

Shin

2018.12

vol. **14**

特集

印刷産業と環境

CSR 認定企業紹介

北海道 **正文舎**

職場体験の受け入れが社員教育に直結

東京 **ウエマツ**

すべてのステークホルダーに情報公開

CSR トピックス

管理職も労働時間把握を義務化

政府、継続雇用年齢の70歳まで引上げへ法改正検討

豊島区、フードロス削減対策で食材受け入れ窓口を常設

第17回印刷産業環境優良工場表彰、2工場に経済産業大臣賞

GP環境大賞、タカラトミーが4年連続の受賞

NTTタウンページ、GPマークを全面採用

日印産連、「プラスチックごみ問題研究会」を発足

日印産連「知財公開フォーラム」に260名が参加



印刷産業と環境

今年12月にポーランドで開催された国連気候変動枠組条約第24回締約国会議(COP24)では、2020年以降の地球温暖化対策を定めた「パリ協定」の実施に向けたルールが一応採択され、各国における新たな地球温暖化対策がスタートすることとなった。地球温暖化対策が待ったなしの状況にあることは全人類が共有しているところではあるものの、その実施に向けては各国の政治的な思惑もあり、実効性のある対策はほとんど進んでいない。私たちは、持続可能な地球環境と、経済の発展の両立をどのように実現すれば良いのだろうか。

産業界で環境対策といえば真っ先に槍玉に挙げられる感のある「紙」。この紙を扱っている産業として、印刷産業から見る環境対策についてまとめた。

進展する地球温暖化

まず現在の地球温暖化の状況はどのようになっているのかを確認してみよう。2013年に発表された「国連気候変動に関する政府間パネル(IPCC)」の第5次評価報告書によれば、陸上・海上を合わせた地球全域での平均気温は、1880年から2012年の間に0.85℃上昇していると、地球が温暖化していることは疑う余地がなく、それが人間の影響である可能性が極めて高い(95%以上の確率)と結論づけている。気温の上昇は日本でも同様に見られ、この100年で

1:15℃と、世界平均よりも上昇幅が大きくなっている。また日本近海の海水温もこの100年で1.08℃の上昇と、世界平均の0.51℃を大きく上回っており、日本周辺は気温上昇のホットスポットになっている様子が見える。近年の豪雨被害や台風の大規模化による被害拡大がうなづける結果となっている。

日本の温室効果ガス排出量の推移

日本は、世界全体の二酸化炭素排出量の約3.5%を排出しており、国別では、中



出典) IPCC 第5次評価報告書 全国地球温暖化防止活動推進センターウェブサイト (<http://www.jccca.org/>) より

国、アメリカ、インド、ロシアに次いで世界で5番目に多く二酸化炭素を排出している。2016年度の温室効果ガス排出量(二酸化炭素換算)は約12億600万トンであり、2013年をピークにここ最近では減少が続いている。京都議定書の基準年である1990年と比較すると2・7%増加しているが、パリ協定の基準年である2013年と比較すると7・3%減少している。パリ協定における日本の目標値は、2030年までに2013年比で26%なので、今のところ順調に推移しているといえよう。部門別の内訳をみると、1990年比の削減率は、工業プロセス17・8%減、運輸部門11・9%減、産業部門10・4%減となっており、運輸部門と産業部門は元々の排出量が多いことから、全体の排出量削減にはかなり貢献しているといえる。これは民間企業各社の努力に加え、省エネ技術の進歩によるところが大きいと考えられる。一方家庭部門は8・2%の増と、部門別では唯一の増加となっており、家庭部門での排出量削減が今後の課題ということになる。

印刷産業における環境対策の取り組み

1991年に発表された「経団連地球環境憲章」、96年の「経団連環境アピール」、97年の「経団連環境自主行動計画」など、経団連の一連の環境行動に呼応して、日本印刷産業連合会(日印産連)でも2005年より実態把握を始め、自主行動計画への参加企業を募

集し、取り組みを進めている。現在「低炭素社会実行計画」「循環型社会形成自主行動計画」「VOC排出抑制自主行動計画」など、産業の特性を考慮した自主行動計画を展開、現状の把握と目標達成のための情報提供に努めている。2016年度における自主行動計画への参加企業のカバー率の見直しは、売上高規模で58%となっている。

グリーンプリンティング認定制度

印刷産業における環境への取り組みとして特筆すべきなのが「グリーンプリンティング認定制度(GP認定制度)」である。日印産連では環境保全に配慮した活動の中心として、「GP認定制度」を推進。2006年に創設されたこの制度は、印刷業界の環境配慮自主基準(グリーン基準)に基づき、①基準を達成した印刷関連工場の認定、②認定された工場(GP認定工場)が製造した印刷製品へのGPマーク表示、③印刷関連工場が製造工程で使用する資機材を認定、の3つの制度を運用している。また印刷方式にあわせて、①オフセット印刷部門、②シール印刷部門、③グラビア印刷(軟包装)部門、④スクリーン印刷部門という4つの部門に分かれており、2018年12月現在、397工場が



GP 印刷製品認定マーク (スリースター)

認定を受けている。

GP工場認定制度は、認定基準に基づき客観的な審査によって環境配慮された印刷工場を認定する制度で、認定基準は事業所全体と工程別に決められている。審査・認定は、GP認定審査員が書類審査と現地審査を行い、第三者で構成するGP工場認定委員会において審査し認定する。認定を受けたGP認定工場は、3年に1回の更新審査を受ける。認定基準は法令遵守をはじめ、地域住民への環境影響（悪臭、騒音、振動等）の低減、VOC発生などの大気汚染防止、廃棄物削減、リサイクル推進、地球温暖化防止など、地球規模での環境対応を基準化している。

GP資機材認定制度は、印刷工場が購入・使用する資機材を環境配慮基準に基づき認定する制度で、洗浄剤、エッチ液、印刷版、現像機、セッター、製版薬品、デジタル印刷機等が対象となる。環境配慮の度合いにより、3段階のGPマークが表示される。

