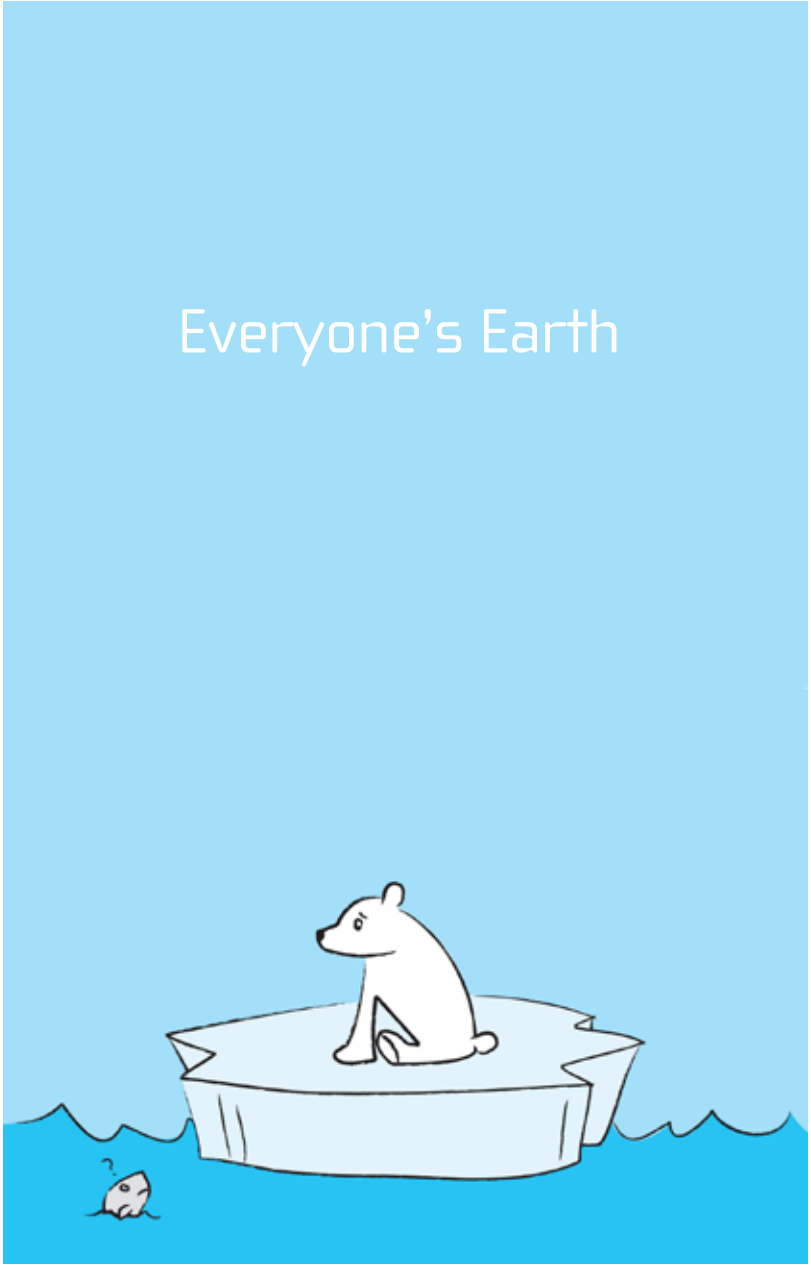
Shin

2015.07

04

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

㈱ユニバーサルポスト

企業と社会が共有できる価値づくり

㈱プリプレス・センター

CSRは持続可能な企業作りへの第一歩

▼CSR元気企業紹介「この会社に学べ！」

㈱小森コーポレーション

▼新CSR検定の全貌とは

▼CSRトピックス

「マイナンバー制度」導入　10月1日から通知開始

環境省「Fun to Share」推進

「第1回　日本サービス大賞」を開催

CSR検定に492人、うち学生41人が参加

厚生労働省、パートタイム労働法を改正

全印工連CSR認定

日印産連　グローバルコンパクト賛同団体に

全日本印刷工業組合連合会

全印工連CSR認定企業訪問

株式会社ユニバーサルポスト

本　社：広島市西区商工センター7丁目5－52　創　業：昭和23年　従業員：140名
代表者：喜瀬　清　認定取得：2013年6月　http://www.u-post.co.jp/

CSRを通じて、企業と社会とが共有できる価値を生み出す努力が大切。

――まずはユニバーサルポストの事業内容からお聞かせください。

喜瀬　印刷業務はポスターやチラシ、DM（ダイレクトメール）やカタログといった、商業印刷が主な仕事です。そのほかには、BPO受託、WEBのホームページ制作といった業務も近年は増えてきました。企画・デザイン分野に関しては、株式会社フロンティアというグループ会社でさまざまな提案をしています。

――ホームページで公開している「CSR方針・ビジョン」では、3つの地域ナンバーワンを掲げていますね。ユニバーサルポストではCSRに対して、どのように考えていますか。

喜瀬　お客様のお役に立つ、という経営理念のもと、「地域密着度ナンバーワン企業」「地域信頼度ナンバーワン企業」「地域お役立ち度ナンバーワン企業」を目指すのがユニバーサルポストのCSRビジョンになります。

CSR活動を続けていくことは、社会（地域）から「いつまでもここに居ていいよ」、さらには「あの会社には居て欲しい」と思っていただくための絶対条件です。当然、自社で働く社員も社会の一員ですから、彼らにも同じ想いを抱いてもらうとともに、CSR活動に携わる誇りを持ってもらいたいです。

ビジネスにおいても、そのような関係で進めていければ、CSR活動も自然と前に進んでいけることでしょう。何も考えず社会奉仕へ取り組んでいれば、恰好はつくかもしれませんが、長くは続きません。続けるためには、自分たちにとっても利益が生まれなければ難しいです。CSR活動を通じて、社会（お客様）と共有できる価値を生み出す努力が大切です。作って嬉しい、使って楽しい、そして地域に役立つものを探し出し、生み出していきたい。

――CSR認定制度のワンスターを2013年6月に取得しましたが、このたびは2年間の有効期限を迎えるにあたり、上位認定のツースターへと挑戦されました。認定制度への取り組みについては、どのように捉えていますか。

喜瀬　ワンスターの申請は①コンプライアンス②環境③情報セキュリティ④品質⑤雇用・労働安全⑥財務・業績⑦社会貢献・地域志向⑧情報開示・コミュニケーションの8項目をチェックリストに沿いながら確認していく、書類審査が中心でした。

そして、ツースターでは経営理念や取り組み内容について、具体的な記述が求められるほか、横浜市立大学CSRセンターさんによる現地審査も行われ、CSRに対してより一歩踏み込んだ内容が問われました。

ワンスターとツースターの認定を受けるにあたり、弊社はCSRに対してどのような考えをもち、どのように取り組んできたかを細かく整理することになりましたが、認定を受けた意味もそこにあったと考えています。

――今までの取り組みを振り返ることで、今後自社が目指すべき方向性もより明確に見えるようになってきますね。

喜瀬　認定を取得するにあたり、例えば「あなたの会社はここに問題があります」と指摘されても、課題が見つかることは悪いことではありません。強みを再確認することも大事ですが、認定に取り組むことで自社

地域への想いを語る喜瀬社長

に足りないもの（弱み）が見えてくれば、また、目指す目標が明確になります。

――ツースター認定では現地審査があったとのことですが、審査員の方々はどのような点に注目をしていましたか。

真田　現地審査では、映像字幕制作を通じた「ひとり親の在宅就業支援」、広島平和記念公園に捧げられた折り鶴を元につくった再生紙粘土「つる姫」に注目されていました。

この二つの事業に注目していただいたのも、常日頃からＣＳＲの発想が根付いてなければ、決して出てこなかった事業だからだと私は思います。

環境、個人情報、セキュリティ、品質などは、ＩＳＯ等の認証資格に沿いながら、それぞれを独立した考えのもと、進めることも可能ですし、一定の効果は見込めます。ただ、ＣＳＲという考え方をトップに置きながらそれらを紐づけていけば、すべてに対してシナジー効果を発揮し、別の発想も生まれてきます。

