

TOMOWEL

共にある、未来へ

共同印刷グループ
CSR報告書 〈ハイライト版〉

2021

Corporate Social Responsibility Report 2021 Highlights



社会と地球と手をつなぐように
私たちは進んでいきます

TOMOWEL

共にある、未来へ

コーポレートブランド「TOMOWEL」は、
「共に良い関係を築く」という意味を込めて名付けられました。

日本語の「とも(共・友・知・智)」と、
英語の「WEL(Wellの古語:良い・満ちる・親しみ)」を
合わせて創った言葉です。

関わるすべてのものと、共に良い関係を築きながら、
真に豊かで美しい未来を創り、広げていく。
TOMOWELに込めた私たちの想いです。

共同印刷株式会社

● 編集方針

当グループのCSRに対する考え方や取り組みについて、より多くのステークホルダーの皆さまにわかりやすくお伝えし、理解を深めていただくことを目的に制作しています。

● 報告対象範囲

共同印刷株式会社および主要子会社

※環境データは、連結子会社を含む日本国内のISO14001取得事業所、および共同エフテック、共同クレハプロボトルが対象。なお、TOMOWEL Promotion、TOMOWEL Payment Serviceは共同印刷に合算しています。

※人事データは、共同印刷単体

● 対象期間

2020年4月～2021年3月

(一部、上記対象期間外の情報を含む)

● 発行時期

2021年11月(年1回)

(前回発行:2020年12月、次回発行:2022年10月予定)

● 参考ガイドライン

・ISO26000:2010 対照表はWebサイトに掲載

・環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」

・GRI「サステナビリティ・レポート・スタンダード2016/2018」 対照表はWebサイトに掲載

※GRIスタンダードは開示項目を参考にしているものであり、GRIスタンダードへの「準拠」や「参照」を示すものではありません

● 情報提供手段

[CSR報告書冊子] CSR活動から特に重要な事例を中心に取り上げ、ハイライト版として編集しています。

[Webサイト] CSR活動全般を報告しています。本報告書に掲載できなかった活動や詳細なデータ、最新情報も掲載しています。



● 将来の予測などに関する免責

本報告書には一部、将来予測・計画などを記載しています。これらは現時点における入手可能な情報に基づくものであり、今後のさまざまな要因により影響を受ける可能性があります。

CONTENTS

02

トップダイアログ

新中期経営計画を通じて
豊かな社会と新たな価値を創造し、
サステナビリティに寄与する
新たな事業領域の開拓をめざします。



06

特集 共同印刷の価値創造

Special Issue 1

コア技術×知財戦略が、パッケージの
サステナブルな成長を支える

Special Issue 2

新しい生活様式(ニューノーマル)で変わる
人の消費行動や働き方、価値観を
デジタルテクノロジーを生かした
マーケティングやソリューションで支える

12

共同印刷グループの概要

- 会社概要、財務・非財務ハイライト
- セグメント概況
- グループネットワーク

20

Governance ガバナンス

20 コーポレート・ガバナンス
— 企業統治

24 共同印刷グループのCSR
— CSRマネジメント

26 コンプライアンス
— 公正な事業慣行

Social 社会

27 お客さまとともに
— 消費者課題

29 社員とともに
— 人権・労働慣行

30 取引先とともに
— バリューチェーンにおける
社会的責任の推進

31 社会とともに
— コミュニティへの参画および
コミュニティの発展

Environment 環境

32 地球とともに
— 環境

40 グループ各社のCSR活動

TOMOWEL

新中期経営計画を通じて
豊かな社会と新たな価値を創造し、
サステナビリティに寄与する
新たな事業領域の開拓をめざします。

藤森 康彰 Fujimori Yoshiaki

共同印刷株式会社 代表取締役社長

光定 洋介 Mitsusada Yousuke

共同印刷株式会社 社外取締役

共同印刷グループは、2021年5月、

「豊かな社会と新たな価値を創造するために未来起点の変革に挑戦」を
基本方針とする新中期経営計画を策定しました。

本報告書では、2021年6月に社外取締役に就任した光定洋介氏をお招きし、
外部の視点も交えながら、当グループの社会価値の創造についての対談を行いました。

築いてきた信用力の源泉は 人材にある

藤森 このたび、当社の社外取締役に就任いただき、誠に感謝しております。2015年から社外取締役に経営に参加するようになり、痛切に感じたことは、私たち社内の人間の価値観や考え方とはまったく異なる外部の視点が非常に大切だということ。光定さんにも一番に期待するところは、ご自身の感じたままに率直なご意見をいただくことです。それが私たちにとって刺激になりますし、自らの思考を変えるきっかけにもなります。これは他の社内役員も同じように感

じていることだと思います。

光定 はい。今回、私が加わって共同印刷の社外取締役は3名になりましたね。外から見ても、社外取締役をうまく活用している会社と活用できてない会社があると思いますが、共同印刷はしっかりと活用しようとしている。そこは肌で感じました。現在、当社の事業について各部門の方々から説明を受けていますが、「このような見方もあるのではないか」と言うようにすぐに皆さん、議論にのってくださる。これはトップの意識の持ち方によるところが大きいと感じました。

藤森 光定さんから見て、共同印刷はどんな会社だと思われましたか。



光定 そうですね。私はどの企業に対しても、まず「御社の競争力はどこですか」と質問することになっています。共同印刷でも同様に尋ねたところ、皆さんが口を揃えて「信用力」と答えるのです。それが最初の印象でした。しかし、個々の事業部を見せていただくうちに、デザイン力や素材からものをつくり出す力、あるいは、環境に配慮した製品づくりなど、信用力の裏付けとなるさまざまな強みが見えてきました。それらを社員がもっと言葉に表していけば良いのにと感じました。

藤森 おっしゃるように、信用するに足るものがなければお客さまも信用しません。当社は民間の印刷会社で初めて研究所をつかった会社で、古くから「技術の共同」と呼ばれていました。かつてはものづくりでしたが、今ではソフトウェア開発にも拡大してきています。その点で文字通りの「技術」に強みがあると言いにくなったのかもしれませんが。

一方、私が考える当社の最大の強みは人材だと思っています。人材の持つ力を最大限に引き出すことは永遠のテーマであり、そこに可能な限りの力を割いてきました。しかし改善に終わりはありませんので、当グループの人材の潜在的な力はまだまだあると思っています。

コロナ禍の環境変化に直面して 生まれた新中期経営計画

藤森 2018年度からの前中期経営計画(以下、中計)では、主に情報系事業のソリューションおよび

BPOの提案推進、生活・産業資材系事業の製品開発と海外市場拡大、体制再構築や資本効率改善をめざしてきました。しかし、2020年度の初めから新型コロナウイルス感染症の世界的拡大という事態に遭遇し、事業環境が一変しました。このような大きな環境の変化をはね返すだけの力は残念ながら今の私たちにはないと判断し、計画を取り下げざるを得ませんでした。

光定 コロナ禍による経済の影響は非常に大きく広範囲でしたが、その反面、私たちに新しい気付きを多数もたらしてくれたと思います。特に人的資本や自然資本については非常に考えさせられましたね。そうした中で、2021年度からの新しい中計はどのように立案されたのでしょうか。

藤森 これまでの中計は、計画と執行が乖離する部分があったと反省がありました。社員にとって中計は与えられるものであって、自分たちは実行するだけといった、指示する側とされる側の関係性ができていたのです。そうではなく、立案の時点から社員を巻き込み、特に部長クラスが中心となり、現在とこれからの事業環境や社会の動向を踏まえて、3～4年後にどのような会社になりたいかを相当な時間を費やして考えてもらいました。そして、そのような会社になるために自分たちがやりたいこと、やるべきことをそれぞれ挙げていき、計画に落とし込むプロセスを実行しました。つまり、新中計は全社で一つの合意が形成されたもので、めざす頂上に向かって実際の数字を含めたプランを描いたわけです。非常に期待しています。

光定 コリン・メイヤーの本『株式会社規範のコペルニクスの転回』の冒頭に「法は正義のためにある。医療は健康のためにある。会社は〇〇のためにある。この〇〇の中に何を入れるべきか」との問いがあります。過去50年くらいはフリードマン*の時代で、そこには「利益」だとか「繁栄」だとかの言葉が入るのが常識でしたが、それを変えなければいけない。これからは自社の儲けのためだけでなく、人や社会、地球上のさまざまな課題に対する有益な解決策を提示するために会社が存在するのです。単に、利益がどのくらい、売上がいくらといった目標ではなく、会社とは自然人の集合体ですから、社会の中でありたい自分を描いて、そのありたい姿を目的に、利益を確保して組織として持続的な成長が可能な姿にすることに皆で

*アメリカの経済学者。新自由主義を掲げ、市場原理主義による資本主義経済体制を説いた

取り組んでいく。他人(ひと)ごとの中計から、我がことの中計への転換です。そのコペルニクスの転回を今まさに共同印刷もやっていますね。

藤森 はい。中計の方針も「豊かな社会と新たな価値を創造するために未来起点の変革に挑戦」として将来の社会のありたい姿の実現を意識しています。重点テーマは既存事業の事業基盤強化、新規事業領域の探索に加えて、それを支える環境戦略・人材戦略・経営管理機能強化を掲げました。既存事業については各事業分野で伸びしろが異なるので、それぞれをより進化した形にしていくことが中心となります。その上で事業の領域を拡げていくわけですが、一つはまったくの新天地をつくり上げる方法、そしてもう一つは既存事業を核にその周辺を拡張していく方法があると思います。私としてはどちらかといえば後者で、今のリソースから発展させた技術や製品、サービスで新領域を開拓していく形を描いています。

これが実現したら、社会が 素晴らしくなるとの意志をもって

光定 成長のドライバーとなる新規製品開発の方向性はいくつか考えられると思います。まず、環境に配慮したパッケージにはもともと強みがあり、大きなニーズになってくる可能性が高いです。今、世界で運用されている資金は約100兆ドルあるといわれていますが、その約3割がESGに関する運用であり、さらに増加トレンドにあります。時価総額の大きい企業はESG投資の対象になりますから、株主から環境に

良いパッケージの採用を要求されています。ヨーロッパ系の食品会社はすでにプラスチック製をやめて、紙やリサイクル可能なパッケージに切り替えを始めています。

藤森 当社も環境技術開発部を新設し、省プラスチック型環境対応パッケージや環境視点の新素材開発、省資源・化学物質低減設計などを進めています。製品開発というもののづくりをイメージしますが、マーケティング開発やデータ利用も開発ですので、環境負荷を低減するデジタルソリューションにも取り組んでいます。これらは何か良いものができればいいなというレベルではなく、すでにマストになっています。これを完成させれば社会がこんなに素晴らしくなると、意志をもって取り組んでいます。会社とは人で成り立っているのです、そのような意志が最も重要です。

光定 私もその通りだと思います。

藤森 私は長らく知財課長を務めていましたが、当時の特許庁長官の荒井寿光氏が日本の知財活動の課題を非常に強く訴えたことによって、多くの企業が知財に対する考え方を一変させました。荒井氏はわずか2年ほどの在任期間でしたが、一人の人間が声高に唱えただけで、あれだけ世の中が変わるのかと非常に驚きました。

知財は無形の資産ですが、攻めと守りの両方の戦略をもって価値創造していかなければなりません。知財部門の人間だけでなく、営業や製造も含め全員が明確な意志をもって当グループのデザイン力や開発力などの資産化に取り組むことが、新たな価値を創造するための原資になります。



光定 それと同様のことが今、再び起こっています。2019年に金融庁に新しいポストがつくられました。それがチーフ・サステナブル・オフィサーです。つまり、循環型経済をつくっていくためのポストで、この方が金融業界に対して投資や資金調達
の面からプレッシャーをかけ、それに各産業の主力企業が対応を迫られ、各企業はサプライヤーに対して循環型の製品、部材でないと調達しない流れになっています。これによりサステナビリティはまさに待たなしの状況になりました。これも人の発信力で世の中が変わる例だと思えます。そして、会社にとっての資産で一番重要な資産が人材との考え方も、まったくの同感です。人材が価値を生み出していくには、先ほど「意志」と表現されていたように「やり抜く力」をどれだけ持っているかが非常に重要です。人から与えられた目標ではなく、自分が掲げた目標の方がやり抜こうとする意欲は当然、大きくなるでしょう。

会社とは自然人の集合体。

社会の中でありたい姿を

自ら描いて、それに向かって

やり抜くことが大事。



光定 洋介

早稲田大学法学部卒業。早稲田大学大学院ファイナンス研究科修士、MBA(首席修了)。東京工業大学 学術博士Ph.D.、大手銀行、外資系運用会社、パイアウトファンド、企業の監査役を歴任。

産業能率大学経営学部教授、あすかコーポレートアドバイザー(株)取締役・ファウンディングパートナー。あいざわアセットマネジメント(株)ファンドマネージャー。ファイブホールディングス(株)社外取締役。証券アナリストジャーナル編集委員会委員。

専門分野は、コーポレートファイナンス、企業経営、ガバナンス、ESG、投資家、投資ファンド、エンゲージメントなど。

2021年6月より共同印刷 社外取締役。

サステナビリティが本当の意味で我がことになる

藤森 最初にSDGsを知った時に、これを企業活動とどうリンクさせるのかと率直な疑問をもちました。地球規模でこうあるべきと定めたゴールに企業が具体的に関与できるのかイメージが持てなかった一方で、私たちのような企業の行動が地球や市民社会のさまざまな課題に深く関係していることは直感的に理解できました。

光定 SDGsについては、もともと貧困の撲滅をめざしていた2015年までのMDGsがあり、国連は一生懸命頑張っているけれども各国はあまり動いてくれなかったというのが正直なところでした。ところが、北極の氷が融けることによる海面上昇や、異常気象による水害や土砂災害、干ばつなど地球温暖化の脅威にさらされる事象が表れ始め、さらに、新型コロナウイルスにより人類全体の危機を誰もが実感しました。地球規模の課題は私たちと無関係ではないと明確に認識されたのです。

藤森 私は30年ほど前に新包装プロジェクトに参加していたことがあります。当時の感覚はあらゆる包材を紙からプラスチックへ移行しようとするものでした。それが今では、地球温暖化や海洋汚染の観点からプラスチックから紙に戻そうとする時代になっています。地球規模の視点でビジネスをやっているとニーズとシーズがかみ合わなくなってしまう状況に直面しているのです。

約3,200人のグループ社員一人ひとりが、SDGsをはじめとする社会課題解決と持続的発展という提供価値を意識して、製品・サービスを通じて社会に発信できる形になると、自社の持続可能性(サステナビリティ)の追求と企業価値の向上が図れると考えています。そのために、サステナビリティに対する当社の考え方を改めて整理し、一歩踏み込んだ発信ができるよう準備を始めました。

