

shin

2022.8

vol. **22**

特集

全印工連CSRシンポジウム ～SDGsの視点から見た調達の将来像～

CSR 認定企業紹介

愛知 半田中央印刷

地域貢献活動で会社のブランド力を向上
行政、団体、企業と連携して地域を育てる

CSR トピックス

日印産連が印刷会社の SDGs 導入支援を開始、専用ポータルサイトを開設

PrintNext2022、独自企画の商品や体験を一般来場者に提供し盛況

プラスチックごみ一括回収に地方交付税

日印産連、2050年カーボンニュートラル宣言を公表

清水銀行、環境配慮設備導入の大和印刷に ESG 投資

男女の賃金差、7月から公表義務化（301人以上の企業）

JPO、読書バリアフリー対応で基盤強化

社会課題への関心が若年社会人の「幸せな活躍」に影響

田中手帳、情報弱者を救う救助用・防災用ツールを開発

さいたま市で「ケアラー支援条例」が成立

リクルート、「男性育休アンバサダー」を発足



特集

全印工連CSRシンポジウム ～SDGsの視点から見た調達の将来像～

全印工連では企業経営に持続可能性を組み込むことの重要性をいち早く認識し、組合員企業のCSRの実装を進めるべく、他の業界に先駆けて2013年よりCSR認定制度を運用、CSRの普及・啓発に努めてきました。近年SDGsへの関心の高まりとともに、行政機関はもとより、企業や市民の間でもグリーン購入やエシカル消費といった持続可能性を考慮した購買行動への気運が高まってきていることから、SDGsの視点から「調達」について考えてみよう企画されたのが、今回のシンポジウムです。

安いから、便利だからという視点だけではなく、それを買うことがいかに社会の持続可能性を高めることにつながるのかという視点で、モノを買ったり仕事を頼んだりということが、一部の人の間だけでなく、企業と企業、あるいは企業と行政といった日常の商取引にも取り入れることができるのか、障壁があるとすればどんなことを考えてみたいと思います。

シンポジウムは2022年2月8日、和歌山市のダイワロイネットホテルで開催されました。コロナ禍ということもあり、現地参加可能な出演者だけが会場に参集し、聴衆はすべて生配信された動画をリモートで視聴するスタイルとなりましたが、業界関係者のみならず、行政職員、一般の参加者を含め150名が参加しました。

当日は全印工連CSR推進委員会委員であり

和歌山県印刷工業組合専務理事の白子欽也氏の司会により15時に開会、同委員会の江森克治副委員長の趣旨説明、全印工連滝澤光正会長、地元和歌山県議会の山下直也議員の挨拶の後、PHP総研主席研究員であり立教大学大学院特任教授の亀井善太郎氏の基調講演、行政や企業関係者によるパネルディスカッションと続きました。次項より基調講演とシンポジウムの講義録を掲載します。

〈基調講演〉

SDGsの視点から見た調達の将来像

PHP総研主席研究員・
立教大学大学院特任教授

亀井善太郎

SDGsとは？

17の目標と169のターゲットからなり、飢餓をなくそう、貧困をなくそうということに始まり、食料の話、福祉の話、教育の話、ジェンダーの話などさまざまな課題が挙げられていますが、私たち一人ひとりが問題意識を持って具体的に行動していく、あるいは社会課題にはこんなことがあるんだなあと認識し、共有するためのものです。日本語では「持続可能な開発目標」ということになりましたが、「持続可能」とは自分だけではなく、将来世代のこともしっかり考えていきたいと思います。次に「開発」ですが、ここでいう開発とは人間には本来様々な力があつて、その力を発揮できるようにしていこうということです。つまり自分の力を十分に発揮して満足した生活を送ることと、これは皆さんに共通したことなのかと思います。

持続可能な開発には「私自身」が関係してはいますが、よく聞こえてくることは、自分には関係ないとか、周囲に困っている人なんていないとか、自分に見返りが無いというふうなことです。しかし実は自分自身が加害者になっているかもしれないし、困っている人が声をあげられない社会になっているということも大きな問題だと思っています。それでも何も無いという場合には先人の教えで「情けは人のためならず」というとても良い教えがありますが、結局は自分に返ってくるんだと思えば良いのではないかと思います。これらは結局は想像力であり具体的な行動です。これは個人だけでなく企業や行政といった組織にも求められることだと思います。

今日はCSRシンポジウムということですが、Cは企業のこと、大事なのはSRです。これは実は誰にでもあるもので、ソーシャルレスポンスビリティ、つまり社会的責任ということになります。辞書を引くとレスポンスビリティは責任と書かれています。語源をたどってみると「レスポンド（応えること）できる力」ということができます。「おはよう」と言われたときに、知らん顔するのではなく、「おはよう」と応える力がSRなのです。CSRというと寄付とかボランティアをすることとお考えの方がいます。もちろんそれもCSRの一部ではありますが、すべての組織や私たち一人ひとりの人間にSRがあつて、そういう中で私たちは生きています。

そのように一人ひとりが社会的責任を果たすことで、ありがたい未来にしていくこと、そしてそのありがたい未来を表現したものがSDGsなわけですが、そのためにボランティアや寄付をすることはもちろん大切なことです。しかしそんなに特別なことでなくても、皆さんが生産者としてあるいは消費者として普段の生活や仕事の中でできることがたくさんあるのではないかと思います。例えば生産者としてはありたい未来につながる商品やサービスを提供していくことはとても大切なことですし、消費者としてありたい未来につながる商品やサービスをきちんと選んで買っていくことはとても大切なことです。行政の皆さんも調達を通じてどのように社会と関わっていくことができるのかというの是非考えていただけると良いと思います。

越えられない「安い」という価値観

今日のテーマであるSDGsを踏まえた調達というのはどういうことかというところ、まさにありたい未来につながる調達、すなわちSR調達に変えていくことなのではないかと思えます。

今日の午前中ちょうど政府の人たちと調達の話をしていたのですが、いまの政府調達というのは一般競争入札が多くなつていて、これは納税者の立場からすると、一番安いところから買うという調達のプロセスがとても見えやすいの

で良しとしているのですが、長い目でみると少し工夫の余地があるのではないかと思えます。また地方自治体で見ると、あまりに価格だけで決めてしまうと地元の事業者がだんだん減っていってしまうという問題もあります。

一般競争入札というのは人口が増えていて市場が拡大しているときはとてもうまく機能するのですが、人口減少期で市場が小さくなっていくときというのは、もつと工夫をしていかないと持続可能な未来というのはなかなか見えてこないのかなあと考えています。ではなぜできないのかというと、それは簡単に「安い」という価値観を越えられないからです。この問題は個人のレベルから組織のレベルまであらゆるところで起きていますが、安いという価値観だけで本当にいいのかということは考えていかなければならないんだろうと思います。

これは実際にあった話なのですが、森に囲まれた国内有数の木材産産を有する町で、町長室の応接セットを買い替えるという話になり、総務課の若手職員が調達の担当になりました。町内には木製家具の工場もたくさんありますので、総務課長さんとしてはどこを選んでくるかと楽しみにしていたところ、若手社員から隣町の量販店で買ってきたという報告が。驚いた課長さんがなぜそうしたのか尋ねたところ、「安かったの」と何か問題でもあるのかというような答えが返ってきたということです。その課長さんは若手の育て方を間違えたかと反省したということなのですが、実はこういう話は全国

どこにでも起こっていることで、価格以外の価値について考える、想像するということが疎かになっていくということではないかと思えます。SR調達ということを考える上ではこのエピソードはたいへんわかりやすいのではないかと思います。

持続可能な調達を物語に

昨年開催された東京オリンピックで選手に贈られたメダルが、古い携帯電話やスマートフォンからとった金属で作られたというのはご存じでしょうか。使われなくなった携帯電話やスマートフォンをショップに持ってきてくださいという呼びかけをしたところ、必要な量をすべてまかなうことができたということです。そのままだつたらゴミになってしまう古い携帯電話を選手に贈るメダルという形で再利用することで、それですごいことだよねという物語にすることができたのが東京オリンピックだつたわけですが、まさに今はそういう時代に入っているのではないかなと思います。