弊社で取り組んでいる、文字や色に専門的配慮を施した、誰もが分かりやすい視覚メディア、「ＭＵＤ（メディア・ユニバーサルデザイン）」の発想も、メディアの品質だけを考えるのでなく、ＣＳＲの考え方があり、ＣＳＲに取り組んできたからこそ出てきました。

――「ひとり親の在宅支援事業」はどのようなきっかけからはじまったのでしょうか。

前田　最初は広島県からのプロポーザルとして、ＩＣＴ（情報通信技術）を活用したひとり親の在宅就業支援事業プランのコンペがあり、そこに映像字幕制作事業を組み合わせて応募をしたのがはじまりです。

映像に文字が入ることは、高齢者や耳が不自由な方にとっては、情報のバリアフリーにつながります。また、２０２５年には後期高齢者（75歳以上高齢者）が２１７９万人になるといった予測もあり、潜在的需要も非常に大きいです。

総務省でも２０１７年までに、すべての放送番組に映像字幕を付ける方針を示していますが、その一方、字幕制作の教育機関もなく、制作者の不足も予想されます。

このたびの取り組みでは第１期から第５期まで募集をかけ、３年間で約４００人の方にｅ－ラーニングを中心としたＩＣＴと字幕制作の教育をおこないましたが、そこで大きな壁となったのも、映像字幕制作における教育プログラムやマニュアルがないことでした。

――前例が無い取り組みだけに、映像字幕の教育は非常に大変であったと思います。教育を受けた方々にはどのように仕事を流しているのでしょうか。

前田　放送字幕に携わる会社から仕事をいただいているほか、公共映像や映画用の字幕制作実績がありますが、まだまだ社会的な認知度が低いということ、その反面、これからの法整備に伴い、過当競争が始まってきており、安かろう悪かろうという品質に憂慮しているところでもあります。私たちは本来の目的やその社会的意義を大切にしていきたいと考えています。

教育プログラムのなかで、字幕制作だけでなく、一般の入力や集計業務も勉強していただいているので、現在はそちらの仕事も依頼しているほか、我々からも校正業務等をお願いしています。

喜瀬　映像字幕のように、需要が確かに起こっても、競争が激しくなり、採算が取りづらくなってしまうケースは、今後も十分あると思います。

しかし、大切なのはＩＣＴを使って、ひとり親の方に在宅でも出来る仕事をコーディネートすることです。

家事の合間など、時間や場所の制約を受けずに、ＩＣＴを活用して柔軟に働く形態を「テレワーク」と言いますが、ユニバーサルポストでも、「一般社団法人広島テレワーク協会」を設立し、応援を続けています。

地域における社会貢献であると同時に、我々も仕事を任せて助かる構造を作っていくことで、一方通行で無い、ビジネスを通じた社会貢献活動の実現が出来ています。

同社のＣＳＲ部門を担当する真田氏

前田氏は広島テレワーク協会の代表理事も務めている

つる姫開発の中心を担った
山本氏

――つる姫は折り鶴を紙粘土に再生したものですが、こちらを作りはじめたきっかけは。

山本　広島市にある平和記念公園の「原爆の子の像」には日本だけでなく、世界中から捧げられた折り鶴が飾られています。

その折り鶴は年間1千万羽、重さにして約10トンにもなりますが、広島市では前市長の「折り鶴を焼かない（長期保管）」という考えのもと、十数年前からその折り鶴の保管を続けてきました。しかし、折り鶴の保管スペースに限界があったため、現市長が２０１１年に「折り鶴に託された思いを昇華させるための方策検討委員会」を設置し、折り鶴を使ったアイデアの募集が始まりました。

折り鶴を名刺やノートなど、再生紙にする取り組みは他の企業さんからあがっていましたが、ユニバーサルポストでは２０１３年に折り鶴を使った新たな試みとして、再生紙粘土を提案しました。

――平和への想いを名刺やノートなどの決まった形ではなく、紙粘土で好きな形に変えて昇華するというのは、面白い試みですね。

山本　今までは折り鶴を再生させるというと、再生紙にするというのが一般的でした。ただ、それらの再生紙を冊子や本、人に渡す名刺など、最終製品として完成するには、あいだに業者さんを挟まなければなりません。

しかし、紙粘土ならばお子さんの手で直接、望む形を容易に表現することが出来ます。想いを伝え、昇華することに多くの賛同をいただいたのも、そこが大きなポイントではないでしょうか。

つる姫は平和記念公園をはじめ、市の施設、広島県の観光物産館等で販売をいたしました。また、父の日・母の日といった行事に合わせたイベントや平和学習の機会にも採用していただき非常に嬉しく思っています。

つる姫を使用したイベントは今までに20回以上おこないましたが、やはり一番大切なのはそういったイベントを通じて、折り鶴を昇華することの意味を伝えていくことではないでしょうか。

真田　「ＣＳＲに取り組もう」と無理に考えていては、つる姫のプロジェクトが発足することは無かったと思います。

弊社のなかに根付いていた企業風土から必然的に生まれたつる姫が、結果的に社会貢献に繋がっている。これは非常に素晴らしいことだと私は思います。

社会貢献について一直線に考えていくことは、雲を掴むような話です。法令遵守などの行動指針を守って、必然的に行動できるようになれば、ＣＳＲの考え方がトップに置かれるようになり、つる姫のような発想が出てくるだけでなく、日々のお客様にも満足していただけるようになるでしょう。

広島平和記念公園には世界中から折り鶴が届けられている

――社員の方々にもお話しをいただくなかで、喜瀬社長の描くＣＳＲの考えがしっかりと伝わっているのを感じました。最後に改めて、喜瀬社長からメッセージをお願いします。

喜瀬　冒頭に申し上げた通り、ステークホルダーのお役に立っていくことは、地域社会に認められるための絶対条件です。

しかし、そのためにはしっかりと人を育てて行かなければなりません。

ユニバーサルポストのＣＳＲビジョン実現に向けて、引き続き邁進していきたいと思います。

形を変えて、平和への想いを昇華することにつなげている

全印工連CSR認定企業訪問

株式会社プリプレス・センター

本　社：札幌市中央区南2条西10丁目5の3　PPCビル2階　創　業：昭和63年　従業員：88名
代表者：藤田　靖　認定取得：2013年6月　http://www.pripress.co.jp/

CSRは「持続可能な企業づくり」の入門編。経営もサステナブルな広い視野で考える。

――プリプレス・センター（PPC）の創業の経緯と業務内容についてお聞かせください。

藤田　大学卒業後、文具関係の会社に就職し3年間勤めたころ、もっとやりがいのある、ものづくりの仕事をやりたいと思い、昭和63年に26歳の時に脱サラしてPPCを立ち上げました。ブローカーとして始めましたが、印刷の知識がまったくなかったので、最初の数年間は非常に苦労しました。

――現在のPPCからは想像もできませんが、その後急成長するきっかけとなったのは何でしょうか。

藤田　マッキントッシュを導入したことです。当社は創業以来、「新たなデジタル時代を築く」を合言葉にデジタル化を常にいち早く実践してきました。創業から5～6年経ったときに、印刷機材展で初めてマッキントッシュを見た時、今後の製版工程はすべてマッキントッシュにとってかわると思いました。そこで、平成4～5年にマッキントッシュを導入し、6年にはイメージセッタも導入して出力センターをオープンしました。印刷業界ではプリプレスのデジタル化が遅れていたため、その間に事業を拡大することができました。当時の売上は同業者の下請け仕事が8割を占め、マックによるデザイン、版下制作、出力で非常に利益も上がっていましたが、当社の優位性は長くは続かないとわかっていたので、利益の出ている時から閉鎖する時期を考えていました。

