

# shin

2024.11

vol. **25**

特集

## 人的資本経営入門 ～今こそ人の価値を高める経営を

CSR 認定企業紹介

東京 **ソウブン・ドットコム**

社会貢献から経済的リターンを業態変革とガバナンスに活かす CSR 認定

栃木 **井上総合印刷**

「故郷は温かい。」をモットーに印刷業の垣根を越えて地域貢献

CSR トピックス

経産省、再生プラ利用を製造業に義務化  
厚労省、女性の管理職比率の公表義務化へ  
厚労省、育休フォローへの助成を拡大  
板橋区と絵本ナビ、絵本の寄贈と設置場所をマッチング  
「川越美化プロジェクト」第一弾はワンプ再利用のごみ袋  
京セラの字幕表示システムの採用が拡大  
木更津商工会議所、ベトナムから学生インターン受け入れ  
ヤマト運輸、再生エネ 100%営業所が川崎で稼働  
太子食品工業、納豆容器に「黒」を採用しプラ再利用を促進  
都営大江戸線、ベビーカー貸し出しなど拡充

# 人的資本経営入門

## 「今こそ人の価値を高める経営を」

いま「人的資本経営」という言葉に注目が集まっている。古くからの言い伝えである「企業は人なり」という教訓の通り、人材は企業にとって最も大切な資源のひとつであり、そのことを意識しない企業はないだろう。そのような誰にでもわかりきったことが、改めて注目されるのには明確な理由がある。なぜ今改めて人的資本経営なのか。「従業員を大切にしよう」ということは何がどう違うのか。具体的には何をすることなのか。規模の大小にかかわらず、これからの時代に必須とされる人的資本経営について、社会背景や最新の動向を踏まえて考えてみたい。

### 人的資本と人的資源。何が違う？

そもそも「人的資本」とは何を表しているのだろうか。冒頭に人材は大切な「資源」であると考えて書いた。資源とは原材料などと同じように、企業活動になくてはならないものではあるが、使ったら無くなるものであり、無くなったら補充しなければならぬ「消耗するもの」のこと。企業にとって従業員とは「消耗する資源」であり、できるだけ安く抑えた方が良く「コスト」である、これまでは今でも多くの企業がそう考えている。

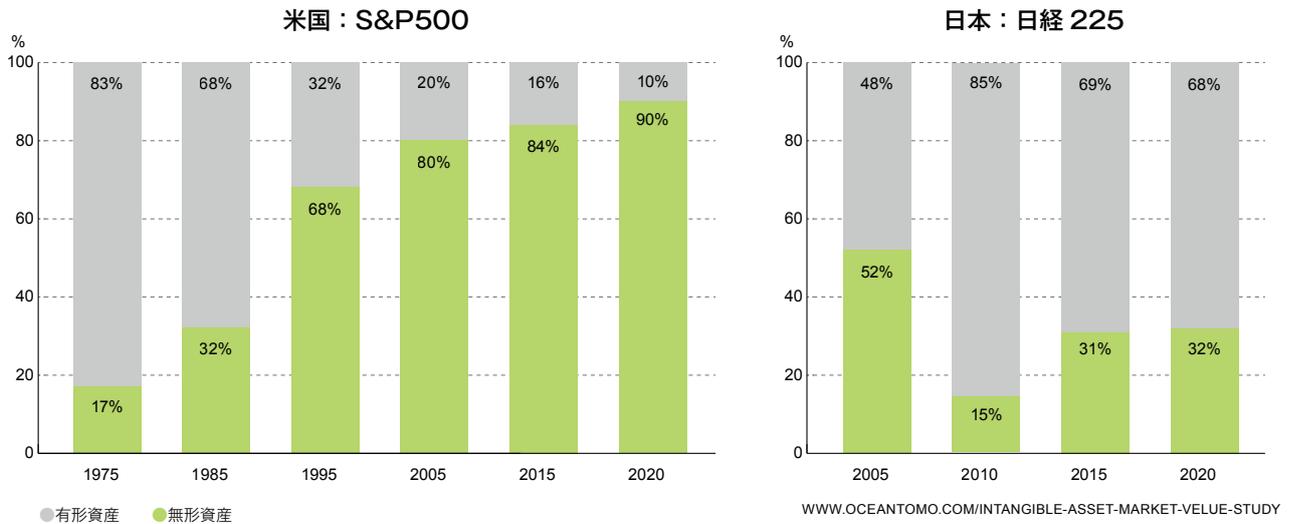
それに対して人的資本経営では、従業員を「資本」と考える。「資本」とは言うまでもなく事業の「元手」のこと。サステナビリティの国際

基準を取りまとめている国際サステナビリティ基準審議会（ISSB）の定義では、「6つの資本」として「財務資本」「製造資本」などと並んで「人的資本」が挙げられている。つまり人材を消耗品やコストと考えるのではなく、事業の元手「投資」と考え、財務基盤を強化することと同じように、人的基盤を強化することに焦点をあてた経営が「人的資本経営」ということになる。

### IT産業の隆盛がもたらした人的資本への注目

2000年代に入り、産業の中心が製造業からIT産業に移っていったことで、投資家の関

図1 企業価値に占める無形資産の割合（日米主要企業の比較）



心もIT産業の経営に向かうようになった。IT企業の価値の多くはソフトウェアなどの「無形資産」であり、無形資産を生み出すのは「人」。図1にあるように米国の主要企業では総資産に占める無形資産の割合が90%に達し、投資家は必然的に無形資産の担い手である従業員に注目し始めた。投資家たちが企業の人的資本の状況についての情報開示を求めたことで、2020年8月に米国証券取引委員会（SEC）では上場企業に対して人的資本に関する重要な情報の開示を義務づけることとなった。

米国での無形資産シフトの流れを受けて、日本でもこれに追従する動きが始まる。2020年9月に経済産業省から「人的資本経営の実現に向けた検討会報告書」いわゆる「人材版伊藤レポート2.0」が発表され、政府でも人的資本の重要性が認識されると、翌年6月の東証ガバナンスコード改定では人的資本や知的財産に関する情報を開示すべきという一文が盛り込まれる。その後同年10月に発足した岸田内閣が人的資本に関する4千億円規模の政策パッケージを目玉政策として盛り込んだことで、本格的に人的資本というキーワードが経済界に広がっていった。

この政策の後押しを受けて、データを活用した「HRテクノロジー（HRテック）」と言われるサービスが数多く誕生し、CM等で人々の目に触れる機会が増えたことも、人的資本経営の普及に拍車をかけた。そもそも人的資本経営という言葉自体、HRテックのアプリケーション群を「Human Resource Managementアプリケーション」と呼んだことからその名がつい

たとわれており、HRテックは人的資本経営に欠かせないツールと認識されるようになっていく。

### 人的資本経営の具体的な取り組み

では具体的に何をすれば良いのだろうか。人材を「資本」と考えるということなので、同じ資本のひとつである「お金」に置き換えて考えるとわかりやすい。企業はお金を事業活動に投入して、そのお金を増やそうと様々な活動をする。同じように人的資本経営では、人的資本を事業活動に投入して、事業活動を通じて人的資本を増やすことを目的とする。次ページの図2にもある通り、人的資本には、従業員のスキル、リーダーシップ、モチベーション、安全、採用の良し悪しなど様々な指標があるが、これらは大きく①「価値向上」の側面と、②「リスクマネジメント」の側面に分けられる。さらに投資と捉えているので、③結果を「測定・評価」し、投資効果があつたかどうかを確認することも必要となる。