オリンピックにおけるこうした持続可能な調達の取り組みというのはロンドンオリンピックから始まって、東京オリンピックでもメダルをはじめ様々な取り組みがなされましたが、一方で国立競技場の基礎工事に使われたコンクリート型枠に違法伐採の木が使われたと指摘されるなど、持続可能性について十分ではなかったということも言われています。ご記憶の方も

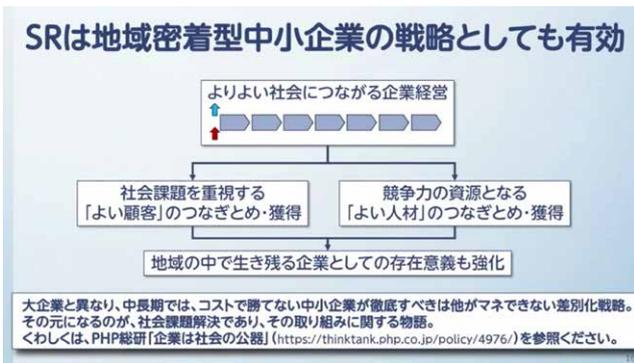
いらつしやると思いますが、開会式のお弁当が4千食も余ってしまったという報道がありました。こうした調達の失敗というものが組織の責任として問われる時代になってきたと言えるのではないかと思います。

SR調達の流れというのは企業においても、もはや当たり前のことになりつつあります。自社の社内体制だけでなく、例えばずっと川上の原材料のことについても、関係ない、知らなかったでは済まされなくなっています。サプライチェーン全体を通じてきちんと責任を果たすことが求められてきているということです。

今日はCSRシンポジウムということなので、取り組みべきは調達だけではないということもあえて申し上げておきますが、全体のサプライチェーンの中で、研究開発や生産や物流在庫といったような各段階において、働く人たちの健康を守っていくことや環境負荷がかららないようにすることは、当然の取り組みとしてそれぞれの企業で行われていることです。また現代においてはサプライチェーンが1社で完結しないことがほとんどなわけで、わが社を含むサプライチェーン上のすべての取引先と一緒に、どんなことで社会を豊かにすることができているのか、あるいは社会に対するマイナスの影響を減らすことができるのかということをしつかり考えていかなければなりません。

大切なのは経営の「質」の向上

ここで今日の話題に戻りますと、行政の調達というのもサプライチェーンの中に入るわけで、調達者としての責任をどう果たすのかというところが問われるわけです。まさに価格だけでなく「質」をどう担保していくのかということですが、SDGsの目標でもある使う責任につながっていくということ。私自身も全印工連



でCSR認定制度の委員長として制度をお預かりさせていたのですが、質を上げていく取り組みを促していくことの重要性をいつも感じています。そういう意味では買い手としてそこに関わることについても大事なことではないかと思えます。実はこのS

Rというのは中小企業にこそ有効な戦略となります。環境や人権の取り組みを評価してくれるような良い顧客の獲得にもつながりますし、そういう会社で働きたいという競争力の源泉となる良い人材のつなぎとめや獲得にもつながっていきます。まさにそのことが地域の中で生き残る企業としての存在意義の強化につながっているのではないかと思います。でもそれってそんなに儲からないでしょうということをよく言われるのですが、より良い社会につながる企業経営をされている経営者の話を聞いてみると、こういう取り組みが付加価値の創出にもつながっているということを皆さんおっしゃっていて、それは企業の存続にとっても大切なことになっていくのではないかと思います。結局長期でみれば中小企業は価格では絶対大企業には勝てないのです。大きい方が安くできるんですから。だからこそ徹底すべきは他ではまねのできない差別化戦略なのです。そして他ではまねのできない差別化戦略というのは、もちろん質が高いということもそうなのですが、これからの質というのは、どういう人が関わって多様性を実現しているのかとか、商品を作るプロセスの中でこんなことを実現しようと思っていると、そういうことが質として評価されるようになってくるのではないかと思います。私自身のPHP総研での研究テーマでもありますが、松下幸之助さんは「企業は社会の公器」ということを言っていました。私の研究の中で地域密着型の企業、新しい社会課題解決に取り

組む企業の事例研究をしていますので是非参考になさってください。

<https://thinktank.php.co.jp/policy/4976/>

戦略的調達でまちも企業も持続可能に

あと少しで私の話は終わりますが、SDGsを踏まえた調達を実現するためにということですが、これまでずつとお話ししてきたことで、これまでの調達に関する意識をしっかりと転換していくことが必要なんだと思います。安くていいものも確かにあると思いますが、安だけで決めちゃいけないのが実はたくさんあるということ。是非考えていただきたいと思います。また世界の動きを見ても、政府の経済行為である調達を政策手法のひとつとして認識する動きがたくさん出てきています。

また地方自治体においては、独自性のある調達への転換が進んできています。端的に言えば和歌山で作ったものを和歌山の人が買うという流れを作った方がよいということです。和歌山のものを買えば、そこに雇用が生まれるということです。地域内経済循環という考えですが、これをうまく導入している例が全国では出てきています。さらにいえば、単に和歌山だからということではなく、気候変動や女性活躍、障がい者雇用などの和歌山の社会課題解決にしっかりと取り組んでいる会社から買っていかと思います。

最後に地域の持続可能性を高めるためにというところでまとめられますが、地域内経済循環が大事だからといって、地元だからという理由だけで買うのは癒着の温床になるだけなのでダメです。そうではなくて、調達という経済行為を使って、企業が「地域の持続可能性」に着目するように仕向けて、地域社会を変えていく政策のひとつと考える必要があります。さらにいえば我がまちは何を選択するのかということや市民や議員の皆さんで話し合っただけで済むという民主的なプロセスもとても大切なことだと思います。とはいえ、全部はでき

ませんので、我がまちは環境・資源再生、我がまちは子育て、我がまちは多様な働き方というように、まちの個性を競い合えるようになるというのではないかと思います。では、具体的に何をやっていくかということになりますが、大きく分けて3つあると思います。一つめは調達の資格要件に持続可能性を取り込んでいく、簡単にいえばできない会社には資格を与えないということが大事です。実際に欧米をはじめアジアでもそうですが、世界のスタンダードとしては、環境や人権への配慮ができていない会社は入札に参加できません。

二つめはSDGsへの取り組みを評価するための加点リストを入札の評価項目の中に作っていくということです。そして三つめは民間と行政が共同で持続可能性とイノベーションに挑戦していくということが大事なのではないかと思えます。大切なのは住み続けられる、働き続けられる、選ばれるまちになっていくことで、まさにこれまで話してきたような取り組みをやっていくまちが選ばれていくのだらうと思います。是非今日の話を参考に、それぞれのまちづくりや企業経営に生かしていただければと思います。

パネルディスカッション

●パネリスト

和歌山県福祉保健部障害福祉課施設福祉班 班長 中西 健
公益財団法人和歌山県人権啓発センター啓発課 啓発指導員 下平菜都子
リコージャパン株式会社和歌山支社 支社長 加納弘道
和歌山県印刷工業組合 副理事長 清水雅司
NPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会 理事長 浦久保康裕

●コーディネーター

全日本印刷工業組合連合会 CSR推進委員会 副委員長 江森克治



江森…いま亀井先生から大枠のお話をいただきましたので、ここからはすでにSR調達に取り組みされている6名の皆さんに、それぞれの立場から現在の取り組みについてお話を伺っていきなりたいと思います。では最初に和歌山県福祉保健部の中西健さん、お願いします。

