

## 巻頭言

# 普段は見えない落とし穴

「コンバーテック」編集長

川上幸一



他人事のように思っていた新型コロナウイルスですが、あれよあれよという間に、足元を揺るがす、リーマンショック並み(?)の激震をもたらしています。世界の製造工場として先進国が便利に使ってきた(こうなってしまうとは、顧客として使われていたと言った方が正確かもしれません)、中国リスクが一举に噴出してしまいました。便利なものには落とし穴があるということでしょうか。裏を返せば、過度な国内回帰にもリスクがあるということなのかもしれません。皮肉にも、経済の一带一路よりも先に、ウイルスの一带一路が広まってしまった格好です。何かがおかしいです。

2018年のデータで、ちょっと古いですが、中国からの農・水産物輸入数量・金額は、[https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai\\_nogyo/k\\_boeki\\_tokei/sina\\_betu.html](https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/k_boeki_tokei/sina_betu.html)によると、冷凍野菜は断トツの第1位で、

数量：4億6483万kg(全体に占める比率44.1%)

金額：914億1516万円(同46.7%)

鶏肉調製品はタイに次いで第2位で、

数量：2億681万kg(同40.2%)

金額：998億9140万円(同37.4%)

意外なものでは、かつお・まぐろ類(生鮮・冷蔵・冷凍)は台湾に次いで第2位で、

数量：2898万5501kg(同13.1%)

金額：258億9852万円(同11.7%)

となっています。

代替国を探すにしても、野菜は、日本のうるさい消費者の口に合わせた品種栽培、品質管理がなされていますし、気候条件も異なりますので、おいそれとはいかないでしょう。食料自給率の低さがズシリと利いてきます。

10年くらい前に急に発症した花粉症の対策と、乾燥した冷気が喉に悪さをするため、数年来、就寝時にマスクをする習慣が染みついてしまった身としては(慣れると快適ですが、起床時には外れています。頬にはひもの跡が残っています。風邪気味の時には、ティッシュペーパーを2つ折りにして併用しています)、定期的に近所のドラッグストアで使い捨ての不織布製マスク(Made in China)を購入していました。正月明けに、ある人が、使い捨てマスクに対する爆発的な需要が生まれるぞと言っていました。さほど意に介さず、2月2日の日曜日にも、いつも通りに店内には在庫があり、自宅には買い置きがありましたので、今度来た時にでいいやと思いきり過ぎていました。ところが、翌日、私用で訪ねた某事務所の先生が、私のマスク姿を見て、どこで手に入れたんですか、マスクも消毒剤も手に入りませんよと言うので、随分、詳しいなと思っていましたが、TVのワイドショーで盛んに放映していましたので、ネタ元はこれかと納得しました。こういうときにはきちんと仕事をするのですね。

しばらくは立ち飲み屋にも行けない日々が続きます。

第17回「コンバーティングの明日を考える会」執行部会 報告

# 講演テーマは5~6本、「働き方改革」 「民法改正」「GP 認定とSDGs」 はほぼ確定

コンバーティングの明日を考える会では、2020年2月13日（木）午後零時20分～2時まで、全国グラビア協同組合連合会事務所にて、第17回執行部会を開催し、役員の確認、4月16日（木）に開催予定の第8回セミナーの講演プログラム等について話し合った。当日の出席者は、田口 薫委員長（大日本パッケージ㈱）、安永研二委員（東包印刷㈱）、赤穂昌之委員（㈱日商グラビア）、山下雅稔委員（㈱巧芸社）、川田雄治委員（トーホー加工㈱）、吉原宗彦委員（東京加工紙㈱）、石井 純委員（㈱多漣堂）、東 勇一委員（㈱トーショー）、小宮洋一委員・マネージャー（東洋インキ㈱）、中崎 智委員・サブマネージャー（サカタインクス㈱）、事務局の村田英雄氏（全グラ専務理事）の11名。

昨年12月5日（木）に開催された第16回執行部会では、軟包装グラビア印刷加工の2020年に関連するキーワードとして、「働き方改革」「外国人技能実習制度」「改正食品衛生法施行に伴う食品容器包装のポジティブリスト化」「SDGs」「CLOMA」「民法改正」「軟包装イメージアップキャンペーン」など計13のアイデアが出されたが、今回は、それをもとに、PR色を排除する、優先度、集客度、実現可能性などの面から絞り込みが行われ、5~6本のテーマに絞り込まれた。途中、村田氏が講演依頼の電話をかけるなどして、「働き方改革」「民法改正」「GP 認定とSDGs」はほぼ確定した。この他、ネームバリューのある方への基調講演、大手

小売りのSDGs担当者への依頼は今後早急に当たることとなった。

この他、セミナーの共通テーマは東洋インキに一任し、セミナー参加費は前回と同様5000円に決定した。当日配布する予稿集の収載原稿の締切は3月半ばのため、最終的なプログラムは3月初めにはほぼ確定する必要がある。各担当者には、限られた時間で仕事をお願いすることになるが、良いセミナーを実現するために、格段の協力要請があった。なお、当日の司会進行は東洋インキの小宮洋一委員・マネージャーが務めるが、3月中に、一度、引継ぎ等の打ち合わせをすることとなった。

## 重要告知

### 新型コロナウイルス感染拡大防止に伴うセミナー開催延期のお知らせ

平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

コンバーティングの明日を考える会（田口 薫委員長）では、新型コロナウイルス感染拡大による影響を鑑み、参加者および関係者の皆様の健康・安全を第一に考慮した結果、2020年4月16日（木）に予定しておりました「第8回『コンバーティングの明日を考える会』主催セミナー」の開催を延期することといたしました。参加をご予定して下さっていた方々には心よりお詫び申し上げます。本セミナーにつきましては、日程を再度検討の上、改めて開催のご案内をさせていただきますので、その際は是非ご来場いただきますよう、改めてお願い申し上げます。

