信頼の絆で共に伸びゆく新時代 ― 全印工連の CSR マガジン

Shin

2018.03
vol. 12

特集

情報保障とMUD

CSR 認定企業紹介

神奈川 **野毛印刷社**

社会や顧客の「不」の獲得が CSR の原点

東京 **弘和印刷**

地域貢献活動は「社会問題解決のベース」

CSR トピックス

全印工連ＣＳＲ認定、スリースターに新規２社

第 11 回 MUD コンペ表彰式、経済産業大臣賞に秋田印刷製本

「健康経営優良法人認定」が２年目に

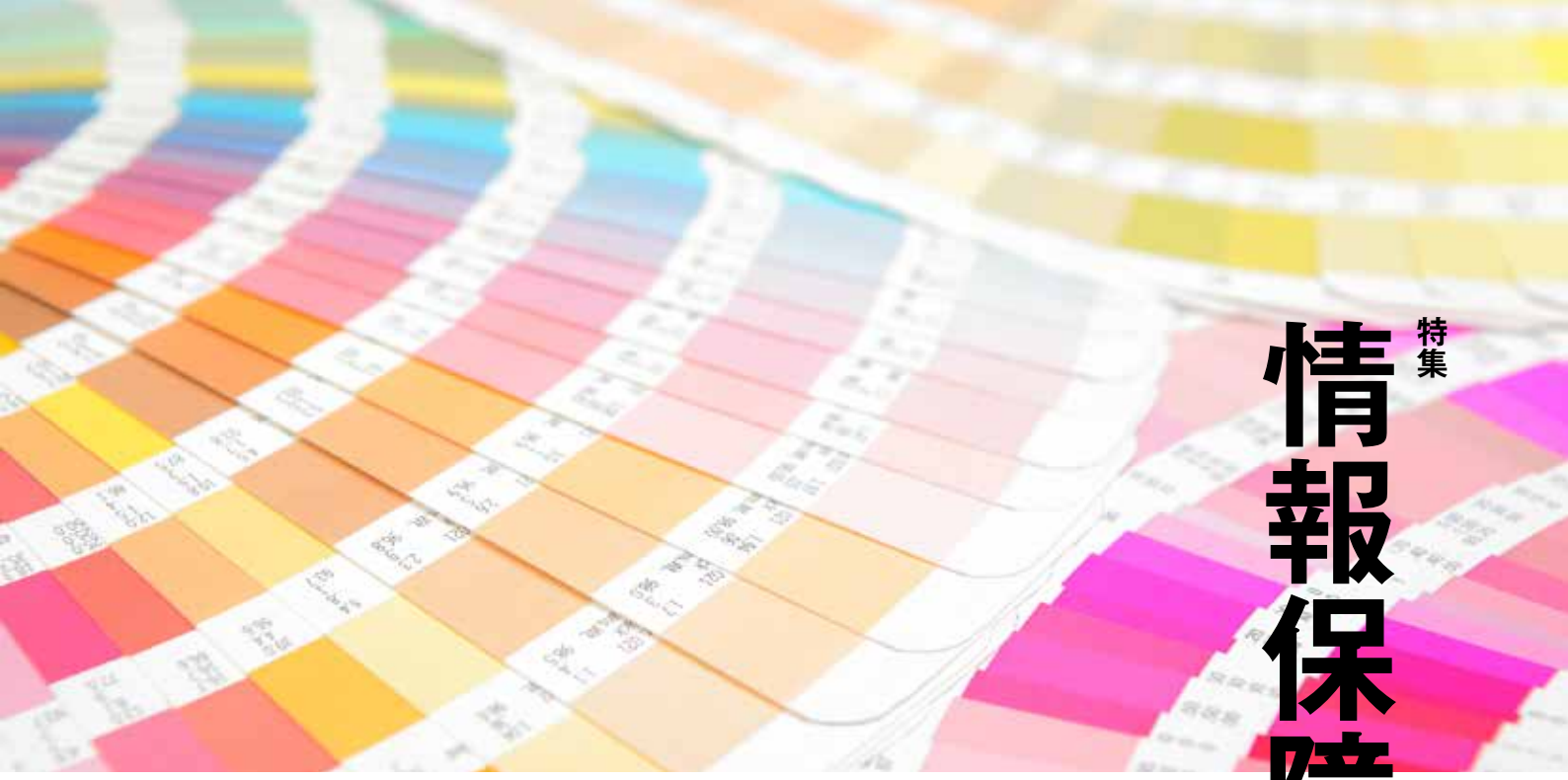
「ジャパン SDGs アワード」、第１回は北海道下川町が最高賞

上場企業の女性役員数は 1510 人、比率は 3.7%

電動車用の電池の再利用へ実証実験―中部電力、トヨタ自動車

「全国の園児に特別な体験を」サンケイリビング新聞社が活動を拡大

全日本印刷工業組合連合会



特集

情報保障とMUD

映画館や劇場といったホール施設での座席までの道のりで、車いすを使う人のルートが健常者のルートとは別に設定されていることがある。利用者の安全面や車いすの動線を考えれば、これはこれで合理的な設計といえるが、車いすの人本人や、その家族、友人等、付添いをする人の中には、「皆で一緒におしゃべりしながら、同じルートで席まで行って、一緒に座りたい」と思っている人も少なくないのではないだろうか。

障害の有無、文化・言語・国籍の違い、老若男女といった差異の如何を問わずに利用できることを目指して、施設・製品・情報を設計（デザイン）することを「ユニバーサルデザイン」（UD）という。昨今の人権意識の高まりとともに、今やUDは企業活動や商品開発などにも欠かせない要件となってきている。

UDは私たちの生活のあらゆる場面に関わってくるが、情報を入手するためのメディア、特に視覚メディアに特化したUDの分野を「メディア・ユニバーサル・デザイン（MUD）」と呼んでいる。多様化する現代社会におけるMUDと情報保障をめぐる動きを追った。

UDの基礎技術として期待高まるMUD

メディア・ユニバーサル・デザイン（MUD）は、2008年に全日本印刷工業組合連合会（全印工連）によって提唱された概念である。全印工連では、メディアを作る者の責任として、誰もが公平に情報を入手可能にするための技術基盤の確立を目指し、①アクセシビリティ（接近容易性）②ユーザービリティ（使いやすさ）③リテラシー（読めて理解できる）④デザイン（情緒に訴える）⑤サステナビリティ（持続可能性を満たす品質であること）を「5つの原則」として体系化した。またMUDを広く社会に普及していくための取り組みとしてNPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会（MUD協会）の設立・活動に

