

平成 24 年度 事業計画書 案

※公益目的①～⑤は新定款案に基づくもの

■ 基本方針

▽ シュリンクする印刷産業

平成 24 年度の日本経済は、東日本大震災の復興を盛り込み政府見通しで実質 GDP 成長は 2.0%前後、多くの民間調査機関でもほぼ同様の見通しとなっている。プラスに転じる見込みだが、円高は落ち着きを見せるがデフレ経済からの脱却には、政治状況の流動化も加わり、消費税増税等で先行きの不安が解消されていないため不透明感も漂う。24 年度内の景気回復は概ね大企業と東北地方中心のものであり、地方経済と中小企業には厳しい情勢が続くと見るしかない。

我が印刷業界では、このような景気回復とは別に、メディアの多様化、顧客自身による“印刷・コンテンツの内製化”、印刷発注形態の変化と総量の減少等、かつて経験したことのない事態が続くものと覚悟しなければならない。多くの企業で「仕事の激減」と「質的变化」により、価格競争は一層の熾烈さを極め、印刷料金は下落したままで推移するであろう。長引く出版不況、商業印刷物の減少、クラウド・コンピューティングの伸長、スマートフォンの拡大、電子書籍等 IT 対応、加えて官公需の減少という現実が続き、ほとんどの印刷企業で売上げの大幅ダウンによる収益の悪化、経営環境の悪化が深刻化して、23 年度末に向かい資金繰りに窮する企業が増えて倒産増加も懸念される。

平成 22 年工業統計速報によると、従業者 4 人以上の印刷・同関連業（印刷産業）の事業所数は、前年比 6.5%減少し 1 万 3,883 事業所、従業者数は 4.3%減少し 29 万 5,722 人、出荷額は 3.4%減少し 5 兆 9,610 億円となり、6 兆円を割り込んだ。その内、6 兆円の約半分が大手 2 社で占める寡占状態が一層進んでおり、これらの趨勢を見ても中小印刷企業がいかにダメージを受けているかがわかる。23 年は、震災の影響もあり、さらに出荷額の減少も予測される。

オフセット市場が縮小する一方で、プリント・オンデマンドやインクジェットのデジタル印刷の普及により、印刷をめぐる市場構造の変化も確実に起こりつつある。JAGAT の予測では、オフ輪の供給過剰状態は依然として続き、折り込みチラシは下げ止まるが、フリーペーパーは続落、伸長分野は印刷通販で販売チャンネルは急増しているが、それに反比例するように通常の商業・事務用印刷は減少している。パイの食い合いで印刷単価の下落が続く。全印工連の将来予測で 2020 年には、2009 年比で -3.8%（下位予測）から -5.5%（上位予測）となっている。日印産連の将来予測では 2015 年に -0.7%、2020 年に -0.6%と強気の予想を行っているが、そのうちソフト・サービスが 3.0%、証券・特殊・包装印刷分野の成長を見込んでおり、本来の印刷物の落ち込みは確実と見ている。

米国においても印刷出荷額は減少が続き、PIA が今後伸長が期待される分野としては、デジタル印刷と印刷付帯サービス（データベース管理、DTP コンサル業務、フルフィルメント〔fulfillment〕・在庫管理、Web to Print 等）と予測している。

いずれにせよ、中小印刷業の生き残りはデジタルと付帯サービス分野への進出に限定されるようだ。

▽ 顧客重視と会員企業の経営支援強化

このような業界環境にあって、東京グラフィックスは各会員企業の経営力強化に、自社の特長と強みをデザインすることと考え、その支援に注力する。基本コンセプトは、市場開拓を重点に会員企業の経営強化をめざす。そのために、①情報、②教育、③CSR、④交流の4つを業界活動の基本姿勢として臨む。

具体的には、前期方針を踏襲する形で

- (1) 会員企業が自社の特長と強みをデザインする支援
- (2) 各会員企業の顧客創造に貢献する（市場・顧客ニーズの探索の支援、自主研究会の推奨）
- (3) 新技術・多様化するメディアへの知見と具体的対応力の強化
- (4) 会員相互の作業交流の促進
- (5) CSR 経営へのアプローチ（情報セキュリティ、個人情報保護、BCP、環境対応、雇用の安定）
- (6) 教育事業の充実
- (7) 都民・消費者利益の増大（広報活動の充実、地域防災）