# 組合員・単組の近況

関東グラビア協同組合青年部

## 新春山口名誉教授セミナーを開催

報告者：山崎邦秀（株山崎プリント）

2020年1月30日（木）、東洋インキ(株)本社 京橋エドグラン29階大会議室において、立教大学名誉教授・山口義行氏を講師にお招きし、毎年恒例となった関東グラビア協同組合青年部の新春山口教授セミナーが開催されました。昨年は元号も平成から令和に代わりまた2020の今年はオリンピック開催年でもあります。そこで景気上昇が期待される中、海外では米中の貿易摩擦、国内では消費増税の影響による景気の後退感など先が見えにくい経済動向についてその辺も踏まえ、前回に引き続き中小企業経営に必要な3つの力についてもご講義していただきました。



山口義行名誉教授

3つの力の中の1つ「読む力」、これが一番難しいという。まずは、景気情勢も微妙なところにきているということで、読む力の必要性を実感するため景気の話からしていただいた。

### 景気情勢から読む

国内の景気情勢について内閣府は消費税増税の影響がどのくらい出てきているかを数値で表している。動向指数から読み取れることは前回2014年の増税5～8%の時はかなり落ち込んでいた。しかし駆け込み需要までの数値とはいかないが**急速に回復した**。ところが、今回の8～10%の増税時には急激な落ち込みはないが、データを見ると**落ちた後の回復してくる力がすごく鈍いことが分かる**。

### 具体的な売り上げはどうか

増税時には急激に落ち込んでいる。つまり、消費の勢いが全体として落ちてきているところにきて増税があったことにより、急激に落ち込んだことが分かる。増税後すぐの10月の数値では自動車マイナス17%、家電マイナス15%で大きく影響を受けて落ちているが、これに関しては駆け込み需要の影響である。

しかし、11月なっても12月の年末商戦でも百貨店、家電量販店は落ちている。この結果からみると**根深く落ち込んでいることが分かる**。

### 生産についてはどうか？

鉱工業生産指数をみると10月の増税後は前回落ちた時と比較して前よりも落ち込みがひどいと見える。台風の影響で必要なものが動かないためと言われていたが、前年比単位で見ると生産が最も落ちていることが分かる。もっとも大きな影響を持っているのが自動車で前年割れが続いてい

る。これも台風の影響でないことが分かる。生産用の機械はというと、やはり増税後の2カ月連続で落ちている。全体的にまだまだ落ち込みが続いているということは、増税の影響から立ち直っているというよりも前年割れが依然として続いているということで景気は悪い。

また、消費増税の影響で一般の消費者は財布のひもを締めた状態がいつまで続いていくのかかしそれは増税の影響なのか？

というより消費が落ちているタイミングで増税を行ったことが消費を冷え込ませたのではその結果、生産にも影響しているのではないかと読み取れる。

#### 輸出はどうか？

昨年の1月から増税後の11月まで世界に向けた全体の動きを見てみると連続してマイナスが続いている。

#### なぜ悪いのか？

米中摩擦がきっかけに中国の経済が失速し中国向けの輸出が落ちているから。ある時期からは今度はアメリカもマイナスに転じている。日本は米国の経済に依存していたが現在は中国にも同じ割合で依存しているため日本の景気が落ちた。

#### どのような変化が起きているのか？

中国経済の悪化は米中摩擦が原因だが米中摩擦



青年部の村野 剛部長  
(信和産業株)

の原因は中国が計画してきた「製造2025」によって起きている。アメリカは中国のIT企業が作った製品やその部品を使ったものを買わない法律を決め、翌年にはその企業と取引している会社との取

引も行わない法律も定めてしまった。日本は中国からの注文を受けて製品を大量に注文されていたが、そのようなことがあるため日本の製造業が悪くなった。このような状況もあり、製造業が悪くなってしまったが、たった1年でここまで悪くなることが予想できただろうか？それでもほとんどの中小企業の経営者はマクロの勉強をしない。そのような情報には関心がないようだ……。ただ、一部の企業は急激に変わることを予測していたため大事には至らなかった。これが読む力だという。

#### これからどのように変化していくか。どこが重要か？

雇用動向次第でさらに景気が冷え込む可能性があるという。雇用情勢が悪くなってくれば将来不安が起き消費が落ちる。新規求人数の前年対比を見てみると2019年になってからずっとマイナス基調。増税後には新規の求人数はどんどん減っている。これは先にも述べた中国の影響で製造業の業績が急激に悪くなったから。そのため製造業の求人は2割減っている。

オリンピックの需要も終わったことで、ずっとプラスだった建設業もマイナスに転じてきた。そのようなこともあり、工事、住宅建設、製造業が悪いため設備投資をしなくなり、本当に人が必要かということになり、求人を減らす企業が増えてきている。この状況が出てくると財布のひもはますます閉まってくる。

求人が減ることで人のだぶつきは出てくるので集めやすくなるが、景気の不況感が出始める。そういうところから雇用情勢がどうなっていくかが最大の注目点である。これが良い方向に出るか、悪い方向に出るかで景気情勢は大きく変わるだろうと教授は言う。

### 何か良い話はないか？ 5Gによる景気回復？

中国では去年のうちにすでに基地局を19万局建設している。日本はというと、テスト局があるのみで全く進んでいない。ということは日本で5Gの環境が整うにはまだまだ先になると考える。ただし、中国ではものすごい勢いで進んでいるので世界的な半導体需要が進み日本の半導体を作る機械メーカーは少し上向いてくると考える。需要としては5Gの基地を増やすことにあるという。現状では通信大手でも2~3年で1万局ほどしか作れないレベルであるが、中国の企業の技術をもってすれば今ある基地局をかんたんに5Gに変えられるという。その技術が使えれば日本の景気も良くなる兆しが見えてくるが、政治も絡んでくるのでなかなか難しいだろう。

