

2019 CSR 報告書







平素は格別のお引き立てを賜わり厚く御礼申し上げます。
2019年版のCSR報告書をお届けいたします。

2014年に初のCSR報告書を発行して以来、今年で6冊目となりました。試行錯誤の連続で、ある意味“手当たり次第に”手をつけてきた取り組みも、ひとつ一つが精査され、良い意味で“こなれてきた”という感触を持っています。これは、CSRの取り組みが日々の業務の中に自然に溶け込んできたということでもありますが、取り組みがマンネリ化し、目的を見失う危険性を孕んでいるということでもあります。ひとつ一つの取り組みが、どこを目指して、今はそのうちのどのぐらいまでできていて、これから何をどうすれば良いのか？ということ、より明確にしていくために、改めて「PDCAをしっかりとまわす」ということを考えています。

CSRとは、社会の中での自分たちの役割を探して歩く、永遠の旅のように思います。いつも私たちを支えてくださる皆さまとの〈対話〉の中から、私たちだからこそ果たせる「役割」を見つけ、また創造していきたいと願っています。

日頃からの皆さまのご厚情に心より感謝申し上げますとともに、是非本書をご一読いただき、忌憚のないご意見、ご質問、叱咤激励など賜りますようお願い申し上げます。

2019年11月

株式会社協進印刷

代表取締役社長 江森克治

CONTENTS

- 3 特別対談 内田裕子 × 江森克治
「横浜イノベーション」から始まる新時代の価値創造

CSR 取り組み報告

- 12 協進印刷価値創造プロセス
14 環境
15 情報セキュリティ
16 品質
17 雇用・労働安全
18 社会貢献・地域志向
20 情報開示・コミュニケーション
21 協働事業報告
熱中症予防アドバイスボード
22 今後の課題
23 各種認定

特別対談

「横浜イノベーション」から始まる 新時代の価値創造

経済ジャーナリスト

株式会社協進印刷

内田裕子×江森克治



横浜は本当に「進取の気質」なのか？

江森：内田さんは、神奈川ビジネス Up To Date という番組を今年の3月まで丸4年間やってこられ、今年の9月には『横浜イノベーション』という著書を出版されました。この本は神奈川ビジネス Up To Date での数々の経営者へのインタビューや、現場取材を通して内田さんが見て来たことの集大成なんだろう…と、誰もが思っていたはずですが、蓋を開けてビックリ！私は良い意味で裏切られた！と思いました。この本は内田さんの個人的なサマリーなどではなく、本格的な横浜の歴史書であり、横浜のリーダー

たちへの提言書であり、横浜というフレームを借りて発信する日本の経営者への叱咤激励の書なのでした。

内容についてはみなさんにもお読みいただくとして、私が最も共感するのは「横浜は本当に進取の気質なのか？」という問題提起です。横浜のどういうところが、そう思わせただのでしょうか。

内田：4年前に番組が始まって、今年の3月までにすべてが横浜というわけではありませんが、約200社を取材し経営者にインタビューさせていただきました。私は千葉県生まれで現在は東京都在住ですから、横浜といえば文明開化、おしゃれでエキゾチックで、新しいものが次々に生まれている街というイメージがありました

が、横浜の企業を取材すればするほど「おや？」という違和感を感じるようになりました。横浜の街が新しいものを積極的に受け入れているという気配が感じられないのです。もちろん先進的な経営者にもたくさんお会いしましたが、それは横浜の気質というより、その経営者ご本人の個性によるところが大きいように感じました。

江森：「横浜は進取の気質か？」という問いには、私は明確に「NO」ですので、内田さんがそれをいち早く感じ取られたのはさすがだなと思います。夏休みに久々にハルキでも読もうと思い立って『騎士団長殺し』を読んだのですが、その中で主人公が登場人物のひとりである〈免色さん〉に日本画の歴史について説明する場面があります。江戸時代にはもちろん日本画なんていうジャンルは存在しませんので、明治以降西洋の絵画が入ってくるようになったことで、日本の芸術体系を整理する必要に迫られて、世俗的なものから工芸的なものまでひっくり返して日本画ということにしたようです。つまり小説の言葉を借りれば日本画は「外圧と内圧の接面として結果的に」「必然性に従って生み出された合意」であり、横浜もそのような外圧と内圧の接面として必然的に生まれた街だということです。横浜の人たちは、ある面では異文化との接点の役割を果たすという責任感を持ちながら、一方では日本の社会にありがちな既得権に寄りかかりたいという欲求も併せ持っているのではないかと思います。横浜＝進取の気質なんていうイメージがあるばかりに、既得権のところ妙に生々しいというか、より陰湿な感じに見えてしまうというのはあるのかもしれません。