GP製品認定制度は、GP認定工場が製造し、用紙、インキ、製本・表面加工方法等が環境配慮基準を満たした印刷製品に、GPマーク（環境ラベル）を表示できる制度。GPマークは製造工程と印刷資材全てが環境配慮されている高度な環境ラベルとして、官公庁の発行者、CSRレポートから一般のパンフレットなどさまざまな印刷製品に表示されている。

現在では、グリーン購入法の「印刷各工程の環境配慮」がGP認定基準の必須項目と同等になっているほか、東京都グリーン購入ガ

イドでも同基準を求めている。また、環境省の『プレミアム基準策定ガイドライン』では、信頼できる業界団体による一定水準を満たした認定制度として本制度をとりあげ、事業者を選定する場合の基準設定例に「グリーンプリンティング認定制度の認定工場（事業所）であること」と記載されるなど、社会的な認知度が高まっている。

廃棄物削減とリサイクル推進の必要性

印刷産業が循環型社会に向けて注力していることのひとつに廃棄物の削減が挙げられる。一般社団法人資源・リサイクル促進センターによると、2015年の我が国における物質フローは、約15億トンの資源投入量に対し、財の生産量が約8.5億トン。この財の生産のために約4.5億トンのエネルギーを消費し、0.6億トンの有価副産物と3.9億トンの産業廃棄物を排出。このうち、2.5億トンは再生资源として循環利用され、0.8億トンは堆肥等として土壌に還元され、どうしても再利用できない1400万トンが埋立等最終処分されている。再生资源として利用される2.5億トンのうち3100万トンは輸出されているが、今年中国が廃プラスチック類の輸入禁止措置を発表したことで、これらの行き先がなくなり問題になっている。

環境負荷を減らし、循環型社会を実現するためには、できるだけ新規の資源投入量を削減しなければならない。最近10年の資源投入

量の推移を見ると減少傾向にはあるが、再生资源の量が増えているというわけではなく、リサイクルの一層の推進は産業界の喫緊の課題であるといえよう。

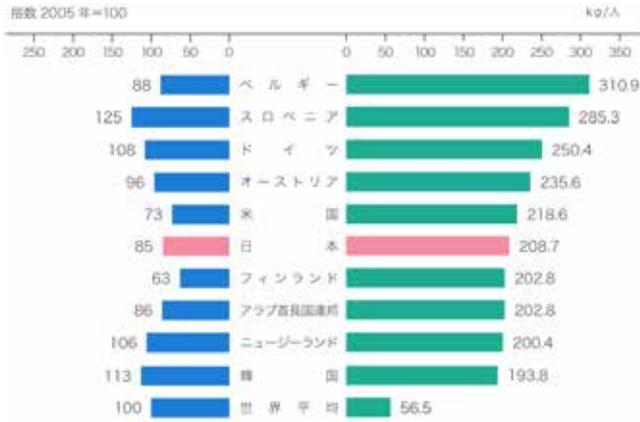
印刷産業においても「循環型社会形成自主行動計画」において、廃棄物の削減とリサイクルの推進を計画的に進め、確実な成果をあげている。

紙ゴミ問題の本質

印刷業から大量に排出されるものといえば、やはり「紙」ということになる。日本の古紙回収の歴史は古く、平安時代にも紙を買い集めると言われるが、江戸時代になると紙を買い集める「紙屑買い」や、落ちていた紙を集める業者が現れている。昭和に入るといわゆる「ちり紙交換」によって、家庭で排出される古紙をちり紙に交換するのが一般的な古紙回収の手段となっていた。現代では古紙の回収方法は変わったが、基本的には古紙回収業者が家庭や企業から古紙を回収し、製紙会社などに販売するというリサイクルのシステムは変わっていない。古紙は基本的に経済原理に則って有価物として回収・取引されるため、その限りにおいて法令上も産業廃棄物ではない。

そのような歴史もあり、我が国の古紙回収率・古紙利用率は常に世界トップレベルを維持している。古紙利用率はドイツなどに比べるとやや低い水準ではあるが、日本市場の高

国民一人当たりの紙・板紙消費量



世界の紙・板紙生産量 (2016)



出典) R I S I アニュアル・レビュー 日本製紙連合会 HP より

度な要求品質を勘案すると、品質上、紙に古紙パルプを活用できる限界値は、紙・板紙合計でも*71%程度と、ほぼ限界に近づいていることがわかる。一般に「再生紙は環境に優しい」というようなことが言われるが、あくまでも資源としての投入量と消費量、さらに要求品質とのバランスの問題であり、再生紙が多ければ良いとは一概には言えない。いたずらに紙の消費と森林保護の問題を結びつけて、紙が環境に悪影響を与えているかのように言うのは、必ずしも正しい指摘ではない。

我が国の紙の生産量は世界第3位とはいえ、全体の6・4%に過ぎず、中国、アメリカに比して影響力は格段に小さい。さらに古紙回収・再利用が世界的にも進んでいる現状を鑑みるに、日本における紙の消費が地球の森林資源に与える影響はそれほど多くはなく、日本における紙の問題は森林資源の問題というよりは、資源循環の問題であることがわかる。従って紙の使用を控えることに注力するよりも、正しく使い、正しく回収し、正しく再利用することに徹した方が、環境への貢献度は大きいと言えるのではないだろうか。

今後の課題

以上見てきたように、印刷産業における環境対策は、①省エネによる二酸化炭素削減、②廃棄物の削減、③正しい古紙循環の維持、それに加えて④大気汚染の原因となるVOC（揮発性有機化合物）の削減の4つに大きく分けられる。

印刷機はモーターを動力とするため、印刷機にかかる電力消費量を削減することが、最も大きな効果

を生み出すと考えられるが、印刷機メーカー各社の努力により省エネ型の新機種が開発されるなど、消費電力量は確実に抑えられる傾向にはある。しかし一方で、紫外線を照射してインキの乾燥を早めるUV印刷技術の普及など、従来よりも多くの電力を消費する印刷方式も登場しており、顧客の要求品質と環境負荷とのバランスを見極め、適切な製造方式を選択、提案することが、印刷会社のモラルとして求められる。

廃棄物については排出量を抑え、なおかつできるだけ社内処理して、外部に排出しない「ゼロエミッション工場」を目指す方向に進むだろう。すでにかのりの廃棄物削減に成功している企業の例も出てきていることから、成功事例をベンチマークして業界として横展開していきたい。