光定 サステナビリティがいよいよ本格的に我がことになるのですね。ますます共同印刷のこれからが楽しみになってきました。

9 産業と技術革新の
基盤をつくらう



12 つくる責任
つかう責任



生活・産業資材事業本部
事業企画部 部長

高木 伸浩



技術開発本部
環境技術開発部 部長

佐々木 雄一



法務部
知的財産課 課長

近藤 慎一

コア技術×知財戦略が、 パッケージのサステナブルな成長を支える

企業が持続的な価値向上を実現するには、サステナビリティと成長性を両立し、
社会的価値を創造し続けることが求められます。

それには、さまざまな社会課題に事業の本筋で向き合っていくにはどうすべきかを組織として考え、
掲げた方針を確実に実行していかなければなりません。

今回は、パッケージ分野にフォーカスし、社会課題と事業戦略、今後の成長に欠かせない
取り組みについて当社のキーマン3名に意見を交わしてもらいました。

消費者の暮らしや社会の課題に 密着したパッケージ、包装材事業

高木 私たち生活・産業資材事業本部は商品パッケージなどの包装材が主力で消費者の生活に密着しており、環境や暮らしの嗜好、意識に対して影響力

を与える分野なので、今回のテーマに親和性の高い部門だと認識しています。例えば、食品や医薬品の包装材などは人の安心・安全に関わっていますし、産業資材も含め非常に幅広い業界に供給しているので、企業が直面する環境問題と密接に関わっている事業です。

佐々木 環境技術開発部は技術開発本部内に新設された環境技術の専門部署で、全社の環境に配慮したものづくりの推進がミッションです。生活・産業資材事業本部とは今後、接点が増え続けていくと思います。

近藤 法務部では「企業価値向上にフルコミットする法務」を方針として掲げており、その中で私は知的財産課を運営しています。具体的には、まず製品を新しく作っていく際に他社の特許を侵害しないよう確認する特許調査を行います。次に、開発の過程で、他社との差別化ができる技術や意匠を権利化していきます。当グループはコンテンツを扱う情報系事業も大きなウエイトを占めていますので、著作権とは切っては切れない関係にあり、そういった相談にも対応しています。

行きつくところは サーキュラーエコノミー。 先を予測した開発と知財戦略が チャンスを切り拓く

高木 包装材分野の課題としてまず挙げられるのは、省プラスチックですね。消費者の関心や企業からの要求で、非常に注目されてきているので、私たちも「こういった包材ならプラスチックが〇〇%減できます」といった提案を積極的に行っています。また、包材の素材を単一にするモノマテリアルという考え方が、ヨーロッパでかなり先行していて、日本も追随する形になりつつあります。しかし、包装材の第一義的役割は「内容物の保護」なので、プラスチック容器の厚みを薄くしたり、素材を紙に変えたりすることで保存性が下がり、食品のライフサイクルが短くなると今度はフードロスが問題になったりもします。それに加えて、お客さまの工場での生産適性など、あらゆる課題をクリアしていくことは簡単ではありません。

佐々木 今年6月に可決されたプラ資源循環に関する新法は、プラスチックの「3R+Renewable(リニューアブル)」を基本方針としてサーキュラーエコノミー(循環型経済)への移行を加速するというものです。高木さんが言うように、リデュース(材料を減らす)は製品によってはかなりハードルが高いですね。リニューアブル(素材代替)では、バイオマスプラスチッ



クに置き換えるという方法がありますが、バイオマス樹脂は種類が限られていますから、どういう形状で使うか、何と組み合わせるかが重要になってきます。社会全体としてサーキュラーエコノミーをめざすなら、使い捨てをやめて、リサイクル化を考える必要があります。パッケージがお店を通じて消費者に渡り、それを回収し、再資源化したリサイクル材料を使って、再びパッケージとして出荷する。それが、今後包装材メーカーに課せられる最大の課題になっていくと思います。我々も、どのように包装材を設計していくか、あるいは、回収の仕組みにも関わっていきながら、サーキュラーエコノミーの担い手になっていくことを考えなければいけません。現状では、リサイクルの衛生面の問題や回収の仕組みなど、技術課題は非常に多く、取り組まなければならないことが山積みです。

高木 もう一つ、政府が2050年カーボンニュートラルの目標を発表したことにより、この一年ほどでがらりと社会の認識が変わったのが気候変動問題で、これについても課題が多い。製品ライフサイクルでCO₂の排出を実質ゼロにするというのは、本当に高いハードルです。環境性能は高いが汎用性は低い材料を採用し、製造工程でも環境負荷を下げるとなると、コストは当然高くなります。そうなる結果として行きつくのはリサイクルなのかなと。パッケージというのはほとんどが捨てられ、ゴミになるものです。それをリサイクルするとなると、製品を送り出す動脈、回収する静脈の両方に物流の環境負荷とコストもかかる。早く、それらの課題に取り組んでいかなければと思っています。

佐々木 そうですね。将来を予測して、我々がどういったものづくりをしていくかを考え、そこからバックキャストをしてどう包装材の設計に反映していくかが非常に重要です。

近藤 環境はもちろん、大きな社会課題の解決に貢献することは、いずれ新規事業につながっていくだろうと私は思っています。その点でSDGsというのは非常に重要なポイントになります。新規事業は全社的に取り組んでいますし、当課としても重点的にサポートするべく、取り組みを行っています。

実は、特許を見ると、他の会社が何をやろうとしているかがかなり見えてきます。企業のニュースリリースや展示会などでわかることもありますが、そこでは見えないようなことが特許から結構わかる場合が多いのです。例えば、この会社はバイオプラスチックに非常に強みを持っているとか、この会社は生分解性樹脂メーカーでどの会社と組んでパッケージをつくっているとか。私たちはそれらを分析して、技術開発本部に提供し、当社の開発の方向性を定める手伝いをしていく活動を始めています。

佐々木 我々も知的財産課が提供してくれる情報を、今後どういうテーマをやるべきか、どういうスケジュールを組むべきかという判断材料にしています。

近藤 一方で、開発したものはしっかりと権利化していかないと、他社にすぐに真似されてチャンスを失うことになります。そこは、開発工程の川上から連携して、抜け目なく特許をしっかりと取っています。例えば、今、生活・産業資材の強化商品となっている「鮮度保持ボトル」や「ボトル代替包材」などは開発の初期から関わって早期に特許網を構築してきました。



内容物の酸化を抑え、鮮度保持するとともに、ボトルを傾けた際の意図しない吐出を抑止



自立するボトル容器の代替包材。石油由来樹脂の使用量を削減



高木 容器や包材は内容物の保護だけでなく「賞味期限を延ばす」役割があります。「鮮度保持ボトル」は、その視点から生まれた商品です。事業本部のメンバーも、サステナビリティに対する意識が非常に高まっていて、視野が広がってきました。先を予測することはとても重要です。リサイクルも分別や容器の洗浄など、消費者の手間が非常に大きいので、洗いやすい、分別しやすいといった開発の切り口も今後、大きなチャンスを生むと思います。

IPランドスケープで社会の未来と、自社の存在意義を広げていく

佐々木 先ほども触れましたが、カーボンニュートラルをめざしていくと、今のものづくりのプロセスから抜本的な転換に発展していく可能性は十分にあると思っています。例えば、デジタルプリントによって廃棄物が少なくなったり、インクの乾燥工程がなくなり熱エネルギーを使わずに済むとか、その設備がそもそもどのようなものを根本から考え、長期的な視点で設備投資を見直していく必要があるのです。我々も、広い視野をもって、いろいろな製造工程を見るべきだと思っています。

近藤 そうですね。環境への対応は前提であり、さらにプラスアルファで何か魅力的な機能を付け加えないと、将来的には選ばれないのではないかと私は思っています。それにはまず、自分たちの武器は何なのかをしっかりと把握する必要があります。そこでIPランドスケープという活動を開始しました。

例えば、既存事業では、自分たちのやってきたこと、取得した特許から分析して、自分たちの強みは何か、それを支えるコア技術は何かを特定します。次に、他社の同じような分野の特許をすべて分析して自社との違いを対比させ、自分たちの強みはここ、他社の強みはここと特定していきます。これをマーケット情報と合わせて分析していくことで、当社の現在のポジションと今後どこに進んでいくべきなのかがおのずと見えてきます。これを事業戦略や経営戦略のために提言していくのがIPランドスケープという活動です。

高木 技術開発本部とは一年前からEco-TOMOWELプロジェクトに取り組んでいます。共同印刷って一体、環境に対応している会社なのだろうかというところから始まり、お二人の言う、めざすべきところを探ってきました。そのプロジェクトでいよいよ当社が資源を回していくサーキュラーエコノミーを考えていこうという議論が必要になってきました。当然、お二人の力も借りないとなりません。

佐々木 私の部署も発足時からEco-TOMOWELプロジェクトに関わって、具体的なアクションを起こしていかなければと思っていました。今、真っ先に取り組んでいるのが、プラ資源循環新法に関わる環境配慮型設計です。それは国からグリーン調達の認可といったインセンティブが受けられるなど、ビジネスチャンスにもなります。また、リサイクル設計についても検討を始めました。

近藤 現在、当社の知的財産ポートフォリオのうち7割が産業資材分野です。これは情報コミュニケーション、情報セキュリティの分野が技術的に成熟しつつあ



り、特許が出にくいこともあるのですが、やはり、ものづくりとして活発な動きがあるのはパッケージ分野だということです。知財については、コーポレートガバナンスコードの改訂で、知財状況について情報開示が求められるようになりました。IPランドスケープや諸々の情報を整理、分析して報告していく活動を進めているところです。

佐々木 個々の環境配慮製品を売るだけでは収益の伸びに限界がありますが、製品開発の過程で多様な知見や、技術要素が得られます。そこで培った技術を次の事業展開や新たな技術領域につなげることが理想です。まさにIPランドスケープの活用ですね。

高木 先ほど、環境負荷を下げたらコストが跳ね上がるという話をしましたが、少し先の未来では、価格が高くても、温室効果ガス排出ゼロの製品なら市場に受け入れられるかもしれません。我々の事業は消費者に直結していますから、お客さまのスコープ3*に影響を与えられれば非常に大きな貢献になるわけです。

近藤 今回はサステナビリティをテーマに、主に生活・産業資材のお話をさせてもらっていますが、当社は124年という歴史の中で、パッケージはパッケージの世界、情報系は情報系の世界しか考えないというような少し縦割りの傾向があったと思います。しかし、環境をメインに技術開発をしていく過程で出てきたコア技術や強みの中に、情報系分野に適用し得るものも出てくると思います。これらを、知財を通して事業部門や経営層に伝えていくことで、事業部の垣根を越えた技術の広がりや事業の広がりが出てくるのではないかと考えています。それを広げていきたいというのが私が将来的に描いているところです。

佐々木 同感です。我々の開発技術も、視点を変えるだけでまるで違うものになってしまうことがあります。多様なものの見方が新しい価値を生み出す原動力になると考えています。

高木 2021年度からの中期経営計画でも事業部門の垣根を越えてお互いのメニューをクロスセルしていく方向ですし、コア技術や人材が持つアイデアを出し合っていけば、新しい成長が実現できると思っています。

*サプライチェーン上で発生する自社排出分以外の温室効果ガスの排出量



新しい生活様式（ニューノーマル）で変わる 人の消費行動や働き方、価値観を デジタルテクノロジーを生かした マーケティングやソリューションで支える

予測のつかないニューノーマル時代の ビジネスをデータで支援する

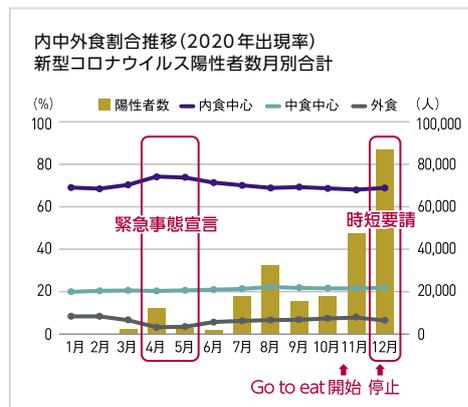
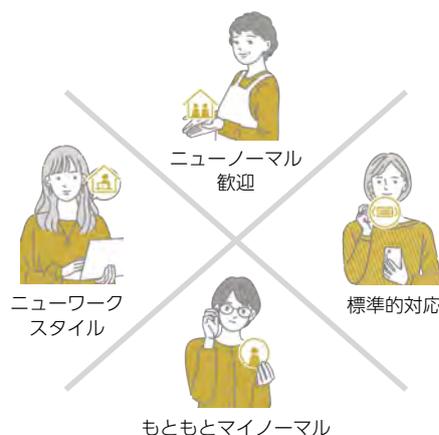
デジタル化に伴う価値観や生活様式、働き方の変化は、新型コロナウイルス感染症の拡大により加速しています。あらゆる企業は厳しい経済状況の中、日々変化する生活者の意識や価値観の把握、新しい生活様式への対応に追われています。

当グループでは、独自の視点と手法で生活者データを収集・蓄積し、予測しにくいニューノーマル時代の生活者インサイトを分析・考察ができるマーケティングプラットフォームを提供しています。

女性たちの購買行動や価値観に関わるマーケティング調査をもとに、多様化する女性のインサイトを研究し、新たなマーケティング手法を創出するマーケティング・ラボ[WIC@LAB® (ウィカラボ)]、生活者の日々の食卓画像を収集・解析し、リアルな食卓の実態を把握する「リア食」は、ユニークなマーケティングデータの提供と分析機能を強みとしています。自社はもちろんお客さまにはニューノーマル時代に対応した製品・サービスの開発やプロモーション、セールスのプランニングに活用いただいています。

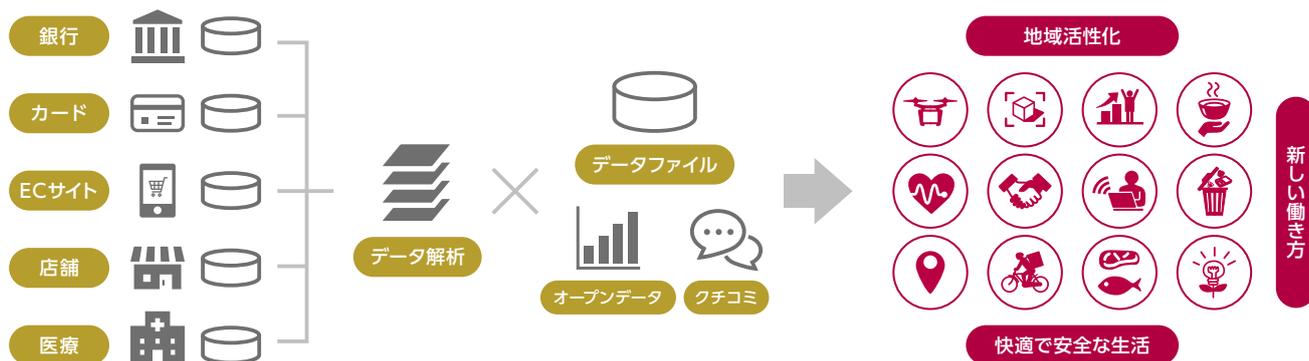
また、ニューノーマルに関わる生活者のマーケティングデータの一部はレポートとして公開し、セミナーやワークショップを通してお客さまとの共有と理解を深めています。

