

CSRレポート 2016

CSRの芽を育む



CSRレポート 2016

目次

トップメッセージ	4
特集Interview 人の成長を促す職場環境の創造	6
お客様とともに	8
パートナー会社とともに	11
地域・社会とともに	12
従業員とともに	16
環境配慮	20
情報セキュリティ	22

会社概要

会社名	日経印刷株式会社	売上高	100億6,140万円 (2015年12月期)
代表者	代表取締役会長 林 吉男 代表取締役社長 吉村 和敏	従業員数	404名 (2016年4月現在) (パートアルバイトは除く)
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	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
創業	1964年10月		
資本金	9,950万円		

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

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

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、地域社会が私たちに期待していること、私たちができること、実際に行っていることをご紹介したいと考え、「地域・社会とともに」のページを増やしました。

対象期間

原則として、2015年度（2015年1月～2015年12月）の活動を対象期間としていますが、一部2016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。

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：2016年10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



表紙について

昨年の種まきをイメージしたデザインを受け、今年はCSRの様々な取り組みが新たに芽を出し始めた様子を表現しました。

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

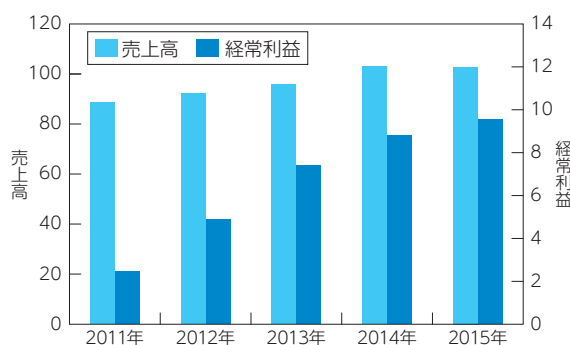
グリーンプリンティング工場認定 (グラフィックガーデン)

Japan Color 標準印刷認証 (グラフィックガーデン)

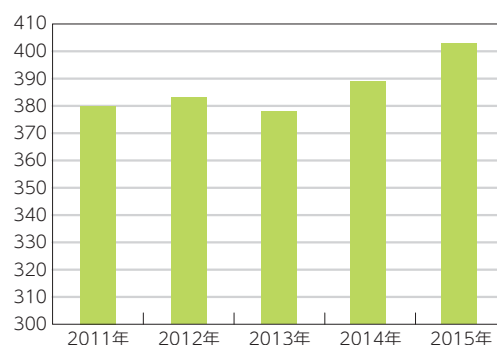
Japan Color プルーフ運用認証 (グラフィックガーデン)

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(億円)



社員数(人) ※パートアルバイトは除く



2020 Vision 挑戦し続ける企業



2020 Vision

- 日経印刷は成長し続ける。
- 紙への表現がコア（主事業）であることは変えない。
- お客様の想いを叶えるために、お客様のことを深く理解して日経印刷の技術とアイデアでお客様の課題解決に取り組む。
- 印刷をコアとして上流工程と下流工程を強化する。
- デジタル印刷技術とICTを活用し、表現の自由度を極め、「共感」を生み出すものづくりを支援する。

印刷業界で高まる日経印刷の存在感

当社は、創業50周年を迎えた2014年に年間売り上げ100億円を達成して以来、浮き沈みの激しい景気動向の中でもそれを維持してきました。ものづくりとしての印刷業は、20世紀の終盤から急速に発展したデジタル媒体とのせめぎ合いの中で、業界全体の売り上げが徐々に縮小し続けています。しかし、当社は紙へのこだわりを持ちながら、売上のみならず経常利益や従業員数も右肩上がりです。

アベノミクスで一時持ち直した感のある国内経済も、新興国の景気減速や世界的な政情不安のあおりを受け、回復のスピードは足踏み状態を続けています。この厳しい状況の中で、印刷業務を主体とした会社として、日経印刷がこれだけ存在感ある企業に成長できたことは、営業部門の不断の努力と、それを支える現場とバックスタッフのみんなの創意工夫の賜物であると考えています。

2020 Visionに込めた想い

50年以上に渡って紙にインキを載せる手法で社会に情報を届けてきた私たちは、平面メディアにおける表現のプロフェッショナルだと自負しています。新たに掲げた「2020 Vision」は、紙への表現が当社の事業のコ

日経印刷株式会社 代表取締役社長

志村和敏

であるために

アであること、お客様を深く理解して課題解決の一助となる取り組みを貫くこと、伝えたい人の表現力を技術とアイデアで支援していくこと、こうした企業姿勢が今後も不変であることを改めて示したものです。

平面における表現のプロとして、依頼されたことをただやるだけではなく「お客様が求めていることは何か」を自ら追求しなければ、自分たちの存在価値はない。5つのビジョンには、そうした想いが強く込められており、この会社で働く社員一人ひとりが、自分の役割の中でお客様の課題解決のために成すべきことを自ら考える人材になってくれることを期待しています。

2020 Visionの達成イメージ

2020年を迎えた時、日経印刷は「挑戦し続ける企業」「成長し続ける企業」であり続けている。それが私の思い描く5年後の“ありたい姿”であり、具体的な成長イメージとしては、紙とデジタルという2つの異なる平面媒体を融合させた、機動的かつ効果的な情報発信を行う集団になりたいと考えています。

「情報の新鮮さ」あるいは「検索性の高さ」についてはデジタルメディアに明らかなアドバンテージがある一方、紙には温もりや手触りなど現実世界での存在感があり、エネルギーを消費せずに情報を保存し必要に応じて引き出せるというメリットがあります。求められる機能から、紙である必要があるのかデジタルであった方がいいのかを適切に判断しつつ、今後も紙への表現を木の幹に、デジタル化を含む上流下流の周辺事業を枝葉と位置付け、日経印刷を2つの異なる平面媒体を融合させた1つの大きな樹として成長させていきたいと思っています。

印刷会社としての社会的責任を果たすために

CSRが経営の根幹であることは、私が社長に就任する以前から経営方針の中で謳われています。紙（印刷）をコアとする情報発信を担う企業として、社会に新たな価値を提供していくことこそ日経印刷のCSRであると考えています。

そのためにはまず当社が社会から評価され、存在が喜ばれる企業でなければなりません。コンプライアンスを徹底し、不祥事を起こさない組織と企業風土を醸成することは、CSR活動を進めていく上で不可欠の前提です。そして印刷業ならではの環境負荷を正しく把握し、定められた手順でその削減に努めること、顧客企業の機密情報や消費者の個人情報を取り扱うものとして、情報漏えいの防止に努めることも、当社の重要課題であると認識しています。