つまり、従業員のスキルやリーダーシップの向上などのように、企業の価値を向上させるための取り組みと、働き方改革や処遇の改善など、離職防止やコンプライアンス違反防止のためのリスクマネジメントの取り組みを両面から進めると共に、それらの経営上の効果について可視化し、定期的なモニタリングと評価の仕組みを作ることが、人的資本経営の基本的な取り組みということになる。

情報開示枠組みに学ぶ人的資本経営

元々投資家からの開示要求に応える形で始まったということもあり、人的資本に関しては比較的定量化を含む情報開示についての枠組みの整備が進んでいる。人的資本情報開示に特化した国際標準としては2018年に策定されたISO30414があるほか、サステナビリティ関連情報開示のガイドラインである統合報告フレームワークやGRIスタンダードなどにも人的資本に関する項目が含まれている。国内にも2022年に内閣府が発表した「人的資本可視化指針」(図2)などがあり、男女の賃金格差や育休取得状況など一部法令で義務化されているものもある。

人的資本経営を実践するにあたり情報開示ガイドラインを参考にすることには、大きく2つのメリットがあると考えられる。ひとつはガイドラインで示されている情報開示項目から、取り組むべき具体的な内容を知ることができるということ。例えばISO30414には「後継

者計画」という項目があり、これによって人的資本経営に取り組む際には後継者計画を念頭に置く必要があるということが理解できるように示されている。ふたつめは開示すべき指標が明確に示されているので、定量把握がしやすいということが挙げられる。取り組みの効果を測つたためには取り組みを数値で測定することが必要になるが、何をどのように測れば良いのかということについては、それなりのノウハウが要求されるので、指標が示されていることは、情報開示ガイドラインを活用する上での大きなメリットになる。

中小企業にも取り組みやすく活用の幅が広がるISO30414

人的資本情報開示の国際標準であるISO30414について、もう少し詳しく見てみよう。ISO30414は2018年に国際標準化

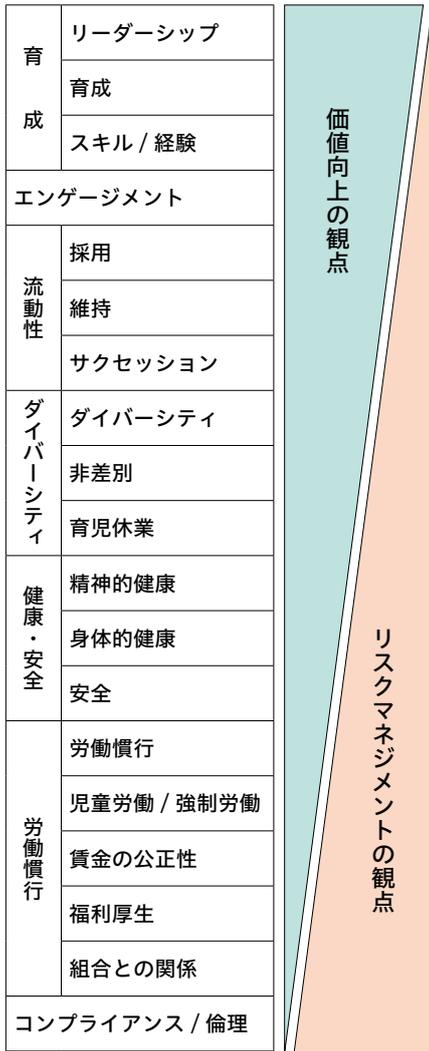


図2 人的資本可視化指針の開示事項例

1	倫理とコンプライアンス
2	コスト
3	ダイバーシティ
4	リーダーシップ
5	組織風土
6	健康・安全・幸福
7	生産性
8	採用・異動・離職
9	スキルと能力
10	後継者計画
11	労働力

図3 ISO30414で定義される11項目

機構(ISO)が制定した人的資本を網羅的・体系的に11項目、58指標で示した規格で、品質規格のISO9001や環境規格のISO14001などと同様に、認証制度にもなっている。それぞれの指標には推奨される開示範囲も示されており、大企業・中小企業という企業規模ごとに、対外・対内に分けられているが、対外開示が推奨される指標は大企業では24指標なのに対して、中小企業では11指標と少なく設定されており、中小企業でも無理なく導入できる規格になっている。

11項目の内容は図3の通りで、1番目の倫理とコンプライアンスから11番目の労働力まで、文字通り人材戦略を網羅した内容となっている。単なる外形的な数字だけでなく戦略面や業績面の指標も多く含まれるのと併せて、健康・安全・幸福やダイバーシティなど労働者のQOLや人権に関わる指標も含まれている。労働人口が減少していく社会において、人材を確保するだけでなく、従業員を育成し戦力化していくために活用できる指標群が備えられているということが出来る。まずはこれらの中から自社でモニタリングしやすい指標を選んで、一定期間データをとってみることをおすすめする。

人的資本経営を実践していく上で、大変役に

立つツールであるISO30414だが、その運用にあたってはいくつか注意すべき点もある。最初に挙げられるのは、この規格が欧米で作られたものであり、欧米企業の雇用慣行、いわゆるジョブ型雇用を念頭に作られているという点である。例えば指標の中に「ポスト」という用語がよく登場するが、これはポストに必要とされるスキルや経験値が先に定義されていて、そこに要件を満たす人をあてがうという欧米流の人事のやり方が前提となつてくることに由来している。欧米とは反対に人にポスト(肩書)をあてがうことが多い日本で使うためには、多少の「アレンジ」「解釈」が必要になるのではないかと考えられる。

またすべての指標を定量化することが試みられているので、中には少し違和感を覚えたり、本当にこれで測れるの?と疑問に思ったりするような指標も存在する。しかしそもそもこの規格の目的は、人事制度を指標化することではなく中長期的な経営の改善に役立てることなので、出てきた数字を基にして、その数字から何を読み解くのか、どんな議論を始めるのかというところが本質的な目的と考えれば、これをどのように活かすかということがまさに人的資本経営のノウハウそのものと言えるだろう。

### 人権思想に基づいたダイバーシティ戦略

人的資本経営において、どんなガイドラインにも必ず登場するのがダイバーシティの項目である。ダイバーシティというと日本ではLGB

TQを思い浮かべがちだが、欧米社会では何といても人種問題に尽きる。欧米の大企業では必ずと言っていいほど人種ごとの従業員数が開示されているし、人的情報開示先進企業においては、人種の偏りによる売上上の機会損失も算定している。これは企業の社会的責任という側面もあるが、実はその背景には人間の能力は人種に依存しないという人権思想がある。つまり感情的な嫌悪感や慣例によつて、特定の人種をその地域住民の人種割合よりも少なく雇用しているとしたら、その人種の優秀な人材を採用し損なつていると考えるのである。

今後、外国人材の力を借りなければならなくなる可能性が高い日本企業においても大変参考になる考え方であるが、現在の日本にあてはめて考えるとすれば男女差ということになるだろう。性別によつて能力に差がないことは言うまでもないが、従業員の男女比率に偏りがあるとするれば、それだけの機会損失が発生していると考えられることもできる。男女の格差をなくすこと、すなわち女性が働きやすい職場を作ることが経営戦略上極めて重要であることが、このことからも理解できる。

