

北海道の印刷

PRINTING INDUSTRY IN HOKKAIDO

第 682 号

[Website] <http://www.print.or.jp>

[E-mail] info@print.or.jp

3

2013

平成25年
3月10日発行



INDEX

印刷燦燦	3
平成25年新春経営者研修会	4~11
業界のうごき	12

[表紙] キレンジャク (札幌市豊平区: 3月)

北海道印刷工業組合

〒064-0808 札幌市中央区南8条西6丁目 TEL.011-562-6070/FAX.011-562-6072

印刷 燦 燦

育てる者も学ぶ姿勢

ある日「勉強が苦手な子供を机に向かわせるにはどうしたら良いか」という悩みを抱えた母親と、教育研究者との受け答えをラジオで聴いていて、その答えの明快さに思わず唸る思いがした。家庭教師を雇うとか時間を決めて遊びと勉強のメリハリをつけるとか、ありふれた答えを想像していた私にとっては、ある意味で衝撃的であり、こんなことにすらも気付けないのかと情けなくなったのだ。

最近見かける、公共の場で親子が一緒になって騒いでいる光景は、一見仲睦まじく良好に見えるが、私は違和感を覚える。親は子にとって最も身近な手本であり、威厳ある存在であるはずで「子どもの視点に立ってみる」ことが、親として重要な要素であるものの、それを「友達のような関係を作る」とこと勘違いしている親が少なからず居るのではないだろうか。そう考えると、自分の志向と相反するようになった友達が自然と疎遠になっていくように、単に言い付けをきかないからという理由だけで虐待を繰り返してしまう親が出没するのは、悲しいけれど当然の結末なのかも知れない。

血の通った親子の関係ですら、こんな状態なのである。だから昨今の大阪における高校生の自殺に端を発した一連のスポーツ界をめぐる暴力事件は、想像し得ることではある。しかし、指導する側と指導を受ける側との意識的なズレが余りに大きい現実（甚だしい時代錯誤）に気付くことなく、愛のムチと称して暴力をふるい、罵倒する指導方法には大きな憤りを覚えるし、指導する側には意識的に教え方に関して、時代の変化に敏感に反応するだけの精神的余裕が欲しいと思うのだ。

私自身、大学時代に柔道を始め、経験を積んだ諸先輩からは徹底的に失神するまでシゴかれ、時には気合いが足りないと意味もなく殴られた経験があるが、それは精神論が指導の中核を成していた当時としての常識であったし、それ以上に道場を離れてからの先輩方の面倒見の良さ、人間としての繋がりの濃さがあり、その根底には温かい心の触れ合いがあった。だから感謝することはあっても告発するなど微塵にも思わなかった。

携帯電話やインターネットの普及に伴う、人間関係の希薄さが指摘されて久しい、都合の良い方法論や目に見えない精神論に逃げつつあった自分に「一緒にテキストを開いてご覧なさい」の言葉には、まさに冷水をかけられた思いがした。

理事・小樽支部長 米澤 正喜
米沢印刷紙業株式会社 代表取締役社長

持続可能な経営を目指して、戦略的CSR

平成25年新春経営者研修会開催

平成25年新春経営者研修会が、1月10日午後3時から札幌市中央区の札幌グランドホテルで、全日本印刷工業組合連合会常務理事・CSR推進専門委員会委員長の池田幸寛氏を講師に迎え、「CSRの取り組みの必要性と全印工連CSR認定制度の概要」をテーマに60余人が出席して開催された。

以下、講演内容の抜粋を紹介する。

(文責：編集部)

はじめに

全印工連の池田と申します。「お前は誰だ」とよくいわれるのでCSRを語る前に多少自己紹介の時間を取らせていただきたい。私は20歳からこの業界に入り31年目となった。何でお前がCSRを語っているのだというところから説明させていただきたいと思う。1982年にこの業界に入った。生まれは東京・品川で、自宅と会社は多少距離があったが、平日は機械のインキの匂いのするような事務所に遊びにしていた。当時は、まだ活版が全盛期でよく組版をしている横で邪魔をしながら、組み上がった活字の組版を滑らされてバラバラにした記憶もまだ新しい。そんななかで育ち、今から18年前に父が他界した。その時は、会社に入って12年目であった。本当に馬鹿な2代目で、途中バブルもあり仕事も適当にしていれば売上が伸びる、夜は自分の財布の限度を弁えず街中に繰り出した。そんな私がある時、父の発病を告知された。父には右腕の者がいたが、父が亡くなる1年前にその方のほうが先に亡くなってしまった。そうすると、当時、たかが40数名の会社だったので、私がやるしかなかった。社員のなかには、「お前が引き継ぐのであれば俺は辞める」。先輩であるが堂々と言われた。そのとおりである。今まで馬鹿なことばかりやっていたので、人望もある訳ではない。社員が付いてきてくれるというのは難しいなかで、最初からそんな宣言をされ、父の葬儀を終えた。