も参画している。MUD協会ではMUDの普及および教育を目的として「メディア・ユニバーサルデザイン教育検定」を実施。印刷業界のみならず、広く社会に対してMUDの知識と技術の教育を実施している。2018年3月現在で、3級合格者が3505名、2級合格者が151名を数え、ダイバーシティ社会におけるMUDへの関心の高さが伺える。

「色のバリアフリー」から始まったMUDへの取り組み

全印工連におけるMUDへの取り組みは、2002年に「色覚バリアフリー」への取り組みとして、東京都印刷工業組合墨田支部を中心に活動が始まっている。

▽02年8月＝東京都印刷工業組合墨田支部で「印刷におけるバリアフリー」セミナーを開催。
▽02年11月＝大学の研究者と行政の協力を得て、「色覚バリアフリーの手引き」を発刊。
▽03年1月＝東京の地下鉄路線図をテーマに「色覚バリアフリーデザインコンテスト」を開催。最優秀作品を元に「地下鉄マップTOKYO」を4万部作成し、墨田区民などに無料配布。
▽05年2月＝全印工連の青年部組織である全国青年印刷人協議会で「印刷業におけるカラーユニバーサルデザインについて」をテーマに講演会開催。
▽06年9月＝「色のユニバーサルデザイン手引書」を発刊。
▽07年4月＝カラーユニバーサルデザインからメディア・ユニバーサルデザインに名称を変更。全印工連の公式事業として全国でセミナーなどの啓発活動を開始。
▽07年8月＝業界初の試みとして「第1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。
▽08年1月＝MUDの更なる普及を目指し、NPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会を設立。
▽11年2月＝第1回メディア・ユニバーサルデザイン教育検定を実施。

一連の活動は現在、地方自治体や企業などに広がっているMUDへの取り組みの一つのルーツとなっている。

また、UD普及に関しては、MUD協会のほかにも公益財団法人共用品推進機構、一般社団法人国際ユニヴァーサルデザイン協議会、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構などが、それぞれの特徴を生かした活動を展開している。

「MUD」から「情報保障」へ

全印工連は2016年に発行した「全印工連2025計画 新しい印刷産業へのリ・デザイン」において「ダイバーシティ2025計画」として、社会の要請としてのダイバーシティとインクルーシブという文脈から、それを実現する手段としてのMUDの重要性を強調している。さらに、基礎技術としてのMUDを基盤として、情報の発信者がすべての受信者に対して情報を保障する「情報保障」へと、印刷業界としても一歩踏み込んだ取り組みを展開していくべきと提案している。まさにUDの基本理念である〈障害の有無、文化・言語・国籍の違い、老若男女といった差異〉を乗り越えて、誰もが等しく情報を受け取ることができる社会の実現を、印刷業界がリードしていくのだという強い意志の表れということができよう。

MUD 教育検定を実施している NPO 法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会
https://www.media-ud.org/

法的にも整備進む情報保障

誰もが情報を受け取れ、違和感なく理解可能な社会は、障害者や子供、高齢者といった社会的弱者だけでなく、健常者にも優しさをもたらすという考え方が社会に広がっている。それにつれ、行政や民間による改善への取り組みは、福祉的な分野としてではなく、人間としての基本的な権利を共有するアクションと認識されるようになっている。この権利を保障しようという考え方が「情報保障」だ。

「２０２５計画」では情報保障について〈狭義には「身体的な障害により情報を収集することが困難な人に対して、さまざまな手段を用いて情報を提供すること」と理解されているが、身体的な障害のない健常者にとっても、情報の収集、そして理解を保障するものといえ、基本的な権利と密接な関係を持っていることを強く認識すべき〉、情報保障の実現から生まれる価値については〈「社会全体のパフォーマンスが最大化すること」が最もダイナミックな価値。パフォーマンスは、収入などの実利的な面と、自己実現や幸福といった精神的な面の両方を含んでいる。すべての人が情報を正しく理解し、利用できるようになることで一人一人が持てる能力を発揮でき、仕事に携わることができるようになる〉と位置付けている。

法的にも情報保障を意識した整備が進んでいる。障害者関連では、16年に施行された「障害者差別解消法」で、障害を理由とする差別が禁止された。その上で、国の行政機関や地方公共団体に対しては「合理的配慮」が法的義務となり、各地の行政機関は情報保障への対応要領や指針を作成し、行動を開始している。民間事業者には合理的配慮が努力義務として課せられている。

情報入手に不自由な人、意外に多く

情報提供側の配慮が不足することで、情報を正しく、効率的に、違和感なく受け取ることに不便を感じている人はどのくらいいるのだろうか。

【障害者】

内閣府の「平成29年版障害者白書」、厚生労働省の「生活のしづらさなどに関する調査」によると、視覚以外の障害も含まれるが、国内の身体障害児・身体障害者は３９２万２０００人、知的障害児・知的障害者は74万１０００人、精神障害者は３９２万４０００人（いずれも推計）。なお、身体障害者に含まれる視覚障害者は約30万人となっている。

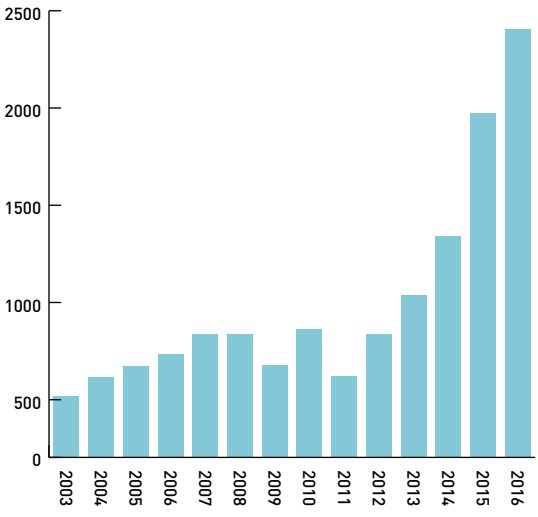
【色覚障害者】

全印工連がＭＵＤに取り組む原点となった色覚障害者は、遺伝学的に日本人男性の約20人に１人（約５％）、女性で約５００人に１人（約０・２％）の割合でいる（日本眼科学会のホームページより）とされ、計約３２０万人。