そして、平成10年にDTPから印刷事業への変革を目的に、当時最高性能のインディゴ社製オンデマンド印刷機「E－Print1000」を導入しました。当時オンデマンド印刷はビジネスにならないといわれていましたが、当社は年賀状ベンダー事業を見つけ、これをきっかけに業態変革することができました。さらに文具会社時代に、キャラクターのライセンス管理の経験があったので、当時人気のあったアフロ犬やたれぱんだの年賀状の版権を買って商品化したことで、東急ハンズやロフトなど大手百貨店に新しい販路を作ることができました。

印刷事業が軌道に乗るとオンデマンドでは品質的にもロット的にもカバーできないケースが出てきたので、平成15年に菊半裁判オフセット印刷機をはじめ、CTP、紙折り機などを導入しました。現在では紙媒体の印刷はもちろん、さまざまな素材への印刷も行える生産体制を構築しています。

――PPCはネットビジネスにも早くから取り組まれましたが、きっかけは何だったのですか。

藤田　私は定期的に欧米視察を行っていますので、マッキントッシュが登場したときも、オンデマンド印刷が最盛期のときも、すでに欧米ではネットビジネスが騒がれていたことを把握していました。欧米視察はすべて自己手配です。当時はまだインターネットで検索する手段がなかったので、米国に到着後、現地の電話帳で印刷会社を探し、直接交渉して見学させてもらいました。

インターネットは平成8年に導入し、平成12年には「楽天市場」に出店しました。現在はオンライン年賀

サステナブル企業を目指す藤田靖社長

状受注サイト「Ｃａｒｄｂｏｘ」、カレンダー名入れサイト「Ｃａｌｅｎｄａｒｂｏｘ」、携帯サイト「モバイル店長」、ビジネスブログ「Ｋａｎｔａｎｅｔ」のＡＳＰサービス、オリジナルｉＰｈｏｎｅケース作成ＥＣサイト「ＰＲＩＮＴＢＯＸ」、法人向けノベルティグッズサイト「Ｎｏｖｅｌｔｙｂｏｘ」を運営しています。

――環境活動にも積極的に取り組まれています。

藤田　ＰＰＣは、環境を意識して立ち上げた会社でもあります。平成16年に環境マネジメントシステムＩＳＯ１４００１認証を取得し、平成17年にＩＳＯ１４００１からエコアクション21に変更しました。さらに平成20年には北海道グリーン購入ネットワーク設立、ＦＳＣＣｏＣ認証を取得しています。これらの取り組みが評価され、平成20年に開かれた北海道洞爺湖サミット（別名・環境サミット）では、当社が公式ポスター、ガイドブックなど関連の印刷物、さらにホームページ制作を受注することができました。

同時期、私はグリーン購入ネットワークの理事を仰せつかっており、中原代表（当時）から「洞爺湖サミットを機に北海道にも支部を作らなければ駄目だ」と促され、北海道グリーン購入ネットワークを設立しました。ちょうど洞爺湖サミットからカーボンオフセットが始まったのでこれに取り組むことにしました。

カーボンオフセットは、削減できないCO_2（カーボン）を、森林吸収源を守る植林や、太陽光、水力、風力、地熱などのクリーンエネルギーなどの事業に投資することなどにより、排出した分を相殺（オフセット）する仕組みですが、北海道は日本の森林の４分の１が集中しているので、北海道の植林を通して温室効果ガスをカーボンオフセットする仕組みを北海道に提案して作りました。そこで、当社の事業活動排出分と社員の家庭からの排出分、さらに利用する宅配業者の輸送時排出分を合算した分を北海道美幌町に新規植林を行っています。これを「かみきもり」活動と呼んでいます。

――「かみきもり」活動について、もう少し詳しく教えてください。

藤田　「かみきもり」とは、「紙→木→森」の循環サイクルの呼称です。「紙」については、積極的に森林認証材およびグリーン購入のガイドラインに基づいたリサイクル用紙活用の推進を行います。「木」については当社の事業および社員の家庭で輩出したCO_2を一部相殺する形で森林認証材のカラマツの新規植林を行うカーボンオフセットを行います。「森」については、当社の社員が一丸となって定期的に下草刈りなどの森林管理を進めるとともに、美幌の森で育った森林認証材を事業所内のデスクや壁材、書庫などに活用して循環型の経済を実践しています。これらの紙や新規植林、木材の活用はすべて森林認証制度を活用し、運用しているのが特徴です。

美幌の森への植林本数は７年間で約２万本、カーボンオフセットした量は３０４０トンとなっています。植林活動が認められ、美幌町から平成24、25年度に善行賞、26年には自治功労賞を受賞しました。

――札幌本社のＰＰＣビルには木材が多く使用されていますね。

藤田　平成24年５月に現住所に本社ビルと工場を移転しましたが、ＰＰＣビル工事の際に美幌町森林認証カラマツ材によるオフィス家具を調達しました。オリジナルで設計・製作したオフィス家具、ルーバー、デスク、会議用テーブル、フローリング、書庫など延べ55平方メートル活用しました。カラマツは育つまで50年以上かかりますので、隣の山で採れた木材をＰＰＣビルの壁材やオフィス家具として利用することで、社員も来社された方も「かみきもり」活動を実感できるようにしました。

――将来に向けて３年前に中期計画「ＧＥＴ20」を策定されました。

藤田　「ＧＥＴ20」とは当社が20億円の売り上げを達成するためのロードマップです。当社が重視する「ＧＬＯＢＡＬ」「ＥＣＯＬＯＧＹ」「ＴＥＣＨＮＩＣＡＬ」の頭文字と売り上げ目標の20億円を合わせて表現したものです。現在創業27年で売上高が約15億円ですので、数年以内に達成できると思います。

――中期計画の中のグローバル事業として、平成25年にグループ会社「㈱ＤＭＣ札幌」「㈱ＤＭＣ東京」、26年にはフィリピン・セブ島に「ＣＥＢＵ　ＰＲＥＰＲＥＳＳ　ＣＥＮＴＥＲ　Ｉｎｃ」を設立、同年に大阪の共立美線印刷㈱をＭ＆Ａでグループ会社にするなど、新たな事業展開の狙いは。

藤田　ＤＭＣ（ディスティネーション・マネージメント・カンパニー）は、ＭＩＣＥ開催地に関する専門知識やネットワークを持ち、イベントやツアーの企画、ロジスティクスに関連する業務を行う専門事業者のことです。ＰＰＣでも以前からＭＩＣＥ事業を行っていましたが、需要が高ま

日本の人材不足解消に期待が高まる
「CEBU PREPRESS CENTER Inc.」

りつつあるので専門事業者として独立させました。MICEとはMeeting（会議・研修・セミナー）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、ConventionまたはConference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、これらの最適な提案をしていく。世界と日本各地を結ぶ、日本では数少ないDMC専門企業です。北海道の大自然を活かしユニークな旅行・イベントのコーディネートを行うDMC札幌、日本の文化や伝統、先端技術などを活かしたメニューを提供するDMC東京が、PPCグループと連携し、プラスアルファの提案を行いながら、日本のMICE誘致を促進していきたい。