さて、翌日からどうしよう。勿論、辞めると宣言した社員は葬儀が終わって落ち着いたところで辞めていった。重要な売上を持つ営業も何名か辞めた。仕事はあるが営業がない。売上が下がる。そして残った社員に対しての責任はどこにあるのか。そういうことを

毎日毎日悩んだ。私より平均年齢が当時10歳以上、上の社員が一杯いたなかで、どう舵取りをしていこうか。私が右だと言っても、その右の説得力がない。ある時にISO14001に出会うことになった。社員の人たちと一緒に何かやってみないか、



池田幸寛
CSR推進専門委員会委員長

ISOを取らないかと言って始めたのが、今から11年前だと思う。ISOの国際規格は社員がやるものではなく、会社がやるものでもなく、社長がその仕組みをしっかり理解して、社員の方たちと共有して結論を出していくことが大切である。そこでISOを取得した時に、社員と私、経営者が一体になることができた。社長、経営者もISOの概念にきちんと沿いながら、社員とそれをどう活用すれば良いだろうということと一緒に1つのテーマとベクトルを持ちながら話し合うことができるようになった。その次にISO9001を取得した。その次にプライバシーマークを取得した。当時はイギリスのISOの発祥の地であるBSIという審査機関が世界に先駆けてISO14001とISO9001の両方を合わせた統合マネジメントシステムというものを作り上げていた。私たちが取得した時には、食品メーカーが取得していただいていた。印刷業界でその統合システムを取得したのは私たちが初めてである。今まで一体感が無かった会社が、同じベクトルを向くという、しかもこれは社長の考え方ではなくて、国際規格に則った考え方で、会社の方向を作った。これは社員の方もきちんとした理由付けになるし、一生懸命、力を貸してくれた。よって業界で初のISO14001とISO9001の統合マネジメントシステムが確立されて今に至って

いる。統合マネジメントシステムを取得してからは、最初は環境報告書、そして次はCSRレポートということで、昨年の北海道大会においても一部、会場に置かせていただいた。今年で8号目を発行することができた。そんなことをやっていた。私は、地場の組合仕事を疎かにして、自分の商売だけを目ざしていたら、島村会長から「池田ちょっと出て来い、お前は自分の商売を儲けることだけで使っているだけでなく、お前が今までやってきたことを全国の同業の皆さんに少しでもオープンにして、業界全体を良くする手伝いをしてくれないか」ということで、今回大役を仰せ付けられた訳である。そういうことで、今日この場に立っているの、北海道の方は絶対「お前は誰だ」ということを言わないでいただきたい。

CSRの第一歩

CSRは、皆さんが日頃からやっているようなことである。勿論、環境配慮をしようという考えもあるし、製造業なので品質を少しでも上げよう、無駄を無くそう、いつもやっていることである。いろいろなかたちでボランティアに参加するなど、やっていると思う。日頃やっていることである。ただ、それにきちんとした目標を見つけることが大切である。それぞれのやっていることに関して、本当にそれが全てなのか、きちんとした情報を基にやっているのか、そういう検証まではなかなかされていないと思う。その部分をきちんと検証をしながら目標を持ってやるのがCSRの第一歩である。明確な目標をきちんと見付けて、我々が皆さんと一緒にやっていきたい最終形は、戦略的なCSRである。先ず、自分たちの会社を良くして、地場に、地元の皆さんに信用される会社になる。そこから今一歩、CSRのきちんとした会社として、それぞれの企業の特性を活かして、



持続可能な経営にしていくというのが最終テーマである。

CSRとは何か

CSRとは何か。今さらという言葉でもあるが、「アルファベット3文字で言うと難しいとか、日本語で言えとか」と言う方もなかにはいる。それは申し訳ないが、辞書でも新聞でもネットでも、調べればいくらでも出てくる。企業の社会的責任である。社会的責任には何があるか。たくさんある。非常に幅広い。したがって、これを本当にきちんとやっていくことは大変なことかもしれない。先ず、儲けないとしょうがない。儲ける時に違反をしてはならない。真つ当な商売で正面から儲けていこう。そこが原点に立ち返ってくる。大凸のような大きなところは別であるが、殆どの印刷会社は地域密着型である。地域といっても結構幅広い地域もあるが、殆どが地場の仕事をされていると思う。その仕事をやっていくなかで、お客様しか見えなくなってくる。ステークホルダーという言葉が出てくるが、これは利害関係者と訳する。利害関係者というのはお客様、社員、社員の家族、地域住民の方々、仕入関係（業者）などの方々である。いろいろなステークホルダーがある。ただ儲けようとしていたら何処かに必ず皺寄せがくる。それをきちんと把握しながら、皆さんは商売をされていると思う。ここが原点になってくる。企業は社会のなかで生かされている。社会から抹殺されれば企業は無くなる。普通にきちんと商売をしていたら無くなることはないが、社会というなかの一員であり、社会のなかで生きているという言葉をお忘れしてしまうと企業として成り立たなくなる。自社とお客様、そしてそれを取り巻く全てのステークホルダー、このような関係をきちんと関係性を見ながら、今一度見つめ直していただきたいと思う。