【高齢者】

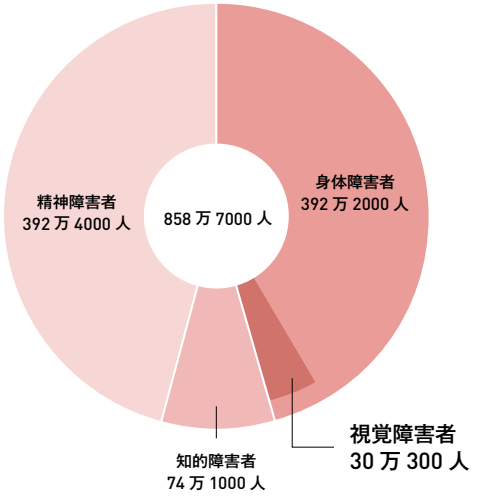
総務省の統計によると、日本の総人口は07

訪日外国人旅行者数（万人）



日本政府観光局調べ

日本の障害者数（推計）



『平成 29 年度版障害者白書』『平成 23 年生活のしづらさなどに関する調査』

年９月現在、推計で約１億２６７１万人と、前年より約21万人の減少。一方で65歳以上の高齢者は同３５１４万人で、同57万人の増加。１９５０年以降、一貫して増加している。また、総人口に占める高齢者人口の割合は27・７％となり、過去最高で、世界で最も高い。90歳以上が初めて２００万人を超えた（総人口に占める割合は１・６％）。

人は皆、視覚、聴覚、嗅覚、触覚、味覚のいわゆる五感で無意識のうちに周囲から情報を得ているが、その感覚は年齢とともに衰えるもの。社会生活の中で不自由を感じている人は多い。

【外国人】

法務省によると、08年６月における中長期在留者数は２１３万７１６０人、特別永住者数は33万４２９８人で、これらを合わせた在留外国人数は２４７万１４５８人と、前年度末に比べ８万８６３６人増となり、過去最高となった。在留カードと特別永住者証明書に記載された国籍・地域の数は１９６に上るという。増加が顕著な国籍・地域としては、ベトナム23万２５６２人（前年末比16・３％増）で、次にネパールが続く。

また、観光庁は18年１月、17年の訪日外国人客数は前年比19・３％増の２８６９万人となり、過去最高を更新したと発表した。

最近ではさまざまな施設や印刷物での多言語表記や、イラスト、ピクトグラムの併用が増えているが、より配慮が行き届くよう努力していくべきだ。

２０２０後のレガシーで世界をリードするために

映画の鑑賞中や講演の聴講中に、不意に一部を見逃したり、聞き逃したりして、ストーリーを追えなくなってしまうことがある。ビジネスでも、何かのプロジェクトチームに新たにメンバーとして加わった場合、それまでのプロセスを十分理解しないまま行動したため、思いもよらないミスにつながってしまったという経験のある人もいるだろう。健常者でもこのようなことがあるのだから、視覚障害者など情報を受け取ることに制約がある人は、当たり前の情報を逐次タイムリーに取り入れることにも常に困難がついてまわり、日々多大な苦労に耐えているはずだ。

１９６０年の訪日外国人客数は今からは想像もつかないほど少ない15万人ほどだったという。そのような状況の中で開催された64年の東京オリンピックでは、当時としてはまさに外国人が〝大挙して〟やって来るという感覚だった。そこで、語学力の問題をクリアするため、公共施設や競技種目をピクトグラムで表現することとなった。オリンピックでピクトグラムが体系的にデザインされたのは64年の東京大会が世界初で、その後の大会でも受け継がれている。

外国人対応のピクトグラムについては半世紀以上経過した現在、「２０２０東京大会」を前に、再び活発な議論が展開されている。温泉マークを飲食店と誤解するといったケースを検証し、誤認の少ないピクトグラムの開発が進んでいる。そこには、障害や年齢、国籍や人種、性別といった差を超えようという視点が盛り込まれている。大会後にはそんな情報保障への取り組みの経験の多くが、公共分野やビジネスの世界にレガシーとして残るだろう。

共用推進機構は、エレベーターや自動販売機、家電機器、乗用車、住宅設備、食品包装などの分野を対象に、身体的な特性や障害にかかわりなく、より多くの人々が共に利用しやすい製品・施設・サービスの市場規模を調査している。２０１５年度の調査では、２兆８６４０億円だった。大きなビジネスとなっている。

印刷業はそもそも、誰にでも分かりやすい情報整理や編集をビジネスとしてきた。媒体が印刷物だけの時代から、ＳＮＳや動画などへと多様化した現代においても、「情報を誰にでもわかりやすく整理し加工する」という本質的な価値へのニーズは変わらない。情報保障が求められる時代にあって、印刷業はその推進役としてふさわしい知見を備えた存在になり得るのではないだろうか。

２０２０を機に、情報保障の分野で日本が世界をリードする存在となり、情報保障をビジネスリソースとして成長させるためには、印刷産業のみならず産学官が力を合わせて推進していく必要がある。２０２０年は目前に迫っている。

全印工連CSR認定企業訪問

株式会社野毛印刷社

本　社：神奈川県横浜市中区相生町5―79　創　業：昭和23年　従業員：115名
代表者：森下　治　認定取得：2017年6月（ツースター）　http://www.noge.co.jp

社会や顧客の「不」の獲得がCSRの原点
社員への浸透進む今、ビジネスとの融合模索へ

――貴社の名刺や会社案内、ホームページにはさまざまな認証マークが並んでいて、長年にわたり各分野で研さんを重ねてきたことがうかがえます。CSRという概念にはどのように向き合っているのでしょうか。

森下治代表取締役社長　2000年代初めに環境や品質でISOの認証を取得して以降、社会や地域に貢献する取り組みや情報セキュリティ、社員の成長を支える活動など、認証の有無にとらわれず、さまざまな活動を進めてきました。そのような中でマークの数が増えていきました。

例えばISOでは、環境、品質それぞれの分野で高度なレベルをしっかりと維持・継続できる体制づくりを進めてきました。これに対し、2015年に全印工連の「CSR認定」を取得してからは、CSRに対してしっかりと意思を固めて推進しなければならないと考えるようになっています。CSRの中にすべての認証や活動を集約しています。CSRを上位概念とし、会社が一つの方向に向かう格好となっています。

