

北海道の印刷

PRINTING INDUSTRY IN HOKKAIDO

第 738 号

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

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

11

2017

平成29年
11月10日発行

INDEX

平成29年度第4回理事会	3
HOPE2017 パネルディスカッション	4~14
第23回北海道青年印刷人フォーラム・ 平成29年度全国青年印刷人協議会北海道ブロック協議会	15
2017全印工連フォーラム	16
平成30年新春経営者研修会案内	17
北海道印刷関連業協議会平成30年新年交礼会案内	18
印刷技能士検定合格者	18
「FFGS主催経営セミナー2017」案内	18
業界のうごき	18
お悔やみ	18

《表紙》北海道の大きな湖 No.1:サロマ湖 (151.8km²) [11月:北見市]

北海道印刷工業組合

〒062-0003 札幌市豊平区美園3条5丁目1番15号 原ビル
TEL.011-595-8071/FAX.011-595-8072

UD
FONT
by MORISAWA

280
古紙パルプ配合率30%再生紙を使用

VEGETABLE
OIL INK

ISO 14001
ISO 9001
この印刷物は、環境にやさしい印刷技術で製造されています。

CSR

この印刷物は、CSRに
取り組む印刷会社が生産
した印刷物です。

P-00023

共済制度加入拡大キャンペーンを推進

平成29年度第4回理事会開催

平成29年度第4回理事会が、10月13日午後1時30分から札幌市中央区のかでる2・7で全道から理事15人(書面議決を含む)と監事2人が出席して開催され、下期事業スケジュール、共済制度加入拡大キャンペーンの実施方法等を決定した。

理事会は、板倉理事長のあいさつの後、定数報告が行われ、理事長を議長に議事に入った。

最初に、報告事項として、(1)事業実施状況について、北印工組の事業、全印工連の事業、関係団体の事業に大別して、7月に開催された第3回理事会以降の活動状況が報告された。

(2)財務状況について、9月末の中間決算(第2四半期)の貸借対照表、損益計算書、予算対比表、賦課金納入状況が説明された後、植平・島津監事による中間監査が行われ、処理・内容は適切である旨の監査報告をいただいたことが報告された。

(3)平成29年度被表彰者について、日印産連印刷功労賞を板倉理事長が受賞したことが報告された。

次に、議事に移り、(1)平成29年度事業スケジュールについて、組織の拡大、広報活動の強化、未来を創る業界運動の展開、共済事業への加入促進、福利厚生事業の実施、組織・財政状況の検討、創立80周年記念誌編纂の準備を柱とした各事業の実施スケジュールが説明され、決定した。

組織の拡大では、組合員ならびに賛助会員の加入促進に努める。未来を創る業界運動の展開では、1月10日に経営者研修会を開催するとともに全印工連の各種資格制度の啓発を行っていく。

(2)共済制度加入拡大キャンペーンについて、本年度、北海道が全印工連から共済制度の加入促進重点工組の指定を受けていることから「加入拡大キャンペーン」を実施する。期間は平成30年3月31日までで、1社でも1人でも多くの加入を目標に実施する。推進方法としては、組合員各位にキャンペーンの主旨を伝え、共済制度の理解を得るため案内を行うとともに各支部で説明会を開催する。

また、北印工組では、共済制度の内容を簡単に理解してもらえよう「北印工組の共済制度のご案内~7つの安心で元気な会社をしっかりと確実に守ります!」



のパンフレットを作製し、これを活用し、共済制度への関心を高めていくこととした。

(3)平成29年度第5回理事会、下期北海道地区印刷協議会について、平成30年1月10日に札幌グランドホテルで午後1時から理事会、午後1時30分から下期北海道地区印刷協議会を開催することを決定した。

(4)新春(平成29年度第2回)経営者研修会について、平成30年1月10日午後2時45分から札幌グランドホテルで、講師に(株)バリューアシストジャパン代表取締役の伊藤直行氏を招き、「受注減の時代でも顧客を創る」をテーマに開催することを決定した。

(5)次期理事長推薦委員会の設置について、理事長候補者の選出手順(内規)に基づき、理事長推選委員会を設置し、第1回委員会を平成30年1月10日12:00から開催することを決定した。

(6)委員会の活動状況について、矢吹経営革新・マーケティング事業委員長から事業承継センター、共創ネットワーク、勝ち残り合宿ゼミ、井田教育・研修事業委員長から制度教育、DTP技能検定、管理会計エクセルシート、岡部青年部事業委員長から第23回北海道青年印刷人フォーラム、北海道中小企業青年中央会との連携について、それぞれ説明が行われた。

また、伊藤専務理事から全印工連特別ライセンスプログラムについて、板倉理事長から函館支部の現況について説明が行われた。

全印工連2025計画 「リ・デザインで、印刷はこう変わる」

HOPE2017 パネルディスカッション

HOPE2017パネルディスカッションが、9月2日午前10時から、札幌市白石区のアクセスサポロで、「全印工連2025計画『リ・デザインで、印刷はこう変わる』」をテーマに、80余人が参加して開催された。

パネルディスカッションの内容の抜粋を紹介する。

(文責：編集部)

ファシリテーター	株式会社協進印刷代表取締役	江森克治 氏
パネリスト	池田印刷株式会社代表取締役	池田幸寛 氏
	滝澤新聞印刷株式会社代表取締役	滝澤光正 氏
	弘和印刷株式会社代表取締役	瀬田章弘 氏
	株式会社プライズコミュニケーション代表取締役	小野綾子 氏
	六三印刷株式会社専務取締役	三島秀夫 氏

はじめに



江森克治 氏

江森 全印工連2025計画の成長戦略の内容について、2025年あるいはそこからもう少し先を見据えて印刷業は今後どうなっていくのか、我々はどうして生き抜くのかについてパネルディスカッションを進めていきたい。私は、進行役を務めさせていただ

たく神奈川の協進印刷の江森です。パネリストとして、今、全印工連で中心的役割を担っている5名の方に出席いただいている。それぞれ自己紹介をお願いします。

三島 東京の六三印刷の三島です。今、全印工連でCSR推進委員会の委員長を仰せつかっている。CSR元年が2003年と言われている。私がCSRを知ったのは2010年である。まだまだ勉強中の身であるが少しでも皆さんに何かを伝えられたらと思う。

小野 東京のプライズコミュニケーションの小野です。全印工連でダイバーシティ推進委員長を仰せつかっている。ダイバーシティという言葉自体がまだまだ皆さんに浸透していないかと思うので、今日はできるだけわかりやすく伝えたいと思う。

瀬田 東京の弘和印刷の瀬田です。私は全印工連の経営革新マーケティング委員会の前委員長で、今は産

業戦略デザイン室の委員を務めている。皆さん読んでいただいたと思うが、「印刷道」と今日話す「2025計画」を一緒に作ってきたメンバーの一人です。

池田 東京の池田印刷の池田です。私は前期5年間CSR推進委員長を拝命して、今期から環境労務委員会を担当している。瀬田さんと同じく産業戦略デザイン室に委員として参画しており、「印刷道」、「2025計画」に関与させていただいた。

滝澤 東京の滝澤新聞印刷の滝澤です。私は現在、全印工連の副会長をさせていただいている。同時に現在の産業戦略デザイン室の委員長をしている。デザイン室は私も随分長く関わりがあり、皆さんと同じく「印刷道」、「2025計画」にも携わってきた。

江森 私は現在、産業戦略デザイン室とCSR推進委員会の副委員長を務めさせていただいている。産業戦略デザイン室は2011年のできた当初から関わっている。

江森氏より2025計画の概要説明が行われた。(省略)