中西…私が所属する障害福祉課では、障害のある方々が活躍できる社会の実現に向けて様々な支援を行っております。本日はSDGsの視点での障害者優先調達の現状と県の取り組みについて説明します。まずSDGsの視点で障害者優先調達はどう位置付けられているかについて

ですが、ターゲット8―5や、10―2、10―3が、あてはまると考えています。障害者優先調達についてはSDGsに先駆けて平成25年に施行された障害者優先調達法に基づいて障害者の経済的自立を目的に取り組んでおり、随意契約や優先調達入札等を活用して



和歌山県福祉保健部 中西 健氏

県での障害者優先調達推進の取組

- ・県の電子調達システムから物品や役務を発注できるように、障害者就労施設へ、システムへの登録を呼びかけている。
- ・前年度を上回る発注をするよう、全庁的に依頼している。
- ・障害者就労施設が受注可能な物品の例



記念品 軍手 食品 啓発物品



ます。このような取り組みによって令和2年度の発注額は当初の2・6倍になりました。結果として障害者の工賃が上昇し、全国平均も上回っている状況です。しかしながら総じて障害者の収入は低く、経済的自立には至っていないのが現状です。県としては今後も優先調達を推進するとともに、工賃向上に向けた多角的な支援を行っていきたいと考えています。

江森・中西さん、ありがとうございます。B型の平均工賃が1万7千円台ということで、私

障害者就労施設等からの調達を積極的に推進しています。

具体的な取り組みとしては、障害者就労施設に対し県の電子調達システムへの登録の呼びかけ、各部署に対する前年度を上回る発注の依頼、障害者就労施設で受注可能な商品の紹介などを行っています。

の出身地である神奈川県と比較するととても高いのに驚きました。今後は県の予算だけで支えるのではなく、民間からの発注も増やしていく必要があるのではないかと思います。続きまして和歌山県人権啓発センターの下平菜都子さん、お願いします。

下平・当センターは和歌山県においてすべての人の人権が当たり前のこととして尊重される社会づくりを進める啓発活動を推進しています。私からは当センターの情報紙「エルフ」の制作にあたっての調達についてお話したいと思います。

エルフは人権に関する情報を広く県民の皆さんに提供する目的で発行され、紙媒体とCDによる音声媒体で県内の行政機関や教育施設、企業等に配布しています。また紙媒体には「ユニボイス」という音声コードが印刷されており、スマートフォンアプリで読み込むと冊子の内容が音声で再生され、テキストデータがスマートフォンに表示されます。ユニボイスの右側には切り欠きを入れて、目の不自由な人でも音声コードの位置がわかりやすいように工夫しています。調達にあたってはNPO法人メディア・ユニバー

サル・デザイン協会のMUDアドバイザーの資格を持つ従業員を雇用していることを入札の参加資格としております。メディア・ユニバーサル・デザインに配慮しているということは、誰もが情報を受け取ることができる社会の実現に向けて努力している企業であると判断でき、そのことは人権啓発を推進している当センターとしては発注の際の大切な基準になると考えています。発注の基準を変えることで、メディア・ユニバーサル・デザインの観点からより多くの人に伝わるデザインを提案していただくなど、企業さんからアドバイスをいただけることもあります。実際にユニボイスは発注企業さんからの提案で導入することにしました。エルフは表紙以外のレイアウトは発注企業さんにお任せしています。2色刷りで多色による区別ができないのですが、色の重ね方や影のつけ方などを工夫していただき、モノクロでコピーしても見やすいデザインにしたいので、大変助かっています。M



和歌山県人権啓発センター 下平菜都子氏と、MUD で制作された情報誌「E.L.F.」

UDの有資格者からアドバイスをいただけることは、私たち発注者側も学ぶ機会を得ていると感じています。

限られた予算の中での事業ですので、できるだけ低価格で発注するというのも大事ですが、それと同じくらいにメディア・ユニバーサル・デザインに取り組まれている企業さんに発注することは、当センターの目的である人権啓発という観点からもとても意義深いことだと感じています。もちろんこれがベストということではなく、課題もたくさんありますが、より良いものを求めて当センター一丸となつて努力していきたいと思つています。

江森・下平さん、ありがとうございます。このように公の刊行物にMUDを導入していただけるといのは本当にうれしいことです。続きまして今度は民間の立場からお話しいただきたいと思つています。リコージャパン和歌山支社の加納弘道さん、お願いします。

加納…本日はリコーグループのサプライチェーンの取り組みと、和歌山支社の取り組みの2つをお話したいと思つています。まずリコーグループについてですが、持続可能な社会を作っていくことを最上位において、社会課題解決による企業価値向上に取り組み、SDGsとパリ協定の達成に向けて貢献していきます。そのためのプロセスとしてESGの取り組みを進めています。2年ほど前から社会課題解決による持続的な企業価値の向上にこだわることをベースにおいて取り組んでいます。企業の目標としては

元々売上や利益といった財務目標がありました。それに加えてESG目標を立てて外部に公開するようにしています。私たちは7つの重要課題を設定しておりますが、この7つのマテリアリティのすべてについてリコーグループ全体で数値目標を立て、達成状況を管理しています。

次に本題であるサプライチェーンについてですが、2019年に電子機器業界における国際基準である責任ある企業同盟RBAに加盟し、自社拠点だけでなくサプライチェーン全体を俯瞰して活動しています。リコーグループの購買に関する基本姿勢は、法令を遵守し、公正かつ環境や社会への影響に配慮したCSR調達であり、これらを購買規定に盛り込むことでグローバルなレベルでの徹底を図っています。現在世界1800社のサプライヤーから、3千億円を超える調達を実施しています。また重要サプライヤー250社を対象に

ESG説明会を実施し、サプライヤー行動規範について共有を図っています。

中小企業においてはこの1年でSDGsを取り巻く環境が大きく変化しています。4月にある商工会議所が行った調査によると、従業員300名以上の企業の約8割が取引先の選定にあたりSDGsへの取り組みを重視すると回答しています。取引を継続するにはSDGsの取り組みがほぼ必須という状況になってきています。それに伴い弊社にもSDGs

へのご相談が増えてきており、社員の理解促進やお客様の課題解決のために、インナーセミナーを開催するようになりました。和歌山支社では定期的にSDGs研究会を開催しています。研究会に参加していただいた複数の企業から、様々なソリューションを導入いただくことができました。リコーグループが目指すのはSDGsと事業の同軸化であり、これからも本業を通じた社会課題に取り組んでいきたいと考えています。

和歌山事業所では省エネ・創エネ・畜エネの技術を最大限に生かしたリコージャパン初のZEB(ゼロエネルギービル)事業所となっています。ZEBとはネットゼロエネルギービルの普及を目指して一般社団法人環



リコージャパン和歌山支社長 加納弘道氏

境共創イニシアチブが実施している認定制度です。この事業所を基点としてこれからも地域社会に貢献していきたいと考えています。

江森…ありがとうございます。民間の場合はSDGsをやった方がいいよというよりは、やらないと切られちゃうよというところまできているということですね。これまでの皆さんのお話で行政あるいは大企業においてSDGsに関するニーズがあるということがわかってきました。それに対して印刷業界として推進している取り組みについて、和歌山県印刷工業組合副理事長の清水さんにご説明いただきたいと思えます。

清水…全印工連ではHappy Industry 人々の暮らしを彩り幸せを創る印刷産業というスローガンのもと、Happinessカンパニーを指して幸せな働き方改革を進めていこうという基本的な考え方があります。そうした考え方に基づいて様々な事業が行われていますが、SDGsの視点から少し紹介させていただきます。

まず全印工連CSR認定制度です。コンプライアンスの順守はもちろんのこと、環境、情報セキュリティ、品質、労務や財務をはじめ地域のボランティア

活動も含めた、まさに社会的責任を果たすべくSDGsのゴールでいうと10以上のゴールを網羅しています。現在ワンスターからスリースターまで、全国で129社が認定を取得しています。