最終的には「野毛印刷社といえばこれらのマークや活動がすべて含まれている」と社会や顧客から認識される状態を目標にしています。

各種認証は、外部の基準で客観的に見てもらってもいつでも通用するような会社でありたいとの考えから継続しています。

――社会や顧客に「野毛印刷社といえばすべてが含まれる」と認識してもらうために、何かアピールをしていることはありますか。

森下　当社の取り組みを相手に説明しないと伝わらないのではなく、当社に一歩入ったときに、あるいは社員と接したときに何かを感じていただけるというのが理想です。そのためにはCSRが社員にいかに浸透しているかが重要だと考えています。

企業というものは本物でないと生き残れないのではないでしょうか。どんな社会を理想とし、その中でどんな会社として存続していくのかということを社員全員でしっかりと見つめながら成長していきたいと考えています。突き詰めれば、顧客の立場でどれだけ物事を見ていけるかということに尽きます。社員一人一人が自律的に考え、自分で行動し、自分で責任を持つような会社づくりをしたいと考えています。

――顧客と接する機会の多い営業部門にはどのような問い掛けをしていますか。

森下　「不（ふ）の獲得」という言葉を使っています。顧客にとっての「不」、つまり課題を獲得してその解決に貢献しようということです。地域でビジネスをしている顧客の不は地域の不につながっているからです。

CSR活動を通じて感じるのは、顧客と価値を共有して初めて顧客の立場に立って物事を考えることができるということです。さらに、「先義後利」や「率先垂範」「凡事徹底」「陰徳を積む」といったことができていないとCSRを語る資格はないと思っています。顧客も地域社会も当社がどう変わっているか常に見ているだろうし、当社としても見ていただけるように行動していきたいと考えています。

――社員への浸透度はどのように測ればいいのでしょう。

北澤三郎常務取締役　当社では「環境社会検定試験（eco検定）」（東

企業は本物でないと生き残れないと語る森下治社長

阿部総務部長（左）と北澤常務（右）

京商工会議所主催）に約８割の社員が合格しています。「ＣＳＲ検定」（オルタナ等主催）でも合格者累計が全国第三位です。「メディア・ユニバーサルデザイン教育検定」（メディア・ユニバーサル・デザイン協会主催）には50人近い社員が合格しました。これらは、全員が仕事上の共通言語を持つのと、それぞれの成長を客観的に検証するのが目的です。

その中で最近、自主的に上位の級を受験したり、品質管理にかかわる資格などを取得する社員が出てきました。また、近隣の公園の清掃を自主的に始める社員が増えるようになってきました。そういうことが浸透の表われ、帰属意識の高まりなのだと思います。会社としてもそんな動きを支えたいと考えています。

機運の盛り上りは、仕事面にも表れてくるのではないかと思っています。「他社の営業とは何か違う」と顧客が感じてくれるようになるのが当社の理想とするところです。

――ＣＳＲの具体的な取り組みについて教えてください。

阿部寿和総務部部長・ＣＳＲ推進責任者　当社のＣＳＲは「環境」「社会」「地域貢献活動」などに分類されます。

「環境」では主に、顧客の「環境競争力」を印刷でサポートするため、さまざまな環境ラベルを顧客に推奨しています。工場での３Ｒを徹底した上で、「ＧＰ認定工場」「水なし印刷」「ノンＶＯＣインキ」「ベジタブルインキ」「Ｒマーク」「ＦＳＣマーク」「カーボンオフセットマーク」「グリーン電力」「クローズドループリサイクル」などのラベルを印刷製品に表示できる態勢となっています。

「社会」分野では、当社のプライベートブランドの森林認証紙「ＦＳユースコート」「ＦＳユースマット」を採用していただけるよう働き掛けています。これらの用紙を採用いただくことで、用紙代金の１％をあしながが育英会に寄付し、東日本大震災遺児支援全般に役立てていただいています。

「地域貢献活動」では、地域を意識した経営を行い、本業やその他の活動を通じて、環境保全活動、地域ボランティア活動などの社会的事業に取り組んでいる企業などを認定する「横浜型地域貢献企業認定制度」（横浜企業経営支援財団主催）の最上位認定を２００８年に取得しています。

また、当社が参画・協賛しているさまざまなイベントやプロジェクトには年々、社員の参加が増加しています。アクションポート横浜、教育支援協会の両ＮＰＯと連携して近隣の子供たちの社会教育に取り組む活動「みなみハッピープロジェクト」を14年から展開しています。学生や近隣の企業・お店とともに、子供たちに工場見学や職場体験など学びの場を提供しています。学生にその様子を動画配信してもらい、地域のプロモーションを展開するプログラムも組み込みました。

毎年クリスマスシーズンに展開されている「横浜サンタプロジェクト」は今や、冬の風物詩となっていますが、当社は17年、実行委員会の取りまとめ役となりました。障がい児の

みなみハッピープロジェクトで子供たちに学びの場を提供

サンタプロジェクト 2017 のブースで子供たちと

資源分別ステーションを運営（湘南マラソン 2016 で）

訓練会への訪問やブース出展も行い、当社オリジナルの「エコかるた」や、クリスマスツリーに願い事を書いてもらったオーナメントの飾り付けなど、子供たちと楽しい時間を過ごしました。

「湘南国際マラソン」では「環境にやさしい大会」を目指しており、当社は飲食ブースから排出されるごみを分別するブースを運営しています。ここでも子供たちとエコかるたや「エコクイズ」で楽しみました。

また、近隣の道路清掃や美化活動を目的として横浜市道路局が主体となって進めている「ハマロード・サポーター（道路の里親制度）」に参画しています。

横浜市立大学の寄付講座にも参画し、社員が当社のＣＳＲについて講義しています。

こうした活動を展開していると、参加企業・団体・市民とさまざまな交流が生まれてきます。さまざまな角度でのコミュニケーションの中心に当社が存在できるような形になれば面白いなと感じています。

――会社や社員の自主的で積極的なＣＳＲ活動とビジネスは融合していくのでしょうか。

森下　社員はＣＳＲをベースに仕事に日々取り組む中で、自分の役割や思いが生まれてきているはずです。持続可能な社会作りの大切さも分かってきました。一方でビジネスは今後も厳しさを増していくでしょう。ですから、ＣＳＲとビジネスは両輪で走っていかなければなりません。

