

CSR REPORT 2021

NIKKEI PRINTING INC.

特集

1

2年目のコロナ禍で考えた

オンライン工場見学会

特集2

今更聞けない
SDGs
「自分ごと」として
取り組む
SDGsのために

特集 1

バーチャル工場見学

バーチャル工場見学は、時間や場所を選ばずに自社工場のプロモーションが可能です。
また、お客様や周辺地域住民への安全性や技術力、新商品のアピールだけではなく、
企業イメージの向上や地域貢献、将来的な人材採用にも役に立ちます。

ENTER

2年目のコロナ禍で考えた オンライン工場見学会

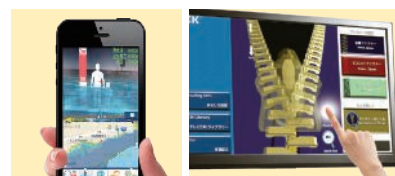
長引く新型コロナウイルス感染症対策で、お客さまへ訪問しての営業活動の自粛は続き、慣れないリモートでの営業を余儀なくされました。並行しSNSやWEB上での営業を図るも、商談機会を生むツールとしてはなかなか成果が上がらず、改善が不可欠でした。そんな状況を受け、コロナ禍1年が経過したこの春、ホームページを見直し商談数をアップさせるためのプロジェクトチームが発足。集められたメンバーは4つの営業部から各1名、WEBを活用した商材開発を進める制作推進課から2名の計6名。個々の力を集結して「商談数アップの命題」に取り組みました。

キャドセンターからの「バーチャル工場見学」提案がヒントに

株式会社キャドセンター

CAD CENTER

革新的な技術力をベースに世に送り出したデジタルコンテンツの数々は、様々なシーンでコミュニケーションの新しい価値を生み出してきました。市場の変化を敏感にとらえたセールスプロモーションツールや、社会によりよい豊かさや利益をもたらすシステム・サービスの提供により、お客様のご要望にお応えしています。





「バーチャル工場見学」を 「オンライン工場見学会」へ

議論を重ねたプロジェクトチームが注目したのが、グループ会社であるキヤドセンターからの提案で制作が進んでいた「バーチャル工場見学」。

皮肉にもコロナ禍という状況のおかげで一気に加速した国内のDX化の時流を捉え、今後、アフターコロナにおいてもネット上での商談の機会を生み出す試みとして魅力的なそのコンテンツを、休止している工場見学会に代わるものとしてより有効に活用するために「LP*」を制作することで、単なるサービスの紹介ではなく、日経印刷自慢の工場と人財をアピールする仕掛けへと発展させることにしました。本特集では、「オンライン工場見学会」のLP開発の概要を、携わった6名のメンバーのコメントとともにご紹介します。

*Landing Page: リンクや検索エンジンなどから訪れたユーザーが最初に見(着地する)Webの内容への導入ページ。



第二営業部 第二課
佐野 将一

春先にプロジェクトチームが発足し、当初は何を打ち出すか、日経の特色は？などチーム内で様々な意見を交換しました。その中で「やはり日経印刷のかなめはグラフィックガーデン(設備の整った工場)と働く人(人財)ではないか」とメンバーの意見が一致。コロナ禍においても日経印刷の設備力をアピールできるツールを作成する企画がスタート。キヤドセンター様のコンテンツ提供もあり、想いをカタチにすることができました。コロナ対策だけでなく、リアルとバーチャルを組み合わせた新しい営業ツールとしてお客さまに活用していただけるよう期待しています。

完成したLP! 営業ツールとして役立つページを目指しました!

制作のポイント1 「設備×人」

印刷設備は他社と同じでも、それを使う人を前面に出すことで差別化を意識しました。

制作のポイント2 G2オペレーターへ取材

技術力が高いリーダークラスのオペレーターに、品質で重視している事、技術継承などを取材し紹介しています。

制作のポイント3 制作部ならではのページづくり

コンバージョンや問い合わせのしやすさなど、WebならではのUI*を意識しつつ、見た目にもこだわって設計しました。

*UI(ユーザーインターフェース): WebサイトでのUIは、見た目や使いやすさを表す。





制作部 制作推進課
森 雄介

コロナ感染症対策で工場見学会が休止していた事、Web商談が増えた事、グループ会社が工場のVR制作をした事がアイディアのベースとなりこの企画が生まれました。VRを紹介するにはデジタル商材が良いと思い、プロジェクトメンバーとも話し合い、制作推進課の大貫さんがLPを制作しました。設備と技術で動く工場の紹介ツールが増やせて良かったです。

バーチャル工場見学をLPにする際に、ただの設備紹介で終わってしまつと日経の良さを伝えられないと考えました。そこで、改めてメンバーで日経の強みについて何だろうという所から話し合い、設備だけではなくそれを扱う「人」が強みだよねという事になりました。工場見学動画だけでは伝えきれない社員の想いや活動をLPにまとめることが出来て良かったです。



第一営業部 第2課
田中 譲二

メンバーの声



第三営業部 アシスタント
清水 絢子

コミュニケーションを取るのが難しいコロナ禍、工場へお越しになるのが難しい方にもG2を知っていただけたらな、という思いで作成しました。各工程のスペシャリストのコメントから、日経印刷の品質を支えている現場の力を感じていただき、日経印刷をより身近に感じていただけるツールになれば嬉しいです。

「HP経由での商談を増やす」という目的の元発足しましたが、入社5年目の自分にとって、改めて営業が何を売っているか、何が日経の売りなのか、売りとして提供できるのかを考えるいい機会になりました。突貫で作っては当初の目的は達成できないということにメンバーで共有し、目先に捉われず、バーチャル工場見学会を発端に、今後多岐に展開できる見通しを立てるのに苦労しました。



