

巻頭言

サステナブルな業界を目指そう

東海グラビア印刷協同組合
理事長 杉山真一郎



2021年5月より、東海グラビア印刷協同組合の理事長を務めております杉山です。今後とも宜しくお願い申し上げます。

さて、アフターコロナの時代になり、海外からの訪日客を見かけるようになりました。特に、土日はどこの都市も人がたくさん出ているなどという印象を受けます。他方で当業界は、全体としては今年に入ってから今に至るまで、なかなか受注が立ち上がらない、注残がたまらない状況だと感じております。そういった中、夏の暑さとともに人手不足の話題は必ず出る日常会話になりました。ある信用調査会社のアンケートによると、5割を超える企業が正社員の不足を感じており、情報、サービス系の企業に至っては7割を超えるということです。

私も組合企業様含め同業と話をしていると、人手不足とともに設備更新に対する課題の話をよく伺います。実際、大型の設備更新（投資）はやらないという会社もあります。日本のものづくり企業すべてにあてはまると思いますが、10年先、20年先どうなっているのか楽観的な絵を描くことが困難な時代になりました。大手コンバーターの最近の動きも踏まえ、大きく業界が動いていると感じております。そういった中、我々は社会インフラの一つである食品パッケージを今後も安定的に供給するという責任を果たすため、サステナブルな業界にならなければなりません。

サステナブルな業界になるためには人の確保、働きやすい環境づくりと、利益が出る体質になることが大切です。

ここ数年私は水性フレキソ、水性インクジェットなど、「水性」という言葉を目にするようになってきたと感じております。弊社の話に少しなりますが、弊社が水性グラビア印刷を本格的に始めたのが今から約25年前になります。きっかけは、愛知県は今でもですが、大手自動車メーカーがあり求人が大変難しい地域

です。よって、求人と離職を改善することを目的としてはじめました。現実的には離職の理由は人さまざまです。ただし、ガソリンスタンドは別として、私が子供、学生だった頃はプラモデルの塗装や工作に使う接着剤など有機溶剤にふれる機会がありましたが、今の若い人たちは生活の中で有機溶剤にふれる機会は本当に少なくなっているのではと感じています。若い人たちが有機溶剤が臭いと感じる感情は私が臭いと感じる何百倍にもなるだろうと思っております。私は離職理由の一つとして、臭いからというのを改善し、それが結果的にパッケージにとっても有益になればと思います。ゲームチェンジャーになるような画期的な設備の登場にも期待をしますが、「人」に対する取り組みは今後ますます大切になるだろうと考えます。

そして、もう一つの利益が出る業界になるということですが、私が約25年前、社会に出たばかりのころ、ある大手電機メーカーの方から「販売価格」「製造コスト」「利益」の関係について、以下のようなことを教えていただきました。私は当時、『「製造コスト」+「利益」=「販売価格」でしょう』と答えましたが、その方は、『それは違う。販売価格は決まっている（マーケットが決める）、企業は利益がないと倒産するので「販売価格」-「利益」=「製造コスト」。その製造コストに納めるように企業は努力しなければならない』と教わりました。この2つは計算式は同じですが意味が全く異なります。

当時、会社、社会は厳しいなと感じました。しかし、ここにきて日本はデフレ、長い間物価が上がっていない、世界的に安すぎると言われています。それは販売価格が強くなりすぎた、製造コストを厳しくしすぎた面があるのではと思います。コスト削減は永遠のテーマですが、サステナブルな業界、会社になるために弊社の営業には会社の強みは何かを改めて知り、それを活かして適正な「販売価格」を実現しようと話をしています。

パッケージの進化のために我々企業は努力、競争をしていかなければなりません。しかし、上述通り人手不足、設備更新が困難になりつつある中、食品パッケージを安定供給するために各社が協働して、生産効率を高めることを考える時代になるでしょう。

組合員皆様と情報交換をさせていただきながら、ベクトルを合わせ歩んでいきたいと思いますので、今後とも宜しくお願い申し上げます。

日印産連表彰

印刷功労賞に村田氏、印刷振興賞に石山氏

日印産連表彰は、長年にわたり印刷産業の発展に貢献した個人・団体に対して顕彰する制度で、今年度は、印刷功労賞に前全国グラビア協同組合連合会専務理事・情報担当顧問の村田英雄氏が、印刷振興賞にトーホー加工(株)小山工場の石山正明技術顧問の受賞が決まりました。

印刷功労賞

村田 英雄

前全国グラビア協同組合連合会
専務理事・情報担当顧問

【推薦事由】

昭和58年、マルトグラビア印刷(株)の代表取締役就任と同時に関東プラスチック協同組合の理事に就任、その後、平成2年に専務理事就任後は4代の理事長を補佐しつつ日印産連、東印産協の各種委員会にて活躍していた。そして翌年の平成20年からは関東グラビア協同組合並びに全国グラビア協同組合連合会の事務局として勤務をはじめ業界発展の為に尽力し、食の安全・安心を担う軟包装資材(ソフトパッケージ)の普及と社会的認知に計り知れない功績がある。



印刷振興賞

石山 正明

トーホー加工(株)
小山工場 技術顧問

【推薦事由】

東洋インキ(株)にてグラビア・フレキシソインキの開発・販売、東洋FPP(株)にて製版事業にも従事され、全国グラビア製版工業会連合会専務理事等、長年の業界活動を通じて発展に寄与した。東洋インキ退社後は、トーホー加工(株)小山工場にて技術顧問を務め、インキ・接着剤・製版の知識を生かし、後進の指導、生産改善に努めている。グラビア業界歴50年に迫る生き字引。



Information

日印産連、FMヨコハマ「FUTURESCAPE」でGP紹介コーナー放送中

(一社)日本印刷産業連合会(日印産連)は、小山薫堂グリーンプリンティング(GP)PR大使と柳井麻希氏がDJを務めるFMヨコハマのラジオ番組「FUTURESCAPE」(毎週土曜日、9:00~11:00)に5週連続でGP紹介のミニコーナー企画「みんな知ってる?グリーンプリンティング!」を提供する。毎回、印刷業界に関わりの深い方やGP関係者がゲストで生出演し、GPをテーマにDJの2人とトークを展開する。同コーナーの放送時間は午前9時35分から約5分間。お楽しみに。