WIC@LAB® で捉えた4つのニューノーマルペルソナ



マーケティングデータの一部はレポートとして公開

データ流通プラットフォームイメージ



ニューノーマル時代を支援するソリューションサービス

ニューノーマルな時代は、価値がある「コト」にはより重点が置かれ、そうでないものは徹底して省いていくという価値の取捨選択が進んでいくと考えられます。人と人、人とモノをつなぐ情報コミュニケーションで培った技術や独自のデータ活用ノウハウを通じて、人や社会の変化に寄り添いながら、本質的なニーズを見極め、新しい価値を提供していきます。

MIRUKAU™ (ミルカウ)

新しい消費活動へ合わせた、“いつでも・どこでも買い物が楽しめる”購買体験を提供。

さまざまなシーンでオンライン化が加速し、消費行動ではより一層のデジタルシフトが進む一方で、一般的なECサイトは、実際に商品を手にとって確認したり、その場で質問できないなど、実店舗のようなインタラクティブな接客ができませんでした。

ライブコマース「MIRUKAU™ (ミルカウ)」は、非対面・非接触でありながら、実店舗のような顧客やファンとのリアルタイムなコミュニケーションが可能なライブ配信形式によるECサイトです。業界最多のモバイル決済サービスを一括管理できるマルチモバイル決済プラットフォーム「elepay* (エレペイ)」を導入し、多彩な決済ニーズに対応しています。

ECサイトに購買体験を付加することで、ニューノーマル時代に対応したコト消費を実現しています。



* elepayはELESTYLE株式会社が提供するマルチモバイル決済プラットフォームです

口座開設Webアプリ+eKYC

専用アプリが不要で、簡単口座開設。
顔認証によるセキュアで便利な本人確認が
完全非対面で実現

新規口座の開設は、従来はわざわざ金融機関の窓口に出向くか、たった一度の口座開設のためにアプリケーションをスマートフォンにダウンロードしなくてはなりません。「口座開設Webアプリ+eKYC」は、口座開設に必要な本人確認をパソコンやスマートフォンを利用して、強力な読み取り機能と顔認証で完結することが可能なWEBアプリです。利用者が窓口に出向く労力を減らし、非対面を実現するとともに、金融機関の働き方改革にも貢献します。



携帯端末を操作している人物と本人確認書類の顔写真の一致を確認するオンライン顔認証(eKYC)

共同印刷グループの概要

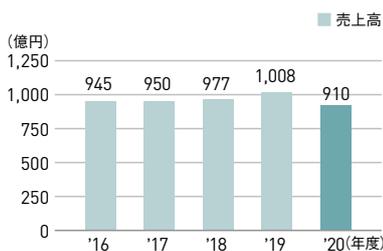
会社概要

- ・ 会社商号: 共同印刷株式会社 (Kyodo Printing Co., Ltd.)
- ・ 本社所在地: 〒112-8501 東京都文京区小石川4-14-12
- ・ 創業: 1897(明治30)年 6月
- ・ 設立: 1925(大正14)年12月
- ・ 代表者: 藤森康彰
- ・ 資本金: 45億1千万円
- ・ 従業員数: 連結3,229名 単体1,821名 (契約社員含まず)
- ・ 主要営業拠点: 国内4カ所
- ・ 主要製造拠点: 国内13カ所、海外3カ所
- ・ 主要グループ会社: 子会社17社および関連会社1社
- ・ 発行可能株式総数: 36,080千株
- ・ 発行済株式総数: 9,020千株
- ・ 株主数: 3,787名
- ・ 上場証券取引所: 東京証券取引所 市場第一部

2021年3月31日現在

財務ハイライト

売上高
910.3 億円



営業利益
6.4 億円



経常利益
13.4 億円



当期純利益
8.2 億円



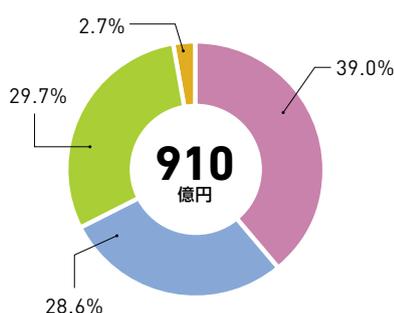
ROA
1.1 %



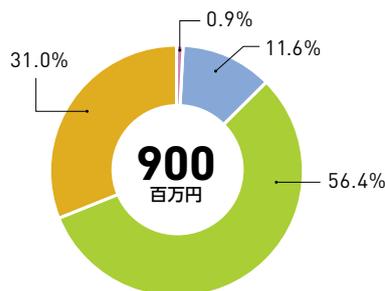
ROE
1.3 %



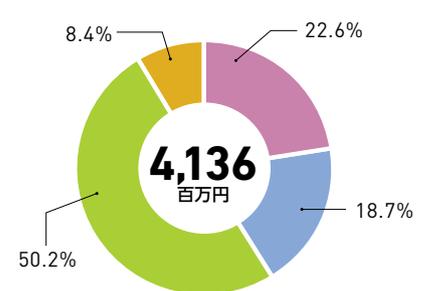
セグメント別売上高構成比



セグメント別研究開発費構成比



セグメント別設備投資費構成比



■ 情報コミュニケーション部門 ■ 情報セキュリティ部門 ■ 生活・産業資材部門 ■ その他

非財務ハイライト

Environment | 環境



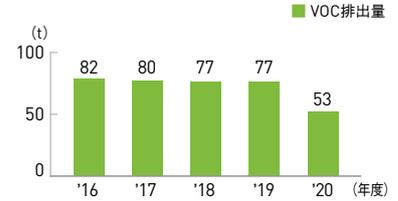
CO₂排出量 **42.1**千t



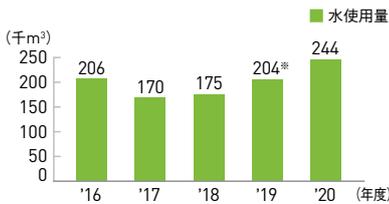
エネルギー消費量 **893.3**千GJ



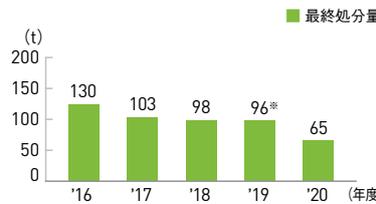
VOC排出量 **53**t



水使用量 **244**千m³



最終処分量 **65**t



リサイクル率 **99.7**%



※2020年度までの報告数値に誤りがありましたので訂正しました

Social | 社会



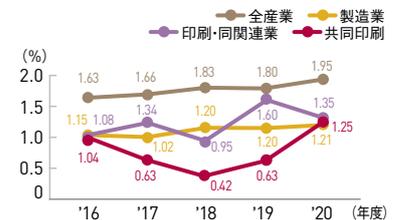
女性従業員比率 **23.0**%



女性幹部職員比率 **4.8**%



労働災害度数率 **1.25**%



※2020年度までの報告数値に誤りがありましたので訂正しました

Governance | 企業統治



内部通報件数 **22**件



情報セキュリティ教育 **4,233**名



女性取締役比率 **12.5**%

編集企画・制作、コンテンツのマルチデバイス展開など、
印刷メディアを核にさまざまなサービスを提供しています。

新しい学びや働くやりがいに寄与する
新ビジネスを開拓する

2020年度は、定期刊行物の減少、プロモーション需要の縮小による一般商業印刷の減少により減収となりましたが、営業利益は経費削減などに努めた結果、前期並みとなりました。コロナ禍の影響としては企業活動の抑制、販促活動の見合わせがある一方で、新しい生活様式(ニューノーマル)に対応したサービス開発などの機会が拡大しています。

前中期経営計画(2018~2020年度)を総括しますと、生産体制の合理化を目的に、製造工程の子会社化を実施し、業務効率改善をスピードアップした結果、利益面では一定の成果は見られたものの、新たな収益を生み出す分野の創出が課題となりました。

これらを踏まえ、新中期経営計画(2021~2024年度)では、既存事業における利益改善と事業領域拡大による利益創出をめざし、次の二つを計画の柱に据えます。一つ目が、「出版印刷事業の収益強化」です。紙媒体製造における業務効率化に取り組むとともに、教育領域での新たなビジネスの開発やコンテンツのアウト

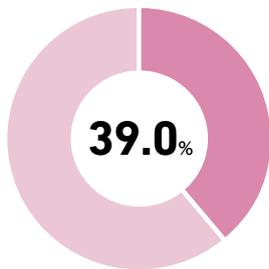


常務執行役員
情報コミュニケーション
事業本部長
岩田 淳一

プットの多様化への対応を進めます。二つ目が、「プロモーション需要のシフトチェンジ」です。リアルとデジタルを効果的に融合させたOMOプロモーションの推進、販促品物流の効率化、リファビッシュ等を目的としたロジスティクス領域の開発、デジタル企画制作力の強化に取り組みます。

重点取り組み領域として挙げた教育では、EdTechなど新しい教育スタイルが進むと考えられ、プラットフォームの段階から参入することで公正で質の高い教育機会を提供することができると考えています。また、デジタルを活用した企業コミュニケーション領域に注力することで、企業価値の向上、ディーセントワークの推進に寄与できると考えています。

売上高構成比

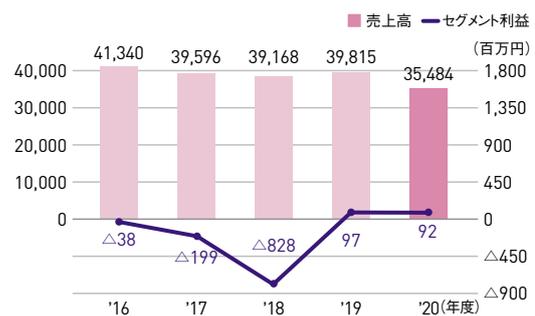


売上高

354億8千4百万円
(前期比-10.9%)

営業利益

9千2百万円
(前期比-4.8%)



取扱品目

定期刊行物、書籍、一般商業印刷、デジタルメディア、店頭メディア、デジタルコミュニケーションサービス



Y7読み

Waccas

One Douga.

Digital Gondola

先進の技術と情報セキュリティ体制のもと、 付加価値の高いソリューションを提供していきます。

環境対応とあわせて 「働きがいの醸成」に注力したい

2020年度は、交通系カード事業でのインバウンド需要の減少やBPO、機密関連事業での試験中止などが影響し、厳しい1年となりました。前中期経営計画についても、当初は堅調に推移したものの、最終年度で大きく計画を下回りました。当事業本部が得意としている契約ならびに保全のバックアップ業務は、コロナ禍でデジタル化へのシフトが鮮明になってきており、早期にDP/BPOのサービスへデジタル化のメニューを加える必要があると感じています。

新中期経営計画では、「既存事業の大幅なコストダウン」と「新サービス・新製品の開発と多角化」をテーマに掲げています。前者は2020年度から製造部門が課題の抽出や具体的な取り組みを進めており、すでに成果も出始めています。一方、後者は「お客さまのサービス向上のために何をすべきか」という視点で方向性を模索中です。当事業本部では、長い年月を通じてお客さまのニーズを汲み取る体制を構築できていますが、そこから新サービスにつなげるには、DXをはじめ新たな

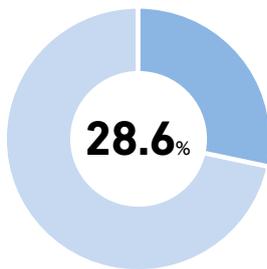


常務執行役員
情報セキュリティ
事業本部長
大橋 輝臣

な技術動向を調査・把握し、取り込んでいくことが急務です。そのため、専任のスタッフを配置し、新技術に対応する体制の構築を急いでいます。

環境・社会・ガバナンスは、企業価値の向上を図る上で最重要のテーマです。当社は素材メーカーではないため、製品開発のイニシアチブを取ることは難しいですが、将来拡大が見込まれる需要については製品設計時からイニシアチブを取ることも必要になると考えます。また、今後さらに注力していくこととして、「働きがいの醸成」を挙げたいと思います。当社における働きがいとは何か、しっかりと議論をして、当社ならではのテーマや課題を明確にしたいと考えています。

売上高構成比

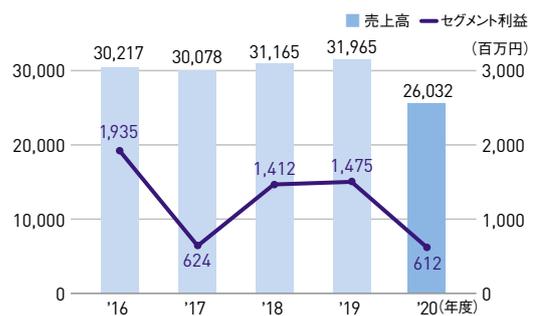


売上高

260億3千2百万円
(前期比-18.6%)

営業利益

6億1千2百万円
(前期比-58.5%)



取扱品目

ビジネスフォーム、データプリント、BPO、通帳・証券類、各種カード、決済ソリューション事業



生活・産業資材事業本部

多様化する生活者と産業界のニーズに応えるとともに、安全性や地球環境に配慮した製品をお届けしています。

「持続可能な社会への貢献」をめざし 社会課題解決型製品の開発に注力する

2020年度は、巣籠もり需要の拡大による食品・日用品パッケージの増加などで増収となりました。一方、コロナ禍の外出自粛によるUVケア製品向けチューブなどの減少により黒字化には至りませんでした。

新中期経営計画(2021~2024年度)は、10年後の2030年を見据え、そこからバックキャストをして立案しています。守谷第一工場の軟包装専用棟、和歌山工場の新棟、インドネシアPT.アリス社のカラワン工場など、前中計で行ってきた設備投資による生産体制増強を生かし、受注拡大による収益向上を図ります。

計画の柱は三つ。一つ目が、「環境配慮製品の拡充」です。プラスチックの低減やパッケージの高機能化による保存性や、利用者の使い勝手にまで配慮した製品を拡充します。二つ目が、「バリューチェーンの拡大」です。加工の強みを起点として、軟包装や紙器、チューブ、高機能包材など専門性の高い分野同士の連携を強化することで、パッケージのトータルソリューションを展開していきます。三つ目が、「海外市場への拡販」

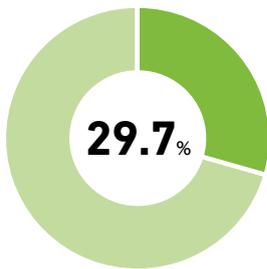


取締役 常務執行役員
生活・産業資材
事業本部長
里村 憲治

です。上海・ベトナム・インドネシアを軸に、現地で技術的優位性が生かせる高機能包材の領域拡大と東南アジア全域でのブランド力向上を図ります。

今後も環境負荷を軽減する製品の開発・設計を積極的に行い、自然環境や生活環境の保全・向上に努めていきます。特にプラスチック包材については、設計や素材開発による減容・減量や代替素材への転換を行うとともに、将来的にはプラスチックを「資源」として循環させるサーキュラーエコノミー(循環型経済)の実現に向けた取り組みを進めていきます。また、CO₂、VOC削減などにも幅広く対応し、環境配慮製品「TOMOWEL Eco Packaging」のラインナップ拡充を図ることで、持続的な社会と事業の成長を実現していきます。