当社のグラフィックガーデンではCSRセミナー兼工場見学会を定期的に行っているほか、私たちの企業としての存在意義を伝える「CSRアクティブレポート」を作成し、社員一人ひとりがどのような姿勢でものづくりに取り組んでいるかとともに、会社として推進している社会貢献活動などの情報を発信しています。近年、ガバナンスコードの制定やSDGs（持続可能な開発目標）の策定、GRIガイドラインのバージョンアップなど、CSRにまつわる新たな国際指標が相次ぎ登場していますが、これらの新たな指針に学びながら、社会の要請に対応できる体制づくりを進めてまいります。

CSR意識の浸透とさらなる活動の広がりに向けて

当社では、2015年度を「社会に対する貢献を考える年」と定め社員のモチベーションを育み、2016年度は、いよいよそれを「実行する年」としてさまざまな活動を展開しています。CSRレポートの発行も5年目を迎え、私自身はCSR意識が一人ひとりの社員に至るまで浸透してきたことを確信しています。

その中で、トップである自分の役割は、社員一人ひとりに会社としての理念と志を繰り返し伝えながら、日経印刷としてのものづくりの在り方やお客様を含めたステークホルダーの皆様と接する姿勢を作り上げることだと考えています。そしてこの会社で働くすべての人が、人として守るべき当たり前の道徳と誠実さを持ち、会社に対して臆することなく意見が言える社員であってほしいと願っています。

人の成長を促す 職場環境の創造

生産本部 生産管理部
部長

羽生田 恒寛

生産管理部の体制を変更した 背景と動機を教えてください。

生産管理部は、これまで長年にわたり役割を分担して仕事をしていました。印刷や製本を手配する人、配送を手配する人、協力会社に発注書を発行する人、品質を管理する人など、一つひとつの業務を専任の人だけが担ってきました。そのため、自分の仕事に限っては上手にこなす一方、それ以外の仕事はよく知らない、対応できないという職場になってしまっていたのです。私自身は2008年1月に営業部から生産管理部（当時は業務部）に異動してきたので、当時からそれでは不便だと感じていました。営業時代は、しばしば生産管理部と対決関係にあったわけです（笑）。

自分がもし将来的に生産管理部の中でマネージャーのポジションに就くことがあれば「こういう形にしたい」ということを考えていて、それが機会を得てようやく実現できました。

組織変更を社内に提案した時、 周囲の反応はいかがでしたか？

長年続けてきた仕事のやり方を変えて、一人が複数の役割を担わなければならないわけですから「そんなことが本当にできるのか」という反応はもちろんありました。

なぜこうした組織に変えていく必要があるのかを理解してもらうために、プレゼンの場を作って部を運営するにあたっての自分の考えと一人ひとりの役割と期待について説明しました。なるべく私一人の考えの押し付けと感ぜないよう「自分たちで考えてください」という形で説明したので、みんなにも前向きに捉えてもらったのではないかと考えています。幸い「こんなことは無理」という人は出ませんでした（笑）。私がやったのは大枠を変えることだけです。自ら考えないと仕事が回らない状況をあえて作りました。「後は自分たちで考えてください」という感じです。けっこう無理やり変えたのに、みんな本当によく対応してくれたと思っています。

2016年1月に生産管理部内に新設された生産統轄課では、営業の課ごとに担当のチームをつくり、仕事の内容を理解した上で、さまざまな手配を課員の誰もが担えるようになることを目指しています。主な目的は社員の成長ですが、最終的には、全員がお客様の求める品質や仕事の内容を理解することで、誰が手配しても変わらぬ品質を維持していくというねらいもあります。今回の組織変更に込められた思いを、キーマンである生産管理部部長の羽生田恒寛が語ります。



今回の組織変更によって、働く人にはどんなメリットがありますか？

最も重視したのは、生産管理部で働く人の質の向上です。「私はわかりません」と自分の業務以外をシャットアウトしてしまえば、その人の仕事の幅がそこまでなくなってしまいます。そして「それは自分の役割じゃない」と言う人が多かったのは、逆に言うと会社側がそういう役割作ってしまったからではないか、効率優先で人の成長まで考慮できていなかったのではないかと考えました。多少強引ではありましたが、一人ひとりの仕事の幅を広げてあげて、日経印刷という組織全体の中で「自分が出来る何か」を自ら考える機会を作ってあげたかった。結果として、何か問題が発生した時でも自分で考え判断できる人が増えればいいという思いもあります。

会社やお客様にとっては、どのような効果を期待していますか？

生産統轄課は、営業の課ごとに対応するチームを2つに分けています。それぞれの課によってカラー印刷が多い、写真集系の仕事が多い、あるいは色味にシビアであるとか、複雑な仕様を要求されるなどさまざまな特徴があります。お客様の業種や扱う製品・サービスなどによっても印刷に求める品質が異なりますから、そうしたお客様ごとの特徴を理解したうえで印刷や製本、物流などを手配する。そうした日々の行動が、ゆくゆくはお客様から信頼される品質に繋がっていくのではないかと考えています。

目に見えてきた効果として、今まで品質チェックの担当者だけが担っていた協力会社から提出される印刷サンプル検査も全員で行うようにしたため、協力会社ごとの印刷品質を自分で判断するようになり、その結果、誰もが自信をもって印刷依頼ができるようになりました。また、若い社員を中心に「こうした方がさらにいいのではないか」という自発的な提案が出てくるようになったことも嬉しい効果だと思っています。一人のモチベーションが上がると課全体のモチベーションが上がるのだということを実感しています。

これまでの自己評価と今後の展望を教えてください。

自分の専門業務に関してはそれぞれがプロですから、持っているノウハウをいかに周りの人に伝えるかが課題でした。日常業務の中で教えられることは教え合い、さらに実務とは別に印刷や製本、規格などに関する知識習得のための勉強会も毎週実施するなど、良いサイクルができています。

しかし現時点では、組織としての業務効率化までは見込んでいません。以前よりも業務のスピードが各段に上がったかと問われれば、まだその段階ではないと思っています。目標としては、生産管理部の社員が営業に同行してお客様のところへ直接伺うくらいになりたいという意気込みで取り組んでいきたいと考えていますが、現実として日々の仕事に追われ、なかなか実行に移せていないのが現状です。今回の組織変更による人の成長を、いかに「お客様から信頼される品質」につなげていくことができるか、それこそが今後の大きな課題だと思っています。