地方創生産業クラスター

江森 今日は、「2025計画」の5本の柱のなかから「地方創生産業クラスター」「女性活躍推進」「CSR人づくり」の3つについて、これからパネルディスカッ

ションを進めていきたいと思う。まず地方創生産業クラスターから始める。これは「2025計画」の本のなかにいくつかの事例が載っており、別府市、高松丸亀商店街、仙台印刷工業団地、宮崎南印刷の事例である。高松はあまり印刷会社が登場しない事例である。なぜ印刷会社が登場しない事例を出すのかと言うと、このようにそれぞれの地方が地域の活性化、地域の経済の活性化に取り組む意欲を持っていることを認識してほしい。そのうえで印刷会社はどのように貢献できるのかをそれぞれが考える。大体、今までのパターンとしては、最後にパンフレットを印刷するところしか参加していない。最初の企画から参加して、印刷会社としてどういう貢献ができるのかを考えていただきたい。印刷会社は全国でどう活躍しているのかを滝澤さんに話してもらいたい。滝澤さんは、前は全青協の議長を務められ全国を回っているので、いろいろな事例を把握されている。



滝澤光正 氏

滝澤 その前に江森さんから紹介あった「2025計画」は、印刷工業組合の組合員には漏れ無く各社1冊ずつ配布している。この冊子は組合に入っていない方も購入することができるので、今日、話を聞いて興味を持たれた方は、全印工連のホームページから申し込んでください。

地方創生産業クラスターであるが、クラスターというのは葡萄の房である。葡萄の房のように企業や行政機関、非営利団体、自治体が、その地域で集積してネットワークをつないで、地域の社会課題の解決に当たっていくことが産業クラスターの意味である。越境リーダーというキーワードがある。自社だけでなく、他社や教育機関や社会企業家の皆さんが持っている技術やアイデア、サービス等を組み合わせる革新的なビジネスモデルや研究成果、製品開発、サービス開発につなげるイノベーションの方法があり、これのリーダーとしてリーダーシップを発揮していく人材が越境リーダーである。そういう人たちが必要だということである。この冊子のなかには、仙台印刷工業団地の取組と宮崎南印刷の取組が紹介されている。簡単に言うと、仙台印刷工業団地は昭和38年に日本で初めての印刷工業団地として設立された。50年以上の歴史がある。当初27社であった組合員企業が現在は17社で協同組合を組織している。2005年に東北大学イノベーション研究センターとして生まれたのが、産業支援拠点として整備されたビジネスデザインセンターであった。ビジネスデザインセンターのキーワードとしてはマーケティングとクリエイティブである。売れる商品、サービスを支援することが、私ども印刷会社の本来の仕事であって、それを通じて地域経



済の活性化にもつなげていこうということである。印刷業は都市型の産業であるので、地域産業が栄えることで自らのビジネスも発展するであろう。しかし、第一線で活躍するマーケットターやプロデューサーは首都圏に集積していて、地方の中小企業を支援してくれる人材が不足しているのではないかとすることでこのような事業を始めた。ビジネスデザインセンターとともにインキュベーションマネジメント事業を受託し、創業して間も無い企業を支援する活動をされている。創業支援事業として、専門的なマーケティングを入口とした商品開発やサービス開発の支援、販売促進あるいは翻訳、デザイン、印刷加工、WEB、映像、イベント運営まで、川上から川下まで一気通貫で支援することによって、企業の提供する商品やサービスの付加価値を高めて、ビジネスの成功に導くための支援をしていくような事業をされている。こうした取組が高く評価され、東日本大震災の後に、東北6県の産業振興のために開設した東北6県パークという施設があるが、そのなかの創業スクエアの運営を工業団地協同組合として受託することができた。印刷団地組合員企業である情報処理、印刷・製本加工のプロたちが集まって、お客様の支援先の商品開発やブランディング、印刷物製作に至るまでサポートしている事例である。

もう1つ、株式会社宮崎南印刷は、こちらも歴史は古い会社である。従来の印刷マーケットが縮小したなかで、価格競争の波に飲み込まれ、社長は価格競争から脱却しなければ自社の将来は無いという思いを強くされた。今まで手を出してこなかったような細かな仕事まで大手印刷会社にすべて持っていかれているような現状を迎えて、自社は唯一大手印刷会社に対抗し得るものは地域戦略しかないという考えで、地域の情報を集めた電子書籍のポータルサイト「miyazaki ebooks」を始めた。大手の印刷会社より自社が唯一勝っていたのは地元の情報量である。地域の機動力と実績は勝っていると感じたところから、地域戦略へ舵を切った。地元宮崎県のすべての自治体と掲載の契約を交わし、行政の発行している官公物、広報紙などの電子書籍をポータルサイトで発信した。宮崎南印刷が受託した印刷物だけでなく、他社で印刷されている自治体が出しているすべての印刷物、そのバツ

クナンバーをすべて電子化してポータルサイトに揚げた。自治体の広報は、配付されるチャンネルが限られているので、スマホやパソコンでいつでもどこでもアクセスすることによって、広く住民の方に情報を提供できるということで自治体にも喜ばれ受け入れられた。紙媒体が苦手としていた配付、情報検索、効果測定等の弱点を克服するためにそういうツールが非常に喜ばれた。効果として、従来、紙の広報紙の場合には、某自治体で広報紙のアンケートを行ったところ、返ってくるのは1号あたり40件くらいの回答しかなかったが、ebooksにアップした途端に回答が2,700件に増えた。実に70倍に増え、効果が表われた。宮崎南印刷は宮崎で成功したebooksの事例を横展開した。他の地域で他の印刷会社が手掛けられるようにシステムを開発して、著作権を伴うすべてのノウハウをセット化して、地域特化という特性から各県に原則1社のみということで仲間を募った。今現在510の自治体がebooksを使っている。この仲間の会社を組織化して一般社団法人化して現在に至っている。この組織に入った会社では、各企業が案件を持ち寄り、コンペで成功した例、デザイン案等、蓄積された営業ノウハウを共有されている事例である。

冊子には載っていない事例をいくつかピックアップしてきた。地方創生産業クラスターの事例として、愛媛県今治市に第一印刷株式会社という会社がある。この会社を知らなくてもご当地キャラ、ゆるキャラのバリィさんを見たことがあると思う。バリィさんの企画開発から事業展開までされたのが今治の第一印刷である。そもそもバリィさんというゆるキャラは2009年に今治の観光協会がホームページのPR用ということで、第一印刷にキャラクターの制作依頼をしたのがきっかけである。その後バリィさんは第一印刷によって商標登録された。第一印刷はまったく初めてのことで手探り状態からいろいろ勉強されて一括してマネジメントを行っている。着ぐるみマスコットのイベントへの出演や企業によるイラスト使用ライセンス、商品化などすべてである。バリィさんというキャラクターを全国の皆さんに知っていただくことで今治市のことを知っていただき、一人でも多くの方に来てほしいという気持ちを込め事業展開をされている。ファンづくりから地域活性化につながるロードマップ実現に向けて現在進行中である。バリィさんは2012年のゆるキャラグランプリでグランプリを獲得した。くまモンに続き2番目のグランプリである。それからどんどん有名になり、ストラップ、クリアファイル、写真集等がどんどん拡大されて自社の活性化につながっている。周辺商店街の活性化や交流の人口の増大にもつなげている。印刷会社としてバリィさんの今治市紹介パンフレットを作り、市に寄贈し、県外イベントを中心に活動している。バリィさんというキャラクターは、

2010年に今治地方観光協会の観光大使に任命され、2012年には県から伊予観光大使にも任命されている。今後、全国から今治に足を運んでもらうことをミッションにバリィさんとともに愛媛・今治のファンを増やす活動にチャレンジしていくということである。

もう1社、秋田県の秋田印刷製本株式会社である。印刷会社と米作り農家が連携して、単一農家米のブランド化による地域農業の高付加価値化を行っている。秋田県なので米作り農家がたくさんあり、米が売れなくて困っているという相談を受けたのをきっかけに社員の有志によって農業支援プロジェクトを発足した。そのなかから秋田印刷製本が開発した紙製の容器、デザインされたお洒落な容器に、単一農家米ということでブランディングして、付加価値を付けて販売する事業を始めた。米の流通が数年前に自由化されて、農家が販売先に困っているなかで、新しいパッケージ化された単一農家米を自社でECサイトを構築して販売の手伝いをしている。これが成功し、今では米だけでなく、秋田の日本酒、地域の農産物、漬物という秋田の美味しい物の販売を手伝う事業を行っている。

