

巻頭言

二十一年と三カ月の256冊目に

「コンバーテック」編集長

川上 幸一



一見強面でしたが、人懐っこさも持ち合わせていた、前・関東グラビア協同組合理事長の川田善朗氏（故人）が、二十一世紀を迎えたある日、お一人で小社事務所を訪れ、毎月発行している組合機関誌の編集制作を委託したいがどうかと、こちらは断わらないであろうし、断れないだろうという自信に裏打ちされた、本当に真摯な打診があり、2001年1月号からリニューアルし、GPJAPANの編集を担当することになりました。途中、VOC 排出削減に関する別冊を1号出したため今月号が二十一年と三カ月の256冊目となります。

若い組合員の方は理解されているかどうか定かではありませんので、おさらいになりますが、GPのGはご推察の通り“Gravure（グラビア）”ですが、Pには“Printing（印刷）”と“Packaging（パッケージング）”の意味が込められています。今日では、GPと言えば、日印産連のグリーンプリンティングがポピュラーですので、GPJAPANのGには“Green”の意味も追加してもいいのかなとも思っています。今は4次・5次値上げの非常に厳しい最中、しかも国際秩序が崩壊するかどうかの瀬戸際にありますが、グラビアには、本来、印刷だけではなく、パッケージング（パッケージング以外に建築材やコーティングも含まれるのかもしれませんが）という要素も加わってきますので、非常に複雑な世界（消費者と対峙する社会）で皆さんお仕事をされているので、PrintingとPackagingの2文字を何とか題字に活かしたいとあれこれ悩んだ挙句、GPJAPANに落ち着いた次第です。

巻頭言は、各単組が持ち回りで、当初は岡山県にも単組がありましたので、9単組持ち回りで、各地域の現状や課題等について報告してもらえれば、全グラ内での活字コミュニケーションが涵養され、書き手の性格や考え方を広く組合員や賛助会員に理解してもらえるのではと安易に考えていましたが、なかなか上手くはゆかず、毎月書き手を探す事務局のご苦労と、困ったときには田口 薫会長に執筆のご苦労をおかけしたのではと推察いたします。かくいう私も、前専務理事の村田英雄さんから巻頭言の執筆依頼を受けたのをきっかけに、いつの間にか、安永研二副理事長の次の号が定席となってしまいました。ですが、ご安心ください。着実に変化の兆しがあります。皆さんも実感されているように、ここ数年、巻頭言の書き手が増えてきています。しかも、やはり経営者として、理事長や理事としてしっかりとした内容のものが多く、参考になるものばかりです。この流れを止めずに、臆することなく、場数を踏み、GPJAPANでのアナログコミュニケーションを盛り上げていきませんか。

私事ですが、この3月号発行をもって月刊誌「コンバーテック」の編集長を退くこととなりました。GPJAPANの巻頭言担当もこれが最後となります。一年に一度でしたが、拙文にお付き合いいただき、本当にありがとうございました。

組合員・単組の近況

関東グラビア協同組合青年部

新春山口教授セミナー開催、2022年は激変となる1年 環境対応製品「LIMEX」も紹介

報告者：関東グラビア協同組合青年部 音羽印刷(株) 佐藤健太

2022年2月2日(水)、関東グラビア協同組合青年部(阿部孝司部長)は、WEBによる2部構成のオンラインセミナーを実施しました。第1部では、ソーダニッカ(株)の大木様、(株)TBMの坂上様による環境対応製品「LIMEX」の紹介をしていただきました。第2部では、毎年恒例となった、新春山口教授セミナーが開催されました。今回のセミナーも新型コロナウイルス「オミクロン株」の強力な感染力を考慮し、感染防止対策として集合は幹事のみとなりました。

環境対応製品「LIMEX」

昨今の環境対応への意識が高まる中、炭酸カルシウムなど無機物を50%以上含む、無機フィラー分散系の複合素材である「LIMEX」を紹介。日本で生まれたLIMEXは、石灰石を主原料にプラスチック・紙の代替製品を成形、またリサイクルが可能。石灰石は、資源に乏しい日本でも自給自足できる資源であり、日本だけでも240億トンの資源が埋蔵される。そんなLIMEXはフィルムとしての活用にも注力しており、宮城県・多賀城工場で二軸延伸80μm厚のフィルムを生産している。LIMEXシート80μm厚は、処方・プロセスの両方の工夫により、他の基材に対して環境影響面で優位性が見込める。焼却される場合は約33%、リサイクルされる場合は約39%、GHG排出量を削減できる見込みだ。

「LIMEX」の活用方法を広げるため、薄肉化(50~60μm)へ挑戦している。

新春山口教授セミナー

2022年の1年間の動向

年の前半は消費、投資の動きが活性化し力強く回復するが、後半は経済が落ち込むほどではない



山口義行名誉教授

が、その動きもスローダウンするとの予想。しかし、3つの留意点により予想に反する結果になる可能性があるとも言及。

まず1つは消費の回復だが、コロナ禍前の消費に戻るかわれればノーと言わざるを得ない。

コロナ禍によって人々の生活スタイルや労働スタイルが一変した。外に出ない生活が当たり前になってしまったため、消費、働き手が縮小してしまった。

2つ目に原材料の値上げだ。去年の11月時点の前年同月比では9%も企業物価指数が上昇している。ここまでの高水準は実に41年ぶりである。

原因の1つが「供給ネック」論だ。コロナ禍からの景気回復で需要が回復してきたのに対し、コロナで一旦職場を離れた労働者がすぐに職場に戻ってこないため、その結果、需要と供給のバランスが崩れ、物不足や価格上昇が起きている。企業はコスト高をどう吸収するか、あるいは製品にどう転嫁するかが重要になる。今までのデフレを前提とした経営方針からインフレを意識した方針に転換する必要があるだろう。

3つ目に、中国経済の失速が挙げられる。2021年通年の中国のGDPは8%だったが、22年は4~5%になるだろうと予想をしている。中国の経済成長を支えていた1つに不動産投資があったが、国内の不動産市場の規制強化の煽りを受け、投資の動きが鈍化し経済に影響を及ぼした。その結果、「成金消費」がなくなり日本の経済にも影響が出るだろうと予想。

グリーンフレーションによる影響

原油、鉄の価格高騰の理由はコロナだけではない。それは気候変動対策に伴う物価上昇。その現象を「グリーンフレーション（造語）」という。世界各国が「脱炭素化」対策することで起きている。原油にしても、コロナからの回復で需要が高まる中でも、2030年のガソリン車の販売禁止を見据え、原油を増産しようとはしていない。また、鉄は中国が輸出国として生産をしていたが、CO₂ゼロ政策によって高炉を廃棄し、今では逆に輸入国になっている。電気代の高騰も「脱炭素化」の影響だ。発電に必要なエネルギーをこれまでの原油から、CO₂排出量の少ない天然ガスに置き換わっ

