

CSRレポート 2014



CSRレポート 2014

編集方針

日経印刷はこのCSRレポートを通して「社会」と「環境」の観点でステークホルダーの皆様の期待に応えるために取り組んでいる活動を開示することにより、当社の企業活動にご理解いただき、またステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを深め、「人の想いをカタチに」する情報加工産業の価値向上に役立てていくことを目的としています。

本年度のCSRレポート作成にあたっては、昨年に続きお客様との関わりをさらに充実させました。お客様とのコミュニケーションのご紹介や、技術的・品質的な関りなどを深く掘り下げています。また、はじめての試みとなる従業員による座談会を開催し、従業員がCSRについての思いを語り合った様子も特集記事として掲載しております。

対象期間

原則として、2013年度（2013年1月～2013年12月）の活動を対象期間としていますが、一部2014年のデータも含まれています。

報告対象分野

本レポートは日経印刷の社会・環境に関する取り組みを対象としています。

会社概要

会社名	日経印刷株式会社
代表者	代表取締役会長 林 吉男 代表取締役社長 吉村 和敏
本社所在地	〒102-0072 東京都千代田区飯田橋2-15-5 TEL 03-6758-1001 FAX 03-3263-5814
創業	1964年10月
資本金	9,750万円
売上高	95億7,000万円（2013年12月期）
従業員数	418名（2014年4月現在） （パートアルバイト含む）
加盟団体	東京商工会議所 東京都印刷工業組合 日本グラフィックサービス工業会 グリーン購入ネットワーク（GPN） 日本WPA（日本水なし印刷協会） 日本電子出版協会

業務内容

企画・デザイン、編集、ライティング/DTP、出力等プリプレス工程全般/オフセット印刷（枚葉）/プリント・オン・デマンド/製本一式/表面加工/紙器・加工/仕分・梱包・発送/CD、DVD等メディア制作/Web制作/電子出版/白書製造請負、出版・販売

事業所

グラフィックガーデン
〒174-0041 東京都板橋区舟渡3-7-16 TEL 03-6758-1000

ハイデルベルグフロント
〒135-0023 東京都江東区平野2-3-14 TEL 03-6758-1004

浮間工場
〒115-0051 東京都北区浮間2-15-8 TEL 03-6758-1005

DTPスタジオ
〒383-0042 長野県中野市西条1315 TEL 03-6758-1006



ご意見・お問い合わせ

日経印刷のCSRへの取り組みについて、ご意見・ご感想をお寄せください。CSR活動やCSRレポートの改善にいかしてまいります。

発行月 2014年12月

所轄部署 日経印刷株式会社 管理本部 総務部

連絡先 TEL 03-6758-1001

FAX 03-3263-5814

目次

トップメッセージ	4
特集 日経印刷CSR座談会	
晴朗塾生が語るCSR	6
環境配慮(省エネルギー・ゼロエミッション・他)	10
情報セキュリティ	12
お客様とともに	14
〈従業員レポート〉 創意工夫の日々	18
パートナー会社とともに	20
地域・社会とともに	21
従業員とともに	22

日経印刷の情報

日経印刷ウェブサイト <http://www.nik-prt.co.jp> の各コンテンツをご覧ください。

個人情報保護方針

<http://www.nik-prt.co.jp/company/privacy.html>

品質方針、環境方針、ISMS基本方針

<http://www.nik-prt.co.jp/company/social.html>

認証取得

ISO 14001 : EMS

ISO 27001 : ISMS (本社・グラフィックガーデン)

プライバシーマーク認定 (JIS Q 15001)

FSC® COC 認証

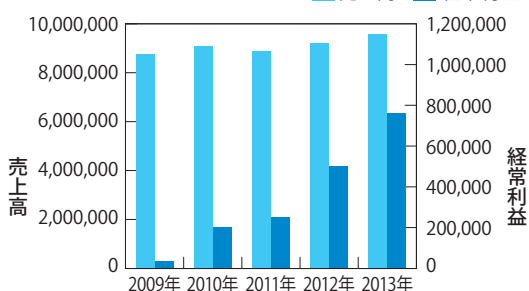
グリーンプリンティング工場認定 (グラフィックガーデン)

Japan Color 標準印刷認証 (グラフィックガーデン)

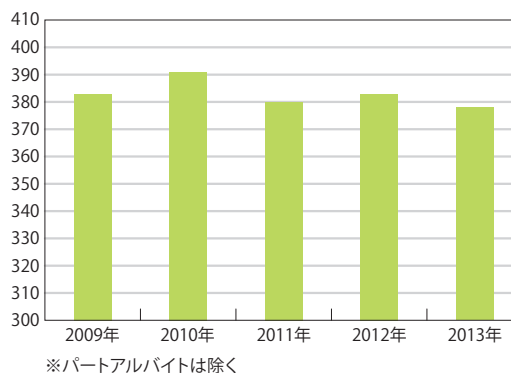
Japan Color ブルーフ運用認証 (グラフィックガーデン)

Japan Color マッチング認証 (グラフィックガーデン)

売上高・経常利益推移(千円)



社員数(人)



50年間変わるものがない、 「紙」にこだわる強い思い

創業50周年を迎えて

日経印刷株式会社はおかげさまで2014年10月に50周年を迎えました。会社を率いてきた林社長（現会長）の情熱と時流を捉え変化に対応する判断、そしてそれを叶えるべくがむしゃらに動いてきた従業員たちの知恵と努力によって為し得たことであると感じています。振り返ると、日経印刷を取り巻くさまざまなステークホルダーの皆様と共に切磋琢磨し、経営面ではコンプライアンスを順守し、着実に実行してきたことが企業の存在意義を浸透させ、50年に繋がったのだと実感しています。そして会社の規模が拡大するにつれ、その社会的役割も大きくなっていると感じています。

「紙」にこだわる思いとNext50

インターネットの普及やデジタルインフラの利便性向上により、情報メディアの在り方が大きく変化しました。「これからは紙が無くなる時代」とまで提言した人もいます。しかし、我々日経印刷は「紙」にこだわり印刷業を続けてきました。私は思いを表現する一番優しいカタチが「紙」であると思っています。この思いはいつまでも大切にしなければなりません。紙にインキをのせること——、それは人の思いを文字や写真や絵で表現することです。この“思いを表現すること”“思いをカタチにすること”を我々はプロフェッショナルとしてこだわっていきます。またそうやって作り出されたものは、情報資産となり、人の思いをまた人に伝え、そして思いが叶うために活かされなければなりません。

我々は自分たちが携わった、そしてこれから生まれる情報資産のライフサイクルまで考えて、思いをカタチにするものづくりを提案してまいります。それが私の考えるNext50です。

「和で稼ぐ、和が稼ぐ」人材の集合体

日経印刷は昨年から新たな人事制度の運用を開始しました。良い製品と良いサービスを世に送り出していくことを継続するには、従業員一人ひとりが満たされていることが大切であると考えます。そのためにも「教育」「評価」「報酬」の3つを人事制度の柱にして作りこんでいます。教育体系を整備し、従業員が各自のキャリアビジョンとライフプランに合わせてステップアップしていける仕組みを構築しようとしています。一人ひとりが成長し、さらにその連携により、大きな相乗効果が生まれることとなります。その思いを我々は「和で稼ぐ、和が稼ぐ。そんな集合体でありたい。」というスローガンに掲げ、情報加工産業の次世代育成ビジョンとしています。

そして大切な人材である従業員が「豊かな人生」を送るために、ワークライフバランスについても検討部会を立上げ、現状把握と問題点の抽出を始めました。今後は改善策を労使ともに前向きに話し合い、新しいスタイルを築き上げようとしています。ムダ無く余裕のあるスタイルで、自分たちの置かれている状況を見ることが出来ると、より社会にも貢献できる人材になれると思っています。

みなさまとともに

我々は、我々の事業の根幹である「紙にインキをのせる」印刷という「ものづくり」を通して、社会にその存在を認めていただいております。「人の想いをカタチに」——想いをより良い情報のカタチに変えて、その資産をムダ無く活かす、そこに企業の存在意義を見出せるように、活動してまいります。そして雇用を守り、従業員そして家族も守ること。パートナー会社の皆様と公正なお取引を行い良好な関係を継続すること。地域環境を守り、近隣住民の皆様と共存共栄し続けること。そして総てのステークホルダーのみなさまとともに日経印刷は在り続けることを50周年を迎えた今年、改めて宣言いたします。今後とも全従業員とともに皆様のご期待に副えるように歩んでまいります。