第四営業部 第1課
松本 将司

私は、メンバーの作ったラフを元に、実際のLPを制作する作業を担当しました。CADセンターから上がった工場見学VRに遷移したときの違和感を減らすため、メインカラーや帯の形をVRサイトと統一しました。また、内容が多かったため、ページが長くなりすぎないように配慮して、クリックで新しいウィンドウを出すなどすっきりとした作りになるよう心がけました。



制作部 制作推進課
大貫 恵理

Withコロナ Afterコロナを見据えて

Graphic Garden Gallery Renewal

グラフィックガーデン1Fのギャラリーが大きくリニューアルします。

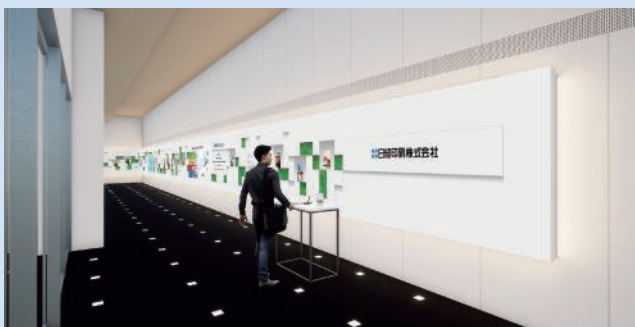
既存のスペースを活用しながら、日経印刷の企業シヨールームとしての機能に加え、日本創発グループのグループ力を体感いただけるスペースとして、今の情報をしっかりと訴求しながら、これからの展開までをプレゼンテーションできる空間として生まれ変わる新しいギャラリーは、工場を訪れるお客様へのアピールはもちろん、地域住民の方々や子どもたちの工場見学への開放までもに対応する、「その先のシヨールーム」を目指し、「日本創発グループの新たな情報発信拠点」としての役割を明確化します。

ギャラリーの充実に加え、再開する工場見学会を今まで以上に進化したものにするため、案内する社員が持つ「親機」と見学するお客様の「子機」のiPadをリアルタイムに同調させ、実際は見られない場所が見られたリクイズなどのイベントが楽しめる「アテンドナビ」も導入します。

～リニューアルテーマ～

Connect Garden

- 顧客・日経印刷・日本創発グループをつなげるソリューションの場 ■
- グループ企業間の情報と技術をつなげる進化の場 ■



「自分ごと」として取り組むSDGsのために

SDGsの背景:世界全体が共有する危機意識の高まり

地球環境は現在、深刻な課題を数多く抱えています。エネルギー問題ではCO₂排出量の増加による温暖化、異常気象や自然災害の増加、森林の砂漠化と水不足など。

人が生活する社会では、国際紛争もあり貧困や差別などの問題も解決していません。それにもかかわらず、世界人口は現在の77億人から2050年には97億人に増えると予測されています。貧困層はさらに増え、環境破壊が進み、食料が不足し、資源を奪い合って争いが絶えなくなるといった事態が起こるかもしれません。

「このままではいけない」という意識が世界全体で認識され、SDGs目標を掲げることになりました。

SDGsは、世界の国々が共通の問題として改善、解決に向けて動き出し達成しようと掲げた17の目標(ゴール)です。正式には、SDGs (Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)です。「誰一人取り残さない(leave no one behind)」持続可能な社会の実現を目指す世界共通の目標は、2015年、国連サミットにおいて全て

の加盟193カ国が合意した「持続可能な開発のための2030アジェンダ(実施する計画)」の中で掲げられました。2030年を達成年限とし、17の目標と169のターゲットから構成されています[※]。

国連は、SDGsの達成は、企業のみならず、市民の社会的な使命でもあると定義しています。

全世界の社会課題・ニーズであることから、企業にとって、将来の大きなビジネスチャンスとして捉える側面があります。また、SDGsの達成に貢献するビジョンや成長戦略を非財務情報として開示することで、企業のブランドイメージ向上を図り、新卒採用に苦戦する中小企業にとっては、SDGsへの取り組みを積極的に発信することで採用力を強化するなど、多くの企業がSDGsを掲げ事業を展開しています。

※2000年9月にニューヨークで開催された国連ミレニアム・サミットで採択された国連ミレニアム宣言を基にまとめられました。

外務省 JAPAN SDGs Action Platformより詳細を確認いただけます。
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/statistics/goal1.html>



素敵だと思いませんか？ SDGsの理念

SDGsの理念に「誰一人取り残さない」世界を作ることが掲げられています。先進国や新興国が途上国を置き去りにしないというだけでなく、女性や子供、障害や病気を持つ人、性的・宗教的マイノリティや先住民、移民、難民など、どこでどのような暮らしをしているかにかかわらず、弱い立場、苦しい立場にあるすべての人に目を配り、「誰一人取り残さない」世界を作って行こうという意味が込められています。

もうひとつ、「トレードオフにならない」こと。

トレードオフとは、何かを得ると別の何かを失う、相容れない関係のことです。SDGsではトレードオフにならない仕組みを作ることが重要です。

日本の歴史を振り返っても、戦後の急速な科学や技術の発展、経済の成長により公害が発生し人々は苦しみました。これは経済に偏り過ぎたため起こった環境破壊であり、昭和の世代が体験した実例です。SDGsでは経済、社会、環境の3つを両立させながら発展することで持続可能な社会を目指していきます。ESG投資の評価基準などの資本主義的な側面とは別に、SDGsの理念が描く世界は、次世代を担う子どもたちへの浸透も早く、「大人より小学生の方が詳しい」という現象からしても、シンプルに地球を守るアクションへ導く浸透力を持っています。