古紙については、現状の回収・再利用の循環システムに大きな問題はなさそうだが、印刷用紙を印刷会社が購入する際に、流通の都合で端数が購入できないため、製造に使われなかった紙がどうしても余ってしまい、これらの紙が結局使われないままリサイクルに回されるといふケースが見られる。実はここにかのりの「無駄」があるように思われる。流通の構造や慣習を改めるか、印刷会社側で余った紙の有効利用を考えるか、何らかの対策が必要と考えられる。

GP認定をはじめ、環境優良工場の表彰制度など、これまでも種々の取り組みを精力的に展開してきてはいるが、これからも印刷産業が、持続可能な社会に貢献する、持続可能な産業であるために、業界団体をはじめ業界各社の一層の努力が求められている。

*平成27年3月 経済産業省「古紙利用率向上の可能性に関する調査報告書」より

株式会社正文舎

本社：北海道札幌市白石区菊水2条1丁目4-27 創業：昭和9年 従業員：49名
代表者：岸 昌洋 認定取得：2013年6月（ワンスター） <http://www.syoubunshya.co.jp/>

職場体験の受け入れが社員教育に直結 情報リテラシーの大切さも子供たちに

——会社としてCSRに取り組んだ
きっかけは何でしょう。

岸昌洋代表取締役社長 私は全日本印刷工業組合連合会の青年部である全国青年印刷人協議会で活動していたのですが、7、8年前に協議会としてCSRをテーマに勉強していた時期がありました。「CSRとは何か」から始まり、手探りでいろいろなことを勉強してCSRの意義を知りました。そこで、自分の会社や地元でも実践すべきだと考えたのです。

——2013年にCSR委員会を社内
に発足しました。取り組みを
始めて気付いたのはどんなこと
ですか。

岸 社員教育の一環だということ
です。たとえば、当社は地域の幼稚園
児や学生たちの工場見学、職場体験
学習、インターンシップなどは20年



職場体験学習で学生たちにわかりやすく説明

ほど前から受け入れていたのですが、
目的があいまいでした。改めて違う
観点から見直した時、社員教育とし
ての2つの側面に気付きました。
1つは、子供たちから見られる職
場というものを、きちんと意識する
ことです。きれいな職場を気持ち良

く体験してもらうために、毎日の整
理整頓が大事になります。もう1つ
は、子供たちにわかりやすく噛み砕
いて伝えることです。普段、社員間
ではプロ同士としての会話になりま
すが、子供たちに仕事の内容や働く
意味を理解してもらうためには、相
当目線を下げて話すことが必要で
す。その仕事に精通しているプロで
なければできません。

——実際に、社員の成長や職場の変
化につながっていますか。

平澤博美工務部課長・CSR委員会
委員長 それはあります。今まで自
分を表に出すこともなく黙々とやっ
ていた社員たちが、自分の仕事に
ついて説明した時の子供たちの反
応に素直に喜びを感じていました。
ちよつとインクを練ってみただけで
歓声が上がったり、反対に「どんな
ところが楽しいですか？」と子供か

ら訊かれたり。地域貢献とか大それ
たことではなく、改めて自分たちの
仕事の意義ややりがいを実感して
くれたのはうれしい出来事でした。今
まで意見を言えなかつた若い社員が
はつきり言えるようになるなどの変
化もありました。

整理整頓にしても、自分から進ん
でゴミを拾うことや物を片付けるこ
とが当たり前になっていきます。やは
り、環境がそうさせるのだと思いま
す。確実に社内改革に結びついてい
るのではないのでしょうか。

岸 初めは、子供たちへの説明も一
部の社員が行っていましたが、その
うち自主的に話し合っ分担するよ
うになりました。当社は平均年齢が
若いので、自分のお子さんを相手に
する感覚で、けつこうみんな楽しく
やってくれています。

——子供たちの受け入れは具体的に





情報リテラシーの大切さについても伝える

どのようにしていますか。
 平澤 幼稚園児ですと、印刷物がどのように作られているか、ぬり絵の制作を物語風にして見学し、ぬり絵と色鉛筆をおみやげとして持ち帰ってもらいます。小・中学生は、実際に名刺などのデザインから印刷・断裁まで行う職場体験学習となります。高校や専門学校、短大、大学の学生のみなさんは、工場見学のほかに、Web部門やアプリ開発部門を持つている当社の特徴を活かして、Webの仕組み、ゲームアプリの作り方、ネット配信に最適な動画の作り方などの体験もしてもらいます。若い人はみんな興味がありますね。インターンシップでは、営業への同

行や、自分の学校のホームページや入学案内を誰が見ているのかといった、マーケティングの初歩についての勉強もあります。
 岸 情報コミュニケーションに携わる当社としては、「情報リテラシー」の大切さについて教えたいと考えています。今の子供たちは、身近な情報でも入手先はネット、友達とのコミュニケーションはSNS。最近では、新聞も雑誌もほとんど読みません。では、自分が得ている情報が本当に正しいのか。そこを問いかけて、偏った情報だけで判断するのは危険であることをセミナー形式で講義しています。
 印刷とデジタルの両方に精通し、クロスメディアの視点で情報を加工し、より伝わるようにしているのが当社の特徴であり、原点です。「正文舎」という社名の由来は文字が表す内容を正しく伝えたいという思いでした。その文字が、今では紙にインクやトナーが載るだけでなく、電子メディアにも拡がっているだけです。未来を担う子供たちに、正しいコミュニケーションについて理解してもらうことは当社ならではの大事な役割です。
 — 職場体験などは地域から頼まれることが多いのですか。

岸 はい。当社がある札幌市白石区は、管内の公立の小学校、中学校の生徒にいろいろな職場体験をさせる伝統がまだにあります。ただ、今は北海道全域から話がありますし、東北の学校が来社することもあります。修学旅行の一環として職業体験を組み込むパターンが増えていきます。無理をせず、できる範囲で続けていきたいと思っています。

