

エコ印刷大賞＜環境報告書・CSRレポート2007＞

2008年4月8日

エコ印刷研究会 エコ印刷大賞選考委員会

環境報告書・CSRレポートは、企業の環境への取り組みを公表し、ステークホルダーとのコミュニケーションを行う媒体として、1500社を超える企業・事業所で発行されており、一定の定着を見えています。

今後の環境報告書・CSRレポートの課題は、コミュニケーションのレベルアップ、印刷物としての環境配慮のあり方、その他印刷物への展開などがあります。

エコ印刷研究会では、環境報告書・CSRレポートの印刷物としての環境配慮に着目し、研究を進めてまいりましたが、その成果として「エコ印刷大賞＜環境報告書・CSRレポート2007＞」を制定いたしました。

この度、2007年度環境報告書・CSRレポート、235社の中から、審査の結果、大賞1点、優秀賞12点を決定いたしました。

エコ印刷大賞＜環境報告書・CSRレポート2007＞

- | | |
|-----|--|
| 大 賞 | 日本電信電話株式会社「NTTグループCSR報告書2007」 |
| 優秀賞 | アイカ工業株式会社「社会環境報告書2007」
味の素株式会社「味の素グループ CSRレポート2007」
昭和電工株式会社「CSRレポート2007」
株式会社デイリーヤマザキ「デイリーヤマザキ 社会・環境レポート2007」
株式会社東芝「CSR報告書2007」
東武鉄道株式会社「2007社会環境報告書」
トヨタ自動車株式会社「Sustainability Report 2007」
日本ガイシ株式会社「環境・社会レポート2007」
日立金属株式会社「2007 CSR報告書 日立金属グループ」
株式会社ファミリーマート「ファミリーマート 社会・環境報告書2007」
矢崎総業株式会社「社会環境報告書2007」
ワタミ株式会社「ふれあい報告書2007 ワタミグループCSR報告書」 |
| | (50音順) |
| 選 考 | エコ印刷研究会 エコ印刷大賞選考委員会 |

表彰式は、4月22日(火)エコ印刷研究会(会場:環境パートナーシップオフィス EPO会議室)において行います。

※エコ印刷研究会については下記をご参照ください。

<http://eco-ken.com/eco/seminar/seminar3/post.html>

「エコ印刷大賞＜環境報告書・CSRレポート2007＞」についてのお問い合わせは、下記エコ印刷研究会事務局までお願いいたします。

問い合わせ先

エコ印刷研究会事務局(担当:野地)

〒101-0061 東京都千代田区三崎町2-21-6-401 コムデザイン株式会社内

TEL:03-3264-6786 FAX:03-3264-6787

mail:info@eco-ken.com URL:<http://www.eco-ken.com/>

目的

本表彰制度は、下記の2点を目的として、制定した。

- ・ 環境報告書・CSRレポートのエコ印刷度を上げるとともに、その他印刷物への展開を期待する
- ・ 2008年度環境報告書・CSRレポートのベンチマーク資料としての活用を期待する

選考方法

選考対象

エコ印刷研究会「環境報告書・CSRレポート印刷仕様調査」(2007年4月～2008年3月実施)において調査を行った235点。

選考委員

- ・ 寺田 勝昭 (P&Eマネジメント代表)
 - ・ 西原 弘 (有限会社サステイナブル・デザイン研究所 取締役社長)
 - ・ 奥山 淳 (エコ印刷研究会事務局)
- ※ 選考委員プロフィールは、資料2を参照ください。

選考の原則

環境配慮の取り組みが外形および環境配慮表示から分かること。(資料3参照)