※「サステナブル経営」とは、企業が地球環境に対する影響に配慮しながら事業活動を行い、長期的な発展を目指す経営のことを表します。近年注目が集まるESG、ESG投資。上場企業や大企業は、株主、投資家、消費者等から、非財務の情報開示が求められ、これらステークホルダーはESGへの対応を期待することから、対応を迫られています。一方、非上場企業や中小企業は、こうしたステークホルダーからの情報開示を強く求められないため、ESGよりもSDGsの取り組みから始めることが多いようです。

SDGsウェディングケーキモデルは、企業の事業活動が各階層に与える悪影響の整理に利用可能です。まずは「生物圏」に与える悪影響を洗い出し、「社会圏」に与える影響を考察した上で、「適切な経済活動」とは何かを考えます。このようにSDGsウェディングケーキモデルの段階ごとで課題を見つければ、サステナビリティな経営戦略に必要な要素の発見に活用できます。サステナブル経営の実現を目指して組織全体が変革に向かうためには、組織の一人ひとりが当事者として行動を起こし、それを継続することが欠かせません。SDGsもESGも、サステナブル経営に欠かせない要素になります。

特集2 今更聞けないSDGs

今、世界は持続可能な社会を目指し、SDGsという共通の目標(ゴール)を掲げ2030年に向け動いています。経営陣は持続可能な経営(サステナブル経営*)を思考する中で、SDGsへの対応を表明し、マスメディアでの露出も増えていることはすでにご存知のことかと思いますが、「自社の事業で目指しているのは何番のゴールか？」突然問われたらどのぐらい答えられるでしょう。この時点で不安を感じられる方は、是非、本特集を参考に再確認いただければ幸いです。今回は、ストックホルム・レジリエンス・センターが考案した「SDGs ウェディングケーキ」を引用しSDGsをおさらいしてみましょう。次ページでは、当社バリューチェーンをベースに、各業務で日々取り組む活動と、SDGsとの関係を解説し、社員一人ひとりが、自分の取り組みがSDGsにつながっていることを実感できるよう視える化しています。

SDGs ウェディングケーキモデル

右図がストックホルム・レジリエンス・センターが考案した「SDGs ウェディングケーキ」です。

この並び方には、「経済」の発展が生活・教育などの社会条件の上に成り立ち、「社会」は「生物」の住む自然環境に支えられていることを示しています。ケーキのワンピースが欠けたらウェディングケーキは崩れてしまうことが容易に想像ができます。

すべてがつながっていて、一つのピースも欠かすことができないことがわかりいただけるのではないのでしょうか。

SDGsは、私たち一人ひとりが「経済圏」「社会圏」「生物圏」のそれぞれの役割と関連性、重要性を理解し、目標達成への意識を公私ともに高めて行きたいですね。

SDGs ウェディングケーキモデルから見る日本社会

2021年、世界からみた日本のSDGsの達成度は18位(SDSNは世界165カ国のSDGsに関連する取り組み状況を分析した年次報告書「SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT 2021」より)。

特に課題が残る項目を上げると、以下の5項目

目標.12「つくる責任 つかう責任」

目標.13「気候変動に具体的な対策を」

目標.14「海の豊かさを守ろう」

目標.15「陸の豊かさを守ろう」

目標.17「パートナーシップで目標を達成しよう」

ウェディングケーキモデルに照らし合わせると13、14、15の目標は「生物圏」に分類されているものです。

経済的には非常に豊かである日本ですが、環境問題にはいまだに多くの課題が残っているようです。SDGsウェディングケーキモデルを支える土台を固めるためにも、早急な対応が必要な状況です。

また、目標.17の達成度ランキングを見ると、156国中90位。日本はODA(政府開発援助)を通じて、途上国への開発援助を行なっていますが、資金援助を必要とする国はいまだ多く残っているのが現状です。「ジェンダー平等」でもまだまだ課題がありますが、その他の目標に対しては評価が高く、特に「技術」や「教育」分野では世界的に認められています。SDGsの達成度ランキングでは18位と昨年からワンランク落とした結果でしたが、人口1億人以上の国としては第1位です。ネガティブな進捗状況だけではなくポジティブな側面も参考に推進のパワーを落とさず進めて行きましょう。