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。

CSRセミナー

CSR報告書の制作業務のなかで得た経験やネットワークを活かし、お客様にCSR情報を発信する場として、少人数制のCSRセミナーを開催しています。2015年は、お付き合いさせていただいているコンサルティング会社様のご協力もあり、年6回開催、計51社71名のお客様にお越しいただきました。

CSRのトレンドは、社会情勢とともに変化してい



CSRセミナーの様子

ます。弊社としてもセミナーでCSR報告の動向を勉強させていただいています。セミナーで得た知識を訪問先のお客様と共有させていただき、自社のCSR活動はもちろん、お客様の企業価値を伝えるCSR報告書を、ともに作り続けて参ります。



CSR活動その先へ

CSRセミナーはお客様に最新のCSRのトレンドを発信するのはもちろんですが、お互いに情報のやりとりができることも魅力のひとつではないかと思えます。セミナーの後に開催される懇談会は、参加いただいたお客様とのコミュニケーションの場となっています。お客様とともにCSRについて考えていくなかで、「こんな活動をしたい」という展望が見えてくることもあります。私自身、実際にお客様とのお話の中から「一緒にCSR活動をできないか」ということになり、日経印刷のノウハウとお客様のネットワークを活かしたCSR活動をコラボレーションすることができました。今後もCSRセミナーの場を活かし、社内外問わず、お客様とともにCSR活動を発展させていきたいと思えます。
*お客様とコラボレーションしたCSR活動について詳しくは、CSRアクティブレポートVol.3のP6-7をご覧ください。

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



Voice

第一営業部 第1課
小羊 隆太郎 さん

● 2015年CSRセミナー一覧

開催日	テーマ	社数	人数
5/14	2014年度CSRの動向とCSRレポートのトレンド	11社	15名
6/11	オリンピックとサステナビリティ ～社会的責任の国際規格ISO26000のひろがり・ISO20121の最新動向～	6社	11名
7/16	注目される外部評価と情報開示	7社	13名
9/10	企業価値のコミュニケーションとESG情報	7社	8名
10/15	ISO14001：2015年版の発行とCSRレポートの関係 ～企業に求められる外部コミュニケーション戦略～	9社	13名
11/19	CSRレポートから分かる企業の顧客対応とこれからの消費者課題	11社	11名
合計		51社	71名

グラフィックガーデン工場見学会

グラフィックガーデン見学会の開催は4年目となりました。昨年もさまざまなテーマでのセミナーと工場見学

会をセットにした企画を開催し、幅広い層のお客様にご来場いただきました。

●セミナー

【カラーマーケティングセミナー「色を強みにするためのマーケティング手法」】4月、6月開催

【触れて実感！感性で伝える「紙」の可能性】10月開催

【商品の魅力を伝える色彩とは】11月開催



セミナーの様子

●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。



社員による説明

営業部主催の工場見学会は、『見て触れて』をコンセプトに年7回開催しています。工場見学だけでなく、制作・印刷・製本・用紙といった各分野のエキスパートの方をお招きして、お客様に興味を持っていただける内容のセミナー・見学会を目指しています。

2015年は、インクメーカー様による色についてのセミナー、用紙メーカー様による用紙の見本市を行い、ご盛況いただきました。

今後も色々な企画のセミナーや見学会を開催していきますので、是非ご参加ください。



Voice

G2見学会実行プロジェクト
2015運営リーダー
第一営業部 第3課
谷 直樹 さん

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じています。

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*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、各グループ、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、廃棄物発生の要因となる修正や刷り直しを削減しています。



Japan Color 認定証

FSC® COC 認証とは

日経印刷は、環境に配慮した日々の事業活動によって、企業としての社会的責任を果たすべく、2007年に環境方針を制定しました。このCOC認証の取得もこの方針に沿ったものです。

これにより、環境に配慮した印刷製品のひとつとして、FSC認証製品をお客様へご提供することが可能となりました。

FSC (Forest Stewardship Council®: 森林管理協議会) には、森林の管理を認証する「FM (Forest Management: 森林管理) 認証」と、認証された森林

から産出された木材の適切な加工・流通を認証する「COC (Chain of Custody: 加工流通過程の管理) 認証」があり、認証材以外のものが混入しないよう、各加工・流通工程で適切に管理された製品には、その証としてロゴマークがつけられます。



責任ある森林管理のマーク

品質向上部会

品質の維持・向上を目的とし、2014年から品質向上部会を始めました。①3年間で不良件数を半数以下にする、②各工程で曖昧になっていたり困っていたりする品質に関する問題を解決していく、ということを設立当初からの目標として月1回活動しています。部会では情報の共有と社内ルールの立案・検討までを行い、そこでの決定事項は各メンバーが自部署へ周知活動を行います。

営業・制作・現場の各部門の代表が集まっているため、部署内での解決が難しい問題も、全体の流れを考慮した解決策を出すことができます。

また、2015年からは品質向上部会メンバーが監査人となり、品質に関する臨時内部監査も開始しました。実際に発生した不良事例についての再発防止策が確実に実施されているかなどを確認しています。

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様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ことで、品質、納期、環境保全の維持向上にと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。

パートナー会社とのコミュニケーション

当社は、全生産の約50%をパートナー会社に依頼しており、パートナー会社との協業は無くしてはならないものといえます。現在、お取引させていただいているパートナー会社の数は、制作関連で約50社、印刷関連で約60社、製本関連で約70社にも上り、その他配送・発送関連のパートナー会社をあわせると200社以上になります。

「お互いに相談しあえる関係」であることを目指し、

企業理念である「公正な購買取引の慣行」のもと、全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・購買活動を心がけています。