このようなかたちで頑張っている印刷会社は全国にまだまだたくさんある。

江森 すばらしい話をいただきありがとうございます。このように行政の政策を上手く取り入れているところや印刷組合をバックに上手く使って運営されている方が全国にはたくさんいる。「印刷道」で、印刷業界に関係のあるお客さんや行政の方に集まっていたいて、印刷業の未来について話し合うことを全国5か所で開催した。そのときに印刷会社はいろいろな業界と知り合いなのだから、地域のまとめ役になってほしいという話が一番多くでた。そこに参加していた瀬田さんがいるので、そのときの話と、もし上手くいかないようであれば課題も話していただきたい。

瀬田 「印刷道」は、非常に良い本で各社へ全印工連から1冊配付している。社長のところに止まっているかも知れないがある。先日、知り合いの名古屋の印刷会社の人が訪ねてきて、実は赤字で困っている。新



瀬田章弘 氏

しいビジネスを興したいがどうして良いか分からないときに、「印刷道」と「2025計画」を読んで、たまたま私の名前が出ていたのでポイントを教えてほしいと来た。この本を読んで非常に良かったと言っていた。老舗の会社であるが、社内で新しいことをやり始めた。ヒントがたくさん書かれているので読んでいただきたいと思います。そのなかで、2012年、今から5年前に印刷を発注する人たちは何を思っているのか、印刷会社をどう思っているのかという意見交換会を行った。東京、仙台、富山、広島、高知の5か所で行った。大都市、地方中核都市、地方都市といろいろなケースで行った。民間企業の印刷発注者、出版社、地域の新聞社、大学、行政、NPO等、いろいろな方に来ていただいた。いつも印刷物を発注されているが、どう思っているかと聞いてみた。そうすると大都市でも地方都市でも、大体言われることは同じである。印刷屋さんには親しみやすい、誠実、地元の老舗で地域の世話役をやっている親切、忠実だというのは良い印象であった。一方、でも物足りない。親切だけれど物足りない。1つはものづくりの提案が無い。印刷会社はお客さんのところに行っているのと提案しているかと思ったら、提案が無い。こういうものを作りたいと言って、初めて何色にして、何ページで、紙はどうしますかという話になると言う。お客様はその効果がどうか悩んでいる。作りたいのはDMなのかチラシなのか、実は悩んでいるが、そこからの提案は無い。これ作ってと言ったら直ぐに見積りを出してくるが、そもそもそれが良いのかどうか、こんな手もある、あんな手もあるという提案が無い。もう1つはクロスメディアである。ホームページの話をする、それわかりませんと逃げてしまう。紙しかわからない。それでは困る。ホームページ作りたいときホームページの業者を呼んで、紙で作りたいときは印刷会社を呼ぶ。何か修正するとどっちも修正しないとならない。こんな面倒くさいことはない。一遍にやってくれれば良い。3つ目がターゲットに自分が印刷物を届けられ無い。どうやって伝わるかを提案してくれ無い。自分が印刷物を実際に手に取ってほしい人、例えば主婦の方なのか、若者なのか、そういった方々に、印刷物が手に取られるような仕掛けとか仕組みを提案してくれ無い。良い印刷物を作っても結果的にはそれが無駄になってしまう。こんな話をされた。これは今も実は変わらない。何が変わらないのかと言うと、当社は印刷会社と制作会社、両方をやっている。制作会社をやっていると良くわかる。我々は、今、大チャンスである。今、私が言ったようなことを提案してくれる人がいない。私がそういう提案をすると、瀬田さんはコンサルティング会社ですかと言われる。コンサルではなく我々は制作会社

社です。一般の人は、そういうものはコンサルティング会社やIT企業でないと請け負ってくれないと思っている。当社もコンサル会社を入れたことがあるが、結構いい加減で、地に足が付いた提案とか一緒に汗をかくようなことはしない。大企業のグローバル戦略では良いと思うが、我々と日常のビジネスで一緒にやるのはどうも違和感があり、なかなか効果が出ない。そういうときに我々のところにいろいろなお客様が来て、我々が提案すると非常に喜んでくれて、どんどん仕事が増えてくる。これは多分皆さんのところでもあるが、皆さんがやっていないから、お客さんは相談しても無駄だと思っている。実は相談したい。社会はどんどん課題が増えているのでお客さんは相談したい。5年前からそのギャップが膨れ上がっている。そこは是非、皆さんが相談相手になっていただければ直ぐに門が開いていく。そこでポイントはどうやってネタを集めたら良いかである。これはプラットフォームづくりが大事になってくる。共創という言葉が出てくるが、印刷会社だけでは課題解決ができない。そのとき、ITのプロかも知れないし、NPOかも知れないが、地域のいろいろな方を巻き込んだプラットフォームを作る人脈が重要になる。これがないと課題解決はできない。先ほど仙台の話ができたが、仙台の工業団地がプラットフォームになっている。いろいろな得意技の人たちが集まって、行政を巻き込んで、新しい価値を作り出している。我々印刷会社だけではできない。従来のサプライチェーンの協力会社だけではなかなか難しい。お客さんが求めていることに応えるためには、是非、いろいろな方々とネットワークを組んで、その方々が何を困っているのか。そしてその方々の持っている強みを利用させてもらう。そのなかから新しい仕事を見出す。仕事を取るのではなく仕事を生み出す。メディアを生み出すことが起こってくる。

女性活躍推進

江森 意外な方と連携する。今まで思いもしなかった方と話をしていくことが深みになっていくと思うので是非、取り組んでほしい。

つづいて、女性活躍推進の話をする。小野さんはダイバーシティ推進委員会の委員長であるが、その前は女性活躍推進委員会から続いている。2025計画のダイバーシティはマーケティング志向であるので、働き方改革を重きにやっている。

小野 女性活躍推進委員会が、今から3年前、2015年に全印工連で初めて発足した。約2年間、女性活躍推進委員会として活動してきた。少子高齢化が間違いなく日本でかなりのスピードで進行している。この女性活躍推進委員会が始まった2015年の日本の人口



小野綾子 氏

が約1億2,700万人であった。これが13年後の2030年には1億1,600万人になるのではないかと、そしてさらに31年後の2048年には1億人を切るという予測がある。さらに2060年には8,670万人になるのではないかとという予測がある。少し怖い話である。2015年の統計によると出生率が1.45%、高齢化率が26%、これが2060年になると出生率1.35%、高齢化率が40%近くになるという予測がある。こういう実態を踏まえて、今、家庭で子育てをしている方、介護をしている方の復職率がなかなか高まらない。地方においては復職率57%の統計が出ているが、東京においては33%ということで非常に低い。この統計の地方と東京の格差をゼロにしたいという動きがある。そういったなかで2015年、2016年の2年間にわたり女性活躍推進委員会としてワークライフバランス、いわゆる家庭の環境と働く環境をそれぞれいろいろ多様化した考え方を取り入れて、できるだけ女性の復職率を高めて、女性を活躍させようという動きをしてきた。そういったなかで2年間、女性にフォーカスを絞って活動してきたが、全国の印刷工業組合（全印工連）に加入している皆さんが約5,000社あるが、平均従業員数は20人を切っている。女性のいない会社も勿論ある。そういったなかで女性だけにフォーカスを絞っていくには、これからの未来に向かって、できるだけ会社の生産性を上げて、収益を上げて、労働分配率を50%未満にするということになってくると、女性だけでなく、多様化したいろいろな考え方の雇用、活用が必要になってくるようになるということで、昨年、2016年からダイバーシティ推進委員会として、次のステージに上がってきた。昨年、ダイバーシティ委員長に就任して、ダイバーシティという言葉、皆さんに問いかけたが、全国でも20%位の方しか知らなかった。ダイバーシティとは、1960年代にアメリカの公民権運動として、黒人と女性の差別的なことを解消しようという動きから始まった。やがてそれが女性の地位向上、いろいろな国籍の違い、見た目外見の違い、宗教や思想の違い、最近ではLGBTという性同一性障がいというようないろいろな考え方を持っているような方を、企業はどう活用するかということの取組を昨年からは開始した。しかし、我々の印刷業界においてそこまで広げて良いのかということ、性同一性障がい、宗教・思想まで広げていくとかなり膨大なことになるということで、皆さんから、これから活用を考えたい方はどういった方かというアンケートを行ったところ、約57%の方が女性という回答があった。次は高齢者の方、介護・育児をされている自宅勤務の方、テレワークか在宅勤務を考えている方が圧倒的に多かった。印刷業界のなかでは、ダイバーシティという言葉自体が先程