内田：横浜の人って、すごく横浜が好きで、横浜ブランドに誇りを持っているのは伝わってくるんですけど、じゃあそのブランドの本質って何ですかと訊いてみるとすごく漠然としているんですよ。横浜商工会議所会頭の上野さんが「横浜ルネッサンス」を掲げて、もう一度多様性に富んで活気溢れる横浜に原点回帰しな

ければいけないとおっしゃっていますが、ということは今はそうではないということですからね。原点に戻るんだという、今がまさにそのタイミングということなんではないでしょうか。

江森：結局外圧がなくなっちゃったということではないでしょうか。それこそ黒船が来たとか、進駐軍が来たとか、外圧と内圧の接面として矢面に立つのが横浜の使命と思ってやってきたんだとしたら、今は特に外圧らしきものはないですからね。横浜なんてお呼びでないというところでしょう。

I R 誘致が提起する 2 つの選択肢

内田：それこそ地方創生の掛け声のもとで、それぞれの自治体が自主自立でやっていかなければならないという時代ですからね。

江森：そうなると横浜は弱いですね。たまたまここに港が開かれたというだけで、特に文化遺産があるわけでも、伝統工芸があるわけでもないですからね。

内田：それを聞いて思い出したのは、金沢に行ったときのことで。金沢市でも昨今のインバウンドの流れに乗って客船を誘致しているのですが、金沢港は小さいので小型の超豪華客船に焦点を当てているのだそうです。そうなると乗客も超富裕層ということになるのですが、横浜と違うのは、乗客が街に降りてしっかりと回遊するということなんです。小京都と言われる街並みを散策し、漆塗りのお椀や九谷焼のお皿を買い、和食を食べてお座敷遊びをして、しっかりお金を落としてくれるというので、金沢の人たちは自分たちが持っている歴史的な価値を、今まさに一気に開花させているわけです。一方で、今江森さんがおっしゃったように、じゃあ横浜の強みって何？と考えると、これを明確に語れる人はいないんじゃないかと思いますね。

江森：たかだか 160 年ですからね。金沢だ京都だっていったら千



年を超える歴史があるわけですからね、全然かなわないですよ。

内田：新港埠頭の方たちが言うのは、大きな船が着いてもみんな東京に行っちゃう、富士山に行っちゃう…。じゃあどうしようって言っても答えがないんですよ。

江森：だからIRでしょうがないじゃないですか。

内田：そこでそういう流れになるわけですが、本当のところどう思いますか？これから横浜の本当の良さをクリエイティブして、イノベーションを起こしていこうとしたときに、江森さんのアイデアを是非聞かせてください。

江森：選択肢は2つあると思うんです。ひとつはそれこそ千年後に金沢や京都のような確固たる価値を創ろうとする方向性で、もうひとつはとりあえず目先5年、10年ぐらいのことを一生懸命やっていくという方向性です。千年構想でいくとすれば、世界に向けて横浜にしかない文化を、それこそ横浜スタンダードを作っていかなければなりません。私がリーダーなら間違いなくこっちを選びますが、そうなったらIRなんか無しですよ。でも、グローバル経済の中でその流れにしがみついて行くんだということであれば、IRでもなんでもどんどん入れてグローバル化しなきゃつ