CSRレポートも3年目を迎えることとなりました。私たちの思いを皆さまにお伝えできれば幸いです。また、皆さまからの忌憚のないご意見も是非お待ちしております。

日経印刷株式会社 代表取締役社長

志村和敏



晴朗塾生 が 語るCSR

日経印刷の企業理念は50年前に生まれました。そこで使われている言葉は今でこそ一般的ですが、社会への貢献、顧客へのサービスをはじめ、CSRにつながる考え方を謳って、いまでも輝くような存在感を持っています。会社はどうあるべきかを考えるとき、企業理念とCSRは車の両輪ともいうべき関係性があるように思えます。創業50周年の今年、中堅社員を中心とした晴朗塾のメンバーがCSRをテーマに日経印刷を語り合いました。それは従業員だけでなく、家族や、地域、さらには未来まで話題が及び、とても広がりのあるものとなりました。



出席者：第5代晴朗塾メンバー（8名）
オブザーバー：吉村和敏（代表取締役社長）
司会・進行：北川宏（営業本部）、矢口晴美（制作本部）
2014年10月 於：グラフィックガーデン

晴朗塾とは 雲ひとつなく晴れた（晴朗）心で熱く取り組み、お互いに学び、良いことを発信していくという中堅社員の横断的コミュニケーションの場です。約15名のメンバーが各職場から集まり、全体会議が年間6～7回程度、分科会が随時開催され全社横断的な改善に熱い議論を繰り広げています。

——きょうは晴朗塾の皆さんとCSRを語っていきたいと思います。吉村社長にもオブザーバーの立場からお話に加わっていただけます。

では最初に、第5代晴朗塾の活動テーマでもある「CSR」についての思いや、従業員の皆さんがCSRをどう理解しているか、また3年目に入ったCSRレポートについての感想などをお話いただけますか。

犬飼 今年1月から晴朗塾の5代目塾長を務めています。CSRをテーマに塾生にやりたいことは？と意見を募ったら、まず身の回りの事として、工場で運搬に使っているビニール袋のムダを省けないかという問題が浮上してきました。それで今年はまず年間60万円の新規購入費をどれだけ減らせるかに取り組んでいきます。また、大きなテーマとしては横断的CSRとして日経印刷は社会にどう貢献していくべきか、そして、その延長として次代の事業の芽をさがしてみようというテーマを掲げました。ビニール袋などは小さな一歩ですが、今後CSRへの具体的な取り組みにつながるのではないかと考えています。

大森 晴朗塾でもCSRについてはまだみんな深く理解したとはいえない段階ですが、とにかく何か取り組んでみようということですね。

巢立 CSRを初めて知ったのは晴朗塾の集まりでした。すごく広がりというか、幅のある活動だと思って興味が湧きました。お客様のイメージする製品をきちんと納めること。それがCSRの出発点だと思います。

小川 CSRレポートなどは正直、ざっと目を通すくらい。昨年の号で記憶に残っているのは社長のメッセージくらいですね。まわりの人もあんまり自分の問題として実感を持って

ないように見えます。

酒井 私は印刷現場で働いているわけですから、特に環境面などの配慮とかは気になりますね。

戸田 社会貢献の具体例では、ニコンさんが印象的ですね。震災や自然災害で壊れた自社製品の修理を特別価格で対応しています。壊れたカメラなどをゴミにするのではなく、モノを大事にしようという姿勢や、自社製品を長く使ってほしいという思いを感じますし、被災した方も前向きになれると思います。

堀田 まだ一人ひとりが役割をもって動くものとしてCSRをとらえていないと思います。グラフィックガーデンが2012年に経産省の経済産業大臣賞^{*1}に選ばれたのは、CSRにつながっていくんじゃないでしょうか。

山田 実は気が付くと社内のいろんなところでCSR活動をしていると思います。そういうのがだんだん分かってきました。

犬飼 日経印刷が仕事をして、お客様に受け入れられて、売上げが立って、給料が出て、税金を納めて、というサイクルの中でどうことができるかということですね。今後、晴朗塾の活動の中でステークホルダー^{*2}という観点からも議論していきたいですね。

大森 ステークホルダーでいうと、ぼくは家族のために働いている。優先順位というか、誰が大事かといえばまぎれもなく家族で、会社はその次です（笑）。

——日経印刷は社会的にどう役立っているのでしょうか。皆さんが感じているところを話してください。

山田 最近はインターンシップ^{*3}や見学者が増えていますね。製本部にも小学生の社会科見学や、中学生や高校生がイ



犬飼 浩貴

営業本部第二営業部第二課
晴朗塾・塾長



大森 健一

生産本部印刷部G2印刷1課
副塾長



中嶋 浩亜

制作本部製版部G2製版3課
副塾長



堀田 志織

営業本部第一営業部第二課

ンターシップに大勢訪れます。感想文を書いてもらって「楽しかった」という言葉を見ると、これも社会貢献になっているかなと思っています。

堀田 営業部の社員は、お客様を通して製品がどう役立っているか分かる立場にいます。納品物がその後どのように機能していったかまで追跡していったら、自分たちのポジションがより分かって、もっと適切な提案も出てくるでしょうね。

犬飼 品質とスピード。お客様が求めているものを提供することで貢献しているということです。

中嶋 情報ツールをつくって発信する会社ですからね。なによりもそういう面で役に立っていると思います。

戸田 デザインやDTP、印刷の仕事、そういう「ものづくり」が社会貢献につながっていると思います。お客様の思いをカタチにしていく、お客様の期待を超えたものを送り出すということで社会的にお役に立っていると思いますね。

酒井 HF工場でも毎週末、会社周辺のご近所の清掃をしています。近所の方からキレイですね、ありがとうございますと褒められると地域に貢献しているなど実感できます。小さなことですがペットボトルのキャップやプルタブの回収とかもそうですね。

小川 会社として環境面に配慮し、紙やダンボールを節約するというのは、日常の業務以上に社会貢献の実感がありますね。

——では今度は自分たち従業員に視点をおいてみましょう。働く場所としての日経印刷。いい点、あるいはもっとよくなると思う点は、どういうところだと思いますか。

犬飼 なんといっても部署間の交流が出来ているところ、風通しの良いところでしょうね。営業と制作、あるいはお客様とのリレーションの良さ。他社と比べてもそれはあるんじゃないでしょうか。

大森 僕はチームワークの良さだと思います。印刷課には3チームあるんですが、申し送りなどの関係、課長との意思疎通がきちんと出来ているところをその例にあげたいですね。情報伝達の方法も、壁の掲示板にみんなが情報を見えるように貼り出すとか、課長と日記を交換するとか工夫しています。

犬飼 交換日記？（笑）

大森 仕事のシフトの関係で3日も顔を合わせないことなんて珍しくないですから日記形式で情報伝達するわけです。

中嶋 入社して印象的だったことを話しますと、みんな真面目、向上心が強いということ。しかし、最近になって気になるのは、自分の守備範囲のところには目がいくけれど、前後の工程に気を遣っているかということです。次の工程に仕事を渡すときの情報の漏れとか、もっと神経を使ってもいいと思います。

堀田 いい人、いい雰囲気、いい会社という、仲の良さでなんとかもっているところ（笑）。その意味ではほかの部署への関心がカギになっていると思います。

山田 今年は新人が2人入ったんですが、すごく責任感をもってがんばってるなと思います。この調子なら3、4年たったら新人教育もまかせられるようになるなと。

小川 仕事にもっと熱くなってもいいと思います。黙々とやるのはいいのですが、自分たちで壁をつくっているようなところがあると思います。部門が孤立している（笑）。

酒井 きちんとした新人教育ができています。新人教育プランは確立されていますが、その後の教育が不足しがちなので、もっと充実させたいです。創意工夫もたくさん出ているので、改善のチャンスも増えていると思います。

戸田 改善活動が自然に行われている。日々やっていることが改善だという考え方が広がっています。一方で真面目すぎて、もう少し肩の力を抜いてやったほうがいいんじゃないでしょうか。

——女性の立場から、日経印刷は10年後、20年後も働ける職場でしょうか。社長の前で話にくい話題ですが（笑）。

堀田 結婚したらやめるという会社ではないと思いますが、営業でも20代、30代の女性が増えていて、この人たちが一斉に結婚、出産ということになると、会社組織として厳しい事態になるかもしれませんね。

酒井 印刷機を回しているのは現状では女性では私一人だけで、体力的に少々きつい仕事だと思います。最近は弱音を吐



酒井 三瑞樹
生産本部印刷部HF印刷2課



小川 隆太
生産本部生産管理部管理2課



戸田 大作
制作本部制作部DTP課



山田 卓志
生産本部製本製本2課

くことが多くなって（笑）、周りの人たちに行動を合わせているので、なんだか自分でも女性目線より考え方が男性っぽくなってきたかなと（笑）。女性でも扱える機械が増えてくれば長続きすると思います。

吉村社長 デジタル印刷の世界は進化が早いからね、そのうちもっと扱いやすい印刷機も出てくると思っています。それまでは多能工化やお互いをカバーできる体制をいっそう進めることです。