話したように20%位しか皆さんに知っていただけていないので、こちらの方を進めていく必要があるということで、今年度の事業としては、全国でできるだけ地方でダイバーシティ推進委員会の開催と経産省のダイバーシティ100選に選ばれた会社の見学をすることによって、委員の皆さんがダイバーシティという言葉と、ダイバーシティ経営をしていくことによって会社の業績が上がったということであるので、そういった研究を進めている。今年の11月17日には経済産業省と共同でダイバーシティ100選に選ばれた会社の見学会を東京近郊になるが開催の予定である。10月にはダイバーシティ委員会ではまだ取り組んでいないが、情報として先程話したLGBTのセミナーを東京青年印刷協議会と共同で開催する予定である。ダイバーシティ推進委員会では、まだ調査・研究の段階であるが、今、政府が進めている働き方改革を進めていくうえで、今、一般事業主行動計画の策定を開始している。これは昨年、女性活躍推進法が施行され、従業員300人以上の企業に義務化がされている。いずれは我々中小企業に対し、地方自治体の仕事、助成金に対しての認可が、一般事業主行動計画を立てている会社に優先的に認可が下ろされる可能性があるということで、今期の委員会のなかでは、一般事業主行動計画を立てて、来年3月までには事例集として作製して、組合員の皆さんに配布し、参考にさせていただく予定である。

江森 今、話のあった一般事業主行動計画を立てないと補助金がもらえない。ツールを用意していただき、それに沿って入れていくと自社の診断ができる。東京よりは北海道の方がはるかに女性活躍が進んでいると思う。次は女性というよりは障がい者に広げていけないと間に合わないと思う。そのあたり、三島さん、東京目線ではなく地方目線でどう思うか。



三島秀夫氏

三島 おそらく皆さんも女性の力を感じていると思う。私も何度も経験している。非常に優秀な女性社員がいて、長く働いてくれたら良いなと思っていたら、うだつが上がらない男性社員と結婚して子供ができ、辞めていくという切ない事情がある。そういったときに女性社員にどうしたら会社に残ってもらえるか。出産した後にどうしたら復職してもらえるかといったことが非常に重要である。私の会社の例であるが、今、2人の女性社員がテレワークで在宅勤務をしている。月に1回か2回、会社に出てきて打ち合わせ等をする。女性でないが、男性社員が、奥さんの実家の都合で石川県に行かないとならないので退社をしたいという話があり、その男性社員はすごく優秀であったので、石川県で在宅勤務している。その男性社員は部下が23人いる。それでも自宅で仕事をしている。最初は評価をどうしようかというようなこともあったが、始めてみたら何とかなるものである。あと、障がい者である。50人以上の事業場には2%以上の障がい者を雇用しなければならないという法律がある。障がい者だから仕事ができないだろうと思うのではなく、障がい者はどうできるのか、周りがフォローしていけるのかという観点で見ていく必要がある。LGBTの話があったが、このなかで左利きの人はいるか。AB型の人はどうか。LGBTと言われる方は、日本では全体の人口の7.6%いるそうである。左利きやAB型もほぼ一緒らしい。ただ皆さんそれをカミングアウトされていないが、この先、自由な社会になると告白する方が出てくる。その時に会社は対応できるか。周りの人はどう対応するか。私の会社にも性同一性障がいにはほぼ近い、見た目は女の子、声も女の子、ただ心、しゃべり方、しぐさは男である人がいる。その人は一生懸命仕事をして、殆どの社員は普通に接していたが、一部の社員がトランスジェンダーであることを揶揄した。それが本人にしてみればすごく苦痛らしい。

江森 池田さんどうですか。

池田 女性活躍の部分で話をさせていただく。女性活躍とか男女という話が出ているが、私の会社では男女は関係ない。男性だから女性だから関係ない。もともとそういう見方をしていない。工場に社員が18人位いる。工場長は女性である。取締役である。彼女はパートで入ってきた。パートで電話を受け答えるだけの仕事で20数年前に入っている。今は取締役工場長である。人材難かと言われるかもしれないが、そうではない。男女関係無しに給料もそうだし、



池田幸寛氏

私は使っていくなかで優秀な人を重用していく。ただそれが女性であっただけということである。それはそれで、女性を雇わなければならないという考えは毛頭ない。私は優秀な社員を育てなければならない。優秀な社員を育てたいと皆さんも思うだろうが、誰が優秀かはそう簡単にはわからない。社会に入ったからには、企業というものは育てていく。それにきちんと対応していただけた社員の方が、たまたま女性であった。確かに大変な時期もあった。当時まだ工場長ではないが、自分の父親みたいな年代の方をコントロールしなければならない。今は印刷のオペレーターもハイレベルになってきているが、30年位前を想定していただくと職人気質みたいな方がたくさんいた。そういう方たちとのやりとりも、男性よりも女性の方が上手かったのかとも思う。あくまで結果論であるが、我々のところは男女という区別はまったくない。女性には女性特有の体質的なものもあるので、この点は優遇をせざるを得ないが、そういうことでやっていくことが、より企業の発展につながっていくのかと思う。その部分は、あまり意識しなくても、会社のなかでの社員の意識向上であり、会社の発展のための大きな寄与があるのではないかと考えている。

江森 ダイバーシティはマーケティング視点であるが、MUDについてお願いします。

瀬田 メディアユニバーサルデザイン協会がある。今は情報保障である。障害者差別解消法ができ、すべての企業・団体は誰にでもわかるように情報を発信しないとならないという法律が施行された。その企業・団体が遅れている。ガイドラインはあるのかというと、実は無く、今、暗中模索の状態である。これは我々印刷業がリードして、こうすると良いというものを協会として、今、作っている。ガイドラインができれば皆さんに伝える。是非、勉強していただいて、お客さんに情報の発信の仕方、伝え方を伝えたいと皆さんがリードできる。印刷物の創注につながる。MUD検定制度を行っている。検定の合格者が、3級、2級で3,200人を超えた。今1級を作っている。3級は幅広い方がチャレンジして、私はメディアユニバーサルデザインのアドバイスができる人間ですということを名刺に入れて、お客さんと違う関係を作っていただきたい。今、浜松の大学と組んで、高齢者を対象に実際にどういうものが読みやすいのか、高齢者の方が多い墨田区で研究をしている。9月にMUD協会の広報紙「ミカタ」を組合員さんへ配付するので、そういうところから情報を掴んで、我々がリードしてMUDをお客さ