いていけないですよ。今のリーダーはこちらを選んだということですね。いみじくも横浜市経済局OBの方が「横浜は自立をあきらめた」とおっしゃっていました。

内田：その2つをいいとこ取りで両立することってできないんですか？

江森：それは難しいでしょう。ヨーロッパの街にしても京都にしても、結局は何百年、何千年前の遺産で食べてるようなところがあるじゃないですか。そこにしかないものって、ある程度クロードな環境でないと育たないと思うんですよ。オープンにしていけば、今や世界中どこの都市にもルイヴィトンがあり、Gapがあるように、どうしたって金太郎飴的にならざるを得ないでしょう。日本の地方都市の郊外の風景が日本全国どこに行っても同じになってしまったように、IRが来るってことは世界中どこにもあるような街になっていくこととイコールと思います。

“千年構想”で横浜ならではの価値づくりを

内田：江森さんの“千年構想”でいくとすれば、令和が始まった時代に心ある経営者たちが始めてくれたことで、千年後の横浜の人たちが感謝するようなことを、まさに今スタートしなければいけないと思うのですが、横浜らしさが失われてリトル東京のようになってしまったこの街を、ここからリスタートして作り直していくには、何が必要だと思いますか。

江森：現時点でいえば「市民力」だと思いますね。NPOの活動のしやすさでいったら横浜は全国有数だと思います。

内田：そうですね、こんなにNPOが活躍している都市って他にないですよ、横浜がダントツです。

江森：まだまだ個人の力に依存しているところは多いとはいえ、地域の社会環境としてNPO・企業・行政のバランスがとても良い

のだと思います。また人口が多いため社会課題もたくさんありますので、それを行政まかせにせず自分たちで解決していこうよという、自主自立の気風みたいなものは確かにあると感じますね。現時点でのリソースを活用するなら、市民力先進都市みたいなビジョンでいくといいと思いますね。

内田:なるほど、遺跡とか名所とかではなく、ソフトの部分ですね。そうすると横浜のことを自分ごとと捉えている人が多いということだと思うのですが、その原動力になっているものって何だと思いますか。誰か仕掛けている人がいるのでしょうか。

江森:誰か特定の人が仕掛けているということでもないと思いますね。確かに中間支援的な組織も多いですが、それはNPOが多いから結果的に中間支援も多いということだと思います。

内田:私の習性で穿った見方をすれば、横浜市という巨大な自治体が、あまりにも多い市民をケアしきれずに、市民に頼むしかなくてNPOに委託してきたということはありませんか。

江森:それはその通りだと思います。横浜市は企業に比べて住民の方が圧倒的に多いですし、企業城下町のように大きな企業から



ドーンと税金が入るようなこともないので、財政的にはかなりやりくりが大変なはずですよ。

内田:横浜のNPOの特徴というか、こういう分野が強いとか、そういう傾向みたいなものはあるんですか。

江森:どうなのでしょう。私にはまったくわかりませんが。

内田:そのあたりを分析してみると、横浜の市民力が可視化できて、説得力を持ってくるかもしれませんね。

江森:そうですね、行政や中間支援組織でそういう分析をしているところが、もしかしたらあるかもしれませんが、それはやってみる価値はありますね。でも、実際に困っている人というのは、全方位的にあらゆる分野にたくさんいるんだと思うんですよね、人口も多いですから。何か横浜に固有の課題があるからというよりは、とにかくあっちにもこっちにも困っている人がいて、そこに行政の手が届いていないという背景はあると思います。

内田:私は横浜に住んでいるわけではないですし、主に経営者の方とお話をする機会が多いので、私の目にはなかなか横浜の困っている人の現状というのが見えてこないのですが、どんなお困りごとがあるのでしょうか。

江森:いろいろあると思いますが、それこそ子供の貧困とか、たぶん虐待も多いですよ。独居老人や買い物難民の問題とか、挙げればキリがないでしょう。

内田:横浜というと、どうしてもみなとみらいや元町界隈などの華やかなところに目が行きますが、IR反対派の方からは、急速に高齢化が進んでいるし、中学校の給食もないとか、こんなに課題がたくさんあるのにIRなんかより先にもっとやることあるんじゃないかという声も聞かれますね。

江森:まあそれは単純に比較できることではありませんし、二者択一ということではないですよ。経済活動はそれはそれできちんとやっていかないといけないことですから。ただ課題も人も多

すぎて、行政の手が回らないということが一番の課題なのだと思います。

リーダー不在の横浜がいまやるべきこと

内田：横浜市なんてとても大きな自治体で、職員の方もたくさんいると思いますが、それでも手が回らないというのは、組織が縦割りで行政の効率が悪いというような要因もあるのでしょうか。

