

Shin

2017.12

vol. **11**

特集

印刷物の著作権

CSR 認定企業紹介

東京 **文唱堂印刷**

社長の魂こもる「手帳」を全社員が携帯

岐阜 **岐阜文芸社**

「バナナペーパー」で持続可能社会へ貢献中

CSR トピックス

全印工連・官公需対策協議会 知的財産権の解説資料を作成

「GP環境大賞」タカラトミー、東武鉄道、武蔵境自動車教習所が受賞

オリ・パラ組織委員会「紙製品」の調達基準策定に向け議論

子育て支援に1・1兆円 幼児教育無償化を推進

ストレスチェック制度、実施は約8割

「横浜型地域貢献企業認定制度」が発足 10周年 **ほか**

印刷物の著作権

中小企業と小規模事業者に発注される官公需についてその方針や措置を定める「中小企業者に関する国等の契約の基本方針」（基本方針）の平成29年度の改定で、印刷物を念頭に、印刷データやイラストなどに含まれる著作権等の知的財産権に財産としての価値を認め「十分に留意した契約内容とするよう努めるものとする」との文言が追記された。各地の地方公共団体で提示される契約書には「著作権はすべて発注者に無償譲渡すること」「著作権は発注者に帰属するものとする」などと受注者の知的財産権を軽視した記載が散見される中、印刷物をとりまく知的財産の適正な利活用に向けた一歩となるか注目される。

政府はAIやIoTを活用したいわゆる「第4次産業革命」をとらえた成長戦略「Society5.0」を2016年に策定した。ドイツが11年に発表した「Industry4.0」が、製造業の労働者が担っている知的作業をAIとIoTにより置き換えていく形の産業革命を目指すのに対し、Society5.0は、官と民の中に広く自動的に集積していく膨大なデータをうまく組み合わせ、製造業のみならず、経済や農業、衛生などあらゆる分野の課題解決に応用し、人々の知では到底実現できない「超スマートな社会」の構築を標榜している。17年3月には「Connected Industries」をキャッチフレーズとしてあらためて掲げている。

一連の構想の出発点は官民に蓄積するデー

タであり、国民一人一人が知的財産の活用者やクリエイターになり得る。政府は5月、知的財産戦略本部で「知的財産推進計画2017」を決定した。ビッグデータやAIを駆使し、世界に先駆けた課題解決を行うため、データ利活用に関する契約ガイドラインの策定や不正利用を防止する方策、知財教育など、Society5.0の基盤となる制度を整備するとしている。

このように知的財産の活用を成長戦略として位置付ける壮大な構想が国を挙げて動き出す一方で、知的財産権を尊重するという当たり前のことが、政策を推進する当事者である官公庁において十分に理解されていないという矛盾が、奇しくも今回の「基本方針」によって露呈したともいえる。



Copyright

**国、印刷発注の問題点を認識
「著作権の適切な保護」を明記した「解説」**

「基本方針」改定をめぐる動きは以下のとおりだ。

平成29年度の「基本方針」は7月25日に閣議決定された。また、これに付随する「解説」も例年どおり作成されている。これを受けて、経済産業省の各地方経済産業局は8月から9月にかけて、全国50カ所で「官公需確保対策地方推進協議会」を開催し、国の地方支分部局、国立大学法人、独立行政法人、地方公共団体などの発注側と、受注側の各都道府県中小企業団体中央会とその傘下の組合員とに、基本方針の詳細を説明した。

28年度までの基本方針では、知的財産権の取り扱いに関して、「国等は、物件および役務の発注に当たっては、発注内容に著作権等の知的財産権が含まれる場合には、当該知的財産権の取り扱いについて書面をもって明確にするよう努めるものとする」とされていた。この方針自体は受注者に不利な契約を強いることを意図したものではなく、単に権利関係について明確にするように求めたものにすぎない。しかしながら実際の現場では、権利を発注者側に帰属させるなどの方法でトラブルを回避しようとする契約形態が一般化してしまい、受注者にとって不利な状態が看過されてきた。

全印工連では、自民党の国会議員などで構成される中小印刷産業振興議員連盟などを通

じてこの問題を指摘し、改善を求めた結果、28年度までの基本方針に続けて、29年度、「当該知的財産権の財産的価値について十分に留意した契約内容とするように努めるものとする」との一文が書き加えられた。

また、29年度の「解説」には印刷を例に挙げ、以下の文言が追記されている。

〈官公需の印刷発注において、①契約書等において著作権を発注者へ無償譲渡することが定められている、②契約書等において記載がないにもかかわらず、納入時に納品物の電子データの譲渡を求められ、そのデータを利用し無断で増刷が行われたなど、著作権等の財産的価値に係るトラブルが散見されており、受注した中小企業の著作権を適切に保護することが求められているところだ〉（具体的に、発注のための業者選定段階の見積もり依頼に際しては、著作権譲渡や使用許諾、部分譲渡や部分使用許諾の範囲、その期間等の詳細な取り扱いを書面にて明確化し、諸条件の対価を勘案した上で金額を算定してもらう必要がある、この金額を参考とし契約締結することで財産的価値に留意したものと考えられるところだ）〈官公需における印刷発注においては、納入物に係る著作権の利用目的を明確にすること、著作権の財産的価値を認めることが重要だ。また、調達コストの適正化や著作物の二次的活用等の観点から、調達目的の達成に必要な著作権の適切な譲渡や使用許諾の範囲を検討し、不要な著作権の全部または一部を譲り受けず受注者に帰属させるコ

ンテンツ版バイ・ドール契約の活用推進が期待されることだ〉

**「権利範囲を明確に」
各産業局が発注適正化の方策を説明**

また、各地で行われた官公需確保対策地方推進協議会では、基本方針の説明の中で、印刷発注での注意点を焦点を当てた資料が用意された。タイトルは「官公需における印刷発注では著作権の権利範囲を明確化して財産的価値に留意しましょう」とされ、現在の問題点を3つに集約し、それぞれに対する適正化の方策が解説された。概要は以下のとおり。

①【問題点】「一律の権利譲渡」↓【適正化策】「譲渡・権利範囲の検討」⇨調達目的に不要な著作権を受注者に残すことで、調達コスト削減や著作物の二次的活用の促進ができ、また、受注物制作に係るインセンティブも向上します。