### 経営戦略と人材戦略の一体化

これまで入門編ということで、人的資本経営を概観してきたが、最も重要なことは人的資本経営はあくまでも経営戦略の一環であるということ、つまり経営戦略とかけ離れた人材戦略はあり得ないということだ。当たり前のことのように

うだが、実践するのはそれほど簡単ではない。例えば「離職率」という指標を考えてみよう。

日本企業の場合でいうと離職率は低ければ低いほど良いと考えがちだが、必ずしもそういうわけではない。ある程度人材の流動性を確保したという意図で、あえて離職率を高めにキープしている企業もあるし、もつと広い視野で離職を捉えている企業もある。離職率で扱う離職とは自己都合の退職のことだが、企業にとつては活躍の場を失った人に離職してもらい、新たな可能性を持った人を迎えられることができるというメリットがある。一方で離職にはコストがかかる。離職する人を採用するときにかかったコスト、教育にかかったコスト、次の人を採用できるまでその人の仕事を補うためのコスト、次の人を採用するコスト……。これらのコストを払つても次の人を採用することにメリットがあるかどうかについても慎重に検討する必要がある。経営戦略に照らしてそれらを総合的に判断したときに、現在の離職率が適当と言えるかどうか、もつと減らすべきなのか、増やすべきなのか、人材戦略が経営戦略に沿っているか問われる場面である。

企業は常に変化している。その変化をデータで可視化して、目指す理想に向かって議論とトライアンドエラーを繰り返す「終わらない努力」。それが人的資本経営の本来の在り方かもしれない。これまで以上に「人」を中心に考えざるを得ない時代の経営手法のひとつとして、人的資本経営がさらに重要性を増していくことは間違いないようだ。

# 株式会社ソウブン・ドットコム

本社：東京都荒川区西尾久7-12-16 創業：昭和14年（設立昭和31年） 従業員：54名  
代表者：木村崇義 認定取得：2023年12月（現在ツースター） <https://www.soubun.com/>

## 社会貢献から経済的リターンを

## 業態変革とガバナンスに活かすCSR認定

—まずはソウブン・ドットコムの事業内容と強みを教えてください。

木村崇義代表取締役社長 弊社では大学や学会、協会といった学術団体の学会誌・研究報告冊子の印刷をメインに事業を行っています。近年は学術団体のイベント運営や事務局運営に加え、ホームページ制作等、幅広いサービスを提供しています。今年で創業85年を迎えますが、創業時から取引先の100%が学術団体となっています。強みと言えるのは、多数の中規模・小規模の学術団体とお取引していることです。幅広い研究分野で多数の学術団体とお付き合いがある印刷会社は珍しいかと思えます。

—ここ数年で急激な業態転換を行ったと伺いました。

木村 以前は印刷物が売り上げの99.5%を占め、学術団体から印刷をお願いされる立場の純粹な印刷会社でした。ペーパーレス化もあつて

印刷物は徐々に減っていますし、学会専門の印刷会社は少ないとはいえ、日本にはそれなりの数があります。そういったなかで弊社の存在意義を問い直し、目指すべき方向性を定め、2017年に5カ年の新中期経営計画を策定しました。学術イベントの運営や事務局を提供するようになり、100団体程度だったお取引先を2022年までに1300団体以上まで増やしました。業態変革に合わせて、学術団体をITで支援する会社の名前としてより明確にと、2022年4月には創文印刷工業株式会社から株式会社ソウブン・ドットコムへ社名も変更しました。

社員の数は3倍、顧客数は10倍以上になり、事業としては一見スムーズに軌道へ乗せることができましたが、その成長と変革に合わせて社内では小さなトラブルが爆発的に増加しました。どこにいくつ備品があるのか把握できていないなど、細かなコンプライアンスの問題が日常的に

発生し、品質の低下を引き起こしクレームにまで繋がってしまいました。その際に、攻めの業態変革と合わせて、守りの変革の重要性を再認識しました。守りの変革とは、ガバナンス体制のアップデートです。ではガバナンス体制をどうやってアップデートしていくかと考えたとき、CSR認定をより活用することがガバナンス体制の構築にうってつけではないかと感じ、取り組みを始めました。

元々ワンスターは取得済みでしたが、2022年に名古屋で開催された全印工連フォーラムで、CSR認定を経営に成果がある形で運用するにはツースター以上が必要だという動画を拝見して、その通りだなと。ワンスターは社長や総務がある程度頑張つて体制を整えれば取得することが可能ですが、ツースターを取得するには外部監査も入りますしガバナンスが全社員に行き届いている状態を作らなければ取得できないと考

え、2023年中にツースターを取得しようと思いましたが、ツースターを取得するにあたって大変だったことはありますか？



全印工連の常務理事であり経営革新マーケティング委員会委員長でもある木村社長



CSR認定の申請書類などは来社した人が自由に閲覧できる

木村 特に大変だったことはありません。他社の方から、時間がないことなどを理由に社員がCSRに否定的だというお話をよく聞きます。しかし弊社はそもそもトラブルだらけだったので、この状況を脱しなければという強い危機感が社員側にもあり、ツースター取得に関して社員も協力的でした。備品や品質がきちんと管理され、コンプライアンスが正常に機能している状態を目指そうと。

ツースターを取得して社員の品質やコンプライアンス、情報セキュリティの意識は確実に上がりました。現在ガバナンスが構築されている会社であっても、業態変革を行うところまでのガバナンスが通用しない事もあるのです、そういった際にCSR認定を利用するのも有効だと思います。

—— ツースターを取得して取引先から反応はありましたか？

木村 取引先からはかなりポジティブな反応をいただきました。ツースターを取ったことを皮切りに、胸を張って会社へ来ていただける環境を整ったので、会社見学を始めました。お客様に来てもらった時に、ツースター認証の申請書類から社員の研修用の資料まで、外部監査のように全とお見せしています。そうすると、ここまですべてやってくれているのだから、これからもお願いしよう、やはり価格も安易に値下げしてはいけないね、

と複数の団体の方がおっしゃってくださって。価格競争を回避するのに貢献しています。

もちろん値下げ圧力は根強いですが、少子高齢化や労働人口の減少に直面する日本が暮らしやすい国で居続けるためには、政府だけで解決できるレベルを既に越えており、印刷業界を含めた中小企業の協力が不可欠です。本当に日本を存続させたいと思うなら、価格の安さばかり追い求めるのではなく、社内教育体制や働き方改革に取り組む会社を積極的に選択することをお客様にも考えてほしいと思っています。実際に取り組みを見ていただくことでご理解いただけることも多い反面、私たちからも実践していることをもつと訴えていかなければならないと痛感します。

—— ツースターを取得して取引先からはポジティブな反応があったとのことですが、金融機関からの反応はありましたか？

木村 残念ながら金融機関からは反応がないです。私の説明不足だと思うので、もつと説明するようにしていきたいですね。先日、CSRスリーマールの鳥原久資社長が弊社へお越しになって、鳥原社長は金融機関に対して事業計画書を提出し、ご自身が訪問して説明するようにしていると伺ったので、今年から自分も実践しようと思っています。