大森 男性も育児や介護の問題をいずれ抱えることになると思います。うちはまだしばらくは大丈夫そうですが（笑）。最近は従業員の数は増えていなくても、効率化や多能工化が進み仕事が回っている。おかげで休みも取りやすくなりました。

犬飼 徐々にそういう環境になりましたよね。有給休暇も大分取りやすくなったでしょう？

堀田 いきなり休むというのは無理ですけど、計画的に準備すると夏休みも問題なくとれるようになりました。

—— **CSRを語る時、切っても切れないのが企業理念だと思います。どちらも、会社はどうあるべきかというのをめざしていますよね。この企業理念とCSRのつながりについて聞いてみたいと思います。**

企業理念
● 個人の尊重と自主独立
● 改善そして完全性の追求
● 最善をつくして顧客へのサービス
● 公正な購買取引の慣行
● 社会への貢献

吉村社長 わが社の企業理念は創業の翌年に生まれたと聞いています。林会長が27歳の時につくられたということですね。すぐれた社会観を持った理念だと思います。

犬飼 何年たっても存在感がありますね。個人の尊重、公正な取引、社会への貢献など、どれも現代の価値観にとってもマッチしています。50年前に、27歳でこれを考えたのはスゴイ。スゴイ会社だと思います。

巢立 「個人の尊重」について言うと、現場の意見を尊重して、よく取り上げてくれるということで定着しています。

堀田 課長に頼ることなく、お客様との信頼関係をつくれと、そういうことで仕事が進んでいる。どうしてもやりきれないことが出てきたところで課長に頼るといって、営業はみんなそういう自主独立で動いていますね。

犬飼 営業はそうだね、基本的に自主独立で動く。

大森 「改善」についてですが、印刷部の改善活動で、最初はいくら言ってもメンバーが動かなかったんですが、根気よく、何度も言っているうちについて来るようになった。勢いがつくと一気に提案がじゃんじゃん出てくる。上が諦めていたら改善も自主的な動きにならないところがありますね。

堀田 自主独立は勢いなんですね。雰囲気場をつくる。

大森 当社では印刷機1台を1人で担当です。みんな何にも知らないところから教え込んで、勉強会でスキルを磨いていって、一人前になった。

犬飼 理念としてはそういう、しっかりした基盤があるわけだけど、将来を考えれば仕事の基盤を変える勇気を持たなきゃダメだと思いますね。苦手な仕事にチャレンジするとか、そういうことでNext50が見えてくる。

吉村社長 頼もしいね（笑）。企業理念はその会社の目指す姿、ありたい姿だとも言えると思います。そうしたときに、日経印刷の存在がそのまま社会にとって必要な存在になる、ということでCSRにも繋がっているんだと僕は思います。

—— **いまのお話に関連して、未来の日経印刷はどうあってほしいと思いますか？**

犬飼 10年後、20年後でいえば固定概念にはまってちゃダメ。いまの常識の枠をとっぱらわないと見えてこない。例えば、モノクロからカラーへ比重がシフトしたように、印刷に肩を並べる次の事業の柱を構築していくこと。今のところは苦手な領域で、外部にまかせているような仕事を大胆に取り込んでいくなどチャレンジしていけば、Next50が見えてくるのではないのでしょうか。

—— **Next50、ありますか！**

犬飼 もちろん、あります（笑）。



戸田 近い未来でいえば、まず事業規模200億円をめざす感じでしょうね。それと同時に、僕は日経ブランドを育てていきたいという思いがあります。外部への発注比率のバランスを考えて内製化を進める方向に向かって、今以上にクオリティに責任が持てる体制にしていく。そういうブランド化への転換も大事じゃないでしょうか。

小川 時代がどんなに変わっても、いつまでも必要とされる会社でありたいですね。

山田 僕は製本部という、出来上がった製品を自分で手にとって見られるポジションにいるんですが、そこで思うことは、まだまだこういう仕事には無限の発想が出来るなということです。けっして無くなるような仕事ではないなというのが実感で、これからもどんどん仕事の領域を広げていけると思います。

堀田 社員であることに誇りを持てる企業でありたいです。先ほどブランド化という言葉が出ましたが、私も賛成です。お客様からの評価を積み重ねて、皆で共有すれば意識も高まり、品質もさらに安定し、それが日経ブランドになる。そういう流れが理想的ですね。

栗立 お客様のニーズに応えながらやってきたのが日経印刷という会社です。これからの10年、20年、50年先も、あるいは紙を離れて、ということもあるかもしれませんが、ニーズを大事にしながら伸びていく会社でありたいですね。

大森 創業50周年と絡めて考えると、これからの50年はあくまで企業理念をベースにしながら、ビジョンを持つことが必要だと痛感しています。ビジョンさえしっかりしていれば、改善、改善を繰り返しながら次の展開が可能になっていきます。

——それでは最後に、企業としての日経印刷、職場としての日経印刷。CSRという観点で、社長からまとめていただけるでしょうか。

吉村社長 先ほどステークホルダーの話がありましたが、私にとってのステークホルダーの第一は従業員ですね。なかでも、これからカギになるのは女性従業員です。日経印刷は「女性も活躍する印刷会社」と呼ばれるようにしたい。アベ

ノミクスは女性を優遇しなさいとはっていないわけで、女性も働きやすい職場を言っているわけですね。

男女の区別なくカバーし合える組織、体制というのが必要で、これも進めていくつもりです。ワークシェアとか、女性だけのチームとか、情報インフラとセキュリティが整うのと合わせて働く仕組みを大いに変えていきたいと思えます。お客様も巻き込みながら大胆に変えていけるんじゃないでしょうか。

企業にはいい影響を及ぼす部分と、悪い影響をおよぼす部分がどうしてもあります。いい影響の部分の伸ばして、悪い影響を減らしていけばいいわけで、そういう考え方がCSRにつながると思えます。いつかは自然体でCSRがやっていけるなという実感を持ちました。今日はいい話を聞くことができました。

——皆さん、本日はありがとうございました。

***1 経済産業大臣賞**

2012年、環境配慮をコンセプトとした最先端技術の導入とともに、経営者の強い取り組み意思、改善・創意工夫の小集団活動などのハード・ソフト両面での高水準の活動が認められ、業界のモデル工場と評価された。

***2 ステークホルダー**

企業は多様な利害関係者（従業員、顧客、取引先、仕入先、消費者、株主、地域社会、自治体や行政など）と関わっている。企業はこれらの人びとに対して、各社の事情に応じた優先順位をもって責任をはたしていかなければならない。

***3 インターンシップ**

就業体験のこと。日経印刷では10年前から高校や諸団体の1週間程度のインターンシップを受け入れるほか、小学生向けの社会科教育として印刷物が出来るまでの見学コースを設けている。



吉村 和敏 代表取締役社長

環境配慮(省エネルギー・ゼロエミッション・他)

東日本大震災を契機として深まった省エネルギー活動。この取り組みを継続させるため、2011年をベースラインとして毎年新たな省エネ対策を積み上げています。また、化学物質の使用が避けられない印刷業だからこそ、環境への負荷を少しでも減らすための行動を続けています。

使用エネルギーの削減は、省エネ法で定められた努力義務(1%)を超え、2%以上の改善を続けています。

会社全体での生産量が毎年増大し、絶対的なエネルギー使用量が増えているなか、当社ではエネルギー原単位*1の改善を目標にしています。

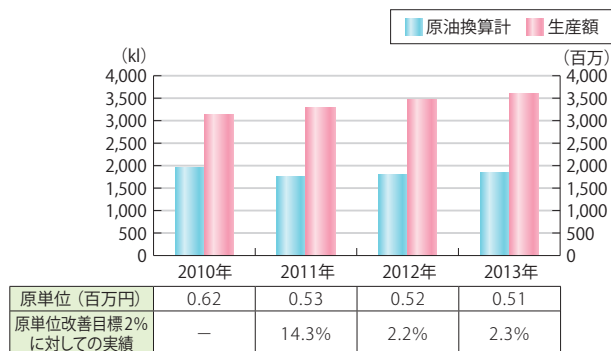
省エネ法では、毎年原単位1%の改善が努力義務となっていますが、当社では倍の2%改善を目標としています。その実現のため、省エネ対策をまとめた「節電ガイド」を社内で共有して日頃より意識的に取り組んでいます。また、毎年夏季の最大電力使用量が発生する時期の前には、あらためて省エネ対策を周知徹底しています。

震災があった2011年は全従業員の努力で14%の改善を達成しました。その後2012年、2013年にも2%台の改善が続

き、省エネの意識が定着してきています。2014年の改善目標は4.6%を設定しています。

エネルギー原単位集計(全工場)

(本社以外の事業所で集計)