頂点は目標.17

「パートナーシップで目標を達成しよう」

「パートナーシップ」とは金銭的・技術的な国際協力のこと。

主に、発展途上国への資金援助と技術促進を目標としています。

経済圏

Economy

私たちが自由で、選択肢を持って生きられる経済を作るための目標

社会圏

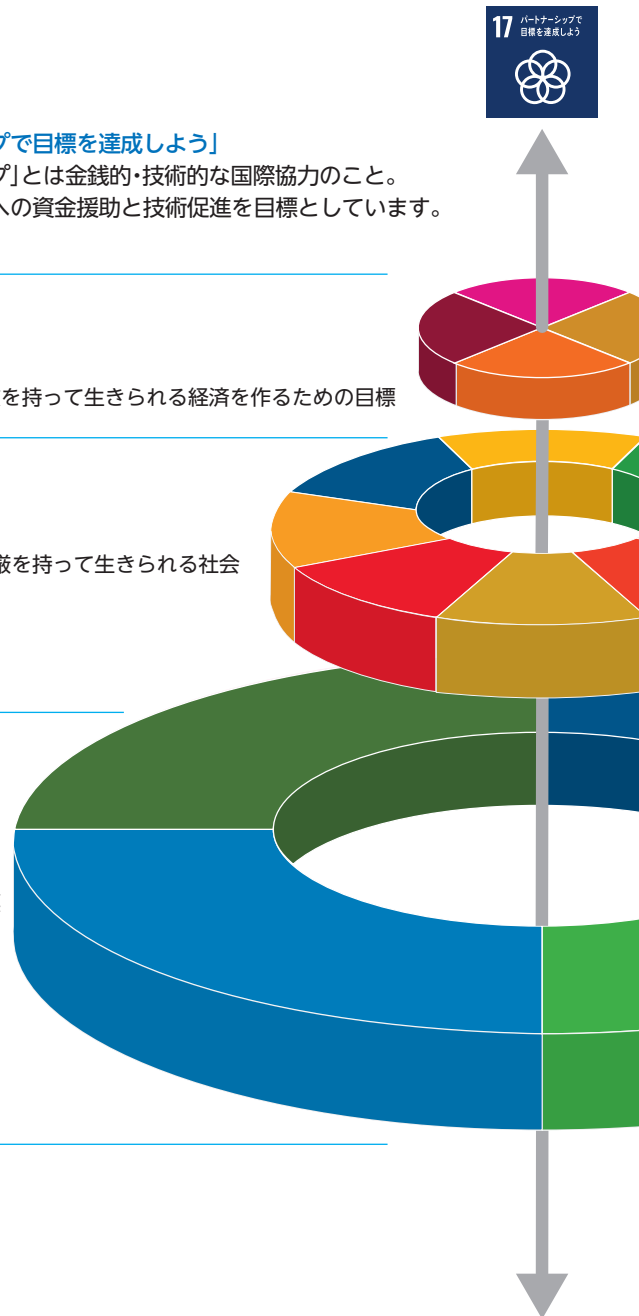
Society

私たちが人としての尊厳を持って生きられる社会を作るための目標

生物圏

Biosphere

私たちが生きるための最低限の基盤となる自然・環境に関する目標



ストックホルム・レジリエンス・センター作成「SDGs ウェディングケーキモデル」を元に作成

17のゴール
169のターゲット
232の指標

SDGsの目標は、17のゴールと169のターゲット

17のゴール、その下に169のターゲット、そして232の指標（2020年までの目標もありますので現在は少し減っています）

SDGsには17のゴールをさらに細分化して具体的な目標にした169のターゲットとそれらターゲットの進捗を確認する232の指標があります。

詳細は下記外務省サイトからご参照ください。

ターゲット、指標に枝番を付けると理解しやすいでしょう。

ゴール1	大目標
ターゲット1.1	ゴール下の具体的な目標
指標1.1.1	ターゲット1.1の評価基準（ゴール1→ターゲット1→指標1）

外務省 JAPAN SDGs Action Platformより詳細を確認いただけます。
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/statistics/goal1.html>

製版	印刷	製本・加工	認証取得
1. 製品品質の確保 2. 納期の遵守 3. 環境負荷の低減 4. 労働関連法令の遵守 5. 公正な購買取引の慣行	1. 安全教育の実施 2. 印刷技術の向上 3. 安定した品質の確保 4. 環境負荷の低減	1. 安定した製品の供給 2. 加工技術の向上 3. 環境負荷の低減 4. 安全教育の実施	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) PEFC CoC 認証
1. スキルコンテスト (年2回スキルテスト) 4.4 2. 徹底した作業の標準化 12.5 3. 持続性ある作業改善 8.1 4. 適切な資材、機材の選択 12.5 5. 化学物質管理 3.9 12.4	1. スキルコンテスト (年2回スキルテスト) 4.4 2. ゼロエミッション 12.5 3. 労働安全衛生 4.4 4. 化学物質管理 3.9 12.4 5. 持続性のある改善活動 12.5 6. 定期的な5S巡回	1. スキルコンテスト (年2回スキルテスト) 4.4 2. 品質管理 3. 労働安全衛生 4.4 4. 化学物質管理 3.9 12.4 5. 省エネ活動・電気量の見える化 12.5 6. ゴミ細分別 (全社共通4種の分別に加え 16種 計20分類) 12.5	
全社での取り組み 省エネルギー・ゼロエミッション 環境配慮 (P.12データ集) 6.3 11.6 12.2 12.4 12.5 14.1 14.3			



12. つくる責任 つかう責任

持続可能な消費と生産のパターンを確保する
12.2 2030年までに天然資源の持続可能な管理及び効率的な利用を達成する。

12.4 2020年までに、合意された国際的な枠組みに従い、製品ライフサイクルを通じ、環境上適正な化学物質や全ての廃棄物の管理を実現し、人の健康や環境への悪影響を最小化するため、化学物質や廃棄物の大気、水、土壌への放出を大幅に削減する。

12.5 2030年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

12.7 国内の政策や優先事項に従って持続可能な公共調達の慣行を促進する。

12.8 2030年までに、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする。



13. 住み続けられるまちづくりを

都市と人間の居住地を包摂的、安全、強靱かつ持続可能にする
11.6 2030年までに、大気の大気及び一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。



14. 海の豊かさを守ろう

海洋と海洋資源を持続可能な開発に向けて保全し、持続可能な形で利用する

14.1 2025年までに、海洋ごみや富栄養化を含む、特に陸上活動による汚染など、あらゆる種類の海洋汚染を防止し、大幅に削減する。



15. 陸の豊かさも守ろう

陸上生態系の保護、回復および持続可能な利用の推進、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る

15.1 2020年までに、国際協定の下での義務に則って、森林、湿地、山地及び乾燥地をはじめとする陸域生態系と内陸淡水生態系及びそれらのサービスの保全、回復及び持続可能な利用を確保する。

15.2 2030年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。



16. 平和と公正をすべての人に

持続可能な開発に向けて平和で包摂的な社会を推進し、すべての人に司法へのアクセスを提供するとともに、あらゆるレベルにおいて効果的で責任ある包摂的な制度を構築する。

グリーンプリンティング認定工場を持つ当社の環境への配慮、ものづくりの企業としてゴール12のターゲットへの取り組みを見るとSDGs以前から活動していたことがわかります。引き続き継続することと、取りこぼしたゴールを洗い出し新たな目標として取り組んで行きましょう。