——を掲げる。

会員企業のこれらの取り組みを様々な形で支援する。とりわけ作業交流と新規需要の拡大によって、各社が自社の強みを最大限生かせるよう、業界内の活性化に力を入れたい。そうした流れを定着させ、今後展開が見込まれるオンデマンド印刷や印刷付帯サービス分野（DM、データ管理、自費出版支援、顧客業務の一部請負、在庫管理…）の拡張によって、売上・利益の拡大につながる需要掘り起しを支援していきたい。

▽ CSR 経営の観点から（個人情報保護、雇用・人材教育、環境対応、地域防災、ミス・クレームの軽減）

企業はその事業活動を進める上で、その規模の大小にかかわらず、自然環境や社会と共存し、調和を図りながら、全体として持続可能な発展を進めなければならない。また製品サービスの生産と提供を通して付加価値を生み出し、利益を上げてその一部を社会に還元することも、基本的で大切な社会的責任である。このような企業としての社会的責任に対する考え方を基本に、東京グラフィックスではこれまでも意識的に取り組んできた個人情報保護をはじめとした情報セキュリティの強化、コンプライアンスの徹底、雇用や人材教育、環境対応、ミス・クレーム対策など、総じて CSR 経営の観点から印刷産業のポリシー確立と振興に資する取り組みを強化する。首都圏大規模災害並びに自然災害に対応する地域防災、事業継承（BCP）の策定と対策について関係自治体と協働で取り組む。

- ① 個人情報保護法への対応として、平成 18 年にプライバシーマーク付与指定機関に認可されている。5 年前からはジャグラーが付与指定機関に認可され一本化されたが、当会でも引き続き付与認定審査を続行している。現在、東京グラフィックス会員のプライバシーマークの認定件数は 90 社を数え、会員の 25% を占めている。並行して経済産業大臣認可の「認定個人情報保護団体」としての消費者保護活動も推進していく。今期も「プライバシーマーク制度」付与の積極的推進、苦情対応を含む個人情報保護に資する社会的活動を強化する。

② 教育面では、ジョブ・カード制度（実践型人材養成システム）について 2 年間の成果を踏まえ、業界の新人教育の拡充と制度啓発に努め、制度の紹介と学生や若年労働者への周知を図り、業界内の各層にレベルに沿った研修も行う。

厳しい雇用環境下ではあるが、今期は引き続き、ジョブ・カード制度の仕組みの普及・利用拡大を進め、企業の中核人材を育てる若年正規従業員の雇用を推奨していく。

経営幹部や従業員の教育・研修事業は、益々重要となっている。人材の教育なくして事業経営の将来を託すことや新技術への対応や市場への展開もできない。各層・各カテゴリーに細分した研修活動の充実を図り、業界の人材力のアップを図る。マネジメント、電子書籍、クラウド・コンピューティング、プリプレス、データベース、Web ビジネス、プレス・ポストプレス、営業、工程管理、環境対応、他に後継問題、技術の継承等、経営基盤をなす研修・研究活動をキメ細かい教育カリキュラムの提供と研修会等によって実現していく。他に、ジャグラ DTP パソコン教室を東京グラフィックス単独の講習に活用、都立中央・城北職業能力開発センター、日本プリンティングアカデミーとの連携や、支部をはじめ「FACE」「レインボウ」「自主研究会」との研修の共同開催も行いたい。

③ 地球環境保全では、印刷産業が自然環境や社会と共存しつつ、持続可能な社会の実現に真剣に取り組まなければならない喫緊な課題である。前期に作成した「CSR 報告書」を活用し、今期は会員企業へ「環境報告書」「CSR 報告書」を作成するための支援体制を構築する。また、グリーン購入法に基づく自主基準「日印産連・オフセット印刷ガイドライン」の遵守、環境優良工場表彰の推薦、VOC 対策、CO₂ 削減、産業廃棄物の適正処理等、確実にできるところから会員全員が環境に配慮した事業運営と啓蒙活動を推進する。また、前期より制作を進めてきた印刷における「事事故例（ミス・クレーム）」とその「解決方法」を収集して、データベース化し、小冊子を発行する。

地域貢献の具現化としては、BCP 活動の推進を港区、新宿区等との連携により全都にわたる地域防災に各支部の地域活動とリンクし、印刷業界としても広域防災と BCP の支援を検討する。