ていることで、世界で天然ガスの需要が高まり、価格の上昇に繋がっている。

世界的インフレーションが進む中で日本はどうか？ 去年11月の消費者物価の上昇率は前年比0.5%だった。数字だけ見ると安定しているように見える。しかし、実際は携帯電話通信料を下げることで上昇率を抑えたに過ぎない。その効果も2022年3月までで、結果的には2%の物価上昇率になるだろう。日銀はデフレ脱却のため物価上昇率2%を目標に量的緩和政策を行ってきた。そのため、今後2%を超える状態が続けば政策の転換を行うだろう。つまり、金利の上昇だ。住宅ローンを皮切りに、金利上昇の影響は企業にまで波及する。23年4月に現日銀総裁は任期を満了する。次の総裁がどういった政策をとるかはわからないが、時代の変化はすでに始まっている。22年はあらゆる面での対応力を身に付ける必要がある。

セミナーを通じて

講義の冒頭で3つの力のお話をさせていただきました。その中でも特に心に残ったものは、ある大手グループ社長の講義を聴く姿勢でした。成功者



参加者の皆さん



参加者の皆さん



阿部孝司青年部部长

にも関わらず、ノートにメモを取り熱心に講義を聞いていたそうです。その方には「問う力」があるからこそ姿勢だと山口教授は仰いました。青年部としても、3つの力で今後必ず

来る変化に対応し、さらに業界を盛り上げていきたいと思えます。

最後になりましたが、ご多忙中、ご講義下さいました山口義行名誉教授、製品の紹介をいただいた太木様、坂上様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。

Information

サカタインクス、「2030年30%へのチャレンジ」への賛同表明

サカタインクス(株)は、(一社)日本経済団体連合会の掲げる「2030年30%へのチャレンジ」への賛同表明をした。

「2030年30%へのチャレンジ」とは、経団連が2020年11月に公表した「新成長戦略」において、サステナブルな資本主義のカギとなる多様な価値の包摂と協創に向けて「多様な人々の活躍促進」への取り組みを加速させるために掲げた目標。具体的には、「2030年までに役員に占める女性比率を30%以上にする」こと。同社グループは、昨年2月に発表した長期ビジョン「SAKATA INX VISION 2030」において、「あなたと、つくる、価値ある、あした」をキャッチフレーズとし、「新たな領域への挑戦によって「イノベーション」を生み出し、“地

球”にやさしい技術で、“人生”を快適かつ豊かに彩り、世界中に笑顔があふれる未来を創る企業」をビジョンとして掲げている。同社グループの持続的な成長には多様な人材の育成と活躍が不可欠であり、そのために労働環境の整備や組織風土の改革など、さまざまな取り組みを推進している。今回の「2030年30%へのチャレンジ」への賛同を機に、ダイバーシティ&インクルージョン推進の取り組みをさらに強化していく。

Challenge

2030年30%へのチャレンジ
#HereWeGo203030

じゃばにうむ2022—印刷産業の地方創生事業事例発表会—

フジック、大分県玖珠町のお土産包装に水性グラビア印刷

(一社)日本印刷産業連合会は、印刷産業の事業領域の拡大を目指し、印刷会社が取り組む地方創生・地域活性化情報コミュニケーションサイト「じゃばにうむ」をプラットフォームに、全国の印刷会社が取り組んだ地方創生・地域活性化の好事例を収集し、共有する取り組みを行っている。2022年2月16日に公開された、「じゃばにうむ2022—印刷産業の地方創生事業事例発表会—」のYouTube動画 (<https://www.jfpi.or.jp/topics/detail/id=5254>) では、全国の印刷会社6社が各地域で自社の強みを活かして展開している事例を紹介している。基調講演にフリーキャスター・事業創造大学院大学客員教授 伊藤聡子氏が、事例発表には東海グラビア印刷協同組合の杉山真一郎理事長(富士特殊紙業㈱)らが登壇したので、ここで紹介する。

【基調講演】

コロナをチャンスに！地域から輝く日本へ

フリーキャスター・事業創造大学院大学客員教授
伊藤聡子氏

新型コロナウイルスで変わったこと

新型コロナウイルスがもたらした影響について、伊藤氏は、「これまで日本や世界が抱えていた課題の解決速度を速めたとも言える。日本の一番大きな課題は人口減少、働き手の減少。これは諸外国に比べても日本は異常だ。なぜこうなっているのかというと、東京に何もかもが集中しているから。東京の生活にはお金も掛かるので、決して豊かな生活を送れているわけではない。結婚しても共働きで何とかやっていかなくはいけないのに、女性は仕事を取るか、子供を取るかの二者択一しかない状況。東京一極集中が続く限り、人口減少は止まらない。ところが、新型コロナウイルスによってテレワークが継続されたおかげで、東京の人口が初めて減少した。(株)パナソニックグループのよう

に東京から本社を移転する動きも出てきた。東京で働いていた新しい人たちの新しい目線が地域に入ることで、それまで地域にあったものが新しく輝いて見える、新しい目線が生かされて新規事業ができる、雇用や税収が増えれば、より住みやすい街づくりができるという良い循環ができる。副業によって週3日は東京の企業、週2日は地域の企業といった多様な働き方も現実的になってきた。これにより労働力不足も解決に向かうかもしれない」と話す。また、海外依存が大きい日本では、サプライチェーンの寸断リスクによって国内回帰、リスク分散のために地方の新しい技術を持つ中小企業に目が向き始めたとも話す。

SDGsを前提に新しい資本主義を追求

「企業の在り方も大きな転換期を迎え、利益は大事だが、それだけではなく、みんなが幸せでないと社会も経済も回らない。SDGsを前提にとらえた新しい資本主義の追求が必要。SDGsを前提にするために地域との関係構築が必要となってきた

た」と伊藤氏。

SDGsにおいて一番大事な土台となるのは環境で、環境が整えられて初めて我々の社会が成り立ち、社会課題を解決して、経済が成り立つ。そして、コロナショックからの経済回復にあたって脱炭素化も同時に進めるべきだという“グリーンリカバリー”の考え方もヨーロッパを中心に出来た。CO₂削減は一企業だけが取り組むのではなく、サプライチェーン全体でカウントする動きに入っているという。

地域の学校や企業とコラボで事業を拡大

伊藤氏は、アフターコロナのキーワードとして、「環境」「再生可能エネルギー」、そしてコロナで実感した「健康」の大切さ、健康を支える「食」「未病」などを挙げ、地域にはこうしたキーワードがほとんど揃っていると話す。こうしたキーワードの下、海や地域の資源を使い、地域の学校や企業とコラボレーションしてSDGsの目標を解決できる舞台を作った、居酒屋チェーンの**㈱ゲイト**の事例を紹介した。

伊藤氏の説明によると、水産物の価格構造では生産者の受け取りの割合は約30%、約7割が中間マージンで、震災やコロナのようなことがあった場合、中間マージンが高騰して混乱する。そうになると生産者が受け取る額は少ないままになってしまう。ゲイトでは、コロナ以前からこうしたサプライチェーンに課題があると考えていた。そこで、県外企業で初めて三重県尾鷲市・熊野市の漁協の組合員になる等、積極的に自分たちが生産者となつて、安心・安全な調達と地域活性化に取り組んでいる。