表1 選考の原則

評価項目		評価の原則
資材	用紙	環境配慮型の用紙を使用していること ・ 環境に配慮したパルプの割合が高いこと(100%再生紙、70%再生紙) ・ 環境配慮の内容が第三者機関等により確認されていること(森林認証紙)
	インキ	環境配慮型のインキを使用していること ・ 大豆油インキ、低VOCインキ、ノンVOCインキを使用していること
製造工程		製造工程での環境配慮の取り組みが行われていること ・ VOCの排出抑制に取り組んでいること(水なし印刷) ・ 省資源・廃棄物抑制に取り組んでいること(DTP、CTP) ・ GP工場認定、ISO14001等取得事業者により製造されていること
梱包・配送		梱包・配送時の環境配慮が行われていること ・ グリーン経営認証、ISO14001等取得事業者により配送されていること ・ 簡易包装での個別配送を行っていること
古紙リサイクル対応		古紙リサイクル対応を行っていること ・ 古紙リサイクル適性ランクリスト「Aランク」資材で制作されていること※ ・ 古紙リサイクル案内を表示していること

※古紙リサイクル適性ランクリスト

社団法人日本印刷産業連合会による印刷物に使用される資材の古紙リサイクル適性をまとめたリスト。A～Dの4段階に分類される。詳しくは下記日本印刷産業連合会ホームページを参照ください。

- ・ <http://www.jfpi.or.jp/information/08.html>
- ・ <http://www.jfpi.or.jp/environment/recycle/file/d-4.pdf>

一次選考

一次選考では、エコ印刷度算出基準(表2)に基づき、エコ印刷度80以上の報告書を選考する。

エコ印刷度の算出方法

用紙、インキ、製造工程については、必須項目として基本点と評価基準に基づいた加算点の計15点を配点し、梱包・配送、古紙リサイクル対応の2項目については、評価基準に基づいた最大5点を配点する。合計点を100点満点で換算し「エコ印刷度」を算出する。

$$\text{エコ印刷度} = \frac{\text{合計点} \times 100}{55}$$

表2 エコ印刷度算出基準

評価項目		評価の基準	配点	エコ印刷度
資材	用紙	環境配慮型の用紙を使用している(基本点:10点) ※用紙についてのマーク・説明文を表示していること 森林認証紙、100%再生紙(加算点:5点) 70%再生紙(加算点:3点) その他環境配慮型の用紙(加算点:1点) ※1	15点	27
	インキ	環境配慮型のインキを使用している(基本点:10点) ※インキについてのマーク・説明文を表示していること ノンVOCインキ(加算点:5点) 低VOCインキ(加算点:3点) 大豆油インキ(加算点:1点)	15点	27
製造工程 ※2		製造工程での環境配慮の取り組みが行われている(基本点:10点) ※製造工程についての説明文を表示していること GP工場認定、ISO14001等取得事業者での製造(加算点:5点) GPN印刷サービスシンボルマーク(加算点:5点) エコマーク「紙製の印刷物」(加算点:5点) 水なし印刷(加算点:3点) DTP、CTP、クリオネマーク(加算点:1点)	15点	27
梱包・配送 ※2		グリーン経営認証、ISO14001等取得事業者での配送(5点) 簡易包装(エコメール等)での個別配送(3点)	5点	9
古紙リサイクル対応 ※3		積極的な古紙リサイクル案内表示(5点) 古紙リサイクル対応型接着剤(1点)	5点	9
合計			55点	100

※1 複数の用紙を使用している場合は、点数の高いものを優先する。

※2 複数の取り組みを行っている場合は加算した。ただし、5点を超える場合には、5点とする。

※3 「不要となった際は、リサイクルに出してください」など、積極的な案内を評価し、5点とする。

「リサイクルに配慮して製本しています」等、積極的な案内ではないものの、リサイクル対応型接着剤使用と判断される場合は、1点とする。

二次選考

二次選考では、一次選考の中から、選考の原則(表1)および二次選考基準(表3)に基づき、選考委員による審査の上、大賞と優秀賞を選考する。

大賞は、エコ印刷度90以上であり、かつ他と比べて最も優秀であり、我が国のエコ印刷と模範となるものとする。

優秀賞は、大賞に順ずる優秀なものとする。

表3 二次選考基準

評価項目	評価の原則
環境配慮表示	環境配慮表示が適切であること ※1 マーク・説明文の示す内容が明確でわかりやすいこと マーク・説明文の示す対象が明確でわかりやすいこと 説明文の大きさが過度に小さくないこと
省資源	過度に厚い用紙を使用していないこと 変形サイズを用いていないこと
省エネルギー	特別な加工を行っていないこと
古紙リサイクル対応	古紙リサイクルを阻害する加工を行っていないこと