▽ 会の活性化と組織問題

① ここ数年、東京グラフィックスは会員減少は顕著で（23 年度＝5 社入会、35 社退会）、引き続き退潮傾向が続いている。業界を取り巻く情勢から今後も会員数維持は楽観できず、組織問題は一層大きな課題と認識している。今期は、加入促進プロジェクトが引き続き活動し、PR に努め、会長・副会長が先頭に立って退会防止に努め、支部と個々の会員の活性化を促す。さらにメディアの多様化、情報伝達の仕方、情報サービスをめぐる業態が変化してきていることにも踏まえ、会員拡大に向けては、純粹に「印刷業」だけに特定せず、デザイナー、カメラマン、編集者ら、印刷周辺事業者も対象として積極的に誘致活動を進める。「一人会員」制度を利用し、会員外ネットワークの強化を図りたい。5 月の「東京グラフィックス・フェスタ」等の催しを通じ、事業領域を拡張しつつの会員拡大活動が、作業交流を実現してワンストップサービスの展開、事業の多角化を可能とする。

② 委員会構成は公益社団法人移行を前に、経営、総務、CSR、教育・技術の 4 委員会体制とする。またジャグラの各委員会との連携を強化し、移行後はよりスリムな運営をめざす。会員企業へのサー

ビスの質の低下は起こらないように努力する。

- ③ 支部の活性化が東京グラフィックス活力の源泉である。具体的に全ての会員との繋がりには支部が中心となる。本部活動と地域（支部）が両輪となって、積極的なジョイント企画の推進を図り、会員ニーズに即した業界活動を推進する。

▽ 広報活動

機関誌「東京グラフィックス」、ホームページ、メールニュースにより、会と会員、消費者を結ぶ。経営・技術動向の提供、教育面での活用、会員相互のコミュニケーションの場をつくる。ホームページ上に会の活動を正確に掲載し、タイムリーな情報の双方向での受発信、消費者への有益な情報提供、会員相互のコミュニケーションの効率化を図り、リニューアルと内容充実に向けた新企画を準備する。

▽ 財政問題

深刻な状況に陥っていた財政問題については、22年度当初より財政改革プロジェクトを立ち上げ、事業の効率化、合理化、諸経費の見直しを中心として進め、キャッシュフローを改善させつつ、収入の増大策、会の活性化案を講じる。今期もこの方針を執行上徹底させ、財務の健全化を目指す。

▽ 事務局機能充実

会員満足に徹し、一方で公益法人として都民・消費者へのサービスを強化するために、日常業務・事務の合理化・効率化の追求、そして会員への奉仕の精神、細分化している会員ニーズに応える。また多くの「情報」を、会員動向に配慮し、わかりやすく整理・発信し、印刷技術、教育面の強化、労務問題、個人情報保護およびプライバシーマーク制度のサポートなどに注力する。加えて様々な質問・要望に極力応えうる事務局としての機能を持たせ、個別課題には専門家等との連携を図り、会員メリットを享受できる運営を目指す。また公益社団法人移行に伴い、より都民・消費者と業界の架け橋役としての機能も付加しなければならない。

ジャグラ事務局との協力体制を強め、業務の効率化と人的交流の促進をはじめ会員サービスの徹底に努める。今期も厳しい環境ながら、よりよい東京グラフィックスとなるように活動することを基本的に奮闘したい。

■ 公益的事業の推進

今期は、公益社団法人への移行を目指す。そのために、活動スタイルをより公益性（都民・消費者利益の増大）を前面に打ち出すこととする。

▽ 個人情報保護、環境保全、印刷の普及・啓発、雇用促進

会員企業による印刷を通じた社会への貢献はもとより、東京グラフィックスとしての公益目的に即

した事業を以下のように進める。

① 認定個人情報保護団体の活動

個人情報保護法に基づく認定個人情報保護団体として都民・消費者と会員企業間での個人情報に関する苦情・相談を受付、解決へ向けた窓口として担当副会長、CSR 委員会および事務局が経済産業省、東京都、一般財団法人日本情報経済社会推進協会と協議しながら解決にあたる。なお、プライバシーマーク指定審査機関はジャグラへ移行しているが、プライバシーマーク制度の普及のために、当会会員への審査業務活動は継続する。