売上高構成比



売上高

270億7千6百万円
(前期比+2.8%)

営業利益

▲1億1千7百万円
(前期:営業損失3億7千3百万円)



取扱品目

紙器、軟包装、チューブ、建材、金属印刷、高機能製品



研究開発部門

既存事業で長年培ってきたコア技術や人財力、蓄積した知的財産をベースに、新しい基盤技術や製品・サービスの開発に取り組んでいます。

トータルソリューションオフィス(TSO) ソリューション開発

社会課題にもとづく マーケティングデータを活用し お客さまの製品・サービス開発を支援

TSOの中期経営計画では、激動する市場に対応するため、デジタルマーケティングを軸にした先進的なサービスを創出し、自社の持続的な成長を支援するとともに、将来に向けた市場の研究や次世代サービスの開発に取り組んでいます。

軸となるデジタルマーケティングでは、多様化する女性のインサイトを研究し、新たなマーケティング手法を創出する「WIC@LAB®(ウィカラボ)」や、生活者の日々の食卓画像からリアルな食卓の実態を把握する「リア食」など、独自の視点と手法で収集・蓄積したデータから、生活者インサイトを分析・考察ができるマーケ



ティングプラットフォームを提供しています。

サステナブルな社会の形成と企業の持続的な成長に向け、SDGs視点から作成したペルソナ像にもとづく女性のライフスタイルやコロナ禍における食を通じた生活や意識の変化など、社会課題にもとづいたマーケティングデータで、お客さまの製品・サービス開発を支援していきます。

技術開発本部 基礎研究・新製品開発

循環リサイクルと 再生可能な資源への代替を軸に 環境に配慮した製品開発に挑む

技術開発本部の中期経営計画では、「10年後の共同印刷を支える製品を創出する」を基本方針とし、社会的課題の解決と利益率の向上に貢献するべく、新市場開拓と新製品開発に注力しています。新規市場と新技術を融合した新製品推進体制を構築するとともに、全社サステナビリティ運営の開発部門として「環境技術開発部」を創設し、環境配慮製品の戦略立案を推進しています。また、顧客価値創出と向上の視点から開発を進めるためにマーケティング機能の強化にも取り組んでいます。

環境技術開発部では現在、セグメントごとの開発テーマと国の施策におけるマイルストーンを見据え、



短期・中長期的に取り組むべき製品を定めて開発を進めています。その柱が、プラスチック資源循環戦略「3R+Renewable(再生可能な資源への代替)」とグリーン成長戦略「カーボンニュートラル」です。特にRenewableは、短期的には環境対応企業として認知されることを目的に取り組み、中長期的には将来リサイクルシステムが確立した場合に備えて、効率的なリサイクル性を有する環境配慮製品を開発していきます。

グループネットワーク

国内・海外の各拠点で各社の特色を生かし、印刷にとどまらない領域へ事業を拡げ、あらゆるステークホルダーの皆さまから評価され、信頼される企業グループをめざします。

情報コミュニケーション部門

(株)コスモグラフィック(東京都文京区) ①④

プリプレス、デジタルソリューション
設立:1983年4月
資本金:9,500万円
認証:ISO14001、プライバシーマーク

共同印刷メディアプロダクト(株)

(茨城県猿島郡五霞町) ①②

刷版、印刷、製本・加工
設立:1980年4月
資本金:6,000万円
認証:ISO14001、FSC®COC認証※9
※9 共同印刷の委託先工場として登録

デジタルカタパルト(株)(東京都文京区) ①

デジタルデバイス向けデジタルコンテンツの制作ほか
設立:2006年9月
資本金:1億円
認証:ISO14001

共同印刷マーケティングソリューションズ(株)(東京都文京区) ①

製版、印刷、製本加工、写真・動画撮影およびその製品の販売ほか
設立:2018年9月
資本金:2,000万円
認証:ISO14001、FSC®COC認証

TOMOWEL Promotion(株)(東京都文京区) ①

会員プラットフォームビジネスほか
設立:2019年2月
資本金:6,000万円

生活・産業資材部門

常磐共同印刷(株)(茨城県北茨城市) ①①

印刷、チューブ容器の製造
設立:1972年8月
資本金:7,800万円
認証:ISO14001

共同NPIパッケージ(株)(茨城県守谷市) ⑦

ラップカートン、ティシューカートンなどの
紙器製品の製造
設立:2017年1月
資本金:4,500万円
認証:ISO14001、FSC®COC認証※9
※9 共同印刷の委託先工場として登録

共同クレハブローボトル(株)

(茨城県小美玉市) ⑫

ブローボトルの製造
設立:2019年6月
資本金:4,500万円

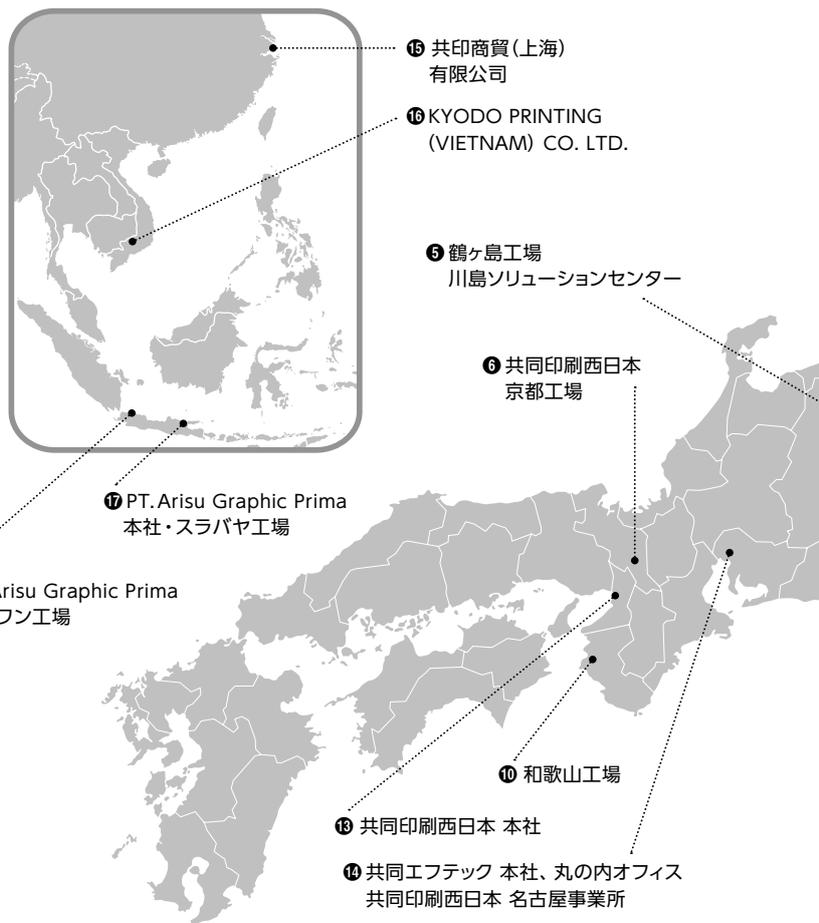
共印商貿(上海)有限公司(中華人民共和国上海市) ⑮

機能性包装材料を中心とした販売および輸出入
設立:2012年2月
資本金:6百万人民元

KYODO PRINTING (VIETNAM) CO. LTD.

(ベトナム社会主義共和国ドンナイ省) ⑮

チューブ容器の製造
設立:2014年7月
資本金:3,314億3,951万ベトナムドン
認証:ISO9001、ISO15378(GMP)



PT. Arisu Graphic Prima(インドネシア共和国スラバヤ市) ⑮⑮

チューブ容器の製造
設立:2006年11月
資本金:800億ルピア
認証:ISO9001、ISO14001、ISO45001、BRC Issue6

共同印刷(株) (東京都文京区) ①~⑩

設立:1925(大正14)年12月

所在地:東京都文京区 資本金:45億1千万円

認証:

ISO9001 ⑤⑧⑨⑩

ISMS/ISO27001 ⑤

ISO14001 ①⑤⑦⑧⑨⑩

プライバシーマーク ①⑤⑦⑧⑨⑩

ISO15378 ⑦※1

FSC®COC認証 FSC® C007665 ①⑤⑦※2

FSSC22000 ⑦※2

BCMS/ISO22301 ①※3 ⑤

※1 守谷第二工場 ※2 守谷第一工場 ※3 ビジネスメディア事業部小石川オフィス

情報セキュリティ部門

共同印刷西日本(株) (大阪府大阪市) ⑥⑬⑭

印刷、データプリント・BPO業務

設立:2011年10月

資本金:2億円

認証:ISO14001、ISMS/ISO27001※4

プライバシーマーク

※4 京都工場

共同エフテック(株) (愛知県名古屋市西区) ⑭

カード発行および発送を含むBPO業務

設立:1995年11月

資本金:3,000万円

認証:プライバシーマーク

TOMOWEL Payment Service(株)

(東京都文京区) ①

決済ソリューション

設立:2018年11月

資本金:4億1,500万円

その他

共同物流(株) (埼玉県越谷市) ③※5

梱包、輸送、保管

設立:1964年12月

資本金:7,000万円

認証:ISO14001、プライバシーマーク

※5 東京物流センター、越生物流センターのほか、共同印刷の各工場に配送所を設置

共同総業(株)※6(東京都文京区) ①

不動産賃貸および管理、損害保険など代理業

設立:1965年12月

資本金:2,000万円

認証:ISO14001

※6 2022年1月1日より

「TOMOWELビジネスパートナー(株)」に商号変更予定

共同印刷ビジネスソリューションズ(株)

(東京都文京区) ①

システム開発・運営、ソリューションビジネス、

コールセンター・BPO業務

設立:2004年6月

資本金:6,000万円

認証:ISO14001、プライバシーマーク

共同製本(株) (東京都文京区) ①

製本

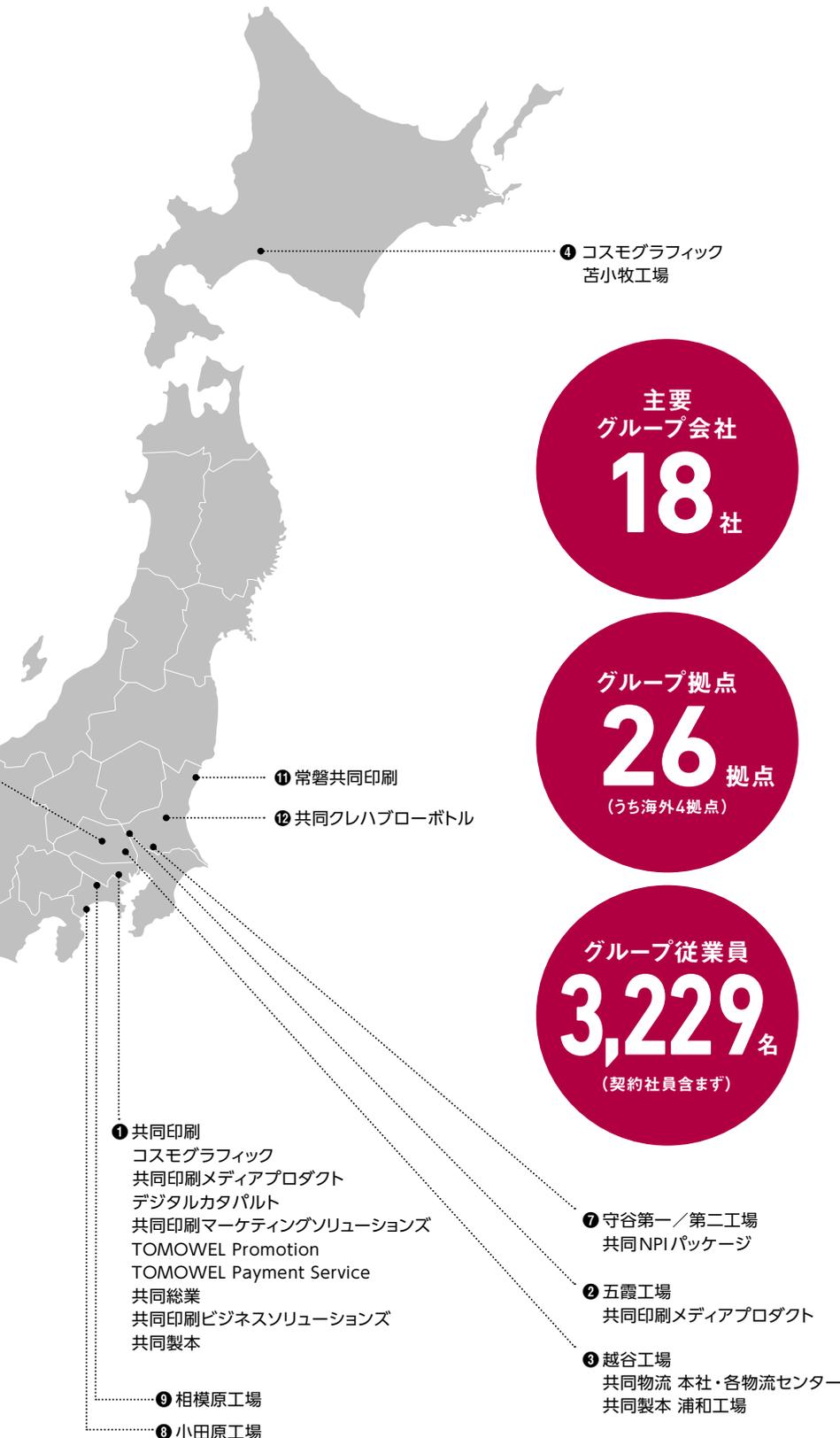
設立:1911年6月

資本金:4,500万円

認証:ISO9001※7、SAPPS※8

※7 浦和工場・営業部・総務部

※8 製本業界の個人情報保護体制認定制度



※社名横の()は、本社所在地

コーポレート・ガバナンス 企業統治

グループ経営理念のもと、誠実なコミュニケーションと市場をリードする技術力でお客様の思いをカタチにし、新たな価値を創出し続ける企業グループをめざすことを経営ビジョンとしています。