CSRの根本3項目

根本的にCSRはこの3項目である。1つ目は経済。これは直接的な経済的な影響である。2つ目は環境。3つ目は社会である。経済においては、お客様であったり、仕入関係であったり、また大きな会社になれば投資家の方もいる。そして環境。環境もいろいろある。原材料の問題、エネルギー問題、排出、そういうものが皆さんのなかにもあると思う。社会。社会においては、社員の雇用関係、労働衛生などである。これは以外と守られていない部分がある。そして製品責任。このような3項目がCSRの原点といわれている。CSRのなかにソーシャルマーケティングというものがある。NPOやそれに似たような団体と連携しながら地域を支援することで潜在的なニーズ、地域に何が不足しているのだろう、地域には何が要求されているのだろうというようなニーズに気付いていくことがCSRでは大切なことである。それを上手に自分のビジネスに繋げていくことができるのは、地場である我々印刷産業がやらなければ、他のどの業界がやるのか。我々は、地場でお客様と地域密着の仕事をしている。したがって自社だけでなく、いろいろなマーケティングのやり方がある、今はNPOなどのような団体が一杯あるので、そのような団体と一緒に地域に対して支援を行うことで、その情報をしっかり捉えて、その部分において配慮と手間隙を掛けることで、持続可能な経営を行っていくことができると思う。効率や利益を最優先させる経営でなく、信頼をベースに持続可能な経営を目指すことが大切である。

コンプライアンス違反

製造業を中心として行われている偽装である。下請けに対する不当な値引きやサービス残業、企業による脱税や申告漏れや所得隠し、また助成金の不正受給、こういうものが数多く今は発生している。例えば、北海道では申し上げ難いが、雪印食品の牛肉偽装事件、北海道の方は何処の方よりも記憶にあると思う。創業70年以上の会社が、発覚して僅か3ヵ月で社員全員解雇という悲惨な目を迎った。我々印刷業界にも似たようなことがある。残念なことに東京都の印刷会社で助成金の不正受給があった。今、各地の労働局のホームページのトピックスの欄に毎月、不正受給を行った会社の詳細が出ている。東京都の、とある印刷会社が、同じようなことをしてしまった。このような事件が起きると必ず印刷業界はどうなっているのだということになる。下手をすると印刷業界の信頼がなくなれば、助成金を出してくれなくなってしまう。業界全体の信用を失うことになる。助成金の不正受給は、東京で去年の4月から11月までの間に3件、最大の金額で5,700万円というものがあった。助成金の受給は大変である。受給しようと思ったら物凄い資料を作る。ということは意図的である。それを助けたコンサルティングがあるのかもしれない。助成金を出すと、後で社員の方から聞き取り調査がある。そこで殆どが発覚している。残念なことにそういうこともあった。コンプライアンス違反である。わざとやっている訳なので悪質である。知っていてやっている訳である。何故そんなことをやってしまうのか。儲からないからで

ある。しかし、やってしまうとアウトである。

昨年3月に大阪の校正印刷会社ということで新聞やテレビを賑わせた。まだ最終的には因果関係が表に出ていないので、あくまで報道をされている部分で捕らえていただきたい。胆管がんの発症である。全国民の胆管がんの発症率よりも印刷業界の発症率の方が今現在では少ないといわれている。我々印刷業界との因果関係は数字上では明らかになっていない。ただし、その労働環境の状況は、有機溶剤を取り扱うことにより、法律の規則で決められた枠よりも遥かに悪い状況であった。これは経営者が利害関係者として、社員、社員の家族に対するきんとした配慮の足りなさ、法律でやらなければならなかったことをやっていたという結果になる。法令で定められたことはやらなければならない。それを怠ってコスト削減のつもりでいるとこのような重大な事故が発生し、取返しの付かないことになる。不正とか違法とか、それを基にする事業の不振は誰も同情してくれない。労働環境の悪化というのは、労働者も失い、信用も失い、世の中の評判も、仕事も失うことになっていくことになると思う。これ以外にも過去にはいろいろな違反や問題があり、2000年以降報道でもかなり取り上げられてきている。世の中がそういうところに注目するようになった。情報も早い。インターネットの流行からかなり情報は早い。これはコンプライアンス違反、法律違反である。これによって倒産した会社が2010年度から2011年度に1.6倍になった。このなかのコンプライアンス違反は56件を占めている。信用を失った会社は再建が難しい。法律に違反するということは、大前提として企業としてあり得ないことである。皆さんの会社のなかでは無いと思うが、法律というのは凄く幅広くある。それを知らなかった、気付かなかった、昔からこうであった、その言い訳は通らない。したがって、全印工連では、そのチェック項目を会社のなかに落とし込んで、自社は大丈夫かということをご自己採点していただき、もし拙いところがあれば直ぐに是正して、胸の張れるような企業になっていただきというのが、我々CSR委員会での願いというか希望である。