すでに放送にされた9月2日には、「印刷と私」

トークショー(10月18日開催)の案内&リスナー参加募集、「あなたの名刺作ります」、リスナーより第2のGP PR大使募集といったコーナーが、9日にはグラフィック社の津田淳子取締役(「印刷と私」トークショー対談者)が出演。9月16日、23日、30日の放送では次のプログラムを予定している。

9月16日 出演: 興栄社 代表取締役 菅野 潔氏 (GP推進部会部会長)

9月23日 出演: 印刷博物館 学芸員

9月30日 出演: GP環境大賞受賞者

※内容は一部変更の可能性あり

GP JAPAN

2023
9
No.274

全国グラビア協同組合連合会

全グラ情報

CONTENTS

巻頭言 サステナブルな業界を目指そう 1

東海グラビア印刷協同組合 理事長 杉山真一郎

全グラコーナー

日産連表彰、印刷功労賞に村田氏、印刷振興賞に石山氏..... 3

大和グラビヤ、絵画をグラビア印刷で模写する「MOSHA-PRO」、
瀬戸市のアーティスト杉山大介氏とコラボレーション 6

目立ってしまいますが、実力もすごいのです..... 8

軟包装価値向上委員会

JFPI

第54回 GP 工場交流会サステイナブル・デザインの西原氏による
講演「GP 認定からのステップアップ」 10

2024年度印刷産業環境優良工場表彰開催休止のお知らせ 16

9月から賞味期限「2分の1」ルール採用、フードロス削減へ 17

ウエルシアホールディングス

JAPAN PACK 2023、10月3日から4日間、東京ビッグサイトで開催 18

軟包装衛生協議会・坂田常務理事、10月3日午後1時半から JAPAN PACK 2023会場で
「軟包装のトレンド 食の安心・安全と改正食品衛生法、そして環境負荷低減」プレゼン 21

Data Watch 2023年5月データ 22

紙・板紙／不織布／粘着テープ・シート類／プラスチックフィルム・シート／インキ／
ポリプロピレンフィルム／印刷加工機械／印刷機械輸出入／アルミ箔／ポリオレフィンフィルム

紙・プラスチック・ゴム製品統計月報に見る包装印刷 2023年6月データ 28

今月の
表紙



今年度の日印産連表彰印刷振興賞と印刷功労賞受賞が決定した、トーホー加工株小山工場の石山正明技術顧問（左）と前全国グラビア協同組合連合会専務理事・情報担当顧問の村田英雄氏（詳細は本文6頁参照）

WE LOVE GRAVURE

- GP 認定制度申請についてのお願い 32
- GP 工場認定制度のご案内 34
- ChatGPT 経験者は約4割、アイデア出しなどに利用、
利用拡大には情報漏洩に不安も 36
- 今月の気になる製品 42
色のデジタル化・数値管理用ソフトウェア「ColorCertQA」
X-Rite
- UV 照射実験施設「EYE-UV Labo」を開設 43
岩崎電気
- STOP！熱中症 クールワークキャンペーン 46
- サーキュラーエコノミー 48
軟包材 OPP フィルムの水平リサイクルの共同実証試験開始
凸版印刷・三井化学東セロ・三井化学

Information

- 日印産連、FMヨコハマ「FUTURESCAPE」でGP紹介コーナー放送中 3
- 三菱ケミカルグループ、「ダイアラップB10」がイオン九州の生鮮食品包装材へ 15
- 三井化学、「タケラック」PUD生産能力増強、モノマテ食品包材の需要拡大に対応 20

GPJAPANは全国グラビア協同組合連合会が発行する機関誌です。年間購読料は送料込みで15,000円＋税です。

購読および広告出稿を希望される方は、
全国グラビア協同組合連合会
e-mail:zenkoku-grv@utopia.ocn.ne.jp
<http://www.gcaj.or.jp/>
までご連絡下さい。

本文ページの紙は、無塩素漂白バルブから作られたものを使用しています。

発行：2023年9月10日
発行人：田口 薫（全国グラビア協同組合連合会会長）
発行所：全国グラビア協同組合連合会
〒130-0002 東京都墨田区業平1-21-9
あさひ墨田ビル
TEL.03-3623-4046、FAX.03-3622-1814
編集スタッフ：袖山高明（全国グラビア協同組合連合会専務理事）
村田英雄（全国グラビア協同組合連合会顧問）
渡邊富美子、酒井由香（同事務局）
編集協力：(株)加工技術研究会
印刷：(株)遊文舎

© 全国グラビア協同組合連合会2023

落丁・乱丁はお取り替えます。GPJAPANの無断複写・複製・転写・転機は、著作権法で認められているケースを除き、禁止されています。また、磁気・光磁気媒体等への記録することは禁止します。

大和グラビヤ 絵画をグラビア印刷で模写する「MOSHA-PRO」 瀬戸市のアーティスト杉山大介氏とコラボレーション

大和グラビヤ(株)は、パッケージ印刷の技術を活かしグラビア印刷で絵画を複製する社内プロジェクト「MOSHA-PRO」で、瀬戸市出身のアーティスト・杉山大介氏の作品を「模写」する試みに挑戦した。制作した作品は、2023年11月23日(木)～28日(火)までの6日間、名古屋市中区の妙香園画廊にて開催される杉山大介氏の個展にて展示される。

MOSHA-PRO × 杉山大介

「MOSHA-PRO」は、食品包装などのパッケージ印刷で培ってきた印刷技術を活かし、絵画をグラビア印刷で模写するプロジェクトで、これまで印象派絵画や浮世絵などの複製画を制作してきたが、現代アート作品を手掛けるのは初の試みとなる。

今回は、杉山大介氏が制作したデジタルアート作品『Dance after the rain』を、同社の得意とする特色の技術を以て光の表現に徹底的にこだわり「模写」した。

杉山氏に印刷現場に立ち会ってもらい、実際に色合わせの際に意見交換をしながら共に完成度を追及し、特色である紫色の赤みの調整を繰り返すなど細部のニュアンスまでこだわり、『Dance

after the rain』の「模写」が完成した。

今回制作した作品は、2023年11月23日～28日までの6日間、名古屋市中区の妙香園画廊(名古屋市中区栄3丁目14-14、TEL.052-241-1533)にて開催される杉山氏の個展にて展示予定。