「ほとんどの魚は足がはやい、サイズが揃っていない等の理由で捨てられているのが現実。こういったものを東京の居酒屋で提供して、漁村の置

かれた状況を含めて消費者に伝えている。その他の事業としては、プイの下にカメラを入れて効率良く漁ができるようなスマート漁業への挑戦や、子供や大人に体験型SDGs教育ツアー・ワークショップを提供している。船にはWi-Fi完備で、仕事をしても釣りをしても良い環境を整え、コロナ禍でも人気だった」

また、捨ててしまう魚をペットフードとして使用した「猫ごはん」を作ったところ、こちらもコロナ禍でのペットブームも相まってネット販売中心に売れていると話す。

変化を創造し、イノベーションを起こす

伊藤氏は、「変化の量や質が大きく、スピードが速く、将来を予測して計画を立てるのが難しくなっている。業界の区分があいまいになってきて、ルールに縛られていると衰退していく。どんなことにも挑戦していかないといけない。こういう時代にはオープンイノベーションで得意分野をつなげて、多様な関係者が多層的に連携・共創しあう循環体制を作っていく。自分たちから変化を創造する企業になる。お客様のニーズにチャンスがあるので専門にこだわらず、ニーズに応じていく。そして何かと何か混ざったところにイノベーションが起きる。どんな業界とも付き合いがある印刷会社の強みを生かして、皆さんの力で地域活性化を図っていただきたい」と語る。

こうした変化を自ら創造し、イノベーションを起こしたサービスをいくつも展開しているのが**長野伊那市**。以下に取り組みを紹介する。

・ゆうあいマーケット

KDDI **㈱**と**㈱ゼンリン**の協力のもとに、ドローンによる買い物配送サービス「ゆうあいマーケット」を実施。ケーブルテレビの画面から商品を注文して支払いもケーブルテレビ利用料と一緒に支

払うことができる。商品は、地域配送拠点から最寄りの公民館へドローンが自立飛行で配送してくれる。公民館へ受け取りにいけない消費者にはボランティアが配送してくれる。

・臓器モデルの制作・販売

「かんでんぱぱ」でおなじみの伊那食品工業(株)、3Dプリンターなどを活用して設計や試作を行う(有)スワニー、伊那中央病院が連携することで、医者トレーニングで使用する臓器モデルを造形し販売するというビジネスモデルができた。「従来動物の臓器を使って行われていたトレーニングだが、料金が非常に高く、動物を死なせてしまうことにも問題があるということで、スワニーが3Dデータで臓器を解析して3Dプリンターでリアルな臓器を制作。こういったものは練習が必要なので全国のお医者さんから注目されている。この臓器モデルの素材として使用しているのが伊那食品の寒天。リアルな感触の臓器を作っている。最近では血管モデルも作られている。血管には薄い膜があってそこを切開してはじめて血管の手術ができる。この膜の部分を伊那食品の素材で作っている。各社が近接しているので試作品が出来たら、お医者さんに感触などを確かめてもらい、すぐに改良できるのがメリット」。

【事例発表】

童話の里 玖珠町物語・豊後森 機関庫物語

富士特殊紙業(株) (愛知県瀬戸市)

玖珠町、曉雲福祉会、フジトクが共同で商品開発

大分県玖珠町、社会福祉法人 曉雲福祉会、富士特殊紙業(株) (フジトク) が共同で商品化したクッキー「豊後森機関庫物語」「玖珠町物語」の開発背景などについて、杉山真一郎社長が紹介した。



杉山真一郎社長

地域を代表するお土産品を作りたいという玖珠町の要望を受け、曉雲福祉会の障害福祉サービス事業所「ウインド」で障がい者の方が毎日焼き上げるクッキーのパッケージをフジトクの水性グラビア印刷で製造した。パッケージのデザインには玖珠出身の童話作家久留島武彦氏のイラストや豊後森機関庫の写真を使用し、環境配慮・障がい者支援・玖珠町の観光支援と町おこしの3つの取り組みにつながる商品開発を実現した。

フジトクでは以前から九州地方からの就業者が多く、玖珠町出身の社員も在籍する。こうした関係が長く続く中で、「当社の地域貢献や環境対応経営を知る曉雲福祉会様より問い合わせをいただき、玖珠町の定番のお土産品の共同開発を行うことになった」と杉山社長は説明した。

久留島武彦氏と豊後森機関庫を町おこしに

町おこしのテーマは、玖珠町の観光資源にもなっている、“日本のアンデルセン”と呼ばれている口演童話作家の久留島武彦氏と、国の登録有形文化財にもなっている豊後森機関庫。

久留島氏は、「相頼り、相助けていく、共同共生の精神」を基軸に数多くの童話を残した作家で、口演童話だった作品を玖珠町が本として出版し、久留島武彦記念館もオープンした。

豊後森機関庫は昭和9年に完成した久大本線きゅうだいの車両庫。大規模な扇形機関庫で、久留米～大分間の中継ポイントとして、重要な役割を担っていた。昭和45年のディーゼル化に伴いその役割を終えたが、現在も変わらぬ姿で残る。九州で現存する唯一の扇形機関庫で玖珠町の象徴的存在となっている。

商品開発の背景について杉山社長は次のように説明した。「久留島氏の活動功績をたたえて始まった子供のためのお祭り『日本童話祭』や、『童話の里』の町づくり、旧久留島氏庭園、豊後森機関庫などの魅力を広く伝え、多くの方が訪れることで地域活性化を図り、持続的な発展と住みやすい町の構築を実現したいとの思いから、全国的にアピールできるお土産品を開発して町の魅力の認知度向上、町の魅力を詰め込んだパッケージの開発と障がい者の方が製造したクッキーで、誰にとっても優しく魅力ある町をアピールすることをコンセプトにした」。



クッキー2種類のパッケージ

食品パッケージへのこだわり

創業から70年以上、主として食品パッケージの企画、デザイン、製造を行ってきたフジトク。「食の流通という重要なインフラの一部を担い、数々の食品のパッケージを創造して社会に貢献してきた。そのノウハウの蓄積と柔軟な創造力で今回のプロジェクトに挑戦した。玖珠町の町おこし、観光支援、障がい者支援というテーマを絡めて、カートンから軟包材までをトータルプロデュースし、包装にストーリーを持たせた。カートンにはデザインプレンのアイデアを結集し、遊び心を加えて楽しさを表現した。今までにない独創的でワクワク感のあるパッケージに仕上げた。個包装

は本を開くような楽しさやSLの時代を旅するようなイメージしたデザインで、アイデアから商品化まですべての開発工程を一貫で行い、各所に見どころを散りばめている」。

同社は業界で最も早くグラビアインキの水溶性に取り組み、実用化した。「非化石資源原料の使用、印刷工程におけるCO₂排出量、VOC使用量・排出量の削減、認証マークによる見える化を実現、SDGsへの対応、印刷労働環境改善といった特徴を有する水性グラビア印刷は、CO₂排出量を油性グラビア印刷比で44%、バイオマス油性グラビア印刷比で37%削減できる」とアピールした。

