

(株)大川印刷 代表取締役社長

大川 哲郎

PRI・O
トップ対談

大阪府印刷工業組合 理事長

浦久保 康裕



企業のやるべきことが問われる時代。

環境に「やさしい」から「正しい」へ――。



関東では唯一再生可能エネルギー100%での印刷を可能とし(2021年3月現在)、ゼロカーボンプリントを意識した「環境印刷」に積極的に取り組む(株)大川印刷。2018年の「第2回ジャパンSDGsアワード」では「SDGsパートナーシップ賞(特別賞)」を受賞し、業界内外から注目を集めています。今回は、そんな(株)大川印刷の大川社長に印刷会社がSDGsに取り組む意義、そしてその効果などについてお聞きしました。



SDGsを忘れないメモ帳。これを使って、SDGs経営計画を行っている。

環境経営のトップランナーとして

浦久保: 大学1回生の時にお父様の4代目社長が急死され、専業主婦だったお母様が5代目の社長に就任。卒業後の3年間は東京の印刷会社でさまざまな業務を経験された後に、(株)大川印刷に入社され、この頃から大量消費される紙やインキに違和感をもったことから、現在の「環境経営」がはじまったと伺いました。どのような問題意識、違和感をもたれたのでしょうか？

積み時代の話からしますと、当時は現在のように「環境経営」に意識をもつ余裕がありませんでした。父の急死で母が専業主婦から急遽社長になってくれていたが、大川印刷を継いでいくという目的達成のため、必死でしたので。

実家の大川印刷に1993年に入社して、理想と現実とのギャップに大きなショックを受けました。丁稚奉公していた印刷会社はキッチンと組織だった経営をされていましたので、大川印刷も当然そのような経営をしていると思い込んでいた

ため、現実を目の当たりにしてショックでした。

社内の改革が急務でしたが、よくありがちな古参従業員との軋轢もあり、思うような組織を作ることができなかったことの葛藤の日々でした。またこの頃はバブルが崩壊して「1円でも安い仕入先を選ぶ」という社会的風潮をもろに受けまわって、売上が右肩下がり非常に厳しい時期でした。独自性がなかったのも、もろに景気の流れに巻き込まれてしまいました。

本業を通じて社会課題を解決する

浦久保: 古参従業員との軋轢、よくわかります。そんななか2000年には「色覚バリアフリー」への取り組みをスタートされ、2004年には本業を通じて社会課題を解決する「ソーシャルプリンティングカンパニー®」を標榜されています。環境問題、高齢化社会など印刷を通じて解決していくというビジョンは、印刷業の社会的価値を高めるお手本として頼もしい先生です。現在に至る活動やその変遷を教えてくださいませんか？

め始めました。転機になったのが2002年。私が所属していた横浜青年会議所で、社会起業家の調査研究を担当したことでした。社会起業家とは、社会変革の担い手として、社会の課題を、事業により解決する人のことを言い、ソーシャル・アントレプレナーとも呼ばれていて、この人たちにロマンを感じるようになったんです。

東京の蒲田にジオ・サーチ(株)という、道路の陥没などを調査する中小企業がありまして、その会社に国連の関係者から突然電話がかかってきて「あなたの会社の技術は、地雷除去に活用できるんじゃないか」と言われたそうなんです。そこから世界の紛争地域の地雷除去の取り組みをスタートさせる訳なんです、中小企業が世界の人の命を救うって凄いな!と感じ

大川: まずは本業を通じて、社会課題の解決に何ができるのかを考えました。そこで「人と環境にやさしい」をテーマに考えて、色覚バリアフリー(ユニバーサルデザイン)とインキや用紙など印刷物の環境配慮に対する取り組みを徐々に進

ました。

ユニバーサルデザインの服飾デザイナー井崎孝映さんもその一人でした。障がい者が集うダンスパーティーに参加したことがきっかけで、障がい者の服について多くの課題が見えたそうなんです。障がい者の方でも、着やすくお洒落を楽しめる服をつくりたい。そう思った彼女は、一念発起して、服飾デザインの専門学校でデザインを一から学び、起業しました。今では学生さんと言われるようになったので珍しくなりましたが、取材のなかで彼女から「洋服を通じて社会を変えたい」と言われたんですよ。もう目からうろこ! 手段の目的化に気付かせてくれたのが、これらのソーシャル・アントレプレナーの方々でした。

「環境印刷で刷ろうぜ！」に込められた想い

浦久保: 第2回ジャパンSDGsアワード「SDGsパートナーシップ賞(特別賞)」受賞／第1回横浜市SDGs認証制度「Y-SDGs」最上位「Supreme」認定／2015年度環境大臣表彰受彰／ゼロカーボンプリント(スコープ1,2のCO2ゼロ)／再生可能エネルギー100%など、実績を伴った「環境印刷で刷ろうぜ！」のメッセージは強く届きます。古い慣習からの脱出を後押ししてくれそうです。アフターコロナにおける環境印刷の在り方について教えてください。そして環境印刷を取り入れたと考えている印刷会社の皆さんにも参

