

Brandining

クリオネマーク《環境保護印刷マーク》

Eco-Printing Preservation Promotion Association

《環境経営》を達成するために

It's to you from e3pa.

<http://www.e3pa.com>

Non-VOC / Non-DRAIN / Low- CO₂

Clean Air Clear Water



E3PA

環境保護印刷推進協議会

今こそ『ブランディング』に取り組むとき

—— 《環境経営》 を達成するために ——



E3PA 10 年記念行事「イメージ動画」より

■平成28年度「事業方針」に組み込む

環境保護印刷協議会では、創立以来「クリオネマーク（環境保護印刷マーク）」に基づく3つの認証制度を運用しながら、会員企業が実践する《環境経営》に役立つさまざまな事業を展開してきました。

この3年間は、高度なかつ安定した事業基盤Ⅱ第2ステージに立っているとの共通認識のもと、対外的宣言として業界初の「印刷環境憲章」を制定するなど、新たな活動に取り組んでいます。

こうした歩みをさらに進めることによって、「クリオネマーク（環境保護印刷マーク）」がもつ環境貢献の価値を強め、合わせて協議会の存在意義も内外に浸透させる必要があります。そこで具体的な方針として掲げたのが『クリオネマーク（環境保護印刷マーク）』のブランディング確立」という旗印です。

平成28年度の事業計画に以下のような各種活動を集約し、実際に取り組む内容を一層明確にしました。

- (1)「印刷環境憲章」の継続的な対外周知
- (2)「環境にやさしい印刷メディア」のPR
- (3)所轄官公庁ならびに顧客企業への普及啓蒙
- (4)官公需「プレミアム基準」への対応
- (5)環境関連の講演会、セミナーによる情報提供
- (6)既存の認証基準の拡充強化
- (7)会員企業の《環境経営》に資する情報提供

■ブランディングの考え方を取り入れよう

ブランディングとは、企業が提供している製品

やサービス、そして企業自身の価値を高めるための一連の構築作業のことを指します。ブランドイメージを長期的に創造することを目的とした、顧客に向けてのコミュニケーション活動といってもよいでしょう。提供する価値を高めるには、製品やサービスの理念あるいは思想を、顧客に知ってもらうところから始めなければなりません。その目的は、製品やサービスのかたちをシンボル化するとともに、そこに込められている理念や思想をブランドとして集約し、ビジネスの発展や企業価値の向上を促す原動力として活用することにあります。

ブランド構築には、ブランドの開発、認知、育成、連想、拡張、再活性化、延命などあらゆるマーケティング活動が含まれますが、顧客の知覚を高め維持することはもちろん、その前提として、顧客とどのように深いつながりを築くかという重要な課題があります。顧客価値をいかに獲得するか、顧客満足にいかに応え続けるか——です。環境に貢献している印刷会社、そこで製作している印刷物に対する顧客の信頼度、忠誠心（ブランド・ロイヤルティ）を得ることができれば素晴らしいことです。顧客満足によってブランド資産（ブランド・エクイティ）が築けたら、これからも継続した取引が約束されるからです。

「澄んだ空気」と「きれいな水」をテーマに掲げ、実際に《Non-VOC/Non-DRAIN》を実現してきた「クリオネマーク（環境保護印刷マーク）」は、顧客に認めていただける強いブランド力があります。その



推進母体である「環境保護印刷推進協議会」も同様に確かなコーポレート・ブランドをもっています。そのブランド力をさらに高めるために、今こそブランドディング活動に取り組むことが求められます。顧客の事前期待に応えることによって、私たちがクリオネマークを通じて提供しようとしている価値を、現在以上に知ってもらうことが大切なのです。

■印刷はサステナブル社会に貢献している

印刷メディアは、今でもコミュニケーションにおけるもつとも強力で、かつサステナブルな手段であると考えています。エコ意識が高い現代社会の風潮のなか、電子メディアが急速に普及するにつれて、ペーパーレス時代の到来がしばしば叫ばれてきました。しかし、「紙」と「印刷」は木材という自然の資源を使っているとはいえ、決して地球環境を阻害する要因とはなり得ないことが分かってきたのです。

印刷メディアを製作するのに要するエネルギーは、たくさんの電子機器を製造し、それをネット上で運用するためのエネルギーよりはるかに小さいのです。印刷メディアは保存して繰り返し読める強みをもっていますので、初期の製作コストを補って余りあるほど「環境にやさしい」といえます。

一見、環境問題と関係なさそうですが、環境対策に注ぐ努力をマーケティング（販売促進）効果やコストパフォーマンス（費用対投資）効果と結びつけることで、発注者である顧客企業、エンドユー

ザーとなる消費者に、印刷メディアのサステナビリティと有効性をより一層理解してもらいやすくなります。環境を守るほどに印刷メディアの需要が高まるという事実、私たちが印刷会社は思いを馳せる必要があります。