「CEBU PREPRESS CENTER Inc」では、印刷物のデザイン、プログラミング、WEBコーディングの3部門制に加え、日本語と英語の2言語による技術職を主体とした生産体制を構築します。ここで育てた日本語能力のあるスタッフは、日本への技術派遣を予定しており、人材不足が叫ばれる日本で近い将来、当社の大きな戦力になると確信しています。フィリピンを皮切りにアジア各国に印刷工場及び販売拠点を増やしていきたい。

共立美線印刷㈱は52年の歴史を誇るパッケージ専門の印刷会社です。PPCグループに加わることによって、これまでのはがき、冊子、ポスター、パンフレットに加え、パッケージなど厚物印刷の分野にも拡大していきたいと考えています。

――貴社のインターンシップ制度はとてもユニークだそうですね。

藤田　当社は早い時期から新卒者の定期採用をして、ITに強い人材の育成に力を入れてきました。現在の社員数は約80人で、男女の比率は2対1、平均年齢は34・5歳と多くの若い人材が活躍しています。新卒採用のため、インターンシップ制度もいち早く導入しました。ただし、メニューの決まった消化型のインターンシップではつまらないので、当社では「社長と2日間同行」というインターンシップを行っています。朝から晩まで私に同行させ、社長の仕事ぶりを生で見てもらう。たとえば、一緒に銀行やお客様のところへ行ったり、会社の営業会議にも参加させます。あとで学生に感想を聞くと「社長は1日中動きまわって、こんなに人と会うのですね」「社長はいろんなことに気配りしないといけないのですね」といわれます。

――CSR認定を取得した目的は。

藤田　創業以来「新たなデジタル時代を築く」を合言葉にデジタル化を常にいち早く実践してきました。環境活動等にも積極的に取り組むなどできることはすべてやってきたので、ちょうど見直すよい機会だと思い、CSR認定で当社の取り組みを客観的に評価してもらい、現在の立ち位置を再確認し、さらなるステップアップにつなげたいと思いました。

――最後に今後の抱負についてお聞きしたい。

藤田　実はCSRという言葉は、あまり好きではありません。なぜなら企業の社会的責任は当たり前のことなので、会社案内にもCSRという文言は載せていません。私はCSRをサステナブル（持続可能）な企業づくりと捉えています。これからの経営者は、環境のことも、人権のことも、地球全体のことを考えながら企業経営に取り組まなければいけない。ですから、当社ではCSRというのはサステナブルの視点で物事をもっと広い視野でとらえるようにしています。CSRはその入門編であり、経済面においても環境面においても持続可能な社会と企業をめざして歩み続けたいと思います。

CSR元気企業紹介「この会社に学べ！」

株式会社小森コーポレーション

環境活動・社会貢献活動も含めた「顧客感動企業」へ。「再創業」でステークホルダーとの更なる信頼構築に挑戦。

株式会社小森コーポレーション（KOMORI）はグローバル企業として、「Kando／Beyond Expectations（期待を越える）」という標語を全世界に掲げ、顧客感動プロジェクト活動を10年以上にわたり続けてきた。KOMORIの目指す「顧客感動企業」とその活動とは。望月昌教執行役員情報システム本部本部長兼CSR推進室室長に話を聞いた。

「顧客感動企業を目指すという経営理念が明確になったのは、小森善治会長が1993年当時、社長に就任したときの挨拶で『常に顧客の感動に挑戦する時代になりました』と語られたことに始まると思います」。望月氏は「小森善治会長は営業の出身で、お客様に対する認識や想いは社内でも一番強い」と話す。〝顧客の感動に挑戦する〟、その想いを凝縮したものが、KOMORIが掲げる経営理念「顧客感動企業実現」の旗となった。

現在、KOMORIでは顧客感動という言葉を、顧客の期待を上回る事後評価を受けることと定義し、プロジェクトを推進している。望月氏は顧客感動について「期待と評価、両方の側面から取り組んでいく必要があります」と話し、次のように説明した。

「まず、顧客の期待を越えるための活動というのは、広義でのマーケティング活動にあたりますが、KOMORIでは生の声（期待）を詳細に集めながら、お客様の実態把握に取り組んでいます。また、顧客評価を把握するために、KOMORIが提供した製品をどのように感じたかという顧客満足（CS）アンケートを用いていますが、CSアンケートでは満足より不満足という評価の分析・対応がとくに大切になります。信頼を裏切ることによってお客様を失うことは、顧客感動企業として絶対に避けなければなりません」

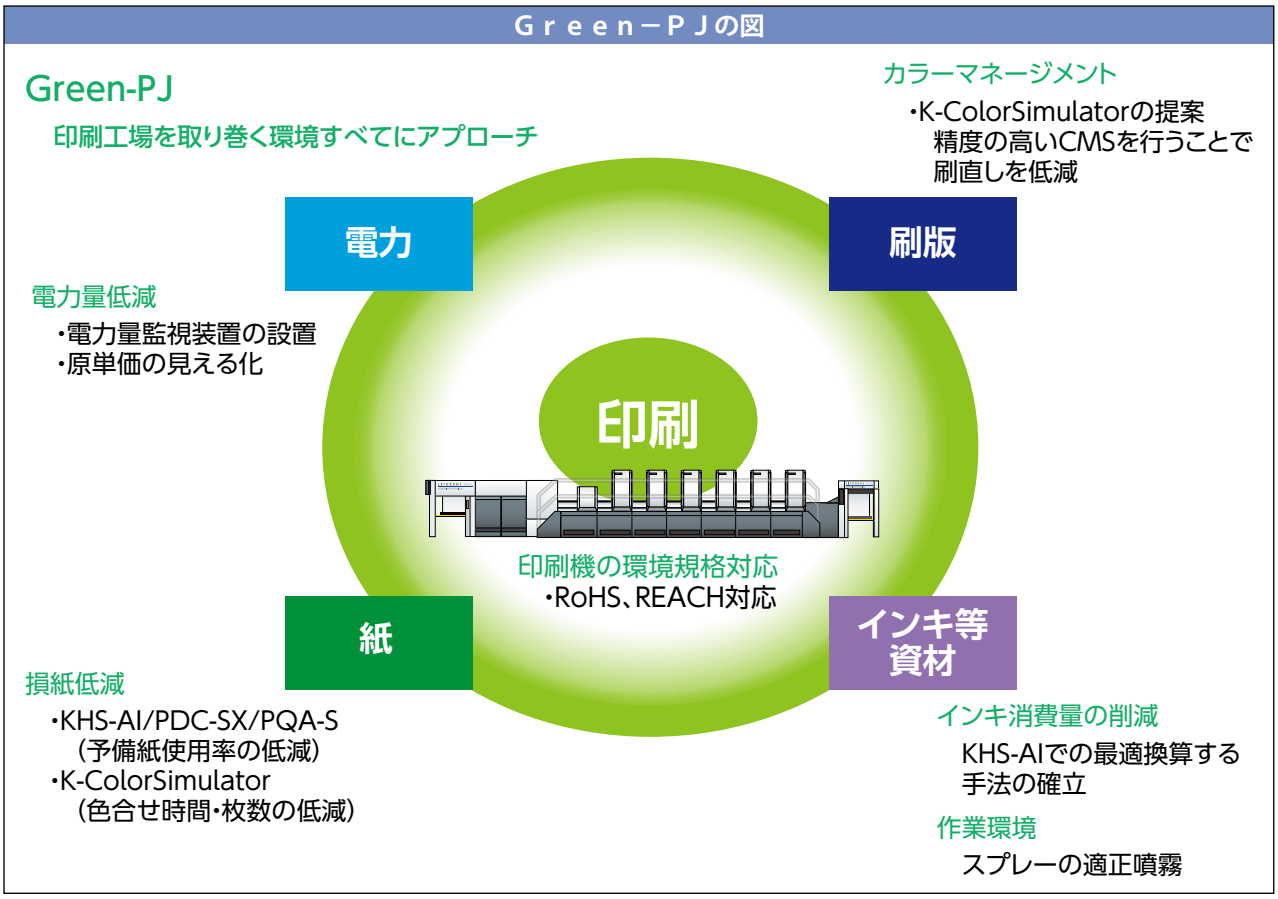
そして、プロジェクトのなかで、顧客感動創造の大きな柱の一つとなっているのが、常に顧客目線を重視して活動を推進する「知覚品質委員会」である。