取締役(社外)
光定 洋介

取締役(社外)
内藤 常男

取締役(社外)
高岡 美佳

常勤監査役
塩澤 幹彦

常勤監査役
布施 光浩

監査役(社外)
徳岡 卓樹

監査役(社外)
古谷 昌彦

取締役 常務執行役員
里村 憲治

取締役 専務執行役員
渡邊 秀典

代表取締役社長
藤森 康彰

取締役 専務執行役員
松崎 広孝

取締役 常務執行役員
高橋 孝治

コーポレート・ガバナンス

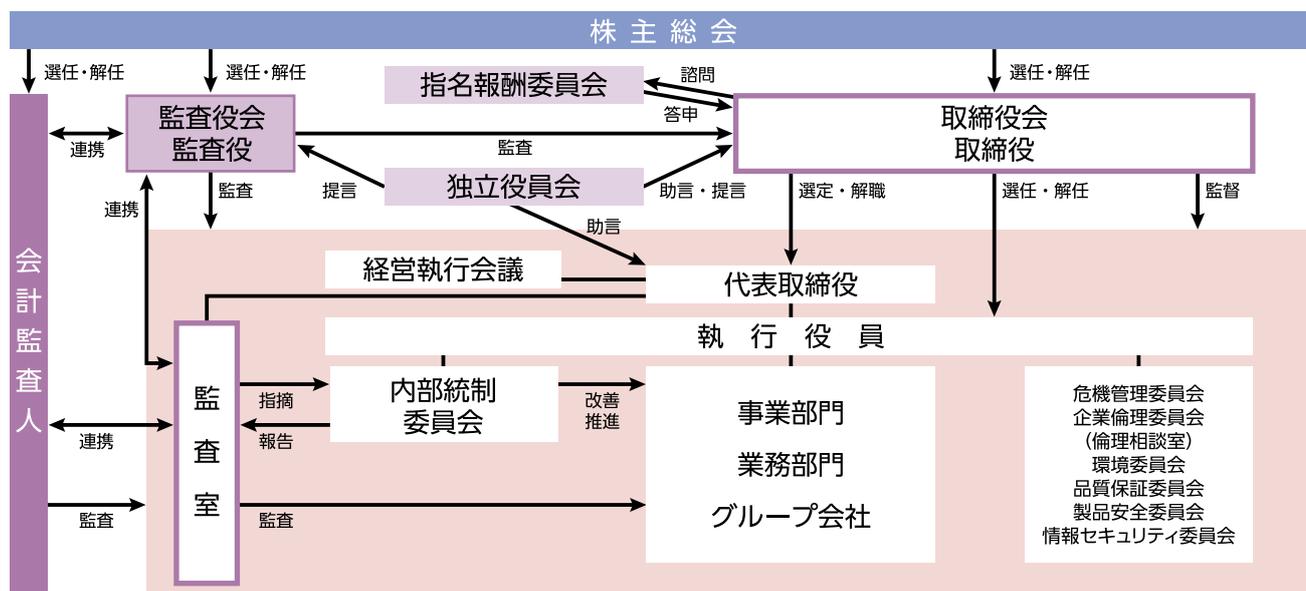
コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、グループ経営理念のもと、「価値創造・成長・挑戦」を通じて株主をはじめとするあらゆる関係者から評価・信頼され、社員にとって働く魅力にあふれた躍動的な企業グループをめざすことを経営の基本方針としています。そのためには、経営の効率性、健全性、透明性を高め、コーポレート・ガバナンスを充実させることが最重要課題と考えています。

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性評価を年に1回行っています。評価は外部機関を活用して取締役と監査役を対象としたアンケートを実施し、その集計・分析の結果をもとに取締役会で議論、意見交換を行い、強みと課題、前年度からの改善状況を確認しています。

2020年度は組織風土改革に向けた具体的な施策を実施するなど中長期的な企業価値向上に実効的な役割を果たしていることが確認できたため、取締役会の実効性は確保されているものと評価しました。



取締役会 2020年度開催18回

経営に関する重要事項の決定と業務執行の監督を行う。

指名報酬委員会 2020年度開催6回

委員長および委員の過半数を独立社外取締役で構成し、取締役会から経営陣の選解任や報酬などの重要な事項に関する諮問を受け審議を行う。

監査役会 2020年度開催14回

会計監査人や内部監査と連携し、業務執行の厳正な監査を行う。

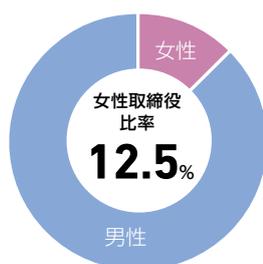
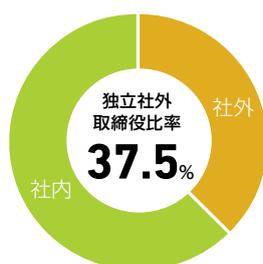
独立役員会 2020年度開催4回

独立役員で構成され、議長を務める筆頭独立社外取締役を中心にコーポレート・ガバナンス強化のための連携を図るとともに、取締役会などへ助言を行う。

経営執行会議 2020年度開催52回

常務執行役員以上を中心に構成され、業務執行の機動的な審議を行う。

取締役の構成



取締役の選任に関する方針と手続き

当社は、適切な監督、意思決定を行うため、取締役会構成メンバーの多様性を確保するとともに、取締役会の規模の適正化に努めています。また、独立性判断基準にもとづく独立社外取締役は複数名を選任する方針としています。選任は指名報酬委員会が取締役会からの諮問を受けて審議を行い、取締役会が指名報酬委員会の答申を尊重することで、決定手続きの客観性・透明性の向上に努めています。

役員報酬制度

当社は、役員報酬制度をコーポレート・ガバナンスの適正化ならびにグループ全体の持続的成長に不可欠な重要な仕組みの一つと位置づけ、「役員報酬制度規程」として見える化し、社内に公開しています。また、インセンティブ効果のある報酬体系と、優秀な人材の登用を可能にする報酬水準をめざすとともに、透明性、公正性を重視した報酬とすることを基本方針として当該規程に定めています。

※コーポレート・ガバナンスに関する詳細な情報は、ホームページ「IR情報」に掲載しています

社外取締役メッセージ

組織、経営の変革に貢献し、 サステナブルな企業を めざします。

世界的な感染症の蔓延や地球温暖化など企業を取り巻く環境は一層不透明になっています。そのような状況の中、社外取締役は、冷静かつ客観的な視点で経営の攻めと守りに関わる意思決定を促す役割を担っています。人々の働き方や暮らし方が変わればそこにビジネスチャンスが生まれます。チャンスをつかむべく積極的に投資をし、不採算事業からは速やかに撤退する、また、きめ細やかなマネジメントを通じて資本効率の高い経営の実現に貢献したいと考えています。

このたび筆頭社外取締役を拝命し、期待と責任の大きさを痛感しています。社外取締役として取締役会を監督するほか、現在は社外取締役3名と社外監査役2名で構成された独立役員会を通じて取締役会への提言を行っています。当社の取締役会ではオープンで活発な議論が交わされ、独立役員会からの提案についても逐次取り入れていただくなど、大変実効性が高い状況にあります。

社外取締役の重要な職務の一つに企業文化の変革があります。歴史のある企業ほど強固な文化を持っており、良い面もある一方、時にそれが

筆頭社外取締役

高岡 美佳

2015年6月より
当社社外取締役就任
立教大学 経営学部教授
(株)モスフードサービス
社外取締役
SGホールディングス(株)
社外取締役

社員の業務負荷を増やしたり、イノベーション創出の足枷になる場合があります。社内の人間では指摘しにくい慣習などを取り除き、新しいものを生み出しやすい文化に変えていくために、社外取締役ならではの視点で提案を行っていきたいと考えています。

共同印刷グループは、今まさにターニングポイントを迎えています。成長分野に重点的に投資配分し、機動的に事業ポートフォリオを組み替えながら、新しい企業文化を生み出していかなければなりません。そのキーワードの一つとなるのがESG経営であり、SDGsであり、環境への貢献です。特に主力事業のひとつでもあるパッケージ分野では、2022年4月より「プラスチック資源循環促進法」が施行されるなど、環境対応が事業を大きく成長させる機会となるでしょう。一方、当社の環境への取り組みについての現状は、情報開示を含めまだまだ不足が多いのも事実です。ステークホルダーからの要請が高まる中、今後はESGへの取り組みを加速させ、持続可能な社会の実現に先頭を切って貢献するサステナブルな企業をめざしていききたいと思えます。

新任社外取締役メッセージ

私は30年以上、国内・海外での投資業界に身を置き、投資家としてさまざまな企業と接点を持ちました。そこで学んだことは、やり抜くことの重要性です。企業の経営者にお話を伺うと、本当に成功されている方の言葉の背景には、「失敗して苦しんだ時期もあったが、やり方を変え、やり抜いた」というメッセージが隠されています。かつて私が英国の投資会社に勤務していたとき、ある投資で失敗した際に、上司から「成功は決定的ではなく、失敗は致命的ではない。大切なのは続け

る勇気だ」というチャーチル元英首相の言葉を引用して励まされ、最後は全体として成功裏に終わらせることができました。

印刷業界は今、大きな変革期を迎えています。その中で変革に立ち向かうべく、さまざまな挑戦を果敢に続けていかななくてはなりません。本年度より社外取締役に就任しましたが、こうした挑戦に微力ながら貢献できればと考えています。



光定 洋介

社外取締役
(2021年6月就任)

リスクマネジメント

共同印刷グループでは、社会的責任を果たし、企業価値の持続的な向上を確保するため、事業目的の達成を阻害する重大なリスクを未然に防ぐ「リスク管理体制」と、重大な危機に対処する「危機管理体制」を整備し、能動的かつ機動的なリスクマネジメントを行っています。

リスク管理体制

取締役の監督のもと、各部門がリスクの顕在化を予防するためのマネジメントを日常的に行うとともに、「内部統制委員会」「環境委員会」「品質保証委員会」「製品安全委員会」「情報セキュリティ委員会」など、担当執行役員を中心とした専門委員会が連携し、全社視点でのリスクの特定・分析・評価・対応を行っています。

不測の事態が発生した場合は「危機管理委員会」が中心となって情報管理・情報共有を図り、関連部門と連携しながら対応にあたります。また、代表的な危機局面における対応フローをまとめた「危機管理マニュアル」を策定し、事業環境の変化などに応じた見直しを随時行いながら有事に備えています。

事業継続(BCP)体制

当グループでは、「共同印刷グループBCP基本方針」のもと、大規模災害発生時には生命と安全の確保を最優先することはもちろん、製品供給の継続に努めて、お客さまへの責任を果たすとともに、事業を早期に再開・復旧し、経営への影響を最小限にとどめる仕組みの構築を推進しています。事業継続マネジメントシステム(BCMS)ISO22301においてもその認証範囲を広げており、今後もさまざまな取り組みを通じて、お客さまと社会からより一層信頼される体制づくりに努めていきます。



緊急対応訓練の様子

情報セキュリティ体制

当グループでは、高度ICT時代に対応し、高い情報セキュリティレベルを確保するために、「情報セキュリティ基本方針」を制定し、担当執行役員を委員長とする情報セキュリティ委員会を設置して情報資産の保護対策を講じています。委員会では、規程や監査・教育の仕組み、設備などを整備し、マネジメントレビューによる見直しを毎年行っています。

また、サイバーセキュリティインシデントに対応する専門組織として「TOMOWEL(トモウェル)-CSIRT(シーサート)」を設置しています。

平時には既存の情報セキュリティ体制と連携しながら啓蒙活動などに取り組み、緊急事態を未然に防止する活動を行っています。インシデント発生時には、対応指揮および技術的な対策を講じます。重大インシデントの際は、危機管理委員会と連携して、リスクに応じた対応をしていきます。

株主・投資家とのコミュニケーション

「グループ企業行動憲章」に則り、公正かつ適切な情報を開示するとともに、ステークホルダーとの対話により、当グループに対する信頼の維持・獲得に努めています。

東京証券取引所の適時開示制度に則り、TDnetで情報を開示するとともに、自社Webサイトでも速やかに公開しています。適時開示制度外の情報でも、株主・投資家の皆さまに有用と考える情報については、当社Webサイトで積極的に開示しています。

WebサイトはPCやスマートフォン、タブレットなどに対応するレスポンシブウェブデザインとし、閲覧性を向上させています。

株主の皆さまとのコミュニケーションでは、株主総会をはじめ機関投資家とのミーティング、決算説明会など対話の場を設けています。



株主総会

共同印刷グループのCSR

グループ経営理念「印刷事業を核に、生活・文化・情報産業として社会に貢献する」を企業活動の原点として、CSR活動の基本方針である「企業行動憲章」を通じて、社会と事業の持続的な発展をめざしています。

CSRマネジメント

当グループは「グループ経営理念」のもと、あらゆるステークホルダーから評価・信頼され、社員にとって働く魅力にあふれた躍動的な企業グループをめざすことを経営の基本方針としています。経済・社会・環境に配慮しながら、事業を通じて持続的な発展に貢献することを社会的な使命と捉えています。

グループの共有すべき価値観である「グループ企業行動憲章」をCSRの基本方針として、ステークホルダーごとに分類した「CSR6つの重要項目」に基づいて活動しています。

推進体制

コーポレートコミュニケーション部を事務局とするCSR推進委員会は、管理部門・開発部門・事業部門から選出され、年間活動計画の立案、活動の点検、モニタリングなどを行いながらグループCSR活動を推進しています。

ステークホルダーコミュニケーション

社会から信頼される企業であるためには、社会のニーズや当グループへの期待を認識し、その声に応える事業活動を行うことが大切です。ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを通じて、企業活動に反映するための取り組みを行っています。



サステナビリティ経営

事業を通じて経済・社会・環境に与える影響を考慮し、ステークホルダーとの協働による企業の持続的な成長と中長期的な企業価値の創出に向けて、サステナビリティ経営への準備を進めています。現在、国内外のイニシアチブやステークホルダーの声をもとに新たな重要課題の特定に取り組んでいます。

共同印刷グループ ステークホルダー コミュニケーション	社員	<ul style="list-style-type: none"> 社内報、イントラネットによる情報開示 内部通報窓口、相談窓口 各種面談の実施 コンプライアンス意識調査の実施 	地域・社会	<ul style="list-style-type: none"> 地域活動への協力・参加 地域貢献活動 地元学生の見学受け入れ 行政との連携
顧客	株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会 IRサイトによる情報開示 機関投資家向けIR面談 株主通信の発行 決算説明会 	ビジネスパートナー	<ul style="list-style-type: none"> 感謝イベントの実施 表彰制度 CSR調達アンケート サプライヤー向け通報窓口