— CSRへの意識が社内に浸透するには時間がかかったのでは。
 平澤 初めのうちは、近隣の清掃や環境適性の良い溶剤の使用、職場体験の受け入れなどをやっていけば、それがCSRだという感覚が少しありました。本格的な取り組みから4、5年経って、社員のモチベーションがかなり上がってきました。良いことは他人が見ていなくても率先してやろうというのが、今の社内の空気です。
 岸 最初のきっかけは社長が作れますが、あとは社員の自主性がすべてです。たとえば、すぐ近くを流れる豊平川の河川敷清掃や、会社の近隣清掃など、今では定期的に行っている活動も、社員たちが進んで決めたことです。
 CSRを突き詰めることはできません。でも、それが目的になってしまっ



てはいけません。社長である私が言うことではなく、社員自身が一人の社会人としてやらなければならぬことだからです。ここ数年、CSR活動をやっていくというプライドはみんな持つてくれています。自分が働いているこの会社が、少しでも会社に貢献しているという自意識。そうした自然体を大事にしたいと考えています。
 もちろん、会社として外せない取り組みもあります。当社があるのは準工業地帯といつても今は宅地化し、分譲マンションもすぐ近所に建っています。当然、騒音や振動、臭気、廃棄物などの対策にはとても神経を遣います。さらに、CSR活動を通して住民の方に認めていた

上：会社近隣の清掃も毎週行う
 下：豊平川の河川敷清掃

く取り組みは必然だといえます。
——その他の主だったCSR活動に
ついて教えてください。

平澤 2013年にCSR委員会を
立ち上げました。現在のメンバーは
社長と私、製版課の主任の3名です。
徐々に社内で役割分担ができてきま
した。全印工連CSR認定（ワンス
ター認定）を取得し、活動全般の指
針としています。

委員会発足の前からMUD（メ
ディアユニバーサルデザイン）には
取り組んでいました。当社はNPO
法人北海道カラーユニバーサルデザ
イン機構の企業会員でもあり、製版
課に所属している社員は、MUDア
ドバイザーの資格を持っています。



2019年版 盲導犬チャリティーカレンダーのフライヤー

2009年から販売している「盲導
犬チャリティーCUDカレンダー」
も、だれでも見やすいCUD（カラー
ユニバーサルデザイン）の考え方で
作られています。この卓上カレン
ダーの売上の一部を北海道盲導犬協
会に寄付しています。

環境面では、グリーンプリンティ
ング（GP）認定工場の認定取得の
ほか、札幌市から「さつぽろエコメ
ンバー」に認定されています。社内
では、毎月GP委員会が5Sパト
ロールと称して社内点検を行うほ
か、省資源対策、廃棄物リサイクル、
無現像サーマルCTPの導入、グ
リーン資材の購入などを通じて環境
に配慮しています。また、お客様に
「環境配慮印刷ご協力カード」をお
渡しし、ベジタブルインキの使用や
デジタル入稿、再生紙での印刷など
を提案し、お願いしています。

そのほか、社員の家庭にある不要
になった本やゲームソフト、CDな
どを定期的に
回収する「リ
サイクル・ブツ
ク・エイド」
活動を継続し、
公益社団法人
シヤンティ国
際ボランティア



環境配慮印刷ご協力カード



リニューアルされた会社案内やCSRレポート

ア会を通じてアジアの子供たちの教
育支援に役立てています。
——最近、会社案内を大幅に改訂さ
れたと聞きました。

岸 各部門から参加しているクリエ
イティブ研究室のメンバーから私に
対して、会社案内やCSRレポート
などを全面的にリニューアルした
い、おもしろい中身に変えたいとい
う提案がありました。プレゼンの中
で、会社の年度方針や対外的な発信
に対して社内の意識が伴っていない
ことを指摘されました。アウトプ
トランディングも大事だけれど、イン
ナーブランディングにも力を入れま
しょう、と言ってくれたのです。

その結果、内容もデザインもサイ
ズも変え、会社案内は対外的に見せ
ることを意識した社内報として今は
毎月発行し、お客様にも配っていま
す。CSRレポートも手に取りやす
く、親しみやすいものとなりました。

社内報には毎月社員が交代でトピッ
ク記事を書いています。自分たちが
情報発信の側に回ること、ライ
ティングやデザインの勉強になつて
います。今、8人のクリエイティブ
研究室のメンバーを中心に、「製造
から創造へ」のキャッチコピーを掲
げて、社員全員がクリエイターにな
ろうと頑張っています。

平澤 与えられたことだけやるオペ
レータではなく、みんながクリエイ
ターにならないといけない、といつ
た会話を社内です。仕事
忙しいはずなのに、週1回のミー
ティングを中心に楽しみながら活動
しています。

——CSRに関して今後の方向性は。
岸 まず、インナーブランディング
の一環として、働き方改革などに関
する社内アンケートを実施したい。
その次には、職場体験の大人版に
ぜひ取り組みたいと思っています。一
般の方による職場見学か、お客様を
招く企画はまだ決めていません
が、当社がどんな雰囲気、どんな
社員が働いているのかを知っていた
だき、「こんなこともできるのか」
と感じていただけたらうれしい。お
客様の特性に合わせたプレゼンも
できるでしょう。それらが、さらに社
員を育てることになると思います。

株式会社ウエマツ

本社：東京都豊島区南長崎3-34-13 創業：昭和33年 従業員：260名
 代表者：福田浩志 認定取得：2013年6月（ワンスター） <http://www.uematsu-p.com>

すべてのステークホルダーに情報公開 社内には価値観を共有する多くの仕組み

— 貴社は、日頃の経営の中でCSRをどのように意識されていますか。

福田美津恵専務取締役管理本部長

自分たちが世の中にどのように関係しているのか、わかりやすく社員に浸透させ、意識してもらうことが大切だと考えています。CSRの取り組みの一環として、戸田工場（埼玉県戸田市）周辺の清掃活動や町会活動などを続けています。本社のある豊島区の産業協会や地域の活

動、区主催の親子工場見学会にも積極的に協力しています。豊島区の間

場産業で一番事業所数が多いのは印刷業ですので、私たちが印刷会社としてどう行動するべきなのか、そこはかなり意識しています。同時に、社員が地域とつながっていくことが大切です。