### 最後につなぐ重要性について

人は情報の塊、他社の優秀な人とのつながりを持つことでいろんな情報を得る。人脈を作りながら日常生活を営むことが仕事の領域も広がり、新しいビジネスを生むきっかけにもなる、また働く人の人生も広げてくれるのだという。つなぐ力の

重要性は、大事なことを感じ取る力を身に着けることがこれからの中小企業を守っていくのだと、ビジネスを成功させるには人脈を増やし、そこから有益な情報を受け取ること。人とつながることの大切さはそのセンスも磨くことだと言っていた。

世界的にみても不況感は否めないが、我々中小企業に必要な情報を日常的に聞き、関心をもって経済、金融等の情報を知り、どうなっていくかを予測するこれが読む力、その情報に対して疑問に思うこれが問う力、人脈を作り有益な情報を得るこれがつなぐ力、この「**3つの力**」をどう伸ばしていくかが会社の将来や社会全体に良い影響を与えていくのだろうと感じ考えさせられた講義であった。



阿部孝司副部長  
(北上産業株)

セミナー後は教授を交え懇親会を行い有意義な時間を過ごしました。改めてご多忙の中ご講義くださいました山口名誉教授に心より感謝申し上げます。誠にありがとうございました。



# 組合員・単組の近況

関西グラビア協同組合

## 新年賀詞交歓会開催

関西グラビア協同組合は、2020年1月24日（金）午後6時から、出席者145名にてANAクラウンプラザホテル大阪（万葉東中の間）において、新年賀詞交歓会を開催しました。



開宴の挨拶をする竹下理事長

保田 久青年部部長の司会によって進行し、開催に際し竹下晋司理事長が、関係省庁の来賓者の皆様、組合員・賛助会員の皆様に出席いただいたことに謝意を示すとともに「今日は2点お話させて

いただこうと思います。先週の金曜日、全国グラビア協同組合連合会の新年賀詞交歓会に出席してきました。その前に理事会があったのですが、まず1つ目は皆様も気になっていると思いますが、外国人技能実習生のグラビア印刷の職種追加の手続きがようやくある程度のところまで漕ぎつけました。ただ、いつ認可が下りるかは言えないというのが現状です。年内にはなんとかできるだろうと報告を受けましたのでここで皆様に報告致します。

2つ目は海プラ問題が発端となって廃プラの問題がクローズアップされてきています。私たちの生活の中においてプラスチックというのは今まで私たちの生活を支える、あるいは豊かにする素材だと認識されていましたが、あの問題から昨今メディアによってプラスチックは悪者になっています。NHKや民放テレビではそのように取り上げた番組が放送されました。私たち軟包装業界はメーカーが作った食材、加工食品、また、製剤メーカーが作った薬などを安全で安心で、かつ、衛生

的に皆様のところへ届けるというサプライチェーンの一端を担ってきました。このパッケージの素晴らしさは私たちがこれからもずっと伝えていかなければならないと思っております。

昨年の情報交換会でもお話ししましたが日本に入ってくる全石油の何%くらいがプラスチックに変換されているかご存知でしょうか？大学生に聞くと30%くらいという回答が多く返ってくるようですが、実は3%を割っています。全体の石油量の内97%のほとんどがエネルギーです。とはいえ、私たちが何もしなくていいのかということではありません。リユースあるいはリサイクル、リユースはなかなか難しいですがそういうことをどんどん進めていかないと私たちの業界は衰退するだろうと思います。

ただ、今日ここへ来る前にコンビニに寄ったのですが、プラスチック製品がなくなったらどうなるのだろうかと思像すると、まず流通が成り立たず非常に大きな問題に発展するだろうと思います。最近紙のパッケージがもてはやされるようになってきました。ところがこれも裏があって51%が紙で49%がプラスチックなら紙表示でいいそうです。これは驚きの事実です。こんなことが本当にあっていいのだろうか、もうそろそろ国民を騙すようなパッケージ作りはやめて欲しいなと思います。

某メーカーでレジ袋の開発ができたという話を聞きました。調べてみると6カ月経つと海洋でも

90%が生分解するそうです。でも生分解するまでの6カ月はプラスチックです。もう1つ思うのはどうして海洋投棄ありきなのかなと。私たちはプラスチックに面と向かうときにやらなければならないことはちゃんと処理の方法を考える、役割を終えたプラスチックは当たり前のように分別廃棄する。ゴミ焼却場のサーマルエネルギーとして使われるそうです。生ごみは重油で燃やしますが、重油だけだとかなりの量を使ってしまう、このプラスチックが補助燃料となって非常に大きな力を発揮し役立っていると聞いています。

ましてや自治体によりますと、その熱量を利用して発電に変えたり、ある地方では温泉で湯を沸かす際のサーマルエネルギーとして再利用されています。もう1つはRPFという燃料材という形に

変換することができています。

こんな風に私たちが正しく処理をして、正しく扱えばおそらくこの問題は解決していくのではないかと私自身はそう思っております。

ですから私たちはそういうことを念頭に置きながら、インフラ的役割を果たすこの軟包装業界の使命をまっとうするために自信とプライドを持ってこの1年を過ごしていくことができればいいかなと祈念しまして私の年頭の挨拶とさせていただきます」と挨拶されました。

続いて来賓代表3名による祝辞、米谷和彦理事による乾杯の発声で開宴し、歓談の場がもたれました。最後に賛助会員代表者らによる万歳三唱、奥田拓己副理事長による中締め挨拶で午後8時終了しました。



中締めをする奥田副理事長



来賓代表3名による祝辞。  
左から、近畿経済産業局 産業部の八田明洋サービス産業室長、大阪府商工労働部中小企業支援室 ものづくり支援課の寺浦謙三課長補佐、東洋インキ株式の古賀研介執行役員 関西支社長