※1 公正取引委員会「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態調査について」(2001年)における「環境保全に配慮していることを示す広告表示の留意事項」に順ずる(資料4参照)

選考の経緯

一次選考では、選考大賞235点から、エコ印刷度80以上の27点を選考した。

二次選考では、一次選考の中から、エコ印刷大賞1点、優秀賞12点を選考した。

大賞	日本電信電話株式会社「NTTグループCSR報告書2007」
優秀賞	アイカ工業株式会社「社会環境報告書2007」
	味の素株式会社「味の素グループ CSRレポート2007」
	昭和電工株式会社「CSRレポート2007」
	株式会社デイリーヤマザキ「デイリーヤマザキ 社会・環境レポート2007」
	株式会社東芝「CSR報告書2007」
	東武鉄道株式会社「2007社会環境報告書」
	トヨタ自動車株式会社「Sustainability Report 2007」
	日本ガイシ株式会社「環境・社会レポート2007」
	日立金属株式会社「2007 CSR報告書 日立金属グループ」
	株式会社ファミリーマート「ファミリーマート 社会・環境報告書2007」
	矢崎総業株式会社「社会環境報告書2007」
	ワタミ株式会社「ふれあい報告書2007 ワタミグループCSR報告書」

(50音順)

総評

全体の分析

今回選考を行った報告書の分析結果は表4の通りとなる。
235社の平均エコ印刷度は55となり、最も多いエコ印刷度(最頻値)は、47となった。

表4 エコ印刷度の分析

	用紙	インキ	製造工程	梱包・配送	リサイクル 対応	エコ印刷度	
満点	27	27	27	9	9	100	
全体	平均値	22	18	11	3	0	55
	最頻値※	27	20	0	0	0	47
大賞 (平均値)	27	27	27	0	9	91	
優秀賞 (平均値)	27	27	25	4	2	85	
入賞外 (平均値)	22	18	10	3	0	53	

※最も多かったもの

全体の用紙の状況を見てみると、最も多いのは満点の27となった。平均値も22と高い水準を示している。ほぼ全ての企業が、用紙の環境配慮を重視し、積極的にアピールしていることが伺える。

インキについては、最も多いものは20となった。20となるのは、大豆油インキが採用され、説明文表示であるものであることから、大豆油インキ使用が最も多いことが分かる。

一方、インキの平均値は18と下がっている。これは、ノンVOCインキを採用したものなどの中に説明文のないものがあり(基準点獲得には説明文を必須としたため)、平均値を引き下げることとなった。

いずれにせよ、用紙、インキについては、非常に高い数値を示しており、環境配慮が完全に普及したことが明らかとなった。今度は、配慮を行っていることだけではなく、その内容が大きなポイントとなると思われる。

製造工程について見てみると、印刷工程の環境配慮である水なし印刷は、実際には53%の報告書で採用されているものの、マーク表示のみで説明文がないものも多く、製造工程での基準点が得られず、平均値・最頻値を引き下げる結果となった。マーク表示のみでは、環境コミュニケーションとして十分であるとはいえず、適切な環境配慮表示を望みたい。