道の駅や大分空港で販売中

「玖珠町物語」は、本(冊子)の形状をイメージした外装で、パッケージを開くと内側に、久留島氏の言葉が書かれている。絵本の表紙と言葉を記した10種類の個包装は水性グラビアで印刷している。

「豊後森機関庫物語」は、前面に蒸気機関車が大きく印刷された外装になっている。パッケージを開けると、実際に動かすことができるターンテーブルが現れる。個包装には、往年の機関庫と蒸気機関車の活躍を思わせる12種類の写真が水性グラビアで印刷されている。

現在、これらの商品は玖珠町の道の駅や大分空港、大分駅銘品蔵、トキハふるさとコーナー、玖珠町ふるさと納税返礼品などで販売・取り扱いがある。

障がい者の社会参画、地域への活力、環境配慮パッケージに共同で取り組む

最後に杉山社長は、「障がい者の社会参画、地域に活力、環境に配慮したパッケージ、という3つの課題に共同で取り組み成果を上げることができた。現在では地域活性化の一翼を担い、地域ブランドとして確立しつつある。今回の取り組みは



パッケージを手に説明する杉山社長

九州、大分出身者にとって特別な思いで地域貢献につながったとともに、長年求人でお世話になっている当社にとっても恩返しができた取り組みだったと感じている」と述べた。

その他の印刷会社の事例は次の通りで、YouTubeで視聴できる。

岐阜初！ カ和イイ「すずめの水うちわ」で、ハッピーの輪が広がるプロジェクト

㈱文化社（岐阜県岐阜市）

20年前から取り組んできた看板やのぼり旗のインターネット通販のノウハウを活かし、コロナ禍で販売不振にあえぐ岐阜の工芸品「水うちわ」「提灯」をネット販売。寄附付き商品として、売上の一部をうちわの梱包作業を委託する就労継続支援B型事業所に寄附。Win-Win-Winの地域経済活性化を実現。

地域コンテンツを活用した『ぐんまの本棚』事業

朝日印刷工業㈱（群馬県前橋市）

地域における出版は、地方創生に資する重要な活動と位置づけ、初期コストや在庫リスクの心配がないオンデマンド印刷で復刊し、ネット書店として、群馬にゆかりの様々な文庫を発行、地域文化の振興に貢献。地域学習に役立ち郷土愛を醸成する「絵本 上毛かるた」も出版。

貼るだけで抗ウイルス・抗菌環境を。HINODERIXが提供する観光都市の安心安全。

㈲エイコー印刷（大分県別府市）

新型コロナウイルスの感染防止という社会的課題にシールメーカーとして挑戦し、抗ウイルス・抗菌粘着フィルム製品群を開発。大分の地銀各行のATM装置、大分空港の手すり、券売機、エレベーターボタン等に提供。大分トリニータのスマホ用グッズとしても採用され、地域経済の活性化に貢献。

「救助用・防災用コミュニケーションブック」の開発・制作によるレジリエントな地域社会基盤構築への取り組み

田中手帳㈱（大阪府大阪市）

異常気象による水害や震災等、災害発生時に情報弱者となり得る障がい者や高齢者を支援するた



水性グラビアで印刷した個包装のデザイン

水性グラビアで印刷した個包装のデザイン

水性グラビアで印刷した個包装のデザイン

めの「救助コミュニケーションブック」「防災コミュニケーションブック」を開発。手帳メーカーならではのノウハウが集積された防災・減災ツールで、レジリエントな地域社会の構築に貢献。

美容室向け動画広告配信サービス

(株)RUHIA (沖縄県宜野湾市)

購買マインドの高い美容サロンの顧客というセグメントされたターゲットを対象としたネットワーク配信型の動画広告配信事業を立ち上げ、県内の銀行、ファッションビル等の商業施設、ホテル、ジュエリーショップから行政や学校まで幅広い業種・業界の広告を配信し、地域経済の活性化に寄与。

Information

東洋インキグラフィックス、印刷業界向けシェアリングプラットフォームサービスを開始

東洋インキグラフィックス(株)は、印刷関連企業をつなぎ、仕事や設備をマッチングするシェアリングプラットフォーム「Primarelink (プリマレリンク)」を6月から開始する。

Primarelink は、企業・設備・仕事の検索機能・募集機能やメッセージ機能を通して、新たなビジネスパートナーを見つけることができる、印刷業界に特化したシェアリングプラットフォーム。稼働率を上げたい、協力企業を探したい、業界のネットワークを広げたいなど、印刷業界の様々なニーズや困りごとに応える。

「仕事を依頼したい企業」と「仕事を探したい企業」をつなぎ、仕事のマッチングを通して、業界が保有する資産を無駄なく稼働させることで、印刷業界の活性化に寄与する。6月のサービス開始に先立ち、ベータ版を公開中で下記 URL に登録の上、Primarelink の機能をいち早く体験できる。

URL : <https://www.primarelink.com>

ベータ版公開期間：2022年5月31日(火)まで



Information

積水化成品工業、2050年度にカーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを策定

積水化成品工業(株)は、日本政府が2020年10月に行った2050年カーボンニュートラル宣言に賛同し、その実現に向けた取り組みを策定し、その達成に向けて以下の取り組みを加速させることで、コーポレートメッセージ「人と地球の、美しい未来へ。」を具現化していく。

目標：2050年度 CO₂排出量を実質ゼロにする。
30年度 CO₂排出量 (Scope1+2) を、18年度

比27%削減する。

主な施策：生産プロセスの合理化と省エネルギーの推進、燃料の脱炭素化、再生可能エネルギーへの切り替え、環境投資枠の活用による新規プロセスの開発と新規生産設備の導入、環境貢献製品 (サステナブル・スタープロダクト) の創出と事業拡大。

花王・コーセーが「経済産業大臣賞」 入賞作品 37 点を決定

商品化され販売されたパッケージの優秀性を競う「ジャパンパッケージングコンペティション(JPC)」の第61回の入賞作品が決定しました。2022年2月2日(水)、日本印刷会館において審査会が行われ、3次にわたる厳正な審査のもと、「経済産業大臣賞」1部門に花王(株)、2部門に(株)コーセー、経済産業省製造産業局長賞にアサヒビール(株)、日本コカ・コーラ(株)、経済産業省商務情報政策局長賞にサントリーホールディングス(株)、(株)カネボウ化粧品、(株)明治が入賞しました。今回の応募作品数は前回より27点少ない133点でした。全受賞作品37点は次頁の表のとおりです。

【経済産業大臣賞】(「1部門」1点、「2部門」1点)

「1部門」



作品名：量り売り堂
ブランドオーナー：花王(株)