知覚品質（Perceived Quality）とはKOMORIの総合的な品質に対し、メーカー視線の基準ではなく、顧客の知覚に基づいた、顧客目線からの総合的な品質を指す。KOMORIの提供するハードやソフトといった製品の質だけにとどまらず、製品を売る姿勢といったユーザーと接する営業姿勢や、KOMORIのブランドイメージ全体までを含む。それらの知覚品質の向上を図る知覚品質委員会では、顧客が抱えるKOMORIへの不満を捕まえ、徹底した管理を続けているが、本質的にはKOMORIの経営理念を全社的に浸透させ、企業風土の健全化に向かわせることをも内包している。

顧客感動企業を目指すKOMORIが、顧客感動プロジェクトの中で同時に推進しているのが環境活動である。2004年、「印刷業界の環境負荷を低減し、少しでも世界全体の環境負荷軽減に貢献したい（小森会長）」という想いのもと、『環境報告書』を発行したKOMORIは、その2年後にCSR推進室を新設。名称も『環境社会報告書』として改め、不祥事や社会問題が問われ始めていた社会情勢に対し、積極的に応えていくこととなった。

「KOMORIでは環境活動やCSRなどの社会貢献活動も含めて、顧客感動実現への取り組みを続けてきました。KOMORIがその実現に向けてどのような想いで取り組み、どのような活動を実際におこなっているのか。それらをまとめたものが、現在も年1回の発行を続けている『環境社会報告書』になります。社員も

執行役員情報システム本部
本部長兼CSR推進室室長　望月氏



含めた関係者に冊子を配布し、ホームページ上でバックナンバーも含めて公開することにより、企業活動を一般の方々に周知していくだけでなく、働いている社員もＫＯＭＯＲＩは社会的責任を負っているという認識を持つことが出来ます」

そのなか、Ｇｒｅｅｎ－ＰＪは、顧客感動プロジェクトの一環として一昨年に新プロジェクトとして発足された。「印刷機械の消費電力削減」「原単位の見える化および消費エネルギー削減」「印刷工場全体の消費電力の削減」の３項目をプロジェクト目標に掲げながら、印刷工場を取り巻く環境すべてを対象にアプローチをしている。ＫＨＳ－ＡＩ（損紙低減システム）を中心とした基幹システムの開発、Ｈ－ＵＶ（速乾インキ乾燥）システムの開発など、さまざまな技術革新により、印刷業界が環境貢献度を高め、世界全体の環境負荷軽減に貢献する活動を推進していく。

このようにＧｒｅｅｎ－ＰＪではＫＯＭＯＲＩが提唱するグリーンコンセプトを実現していくことが活動の狙いとなる。

「ＫＯＭＯＲＩではＧｒｅｅｎ（グリーン）を環境・人・自然など、さまざまなものとの共生を象徴する言葉に位置づけています。それぞれが共生することで、相互のバランスが成りたち、将来的に穏やかで明るい未来・関係を築いていく。それがＫＯＭＯＲＩの描くグリーンコンセプトです」

そして、ＫＯＭＯＲＩが続けてきた顧客への提案やアイデアは、顧客の経営や環境戦略に寄与するだけでなく、ＫＯＭＯＲＩ自体の環境戦略にも生かされてきた。

ＫＯＭＯＲＩの印刷機生産工場であるつくばプラント（茨城県つくば市）では２０１４年、既存の水銀灯ランプに代わる最適な省エネ工場照明として、無電極ランプを導入した。

つくばプラントは世界一の印刷生産体制の構築をコンセプトに設計された、印刷機の研究開発・生産工場。環境に配慮した最新鋭の〝エコファクトリー〟として、産業廃棄物の徹底した管理をしているほか、太陽光パネルを工場壁面に備え、その供給電力と消費電力が分かるモニターを設置するなど、エコ活動を積極的に推進している。そこで近年、つくばプラントのさらなる省エネ課題として浮上したのが、水銀灯ランプの消費電力だった。

「印刷機工場では大きなクレーンも使用するため、天井も高く設計されています。しかし、その高さを保つ

右：つくばプラント
左：工場内の無電極ランプ

ためには照明も高照度のものが必要となり、従来は水銀灯を使わなければ不可能とされていました。しかし、エコファクトリーとして省エネを掲げているにも関わらず、電力の大量消費を見過ごしてはいけません。無電極ランプを導入したことにより、水銀灯と同じ明るさで約80％の消費電力を削減することが出来るようになりました」

また、ＫＯＭＯＲＩ大阪支社のリニューアルでは、設備を追加したことによる電力量増加を懸念し、独自開発した電力監視システムをオフィス全体とショールームの各機械に導入するとともに、エントランスに設置した「消費電力リアルタイムモニター」で管理する体制を整えた。リニューアル後に統計を取っていくなかで、消費電力における異常値と改善点も判明し、現在もＰＤＣＡを回しながら、省エネのモデルオフィス〝エコオフィス〟となるための努力を続けている。

一方、ＫＯＭＯＲＩでは顧客の経営や環境に寄与するだけでなく、一般住民の方々を対象としたさまざまな社会貢献活動も展開している。

８回目を数えるつくばプラントでの環境授業は、市内の小学生を工場に招き、ＫＯＭＯＲＩの印刷機械だけでなく、省エネや産業廃棄物削減など環境問題を改善するさまざまな設備や装置を見学。また、座学では、地球温暖化についての授業を開講し、子どもたちに環境の大切さを伝えてきた。

実業団の駅伝で活躍する陸上競技部では、北海道釧路市の合宿所と山形県東置賜郡の高畠町の２カ所で陸上教室を開催している。中高生の長距離を専門としている生徒に絞った実践的な指導、小学生を対象にふれあいを中心とした基礎的な体力作りやゲームをそれぞれおこない、陸上というスポーツを通じての交流に勤しんだ。

「ＫＯＭＯＲＩはＢｔｏＢの会社なので、一般住民の方々と接する機会は大変貴重な機会となります。高畠町での陸上教室も今年で15回目となりました。社員が社会貢献活動を通じて地域住民の方々に触れ合うことは、ＫＯＭＯＲＩの企業活動や取組み姿勢を外部発信していくものとして、非常に重要な位置づけとなります」

今後もＫＯＭＯＲＩでは顧客感動企業の実現を目指し、顧客活動プロジェクトを推進していく。望月氏は「ＫＯＭＯＲＩは創立90周年を迎えた昨年を『再創業の年』だと位置づけています」と話し、次のように今後のビジョンを語った。

「第Ⅳ期中期経営計画（２０１４年３月期～２０１６年３月期）も終盤。ＫＯＭＯＲＩでは、長年培ってきた技術力や開発力に革新を重ね、さらなる可能性を広げていこうとしています。そのためには、業態や事業構造も変えていく必要も出てきました。オフセット印刷機だけを売るのではなく、証券印刷機やデジタル印刷機などの別ハードにも注力するとともに、ソフトやソリューションも取扱う業態に変えて行かなければなりません。これらをしっかり実現していくことが、永遠に発展する会社の条件にもなるでしょう。ＫＯＭＯＲＩグループのお客様はもちろんのこと、株主・投資家様、ＫＯＭＯＲＩを支えていただいている協力企業の皆様方と共に、顧客感動企業実現に向けて、これからも社員一同なお一層邁進していきたいと思います」