また、新規でお取引を開始する場合は、提出いただいた資料の確認や工場などへの訪問、作業環境や作業方法等を確認してから、お取引を開始するようにしています。

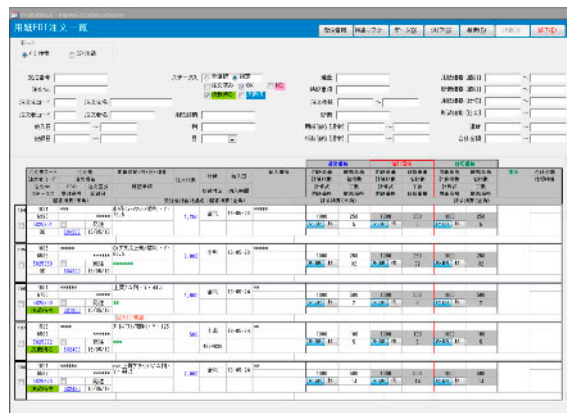
用紙EDIシステムの導入

2015年10月、用紙EDI^{*1}システムを導入し、用紙の注文から決済まですべてをEDIで行うことが可能になりました。

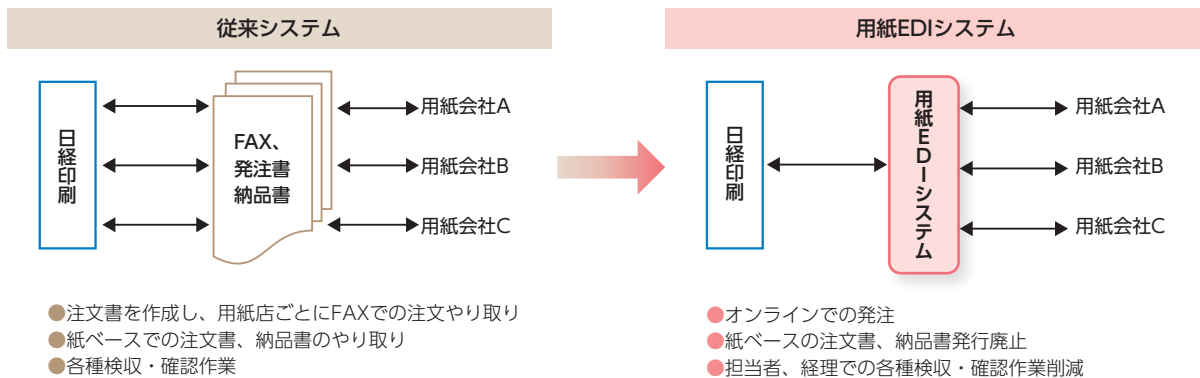
従来の用紙発注業務では、注文書の作成・出力・内容の確認、用紙店とのFAXでのやり取りなど、担当者は毎日その作業に多くの時間を割いていました。このシステムを導入することにより、手書きによる間違いや入力ミスがなくなるなど、作業の正確性向上はもちろんのこと、情報伝達のスピードも上がり、作業効率も大幅に上がりました。また、注文先である用紙店の担当者様からも、同様に作業効率があがっているとの声をいただいています。

今後は、パートナーである用紙店様からのEDIに関す

る要望も取り入れながら、より良いシステムとなるよう改善していきたいと考えています。



用紙EDIシステムの画面



*1 EDI (Electronic Data Interchange)

注文書や請求書などを標準的な電子データに統一して、専用回線やインターネットなどの通信回線を通してやり取りすること

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け入れや学生・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、印刷関連製品のできるまでを実際に見ていただいています。

インターンシップの受け入れ

東京の地場産業である印刷業を営む企業として、日経印刷は年間を通じて多くの学校、団体の学生・生徒さんにインターンシップの場を提供しています。実際の日々の仕事に触れてもらうことで、環境への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もらおうことを目的としています。

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方々の職業体験も受け入れています。これらの体験を通じて、学ぶこと、働くことの意義を感じ取っていただき、就労意欲の向上につながればと考えています。

インターンシップで来られる生徒の皆さんに共通しているのが、初めての場所や作業に緊張していることが一目でわかるということです。

そんな生徒さんたちに実作業をしてもらう上で一番に注意しなければならないことは「安全」です。機械が稼働している現場では、ケガをしないということが第一だと考えています。

最初は不安そうに作業していた生徒さんが、実習期間が終わる頃には自分の担当する作業を迷いなく進められるようになっていたのを見て、「自信がついたのかな」と思うこともあります。

3～5日間という短い期間ですが、この経験を通じて生徒さんたちが働くことの楽しさを知り、将来を考えるきっかけになれば、これほど嬉しいことはありません。



Voice

製本部無線綴課
平野 晃良 さん

● 2015年インターンシップ、職業体験受入状況

受入期間	学校・団体名	人数	部署
1月19日～23日	東京都立職業能力開発センター	1人	印刷部
1月20日～22日	東京都立職業能力開発センター	1人	営業部
1月20日～22日	東京都立職業能力開発センター	2人	制作部
2月 4日～ 6日	埼玉県立高等学校	2人	製本部
2月12日～13日	東京都立工業高等学校	1人	印刷部
6月15日～19日	東京都立特別支援学校	1人	製本部
6月17日～6月24日	埼玉県立高等学校	2人	製本部
7月 8日～ 9日	東京都立高等学校	2人	製本部
7月13日～16日	東京都立職業能力開発センター	2人	印刷部
7月14日～16日	東京都立職業能力開発センター	2人	営業部
7月14日～16日	東京都立職業能力開発センター	1人	制作部
10月19日～23日	東京都立特別支援学校	1人	製本部
11月 9日～13日	私立中学校	2人	製本部
合 計		18人	

工場見学の受け入れ

お客様やお取引先様、採用試験に応募いただく学生、生徒の皆さん以外にも、たくさんの方がそれぞれの目的で工場見学に来られます。一番多いのは近隣の小学校の児童さんによる社会科見学です。3年生の授業で印刷や製本について学習しているとのことで、ここ数年の定番となりました。まずはDTPのデモや印刷の原理、製本の工程について説明を行い、その後実際に工場を見学してもらっています。北区にある浮間工場では、オペレーターが印刷の仕組みについて実際の印刷機を使って説明するなど、工場それぞれの持ち味を生かして社会科

見学に協力しています。また、特別支援学校の皆さんや民間の障害者就労施設に通所される方の見学も受け入れています。そのほか、専門学校の生徒さんやビジネスインターンシップにおいては、進路の選択の一助として、デザイン・編集・DTP、印刷・製本といった本作りの各工程を見学いただいています。

● 2015年見学実績（お客様を除く）

実施回数	11回
参加人数	531人
目的	障害をお持ちの方の企業見学、ビジネスインターンシップ、社会科見学、企業見学



ビジネスインターンシップの皆さんの見学の様子



北区立小学校生徒さんの見学の様子

撮影ロケ地として工場を提供



ドラマのロケーション風景

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を目的としています。日経印刷は、2013年にロケ地紹介サイト「東京ロケーションボックス」に登録し、いただいたオファーの中から誰にでも見られるドラマやCMを中心に選び対応してきました。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を期待しています。2015年度は企業の製品紹介映像1件、CDアルバムのCM撮影1件、テレビドラマ6件の撮影が行われました。

「子ども110番の家」として登録（浮間工場）

北区にある浮間工場を、地域ぐるみで子どもを犯罪被害から守るための取組みとして行われている「子ども110番の家」として登録しました。



従業員レポート



印刷部浮間印刷課
課長（2015年当時）
岡崎 均 さん



浮間工場のすぐ近くに小学校があり、毎朝たくさん子どもたちが通学する光景を目にします。週末の近隣清掃を通じて子どもたちが気持ちよく挨拶をしてくれることもしばしばあり、地域とのコミュニケーションを大事にして活動しています。