②【問題点】「不明確な権利範囲」↓【適正化策】「権利範囲の明確化」⇨仕様書等著作物の利用目的や期間を明確化し、著作権の譲渡・利用範囲を特定することで、財産的価値の算定や権利処理に関するトラブルを未然に防ぐことができます。

③【問題点】「権利の無償譲渡・利用」↓【適正化策】「財産的価値に配慮」⇨著作権の譲渡・利用範囲等が明記された仕様書等により見積もりを依頼することや、契約書から「無償で譲渡・利用する」旨の記載を削除することで、

著作権の財産的価値に配慮した契約内容となります。

以上のように知的財産を成長戦略と位置付ける経済産業省においても、全国の地方公共団体に向けて著作権の財産的価値を認め、適切に取り扱うよう啓発活動を実施していることから、各地方自治体の現場でも早期に契約形態の見直しが行われることを期待したい。

全印工連が知財の扱いを実態調査「基本方針」に大きく影響

今回の「基本方針」改定に先立ち、全印工連は経済産業省から「平成28年度コンテンツ産業強化対策支援事業（中小印刷産業の知財活用に関する調査事業）」を受託し、官公需を中心とした印刷等の請負契約時に生じる知的財産権の取り扱いについて調査・分析した。その中で、官公需取引比率の高い全国34社に取引実態をヒアリングしている。

それによると、「著作権の譲渡」については、すべての企業で譲渡を求められていた。「過去に納品した印刷物（著作権を発注者に譲渡）が複製・改変されて利用された」事例もあった。著作権の帰属については「入札案件は仕様書や約款に記載されている条件での契約となるため、交渉の余地はない」というのが主な回答だった。納品後の著作物の利用に関しては、二次利用についての確認や取り決めをあらかじめ行っている契約は少なく、「納品物をスキャンして利用された」「無断で他の業者が

全国ではこんな事例があります！

著作権の二次的活用

愛媛県今治市の印刷会社では、作成したご当地キャラクターの著作権を印刷会社に残すことで、キャラクター関連商品の販売等、著作物を二次的活用しています。また、公益目的での使用は原則無償とすることで、市のPR等、行政目的で利用することも可能としています。

受発注者の意見交換や検討委員会の設置

発注側である契約担当者や受注側である印刷企業とが、著作権の取り扱いについて意見交換を行う機会を設けている自治体が多くあります。また、著作権取り扱いの適正な適用を推進することを目的とした検討委員会等を設置している自治体もあります。

調達に係る内部マニュアルの作成

経済産業省では、印刷物の調達事務について、担当者向けの内部マニュアルを策定し、このマニュアルに基づき調達手続きを進めることで、著作権の取り扱いの適正化を図っています。

問合せ：経済産業省コンテンツ産業課 ☎03-3501-9537 (印刷担当)

著作権の権利範囲を明確化し、財産的価値に留意しよう！

【官公需における印刷発注の問題】

一律の権利譲渡 → **適正化** → **譲渡・利用範囲の検討**

譲渡目的の達成のために著作権を譲渡とすることが本来に必要なが十分に検討されず、一律に著作権の全てが国や自治体等に譲渡されています。

譲渡目的に不要な著作権を受注者に残すこと（コンテンツ販売法第25条を参照）で、調達コスト削減や著作物の二次的価値の創出が期待できます。また、受注者の著作権維持に係るインセンティブも向上します。

不明確な権利範囲 → **適正化** → **権利範囲の明確化**

著作物の利用目的や発注等が仕様書などで明確化されておらず、著作権の譲渡・利用範囲が特定されていません。

仕様書等に著作権の利用目的や問題を明確化し、著作権の譲渡・利用範囲を特定することで、財産的価値の創出や権利関係に関するトラブルを未然に防ぐことができます。

権利の無償譲渡・利用 → **適正化** → **財産的価値に配慮**

著作権は知的財産権であり、納品物に係る所有権とは別の財産的価値を有しているに留意する必要があります。その譲渡・利用が無償で行われています。

著作権の譲渡・利用範囲が明記された仕様書等により発注内容を把握することや、契約書から「無償で譲渡・利用する」旨の文言を削除することで、著作権の財産的価値に配慮した契約内容となります。

納品物の電子化データ（所有権）についても、著作権と同様に、譲渡の必要性を検討の上、納品が必要な場合は仕様書へ明記し、その財産的価値に配慮してください。

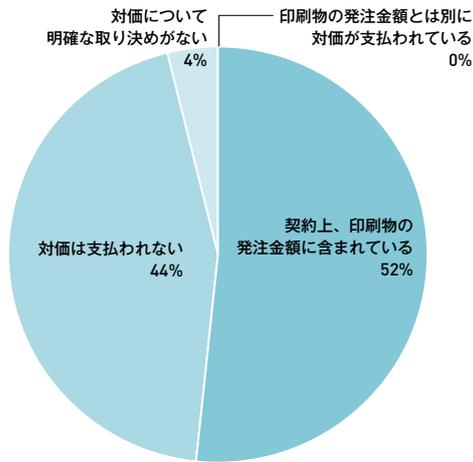
官公需法に基づく「平成29年度中小企業者に関する国等の契約の基本方針」（平成29年7月25日閣議決定）を改定しました！

「平成29年度中小企業者に関する国等の契約の基本方針（抜粋）」
 （知的財産権の取り扱いの明記）
 国等は、物件及び役務の発注に当たっては、発注内容に著作権等の知的財産権が含まれる場合には、当該知的財産権の取り扱いについて書面をもって明確にするよう努めるものとする。また、当該知的財産権の財産的価値について十分に留意した契約内容とするよう努めるものとする。（※改定により下線を追加）

問合せ：中小企業庁印刷課 ☎03-3501-1659 (官公需課)

平成29年8月から9月にかけて全国50ヶ所で実施された「官公需確保対策地方推進協議会」で配布された資料

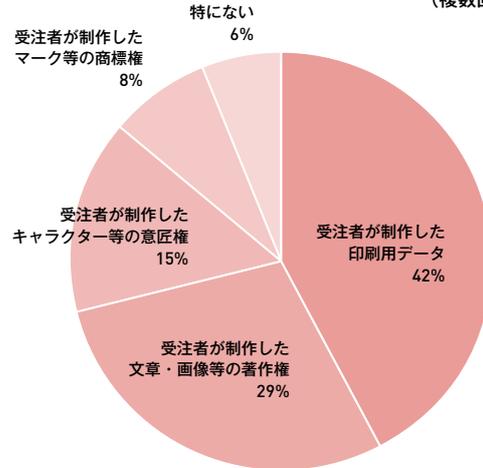
国や自治体等からの発注について 知的財産を納品した際の対価について



回答数：32社

国や自治体等からの発注について印刷物以外の 成果物を求められたことがありますか

(複数回答可)



