるかもしれない。しかし民間の営利企業の取り組みである以上、何も効果がなくて良いかといえば、それも「NO」といわざるを得ないだろう。効果測定することをあらかじめ計画に盛り込むとすれば、対象となるステークホルダーも、期待する効果も、効果がでるまでの期間も測定可能なところまで絞り込まなければならず、結果として目的・目標が明確になり、地に足がついた現実的な取り組みになることが期待される。CSRが社会からの要請に應えることである以上、自己満足の夢物語ではなく、ステークホルダーや自社の経営に現実的な効果が期待できる取り組みでなければならぬことは言うまでもない。スリースターに挑戦することで、本当に効果の実感できるCSRマネジメント・システムを構築することが可能になるだろう。

自主的取組だからこそできる質の高い認定制度

実証された効果を審査するスリースター認定では、審査の方法にも工夫がなされている。1

つの申請項目につき、ステークホルダーのメリットがあると証明された場合に2・5点、自社経営に効果があると証明された場合に2・5点の5点満点で評価される。1つのCSR項目につき5点×3件＝15点、それが8項目で120点満点。そのうち80点以上で合格となる。なお、ツースターのような中間点は設けられていない。これは審査が恣意的になることを防止するとともに、効果が証明されたのかどうかをより厳格に評価するための工夫である。従って、不合格の場合には合計点数が低く出る傾向があるが、これは必ずしもそれぞれの取り組み内容が悪いということではなく、単に効果が立証できないために得点できていないだけかもしれないということである。今一度、どのステークホルダーのどんなニーズに応えた取り組みをし、どこを目標にしているのか、そしてそれをどのように測定するのを見直すことで、高得点につながるっていくことも期待できる。

CSR認定制度は横浜市などいくつかの自治体でも実施されているが、ある意味こまめに厳しい認定制度は見当たらない。業界団体としてCSR認定制度を運用することは是非はあるが、業界の自主的取組だからこそ思い切った本質を追求することができるのだから、企業経営に資するCSRマネジメント・システムの完成を目指した認定制度になつてきたのではないだろうか。スリースター認定が、会員企業のみならず異業種の企業にとっても、永続的成長を目指す企業のひとつの目標として発展するよう祈念している。

全印工連CSR認定 スリースター認定の 第1号にアインズ（滋賀）

全日本印刷工業組合連合会は6月28日に開催した「第17回全印工連CSR認定委員会」で、スリースター認定1社、ツースター認定13社（更新11社、新規2社）、ワンスター認定29社（更新25社、新規4社）を認定した。

最上位のスリースター認定第1号はアインズ（大森七幸社長、滋賀県蒲生郡竜王町）。

そのほか、今回の新規認定企業は次のとおり。

「ツースター認定」 太陽堂印刷所（千葉市）、野毛印刷社（横浜市）。「ワンスター認定」 光邦（東京都千代田区）、アド印刷（福岡市）、築上印刷（福岡県豊前市）、仲和（福岡市）。

全印工連

SR調達研究部会を立ち上げ

全日本印刷工業組合連合会・産業戦略デザイン室は今年度、「SR調達研究部会」を立ち上げ、地方自治体における「SR（社会的責任）調達」の推進に本格的に取

り組む。価格以外の企業の評価項目を調達に反映させる仕組みを構築し、具体的な政策提言として自治体に働きかけていく。

第1回部会は6月20日に開かれた。産業戦略デザイン室の江森克治副委員長を部会長として、シンクタンク研究員、大学教授、地方議会議員、自治体職員など7名の委員が参加している。

主要自治体におけるSR調達の現状調査を実施し、具体的な地域での政策の実現まで展望した提案を検討。目に見えるメリットの提示、制度設計の提案などを各地域で働きかけることで、先行事例づくりを目指す。

厚生労働省 7月24日に

「テレワーク・デイ」を実施

厚生労働省は、2020年の東京オリンピック・パラリンピック（東京大会）をきっかけとして、テレワークを活用した働き方改革の運動を展開する。その一環として、2017年は東京大会の開会日となる7月24日を「テレワーク・デイ」として実施した。東京大会の開催期間中、首都圏では大きな交通混雑が予想される。そのため、

7月24日を「予行演習」として多くの企業・団体にテレワークの一斉実施を呼びかけた。その結果、約900の企業・団体、約6万人が参加し、実施企業・団体におけるさまざまなアイデアが注目された。