—— 学術団体の印刷を請負うという

御社の事業自体が日本の学問や研究に貢献するCSRとも言えると思いますが、具体的にはどのようなCSR活動を行っていますか？



自社で作成している社内研修用の資料

木村 弊社はCSR活動として大きく3つの柱を掲げています。一つ目が、お客様の評価を確認すること。CSR認定では情報開示・コミュニケーションと呼ばれていますが、お客様とのコミュニケーション、特にお客様からどう評価されているのかという点を、毎年1回NPS（ネットプロモータースコア）の形で取り、さらに情報発信と事業報告を行ってまいります。二つ目が社員からの評価を確認すること。こちらは年に2回エンゲージメントサーベイを取って、各項目の向上を目指しています。三つ目が利益ですね。CSR認定という財務健全化に相応しますが、決算を細かな項目も含めて社員に開示・説明し、より良い会計利益を目標としています。お客様、社員、利益を重視し、サステイナブルな形で事業を継続す

ることが弊社のCSR活動だと考えています。

社員の働き方としては、全社員フルフレックス制でノー残業、一部で障害者雇用や自由時短勤務を取り入れています。何時間の時短でもいいですし、コアタイムもありません。テレワークも可能です。こういった試みも、育児や介護をしている人であっても働き続けられる環境を提供する社会的課題に対する取り組みであるとともに、生産性の向上やライフワークバランス向上など社員がより良く働けるためと考えて行っています。

おっしゃっていただいた通り、弊社の事業内容は社会貢献性が高く、日本の研究力は日の目を見ることが難しい基礎研究を屋台骨としているので、こういった研究領域をサポートすること自体がCSR活動になる



社員がライフスタイルに沿って働くことができる制度が充実

とも言えます。しかし、それだけでなく、自社の労働環境を整備することも社会貢献に繋がると考えています。

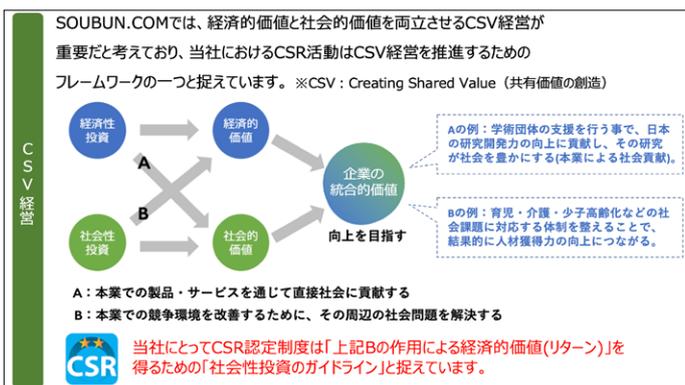
——CSR活動と関連して、貴社ではMUDアドバイザーを取得された社員の方がいらつしやると伺いました。

木村 MUDアドバイザーを取得した社員は今まで3名います。お取引先の研究団体のなかには、例えば弱視教育研究会や障害に関する研究をされている学会もありますので、そういう方々が見やすい学会誌やホームページの作成の相談に乗れるということは重要です。研究団体の方もユニバーサル・デザインに理解があり、取り組みを行っている会社に発注したいと考えていらつしやるようです。

——木村社長は全印工連の経営革新マーケティング委員会委員長も務められています。CSRマネジメントを経営にどのように活かしていますか？

木村 私がCSR認定で極めて重視している点が2点あって、ひとつがガバナンス。もうひとつがCSV経営のガイドラインとして使用している点です。経済性投資をして経済的リターンを得るといのが通常のビジネスですよ。一方、例えばボランティア活動など社会性投資を行うと、社会的な価値が生まれる。今

までの経営では、ビジネスで儲けて、ボランティアはあくまでボランティアとして、ビジネスと社会貢献を分断して捉えてきました。CSV経営ではこれをクロスして考えます。弊社を例にとると、学会誌の印刷というビジネスで研究者に貢献することは、ひいては日本の国力を上げる社会貢献になる。ここはどの会社もイメージしやすいですが、逆のパターン、社会性投資で経済的リターンを得るといのはイメージが難しい。私は社会性投資をただのボランティアにするのではなく、ビジネスとしてリターンを得るということを大変



ソウブun・ドットコムが実践するCSV経営

重視しています。

印刷事業全体が縮小傾向にあるなかで、いくら印刷会社が経済性投資を行ったとしても、企業価値を上げることは困難です。しかし、現代の日本では社会課題が山積してしまっています。社会課題を掛け合わせてビジネスしていくと企業価値は高めやすいのだから、使わない手はないという感覚ですね。

先ほど申し上げたフレックス制や時短勤務など、社員がライフスタイルに沿って働くことができる制度を充実させると、育児や介護をしている人が働けるようになる。障害者雇用を行うと、障害がある人が働く機会を創出できる。そういった社会性投資を行っていると云えます。そうすると、ビジネスの側面からは採用力が強化されるという経済的リターンを得ることができます。

——木村社長は採用が難しいと言われるなかで、社員数を3倍にするためには、採用力がないと実現できません。働きやすい環境を作るとい社会性投資が経済的リターンに繋がっているのです。この掛け合わせを踏まえて、弊社は統合的な企業価値の向上を目指しています。この社会性投資のガイドラインがCSR認定だというのが私の考えです。社会性投資に相当する行為は無限にあります。ビジネスにリターンがある社会性投資って何だろうという

時に、一番シンプルなものがCSR認定だと思っています。

——フレキシブルな働き方が可能だと採用力が強化されるだけでなく、特にライフスタイルの変化で仕事を継続するのが難しい女性社員の定着率も上がりそうですね。

木村 そうですね。弊社の女性比率は50%を越えています。女性の役員もいます。本社が位置する東京都荒川区の尾久では、今ヤングファミリー向けのマンションが多数建築されています。そういったマンションに暮らし育児をする主婦の方が、時短勤務を利用し空いた時間だけ弊社で働いてもらえたらいいなと思っています。

——改めて、木村社長にとってCSR認定はどういったものでしょうか？

木村 印刷会社の経営において、業態変革とガバナンスは両輪です。そして、新しいことに挑戦しようとする時に、経済性投資と経済的リターンだけで企業価値を高めるのは難しい。社会課題を絡めたCSV経営のフレームワークを用いて、企業の統合的価値を高めていくことが差別化戦略として重要です。そこで社会性投資をどう行うべきか考える際に、CSR認定は私にとってベースとなる重視すべき存在だと考えています。

# 株式会社井上総合印刷

本社：栃木県宇都宮市岩曽町1-3-5番地 創業：昭和41年（設立昭和44年）従業員：100名  
 代表者：井上加容子 認定取得：2020年6月（現在ワンスタ） <http://www.inoue-gr.jp/>

## 「故郷は温かい。」をモットーに

## 印刷業の垣根を越えて地域貢献

— まずは井上総合印刷の事業内容と強みを教えてください。

**井上加容子代表取締役社長** 地方の印刷会社として、企画、デザイン、印刷と製本、加工、出荷、最近では封入・封緘まで一貫して自社で行っています。元々は会社名を「井上印刷」にしようとしたところ、他に同じ名前の会社があったため「井上総合印刷」という名前になったのですが、この「総合」というのが我々のキーワードになっています。総合と名乗るからには何でもできるように、と設備を増やしてきた経緯があるので会社名には感謝しています。

何十万部も発行する広報誌のデータ作成、印刷、製本、出荷まで手掛ける一方、個人のお客様も多くいらっしゃいます。CSRとも重なりますが、直接会社にいらしてコピーサービスを利用されたり、PTAのお客様が新聞を作っていたり、自費出版をされた方がご相談に来られたりと事業内容は多岐にわたります。