回答数：32社

平成28年度コンテンツ産業強化対策支援事業（中小印刷産業の知財活用に関する調査事業）より

印刷を行った」という事例があったという。また、見積もり時に著作権等の使用料を積算している企業は1社もなく、契約書に使用料や買い取りの記述はないとの回答が多数を占めた。

ヒアリング後に実施された追加のアンケートには34社中32社が回答し、国や自治体等からの発注について印刷物以外の成果物（知的財産）を求められたことがあるかとの質問では、「特になし」は4社にとどまり、多くの企業が本来の成果物である印刷物の他に、何らかの知的財産の「納品」を求められていることが明らかになった。また、知的財産を納品した際に対価が支払われたかどうかの質問では、印刷物とは別に対価が支払われたという回答は1件もなく、「支払われない」が44%にのぼった。

同調査では結びで、知的財産権の取り扱いについて①「発注時において発注者のみが権利を有する知的財産権」を利用するケース②「発注時において受注者のみが権利を有する知的財産権」を利用するケース③「発注時において第三者のみが権利を有する知的財産権」を利用するケース④「発注時において発注者、受注者、第三者が有する知的財産権を混在させて」利用するケースに分類し、それぞれの対応について解説している。ベストプラクティスとして印刷会社として必要な知識や対応方法も分かりやすく整理されている。

同調査の報告書は今年2月、経産省に提出され、今回の基本方針の改定にも大きな影響

を与えた。

「慣例」を見直し知的財産の価値を積極的に評価する社会へ

冒頭で紹介したように「知財立国」を目指す我が国にとっては、発注者だけでなく受注者も含めた商慣習全般にわたる意識改革が必要である。「ものづくり大国」として製造業を中心に成長してきた我が国においては、物質的な「モノ」の財産的価値は評価するが、「アイデア」や「サービス」といった無形の財産の価値をモノとは別に評価するという意識が薄い。実際の売買契約においても、知的財産をモノの価値に含めて一緒に取引することが慣例となっている場合が多く、このことが「知財立国」の妨げになっているとも考えられる。今後は発注者、受注者双方にむけての情報提供や権利教育の重要性もますます高まっていくだろう。

知的財産権を正しく評価することは、国民一人一人の権利を守るとして国の責任のひとつでもある。国や地方自治体が社会的責任を意識して調達をする「SR調達」の必要性が叫ばれる今日、受注者の権利を発注者として積極的に評価し保護していくことは、時代の要請に応えることでもある。

印刷業界から発信されたこの一歩が、我が国の成長発展のための一歩になるかどうかは当事者一人一人の意識にかかっている。

文唱堂印刷株式会社

本社：東京都千代田区神田佐久間町3-37 創業：昭和2年 従業員：130名
代表者：橋本唱一 認定取得：2015年6月（ツースター） <http://www.b-p.co.jp>

社長の魂こもる「手帳」を全社員が毎朝唱和

「CSR」でマネジメントシステムを統合

― 貴社は東京都荒川区町屋という住宅地に工場を構え、東京23区内でオフセット輪転機を持つ工場として知られる存在です。貴社はこれまで、さまざまな外部認証を取得していますが、最初にISO14001を取得したのはなぜですか。

池谷崇・経営管理部部长 当社の認証取得は、08年取得の9001に先駆け、14001を取得したことからスタートしています。まず環境への取り組みから始まりました。当時はまだCSRという概念が一般的ではありませんでしたから、ひとえに周辺住宅地と従業員へ配慮しようと考えていました。工場が周辺に発する音や臭気、また紙やインキといった限られた資源を使用する印刷業という業態の継続性を踏まえて、環境対応が先行されました。

― 環境対応では10年に「印刷産業環境優良工場表彰」（日本印刷産業連合会主催）の「奨励賞」、翌年には「日本印刷産業連合会会長賞」、14年には「経済産業省商務情報政策局長賞」、16年には最高賞の「経済産業大臣賞」をそれぞれ受賞しステップアップしています。

布施勇一・営業本部第1チーム課長

環境優良工場には7年ほどチャレンジしていました。一度大臣賞を取ったからといって活動をやるわけにはいきません。社会環境も急速に変化していきますので、今後も継続してレベルアップに努めたいと考えています。

特に当社は、近隣に住宅がありながら、総合工場としてサービスタワー印刷会社であるため、地域の皆さんと共存しなければ成り立ちません。皆さんに安心して暮らしていただけるよう

に心掛けています。できるだけ情報開示するとともに、地域の不満をできるだけ早く察知して対処していきたいと考えています。

― 14001、9001のほか、06年に「プライバシーマーク」、07年に「FSC/COC」、10年に「グリーンプリンティング工場認定」、12年に「水なし印刷」「ジャパンカラー標準印刷」など各種認証を取得しそれぞれのPDCAサイクルを回していたと思います。さらに13年に全印工連の「CSR認定ワンスター」、15年に「同ツースター」を加えています。CSR認定はどのような位置付けられるのでしょうか。

河崎誠常務取締役 環境への対応を強めつつ、さまざまな分野での取り組みが広がり、現在のCSR活動につながっていききました。

当社のCSR認定は、それぞれ独立していた各認証の上位概念として体系化されています。「マネジメントシステムのマネジメントシステム」という位置付けで、全体が一つのPDCAサイクルに統合されています。さらに、一つの認証とともに、社内ルールや就業規則など、すべてがCSRに紐付けされる形になっています。

各種認証のPDCAサイクルにはどうしても重複する部分があり、上位概念ができたことでそれらを整理することができました。また、長年、何気なく取り組んでいたことが、CSRに照らすと、実は社会的責任につながっていたということに気付かされたこともあります。

― 複雑化・高度化するマネジメントシステムを社員はどのように共有しているのでしょうか。

中山貞夫経理部次長 毎年6月、社

秋葉原駅にほど近い場所に位置する本社ビル





長の想いや経営計画、ビジョンなどをまとめた「手帳」が、パート・アルバイトを含めた全社員に配付されます。これが1年間のルールブックとなります。経営理念や長期事業構想、経営目標、基本方針、お客さまに関する方針、環境に関する方針、個人情報保護方針、CSRに関する方針などが詳細に記載されています。これが全社員共通のツールとなり、価値観が共有され、目標に向かって活動していくことになるわけです。