「2部門」



作品名：雪肌精クリアウェルネス UVディフェンスシリーズ
ブランドオーナー：(株)コーセー

賞	作品名	ブランドオーナー
経済産業大臣賞「1部門」	量り売り堂	花王(株)
経済産業大臣賞「2部門」	雪肌精クリアウェルネス UVディフェンスシリーズ	(株)コーセー
経済産業省製造産業局長賞	エコバック	アサヒビール(株)
経済産業省製造産業局長賞	1,2.CUBE	日本コカ・コーラ(株)
経済産業省商務情報政策局長賞	BEERiLAND ザ・プレミアム・モルツ特別試飲キット	サントリーホールディングス(株)
経済産業省商務情報政策局長賞	ALLIE × URBAN RESEARCH	(株)カネボウ化粧品
経済産業省商務情報政策局長賞	明治ザ・チョコレート チョコレート発酵アソート・焙炒アソート・ メキシコホワイトカカオダーク	(株)明治
(公社)日本パッケージデザイン協会賞	ポーラ B.A ベースメイク	(株)ポーラ
(公社)日本包装技術協会賞	彩りキッチン	日本ハム(株)
(公社)日本包装技術協会賞	Lightee	ライオン(株)
(一社)日本プロモーション・マーケティング協会賞	11月11日ポッキー&プリッツの日 輸送兼販促用デジバケ	江崎グリコ(株)
(一社)日本百貨店協会賞	PANDARS	森永製菓(株)
(一社)日本印刷産業連合会会長賞	メルティーキッスパーティーアソート袋	(株)明治
(一社)日本印刷産業連合会会長賞	泉州たまねぎのカレーアヒージョ	(株)良品計画
(一社)日本印刷産業連合会会長賞	料理がうまくなる 酒類調味料	宝酒造
(一社)日本印刷産業連合会会長賞	ラプライナー クリームフィットペンシル	msh(株)
(一社)日本印刷産業連合会会長賞	AJINOMOTO 一番しほりキャノーラ油 700g 紙パック AJINOMOTO 純正ごま油 500g 紙パック	(株)J-オイルミルズ
洋菓子部門賞	コアラのマーチてづくりキット	(株)ロッテ
洋菓子部門賞	プッチンプリン ハロウィンデザイン	江崎グリコ(株)
和菓子部門賞	おめんを作ろう! 西村の豆まきポーロ	(株)西村衛生ポーロ本舗
和菓子部門賞	バンザイ山椒 超たまりませんセット	岩塚製菓(株)
和菓子部門賞	V!カステラ	(株)文明堂東京
洋食品部門賞	THE CRAFT PASTA シリーズ 10アイテム	(株)ニューオークボ
和食品部門賞	塩ひとつり	(公財)塩事業センター
中華・エスニック食品部門賞	レンジのススメ 「麻婆豆腐」	(株)永谷園
健康食品部門賞	KICHINTO BREAD	(株)ドロキア・オラシイタ
アルコール飲料部門賞	ザ・プレミアム・モルツ マスターズドリーム山崎原酒樽熟成 2021	サントリー
一般飲料部門賞	ファミマル 新潟県津南の天然水600ml	(株)ファミリーマート
化粧品部門賞	ONE BY KOSE ザ ウォーター メイト	(株)コーセー
化粧品部門賞	ピオレガード 薬用泡でできる消毒液	花王(株)
一般雑貨部門賞	虫よけマモリーネ	アース製薬(株)
一般雑貨部門賞	ピュアリーフ エコ	三菱製紙(株)
贈答用品部門賞	クイックルBOX	花王(株)
贈答用品部門賞	金麦の夏 花火デザイン段ボール	サントリー
地域産業商品部門賞	かつばえびせん匠海 海人の藻塩	カルビー(株)
リニューアル商品部門賞	クッキングペーパー シェフ	花王プロフェッショナル・サービス(株)
ペット用品部門賞	すごい乳酸菌克蘭キー 紙パック	いなばペットフード(株)

2022日本パッケージングコンテスト

5月25日まで作品募集中

(公社)日本包装技術協会(JPC)主催で毎年開催される「日本パッケージングコンテスト」は、包装におけるデザインからロジスティクスに至るまでのその年の包装の最高峰と優秀群を決定するものです。入賞作品には、優れた包装の証であるGPマークの使用が許可され、包装が中身をさらにグレードアップします。また、入賞作品については世界の包装コンテストであるワールドスターコンテストへの出品資格も同時に取得します。現在、以下の募集要領で「2022日本パッケージングコンテスト(第44回)」の出品作品を募集しています。ぜひ、この機会に是非ご出展下さい。

募集要領

募集締切: 5月25日(水)

審査日: 6月16日(木)

*お越しいただく
必要はありません。

出品条件: 令和2年7月1日以降に商品化されたもの、または今後発売が決定しているもの。作品が大型・重量物の場合(総重量が30kgを超える物)は、ミニチュアや作品説明パネル(A4サイズ)1~2枚にて出品下さい。

出品料:

1点の場合 会員: 17,600円、一般: 23,100円

2~3点の場合1点につき

会員: 15,400円、一般: 20,900円

4点以上の場合1点につき

会員: 14,300円、一般: 19,800円

*シリーズ商品1シリーズにつき

会員: 24,200円、一般: 30,800円

*シリーズ商品とは化粧品等が対象になります。シリーズ商品とは化粧品のように同一ブランド内に異なる機能を持つ容器(例:口紅・コンパクト・化粧水等)が混在している場合を指します。シリーズと称した複数製品でも、同機能を持つものであれば、商品のバリエーションとして1点と扱います(例:色違い、サイズ違い)。

申込方法:

①JPIホームページ内の「日本パッケージングコンテスト」ページにある「2022日本パッケージングコンテスト 出品申込書」をダウンロードし

て必要事項をご記入下さい。

ホームページアドレス(URL)

<http://www.jpi.or.jp>

その申込書と併せ、作品の様子が分かる写真データもしくは説明資料(A4縦1枚にまとめたもの)を添付して事務局までお送り下さい。(郵送もしくはメールにデータ添付)

メール宛先: takeuchi@jpi.or.jp

②出品申込書には作品について特に評価してもらいたいポイントを簡潔にまとめて下さい。出品会社は連絡先となる代表の会社1社とし、担当者名には連絡窓口となる方のお名前をご記入下さい。共同出品会社は出品申込書2枚目の記入欄にご記入下さい。

③出品申込書を受付後、出品料の請求書をお送りしますので、支払いは振込みでお願いします。

④出品申込みを受付できない場合がありますので、ご了承下さい。パンフレット(https://www.jpi.or.jp/saiji/jpc/data/jpc2022_detail.pdf)記載事項を確認後、お申し込み下さい。

郵送の場合:

〒104-0045 東京都中央区築地4-1-1 東劇ビル10階
(公社)日本包装技術協会

日本パッケージングコンテスト係

メールの場合: takeuchi@jpi.or.jp

申込み後: 請求書と共に作品搬入の指定日時等を記載した案内書をお送りします。

第48回 GP 工場交流会

GP 工場へ自主行動計画参加を呼びかけ 業務提携、新規事業開拓も積極的、調査から明らかに

(一社)日本印刷産業連合会グリーンプリンティング(GP)認定事務局は、2022年1月27日(木)午後3時~5時30分まで、「第48回 GP 工場交流会」をオンラインにて開催し、新規GP認定取得工場の紹介とともに、印刷産業における地球温暖化対策の取り組み、日印産連アフターコロナプロジェクトアンケート報告などについて事務局が発表した。