江森：組織が悪いのかなあ…。本当に大きな組織なので、どうすればもっと効率が良くなるのかというのは、私には想像もつきませんが、ひとり一人の職員の方を見ていると、人が育ってないなと感じることはありますね。ものすごくいいプレーヤーというのはときどき出現するんですよ。でもみんながそうではないし、みんながそこを目指しているふうでもない。

内田：いいプレーヤーは異質な存在なんですね。

江森：確かに異質なんですけど、それを排除しようとかいう気配は特にないんですよ。あなたはあなた、私は私。みたいな感じですね。あるいは職員の育成システムに問題があるのかもしれません。もっともリーダーがどんなビジョンを出すかにもよりますが…。そういう意味では今の市長は旗を振るタイプではないので、余計に沈滞しがちというか、よく言えば安定しているということなのでしょうけど、いわゆる「役人ぼい人」が「役人ぼく」仕事をしているという感じに見えますね。そこはトップの責任は大きいと思いますよ。

内田：本当にたくさんの人にインタビューをしてきましたが、みなさん異口同音におっしゃるのは、横浜には圧倒的なリーダーシップのとれる人がいないということです。そこが横浜の弱点だと。で、裏にまわるとみんな仲が悪いと（笑）。これはどうしたらいいんでしょう？



江森：どうしたらいいんですかねえ（笑）。エリアが大きすぎるんじゃないですか？もっと細分化しちゃえばいいんですよ。市を5個に分けちゃうとか。そうすれば、各地域ごとにもっと課題や特色が明確になって、リーダーが出やすくなるのではないのでしょうか。

内田：自治体として大きすぎるんでしょうね。何か特徴づけようとしても総花的になってしまって、「じゃあ、横浜って何なの？」って尋ねても、誰も答えを持ってなくなってしまっている。だから私は、いろいろな付度のようなことを一旦横に置いて、外国の人に横浜ってどんなところですか？って訊かれたときに「こうですよ」って答えられるものを持つべきなんじゃないかと言ってるんですよ。

先日シドニーに行ったのですが、出発前にシドニーに詳しい知り合いにシドニーの楽しみ方を訊いたら、「そりゃあシドニーに行ったら、港のレストランでハーバーブリッジとオペラハウス眺めながらオイスターと白ワインでしょう」とスパッと出るわけですよ。そういうものが必要なんだと思うんですよ。

江森：世界からそれを楽しみに横浜に来てくれる「何か」という

ことですね。

内田：いまはそれぞれが自分の中に「マイ横浜」を持っていて、それがバラバラなわけですよ。そのことがようやく明らかになってきて、このままじゃよくないよねと、何とかしようよと、ようやくそういう議論が腹を割ってできるような、そういうタイミングに来たのかなあと思います。

江森：先ほど大きすぎるとい話をしましたが、実は「横浜」という単位で考えたり行動したりしている人はあまりいないと思うんですね。元町の人は元町が横浜だと思ってるし、中華街の人は中華街が横浜だと思ってる。

内田：『横浜イノベーション』の最後には希望をもって「濱橋会」という若手の人たちの活動を書いたのですが、彼らはこれまでのような自分たちの街さえ良ければいいという考えはやめて、それぞれの良さを認め合ってつながっていくというピュアな思いをもって活動しているんですね。特定のリーダーを置かないというスタイルも新しいネットワークの可能性を感じさせてくれてとてもいいと思いますし、大切にしたいなあと思っています。大人としてどう思いますか？

江森：いつの間にか大人側の年齢になってしまいましたが、気持ちはまだまだ若者側のつもりですし、そういう考え方、ネットワークの作り方には大いに共感しますね。

“企業の市民力”を高めるSR調達の可能性

内田：番組の中で江森さんとお話してすごくおもしろかったのは、CSRの考え方とか、それを横浜のスタンダードにしていくという発想で、ハードじゃなくて、そういうソフトの部分を横浜の売りにしていくという考え方って、とってもいいなあと興味を持ちましたね。