次に環境ですが、ISO14001の取得支援、グリーンプリンティング認定制度、環境推進工場登録制度などの事業があります。また印刷産業環境優良工場という表彰制度も設けており、最上位の経済産業大臣賞を目指して各社環境対応に努力しています。



和歌山県印刷工業組合 副理事長 清水雅司氏

個人情報保護については日本印刷個人情報保護体制認定制度、通称JPPSを設けて、個人情報の正しい取り扱いについて啓発に取り組み、お客様が安心して印刷物をご発注いただけるよう努めています。これらの認定制度についてはすべて第三者評価を経て認定される仕組みとなつていきますので、是非調達のひとつの基準として取り入れていただけたらと思

います。

次に、メディア・ユニバーサル・デザイン(MUD)についてご紹介します。障害者差別解消法という法律がすでに施行されていますが、障害のある方に合理的配慮をしなければならぬということが明記されています。障害のあるなしに関わらず誰もが見やすく、情報を取りやすい印刷物の作成に向けて取り組んでいます。最後に印刷関連の国家検定として、印刷技能士、プリプレス技能士という資格検定があり、安定した品質の印刷物の提供に向けて取り組んでいます。

江森…ありがとうございます。いまご紹介いただいたように業界としても様々な取り組みをしているわけですが、これが企業にとって負担と感ずるものになつてしまうと、なかなか進まないと思います。こうしたことに取り組むことで企業も良くなるし、地域も良くなるというのがこの接点をいかに見つけていくかというのが大事なのではないでしょうか。

では続きまして、いま話に出ましたMUDについて、NPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会理事長の浦久保康裕さんからお話しただきたいと思えます。

浦久保…この活動は当初は色覚障害者に対して色の見えづらさを解消しようとカラーバリアフリーの活動から始まりました。その後調査を進めていく中で、加齢によつても色の見え方や文字の見え方に不自由が出てくるということがわかり、高齢者や色覚以外の障害をお持ちの

方、外国人や子どもといった情報に対して何らかの受け取りづらさを感じている人々に対して、色の使い方はもちろん、文字の使い方、デザインなど様々な点を工夫して、情報を保障していくという考え方にたち、2008年にNPO法人として活動をスタートいたしました。

私たちの活動としては、セミナー開催や啓発活動、製品認証、検定事業などがあります。検定については、かつては3級といっていたMUDアドバイザーの資格をお持ちの方が4千名を超えています。当初は印刷関連の仕事に従事している方が大半を占めていましたが、現在では受検者の約8割が印刷関連以外の職業の方というところで、社会全体の関心の高まりを感じています。その理由としてまず挙げられるのは、2016

年4月に施行されました障害者差別解消法に、建築物の配慮、人的配慮と並んで「情報の配慮」がうたわれたことです。もうひとつ考えられることは、皆さんお仕事でOfficeソフトを使われると思いますが、Windows10になつてからUDフォントがバンドルされるようになって



メディア・ユニバーサル・デザイン協会 理事長 浦久保康裕氏

て、無料で使えるようになりまし。これもMUDの関心が高まっている要因と考えられます。

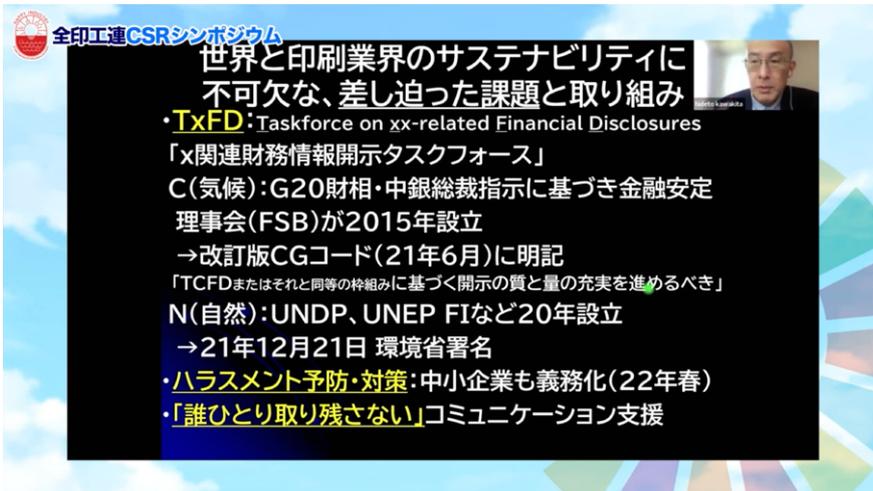
一昨年から小学校の学習指導要領が新しくなり、教科書も新しくなりましたが、大阪の啓林館という出版社の教科書は、当協会のMUD認証を受けていただいています。その背景としては文科省の要項の中にユニバーサルデザインを取り入れることが明記されているということがありました。学校現場においても先生方が試験問題や保護者向けのたよりなどを作る際にUDフォントを使う場面が増えており、見やすさを実感していただいていることなども、MUDが広がってきている一因かと思えます。

江森・法律の施行も含めてMUDのニーズが高まっているという事です。では続きまして、今日は残念ながらリアルでのご出席は叶いませんでしたが、IHOE（人と組織と地球のための国際研究所）代表の川北秀人さんにビデオメッセージをいただいております。川北さんは、全印工連で2017年から設置していたSR調

達研究部会に、基調講演の亀井さんと共に委員としてご参加いただいておりますので、今回メッセージをいただいております。

川北：私は市民団体の運営のお手伝いをするという仕事をしておりますが、最近では企業のお手伝いもしております、CSRレポートに第三者意見を書かせていただいたり、人材育成のお手伝いをしたりしています。

まず世界と印刷業界のサステナビリティにとって不可欠な差し迫った課題を3つに絞って挙げてみました。それはTxFDへの取り組み、ハラスメント予防・対策、誰ひとり取り残さないコミュニケーション支援の3点で、これは業界としてはやらざるを得ない目前の課題であると思います。まずTxFDですが、良く知られているのはTCFDで、気候変動に関する財務情報を開示しなさいというものです。2021年6月に改訂された東証のコーポレートガバナンスコードにもTCFD並みの情報開示を進めるべきと明記されていて、今後東証プライムに残ろうと思つたらTCFDは必須ということになっています。そしてTNFD、つまり自然に関する情報開示の枠組みにも2021年12月に環境省がついに署名しました。次は人権ですので、気候・自然・人権という3つの分野において取り組むだけでなく、財務情報と関連付けた情報開示が求められてくるということで、そうした大企業に納入する印刷会社の皆さんにも対応が求められてくるということです。2つめのハラス



IIHOE (人と組織と地球のための国際研究所) 川北秀人氏

メント対策については22年春からすべての企業において義務化されますし、3つめのコミュニケーション支援については、日本のような高齢化率が高く障害をお持ちの方も活躍できる社会を目指そうというからには、MUDのような取り組みは必須であるということがわかりただけだと思います。

こういうことは個別にバラバラやっている場合ではなくて、総合的な戦略が不可欠です。

SDGsのターゲット12・7にも「国内の政策や優先事項に従って持続可能な公共調達の慣行を促進する」と明記されているわけですから、本来であれば国レベルで取り組んでいく必要性があります。EUでは2014年から公共調達の指針の中に社会責任に対する配慮・対応が盛り込まれていますし、民間でも自動車や家電といった業界ごとに自主的に行動規範を作る動きが進んでいます。日本においてはGDP500兆円のうちの100兆円ぐらいが公共調達ですが、残念ながら安ければいいという前提になっていて、社会に対する投資としての公共調達になっていません。というわけで民間からSR調達に関するガイドラインを作ろうと提案する動きはあるのですが、国となると時間もかかりますので、自治体での動きというのがとても重要になってきます。ですから例えば和歌山県では、和歌山の地元で配慮した企業から優先的に買うということを、地方自治だからこその積極的に進めていただくことが大切だということがおわかりいただけると思います。