その他の工程での配慮は、CTPについての表示、またGP、ISO14001など製造事業者の環境配慮についての記載は、それぞれ数点づつとなっている。

梱包・配送については、配送業者の環境配慮についての記載は1点もなく、満点となる報告書はなかつ

た。本項の配点は個別配送方法として簡易包装(エコメール等)を採用していたものである。

古紙リサイクル対応は、低い数字に留まっているが、循環型社会において非常に重要な取り組みである。マーク・説明文での積極的なリサイクル案内表示を行っているもの、および製本用接着剤のリサイクル対応について言及しているものを含めると、11点の報告書で何らかの取り組みが行われていた。さらなる広がり期待したい。

大賞の「日本電信電話株式会社『NTTグループCSR報告書2007』」は、エコ印刷度91と、高いレベルでの配慮が行われており、それらの取り組みについても、裏表紙に一括し、項目ごとに分け、分かりやすく表示されており非常に明瞭である。

残念だったのは、梱包・配送の配慮について記載がなかった点である。今回対象とした235点全てで、グリーン経営認証、ISO14001等取得事業者の配送についての記載がなかった。取り組みの広がり期待したい。

大賞・優秀賞

大賞・優秀賞13点のみについて、環境配慮の普及状況について、分析を行った。

資材	用紙	FSC森林認証紙	12
		100%再生紙	1
	インキ	ノンVOCインキ	13
製造工程		GP工場認定	2
		ISO14001事業者	3
		GPN印刷サービスシンボルマーク	1
		水なし印刷	11
古紙リサイクル対応		古紙再生適性マーク	2
		文章でのリサイクル案内	1

FSC森林認証紙、ノンVOCインキ、水なし印刷がほぼ全てで採用されていることが特徴的である。

さらに、その他の製造工程での配慮、製造業者における配慮、古紙リサイクル対応についても平均より高い割合で採用されている。

先進的な環境配慮を行っている環境報告書では、用紙、インキ、印刷方法についての配慮は高いレベルで一般化している。今後は、資材、製造方法の配慮はもちろん、梱包・配送、リサイクル対応など、印刷物の環境負荷を広く捕らえ、それらについて取り組みを行い、全体的な環境負荷低減を目指すこと、またそれらの取り組みについて分かりやすく表示し、コミュニケーションを行っていくことが望まれる。

(資料1)

○ エコ印刷研究会 (事務局長:奥山 淳)

エコ印刷研究会は、印刷物を企業活動に利用する調達者・購入者の立場で、環境に配慮した、責任ある印刷物「エコ印刷」の研究と普及を目指し、2006年発足しました。

2006年4月より、毎月セミナー・勉強会を開催、調達者・購入者の立場での印刷技術、環境対応についての研究を重ねています。これまでのべ100社以上の皆様にセミナー・勉強会に参加いただいております。

また、市場の印刷物の環境対応状況についての調査も行っており、環境報告書・CSRレポートは発足当初より毎年200点以上の調査を行い、本年度で3年目となりました。これまでの研究成果および、実例調査を踏まえ、今回「環境報告書・CSRレポート エコ印刷大賞」を制定することいたしました。

○ エコ印刷研究会の理念

印刷の歴史は、15世紀のグーテンベルクによる活版印刷の発明まで遡ります。情報(コンテンツ)を大量・廉価に複製し、伝達可能な技術は、世界を一変させ、現在の情報化社会の基盤ともなりました。印刷は、人々の生活、企業活動に欠かすことのできないものとなっています。

しかし、世界中で日々大量に使用され、処分される印刷物は、大きな環境負荷を与え続けています。

その1つ1つは小さく、また企業では間接部門に位置付けられるため関心が薄く、環境汚染の要因とされるまでになっているにも関わらず、印刷物の環境配慮は進んでいるとはいええない状況です。

印刷物の環境負荷低減のための効果的なアクションは、印刷物発注者の意識と行動です。

エコ印刷研究会は、印刷物を企業活動に使用する発注者の立場で、「地球と調和した印刷物」を通じて、環境負荷低減、持続的社會に貢献することを目的に、印刷技術の研究や、実態調査、普及活動等を行っています。