— 「日本一の印刷ファンドリー」を掲げて、会社が今の規模に急成長されましたが、その過程で全社のベクトルを合わせるため

にどんな工夫がありましたか。

福田 「リーダーシップミーティング」という年1回のイベントを、15

年ほど継続して開催しています。参加者は、会社から招待状を渡された社員です。招待する基準は役職ではなく、リーダーシップを発揮している人、発揮してほしい人ですから、新入社員もいれば、幹部もいます。呼ばれない人もいます。ミーティングでは、まず会社の財務状況や現在の経営環境などについて説明し、現状を正しく理解してもらったうえで、毎回さまざまなテーマを設定して一泊二日で勉強します。約260名の社員のうち、およそ半分が参加しています。このリーダーシップミーティングを始めたことが大きな転機となりました。

ただ、昔ながらの家族的な雰囲気はそのまま持ち続けている会社なの

で、もとの良さはなくさないように意識しています。

— 小島さんが考えるCSRの意義とはどのようなものですか。

小島諭取締役社長室長 CSRの定義は難しいのですが、最近では、会社は株主だけのものではなく、関係するステークホルダーみんなのものであるという考え方が世の中が変わってきています。株主や顧客のほか、取引先や債権者、従業員など、それぞれのステークホルダーに対してきちんと責任を果たすことが大事だと考えます。それを実践し、いろいろな評価を受けることで、会社が発展していくという発想です。

具体的な責任の一つとして、情報の公開があります。リーダーシップミーティングで社員に財務状況を伝えるのも、説明責任を果たすことだと言えます。株主に対しては株主総



上：豊島区主催の親子工場見学で子供たちに話をする福田浩志社長
 中：リーダーシップミーティングには社員の約半数が参加する（2018年の会場）
 下：リーダーシップミーティング参加者で集合写真

福田美津恵専務取締役管理本部長



会を開きますが、同じように、当社では仕入先や外注先に対しても決算説明会を開催し、経営成績について説明しています。銀行や調査会社には個別に説明する機会を設けており、相手先ごとに必要な情報公開を行っております。決算書だけでなく、付属明細書から売掛金・買掛金のリストまですべて渡している会社は少ないと思います。また、当社は監査法人に監査していただいた内容を公開しています。つまり、金融商品取引法に準ずる監査であり、上場企業と同じ基準の情報公開となっております。われわれのをご理解いただき、関係を強めていくことも大事なCSR活動だと考えます。

すが、たとえば月1千万円分の商品を2カ月前倒しで使っているとしたら、2千万円のお金を貸していただけのことと同じですから、当然、資材供給会社の方たちに対して果たすべき説明責任があります。

—— 一方で、社内に目を向けた時、ステークホルダーとしての従業員 の満足度、いわゆるESについてはどう考えていますか。

福田 経営の根幹として、ウエマツで働くことに誇りや喜びを感じられることがESの大事な要素だと思います。現状、新卒者の割合が高いため、当社以外の会社を知らない社員が多く、当社で働くことのやりがいやどう分かってもらうかという課題があります。そこを見えるようにしてあげること、社員たちに迷いが生じることも少なくなるはずで、そのために、広く社内外の情報、社会の情報を伝える配慮が必要です。たとえば、1カ月ほど他社に出向してもらった社員は、違った働き方や仕事内容を知り、大きな刺激を受けて戻ってきました。海外の展示会視察などの機会を利用した海外研修制度もあります。ドイツで4年に一度開催される世界最大の印刷メディア展「drupa（ドルツパ）」の時は、当社独自のツアーを企画し、現

地の印刷会社の視察なども含めて10人以上の社員を連れていきます。そのほか、1週間ほどの海外研修を毎年実施しています。そうした機会をもっと増やしていきたいと思えます。

—— 社員教育の特徴などは。

福田 当社の新人研修では、初めの1カ月間は座学を中心に、会社の社風や企業理念、社会人としての常識、それこそ箸の持ち方からあいさつの仕方、エレベーターに乗る時の位置取りまで、基本的なことを徹底して教えます。その後は各部署を回って先輩社員からOJTで学び、配属先を決めるのは夏以降になります。

私はいつも、「知っていることと、できることは違う。この研修の目的は、できることになることです」と話していますが、この言葉が彼らの心の中にストンと落ちていくようです。導入研修から付きつきりですから、新入社員は私にとって息子や娘と同じ感覚です。家庭のことなど、身近な相談を受けることもよくあります。

研修の初めには必ず、社長が自ら当社の「5つの行動指針」について語りかけます。顧客重視Ⅱ品質重視、相互の尊敬、チームワーク、変革への挑戦、学習する組織。この5つの行動指針はこれからますます変わら

ないウエマツの原理原則であり、社員にとっての共通の価値観です。

—— 顧客重視Ⅱ品質重視とはどのような考え方ですか。

福田 お客様を大切にすることは当然ですが、お客様と直接触れ合うことがない多くの現場の社員にとつて、すばらしい品質の製品を造り上げることが、そのままお客様を大切にすることがつながります。自分たちの造った製品がどんな使われ方をしているのか、そこまで思いを馳せたいものづくりについて、教育の中でしっかり自覚してもらおうようにしています。

—— 貴社は、2012年に日本印刷産業連合会のグリーンプリンティング認定を取得され、2013年には第12回印刷産業環境優良工場表



第12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た戸田工場

上：戸田工場では廃棄物の完全分別回収を行っている（ウエマツリサイクルセンター）
下：定期的に5S監査を実施



彰で経済産業大臣賞を受賞されました。社員にとっては環境対応も目に見えにくい取り組みの一つかと思えます。

福田 埼玉県戸田市に新工場を立ち上げる前に、同業2社のすばらしい工場をバス2台で見学に行きました。どんな工場を造るべきか、どんな環境で働けばいいのかを学ぶためです。

また、戸田工場が完成した時も、工場からどんなゴミが出るのか確かめようと、床に敷いたブルーシートの上に1週間に出るゴミを全部並べました。そのうえで、どうすれば減らせるか、リサイクルできるかを一から考えました。その感覚が社員の心に生きています。