CSRのより重要性

CSRのより重要性である。皆さんの会社は今の時代、今日ここで商売をやられているということは、大変



な波のなかをそれなりに努力されている結果だと思う。そこには素晴らしい経営理念があり、また素晴らしい製品、サービスがあり、だからやってこられた。ただ、これが何時までも、これからも、このようなかたちで高い収益、利益を上げることができるとは、皆さんも思っていない筈である。長期に亘ってこれから先、高い収益性や安定した収益を得るためには、今まで話したとおり、社会の課題の解決を通じ、ビジネスの課題を解決するソリューション型の企業になっていく。またCSRを進めながら社員の誇りを高めて、生産性を上げ企業価値を向上させる。このような取り組みをしなければ生き残っていけないと思う。何故これがCSRなのかというのは、別物に見えるが、これに関しては、近江商人の「三方よし」の考え方である。売り手よし、買い手よし、世間よしと、売る方も買う方も周りを見て、全ての三方が今の経営にも非常に重要なポイントになってきている。先ほどのCSRの説明をした時に3つあった。そこである。これからの時代は少子化や高齢化、市場の縮小が起きてくる。会社のことだけ考えていたらビジネスは多分できないと思う。社会はどう動いていくのか、例えば、この札幌において、他の地域と違って何か印刷業界と一緒にできるものはないか。また、自分の会社においては、何か他の地域とは違うことができることはないだろうか。そういうことを考えていくことが大切であるし、そのなかからまた新しく違うものとして、社会からの要請があって、皆さんの従来の営業活動があって、いろいろなかたちで新しく企業価値の創造、新たな市場の創造、新たな顧客の創造が、そこに生まれてくるものだと思っている。CSRに取り込むことで、社会のさまざまなニーズに気付いていただきたい。その多様性を習得しながら、社内の改革を起すきっかけにもらえると思う。CSRが経営と全く遊離しているような状態では、永続的な企

業づくりはできない。冒頭に私が話した、私がやってきたことも同じである。社長が「CSRだ、CSRだ」と言って、「お前が担当だ、やれ」といっても何の意味もない。表向きには、CSRをやっているというようにしか見えない。社員の方と一緒に同じベクトルを合わせて、同じ方向にどう進んでいけば良いのか、そこを最初の突破口としていただきたい。私もやってきて成功した。簡単なことと言えば、先ずは、社内の働く環境とコンプライアンスに目を向けていけば一番簡単かと思う。社長が一番嫌がる場所かもしれない。嫌がる場所であればこそ、ここをクリアすることによって、社員から信頼される会社になれば、やる気のある社員になれば、社長と会社が、そして地域の皆さん、利害関係者が皆一体となって進んでいく方向がある。

CSRはやり方と使い方

話は少しずれるが、四国にネットヨタという会社がある。そこにはいろいろなお持ち成しの経営がある。もし新入社員の方が、ショールームのなかで、だらし無い格好をして歩いていて、皆さんがその上司であったらどうするか。普通は、「おい、お客様がみえているのだからもっときちんと歩きなさい」そう言うと思う。その会社は、気付きを大切にしているので誰も言わないそうである。本人が「俺、だらし無いな」と思うまで放っておくそうである。多分、最初の時は大変であったと思うが、今、物凄いパワーがある。リーマンショックの時に全国のオールトヨタの販売台数が3分の1に落ちた。その時にその会社は180%車を売った。日頃からお客様との関係を利害関係だけでなく、社員に対しても、利害関係者のお客様に対しても、物凄い配慮をされている会社である。何故180%もそんな時に伸びたのか。お客様が「今、車売れないのでしょ。大変だね。買ってあげる」とお客様がそう言ってくれたそうである。その会社は素晴らしいと思う。我々の印刷会社で「売上げ無くて困っています」、「うん、分かった。うちの会社、君のところに発注してあげる」そう言ってくれるようなものである。これは顔見知りなどではない。その会社が地域にとって大切な会社だからである。その会社が地域にあってもらいたいと思っているのである。だから無くしてならないから、一般の消費者の方も、「だったら買ってあげる」と自ら言ってくれて、オールトヨタがそれだけ売れない時に