江森：ありがとうございます。CSRに限らず横浜の市民力というのは、これは本当に全国に誇れることで、北海道に行っても九州に行っても、横浜って市民の力で何でも解決しちゃうんだよって自慢できるところなんです。

内田：それはいいですね。シドニーに行ったらオイスターだよっていうのと同じように、横浜はCSRだよね市民力だよっていうのは際立った特長になりますね。これをもうちょっと本格的にというか、誰もがそう言い切れるようになるには、どうすればいいと思いますか。

江森：企業側からの観点でいえば、SR調達というのはひとつのエポックになり得ると思います。SRつまり社会的責任調達ということになります。企業なり行政なりが何かを買うときに、価格だけでなく社会的責任に考慮して買い物をするということです。たとえ少し値段は高くても環境に配慮した製品を選ぶとか、児童労働に関与していない原材料を選ぶというようなことですが、買う側の行動を変えることによって、価値観を変えていくとするムーブメントで、大企業では中国など海外の提携工場からの調達の際に、この点に配慮せざるを得ないという事情もあり、日本の本社サイドで調達基準を設けて現地企業への指導を徹底するというようなことがすでに行われています。

我々が問題にしているのは行政機関の調達行動で、世界では政策推進の手段として調達を利用することがすでに始まっていますが、日本ではいまだにそういう考え方すらない状態です。印刷や建設など、産業全体における行政発注のシェアが比較的高い産業においては、SR調達によって産業全体のイノベーションが加速する可能性は大にあると思っています。2年ほど前から全印工連の産業戦略デザイン室内に、私が部会長になって「SR調達研究部会」というのを作って、有識者のみなさんと研究を進めているのも、そのような考え方に基づいてのものです。

内田：SR 調達による行政のメリットというのはどんなことが考えられますか。

江森：具体的には税収が増えるとか、環境対策コストが下がるとか、災害時の被害や復旧コストが少なくて済むとか、いろいろ考えられますが、それを証明するとなるとなかなか難しいんですよ。世界的にみても効果測定というところまではまだいていないようですし。

内田：証明はできなくても絵は描けますよね。そういう志の高い会社がその地域が増えていくことによって、街全体が良くなっていくということでしょうか？

江森：そういうことです。CSR をきちんとやらないとその街では商売ができないというような状況を意図的に作ることで、良い循環が生まれてくるようなイメージはできるのですが、さて、それをどう進めればいかというところで悩んでいます。

内田：日本が間違った方向に向かってしまったと思うのは、どうしても安いもの安いのものとなって、コスト競争の中で値段の安いものが採用されていることです。これはどこかで改めなければいけませんよね。

江森：右肩上がりの時代にはそれでもみんなで成長できたんですけど、右肩上がりが終わったときの対応を間違えたということでしょうね。でもここにきてようやくそれが見直され始めたというか、本当に右肩上がりの時代は終わったんだと誰もが認識できるようになってきた今なら、CSR や SR 調達というのは、日本全体の価値観が変わっていくひとつの契機になり得るんじゃないかなと思っているんですね。「お金だけじゃない価値観でまわっている街（横浜）」みたいなことが根付いてくると、まさにそれが横浜のアイデンティティになっていけるんじゃないかと思いますね。

内田：『三越伊勢丹 モノづくりの哲学』という本の中で、とても良いモノづくりをしている人たちのことを書いたのですが、そう

いうところから調達して商品化すると、どうしても高いものになってしまうんですね。でもそこにはちゃんと確かな価値があって、日本人は昔はそういう価値を見極める目を持っていたのに、それが若い人に継承されていないというか、安かろう悪かろうになっているように思うんです。近頃ファストファッションにしても、中国やベトナムの安価な素材、安価な労働力でモノづくりをして、完成品として輸入するので、日本の繊維産業にはまったく貢献していないどころか、衰退に追い込んでしまっているわけですよね。一度こうなってしまったものは元には戻りませんが、せめてまだ残っている価値あるものは残していきたいですね。良いものを選ぶとか、良き行いをしている企業から買うとか、そういう価値観や文化を横浜で作っていけないかな、いや作って欲しいと思います。