2020年度目標と実績

評価基準 A:目標を達成 B:一部達成 C:未達成 -:該当せず

項目/掲載場所	CSRテーマ	2020年度 取り組み項目	2020年度 施策および達成目標	2020年度 実績・進捗	自己評価
コンプライアンス ISO26000: 公正な事業慣行 	企業倫理と 法令遵守	企業倫理に関する社内活動	企業行動憲章と倫理綱領の改訂の目的および内容についての周知	・企業倫理ハンドブックを全面改訂、データにて全社員に共有 ・本社対象にコンプライアンス意識調査を実施、経営層向けの結果報告会開催	A
		「内部通報規程」に基づく倫理相談室の運用および利用促進	・倫理相談室の利用促進に向けた施策の実施 ・企業倫理月間におけるポスター掲示、グループ報での周知記事の掲載	・経営層起因の通報に対し、経営から独立性を有するルートを新設 ・教育や社内通達、企業倫理月間における取り組みを通じ、各種相談窓口の利用案内を周知	A
		コンプライアンス教育	・コンプライアンス意識調査の結果に基づき、教育体系や内容の見直し実施 ・全社員(グループ会社を含む)を対象とする教育の実施 ・経営層向け教育の実施	・調査結果からコンプライアンス講座で「下請法」を強化、発注関連担当者約580名が受講 ・グループ全社員にコンプライアンス教育を実施 ・経営層向けコンプライアンスセミナーを実施	A
お客さまとともに ISO26000: 消費者課題 	リスク マネジメント (サイバー セキュリティ)	サイバーセキュリティ対策の整備・強化 ①全社員対象にしたサイバーセキュリティ啓発活動 ②TOMOWEL-CSIRT体制運用拡充 ③サイバーセキュリティ対策強化	①工場内IoT 機器のセキュリティガイドライン配布、標的型攻撃メール訓練の実施および全社員に対する啓発活動(年間4回以上) ②TOMOWEL-CSIRTの情報連携会議による情報共有(四半期に1回開催)、インシデント発生に備えた対応訓練実施 ③内部の不審な振る舞いを検知するセキュリティ監視体制構築	①標的型攻撃メール訓練、「テレワークにおける注意」教育実施、セキュリティ注意喚起6回実施 ②TOMOWEL-CSIRT情報連携会議4回実施 ③EDR(内部の不審な振る舞いを検知する仕組み)を全社に導入し、セキュリティ監視体制を強化	A
		製品の安全と品質	①品質マネジメントによる標準化の推進 ②異物混入対策の強化 ③製品安全審査体制の強化	①品質監査の実施(5工場) ②各工場で実施されている刃物管理ルールの統一 ③審査が必要な販促物の審査実施(100%)	①主要5工場の品質監査を実施 ②遵守状況をモニタリングし、管理状況を確認 ③製品安全審査実施件数(実施中含む)18件、実施率100%達成
社員とともに ISO26000: 人権・労働慣行 	ダイバーシティ & インクルージョン	①女性が活躍できる環境づくり ②障がい者の活躍できる環境づくり	①テレワーク制度の構築による仕事と育児の両立支援 ②2020年度までに障がい者雇用率2.3%を達成	①新任幹部職員、一部階層対象「女性の健康セミナー」実施、看護・介護の時間単位年休取得制度の導入 ②障がい者の業務領域拡大施策を実施、次年度のジョブコーチ導入につなげた	B
	長時間労働の削減	テレワークの推進、会議の効率化	アフターコロナの働き方スタイルの構築および実施	労働法令遵守を全グループへ指導、残業時間を個人宛に通知する仕組みで「見える化」を図った	B
	人材開発	自立型キャリアサポートシステムの提供	①社員の学習支援・キャリア開発の継続実施およびCDP(キャリア開発プログラム)の構築 ②タレントマネジメントシステムの導入と運用定着	①通信教育受講料還元制度、資格保有者への手当支給によるキャリア開発の継続支援、CDPは完成に至らず ②タレントマネジメントシステムを導入、グループ会社への展開に向け準備中	A
	健康経営	①健康経営施策の実施 ②「ホワイト500」の認定再取得とグループへの展開	①推進体制を見直し、経営層も巻き込んだ重点課題への対策実行 ②「ホワイト500」の再取得と各子会社での健康経営優良法人の申請の検討	①部門横断による健康経営推進プロジェクト活動として、生産性のアンケートや禁煙リーフレットの作成・配布など、禁煙対策を実施 ②3年連続となる健康経営優良法人の認定、「ホワイト500」再取得	A
取引先とともに ISO26000: バリューチェーンにおける社会的責任の推進  	CSR調達	グループサプライチェーンにおけるCSRの推進	サプライチェーンの最適化をめざし、調査表に基づく取引先の再評価を実施	1,569件を対象に実施、再評価は継続調査中	B
	危機管理に基づいた調達の促進	サプライチェーンのBCPへの対応強化	主要原材料サプライヤーの製造現場視察と供給体制・BCP方針の確認(年間4回以上)	約490社にガイドラインを周知、COVID-19感染拡大防止のため視察は中止	B
	用紙原材料のリスクへの対処	原材料の使用管理(違法伐採など)	大手製紙メーカー4社に対し確認を実施、書面の提出促進	メールによるヒアリングを実施	B
社会とともに ISO26000: コミュニティへの参画と発展 	地域コミュニケーションの推進	次世代育成支援	学習機会提供やスポーツ振興への貢献	近隣の小学校へ教育資料「印刷のしくみ」を提供	A
	社会貢献活動	東日本大震災復興支援活動の継続実施	企業マルシェ「うまいもの市場」の実施	COVID-19感染拡大防止のためイベントを中止、イントラネットで福島県東京事務所所長による講演を配信した	A
地球とともに ISO26000:環境	※地球とともに(環境)の目標と実績については、P32「環境ビジョン2020」をご参照ください。				

コンプライアンス 公正な事業慣行

コンプライアンスはすべての活動の礎となるものです。公正で透明性のある企業をめざして、役員および従業員一人ひとりが法令を守り、高い倫理観を持って事業活動に取り組みます。

企業倫理と法令遵守

コンプライアンス体制

共同印刷グループの役員および従業員は、当グループの「企業行動憲章」、「倫理綱領」に則り、企業倫理の重要性をよく理解し、法令・社内規程・社会規範を守り、一人ひとりが自己規律をもって、業務の遂行を図ることを宣言しています。

従業員の法令・規程などの遵守は、各部門が権限の範囲内で日常的な管理を行うとともに、企業倫理担当執行役員を委員長とする「企業倫理委員会」を設置し、企業倫理の浸透を図っています。

海外拠点においても共通の企業倫理観を持って業務を遂行できるよう、企業理念、企業行動憲章、倫理綱領などを各言語に翻訳し、周知しています。

2020年度は当社の重大な法令違反は0件でした。

内部通報制度

内部通報件数 **22件**

役員や従業員による不正行為の早期発見と早期是正のため、社内通報窓口と、匿名でも相談を受け付ける社外の通報窓口からなる「倫理相談室」を設置しています。

2020年度は、「倫理相談室」内に、新たな「監査ルート」を設定し、経営から独立性を有する通報ルートを設置しました。

また「内部通報規程」を制定し、通報者を保護するため、不利益取り扱いの禁止を規定しています。なお、公益通報者保護法を踏まえ、当グループと取引関係のある会社で働く方からの通報も受け付けています。

コンプライアンス教育

コンプライアンス意識向上のため、全グループの役員および従業員を対象にしたe-ラーニングによる

法令遵守や人権に関する教育や、階層別のコンプライアンス教育を行っています。また日常業務において遵守すべきポイントやセルフチェックリストなどをまとめた「企業倫理ハンドブック」を全グループに配布しているほか、グループ報への啓発記事の掲載など、グループ全体の意識向上に努めています。

2020年度は、オンデマンド形式による経営層向けコンプライアンス教育を実施しました。また、近年の社会情勢の変化に対応するため、企業倫理ハンドブックを改訂しました。

腐敗防止・贈収賄への対応

「グループ倫理綱領」において、一般的な商習慣や社会常識を逸脱した贈答や接遇の授受を禁止するとともに「公務員との健全で透明な関係を維持する」として国内外の公務員との健全な関係性の確保を図っています。

また、接待・贈答ポリシーを策定し、接待贈答記録の管理システムを運用しています。

知的財産権の尊重

権利侵害リスクを避けるために特許検索システムを整備し、製品・サービスの開発からお客さまへの提案にいたるまで、多段階での特許調査・分析を実施し、他者の知的財産を尊重する活動をしています。

あわせて製品・サービス開発の初期から特許情報などを活用し、事業利益に貢献する特許網の構築による、当社事業の強みの育成・確保に取り組んでいます。

輸出管理体制

大量破壊兵器などに関連する貨物の輸出や技術提供は、国際的な合意のもと、外為法に基づく厳正な輸出管理が求められています。当社は「輸出管理規程」を制定し、輸出取引部門による一次チェックと輸出管理事務局（法務部）による二次チェック体制を設けて、輸出管理体制を強化しています。

お客さまとともに

消費者課題

生活、文化を豊かにする印刷物の提供には、安全と品質が第一です。厳正な情報管理体制のもと、技術や品質を高め、高い付加価値のある製品・サービスの提供に努めます。

製品の安全と品質

製品安全推進体制

「共同印刷グループ品質方針」に基づいた、製造物責任(PL)および製品安全(PS)の推進機関として、担当執行役員を委員長とする「製品安全委員会」を設置し、新規開発品から提案品にいたるまでの製品安全評価を行っています。また、分科会や専門部会を通じて、専門的な安全性の審査・運用にも取り組んでいます。活動はマネジメントレビューにより毎年見直しを行っています。

品質保証体制

「共同印刷グループ品質方針」に基づいた、品質保証活動に関わる推進機関として、担当執行役員を委員長とする「品質保証委員会」を設置しています。委員会では、継続的な品質改善活動を行うとともに、マネジメントレビューによる見直しを毎年行っています。

お客さまの情報資産保護

個人情報保護(プライバシーマーク)

「個人情報保護方針」に基づき、個人情報保護マネジメントシステム要求事項(JIS Q 15001)に適合した個人情報保護マネジメントシステムを構築し、運用管理をしています。全従業員に教育を行うなど、グループ全体の意識向上に努めています。

情報セキュリティマネジメントシステム

ビジネスメディア事業部では、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)の国際規格ISO/IEC27001の認証を川島ソリューションセンターと鶴ヶ島工場で取得し、プライバシーマークと合わせて高度な情報セキュリティ体制を構築しています。また、有事の際に被害を最小限に抑え、すみやかに事業を復旧できるようBCMSの国際規格ISO22301の認証を取得するなど、お客さまに安心を提供しています。

認証取得情報

2021年4月1日現在

製品やサービスを通じて、品質、安心、安全をお届けすることは社会的な責務と考えています。当グループでは、国際規格に沿ったさまざまなマネジメントシステムを導入し、お客さまを通じて社会の要請に応えていきます。

品質マネジメントシステム / ISO9001

共同印刷：小田原工場・相模原工場・和歌山工場、
鶴ヶ島工場・川島ソリューションセンター
グループ会社：KYODO PRINTING (VIETNAM) CO. LTD.
PT. Arisu Graphic Prima (Surabaya)
共同製本(浦和工場・営業部・総務部)

医薬品向け一次包装材料GMP規格の 品質マネジメントシステム / ISO15378

共同印刷：守谷第二工場
グループ会社：KYODO PRINTING (VIETNAM) CO. LTD.

食品安全マネジメントシステム / FSSC22000

共同印刷：守谷第一工場
PT. Arisu Graphic Prima (Surabaya, Karawang)はBRC Issue6を取得

情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) / ISO27001

共同印刷：鶴ヶ島工場・川島ソリューションセンター
グループ会社：共同印刷西日本(京都工場)

プライバシーマーク

共同印刷：共同印刷
グループ会社：コスモグラフィック、共同印刷西日本、
共同物流、共同印刷ビジネスソリューションズ、
共同エフテック

共同製本は製本業界の個人情報保護体制認定制度SAPPSを取得

事業継続マネジメントシステム (BCMS) / ISO22301

共同印刷：ビジネスメディア事業部(小石川オフィス)・
鶴ヶ島工場・川島ソリューションセンター



認識する課題

SDGsのゴール8では「持続可能な経済成長と生産的で働きがいのある人間らしい雇用(ディーセントワーク)」が掲げられています。日本では超高齢化社会の進行にともなう健康リスクや社会保障費の上昇、メンタルヘルス疾患者の増加などが社会課題となっています。企業では心身の不調による出社時の生産性低下がクローズアップされています。そのコストは、病気やケガによる休業・休職時の17.7倍*との試算もあり、社員の健康維持が労働生産性や財務に大きな影響をおよぼしています。

*出典:東京大学政策ビジョン研究センター 東大ワーキンググループ報告書から算出

基本的な考え方

当グループでは、企業活動の源泉である社員一人ひとりに対して「身体的・精神的・社会的に良好な状態(ウェルビーイング)」を確保し、企業価値の向上につなげることが重要な経営課題だと認識しています。2018年に「共同印刷グループ 健康経営宣言」を公表し、社員と企業が共に成長する健康経営を実践していきます。

めざすべき将来像

社員・家族と共に、お取引先と共に成長し事業を通じて社会に貢献し、
「TOMOWEL」の理念である「真に豊かな世界」を実現する



健康経営の一環として、女性が働きやすい環境を整備するため、女性特有の健康課題に対する理解を目的とした「女性の健康セミナー」をリーダー・監督職以上を対象に実施しました。今回、参加した上司と部下のお二人から話を聞きます。

from
上司

ポイントは相談しやすい環境と
協力できる体制づくり



プロモーションメディア事業部
営業1部2課
課長
田中 信吾

女性特有の健康課題は、男性管理職として踏み込みにくいというのは正直ありました。今回のセミナーのように、管理職や一般職に認知を広めていくと、女性が相談しやすく、いざという時には休みが取りやすい土壌ができてくると思います。どう具体的なアクションにつなげていくかが課題ですが、センシティブな問題なので、積極的に触れられないかわりに、いつでも相談を受け入れられるというメッセージは出していきたいと思っています。個々の事情はそれぞれであり、誰もがさまざまな問題を抱えて働いています。女性特有の健康課題もその中のひとつ。まずは知識と理解を深め、相談があれば、いつでも前向きにケアができるように、課内で協力的な雰囲気をつくるよう心がけていきたいと思っています。

from
部下

女性の側からも同僚への
心配りを心がける



プロモーションメディア事業部
営業1部2課
酒井 美穂

女性特有の健康課題といっても、長年日常的に付き合ってきたことなので、自分でコントロールすべきものだという認識で今まで過ごしてきました。実際誰かに相談をしたことはありません。ただ、上司がこういった事情を認識してくれていて、何かあったときに相談できる土壌があるのとないのとでは、働き続ける上で安心感が全く違います。幸い女性や家庭に理解がある上司と育児参加に積極的な同僚の姿を普段から見えています。課として協力し合える風土ができていて、女性の健康課題だけでなく、育児などの面でも相談しやすいと思います。一方、私も後輩を持つ身になり考えさせられるものがありました。各自抱えている問題や症状は異なるため、改めてまわりの同僚にも気を配る必要があると感じました。

社員とともに

人権・労働慣行

企業の成長は、社員の成長とともにあり、社員の人権を尊重し、多様な個性と能力を發揮できる環境づくりに努めています。

働き方改革

社員のワークライフバランスの実現と、社員と家族の生活の充実をめざして「働き方改革宣言」を公表しています。TOMOWELの理念のもと、社員一人ひとりの力を最大限に生かし、やりがいを持って活躍できる環境の整備に取り組んでいます。

ダイバーシティ&インクルージョン

「企業行動憲章」に基づき「従業員の多様性や人格、個性を尊重し、能力を高める支援」を行っています。女性社員の能力發揮支援として、「女性社員の登用促進」「女性社員の能力發揮支援」「仕事と家庭の両立支援体制の整備」を中心に取り組みを進めています。育児や介護などの状況にあっても能力を發揮し続けられる職場環境の実現と、幹部職員に占める女性の比率を2021年度までに7%以上とする行動計画を策定し、活動しています。