ＣＳＲは世の中の役に立つということだけでなく、社会の課題に果敢に取り組むことによって新たなビジネスを創出していくという観点を盛り込みながらしっかりと継続していきたいと思います。それが顧客に対しては不の獲得につながっていくのだろうと考えています。

――今後、不の獲得はどのような形に発展していくのでしょうか。

森下　いわゆる「ソーシャルビジネス」のようなものを小さな規模でいくつも創出していけるようにするのが理想です。

詳細は申し上げられませんが、現在、障害者の雇用や障害者によるビジネスを支援できる保険の設計を保険会社との間で進めています。

障害者就労施設で作られているお菓子が、おいしさやパッケージで売れ行きが向上するような支援もビジネスとして展開したいと考えています。

また、すでに他の企業や団体が展開している例をイメージとして挙げると、横浜のあるＮＰＯが飲料メーカーと協力し、自動販売機におむつを入れてもらって販売することで、地域の子育て支援をしているという取り組みがあります。東京には、一人暮らしの高齢者向けに弁当を販売しつつ、一人での寂しい食事をせずに済むよう、コミュニケーションの場を提供するＮＰＯがあります。これらは小さいながらもビジネスになっていますし、ビジネスでないと継続できません。社会に必要とされるビジネスならば拡大していくはずです。

横浜市大での寄付講座

当社としては、何らかの不を獲得し、その解決を深める中で、小さなビジネスを見いだしたいと考えています。手を挙げた社員にそれを任せることもできるでしょう。そしてそのビジネス同士を掛け合わせればさらに新たなビジネスが生まれるかもしれません。また、当社とお付き合いいただいているさまざまな業種の多くの企業ともビジネスの創出が可能でしょう。

私はライフワークの一つとしてそのような形を会社に残していきたいと考えています。

そのために、ＣＳＲの取り組みを通じて、当社が何を目指すのか、価値観をどこに置いているのかが社員一人一人から常ににじみ出ているような会社づくりを進めていきたいのです。

全印工連CSR認定企業訪問

弘和印刷株式会社

本　社：東京都足立区本木南町15―17　創　業：昭和39年　従業員：20名（グループ30名）
代表者：瀬田章弘　認定取得：2014年9月（ワンスター）　http://www.kowax.jp

顧客の幸せは、社員の幸せが生む地域貢献活動は「社会問題解決のベース」

――CSR活動を日々、どのような思いで展開していますか。

瀬田章弘代表取締役社長　CSRは漢方薬のようなものです。長い時間をかけて取り組むことで、会社を強くしてゆくものだと考えています。ビジネスとしてマーケティングや営業活動はもちろん重要ですが、それはCSRがあってのものだと考えています。

当社は経営理念で、当社の事業にかかわる人たち、出会った人たちが今より幸せになってほしいということを掲げています。まず、かかわる人たちとは日々働いている社員、それを支えてくれる取引先、私たちが事業を営むことを許容してくれている地域の人々、そして、支持してくださる顧客です。

この順番も大切なことだと考えています。企業ですから、顧客に喜んでもらうことは当然のことですが、それはそもそも、毎日知恵を出し、汗をかいて共に働いている人たちあってこそと考えています。その人たちを犠牲にしつつ、顧客に継続的に良いサービス・製品を届けることには無理があると考えています。

――「CSR認定」を取得する前に、「GP認定」と「JPPS認定」を取得しています。BCP対策も仕組化しました。瀬田社長自身は「MUD」を推進するメディア・ユニバーサル・デザイン協会の理事でもありますし、企業理念にもある地域貢献にも熱心に取り組まれています。CSR認定にはさまざまな項目がありますが、何か強化した点はありましたか。

瀬田　CSR認定に向け、自己満足ではなく、社会から見て不足している部分を補強し、最終的には社会に役立つ会社を目指したいと目標を掲げました。

特に、働く環境を充実しなければならないと感じました。当社は30人弱の小規模グループなので、1人でも社員が休むとほかの社員へのしわ寄せは大きなものがあります。そこで、多能工化を推進しました。1人が何役もこなせれば、誰かが休んでも誰かがフォローし、仕事は通常通り進行できます。

また、作業の見える化を進めることで、現場でもほぼ予定通りの時間で仕事が終了し、長時間労働の解消にもつながりました。

――印刷オペレータはいくつかの種類の機械を回せるということでしょうか。

重田明彦執行役員　印刷オペレータはほぼ全員、複数の機種を稼働させることができます。当社の機種ラインアップはそれぞれ、型が違っていて、癖も特有なものがあります。それゆえ、複数の機種を回すのは大変なことなのですが、会社全体としては精神的に余裕が生まれています。例えば、納期の迫る日に誰かが休んでも顧客に迷惑を掛けずに済みます。

多能工化は印刷オペレータだけではありません。私は営業を担当していますが、トラックを運転して納品もします。納品は当社の営業の必須の仕事です。また、空き時間にはフォークリフトを動かし、刷本移動もしています。

瀬田　私も納品しますよ。（笑）

――社内的な残業削減と同時に、顧客への対応もおろそかにならない。ワークライフバランスも充実するのではないでしょうか。

重田　当社には幼稚園児・保育園児を持つ社員が多くいます。多能工化

長く働き続けられる職場にしたいと語る重田明彦執行役員

足立区協創シンポジウムで講演する瀬田社長

していることで、園の行事が平日にあっても安心して休めるのです。

瀬田　もっと柔軟に、例えば奥さんの誕生日には早く帰宅してもらうなど、できる限りの機会を与えたいと思っています。

重田　特に制度化されているわけではないのですが、柔軟に休める雰囲気をつくっています。一人一人、人生も家族構成も違います。会社としてできる限りのことをしたいのです。長い人生の中で長く働き続けられる職場にしていきたいと考えています。そうすればいい人材が集まりますから、会社も良くなります。

瀬田　会社が良くなれば顧客にも喜んでいただけます。それは当社の理念でもあります。

――企業理念にもうたわれている地域に対しての貢献活動について教えてください。

瀬田　全国に地域活性を目的にした「マーチング委員会」活動が広がっていますが、足立区の印刷会社有志が集結した「あだちマーチング委員会」は２００９年、全国で２番目に立ち上がりました。当社は事務局を務めています。街並みの水彩画作品は現在、１００点に上っています。今後も、展示会などの機会を通じ、多くの人に足立区の良さを知ってもらいたいと考えています。印刷会社としてしっかりと情報発信役を担っていきたいと思います。

