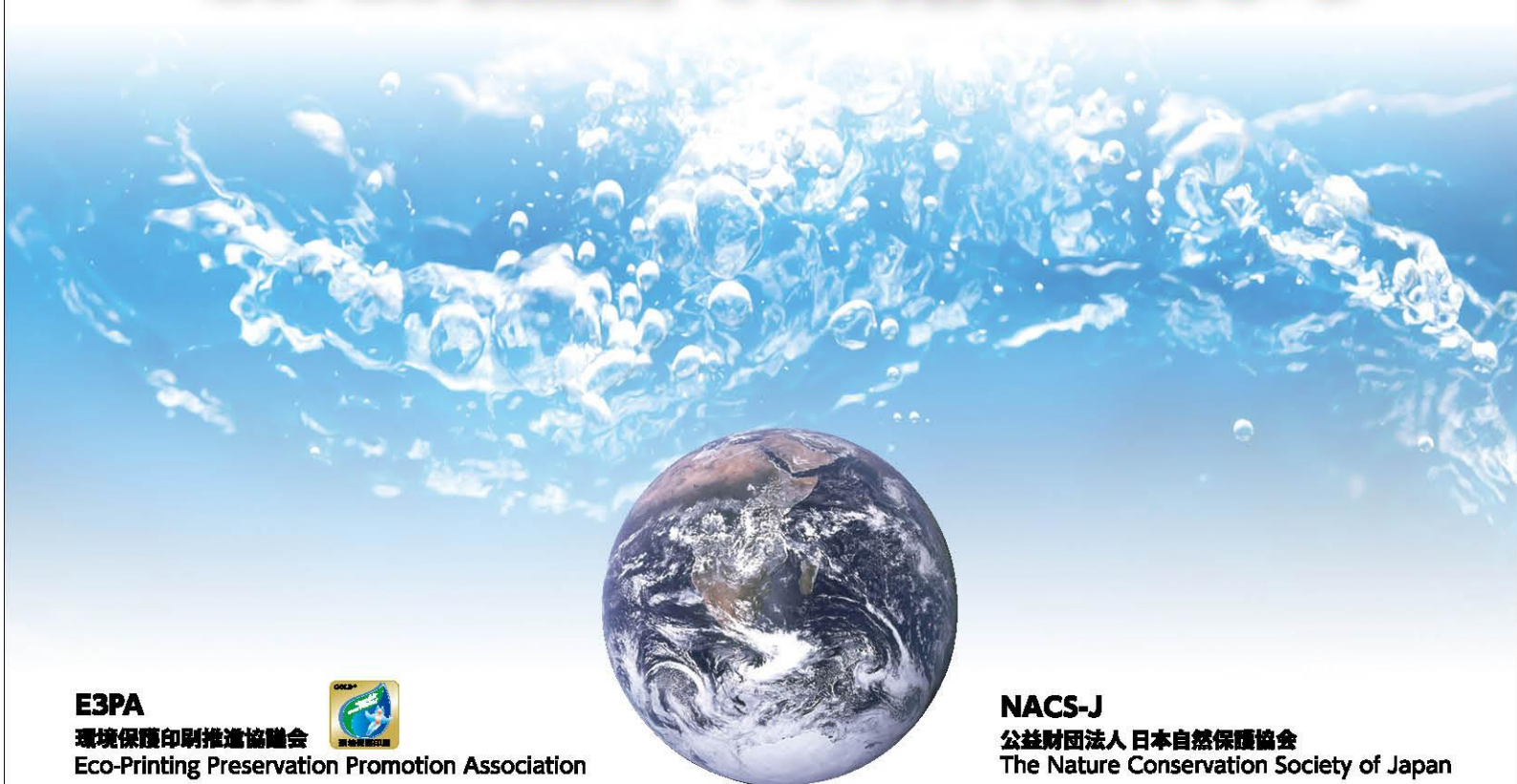


〈CSR〉を完璧に果たすために

「SDGs視点」で環境貢献しよう



E3PA

環境保護印刷推進協議会

Eco-Printing Preservation Promotion Association



NACS-J

公益財団法人 日本自然保護協会

The Nature Conservation Society of Japan

「SDGs視点」で環境貢献しよう

地球環境を保護するために、印刷会社が取り組む課題と役割は数多くあります。何より水と空気を汚さない方法、地球温暖化を防ぐ方法に焦点を当て、印刷物を製作する工程でゼロエミッションを達成していくことが重要だと考えています。

私たち環境保護印刷推進協議会では、《環境貢献》の観点から国連が採択した持続可能な開発目標 [SDGs] のうち、関連する7ゴールの実現に尽力しています。これらの印刷会社に課せられた究極の社会的責任《CSR》を果たし、環境保全を土台としたサステナブル社会の実現に貢献していく決意です。