180%売り切ってしまう訳である。そんな会社になりたいと思う。それならば、先ず、社員とのコミュニケーション、社員と一緒に力を合わせていくこと、そこからスタートしなければ、お客様にだけに良いことを言っても全く無意味である。先ずは社長が一番嫌がると思うが、社内の働く環境とコンプライアンス、これを社長自らが、うちの会社大丈夫なのか検証する。「普通の法規は当然クリアしているから大丈夫です」と、もし総務部長、総務課長がそう言ったら、「それ以上、何かできることはないか。総務部長、総務課長、あなたが考えるのではなくて、社員一人ひとりと何かできないか話し合おうではないか」と言う。そうしたら、多分、社員の皆さんは目の色が変わって付いてくると思う。確かに厳しいかもしれないが、会社のなかが変わると思う。企業は人なり、人が変われば、同じ人が変わるだけでも、それが大きく変わってくることが、次の段階、そして利益確保に繋がると思う。よく「CSRをやるか儲かるのか、これやっていくらになるのか」そう言う方もいる。私は、機会があったら「儲かるのではなく、そうではなく、やり方と使い方である。そう思ってください」と言っている。CSRは闇雲にやっても駄目である。どうしたい、何処に目標を置く、どういう手順でいくかを社長が考えて、それぞれの会社の良いところ、そこを伸ばしていくことが最終的に戦略的なCSRに繋がっていくと思っている。話が少し脱線したが、労使の関係、先ずここをきちんとすること、そして社員を巻き込んで新しい仕組みづくりをして、やってみて、また改善をしていく。これが先ずCSRを社内に取り込む手順として一番大切なことだと思う。

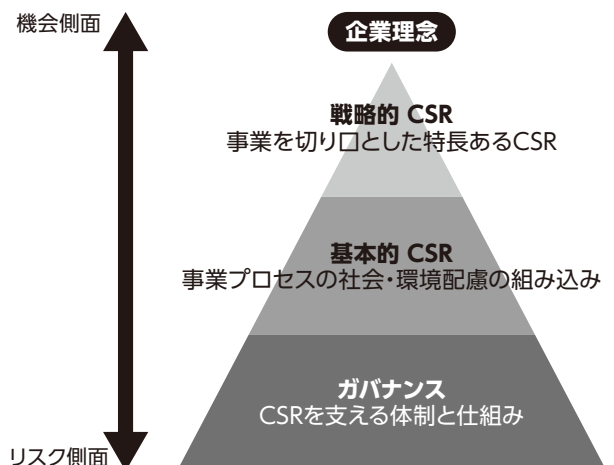
時代は変わっている

法規制のなかで本当に甘い会社が一杯ある。北海道の方にはピンとこないかもしれないが、東京の仲間内ではこのように話している。下町の方に印刷会社が多いが、下町の人たちというのは人情が厚い。祭りとなったら仕事そっちのけでいくような方々が一杯いる。勿論、地域貢献といっても、わざわざやることなく、日頃から町内会では有名な親父みみたいな人が一杯いる。その人たちは大体、印刷工場が下であって上に住んでいる、そういう会社が非常に多い。祭りとかいろいろあることで、凄く信頼はある。その方たちに、「間違えて廃液を下水に流していないよね。そんなこと無いね。インキの残肉をヤレ紙に拭いて家庭用のごみで捨てていないよね」と話した。無いとは思いますが、なかにはもしかしたら、「えっ、駄目なの」というような目をしていた方もいた。「駄目である」。時代というものは変わっている。その情報は知らないでは通用しない。どうやってそれを収集するのか。それは北海道工組のホームページや全印工連のホームページには出ている。出ているが収集しようという心と気持ちがなければ調べられない。環境だったり、法令だったり、いろいろある。その部分を絶えず収集するという考え方、CSRの項目のなかにあるもの、それに敏感になってもらうことが大切なことだと思う。