んに提案するなかで皆さんの立場を変えてほしい。

CSR人づくり

江森 つづいて、3番目のセッションの、CSR人づくりについて話をいただきたいと思う。

池田 CSRは人づくりとタイトルがある。皆さん企業活動を行うなかで最も大切なものは何か。いろいろな考え方があると思う。勿論、お客さんや仕事であったり、なかにはお金と言う方もいると思う。今日は、多くの経営者の方がいると思うが、多くの方は人材と言うと思う。人材の材は材料の材でなく、財産の財として、多くの経営者の方はそう捉えていると思う。良い社員がいれば仕事を取ってきてくれる。会社の頼りになる。そういう意味での財産なのかと思うし、何をやるにしても、社長1人でできないから社員の方がいる。それぞれの分野で分担をして、会社というものが成り立っている。勿論、私が言うことではないが、要するに企業は、成長するため、継続的に発展していくためには社員が大切である。その社員に対し、頭ごなしにCSRをやれとか、社長はCSRが何なのかかわからないで社員の方に勝手にやってくれと、人に投げっぱなしでは駄目である。勿論、社長と社員の方が一緒になって、自分たちにとってのCSRは何か、そこからスタートしていただきたいと思う。この投げかけと問いかけが、社長もCSRの理解を深めていく、そして企業の進むべき道がはっきりと見えてくると思う。ですから人づくり=CSRということである。一例を挙げると、ある金融機関で、CSRの一環として、社員と社員の家族を対象に、静岡の茶農家へ茶摘みの手伝いに行った。殆どの子どもは茶摘みをやったことがない。社員の方は茶摘みをするのは、労力が大変なので手伝いがいるのかと捉えていた。茶摘みを皆でやり、美味しい茶をその後でいただいて、栽培のいろいろな苦労話を聞いたうえで、昨今、地球温暖化の環境変化によって良い茶はでき難い。だから茶は良いものは高い。それを聞いて地球温暖化で美味しい茶が飲めなくなる。日本で言えば緑茶。その緑茶が作れなくなる。何とかしないといけない。その社員のなかから、自分たちも環境に対して何かできることはないのだろうかということに気づいた。頭ごなしに環境を考えるのではなく、自分たちの活動のなかから、本当に何とかしないと実感していったということである。参加した子どもたちは、父親の会社はこんな活動をしている。会社に行ったらただ仕事をしているだけでない。いろいろなことを考えながら取り組める会社ということになった。我々、事業活動をしていくなかで一番大切なのは人である。社員だと思う。CSRも環境もすべてそうである。頭ごなしに社長が、わからないからやっ

ておいてでは駄目である。社員の方と一緒に、自分たちにとってどうすれば良いCSRになっていくか。その方向性をどういうところに目標を設定していくかが、一人一人の優秀な人財を育てていく。そして企業の明るい未来が開けていく。今までいろいろな戦略的な話があったが、私の話はその根本的なところと想っていたらと思う。

瀬田 CSRはCorporate Social Responsibilityである。Corporateは企業、Socialは社会、Responsibilityは責任。今、日本は温室効果ガスを2030年までに日本全体で25%削減の目標を立てている。これは国民一人一人が温室効果ガスを25%削減しなければならない責任がある。一人一人にもあるし、企業一社一社にもある。それをそんなの知らない、知ったことではないと言っては駄目である。そういう社会の存在を選択して、きちんと応えていく。無視しない。やれるか、やれないかわからないが、一生懸命努力することがCSRである。そう考えると企業にはさまざまな要請が掛かっている。その1つが収益事業である。環境の変化があっても、きちんと対応して持続していけることが、我々が提唱しているCSRの流れである。それを進めるために全印工連ではCSR認定制度を設け、皆さんが取り組みやすいような制度を作っている。認定制度について三島CSR推進委員長からお願いします。

三島 CSR認定制度を作るきっかけとなったのは、ただやって良い会社だけでは駄目である。日本は世界で稀にみるほど倫理観、道徳観が素晴らしい。皆さんの会社に社是や社訓があると思うが、そのなかに社会に貢献する、印刷を通して地域に貢献するというものを掲げている会社もあると思う。掲げてそれを社員がやっていることは素晴らしいと思うが、それだけでは駄目という話である。そういったときに認定制度を

使って、やっていることを計量化、可視化して、自分たちが何をやってきたか、そしてその結果どうであったか、どの利害関係者が喜んでくれたのか、次はどのようなかを考えていくことによって、CSRが成長戦略になる。やりっぱなしで、お金をかけて、自分の会社にどうというリターンがあるかを無視してやると、殆ど背任行為に近い。お金をかけてリターンが無い。これは株主からすると背任行為である。ただ、CSR活動をすることによって自社にどういったメリットがあるか、それをしっかり検証することが大事である。そのためにCSRチェックリストを役立てていただきたいということで認定制度ができた。手元に「Shin」という情報誌があると思うが、これはCSR認定制度が始まってから情報交換ということで、認定企業、各工組の情報を掲載しているので、参考にしてほしい。バックナンバーは全印工連のホームページで見ることができる。

江森 北海道はワンスターの企業が6社であるが、ツースター、スリースターを目指してほしい。実際に取得された感想はどうか。

滝澤 全印工連CSR認定制度は、やられている方は知っていると思うが、まだ取得をされていない印刷会社は、全印工連のホームページに認定制度について詳しく説明があるので参考にしてほしい。そのなかに取り組項目チェックリストがある。9つの分野について自社ができていないかをチェックしていき、その点数によって合格するかどうかになっていく。まずは、皆さんチェックリストを一度見ていただきたい。認定を取る、取らないは後に置いておいて、まず自社の状態を確かめるのに、チェックリストは大変役に立つと思う。コンプライアンスであったり、環境であったり、品質、雇用、労働安全など9つの項目がある。それをチェックしていくことによって、自社の現在の状況を客観的に把握することができる。当社はこの分野ではクリアしているが、ここは少し弱いということが直ぐにわかる。全印工連のCSR認定制度に取り込むことによって、会社の基礎体力が確実にアップするし、まっとうな会社になれるというのが実感である。私のところも小規模で10数名の会社である。これにチャレンジするということで、社員の皆と一緒に取り組んで、出来ていないところをクリアするには緻密な努力も必要であるが、数か月かけてクリアしていくなかで、CSR認定を旨として全社で取り組むと、社員の会社に対する意識も変わる。わが社も世の中に対して胸を張れる会社を目指しているということで、社員の共感を得られるし、そういったことが社内の一休感といったことにもつながっていく。今、世の中は、企業を見る目が厳しくなっている。当社は、社名のとおり定期刊行物をメインにやっているの、新規開拓というより



はお客様と長い付き合いをさせていただいている取引先が多いが、CSRの認定を取って社員の名刺に入れて配ると、知らなかったがこういうことをきちんとやってくれているのだと、お客様からの評価をいただけるようになったと思っている。

小野 ワンスターを取得した。チェックリストは自社の現状分析をするうえで非常に参考になった。こんなことができていなかったということに気づき、改善のきっかけになった。ツースター、スリースターにチャレンジしたいところであるが、スリースターはかなりレベルが高いという話を聞き、まだまだ勉強しないと改めて感じた。CSRに対して、いろいろと会社としてチャレンジしていくことで、企業は人づくりの場と思うので、社員一人一人が会社において、会社の取組に対して感銘を受けて、モチベーションを上げて、生産率を上げていただけるものと思うので、まだCSRの認定を取られていない方も、チェックリストを参考に自社の分析をされると、改めて気づきがあるのではないかと思う。

リ・デザインで印刷はどう変わるか

江森 スリースターの話があったが、スリースターはすべての取組について効果測定をする。効果を証明しなければならない。CSRは、売上などでないので、効果測定し難いものもあるが、それをきちんと測定しなければならない。それをどう測定し、評価するかが難しいが、それをやることによって無駄が無くなり、経営戦略としては大きなものになる。CSRは経営の役に立ち、基盤になる。

今日は、リ・デザインで印刷はどう変わるかである。今までの話のなかでもいろいろと変えていかなければならないことがあった。印刷業はいろいろあるが、全体的に社会のどういうところを狙っていけば良いか、どういう問題があるかを願います。