Chapter 1 SDGs

- 1. 破綻から、続く未来へ 国連「持続可能な開発目標 (SDGs)」4P
 - SDGs の17目標6P
- 2. SDGs の視点から見た日本「環境」に課題多し！8P
 - SDGs ウェディングケーキ10P
- 3. 企業が SDGs に果たす役割と責任12P
- 4. SDGs に取り組み、だれ一人取り残さない社会へ14P

「Chapter 1」 執筆者 道家 哲平《日本自然保護協会経営企画部、国際自然保護連合 (IUCN) 日本委員会事務局担当》

Chapter 2 E3PA

- SDGs で究極の《CSR》を実現していく！16P
- SDGs は企業ブランドの“土台”となる18P
- SDGs のメリットをこのように捉える20P
- 印刷製作の環境保護を柱に SDGs を推進する！22P
- E3PA 施策を SDGs に関連づけると 1. 大気汚染をなくし〈澄んだ空気〉を24P
- E3PA 施策を SDGs に関連づけると 2. 水質を汚さずに〈きれいな水〉を26P
- E3PA 施策を SDGs に関連づけると 3. CO₂ を削減して温暖化防止を28P
- E3PA 施策を SDGs に関連づけると 4. 資源の有効活用で森林再生を30P
- E3PA 施策を SDGs に関連づけると 5. 高い経済生産性で働きがい32P
- E3PA 施策を SDGs に関連づけると 6. 印刷技術で環境保全の徹底を34P
- SDGs を上手に実行していくには・・・36P
- SDGs で顧客の期待に応える決意38P

1. 破綻から、続く未来へ 国連「持続可能な開発目標(SDGs)」



「だれ一人取り残さない (Leave no one behind)」

この偉大な共同の旅に乗り出すにあたり、我々はだれも取り残されないことを誓う。人々の尊厳は基本的なものであるとの認識の下に、目標とターゲットがすべての国、すべての人々及び社会のすべての部分で満たされることを望む。そして我々は、最も遅れているところに第一に手を伸ばすべく努力する。

(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 第 4 段落 より)

4

歴史を変える国際目標

2015年9月に開かれた国連総会で、これまでの人類の歴史になかった画期的な国際目標が合意されました。2年以上におよぶ検討の末に作られた国際目標が書かれた文書の名前は「私達の世界を変革する 持続可能な開発のための 2030 アジェンダ (2030 アジェンダ)」といいます。この文書は、36ページにわたり、国連機関・国連加盟国、世界中のNGO/企業/自治体等の民間組織などが一丸となって、どのように私達の社会を持続可能なものに変革していくかが書いてあります。

文書の構成を見てみると、はじめに、基本理念をまとめた前文があります。次に、世界中で共有すべき将来像や基本原則、国際社会や国際社会を構成する私達が取り組むべき課題と解決のための行動を約束する宣言が書かれています。

最後に、世界全体での行動が実現すべき目標として「持続可能な開発目標 (SDGs:Sustainable Development Goals)」という、17分野ごとの目標と、より具体化した計169のターゲットがまとめられています。

ここで次ページにある17の目標をご覧ください(デザインに基づいて表現変更)。そして、想像力を働かせてください。

アジェンダ=解決したい課題

SDGsが作られた背景には、「地球とそこに生きる人々やその社会は破綻する。今のままでは持続しない」という深刻な危機感がありました。貧困が広がり、深刻化している現状を変革するため「貧困をなくそう(目標1)」という目標が掲げられました。お金をもった人だけが医療を受けられるという格差が広がる現状を変革するため「すべての人に健康と福祉を(目標3)」という目標が掲げられました。17の目標は多岐にわたります。日本で暮らしていると実感のわからないものがあるかもしれません。しかし、その一つ一つが、世界のだれかが解決したいと、不幸な未来を変革したいと思って話し合い、作られた目標になっています。

SDGsが、最も大事にしている言葉があります。それは、「だれ一人取り残さない (Leave no one behind)」というものです。目標達成に向けた取り組みの恩恵を受けられる人とそうでない人という格差を生み出さない。SDGsが重要とされる理由の一つです。

SDGsの17目標

SDGsを考えるうえで大事なポイントがあります。①先進国にも、途上国にもあてはまる目標であることと、②合意されたのは目標だけで、達成のための行動はこれから様々な関係者で作り上げていくこと（バックキャスティングの発想）、③目標は独立しておらず、相互に関係性があり、総合的に取組む必要があること。

このようなポイントを踏まえ、行政では、内閣府に総理大臣を本部長とする SDGs推進本部が置かれ、取組みを進めています。



目標 1.

あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる



目標 2.

飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する



目標 3.

あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進するあらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる



目標 4.

すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する



目標 5.

ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う



目標 6.

すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する

6



目標 7.

すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する



目標 8.

包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する



目標 9.

強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る



目標 10.

各国内及び各国間の不平等を是正する



目標 11.

包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する



目標 12.

持続可能な生産消費形態を確保する



目標 13.

気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる



目標 14.

持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する



目標 15.

陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する



目標 16.

持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する



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



2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です

2. SDGsの視点から見た日本 「環境」に課題多し！



8

SDGsから見える日本

世界のあらゆる課題を網羅した SDGs ですが、日本において深刻な目標もあれば、およそ問題のない水準にまで至っている目標もあります。国連統計などをもとに 150 以上の国を対象にした比較調査を行っている民間研究機関（ベルテルスマン財団と持続可能な開発ソリューション・ネットワーク）の報告書の中で、SDGsの達成に近い（持続可能性の高い）国の順位が発表されています。それによると日本は、156 か国中 15 位（*）と、上位にいます。

目標ごとの評価（*4 段階評価・上から A—D でここでは表現する）を見ると、目標 4「質の高い教育をみんなに」が A 評価となっています。B 評価は、目標 1（貧困）・2（飢餓）・3（健康）・・・6（水・衛生）・8（働き方）・9（技術）・16（平和）。課題ありの C 評価は、目標 7（エネルギー）・10（公正）・11（都市）・12（陸の自然）、そして問題ありとされる D 評価は、目標 5（ジェンダー）・12（省資源・廃棄削減）・13（気候変動対策）・14（海の自然）・17（パートナーシップ）となっています。

このように世界水準でみた日本の評価を見ていくと、いわゆる環境分野＝省資源・廃棄物削減、陸と海の生物多様性、気候変動に課題が多いということが分かります。次ページの図（SDGs ウェディングケーキ）は、環境・社会・経済という構造で、SDGsを分類した図です。

この図からもわかるように、日本をもっと持続可能な形

にしていくためには、環境に関わる SDGsに取り組むことが重要であるということです。

身近なところで問題が起きている環境の SDGs

環境に深く関わるのは、目標 14（海の豊かさを守ろう）とその下の 10 のターゲット、および、目標 15（陸の豊かさを守ろう）とその下の 12 のターゲットになります。

目標 14・15 のターゲット（下位目標）には、日本の私達の生活に大きな影響を及ぼしている目標が、数多くあります。例えば、外来生物という課題は、製品や原材料等の移動（コンテナに侵入して、外来のアリが日本に入ってくる、船のバラスト水により、海水に含まれる藻類や生物が他の海域から持ち込まれる）によって生じます。海に目を向けて見ると海洋ゴミの問題は、ペットボトルやマイクロプラスチック（歯磨きなどに入っているスクラブ）など、プラスチックの利用に付随して起きている課題です。

日本における SDGs の現在の評価

◎(A)	4
○(B)	1, 2, 3, 6, 8, 9, 16
△(C)	7, 10, 11, 12, 15
×(D)	5, 12, 13, 14, 17

SDGs ウェディングケーキ

10



Graphics by Jerker Lokrantz/Azote

SDG s ウェディングケーキ：原図（Graphics by Jerker Lokrantz/Azote）の考案者：Johan Rockström & Pavan Sukhdev に許諾を得て
 MS&AD インターリスク総研（株）が加筆（不許複製・禁無断転載）

3. 企業がSDGsに果たす役割と責任



12

・企業 主要なプレイヤー

SDGsは、国だけでなくあらゆる人々が参加しないと達成しません。国連では、グローバルパートナーシップが必要としており、その中でも、民間企業の参加・取組が重要であるといわれています。なぜなら、国や自治体が提供するサービスよりもはるかに多くの、カネ・モノ・サービスを動かしているのが民間企業活動だからです。業種によってその影響力は異なりますが、民間企業が「モノづくりやサービス作り」の中で環境・社会・経済の持続性を意識して行動するかどうかで、持続可能性に悪影響を与えてしまうことも、逆に、SDGsが示す課題（アジェンダ）を解決に導くこともあるのです。

・リスク管理としてのSDGs、ビジネスチャンスとしてのSDGs

SDGsは、自社が抱えるリスクを発見するツールにもなるでしょう。「ジェンダー平等を実現しよう」という目標がある中で女性が活躍できない職場作りをしていたら、あるいは、「陸の豊かさを守ろう」という目標があるなかで、例えば生物の絶滅を加速させるような活動や資源調達をしていたら、社会から批判の目にさらされるかもしれません。

SDGsを通じて、自社が抱える課題解決の技術（例えば、環境負荷をほとんど出さずに生産する技術など）を、新しいマーケットに売り込むビジネスチャンスを発見できるかもしれま