今から25年くらい前は東京の地下鉄のホームで煙草が吸えた。この話をすると若い方は「えっ」という顔をする。煙草を吸っていた。電車がきたら、火を消して電車とホームの隙間に捨てた。地下鉄だけでなく山手線や中央線でも当たり前の光景であった。勿論、灰皿は柱にあった。灰皿からは火事のようにもくもくと煙がでていた。そんな時代であった。今は煙草に火を付けたら大変なことになる。電車を下りて駅前でも煙草を吸っても大変なことになる。下手をすると罰金を取られる。そういう時代である。それには皆さん分かっている。しかし、自分たちが何十年もやってきたことの情報を入れようとしめない。だからトラブルのである。時代は変わっているのです、いろいろな意味で情報をきちんと捉えていただいて、整理していただくことは大切なことだと思う。

CSRは企業戦略

CSRは企業戦略の1つである。下の方にあるのがガバナンスである。CSRを支える体制と仕組み。そしてその上に基本的なCSR、一番上にあるのが戦略的なCSR、ここを最終的には皆さんに目標にしていきたい。下にある基本的なCSRというのは社会から安心できる企業、最低限の問題である。法律や約束、極当たり前のことが当たり前のようにできるといったものがここに該当する。例えば、「明日、何時に来てください」、「分かりました。明日、何時にお伺いします」。これは当然のことで、当たり前のことである。普通のCSRは、このレベルである。守るべき当然のことである。守らないと駄目である。このレベルを我々は最終的に皆さんに理解していただきたいとは思っていない。当然のことというのは当然のことで、皆さんがやられているそのものである。最終的にはそこをきちんと踏まえたうえで、それをビジネスに繋げていっていただきたいというのが、これはまだ道のりは長いと思うが、最終的に戦略的なCSRと捉えている。先ずCSRに取り組むには企業統治が必要である。いろいろ社員の方と、その部分はいろいろな意味でディスカッションをしていただき、いろいろなテーマで掘り下げていき、先ほどの労働環境、そこの部分をクリアしていけば、環境、品質といろいろな意味で繋がっていくと思う。印刷業界のなかで、皆さんが100社あっても100社が同じ会社だとは思っていない。それぞれの企業が必ず特色を持っている。他の会社と違う良いものを持っている。その部分を最終的にきちんと伸ばしていただく。基本的なCSRは全て一緒であるが、最終的なCSR、戦略的なCSRは皆さん全部違う訳である。



出典：「企業ブランディングを実現するCSR(企業の社会的責任)」

海野みずえ・細田悦弘 著

私の会社の強みは、先ずベースをきちんとした上で、得意とする部分ができる。きちんとしたCSRのベースがある上に戦略的なCSRで攻めていく。それぞれの特異性があるのが、戦略的なCSRという結果になってくると思う。

印刷業CSRビジョン

ISO26000にもCSRの概念が出ているが、最終的にまだISOになっていない。いろいろな国のいろいろな方が、多少利害関係もあると思うが、話し合っている結果、規格化になっていない。これは止むを得ないと思う。これだけの幅のものを1つの国際規格にしていこうといっても難しい。そこで、その中核の7主題を背景として、全印工連CSR委員会では、印刷業ならではの課題を収集した印刷業のCSRビジョンとして、8項目を作った。8項目の、1つ目はコンプライアンス。これは法令である。法律を守っているか。この一言でいうのは簡単であるが、雇用や環境や情報など、そこにおける全ての法律がある。非常に幅広い。知れば知るほど怖くなるが、勿論、皆さんは経営のプロであるから、それは当然、知っていて経営をされていると思う。ただ、もし若い経営者がいるとしたならば、本当に企業を取り巻く法律というのは幅広くあるので情報を収集しながらやっていかないと、何処かに必ず落とし穴があるので、その部分を非常に注意しながら、絶えず新しい情報を仕入れることがコンプライアンスとして必要である。2つ目は品質。品質は皆さん製造業なので分かると思う。敢えて細かい説明は省略する。3つ目は雇用・労働安全。雇用・労働安全は、先ほど話したとおり労働環境である。いろいろある。4つ目は環境。環境は、ISO14001やグリーンプリンティングなどを取得されている皆さんには分かると思うが、非常に幅広い。今、環境と労働安全に関しても労働環

境ということで、薬品の種類、取り扱い、そういうものもかなり法律が変わりつつある。まだ確定ではないが、第3種有機溶剤の一部が第2種有機溶剤に変更になるものも出てくるかもしれない。その情報もきちんとした情報を仕入れていないと第2種有機溶剤と第3種有機溶剤を使っている場合では労働環境は違ってくる。そういうことも必要になってくる。5つ目は情報セキュリティ。情報セキュリティにおいては、プライバシーマークなどがある。東印工組では独自にJPPSという個人情報取り扱いの保護規格みたいなものがある。6つ目は財務。財務が減茶苦茶な会社だと絶対に良いことはできない。7つ目は社会貢献、地域志向。8つ目は情報開示。全てのビジョンを情報開示していく。情報開示で大切なのは、私たちはこういうことをやって、結果はこうだと、きちんと出していく。それが嘘を書けないところで大切なところだと思う。