そんな環境の中、3年生の社会科見学として浮間工場を見学したいとの依頼を小学校から受けました。2014年を初回とし、2015年も社会科見学としてたくさん子どもたちが浮間工場を見学に訪れました。見学の後は子どもたちから感想文が送られてきます。

子どもたちからのストレートな感想からは学ぶことも多く、本当にありがたいコメントばかりです。何よりも子どもたちからの「ありがとう」の言葉がとても力になり、そんな子どもたちを守る日経印刷でありたいと強く思うようになりました。そんな思いを課員全員が感じ取ってくれ、『地域と子供達』をキーワードに話し合いを行っていた月例のCSR活動ミーティングのなかで『子ども110番』という意見が出てきました。

北区子ども110番は、PTAが中心となり、近隣住民と警察署とで連携して、地域社会全体で子どもたちを守る活動です。凶悪犯に立ち向かうとか、何かをしなければならぬというような難しいことはありません。何かに困った子どもたちがいつでも駆け込むことができる場所、子どもたちを受け入れる場所を作ることです。早速、警察署のホームページからマニュアルなどダウンロードして勉強会を実施し、必要となる記録用紙と対応手順書を準備して、誰でも応対できるよう準備を整えました。

そんなある日、帰宅途中に「日経印刷のおっちゃん！」と1人の男の子に話しかけられました。2014年に工場見学に来てくれた子でした。実家が印刷工場をしているようで、「大きくなったら、おじちゃん達みたいになって、家の印刷会社を大きい工場にしたい！」と夢を語る男の子の笑顔にグッと心を動かされました。そのときの「こういう子供たちをサポートしていきたい！」という思いを持って活動に取り組んでいます。

中には、トイレを貸してほしいという子どももいましたが、それも当然受け入れます！何かに困った子供たちがいたら、周りの大人が気づいて声を掛けてあげる。そういう行動を当たり前のこととして地域社会に貢献していきたいです。

各種イベントへの協賛

印刷会社として、あるいは板橋区に工場を持つ企業として、様々な活動、団体に協賛を行って支援をしています。

●出版甲子園

学生から「本」の企画を募集し、出版業界を盛り上げようと活動している学生団体を支援しています。企画募集や決勝大会の告知用リーフレット・ポスターの印刷を

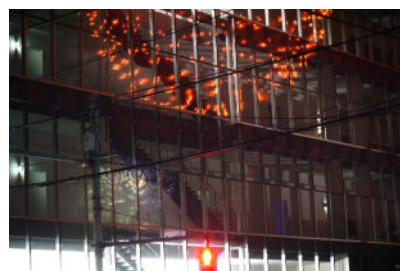
サポートしています。

Webサイト：<http://spk.picaso.jp/>

●いたばし花火大会

グラフィックガーデン工場の地元である板橋区と荒川をはさんだ向かい側の戸田市の共催で毎年8月の第一土曜日に行われる「いたばし花火大会」に協賛しました。

社員は毎年、家族や友人を招待してグラフィックガーデン工場の食堂や屋上から楽しく花火を見物しています。



●日本タウン誌・フリーペーパー大賞2015

一般社団法人日本地域情報振興協会が毎年開催しているイベント「日本タウン誌・フリーペーパー大賞」に協賛しました。「日本タウン誌・フリーペーパー大賞」は、全国のタウン誌やフリーペーパーの応募を募り、誌面ク

オリティや読者の支持率などをもとに審査を行い、評価の高い媒体を表彰するものです。地域の情報発信のために頑張っている方々を少しでも応援したいと考えています。

Webサイト：<http://award.nicoanet.jp/>

東日本大震災復興支援

毎年6月に食事会というパーティーを開催しています。そのパーティーで行われる抽選会の景品として、東日本大震災の復興支援の意味も込めて「純米八重の桜し

ずくとばんげぼんげセット」（福島県）と「宮城の絶品おむすびキット～春の食材～」(宮城県)を購入しました。

使用済み切手の回収

会社に届いた郵便物の切手を回収してボランティア事業に参加しています。回収した使用済み切手は、麹町法人会を通して世界中のお母さんと赤ちゃんの命を守る活動を推進する公益財団法人ジョイセフに送付します。集

められた切手は換金され、ジョイセフが開発途上国で推進する妊産婦と女性の命と健康を守るための活動資金として活用されています。

従業員とともに

日経印刷には、契約社員やパートアルバイト社員として働いている方も多数います。そういった方々の待遇の向上のために、職域限定正社員制度を導入しました。その他にも、働く時間の制限に応じて勤務できる時間限定正社員制度を導入するなど、より働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

職域限定正社員制度の導入

労働契約法により定められた無期転換ルールを受け、基本的に異動や職務の変更がなく、業務の責任範囲も限定的となる職域限定正社員制度の導入を検討し、2016年1月から導入することを決定しました。

現場の軽作業に従事していた有期の契約社員は、この制度の導入により職域限定正社員へ切り替わりました。また、これを機に契約社員の職務見直しが行われ、一部の方を正社員としての雇用に切り替えました。

時間限定正社員制度の導入

育児・介護休業法では3歳までとされている8時間未満の短時間勤務ですが、社内の育児・介護休業規程では小学校入学までに延長しました。さらに小学校入学から小学校3年生までは、時間限定正社員として勤務することできる制度を導入することにしました。育児のほか、介護や傷病、その他の都合でも時間限定正社員として勤

務が可能になりました。

制度	適用人数
契約社員から正社員への転換	6名
職域限定正社員	9名
時間限定正社員	3名

社内研修

2013年に教育体系構築プロジェクトを推進し、会社全体の教育体系を作成しました。2015年度もその体系

図に基づいて、さまざまな研修を計画し、その一部を実施しました。

(1) 新入社員研修・フォローアップ研修

2015年度は4月1日に新卒10名、キャリア4名の合計14名が入社しました。3月31日に外部講師によるマナー研修、4月1日に入社式を行い、引き続き新入社員研修を実施しました。日経印刷の新入社員研修は各部署のマネージャが講師を担当します。3日間の社内研修の後は、学校法人日本プリンティングアカデミーで約3

週間、印刷の基礎について学習します。また、入社から半年経った10月にはフォローアップ研修を実施しています。そこでは、自分のできていること、できていないことについて上司・先輩からアドバイスをもらうことで、2年目に向けての意識付けを行っています。