瀬田 先程、話したように、今、中小印刷会社は、大チャンスである。「2025計画」にも書いてあるが、今、我々が見ている印刷市場は、2015年から2025年の10年間で、3割減るだろうと予測している。事業所数も3割

減ると捉えている。だから中小印刷会社は、今、大チャンスである。なぜかと言うと、今、社会にたくさんの課題が出ている。情報コミュニケーションが上手くない。本当にたくさんの情報の渦に我々は巻き込まれていて、届けたい方に届けたい情報を届けられない。情報伝達だけではなくいろいろな課題がある。この課題を解決する人は今いない。ここに我々は大チャンスがあるということが「2025計画」に書かれている。それは東京の話だろうと言うかも知れないが、東京は、確かに人は多い、会社も多いが、大日本印刷、凸版印刷の本社があるし、電通、博報堂の本社があるし、日本中の各県でそれなりの大きい印刷会社の営業所がある。東京の印刷会社の数もたくさんある。日本の印刷会社の2割は東京にある。非常に激戦区である。ということで我々も悪戦苦闘したなかで印刷経営をしている。社員もそういったなかで活動している。ところが見方を変えると、お客様の行動が変ってきて、良いお客さんと良い関係がどんどん生まれてきている。それは何かと言うと、印刷屋は明治から始まったが、世の中に思想哲学を広めなければならないということで、新聞だとか、出版だとか、教育のための本が必要だとか、社会の困っていることのために我々は一生懸命貢献してきた。一緒になって社会で生きてきた。これは今も変わらない。社会で困っていることがたくさんあるので、それを皆さんが解決してあげることで、皆さんが中心になれる。例えば、倶知安の観光協会の会長は私の後輩である。彼は司法書士である。なぜ司法書士が会長なのか。なぜ印刷会社がやらないのか。行政、学校、企業等いろいろなところに接点がある印刷会社が中心になれば、もっと面白いことができると思う。皆さん、いろいろなチャンスがあるのに、見過ごしてしまって、今、目の前にある印刷物を追いかけている。WEBサイトを追いかけている。これは先ほど言ったように3割減っていくので、今、目の前にあるものは、どんどん競争になって減っていく。ところが社会にはいろいろな課題があって、相談に乗ってあげると、皆さんのところに、一緒にやっということで新しい印刷物、WEB等と一緒に作ってということになる。これは実際に私の会社のなかでも起きている。そのなかでポイントは、プラットフォーム作りである。共創というのは、一緒に何かを作り出していくことなので、1社だけの知恵では無理である。いろいろな多様な人たちの知恵を集めないと問題の解決はできない。そういうプラットフォームを作らなければならない。プラットフォームを作るとき大事なのがCSRである。社会を良くしたいという人はCSRに敏感である。お前は経営者だから儲けたいということだろうと言われるが、CSRの旗を掲げていると、もしかしたら一緒に話せる仲間かもしれないと心を開いてくれる。そういう意味でも当社はCSRをやっている。社

会の課題を解決するなかで、当社も良くなっていく経営をしていくということを打ち出すと、どんどん出会いは生まれてくる。こういうことを私が話していると、そういう先輩方が俺もそう思っていると寄ってくる。今度、何か一緒にやろうということで事業が興り、そうすると必ず印刷物、WEBサイトが必要になってくる。何が言いたいかというと、リ・デザインということは、もう一度自分たちの事業を、印刷物製造会社なのか、そうではなく課題を解決するソリューション・プロバイダーの会社なのかを再定義して、課題を解決するためにはどういった人たちと組めば良いのか。周りにたくさんいるので、そういう人たちとプラットフォームを作る。プラットフォームを作るなかでは、必ずCSRの旗印を掲げて、皆で社会を良くしようすると、良い人材が集まってくるので、プラットフォームがどんどん良くなる。そうなっていくと皆さんのお客さんも変わっていく。

江森 今が大チャンスということであるが、池田さんは賛成か、それとも反論するか。

池田 確かにチャンスであると思う。チャンスというのは、それぞれのスタンスをきちんと整えたうえでないと難しい。私はCSRをやりながら感じたのは、私の会社があるのは東京の品川区である。人口は約45～46万人である。大企業がたくさんあるなかで、品川区長がCSRの協議会を立ち上げるという話を聞いて、私は知らない顔をしていた。メンバーは大企業ばかりである。約20社位が中核になって動き出したが、大企業のCSRの担当者が来ても動かない。ただ来ているだけで会議がまったく進まない。それでは駄目だということで、中小企業を入れて街を活性化していこうということで、中小企業第1号と呼ばれた。当時、まだ23～24社でしかなかった会員メンバーが、今は80社近くになっている。そのなかの中小企業が50社位である。何が起きたかということ、こんなに多くの企業が集まるならば何かをやろうということから話が生まれ、大企業の方々においてはSR調達ということで、調達の責任である。不法投棄をする安い会社から仕入

れるのではなく、きちんとした会社から仕入れるという仕入れに調達責任がある。地元こんな会社があったのか。印刷会社でCSRをやっているところがあったのか。当社に遊びに来ないかとなる。大手の企業はいくら行っても受付で断られるが、向こうから一緒に何かできるかもしれないから遊びに来てということが入り込める。そのなかで必ず仕事のつながりができてしまう。別に仕事をもらいに行つたつもりはない。新規開拓で会社に行っても断られるのが落ちである。切り口を変えていくと向こうから寄ってくる。向こうから手を差し伸べてくれる。それもCSRである。お互いに何かを良くしたい。そういうものをきちんとわかり合っている仲間だからである。先ほど瀬田さんからその話があった。今、中小企業だから、印刷業だから、そこがビジネスチャンスの領域に入ってきた。10年前だとCSRという言葉が浸透してなく、大企業がやっていることだけで流されていたが、今は我々中小企業、印刷業が軸になるには一番良いビジネスチャンスと思う。CSRは儲かります。

江森 小野さん、リ・デザインは どうですか。

小野 世の中の動きで、高度成長時代に印刷産業が10兆円時代であったことが、過去の化石のような情報になってくるが、2025年には印刷産業も4兆円前後になるのではないかとされている。そういうなかで印刷産業も世の中の動きとともに求められるものも多様化していくし、先ほど瀬田さんから我々の業界も3割くらい企業が減るだろうと話されていたが私もそう思う。そのなかでチャンスはたくさんあって、1つは印刷の未来としてデジタル化がもっと進んでいく。それと高機能化していくということで、今まで私たちは印刷というと、紙という固定概念の考え方があったが、今では高機能化で紙以外に建材やガラスにも印刷できる時代になってきている。いろいろな業界の分野に対応した印刷、データベース化が企業の中核になっていく。印刷産業から新しいビジネスモデルとしてイノベーションがどんどん進んでいく。今までやっていなかったことに向き合って、企業として新しいビジネスにチャレンジしていく時代になっていく。いろいろな考え方もった多様化した人材を、如何に企業に採用していくか。それには会社のなかの就業規則を含めたいろいろな整備をし、そういった方たちが働きやすい環境を整えて、働き方改革を進めていくことが必要である。

リ・デザインを求めて

江森 先程から出荷額が3割下がるという話が出ているが、印刷業だけではない。印刷業と同じような業界

はたくさんある。

大分、時間も経ってきたので、最後にそれぞれ担当の事業について一言お願いします。

三島 CSRの話をしたい。CSRを分かりやすく説明するには、昔からよく言われる「近江商人の三方よし」がある。売り手よし、買い手よし、世間よし。ボランティア的要素が入ってくると、買い手よし、世間よしで、売り手は良くない。必ず売り手が良いということを考えてCSRである。当社の例であるが、売り買いではないが、3年前に残業があまりにも多いので定時退社の日を設けた。毎週水曜日を定時退社にした。1週5日のうち1日を定時退社にしたので残業が20%減ると予測していたが、1年経って前年比で30数%下がった。1日を定時退社にすることによって、その日は帰るまでに仕事を終わらせなければならぬということで、他の日もそれができるようになった。これは会社も良いし、社員にとっても、社員の家族も良い。