CSR認定制度

この8項目をまとめて、我々はCSRの認定制度を現在整備している。今までの8項目のなかでいろいろなことがあるが、本当に自分の会社で満遍なく経営を常態としてやっているのだろうか。その辺の指針を見る部分でも自己判定として取り組んでいただければと思う。そのなかでこの部分はうちの会社の強みだ、この部分がうちの会社の今弱いところということが明らかに見えてくる。私もそうであった。今、その企画作りをしているが、自己採点をして、自分の会社はここが強いが、ここの部分は弱という項目が浮き彫りになってくる。全印工連では、先ずその部分を規格として認定制度を行っていきたいと思う。規格作りにおいて、今回、初年度は標準認定のワンスター、次年度以降に上位認定のツースター、スリースターということで、先ずはCSRという概念と、そして皆さんに取り組んでいただくことが大切ということで、一番取り易い標準認定を皆さんに取り組んでいただきたいと思っている。全印工連のCSRマネジメント規格、先ほど話した8項目のそれぞれの有効性評価項目を出している。この項目は、まだ初年度なので、追々、中身は変えながら、見直しをかけていくつもりである。そのなかでも自分の得意なところ、不得意のところがあって、取り組むことによって新しい地域でのビジネスマーケットは見えてくる。

北海道印刷工業組合

メールマガジン配信登録受付中

メールマガジンの配信希望は、北海道印刷工業組合のHPから申込受付を行っています。

[URL]

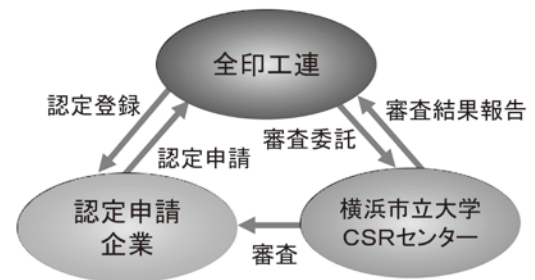
<http://www.print.or.jp>

戦略的なCSR

今年の2月からワンスターの募集が開始される。どういう仕組みになっているかというと、全印工連が皆さんに募集を掛ける。全印工連事務局へ皆さんから申込みをして、必要な書類を一式用意して、返送していただく。返送してもらったものは全印工連事務局で一括にまとめる。開封はしない。我々も同業者なので、同業の者が皆さんの会社の企業情報は見ないかたちをとっているの、安心して情報きちんと開示して資料を送付いただくことが大切なことだと思っている。資料を一式、横浜市立大学CSRセンターへ送る。ここはCSR認定制度のワンスターにおいて審査機関として委託業務を行っている。そこで開封し、書類の内容をチェックしてもらうことになる。影山教授が横浜市立大学CSRセンターの責任者である。今、神奈川県横浜市でCSRの認定制度が先にスタートしている。印刷業者だけでなく建築、造園などいろいろな業者が入っている。なぜそんなことをやっているのかというと、地場の企業できちんとやっているところが一杯あるのだから、やっているところは認めてあげて、その人たちが仕事のし易いようなことをすれば良いのではないか。入札に入ってきて談合するよりは、きちんとしているところに同じ金額で仕事を出せば良いのではないか。そういう考え方である。先月、経済産業省のなかにもCSRの取り組みをする部署ができた。担当課長は、印刷業界のCSRよりも横浜型を非常に気にしていた。これを全国に広められないかという考えでいる。「その前に印刷業界で広めていきます。そして我々が地域の方たちにきちんとアドバイスしながら、地域密着的な印刷業を行い、新しいビジネスマーケットを展開させていただきますから、印刷業はこういうことを行いますので、全印工連をよろしく願います」と話しをしてきた。横浜市立大学CSRセンターのセンター長、横浜市立大学国際総合学科学術院教授の影山先生に審査機関としてお願いすることになっている。流れは先ほど話したとおり全印工連へ皆さんから資料を送っていただき、全印工連の方では一切開封をせずに横浜市立大学に転送して、横浜市立大学で不備がないかチェックし審査する。審査の最終的な可否は、横浜市立大学の方から資料を提出していただき、それは別紙のチェックシートになる。提出された資料に不備が無いか、またコメントもいただき、一部