せん。

SDGsは、国際社会が解決したい＝解決のために投資をしたい課題（アジェンダ）の集まりともいえます。

・金融の世界でも、SDGsが重視。

SDGsが企業にとってリスク・チャンスであるなら、その企業に投資を考える金融機関にとっても重要です。国連では金融機関に対して、環境（Environment）・社会（Society）・企業（ESG投資）ガバナンス（Governance）への考慮がなされている企業を融資・投資の対象とする「国連責任ある投資原則」（ESG投資）の採用を呼びかけています。この原則を宣言する年金基金・保険機構は年々増加し、2018年時点で、機関投資家1300社・融資総額89兆ドルに及んでいます。

4. SDGsに取り組み、 だれ一人取り残さない社会へ



14

SDGsに取り組むにはどうすれば良いでしょうか？理想と考えられる3つのステップがあります。

ステップ1 関係性把握（マッピング）をやってみる

SDGsに取り組む際には、まずは、自分達にとって関係性の深い17の目標と169のターゲットを考えるとところからはじめましょう。169のターゲットを読むことだけでも大変ですが、自社の取り組みがすでにSDGsの達成に貢献するものであったり、あるいは、世界の多様な課題を把握する中で自社が提供する技術・サービスの意外なニーズ・活用可能性が見つかるかもしれません。

ステップ2 プラスの貢献の拡大、マイナスの影響の低減を考える

すでにSDGsに取り組んでいるとあって満足してはいけません。自社の活動が、SDGs達成により貢献できる領域がないか、SDGsの達成に対してマイナスに働いている領域がないかを考えることが大事です。そして、どうすればプラスを最大化できるのか、どうすればマイナスを最小化またはゼロにできるのかを考え、持続可能性を考えることのできる人材育成も含めて、将来の事業方針・企業運営方針等に組み込んでいくことが重要です。

ステップ3 連携による波及・相乗効果 だれ一人取り残さない社会へ

SDGsに貢献する事業計画・運営方針を考えたら、自分達が生み出そうというプラスを、パートナーシップや協働で広く・大きくしていく方策を考えましょう。社会を持続可能にする活動・商品・サービスのニーズを把握し、開発し、届けることに取り組む国・企業・地方自治体・NGOなどと協働することにより、その波及効果・相乗効果は何倍にも高まります。

多くの関係者と協働することで、“最も遅れているところに第一に手を伸ばす”というSDGsの大事な理念を実現することができます。

■ SDGsで究極の 《CSR》を実現していく

●SDGsで広がる可能性

- ・企業イメージの向上—信用の確保、多様な人材の確保
- ・社会の課題への対応—経営リスクの回避、社会への貢献、地域での信頼獲得
- ・生存戦略になる—ビジネスにおける取引条件の可能性、持続可能な経営戦略
- ・新たな事業機会の創出—地域との連携、新しい取引先や事業パートナーの獲得

(環境省：「SDGs活用ガイド」)

16

環境保護印刷推進協議会は「地球環境の保全と印刷の生産性、品質向上を両立させて、印刷物製造におけるゼロエミッションを実現し、延いては産業全体のサステナビリティ（持続可能性）に寄与していく」ことを理念としています。これこそ、環境貢献によって企業ブランドを高め《CSR》を果たしていく原動力になると考えています。

印刷会社は、直接の顧客だけでなく顧客の顧客（エンドユーザー）に対しても、社会的責任を負っています。顧客企業も環境貢献による《CSR》の重要性を意識し、取引先である印刷会社に協力を求めているのですから、印刷会社は、顧客企業が果たしたいと願っている責任の一翼を担っていかねばなりません。

環境貢献をめざす企業経営がきっちり確立できたなら、顧客企業の絶大な信頼を獲得して印刷会社自身の《CSR》を大きく前進させることが可能になります。顧客企業と印刷会社の共通の目標となるのが、他ならぬSDGsです。

SDGsを根底に置いたこのような環境保護の取り組みは、＜環境経営＞の実践を通じて企業を発展させてこそ可能となるのです。これらの企業責任を遂行し得た結果、印刷会社は究極の《CSR》を果たすことができると同時に、サステナブル社会の実現に向けて自信をもって寄与し続けられることでしょう。



■ SDGsは企業ブランドの “土台”となる

●SDGsに関わる企業の役割

- ・企業はSDGsを達成するうえで重要なパートナーとなれる
- ・企業は各社の中核的なビジネスを通じてSDGsに貢献することができる
- ・すべての企業はビジネスがもたらす影響を評価される
- ・企業は意欲的な目標を設定し、実行の成果を透明なかたちで周知することを求められる

(GRI/UNGC/WBCSD ; 「SDGs Compass」)