高齢者には、働く意思があれば65歳まで再雇用する「エルダー制度」を導入。実績による昇給など、定年前同様に能力が發揮できる体制を整備しています。

障がい者雇用では、共に働く社員に教育を行い、障がい者の職場定着と働きやすさを支援。2021年までに、雇用率2.3%以上の達成をめざしています。

ワークライフバランス

ワークスタイル変革の取り組みとして、テレワークを中心とした施策を推進し、“場所を選ばずに仕事ができる環境”の整備に取り組んでいます。従業員一人ひとりを尊重した多様な働き方を実現するため、選択肢拡大に努めています。

子育て・介護支援

育児や介護を行う社員が家庭と仕事を両立できるよう、法定以上の休業制度を完備するほか、テレワーク制度の導入を進めるなど、各種制度を整えています。

す。男性社員向けに、育児参加促進のための支援プログラムも用意しています。育児では出産前から復職までをサポートする育休支援者制度や育休復職者向けキャリア形成支援セミナー、介護では入門と実践に分けたセミナーを開催しています。

人材育成・キャリア開発

「自身の役割・仕事に対して、少しでも高い価値を生み出そうと主体的に取り組む社員」による「公平な価値に基づいた、安心感と健全な緊張感を両立する組織」というコンセプトのもと、「人」と「企業」の持続的な成長を図る教育体系を構築しています。

年1回の自己申告制度に加え、社内から人材を募集する「キャリアチャレンジ制度」を設け、自らチャレンジする意思をもった社員のキャリア形成を支援し、組織の強化を図ることをめざしています。また、将来を見据えたキャリアプラン形成の機会として、20代、40代を対象とした「キャリアデザインセミナー」を開催しています。

健康経営

健康経営への取り組みを重要な経営課題と認識し、「グループ健康経営宣言」を公表、社長を責任者とする「健康経営推進チーム」を設置しています。社員やその家族の健康確保と増進に一層注力し、より働きやすい職場の実現をめざします。

安全衛生管理体制

「グループ安全衛生方針」のもと、担当執行役員を委員長とする「安全衛生委員会」を中心に活動しています。生産職場で働くすべての人を対象にしたリスクアセスメントに加え、教育による安全衛生意識の向上や関連情報の共有、定期巡視を行っています。また、産業医等による意見や助言を反映し、管理体制の維持・向上を図っています。

取引先とともに バリューチェーンにおける社会的責任の推進

公正な取引先を基本として、CSRの取り組みをサプライヤーと共に推進し、サプライチェーン全体の持続的な相互発展をめざします。

取引先とともに

サプライチェーンマネジメント

CSR調達

調達に際して自ら守るべき基本方針である「CSR調達基本方針」と、サプライヤーの遵守事項である「グループCSR調達基準」を定め、コンプライアンス、人権、安全衛生、情報セキュリティ、環境、社会貢献などの取り組みを実践していただいています。「CSR調達検討会」を中心に、発注担当者から各サプライヤーまでが方向性や価値観を共有しながら、サプライチェーン全体の発展をめざしてCSR調達を推進しています。

サプライヤー調査

CSR調達活動の一環として、海外を含む主要サプライヤーに対し、CSRの取り組み状況を調査しています。調査結果は即時にフィードバックして自社の取り組み状況の把握と改善に協力いただいているほか、必要に応じて追加調査や是正措置を講じています。

この調査は、各サプライヤーから意見をいただく貴重な機会となっています。

項目	内容	スコア	コメント
1	労働環境	4.1	4.1
2	環境対策	4.2	4.2
3	社会貢献	4.3	4.3
4	情報セキュリティ	4.4	4.4
5	人権	4.5	4.5
6	安全衛生	4.6	4.6
7	品質管理	4.7	4.7
8	顧客満足	4.8	4.8
9	経営効率	4.9	4.9
10	その他	5.0	5.0

フィードバック画面

グリーン調達

地球環境負荷低減や化学物質に関する製品安全を推進するために、「グリーン調達ガイドライン」を定め、グリーン調達を推進しています。各サプライヤーにガイドラインの内容を遵守していただくことにより、安全な製品を市場に提供し、サプライチェーン全体で環境負荷の低減に努めています。

公正な取引

発注元という立場を利用した不当な取引先がないよう、サプライヤーとの公正な関係構築に努めています。

下請法遵守

下請法の遵守はサプライヤーとの取引先における基本と捉え、「下請法遵守に関する規程」を設けています。管理・監督者教育や、購買部門、営業部門、開発部門を対象とした教育をはじめ、新任の発注担当者などを公正取引委員会や中小企業庁の講習会に派遣するなど、遵法意識の向上に努めています。

2020年度の下請法教育はグループ全体で、延べ3,966名が受講しました。

サプライヤー・ヘルプライン

サプライヤーとの透明性のある公平な取引先のために、通報窓口「倫理相談室(ヘルプライン)」を設置しています。組織的または個人的な法律違反、また「CSR調達基本方針」からの逸脱行為がある場合にお知らせいただき、問題の解決を図ります。2020年度のサプライヤーからの通報・相談は0件でした。



サプライヤー・ヘルプライン

サプライヤーコミュニケーション

優良・重要サプライヤーとの協力関係を強化し、共に発展していくために「新年互礼会」や「優秀協力会社表彰」などのコミュニケーションの場を設けています。



優秀協力会社表彰

社会とともに コミュニティへの参画およびコミュニティの発展

「良き企業市民」として、積極的に社会および地域貢献活動の実践に努め、地域・社会との持続的発展をめざします。

文化・芸術への取り組み

当社は独自の複製技術を用いて高級美術複製画を提供する事業を行っています。収益の一部を美術品修復のために寄贈するほか、芸術振興に向けた情報発信を行うなど、文化・芸術の発展に向けて取り組んでいます。

「大観の富士を私の色で描く」文化伝承ワークショップを開催

文化芸術の伝承発信活動の一環として、複製画制作で長年連携してきた横山大観記念館と共にワークショップを開催しました。印刷物は色の3原色(シアン、マゼンタ、イエロー)を基本にさまざまな色をつくり出していることを紹介し、実際に水彩絵の具を

使って大観の富士を自由に彩色して完成させる体験を行いました。参加者からは「家で絵を描く際もいろいろな色の工夫をしたい」などの感想が寄せられました。今後も文化芸術の伝承発信活動に貢献していきます。



ワークショップ会場の様子



大観の富士を自分の色で描く体験



参加者の作品

震災から10年を振り返る

東北地方を中心に未曾有の被害をもたらした東日本大震災から10年が経過しました。震災以降、社会の復興を願い、物産品販売を通じた経済的な支援活動をはじめ、さまざまな取り組みを行ってきました。



第1回「うまいもの市場」会場の様子



震災で発生したのがれきの撤去



会津地方の食材を使ったメニューを提供

地球とともに 環境

暮らしに深く関わる“印刷”を通じて、地球環境の保全と持続可能な社会の実現に向け、環境経営を推進します。

環境委員会 委員長メッセージ



グループ環境委員会 委員長
取締役 常務執行役員

高橋 孝治

当グループは2000年に環境中期計画を公表して以来、環境情勢の変化に柔軟に対応し、環境戦略の見直しを続けてまいりました。特にこの5年間は環境に対する動向が目まぐるしく変化し、新たな国際的枠

組みもできています。

気候変動の分野ではパリ協定やIPCC1.5℃特別報告書を機に、世界中で2050年カーボンニュートラルの達成に向けて取り組みが始まっています。企業はTCFDの要求に沿った開示が求められ、気候変動への取り組みが企業価値にも影響を与えられていると考えられています。また循環型社会の構築に向け、使い捨てプラスチックを規制する一方、資源として回収・再生をしていくサーキュラーエコノミー（循環型経済）への取り組みが開始されています。

これらを踏まえ、当グループの掲げる「製品ライフサイクルを通じて、自然環境や生活環境の保全・向上に努め、持続可能な社会の構築」に則り、第5次環境中期計画（～2025年）を策定しました。さらに将来に向けてグループのありたい姿を示す、環境長期ビジョンの策定も進めています。

コーポレートメッセージ「共にある、未来へ」が示す、人と地球が共存する未来に向けて、持続可能な社会の構築に貢献していきます。

環境ビジョン2020の主なハイライト

地球温暖化防止



達成指標
CO₂ 排出量原単位
2014年度比10%改善



最終実績

16%削減

達成



循環型社会



達成指標
再資源化率99.7%以上



最終実績

99.7%

達成



汚染防止



達成指標
VOC規制物質排出量
2010年度比40%削減



最終実績

51%削減

達成



共同印刷グループ 環境ビジョン2025

新たな環境中期目標「環境ビジョン2025」を策定しました。

より高い数値目標を設定し、さらなる環境負荷低減と高水準の環境活動をめざします。

第5次環境中期計画「環境ビジョン2025」の策定にあたっては、カーボンニュートラルの達成や、サーキュラーエコノミー（循環型経済）への移行などの環境における社会的な要請、事業への影響、前計画の

達成状況を踏まえて設定しています。環境中期目標の達成に向け、バリューチェーン全体で環境活動を推進していきます。

環境ビジョン2025で掲げる指標

気候変動

脱炭素

CO₂排出量
2019年度比



10%削減



省エネルギー

エネルギー消費原単位
2019年度比



5%改善



循環型社会

資源循環

廃棄物排出原単位
2019年度比



5%改善



ペーパーレス

事務用紙削減量
2019年度比



20%削減



汚染防止

大気汚染削減

VOC排出量
2019年度比



7%削減



つくる責任・つかう責任

環境配慮製品

売上高
2019年度比



200%



環境マネジメント

環境経営をグループ全体で推進していくために、ISO14001に基づいた環境マネジメントシステムを運用しています。主要グループ会社を含む各拠点を統合して認証を取得し、グループ全体で環境への取り組みを推進しています。

環境マネジメント(EMS)推進体制

「グループ環境方針」に基づき、担当執行役員を委員長とする「グループ環境委員会」を環境経営の中核機関として設置し、「グループ環境方針」や「環境ビジョン」の策定および全社的な活動施策立案を行っています。専門的な環境テーマについては専門部会を通じて推進しています。活動はモニタリングによる継続的な改善を行い、マネジメントレビューにより毎年見直しを行っています。

また、各事業所やグループ会社ごとに環境委員会を開催し、実践的な環境活動を行っています。

環境教育体制

全グループの役員と従業員に対し環境教育を行っています。また、環境内部監査員の有資格者に毎年フォローアップ研修を実施し、監査の力量を維持しています。

環境リスクマネジメント

環境法規制や、環境リスク評価、定期監視によるリスク発見などの環境リスクマネジメントを推進しています。設備などのハード面と作業標準に基づく運用などのソフト面の両輪でリスク低減に努めています。万が一の環境事故に備え、定期的に緊急対応訓練を実施しています。重大な環境事故や災害による環境クライシス発生の際は危機管理委員会を中心に対処する体制を整えています。

環境コンプライアンス

2020年度の環境関連法規制違反は0件、苦情は4件でした。内訳は騒音が2件、排気に関するものが1件、敷地内樹木による指摘が1件で、いずれも事実確認の上、速やかに是正しました。

2020年度マテリアルバランス

INPUT



エネルギー

エネルギー消費量 893,322GJ

- 電力 759,838GJ
- 化石燃料 133,483GJ
 - ・ LNG: 115,344GJ
 - ・ LPG: 12,824GJ
 - ・ 重油: 0GJ
 - ・ 軽油: 4,774GJ
 - ・ ガソリン: 298GJ
 - ・ その他: 243GJ



相模原工場に新設した太陽光発電設備

↑
253千kWh

再生可能エネルギー 発電量
1,248,582kWh

PRTR取扱量 215t



水

水資源投入量 244千m³

- ・ 上水: 116千m³
- ・ 工業用水: 23千m³
- ・ 地下水: 104千m³
- ・ 河川・海水: 0千m³



原材料・資材

資源投入量 192,413t

- 再生可能資源投入量 117,146t
 - ・ 紙: 158,226t (117,070t)
 - ・ フィルム、樹脂: 28,964t
 - ・ 金属: 198t
 - ・ インキ: 2,098t
 - ・ 溶剤: 1,186t
 - ・ 梱包材: 833t
 - ・ 事務系用紙: 76t (76t)
 - ・ その他: 832t

()内は再生可能資源投入量



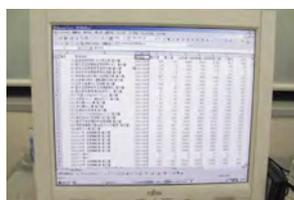
循環利用材投入量
297t

循環利用率
0.15%

主要生産プロセス



太陽光発電
CO₂削減量*1
726t



電力監視システム

再生可能
資源投入率
60.9%



生産排水処理施設

リサイクル率
99.7%



資源化廃棄物

廃棄物総排出量 25,948t

売電量
995千kWh

廃棄物総資源化量(リサイクル量)
25,883t

製品

OUTPUT



大気

CO₂排出量 .. 42,108t-CO₂

スコープ1 : 6,873t-CO₂

スコープ2 : 35,235t-CO₂

ODS排出量 ... 154t-CO₂

NO_x排出量 1.5t

SO_x排出量 0t

VOC排出量 53t

PRTR排出量 40t



水域

BOD排出量 0.1t

排水量 238千m³

公共用水域 : 59千m³

下水道 : 178千m³

河川 : 59千m³

湖沼・海域 : 0千m³



廃棄物

廃棄物最終処分量 65t

グループ外CO₂排出量
スコープ3*2 : 4,331t

*1: 売電分を含む削減量 *2: カテゴリー5 事業から出る廃棄物

地球温暖化対策

エネルギー利用を主因とした温室効果ガス(GHG)排出による温暖化は、地球環境に深刻な影響をおよぼしています。パリ協定などを機に国際的に地球温暖化防止に向けた具体的な取り組みが求められています。当グループは事業を通じて低炭素社会の実現に向けて積極的に取り組んでいます。

「エネルギー適正管理指針」に基づき、「温暖化対策部会」を中心とした事業所ごとの徹底したエネルギー管理に加え、設備の省エネルギー化や太陽光発電の増設などの投資を行うなどの取り組みを行っています。

2020年度は、新会社発足に伴うGHG排出量の増加分を、グループ全体の削減努力により前年水準に抑えるとともにエネルギー消費量も前年から1.6%の削減をしました。また相模原工場に太陽光発電設備を導入し、CO₂削減効果は年間106トンを見込んでいます。

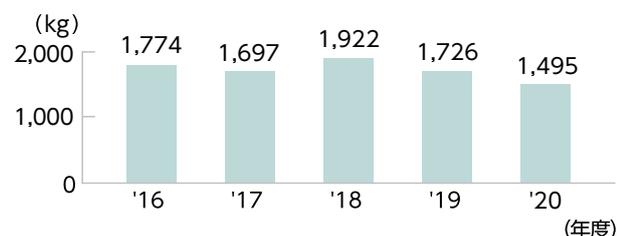
汚染防止

環境負荷の低減と汚染防止を目的に、事業所ごとに実態把握と適正処理を実施しています。法や条例の基準よりも厳しい自主管理基準を定め、作業量の増減に伴う排出負荷変動に対処しています。