② キャリア形成促進助成金の「OJT 付き訓練」への協力

都民を中心とした高校、短大、専門学校、大学等の学生および職を求める若年労働者に対して、会員企業での就業へ向け、教育機関との連携を図り、キャリア形成促進助成金の「OJT 付き訓練」（旧・ジョブ・カード制度 実践型人材養成システム）への協力を行う。訓練カリキュラム（off-JT, OJT）の内容は当会が策定したものに準拠されるが、今後の印刷関連業種における新人教育への活用を促す。

③ 環境保全・公害防止、資源リサイクル、節電事業の推進

環境保全・公害防止、資源リサイクル事業は、業界にとって重要で公益性の高い事業と考える。同時にグリーン購入法に基づく日印産連・オフセット印刷ガイドラインの遵守を提案していく。環境保全では、産業廃棄物処理の適正化・減量化の促進と PRTR 法、改正大気汚染防止法に伴う VOC 排出削減の努力、東京都環境確保条例への対応・周知を急ぎ、化学物質管理方法書の作成、CO₂ 削減へ向けた努力、産業廃棄物のマニフェスト報告業務の周知を図る。

節電については、昨夏の経験を踏まえ、引き続き、省エネ、節電を奨励していく。

④ 都民のための印刷相談業務

都民への印刷の普及では、都民への印刷技術の公開および情報発信については東京グラフィックスのホームページを充実させ、より広く公開する。同時に事務局にて、各種印刷や自費出版等に関連する相談業務にあたる。各行政区レベルの産業展における“印刷”の啓発活動への協力と同時に、今年度は、5月の「東京グラフィックス・フェスタ」開催をはじめ、当会が関わる各種印刷関連展示会にて業界自らが情報発信を行うと同時に、一般都民へ印刷への理解を促進させ、相談に応じる。

⑤ 雇用創出、就業への協力

東京都職業能力開発センター（旧・都立技術専門学校）からの求職、その他デザイン学校との連携を強化し、関係機関と協力し、若年層の雇用促進・安定に努める活動を行う。キャリア形成促進助成金制度以外にも、新規学卒者や未経験労働者の雇用促進に力を注ぎ、会員企業へ、65歳継続雇用を研究し高齢労働者の活用、身体障害者、短時間勤務労働者の雇用安定・定着を支援する。

さらに「ワークライフ・バランス」について、従業者の就労と生活を両立させるべく啓発に努める。

⑥ 技術セミナー等の開催

会員企業・関連企業、一般向けに、各委員会と連携を図り、印刷関連技術および「電子書籍」「クラウド・コンピューティング」関連のセミナーを開催、さらに東京グラフィックスとジャグラによる協働の研修会の開催、業界の技術動向の周知を行う。

⑦ 地域防災計画の策定

CSR 委員会が中心となって業界としての首都直下型大震災の対応と防災計画を構築する。首都における防災・リスクマップの製作並びに運用支援を通して地域諸団体への新たなサービスの展開とネットワーク構築を図る。地域防災強化事業の推進と地域行政等との協業による「防災隣組」活動、地域リーダーとして支部・地域活動の活性化を図る。具体的には港・中央・新宿区等自治体との協業による支援事業の強化を図る。

また、東日本大震災への復興支援、福島原発事故被災者への支援も継続する。

■ 事業計画

1. 企業経営および技術に関する調査研究 (1号事業)

公益目的 ①

① 「マーケティング・販路拡大・新商品開発」の研究・実践 (経営委員会、自主研究会)

会員相互のコラボレーションによる新市場開拓・新商品開発を目的として、会員企業の保有するオリジナル商品・アイデア商品や、特殊加工・専門技術等を「東京グラフィックス・フェスタ」、ホームページを通じ紹介する。業界内および関連する異業種ともコラボレーションも図る。顧客や一般都民・消費者への紹介も行う。

会員企業が顧客や一般都民・消費者へ配布できる営業ツールを企画・製作する。

公益目的 ①

② 印刷関連技術の調査・研究 (教育・技術委員会、自主研究会)

会員企業の業務 (データ処理、DTP、印刷、加工など) における「事事故事例 (ミス・クレーム)」とその「解決方法」を前期に続き、再収集して、データベース化する。成果は、小冊子の作成・ホームページ等で発表する。