18

社会の信頼を得てビジネスを長期的に継続させるには、自社の企業ブランドを確立して、共感してもらえる企業としての存立基盤を強化することが欠かせません。その意味で《CSR》活動は一方的な負担（コスト）ではなく、将来に向けた価値創造のための“投資”と捉えるべきです。SDGsをベースにすれば、社会の共感を得やすく“投資”の意義も高まることになるのです。

環境保護印刷推進協議会が定める「クリオネマーク」には、顧客に認めてもらえる強いブランド力が備わっています。このブランド力を一層高めるために、環境貢献をキーワードとしたブランディング活動を展開して、《CSR》を本物にしようとしています。クリオネマークを通して提供しようとしている企業の価値は、一般社会や顧客に認めてもらえなければ効果が出ないからです。

率先して環境保護に関する行動規範を実行していくことが、印刷会社自身の《CSR》の向上につながります。実際に製作している『環境にやさしい印刷製品』に対する顧客の信頼（ブランド・ロイヤリティー）を獲得することには大きな意味があります。SDGsの実行によって、顧客に訴求できるほど企業ブランドを高めなければなりません。

SDGsと《CSR》のうえに企業ブランドは成り立つという三位一体の関係にあることを、もう一度、認識したいものです。

■ SDGsのメリットを このように捉える



20

●SDGsに取り組む理論的根拠

- ・ 将来のビジネスチャンスの見定め
- ・ 持続可能性に関わる価値の向上
- ・ ステークホルダーとの関係強化
- ・ 社会と市場の安定化
- ・ 共通言語の使用と目的の共有

(GRI/UNGC/WBCSD : 「SDGs Compass」)

SDGsでは企業の役割が極めて重要だとされています。社会的な課題の解決に取り組むうえで、企業は社会からみれば重要なパートナーだとみなされています。企業が得意とする事業活動を通して、貢献してほしいと望まれているのです。企業が意欲的な目標を設定し、取り組みの成果を透明なかたちで公表していけば、その企業は社会、顧客、取引先などのステークホルダーから暖かく迎え入れてくれます。

環境問題や社会的課題を念頭にビジネスをおこなうことは、市場からはみ出されてしまうというリスクを回避できるだけでなく、課題解決のために生まれてくる新しい市場に仲間入りできるというメリットが得られることを意味します。SDGsを掲げてビジネス展開する崇高な経営戦略によって、未来を見通した持続可能な企業として発展し得る資格を確保できるのです。

企業が経営の中核に SDGs を位置づけると、真っ先にさまざまなステークホルダーと良好な関係を築くことができます。顧客から高い評価を受けることで、取引関係から外される恐れがなくなり、逆に自社の企業価値がセールスポイントになります。

企業として理解すべきは、SDGs を共通のビジネス基盤にすれば、市場開発や受発注の機会などビジネスチャンスが広がりやすくなるということです。顧客企業や取引先も SDGs に取り組んでいるのですから、同じ目標に向けて解決策を提供し合う道が開け、良好な協働関係を築くことができるのです。

SDGs の要請に応えるためには、力強い企業変革と経営革新、意欲的な経営目標と基本方針が必要です。SDGs とは、自社の強みを活かして新たなビジネスを創造する経営上のツールといって過言ではありません。

印刷製作の環境保護を柱にSDGsを推進する

12 つくる責任
つかう責任



●ゴール12「つくる責任、つかう責任」

◎持続可能な生産と消費の形態を確保する

12-4 製品のライフサイクルを通じて、化学物質や廃棄物の大気、水、土壌への放出を大幅に削減し、人の健康への悪影響を最小化する

12-5 廃棄物の発生防止、再生利用ないし再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する

地球環境を保護するために、印刷会社が取り組む課題と役割は数多くあります。他産業と一緒に原材料の低減、産業廃棄物の削減、省エネ化、リサイクル化など、循環型社会の実現に役立つ諸対策をあらゆる角度から講じなければなりません。何より水と空気を汚さない方法、地球温暖化を防ぐ方法に焦点を当て、印刷物を製作する工程でゼロエミッションを達成していくことが重要だと考えています。

ビジネス活動によって発生する環境に対する影響をしっかりと把握し、環境負荷を低減する努力を怠ってはなりません。そうすることが社会的責任だと認識し、積極的に取り組む必要があります。実際に、環境に配慮した印刷物の製作を通じて社会における役割を果たすことは《CSR》の前提条件であり、今日ではSDGsをベースに実践することが必須となっているのです。

印刷製品の製作工程は、完成品を市場に出す一般的な製品と異なり、そもそも発想・企画の段階から顧客企業の業務フローに組み込まれています。印刷会社が自社の製作工程で環境対応すること自体、顧客企業の環境マネジメントを構成しています。そうした観点から環境保護印刷推進協議会では、各種の認証制度を設けて環境保護のための明確な達成基準を定め、顧客企業とともにSDGsに加われる条件を整えています。