(2) 中堅社員研修

6月に大卒4年目、高卒6年目の社員14名を集めて、中堅社員研修を実施しました。問題解決力、コミュニケーション力、問題解決実践力の向上を目的とし、2泊

3日で行いました。さまざまな部署の社員が集まることから、部署間連携の強化も狙いのひとつとなっています。



(3) 管理職研修

不定期に行っていた管理職研修を5年ぶりに実施しました。前は営業本部を除く各部署の課長が対象でしたが、今回は全部署の部長、課長を対象に実施しました。研修は2日間のプログラムで、初日は管理職に求められ

るコンピテンシーの検討とゲームを通じた数字力の強化、2日目は部署ごとにグループを作り、各部署のビジョンについて検討するという内容でした。



(4) 新任管理職研修

1月に新たに就任した課長を対象に、新任管理職研修を実施しました。課長としての役割や責任、権限につい

て、さらには稟議や勤怠管理といった知識の習得を目的としています。

(5) DTPエキスパート講習

当社では営業本部、制作本部に所属する2年目の社員に対して、DTPエキスパート資格取得に向けた講習を行っています。6~8月の土曜日に、チャレンジ講座、直前対策講座を開催、9月には実技対策を行って合格に

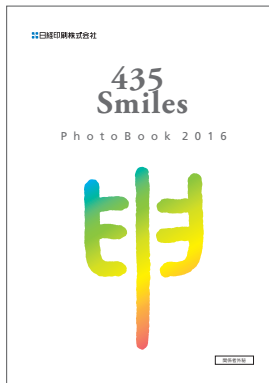
向けたサポートをしています。結果として、2015年8月に行われた第44期DTPエキスパート認証試験では、全体の合格率が39.2%だったのに対し、当社受験者の合格率は90.9%となりました。

確定拠出年金制度の導入

社員の老後の資産形成を支援するために、確定拠出年金（DC）制度を導入しました。公的年金の支給開始年齢が65歳まで段階的に引き上げられているなかで、豊かで安定した老後生活を実現するためには、できるだけ早い段階から定年後を見据えて準備していくことが重要

です。そのため確定拠出年金制度の枠組みを利用した制度を構築しました。制度を導入した4月には85名が利用を開始し、年末にはさらに5名増えました。現在90名が制度を利用しています。

部署間連携の第一歩「PhotoBook2016」と「社内報」



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、2016年1月1日時点で在籍している全従業員（正社員、契約社員、パート社員 計435名）の顔写真を載せたPhotoBook2016を作成し、配布しました。従業員の顔写真とともに、好きな食べ物や行ってみたいところ、今年チャレンジすることを掲載した社員名鑑とも言えるものとなっています。より一層円滑な社内のコミュニケーションと部署間連携の向上を期待しています。

また、それ以外にも社内報を年4回（1月、4月、7月、10月）発行しています。社内の最新情報を共有したり、社員を紹介したりすることで、社内のコミュニケーションの活性化に役立てています。

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2015年4月の定期採用は10名（大卒6名、高卒4名）でした。

- ・中途採用2015年を通して19名を採用しています。そのうち1名が60歳以上の高齢者でした。
- ・2015年度に定年を迎えられた方は1名でした。
- ・外国籍の方の採用状況ですが、日本語学校の留学生を短期のパート社員として1名採用しました。

● 労災の内訳と対策

2015年は業務災害が7件発生し、2014年より3件の増となりました。通勤災害は0件でした。発生した業務災害の内容は、以下のとおりです。

- ・両手にそれぞれ一枚パレットを持っての移動中に、持っていたパレットに足を引っ掛けて転倒。両手がふさがっていたため、顔を打撲し骨折した。
- ・部下の仕事の確認のため、急いで高さ20センチほどのパレットを跨いだ際に左足がすべり、右足の内側から床に落ち骨折した。
- ・紙折り機が詰まったため、これを取り除き運転再開ボタンを押して様子を見たとき、ローラーは回っていないと勘違いして触れたところ指を挟まれた。
- ・作業中に誤って次の作業用の判に指があたり怪我をした。
- ・自動現像機のエラーを調査中、詰まっていたものを取り除いたときに現像液が跳ねて目に入った。
- ・機械のサイドカバーが開いているのに気づかず、カバーの角にわき腹を強打し、骨折した。
- ・自動現像機のトラブル対応中、詰まった板を取り除くときに鋭利な角のある部品で右手人差し指を切った。

エラーやトラブルの対応中が4件と最も多く、次に移動時の不注意によるものが2件、イレギュラーな状況下で発生したものが1件となっています。機械のメンテナンスやエラー処置のときは、機械を必ず止めること、軍手やゴーグルなど決められた装備品を身につけて手順通りに行うという基本的なことが重要です。そのため必要な装備などは目立つ位置に置くようにしています。また、職場の異動により新しい部署に配属されたときは、まず初めに安全教育を行い、職場全体で事故の防止に努めています。

年度	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
件数	4件	7件	5件	4件	7件

● 健康管理と心身の安全配慮

産業医の月例定期訪問時に産業医面談を実施していません。内容は過重労働問診票や健康診断事後措置票によるものから、本人からの面談希望、メンタルの相談までさまざまです。2015年には12名が産業医の面談を受けました。

また、2013年からは産業医の指導のもと、安全運転講習時に睡眠時間や眠気の有無、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、チェックを受けています。

万一の事故への備えとして、会社の車両を運転する機会のある社員全員を対象に、今後も年に一度継続していく方針です。

● 子育て支援制度

2015年度の子育て支援制度の利用状況は次のとおりとなりました。

・ 育児休業制度

育児休業中の社員は2014年度より増え7名でした。そのうち3名は2015年4月に復職しています。残る4名も2015年度中に復職予定でしたが、保育園入園の都合などの事情により、育児休業期間を延長して2016年4月に復職しました。

また新たに産前産後休業に入る社員が1名おり、産後休業終了後、引き続き育児休業となりました。

・ 配偶者出産休暇

配偶者が出産した社員が8名いました。その内2名が制度を利用しました。

・ 子の看護休暇

12名、延べ26日間の利用がありました。

・ 育児短時間勤務

2014年度から継続して2名の社員が短時間勤務制度を利用して勤務したほか、4月に育児休業から復職した3名を含め、制度利用者が5名となりました。

環境配慮 (省エネルギー・ゼロエミッション・他)

生活を維持するためのエネルギーや身の回りの製品を作るための原材料は、なくてはならないものです。しかし、今のままでは、化石燃料などエネルギー資源の消費量が2050年には2010年の3倍になると予想されています。当社では「環境にやさしい工場」を合言葉に環境負荷の低減に取り組んでいます。