(資料2)

選考委員プロフィール

○ 寺田 勝昭

P&Eマネジメント代表 環境スペシャリスト
元共同印刷株式会社 環境管理部長
在任中日本印刷産業連合会グリーン基準や環境優良工場表彰制度の創設に尽力
日本印刷産業連合会、全日本印刷工業組合連合会、東京都印刷工業組合の環境委員会委員
JQA及びコムデザイン株式会社の環境スペシャリスト
水なし印刷研究会顧問 東京都VOC対策アドバイザー
印刷業界の環境スペシャリストとして主導的役割を務める

○ 西原 弘

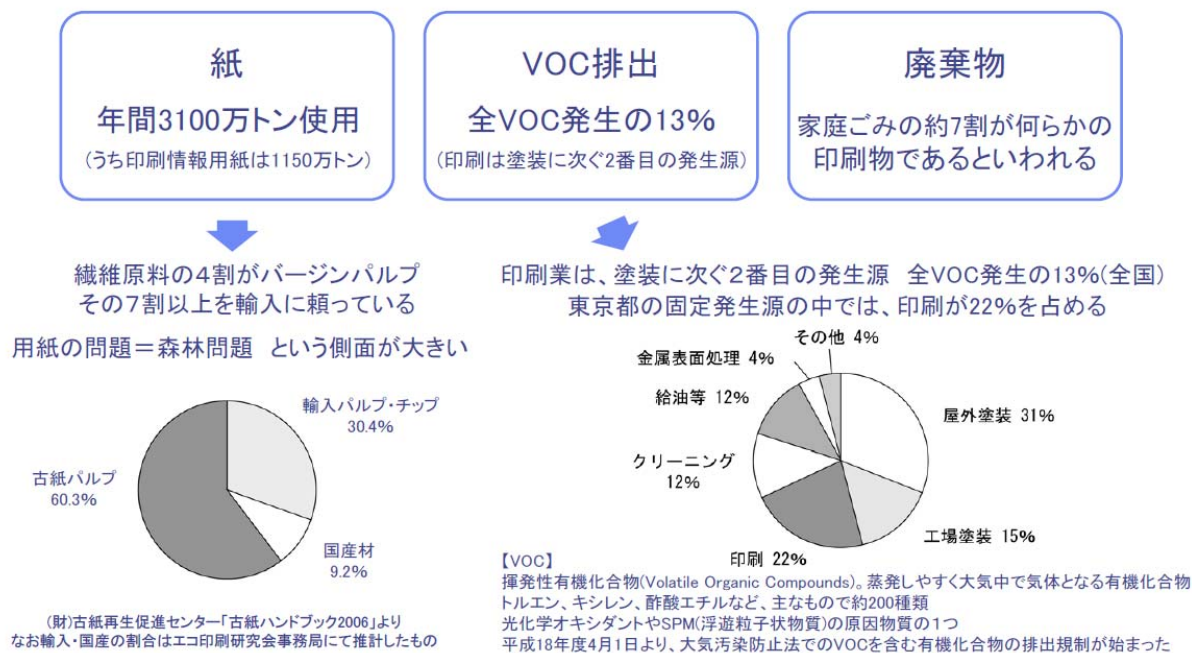
有限会社サステイナブル・デザイン研究所 取締役社長
10年以上に渡り、古紙リサイクルに関する多数の調査研究に従事
環境社会学、廃棄物管理・リサイクル、環境マネジメント等を専門とする
環境カウンセラー、エコアクション21審査人