各種データ類のマルチユース展開の研究を行う。その他、新しい印刷関連技術や、インクジェットをはじめとするカラー印刷に関する情報提供、SNS の活用、モバイル端末の活用、電子書籍関連の研究、ジャグラとの協働による成果を必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。なお、機関誌では消費者向けに「印刷の基礎知識」の連載を復活し掲載する。

公益目的 ① 共益

③ 印刷経営関連問題の調査・研究 (経営委員会、自主研究会)

印刷業の経営関連問題について、タイムリーな課題を取り上げ検討する。同時に有志によるテーマごとの研究会 (部会) において、調査・研究する。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ① 共益

④ 原価管理意識高揚事業 (経営委員会)

コスト・原価意識高揚運動を掲げ、適正原価の把握、MIS の考え方の徹底を図る。

コスト管理と諸資材価格の上昇への対応と、印刷発注者や一般都民・消費者へ向けた価格回復についての啓発を検討する。なお、民主党が試行している官公需競り下げ方式には反対してく。

公益目的 ①

⑤ 労務環境整備事業（経営委員会）

労務環境問題については、労働安全衛生面、短時間労働問題、ワークライフ・バランスの啓発を行う。成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ②

⑥ 個人情報保護と認定個人情報保護団体の活動（CSR 委員会）

認定個人情報保護団体として、都民からの個人情報保護の問題について会員企業への支援と相談を行う。ジャグラ個人情報保護委員会における個人情報保護の問題についての提案を基本に、調査・研究する。個人情報保護 業界ガイドラインの見直しを継続的に行う。

個人情報保護法やプライバシーマーク制度についてのセミナーを開催する。

プライバシーマークの普及・啓発を推進する。その他、関連機関との連絡・協力を行う。

公益目的 ① 共益

⑦ Web 活用の戦略研究と実践（教育・技術委員会）

急速に進展する「Web 関連ビジネス」や Web to Print の仕組み、クロスメディアに関する研究等を研究する。成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ① 共益

⑧ 「ビジネス交流名簿」の拡充と Web での公開（総務委員会）

会員企業の保有する、会員相互のビジネス交流に活用できる技術・設備をはじめ、オリジナル商品・アイデア商品や、特殊加工・専門技術等のデータを収集し、データベース化する。これをホームページにアップすることで、会員企業の情報共有を図るのみならず消費者向けに工夫し、「グラ天」との連携を図り、広くアピールする。

2. 人材の確保・育成事業（2号事業）

公益目的 ③

① 能力開発推進事業（教育・技術委員会）

会員企業に必要な従業員の能力開発を推進する。会員外の利用も拡大し、各委員会が行う教育研修事業を教育・技術委員会がスケジュール、カリキュラム等の整合を図り、階層・分野毎にテーマを調整し、効率の良い能力開発に努める。

企業内の教育システム、能力開発について研究する。東京都、東京都中小企業団体中央会、各教育機関等の協力を得て実施する。

公益目的 ③

② 東京都立職業能力開発センター、各種学校等との協調（教育・技術委員会）

印刷業界の要求に応えられる雇用の協力と、インターンシップの受け入れ、業界内における人材の

再教育（向上訓練）を、都立中央・城北職業能力開発センター、日本プリンティングアカデミー等と協調して行う。また、都立中央・城北職業能力開発センターの向上訓練の、企画を行う。

印刷・グラフィックサービス工業への就業を目指す学生へ、業界のPRを行うとともに、学生らの質疑に応え、就職活動を支援する。

公益目的 ③

③ キャリア形成促進（ジョブ・カード制度関連）の活用（教育・技術委員会）

厚生労働省が推進するキャリア形成促進（ジョブ・カード制度関連）の普及、啓発のために制度の紹介、学生への周知を図る。前年度に作成した教育カリキュラム、ジョブ・カードの利用を図る。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ④

④ 若年者・障害者・短時間労働者の雇用促進対策（経営委員会、教育・技術委員会）

東京都中小企業団体中央会、東京労働局、ハローワーク、東京障害者技術専門校等とタイアップした若年者雇用研究や障害者雇用、短時間労働者、高齢労働者の雇用研究を官公庁、専門学校の協力を得て実施する。