工場での5S活動も継続しています。そうした思直な活動をやり続けて経済産業大臣賞を受賞できたわけですが、工場の設備面よりも、リーダーシップミーティングなどを通じて従業員が活動を共有する仕組みが評価されたのはとてもうれしいことでした。その後、全印工連CSR認定制度のワンスター認定も取得しましたが、表彰制度や認定制度を活用することで活動を浸透させ、活性化させることは大事な方法の一つであり、社員の励みや目標にもなります。

——日頃の改善活動で貴社なりの工夫はありますか。

福田 毎朝、テレビ会議システムを使った「モーニングミーティング」を行っています。本社と工場を結ん

で30分から60分ほど、営業と現場の課長職以上など十数名が、会社で今起こっているさまざまな事に関して報告し、話し合います。速記した会議の内容は全社員にすぐメール配信し、情報や価値観を共有しています。会議では当然、改善提案も上がってきますので、その積み重ねが当社の大事な財産になっています。また、現場での印刷不良などの検証は、そのまま作業基準書の改訂につながります。

——今、大きくクローズアップされている、働き方改革やダイバーシティへの取り組みはいかがでしょうか。

福田 障害者雇用に関しては適材適所を基本に、聴覚障害や精神障害の方たちが検査課や制作課などで働いています。法定雇用率もクリアしています。3年ほど前から男性社員の育児休暇取得も始まり、今年は1ヵ月まとまって取得した者がいます。女性に関しても、子どものケアが必要な方が比較的多いので、子どもが高校を卒業するまで、女性社員には時差出勤を認めており、働きやすくなっています。産休、育休から復帰する例も多くあります。

小島 これからは、やはり「人」に大きく焦点を当てる時代が来ます。

ダイバーシティや働き方改革の流れも、すべて人が中心です。当社も、さらにその面を充実させ、責任を果たしていき、人が集まる企業となることで発展していきたいと思えます。そして、ダイバーシティの次は「インクルージョン」。多様性を積極的に受け入れていきながら、会社を進化させていくことが必要です。

福田 当社も、外国人雇用や高齢者の活用を考える必要が出てきました。多様な人材の受け入れ体制をきちんと確立していき、働く方を選ばれるよう努めていきます。同時に、今後は絶対的に労働人口が不足していきますので、AIの活用についても検討しなければなりません。印刷産業はまだまだ労働集約的な面があります。

小島 私も、AIができる仕事はAIに代わってもらい、人の時間を創出していかない限り、働き方は大きく変えられないと考えます。当社の場合はまず、予定組担当がほぼ1人で行っている18台の印刷機への仕事の振り分けが対象として考えられ、AIによって大きな効率化が予想されます。人の感覚や感情を入れられない方がいい性質の業務もあります。印刷産業全体の重要な研究テーマとなっていくでしょう。

海洋プラスチックごみ問題の解決に向け 企業アライアンスが2019年1月に設立

海洋プラスチックごみによる環境汚染が、地球規模で問題になっている。企業などがプラスチック製ストローの使用を中止する動きが広がるなど、使い捨てプラスチックの削減が課題として急浮上してきた。

海洋プラスチックごみ問題の解決に向け、11月20日に東京都内で開催されたフォーラムでは、企業連合「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス（仮称）」を2019年1月に設立することが発表された。プラスチック製品の3R（リデュース、リユース、リサイクル）の取り組み強化や紙等の代替素材の開発・導入を推進し、官民が連携してイノベーションを加速させる。

企業アライアンスでは、海洋プラスチックごみ問題に積極的に取り組むサプライチェーンを構成する容器包装等の素材製造業者、加工業者、利用事業者など関係事業者の連携強化を図る。設立に賛同を表明した企業として、大日本

印刷、凸版印刷をはじめ、化学メーカー、食品・飲料メーカー、製紙会社など国内の大手企業15社が名を連ねた。

事務局は一般社団法人産業環境管理協会が担当し、1月に設立総会を開催する。

アライアンスの取り組みとして、①素材の提供側と利用側企業の技術・ビジネスマッチングや先行事例の情報発信等を通じた情報の共有②研究機関との技術交流や技術セミナー等による最新技術動向の把握③国際機関、海外研究機関等との連携や発展途上国等への情報発信などの国際連携④プラスチック製品全般の有効利用に関わる多様な企業間連携の促進などについて検討する。

産業環境管理協会の冨澤龍一会長は「海洋プラスチックごみを巡る問題解決に貢献するとともに、わが国が持つ優れた技術やイノベーション、そして環境インフラを世界に広げる一助になるよう努めていく」と述べている。

グリーンプリンティング認定制度が 「東京都グリーン購入ガイド」の水準2に採用

一般社団法人日本印刷産業連合会（金子眞吾会長）が推進するグリーンプリンティング（GPP）認定制度が、「東京都グリーン購入ガイド」の水準2に採用され、2018年4月から施行されている。

「東京都グリーン購入ガイド」は、東京都グリーン購入推進方針に基づき、東京都が環境に配慮した物品および役務を調達する際の基準。環境配慮型製品の市場を拡大し、製造者の環境負荷低減に向けた取り組みを支援するとともに、都民・事業者や他自治体による環境配慮型製品の購入をさらに喚起する狙いがある。

「東京都グリーン購入ガイド」には水準1と水準2があり、水準1は必ず考慮すべき事項（必須項目）、水準2は必須条件ではないが配慮することが望ましい水準となっている。対象には、印刷物（紙製の報告書類、ポスター、チラシ、パンフレット等）が含まれる。

4月に改訂された「東京都グ

リーン購入ガイド」では、印刷物の環境配慮仕様（発注基準）のうち、水準2に新たに「（一社）日本印刷産業連合会によるグリーンプリンティング認定制度による認定を受けた工場で印刷されるものであること」という基準が追加された。

また、印刷会社は各工程における環境配慮の措置（グリーンプリンティング認定基準では必須項目）を求められているが、その措置の証明書として、「グリーンプリンティング工場認定証」の写しでもよいことが明記された。