ではSR調達を進めていくうえで、行政機関として留意すべきことは何かというと、国の下請け的にやるのではなくて、我が県、我が市町村において、これからのような取り組みが必要になってくるかということの仮説を立てて、仮説に対して施策を手当てして、それを5年10年待たずに、3年ぐらいでレビューをして、施策そのものを拡充していくという、仮説から改善へという、民間企業では当然行っているサイ

クルを行政においても確立していただきたいと思えます。

本日お集まりの行政機関の方々においては、より良い地域づくり、持続可能な地域づくりを考える上で、安ければいいというのではなくて、地域の未来に貢献する会社から積極的に買うという社会責任調達を、自治体の自主的な取り組みとして国の政策を待たずに進めていくということをお願いしたいと思います。

江森：川北さんありがとうございます。SR調達はもはや世界では当たり前になっていて、いよいよ日本でも待たなし、大企業から玉突き状に取り組まなければならなくなってきたということでした。

予想通り時間がなくなってきましたので、テーマを選んで議論をしたいと思います。今後人口減少が本格化してくると自治体間での競争も激しくなっていくと考えられますが、先ほど亀井さんが言われたように「我がまちはこれだけ」というテーマを設定する際に、例えば和歌山では「人権のまち和歌山」というような方針を掲げるとして、それに向けて下平さんは何かお考えのことがありますか。

下平：現時点で具体的に何か策があるわけではないのですが、実は先日他府県からMUDの調達について問い合わせがありました。公開調達です。それが他府県にも知られていつているのではないかという期待をしています。今日のは皆さんのお話を聞きしていても、もつと取り組まなければいけない課題があると感じます。

で、MUDについてもホームページやSNSを通じてアピールしていけたらと思います。

江森…中西さん、MUDということだけでなく結構ですが、和歌山県はこれでいく!というようなものはありますか。

中西…非常に難しい質問ですが、障害者の就労支援ということであろうと、いま全国的に農福連携という農業と福祉分野の連携が盛んに行われていて、和歌山県でも令和3年度の新政策として農福連携に取り組み、農業を通じて障害のある方が活躍できる地域を目指しています。

江森…経済的には新しい価値創造につなげていくことも大切ですが、MUDを通じて新たな価値創造につながった例があれば教えてください。

浦久保…岡山の事例ですが、毎年ユニバーサルデザインのアンバサダーを養成するセミナーを県が開催しています。UDの考え方を広めていくときに、県と県民の中間にたつて活躍してくれるアンバサダーを育てていくというのは、とても興味深い取り組みだと思います。

江森…最後に一言ずつまとめのコメントをいただきます。

中西…障害者福祉における合理的配慮や印刷物におけるMUDなど、まだまだ取り組んでいかなければならないことがたくさんあると感じました。

下平…皆さんのお話を伺って、人権啓発センターは全方位の取り組みをしなければいけないというプレッシャーもあるのですが、まずはM

UDをもっと深く勉強すること、SDGsをもっと幅広く取り入れていくことが必要だと痛感しました。

加納…まだまだSDGsのことを理解していない企業が多いので、様々な企業の事例などを発信して、皆さんと一緒にSDGsを広めていくように努力していきます。

清水…組合活動をしていると自然とSDGsに取り組んでいることになるんだということに改めて気づきましたので、我々がもっと積極的に先進企業として情報発信できるようにがんばりたいと思います。

浦久保…市民の方が情報を得るにあたって印刷物の果たす役割というのは本当に大きいと感じます。是非MUD検定を活用していただき、和歌山県の文書はすぐ見やすいねと、他の都道府県の見本になっていただけに期待しています。

江森…亀井さん、全体の総括でコメントいただけますか。

亀井…やっぱり安いのがいいという呪いをいかに乗り越えるかだと思います。

全印工連の加盟企業さんは、MUDをはじめとするSDGsの取り組みというのはそれぞれの競争力につながることで、稼げる材料になっていくんだという自覚を持つことが大切です。また、行政は安いで言い訳するのは止めましょうという話だと思っています。

これをやらないと日本は沈没します。私はそれぐらいの思いを持ってやっていますので、是

非皆さんもそれぞれの立場で取り組んでいただきますようお願いいたします。

江森…皆さん本日はありがとうございました。持続可能な社会の実現に向けて、官民が一体となってイノベーションを起こしていけるような仕組みづくりをしていきたいですね。これにてCSRシンポジウムパネルディスカッションを終わりたいと思います。



半田中央印刷株式会社

本社：愛知県半田市潮干町1-21 創業：明治19年 従業員：42名
 代表者：竹倉幹雄 認定取得：2013年9月（フンスタ） <https://handa-cp.co.jp>

地域貢献活動で会社のブランド力を向上 行政、団体、企業と連携して地域を育てる

——まずは創業136年になる半田中央印刷の事業内容を教えてください。

竹倉幹雄代表取締役社長 今までグラフィックデザインと印刷が中心でしたが、新たにデジタルマーケティングに取り組んでいます。当社は9割が直接受注のお客様です。既存事業領域のグラフィックデザインと印刷や販促企画、WEBデザイン制作に留まらず、お客様のマーケティングプロセス全体にサービスを提供できる会社を目指しています。

——社長就任から丸4年。働きやすい環境の整備など社内改革にも着手されました。

竹倉 まず風通しのよい組織にすることに注力しました。営業と制作など部門間に壁があり雰囲気の良いと感じたからです。一番大切なのは会社全体がお客様に意識が向いているかどうか。



水野クリエイティブディレクター

か。しかし当時は、顧客接点である営業の社員がお客様からの要望を社内を持ち帰ると「できない」と反発されることもあり、摩擦が生じていました。協力し合える環境を作ることが必要だと考え、営業と制作の社員を混ぜた組織に変更し、机のレイアウトもそれに合わせて変えました。デザイナーは、営業担当がお客様から怒られているのを横で聞いて、自分自身の制作品質や対応の問題に目を向けるようになりま

す。逆に隣で褒められればそれもダイレクトに伝わる。お客様からの視線に気がつかないと、営業から指示されて不満につながる。それではダメなんです。部門混合の組織は1年間だけの実施でしたが、今では営業と制作が協力して、お客様への提案や対応をする雰囲気になっています。

水野尚之クリエイティブディレクター 社内ネットワークもクラウド型に変わりました。社員間の情報共有や伝達も、メールではなくチャットで行うので時間短縮になりますし、コミュニケーションをとるのも楽になりました。

いちいち電話して聞かなくても空き状況を見て予定を入れることができま

す。エクセルなどの資料も共有すれば複数人で同時編集ができるので大幅な効率アップになります。

水野 制作はフレックスタイム制を導入していますが、管理者が仕事を分配する時も、スケジュールで個人々の仕事状況を確認して決めていきます。なるべく本人の働き方を尊重しながら、仕事を調整できるのもメリットです。

——印刷シート検査装置も新たに導入されました。社員のストレスを減らすことが一番の目的だったので、いかがですか。

竹倉 印刷物において異物や汚れの混入は「ないこと」が当然で、検査工程は収益につながりにくいのが現状です。ですから高額な印刷シート検査装置は経営側が判断しないと導入できません。食品関係の包装紙を印刷してお



CSRの考え方でお客様の利益、会社の利益を生み出したいと語る竹倉社長



り、異物混入対策はしていますが、どうしても蚊のような小さな虫が混入することがあります。人による目視検査ですと見落

り組んでいます。地域において情報加工や、情報伝達を担う印刷会社は、もともと事業そのものが地域社会への貢献型ビジネスであり、そういう風土が会社にも根付きやすいと考えています。活動部隊としては、社内に「地域貢献委員会」があり、そこが外部との窓口となつて社員にイベント参加を促しています。