特集 今更聞けないSDGs

2 「自分ごと」として取り組むSDGsのために

安全・安心で環境に配慮した製品をお届けする

日経印刷のバリューチェーンとSDGs

日経印刷では、お客さまのご注文を伺う窓口になる営業から、できあがった製品をお届けする配送（生産管理管轄）までの工程があります。それにそれぞれの工程に対応した職能別の組織が「お客さまの想いをカタチに」するため、工程間のルールを遵守し「お客さまの想い」をリレーして行きます。

社内各部署がステークホルダーの要求に真摯に向き合い、社会的課題を解決し、安全・安心で環境に配慮した製品を送り出し、持続可能な社会の実現に向け、各種認証を取得し、日々の業務に取り組んでいます。今回は各工程での取り組みとSDGsの紐付けを行い、社員へのSDGsの見える化を試みました。

	営業	制作	生産管理・配送
主な課題	1. お客さまへの最善のサービス 2. お客さま満足の追求 3. 公正な購買取引の慣行 4. 委託された情報の適切な管理 5. 環境に優しい製品・サービスの提供	1. お客さま満足の追求 2. 製品品質の向上 3. 情報管理・徹底 4. 労働環境の整備 5. 公正な購買取引の慣行 6. 組織の活性	1. 安定した資材調達 2. 環境負荷の低減 3. 公正な購買取引の慣行 4. 品質の維持 5. 無理のない運行管理 6. 物流の効率化
課題実現に向けた主な取り組み	1. お客さまへの迅速・丁寧・柔軟な対応 2. 高品質・高付加価値製品の提供 3. コンプライアンスの遵守・徹底 16.1 4. 情報セキュリティ遵守 5. 環境対応製品の提案 15.1 15.2 12.7 6. お客さまが推進するSDGsをサポート 12 7. 安全運転・省エネ運転の励行 3.6 8. 法令遵守・徹底 5.1 16	1. スキルアップのためのセミナー受講や勉強会の開催（年2回スキルテスト） 4.4 2. 作業の標準化と手順遵守、品質チェックシートによる品質維持→ミスゼロ 12.5 3. 情報・環境テストの実施（年1回） 4. 社員の改善提案の検討・実施 4.4 5. パートナー会社との良好な関係維持 6. お客さまが推進するSDGsをサポート 12 7. 法令遵守・徹底 5.1 16	1. スキルコンテスト（年2回スキルテスト） 4.4 2. 購買先との良好な関係の構築 3. グリーン調達 15.1 15.2 12.7 4. 安全運転・省エネ運転の励行 3.6 5. 法令遵守・徹底 16

管理部門での取り組み 人事・総務：人事制度、人材育成、資格取得、働きやすさ（P.13データ集） 5.1 8.5



3. すべての人に健康と福祉を

あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する
 3.6 2020年までに、世界の道路交通事故による死傷者を半減させる。
 3.9 2030年までに、有害化学物質、並びに大気、水質及び土壌の汚染による死亡及び疾病の件数を大幅に減少させる。



4. 質の高い教育をみんなに

すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
 4.4 2030年までに、技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。



5. ジェンダー平等を実現しよう

ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワメントを図る
 5.1 あらゆる場所における全ての女性及び女児に対するあらゆる形態の差別を撤廃する。



6. 安全な水とトイレを世界中に

すべての人に水と衛生へのアクセスと持続可能な管理を確保する
 6.3 2030年までに、汚染の減少、投棄の廃絶と有害な化学物・物質の放出の最小化、未処理の排水の割合半減及び再生利用と安全な再利用の世界的規模で大幅に増加させることにより、水質を改善する。



7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに

すべての人々に手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する
 7.3 2030年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。



8. 働きがいも経済成長も

すべての人々のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する
 8.1 各国の状況に応じて、一人当たり経済成長率を持続させる。特に後発開発途上国は少なくとも年率7%の成長率を保つ。
 8.5 2030年までに、若者や障害者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。



11. 住み続けられるまちづくりを

都市と人間の居住地を包摂的、安全、強靱かつ持続可能にする
 11.6 2030年までに、大気の大気質及び一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。

私たちのSDGsは、生物圏の4ゴール、社会圏の5ゴール、経済圏の2ゴールでした。

グリーンプリンティング（GP）認定とは？



GP認定制度は、日本印刷産業連合会が認定機関となっており、日印産連「各印刷サービス」グリーン基準に基づき、客観的な証明によって認定され、認定マーク（GPマーク）が表示できる制度です。