陸上競技部による陸上教室

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

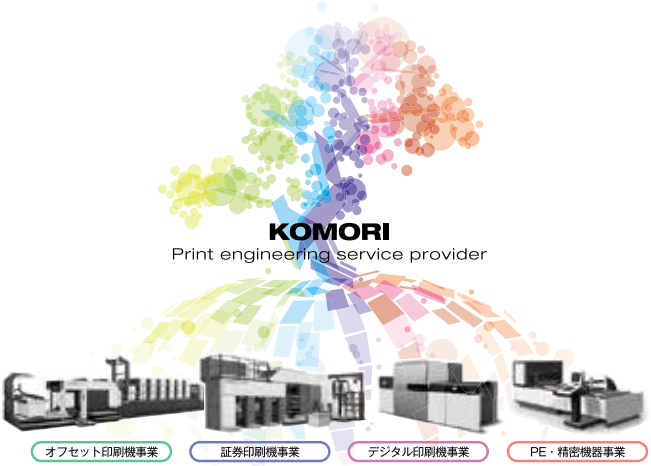
「リコーえなの森」は、岐阜県恵那市にリコーグループが保有する約40haの森です。森林資源の有効活用のために、地域の代表者や企業、NPOとともに「リコーえなの森中山道里山協議会」を結成。ボランティアの方々の協力を得ながら、森林の間伐、木々や希少生物の保全、さらには地域の子供たちの自然教室など、様々な取り組みを行っています。住民の方々の散策や憩いの場所として活用し、環境保全だけでなく、次世代育成、コミュニティの活性化・発展への貢献を目指しています。

株式会社 リコー 環境推進本部 社会環境室　〒104-8222 東京都中央区銀座8-13-1 e-mail: csrinfo@ricoh.co.jp

KOMORI
Kando:Beyond Expectations

お客様とともに KOMORI は進化しつづけます。

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、世界十数カ国に紙幣印刷機を納入している証券・紙幣印刷機事業、K-Supplyの印刷資材販売などに取り組んでおります。省エネ・廃棄物低減に寄与する環境にやさしい商品づくりと、お客様の課題を解決するための多種多様な提案を積極的に行い、信頼される「プリントエンジニアリングサービスプロバイダー」となることを目指し、お客様とともにKOMORIは進化しつづけます。



Made in Japan with state-of-the-art technologies

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(販売推進課)　Fax. 03-3624-9519　www.komori.com

新 CSR検定の全貌とは

３級はすべてのビジネスパーソンが対象

新ＣＳＲ検定３級 第２回試験は１０月４日実施へ

2015年３月８日、〈新〉ＣＳＲ検定３級の第１回試験を全国の11都市12会場で一斉に実施しました。今後〈新〉ＣＳＲ検定は何を目指しているのか。旧検定とどこが違うのか。２級や１級はどのように展開するのか――など、〈新〉ＣＳＲ検定の全貌を解説します。

株式会社オルタナ代表取締役　編集長　森　摂

元々の〈旧〉ＣＳＲ検定は２００８年３月、「サステナビリティＣＳＲ検定」（主催・ＮＰＯ法人企業社会責任フォーラム）としてスタートしました。当初は同フォーラムの単独開催でしたが、２０１１年の第５回試験から、公益財団法人日本財団、株式会社オルタナを加えた「三者共催」となりました。

その中で、企業だけではなくすべての組織（政府機関、自治体、学校、病院など）を対象にした社会的責任のガイダンス「ＩＳＯ２６０００」が２０１０年11月に発行されるなど、わが国の経済社会におけるＣＳＲの役割も大きく変わってきました。

43のキーワードを専門家が執筆

このため２０１４年３月、それまでのサステナビリティＣＳＲ検定の名称を「〈新〉ＣＳＲ検定」と改め、内容を全面的に改訂した新しい３級教科書（発行元・オルタナ）を発行するに至りました。

３級は「初級」として位置付けられ、すべてのビジネスパーソン（公務員やＮＰＯなど非営利団体を含む）、学生が対象です。旧検定では級別制度はなく、裾野の広い受験者層を想定していませんでした。

その意味で、〈新〉ＣＳＲ検定３級は、これまでの殻を大きく破り、ＣＳＲ部署の担当者だけではなく、一般の社員やすべての社会人・学生に広げることが最大の目的です。

３級教科書は大きく４章に分かれ、全部で43の項目を収録しました。第１章は「ＣＳＲの歴史と社会的背景」、第２章は「社会の中での企業の役割」、第３章は「社会や地域と共に働くということ」、第４章は「必須キーワード」集――という構成になっています。

３級教科書の最大の特徴は、43の項目をすべて見開き２ページ完結にしたことです。３級は初級のため、たくさんあるＣＳＲのテーマを網羅的に理解して頂くために、読みやすい体裁を心がけたからです。

43人の筆者は日本でＣＳＲを研究する学者、専門家、企業関係者、ＮＰＯ関係者など最高水準の方たちを選りすぐって、執筆をお願いしました。

もう一つの特徴は、第３章「社会や地域とともに働くということ」にあります。単にＣＳＲを学ぶだけではなく、社会人としてどう行動するか。「会社人から社会人にどう成長していけるか」を説いています。

第４章は気候変動交渉や生物多様性のほか、エシカルビジネスやソーシャルメディア、コーズ・リレイテッド・マーケティング、ソーシャルビジネスなどＣＳＲにまつわる最新の動向を収録しました。

第１回３級試験の合格率は95％

そして今年３月８日(日)、第１回目の〈新〉ＣＳＲ検定３級試験を開催しました。受験会場は

札幌、仙台、長野、さいたま、東京第1、東京第2、横浜、名古屋、三重、大阪、福岡、熊本の12会場でした。

第1回3級試験の受験申込者は538人、欠席者46人、当日の受験者492人、合格者467人、合格率94・9％でした。合格率が高かったのは想定の範囲内で、それだけ受験者の皆さんが頑張って勉強して頂いたからだと事務局では捉えています。

3級試験はすべてのビジネスパーソンが対象で、できるだけハードルを下げたつもりですが、それでもきちんと教科書を読みこなさなければ、合格することは難しいと考えています。

3級試験の合格者の方たちには自動的に「CSRリーダー」の呼称が与えられ、各地でCSRリーダー会議を開催しています。これは3級合格者のネットワークを広げ、情報交換や勉強会を目的にしています。

CSRリーダー会議では、企業やNPOの活動事例紹介と、それについての参加者からの意見交換をワールドカフェ方式で議論しています。

影山摩子弥　横浜市立大学教授が委員長

さて、全印工連の会員企業の皆さまにも大きく関係することですが、この〈新〉CSR検定の検定委員会委員長は、影山摩子弥　横浜市立大学大学院教授・CSRセンター長です。影山先生は、この〈新〉CSR検定の仕組みに賛同され、委員長に就任されました。全印工連の加盟企業の皆さまにも受験を勧められています。