乾杯の発声を務めた  
米谷理事

万歳三唱の発声を務めた  
大日精化工業株式の  
一関昌文氏

### Snapshot





Snapshot



## じゃばにうむ2020～印刷産業の地方創成事業事例発表会（前編）

# 郷土愛プロジェクトで次世代育成・地域づくりを実施 三洋グラビアが取り組み発表

（一社）日本印刷産業連合会は、2020年2月10日（月）午後2時～5時40分まで、東京・日本印刷会館において、「じゃばにうむ2020～印刷産業の地方創成事業事例発表会」を開催した。印刷業界関係者および一般の参加者が多数参集し、㈱日本政策投資銀行 執行役員 産業調査部 竹ヶ原啓介副本部長による基調講演をはじめ、関東グラビア協同組合のメンバーである三洋グラビア㈱をはじめとする6社が、地方創生・地域活性化にかかわる事業の取り組み事例について発表、パネルディスカッションを行った。ここでは、2回にわたり、その内容を紹介する。今回は、開会挨拶、基調講演、6社の事例発表を掲載する。

### ▶開会開催

日本印刷産業連合会 価値創出委員会 滝澤光正 委員長

日本印刷産業連合会は、2015年にグランドデザインを掲げ、18年にコミットを宣言したSDGsから導き出した、印刷産業が取り組むべき6つの重要テーマの1つとして、地方創生を掲げて



いる。価値創出委員会において、印刷産業が果たすべき地方創生について、10団体から委員を出していただき、議論しながら、日々事業活動を行っている。その中で、地方創生、地域活性化に貢献する全国の印刷会社さんの事例を蓄積してこうと、「じゃばにうむ」というタイトルで、日印産連のHPで各会社の取り組み事例を集積している。今回は所属6社に事例を発表してもらう。その後、パネルディスカッションを行い、より深く、事例の実情を探っていききたい。

印刷産業がこれから果たすべきものの1つに地方創生があると認識している。さらなる地方創生事例の拡大を目指し、ご理解、ご協力を賜りたい。

### ▶基調講演

## 地方創生 SDGs 金融の狙いと地域金融 ～ ESG 時代の地域金融の役割～

㈱日本政策投資銀行 執行役員 産業調査部  
竹ヶ原啓介 副本部長

### なぜ ESG 投資が増えてきたのか

財務情報だけでは捉えきれない情報に着目した投資を ESG 投資と言う。これが増えてきたきっかけは、リーマンショック。10年、20年、その会社



の成長を支えていくのが長期投資家だが、この役割があまりにも弱くなった結果がリーマンショック。そこで長期投資を見直そうということが背景にあるので、長期投資のことだと思ってもらえれば外れない。

10年、20年単位ではいろんなことが変わってくる。そういう中で生き残る会社を選ぼうと思うと、決算書だけを見ても分からない。むしろ、影に隠れている見えない力を見定めないと、怖くて投資はできない。なので長期投資をするというこ

とは、非財務的な情報を見極めるということ。我々が見ているのは、結果として水面上の氷山に過ぎない。その企業の結果を支えている情報は水面下に膨大にある。長期投資、10年、20年単位で付き合おうと思ったら、水面下を引っ張り出さないといけない。

リーマンショックの反省から欧米で導入されたこの動きに、日本はしばらく蚊帳の外だった。それが2015年以降、日本に急に入ってきて、日本のESG投資残高は231兆9523億円（2018年）まで推移してきた。GPIF（年金積立金管理運用独立行政法人）が2015年9月に非財務情報をきちんと見る投資に切り替えると宣言してから、一斉に日本の金融市場がESGに投資に切り替わった。2014～16年の日本伸び率だけ見ると6692%。いかに短期間で日本の金融市場が変わっているかが分かる。

### 上場企業がESG投資を呼び込むためにどんなことが求められるか

投資なので稼ぐ力がなければ、そもそも投資家は寄ってこない。まず、現状稼げるだけのビジネスモデルを持っているかが大前提となる。10年、20年、その会社の成長に付き合ってくれる投資家を呼び込みたい。長期投資家を呼び込むには、この先も会社が大丈夫だということを示さなければならぬ。今、儲かっている会社が、20年後もきちんとマーケットに残っている情報を出さないといけない。ビジネスモデルの持続可能性が問われている。

### どんな情報が必要か

2030年、2050年になったとき、マーケットから「お前なんかいらぬ」と言われてしまわないために、一番シンプルなのは、「これから直面する社会課題を私達はきちんと分かっている。それ

を踏まえた上で、成長戦略を描いている」ということを伝えればいい。

長期的なビジネスモデルの持続可能性に影響する要素のことを「マテリアルな要素」と呼んだりするが、2030年に我々が直面する課題を分かっているということを一言でマーケットに説明するのに便利なのがSDGs。これを標榜することで、2030年という時間軸を持っているというメッセージになる。そして、自社のマーケットシェアがあればこうした社会課題の解決が実現していく、事業と社会課題の解決が同期できているメッセージになる。このため、多くの企業がSDGsを使って投資家に訴えかけようとしているのが現状。

### 印刷会社にもESG投資は必要か

今、様々な会社のサステナブルレポートなどを見ると、SDGsが展開しているのが分かる。印刷業においては、上場企業が資本市場に発するメッセージ自体を扱っているという面がある。ただ、印刷会社自身はどうか。長期投資をしようというとき、地域の金融機関がずっとその会社に融資し続けるのか。融資先の会社がきちんと生き残るのかを、帳簿だけを見て融資する金融機関はほとんどない。実際は社長の人柄、従業員のモラル、ノウハウなどをしっかり見ながら、対話しながら貸していくのがメインバンク。ESGのロジックは地域金融にもそのまま使える。むしろ、その企業が生き残って地域が元気になる。そこにちゃんと地域金融がお金を貸し続ければ、地域自体が元気になる。それは、金融機関にとって自分の営業基盤が強化されることになる。結果、自分のためになる。こういう循環を創り出すことが、地域レベルでも重要だ。