■クリオネマークの意義を「自信」に変えて

環境保護印刷推進協議会は平成17年に、自己適合宣言マーク《クリオネマーク（環境保護印刷マーク）》を制定し、環境保護をめざす任意団体として産声をあげました。刷版・印刷という本工工程に焦点を当て、空気と水を汚さない製造方法を確立し、環境保護を実現していきたいという願いからでした。実際に独自の「認証制度」を制定し、自ら厳格に運用してきました。

創立以来、会員となった印刷会社が《環境貢献》の企業姿勢を顧客に示し、かつ《環境経営》の考え方を各社のビジネス戦略に組み込んでいただくことを基本方針に、鋭意、事業運営に取り組んでくることができました。環境保護に関する行動規範を守っていくことが、印刷会社としての社会的責任（CSR）だと自認しながら……。

繰り返しになりますが、私たちは「澄んだ空気／きれいな水」をスローガンに「認証制度」を運用しています。これによって、環境貢献の企業姿勢を、一般社会や顧客企業にはっきりと示しています。地球環境の保全と印刷の生産性、品質向上を両立させ、印刷物製造におけるゼロエミッションの実現、延いては



産業全体のサステナブルに寄与しています。こうした実績こそが、環境貢献をベースとしたブランディング活動を支える【自信】になると考えています。

■《環境経営》の実現で企業価値を築く

環境保護印刷推進協議会では、創立時から一貫して《環境経営》に視点を置いたビジネス戦略（マーケティング、営業活動、生産性向上など）の実践が、企業が取り組む環境対応には欠かせないと主張してきました。現に、たんなるエコマーク発行機関としてではなく、会員企業の発展を《環境経営》というキーワードを通して支援する団体として事業を推進してきたのです。そこでもう一度、当初の目標を振り返ってみることにしましょう。

(1) 法令遵守＋環境経営に

環境対応に取り組むために《環境経営》の活性化を推進します

(2) 企業業績向上への支援に

環境負荷低減 (Non-VOC/Non-DRAIN/Low-CO₂)

こそ企業発展の柱です

(3) 営業・生産戦略に

受注拡大、製品差別化などのマーケティング戦略、設備改善、生産性アップ、品質向上などの生産戦略に活かすことができます

(4) 環境対応の【ベンチマーク】に

企業の社会的責任（CSR）として高いハードルを定め、自己適合宣言しています。

個々の環境対策というマネジメントレベルから脱

して、環境貢献をベースとする全社的な経営戦略へと昇華させる必要があります。業務としてのビジネスプロセスから、経営者の意思で取り組む経営方針・経営戦略へと引き上げ、環境保護を経営理念とする企業の理想像を追求する——これが《環境経営》の神髄です。

高いハードルを課して、環境対応を経営戦略や営業・生産戦略に結びつけてこそ、本当の《環境経営》なのです。そこに、環境保護に取り組む印刷会社としての存在意義があることを自負したいものです。

■「印刷環境憲章」を広く周知しよう

環境保護に取り組む印刷会社の基本理念を宣言した「印刷環境憲章」を制定しています。会員各社が実践している環境対応の企業姿勢に寄せる顧客の期待に応え、環境ビジネスの価値を高めたいとの願いがあります。と同時に、環境貢献に努める印刷産業全体に対する社会的理解を深めていくことも、制定の目的としています。

この「印刷環境憲章」では、企業の社会的責任（CSR）を果たしサステナブル（持続可能な）社会の実現に向けて貢献するために、「私たちの理念」として「地球環境にやさしい印刷生産方法を遂行し、《澄んだ空気ときれいな水》の実現に貢献します」を掲げています。

そして「私たちの行動規範」として、

- ① 廃棄物の削減
- ② 大気汚染の防止

ご発注に際してご理解いただきたい7つのアングル

印刷物は「環境にやさしいメディア」です

印刷物は「環境にやさしいメディア」です

E3PA
地球環境印刷推進協議会
Eco-Printing Preservation Promotion Association

印刷物にやさしいメディアです

ご発注に際してご理解いただきたい7つのアングル

③ 水質汚濁の防止

④ 低炭素社会の実現

⑤ 省エネルギー化

⑥ グリーン印刷サービス

⑦ 地域環境の保全

⑧ 作業現場の管理

の8項目を網羅しています。これらを達成するために、自ら制定した「認証制度」ならびに「環境マーク」がもつ意義を大切に、かつ自主適合宣言によって厳格に遵守していくことを誓いました。

付属文書である『解説書』、社内に掲示していただく『楯』や提案営業用の『カード』などを作成し、会員各社にはすでにご案内してありますが、より一層有効にご利用いただく一環として、個々のブランディング活動を後押しすべく、官公庁や主要企業など顧客向けにも広く周知することとします。

「環境にやさしい印刷メディア」をPR

印刷物は、IT関連、電子関連を含む各種メディアのなかでも、製作工程、使用中・使用後を通して、一段と「環境にやさしいメディア」とされています。印刷メディアが本来的にもエコ効果を、印刷物の発注サイドに深く理解していただくことは、印刷会社の営業活動、受注促進に大きな力となるに違いありません。