小野 私は、ダイバーシティ推進委員長をまだ1年半であるが、ダイバーシティの取組をいろいろしているなかで、わが社は少し変わった取組をした。3年前にピンチはチャンスということで、最終成果物であるペット事業に乗り出している。ワンちゃん(犬)用のクローゼットを作っている。それを製造・販売している。いわゆるメーカーとしてスタートしている。そこに多くの女性社員が興味を持ち、デザインから設計までやってくれるようになってきている。まだまだ販売実績としては少ないが、社員は非常にモチベーションを上げている。昨日、息子の嫁であるが、取締役管理部長の辞令を渡した。まだ42歳である。これから次世代を担う経営者として育てていきたいと思っている。ワンちゃん用の事業を始めたときは、女性の比率が10%位しか無かったが、今は女性を積極的に採用して19%まで伸びてきた。今後ダイバーシティに取り組んでいくうえでも、世の中、女性と男性よりいないので、女性を如何に活躍していただけるかがポイントになるのではないかと。是非、ダイバーシティを皆さんに知っていただいて、いろいろな考え方を持っている多くの女性を、その人のライフサイクルに合わせて採用していただけたらと思う。

瀬田 私は、経営革新マーケティング畑なのでマーケティング的な話をさせていただくと、アメリカでICTを使った再先端の印刷企業を見てきた。PODから始まって、逆にオフセット印刷機を備えているというパターンである。何が言いたいかというと、結局ものづくりでないと儲からない。ものづくりで収益を上げている。お客様を取るところはWEBマーケティング等をやっているが、最終的にはものづくりと発送で収益を上げ

ている。我々はそこが強みで、ものづくりができるということは、きちんとした収益を上げられる下地があるので、これを如何に利用するか。ただし、ものづくりだけでは、余程の技術、余程の特殊なことができない限り難しいので、ソリューション、お客様の困っていることを解決するところを入口にして、ものづくりに結び付ける。ソリューションはいろいろなことがある。CSRもそうだし、MUDもそうである。いろいろなソリューションの方法があるので、組合の皆さんからいろいろな情報を集めて、ソリューションの引き出しをたくさん持って提案する。私の会社は、異業種の集まりでCSRの話をしたところ、昨年から上場会社と取引を始めた。そのオーナーが聞いていて、あなたの考え方は、私もそう思うということで、何かできないかということで、会長室に呼ばれて、こういうことをやりましょうということで、今はコミュニティ誌を発行している。コミュニティ誌は我々の得意分野である。切り口を変えれば、ものづくりは付いてくる。儲かるのは、ものづくりである。

池田 CSRの前委員長で、現在は環境労務委員長をやっている。その辺を含めて話をさせていただく。CSRのなかには環境対策も勿論ある。環境対策は、何をしたら良いのかということがある。CSRを取得するために、全印工連ではさまざまな認定制度を作っている。プライバシーマークもそうである。プライバシーマークの維持継続は非常にコストがかかる。そこまで厳しいことは言われていないが、どう管理して良いかわからないという印刷の仲間に対して、JPPSというプライバシーマークに準じた制度設計をしている。そこでセキュリティ対策の社内体制を整えていただく。環境推進工場登録という認定制度がある。これは会社のなかでいかに環境に対して溶剤、資機材を含めて管理され、それがどう活用と運用されているかを確認できる。皆さん有機溶剤を使っていると思うが、何をどう使って、成分はどういう内容かを分かっているか。知っていないと拙い。そういうことを含めて、会社のなかで溶剤の取り扱いをどうしたら良いか、どういうモデルケースがあるか、内容はどうかを社員の皆さんと共有化することによって、安全な職場づくりが可能である。こういう細かなものが集まって、全印工連CSR制度がある。決して難しいことではない。その1つ1つの取組である。企業を永続的に繁栄させるために、社員の方と正直な関係をつくりながら、信頼関係でいけるような会社づくりができるようにCSR認定制度があるので、是非、活用していただきたい。

滝澤 従来型の紙にインクを載せるという仕事はどんどん減るなかで、さらに輪をかけて私たちの経営環境はいろいろな課題を抱えている。労働環境、労働安



全衛生しかり、情報セキュリティの問題しかり、企業、特に中小企業の経営をしていくには以前と比べて、いろいろな課題があるという社会になりつつあるが、瀬田さんが話したように今こそ中小企業はチャンスであるということで考えていただきたい。今日いろいろ話をさせていただいたように、印刷組合では、組合員企業の存続を目指して、いろいろな分野で皆で勉強して、皆さんに情報を提供している。世界的に人口は増えているなかで、日本は、先進国のトップを切って少子高齢化になる。日本が世界の手本のようなかたちで、人口減少局面、高齢化局面で、どうやって日本全体で新しい価値を見出していかなければならないか。大それた言い方になったが、組合に皆さん加入いただき、皆の英知を集めて、我々が存続していくためにはどうしたら良いかということで、日々活動している。皆さんも全印工連が発信するいろいろな情報を各社に持ち帰っていただき、自社に使えるところはどんどん取り入れていただき、ともに勝ち残っていきたくて思っている。

江森 長時間にわたって、皆さんといろいろと話をしてきた。失敗した時にどう立ち直るか、わが社はこういう未来を創造していきたい。こういう時代になって、変化が激しいので、目の前の変化に対応することで精一杯、自分の身を守ることに汲々としているが、印刷業界から、我々はこういう未来が創りたいということを示していこうということで創ったのが「2025計画」である。今、直ぐできないかもしれないが、皆さん自身一人一人が、こうあったら良いなという未来に向かって、少しでも一歩でも取組のアクションを始められる一日になったらうれしい。

第23回北海道青年印刷人フォーラム・ 平成29年度全国青年印刷人協議会 北海道ブロック協議会開催される

第23回北海道青年印刷人フォーラムならびに平成29年度全国青年印刷人協議会北海道ブロック協議会が、9月23日午後1時から札幌市中央区の道特会館で約20人が出席して開催された。

前 期に引き続き、事業推進テーマは、「未知の創造」で、今期はより実践的に深掘りしていくため、全国中小企業青年中央会との連携を深め、そこで両会の加盟企業によるビジネスマッチングを実現することで、双方の持つ顧客や技術といった、さまざまなネットワークを結び付け、一業界だけでは生まれ得ない「サービス」「アイデア」「商品」「技術」「情報発信力」を実現させ、大手企業には真似のできない競争力を創出することを目的に開催した。

当日は、恵議長の事業趣旨説明後に、チームビルディング体験を行った。

今回は、初参加の方も数名いたので、組織運営を円滑にするチームビルディングの目的の理解が深まったのではないかとと思う。

ワークショップでは、自社やクライアントで扱っている商材や自分の趣味趣向などを洗い出してもらい、チーム内でカードを見せ合い「〇〇商品×趣味趣向」や「困り事×▲▲ブーム」など、いろいろな組み合わせを現実的に想像・議論して、商品やサービスを考え



ていただいた。新千歳空港から登別温泉のルートでの「自転車ツーリングで北海道満喫ツアー」や「体験型子供自立支援事業」の企画が発表された。

セミナーでは、知識や意識の範囲を広げるための【知の探索】と、既に持っている知識や意識を深めるための【知の深化】を、バランスよく行う【両利きの経営】をすることが、イノベーションを起こすための重要な要素であるが、1社では難しい部分もあるので、アライアンスを組むことも重要であるという内容の話があり、中小企業庁がサポートする「新連携支援制度」に触れながら説明された。