■ E3PA施策を SDGsに関連づけると

1. 大気汚染をなくし〈澄んだ空気〉を



●空気と水を汚さない責務

地球にやさしい自然環境を守ること、なかでも〈空気〉と〈水〉を汚さない印刷生産方法を確立することは、印刷会社が果たすべき最大の責務となります。印刷メディアを作成するオフセット印刷工程で「ゼロエミッション」を実現するための必須条件としては、①澄んだ空気のために VOC を含んだインキや刷版処理液を使わない、②きれいな水のために排水の循環再利用を前提とする、そして③CO₂ 削減で地球温暖化防止に貢献する——ことがあります。これらは、私たちが取り組む環境保護活動の根幹をなしています。

(環境保護印刷推進協議会)

大気を汚染する有害物質、とくに揮発性有機化合物 VOC が問題視されています。印刷産業においても、VOCを含んでいない資機材・薬品の使用、除去装置の導入などがきわめて重要だと考え、自主規制によって排出抑制に努めています。

印刷インキに関しては、石油系溶剤からアロマフリー溶剤への移行、大豆油や植物油に由来する Non-VOC インキの採用が常識となっています。オフセット印刷方式で使う湿し水についても、アルコールをほとんど含有しないNon-VOC湿し水の採用、密閉型循環装置の導入でしっかりと対応しています。インキローラーやブランケット胴を拭くための洗浄剤も、低VOC型への切り替えや自動洗浄装置の採用で万全を期しています。

環境保護印刷推進協議会が制定している「オフセット印刷認証制度」では、これらの方法を遵守するために、VOCを含んだインキや湿し水、刷版処理液、洗浄剤を使わず、排気処理も適正におこなう、といった厳しい認証基準を設けています。

こうした条件のもとに製作された印刷製品を顧客に提供することで、SDGs がゴール 12 で提言している趣旨どおり「持続可能な生産消費形態を確保」しているのです。印刷会社として「つくる責任」を果たし、顧客企業にも「つかう責任」を履行してもらっていることになります。

■ E3PA施策を SDGsに関連づけると

2. 水質を汚さずに〈きれいな水〉を

●ゴール6「安全な水とトイレを世界中に」

◎すべての人びとが水と衛生を利用でき、かつ持続可能な管理を確保する

6-3 水質汚染の減少、有害な化学物質の排出削減、未処理の下水の半減ならびに安全な再利用を世界全体で大幅に増加させ、水質を改善する

●ゴール14「海の豊かさを守ろう」

◎海洋とその資源を保全し、持続可能なかたちで利用する

14-3 あらゆるレベルの科学的協力を促進して、海洋酸性化の影響に対処し最小限に抑える



大気への影響と同じくらい重要視されているのが水質への影響です。有害物質の浄化処理、流出防止のために、印刷工場は積極的に、刷版・印刷の各工程で発生する全ての廃液を、適切に回収・処理することに努めています。

刷版工程で使用する現像液は、強アルカリ性であるため環境負荷が高い廃液とみなされます。そこで、現像処理液を必要としない CTP、アルカリ現像以外の処理方法でおこなう CTP システムを導入しています。また、オフセット印刷工程で用いる湿し水についても、濾過装置を循環経路内に組み込んで湿し水の交換頻度を少なくし、発生する廃液量も極力減らしているのです。

水と海をきれいにするべく、印刷会社の立場で水質の汚染防止に全力を尽しており、SDGsの理念を自ら具現しているといえるでしょう。

■ E3PA施策を SDGsに関連づけると

3. CO₂を削減して温暖化防止を

●ゴール13「気候変動に具体的な対策を」

◎気候変動およびその影響を軽減するために緊急対策を講じる

13-2 国別の政策、戦略および計画に気候変動対策を盛り込む

13-3 気候変動の緩和および早期警告に関する教育、啓発、人的能力、機能を強化する

CO₂削減に関する取り組みは、印刷会社の環境対応型のビジネスモデルとして確立され、企業経営に不可欠な柱となっています。

環境保護印刷推進協議会が制定している「CO₂削減貢献度認証制度」は、電力使用量がCO₂排出にかなりの影響を与えているという視点に立っています。電力使用量の削減を指標にして全社的な改善活動を評価し、その経営努力を環境貢献度に反映させているのです。とくに印刷工場で使用する電力消費を真正面に据え、目標とする貢献度を達成するための生産管理、工場管理の徹底を期しています。