### 政府の事例

これを政策で展開しようとするのが、内閣府の

地方創生SDGsという金融フレームワーク。地域でがんばっている企業を、地域の金融機関がきちんと価値を見定めて、きちんとお金を貸していく。そして、がんばっている地域金融機関を資本市場がESG投資で支える。資本市場で起きている話と地域レベルの話をつなげていくと自立的な好循環が生まれるよね、というのが内閣府の発想。ただ、いきなりは難しいということで、内閣府が考えたのは、SDGsに貢献している企業をまず選び出す。そこにフラッグを立て、金融機関はそういう会社を選んできちんと融資をする。その努力はきちんとマーケットが見ている。その1つのモデルが長野県で始まっている。SDGsでがんばっている企業を登録して、この流れを作っていく。

別の観点からサポートしているのが環境省。がんばっているプロジェクトを支えた金融機関の事例を環境省のホームページで紹介している。

鹿児島県のある地域でメーカーが撤退して空いた雇用を鹿児島銀行がオリーブを作ることで再生したという事例がある。鹿児島銀行は農業ファイナンスに熱心で、この土地がオリーブ栽培に向いていることから、行員をヨーロッパに派遣して、銀行の信用力で良い苗木を持ってきて地元で展開。オリーブを作っただけで終わらずに、このプロジェクトで収穫したオリーブを全量引き取り、オリーブ油を作るメーカーも作った。資金を貸す、貸さないという論点だけではなく、このプロジェクトができることで、農業を再開することの環境的な意味、6次産業が復興による雇用創出といった地域社会上の意義が生まれる。みんながこういうプロジェクトを理解して、お金を貸すことで地域も元気になり、銀行も潤う。そして、なにより地域の企業が元気になるという流れを作っていく。

## ▶【事例発表】

### 小規模印刷会社のSDGsの進め方

(株)みやもと 宮本 誠 代表取締役社長

同社は栃木県宇都宮市にある、メインは商業輪転のオフ輪印刷会社。リーマンショックを機に衰退、設備も売上も半分ほどに減少し、10年間、設備投資ができなかった分、人材投資してきた中で取り組んでいる活動をSDGsの目標に即しながら紹介した。



毎月開催している無料セミナー「印刷工場課外授業」は、いわゆるCSR（Corporate Social Responsibility、企業の社会的責任）活動として、企画制作部のメンバーが運営している。このメンバーのうち10名がCSR検定の合格者だと言う。「CSR＝SDGsの内容なので、これからSDGsに取り組む方にはおすすめ。夏休みに親子向けに企画しているオフ輪工場の見学会は、毎年100人以上の親子に参加してもらっている。入場時に撮影した記念写真を印刷したチラシの印刷工程を見学する。無料セミナーの活動は、青少年健全育成事業ということで宇都宮市長より表彰をいただいた」。

自前の講習では、社内のデザイナーが手書きちらしの教室を行ったり、3Dプリンター教室、イラスト教室、カッティングマシンを使った立体カード作り、カメラマンによる写真教室、活版印刷体験会など、自社で使えるものはなんでも使って開催している。2019年はSDGsの講習会を連続して開催、12月開催のセミナーはDICと宇都宮市の協力で行われた。

これらの活動は、SDGsの目標4「質の高い教育をみんなに」、ターゲット4-4「働く技能を備えた若者と成人の割合を増やす」、目標17「パー

トナーシップで目標を達成しよう」、ターゲット17-17は「すべての人の能力を強化して、社会・経済政治への関わりを促進とある」に当てはめられており、「目標だけ読んでもなかなかピンと来ないが、ターゲットを見るとどの会社でもすでに実施していることが項目として見えてくるのではないか」と宮本氏は説明する。

町の活性化イベント「やさしい日曜日」は、当社と（一社）日本グラフィックサービス工業会のメンバーで始めた毎月開催のイベントで、来月で33回目、11年目を迎える。郊外のショッピングモールやアウトレットに押されて、週末の賑わいが薄れていた宇都宮の中心街に子供の頃の賑わいをと始めたのがこのイベント。毎回、手作りパンやアクセサリ、雑貨など、35店舗ほどが出店。SDGsの目標では、目標11「住み続けられるまちづくりを」、ターゲット11.a「都市部、都市周辺部、農村部間の良好なつながりを支援する」に当てはまる。

同社の新聞折り込み媒体「うつのみやシニア通信」は、シニア向け情報誌。ユニバーサルデザインに準拠した誌面構成で、文字を大きく、読みやすさを優先したデザインになっている。シニア通信を始めるきっかけは、「産休や育休の女性社員の復帰と、社員の高齢化対策。こうした課題解決のために考えた。SNSを使ったテレワークや、年配社員も含めうまくハンドリングしている」。SDGsとしては、目標8「働きがいも 成長戦略も」、ターゲット8.5「働きがいのある人間らしい仕事」、目標10「人や国の不平等をなくそう」、ターゲット10-2「すべての人の能力を強化し、社会経済・政治への関わりを促進」とし、「社会課題の解決と女性や年配者にも活躍してもらえる社内の仕組みとしても役立っているのではないかと話す。