公益目的 ⑤

⑤ 「印刷の基礎知識」テキストの改訂（情報・技術委員会）

「これだけは知っておきたい印刷の基礎知識」の改訂を行い、広く印刷関連知識を公開する。

3. 都民への印刷技術の普及・啓発事業（3号事業）

公益目的 ①

① 都民・エンドユーザーへの印刷技術および自費出版に関する啓発事業（総務委員会）

一般都民・消費者向けに「グラフィックサービス工業」を紹介し、印刷・情報サービス技術に関する啓発を行う。地域および会員が参画する地方自治体の産業展等への支援等を行う。また「東京グラフィックス・フェスタ」において、一般都民・消費者へ印刷・情報サービス技術に関する啓発を行う。

東京グラフィックスが所有する印刷関連書籍・資料については、一般都民・消費者の求めに応じて公開する。一般都民・消費者からの“印刷”に関わる疑問・質問を受け付ける。印刷に関連する情報等をホームページに公開し、普及・啓発を図る。

NPO 法人日本自費出版ネットワークと連携をとり、自費出版アドバイザーらによる相談業務、自費出版関連の一般都民・消費者向け情報発信を行う。

公益目的 ②

② 月刊「東京グラフィックス」誌の発行（総務委員会）

月刊「東京グラフィックス」誌を発行し、会員・非会員、関連業界、および一般都民・消費者に対して、業界活動や、印刷関連技術および経営等の情報を、広報する。印刷関連技術、労務、教養面を充実させ、頁数も増頁する。「経営者」向けの連載内容を見直す。

機関誌とホームページのコンテンツを有効に相互展開する。

公益目的 ①

③ 東京グラフィックサービス工業会の宣伝広報活動（総務委員会ほか）

東京グラフィックスの事業全般について、「東京グラフィックス・フェスタ」や、地域産業展等を通じ、広く一般都民・消費者に広報する。

公益目的 ①

④ ホームページの更新・運用（総務委員会、各委員会）

会員のみならず一般都民・消費者へ向けて、ホームページによる情報提供を行う。ホームページの利用拡大を図るため、コンテンツを充実させ、更新を続ける。各委員会は、コンテンツの充実を図るために、連携を密にして情報交換に努める。また、ホームページや e-mail を情報発信に活用する。

公益目的 ①

⑤ ジャグラ BB の活用（総務委員会、各委員会）

ジャグラ BB の全会員視聴を継続し、情報提供のみならず企業内教育等活用方法を研究し、番組コンテンツの提供や強化をジャグラと共に拡大を目指す。

4. 講習・研修会事業（4号事業）

公益目的 ③ 共益

① 営業マン育成事業（教育・技術委員会）

会員企業・会員外関連企業の営業担当者の資質向上を目的とした、セミナーを年1回以上開催する。

公益目的 ③

② 各種オペレーター育成事業（教育・技術委員会）

会員企業・関連企業の、プリプレスおよび印刷・製本担当者の資質向上、および一般に対して新技術の紹介と習得を目的とした、セミナーを賛助会員とのタイアップも含め年数回開催する。

ジャグラが作成した印刷の全工程を網羅した「映像で学ぶ印刷の全て」等の教育ビデオの活用を推奨する。また、ジョブ・カード制度で作成した教育カリキュラムの新人教育への活用も勧める。

公益目的 ③

③ 技術セミナーの開催（教育・技術委員会）

会員企業・関連企業、一般向けに、他の委員会と連携を図り、印刷関連技術および「SNS」「電子書籍」「クラウド・コンピューティング」やモバイル端末活用等のセミナーを年1回以上開催する。

公益目的 ③ 共益

④ 経営セミナーの開催（経営委員会）

会員企業・関連企業の経営者、経営幹部、一般向けに、経営問題のセミナーを年1回以上開催する。

公益目的 ③ 共益

⑤ 各地域（支部）におけるセミナー・講習会等の支援（総務委員会、教育・技術委員会）

各地域（支部）においてセミナーや講習会を開催する際に、カリキュラム提案や講師紹介等を行う。各種イベントには地域住民、学生にも広く参加を呼び掛け、グラフィックサービス業への理解を深め、