これらの改訂により、今後の東京都関連の印刷物の発注は、グリーンプリンティング認定工場であることを条件とする事例が大幅に増加するとともに、消費者へのコミュニケーションとして印刷物へのGPPマーク表示が増えていくと予想される。さらに、都内の市・区役所、公的機関・施設や民間企業の印刷発注の条件としても波及していくと考えられる。



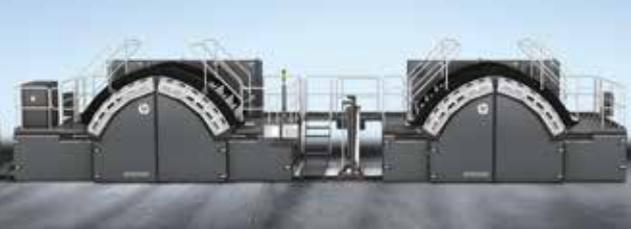
Reinvent your possibilities

多彩な表現力は次のステージへ



HP Indigo デジタル印刷機

メガバリアブル新時代、始まる



HP PageWide Web Press インクジェットデジタル輪転機



【お問合せ】 株式会社 日本 HP TEL: 03-5627-1996
デジタルプレス事業本部 Email: hpjdigitalpress@hp.com



ミヤコシグループは 最高の製品とサービスを提供するために邁進します



次世代水性フルカラーインクジェットプリンター

MJP20AXW イメージ

お客様の喜び・満足を創造する



株式会社 **ミヤコシ**

〒275-0016 千葉県習志野市津田沼 1-13-5
TEL:047-493-3854 FAX:047-493-3071
<http://www.miyakoshi.co.jp>

管理職も労働時間把握を義務化

厚生労働省は、2019年4月から労働安全衛生法関連省令を改正し、管理職の労働時間を把握するよう義務付ける。現在、労働時間の把握は一般の従業員だけに求められているが、一般の従業員と労働内容が実質的に変わらない管理職が多いことや、時間外労働の上限規制により、一般の従業員の労働時間が減少した分、管理職が負担することによる過重労働を抑制する狙いがある。

政府、継続雇用年齢の70歳まで引上げへ法改正検討

政府が10月22日に総理大臣官邸で開催した未来投資会議の席上、高齢者雇用促進に関して安倍総理は次のように考えを述べた。

「65歳以上への継続雇用年齢の引上げについては、70歳までの就業機会の確保を図り、高齢者の希望・特性に応じて、多様な選択肢を許容する方向で検討したい。来年の夏までに決定予定の実行計画において具体的な制度の方針を決定した上で、労働政策審議会の審議を経て、早急に法律案を提出する方

向で検討したいと考えている」

安倍政権は、「全世代型社会保障」の実現に向けて集中的に議論を進めている。現在の高齢者雇用安定法は企業に対して、希望者全員の65歳までの雇用確保を義務付けているが、まずは70歳までの継続雇用を企業の努力目標とし、その後、早ければ2020年の通常国会に70歳までの雇用義務付けを盛り込んだ高齢者雇用安定法改正案が提出される見通しだ。

豊島区、フードロス削減対策で食材受入れ窓口を常設

東京都豊島区は、フードロスがなくす取り組みの強化の一環として、余った食材を集める常設窓口を設定した。

フードロスとは、まだ食べられるのに捨てられてしまう食品のこと。日本では年間約621万トンのフードロスが発生し、その半分が家庭からだと言われている。豊島区ではこれまで、保育園や小学校を対象とした出前講座、区民を対象としたフードロス削減対策講座、小売店との連携などのほか、区内循環型フードドライブ(豊

島区方式)を行っている。フードドライブとは、家庭に眠っている食品を持ち寄り、必要としている人に提供することでフードロスを減らす取り組みで、豊島区では福祉施設など区内の団体に提供している。

従来は環境関連のイベントで食材を回収してきたが、このほど常設の窓口を設けて回収量を増やすことにした。開設したのは豊島区清掃事務所内。缶詰やレトルト食品など賞味期限が2ヵ月以上あり、常温保存が可能な食材を受け付ける。児童福祉施設などに寄付するほか、生活困窮者の支援にも役立てていく。

第17回印刷産業環境優良工場表彰、2工場に経済産業大臣賞

日本印刷産業連合会が主催する「第17回印刷産業環境優良工場表彰」の表彰式が9月12日に都内で行われた。経済産業大臣賞は、池田印刷(株)京浜島工場(池田幸寛社長、東京都大田区)とトッパン・フォームズ関西(株)大阪桜井工場(二橋高弘社長、大阪府三島郡)。今回、初めて経済産業大臣賞を2工場が受賞した。他に、経済産業

省商務情報政策局長賞1工場、日印産連会長賞5工場、日印産連奨励賞8工場が受賞した。今回は一般部門、小規模事業所部門を合わせて計57工場から応募があった。

GP環境大賞、タカラトミーが4年連続の受賞

日本印刷産業連合会は9月27日、グリーンプリンティング認定制度「2018GP環境大賞」、「2018GPマーク普及大賞」、および今年度創設した「2018GP資機材環境大賞」の受賞者を決定した。GP環境大賞は4社・団体(準大賞5社・団体)、GPマーク普及大賞は1社(準大賞4社)、GP資機材環境大賞は2社が受賞した。大賞では、GP環境大賞のタカラトミーが4年連続の受賞、GPマーク普及大賞の六三印刷が3年連続の受賞。GP環境大賞は、GPマークを表示した印刷製品をより多く発行した企業・団体に対して、地球環境への負荷低減に熱心に取り組むとともに、GP認定制度への深い理解と制度の積極的な活用に対して敬意と感謝の意を込めて贈るもの。2018年のGP環境大賞はN

TTタウンページ(株)、大阪商工信用金庫、埼玉県議会、(株)タカラトミーに、GP環境準大賞は(株)ジェイアール東日本企画、宗教法人「生長の家」、東京都、東武鉄道(株)、レインボー薬品(株)が受賞した。