最後に、今一番力を入れている事業である、藤

原秀郷に関連する取り組みを紹介。平安時代中期、武士のはじまりと言われる朽木の人物で、百の目を持った百目鬼を退治したなどの伝説があるが、一般的にはあまり知られていない。そこで、「栃木県の武将藤原秀郷をヒーローにする会」を発足。「当社単独では人的にも資金的にも間に合わないの、行政も協力しやすいようにSDGsに当てはめて、各所をお願いしている」と言う。SDGsとしては、目標4、ターゲット4-7、目標8、ターゲット8-9、目標12「つくる責任 つかう責任」、ターゲット12. bを挙げ、「目標4は大学の専門家に協力、目標8は当社はじめ民間企業の協力による普及活動、目標12は行政に開発の継続と予算をいただき、パートナーシップが可能なら、このコンテンツで朽木、茨城、群馬3県にわたり、観光促進ブランドアップが可能ではないか」と説明、最後に「地域を知り、地域にプライドを持って発信することで地域創生は可能になる」と述べた。

### ▶新たなコンセプトのワイン作りに参画

進和ラベル印刷株式会社 本社営業部 垂石陽治 常務取締役

包装資材の販売からスタートし、現在はシール・ラベルの印刷を手掛ける同社は、社員数65名、間欠輪転機、オフセット印刷機、デジタル印刷機など約20台を保有する山形県の蔵王の森に本



社・工場を構える。同社が(有)朝日町ワインと新たなコンセプトのワイン作りに参画し、世界ラベルコンテストで「Best of Best」受賞した経緯を紹介した。

全国のワイン生産量の現状を見ると、山形県のシェアは6.8%、デラウェアの生産量は山形県が1位だと言う。このような状況の中、朝日町ワイ

ンは、自社の生産量を増加させ、ひいては山形県のワイン生産量を増やしていくための施策を練り、自社の商品ラインアップを見直し、女性をターゲットに絞って販路を拡大すればいいのではと考え、検討が行われた。

まず、両社で課題の共有を行った。朝日町のブドウ生産農家では、主に酸味と渋み強いマスカット・ベリーA種やブラックイーオン種などを栽培している。そこで、どのように女性にターゲットを絞って販路拡大するか、当社の営業スタッフが渋みを和らげるような赤ワインを作り、女性に受け入れやすい商品に仕立てあげていくということが、共有化された。

課題解決に向け、朝日町ワインは、マスカット・ベリーA種とナイアガラ種をブレンドした甘口の商品開発、進和ラベル印刷は女性に好まれるネーミングの検討、女性がワインボトルを思わず手に取って飲みたくなるようなラベルデザインに取り組んだ。「今回のラベルのデザインは女性のデザイナーに任せた。パール箔と金箔を使用し、繊細な模様を再現。上品な感じを演出した。このラベルは第23回全日本シール・ラベルコンテストに出品し、優秀賞受賞、さらに第25回世界ラベルコンテストのレタープレス部門でBest of the Bestを受賞した」。

この情報を地元でリリースし、地元紙1面に記事が掲載された。この波及効果もあり、翌年には販売本数が倍増した。「販売促進に貢献するとともに、地域経済の活性化に寄与できたと思う。この受賞は社員全員で勝ち取った名誉ある賞。今回のプロジェクトは、日頃から営業部門で地域の課題に関する情報を収集し、朝日町ワインという顧客企業と地域の課題を共有したこと、そして課題が社内に持ち込まれ、女性向け商品には女性で対応を貫き、こだわりをもってデザイン。そのデザインを実現するために当社が得意とする印刷技術



で取り組んだ結果、グローバルレベルの最高賞を受賞できた。さらに、その情報を地元メディアと連携して情報発信し、朝日町ワインの商品の販売促進に側面的な支援を行ったことなど、社内で緊密に連携し全社一丸となって取り組んだ結果だと思う」と述べた。

## ▶ 地域が活性化する商品開発への挑戦

(株)第一印刷所 東京本部 柳沢佳嗣 取締役

新潟県新潟市で印刷全般、Web制作・広告、プランニングなどを主たる事業とする同社は、「モノづくりを核としたコトづくりへ」をベースに印刷業の強みを活かし、地域に入り込んでコトを創る取り組みを紹介した。



行政を含む異業種とのつながりを持つ営業体制、取材・撮影・執筆といったコンテンツ、企画・製造力といったところをアウトプットし、新潟をベースにコトを創る。「言い換えれば、ムーブメントのようなものを創る。お客様には、単純に『印刷物はないか』と聞くのではなく、自分達で印刷物やメディアを作っていく取り組みをしている。具体的にはNPOなどの団体を作ったり、コンテンツの掘り起こし、メディアの創出といったこと。

地域プロモート（コトづくり）をメディアプロダクト（モノづくり）で実現するという仕事をしている」。

その1つが、にいがたもよう研究所。「新潟ならではのモチーフをカラフルで可愛いデザインに起こして仕事にできないか、かわいいグッズで新潟愛を持ち運んでもらいたい、ということで女性クリエイター達に声をかけて、女性向けのデザインを作るということで進めた。グッズ制作や作品展、ワークショップなどを実施し、新潟の模様をムーブメントとして盛り上げられないかということで立ち上げた。制作サイドには社内のデザイナーだけでなく、社外のクリエイターにも声をかけ、ネットワークを構築。これにより活躍の場が生まれれば、それも1つの社会貢献なのではないか。社員や、手伝ってもらおう関連会社の方には、新潟に密着して常に仕事をしている会社という、企業ブランディングにも寄与するのではないか。B to Bで仕事をしているが、その企業等には新潟を盛り上げるためのアイテム作りを行っているんだとPRしている。企業ブランディング、企業力強化、企業認知度向上などに寄与するのでは」と話す。

にいがたもよう研究所は9人からスタートし、デザインの展開、グッズ制作など行った。「最初は鳴かず飛ばず。でも、とりあえずやってみようと、どんどん作って、営業の機会に紹介した。ほそぼそと結果が出てきて、最近では新潟市出身の元宝塚歌劇団の越乃リュウさんとコラボした『越乃リュウもよう』を展開。一筆箋とクリアファイルを販売している」。