リサイクル率は99.6%となり、ゼロエミッション達成といえるレベルまで到達しました。

リサイクル率は2013年時点で、ほぼ限界の99.6%となっています。なかでも浮間工場(四六全1+1が2台、菊全2+2が2台で24時間稼働)では、可燃ごみ排出量が1ヶ月でわず

か70ℓゴミ袋1つという月が3回ありました(2013年)。また昨年からは、廃パレット等の木くず類をチップに加工してもらい、紙の原料として再生利用しています。

有機則非該当品(有機溶剤の代替品)への置き換えを進めています。

印刷業務では、油(インキ)を溶かす性質をもつ有機溶剤の使用が避けられませんが、少しでも環境負荷を減らすための施策を進めています。

有害性の強い第1種および第2種有機溶剤は10年以上前に使用を中止し、負荷の少ない第3種溶剤に移行済みですが、現在はさらに有機則非該当品(有機溶剤の代替品)への置き換えを進め、第3種溶剤の使用量を減らしています。

会社全体の年間合計では、2009年に第3種有機溶剤を

34,000リットル使用したのに対し、2013年には11,200リットルまで削減しました。2014年は6,800リットルまで削減の見込みであり、今後は有機則非該当品100%を目指します。

その他、労働安全衛生法(特定化学物質等障害予防規則、がん原性指針)やEUにおける有害物質に関する規制(RoHS指令、リーチ規則)に該当する化学物質を含有する印刷用資材についても使用を禁止しています。

*1 エネルギー原単位

エネルギー原単位とは、製品の単位生産量に対する必要エネルギー量で、生産効率を客観的に表す指標です。日経印刷の原単位の考え方は、生産額を100万円上げるのに使用した電力とガスを原油換算してkℓで表しています。

グラフィックガーデンは、グリーンプリンティング認定工場に認定されています。

2012年3月、グラフィックガーデンがグリーンプリンティング認定工場^{*2}に認定されました。

グリーンプリンティング認定工場は、印刷業界基準での環境配慮を定めている日本印刷産業連合会が認定するもので、認定工場で生産された印刷物にGPマーク（印刷製品の製造工程と印刷資材が環境配慮されていることを示す）を表示することができます。2013年には908万部の印刷物にGPマークを付けることができました。

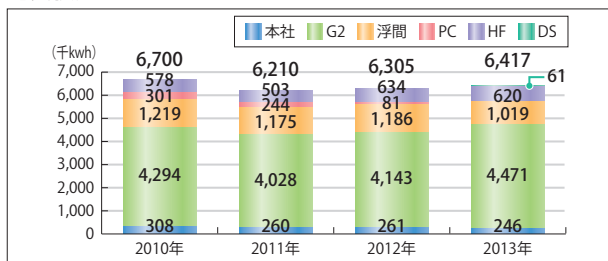
グリーンプリンティング認定工場は、国のグリーン購入法の環境配慮基準を全て満たしていることとなります。また東京都のグリーン購入ガイドにも、グリーンプリンティング認定工場であれば、印刷の各工程における環境配慮基準を満たしていると記載されています。

さらに工場だけでなく洗浄剤等も資機材認定として、安全性を評価されてランク付けされた認定製品があり、それを優先的に使用しています。

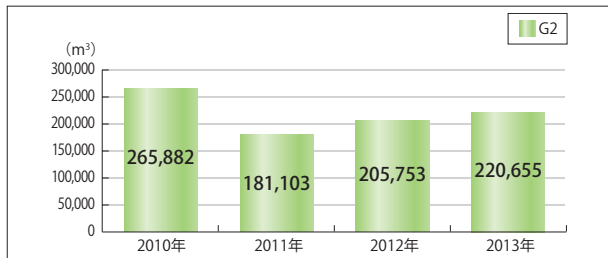
環境データ

INPUT

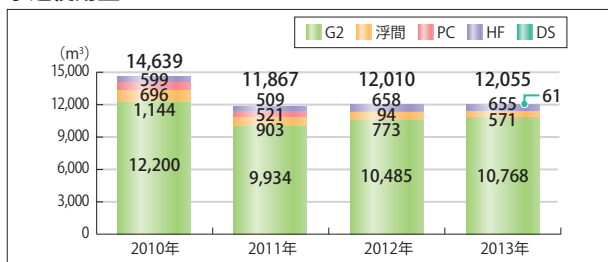
電気使用量



ガス使用量



水道使用量



G2：グラフィックガーデン
 PC：プリンティングセンター
 浮間：浮間工場
 HF：ハイデルベルグフロント

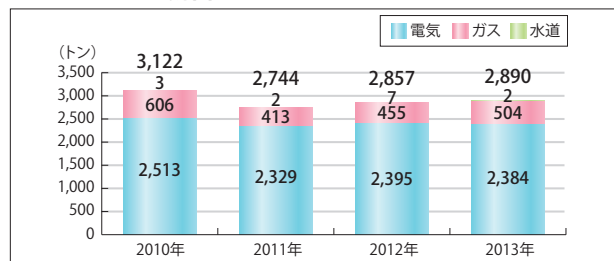
排出係数

電気：東京電力2011年度排出係数 (0.000375t-CO₂/kwh)
 ガス：環境省 温室効果ガス算定・報告マニュアルより
 $\text{千Nm}^3 \times \text{単位発熱量 (45)} \times \text{排出係数 (0.0136)} \times 44/12$
 水道：東京都水道局排出係数 0.2kg/m³

副産物計：リサイクル計+廃棄物計
 リサイクル率：リサイクル計÷副産物計

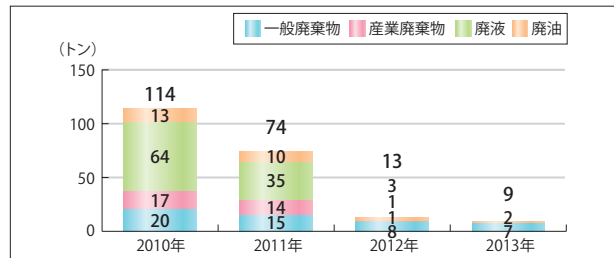
OUTPUT

CO₂(エネルギー種別) 排出量 (CO₂の排出係数は11年に改定されましたが、比較のため全年と同じ係数で計算しています)



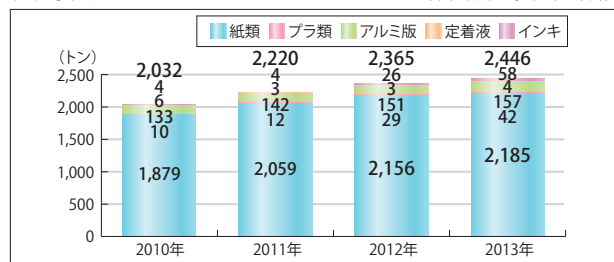
廃棄物

(本社以外の事業所で集計)



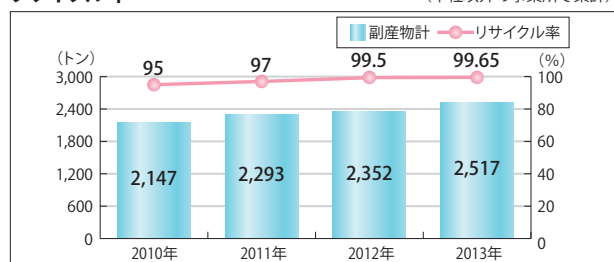
リサイクル

(本社以外の事業所で集計)



リサイクル率

(本社以外の事業所で集計)



*2 グリーンプリンティング認定制度

グリーンプリンティング認定制度（略称：GP認定制度）は、本基準を達成した工場・事業所を認定、環境経営に積極的な印刷関連企業として推奨するとともに、同基準に適合した印刷製品にグリーンプリンティングマーク（GPマーク）を表示することにより、環境に配慮した印刷製品が広く普及することを目的としています。（日本印刷産業連合会HPより抜粋）

情報セキュリティ

お客様よりお預かりする情報には、試験問題や発売前の製品マニュアル、金融商品情報など、取り扱いに注意を要するものが多数あります。このような重要な情報を安心して任せいただけるよう、情報セキュリティには特に力を入れて取り組んでいます。

プライバシーマークとISO27001 (ISMS) に基づいたマネジメントシステムで、大切な情報を取り扱っています。

当社が取り扱う情報には、お客様よりお預かりする印刷物の内容とそれに付随する情報はもちろん、製品を全国に発送するためのお届け先リストやお客様の個人情報があります。また社内情報として、従業員の健康診断結果や給与情報などの個人情報も管理する必要があります。

このような情報を適切に管理するために、2006年にプライ

バシーマーク（通称：Pマーク）^{*1}を、2009年にはISO27001 (ISMS) ^{*2}認証を取得しました。当社では、この2つの認証制度に基づいたマネジメントシステムを構築・運用することにより、情報の取り扱いにおいても信頼される会社を目指しています。