「あだちマーチング委員会」の街並みイラスト

――活動はどう広がっていますか。

瀬田　マーチング委員会に参画している印刷会社が中心となり、出版社やクリエーターらと手を携え、紙をテーマとしたイベント「紙ものフェス」を開催しています。昨年11月、２回目を区内の神社の境内で実施しました。印刷・紙の関連企業が自社製品をブース展示したほか、ワークショップを展開しました。また、区内で人気のショップや飲食店にも出展してもらっています。30の企業やお店などが参加し、４５０人ほどの来場をいただきました。私が統括役を仰せつかっています。

盛り上がる「紙ものフェス」

会期は１日だけですが、印刷や紙にあふれる楽しさや、区内でこだわりを持って仕事をしている人やものを人々に紹介したいと考えています。

印刷関連のワークショップでは、紙バッグ作りや木版画教室、香るしおりやブックカバーの作り方、ラッピング教室など、盛りだくさんなプログラムが組まれました。

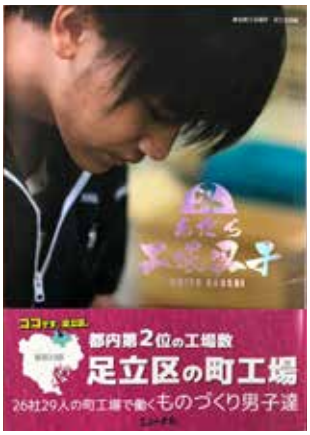
来場者と出展者の新たな出会いや、出展者同士のコラボレーションがすでに生まれています。私たちはそのハブになりたいと思っています。それは印刷会社の重要な機能でもあるのではないでしょうか。

来場したクリエーターからは印刷関連ブースの多様な技術を見て、相談を持ち掛け、新たな仕事が始まっている例もあります。印刷会社にとってはクリエーターとのもの作りは楽しいものです。

――行政とは違う立場での地域貢献イベントとなっています。

瀬田　区の民間委員や商工会議所の立場での取り組みが行政とのタイアップにつながった例もあります。会議所が昨年、区内の工場で働く若い男性を紹介する写真集「あだち工場男子」を発刊しました。ＴＶや新聞

2017年9月号の足立区広報。左が弘和印刷の「工場男子」



など各マスコミに取り上げてもらいました。当社の社員も載っています。

町工場はイメージが決して良いとはいえませんが、職人としての気概と誇りをもって働いている若者がたくさんいます。その姿や仕事風景を伝えたかったのです。各所属企業のためでもありますが、地域のPRにも貢献していると思います。

写真集は区役所にも響きました。写真集の中から3人の写真が区の広報紙の1面を飾るとともに、10月には「あだち工場男子展」が開催され、等身大のパネルが区のホールに置かれました。

――さまざまな角度から地域を盛り上げようとしているのですね。

瀬田　中小企業は自社だけが良くなろうというのは難しいのです。地域が良くなれば自社も良くなるだろうと思い、いろいろな角度から動いていきたいと考えています。多くの活動はボランティアですが、自己満足ではなく、最終的には自社に返ってくる循環が生まれています。

――CSRのフィルターを通すと、日々のビジネスはどう変わりますか。

瀬田　印刷業は「課題解決業」だと思っています。顧客企業は課題をたくさん抱えています。きめ細かい課題への対応には印刷会社が適していると思うのです。印刷会社は課題をうかがう段階からもの作りまで、つまりものごとの最終段階までを担うことができます。顧客にずっと寄り添っていけるのです。このような業種はなかなかないと思います。

営業先で当社が課題解決を標榜する会社だと説明するとき、ベースとしてCSRを大切にしていないと信頼されません。

顧客は当然、業績を上げるため、製品やサービスの品質や価格競争力を向上させようとさまざまな努力を積み重ねています。ただ、基本的に、どんな企業も圧倒的な差別化を打ち出せずにいます。いい製品を作ってもすぐに2番手が追い付いてくるという展開の繰り返しです。価格についても同様です。

そんな軸で競争を続けていてもハッピーにはなれるわけもなく、顧客は新たな軸として、自社のファンづくりを進める傾向にあります。顧客の顧客や消費者に「この会社のものを買おう」と思ってもらえる戦略を立てたいと考えています。その背景にCSRが必要となっているのではないでしょうか。

その戦略を共に担うのは当然、CSRに取り組んでいる企業ということになります。

――今後、どのようなことがテーマとなっていくのでしょうか。

瀬田　そもそも、ビジネスは相手の課題を解決する行為です。ですから、社会貢献の一方向ととらえることができます。ただ、貧困や待機児童、雇用や学習の機会拡大といった深い社会問題を解決するためのビジネス、「ソーシャルビジネス」といった取り組みはこれからのテーマです。また、若い人たちの支援もしていきたいと考えています。クリエーターや起業家、IT分野の人たちがこの地域でがんばれるように、努力を惜しまないつもりです。

それを確かなものとするには、ビジネスとして継続できるようにすることが必要です。せっかくこの地域でビジネスをしているのですから、この地域の問題点をビジネスによって解決できる方法を見いだしていきたいと思っています。

今、その下地を作っている段階だと考えています。商工会議所や行政など地域のネットワークで活動しているのはそのためです。足立区にCSRが浸透していけばと思っています。

CSRと広報を推進するチームメンバー

障害者の法定雇用率、4月1日から引き上げ
従業員45・5人以上が対象

障害者の法定雇用率が4月1日から引き上げられる。民間企業は、これまでの2・0%から2・2%に、国・地方公共団体等は2・3%から2・5%に、都道府県等の教育委員会は2・2%から2・4%に変更される。また、障害者を雇用する義務がある民間企業の事業主の範囲も、従業員50人以上から45・5人以上に変わる。

国は、障害者雇用率の引き上げを進めており、民間企業については2021年4月までに2・3%にする計画。2・3%となった際には、対象となる事業主の範囲は従業員43・5人以上に広がる。