印刷産業における地球温暖化対策の取り組み

2100 年末には平均気温 4.8℃、海面最大 1.1m 上昇

はじめに、地球温暖化のメカニズムと日本や世界の温暖化対策の動向について解説がなされた。

大気中のCO₂濃度は産業革命以前は280ppm、2020年には413ppm(世界平均)と約1.5倍に増加している。

過去50年の気温上昇は、自然の変動ではなく、産業活動等によって人類が引き起こしたものと考えられる。IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change、気候変動に関する政府間パネル)の報告書によると、最悪の場合、2100年末には平均気温が4.8℃、海面も最大1.1m上昇すると予測されている。「対策を打たなければ、2300年には5.5m上昇して、日本の平野部はかなりの割合で水没すると予測されている。標高の低い島国は大きな影響を受けるということで、地球温暖化は喫緊の課題と認識されている」(事務局)。

地球温暖化の対策としては、緩和策と適応策が軸となる。緩和策は温室効果ガス(GHG)排出を抑制すること。適応策は、カーボンニュートラル(CN)が達成できても平均気温は上昇しているの

で、温暖化の影響を最小限に抑える社会の仕組みや暮らし方を工夫することになる。「具体的には、最近よく耳にする『レジリエンス』の強化。都市の防災強化などが主な対策として考えられている」。

日本は 2030 年度に GHG46%削減

日本では、菅義偉前総理が2020年10月の臨時国会で行った「2050年カーボンニュートラル宣言」、さらに21年4月22日の地球温暖化対策推進本部では2050年度目標と整合的で野心的な目標として、2030年度にGHGを13年度比46%削減することを目指すと宣言した。産業部門としては30年度の排出削減目標を38%減となっている。

需要側の取り組みとしては、化石エネルギーの使用を減らすのが大前提で、省エネと非化石エネルギーの導入が大きな柱となる。徹底した省エネに加え、ゼロエミ電気やカーボンニュートラルな燃料などの拡大が必要となる。

GHG 排出量、日本は世界第 5 位

世界のGHG排出量合計は2018年で約335億トン。国別では、中国(28.6%)、アメリカ(14.7%)、インド(6.9%)が上位を占め、これらの国

の取り組みが大きなカギになってくる。日本は世界で5番目、3.2%を占める。

現在、2050年のCNを表明している国は、125カ国1地域で、全世界の約3分の2に相当する。中国も2060年にCN表明、アメリカはバイデン大統領が2021年にパリ協定復帰を宣言している。

石炭は石油や天然ガスに比べてCO₂の排出量が多く、なるべくこれを使わないようにしようというのが世界の流れになっている。COP26（国連気候変動枠組条約第26回締約国会議）では石炭火力廃止に46カ国が賛同したが、日本、アメリカ、中国、インドは加わっていない。

2050年CNに向けた基本方針策定を呼びかけ

CNに向けた対策としては次の4つがある。

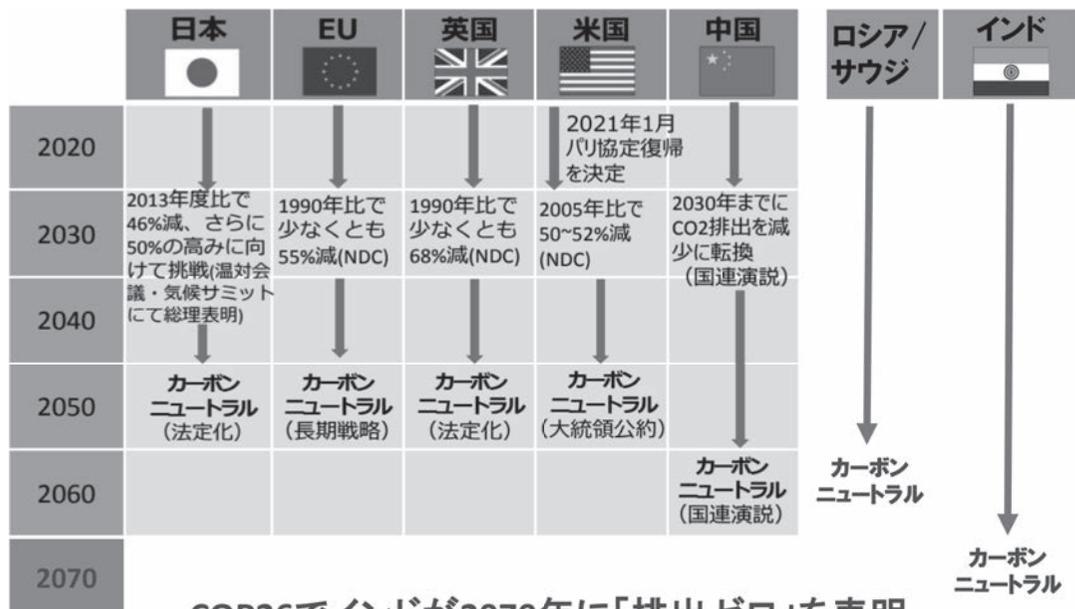
- ①省エネルギー・エネルギー効率の向上：節電やエネルギー効率の高い製品にすることでエネルギー消費を抑える

- ②CO₂排出原単位の低減：電力部門では、再エネや原子力発電の利用、CO₂を回収・貯留して利用するなど、電力部門のCO₂排出原単位をゼロにする。非電力部門では使用する燃料をより低炭素なものに転換したり、水素やバイオマス、合成燃料などに転換
- ③非電力部門の電化：排出原単位のより小さい電力をエネルギーとして利用。電化を進めるとともに電源の脱炭素化を行う
- ④ネガティブエミッション：植林を進めて光合成を盛んにし大気中のCO₂吸収量を増やしたり、CO₂を回収して地中に貯留する技術といった「ネガティブエミッション技術」を用いる。

2020年度の印刷業界のCO₂排出量 75.3万t-CO₂

日印産連の地球環境保全の取り組みとして、①環境関連自主行動計画 [CN（低炭素社会）、循環型社会形成、VOC 排出抑制]、②環境優良工場表

各国のCN表明状況



COP26でインドが2070年に「排出ゼロ」を表明。

出典：第48回 GP 工場交流会「印刷産業における地球温暖化対策の取り組み」

彰制度、③グリーンプリンティング（GP）認定制度を紹介した。

①については、GHG削減を目的とした日本経済界による自主的取組として、2020年および2030年を目標年次とする「低炭素社会実行計画」を経団連およびその傘下の業界団体が策定し、毎年「低炭素社会実行計画フォローアップ調査票」を公表している。

日印産連の2020年度の実績報告は次の通り。

印刷業界の低炭素社会実行計画フェーズ I

取組目標（CO₂排出量、基準年度2010年）

- 2020年目標：CO₂ 排出量 2010 年度比
-23.6%、82.7万 t-CO₂
- 2030年目標：CO₂ 排出量 2010 年度比
-30.9%、74.8万 t-CO₂

2020年度および30年度時点の自主行動計画参

加企業の売上高3兆2,000億円を前提とし、18年度の原油換算原単位16.9kl/億円を毎年前年より1%改善し、2020年度は16.5kl/億円（基準年度比：77.5%）までの改善を目指し、CO₂排出量は82.7万 t-CO₂（基準年度比：76.4%）とすることを旨す。