日経印刷の情報セキュリティは、「組織的対策、物理的対策、技術的対策、人への教育」の4つで成り立っています。

業務と一体化した情報セキュリティ体制

業務上の指揮系統と情報セキュリティ体制を同一にすることで、業務と一体化した組織体制を構築しています。情報セキュリティ運用のトップにあたるCSR統轄管理責任者を専務取締役が務め、その下に各本部長、部長を配することで、職制を通じた運用と対応を実現しています。

また、日常の小さなルール違反や不具合が大きなトラブルに発展しかねないという危機感から、毎月1回、各部署より選出された情報管理担当者が職場内を巡回し、「ヒヤリ・ハット」の検出を行っています。ここで集められた社内の状況は「情報管理担当者会議」に持ち寄られ、具体的な対策が検討・立案されます。そこから情報管理委員会（経営会議）の承認を以って、社内のルールとして展開される仕組みになっています。決定したルールは基幹マニュアルやワークフローにて明文化され、各部署で作成している「情報管理手順書」へ反映されます。



ICカードによる出入制限
役職により入れるエリアが異なる

これ以外にも、事故（インシデント）発生時の対応手順等を明文化した「緊急事態対応規程（情報）」や、社外からの問い合わせや苦情等の対応手順を記載した「問い合わせ対応手順書」を整備することで、万一のトラブル発生時にも対応できるような体制を整えています。

*1 プライバシーマーク（Pマーク）…全事業所にて認定

個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者等を認定して、その旨を示すプライバシーマークを付与し、事業活動に関してプライバシーマークの使用を認める制度です。個人情報の保護を目的としています。

*2 ISO27001 (ISMS) …本社及びグラフィックガーデンにて認証取得

事業者が保有する情報にかかわるさまざまなリスクを適切に管理し、組織の価値向上をもたらす国際規格です。企業が取り扱う情報の適切な管理を規定するものです。

物理的対策（盗難や災害から守る）

- 4つのセキュリティレベルに分けた入退館（室）管理
- ICカードと電気錠による入館（室）制限
- 各種センサーを配した機械警備（警備会社と契約）
- クリアデスクおよびクリアスクリーンの徹底
- 重要な情報を含む媒体を一時保管するための鍵付きキャビネットの設置
- 免震装置の設置（サーバールーム）
- 無停電装置の設置（サーバールーム）
- 自動消火装置の設置（サーバールーム）

技術的対策（ハッキングやウイルスから守る）

- ID & パスワードによるアクセス制限
- アクセスログの取得
- ファイアウォールの設定
- ウイルス対策ソフトの導入
- 監視システムの導入

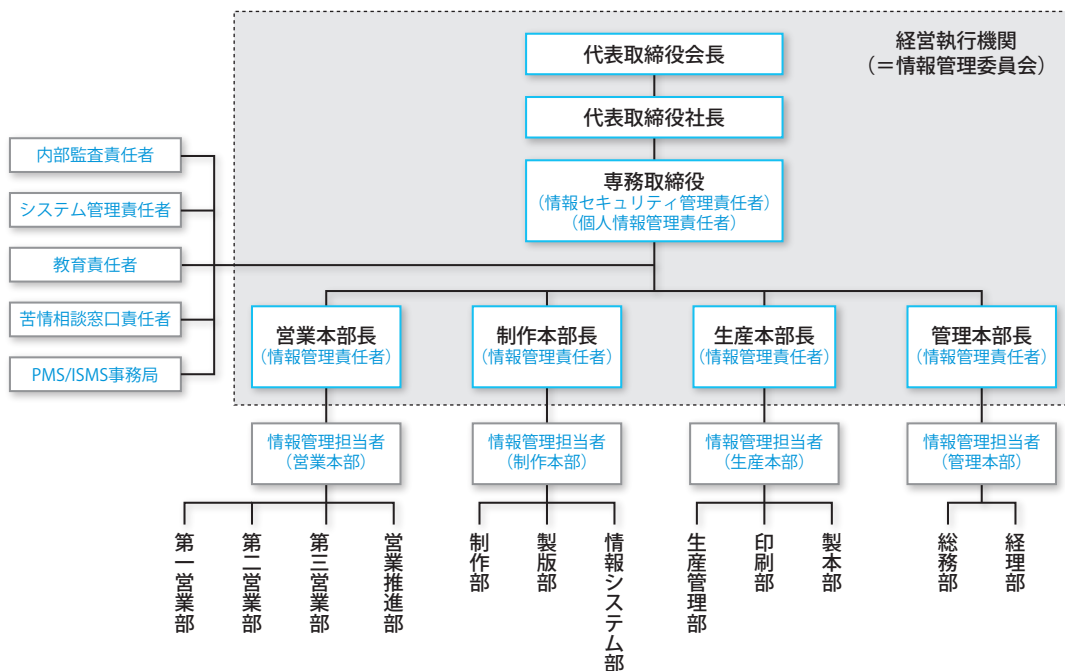
この他、パソコンからのデータの書き出し制限やソフトのダウンロード制限等を実施しています。

教育によるセキュリティの向上

どんなにしっかりしたルールであっても、それを運用する人の意識が低かったり、知識が乏しかったりすると、そのルールは“絵に描いた餅”になってしまいます。そのため、パート・アルバイトを含む全従業員を対象に、年1回以上の情報セキュリティ定期教育を実施しています。

定期教育は部署単位で実施しており、全社共通のルールに加え、その部署特有の手順についても教育を行っています。さらにその教育内容が理解されたかどうかを確認するために「理解度テスト」を実施し、全体のレベルアップを図っています。また、情報セキュリティに関する意識を高める意味を含め、「業務上知り得た情報は外部へ漏らさない」等の誓約を含んだ「守秘義務誓約書」を全従業員が提出しています。

情報管理体制図



自社開発の基幹システム「PrintStation2」が、安心・安全な仕事環境を支えています。

情報は「守る」ばかりではなく、活用しなければ意味がありません。大事なものは、利用目的の範囲内で、必要な時に、正確な情報を利用できることです。日経印刷では基幹システム「PrintStation2」を自社で開発し、運用することで、お客

様からいただいたお仕事の受注情報はもちろん、購買品管理や従業員情報の管理に活用しています。

これからも、情報セキュリティの質を上げていくことで、お客様からの信頼に応えてまいります。

お客様とともに

企業が社会的責任を果たすためには、「持続的な成長」が最も重要と考えます。安定した経営基盤があってこそ、従業員はもとよりお客様、社会や地域への貢献が可能となります。健全な事業を継続するために、「お客様の声」に耳を傾けることで時流を捉え、ニーズを考慮した事業に取り組んでいます。

グラフィックガーデン見学会

グラフィックガーデン見学会の開催は3年目となりました。さまざまなテーマでのセミナーと工場見学をセットで開催し、昨年より多くの来場者をお迎えすることができました。

セミナー

【今、ドクターが求める医療情報とは？】4・8月開催

「自分たちが作っている印刷物や電子メディアは、現場のドクターたちにどのように使われているのか？」ドクターの手元には日々多くの資料が届けられますが、思わず手にとって読んでみたくなるものとは一体どんなものなのかを、お医者様の立場よりご紹介しました。

【ARでひろがる！印刷物の可能性】7月開催

スマートフォンやタブレットの急速な普及を背景に、カタログや広告、ポスター、名刺などの印刷物にもARが使われ始めています。本セミナーでは、印刷物に応用した「AR（拡張現実）」を手元で体験していただきながら、ARと印刷物の親和性や可能性をご紹介しました。

【CSRセミナーと報告書作成現場見学会】11月開催

第1部「CSRの新たな潮流」では、ISO26000、GRI-G4、

ISO14001：2015等、各ガイドラインの関係性と効果的な活用方法を中心に解説しました。第2部ではCSR報告書の制作事例について具体例を交えながらご紹介しました。

【売れる色、売れない色】11月開催

商品のカラーリングの違いによって商品力（売れ行き）が大きく変わることを、色々な商品の事例やその販売実績の紹介を交えてご紹介しました。身近な商品での科学的な根拠に基づいた論証もあり、わかりやすく、興味深い内容のセミナーになりました。



グラフィックガーデンセミナーの様子

2013年度グラフィックガーデンセミナー一覧

開催日	テーマ	社数	人数
2月14日	印刷産業環境優良工場見学会	34	67
4月18日	見ながら学べる本づくりー工場見学会	27	50
4月24日	桑島 巖先生が語る“今、ドクターが求める医療情報とは？”	12	34
5月23日	ひと目でわかる印刷基礎知識ー工場見学会	13	26
6月19日	ものづくり工場を見学に来ませんか？	17	46
7月22日	ARでひろがる！印刷物の可能性	21	39
8月28日	今、ドクターが求める医療情報とは？	17	31
9月11日	見ながら学べる本づくりー90分の工場見学会	31	72
10月9日	見ながら学べる本づくりー90分の工場見学会	23	64
11月7日	CSRセミナーと報告書作成現場見学会	14	18
11月13日	「売れる色、売れない色」色が商品の売れ行きを決める	26	36
合 計		235	483