す。そういったことも含めて、総合印刷会社として全て自社で行うことができるのが強みです。他の強みとしては、ミウラ折りの技術を保有していることです。

— ミウラ折りとはどういった技術なのでしょう？

**井上** ミウラ折りとは、東京大学宇宙航空研究所（当時）の三浦公亮先生が考案した、宇宙構造工学の研究に基づいた折り畳み方の技術です。ミウラ折りを使うと、大きな紙であつても左右に引くだけで簡単に開いたり閉じたりすることができます。

東京の **mira-ori lab** という会社が約二十年の歳月をかけてミウラ折りの機械化に成功した2017年12月から、ご縁があり印刷とミウラ折りを折る前の加工を行うオフイシャパートナーとして弊社が関わっていました。ところが、2020年12月に **mira-ori lab** が破産。これまで関わってきた人々の思いや日本の

技術が失われないように、一番近くにいた弊社が権利を持つことで製造を継続できればと考え、ミウラ折りの特許や商標などの権利と事業を譲り受けることにしました。現在ミウラ折りを製造する事ができるのは、弊社だけです。



ミウラ折りを使って作成された世界地図

— CSR活動に取り組まれたきっかけは？

**井上** CSRという言葉が浸透する以前から、先代の社長でもある井上光夫代表取締役会長は地域貢献をとても重視していました。弊社の本社

は商業地域ではなく宇都宮の住宅街に位置し、商店もまばらです。そこで、周辺の商店の皆さんと商店「街」ではなく商店「会」を立ち上げ、街の人のために何かできないかと、お祭りなどを企画したことが地域貢献の始まりです。

自費出版がブームだった平成2年には栃木県在住で自費出版したい人たちが集まる場としてサークル「栃木自分史友の会」を立ち上げ、三十年経った今でも活動を続けています。また、平成18年には「故郷は温かい。」をモットーに、地域に根差した季刊誌「しもつけの心」を発行し、2024年9月現在73号の発行を数えています。「しもつけの心」がきっかけとなって、しもつけの心ハーモニーという音楽イベントもホールをお借りして2回開催しました。

平成28年には栃木県の電子書籍が閲覧できるポータルサイト「トチギイーブックス」をオープンしました。

「印刷業は地域に根差して仕事をするだけでCSR活動になる」と語る井上社長



こちらでは「しもつけの心」の一部を掲載しているほか、栃木県内すべての自治体の広報誌を公開しております。

「しもつけの心」を拝見しましたが、地域の方のインタビュ어나栃木の歴史を知ることが出来る連載記事、読者の方も投稿できる文芸・芸術コーナーに街のニュースなど、内容もページ数も大変充実していますね。



季刊誌「しもつけの心」と  
栃木自分史友の会会誌「つれづれ栃木」

井上 実は「しもつけの心」には広告が掲載されていません。賛助会員と賛助企業・賛助団体からの会費だけで賄いながら、地元の書店でも販売しています。弊社は月刊誌や週刊誌の印刷も請け負っており、取引先と広告の取り合いになることは避けられたという理由からです。会員は、一時期千人ほどいました。栃木県で文化・芸術や農業、ボランティアなど、素晴らしい活動をされている人物に焦点を当てた「読み捨て

られない雑誌を創ろう」ということで始めました。読者から「この雑誌はSDGsだよね」と言われて、確かにと思います。「しもつけの心」の表紙にSDGsのロゴを入れました。このように様々な活動を行っています。印刷業は地域に根差して仕事をしたいです。十分CSR活動になるかと考えております。

井上 貴社は2020年に全印工連CSR認定ワンスターを取得されています。取得を目指したきっかけは？

井上 宇都宮市はCSR活動が盛んで、2008年に宇都宮市が主導で宇都宮まちづくり貢献企業認定制度が始まり、2010年に弊社もその認証を受けました。宇都宮まちづくり貢献企業認定制度は、全印工連CSR認定と同じく影山摩子弥先生が設計を担当されていて、当初は全印工連のCSR認定も取得する必要性をあまり感じていませんでした。ただ、市を越えて県や全国の取引先にCSR活動をアピールするには、市の認定制度だけでは弱いのではないかと考えるようになったことが取得のきっかけのひとつです。ミウラ折りを通じて今までお取引がなかった遠方の企業と取引する機会も増えていますが、ワンスターを取得したことでより信頼を得やすくなったと感じます。

井上 貴社は「レンタルスペース&カ

フェー カフェ・インクブルー」や「そば倶楽部稲荷山」といった印刷業の垣根を超えた地域密着型の多業種運営をなさっています。こういった意図でこれらの運営をなさっているのでしょうか？

井上 「カフェ・インクブルー」は2017年11月にオープンしました。宇都宮駅から徒歩15分の距離にあります。当時宇都宮では街中の空洞化現象が進んでいました。街中に人がいない、集まらないという状況があると同時に、PTAの方や、俳句や詩を作る方、民謡を歌う方など、様々な方が弊社へお仕事を持ってきてくれる時に集まれる場所がほしいという声があり、レンタルスペース&カフェとしてオープンすることにしました。



「レンタルスペース&カフェ  
カフェ・インクブルー」の外観

井上 「カフェ・インクブルー」では美味しいコーヒーなどの提供の他に、本格的なグランドピアノが置いてあるそうですね。

井上 四十年以上空き家だったお店をお借りして改装していく中で、とても音の響きが良い場所だと気づ

き、ピアノをお借りして置くことにしました。宇都宮市はジャズの街としても有名なんです。ですからジャズやクラシックのライブをはじめ、写真展や作品展など、文化の発信源になってくれればと思います。文化の日にオープンしました。近頃は行政や企業のセミナー、新規事業を起こそうという方が集まるなど、ビジネスにも活用して頂いています。最初は慣れない飲食店の経営に苦労しましたが、カフェでプリントサービスを行うなど、街の皆さんに弊社を知っていただく大変良い機会に恵まれました。

井上 「そば倶楽部稲荷山」はどういった経緯でオープンされたのでしょうか？

井上 「そば倶楽部稲荷山」は建築家フランク・ロイド・ライトが愛したことでも知られる大谷石の採石場跡地の近くにあり、2020年10月にオープンしました。大谷は年に一〇〇万人以上の観光客が訪れる宇都宮市の一大観光スポットでした。しかし、陥没事故の影響で客足が落ち込み、盛り返してきたところへコロナウイルスの流行が来てしまつて。何か一緒に盛り上げることができないか考えた末、観光地支援としてあえてコロナ禍にお店を始めたのです。観光地といえばお蕎麦でしよう、と（笑）

井上 「そば倶楽部稲荷山」では什器も

栃木県産のもので揃えています。蕎麦を載せている杉の一枚板は、木工で有名な鹿沼市の企業にオーダーして作っていただいたオリジナルのもので、蕎麦猪口は益子焼の陶芸家の作品を使っています。



「そば倶楽部稲荷山」の人気メニュー、二種類の蕎麦が食べられる「合い盛りセット食べくらべ」

カフェを始めたのは私が社長に就任したばかりの頃だったので、「跡取り女性社長が家業を嫌ってカフェを始めたのでは」と言われることもありましたが、全く違います。カフェもお蕎麦屋さんも、一見すると飲食業を営んでいるだけの様に見えますが、それぞれの街や地域の課題を解決する手段の一つなのです。この事業を弊社では「地域貢献型飲食事業」として展開しています。