グラビア印刷された『Dance after the rain』

杉山大介

クイアのアイデンティティを持つ画家。ファッション産業で働いていた父親の影響で、高校時代からラグジュアリーファッションとストリートカルチャーに惹かれ、特に、ジャンポール・ゴルチエが日本の着物や伝統柄を使ってデザインしたコレクションに強い興味を持つ。

一方、9歳の時に緑内障に罹り、さらに19歳の時に別の難病も発症。失明と死への強烈な恐怖と常に闘う。京都大学法学部中退後、広告会社で9年間デザイナーとして働くが、36歳で重病を患い、何年もの間、生と死の境界を彷徨うこととなる。その間「一体生きているとは何か。死ぬとは何か?どちらも実感できないこの〈生命〉とは何か?」を問い続ける中、それを作品として表現することを決意し、独学で美術家に転向。

緑内障(現在は完治)の経験により光そのものに強い興味を持っていたことから、自身の油彩画を印刷した布を日光が透過した色にヒントを得て、Z軸の高さ情報を付加したドローイングデータを作成して工業用インクジェットプリンターで生地の上に出力するという技法を考案。また、透明なアクリル板に2Dのドローイングをプリントして着物の生地の上にアクリル板を浮かせて貼るという技法にも挑戦している。

【個展】2022「死と平和」ギャラリーMerino、名古屋

【グループ展】

2021年FACE展2021、SOMPO美術館、東京

2020全日本アートサロン絵画大賞展、国立新美術館、東京

【受賞歴】

2020年 FACE2021 入選

2019年 全日本アートサロン絵画大賞展 入選

【コレクション】大和グラビヤ(株)、(株)新東通信

あらゆる環境測定から
環境対策まで幅広く
全国的にサポートいたします。

(作業環境測定・VOC等)

作業環境測定

- 会員他各社の工場内外環境測定
70社×2回/年×40年=5,600回
- 工場内改善コンサル 100件
局所排気装置・室内空調バランス等

VOC対策

- VOC対策のコンサルタント
改善工事の基本設計・施工の紹介等
- VOC対策の前提となる実績データの取得
測定実績：グラビア印刷機：1,074台
ラミネート機：1,146台
コーター機：818台
(2021年3月末現在)



全炭化水素計(島津製)



ガスクロマトグラフィー

当分析センターは全国グラビア協同組合連合会で設立致しました分析会社です。

40年来、作業環境測定を通じて、各社作業環境の改善を継続しておりますが、平成18年の「大気汚染防止法」改正よりVOC対策に対し全国展開を図り、約3000件の測定実績を上げております。

オフセット印刷工場のリスクアセスメントのリスク見積りとして、トータルVOC(ノナン換算値)測定も行っています。

また、上記の他に環境測定全般につきましても対処できる機能・体制をもっております。

株式会社 全国グラビア分析センター

〒130-0011 東京都墨田区石原1-16-1
Tel:03-3624-4523 Fax:03-3829-3817
E-mail : grv-analysis@almond.ocn.ne.jp

計量証明事業登録 東京都知事第1249号
作業環境測定機関登録 東京労働局第13-35号
労働衛生コンサルタント登録 厚生労働省 工-第186号

自立ってしましますが、 実力もすごいのです

「薄く、軽く、柔らかい」が、私たちが皆さんにお届けしている袋の特徴で、「ソフトパッケージ（＝軟包装）」と呼ばれています。一見頼りなさそうな感じを思い浮かべられるかも知れませんが、実はとんでもない優れモノなのです。

●「閉じる」

食品など中身を入れた後、瞬時に**密封**する機能を持っています。

→「入れる」だけのレジ袋との大きな違いです。

●「届ける」

食品工場から配送センターの倉庫、コンビニやスーパーなどの販売店へ運送する際に、あるいは皆さんがお持ち帰りの際に、中身がもれたり流れ出たりすることはありません。棚や冷蔵庫などの収納でも同じで、柔らかいために狭いスペースにも収まります。

●「保つ」

『湿気る』 → お煎餅が湿気てしまっは美味しくありませんね。

『腐る』『酸化する』『かびる』 → 食品がこれでは美味しくないので、食べることもできません。

「ソフトパッケージ」はこれらを防止する機能を持っていますので、安全・安心にお使いいただけます。

また、中身の香りや、外の異臭・悪臭などもある程度遮断することもできます。何故、そんなことができるのかと言いますと、1ミリメートルの100分の1から数10分の1程度の極薄の様々な機能性プラスチックフィルムや金属箔、紙など他素材との複合化によって出来ているからです。一見、1枚のペラペラのフィルムに見えがちですが、実はそうではないのです。

そして、忘れてはいけないとても重要な役割があります。

●「伝える」

グラビアという印刷方式により、皆さんの「健康」「衛生」を支えるためにお伝えしなければならない情報を表現できるとともに、中身のPRや、カラー印刷を用いたキレイで可愛いデザインを施すことも可能です。

いかがですか。「賞味期限」を守りつつ、フードロスの削減にも役立ち、安心してお使いいただけるこの優れモノ、「ソフトパッケージ」の価値を改めてお考えいただけませんか。

でも、いったん袋を開けてしまうと密封状態ではなくなりますので、チャック（またはジッパー）付きの袋をお使いの場合でも、また、輪ゴムなどで開封部を止めて頂いたとしても、本来の機能は既に損なわれていますので、出来る限り早めにお召し上がり下さいね。

軟包装価値向上委員会 配布資料Ver02 2023年7月6日改訂

第54回GP工場交流会

サステナブル・デザインの西原氏による講演
「GP 認定からのステップアップ」

2023年7月28日（金）に開催された（一社）日本印刷産業連合会主催の第54回 GP 工場交流会において、(有)サステナブル・デザイン（認定経営革新等支援機関）の代表取締役で、エコアクション21審査員・環境カウンセラー（市民部門）の西原弘氏が講演を行った。2006年4月から始まったGP 認定制度の17年間を振り返り、「持続可能な調達」はリスクか？それとも機会か？という観点から自社でできる取り組みなどを紹介、GP 認定工場のさらなるステップアップを後押しする内容であった。