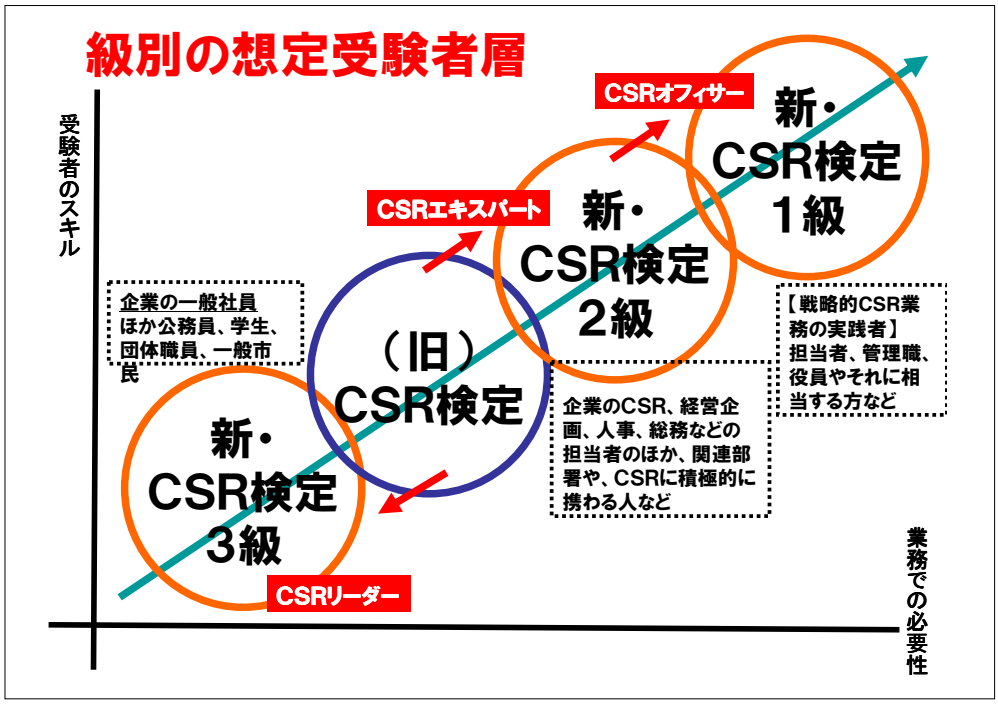
次回（第2回）の〈新〉CSR検定3級試験は10月4日(日)に実施し、今後、年2回の実施を計画しています。詳細はホームページ www.alterna.co.jp/csr-kentei をご覧下さい。第3回の3級試験は2016年2月28日(日)の予定です。

今後の展開としては、2016年秋以降に第1回の2級試験を実施します。2級試験は企業のCSR担当者、人事・総務担当者などを対象にしています。合格者には「CSRエキスパート」の呼称が与えられます。2級の教科書は現在編纂中で、2015年10月ごろに出版します。

戦略的なCSR人材の育成が使命

1級試験は、ソーシャル・イノベーション（社会変革）と社会的事業（広義のソーシャルビジネス）を両立できる、優秀なビジネスパーソンや管理職、役員の育成を目指します。第1回の1級試験は2017年秋以降に実施する予定です。

このように三レベルの検定試験を経て、CSRと企業経営の両方に秀でた、極めて戦略的なビジネスパーソンを増やすことが、〈新〉CSR検定の最大のミッションなのです。全印工連の皆さまの受験を心からお待ち申し上げています。



「マイナンバー制度」導入 10月1日から通知開始

複数の機関に存在する個人の情報を、同一人の情報であることを効率よく確認する基盤とした番号制度、「マイナンバー制度」が導入される。住民票を有する全ての人を対象として、２０１５年10月から住民票の住所宛にマイナンバーの通知カードが送付され、２０１６年１月からは社会保障・税など、各行政手続きでマイナンバーの併記が求められるようになる。

基礎年金番号・健康保険証番号など、国民は一人ひとりが多くの個別番号を持っている。しかし、マイナンバー制度では、各行政組織が個別に管理していた番号・個人情報を、一つの共通番号（マイナンバー）によって一元的に管理することになった。

また、２０１６年１月から希望者を対象として、氏名・住所・生年月日・性別・顔写真・マイナンバーを記載し、公的な身分証明書としても利用できる、ＩＣチップ付きの「個人番号カード」の交付も予定している。

今後、民間事業者は、源泉徴収票や支払調書の作成といった税務関係の申告書等で個人番号を記載し、行政機関へ提出する義務を負うこととなった。

環境省が低炭素社会の実現に向けて、「Ｆｕｎ ｔｏ Ｓｈａｒｅ」推進

環境省は現在、豊かな低炭素社会づくりに向けた知恵や技術を、みんなで楽しく共有し、発信していこうという気候変動キャンペーン「Ｆｕｎ ｔｏ Ｓｈａｒｅ」を展開している。

「Ｆｕｎ ｔｏ Ｓｈａｒｅ」では、低炭素社会の実現に向けて賛同企業・団体の「Ｆｕｎ ｔｏ Ｓｈａｒｅ宣言」や、それぞれの取り組みを広くシェアすることを推進。多くの企業・団体による賛同登録を受け付けており、登録申請企業・団体は事務局による確認後、賛同企業・団体一覧に掲載される。

「第1回 日本サービス大賞」を開催

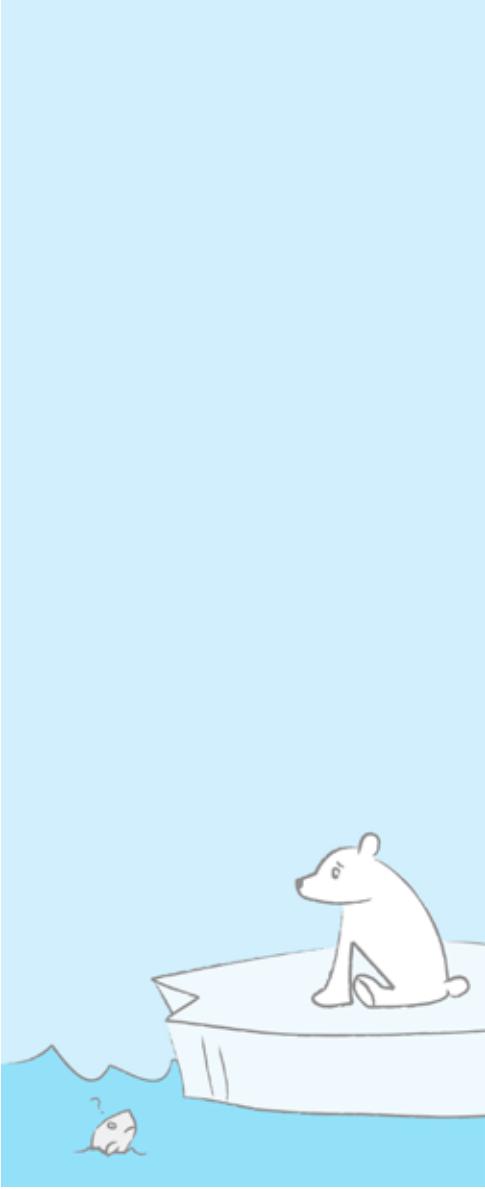
経済産業省は企業のイノベーションを促進し、生産性を高めるために、優れたサービスをつくり届ける仕組みを有する事業者を表彰する、「第１回 日本サービス大賞」の開催を発表し、７月１日から募集を開始した。主催はサービス産業生産性協議会（ＳＰＬＩＮＧ）。

本賞は業種が多岐にわたるサービス産業において、各サービスを共通の尺度で評価するという、従来にない新たな試みにより選考を行う。人々に感動を呼ぶようなサービスから、今まで見たことのない独創的なサービス、お客様に永く愛されているサービスなどを幅広く表彰する。国内のあらゆるサービス提供事業者を対象に、より一層の士気向上や切磋琢磨、サービス産業のイノベーションを促す。

- **表彰対象** 「優れたサービスをつくりとどけるしくみ」
- **表彰（約30件）** 内閣総理大臣賞、地方創生大臣賞、総務大臣賞、厚生労働大臣賞、農林水産大臣賞、経済産業大臣賞、国土交通大臣賞、ＳＰＲＩＮＧ賞、特別賞
- **応募期間** ９月30日締め切り