現在、大谷町で新たな施設を計画していて、来年秋頃（2025年）にオープンを予定しています。そこでは印刷と絡めた事業も計画しています。宇都宮市では昨年8月に宇都宮ライトライン（LRT）という路面電車が開通し、駅から東口は産業の街としてLRTが通り、今後西口

にもLRTが延伸する予定で、大谷町までの延伸も検討されています。宇都宮市の観光資源というところ、ご存知の餃子。そしてもうひとつ観光の目玉となりうるのが、今年「大谷の奇岩群と採石産業の文化的景観」が国の重要な文化的景観に選定された、この大谷地区だと言われており、地域の皆様と一緒に盛り上げていきたいと考えています。

「カフェ・インクブルー」や「そば倶楽部稲荷山」ではどういった方が働いていらつしやるのでしょうか？

**井上** メインとなるスタッフはそれぞれの店舗で専属の従業員やアルバイトがいますが、印刷事業に関わる従業員たちも希望者のみですがお手伝いに行きます。例えば、普段はパソコンを前にデザインの仕事をしている人が、たまに「いらつしやいませ」とお客様の前に出て対応をする。違う職種を体験することによって、良い変化が生まれていると感じます。ものづくりの現場が専門の従業員がお客様と触れ合う機会を増やしていきたいとも考えているので、教育を兼ねている側面もありますね。また、地域に多くの雇用を生むこともCSRの1つになると思っています。

他にも従業員が自ら進んで毎月1回、会社や工場の周辺のゴミ拾いや草むしりを行っています。印刷会社

ができる地域貢献の形として、小さなことから大きなことまでやっていきたいいなと考えています。



毎月行われている清掃活動の様子

環境面で配慮していることはありますか？

**井上** 従来から環境に配慮して事業を行っており、本社では社員が自発的に節電やゴミの分別・リデュースを行っています。工場では外壁に耐熱塗料を使用し熱の放出を防いだり、電力に太陽光を利用したりしています。2024年7月には森林認証紙を使用した印刷物の製造・加工を行う国際的な認証制度を取得しました。

他には、今年の9月に栃木サッカークラブと古紙回収業者さんと弊社の3社合同でSDGsサステナブルプロジェクト「古紙リサイクルで地球を守ろう」というイベントを行いました。紙の使用量が減少している影響で古紙の回収が困難になり、再生紙やトレットペーパーの製造も難しいという状況があります。そこで、決して紙は悪いものじゃないよ、リサイクルするものだよ、森を守って

いるのだよ、ということをやサッカーの試合を観に来るファンの方へ訴える試みです。こういった活動を少しずつ増やしていこうと思っています。

様々な地域貢献活動をなさっていますが、CSRに取り組み上で大切にしていることは？

**井上** 地域貢献と一口に言っても、社員教育や事業を大きくすることも地域貢献ですし、一番は企業活動を通して地域の課題を解決し、企業や働く人、地域のそれぞれに価値を生むことだと思っています。

実は「CSRに取り組み」という言葉自体にとっても違和感を持っています。事業を行う上で自然とやってくるもののなかにCSR活動が含まれているからです。ただ、自然すぎて気づかないことも多いのではないのでしょうか。CSR認定のチェック項目を確認することは、企業経営の見直しに繋がっていくと思います。

厳しいと言われていた印刷業界ですが、私はこの業界は以前から「ものづくりサービス産業」であり、同時に「文化を発信し創造する産業」でもあると思っています。弊社はこれからも、紙を使ったものづくりやサービスを大切にしながら、立体的に事業を展開して、新たなフェーズに入つたこの業界を思いっきり楽しんで従業員のみならず進んで行きます。



Driving Sustainability for Our Future.

**RICOH**  
imagine. change.

持続可能な社会を、ビジネスの力で。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



リコーは、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

〒104-6042 東京都中央区晴海1-8-10 晴海トリトンスクエア

## お客様の「踏み出す力」になる。

価値ある情報、豊富な知見、確かな技術で。



さまざまな現場課題、経営課題を、どう解決するか。これから進むべき方向性を、どう見極めるか。その答えは、一つとは限りません。

だからこそ、信頼できるパートナーと共に、ベストな道を選びたいもの。

FFGSは、広範なネットワークを活かした実践的な情報と、

一社一社の戦略や課題に合った効果的なソリューションで、お客様の「最良の選択」をサポートします。

そして、長年培ってきた知見と技術力を活かし、変革の一步一步をしっかりと支え、新たな未来へ向け、共に前進していきます。

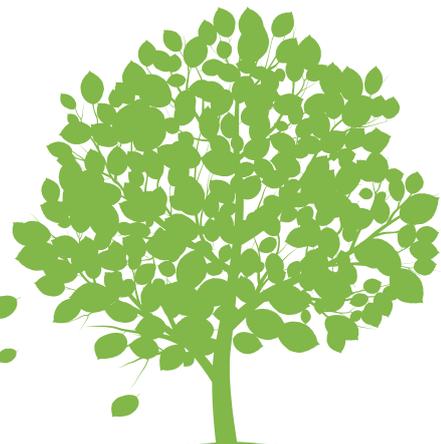
一緒に答えを導き出す会社へ。

**FUJIFILM**  
Value from Innovation

富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社



# サステナビリティレポート アドバイザー養成セミナー



サステナビリティレポート作成・評価ノウハウを習得して付加価値創造、そして「創注」へ。

全印工連 CSR 認定制度の要求事項を正しく理解し運用することで、アウトプットの「あるべき形」を知ることができます。アウトプットとはサステナビリティレポートや統合報告書のこと。つまり全印工連 CSR 認定制度を正しく理解することは、サステナビリティレポートや統合報告書の作成ノウハウを身につけることでもあるのです。

本セミナーは、日頃 CSR に取り組んでいる全印工連 CSR 認定企業を対象に、当制度の審査機関である CSR & サステナビリティセンターの影山摩子弥氏を講師として、サステナビリティレポートを作成するために必要な知識と、サステナビリティレポートを評価・アドバイスするための実務能力を身につけることを目的に開催します。

修了者には、修了証を授与するほか、ホームページや名刺に表示できるオリジナルマークの使用許可が与えられます。日頃取り組んでいる CSR のノウハウを、顧客へのサービス向上、付加価値創造にステップアップさせてみませんか。

## 【セミナーの形式】

2時間×3回のオンライン開催

※3回の受講+修了課題の提出が必須です。

## 【対象者】

全印工連 CSR 認定企業の社員

## 【日程】

第1講：1月 9日（木）

第2講：1月 14日（火）

第3講：1月 22日（水）

各日 15:00～17:00

## 【講師】

影山摩子弥氏

（全印工連 CSR 認定制度審査機関）

## 【受講料】

16,500 円/人 ※1社何名でも受講可

## ●セミナー内容

### 第1講〈知識編〉

- ・「サステナビリティ報告書」とは何か？
- ・背景にある CSR の考え方
- ・報告の必要性と報告すべき内容
- ・便利な参照基準
- ・ガイドラインに引きずられないために
- ・全印工連 CSR 認定制度の意義