GP の認知度はまだこれから

日印産連のHPに掲載されているグラフを見ると、2006年から事業所数が減っている。出荷額も右肩下がり状況。そのような状況の中でGP工場は、令和2年の数で計算



すると、小規模事業所を含まない1万3335事業所のうち約3%、小規模事業を含む約2万事業所のうち約2%と、業界の中ではまだ希少価値が高い状態だ。

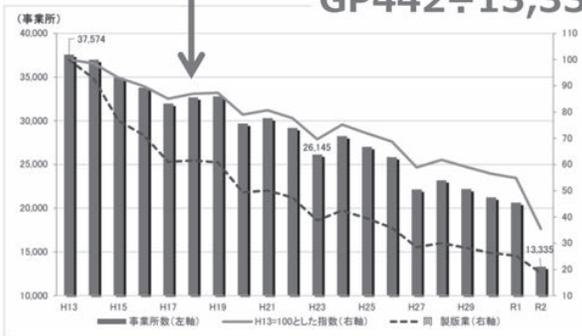
一方、環境認証はどうか。ISO14001は、リーマンショック後の2009年がピークでそこから減っていき、2015、16年に再び盛り上がったが、また減ってきている。エコアクション21はじわじわ

印刷産業の事業所数

32,683 → 事業所数は13,335件 ▲59.2%

印刷産業の事業所数はすべての業種でほぼ一貫して減少傾向。
〔令和3年経済センサス-活動調査の2020(令和2)年の数値は、個人経営を含まない集計結果であることから、時系列比較を行う際は十分に留意が必要〕

$GP442 \div 13,335 = 3.3\%$



(出典：(有)サステナブル・デザイン、西原 弘「GP 認定からステップアップ」より)

増えてきたが、7500前後をウロウロしている状況。

社会の状況は、2015年にパリ協定、気候変動に関する国際的な約束、SDGs ができたりして注目が集まり、取り組みが増えるかと思いきや、認証登録で見るとそうでもない動きをしている。

こうした状況の中で、2006年4月にスタートしたGP制度は右肩上がりの傾向になっている。GPマークが付与された印刷物も実数としては増えてきているが、認知度はこれからというところもある。

青山学院大学の公開講座で講演した際にGP制度についても話をした。リアルとオンラインで参加した70~80人に「GPをご存じですか」と聞いてみると、手が挙がったのはゼロ。極めて残念でしたので、「今日覚えましたね」と話をした。ぜひ、認知度を上げてほしい。

持続可能な調達はリスクか？機会か？

現在、上場企業はESG [環境・社会・ガバナンス (企業統治)]*の観点で会社を評価している。その中で、サプライチェーンマネジメントも重要な要素になり、調達についても十分に影響力が行使される。取引先によって状況は違うが、持続可能な調達という観点で調査票が届いていたり、「いつまでに~してください」というリクエストが届いている会社もあるのではないかと。

社会全体を見ると、2015年に国連総会で決議された「Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development (我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ)」の中にSDGsが入った。日本語では「変革」となっているが、英語では「Transform」と、ガラッと大きく別物になるくらい世の中を変えていこうという考え方が示されている。それに向けて、

少しずつビジネスの方法を変えていかないとけない。

そこで始まっているのが、「Transition」移行という動き。現在、大きなテーマ、経営課題となっている脱炭素は、30年前から言われていたのに誰も本気で取り組んでこなかったが、今、本気で取り組み始めている。これについていけるか、いけないか。先取できるか、後追いになるか、が会社にとってリスクと機会になる。

顧客、マーケットについていくことができれば機会になる。そのためには、今までと同じことを同じようにやっているだけでは足りない。そこで「Innovation」、ビジネスを変えたり、経営の仕方を変える必要がある。変わらなければリスクになる。

ただ、変わる方向を間違えるとそれもリスクになる。また、何もしないのを見栄えだけでSDGsに取り組んでいるように見せる、「SDGs ウォッシュ」という評判リスクを招くことも避けてほしい。

※ ESG：企業が長期的に成長するために必要な Environment (環境)、Social (社会)、Governance (企業統治) を考慮した投資活動や経営・事業活動を指す。

GPマークを表示することを目指して顧客に提案を

具体的な持続可能な調達とは、「良い会社から、良いものを買う」ことを様々な基準で取り組んでいこうということ。

「良いもの (グッズ)」とは、商品、サービス。伝統的にグッズの評価基準は「QCD」、品質 (Q)・値段 (C)・納期 (D) で、品質の優れたものをより安く、より早く、納めてくれたら良いよねという基準であった。これは今後も変わらないと思うが、それに加えてESGの要素も、商品の特徴、あるいは構成要素として見られるようになってきた。Eの部分で見ると、グリーン購入になる。現在の

動きは、商品、サービスだけではなく、事業者そのものの「良さ（グッドネス）」を評価していくことで、その評価基準となるのがESG。

では、良いものと、良い会社はどちらが優先されるべきなのかというと、まず取引先の選定が先になる。その中でより良いものを買うという構図になる。

GP認定工場は、少なくともESGのEの部分の取り組みができていてとアピールできる。製品である印刷物も、GPマークを表示することで、環境にもしっかり取り組んでいるというアドバンテージとなる。

コンビニやスーパーで何気なくお菓子を手に取ってみると、紙箱にFSCのロゴが表示されている確率が高くなっている。これは菓子メーカーがこういうものを表示した方が会社のアピールになるという判断から出てきている。ただ、その横にGPマークが並んでいるものはあまり見たことがない。GPマークがきちりと表示されることを目指して顧客に提案してほしい。

GP認定からのステップアップ

GP認定は、ESGのE（環境）の部分となる、法令遵守を前提とした自主的取り組みについてセルフチェックして、審査員が現地確認しながら、助言を受け認定される。GP認定からのステップアップのポイントは、ESGのS（社会）とG（企業統治）の方向で、取り組みを追加していくことが考えられる。

もう1つは、ビジネスとしてのステップアップを考えていくこと。法令遵守を前提とした自主的取り組みや認定等は土台にあたる。その土台の上で、競争力をつけていくことがステップアップになる。

土台は共通性があるが、上の部分は個別性が大

事になる。同じGP認定の印刷会社でも提供する商品、サービス、価値が違う。オリジナリティが重要になる。

代表的なものはSDGs。「SDGs宣言」は自治体が制度を持っている場合と、金融機関などがサービスとして提供している場合がある。金融機関と各社が自主的にやる場合は、我が社はこのようにSDGsに取り組むということを宣言する。