〈お客様の声〉

- ひとつの建物の中で印刷の工程がすべて行われ、環境に対する配慮も細かく考えられていることはとても素晴らしいと思いました。(H社、I様)
- いろいろなセミナーに参加していますが、今までで一番わかりやすく勉強になりました。(N社N様)
- 色のセミナーでは、世代別の色の好みがあることや、メーカーのカラー戦略の裏側がよく理解できた。(T社N様)
- 印刷から製本の過程がわかりやすい説明で勉強になりました。初めて印刷工場を見学しましたが、どの工程も興味深く見学できました。(N社M様)
- 医師のお立場から出版社に期待されていることを具体的にお話いただき大変勉強になりました。(E社N様)

工場見学会

工場見学会では、2012年の印刷産業環境優良工場表彰において「経済産業大臣賞」を受賞した当社の環境への取り組みをご紹介します。

用紙やインキなどの原材料が製品化される過程で、断裁紙や紙粉、廃液などの廃棄物が排出されます。その廃棄物がどのような方法で分別処理され、最終的にリサイクルされるか、また電力消費対策としての省エネ活動や社員教育の取り組みなどについて、各フロアを回りながら全過程を直接ご覧いただきました。

これからも、環境に配慮した設備維持や投資、生産活動、社員教育などを通じて、地域社会との融合や安全な製品の市場への提供、社会への貢献を実現していきます。



社員による実演説明

日経印刷のカラーマネジメント技術

Japan Color 認証を基軸としたカラーマネジメントシステムで、お客様からの要望に応えています。

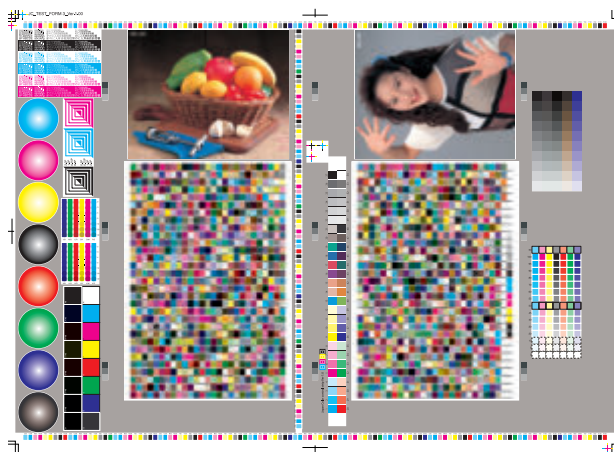
印刷物の色は、印刷機を設置してある環境や印刷速度、インキの硬さやメーカーの違いなど、さまざまな要因により変化してしまいます。お客様の色再現の要求に応えるためには「印刷の基準」を作ることが大切です。

そのため当社では、Japan Color 認証（次ページ参照）を基軸としたカラーマネジメントを行っています。モニター、各プルーフ、印刷機、さまざまな変動要素を考慮し、どの工程においても常に基準の色を確認することができます。高度な技術と知識を駆使してお客様のご要望にお応えし、廃棄物発生の変因となる修正や刷り直しを削減しています。

お客様からの Japan Color 指定の高いご要望に対しても、理論的にお答えしています。具体的にはカラー印刷機では、イメージコントローラの分光光度計（濃度や色差を計る装置）で印刷物の絵柄の Lab 値（色再現値）を読み取り、基準値に対する補正値（色のズレ）を算出して転送することでイ

ンキ量を自動的に制御し、CMYKベタ濃度やCMYグレーバランスの品質を管理しています。

また、場合によってはお客様立会いの下で印刷機を回し、実際の印刷物を確認していただく対応も行っています。



1674色の専用の絵柄を印刷して測定を行う

Japan Color 認証制度

ISO国際標準に準拠し、日本のオフセット印刷における印刷色の標準的な基準であるJapan Colorに基づいて、公正な第三者機関により認証を行うものであり、「標準印刷認証」、「マッチング認証」、「プルーフ運用認証」、「プルーフ機器認証」によって、構成されています。

当社は2012年に「標準印刷認証」と「プルーフ認証」を取得、2013年には標準印刷認証の上位にあたる「マッチング認証」を取得しました。



Japan Color 認定証

カラーマッチングと、その精度向上のための取り組みに終わりはありません。

カラーマッチングとは、ディスプレイ表示とプリンタの印刷、さらには実際の印刷による色に差が生じないように色の再現性を調整する技術です。当社では、周辺機器である色補正用モニター、カラープリンタ、プルーフ・デジタルコンセンサス・オンデマンド印刷の色もJapan Color基準内に合わせています。

印刷機についてはJapan Color基準に沿っているか、専用の絵柄を印刷して測定（1674色）を行います。仮に基準値

に入っていない場合、印刷物および印刷機の管理項目表から機械的不具合を調査し、修理および調整を行い再度専用の印刷を行っています。これにより、すべてのカラー印刷機が基準値に入る設定としています。

これら技術の情報共有や精度の向上のため、社内での作業に特化した人員を集め、カラー会議を発足。カラーマッチング精度の向上を図っています。

これからもお客様に満足いただけるよう、カラーマネジメント技術の向上に努めていきます。

品質マネジメントシステム

ISO9001をベースとした品質管理の手法を用い、絶え間ない改善を続けています。

当社は2001年11月に品質マネジメントシステムの国際規格であるISO9001を取得しました。その後、2回の更新審査をクリアし、2010年10月からは外部審査機関に頼らず、

ISO9001をベースとして自社でマネジメントシステム^{*1}を回していくことになりました。

2014年3月からは、各部署の担当者が一堂に会する「品質向上委員会」を立ち上げ、部署の垣根を越えて「最良のものづくり」を目指す取り組みを始めました。

*1 マネジメントシステム

「P(計画)→D(実行)→C(評価)→A(改善)」というサイクルを回しながら、取り組みのレベルを上げていく（スパイラルアップしていく）ものです。当社ではワークフロー・手順書による標準化（P）、標準作業の実施（D）、チェックシート等による検査（C）、改善活動による見直し（A）を実施することで、絶え間ない改善を続けています。

認証取得一覧



認証／規格名	審査機関	認証／認定番号
 ISO 14001 BUREAU VERITAS Certification (DTP スタジオを除く)	ISO14001 : 2004 JIS Q 14001 : 2004 (環境マネジメントシステム)	ビューローベリタスジャパン株式会社 2860951
 ISO 27001 BUREAU VERITAS Certification (本社・グラフィックガーデン)	ISO/IEC27001 : 2005 JIS Q 27001 : 2006 (情報セキュリティ マネジメントシステム)	ビューローベリタスジャパン株式会社 2861352
 16190086(05)	プライバシーマーク 付与認定	社団法人日本グラフィックサービス工業会 第 16190086(05)号
 FSC www.fsc.org FSC® C005531 責任ある森林管理 のマーク	FSC® COC 認証	株式会社アミタ環境認証研究所 SA-COC-001707
 GREEN PRINTING JFPI F-D10008 グラフィックガーデン 本工場は、環境に配慮 したGP認定工場です。	グリーンプリンティング 認定工場オフセット印刷部門	社団法人日本印刷産業連合会 グリーンプリンティング認定事務局 F-D10008

日経印刷が提供する環境マークの例



グリーン購入ネット ワーク印刷サービス	Non-VOC インキ	バタフライロゴ (水なし印刷)	リサイクル 適正識別記号	植物油インキ
				

〈従業員レポート〉

創意工夫の日々 お客様にご満足いただける品質を目指して

印刷部 G2印刷1課
青木 和人



日々の改善が品質の源

2005年2月、当時の生産本部長である吉村さん（現社長）と、江東区にある工場のカラー印刷課からNPS活動^{*1}をスタートしました。当初は、「普段から自分達なりに工夫を凝らして作業をしているんだ、何をいまさら改善活動と騒ぎ立てるのか」という想いでスタートに立った記憶があります。

初めは職場環境の見直しから開始しました。資材など物を取りに行く通路が確保されていなかったり、せっかく引かれたラインを無視して物が置かれていたり、表示物の大きさや貼り方がバラバラで見た目から雑然としていたり…と、さまざまな指摘を受けました。その後一つ一つに期限を決め、工夫案を出し、改善活動を始めました。このときの目標が、「2Sの徹底と動線・レイアウトの効率化」でした。