触れながら説明された。

今回は、全国中小企業青年中央会との連携という初の試みでの協議会開催であった。

来年開催する際には、多くの中央会のメンバーの方にも参加いただき、実現的なビジネスマッチングにつなげられるような設営を行いたいと思う。

また、札幌以外の方にも参加が得られるように工夫したいと思う。



青年部事業委員長 岡部信吾 記

2017全印工連フォーラム開催される

2017全印工連フォーラムが、10月6日、熱海後楽園ホテルで、全国から300余人の組合員が参加して開催された。

2017全印工連フォーラムは、各地区印刷協会の全国版として、全印工連事業の理解を深めるとともに、団結力を業界内外に示すことを目的に開催された。

午後1時から理事長会、各委員会、全青協各県青年会代表者会議が開催され、午後3時15分から全体会議が開催された。

全体会議は、生井義三専務理事の司会進行で行われ、細井俊男副会長が開会あいさつを述べた。

臼田真人会長は、開催あいさつで、かねてより要望していた官公需取引における著作権の適切な取り扱いについて、7月25日の閣議で「平成29年度中小企業者に関する国等の契約の基本方針」が決定され、平成29年度新たに講ずる主な措置として「知的財産権の財産的価値について十分に留意した契約内容に努めるものとする」という表現が新たに加わったことなど活動成果を挙げ、「印刷業界の財産権を守る大きな一歩を踏み出した。しかし、扉が開かれたばかりで、実際に私たちの財産として手中に収めるためには、改めて新たな法律、新たな制度を皆さんとともに理解していくことが重要になってくる。官公需対策協議会の協力をいただきながら、速やか且つ丁寧に全国の皆さんに知的財産権の取り扱いに関する案内、セミナーなどを準備したい。それ以外にもさまざまな官公需取引の改善に向け、行政機関に対して、しっかりと対外窓口としての役割を果たしたい」と強調した。



さらに、組合機能の「連帯」について「1社では解決できない問題を全国5,000社の組合員を擁する全印工連というプラットフォーム一丸となって問題解決にあたり、これから印刷産業で働きたいと思う若い人々を迎え入れる準備をしていきたい。それを実現すべく各委員会報告をさせていただくので、各地域、各社に持ち帰り活用いただきたい。そのうえで、さまざまな意見・要望を全印工連へ寄せていただきたい。皆さんの1つ1つの行動が、未来への力に必ず変わっていくと確信している」と述べ、全印工連事業への理解と協力を求めた。

次に、委員会報告が行われ、産業戦略デザイン室、経営革新マーケティング委員会、環境労務委員会、組織共済委員会、教育研修委員会、ダイバーシティ推進委員会、CSR推進委員会、全青協各県青年会代表者会議の協議内容等について、担当委員長からそれぞれ説明・報告が行われた。

つづいて、来年10月5日・6日に開催される「2018全日本印刷文化典高知大会」についての紹介を、高知県印刷工業組合の酒井陽典理事長から行われた。

最後に、作道孝行副会長が開会あいさつを述べ、全体会議を終了した。

平成30年新春経営者研修会のご案内

～受注減の時代でも顧客を創る～

北海道印刷工業組合は、「平成30年新春経営者研修会」を、1月10日、札幌グランドホテルで開催する。

厳しい経営環境のなか「自社をどう変えていけば良いのか」、「これからの時代にどのように営業を進めていけば良いのか」。

今、多くの印刷会社では旧来のビジネスモデルや営業スタイルを見直す必要性を共通認識として持っている。

受注減の時代=縮小均衡ではなく、自社ビジネスを

進化させ、さらなる事業の発展を実現させるステップと印刷他社の成功事例を紹介する。

また、印刷営業の生産性を飛躍的に高める手法や顧客側に助成金を活用してもらい、受注につなげる手法についても解説する。

本セミナーは、自社ビジネスを進化させ、さらなる事業発展を期する絶好の機会となる。

日 時	平成30年1月10日(水) 午後2時45分～午後4時15分	
会 場	札幌グランドホテル（札幌市中央区北1条西4丁目 TEL011-261-3311）	
テ ー マ	「受注減の時代でも顧客を創る」 ①自社ビジネスを進化させるステップと他社成功事例について ②印刷営業の生産性を高める手法と顧客側に助成金を活用してもらい、受注につなげる手法について	
講 師	株式会社バリューアシストジャパン代表取締役 伊藤直行 氏	
受 講 料	無 料	定 員 80人
申込期日	平成29年12月20日(水)〔申込先着順で定員になり次第締め切ります〕	

講師紹介



伊藤直行 氏

株式会社バリューアシストジャパン 代表取締役

全日本印刷工業組合連合会オフィシャルセミナー講師、日本印刷技術協会講師、ジャグラビジョン専門委員・ジャグラBB講師、中小企業基盤整備機構中小企業支援アドバイザー、ガーソンレーマンコンサルティングメンバー。
1971年 富士ゼロック株式会社入社。名古屋にて6年間、実働営業を経験、この間、数回全国営業実績第1位として数々の表彰を受ける。その後、営業管理職、営業所長、営業部長を歴任。
1999年 経営品質推進活動に従事（日本経営品質協議会認定アセッサー）。
2008年 富士ゼロックス株式会社退社。
2008年 バリューアシストジャパン設立。現在は、主に全国の中小企業に対して、ユニークな戦略ソリューション営業教育やビジネスコンサルティング、セミナー講師等に携わっている。
著書「生き残る営業生き残れない営業」「誰も書かなかった印刷ソリューション営業」「ジャグラ・ビジョン2010」（共著）「日本印刷新聞」「プリントズーム」など新聞・雑誌寄稿多数。

北海道印刷関連業協議会平成30年新年交礼会

北海道印刷関連業協議会の平成30年新年交礼会が下記により開催される。

日 時	平成30年1月10日(水) 午後5時	会 費	8,000円
会 場	札幌グランドホテル（札幌市中央区北1条西4丁目 電話011-261-3311）		

印刷技能士おめでとうございます

平成29年度オフセット印刷技能検定の合格者が、このほど発表になった。
組合員企業の合格者は次のとおり。

1 級	伊藤拓摩（(有)アイワード・札幌支部）、内藤香奈（佐藤印刷(株)・札幌支部）
2 級	古俣裕樹（(株)アイワード・札幌支部）、澤田昌史（佐藤印刷(株)・札幌支部）

FFGS主催 経営セミナー2017のご案内

富士フィルムグローバルグラフィックシステムズ株式会社は、「経営セミナー2017」を開催する。

インターネット技術を基盤とする新たなビジネスモデルやプラットフォームが次々と登場し、一般消費者および企業の情報発信やコミュニケーションの手段は目まぐるしいスピードで変化、多様化し続けている。

このように印刷業界を取り巻く環境は依然として厳

しい状況が続いており、印刷業の経営は大変厳しい舵取りを迫られている。

同社では、このような大変厳しい時代における印刷経営の参考の一助にと、印刷業の経営者が自ら取り組んだ経験に基づいた講演により、印刷業界を元気にしていくため、「経営セミナー2017」を開催する。

日 時	平成29年11月27日(月) 午後3時
会 場	富士ゼロックス北海道2Fセミナールーム（札幌市中央区大通西6丁目1 富士フィルム札幌ビル 2F）
テーマ	「自分のためにかわるのではなく、人のために変わり続ける!」～社員の意識改革で「全員経営」を目指す当社の取り組み～
講 師	作道印刷株式会社代表取締役 作道孝行 氏

※受講申込は、富士フィルムグローバルグラフィックシステムズ(株)北海道支店（電話011-241-9325）まで。

業 界 の う ご き

▶DICグラフィックス(株)北海道支店長に安齊 剛氏

DICグラフィックス株式会社北海道支店（札幌市手稲区曙2条5丁目2番58号）は、このたび、宮崎正毅支店長に代わり、新しく支店長に安齊 剛氏が就任した。

お悔やみ

星 祐一 氏（星印刷工業株式会社代表取締役・オホーツク支部）は、病氣療養中のところ、9月27日、ご逝去されました。60歳。通夜は29日午後6時から、告別式は30日午前9時から、いずれも斜里町内の禅龍寺三心閣でしめやかに執り行われました。