技術の公開、環境保全の PR に努める。

5. 公害防止・リサイクル等事業（5号事業）

公益目的 ④

① 各種環境保全対策事業（CSR委員会）

各種環境保全対策について研究する。業界として自主的な取り組みを継続する。

グリーン購入法、PRTR法・大気汚染防止法等への対応、東京都環境確保条例への対応、VOC対応およびCO₂削減（低炭素社会実現）対策を図り、ジャグラーが発表している自社のCO₂排出量の把握を行い、個々の企業努力を支援する。さらに節電対策にも協力する。

会員が利用できる「CSR報告書」「環境報告書」の雛型等を含むパンフレットを作成し、利活用する。太陽光発電の設置をはじめエコ対応事業を検討する。一般消費者に対しては、印刷に関わる各種規制や法令・ガイドラインの遵守に理解を求め、環境に優しい印刷関連製品の利用を促進させる。他に日印産連「グリーンプリンティング（GP）マーク」取得、「環境優良工場」表彰を推奨する。

当会が作成した「環境チェックリスト」を見直し、環境関連法令をリストアップし活用を図る。また、会員企業の「CSR報告書」「環境報告書」作成を支援する。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ④

② ゴミ、資源リサイクル対策事業（CSR委員会）

廃棄物処理、廃棄物の減量化の研究を行う。ユーザーと協力してグリーン購入法への対応として日印産連「オフセット印刷ガイドライン」の活用を図る。また、産業廃棄物の適正処理を促進するとともにマニフェスト制度の徹底を図る。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ④

③ CSR、BCPの研究（CSR委員会）

CSR（Corporate Social Responsibility＝企業の社会的責任）について研究する。グラフィックサービス工業として、環境や地域社会への貢献などを通して社会的責任を果たすべく、CSRの概念と実践方法について調査・研究し、「CSR報告書」作成を支援する。

BCP（事業継続計画）に関して自治体と協調した運動の展開を行う。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

公益目的 ④

④ CSR見学会（CSR委員会）

CSRおよび環境問題に関連する見学会事業を実施する（年1回以上）。

公益目的 ④

⑤ 地域防災計画の策定（CSR委員会）

業界として首都直下型大震災への対応と防災計画を構築する。首都における防災・リスクマップの

製作並びに運用支援を通して地域諸団体への新たなサービスの展開とネットワーク構築を図る。

地域防災強化事業の推進と地域行政等との協業による「防災隣組」活動、地域リーダーとして支部・地域活動の活性化を図る。具体的には港・中央・新宿区等自治体との協業による支援事業の強化を図る。

6. 関係機関との連絡・協力事業（6号事業）

公益目的⑤ 共益

① 関係官庁、関係各機関との連絡・協力事業

業界の指導官公庁である経済産業省、厚生労働省、東京都をはじめ、東京都印刷産業団体協議会、公益財団法人文字・活字文化推進機構等、各関係機関と連携を保ち、一般都民・消費者の生活に資する各種事業を行う。

公益目的 ⑤ 共益

② 官公需入札の改善（経営委員会）

東京都における印刷物の入札制度については「物品購入」扱いから「製造請負契約」への変更が認められたが、引き続き、最低制限価格制度の実現など入札方法の改善を求めていく。また、電子入札に関するフォーマット（仕様書、見積ソフトの利用）などについて調査・研究するとともに、東京都、区市町村への要望の実現を周辺業界との協調によって進める。

7. その他の事業（7号事業）

公益目的 ⑤ 共益

① 東京グラフィックス青年部「FACE」の支援（経営委員会）

東京グラフィックス青年部「次世代の会」を支援し、関連団体青年部との連携を通して、若手業界人の育成と相互交流の場を提供する。

事業承継・後継者問題の情報交換ないし研究会の開催（年1回以上）を行う。

公益目的 ⑤ 共益

② 組織の拡充（総務委員会）

当会の対外的なPRと、業界周辺の未加入業者の加入促進によって組織化を推進する。

とりわけ、「一人会員」制の新設により、デザイナー、カメラマン、編集者にも会員の枠を広げ、広範な会員構成を目指す。同時に会員の退会防止に努める。

各地域（支部）の活性化を促進するために、会員ニーズに即した幅広い課題毎の会合・行事の支部合同による開催を促す。

賛助会員懇談会（年1回）の開催などにより、賛助会員との情報交換、業務連携を強める。

自主的なグループである女性の会「レインボウ」、業界の65歳以上のメンバーで組織されている「悠遊クラブ」との連携も図る。