その後は、印刷機の稼働分析に始まり、効率の上がる予定組みを考え、1ジョブを作業する工数の洗い出しをして仮標準作業を作成した後、実際に作業を行った結果を山積み表に起こしてから、大きな山を崩して時間短縮を図るといった作業を繰り返す毎日でした。ただし、この繰り返しの中でさまざまなものを「見える化」していくことにより、気づきが生まれ、より良い工夫案に繋げることができたと思います。



5Sマップ

NPS活動スタートから9年 ～改善に終わりはない～

NPS活動を始めてから現在に至るまで9年の月日が流れました。この間、2008年にグラフィックガーデン工場の立ち上げを経験して今に至ります。グラフィックガーデン工場へ来た当初、今までに経験のない広すぎるフロアに圧倒されながらも、今まで培ってきたことを活かせばなんとかなるかと考えていましたが、甘い考えでした。

想定外のエラー、作業率の衰退、残業時間過多など、すべてを工場に否定されたような日々が続いたのです。「今までできていたことがなぜできないのか」という想いだけが先走り、自問自答する毎日でした。

*1 NPS

Nikkei Production Systemの略。特に生産現場を中心に作業の標準化、ムダの排除を行う活動。

そんな状況の中、他社工場見学に参加する機会がありました。新工場のお披露目で、移転するときに行った機械整備などが壁一面に貼りだされ、見る人の目を引いていました。吉村さんから「やっているのか？」と問われ、「やってます」と答えましたが、「やっていることが視えん」と一喝されたことを今でも覚えています。

「あ～これだな!」。今まで視える化を進めてきたはずであったのに、視えない世界を作ってしまったことに気づかされました。各リーダーへ想いを伝え、フロアの壁一面にダンボールを貼り、掲示ボードとして活用することを勧めました。進捗表のコメント、創意工夫シート、メンテナンスカレンダー、5Sカレンダーなどやっていることはすべて貼り出し、全員が情報共有できるように体制の変化を図りました。初めは隙間だらけの掲示ボードでしたが、少しずつ掲示されるものも増え、現在はボードを埋め尽くすほどの情報が掲示されるようになりました。

経済産業大臣賞を受賞後、手作り感満載の掲示ボードをリニューアルしていただき、さらに身の引き締まる想いでいます。

改善を進めていく中で標準の構築は不可欠です。逆を言えば標準がなければ改善はできないと感じています。私達が今進めていることは、まだまだ標準を表している段階と捉えています。これらを最良の状態に持っていくために、これからも日々改善に取り組んでいく所存です。

お客様の要望に応えるために

短納期対応、印刷立会いなど、お客様の望む印刷物を仕上げるべく機械的な改善や作業担当者のスキルアップに取り組んでいます。生産効率ばかりを追いかけていると捉えられがちな活動ではありますが、これらを推し進めることによって、お客様からの要望に最大限応える知識、技術を養っていけると考えています。また、印刷物を仕上げていくには感性も必要と感じます。俗にいうカン・コツとでも言いましょうか。このカン・コツをどのように標準化させていけるかが、今も、これからもお客様への気づかい、おもてなしに繋がると考えます。



創意工夫シート



ダンボールを壁に貼り付けた掲示ボード

パートナー会社とともに

日経印刷はパートナー会社の皆さんとコミュニケーションを図り、良好な関係を構築していく事で、品質、納期、環境保全の維持向上にともに取り組んでいます。これからもパートナー会社とともに発展していけるよう、さまざまな取り組みを進めていきます。

公平な機会、公正・透明な発注と購買を基本として、お付き合いさせていただいています。

当社がお取り扱いいただいているパートナー会社は、100社以上になります。生産の約30%を依頼しており、パートナー会社との協業は不可欠となっています。企業理念にある「公正な購買取引の慣行」を重視し、すべてのパートナー会社に対して、公平な機会を設け、公正・透明な発注・購買活動を行っています。

新規のパートナー会社には、それぞれの特徴を把握できる資料を提出していただき、当社から聞き取りを行い、さらに作業現場を確認した上で、取引を開始するようにしています。また、お取り扱い中のパートナー会社に対する評価については、毎月1回、事実に基づき合議制により適正に行い、努力と結果に見合う発注を心掛けています。

同じ立場で考え、よりよい製品を一緒に作りだせる関係を構築します。

お客様の求める品質を満たすために、それぞれのパートナー会社の特性をつかみ、各社に合った案件を発注しています。そのひとつとして、作業現場への訪問活動を重点的に行っています。訪問活動では、毎月掲げた「重点確認項目」の確認や、発生してしまった不良品の再発防止策の確認、実際に作業をしている現場の方々とコミュニケーションを取ることを行っています。各パートナー会社と同じ視点で確認を行い、その上で当社から品質管理上の指示や、他のパートナー会社での事例を伝え、より良い作業環境の構築ができるようにフォローしています。

万が一不良が発生した際には、再発防止策をパートナー会社と一緒に考えます。立案後は、その対策が実施できているかを確認するため、作業現場を訪問し、聞き取り調査を行い、実施の確認を行っています。作業現場を数多く訪問していくことで、そのパートナー会社の特性も多クつかむことができます。



パートナー会社への訪問活動

同じミスを繰り返さないための仕組みである、「不良事例ニュース」を発行しています。

品質に関する情報の周知や、水平展開ができるように、毎月「不良事例ニュース」を発行し、配信しています。「不良事例ニュース」では、実際に発生した事例を元にして、発生した原因やその不良についての対策等を写真付きで紹介し、パートナー会社との情報共有に役立たせています。パート

ナー会社では、プリントアウトした「不良事例ニュース」を掲示していただき、従業員の方々への注意喚起にもご利用いただいています。



不良事例ニュース

委託する業務の内容に応じた適正審査を行っています。

環境や情報管理にかかわる特殊な案件は、調査票による事前の聞き取りと現地審査をクリアしたパートナー会社に委託しています。特にグリーン調達案件を依頼しているパートナー会社には毎年1回訪問し、インキ、溶剤、針金、製本糊

等に有害物質が含まれていないかを確認させていただき、有害物質を使用していないという証明書の提出も依頼しています。また、情報管理にかかわる案件に関しては、機密保持契約書を締結し、適正な管理の遵守を要請しています。

地域・社会とともに

グラフィックガーデンでは、インターンシップの受入れや学生・生徒の皆さんを中心にものづくりの現場を見学していただいています。働くことを体験し、印刷関連製品の出来るまでを実際に見ていただいています。

開かれた企業としてインターンシップの受け入れを行っています。

東京の地場産業である印刷業を営む企業として、多くの方々にインターンシップの場をご提供しています。実際の日々の仕事に触れ、環境配慮や情報セキュリティの中で作られている印刷物をより身近に感じていただくことを目的としています。

当社は年間を通じて多くの学校、団体などから学生・生徒さんをインターンシップとして受け入れています。また、民

間の障害者就労支援施設の通所者や、職業能力開発センターの皆さんの職業体験も受け入れています。これらの体験を通じて、多くの方が学ぶこと、働くことの意義を感じとっていただき、就労意欲の向上につながればと考えています。

2013年インターンシップ、職業体験受入状況はWebサイトをご覧ください。

<http://www.nik-prt.co.jp/company/csr2014-society.html>

目的に応じたきめ細かい対応を行っています、グラフィックガーデンの工場見学。

お客様向けセミナーとは別に、小中学校の社会科見学を中心としてさまざまな目的を持った生徒さんがグラフィックガーデンを見学され



ろう学校生徒さん見学の様子

ています。「学校の教材で取り上げられた印刷や製本の工場を実際に見学したい」、「板橋区の産業を論文テーマに取り上げたので、その代表として印刷工場取材したい」、「働くことをより間近で感じたい」など、人数から目的まで来場され

る理由は多岐にわたります。

来場される方のご要望を少しでも叶えるために、目的に応じた段取りやご案内の方法・内容を検討の上対応させていただいています。

2013年の見学実績はWebサイトをご覧ください。

<http://www.nik-prt.co.jp/company/csr2014-society.html>



私立中学校生徒さん見学の様子
(印刷部の掲示板を見学)

グラフィックガーデンをロケ地としてご提供しています。

板橋区産業観光課様からのお話がきっかけとなり、グラフィックガーデンをドラマやCMなどのロケ地として提供しています。これは日経印刷も賛同している板橋区の産業観光の一環で、映像を通して、東京の魅力発信や地域の活性化を図ることが目的です。具体的にはインターネット上で映画・テレビドラマなどの円滑な制作をサポートするためのロケ地紹介サイトである「東京ロケーションボックス」への登録を2013年に行いました。制作会社から来るオファーの中から一般の人が見ることが出来る地上波や無料のBSのドラマ、