2030年度は15.0kl/億円（基準年度比：70.4%）までの改善を目指し、CO₂排出量は74.8万 t-CO₂（基準年度比：69.1%）とすることを旨す。
〈設定根拠〉

2018年度実績が既に30年度の目標をクリアしたことから、19年度に目標の見直しを行い、18年度実績を基準に、原油換算原単位を毎年前年より1%削減する目標とした。具体的な施策として、原単位改善に寄与している「空調関係及び動力関係の設備更新・新設」の計画的実施、および「デジタル印刷機の導入促進」「高効率印刷機の導入促

実施した対策、投資額と削減効果

年度	対策	投資額 (百万円)	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量(t-CO ₂)
2020年度	照明関係	131	1,584
	空調関係	229	1,463
	動力関係	610	9,891
	受変電関係	42	80
	再エネ、エネルギー回収	40	29
	その他	296	1,227
	小計	1,349	14,275

印刷業界ではエネルギー種として電力の割合が原油換算ベースで約72%と相対的に高く、電力使用量削減を中心とした省エネ対策を積極的に行っている。

＜取組の具体的事例＞

- ・環境負荷の少ないデジタル印刷機への転換、高効率印刷機の導入。
- ・空調機更新、空調・モーター等のインバーター化、エア漏れ対策等。
- ・照明や乾燥工程のUVランプのLED化。
- ・乾燥・脱臭排熱の有効利用。

出典：第48回 GP 工場交流会「印刷産業における地球温暖化対策の取り組み」

進」「乾燥工程の高効率化」「UV光源のLED化」を進め、効率的なエネルギー利用を図る（CO₂排出係数は10年度と同じとする）。

2020年度の実績値

- ・生産活動量：3兆0,887億円（売上高）（基準年度比-3.1%、前年度比-3.9%）
- ・CO₂排出量：75.3万t-CO₂（基準年度比-30.5%、前年度比-6.2%）
- ・CO₂原単位：24.4t-CO₂/億円（基準年度比-28.2%、前年度比-2.0%）（電力排出係数：0.316kg-CO₂/kWh、固定）
- ・進捗率2020年度目標比：128.9%（30年度目標比：98.5%）→**目標達成**
- ・2013年度比排出削減率21.0%（固定排出係数）、排出削減率34.5%（変動排出係数13年0.567、20年0.439）

〈要因分析〉

- ・印刷業界では、エネルギー種として電力が原油換算ベースで総エネルギー量の約72%となっており、電力排出係数による変化の度合いが大きい。一方で、事業者の省エネ努力の貢献度合いが高い
- ・コロナ禍の影響により生産活動量が減少し、工場稼働率が低下した

なお、2050年カーボンニュートラルに向けた印刷業界のビジョンについては、21年度内の公表を目指し策定中だと説明する。日印産連の事業組織である地球環境委員会の下部組織に、ビジョン検討チームを立ち上げ、基本構想の立案、2050年CO₂実質ゼロに向けての2030年目標の設定、目標達成方法等を検討している。

日印産連自主行動計画に参加を

最後に、印刷業界独自の表彰制度および認定制度として、印刷産業環境優良工場表彰制度、GP

認定制度を紹介、会員企業の積極的な応募を呼び掛けた。また、日印産連の自主行動計画に参加している企業は、昨年の数字でわずか135社（7,183社、1.9%）とまだまだ未参加の企業が多く、経済産業省からも改善の指定を受けているとし、「GP認定工場の方々には自主行動計画への参加をお願いしたい」とアピールした。

日印産連「アフターコロナプロジェクト」アンケート報告

2020年度、軟包装は巣ごもり需要の影響も

続いて、昨年3月からプロジェクトが始動した日印産連の「アフターコロナプロジェクト」で実施されたアンケート調査の結果について説明があった。アンケートは、2021年5月14日～6月4日に、Google Formで実施。対象は会員10団体の加盟企業6,888社で、回答社数は543社（回答率7.9%）、回答企業の6割が30人以下の中小印刷会社で、事業分野別の割合は商印35%、出版13%、シール・ラベル12%、紙器9%、ビジネスフォーム9%、軟包材7%であった。

「貴社の2020年度の売上実績について、コロナ以前の19年度に対する増減比を、応えてください。」との問いには、全体の83%が売上が減少したと回答、58%は10%以上の減少となった。

事業分野別の売上増減比では、商印、建装材、シール・ラベルで50%以上減少したという回答が見られた。「特に建装材が厳しい状況が分かる。軟包材は、0～-10%の回答が最も多く、巣ごもり需要もあり増収との回答が他の分野よりも比較的多いことが分かった」（事務局）。

2020年度の実績変化に特に影響した要因については、集客イベントの中止（30%）、巣ごもりの増加（21%）、ペーパーレス化・デジタル化（17%）、商業施設・飲食店の休業や時短営業（15%）の影響が大きく見られた。

コロナを機に働き方改革も積極的に

「コロナによる影響に対して2020年度に実施した事業経営対策について、主なものを5つまで選んでください。」との問いでは、最も多かった回答は「雇用調整助成金や持続化給付金などの給付金利用」であるが、「業務・生産工程の合理化・効率化」「営業活動や会議のオンライン化」「新商品や新サービスの開発」が後に続き、コロナを機に、働き方改革、業務効率化、テレワーク導入などを積極に進めているところも多く見られた。

2021年度の軟包材の売上予測は「ほぼ影響なし」が多数

「貴社の2021年度の売上予測について、2020年度に対する増減比を、答えてください。」との問いでは、増加予想と減少予想がそれぞれ40%、ほぼ増減なしとの回答が20%を占めた。「事業分野別では、ほとんどの分野で増加を予想。軟包材では、ほぼ影響なしとの回答が最も多かった」。

コロナ禍以前からの課題が上位に

アフターコロナにおける印刷業界の市場の変化について、経営に影響を与えると予測される変化を尋ねたところ、回答のトップ3は「業務のペーパーレス化・デジタル化が進む」「顧客のデジタル化が進む」「商業印刷では、紙の印刷物（新聞チラシやDM、雑誌広告等）と多様なデジタルメディアを組み合わせた広告が中心となる」であったが、これらは、コロナ禍以前からの課題としてあったものが、コロナによってこの変化が一気に加速したものと事務局は説明する。

売上予測、中長期的にプラス予想が増加

「2025年（中期的）の売上予測について、コロナ以前の2019年度に対する増減比を、答えてください。」との問いには、50%がプラスを予想。34

%がマイナス、16%がほぼ増減なし、と回答。

2030年（長期的）の売上予測については、プラス予想が25年度（中期的）予測よりもさらに14社増加。特に20%以上、50%以上増加すると予測する企業が増えている。「コロナが明けてくれば中長期的には印刷業界は明るい、前向きな会社が多いのではないか」。