手帳が配付されると、各部署は半期の実行計画を作成し、社長の承認

を得ます。

そして、毎月1度、各部署は進捗状況を社長に報告するとともに、社長からの指示を受けます。それを繰り返していく仕組みとなっています。これによりPDCAサイクルが回っています。

池谷 同時に、各部署を横断した組織として7つの「プロジェクトチーム」が編成されています。「CSRチーム」「環境整備チーム」「環境優良工場推進チーム」「教育チーム」「CMS（カラーマネジメント）チーム」「課題改善チーム」「IT情報保護チーム」の各チームがあります。事業部門だけでは網羅できない、より大きなテーマに取り組んでいます。プロジェクトチームの活動は、現在とは形が異なりますが、10年ほど前から始まりました。

事業部門と同様、半期の実行計画を作り、毎月、社長からの指示を受け、翌月からのPDCAのスパイラルアップにつながっています。全社員は必ず、業務上の部署とプロジェクトチームの双方に名を連ねていることとなります。

経営計画で例えば、「お客さまにとって一番の会社になる」という目標が設定されたとなると、各部署とチームは、それに対してどんな取り組みをしておくべきか考えていきます。そして、毎

月の実行計画に落とし込んでいくので

——トップから現場まで役割が明確になっている様子がかうかがえます。

中山 社長も、社員とのコミュニケーションを兼ね、PDCAサイクルに関連し、さまざまなアクションを実行しています。例えば、年に13回、全部署を回り、チェックリストに定められている項目に従い、点検を行っています。また、本社と工場とで週に2、3回ずつ、自らが講師となり、勉強会を開催しています。

手帳には、PDCAサイクルに関連するすべての年間スケジュールが記載されています。6月の配付時点で決まっています。

手帳は社長の魂といえるものだと思います。計画数字から必要な方針が追加されます。全員が同じものを使い、同じ言葉を同じ意味として認識し、同じ価値観で活動する指針となっています。この手帳は全員がいつも携帯している大切なものです。

——CSRの観点で、雇用面での最近の取り組みにはどのようなものがありますか。

河崎 パート・アルバイトを含め、全社員を対象に10年、育児休暇や産前産後休業、介護休暇が明確に制度化され



女性の活躍が目立つ職場（本社）

ました。育児休暇では、男性社員も取得した事例があります。法定の日数に加え、母子の健康状態などそれぞれの事情を鑑み、有給休暇や通常の休暇を活用できるようにするなど、延長できる仕組みとなっています。

また、産休では、女性パート社員が今年取得し、8月に復帰しています。本人には「落ち着いたら慣れた職場に戻りたい」という希望がありました。会社としてはこれから課題になるであろう人員確保の面からも力を入れていかなければならない分野だと考えています。

——男女問わず、存分に能力を發揮し

やすい職場となっていると感じます。

池谷 最近では、海外からの技能実習生を受け入れるなどの雇用の多様化のほかにも、パート・アルバイトにも正社員と同じ役割を付ける制度もあります。能力に応じて「チーフ」「マネージャー」「課長」「部長」に任せられ、手当も支給されます。現在、手加工部門に女性2人のチーフ、印刷の品質保証部門の男性1人のマネージャーがいます。役職のない社員は、職務としてこれらの役職者の下に付き、指示を受けることになっています。家庭の事情などで正社員として働くのが難しい人にも、能力があればそれをいかんなく発揮してもらいたいと考えて作った制度です。

——高齢者の雇用についてはいかがでしょうか。社会的にも、個々の企業にとっても大きな戦略課題となっており、CSR認定にもチェック項目として挙げられています。

布施 10月に、定年後の再雇用について、正式な制度を立ち上げたところで、以前から、印刷機のオペレーターとして長年勤めていただいた大先輩に、その経験を生かして後進を育てるチームに入ってもらい、品質維持や機械メ

ンテナンスの方法などについて指導していただいています。当社には若いオペレーターも多く、OJTがどうしても必要な状況です。新制度のもと、チームには6人の大先輩に活躍していただいています。

本人の希望と会社の要望がマッチングすれば、1年契約で更新しながら、さまざまな業務で活躍していただきたいと思います。

——地域貢献の視点でのCSR活動にはどのような事例がありますか。

池谷 地域活性化に少しでも貢献したいと考えています。特に工場では、近隣の方にパート・アルバイトとして働いていただきたいとの思いから「ママ友」などを紹介してくれたら報奨を支給する制度も作り、できるだけ地域の方を優先して採用するようにしています。

布施 4年前から、地域の小学生のハロウィーン行事のために工場の敷地の一部を提供しています。パート社員から提案があり、今では社員が仮装して子供たちを迎え、ささやかながらお菓子もプレゼントしています。

河崎 5年ほど前から、本社と工場の両拠点で、毎朝7時45分から15分間、会社周りの掃除をしています。そしてその後の8時から10分間、通学中の小学生や地域住民の皆さんに「おはよ



社員と近隣の子供たちがハロウィーンで交流（10月、工場で）

うございます」と「あいさつ活動」を行っています。地域の皆さんに感謝しようと始まったのですが、最近はさまざまなコミュニケーションに発展しています。特に掃除では、地元中学校との「合同掃除」として恒例行事となっています。

池谷 防災関連では荒川警察署と協定を結び、災害などいざという時にはフォークリフトや人員を提供することになっています。年末には合同防災訓練を行っています。

——CSR認定を機に、貴社全体のPDCAサイクルがCSRを軸に

回転するようになったことがわかりました。個々の具体的な取り組みも多彩です。CSR活動を通して、印刷会社の在り方に対する認識はどのように変化しましたか。

池谷 当社には印刷だけではなく、デザインや製本・物流部門もあります。当社のビジネスとしては、それぞれの特色を生かし、各工程単独でも社会や顧客に何らかの貢献ができるのではないかと考えるようになりました。

また、純粋なCSRの観点としては、当社の利益だけを追求してはいずれは成り立たなくなるということをあらためて感じるようになりました。仕事をいただいて印刷して納品するということだけではなく、そこに少しでも社会貢献しているという気持ちももつていけば、以前には感じられなかったようなことが発見できることも分かるようになりました。