使用エネルギーの削減

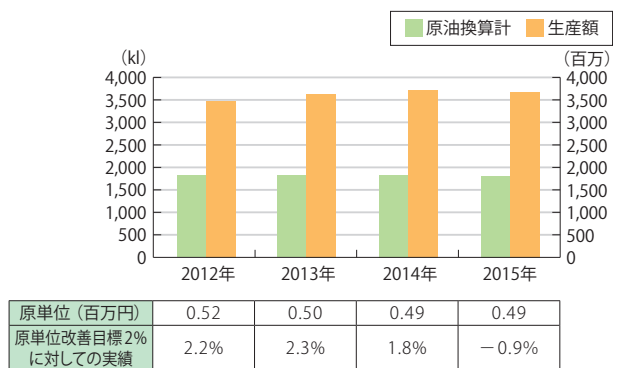
会社全体での生産量が毎年増大し、絶対的なエネルギー使用量が増えているなか、日経印刷ではエネルギー原単位^{*1}の改善を目標にしています。

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%を改善目標としています。その実現のため、省エネ対策をまとめた「節電ガイド」を社内でも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。

取り組みを開始した2011年以降、省エネ意識の定着とともに削減が続いていましたが、2015年は設備の更

新等があり▲0.9%となりました。当社を含めた全社では、1.1%の改善となりました。

● エネルギー原単位集計(全工場) (本社以外の事業所で集計)



ゼロエミッションの実現に向けた地道な分別

印刷物を作成することは、環境に少なからず影響を及ぼしています。日経印刷では環境影響を緩和するため、ゼロエミッションを目指した活動を行っています。ゴミとして廃棄するものをできるだけ減らすため、3R (リサイクル・リユース・リデュース) で分別を徹底して行い、最も進んでいる工場ではリサイクル物などの分別が37種類となりました。さらに、製本部では独自の分別

ルールで活動を進めており、その数は27種類にもなります。印刷機の24時間稼働を行っている浮間工場では、夜勤者分の食事を仕出し弁当業者をお願いすることにしました。これにより、1年のうち7ヶ月で、1ヶ月の可燃ごみが70リットル1袋というレベルにまでゴミを減量することができました。

晴朗塾のCSR活動

晴朗塾では、校正・原稿などを入れるために使用するビニール袋のリサイクル活動を行いました。これにより、新品のビニール袋の購入が削減するとともに、ビニール袋の廃棄も削減しました。

また、印刷工程で出た残紙から自由帳を作り、工場見

学に来た近隣小学校の児童にプレゼントし、紙のリサイクルについて啓蒙を図りました。



*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。省エネ法では、年平均1%の改善が、努力義務化されています。これまで電力100kWで製造していた製品を99kWで製造できれば1%の改善となります。

グリーンプリンティング工場認定の更新

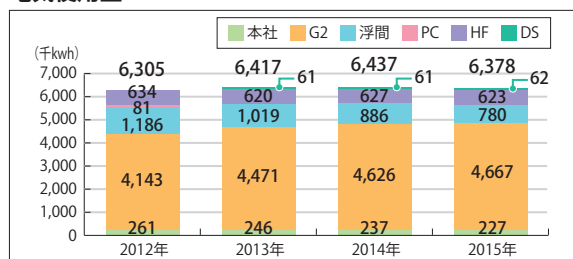
グラフィックガーデンは、2012年3月にグリーンプリンティング（GP）工場として認定されてから3年が経過し、2015年2月に更新審査を受けました。労働安全衛生への配慮や緊急時の対応など、新たな項目として

加わりましたが、無事に審査をパスし、GP工場認定を更新することができました。また化学物質の使用に関しても前述の有機則非該当を含めた、より環境負荷の少ないGP認定資機材の使用割合を高めて行きます。

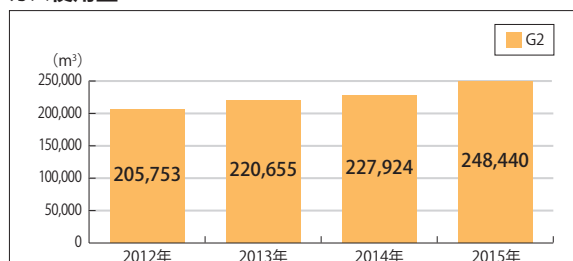
環境データ

INPUT

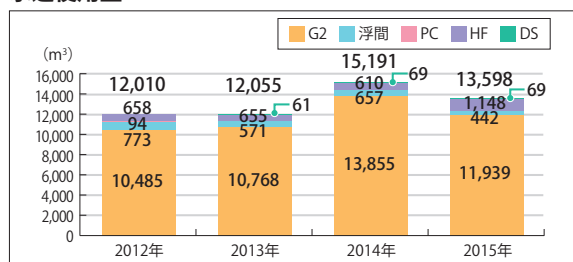
電気使用量



ガス使用量



水道使用量



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

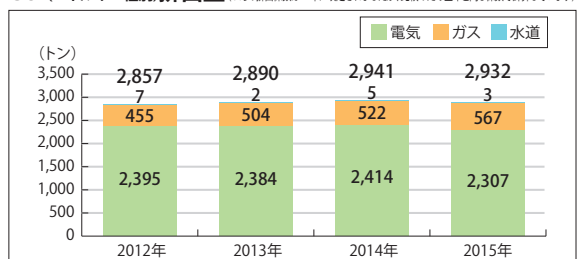
排出係数

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
 千Nm³×単位発熱量(45)×排出係数(0.0136)×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

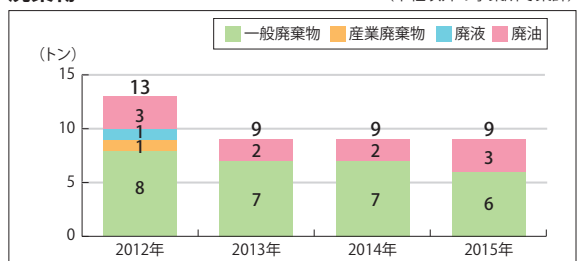
OUTPUT

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)



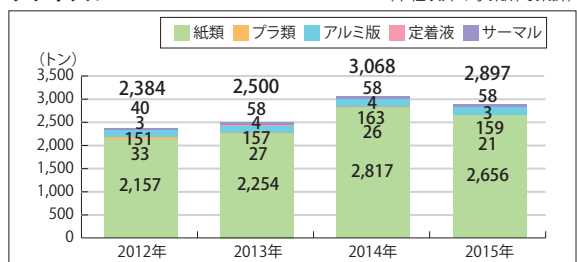
廃棄物

(本社以外の事業所で集計)