「SDGs登録」「SDGs認定」は、そこに何らかの評価が加わってくるので運用は自治体となる。GP認定はSDGs宣言等の中で、環境の目標としてそのまま使うこともできるし、そこに働き方、地域貢献、ESGのSとGにあたる部分を加えていくこともできる。

こういった制度を持っている自治体は全国に85自治体ある。自治体制度の内訳を見ると、関東ではさいたま市がかなりしっかりした認証制度を持っているが、多くは登録という形になっている。登録数の多いところでは、長野県、千葉県で約2000社。少ないところでも数百あるので、万単位の会社がSDGsの宣言等に取り組んでいる。まだ自社で取り組んでいなければ地元の自治体に制度があるか調べてみてはどうか。

全印工連が運用している「CSR認定」の評価基準は詳細、多項目にわたる。ハードルは高いかもしれないが、ESGすべてに第三者の目が入った取り組みができていて、土台がしっかりした会社だとアピールできる。

「GP+他の取り組み」にしっかり取り組むことで、より良い会社であるとアピールできる。

自社の立ち位置をセルフチェック

ESGの観点を外部またはセルフでチェックする活動も重要度が上がっている。

グリーン購入ネットワークの「持続可能な調達

アクションプログラム」は、50項目ほどのセルフチェックを評価して世の中の水準と、その会社のレベルをレーダーチャートで示したり、A～Dで評価したりして、自社の立ち位置が分かるようになっていく。セルフチェックすることで何をやる必要があるのかを理解できるので、こういったものを活用することを勧めている。

競合にはできない、顧客に喜ばれるUVPを考える

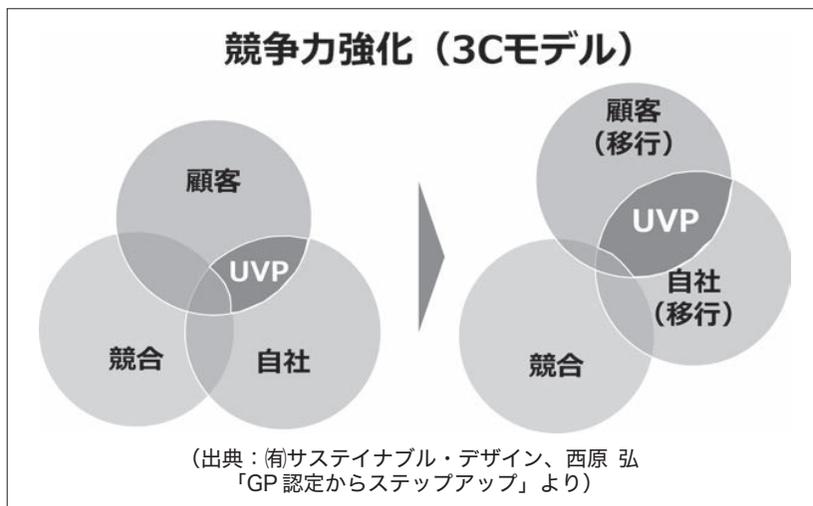
ビジネスのイノベーションを起こすには、まずはマーケティング。市場、顧客ニーズはどのように変わっていくか。特にESGの観点から、新しくできることはないか。それに応えることで新たに利益を生み出す仕組みづくりができるかを考える。これがビジネスモデルで、最終的にそれを商品、サービスに落とし込んでいく。

そのときに、UVP (Unique Value Proposition: 独自提供価値) という考え方を大事にしてほしい。GP認定取得と営業活動の間には、「マーケティング」「ビジネスモデル」「商品・サービス

「セールス」「見直し」というプロセスが必要になる。これをどれだけ行っているかで、GPマークの表示件数や、採用してもらっている印刷物の種類、顧客数に影響するのではないかと。更新審査の資料を見ても、GPマーク付与の実績がないという認定工場が少なからず見受けられる。

UVPとは、競合にはできないが、自社にはできること、顧客に喜ばれていることなので、Value (価値) がある。GPを取っていることで、どのように自社のUVPを生み出していくのか。各社の元々の事業内容、過去の経緯などが大きく影響してくる。

顧客 (Customer)、競合 (Competitor)、自社 (Company) の3つのCを分析する、初歩的なマーケティングの分析ツールの3Cモデルでいうと、UVPは顧客ニーズの輪と自社でできることの輪が重なっているところ、かつ競合は重なっていない部分になる。マーケティングの観点から競争力を高めるといえることは、顧客が変わっていったときにそこについていく、あるいは先取りしていくことで、UVPを広げていく活動になる。



GP工場としてオンリーワンのポジションをアピール

自社と同じ市区町村にどれだけのGP工場があるのかを調べてみると、1工場しかない市区町村は135あった。こういったところは、「我が町のGP工場は当社だけです」とオンリーワンのポジションを主張しやすい。2、3工場のところも、「最初にGP工場を取得したのは我が社です」等のアピールできるのではない。希少性を価値につ

なげていくプレゼンテーションをどのようにするのかを考えてみてはどうか。

一方、東京都江東区や新宿区、千代田区、埼玉県川口市、戸田市等はGP工場が集積している。東京都はグリーン購入の中で、印刷の基準にGP認定を取り込んでいる。区のレベルでも同じように、GPを基準に取り組んでもらえないかというアプローチをGP工場や事務局が協働して活動してもいいのではない。自社と同じ地域にどんなGP工場があるのか調べてみてほしい。

自社と同じ市区町村内に他のGP工場はある？

同一市区町村内のGP認定工場数	該当市区町村数* (合計209)	該当認定工場数 (合計442)
1工場	135	135
2工場	40	80
3工場	11	33
4工場	6	24
5工場	2	10
6工場	3	18
7工場	2	14
8工場	2	18
9工場	2	18
10工場	1	10
11工場	1	11
12工場	2	24
13工場	1	13
14工場	2	28
24工場	1	24

*特別区および政令市の区は1とカウント

GP認定工場一覧 https://www.jfpi.or.jp/greenprinting/gp_list/ より作成
(出典：(有)サステイナブル・デザイン、西原 弘「GP認定からステップアップ」より)

GPを営業にどう生かすか

2021年1月26日のGP工場交流会で、25社に次のような質問に答えてもらった。

「いつでも提案・受注できる標準的な環境配慮仕様・表示のパターンを確認していますか？」との質問に対し、「1：YES (内製の場合のみ確認済)」が32%。「0：NO」が44%。「2：YES (内製・外注先含めて確認済み)」が24%であった。こうなると、選択肢0や1の会社は、GPマークを表示するのも顧客に提案するのも不安に感じてしまうの