改正電気事業法施行で

「ネガワット取引」が開始

改正電気事業法のネガワット取引に関する政令が2017年4月1日に施行され、企業や家庭など需要家の節電により得られた余剰電力を、電力需要のピーク抑制のために再利用する「ネガワット取引」が開始された。余剰電力に発電と同等の価値があるとみなし、需要家の電力削減分に対してインセンティブを支払う仕組み。

東日本大震災後、従来の電力システムの維持が難しい状況となり、デマンドレスポンス（需要抑制）の必要性が高まる中、ネガワット取引が注目された。取引サービス市場の拡大が予想されている。

ネガワット取引では、需要を取りまとめるアグリゲーター（仲介事業者）が存在し、電気事業者と需要家の間を取り持つ。そのため、

需要規模が小さい家庭などもネガワット市場で売買が可能。アグリゲーターには、電気メーカーや通信事業者、エネルギー関連業者などが参入している。

楽天とグローバルエンジニアリング 国内初の「環境価値」と「ネガワット」の私設取引プラットフォームを創設

楽天（三木谷浩史社長、本社・東京都世田谷区）とグローバルエンジニアリング（大下明社長、福岡市）は、「※環境価値」と「ネガワット」の私設取引プラットフォームを国内で初めて創設し、共同で事業展開に取り組む。これにより、各取引におけるオープンな価格設定を実現し、取引活性化や各分野におけるイノベーション技術の導入促進を目指す。

プラットフォームの創設は今秋を予定しているが、「J-クレジット」については、すでに今年3月から楽天エナジーのウェブサイトにおいて取引仲介サービスを開始している。

オープンプラットフォーム創設の背景には、J-クレジット取引や排出権取引の価格がクローズ

(相対取引等)であり活発な取引がなされていないことや、ネガワット市場への参入にあたり様子見のグリゲーターが多く、ネガワット取引の活性化が不透明なことなどがある。

両社は、私設市場を立ち上げることで、取引の活性化を促し、温室効果ガスの効果的な削減と電力供給の最適化に貢献していく。

※環境価値Ⅱ各制度において、再生可能エネルギーや省エネルギー等の導入により得られる二酸化炭素等の温室効果ガス削減効果を、国や自治体が認証し価値化したもの。J-クレジット、排出権、非化石証書などがある。

GPIF 日本株のESG指数を選定し選別投資を開始

公的年金を運用する年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)は7月3日、ESG(環境・社会・ガバナンス)投資の運用を始めたと発表した。日本株の3つのESG指数を選定し、同指数に連動した運用を行うことで、「期間が長期にわたるほどリスク調整後のリターンを改善する効果が期待される」としている。投資規模は当初、

国内株全体の3%程度、約1兆円で開始し、将来的にはさらに拡大を検討する。

選定指数としては、ESG全般を考慮に入れた「総合型」指数2つと、社会(S)のうち女性活躍に着目した「テーマ型」指数(MSCI日本株女性活躍指数)を採用した。

GPIFの高橋則広理事長は次のようにコメントしている。「今回選定したESG指数の活用が日本企業のESG評価が高まるインセンティブとなり、長期的な企業価値の向上につながるよう期待している。ESGを重視する海外の長期投資家がこの点に着目すれば、日本株の投資収益が改善する可能性も高まる。今後もESG投資やESGの考え方に普及について積極的に取り組んでいく」

ふるさと納税、2016年度の寄付額が過去最高を更新

総務省が7月4日に発表した「ふるさと納税に関する現況調査結果」によると、2016年度の納税受入額は2844億円(対前年度比約1.7倍)となり、4年連続で過去最高を更新した。受入

件数は約1271万件で対前年度比約1.8倍。

受入額の上位は、宮崎県都市(約73.3億円)、長野県伊那市(約72億円)、静岡県焼津市(約51.2億円)、宮崎県都農町(約50億円)、佐賀県上峰町(約45.7億円)、熊本県熊本市(約36.8億円)など。

ふるさと納税を募集する際の用途の選択が「できる」と回答した自治体は1649団体(92.2%)。選択できると回答した自治体における選択できる範囲は、「分野を選択できる」1587団体(88.8%)、「具体的な事業を選択できる」200団体(11.2%)。

ふるさと納税の活用事業について、充当額が多い事業分野は、「教育・人づくり」が最も多く、続いて、「子ども・子育て」、「健康・医療・福祉」、「地域・産業振興」、「環境」、「観光・交流・定住促進」、「まちづくり・市民運動」、「スポーツ・文化振興」、「安心・安全・防災」、「災害支援・復興」の順となっている。