### 第2講〈実践編〉（他社のサステナビリティ報告書の評価）

- ・実際の報告書を読み込んでみよう
- ・実際の報告書の評価してみよう

### 第3講〈実践編〉（自社のサステナビリティ報告書の作成）

- ・自社の報告書案を持ち寄りお互いにアドバイスしよう

### 修了課題（講師よりフィードバックあり）

- ・自社のサステナビリティ報告書の素案を提出



セミナー修了者には、このマークの使用許可が付与されます。

下記欄にご記入のうえ、全日本印刷工業組合連合会宛に FAX (03-3552-7727) または E-mail (csr@aj-pia.or.jp) にてお申し込みください。

貴社名		所属工組名	印刷工業組合
住所	〒		
受講者名		部署名	
T E L		E - m a i l	

## 経産省、再生プラ利用を製造業に義務化

経済産業省は2024年6月、資源循環と経済成長の両立を目指す循環経済（サーキュラーエコノミー）への転換に向けた中間とりまとめ案を公表した。再生プラスチックの利用に関する義務を拡充し、製造事業者に対して目標設定や計画の策定、使用実績の定期的な報告などを求める方針を盛り込んだ。パブリックコメントを行った後、最終報告書をまとめる。早ければ2025年の通常国会で資源有効利用促進法の改正を目指す。

現行の法律では10業種・69品目を対象に3Rの取組みを求めている。製造事業者の再生プラスチックの利用は努力義務にとどまっている。経産省は、義務化の対象について「一定規模の事業者」としている。具体的な対象業種や義務の実施時期については、業種ごとのプラスチックの利用実態や国内での再生プラの供給動向などを踏まえて、詳細は今後検討する。

一般社団法人プラスチック循環利用協会によると、2022年の国内の樹脂製品消費量は910万トンで、包装・容器等が407万トン（44・7%）と圧倒的に多い。次いで、電気・電子機器等140万トン（15・4%）、輸送

115万トン（12・6%）など続く。

## 厚生労働省、女性の管理職比率の公表義務化へ

厚生労働省は、有識者検討会の議論を通じて、女性の管理職比率を公表するよう企業に義務付けける方向性を打ち出した。具体策を議論し、早ければ2025年の通常国会に女性活躍推進法の改正案を提出する。上場・非上場を問わず、従業員301人以上の企業を対象にする方針で、約1万8000社が対象となる。課長級以上を管理職と定義する。各企業のホームページや厚生労働省の「女性の活躍推進企業データベース」での公表を求める。公表を義務付けることで、管理職に就く女性の増加を促し、待遇の改善につながる狙いがある。

日本は男女の賃金格差が主要7カ国で最も大きい。管理職比率の低さが、賃金格差が解消されない要因の一つとされている。

## 厚生労働省、育児フォローへの助成を拡大

厚生労働省は、育児休業中の同僚をフォローした社員を支援するため、2025年度から中小企業への助成金の対象を広げ

る。2024年1月に開始した制度では、資本金に依りて小売業では50人以下、サービス、卸売業では100人以下の中小企業が対象だったが、これをすべての業種で「従業員300人以下」の企業を対象にする。

育児中の社員や、育児のため時短勤務をする社員の業務を代替した同僚に対して、追加手当などを支給する場合にかかる費用を補助する。業務代替手当の4分の3を国が負担。手当の支給上限は月10万円となる。

## 板橋区と絵本ナビ、絵本の寄贈と設置場所をマッチング

東京都板橋区は、絵本情報サイト「絵本ナビ」と連携し、絵本・絵本棚の寄付希望者と、その設置への協力者をマッチングするプロジェクトを9月5日に開始した。絵本30冊と絵本棚1台を1セットとして、設置希望施設に提供していく。絵本の寄贈は、企業・団体・個人から受け付ける。

寄贈対象となる絵本については、区内で製本されている本や、「いたばし国際絵本翻訳大賞」の入選作家が描いた本とするなどの視点も取り入れる。板橋区は、「絵本のまち板橋」を区のブランドとして推進しており、絵本を身近に感じ、手に取って楽しめる環境づく

りのため、区内施設や店舗に絵本を置く「小さな絵本館」事業を実施している。

一方、絵本ナビは、子どもたちに新しい世界や考えを知るきっかけを提供することを目的に、子どもの居場所に絵本を寄贈する「こどもえほんだなプロジェクト」を実施している。

親和性のある2つの事業に連携して取り組むことで、それぞれの持つ地域資源や事業スキームなどを活かし合い、支援を広げていく。

## 「川越美化プロジェクト」第一弾はワンプ再利用のごみ袋

埼玉県川越市に本社がある六三四堂印刷（佐藤道晴社長）と櫻井印刷所（櫻井理恵社長）は、「小江戸川越」として観光客に人気の高い川越市の景観を守るため、「川越美化プロジェクト」を立ち上げた。第一弾として、印刷用紙を包むワンプをアップサイクルした「小江戸川越ごみぶくろ」を作製し、市に寄贈した。8月20日には川越市役所を訪れて川合善明市長に手渡した。

通常は産業廃棄物として破棄されるワンプを断裁して作られた縦18センチ、横14センチほどの袋で、防水効果も高い。表面には川越のシンボルの図案を手押しでスタンピングしている。袋の糊付けとスタン

プは市内のNPO法人サポートあ  
おいが運営する障がい者福祉サ  
ビスの勤務者に1枚20円で依頼す  
る。完成品は希望する施設・店舗  
に20円で販売し、売上はサポート  
あおいに作業費として支払う。

今後、自治体と協議しながら、  
特設ホームページや問合せ窓口な  
どを開設し、各種イベントや地域  
の祭りなどでPRしていく計画  
だ。

### 京セラの字幕表示システムの 採用が拡大

京セラドキュメントソリューションズ  
が開発・販売する多言語対応の字幕表示システム  
「Cotopat（コトパット）」  
の採用が広がっている。音声を認  
識して文字や図解に瞬時に変換  
し、スクリーンへの字幕投影やタ  
ブレット画面表示を行うもので、  
コミュニケーションの円滑化に役  
立っている。

2024年4月、福岡県警察の  
自動車運転免許試験場4施設に  
「Cotopat Screen」が採用された。  
4月1日からドライバーの時間外  
労働規制が強化され、労働力不足  
が懸念される背景もあり、外国人  
労働者の在留資格「特定技能」に  
自動車運送業の追加が閣議決定さ  
れた。さらに警察庁は、タクシー  
やバスを運転できる第二種運転免

許の学科試験について、20言語に  
対応した試験問題例を全国の警察  
に配布しており、日本語を母国語  
としない外国人ドライバー起用の  
機運が高まっている。

福岡県警察では、運転免許申請  
手続きの多言語化対応を検討して  
いる中、話し言葉がリアルタイム  
に翻訳され、134種類の言語に  
対応している点を評価して採用を  
決めた。主に外国人の運転免許申  
請手続き窓口で活用する。

また、池田泉州銀行ときわ台支  
店（大阪府豊能郡）も、「Cotopat  
Mobile」を5月から設置し、高齢  
者や聴覚に障害のある来店客、日  
本語を母語としない来店客への窓  
口対応に活用している。