○ 奥山 淳

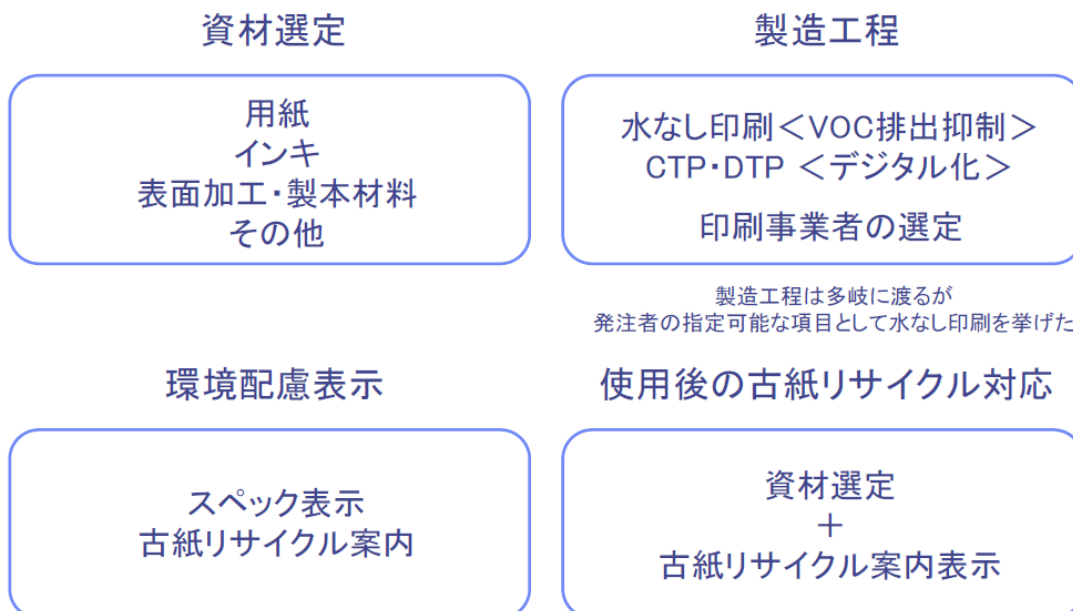
エコ印刷研究会 事務局長
コムデザイン株式会社 代表取締役
元通商産業省 紙業印刷業課
退省後、ソフトウェア開発メーカーの経営陣を経て、コムデザイン株式会社を設立
2006年、印刷物利用者・調達者の立場で、環境に配慮した、責任ある印刷物の
研究と普及を目指すエコ印刷研究会を発足

(資料3)

印刷物の環境負荷の概要



印刷物の環境配慮項目



※ 項目ごとの配慮(部分最適)では不十分、総合的環境負荷低減が求められる
また、資材・製法の技術開発など最新動向を注視する必要がある

エコ印刷研究会セミナー・勉強会資料より

(資料4)

公正取引委員会「環境保全に配慮した商品の広告表示に関する実態調査について」(2001年)より抜粋

環境保全に配慮していることを示す広告表示の留意事項

1. 表示の示す対象範囲が明確であること

環境保全効果に関する広告表示の内容が、包装等の商品の一部に係るものなのか又は商品全体に係るものなのかについて、一般消費者に誤認されることなく、明確に分かるように表示することが必要である。

2. 強調する原材料等の使用割合を明確に表示すること

環境保全に配慮した原材料・素材を使用していることを強調して表示する場合には、「再生紙60%使用」等、その使用割合について明示することが必要である。

3. 実証データ等による表示の裏付けの必要性

商品の成分が環境保全のための何らかの効果を持っていることを強調して広告表示を行う場合には、当該商品を通常の状態で使用することによって、そのような効果があることを示す実証データ等の根拠を用意することが必要である。

4. あいまい又は抽象的な表示は単独で行わないこと

「環境にやさしい」等のあいまい又は抽象的な表示を行う場合には、環境保全の根拠となる事項について説明を併記するべきである。

5. 環境マーク表示における留意点

環境保全に配慮した商品であることを示すマーク表示に関して、第三者機関がマーク表示を認定する場合には、認定理由が明確に分かるような表示にすることが求められる。また、事業者においても、マークの位置に隣接して、認定理由が明確に分かるように説明を併記する必要がある。