ＣＳＲ検定に492人、うち学生41人が参加

特定非営利活動法人企業社会責任フォーラム、公益財団法人日本財団、株式会社オルタナの三者は協同で、これまでのサステナビ



リティCSR検定を大幅刷新し、「(新)CSR検定」を2015年3月から年2回、全国の会場で実施している。CSRの理解者企業を社会のなかに増やし、CSRの裾野を広げることで、CSRの重要性の理解をすすめ、業務にも生かしてもらうのが狙い。

初級に当たる「3級」はすべてのビジネスパーソン(会社員)、公務員、団体職員などが対象で、学生による受験も推奨し、第1回目は3月8日に実施された。問題内容は社会問題や事象、公的規約など、CSRの土台となる幅広い内容が問われ、受験者は492人、うち学生が41人となった。

CSR検定3級の第2回試験は2015年10月4日に全国13都市で一斉に実施される。

厚生労働省、パートタイム労働法を改正

平成27年4月1日から、パートタイム労働者の公正な待遇を確保し、納得して働くことができるようにすることを目的に、パートタイム労働法や施行規則、パートタイム労働指針が変更となった。

主な改正のポイントは①パートタイム労働者の公正な待遇の確保②パートタイム労働者の納得性を高めるための措置③パートタイム労働法の実効性を高めるための規定の新設、の3点。

パートタイム労働者(短時間労働者)とは、「1週間の所定労働時間が同一の事業者に雇用される通常の労働者の1週間の所定労働時間に比べて短い労働者」を指す。事業主はパートタイム労働法の趣旨を考慮したうえで、それぞれ対応にあたる必要がある。

全印工連CSR認定 ツースター12社、ワンスター4社を認定

全日本印刷工業組合連合会CSR認定制度の第1期ツースター認定に12社が認定された。認定されたのは株式会社日進堂印刷所(福島県福島市)、株式会社協進印刷(神奈川県横浜市)、株式会社大川印刷(神奈川県横浜市)、亜細亜印刷株式会社(長野県長野市)、池田印刷株式会社(東京都品川区)、六三グループ(東京都江東区)、文唱堂印刷株式会社(東京都千代田区)、新日本印刷株式会社(愛知県名古屋市)、株式会社二和印刷紙業(愛知県名古屋市)、アインズ株式会社(滋賀県蒲生郡)、株式会社ユニバーサルポスト(広島県広島市)、株式会社ミヤプロ(香川県高松市)。

CSR認定制度は2年間の有効期限を迎えるにあたり、ワンスターとしての継続更新、上位認定であるツースターへのステップアップ、どちらかを選択することになる。

ツースター認定ではワンスター認定にはなかったシステム評価の項目が追加されるほか、横浜市立大学CSRセンターLLPが認定する審査員による現地審査が実施され、さらに一歩踏み込んだCSRの実践を求められるようになっている。

また、第9期ワンスター認定で新たに4社が認定された。認定されたのは西日本印刷工業株式会社(福岡県福岡市)、泰和印刷株式会社(京都府京都市)、株式会社野毛印刷社(神奈川県横浜市)、相互印刷紙器株式会社(大阪府大阪市)。

これにより、ワンスター取得企業は現在75社となった(ワンスター認定更新企業28社含む)。

日印産連 グローバルコンパクト賛同団体に

一般社団法人日本印刷産業連合会(稲木歳明会長、日印産連)は、国連が提唱する持続可能な社会の実現に関するイニシアティブである「グローバル・コンパクト」(以下GC)賛同企業として登録された。日本の経済団体としてGCに賛同表明するのは日本で初めてのケースとなる。

日印産連は、5月21日に開催された27年度第一回理事会において、設立30周年を機に策定した「グランドデザイン」の目玉としてGCへ賛同表明することを決定。稲木会長名で賛同表明レターをGCに送り、6月12日に国連グローバル・コンパクト賛同企業として登録された。

現在、世界で約1万3000社が賛同企業として登録されており、日本企業は約220社。印刷・関連業界では大日本印刷、凸版印刷、日本写真印刷、ニッセイエブロ、DIC、リンテック、三菱重工業、リコー、富士ゼロックス、コニカミノルタ、キヤノンマーケティングジャパン、王子製紙、日本製紙、レンゴー、日本ユニシス、朝日新聞社、ベネッセホールディングスなどが登録している。

日印産連のGC賛同表明は、印刷産業のSR推進のシンボルという意味だけでなく、グローバル化する印刷産業にとって重要な意味を持つ。今後は、このGCを核に、印刷産業全体のSRの取り組みをさらに強化していくとしている。

※グローバル・コンパクト(GC)とは
グローバル・コンパクトは、国連が課題としている、人権の保護、労働(強制労働や児童労働、職業差別などの課題)、環境、腐敗防止の4分野について10の原則を定め、その原則に企業や団体が賛同するとともに、それらの課題解決に自ら取り組むことで、持続可能な社会の実現に貢献しようとする取り組み。

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。

印刷製品へのCSRマーク表示例

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/

認　定　企　業　一　覧　（2015年7月現在）

ツースター認定（2015年7月現在 12社）			
福　島	㈱日進堂印刷所	東　京	文唱堂印刷㈱
神奈川	㈱協進印刷	愛　知	新日本印刷㈱
	㈱大川印刷		㈱二和印刷紙業
長　野	亜細亜印刷㈱	滋　賀	アインズ㈱
東　京	池田印刷㈱	広　島	㈱ユニバーサルポスト
	六三グループ	香　川	㈱ミヤプロ
ワンスター認定（2015年7月現在 75社）			
北海道	㈱ヒロミ産業	東　京	壮光舎印刷㈱
	㈱プリプレス・センター		㈱五色
	㈱アイテックサプライ		弘和印刷㈱
	中村印刷㈱		滝澤新聞印刷㈱
	㈱正文舎		㈱木元省美堂
	北陽ビジネスフォーム㈱	愛　知	㈱マルワ
	植平印刷㈱		木野瀬印刷㈱
宮　城	㈱東北プリント		プリ・テック㈱
	㈱ユーメディア		半田中央印刷㈱
秋　田	秋田印刷製本㈱		豊橋合同印刷㈱
山　形	㈱青葉堂印刷		㈱愛知印刷工業
埼　玉	望月印刷㈱	三　重	伊藤印刷㈱
	㈱アサヒコミュニケーションズ	岐　阜	㈱岐阜文芸社
千　葉	㈱太陽堂印刷所		トーヨー印刷㈱
	㈱総合印刷新報社		ヨツハシ㈱
神奈川	関東プリンテック㈱		協同印刷㈱
	㈱野毛印刷社	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	石　川	㈱笠間製本印刷
	㈱太陽印刷所	京　都	㈱太洋堂
	㈱第一製品流通		泰和印刷㈱
	㈱あけぼの	大　阪	㈱ダイム
静　岡	㈱きうちいんさつ		相互印刷紙器㈱
	日本レーベル印刷㈱	兵　庫	船場印刷㈱
	杉山メディアサポート㈱		交友印刷㈱
	日興美術㈱		丸山印刷㈱
	㈱中央パッケージング	奈　良	㈱天理時報社
東　京	㈱金羊社		㈱アイプリコム
	大同印刷㈱		共同精版印刷㈱
	㈱賢工製版		岡村印刷工業㈱
	システム印刷㈱	和歌山	㈱和歌山印刷所
	㈱ウエマツ	岡　山	研精堂印刷㈱
	㈱白橋		広和印刷㈱
	水上印刷㈱	愛　媛	愛和印刷㈱
	三報社印刷㈱	福　岡	㈱ミドリ印刷
	創文印刷工業㈱		㈱博多印刷
	㈱アドピア		西日本印刷工業㈱
	荏原印刷㈱		

shin vol.04　2015.7.31
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 JFPI 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