印刷工場・資機材・印刷製品のそれぞれに対する認定制度によって成り立っています。

SDGs（持続可能な開発目標）とは？

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成された持続可能な開発目標。

2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に示された、2030年までの国際目標。

製造資本

財務資本

自然資本

アウトプット

書籍
官公庁白書
企業レポート
企業パンフレット
製品カタログ
製品パンフレット
各種テキスト
各種試験問題
DM
ノベルティ
社内啓発ツール

お客さまの価値向上支援

SDGs 推進
各種ツール作成
セミナー開催

アウトカム

社会課題解決

- 安全な生活環境の確保
- 廃棄物リサイクル率 100%

企業価値の向上

- 安全で働きやすく、働きがいのある環境の提供
- 取引先との対等で公正な関係

SDGs 目標達成サポート



用紙価格の高騰

コンプライアンス遵守

ライフスタイルの変化

DX
デジタルトランスフォーメーション

リスクの多様化

価値創造モデル

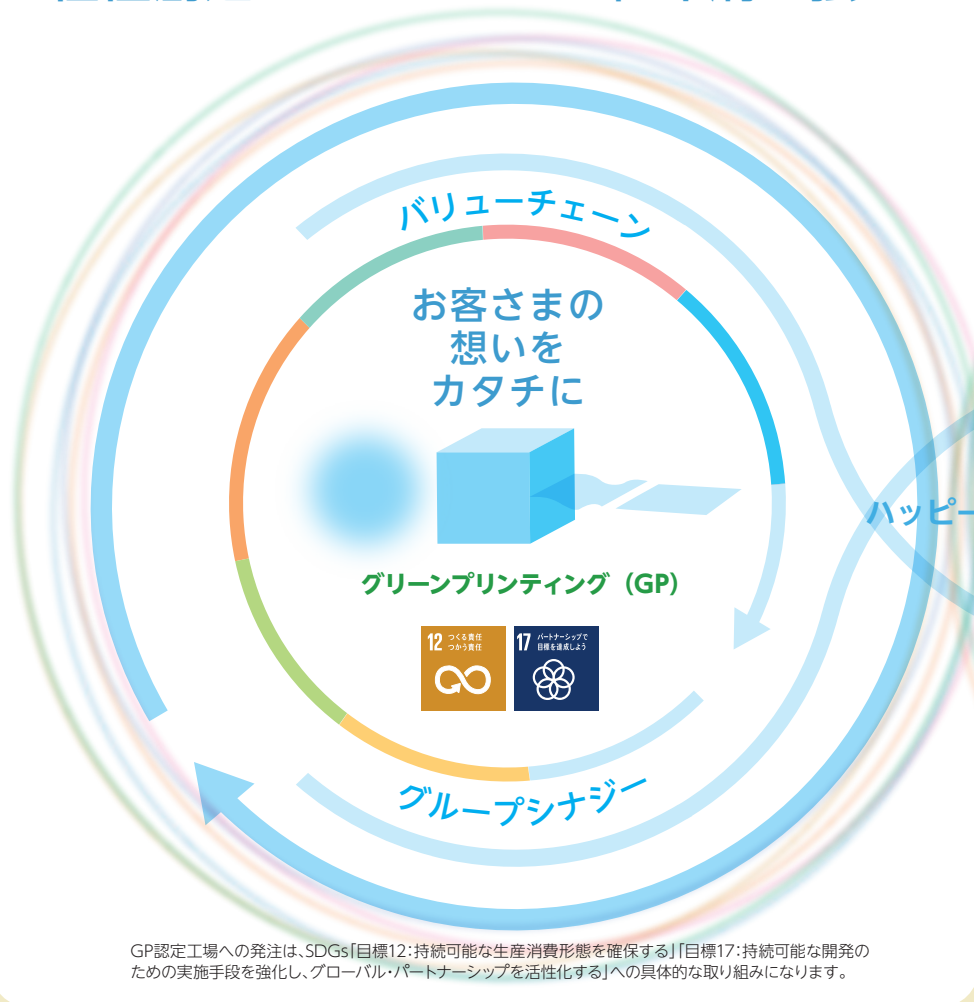
グリーンプリンティング (GP) 認定工場での生産、顧客満足&社員満足を追求するハッピーチェーンを遂行し、国際目標であるSDGs (持続可能な開発目標) 達成のパートナーとして製品を創出。社会とともに持続的な成長を果たしたいと考えています。

インプット

人的・知的資本

社会・関係資本

価値創造の基盤となる日経印刷の強み



GP認定工場への発注は、SDGs「目標12:持続可能な生産消費形態を確保する」「目標17:持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する」への具体的な取り組みになります。

事業環境

COVID-19
新型コロナウイルス感染症

地球温暖化
気候変動
異常気象

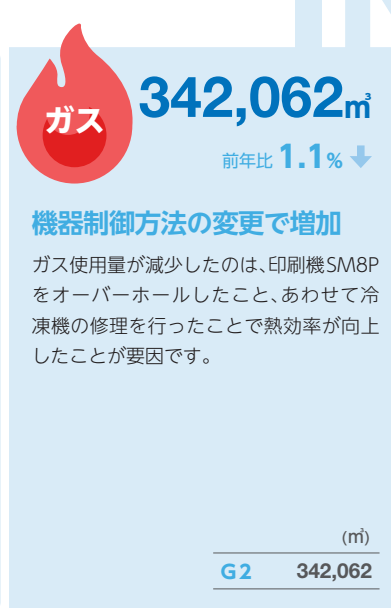
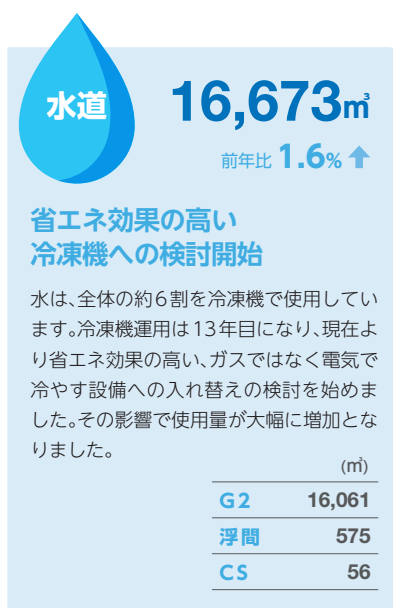
少子高齢化