画へのメッセージをお願いします。

大川: 最近の風潮としまして、SDGsがいわゆるファッションのように扱われるようになってきているのに、違和感をもちます。この地球という惑星の環境を持続していける取り組みを、我々経営者が本気になって行う必要があるからなんです。もう絶対に元に戻れない、ティッピング・ポイントに差し掛かっている課題がたくさんあります。皆がやっているからとか、社会にとっていいとか、環境にやさしいとかいうレベルでは持続なんて到底で

きないところまできている、この現実をまずは受け止めるべきです。

環境印刷を取り入れるにあたっては、専門家の意見をよく聴くことをお勧めします。そのうえで先ほど申し上げた現実を吟味し、できることからスタートすればいいと思います。私自身もそうなんです。最近では聴許(ちようきよ)を意識するようにしています。地球温暖化の原因論争になると、必ずといっていいほど二項対立が起きてしまう。互いの意見をよく聞き入れ許し合うことも重要かと思ひます。



湘南国際村で植樹活動後に社長から配られたパンを持つての記念撮影 全社員で「SDGs経営計画策定ワークショップ」を行っている様子

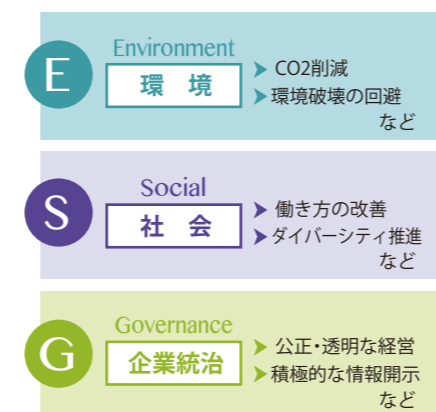
判断基準は「やさしい」ではなく「正しい」

浦久保: 昨年、ついに日本もカーボンニュートラルに向けた取り組みをスタートした訳ですが、これによって大川さんがおっしゃる二項対立のような、企業同士のせめぎ合いが水面下で起こっています。カーボンニュートラルに取り組む企業が開発した新たな商品によって、既存事業の存続が揺らぐことを懸念してせめぎ合ったりする訳ですが、このような動きをどのように感じられますか。

二項対立は回避できません。サステナブルな社会を実現するための会社ワン・プラネットカフェを設立したベオ・エクベリさんが提唱していますが、「環境に正しいか、ということを追及する社会にならないか、この問題は解決できない」と私も思います。

ESG(右図参照)は、企業の持続的成長の「ものさし」といわれていますが、ESGの概念から考えると、「やさしい」ではなく「正しい」になります。もちろん、環境にやさしい活動をされているのはよく分かりますが、それが環境に正しい、とならないものがたくさんあるのが現実です。

すべての物事を「正しいのか?」という感覚で考える時代にしていかなければならないと思います。



大川: おそらく20年以上、環境にやさしいという言葉が使われていると思いますが、この感覚では浦久保理事長がおっしゃ



社員の方それぞれの目標とゴールを手に撮影された写真がボードに。(写真はすべて大川印刷提供)

SDGsに取り組むメリットとGP認証

このただしいのかどうかの判断基準は、化学的根拠に基づいているのかどうかになるのですが、白黒ははっきりしない部分が往々にしてあるので、科学者の意見をしっかり聞きながら判断するべきだと思います。

例えば石灰石ペーパーは環境に配慮した用紙だといわれていますが、その成分の49%以上はプラスチックな訳で、化学的根拠に基づいてみると環境に正しいのかどうか?との疑問が湧いてきます。

浦久保: コロナ禍によって、印刷業界でも厳しい経営状況にある企業が多くありますが、「ソーシャルプリンティングカンパニー®」として取り組んだ結果、メリット

をお聞かせください。また日本印刷産業連合会が実施している「GP認証」とSDGsの関連性についてご助言ください。

大川: 2020年度はさすがに新型コロナの影響で、経営状況がいいとは言えませんが、2019年度は私が社長に就任した2005年以来最高の売上と売上高経常利益率でした。顧客の選択基準が価格だけでなく、価格のみの競争をするのではなく、何が正しいかを訴求することによって、値段以外の付加価値に共感してくださっているのだと思います。これが私の描いていた理想形であり、従業員と一緒に10数年かけて作り上げてきた実績だと思っています。

GP認証を取得して、環境印刷の基本を学ぶだけで満足しては意味がないと思います。GP認証を取得することが目的化しては駄目で、仕事が増える訳ではありません。また印刷業界全体での取り組みな訳ですから、高い基準を設けて推進する活動も必要ではないかと思ひます。

浦久保: 社会課題の解決について、儲かるか儲からないかの前に、企業としてやるべきことが問われる時代だということがよく理解できました。「やさしいではなく、正しいか」で物事を見ていくようにしていきたいと思ひます。本日はありがとうございました。

PROFILE 大川 哲郎

1967年横浜生まれ。幼少期から生き物や植物、自然が好きで、自然と触れ合いながら育つ。横浜青年会議所で、2002年社会起業家の調査研究、2004年に企業の社会貢献・CSRの調査研究を機に2004年、本業を通じて社会課題解決を行う「ソーシャルプリンティングカンパニー®」というビジョンを掲げ、現在に至る。