ではないか。

「GPマーク表示可能なオリジナル製品・サービスを開発していますか？」では、80%が「0：NO」。受注産業なので仕方がない面もあるが、提案営業が難しい。

「営業パーソンに対し、GPマーク表示要件を顧客に説明できるように教育訓練を実施していますか？ (研修、ロールプレイング等)」では、「0：NO」が56%。「1：YES (一部を対象に実施)」が28%。こういう状況では、多大な労力、費用を掛けてGP認定を取っても投資回収が難しくなっ

しまう。

3つの選択肢の中で、自社はどこにあたるのかを考える。そして、選択肢1、0の場合はGPをどのように営業に生かすのかを考えると良いのではないか。

できる／できないは生産部門・営業部門で共有を

主な資材、用紙、インキ、表面加工、製本等については、グリーン購入法の基準や、GPのグリーン基準で明示されているので、自社でできること／できないことをしっかり把握してほしい。

これは生産部門だけではなく、営業部門でも共有しておく。できるという営業が受けてきた仕事が工場ではできない、本当はできるのに営業ができないと仕事を断ってしまったとなると、機会損失になってしまう。

また、標準的には対応できないが、近所のGP工場のできるのであれば一部外注で協業するオプションも考えられる。対応できないことについて、

問い合わせが短期間に重なるのであれば、そこに需要があるのかもしれないというサインだと考えて対応できるようにする、あるいは費用との兼ね合いで考えてみるのも良いのでは。

標準的に対応できる部分を広げて、それを営業トークやツール、ウェブサイト反映していく。それでようやく選ばれる理由が明確になる。

会社まるごと再エネ化

脱炭素においては何ができるか。カーボンフットプリント表示、カーボンオフセットがあるが、もう一歩進んで工場まるごと再エネ化、会社まるごと再エネ化がある。会社まるごと再エネ化が実現できれば、個別にCO₂を計算する必要がない。顧客が求めているのであれば価値提供になる。取り組んでいる会社は少ないので、積極的に取り組むことで機会を作ることになる。

こういう要素を各社が考えて強みを出すようにしていけば、GPを土台にした独自の競争力を作っていくことができるのではないか。

Information

三菱ケミカルグループ、[ダイアラップB10]がイオン九州の生鮮食品包装材に

三菱ケミカルグループ(株)はバイオマス原料を使用した食品包装用ストレッチフィルム「ダイアラップB10」の販売を4月より開始した。また、同製品がイオン九州(株)の生鮮食品の包装材の一部として、イオンディライト(株)と共同提案の上、採用された。

同社グループの食品包装用ストレッチフィルムシリーズは、ストレッチ性、透明性、防曇性といった特長を有し、主にスーパーマーケットなどで生鮮食品のトレー包装などに使用されている業務用ラップフィルム。

同製品は、上記特長を維持しながら、原料の

10%を植物由来の「バイオマスポリエチレン」に置き替えた製品であり、育成過程でCO₂を吸収する植物を原料とすることによってライフサイクル全体でCO₂排出量の削減に貢献する。同社グループの同用途のポリ塩化ビニルラップと比べて21%のCO₂削減効果を見込んでいる。また、日本有機資源協会のバイオマスマークも取得しており、その点を、「お客さまへの安全・安心な店舗・商品・サービスの提供を通じて、豊かなくらしと地球環境保全の両立に取り組む」イオン九州が評価し、2023年4月から一部店舗の生鮮食品包装材としての採用が始まった。

2024年度印刷産業環境優良工場表彰 開催休止のお知らせ

(一社)日本印刷産業連合会(日印産連)は、来年度の「2024年度印刷産業環境優良工場表彰」の開催を休止する。

日印産連では、印刷産業界における各企業の環境問題に対する取り組みを促進するとともに、印刷工場の環境改善および印刷企業に対する社会の一層の支持・理解を獲得することを目的に、2002年度から表彰制度を継続実施してきた。制度開始から20年を経て、近年では表彰内容や運用面で課

題や要望が出てきており、より効果的な制度を構築するための見直しが必要であるとの認識に至った。そのため、来年度に予定されていた環境優良工場表彰については休止し、制度の見直しに着手することとし、2025年度より新制度として再スタートする予定としている。新たな制度の構築を通じて、環境に配慮した印刷工場の活動支援と継続的な業界の発展を支援していく。

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、
最新鋭ノンソルベントラミネーター(NS6号機)を増設稼働致しました。
ノンソルベント(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・ノンソルベント



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/>

ウエルシア 9月から賞味期限「2分の1」ルール 採用、フードロス削減へ

ウエルシアホールディングス(株) (ウエルシア) は、2023年9月1日(金)よりグループのドラッグストア全店において加工食品の納品期限を緩和することで、フードロスの削減に取り組む。

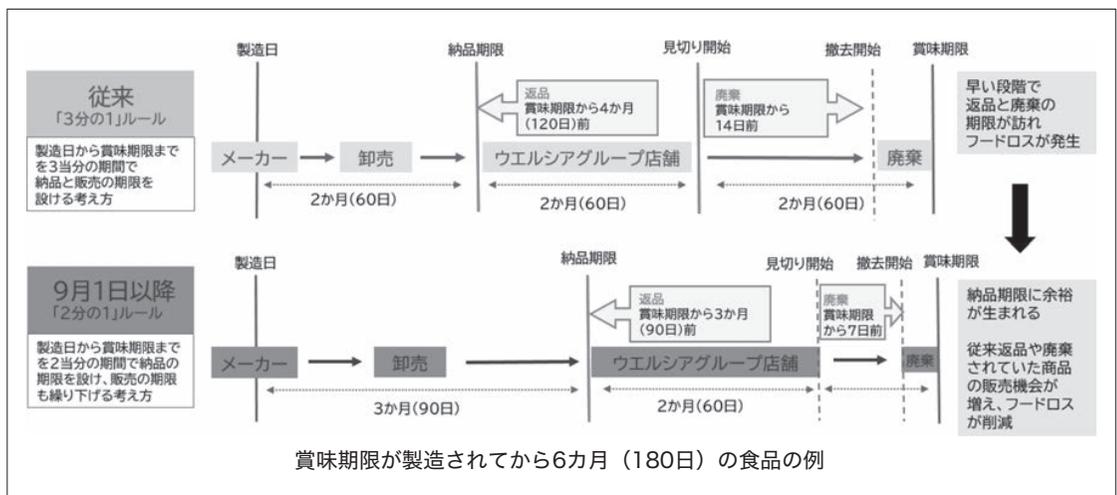
ウエルシアでは、従来「3分の1」ルールを適用し、メーカーから店舗までの食品の納品期限を賞味期限3分の1の期間と定めるとともに、店舗での販売の見切り開始を賞味期限の3分の2に達した時点と定めて運用していた。この運用過程において廃棄をする商品が発生し、フードロスとなっていた。