約3割が他社との連携、本業以外の新規事業などを志向

「アフターコロナにおける市場の変化に対して貴社が実施すべき事業経営対策について、主なものを3つまで選んでください。」との問いでは、「自社の強みの向上と継承」が最も多く、次いで「新商品や新サービスの開発」「デジタル人材の育成・確保」といった回答が多かった。「驚いたのは、同業企業や他業種との連携・業務提携、本業以外の新規事業の開拓といった回答が約3割あったこと。従来と同じことをしていても厳しいと感じている会社が多いと言える」（事務局）。

なお、2030年売上予測を+50%以上と回答した22社の事業経営対策（3つまで回答）を見ると、「新商品や新サービスの開発」が12社、「デジタル人材の育成・確保」が11社、「本業以外の新規事業の開拓」が9社、「同業企業や他業種との連携・業務提携」が6社であった。

事業経営、コロナ禍における活動トピックス

アフターコロナの事業経営、コロナ禍における活動トピックスやエピソードについての記述回答については以下のような回答が寄せられた。

【アフターコロナの事業経営について】

従業員数201人以上

- ・グループ内で点在するリソースの経営統合
(東京都／総合印刷)

- パッケージ関連における環境対応製品の開発拡充 (東京都/商印・BF・軟包材)
- 異業種とのM & A (北海道/商印)
- コンサル会社と連携したプロジェクト運営、ホールディングス体制化 (愛知県/特殊印刷)

従業員数101人~200人

- 生産拠点を地方へ展開 (東京都/特殊印刷)
- 新たな社内システムの構築により効率化、作業時間削減を実現 (茨城県/軟包材)
- 脱プラ・環境に配慮した包装材の開発 (香川県/軟包材)

従業員数31人~100人

- 大学やベンチャー企業と連携して新商品・新サービスを開発 (東京都/特殊印刷)
- SDGsへの取組目標を策定し、非プラ製品の代替提案推進 (群馬県/商印・BF)
- コンサル会社と評価制度の見直し、人材育成キャリアマップを作成 (静岡県/商印・BF)
- 印刷業向け経営管理システムの販売、地域デジタル通貨の運営 (愛知県/商印・出版)

従業員数11人~30人

- SDGs推進に伴う商材販売の展開 (山梨県/商印・BF)
- 別会社として企画制作会社を作る予定 (京都府/商印)
- M & Aに取り組み、新規事業に参入 (山梨県/商印)
- 他業種と連携し、お互いの強みを補完する新商品を開発中 (熊本県/商印・出版)

従業員数1人~10人

- 顧客との直接販売店舗化 (東京都/商印)
- クライアントの販促支援を共に考える「場」の提供 (宮城県/商印)
- 業務コンサルティング事業の拡充 (神奈川県/商印)
- 全てのクライアント、協力会社の再評価を行い、

業務効率アップ (東京都/商印・紙器)

- デジタルを活用した自社メディアでの情報発信 (東京都/情報処理)

【コロナ禍における活動トピックスやエピソードについて】

従業員数201人以上

- インサイドセールス専門の部隊を編成し、Web集客に注力 (東京都/出版・BF)
- SDGsや環境印刷への引き合いが増えている (福岡県/特殊印刷)

従業員数101人~200人

- 大企業の雇い控えて、就職希望者が増えた (岡山県/商印)
- 一つ一つの受注の利益構造を見直す良い機会になった (岡山県/商印)

従業員数31人~100人

- 新たに会社を設立する気概で新事業を推進すると通達。積極的に業務の拡大ができた (愛知県/出版・商印)
- 既存の枠組みルールが崩れた一方、新たなチャンスが目の前に (東京都/商印)
- コロナ禍だからできる社内改革に目を向け、生産性向上と働き方改革を徹底的に行うことで、売上17%アップ、残業34%削減を達成 (宮城県/商印・出版)
- 若手社員をデジタルに強い会社に向かわせ、勉強させている (徳島県/商印・出版)
- 営業手法、品質・生産性向上の見直しの良い機会になった (群馬県/BF)

従業員数11人~30人

- テレワーク、フレックス等の制度整備により、優秀な人材を採用できた (熊本県/商印・出版)
- 新たな取り組みが、これまでの数倍のスピード感で推進できた (東京都/商印)
- 新規企画事業部を立ち上げ、社員たちのモチベ

- ーションが向上した (東京都/特殊印刷)
- 今まで出会うことのなかった業種や人と出会うことができた (愛知県/特殊印刷)

従業員数1人~10人

- 属人化している作業を見直す機会になり、変革のタイミングを得た (徳島県/商印)

- 時間ができたことで、新規事業展開について考える機会となった (新潟県/商印)
- 他業種との関わりが広がるきっかけになった (京都府/商印)
- 異業種との集まりの中で、互いに協力し合う活動を始めている (京都府/特殊印刷)

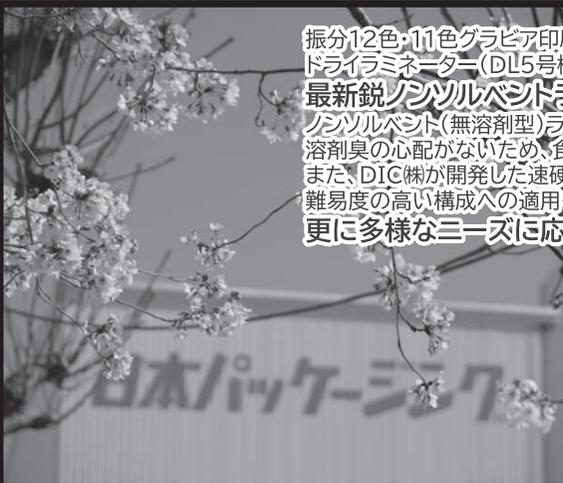
Information

プライムポリマー、バイオマスPPを日本で初めて商業生産・出荷

三井化学(株)の子会社である(株)プライムポリマーは、バイオマスポリプロピレンを日本で初めて商業生産・出荷した。当該製品は、昨年12月に三井化学大阪工場に到着した NESTE 社のバイオマスナフサを利用した誘導品であり、ISCC(International Sustainability and Carbon

Certification) が展開する ISCC PLUS 認証に基づいたマスバランス方式(物質収支方式)で、各種プラスチック・化学品に割り当てバイオマス認証を付与したバイオマスポリプロピレンとなる。

振分12色・11色グラビア印刷機(印刷7号機・印刷8号機)、ドライラミネーター(DL5号機)に引き続き、最新鋭ノソルベントラミネーター(NS6号機)を増設稼働致しました。ノソルベント(無溶剤型)ラミネーターは、高い経済性と環境適性に優れており、溶剤臭の心配がないため、食品包装などに適しています。また、DIC(株)が開発した速硬化型無溶剤接着剤“DUALAM™”に対応し、難易度の高い構成への適用も視野に入れた仕様としています。更に多様なニーズに応えられる「日本一の協力会社」を目指してまいります。



ISO9001:2015 認証取得
グリーンプリンティング認定工場
軟包装衛生協議会認定工場 正会員



■グラビア印刷 ■ドライ・ノソルラミネート

日本パッケージング株式会社

本社・工場 〒340-0121 埼玉県幸手市上吉羽2100-30
TEL:0480-48-2620 <http://www.nippake.com/>