

環境経営は次のステージへ

「CSR（社会的責任）とCS（顧客満足）、ES（従業員満足）の素敵な関係」

大川 哲郎（おおかわ てつお／株式会社大川印刷 代表取締役社長）

環境経営に取り組んだきっかけ

この度の経営者環境力大賞受賞、誠に光栄に存じます。弊社が環境に対する取り組みに注力するようになったのは、1990年代後半からでした。

当初、経営者として自らが自然環境に対して関心があったことが、環境対応に取り組むきっかけでしたが、2003年から2004年にかけて、CSR（企業の社会的責任）について学ぶチャンスがあり、経営にとって必要な様々なことを知る機会になりました。10年以上前、「環境経営」と言うと、特に中小企業では特別なものとして、「余裕がある会社がやること」、「環境好きの経営者が取り組むもの」といったイメージがあったのも事実ですが信念をもって進めてきて良かったと感じております。

環境経営は当たり前もの

2003年ごろから徐々に目にするようになった「CSR」の3文字。読者もお感じのことと思いますが、この10年で認知度も急激にアップし、それと共に取り組みも多様化して行きました。そのような中、環境はCSRの視点からすれば、当然取り組むべきものとなり、その結果「環境経営」と言う言葉自体も耳にすることが少なくなりました。

これからの100年も必要とされる企業とは

弊社は昨年創業131周年を迎えた企業ですが、言うまでもなく厳しい時代の中で単に「老舗」であることで、これから先も経営を続けられる保証があるわけではありません。そのようなことを考える中で「CSR」はたくさんのヒントを与えてくれました。これについては後に言及しますが、少なくとも環境経営を始め、社会に良いことを積極的に推進して行き、社会に必要とされる企業を目指そうと考えました。

2004年「ソーシャルプリンティングカンパニー」を標榜

それでは地域や社会に必要とされる企業になっていくためにはどのようにしたら良いのでしょうか。私はそのためには困っている人を助けたり、地域や社会の課題を解決したりして行くことが重

要であると考えました。そこで私は「ソーシャルプリンティングカンパニー」と言うひとつのビジョンを掲げました。直訳すると「社会的印刷会社」ですが、「ソーシャルアントレプレナー（社会起業家）」からヒントを得て作った造語です。「社会起業家」とは社会的課題に対し、それを解決して行くために起業する起業家達のことを指しますが、私は「社会起業家」のごとく、本業である「印刷」はもちろんのこと、その「印刷」という仕事を通じて社会的課題解決にも着手して行くことができないか考えました。そこでそのような企業を目指していく上で、ビジョンの一つとして社会的課題解決を目指す「ソーシャルプリンティングカンパニー」という言葉を掲げました。

本業を通じたCSRが王道

これまで「ソーシャルプリンティングカンパニー」を目指し、様々な事業活動を開始してきました。「CSR」について、「社会貢献＝ボランティア」と考える方もいらっしゃると思いますが、私たちは活動を進めて行く上で、「本業を通じたCSRが王道」と言う考え方を大事にしています。それは、本業以外で社会貢献をしようとしても、やがて無理が生じてくると思ったからです。

環境に対する取り組みも、まずは通常使用しているインキや用紙から着手していきました。2004年、用紙について違法伐採等が行われていない木材を原料にしていることを、第三者機関が認証する「FSC森林認証紙」を使用して行くため、CoC認証を取得しました。そして2005年、カラー印刷に使用される4原色（墨・藍・赤・黄）の全てを、石油系溶剤を全く使用していない「ノンVOCインキ」に切り替えました。このインキについての有効性は未だ認知されるに至っておりませんが、やがて枯渇する化石燃料である石油の消費量を減少させることができるだけでなく、石油系溶剤に含まれる揮発性有機化合物を減らすことができるため、大気汚染の防止にもつながるなどのメリットがあります。また化学物質過敏症の方々に対する影響も減少させることができます。