今回、「2分の1」ルールを新たに適用することで、メーカーからの納品期限が、賞味期限の2分の1の期間に延長、緩和される。この取り組みにより商品の販売の機会を増やすことで、フードロ

スを削減する。

取り組み開始においては、主にマヨネーズ、ドレッシング、パスタ、調味料、缶詰、お茶等の約1万5千商品の納品期限を緩和し、対象商品のフードロス削減を見込んでいる。

「2分の1」ルールでの納品期日の緩和については、グループのウエルシア薬局、丸大サクラキ薬局、シミズ薬品、クスリのマルエ、よどや、プレひまわり、ココミン、ふく薬品の全店において導入し、ウエルシアでは、この度の取り組みがエシカル消費の推進にもつながるものと考えている。



JAPAN PACK 2023、 10月3日から4日間、東京ビッグサイトで開催

(一社)日本包装機械工業会(大森利夫会長)主催の「JAPAN PACK 2023 日本包装産業展」が、2023年10月3日(火)～6日(金)まで、東京ビッグサイト東展示棟2～6ホールにおいて開催される。

412企業・団体が出展

JAPAN PACKは、製造加工から計量・充填・包装・印刷・印字・検査・梱包といった製造ライン全体における様々な分野の新製品や新技術および新システムなどが国内外から多数集結する総合展で、1964年の第1回展以来、今回で34回目を迎える。

今回は「未来への包程式ー当たり前のその先へー」をテーマに掲げている。前回展の299社・団体を上回り、51の海外出展者を含めた412企業・団体が出展の予定。

出展の分類を見ると、包装機械/荷造機械115社、包装資材・容器108社、印刷機械・関連機器/包材加工機械41社、ロボット/機械部品・要素技術/包装関連機械/検査機・検出機63社、食品加工機械・関連機器22社、医薬品・化粧品・日用品製造機械・関連機器2社、環境対策機械・関連機器7社、衛生管理機器・資材6社、物流機械・関連機器/店舗設備機械15社、デジタル技術/ソフトウェア11社、団体/プレス/研究・教育機関/人材サポート/その他22となっている。

また、特別展示として、今回新設された「自動化・環境ソリューションコーナー」「スタートアップ

プ&アカデミックエリア」「MOBAC SHOW パビリオン」が東5ホールで、過去最多の20社・団体が出展する「CLOMA パビリオン」や「包装ライフサイクルコーナー」が東3ホールで開催される。その他、包装機械、包装関連機器、包装資材、その他包装に関連する製品の新規性や獨創性、安全・衛生性、省エネなどの取組成果を表彰する制度「JAPAN PACK AWARDS 2023」の表彰式が10月4日(月)13:30より行われる予定。

なお、同会はアジア・アセアン地域における包装産業および関連産業のさらなる発展を企図して主要な業界団体・機関における人材、情報等の相互交流を推進するAPAC-Asia Packaging Association Clubの設立計画に賛同し、会期初日に創立総会の開催も計画している。

包装業界の“いま”がわかる！ 講演・セミナー・会場巡回ツアーを開催

主な講演、セミナーのプログラムは次の通り。

【基調講演】

テーマ：製造業DXについて

日時：10月3日(火)11:00～12:00

会場：東展示棟6ホール内「自動化ステージ」

講師：松高大喜 経済産業省 製造産業局
製造産業戦略企画室室長補佐

テーマ：最近の資源循環政策の動向について（仮題）

日時：10月3日（火）11：00～12：00
会場：東展示棟3ホール内「環境ステージ」
講師：田中将吾 経済産業省 産業技術環境局
資源循環経済課課長

【特別講演】

テーマ：味の素グループのサステナビリティ戦略

日時：10月3日（火）13：00～14：00
会場：東展示棟3ホール内「環境ステージ」
講師：森島千佳 味の素(株) 執行役常務

テーマ：(株)明治の菓子工場における自動化の実態
とDX化への提言

日時：10月3日（火）13：00～13：50
会場：東展示棟6ホール内「自動化ステージ」
講師：伊田 覚 (株)明治 執行役員
モノづくり戦略副本部長

テーマ：食品・容器包装業界における持続可能な
社会のための取組

日時：10月4日（水）13：00～13：50
会場：東展示棟6ホール内「自動化ステージ」
講師：川端 匡 農林水産省 大臣官房 新事業・
食品産業部外食・食文化課食品ロス・リサ
イクル対策室課長補佐

テーマ：企業連携による使用済みプラスチック循
環社会への挑戦

日時：10月6日（金）10：30～11：15
会場：東展示棟6ホール内「環境ステージ」
講師：横井恒彦 (株)アールプラスジャパン
代表取締役社長

テーマ：Well-being 実現に向けた日清食品におけ
る変革～日清食品が考える働き方改革・社
会課題の解決を実現する打ち手とは？～

日時：10月6日（金）10：30～11：20
会場：東展示棟6ホール内「自動化ステージ」
講師：深井雅裕 日清食品(株)
取締役 サプライチェーン本部長兼
Well-being 推進部長

【特別企画 環境に配慮した包装技術と取組み】

代表的な包装機械メーカー3社が課題解決の糸
口となる環境に配慮したワンランク上の包装技術
について紹介。セミナー後には、会場巡回ツアー
も実施し、実機や実物に直接触れることによって、
包装技術の理解深化および満足度向上に貢献する。
(セミナー)