企業は社会の一員として、また、社員のためにも、長く継続させていかなければなりません。ビジネスという枠だけでなく、関係する人たちにWIN-WINの関係をもたらさなければなりません。印刷は多くの人々の情報を扱う産業です。それを実現しやすいのが印刷会社だと思えます。

株式会社 岐阜文芸社

本社：岐阜県岐阜市三輪ふりんとびあ13-1 創業：昭和27年 従業員：34名
代表者：飯尾 賢 認定取得：2013年6月（ワンスター） <http://www.bungeisya.co.jp>

伝統のボランティア精神が出会った「SDGs」 「バナナペーパー」で持続可能社会へ貢献中

— 貴社は岐阜で70年近く続く老舗です。これまで、さまざまな形で地域に必要とされてきたからこそ、事業が継続しているのだと思います。飯尾社長は入社から約20年、社長には2009年に就任されました。これまでを振り返ると、貴社のCSRの原

点はどのようなものだったのでしょうか。

— 岐阜ルネッサンスクラブの現在

飯尾編集長 岐阜市がかつて発行していた生涯学習情報誌の印刷を当社が受けていたのですが、それが継続されなかったことになりました。当時、記事執筆や撮影などに携わっていた「市民編集ボランティア」の皆さんに引き続き、別の形で活躍していたこうと会長がお声をお掛けしたのがきっかけです。深い知見をお持ちで素晴らしい記事を書ける方や、写真の腕前が確かな方ばかりでしたので、そのまま終わらせてはいけないと感じたのです。「ボランティア編集スタッフ」として快く集まっていただけのことになりました。

— 当時のCSRという言葉は一般的ではありませんでした。2013年の「CSR認定」取得に向けてCSRという言葉を用いた際、社内の受け止め方はいかがでしたか。

飯尾 岐阜ルネッサンスクラブの活動は地域貢献への意識が強く、それが現在まで脈々と続いています。CSRに向けた感覚は社内に比較的根付いていましたので、あえて新たに構えるということはありませんでした。CSRという言葉は社内では使いためたのはまさに、全印工連がCSR認定を立ち上げたのがきっかけとなっています。認定の要件を全員で理解することで、当社のそれまでの取り組みを体系立てて整理することができました。

飯尾 形を変えて続けています。個人出版の分野は現在ビジネスに発展しています。また、岐阜市が主催する「岐阜市文芸祭」の作品集など、制作を一貫して無償協力し続けていくものもあります。さらに、10年ほど前から、シニア層をターゲットに地域情報を掲載したフリーペーパー「VIVO(ビボ)」を制作しています。

— VIVOの特徴は。

飯尾社長 先代の社長で現会長の父は、ボランティア精神が旺盛でした。その中で、1990年に、1年間に一人にだけ本を無償で作って差し上げようと、「岐阜ルネッサンスクラブ」という文化支援組織を社内立ち上げました。病気で寝たきりの子供が病床で書き留めたものを作品にしたり、地域に残すべき文化の執筆を続けてきた人の出版を手助けしたりと、さまざまな個人の本を作つ

— 創刊の経緯は。

飯尾編集長 地域で活躍している人や、後世に残したい情報をしっかりと紹介したいと考えています。内容は歴史や伝承、健康など多岐にわたる読み物となっています。A4判20ページほどで、岐阜市を中心に年に4回、約3万部ずつ発行しています。

— CSR認定を取得していなければSDGsを意識しなかった」と語る飯尾社長





身で研究してきたことをしっかりと
した媒体で世に広めたい、残したい
という使命感が強く、その名のと
おり無償で参加してくださいいま
す。各号の編集テーマに応じて外部
の専門家にも寄稿をお願いすること
がありますが、VIVOのスタンス
に賛同いただき、やはり無償で執筆
していただいています。

10年も継続していると、執筆陣そ
れぞれにしっかりとファンが付いて
います。私どもとしても読み物とし
てのレベルを崩さないよう努めてい
るところです。

——CSRという言葉が社内に浸透
した現在、VIVOはどんな位
置付けとなっていますか。

飯尾社長 印刷という本業と密接に
つながっており、当社のあるべき姿
や存在意義を象徴する媒体だと思っ
ます。地域に残すべき情報をしっか
りと紙の媒体で残し、社会に発信し
ていくということはまさに、印刷業

の役割だと思っています。

——CSR活動を推進する社内態勢
について教えてください。

飯尾 社内には印刷会社として、営
業やデザイン、印刷現場、総務など
各部門があり、それぞれの持ち場で
レベルを高めながら日常業務に当
たっています。ただ、当社は小さな
所帯ですので、品質管理や情報セ
キュリティー、環境負荷低減、CS
R推進など、全社的な取り組みが必
要な分野や、顧客や地域に必要とさ
れる新たな分野については、全社員
が常々「やらなければ」と思いつつ
もなかなか十分な対応ができずに
いました。

そこで、組織を横断する形で、課題
ごとに委員会を作りました。パート
社員も含め、社員はどこかの委員会
に必ず所属することになっています。

15年度からは「広報・親睦」「新
事業推進」「CSR」「PMS管理」「品
質管理」「ありがとう」の6委員会
となっています。

——各委員会の議論はどのように全
社で共有するのでしょうか。

飯尾 毎月、全社員が出席して行わ
れる例会が勉強会のような雰囲気
で行われ、そこで共有が図られます。

各委員会は日常業務とは別に毎月
集まり、1カ月で皆が調べてきたこ

とを出し合います。その上で毎月、
各委員長による会議が開かれ、数カ
月先の例会のテーマを決めます。各
委員長と私とで多数決で決定しま
す。

——社長はどのようにかわつてい
るのでしょうか。

飯尾 日常業務では解決できない課
題に対し、それを皆でカバーしてい
きたいという意識が社員にあること
を常々、感じていました。「自分の
会社をより良くしたい」という参加
意識は非常にありがたく、活動は大
変だと思えますが、頼もしさも感じ
ています。私としては、社員教育と
いった堅苦しい感じではなく、社員
が活動しやすい雰囲気づくりに徹し
ようと心掛けています。

——6つの委員会の中で、CSR委
員会はどのような取り組みをし
ているのでしょうか。

**森誠製造グループ制作課課長（CS
R委員会委員長）** CSR認定を取
得したことがきっかけとなり、この
10月までに、正社員21人中12人が「C
SR検定」（オルタナ社など主催）の
3級、2人が2級に合格しています。

各企業の合格者らが集まる勉強会
で、大手商社の取り組みを聞く機会
がありました。その中で、国連の掲
げる「SDGs」（持続可能な開発
目標）を本業に結び付けようとして

いる決意を知り「大企業のCSRは
深い」と感じました。当社としても、
CSR認定の枠を超え、しっかりと
地域や社会の課題解決に向け努力で
きるような企業でなければ長続きし
ないのではないかと感じるようにな
りました。

そのような流れから今年、SDG
sを勉強し、社内で共有して、当社
として何ができるかを全員で考え
ています。

委員会の議論ではまず、「バナナ
ペーパー」にたどり着きました。国
内で初めて「フェアトレード認証」
を取得した紙として知られていま
す。これを地域や顧客に広めていく
活動を通して、SDGsに取り組み
始めています。



SDGs 活動について説明する森誠製造グループ制作課課長（CSR委員会委員長）



には長い年月がかかりますが、バナナの茎は1年以内に再生します。バナナペーパーが使われる量が世界で増えることで、森を守るとともに、そこに息づく多くの生物を守ることができそうです。

また、そのバナナの茎から繊維を取り出すのはザンビアの人々です。それにより、現地に雇用や収入がもたらされています。疾病予防など社会的な課題にも資金が振り向けられます。

このように、ザンビアの環境や社会、人々の生活に配慮したサステナブルな仕組みの中で作られているのです。

日本では印刷会社や製紙会社16社（2017年12月現在）からなる団体がバナナペーパーの普及に取り組んでおり、当社はそれに加盟し、活動に協力しています。

紙そのものは、片面には和紙のような独特の風合いがあり、もう片面には平滑性があるのが特徴です。繊維が表面に見られ、デザイン

として生かせる分野も多いと思います。

——バナナペーパーの普及に向けて全社的にはどんな取り組みをしていますか。

森 岐阜の子供たちに描いてもらった絵をバナナペーパーに印刷し、ポストカードを作り、配布する活動を進めています。まずは親御さんを知ってもらい、そこから認知度が上がってほしいと考えています。

顧客に向けては、バナナペーパーが生産されている背景を説明しながら、名刺やはがき、賞状、包装紙、パンフレットなどへの採用を呼び掛けています。

——CSR委員会から社員にはどのような情報を発信し、共有しているのでしょうか。

森 10月にSDGsに関する勉強会を開いたところです。委員会で資料や寸劇のビデオを作成し、いわゆる「17の目標」がなぜ提唱されているかなどについて説明しました。そして、バナナペーパーを普及させることがどのようにSDGsかわるか解説しました。また、17の目標に関するカードゲームに挑戦してもらい、遊びの要素を加えながら理解を深めてもらいました。

バナナペーパーの活動を通して、



子供たちの描いた絵を印刷したバナナペーパーによるポストカード

当社でもSDGsに貢献できるという実感を感じて一人一人が持てるようになったと思います。

SDGs活動に対して社員は、身近なことから始められるということに気付いてい

ます。当社では来客に、フェアトレード認証されたコーヒーをお出ししています。決してハードルを高く設定する必要はありません。

——SDGsにまでフィールドが広がった現在、今後の抱負は。

森 私も社員たちも、CSR活動に対する興味がどんどん増しているところです。以前から、デザインの実技などビジネスに直結した勉強会にはよく行かせてもらっていますが、最近ではCSR関連のイベントにも出た方がいいと同僚から背中を押してもらえたり、これまでもは違った積極的に参加し、

視点を身に付けたいと思っています。飯尾 CSR認定を取得したことで、社員はCSR活動に関心を抱くようになりました。また、取得していなければSDGsに意識を向けることはなかったと思います。

当社は03年にISO14001の認証を取得し、16年には「環境優良工場表彰」（日本印刷産業連合会主催）の「経済産業省商務情報政策局長賞」を受賞するなど環境対応にも力を入れてきましたが、それらは環境に特化した活動です。CSRという大きな領域を意識しながら世の中の課題を考えてみると、一つのことに取り組みはある課題が解決するという単純な構図ではないことが見えてきます。それに対し、CSR活動に取り組むことですべてを俯瞰できるように視点を立つことができると思っています。

当社が長年、事業を継続できているのは、小さいながらも何かしらの貢献があったからだと思います。自己満足かもしれないですが、それを一人一人がもつと認識し、小規模企業だからといって萎縮せずに「われわれは社会に貢献しているぞ」と自信をもってCSRに取り組んでくれるば、日常業務での意識も高まると信じています。

ば、日常業務での意識も高まると信じています。

欲しい未来へ、寄付を贈ろう。12月は「寄付月間」

寄付月間 (Giving December) は、NPO、大学、企業、行政などで寄付に係る主な関係者が幅広く集い、寄付が人々の幸せを生み出す社会をつくることを目的に、12月1日から31日の間、全国的に展開される協働キャンペーン。

2015年に日本ファンドレイジング協会などの呼びかけにより始まり、運営団体である寄付月間推進委員会には、委員長に三菱総合研究所理事長の小宮山宏氏、委員に日本フィランソピー協会理事長の高橋陽子氏、オリンピックメダリストの有森裕子氏、内閣府の五十嵐剛氏など、産学官各界の多彩な顔ぶれが参加している。

寄付月間では、趣旨に賛同したNPOなどが公式認定企画を展開し、全国各地で様々な取り組みが行われている。神奈川県では、NPO、企業、行政参加による協働グループであるトライセクター交流実行委員会が「寄付toカタログプロジェクト」を立ち上げた。「寄付がどのように使われるのか

かりにくい」という声をうけ、プロジェクトに参加した8つの団体が、寄付の使い途を特定した「寄付商品」を開発し、カタログに掲載。相互に取り組みを紹介し、寄付を募り合う活動を実施した。12月4日には「かながわ寄付月間フォーラム2017」を開催し、寄付について考える機会を提供するとともに、参加8団体への寄付の呼びかけも行った。

寄付月間では、主旨に賛同する企業や団体に「リードパートナー」「賛同パートナー」への参加も呼びかけている。(2017年分は募集終了)
<http://giving12.jp/>

欲しい未来へ、寄付を贈ろう。



「企業行動憲章」改定 SDGs達成を柱に

日本経団連は、民主導による豊かで活力ある社会を実現するためには、企業が高い倫理観と責任感をもって行動し、社会から信頼と共感を得る必要があるとの理念のもと、1991年に企業の責任ある行動原則として制定した「企業行動憲章」を、このほど改定した。

2015年に国連で、持続可能な社会の実現に向けた国際統一目標である「SDGs (持続可能な開発目標)」が採択され、私たちが目指す社会の共通目標が示された。また、我が国においても経済成長と社会課題の解決を両立させる Society 5.0 が政策目標に掲げられたことから、それら国内外の動きを取り入れた改定となった。

経団連では、「企業が持続可能な社会の実現が企業の発展の基盤であることを認識し、広く社会に有用で新たな付加価値および雇用の創造、ESG (環境・社会・ガバナンス) に配慮した経営の推進により、社会的責任への取り組みを進める。また、自社のみならず、グループ企業、サプライチェーンに対しても行動変革を促すとともに、多様な組織との協働を通じて、Society 5.0 の実現、SDGs の達成に向けて行動する。」ことを会員企業に求めている。

企業行動憲章の10原則は次の通り。

- ・ 持続可能な経済成長と社会的課題の解決
- ・ 公正な事業慣行
- ・ 公正な情報開示、ステークホルダーとの建設的対話
- ・ 人権の尊重
- ・ 消費者・顧客との信頼関係
- ・ 働き方の改革、職場環境の充実
- ・ 環境問題への取り組み
- ・ 社会参画と発展への貢献
- ・ 危機管理の徹底
- ・ 経営トップの役割と本憲章の徹底

<http://www.keidanren.or.jp/policy/cgcb/charter2017.html>



紙と共に歩んで80年

4030
SHIOZAWA

できることから。

一人ができることはほんの少し。でも、それが積み重なれば大きな力になる。



株式会社シオザワは「出来ることを、出来る人が、出来るだけやる」の理念を掲げ、『3Dプロジェクト』と表し、日本・海外での支援活動を続けています。

紙と共に歩んで80年

株式会社シオザワ

104-0043 東京都中央区湊3-4-11 4030ビル TEL : 03-3553-7081 <http://www.shiozawa.co.jp/>

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

全印工連・官公需対策協議会 知的財産権の解説資料を作成

全日本印刷工業組合連合会の官公需対策協議会（白子欽也議長）は、7月25日に閣議決定した「平成29年度中小企業者に関する国等の契約の基本方針」に「知的財産権の保護」について記されたことを受け、基本方針の変更点などをポイントをわかりやすく解説した冊子を作成した。印刷用データ等の取扱いについても詳しく説明している。同協議会では、全印工連の組合員企業が各地域の自治体等との官公需取引において知的財産権の適正な取扱いを推進できるよう、今回の冊子を基に下期地区印刷協議会で説明を行うほか、各工組の要望に応じてセミナー講師を派遣する。

「GP環境大賞」タカラトミー、東武鉄道、武蔵境自動車教習所が受賞

日本印刷産業連合会は10月19日、GP（グリーンプリンティング）マークを表示した印刷製品をより多く発注、受注した企業および団体に授与する2017年度

「GP環境大賞」、「GPマーク普及大賞」の受賞者を発表した。GP環境大賞は、大賞をタカラトミー（3年連続）、東武鉄道、武蔵境自動車教習所（2年連続）が受賞したほか、準大賞に6社・団体を。GPマーク普及大賞は、大賞を六三印刷（東京都江東区）、準大賞を笠間製本印刷（石川県白山市）、文伸（東京都三鷹市）が受賞した。表彰式は11月20日に都内で行われた。

オリ・パラ組織委員会 「紙製品」の調達基準策定に向け議論

東京オリンピックピック・パラリンピック競技大会組織委員会は9月、賞状やチケットをはじめとした「紙製品」の調達基準の策定に向け、議論を開始した。大会に必要なあらゆる物品やサービスの調達の際に守るべき原則として、組織委員会が2017年3月に策定した「持続可能性に配慮した調達コード（第1版）」では、環境のほか、法令遵守や人権、労働、経済への配慮が、持続可能性の観点から強く掲げられており、これが紙製品の調達基準にも適用されることになる。組織委員会は都や政

府機関に対して、大会関連での調達で、調達コードの尊重を働きかける。

個別物品の調達基準としてはすでに、「木材」「農産物」「畜産物」「水産物」の各分野で策定されており、紙製品は5つ目。

子育て支援に1・1兆円 幼児教育無償化を推進

幼児教育無償化を柱とした政府の「人づくり革命」政策の具体案が12月8日にまとまった。2兆円規模の財源のうち、子育て支援に約1兆1000億円を投じる。「0〜2歳の保育所」は、住民税が非課税の低所得世帯を対象に無償化。また、3〜5歳までのすべての幼稚園、認可保育所、認定こども園の費用を無償化する。2019年度から一部実施し、2020年度からの全面实施を目指す。

「森林環境税」創設の方向性固まる

改正電気事業法のネガワット取 自民党税制調査会は、森林保全や林道の整備、林業従事者の育

成などに活用する「森林環境税」創設の方向性を固めた。12月にとめる2018年度与党税制改正大綱に盛り込む。森林環境税は、1人当たり年間1000円を個人住民税に上乗せして徴収し、約620億円の新たな財源となる。森林面積などに応じて自治体に配分する。導入時期は2024年度を軸に検討が進められている。

ストレスチェック制度、実施は約8割

厚生労働省は、企業などに従業員の心の健康状態の点検を義務付けた「ストレスチェック制度」の実施状況について初めて取りまとめ、7月に発表した。実施義務対象のうち、制度を実施している事業場は82・9%、部署単位での状況把握など集団分析まで実施した事業場は78・3%だった。また、ストレスチェックを受けた労働者のうち、医師による面接指導を受けた割合は0・6%。同制度は、常時50人以上の労働者を使用する事業場に対して、2015年12月から年1回のストレスチェックとその結果に基づく面接指導などの実施を義務付けて

いる。

男女平等指数、日本は114位 で過去最低に

世界経済フォーラム（WEF）は11月2日、世界各国の男女間格差の度合いを調査した2017年版「ジェンダー・ギャップ指数」を発表した。日本は、調査対象144カ国の中で114位となり、前年より3つ順位を落として過去最低となった。

同指数は、女性の地位を経済、教育、政治、健康の4分野で分析したものの、日本は特に「政治」で順位が低い。女性の閣僚や議員が少なく、政治への参画が遅れていることが評価を下げた。1位のアイスランドは9年連続の首位。女性の政治参画が際立ち、男性の育児休業も普及している。中国は100位、韓国は118位だった。

ESG投資が世界的に増大

国際団体のグローバル戦略投資アライアンス（GSIA）の調査によると、企業のESG（環境・社会・ガバナンス）に注目し株式投資先を選ぶESG投資の残

高は、2016年時点で約23兆ドル（約2600兆円）に達し、2年間で25%増えた。世界の運用資産の3割に迫っている。日本では年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）が、約1兆円でESG投資の運用を7月から始めた。

「横浜型地域貢献企業認定制度」 が発足10周年

日本初の本格的なCSR認定制度である「横浜型地域貢献企業認定制度」が2007年にスタートしてから今年度で10年となり、11月6日に10周年記念シンポジウムが横浜市内で開催された。NPO法人横浜スタンダード推進協議会や全印工連SR調達研究部会のメンバーなどが、制度が与えた影響を検証する討論、および「価格だけで決めない公共調達の実現できるのか？」と題した討論を行った。

「としまソーシャルビジネス支援ネットワーク」がスタート

地域社会の課題解決に取り組む企業やNPO法人などを支援する「としまソーシャルビジネス支援ネットワーク」が10月1日から活

動を開始した。東京都豊島区、としまNPO推進協議会、東京商工会議所豊島支部、巣鴨信用金庫、東京信用金庫、日本政策金融公庫池袋支店の6機関が連携し、支援を行う。

ネットワークの立ち上げにより、これまで単独の機関では対応が難しかったソーシャルビジネス関係の相談にワンストップで対応できるほか、各種セミナーや勉強会の開催、講師派遣などでも協力することができ、支援体制が強化された。サポートメニューには、子育て、介護・福祉、空き家対策など地域の課題に取り組む事業計画の策定支援や、起業・創業相談、広報・PR支援、融資相談、法律相談などがある。

日本政策金融公庫によると、2017年度上半期のソーシャルビジネス関連融資実績は5412件（前年同期比7.1%増）、388億円（同10.4%増）となった。融資実績の内訳では、NPO法人向けが806件（同11.3%増）、48億円（同33.7%増）と堅調なほか、地域活性化や女性活躍推進といった社会的課題の解決を目的とする事業者向けの融資が大きく増加している。

「こども食堂」、全国にネットワーク広がる

家庭環境により満足に食べられない子や1人で食事をする子たちに無料、あるいは格安で食事を提供する「こども食堂」の取組みが全国に広がっている。2015年4月には「こども食堂ネットワーク」が発足し、現在約250店が参加。地域でこども食堂を運営する人たちが交流を図り、活動の輪を広げている。同ネットワークのホームページでは各店の情報が発信されている。

厚生労働省の「平成28年国民生活基礎調査」によると、平成27年の「子どもの貧困率」（17歳以下）は13.9%、「子どもがいる現役世帯」のうち「大人が一人」の世帯（ひとり親家庭）では貧困率が50.8%となっている。

誌面をリニューアルしました

今号より巻頭特集として、CSRに関わるテーマを毎号ひとつずつとりあげ考察していきます。表紙デザインも「生物多様性」をテーマに一新。これからも一層の誌面の充実に努めて参ります。

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11月現在)

スリースター認定 (1社)		
滋賀	アインズ(株)	
ツースター認定 (18社)		
福島	(株)日進堂印刷所	新日本印刷(株)
千葉	(株)太陽堂印刷所	(株)マルワ
	(株)協進印刷	(株)二和印刷紙業
神奈川	(株)大川印刷	石川 (株)笠間製本印刷
	(株)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 (株)ミヤプロ
	池田印刷(株)	福岡 (株)ミドリ印刷
	六三グループ	(株)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 (90社)		
	(株)ヒロミ産業	東京 (株)プライズコミュニケーション
	(株)アイテックサプライ	(株)光邦
北海道	中村印刷(株)	
	(株)正文舎	愛知 木野瀬印刷(株)
	北陽ビジネスフォーム(株)	プリ・テック(株)
	植平印刷(株)	半田中央印刷(株)
	(株)東北プリント	豊橋合同印刷(株)
宮城	(株)ユーメディア	(株)愛知印刷工業
	(株)秋田印刷製本(株)	(株)荒川印刷
秋田	(株)青葉堂印刷	三重 伊藤印刷(株)
	精英堂印刷(株)	(株)岐阜文芸社
山形	足利印刷(株)	トーヨー印刷(株)
栃木	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)
埼玉	(株)総合印刷新報社	日本印刷(株)
	(株)弘報社印刷	石川 ヨシダ印刷(株)
千葉	関東プリンテック(株)	(株)ダイトクコーポレーション
神奈川	(株)第一印刷所	富山 第一共同印刷(株)
	(株)プレスメディア	朝日印刷(株)
新潟	(株)太陽プリント	京都 (株)太洋堂
	(株)第一製品流通	(株)ムーブ
	(株)あけぼの	内藤印刷(株)
山梨	相互印刷(株)	(株)ゲーム
	日本レーベル印刷(株)	相互印刷(株)
静岡	(株)中央パッケージング	大阪 富士精版印刷(株)
	大同印刷(株)	相互ビジネスフォーム(株)
	(株)賢工製版	(株)美生社
	システム印刷(株)	兵庫 船場印刷(株)
	(株)ウエマツ	丸山印刷(株)
	(株)白橋	奈良 (株)天理時報社
	創文印刷工業(株)	(株)アイブリコム
	(株)アドピア	共同精版印刷(株)
	荏原印刷(株)	(株)明新社
	壮光舎印刷(株)	和歌山 (株)和歌山印刷所
	(株)五色	岡山 研精堂印刷(株)
	弘和印刷(株)	コーホク印刷(株)
	滝澤新聞印刷(株)	愛媛 愛和印刷(株)
	(株)元省美堂	(株)明朗社
	(株)ザ・デジタルソリューションズ	福岡 西日本印刷工業(株)
	(株)長英	西日本ビジネス印刷(株)
	(株)相互	アド印刷(株)
	(株)TONEGAWA	築上印刷(有)
	(株)エス・ワイ・エス	(株)伸和
	広研印刷(株)	泰平印刷(株)
	(株)太陽堂封筒	熊本 (株)啓文社
		(株)池田紙器工業

※都道府県内は認定番号順