大気汚染防止

2020年度の大気への排出は、ボイラー設備の縮小化により、NO_x排出量を前年から13.4%削減しました。VOC排出量は2010年度比で40%削減の目標を掲げて活動した結果、67.3%の削減と環境目標を達成しました。

◆ NO_x排出量の推移



水質汚濁防止

排水はpH(水素イオン濃度)、BOD、金属含有量などを定期的にモニタリングし、法定以上の自主管理基準を設けて管理しています。

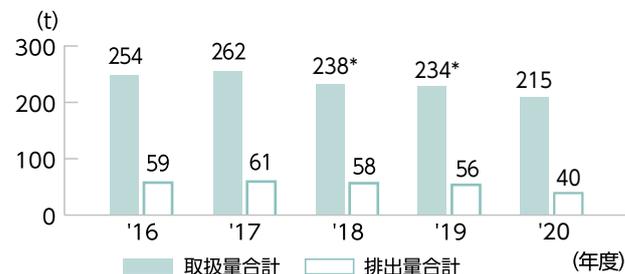
化学物質マネジメント

化学物質の適正な管理と削減のため、「化学物質適正管理指針」に基づき、「グリーン調達部会」を中心に活動しています。また、事業所ごとに「化学物質管理部会」を設置しています。印刷関連法規を中心とした、5万件におよぶ法規制と化学物質のマスターデータを管理・運用するとともに、新規購入資材については安全データシート(SDS)を登録し、法規制への対応や、製品への使用低減、お客さまへの情報提供、社員の安全衛生に活用しています。

サプライヤーに対しても「グリーン調達ガイドライン」を公表し、サプライチェーン全体で化学物質の適正管理を進めています。

グループ全体で2020年までに、PRTR指定化学物質の排出量を2010年度比で50%削減することを目標に掲げて活動した結果、2020年度は前年比28.5%の低減、2010年度比では72.0%の低減と環境目標を達成しました。代替品への変更や作業方法の見直しなどでより一層の削減に取り組み、目標達成の継続に努めます。

◆ PRTR指定化学物質 取扱量・排出量推移



*2018~2019年度のPRTR取扱量の数値に誤りがありましたので修正しました

循環型社会の実現

「廃棄物適正処理・リサイクル推進のための指針」に基づき「廃棄物管理・リサイクル推進部会」を中心に、持続可能な循環型社会の形成をめざしています。

3R化によるゼロエミッション^{*}の達成と廃棄物の適正処理を推進するとともに、製品ライフサイクル全体で循環型社会形成に寄与していきます。

2020年度は順調に廃棄物の削減とリサイクル化を進め、廃棄物発生量は前年から7.2%の削減、リサイクル率は中期目標の99.7%を維持しています。ゼロエミッションは、主要8事業所すべてにおいて12年連続の達成となりました。

^{*} 工場から発生する最終処分量の総廃棄物比1%未満、または総発生量比99%以上の再資源化とする自社基準

水資源の保全

限りある水資源の持続可能な利用を推進しています。水の効率的な利用や節水に配慮した共用設備の導入、空調機器の冷却を水を使わない方式に変更するなど、水資源の効率的な運用と使用量削減に取り組んでいます。

2020年度の水使用量は2019年に子会社化した工場の本格稼働により、前年から19.6%増加しました。

TOPIC

不要なものから、新たな価値を 資源を巡らせて、再び社会に役立てる

当グループでは、資源投入量の削減やリユース・リサイクルの促進などに取り組むとともに、事業活動から発生するリサイクルが難しい廃棄物についても貴重な資源と捉え、パートナーとしてご協力いただいている企業とともに活用に取り組んでいます。廃棄物に新たな価値を吹き込み、資源の循環と人々の生活に役立てる取り組みを行っています。

情報コミュニケーション事業本部 五霞工場

製本時に発生する紙粉(紙の細かい塵)を集塵機で集め、ブロック成形機で固形化しています。紙粉ブロックは下水処理の污泥乾燥工程で脱水補助材として使われ、人々の生活と環境を支えています。



書籍

紙粉ブロックプレス装置で紙粉を固形化



東京都下水道サービスで、下水の污泥を脱水する補助材として使われています。

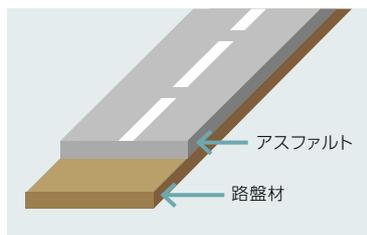
情報セキュリティ事業本部 鶴ヶ島工場

廃カードはセキュリティの観点から粉碎処理しています。粉碎されたカードは、融解してスラグとして再資源化し、道路の路盤材として人々の生活や物流の基盤となる交通インフラを支えています。



プラスチックカード

廃カードを粉碎処理



粉碎されたカードは融解処理の上、スラグ化され、道路の路盤材として利用されています。

生活・産業資材事業本部 PT. ARISU INDONESIA

ラミネートチューブの製造過程で排出される廃材は、粉碎処理をしたのち、再資源化されて建築用の雨どいの素材に活用されています。人々の住生活を支える新たな製品として、生まれ変わっています。



ラミネートチューブ

チューブやキャップを粉碎



建築用資材の雨どいとして活用されています。

つくる責任、つかう責任

「グリーン製品開発方針」に基づき、「グリーン製品部会」を組織し、製品ライフサイクルを通じて、環境に配慮した製品づくりに取り組んでいます。自社基準を満たした新規開発製品を「グリーン製品」として認定しており、2020年度までの累計は119品目となりました。

グリーン購入の取り組みでは、事務用品などの購入時に環境配慮製品を優先して選択できるように発注システムを整備しています。

環境汚染物質の削減

ヒューミジャッジ®

塩化コバルト不使用でRoHS指令※にも適合しています。電子部品などの保管管理の際に乾燥剤が正しく機能しているか確認できる、人と環境にやさしい湿度インジケータです。



※欧州連合(EU)の電気・電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限

長期使用

モイストキャッチ®

乾燥剤を使わずに、パッケージ内部を低湿度に保つことができる高機能材料です。長期持続する優れた吸湿性により、医薬品や電子部品などの品質維持とロングライフ化に貢献します。



再使用

ハンディキューブ®

簡単に折りたたむため、内容物を入れても持ち運びがしやすい容器です。繰り返し使える強度があり、非常時における飲料水の確保・運搬・保管用にも適しています。



省資源・省エネルギー

カップ用リシール蓋材

リクローズ(再封)機能を備えたカップ用のフタ材で、ほこりや虫などの異物混入が防げます。オーバーキャップ不要で省資源化を実現、またチャック袋の代替としてプラスチックの使用量も削減できます。



リサイクル

環境対応SPカレンダー

環境にやさしい原材料を使い、廃棄の際のリサイクル性を考えた加工方法を使ったカレンダーです。ユニバーサルデザインを考慮したデザインも可能です。



持続可能な資源利用

非金属刃ラップカートン

金属刃に替わり、トウモロコシなどの植物や紙からできた生分解性プラスチック刃を取り付けたカートンです。分別が不要で、廃棄処理も容易です。



処理・処分の容易性

Tパウチ・ショット

開封しやすくこぼしにくい小型パッケージです。スパウト付きパウチ(キャップ付き袋)に比べて、口栓のプラスチック部材が不要になり、廃棄処分の容易です。



主要サイトの環境データ

		2018年度	2019年度	2020年度	
小石川工場 東京都文京区 主要生産品目: 製版、出版印刷、商業印刷		エネルギー消費量(GJ)	71,832	57,850	56,386
		CO ₂ 排出量(t)	3,546	2,795	2,661
		PRTR物質取扱量(kg)	992	933	1,073
		総排水量(千m ³)	32	29	25
		最終処分量(t)	0	0	3
五霞工場／共同印刷メディアプロダクト 茨城県猿島郡五霞町 主要生産品目: 出版印刷、商業印刷		エネルギー消費量(GJ)	287,918	255,041	244,809
		CO ₂ 排出量(t)	14,236	12,470	11,750
		PRTR物質取扱量(kg)	441	537	357
		総排水量(千m ³)	37	36	32
		最終処分量(t)	0	0	0
鶴ヶ島工場 埼玉県鶴ヶ島市 主要生産品目: ビジネスフォーム、証券、カード		エネルギー消費量(GJ)	110,727	117,222	102,506
		CO ₂ 排出量(t)	5,414	5,662	4,851
		PRTR物質取扱量(kg)	27,524	30,454	18,006
		総排水量(千m ³)	14	18	16
		最終処分量(t)	0	0	0
川島ソリューションセンター 埼玉県比企郡川島町 主要生産品目: ビジネスフォーム		エネルギー消費量(GJ)	80,862	77,369	77,772
		CO ₂ 排出量(t)	3,963	3,736	3,674
		PRTR物質取扱量(kg)	2,397*	2,553*	2,416
		総排水量(千m ³)	11	12	11
		最終処分量(t)	0	0	0
守谷第一工場／守谷第二工場 茨城県守谷市 主要生産品目: 紙器、軟包装、高機能材料		エネルギー消費量(GJ)	205,057	212,282	211,630
		CO ₂ 排出量(t)	10,073	10,306	10,074
		PRTR物質取扱量(kg)	178,195	165,160	170,363
		総排水量(千m ³)	27	27	24
		最終処分量(t)	46	51	51
小田原工場 神奈川県小田原市 主要生産品目: ラミネートチューブ		エネルギー消費量(GJ)	47,523	44,402	33,650
		CO ₂ 排出量(t)	2,329	2,144	1,587
		PRTR物質取扱量(kg)	2,326	2,254*	2,105
		総排水量(千m ³)	1	1	1
		最終処分量(t)	0	0*	0
相模原工場 神奈川県相模原市 主要生産品目: ラミネートチューブ		エネルギー消費量(GJ)	14,345	13,790	13,084
		CO ₂ 排出量(t)	702	665	617
		PRTR物質取扱量(kg)	0	0	0
		総排水量(千m ³)	0	0	0
		最終処分量(t)	0	0	0
和歌山工場 和歌山県有田郡有田川町 主要生産品目: ラミネートチューブ		エネルギー消費量(GJ)	34,967	38,192	39,558
		CO ₂ 排出量(t)	1,582	1,398	1,396
		PRTR物質取扱量(kg)	1,200	1,167*	977
		総排水量(千m ³)	3	4	2
		最終処分量(t)	0	0	0
主要グループ会社 コスモグラフィック・苫小牧工場、共同印刷西日本、 共同エフテック、常磐共同印刷、共同NPIパッケージ ^{※1} 、 共同クレハブローボトル、共同物流		エネルギー消費量(GJ)	76,704	92,107	113,926
		CO ₂ 排出量(t)	4,070	4,648	5,497
		PRTR物質取扱量(kg)	24,399	30,371	19,968
		総排水量(千m ³)	39	65*	127
		最終処分量(t)	52	45	12

※1 2018年度は守谷工場に合算

*2018～2019年度の数値に誤りがありましたので訂正しました。

グループ各社のCSR活動

グループ企業各社は、グループ経営理念のもと、さまざまな社会課題の解決と、事業の持続的発展に向けた取り組みを行っています。

共同NPIパッケージ株式会社(茨城県守谷市)

地域のノーマライゼーション社会への実現をめざして 障がい者の就労支援への取り組み

共同NPIパッケージでは、ノーマライゼーション社会への実現をめざした活動の一環として、障がい者の就労支援に積極的に取り組んでいます。「障がい者が地域で自立して安心して暮らせる社会」を実現するため、2018年より「職場実習」の受け入れを行っています。

この取り組みを通じて、障がい者の方々が実社会と接点を持ち、就労に向けての第一歩を踏み出すきっかけづくりに貢献していきます。



職場実習の様子

共同総業株式会社(東京都文京区)

2022年1月1日より「TOMOWELビジネスパートナー株式会社」に商号変更予定

多様な人材の活躍推進をめざして 障がい者に活躍の場を提供

共同総業では、グループにおける多様な人材の活躍推進をめざし、障がい者に活躍の場を提供しています。配属先には実務やグループ作業の方法を指導・支援する担当を配置し、サポートしています。

また、学校や就労支援機関などからの要請に応え、障がい者の就業実習を積極的に実施しています。就業体験や実務を積む機会として2018年から計14回、17名の方を受け入れています。



清掃実習の様子(実習生には指導員やサポートスタッフが付き添います)

共同物流株式会社(埼玉県越谷市)

継続的なエコドライブ活動の成果

東京都の「貨物輸送評価制度」で3年連続「三つ星」獲得

共同物流は、東京都が推進する「貨物輸送評価制度」で、346社のうち26社が選ばれた最高評価の「★★★(三つ星)」を3年連続で獲得しました。

この制度は自動車のCO₂排出削減を推進する取り組みで、エコドライブといった貨物運送事業者の日常的な努力を実走行燃費で評価する、「貨物輸送評価制度」です。燃費管理の状況、ドライバーへのエコドライブの教育訓練・指導などの体制、燃費データの集計・分析など燃費に係る日常的な管理体制の3項目で評価されます。

共同物流では、2015年からテレマティクスシステム^{*}を導入し、運行状況の「見える化」を図ってきました。また、運送協力会社とともに「安全品質環境会議」を開催し、安全・品質・環境活動について情報共有しながら、互いに改善を進めています。こうした、地道で精力的な取り組みが実を結びました。

^{*}車載機と移動体通信を利用して運行状況をリアルタイムで把握するシステム



「三つ星」の評価証明書を手にする長澤社長



東京都貨物輸送評価制度★★★(三つ星)

Webサイトのご案内

コミュニケーションツールとして、Webサイトを通じて、さまざまな情報発信を行っています。
また、本報告書には重要度が高い非財務情報を集約しています。
掲載できなかった活動や詳細なデータについてもWebサイトに掲載しています。

企業情報



株主・投資家向け情報



サステナビリティ情報



CSR分野における社外評価



レポートに関する配慮



この製品は、FSC®認証材、再生資源、およびその他の管理原材料から作られています。



植物由来の溶剤を主成分としたインキを使用しています。



GPNGL-14「印刷サービス」発注ガイドラインに基づいて作成しています。



紙、板紙へのリサイクルを阻害しない印刷物です。



JFPI「印刷サービスグリーン基準」認定の資材と工場で印刷されています。

● 読者への配慮について

さまざまな立場の方々へ情報をお届けするために、ユニバーサルデザインを意識した制作を心がけました。色使いについては色覚バリアフリーを意識しながら、読みやすさに配慮しています。また、文字はUDフォントを使用し、リード、見出し、本文などの文字サイズは、13Q以上を基本として可読性に配慮しています。

● その他仕様

刷版／CTP：フィルム出力を省き中間材料を削減しています。

製本／並製無線綴じ：古紙再生を阻害しない難細裂化ホットメルトを使用しています。

本報告書に関するお問い合わせ

共同印刷株式会社

グループコーポレート本部 コーポレートコミュニケーション部

〒112-8501 東京都文京区小石川4-14-12 TEL:03-3817-2525 FAX:03-3816-5003

<https://www.kyodoprinting.co.jp/inquiry/general/>