こうした趣旨のもとに、環境保護印刷推進協議会では「印刷物は『環境にやさしい印刷メディア』です——ご発注に際してご理解いただきたい7つのア

ングル——」を表題とするプレゼン資料（提案営業ツール）を作成し、会員各社にご案内いたしました。この小冊子に収録した内容は、

① エコ効果に関する《証言》

② CO₂削減の取り組み

③ 省エネ化の推進

④ 地球資源の有効活用

⑤ 森林資源と再生紙

⑥ 大気汚染と水質汚濁の防止

⑦ グリーン印刷サービスの提供

からなる7つの視点です。

上記の「印刷環境憲章」と合わせて、社内意識の共有化、営業マン教育などにご活用いただくとともに、取引されている行政機関や企業などに積極的にアピールいただきたいと考えています。各社が取り組まれるブランディング活動を勇気づける強力なツールとなることでしょう。

官公需「プレミアム基準」にしっかり対応

グリーン購入法より高い環境性能に基づく新たな調達基準として策定されたのが「プレミアム基準」です。官公庁など物品やサービスを調達する側からみて、現行の《恥ずかしくない》基準から、より高度な《胸を張れる》基準へとレベルアップする狙いで設定されたものです。

その要件は、

① 現行の判断基準の強化

② 新たな評価軸（ライフサイクル段階、環境負



環境保護印刷推進協議会

会員証は…

環境にやさしい印刷物を製作することを表示するだけでなく、環境に配慮している「環境経営」の姿勢を自己宣言し、社会に意思表示します。その“証”が【会員証】です。

荷項目)の追加

- ③ 自己適合宣言の強化または第三者等による物品等の認証・確認
- ④ 他の環境施策との連携による相乗効果となつていきます。

物品やサービスを供給する側にとつても、

- ① 環境に配慮した事業者が正当に評価、選択される

- ② ブランドの確立などでビジネスの差別化が可能になる

といったメリットが得られます。

印刷会社としてCO₂の削減、再資源化、省エネ化、大気・水に関する環境負荷の低減などを基本とする環境保護の企業姿勢を前面に打ち出すことが、受注の際のスタート台となります。

提供する印刷サービス(役務)では、「原材料の

「ブランド」に関する豆知識

(1) 意味

自社の製品・サービスを消費者に知ってもらい、競合他社のものと区別させるための統合的な手段を表す概念。たんなる製品・サービス企業の名称(ネーミング)だけではなく、デザイン、シンボル、企業像などを含む多様な要素が組み合わされたもの。付加価値の高さを証明するとともに、消費者の頭のなかに統一したイメージを形成してもらうことで、長期にわたりブランド・ロイヤルティを獲得できる。

(2) 働き

- ・ 出所表示機能 提供しているのは誰かを知ってもらうこと
- ・ 識別機能 他社のものとの違いを判ってもらうこと
- ・ 品質保証機能 品質に対する期待に応え信頼感を与えること

(3) 構造

- ・ 魅力機能 消費者の心の内に共感を呼び起こすこと
 - ・ 情報伝達機能 ブランドがもつ良さを広く行き渡らせること
 - ・ 機能的価値 物性上の特徴や品質が物語る基本的な価値
 - ・ 情緒的価値 自己のイメージと同一化できるか否かの情報的な価値
 - ・ 心理的価値 消費者の意識に影響をもたらす意味的な価値
- ※「環境にやさしい印刷物」が消費者に高く評価されるのは、この心理的価値に基づくものです。また「感動を呼ぶ書物」が人気を集めるのは、情緒的価値が認められたからです。機能的価値に横並びの傾向がみられるなかで、これら二つの価値は差別化を可能にして、独自のブランド価値を決定づける重要な要素となつていきます。

採取から製品の廃棄、処理処分段階までの一連のライフサイクル」が視野に入れられています。印刷工程全般にわたる高度な環境配慮によって、新たなプレミアム基準に込めることができるのです。

印刷工程全般にわたる環境配慮の要件を満たし、自己適合宣言するのは個々の印刷会社です。「信頼できる業界団体」として「一定水準を満たす」認証制度を提供している「第三者」がこれを保証するのですが、環境保護印刷推進協議会もその一つとなります。積極的な情報提供と資料整備などによって、新基準に適合しているかを判断されるときに根拠を示せる団体の資格を保持し続けていきます。このとき、強いブランド力をもった自己適合宣言マーク《クリオネマーク(環境保護印刷マーク)》と「環境保護印刷推進協議会」のネームバリューが生きてくるはずです。



www.e3pa.com

E3PA Eco-Printing Preservation Promotion Association
環境保護印刷推進協議会 Web/www.e3pa.com E-mail/info@e3pa.com

〈事務局〉〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 (株)日本印刷新聞社内 TEL.03-3553-5681 FAX.03-3553-5684