多くの人にこの取り組みを知ってもらうために、ワークショップや展示会を開催。地道な活動で知名度が高まり、「新潟手帳」は人気アイテムだと言う。また、「SNSでユーザーから直接声が届くようになった。B to B企業だとなかなか得られない経験。クリエイターとの関係性の構築に加え、

新入社員からも、にいがたもようについての声を聞くようになった。また、社員が喜んで取り組んでくれるという見えない効果もあった」と説明する。地域活性というテーマがあるとお客様から共感と信頼が得られるとし、法人向けノベルティ制作やパッケージへの利用も出てきたと言う。「我々は受注産業だが、川上にいって一緒に制作しましょうという話ができることは大きい。そして、社員を巻き込んだのが良かった」と取り組みメリットを述べた。

## ▶紙も！古墳も！堺を楽しく盛り上げたい ホウユウの取り組み

ホウユウ(株) 田中幸恵 代表取締役社長

大阪・堺市で「堺のまちの印刷屋さん」を目指してきた同社は、印刷で培ったノウハウで地元である堺を盛り上げる取り組みを紹介した。



堺市・羽曳野市・藤井寺市にまたがる、「百舌鳥・古市古墳群」（通称もずふる）は、2019年7月にユネスコ世界文化遺産に登録された。しかし、堺には同社以外、もずふる関連のお土産を制作しているところがないと言う。さらに、古墳の周りでは、観光客を迎える準備ができていない状況だとも話す。「古墳を盛り上げることで地域が活性化して、古墳を保全するお金も生み出されるという理解もあまりない。そこで我々ができることとして考えたのが、古墳をガイドすること、古墳以外の堺の良いものを紹介する仕組みを作ること考えた」。そこから生まれたのが、「もずふるみやげ」「古墳といちゃいちゃシリーズ」「古墳めぐり」の3つのブランドで、現在100アイテムほど展開している。

こうした取り組みには、同社の立ち上げたペー

パーフリーマーケット、地域情報サイト「つーる・ど・塚」、塚にこだわったコンセプトカフェ・手紙カフェといった事業でつながった人々の協力があると話す。「手紙カフェでは古墳にまつわる活動を展開し、そのかいがありおもしろいカフェということで名が知れ渡ってきた。古墳のガイドツアーは、古墳を広げる活動『墳活（ふんかつ）』で知り合った『墳友（ふんとも）』と組んで開催している」と解説。さらには古墳を盛り上げるイベント「塚古墳祭り」を立ち上げ、約3000人が毎年来場していると言う。

その他にも塚の和体験「知輪-chirin」という事業も企画中で、「手紙カフェをレンタルスペースやシェア・カフェなど、塚のヒトやコトが輪になり、つながる場として再構築しようとする。着物の着付け、和菓子作りなど、塚ならではの体験を通して、文化や歴史、おいしい食べ物や名所など紹介する体験型の観光拠点として始動する予定。古墳だけではない塚を知ってもらう、しかけ作りが必要だと考えた。塚は歴史も文化も深い地区。我々の“塚愛”が重たすぎるとよく言われるが、塚や古墳の紹介ならホウユウに任せようとか、なんかおもしろいことをやってくれるだろうと、地域の人に頼りにされ、必要とされる会社を目指してがんばっていききたい」と語った。

## ▶地方創生と三洋グラビア

三洋グラビア(株) 経営戦略室 経営企画グループ  
根橋由紀 氏

食品用フィルムパッケージの企画、製造を手掛ける同社は、スタートしたばかりのSDGs達成への取り組みと、人にフォーカスした地域と連携した活動について紹介。



SDGsの取り組みのきっかけについて、「SDGsの中で気になったところは、目標12『つくる責任つかう責任』。海洋プラスチック問題に端を発して、特にプラスチックが及ぼす影響に注目があつまる中、プラスチックを主原料として取り扱うことを生業としている企業として、果たすべき責任があると考え、課題を明確にするために、長野県のSDGs推進企業登録制度への取り組みを決めた」と話す。

「長野県の取り組みでは登録のために、40項目程度、こういった取り組み目標に対して自社は今の程度できているか、今できていなければチャレンジ目標として、どういうことをやっていくかを申請するようになっていく。その中で、当社は環境と社会、経産の3側面に即した目標を立てている。その中でボリュームが大きいのは環境。環境方針に基づき、リデュース、モノマテリアル化、バイオマス化を中心とした主原材料の有効活用や水性グラビアの技術開発および主要エネルギーの節減を図るとし、具体的な指標を立てている。1年ごとに目標に対してどこまで達成したか報告することになっている」と解説。

長野県SDGs推進企業登録制度は、経済団体、金融機関、大学等支援機関と連携し、「環境」「社会」「経済」を踏まえ、企業等が経営戦略としてSDGsを活用することを支援する制度。県内企業等がSDGsと企業活動との関連について「気付き」を得るとともに、具体的なアクションを進める「登録制度」となっている。同社は第3期の70の登録企業等の中の1社。登録は企業から個人まで様々だ。登録によるメリットについて、「HPでのPR、金融機関から融資を受ける際に有利、といったことがあるが、これ以外にも、申請書を作成する中で三洋グラビアの事業活動が目指す方向、指標を具体的にすることができたのが今回の取り組みで一番の成果だったと感じる」と話す。

この中から、SDGsの目標8「働きがいも 経



済成長も」に即した取り組みについて説明が行われた。同社の活動は、地域の人材の育成、地元への就職を含めた雇用、働きがいの魅力ある職場作りを進め、産業の高付加価値化による、地域の活性化を目指すもの。三洋グラビアが本社と主力工場を構える長野県伊那市は、少子高齢化、労働人口の減少を抱える地域。伊那市の課題を改めて調べてみると、雇用や若い世代の転出などが出てきた。つまり、企業が事業を継続して雇用を創出すること自体が地方創生につながるということになる。そのためには優秀な人材に入社してもらい、活躍してもらうことが重要だと考えた。