### 木更津商工会議所、ベトナムか ら学生インターン受け入れ

木更津商工会議所（千葉県木更  
津市）は、ベトナム・ダナン市か  
ら学生インターンの受け入れを始  
める。9月に木更津商工会議所と  
ダナン市が人材交流に関する覚書  
を交わした。ダナン市の3つの大  
学・短期大学が推薦した学生を木  
更津市の企業が受け入れる。人手  
不足に悩む事業者の外国人採用を  
商工会議所が支援する。早ければ  
2025年4月にも受け入れが実  
現する見通し。食品、飲食、農業、  
機械、医療などが主な対象分野と

なる。インターン終了後、卒業し  
た学生が再来日し、同じ企業に就  
職してもらうことも視野に入れ  
る。

### ヤマト運輸、再生エネ100% 営業所が川崎で稼働

ヤマト運輸は、すべての消費電  
力を再生可能エネルギーでまかな  
う「高津千年営業所」（川崎市）  
の稼働を10月16日に始めた。荷物  
の集配向けに電気自動車25台そ  
ろえ、市内で発電した再生エネ電  
力を使用。川崎市が51%出資する  
川崎未来エナジーから電力を調達  
する。また、営業所の屋根には太  
陽光パネルと蓄電池も設置し、E  
V充電などに活用できるようにし  
た。

ヤマト運輸は、全社で保有す  
るEVを現在の約2300台か  
ら、2030年度には10倍の  
2万3500台まで増やす計画を  
立てている。

### 太子食品工業、納豆容器に「黒」 を採用しプラ再利用を促進

太子食品工業（青森県三戸郡）  
は、9月より納豆の容器の一部、  
北の大豆納豆シリーズ3種類に  
「黒色エコ容器」を採用した。様々  
な色のプラスチック端材を再利用  
することにより、循環型社会への

実現に寄与する。

これまで納豆の容器は、白色の  
ため、容器製造時の端材の再利用  
では「白」を使用していた。背景  
には、食卓に上る納豆や食品の多  
くが、「容器やお皿は白色が当た  
り前」という根強い意識がある。  
今回、黒い容器を採用することで、  
再生プラスチックも様々な色（雑  
色プラスチック樹脂）の使用が可  
能になった。再生樹脂活用の拡大  
により、バージンプラスチックの  
削減にも大きな効果をもたらす。  
同社は今後、製造・販売する他  
の食品にも「黒色エコ容器」を採  
用していく予定だ。

### 都営大江戸線、ベビーカー貸し 出しなど拡充

東京都は、都営地下鉄大江戸線  
の新宿西口駅と門前仲町駅に、ベ  
ビーカーのレンタルサービスや、  
おむつやミルクなど育児用品の自  
動販売機をそろえた「こどもスマ  
イルスポット」を設置した。

ベビーカーは、ジェイアール東  
日本企画のレンタルサービスから  
提供を受ける。ウェブサイトで予  
約し、1時間250円から借りら  
れる。自動販売機はキリンビバ  
レッジが運営する。こどもスマイ  
ルスポットは、2023年に上野  
御徒町駅に初めて設置した。

# 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 (2024年10月現在)

スリースター認定 (15社)			
宮城	(株)ユーメディア	石川	(株)笠間製本印刷
福島	(株)日進堂印刷所	滋賀	アインズ(株)
千葉	(株)太陽堂印刷所	京都	(有)アドバンク
神奈川	(株)コシラボ	広島	ユニバーサルポストグループ
	(株)大川印刷	福岡	(株)博多印刷
東京	六三グループ		(株)丸信
愛知	新日本印刷(株)	熊本	(株)啓文社
	(株)マルフ		
ツースター認定 (11社)			
神奈川	(株)野毛印刷社	広島	(株)ニシキプリント
長野	亜細亜印刷(株)		瀬戸内海印刷(株)
	文唱堂印刷(株)	香川	(株)ミヤプロ
東京	(株)ソウブン・ドットコム	愛媛	愛和印刷(株)
	弘和印刷(株)	福岡	(株)ミドリ印刷
大阪	(株)美生社		
ワンスター認定 (118社)			
北海道	(株)ヒロミ産業	愛知	(株)クイックス
	(株)アイテックサプライ		サクラグループ
	(株)正文舎		富士凸版印刷(株)
	北陽ビジネスフォーム(株)		伊藤印刷(株)
岩手	(株)ホクラミ	岐阜	(株)岐阜文芸社
	川嶋印刷(株)		ヨツハシ(株)
宮城	(株)東北プリント		協同印刷(株)
秋田	秋田印刷製本(株)	富山	第一共同印刷(株)
	(株)東海林印刷		朝日印刷(株)
山形	(株)青葉堂印刷		(株)ニッポー
	精英堂印刷(株)	石川	ヨシダ印刷(株)
	藤庄印刷(株)		(株)ダイトクコーポレーション
茨城	大富印刷(株)		(株)山越
栃木	足利印刷(株)	京都	(株)大洋堂
	(株)井上総合印刷		(株)ムーブ
群馬	(株)銀星社印刷所		(株)やまとカーボン社
埼玉	(株)アサヒコミュニケーションズ		相互印刷(株)
新潟	(株)DI Palette		相互ビジネスフォーム(株)
	(株)プレスメディア		(株)ソーエイ
	昭栄印刷(株)		(株)一心社
山梨	相互印刷(株)		レスター工業(株)
	日本レーベル印刷(株)	大阪	(有)サンエスタイプ印刷
(株)中央パッケージング	鈴木美術印刷(株)		
静岡	池田印刷(株)		トキワ印刷(株)
	(株)賢工製版		岡本印刷(株)
	システム印刷(株)		阪本印刷(株)
	(株)ウエマツ		(株)新聞印刷
	(株)白橋		大興印刷(株)
	(株)アドピア		赤木印刷(株)
	荏原印刷(株)	兵庫	船場印刷(株)
	壮光舎印刷(株)		丸山印刷(株)
	滝澤新聞印刷(株)		兵田印刷工業(株)
	(株)木元省美堂		大和出版印刷(株)
	(株)TONEGAWA		(株)北星社
	(株)エス・ワイ・エス	奈良	(株)天理時報社
	広研印刷(株)		(株)アイブリコム
	(株)太陽堂封筒		共同精版印刷(株)
(株)ブライズコミュニケーション		(株)明新社	
東京	(株)光邦	和歌山	(株)マージネット
	音羽印刷(株)		白光印刷(株)
	(株)ナカニワ印刷	岡山	コーホク印刷(株)
	(株)研文社		(株)中本店
	(株)美創	広島	(株)ポップジャパン
	(株)オフセット岩村		(株)アドブックス
	(株)エイジ	愛媛	(株)明朗社
	(株)久栄社	福岡	西日本ビジネス印刷(株)
	東京平版(株)		アド印刷(株)
	セントラル印刷(株)		築上印刷(有)
第一資料印刷(株)	(株)伸和		
(株)共栄メディア	泰平印刷(株)		
山口証券印刷グループ	井上紙工印刷(株)		
(株)ザ・デジタルソリューションズ		ダイヤモンド秀巧社印刷(株)	
(株)SANYO-CYP	熊本	(株)池田紙器工業	
木野瀬印刷(株)		(株)九州クラフト工業	
半田中央印刷(株)		ホープ印刷(株)	
豊橋合同印刷(株)		(株)文昌堂	
愛知	(株)愛知印刷工業	鹿児島	(株)鹿児島新生社印刷
	(株)荒川印刷		(株)新生社印刷
	大信印刷(株)		組合員外 佐藤印刷(株)

※都道府県内は認定番号順