具体的には省エネを重視して、①電力使用量の削減余地が大きい生産設備（オフセット印刷機）、②刷版～印刷の本工程を有する印刷工場の空調設備——を主な対象に、実際に削減を可能にした改善効果を認証登録の条件としています。その理由は、生産効率の追求、工場経営の合理化により消費エネルギーを減らすことが、CO₂の削減に直結する効果的な対策だからです。

納品する印刷製品を通して、顧客企業にも地球温暖化の抑制に寄与してもらえることになります。これこそ、SDGsの精神にマッチした行動であると考えています。国が掲げる政策目標に企業レベルで協力できる有効な対応策でもあるのです。

■ E3PA施策を SDGsに関連づけると

4. 資源の有効活用で森林再生を

●ゴール15「陸の豊かさも守ろう」

◎陸域生態系の保護と回復、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、土地の劣化の防止と回復ならびに生物多様性の損失を阻止する

15-2 森林の持続可能な管理を実施して森林破壊を阻止し、劣化した森林を回復させ、世界全体で植林と森林再生を大幅に増加させる

森林管理—製紙—印刷のプロセスは、持続可能な社会の実現に大いに寄与しています。印刷産業はそこに参画している立場を自認して、環境にやさしい紙を積極的に採用し、かつ印刷工程上のムダ・ロスの防止などに努めています。地球資源の有効利用と産業廃棄物の削減、再資源化は、印刷会社が環境保全に取り組むうえでもっとも基本的な対応策です。実際に、①廃棄物の発生そのものを根本から削減するリデュース、②発生した廃棄物のうち、そのまま再利用できるものは繰り返し使用するリユース、③再利用できないものを加工処理して再生資源として使用するリサイクル——にそれぞれ力を注いでいます。

日々の生産活動のなかで、印刷用原材料の削減や使用済み資材の分別回収などに取り組んでいます。同時に、営業活動を通じて「リサイクル対応型印刷物」の制作を推し進めています。印刷済みの紙や雑誌古紙をもう一度、印刷用紙や事務用紙に使ってもらうための古紙再生の循環システムの一角をも担っています。

印刷会社は、森林資源の適正な管理が非常に有効な環境対策であることを十分に理解し、ごく身近な例では、適正に古紙が配合された再生紙を採用するよう心掛けています。このようなさまざまな角度から、SDGsが掲げる目標に協力しているのです。

■ E3PA施策を SDGsに関連づけると

5. 高い経済生産性で働きがいを

8 働きがいも
経済成長も



●ゴール8「働きがいも経済成長も」

◎包括的かつ持続可能な経済成長、および全ての人の完全かつ生産的な、働きがいのある人間らしい雇用を促進する

8-2 高付加価値部門や労働集約型部門に重点を置き、多様化、技術向上ならびにイノベーションによる高いレベルでの経済生産性を達成する

32

クリオネマークの意義を社内で共有できれば、社員の働く意欲が高まり、率先して実行してくれる社風が培われます。モチベーションが向上すれば、環境にやさしい高品質な印刷物、すなわち高付加価値型製品にこだわりをもってくれる社員が育ちます。社員に働きがいをもってもらえる職場にするためには、経営者自らが環境に貢献したいという熱意あふれる経営方針を貫き通すことが不可欠です。

顧客企業の向こう側にいるエンドユーザーのために、優れた技術や品質が可能にする経済生産性に環境対応を付加することが大切です。そうすれば、印刷料金は必然的についてくるわけですから、仕事に対するやる気生まれてくるのは当然です。

SDGsを意識して環境保護に取り組むことで、企業姿勢が全社的なものとなり《CSR》が本物となります。認証基準をクリアしながら印刷をおこなうので、社内の生産体制も必然的に同業他社とは異なった高いレベルになっているはずす。

顧客から高評価を獲得できることから、営業活動においても「安心して発注してほしい」と、自信をもって顧客に働きかけられるようになります。自社が手がけている「クリオネマークを付けた“高品質の印刷製品”で顧客を守る」という考え方が、現にSDGsの精神に沿っていることがわかります。



■ E3PA施策を SDGsに関連づけると

6. 印刷技術で環境保全の徹底を

●ゴール9「産業と技術革新の基盤をつくろう」

◎強靱なインフラの構築、包摂的かつ持続可能な産業化およびイノベーションの拡大を図る
9-4 資源利用率の向上、環境に配慮した技術、産業プロセスの導入拡大を通じたインフラ改良や産業改革により、持続可能性を向上させる

34

企業は、イノベーションや投資によって、SDGsが問題提起する社会的課題の解決に尽力するよう期待されています。企業の強みは、時代の変化を捉え自らを積極的に変革できるイノベーション能力をもっていることですが、SDGsの提言に応えるには、現状を分析して新しい社会の要請に見合うビジネスモデルを確立する、環境保護に的確に役立つソリューションを提供する、といった明確な方向づけが必要です。