「伊那市は製造業が多い地域。その中で印刷関連の出荷額は1.2%。当社の他2社ほどがオフセットを営んでいる。製造業は理系の学生が活躍できて、男性の職場というイメージで若い世代の女性が少ないことも伊那市の問題になってきている。そんな中、伊那市を含めた上伊那という地域8市町村の産官学組織が構成団体となり、従来の枠組みを超えて協働しながら次世代育成や地域づくりを実践しているプロジェクト『郷土愛プロジェクト』に取り組んでいる」と解説。

ここ数年、採用活動で人が集まらないことで悩んでいる中、大学の先生や行政を巻き込み活動している。具体的には、「大人の社会科見学的なバスツアーを企画。地域の山から切り出した材木を製材している会社に見学。こんなに良い企業があるのだからこれからもがんばってもらわないと困るという行政へのアピールと、大学に対してはそういう企業が続いていくには優秀な学生を送り出してもらわないと、と念押しして巻き込んでいった。ただ、バスツアー自体は成功したが、企業の担当者がこういう企画を運営していくのは大変だという問題点も出てきた。そこで、8市町村が共通の取り組みをする上伊那広域連合という行政グループに事務局を担ってもらうことで毎年の事業につな

げていくことができた」。また、プロジェクトの取り組みは、イベントなどで地域の中학생や高校生に向けても伝えている。

その他のイベントの成果として、「就活準備合宿」に参加した25名の中から2019年の春、同社に4名入社していると言う。「様々な取り組みをしていくことが最終的に結果につながっていくのではないかと。当社の社長も学校からの要請で、信州大学や南信工科短期大学で出前授業を開催しており、来年も生徒さんに入社していただくことになっている」と説明する。

今後の取り組みについては、都市部から地方へ、または都市部のまったくゆかりのない学生を伊那市に呼んでくること、そして雇用を創出し続けるために、事業を安定させていくことが同社の重要な取り組みだとまとめた。

## ▶印刷の枠を超えたアイデアのかけ算

（旬）ケイズ 上村大輔 専務取締役

日本におけるシルクスクリーン印刷発祥の地とされる岐阜県郡上市で、町に人を呼び込む様々な活動を紹介した。

上村氏は、「モノづくりとコトづくりにはまって20年くらい。アイデアには世界を良くする力があると信じてやってきた。専門分野はパッケージデザイン、ブランディング、ウェブ制作、広告全般、そしてシルクスクリーン印刷工場の2代目として郡上八幡で生まれた。自分の地元を誇れるようになるまでには時間がかかる。自分も例外ではない。18歳の高校生までどのようにして郡上八幡を出ていこうかずっと考えていた。そしてデザインをやりたいという大義名分に大学へ進学。それからアパレルのベン



チャーに誘ってもらい、デザイン、アパレルのことなど、いろいろやらせていただいている」と自身について説明する。

いろいろな勉強をしていく中で、世界を見る約10カ国15都市を回る旅を終え、戻ってきた郡上八幡の風景に感銘を受け、一番素晴らしかったものは自分の足元にあったと気が付いたのが28歳のときだと話す。そこから地に足を付けてシルクスクリーンをきちんと学びなおすとともに、様々な活動を始めていく。

その活動の1つ、郡上八幡全体をフィールドにした町家フェスは3年ほど前にスタート。「郡上八幡には、300件ほどの空家、町家が点在し、そこをどう活用していくかという着想で始まった。町家から出てくる着物、古着などを集め、着付けの先生が子供達に着せてあげたりしながら、かつての生活と、今自分達が新しくしようとしていることをうまくマッチさせながら、次の世代に伝えていこうという取り組みのもとにはじまったイベント」と説明する。

また、印刷の枠を超えたアイデアとして、アート×スクリーン印刷×郡上踊りを掛け合わせたTakara Galleryを立ち上げた。「夫婦で立ち上げたスクリーン印刷の体験スタジオ。郡上踊りは手ぬぐいと下駄が必須アイテム。その手ぬぐいをお土産として買って帰ってもらおう土壌はあったが、それを自分でスクリーン印刷で印刷して帰ってもらって、また郡上踊りに来てもらう、ということから始めた。3歳の子供から80歳くらいのお

じいちゃん達までいろんな方がお店に来てくれるようになり、思い思いの手ぬぐいを印刷してうれしそうに帰っていく。印刷とアート、文化を掛け合わせながらオープンしたギャラリー」。

さらに、郡上が誇る秀逸な品々を集めた郡上逸品という店舗も展開している。商品の1つには、郡上の森から切り出した木材を使った下駄がある。「下駄の消費量が多い郡上だが、その下駄は郡上で作られていないという現状の中、県外から来た方が下駄を作り始めた。我々はシルクスクリーンで鼻緒を印刷するなど、いろいろなコラボレーションをしている」。

その他にも、イギリスのセバスチャン・コンラン・デザインアソシエイツ、県内メーカー数社と50%和紙でできているエプロンなどを制作し、MAISON & OBJET@Parisに出展。また、ミラノサローネに出品した「renon」は、特殊な塗料を使って、朝の色と夕方の色がゆっくり変わっていく暖簾だと説明する。

最後に、「ものがあふれている中で今我々が作らなければならないものは何か、ということを考えたとき、元々我々が持っている文化、技術、伝統といったものを踏まえ、ごみを作らないこと、そのために一歩前に進めるものづくりでないとならないと思った。こうしたことを踏まえながら、郡上八幡では様々な取り組みが行われている。世界最先端の田舎町ではないかと自負している。ぜひ一度お越しただけならうれしい」と締めくくった。