以上のようにこれまで進めてきた印刷物の環境



対応を更に強化すると共に、誰にでも読みやすい、分かりやすい印刷物づくりを推進して行くために、ユニバーサルデザインについても進めてきました。

地域や社会に必要とされる「人」と「企業」を目指す取り組みへ

様々な取り組みを行って行く中で、地域や社会に必要とされる企業になっていくためには、社長である私を始め、そこで働く従業員さんひとり一人が、地域や社会に必要とされる「人」になっていく必要があるのだ、と考えるようになりました。そしてそのことこそが「CSR」の真髄なのだ、と理解するようになりました。

「CSR報告会」が第2のターニングポイントに

2012年11月、創業131周年を迎えた年に弊社として初めてとなる「CSR報告会」を開催しました。社長である私にとって第一のターニングポイントが、印刷を通じて社会的課題解決を行う、「ソーシャルプリンティングカンパニー」というビジョンに向けてシフトした時であるとすれば、第2のターニングポイントは、この「CSR報告会」であると言っても良いかもしれません。たった一日の報告会ではありましたが、その実現に向け、準備から当日の運営に至るまで、パートさんを含めた全従業員さんが携わることになりました。その結果得られたことは想像をはるかに超える大きなものがあり、従業員さんひとり一人にとって、力を合わせれば大きなことが成し遂げられること、そしてひとり一人の行動そのものがチームのためにも自分のためにもなるのだということが実感できました。

CSRとCS（顧客満足）、ES（従業員満足）の素敵な関係

東日本大震災が起こった2011年、3年後の自社のあるべき姿を2年間に渡って従業員さん主導でまとめてきた「2014ビジョン」が発表されました。

それは「従業員満足度の向上に全従業員で取り組み、それを顧客や家族、地域や社会の幸福につなげていく」という内容のものです。これまで一部の社員さんと続けてきた環境活動や地域CSR活動は、やがてパートさんを含む多くの従業員さんが参加するにいたりしました。この段階になって色々なことが見えてきました。会社で上司や先輩に褒められることは嬉しいことだと思います。またお客様から褒められることはもっと嬉しいことかもしれません。そして更に見ず知らずの方々に褒められることがあれば、予想していなかったこともあり、感動すら覚えることがあります。地域や社会のお役に立ち、褒められ、そして必要とされることは、何にも代えがたいものであり、そのことが働く喜びへとつながっていくのではないのでしょうか。環境貢献や地域貢献（CSR）が自らの満足（ES）につながり、またお客様に喜んでもらいたいという気持ちが顧客満足（CS）につながっていく。全ての人々が幸福を感じられるこの関係性を、私はとても素敵な関係であると痛感しています。

共有価値創造企業へ

現在では本業である印刷物の製作や環境対応だけでなく、地域の様々な課題についてのご相談も頂くようになりました。東日本大震災の津波により倒壊した、南三陸町の徳性寺の柱の活用もその代表的な取り組みのひとつです。寺院本堂の柱は実に500年以上も前の柱で、その地域を見守ってきた柱でもありました。そのような柱を瓦礫として処分してしまうのではなく、何とか活用できないか？と言うご相談を知人のNPO代表から受けたのがきっかけでしたが、全ての業界とお取引ができていくという印刷会社のメリットを活かし、エレキギターを製作してもらいました。震災のことを知らない未来の子供たちにも、音楽を通じて震災の記憶を伝えて行くことができればとの想いがそこにありました。

一方、従業員さん達は間伐体験や植樹の体験などをしながら、それぞれの感性を磨き、様々な人々の立場に立って考え、行動できる人となるべく、本業を通じたCSRの他にも様々な行動をするようになってきています。

私たち大川印刷は、これからの100年も必要とされる人と企業であるために、多くの人々や企業と幸福を共有できるような価値の創造を行っていく「共有価値創造企業」を目指して邁進して行く所存です。今後ともどうぞ宜しくお願い申し上げます。