NTTタウンページ、GPマークを全面採用

グリーンプリンティング認定制度の環境ラベル「GPマーク」が、NTTタウンページに採用され、2018年度発行分から順次表示されるようになった。

NTTタウンページ株式会社では、電話帳の生産にあたって、環境に与える影響ができるだけ少ない原材料を選択するグリーン購入を推進している。また、電話帳を印刷するNTT印刷株式会社では2011年以降、各工場のGP工場認定の取得を開始し、現在ではタウンページ、ハローページを印刷している全印刷工場がGP認定を取得している。そこでNTTタウンページは、資材と製造工程が環境配慮されている総合的な環境ラベルとして、「GPマーク」を電話帳に表示することを決めた。2018年度発行のタウンペー

ジ、ハローページすべてにGPマークを表示する意向で、年間の発行部数は6000万部を超える予定。早くから電話帳のクローズドループリサイクルシステムを取り入れたNTTは、GPマークの採用により、地球環境保全を一層推進するとともに、環境ラベルによる外部へのコミュニケーションを図っていく。

日印産連、「プラスチックごみ問題研究会」を発定

日本印刷産業連合会は、プラスチックごみによる海洋汚染問題などに印刷業界として対応を図るため、地球環境委員会内に「プラスチックごみ問題研究会」を発足させ、8月から活動を開始した。プラスチック製品の使用が制限された場合の影響等を見極めながら、諸外国と比較して進んでいると言われる日本の回収・リサイクルの適正な運用等を盛り込み、印刷業界としての見解をまとめていく。経済産業省など関係官庁や関連団体とも連携した動きを取る。印刷業界が受託製造するプラスチック製品の重量別の生産量では、食料品の包装材やPETボトル、小売業で使われるプラスチック容器が全体の80%以上を占める。

日印産連は、海洋プラスチック問題については重要な課題と受け止め、製造する立場として軽量化・薄肉化、簡素化、コンパクト化、易リサイクル化をさらに進め、リサイクル素材の利用やバイオマス素材の活用にも積極的に取り組んでいく方針。

また、出荷減少による業界全体への影響、プラスチック容器のライフサイクル、環境影響から見たクラス分けの必要性など、状況に応じてデータ収集や専門家の監修による環境影響の算定など必要な対策を取り、環境省・資源循環小委員会の議論の方向を注視しながら、印刷業界としての対応を図る。

日印産連「知財公開フォーラム」に260名が参加

日本印刷産業連合会は、「知財公開フォーラム2018」をみんなで考えよう デジタル時代の知的財産(後援・日本商工会議所、東京商工会議所)を10月5日に東京都の中央区立日本橋公会堂で開催し、印刷業界内外から約260

名が参加した。専門家による講演や事例発表、パネルディスカッションが行われ、「ニッチトップ戦略」などデジタル時代における中小企業の知的財産戦略の一端が示された。

今回のフォーラムは、印刷産業に限らず、情報を媒介とするあらゆる産業を対象に、著作権や特許など知的財産の重要性を周知するとともに、中小企業の経営戦略にスポットを当てた知財戦略の構築を目的に開催されたもの。

東京2020大会のエンブレムのデザインを手がけたデザイナーの野老朝雄氏による特別講演に続いて、第1部は「中小企業の知財戦略」、第2部は「デジタル時代の知財戦略」を全体テーマに計6セッションが実施された。第1部では、人気小説「下町ロケット」に登場する弁護士モデルとして知られる鮫島正洋氏(内田・鮫島法律事務所)が、中小企業経営に知財を活かすための戦略について語った。模倣品による価格競争などの事態を防ぐうえでも、特許をはじめとした知財をツールとして活用し、小さくてもライバルの少ない市場でニッチトップを目指すことを勧めた。

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 (2018年12月現在)

スリースター認定 (4社)			
福島	株日進堂印刷所	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)			
千葉	株太陽堂印刷所	長野	亜細亜印刷(株)
	株協進印刷		株マルワ
神奈川	株大川印刷	愛知	株二和印刷紙業
	株野毛印刷社	石川	株笠間製本印刷
	池田印刷(株)	香川	株ミヤプロ
東京	六三グループ	福岡	株ミドリ印刷
	文唱堂印刷(株)		株博多印刷
	杉山メディアサポート(株)		
ワンスター認定 (98社)			
	株ヒロミ産業	東京	株ナカニワ印刷
	株アイテックサプライ		株研文社
北海道	中村印刷(株)		美創印刷(株)
	株正文舎		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)
宮城	株東北プリント		豊橋合同印刷(株)
	株ユーメディア		株愛知印刷工業
秋田	秋田印刷製本(株)		株荒川印刷
山形	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
栃木	足利印刷(株)		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	株総合印刷新報社		日本印刷(株)
	株弘報社	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)
	三昇堂印刷(株)	石川	ヨシダ印刷(株)
	株第一印刷所		株ダイトクコーポレーション
	株プレスメディア		株大洋堂
新潟	株太陽プリント		株ムーブ
	株第一製品流通	京都	内藤印刷(株)
	株あけぼの		株オスカーヤマト印刷
山梨	相互印刷(株)		株やまとカーボン社
静岡	日本レーベル印刷(株)		株タイム
	株中央パッケージング		相互印刷(株)
	大同印刷(株)	大阪	富士精版印刷(株)
	株賢工製版		相互ビジネスフォーム(株)
	システム印刷(株)		株美生社
	株ウエマツ		船場印刷(株)
	株白橋	兵庫	丸山印刷(株)
	創文印刷工業(株)		兵田印刷工業(株)
	株アドピア		株天理時報社
	荏原印刷(株)	奈良	株アイブリコム
	壮光舎印刷(株)		共同精版印刷(株)
	株五色	和歌山	株和歌山印刷所
	弘和印刷(株)		研精堂印刷(株)
東京	滝澤新聞印刷(株)	岡山	コーホク印刷(株)
	株木元省美堂	広島	株中本本店
	株ザ・デジタルソリューションズ	愛媛	愛和印刷(株)
	株長英		株明朗社
	株相互		西日本印刷工業(株)
	株TONEGAWA		西日本ビジネス印刷(株)
	株エス・ワイ・エス		アド印刷(株)
	広研印刷(株)	福岡	築上印刷(有)
	株太陽堂封筒		株伸和
	株プライズコミュニケーション		株泰平印刷
	株光邦		株啓文社
	音羽印刷(株)	熊本	株池田紙器工業

※都道府県内は認定番号順