法定雇用率は現在の労働市場における全労働者に占める障害者の数によって算出されるが、この度の法改正により、これまでの身体障害者、知的障害者に加え、精神障害者も対象に加えられたため、法定雇用率が引き上げられることになった。平成29年度障害者白書によれば精神障害者数は392万4千人と、身体障害者を2千人上回り、障害種別で最大となっていることから、影響が大きいとみて段階的に引き上げされることになっている。

法定雇用率とあわせて、2016年に施行された障害者差別解消法では、「合理的配慮」の努力義務が企業に課せられ、障害者を雇用することはもちろん、そのための環境を整えることも企業の義務とみなされるようになってきている。しかしながら法定雇用率が2・0%だった2016年3月現在でさえ、法定雇用率達成企業の割合は48・8%にとどまっており、引き上げにあたっての課題は多い。

障害者を活用することで、全体の生産性が向上するという研究結果もあることから、障害者雇用を義務ではなく、成長のチャンスと捉え直すパラダイムシフトの発想が求められている。

揺れる働き方改革法案
高度プロフェッショナル制度も焦点に

政府・与党は2月28日、開催中の国会への裁量労働制の拡大（課題解決型提案営業職などを対象とした「企画業務型裁量労働制」）に関する法案の提出を断念した。議論の基礎となるデータの再調査を実施した上での仕切り直しとなる。裁量労働制に関しては働き方改革関連法案から切り離し、時間外労働の上限規制、同一労働同一賃金の導入、高度プロフェッショナル制度の創設等について法案の提出を目指す。

働き方改革関連法案を巡っては、高収入の一部専門職を労働時間規制の対象から外す「高度プロフェッショナル制度」（特定高度専門業務・成果型労働制）についても野党側の批判は強く、今後の議論の焦点となりそうだ。

同制度は、研究開発者、金融商品の開発者、アナリスト、コンサルタントなど、年収1075万円以上の労働者が対象。すでに、時間配分の決定が困難な業務従事者（システム技術者、編集者、デザイナー、弁護士、建築士など）を対象とした「専門業務型裁量労働制」は導入されており、研究開発者やアナリストも対象に含まれているが、高度プロフェッショナル制度ではより高い専門性を有する労働者を想定している。

最も大きな違いは、「専門業務型裁量労働制」では、裁量労働の範囲を超えた時間外・深夜・休日労働に対して割増賃金を支払う必要を認めているのに対し、「高度プロフェッショナル制度」ではそうした規定そのものがなく割増賃金が適用されない点である。短時間で成果を上げられる労働者は、自立的で柔軟性の高い働き方が可能になる反面、年収低下や働き過ぎとなる労働者を生む懸念も指摘されている。

裁量労働制社員の過労死事故なども起きていることから、制度の如何にかかわらず、適用には慎重な判断が求められそうだ。

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、
一人ひとりの知がつながれば、
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、ご相談などはお客様相談センターへ。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

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/

全印工連ＣＳＲ認定スリースターに新規２社

全日本印刷工業組合連合会の全印工連ＣＳＲ認定委員会は２月、最上位のスリースター認定に新日本印刷（名古屋市）とユニバーサルポストグループ（広島市）を新たに認定した。昨年12月に開催された委員会における判定の結果、追加資料の審議を経て、認定登録の運びとなった。

スリースター認定企業は、昨年６月に認定されたアインズ（滋賀県蒲生郡）に続き３社となった。

第11回ＭＵＤコンペ表彰式 経済産業大臣賞に秋田印刷製本

全日本印刷工業組合連合会が主催する「第11回メディア・ユニバーサルデザインコンペティション」の表彰式が、２月27日に日本印刷会館で開催された。経済産業大臣賞は、一般の部で秋田印刷製本（大門一平社長、秋田市）の「コミュニケーションカード」、学生の部で大阪市立デザイン教育研究所の安藤綾音さんによる「水の事故防止教室」が受賞した。今回は応募作品２２７点（一般53点、学生１７４点）の中から計20作品が入賞した。

秋田印刷製本の「コミュニケーションカード」は、災害時に避難所の受付で外国人に避難者情報を記入してもらう際のツール。一度の記入で避難所運営者の控えと本人控えの２枚を用意できる複写式にし、ファイリングするための２穴加工、コンパクトに折り畳めるよう切り込み加工も施している。裏面には簡単な会話用イラストを入れ、コミュニケーションの負担を軽減できるよう配慮したほか、外国人登録者数上位の８言語に対応した。

表彰式に合わせて講演会も行われ、ＮＰＯ法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会の浦久保康裕理事長が、年齢・性別・国籍・人種・言語・文化・宗教などが異なる人々に対して情報を公平に伝える「情報保障の時代」について語った。

「健康経営優良法人認定」が２年目に

経済産業省は２月20日、「健康経営優良法人２０１８」として、大規模法人部門に５４１法人、中小規模法人部門に７７５法人を認定した。大規模法人部門では、大日本印刷、凸版印刷、図書印刷、トッパン・フォームズなど。中小規模法人部門では、全国で約20社の印刷会社が認定された。秋田活版印刷（畠山紀夫社長、秋田市）など、中小部門のうち９社は昨年に続いての認定となっている。

経済産業省では、健康経営に取り組む優良な法人を顕彰する「健康経営優良法人制度」を２０１７年から開始した。企業からの申請に基づいて審査する。認定基準には、健康経営の宣言、経営者自身の健康診断の受診、従業員の健康を改善する担当者の設置、法令違反がないこと、ストレスチェックの実施、受動喫煙対策の実施、長時間労働抑制への取組みなどがある。

同制度は、地域の健康課題に即した取組みや健康増進などを積極

的に進める法人を「見える化」することで、従業員や求職者、関係企業、金融機関などから「従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践している法人」として社会的に評価を受けられる環境づくりを目的としている。健康への投資が、従業員の活力向上や生産性の向上など、組織の活性化をもたらし、ひいては業績や株価の向上につながるという期待がある。

「ジャパンSDGsアワード」第1回は北海道下川町が最高賞

外務省は、「ジャパンSDGsアワード」を創設し、第1回受賞団体を2017年12月に発表した。SDGs推進本部（内閣総理大臣）賞は北海道下川町が受賞した。

人口約3400人、高齢化率約39%の下川町は、町の自治基本条例に「持続可能な地域社会の実現」を位置付け、統合的に取り組んでいる。具体的には、持続可能な森林経営を中心に、適正な木材、木製品の生産と供給、森林の健康や教育への活用、未利用森林資源の再エネ活用、再エネ熱供給システムを核としたコンパクトタウン等を推進している。

同アワードは、SDGs（Sustainable Development Goals: 国連が採択した持続可能な開発目標）達成に資する優れた取組みを行っている企業・団体を選定し表彰するもので、主催は内閣のSDGs推進本部。普遍性、包摂性（ジェンダー等）、参画性、統合性、透明性と説明責任の評価項目に対して、4段階で評価する。

上場企業の女性役員数は1510人、比率は3・7%

内閣府男女共同参画局は3月8日、上場企業における女性役員数について、有価証券報告書の情報に基づく数字を発表した。2017年7月時点での女性役員数は1510人、昨年比で122人増加した。役員全体に占める割合は3・7%。

直近10年間の推移を見ると、2007年から2011年までの4年間は0・2%増とほぼ横ばいで推移。安倍総理から経済界への要請（役員・管理職に女性の積極的な登用）をはさむ2012年から2017年は、5年間で約2・4倍に増加した。

しかし、2015年12月に閣議決定した第4次男女共同参画基本計画において示された目標は「2020年に10%」（女性役員数約4000人）であり、なお目標とは大きな隔たりがある。

電動車用の電池の再利用へ実証実験―中部電力、トヨタ自動車

中部電力とトヨタ自動車は1月31日、ハイブリッド車や電気自動車など電動車の駆動用電池をリユースした大容量蓄電池システムの構築と、使用済み電池のリサイクルについて、実証実験を開始すると発表した。トヨタの電動車から回収した電池を、中部電力が蓄電池システムとしてリユースし、電力系統におけるさまざまな課題に応じて活用していくことを目指す。2018年度には実験を開始し、その結果を踏まえ、2020年度には発電出力約1万キロワット（駆動用電池1万台相当分）の導入を目標とする。

リユースする電池は、現在ハイブリッド車を中心に大量に使用されているニッケル水素電池に加え、2030年度頃の蓄電池システムでは、今後普及が見込まれる電気自動車やプラグインハイブリッド車で使用されるリチウムイオン電池も活用する予定。

「全国の園児に特別な体験を」サンケイリビング新聞社が活動を拡大

サンケイリビング新聞社（東京都千代田区）は、全国の幼稚園児に、初めての特別な体験を届ける「FIRST STEP PROJECT」を展開している。

この活動は2010年にスタートして以来、8年間で全国約140園、2万7000人以上の子供たちに、歌舞伎、和楽器、影絵、プラネタリウム、落語など、日頃の園の活動では体験できない催しを提供してきた。全日本私立幼稚園連合会などが推進する「こどもがまんなかPROJECT」とも連携しながら展開している。2018年から保育園にも活動を拡大する。

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（2018年3月現在）

スリースター認定（3社）			
愛知	新日本印刷㈱	広島	ユニバーサルポストグループ
滋賀	アインズ㈱		
ツースター認定（16社）			
福島	㈱日進堂印刷所	東京	文唱堂印刷㈱
千葉	㈱太陽堂印刷所		杉山メディアサポート㈱
神奈川	㈱協進印刷	愛知	㈱マルワ
	㈱大川印刷		㈱二和印刷紙業
	㈱野毛印刷社	石川	㈱笠間製本印刷
長野	亜細亜印刷㈱	香川	㈱ミヤプロ
東京	池田印刷㈱	福岡	㈱ミドリ印刷
	六三グループ		㈱博多印刷
ワンスター認定（93社）			
北海道	㈱ヒロミ産業	東京	㈱光邦
	㈱アイテックサプライ		音羽印刷㈱
	中村印刷㈱		㈱ナカニワ印刷
	㈱正文舎	愛知	木野瀬印刷㈱
	北陽ビジネスフォーム㈱		プリ・テック㈱
	植平印刷㈱		半田中央印刷㈱
宮城	㈱東北プリント		豊橋合同印刷㈱
	㈱ユーメディア		㈱愛知印刷工業
秋田	秋田印刷製本㈱		㈱荒川印刷
山形	㈱青葉堂印刷	三重	伊藤印刷㈱
	精英堂印刷㈱	岐阜	㈱岐阜文芸社
栃木	足利印刷㈱		トーヨー印刷㈱
埼玉	望月印刷㈱		ヨツハシ㈱
	㈱アサヒコミュニケーションズ		協同印刷㈱
千葉	㈱総合印刷新報社		日本印刷㈱
	㈱弘報社印刷	石川	ヨシダ印刷㈱
神奈川	関東プリンテック㈱		㈱ダイトクコーポレーション
	三昇堂印刷㈱	富山	第一共同印刷㈱
新潟	㈱第一印刷所		朝日印刷㈱
	㈱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㈱
	㈱あけぼの	大阪	㈱ダイム
山梨	相互印刷㈱		相互印刷㈱
静岡	日本レーベル印刷㈱		富士精版印刷㈱
	㈱中央パッケージング		相互ビジネスフォーム㈱
東京	大同印刷㈱		㈱美生社
	㈱賢工製版	兵庫	船場印刷㈱
	システム印刷㈱		丸山印刷㈱
	㈱ウエマツ	奈良	㈱天理時報社
	㈱白橋		㈱アイプリコム
	創文印刷工業㈱		共同精版印刷㈱
	㈱アドピア	和歌山	㈱和歌山印刷所
	荏原印刷㈱	岡山	研精堂印刷㈱
	壮光舎印刷㈱		コーホク印刷㈱
	㈱五色	広島	㈱中本本店
	弘和印刷㈱	愛媛	愛和印刷㈱
	滝澤新聞印刷㈱		㈱明朗社
	㈱木元省美堂	福岡	西日本印刷工業㈱
	㈱ザ・デジタルソリューションズ		西日本ビジネス印刷㈱
	㈱長英		アド印刷㈱
	㈱相互		築上印刷㈲
	㈱ TONEGAWA		㈱伸和
	㈱エス・ワイ・エス		泰平印刷㈱
	広研印刷㈱	熊本	㈱啓文社
	㈱太陽堂封筒		㈱池田紙器工業
	㈱プライズコミュニケーション		

※都道府県内は認定番号順

shin vol.12　2018.3.29
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

CSR P-00026

GREEN PRINTING JPPI 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