日時：2023年10月5日（木）12：00～13：00
会場：東展示棟3ホール内「環境ステージ」
プログラム

挨拶：安達拓洋 JAPANPACK2023
実行委員会 副実行委員長

趣旨説明：松田修成 (株)東洋紡パッケージング・
プラン・サービス シニアアドバイザー

登壇者：橋本 哲 (株)イシダ 第一開発部
包装開発一課課長、
有賀政行 大森機械工業(株) 営業本部
営業第1部 第1課チーフ、
窪井宏行 (株)川島製作所
商品開発部次長

(会場巡回ツアー)

日時：2023年10月5日（木）
13：15～14：30、15：00～16：15
会場：東展示棟2～6ホール内
コンダクター：松田修成 (株)東洋紡パッケージング・
プラン・サービス シニアアドバイザー

訪問先：(株)インダ、大森機械工業(株)、(株)川島製作
所、包装ライフサイクルコーナー、個別
質問・意見交換

【特別企画 CLOMA パネルディスカッション】

日本のサーキュラーエコノミーを牽引する
～CLOMA メンバーの取り組み～

日 時：2023年10月3日（火）

14：30～16：30

会 場：東展示棟3ホール内「環境ステージ」

登壇者：コーディネーター：柳田康一 CLOMA 事
務局 技術統括、パネリスト：嘉納未来
ネスレ日本(株) 執行役員 コーポレートア
フェアーズ統括部、田村英子 花王(株) 包
装技術研究所 席主任研究員、鈴木隆
博 イオン(株) 環境・社会貢献部部長、田
部井進一 アミタ(株) 代表取締役

【特別企画『包装機械のIoTと今後の展望（仮題）』 パネルディスカッション】

日 時：2023年10月5日（木）

10：20～11：50

会 場：東展示棟6ホール内「自動化ステージ」
登壇者：コーディネーター：宝坂健児 ジェイパック
ワールド(株) 代表取締役社長、パネリスト：
田丸慎司 味の素食品(株) 技術本部 技術開
発部 包装技術開発グループ兼DX戦略推進
部 ICT情報システムグループ、岡部 忠（地
独）東京都立産業技術研究センター 開発
本部 情報システム技術部 IoT情報システム
グループ主任研究員、藤田智之 三菱電機
(株) 名古屋製作所 FAシステム第三部 マイ
クロPC開発第一課課長、福井健二（一社）
日本包装機械工業会 技術委員会 IoTWG
リーダー、田中 敦（一社）日本包装機械工
業会 技術委員会 IoTWG メンバー

その他、各種セミナー、出展者による「出展者
プレゼン」、スタートアップ&アカデミックエリア
出展者による「ピッチプレゼン」、自動化・環境ソ
リューションコーナー参加者による「集中企画プ
レゼン」なども開催される。

Information

三井化学、「タケラック」PUD生産能力増強、モノマテ食品包材の需要拡大に対応

三井化学は、環境対応ニーズの高まりによるモノマテリアル食品包材の需要拡大に対応するため、ポリウレタンディスページョン（PUD）の生産能力を増強する。三井化学が100%出資する三井化学エムシーの清水工場にPUD生産設備の増設を行うことで、国内での生産能力は約2倍となる見込み。2024年2月に着工、25年4月に完工、25年6月から営業運転を開始する予定。

「タケラック」PUDは、耐熱性、高温度下における高いガスバリア性、耐摩擦堅牢性に優れた水系樹脂。環境対応製品として、塗料・コーティング剤・接着剤・バインダー・樹脂改質剤・収束剤・繊維加工分野などで幅広く使用されて

いる。近年、環境対応ニーズの高まりにより、リサイクル可能なモノマテリアル食品包装用バリアコーティング材として、欧州を中心に需要が拡大してきた。今後もモノマテリアル包材への需要拡大が見込まれることから、供給体制の構築を積極的に対応していく。

増強内容

製品：「タケラック」PUD
工場立地：三井化学エムシー(株)清水工場内
増強後の生産能力：現生産能力の約2倍
スケジュール：着工：2024年2月、
完成：2025年4月
営業運転開始：2025年6月（予定）

軟包装衛生協議会・坂田常務理事、10月3日 午後1時半からJAPAN PACK 2023会場で 「軟包装のトレンド 食の安心・安全と 改正食品衛生法、そして環境負荷低減」プレゼン

軟包装衛生協議会（野口晴彦会長）は、2023年10月3日（火）～6日（金）に東京ビッグサイトにおいて開催される「JAPAN PACK 2023 日本包装産業展」に出展する。

「軟包装」は、直接食品に接触する1次包装であり、食の安心・安全に寄与する包装材料。軟包装衛生協議会は1975年の設立以来、「軟包装」に代表される1次包装の製造には食品・医薬品並みの衛生管理が必要であるとの観点から、衛生に関する一定の基準である「衛生管理自主基準」を設け、この基準に基づく「認定工場制度」を運用している。

今回、「JAPAN PACK 2023 日本包装産業展」の軟包装衛生協議会のブース（東2ホール・小間番号2-204）では、「安心・安全な軟包装材料は軟衛協の認定工場にお任せください」をテーマに、「衛生管理自主基準」と「工場認定制度」について、会員会社と認定工場の紹介、さらには2025年6月に完全施行される食品衛生法やSDGsとの関りなどを分かりやすく紹介する。

また、会場内で開催される「出展者プレゼン」では、10月3日（火）13：30～14：15に「軟包装のトレンド 食の安心・安全と改正食品衛生法、そして環境負荷低減」をテーマに、衛生管理自主基準の内容と、改正食品衛生法遵守を含む食の安心・安全に関する市場ニーズに対して、3年毎の自主基準改訂による中小規模事業者にも取り組みやすい仕組みの構築やリアルタイムな情報提供といった対応状況を解説する。さらに、従来リサイ

クルしくいとされてきた軟包装材のリサイクルへの取り組み事例など、環境負荷低減への対応やSDGsの観点から見た軟包装のトレンド（動向）などを紹介する。

【出展者プレゼン】

開催日時：10月3日（火）13：30～14：15

会場：東3ホール プレゼン会場A

定員：100名

テーマ：軟包装のトレンド 食の安心・安全と改正食品衛生法、そして環境負荷低減

講師：軟包装衛生協議会 常務理事 坂田 亮

申込み：JAPAN PACK 2023のホームページより

展示ブース：東2ホール・小間番号2-204



JAPAN PACK 2023
軟包装衛生協議会ブースイメージ