MUDコンペティション 受賞作品の商品化進む

NPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会はこのほど、

2015年の第9回メディア・ユニバーサルデザイン(MUD)コンペティションで経済産業大臣賞を受賞した大阪シーリング印刷の作品「避難所サポートセット」の製品化と販売を始めた。

同セットは、災害発生時の避難所生活で人々が行動しやすいよう、貼って剥がせるシール等を使い部屋や物品の区分け、マーカーなどを示すもの。2016年4月の熊本地震では、複数の避難所で試験使用して役立ち、その際に、使い勝手について避難者からの意見も集めた。また、昨年8月には東京都墨田区の防災課に同NPOから42セットが寄贈された。

今回、改良版の製品200個が7月中に完成し、9月1日の防災の日などに合わせて周知、販売を進めていく。価格は1セット2万8千円(税別)。自治体、公共団体、一般企業、学校、マンションなどが販売対象となる。

これまで、MUDコンペティションの受賞作品では、山櫻から販売された「UD封筒」など4種が商品化され、実際の生活の場面で役立つている。

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。

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 (2017年7月現在)

スリースター認定（2017年7月現在 1社）			
滋 賀	アインズ(株)		
ツースター認定（2017年7月現在 18社）			
福 島	㈱日進堂印刷所	愛 知	新日本印刷(株)
千 葉	㈱太陽堂印刷所		㈱マルワ
	㈱協進印刷		㈱二和印刷紙業
神奈川	㈱大川印刷	石 川	㈱笠間製本印刷
	㈱野毛印刷社	広 島	ユニバーサルポストグループ
長 野	亜細亜印刷(株)	香 川	㈱ミヤプロ
東 京	池田印刷(株)	福 岡	㈱ミドリ印刷
	六三グループ		㈱博多印刷
	文唱堂印刷(株)		
	杉山メディアサポート(株)		
ワンスター認定（2017年7月現在 88社）			
北 海 道	㈱ヒロミ産業	東 京	広研印刷(株)
	㈱アイテックサプライ		㈱太陽堂封筒
	中村印刷(株)		㈱プライズコミュニケーション
	㈱正文舎		㈱光邦
	北陽ビジネスフォーム(株)	愛 知	木野瀬印刷(株)
	植平印刷(株)		プリ・テック(株)
宮 城	半田中央印刷(株)		
㈱ユーメディア	豊橋合同印刷(株)		
秋 田	秋田印刷製本(株)		㈱愛知印刷工業
山 形	㈱青葉堂印刷		㈱荒川印刷
	精英堂印刷(株)	三 重	伊藤印刷(株)
栃 木	足利印刷(株)	岐 阜	㈱岐阜文芸社
	望月印刷(株)		トーヨー印刷(株)
埼 玉	㈱アサヒコミュニケーションズ		ヨツハシ(株)
千 葉	㈱総合印刷新報社		協同印刷(株)
	㈱弘報社印刷		日本印刷(株)
神奈川	関東プリンテック(株)	富 山	第一共同印刷(株)
新 潟	㈱第一印刷所		朝日印刷(株)
	㈱プレスメディア	京 都	㈱太洋堂
	㈱太陽プリント		㈱ムーブ
	㈱第一製品流通		内藤印刷(株)
		㈱あけぼの	大 阪
山 梨	相互印刷(株)	相互印刷(株)	
静 岡	日本レーベル印刷(株)	富士精版印刷(株)	
	㈱中央パッケージング		相互ビジネスフォーム(株)
	大同印刷(株)		㈱美生社
	㈱賢工製版	兵 庫	船場印刷(株)
	システム印刷(株)		丸山印刷(株)
	㈱ウエマツ	奈 良	㈱天理時報社
	㈱白橋		㈱アイブリコム
	水上印刷(株)		共同精版印刷(株)
	創文印刷工業(株)		㈱明新社
	㈱アドピア	和歌山	㈱和歌山印刷所
	荏原印刷(株)	岡 山	研精堂印刷(株)
	壮光舎印刷(株)		コーホク印刷(株)
東 京	㈱五色	愛 知	愛和印刷(株)
	弘和印刷(株)		㈱明朗社
	滝澤新聞印刷(株)	福 岡	西日本印刷工業(株)
	㈱木元省美堂		西日本ビジネス印刷(株)
	㈱ザ・デジタルソリューションズ		アド印刷(株)
	㈱長英		築上印刷(有)
	㈱相互		㈱伸和
	㈱ TONEGAWA	熊 本	㈱啓文社
	㈱エス・ワイ・エス		㈱池田紙器工業

※都道府県内は認定番号順