CMを選び対応しています。従業員のモチベーションの向上や地域のイメージアップに繋がることが期待しています。



ドラマのロケーション風景

従業員とともに

日経印刷で働く従業員はお客様とともに、大切なステークホルダーです。
 従業員は創意工夫や日々の業務を通じて自分の役割を拡大しています。
 その努力に報いる為にスタートした人事制度の見直しも、2013年に更に整備されました。

「教育制度」が加わった三本柱の人事制度で、より公正で効果的な評価を行います。



2013年12月に全社マネージャーを対象に教育制度説明会が実施され、教育制度に関する改革方針が示されました。

「教育制度」は、企業理念から人事理念→人事基本方針→役割ステージ要件書へと続く思いを受けて作られた、人事制度の三本の柱の一つに位置付けられています。先行して作られた「報酬制度」、「評価制度」は既に運用が開始されています。

ここに教育制度が加わる事により、本来の教育体系の全体像がはっきりとした形になります。なお、教育制度の詳細の一部については、引き続き2014年に整備していきます。

- (1) 人材育成中期ビジョンを設定し、それに基づく教育を体系化
- (2) 教育体系図の作成
- (3) 毎期、「教育訓練計画・実績記録表」を作成し、計画的な人材教育を実施
- (4) 研修実施後、フォローやフィードバックを行うとともに、研修効果を把握し、次年度の教育訓練計画へ反映する

2013年に制定した「教育制度改革方針」

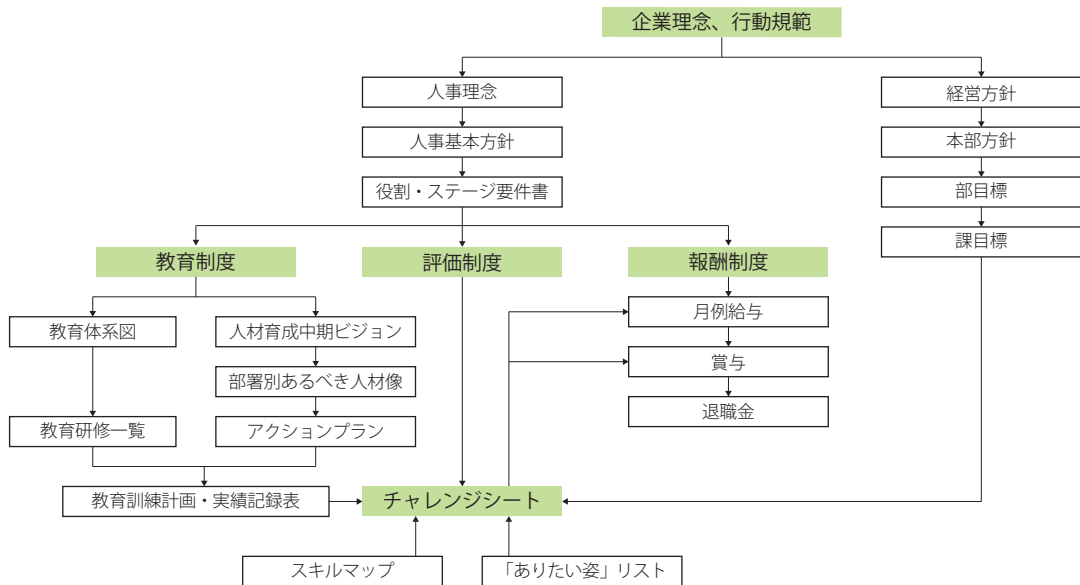
2013年には4項目の教育制度改革方針が打ち出されました。「評価制度、報酬制度とリンクしながら人材の育成へ実効ある制度として運用を開始します。」と定め、教育体系の作り込みが動き出しました。4項目の教育制度改革方針は次の通りです。

人材育成中期ビジョン、「和で稼ぐ、和が稼ぐ」。

- 「和で稼ぐ」とは、企業理念、行動規範に則り、部署間で連携し、組織として会社の利益に貢献すること
- 「和が稼ぐ」とは、一人ひとりが稼ぐ人材になることで、会社が稼ぐ組織となること

このビジョンに基づき、2014年は「数字力」と「部署間連携（標準化）」を重点教育項目として設定し、部署ごと、ステージごとに必要なスキルや資格、知識を明確化し「部署別あるべき人物像」を設定します。

企業理念・行動規範からはじまる人事制度と経営方針全体像



就業規則を改定し、コンプライアンスを強化しました。

2014年1月1日付けで就業規則を改定しました。

法令の変更に合わせて改訂を行いやすくする為、頁ごとに差し替えられるよう体裁を変更しました。

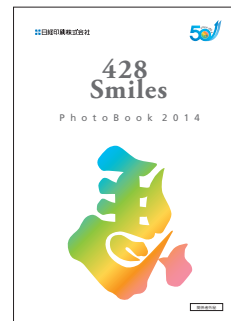
内容については、コンプライアンスに関する記述をより強化しました。主な変更点は以下の通りです。

- 服務規律の遵守事項に反社会的勢力と一切の関係を持たないことを追加しました。
- 「セクシャルハラスメント」と「パワーハラスメント」についての記載を服務規律へ移動・独立させ、扱いをより大きくしました。
- 定年退職についての記載を、高年齢者雇用安定法の改正に

合せた継続雇用として変更しました。

部署間連携の第一歩「PhotoBook 2014」

社内コミュニケーションの活性化、部署間連携の促進を目的として、2014年1月1日在籍の正社員、契約社員、パート社員の合計428名の全従業員の顔写真を載せたPhotoBook 2014を作成し、取扱い上の注意を定め配布しました。



ダイバーシティと労働安全衛生

多様化する雇用状況に対応

当社は年々多様化する雇用環境に対応し、ダイバーシティの推進に積極的に取り組んでいます。

- 新卒採用2013年4月の定期採用は12名でした。
- 中途採用2013年を通し29名を採用しています。そのうち7名の方は60歳以上の高齢者でした。
- 2013年度に定年を迎えられた方は3名。定年退職後、再雇用を希望された方は2名でした。
- 外国籍の方の採用状況ですが、主な求人先である日本語学校の実情に合せた就労支援の為、採用部署の責任者が卒業式まで出向いています。契約社員採用者2名、パート採用者12名の合計14名を採用しています。

労災の内訳と対策

2013年の労災事故は2012年より2件減少し5件でした。内容としては、機械の調節中（紙詰まりの解除、機械不具合の修正など）に指を挟むケースが3件と過半数を占めました。他の2件は、機械の角に誤って頭をぶつけた、カッターで指まで切った、という不注意によるものでした。

通勤災害は2件。こちらも昨年より1件減少しています。

労働災害件数（全て休業4日未満）

年度	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
件数	3件	7件	4件	7件	5件

労災について「事故・法規制違反報告書」で再発防止策を報告してもらっていますが、挟み込みと機械との接触は正しい手順を手順書に追加する事、機械の傍に注意を掲示する事と安全教育の徹底を行っています。

健康管理と心身の安全配慮

当社は冬期のインフルエンザに備え、手指消毒剤やマスクの支給や印刷けんぼによるワクチン接種の補助案内などを行っています。2013年には合計44名が被保険者と被扶養者の方がワクチン接種の補助を利用しました。

産業医面談としては、産業医の月例定期訪問時に実施しています。内容は過重労働問診票によるものや本人の面談希望、健康診断事後措置票によるものやメンタルの相談まで2013年には延べ14名が産業医面談を実施しました。また、2013年から、産業医の指導の下、安全運転講習時に、睡眠時間・眠気の有無、てんかん、睡眠時無呼吸症候群、糖尿病や服用している薬の状況などについてアンケートを行い、結果を産業医に送りチェックを受けています。万一の事故に備え会社の車両を運転する機会のある人は全員対象として、今後も年に一度継続していく方針です。

子育て支援制度

2013年度の子育て支援制度の利用状況です。

- 育児休業制度
新たに産前産後休業に入る方が4名いました。その内1名の方が産前産後休暇から育児休業制度に入りました。
- 配偶者出産休暇
配偶者が出産された方が6名いました。その内5名の方が制度を利用しています。
- 子の看護休暇
9名、延べ22日間の利用実績がありました。
- 育児短時間勤務
2名の方が短時間勤務制度を利用して勤務しました。

www.nik-prt.co.jp

 日経印刷株式会社

本社

〒102-0072 東京都千代田区飯田橋2-15-5
TEL.03-6758-1001 FAX.03-3263-5814

グラフィックガーデン

〒174-0041 東京都板橋区舟渡3-7-16
TEL.03-6758-1000 FAX.03-5392-6328

ハイデルベルグフロント

〒135-0023 東京都江東区平野2-3-14
TEL.03-6758-1004 FAX.03-3630-0826

浮間工場

〒115-0051 東京都北区浮間2-15-8
TEL.03-6758-1005 FAX.03-3966-0781

DTPスタジオ

〒383-0042 長野県中野市西条1315
TEL.03-6758-1006