労働環境における健康・安全への配慮の要請

環境配慮

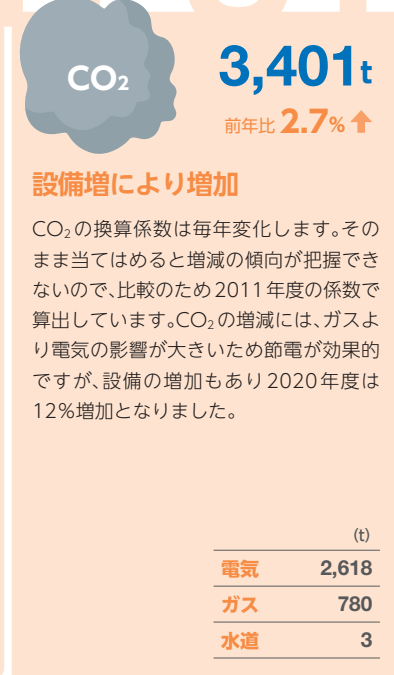
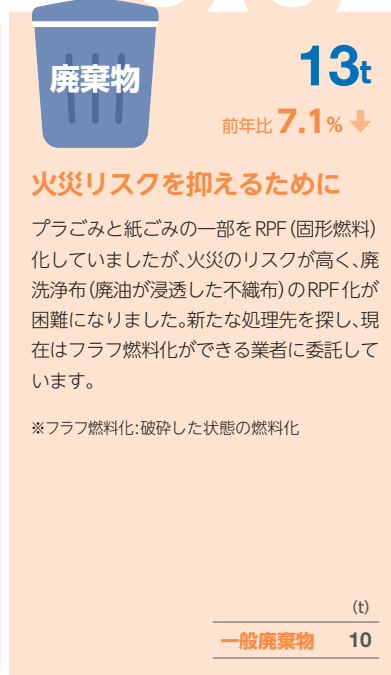
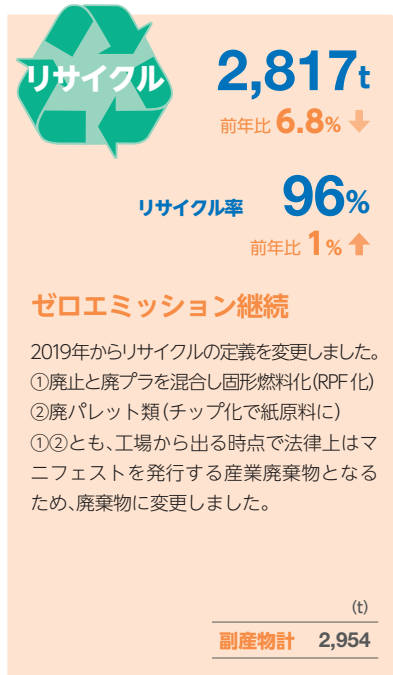
(省エネルギー・ゼロエミッション・他)

INPUT



※事業所略称 G2：グラフィックガーデン 浮間：浮間工場 CS：Creative Square

OUTPUT



エネルギー原単位集計

エネルギー原単位(全工場)	前年度原単位改善実績
生産額 3,081百万円	-1.2% → 12.1%
原油換算 1,787kℓ	省エネ努力目標 年平均 1%
0.649kℓ/100万円	

排出係数	電気: 東京電力2011年度排出係数 (0.000375t-CO ₂ /kwh)	水道: 東京都水道局排出係数 0.2kg/m ³
ガス: 環境省 温室効果ガス算定・ 報告マニュアルより	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
千Nm ³ ×単位発熱量(45) ×排出係数(0.0136) ×44/12		

FSC 認証製品をお客さまへ



FSC® CoC 認証とは

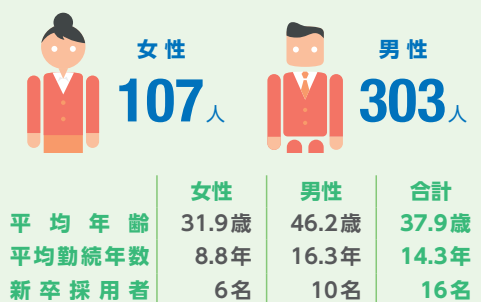
FSC (Forest Stewardship Council®: 森林管理協議会) には、森林の管理を認証する「FM (Forest Management: 森林管理) 認証」と、認証された森林から産出された木材の適切な加工・流通を認証する「CoC (Chain of Custody: 加工流通過程の管理) 認証」があり、認証材以外のものが混入しないよう、各加工・流通工程で適切に管理された製品には、その証としてロゴマークがつけられます。

企業が経済活動を行う上で、電気やガスといったエネルギーを使用し、製品・サービスを世に送り出すとともに、廃棄物を排出することは必然です。当社では企業としての社会的責任を果たすため、環境マネジメントシステムを構築し、省エネ、廃棄物の削減と再資源化、環境法規制の遵守等に取り組んでいます。

従業員とともに

会社を支える従業員が働きやすい職場であることが安定した事業継続の要だと考えます。さまざまな人事制度のほか、人材育成の一環として資格取得支援なども行っています。

人事データ



各部署で勤務効率化を目指し、不要な残業時間を減らすよう取り組んでいます。また、出産・育児休暇などの取得も年々増加しており、ライフイベントを迎えても長く働き続けたいという社員が増えてきています。

正社員と契約社員合わせて410名、パート従業員も合わせると463名が働いています。毎年新卒社員も入社しており、若い社員の活躍が多い職場になっています。

お客さまとともに

持続的で健全な事業を継続するために、「お客さまの声」に耳を傾けることで時流を捉え、ニーズを考慮した営業活動に取り組んでいます。

CSRセミナーの開催

開催セミナー一覧

- 2月18日**／67名
変わる新業態へ、サステナブルカンパニーへの変革
講師：三菱UFJリサーチ&コンサルティング 島崎 奈穂子氏
- 6月30日**／92名
気候変動リスク/チャンスを経営戦略に織り込む
講師：合同会社SerenityPrayer 代表 勝俣 有希子氏
- 11月2日**／102名
ESGに関する情報をどのように整理し、開示するか？
～制度開示と任意開示の「統合」～
講師：CSRコンサルタント 菅原 道氏



CSR報告書の制作業務の中で得た経験やネットワークを活かし、お客さまに情報発信する場として、定期的にCSRセミナーを開催していましたが、2021年は新型コロナウイルスの影響から、従来の来場セミナーからWebセミナーへと切替えて対応しました。