水野 CSR活動のひとつとして、2013年に「新美南吉記念館」で、

としまして、結果大きなクレームになります。そうなる検査をしていた社員はすごく責任を感じてしまいました。社員にそんな大きな責任を背負わせてはいけなく、4年前に導入しました。それで降クレームは出ていません。これは社員がストレスなく働けることを実現する上で、とても大きなことでした。社員のストレスチェックも定期的に実施しています。コストを抑えることも必要ですが、社員がストレスなく働ける環境を作ることがもつと大事だと考えています。

——平成30年に愛知CSR推進研究会より「愛知型地域から愛される企業大賞」に選ばれました。CSR活動として地域貢献に長年取り組まれてきた成果でしょうか。

竹倉 CSRを意識してというより、日常業務の延長線において自然体で取

る目視検査ですと見落

る目視検査ですと見落



2019年「南吉さんの蛭まつり」

冊子「ヘイケボタル」



きる社会貢献です。冊子には児童文学者の新美南吉の紹介も入れ、記念館の方々にも喜んでいただけました。

——行政や観光協会などから依頼されて取り組んだ地域貢献活動について教えてください。

竹倉 会社見学は市や県の観光協会などから依頼がきます。地元の方だけでなく台湾の高校生も受け入れました。芸術系の学校の教育旅行ということ

で、デザイン系の仕事をしている当社に依頼がありました。印刷物制作の上流工程から下流工程までを見ていただき、参加した学生の皆さんは社員の説明を熱心に聞いてくれました。

水野 昨年、国の重要文化財に指定されている「旧中埜家住宅」の特別公開イベントで、「活版印刷ワークショップ」を半田市から依頼されて実施しました。

地域で開催されるイベントに主催者から活版印刷の体験ができないかと相談されることは多いです。また、半田市観光協会と連携し、「紙飛行機作りワークショップ&紙ヒコーキ飛ばし大会」を企画、運営しました。

他にも地域の郷土食を残す活動として、半田市亀崎地区にある神前神社の祭礼「亀崎潮干祭」の開催に合わせ、家庭料理「串あさり」を商品化し販売しました（現在はあさりの不漁で中止しています）。これはあさりの干物で、お祭りで食べるごちそうなのですが、各家庭で代々つながつてきた風習がなくなり、このままだと郷土食が廃れてしまう可能性があります。そこで当社が地域のおばあちゃん達に声をかけて「串あさり」を作ってもらい、できた商品をパッケージ化してネットでも販売しました。その売り上げを地元に戻したのですが、参加したおばあちゃん達もコミュニティができて喜



上：旧中埜家住宅での活版印刷体験
下：紙飛行機作りワークショップ&紙ヒコーキ飛ばし大会

んでくれました。廃れていく郷土食を残す活動で、さらに住民を巻き込んでの取り組みでしたので、半田市の市報にも掲載されました。

——行政や観光協会からの依頼や、イベントの企画・運営を託されるなど、頼りにされている唯一無二の会社という印象を受けます。

竹倉 半田中央印刷さんは地域貢献活動に積極的で相談しやすいし、仕事をお願いするならああいう会社がいいよねとなってくれるのが理想で、若干ですがそういう会社になっていると思います。

水野 長年続けてきた蛍の里の環境整備が、観光協会や新美南吉記念館より評価され、来年の「新美南吉生誕110年プロジェクト」にも参画できました。

PR物・グッズ制作などの仕事を受注し、売り上げにも繋がっています。基本的に相談いただければ快く乗りますというスタンスで、売り込みはしていません。活動の結果が仕事に繋がって、わずかですが会社に利益をもたらすことができています。

竹倉 水野さんが色気を出し始めると逆効果でしょう。売らない営業活動の広告塔になってくれています。

——知多半島の活性化に関する事業に特化した「ちたクラウドファン

ディング」を3社合同で立ち上げました。取り組みについて教えてください。

竹倉 知多信用金庫様とケーブルテレビの株式会社CAC様と当社の3社で設立し、共同運営しています。「ちたクラウドファンディング」は半田市や大府市など4つの市と、半田商工会議所、半田市観光協会など5つの団体と協定を結び、連携しながら新たなビジネスに挑戦する個人や企業、団体に対し、インターネットを通じた資金調達の支援を行っています。きっかけは知多信用金庫様からの相談です。ビジネスプランコンテストという事業を実施して受賞者に補助金を出していたのですが、賞を逃した人はお金をもらえず、事業を始めるにあたって借りるか自己資金の範囲で始めるしかありません。その人たちの資金調達の手段としてクラウドファンディングに興味があるが、どうしたらよいかということでした。現在は3社が分担して、プロジェクト起案者のクラウドファンディングが成功するよう



クラウドファンディング会議

にWEBや映像メディア制作などを通じて支援しています。

今年4月には地元にある日本福祉大とも連携協定を結びました。

大きな額を集めた成功例は、廃業した天明8年創業の酒蔵を、息子さんが創業地で復活させたいと資金調達に挑戦した事例です。目標金額の300万円を大幅に上回る900万円を集めることができました。達成額の一部が「ちたクラウドファンディング」に入り、それを運営費に回していますが、基本的に収益はなく持ち出しです。

——地域貢献活動で得られたことも多いと思いますが、今後の課題はないと思いますか、今後の課題はないでしょうか。

竹倉 利点としては、地元の金融機関や自治体などとも良い関係でいられますし、儲けにならないことでも一生懸命取り組む会社と周りを見てくれます。いわゆる売り込まない営業で、ブランドニングのひとつになっていると思います。

採用でも学生は利益追求だけの会社ではないと捉えてくれますし、倫理観や、コンプライアンスがきちんとしているお客様との取引が増えていけると感じます。また、そういうお客様に育てていただくことで、当社のお風土形成ができていくのだと思います。地域貢献活動は会社全体で、そして自然体で取り組むことが大事で、そ

れらの積み重ねで会社のブランドに繋がっています。

地域貢献活動は結果を期待してやるものではないと思います。しかし今、地方の市場はどんどんシユリンクしてきていますので、どこかで経営を安定させながら地域貢献をしていかないと健全経営にはなりません。赤字を出しながらとか、社員の賞与を削りながらでは地域貢献はできません。そのためには、本来は事業を通して社会貢献できるようならないといけません。

目の前の仕事ひとつでもそうです。今回受注させていただきましたが、本当に必要ですか？もつと違うやり方はないですか？と疑問の目で見ても、その上でお客様が気づいていないことに対して新たな提案をしていくなど、CSRの考え方でお客様の利益と当社の利益を生み出せるようにすることが課題です。

水野 取引先だけでなく、その先のエンドユーザーにも本当に役に立っているのか。そこに目を向けることが大事です。お客様の会社が儲かれば、私たちも儲けに対して見返りがあります。しかしそこからさらに、それが世の中の役に立っているのかという視点を持つ事が重要になると思います。そこまで考えて仕事をすることが、真の社会貢献だと考えるからです。

日印産連が印刷会社のSDGs導入支援を開始、専用ポータルサイトを開設

日本印刷産業連合会は、2021年度よりSDGs推進プロジェクトを立ち上げ、10団体所属会員企業のSDGsに対する理解の促進とその導入を積極的に支援するための準備を進めてきた。そして、2022年6月より第1フェーズとして、①SDGsポータルサイトの開設②e-learning機能付きアンケート調査の実施③SDGs講習会の開催―を順次実施していく。

SDGsポータルサイトは6月15日に開設した。日印産連のWebサイト上に新たに「印刷産業とSDGs」というタブを設け、SDGsを導入するための各種サポーターツールと資料の提供、SDGs取り組み事例の紹介を行っている。印刷会社として取り組める事項・事例を分かりやすくまとめた「SDGsターゲットマップ・イングリスト」も掲載した。アンケート調査は、会員企業のSDGsへの理解度と取り組みの実態を把握するとともに、提供するツールや講習会の内容への反映、日印産連の今後の施策検討に活かすこと