環境保護印刷推進協議会には、すでに「環境保護印刷に関する技術の向上・普及によって、地球環境の保全と印刷の生産性向上、品質向上との両立をはかり、産業全体のサステナブルな発展を推進する」という基本方針があります。環境に配慮した技術を導入しているという自信があるはずです。

認証基準には「環境に適合した最新の生産設備や資材を使用すること」という条件が付いています。それを実行に移すことで、高品質な印刷が可能になるのはもちろん、必然的に生産効率が上がりコスト削減にもつながるようになっていきます。

印刷現場に非常に近い認証制度であることが、大きな特徴といえるでしょう。環境対策が生産の標準化、システム化のきっかけになるので、実践するにつれて生産改善の効果が発揮されてきます。クリオネマークの下でこだわりの印刷物づくりが展開され、SDGsが求める環境保護に妥協しない企業として、堂々と手を挙げるすることができます。

■ SDGsを上手に 実行していくには…



36

●企業の行動指針 5つのステップ

1. SDGsを理解する
2. 優先課題を決定する
3. 目標を設定する
4. 経営へ統合する
5. 報告とコミュニケーションをおこなう

(GRI/UNGC/WBCSD ; 「SDGs Compass」)

社会の一員である企業こそ、SDGsの精神を経営理念や経営方針に織り込み、企業活動の中核に位置づけ、かつ中長期的に推進する必要があります。環境問題をはじめとする社会的課題の解決に向けた取り組みを、積極果敢に遂行するように求められます。そこで印刷会社は、次のようなステップを踏んで実行していくとよいでしょう。

- ・SDGsが掲げるゴールと自社の現状（水準）との差、違いを把握すること
- ・中長期的な視野で、抱えるリスクと発展のチャンスを明確にすること
- ・明確になった課題を自社のビジネスソリューションとして実行すること

印刷製品を通して環境貢献していくことは、印刷会社の必然的な使命なのですが、その際、社内のバリューチェーン、外注先を含めたサプライチェーン、さらに顧客も交えたビジネスチェーンのなかで、どの部分の事業活動がSDGsにとっ

て重要であるかを考える必要があります。印刷会社自身も顧客企業の発注先としてサプライチェーンのなかに組み込まれています。チェーンに属する幅広いステークホルダーが抱える要望にいかに対応できるかを意識しなければなりません。

そうした行動を経営レベルに引き上げて、全社あげて実行することが重要です。自社の能力に見合った持続可能な取り組みを貫かなければなりません。そうすることによって、ビジネス関係にある企業同士がSDGsの理念を共有しながら、固いパートナーシップを築くことができます。初めて「仲間」に入れてもらえるのです。

相互の信頼を高めるためには密接なコミュニケーションや情報開示が欠かせませんが、私たちが制定している各種の「認証制度」はまさにSDGsへのコミットメント（誓約）そのものといえるでしょう。

■ SDGsで顧客の期待に応える決意

● 「印刷環境憲章」 （私たちの考え方より抜粋）

環境配慮の取り組みは、＜環境経営＞の実践を通じて企業を発展させてこそ初めて可能となります。これらの責任を遂行し得る結果として、印刷産業は「企業の社会的責任」（CSR）を果たすことができると同時に、サステナブル（持続可能な）社会の実現に向けて貢献し続けられるものと考えています。

（環境保護印刷推進協議会）

印刷会社が SDGs を推進する際には、経営者自らがそれに参画して、明確な意思と中長期的な目標のもとに取り組むことを要請されます。「環境にやさしい印刷製品」を提供することによって、SDGs が掲げるゴールの幾つかに寄与できるという事実を自覚しなければなりません。企業は長期的視点で社会や顧客のニーズに応じていく必要があるのですが、その土台となるのが SDGs であることを強く認識すべきです。

日々のビジネス活動を通じて、各方面のステークホルダーとの関係を強めることが重要なわけですから、売上げやコスト、利益だけを重視するのではなく、《CSR》を柱とした経営理念を掲げ、社外に表明して下さい。SDGs を土台にした経営ビジョンがあれば、ステークホルダーとの円滑なコミュニケーションが、自社の置かれた立場、企業基盤を強化してくれます。と同時に、もっとも身近なステークホルダーである社員の意識も高まり、会社あげての体制を築けることになります。

環境対応に注ぐ努力を、マーケティングやコストパフォーマンスと結びつけると、顧客企業や消費者に、「環境にやさしい印刷製品」の良さをより一層理解してもらいやすくなります。「環境を守るほどに顧客から喜ばれ、印刷メディアの需要が高まる」という良好な関係を築くために、決意を新たにいたしましょう。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD