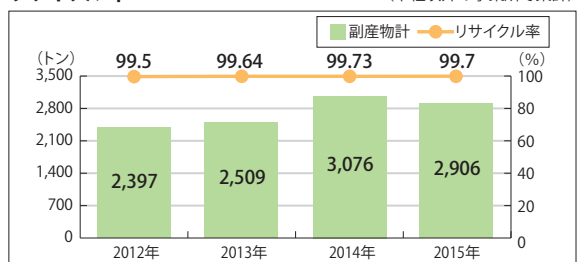
リサイクル

(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)



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情報、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預けていただけるよう、情報セキュリティ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

日経印刷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。また自社内の情報として、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) 認証を取得しました。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。

BCP (事業継続計画) への大きな1歩

IT基盤のほとんどを集約しているグラフィックガーデンが停電や洪水などにより機能を失うと、業務に支障をきたしてしまいます。そのため、2014年にDR（ディザスタ・リカバリ：災害からの回復措置、被害を最小限に抑える予防措置）拠点として沖縄にデータセンターを構えました。

既に基幹システム（PrintStation2）のDR対応を開



始しており、2016年にはEメールやWebDAVサーバなどのバックアップの運用を開始しました。

大切なデータや情報を守るために

日経印刷では、作成する印刷物だけでなく、その制作過程におけるデータのやり取り経路・手段や社内での取り扱いにおいてもお客様に安心していただけるセキュリティが必要だと考えます。

まずデータのやり取りでは、監査ログが取得できないデータ交換サイトを利用したデータのやり取りを禁止し、WebDAVサーバと日経印刷セキュアファイル転送（Nikkei Secure File Transfer）という2つのソリューションを使用しています。どちらも通信経路の暗号化やユーザ認証、監査ログが必須であり、大切なデータの安全な受け渡しが可能です。その他にも、Eメールやイン

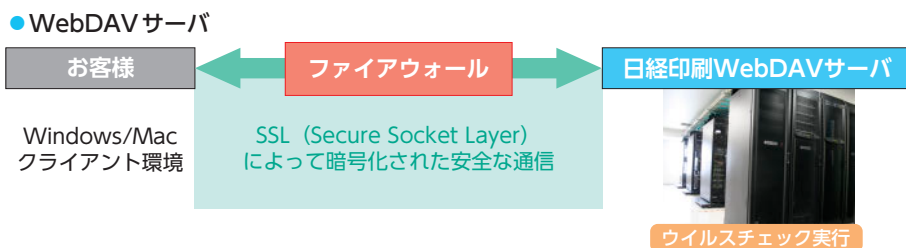
ターネットからウイルス感染を防ぐため、システム面での各種セキュリティ施策を実施しています。

また、社内ルールで「極秘」「機密」レベルに設定された業務においては、作業担当者を限定して作業を行っています。さらに案件ごとにアクセス制御された専用フォルダの使用や原稿保管キャビネットの施錠、印刷物保管場所への入室制限などをおこない、情報の流出を防いでいます。

これらの取り組みは「情報セキュリティ管理策規定」でルールとして規定され、全社員が情報セキュリティを意識しながらスムーズに運用できる仕組みを実現しています。

*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。



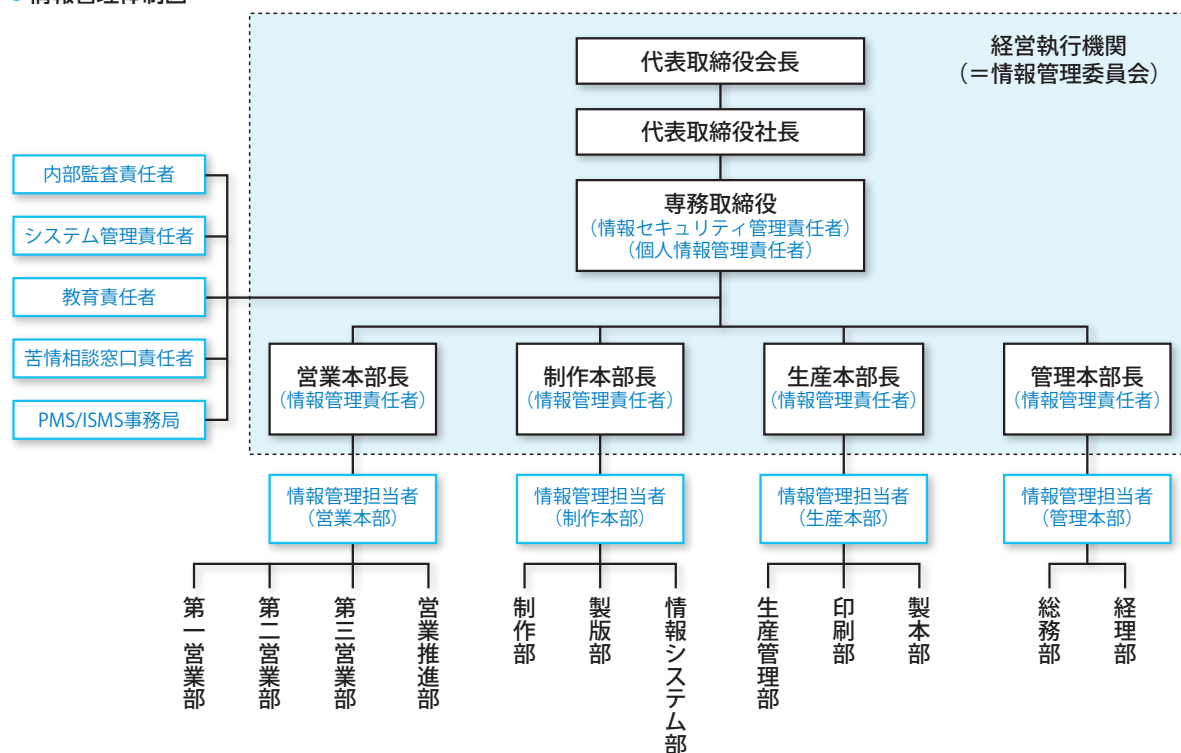
業務と一体化した情報セキュリティ体制

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。また、毎月1回情報管理担当者が職場内を巡回して“ヒヤリ・ハット”（小さなルール違反や不具合）の検出を行い、「情報管理担当者会議」で具体的な対策が検討・立案されます。「情報管理委員会（経営会議）」で承

認されると社内ルールとして展開されます。

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。

● 情報管理体制図



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