を目的に行うもの。googleフォームを利用して作られており、回答するにあたっては、SDGsポータルサイトに掲載した解説動画やPDF資料などを見た上で回答する方式となっている。そのため、アンケートの回答を行いながら、SDGsの基礎的な学習ができる仕組みとなっている。

SDGs講習会は、10団体事務局へのヒアリングを行った上で、8月後半から順次開催していく予定。講習会では、「自社の取り組みとSDGsのゴール・ターゲットとの紐づけ」も行う。SDGsターゲットマップ・イングリストを用いたワークショップ形式での学習を行い、SDGsへの理解を深め、新たな視点の習得を試みる。

日印産連では2023年度以降、SDGsを軸とした社会課題解決に向けたビジネスに関わる研究のほか、「SDGsアワード」の創設に向けた活動に取り組むことを計画している。

PrintNext2022、独自企画の商品や体験を一般来場者に提供し盛況

青年印刷人による業界横断型の合同イベント「PrintNext2022」のメイン企画である「コカラ市場」が、4月29日に東京・千代田区の331 Arts Chiyodaで開かれた。業界関係者だけでなく多くの一般来場者が参加し、約1000人が全国各地の食文化、パフォーマンスなどを楽しんだ。

コカラ市場は、情報伝達を生業とする印刷産業が担う事業領域の幅広さを業界内外に発信することを目的に行った入場無料のイベント。この日に向けて北海道から九州まで全国8ブロックのメンバーが日本各地のキーマンや自治体と協力し、来場者に提供するモノ・コト・ヒトを企画・準備した。ジビエ料理（蝦夷鹿のレトルトカレー）の試食・販売、子ども食堂のスタッフ向けカードゲーム、休耕田再生プロジェクトで生まれたお米の商品化、こどもが夢中に

なる壁面工作アートの開発など、内容は実に多彩だった。

廃校を利用した会場には、菓子づくりや紙工作のワークショップ、再生プラスチックアート展示、地域の魅力的なコンテンツの物販や体験など16のブースが並び、中央のステージでは印刷廃材を活用したオリジナル楽器での演奏や、どじょうすくい踊りのパフォーマンスなどが来場者も参加して行われた。

開催に合わせて会場のある千代田区内の幼稚園や小学校にチラシを配付したこともあり、当日は近隣から多くの親子連れが来場。各ブースを順に回るスタンパラリーを楽しむ子供の姿が目立った。

PrintNext2022の青木允運営委員長は「予想以上に盛況だった。メンバーにはこの経験を踏まえて、お客様に対する提案や、地元でのイベント開催などに活かしてもらいたい」と期待した。



RICOH
imagine. change.

Driving Sustainability for Our Future.

持続可能な社会を、ビジネスの力で。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



リコージャパンは、地域に密着した販売、サービス体制で全国のお客様に価値を提供しています。
これからもお客様や地域の皆様とともに社会課題解決に貢献する新たな価値創造に挑戦し
SDGsの達成に積極的に取り組んでいきます。

リコージャパン株式会社

〒108-0023 東京都港区芝浦4-2-8 住友不動産三田ツインビル東館

モリサワ



UDフォント

ユニバーサルデザインフォント

わかりやすく、読みやすく、間違えにくい。

わたしたちの暮らしの、さまざまなシーンで活躍する

モリサワの「UDフォント」

詳しくはWebサイトをご覧ください www.morisawa.co.jp

株式会社モリサワ

〒556-0012 大阪市浪速区敷津東2-6-25 Tel:06-6649-2151

●モリサワUD書体は株式会社モリサワの登録商標です。

プラスチックごみ一括回収に地方交付税

政府は2022年度から、家庭から出るプラスチックごみを一括回収する経費の一部に地方交付税を充てた。回収業務を担う市区町村の負担を減らし、一括回収を促進していく。4月から施行された「プラスチック資源循環促進法」に合わせた措置。

同法では、弁当容器や菓子袋などの容器包装と、文房具や玩具などを一括回収することを市区町村の努力義務と規定している。しかし、回収方法の見直しやリサイクル業者への委託費、住民への周知などに伴う財政的、事務的な負担の増加を避けられない自治体が多く、一括回収を進める上でネックとなっていた。

日印産連、2050年カーボンニュートラル宣言を公表

一般社団法人日本印刷産業連合会は、印刷業界として持続可能な社会の実現に貢献していくため、「2050年カーボンニュートラル宣言」を3月31日に公表した。地球温暖化は全産業が積極的に取り組むべき喫緊の課題であると認識し、印刷業界におけるカーボンニュートラル宣言を策定した。

また、宣言の達成に向けて、従来の発想を転換し、産業構造や業態を変革する必要を強調。「現状の省エネ活動、再生可能エネルギーの導入、最新技術の応用やDXの展開に加え、今後の革新的な技術導入や他の産業、業界や地域社会との連携が必須であり、さまざまな関係者から支援を賜りたい」と呼びかけた。

宣言には具体的な取り組みとして、「エネルギー起因の排出極小化」に向けた、①省エネ活動のさらなる推進②再生可能エネルギー、新エネルギーの利用拡大③プロセス・構造の転換によるエネルギー効率の最大化を掲げた。また、「2030年度CO2排出量及び削減率の目標」を数値で定めている。

清水銀行、環境配慮設備導入の大和印刷にESG融資

清水銀行（静岡市）は、令和3年度「地域ESG投資促進利子補給事業」を活用し、大和印刷（植松敬之社長、静岡県裾野市）に対して融資を行った。同行が環境省から静岡県内の地銀初の指定金融機関として2021年に採択され取扱いを始めていたもので、同事業を利用した融資案件は大和印刷が初めて。

同社は環境経営を理念に掲げ、環境汚染の予防や消費電力・化石燃料の抑制によるCO2削減、3Rの推進など、さまざまな環境配慮の取り組みを通じて、サステナブル経営を実践している。

今回の清水銀行からの融資額は1億5600万円。新たに環境配慮型の設備を導入し、生産性向上により省エネ・資源抑制につなげることで、年間26・19トンのCO2排出量削減を見込んでいる。

地域ESG投資促進利子補給事業は、民間資金による地球温暖化対策を促進し、地域循環共生圏を創出することを目的に実施する事業で、CO2削減効果の高い再生エネ・省エネ設備投資に対する融資を対象に、年率1・0%を上限に最長3年間利子が補給される。

男女の賃金差、7月から公表義務化（301人以上の企業）

他の先進国と比較して依然大きい日本の男女間賃金格差の現状を踏まえ、7月8日に女性活躍推進法に関する制定改正が実施され、従業員301人以上の企業に対して男女間の賃金差の開示が義務付けられた。初回の開示については各企業の事業年度が終了後、おおむね3カ月以内の公表を求め、女性活躍推進法に基づく省令は

現在、常時雇用する従業員数が301人以上の企業に対し、「管理職に占める女性割合」や「平均勤続年数の男女差」など厚生労働省が挙げた十数項目のうち2項目以上を任意で選び、およそ年に1回、公表するよう定めている。今回の省令改正では、公表が必須の項目として「男女の賃金の差異」を追加した。

JPO、読書バリアフリー対応で基盤強化

一般社団法人日本出版インフラセンター（JPO）は2021年度、経済産業省の「コンテンツグローバル需要創出促進・基盤強化事業費補助金」を活用して、「JPO出版情報関連システム基盤強化事業」を実施した。

出版業界が直面している読書バリアフリー法や新たな市場開拓などの課題への対応として、一般ユーザー向けの本の検索サイト「Books」のグレイドアップを行った。元本と発行形態が異なる版（判型違い、他社刊行物、電子書籍、オンデマンド版、オーディオブック等）との紐づけを強化し、わかりやすく表示するなどの取り組みを行い、読者の入手の選択肢を拡大した。Booksでのオーディオブック