全印工連CSR認定制度の概要

(所管委員会)全印工連CSR推進専門委員会
(認定機関)全印工連CSR認定委員会



(ワンスター認定)書類審査
(ツースター認定及びスリースター認定)書類審査及び現地審査

我々全印工連のメンバーが加わり、外部の有識者、今お願いしているのは公的機関、利害関係者としてメーカー、ベンダー、大学教授、資材関係、その有識者の方たちに、最終の判定委員会で判定をお願いしたいと思っている。時々お手盛りだという言葉も出てくるが、決してお手盛りではない。審査の内容も結構厳しい。何もやっていない会社は、CSRは無理である。例えば、環境をやっている。それをやっていたら、次のステップに進めると思うが、我々のCSR委員会のなかで項目が8項目ある。仮に環境の部分は、日本の業界のなかで通じるような環境基準がなければならない。それによって環境の部分は認められる訳である。それと同じようにパーツが8項目ある。何もやっていないところは確かに大変であると思うが、そこで避けないで、力を貸してもらえるので、是非、ワンスターを取得できるように一緒に頑張りたいと思う。ワンスターの料金も決まっているので後ほど見ていただきたい。社員規模1名からできる。1名でも十分できる。規模で物事を判断するのではなく、先ず取り掛かっていく、そしていろいろなものをそのなかから習得して、最終的に経営にそれを反映していくということが、今回の全印工連の戦略的なCSRの結びつけていく最終形であるので、是非とも面倒くさいことだな、大変なことだなと思わずに、今でなく、3年後、5年後、それぞれの企業が地域に必要な会社になっていただき、そして地域の皆様から信頼され、地域のリーダーになれるような会社になっていただきたい。リーダーになるには、誰よりも一歩前にでて、早くやらなければならない。そのような我々は地域密着型の業界であることを忘れずに、是非CSRに取り組んでいただきたいと思う。

業 界 の う ご き

▶(株)北海民友新聞新聞社と(株)道北日報社が新聞発行援助に関する協定

株式会社北海民友新聞社（新沼透社長・紋別市南ヶ丘2丁目・オホーツク支部）と株式会社道北日報社（北村浩史社長・士別市）は、このたび、「新聞発行援助に関する協定」を締結した。

この協定は、両社のいずれかが何らかの災害や印刷関連機材の不具合によって印刷が不可能となった場合、相互に連携を取り合って、印刷を代行し、新聞発行を継続していくものとした。

両社の保有する印刷機器が同種であり、紙面サイズもほぼ等しく、緊急時に対応可能な距離にあるなどの条件が合致したことから協定を結んだ。

▶東洋印刷(株)・(株)キュープリント帯広・広尾大同印刷(株)社長に角高紀氏

東洋印刷株式会社（帯広市西10条南9丁目）、株式会社キュープリント帯広（帯広市西10条南9丁目）ならびに広尾大同印刷株式会社（広尾町丸山通北2丁目）は、このたび、角鎮夫社長の逝去に伴い、新しく代表取締役社長に角高紀氏が就任した。

▶2012全日本印刷文化典北海道大会報告書を発刊

北海道印刷工業組合は、このたび、昨年9月20日、21日、22日の3日間開催した2012全日本印刷文化典北海道大会の行事全てを収録した「2012全日本印刷文化典北海道大会報告書」を発刊した。

報告書は、A4判、本文96頁、全頁4色カラー印刷で、表紙は高精細7色（CMYK+RGB）のスーパーファインカラー印刷を行った。



ガソリン共同購入で経費削減

北海道印刷工業組合「集団扱給油事業」の提携先であるフェリーロード協同組合は、全国3,200法人加入のスケールメリットを活かし、安心・安定の給油価格を実現。スタンド毎による『代行手数料』も一切不要なので、看板を見て給油可能。出張先等に現金を持たずに出掛けられるのも、給油専用カードならではのメリット。

この機会に是非共同精算の給油カードをご検討ください。



ご利用出来る
カードは3種類。
カード毎に
使用可能スタンドは
異なります。
使い勝手の良いカードを
ご選択ください。

※複数選択も可能です。

北海道印刷工業組合組合員特別価格

▶ハイオク

▶レギュラー ガソリン

▶軽 油

1ℓあたり

5円~10円
お安くなります!

※全国平均対比

※地域や時期によって異なります

10,000円の出資金と1,200円の年会費でご利用可能（フェリーロード協同組合）

[ご利用に際して必要な手続き]

- 組合加入手続き
- サービス申込手続き

[ご用意していただく書類等]

- 登記簿謄本（写し）
- 組合加入出資金（1万円）
- 代表者印鑑証明（連帯保証用）

《お申し込み・問い合わせ先》

北海道印刷工業組合

〒064-0808 札幌市中央区南8条西6丁目

TEL.011-562-6070 / FAX.011-562-6072

この事業はフェリーロード協同組合との提携により実施しています。

北海道印刷工業組合

組合員のみが

利用できます。