パートナー会社への依頼



パートナー会社の合計 **200社**以上



当社は、全生産の約50%をパートナー会社に委託しており、協業はなくてはならないものといえます。現在取引をさせていただいている会社数は、製造関連のほか、配送・発送関連のパートナー会社も合わせると200社以上に上ります。「お互いに相談しあえる関係」を目指し、企業理念の「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、公正・透明な発注・購買活動を心がけています。

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さま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もに取り組んでいます。

今回の「CSR REPORT2021」では、コロナ禍における当社の新しい取り組みや、常日頃から取り組んできた改善活動を通し、実現しているサステナブルな活動をご紹介します。私たちは、CSR活動を精力的に行うことで、従業員が自分たちも環境問題対策に参画し、仕事を通じて社会貢献しているという意識を持つきっかけになると考えています。また、社外の方々にもCSR活動で発信している内容を見て、私たちの活動を広く知っていただきたいと願っています。

今後も新しい時代に対応するため企業基盤を強化し、いっそうステークホルダーからの信頼を得るとともに、広く社会からの評価を高めていきたいと考えています。

私たち日経印刷は、常にお客様から必要とされ、社会に貢献できる企業でありたいと強い信念のもと企業活動を続けて参ります。

企業情報

日経印刷の情報

日経印刷ウェブサイト <https://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

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

品質方針、環境方針、ISMS基本方針

<https://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)

PEFC CoC 認証

企業概要

日経印刷株式会社

代 表 者 代表取締役社長 廣瀬 智

本社所在地 東京都千代田区飯田橋 2-15-5

電 話 03-6758-1001

創 業 1964年10月

資 本 金 8,000万円

売 上 高 102億円 (2020年12月期)

従 業 員 数 463名 (2020年12月現在)
(パートアルバイト含む)

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

編集方針

日経印刷はこのCSRレポートを通して「事業活動」、「社会」、「環境」の観点でステークホルダーの皆さま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、当社をご理解いただき、またステークホルダーの皆さま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にしています。

また、自社のCSRレポート作成を通してCSRを学び、レポート、報告書作成のノウハウを蓄積することで、お客さまにより良いサービスをご提供することを目指しています。

報告対象組織

日経印刷株式会社

報告対象期間

原則として、2020年度 (2020年4月～2021年3月) の活動を対象期間としています。一部2021年度のデータも含まれています。

報告対象分野

本レポートは、日経印刷の事業活動、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レポートの改善に生かしてまいります。

発 行 月 2021年12月

所 轄 部 署 日経印刷株式会社 管理部門 人事総務部

連 絡 先 TEL 03-6758-1001

FAX 03-3263-5814

「CSR REPORT 2021」発行にあたって



2020年～2021年は、新型コロナウイルス感染症の拡大が世界的な影響を及ぼしました。日本国内における緊急事態宣言や、世界各国におけるロックダウンなどで私たちの生活や事業活動に制限が発生する一方、リモートワークや巣ごもり需要などが、新たな市場を創出するなど、私たちの生活が大きく変化した年でした。

また、私たちを取りまく社会そのものが急速に変化しております。そのような中、SDGsを始め、企業のサステナブルな活動への機運は高まっており、日経印刷も、持続可能な社会の実現・貢献に向けた活動と責任を認識しております。

私たちは、社員一人ひとりが、環境保全の重要性を認識し、日々の業務を通じて、企業としての社会的責任を果たし、ISO14001を中心とした環境経営の実現を目指しています。

代表取締役社長

廣瀬 智

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALSSDGs の
目標を掲げた
お客さまへGREEN PRINTING JFPI
F-D1000812 つくる責任
つかう責任

グリーンプリンティング (GP) 認定工場「グラフィックガーデン (G2)」から
事業活動で必要とされる印刷サービス・印刷製品を調達すると、
お客さまがSDGsで目標とする「目標12: つくる責任 つかう責任」に向けた
具体的な取り組みとして実行したことになります。

日経印刷の
グラフィックガーデンは
GP 認定工場です



お客さま



グリーンプリンティング (GP) 認定とは？

GP認定制度は、日本印刷産業連合会が認定機関となっており、日印産連「各印刷サービス」グリーン基準に基づき、客観的な証明によって認定され、認定マーク (GPマーク) が表示できる制度です。

印刷工場・資機材・印刷製品のそれぞれに対する認定制度によって成り立っています。

GP 認定とSDGs

12 つくる責任
つかう責任

GP認定は、地域住民から地球規模での環境対応が基準となっています。この基準は、随時見直しされ、労働安全衛生、緊急時対応の基準の追加などが行われています。SDGsで掲げられた「目標12: 持続可能な生産消費形態を確保する」に対応し、つくる側の要件を満たすことができます。

VOCの発生・
排出抑制等水なし印刷
湿し水の管理等

省エネ活動等



省エネ活動等

古紙のリサイクル
リサイクル製品の使用
デジタル化等古紙のリサイクル
リサイクル製品の使用
デジタル化等森林保全に配慮した
資材の使用

SDGsとは

「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称です。エス・ディー・ジーズと呼ばれます。SDGsは2015年9月の国連サミットで採択され、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた国際目標です。17の大きなゴールと、それらを達成するための具体的な169のターゲットで構成されています。

持続可能な社会を目指す世界共通目標は昨年からの企業レポートのトレンドとして取り上げられています。

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

印刷物に GP マークを表示するには？

- GP認定工場で印刷を行い
 - 印刷資材の環境配慮について一定水準以上を満たす場合
- 1・2を満たし、工程の環境配慮が全工程か否か、印刷資材の配慮水準がどのレベルか、この組み合わせによってワンスターからスリースターまで3種の表示があります。スターの数が多いほど環境配慮の度合いが高いことを示します。



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。

GPマークは、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します

認定工場の認定番号

認定工場名



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。

環境配慮の度合いを3段階で表示

日経印刷

検索

お客さまに最適なソリューションを **Nikkei Solution**

<https://www.nik-prt.co.jp/solution/>