クの情報提供では、視覚障害者だけでなく、高齢者なども含めた読書機会の拡充に向けて基盤強化を図った。

また、一般社団法人日本書籍出版協会も2022年度、読書バリアフリー法に対応したアクセシブル・ブックス委員会を中心に、読書バリアフリー法基本計画の要請に基づき、JPOと連携してサポートセンターの設立を目指す。

社会課題への関心が若年社会人の「幸せな活躍」に影響

パースナル総合研究所（本社・東京都港区）と、ベネッセコーポレーション（本社・岡山市）の社内シンクタンクである「ベネッセ教育総合研究所」は、立教大学中原淳教授と共同で、若年社会人の学びに関する定量調査（サンプル数2000人）を実施した。

調査結果から、幸せに活躍している若年就業者の特徴として、
・社会課題解決への意識の高さを示す「ソーシャル・エンゲージメント」が強い
・今の仕事や会社の活動の社会貢献実感である「ソーシャル・レリバンズ」が強い
ことなどが明らかになった。

ソーシャル・エンゲージメントが高い層（平均以上）と低い層（平均

未満）を比較すると、幸せな活躍をしている人の割合は4.5倍の開きがあった。また、ソーシャル・レリバンズが高い層（平均以上）でも、幸せな活躍をしている人の割合は低い層（平均未満）に比べて3.2倍となった。

田中手帳、情報弱者を救う救助用・防災用ツールを開発

田中手帳（田中尚寛社長、大阪市住之江区）は、災害発生時に高齢者や障がい者を支援する防災ツールとして「救助用・防災用コミュニケーションブック」を開発した。

地震や津波、台風などの自然災害発生時には、迅速な情報収集が生死を大きく左右するが、認知機能が低下した高齢者や障がい者は情報弱者に陥りやすく、罹災率は健常者に比べてはるかに高い。

田中手帳では、この課題に対して、災害時の通信状態や電源の有無に左右されず、直観性や操作性に優れたアナログ（紙媒体）の優位性を活かした災害ツールとして同ブックを開発した。用紙には耐水性と耐久性に優れる特殊不織布であるタイベックを採用。濡れた状態でもページを開きやすくするため、同社得意のインデックス加工も施している。

救助者が所持する「救助用」には、要救助者への適切なコミュニケーションシヨウン方法や取るべき行動が、要救助者が所持する「防災用」には、非常時を想定した日頃の準備や救助時に伝えるべきことなど、それぞれの立場で必要な情報が平易な文章とピクトグラムを用いて記されている。

開発にあたり、情報保障の研究者の協力を得たほか、福祉医療の専門医師や京都府公認の消防防災ネットワークが監修に携わり、内容をブラッシュアップしていく連携体制が築かれている。

さいたま市で「ケアラー支援条例」が成立

家族の介護や世話を担う子ども「ヤングケアラー」をはじめ、ケアを行っている人たちが支援するさいたま市の条例案が、6月24日に開かれた市議会で全会一致で可決・成立した。ケアラーの支援に関する条例は政令市では初。

成立した「さいたま市ケアラー支援条例」は、ケアラーが抱える悩みを社会全体として認識することを掲げ、支援を必要としている人の早期発見に努めることを市の責務としている。その上で、ケアラー同士の交流の場の提供や互いに支え合う活動の促進、支援を担

う人材の育成などの施策を行っていく。

また、市議会では同条例の関連事業として、「ヤングケアラー」がいる家庭に支援員を派遣する費用などを盛り込んだ補正予算案が可決された。

リクルート、「男性育休アンバサダー」を発足

リクルート（本社・東京都千代田区）は、男性従業員の育児と仕事の両立支援を強化し、男性も育休を取得しやすい職場環境・風土醸成を進めていく。

男性従業員が、2022年10月以降「子どもの出生後8週間以内に、原則として5日以上（4週間以上推奨）の育休」を取得することを促す。改正育児・介護休業法で定める制度に加え、リクルート独自の有給休暇制度「出産育児休暇」（通算で最大40日）の活用も含め、子どもの出生後間もない時期における男性従業員の育児参画定着を図る。

それに先立つ取り組みの一つとして、「男性育休アンバサダー」を発足した。育休取得を経験した男性従業員が、育児の魅力や育休取得の壁とその解決策、育児と仕事の両立に関するノウハウ等を社内外に発信していく。

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

スリースター認定 (9社)			
宮城	株ユーメディア	東京	六三グループ
福島	株日進堂印刷所	愛知	新日本印刷株
千葉	株太陽堂印刷所	滋賀	アイズ株
神奈川	株協進印刷	広島	ユニバーサルポストグループ
	株大川印刷		
ツースター認定 (13社)			
神奈川	株野毛印刷社	香川	株ミヤプロ
長野	株亜細亜印刷株	愛媛	愛和印刷株
	文唱堂印刷株		株ミドリ印刷
東京	株山メディアサポート株	福岡	株博多印刷
	株マルワ		株丸信
石川	株笠間製本印刷	熊本	株啓文社
大阪	株美生社		
ワンスター認定 (114社)			
北海道	株ヒロミ産業	愛知	木野瀬印刷株
	株アイテックサプライ		半田中央印刷株
	中村印刷株		豊橋合同印刷株
	株正文舎		株愛知印刷工業
	北陽ビジネスフォーム株		株荒川印刷
	株ホクラミ		大信印刷株
宮城	株東北プリント	三重	伊藤印刷株
秋田	株秋田印刷製本株	岐阜	株岐阜文芸社
	株東海林印刷		ヨツハシ株
	株青葉堂印刷		協同印刷株
山形	株精英堂印刷株	富山	第一共同印刷株
	株藤庄印刷株		朝日印刷株
茨城	株大富印刷株		株ニッポー
栃木	株足利印刷株	石川	ヨシダ印刷株
	株井上総合印刷		株ダイトクコーポレーション
埼玉	株アサヒコミュニケーションズ		株大洋堂
千葉	株弘報社	京都	株ムーブ
神奈川	株関東プリンテック株		内藤印刷株
新潟	株第一印刷所		株やまとカーボン社
	株プレスメディア		株アドバンク
	株太陽プリント		株ダイム
	株第一製品流通		相互印刷株
山梨	株相互印刷株		相互ビジネスフォーム株
静岡	株日本レーベル印刷株		株ソーエイ
	株中央パッケージング		株一心社
東京	池田印刷株	大阪	レスター工業株
	株賢工製版		株サンエスタイブ印刷
	システム印刷株		鈴木美術印刷株
	株ウエマツ		トキワ印刷株
	株白橋		株シーズクリエイト
	株ソウブン・ドットコム		岡本印刷株
	株アドピア		阪本印刷株
	株荏原印刷株		株新聞印刷
	株光舎印刷株		船場印刷株
	株弘和印刷株		丸山印刷株
	株滝澤新聞印刷株		株兵田印刷工業株
	株木元省美堂		株天理時報社
	株長英		株アイプリコム
	株TONEGAWA		株共同精版印刷株
	株エス・ワイ・エス		株明新社
株広研印刷株	和歌山	株マージネット	
株太陽堂封筒		白光印刷株	
株プライズコミュニケーション	岡山	株研精堂印刷株	
株光邦		株コーホク印刷株	
株音羽印刷株	広島	株中本本店	
株ナカニワ印刷		株ニシキプリント	
株研文社	愛媛	株明朗社	
株美創	福岡	株西日本ビジネス印刷株	
株富士印刷株		株アド印刷株	
株オフセット岩村		株築上印刷株	
株エイジ		株伸和	
株久栄社		株泰平印刷株	
株東京平版株		株井上紙工印刷株	
株セントラル印刷株		株ダイヤモンド秀巧社印刷株	
株第一資料印刷株			株池田紙器工業
株株共栄メディア		熊本	株九州クラフト工業
			株ホープ印刷株
	鹿児島	株鹿児島新生社印刷	

※都道府県内は認定番号順