江森：微力ながらがんばります。一方で、安ければいいというような価値観が生まれたのは、ある意味必然性もあると思っていて、それがイノベーションが起こりにくい社会性と密接に関わっているような気がするんです。これまでの価値観を覆すようなことでも疑わずに無条件に受け入れてしまうような国民性ともいえるのでしょうか。



内田：思考停止ですよ。先ほどのファストファッションもそうですけど、最初は「こんな着るの恥ずかしいわ」なんて思ってたのに、みんなが着るようになると、あとは無条件に受け入れてしまっ、それまでの価値観はどこに行っちゃったの？って思いますよね。

江森：どうすればいいんですかね？

内田：考えようよということですよ。本当にそれでいいの？目先の収益だけ上げればいいのか？ということを一ひとりが自分で考えるってことですよ。

江森：イノベーションのきっかけって「これでいいのかな？」と思うことですから、思考停止ではイノベーションは起こりようがないです。

内田：そうです。現状の否定ですからね。変えていった方がいいよねというのがイノベーションなので、「このままでいいじゃん楽だし」みたいなことになるとイノベーションは起こりませんね。

イノベーションは人づくりから

江森：そうなるそうですね、私はどうしても教育に話がいつてしまいうわけなんです、学校教育のあり方というのが、イノベーションの起きにくい社会を作っているのではないかという疑いを持っています。

内田：そう思いますね。いまだに教科書に載っていることを教えるというスタイルから抜け出せずに、なんでこうなっているのかみんな考えていう教育になっていないというのはよく聞きますね。学生時代に答えのないことを考えるというのがすごく大事であって、大学ではリベラルアーツが見直されてきているとはいえ、そういうことを教えられない先生がいないというのも現実問題としてありますよね。

江森：まったくその通りですね。

内田：もちろんとっても高度なことなんだと思うんですよ。「高い見識を持たせる」ということです。損得ではなく善悪の判断ができるということであり、正解を出すということではなく、どうしたらもっと良くなっていくのかということ、常に考え続ける「思考の持久力」を持った人間を育てるということですからね。

江森：今の若者が会社をすぐに辞めちゃうなんていうのも、そういうことと関係があるように思いますね。

内田：教育界が送り出した人材が、経済界でまったく通用しないというのは、経済界からしたらクレームですよ。

江森：クレームで改善されるならそれに越したことはないですが、そうもいかないからこっちが関わろうということなんです。こういう人材が欲しいんだということ、もっと現場レベルでリクエストしていくべきだと思います。今は教育の理想と社会の現実が完全に乖離してしまっていると思います。

内田：やっぱり江森さんのような方々が、先生の先生になって新しい教育のできる先生を育てていくしかないんじゃないですか。まさに教育は原点ですから是非もっと食い込んでいってください。

江森：いやあ、これでもがんばってるんですけどね。いかんせん1人の力では限界があります（笑）

内田：出版記念パーティーのときに発表した、私の次の活動である「イノベディア」なんです、イベントを重視していこうとしていて、そこでさまざまなセッションをしたいと思っているんです。「これってみんなどう思う？みんな考えてようよ」という場ですね。そこで学校の先生に登壇してもらおうというのもいいですね。

江森：ああ、いいですね。是非やりましょう。

内田：そもそもみんな現状を知らないと思うんですよ。私も子供がいないから、江森さんからこういう話を聞かないとわからないし、もう子育ても終わってしばらく経ってしまっ、学校に縁遠

くなってしまった人なんかもそうですよね。

江森：そうか、社会に影響力のある人たちが学校の現状を知らないんですね。

内田：そうなんです！ゆとり教育が悪かったとは聞くけど、どんなことになっているのか、何が失われているのか、ゆとり教育だけの問題なのか、というようなことについて、社会的に影響力を持っている人たちが知らないということが問題だと思います。だからそういう人たちを集めて議論して、問題を共有することで、じゃあ自分も何か手伝うよという人が出てくれば、江森さんの密やかな活動も花開くときが来るのではないかと。

江森：子供の育ちという視点でいえば、素晴らしい活動をされている方はたくさんいるので、そういう方たちに光をあてて共感を得て仲間を募るといのは、まさにメディアの使命だと思いますね。是非やっていきましょう、イノベディアで。

内田：先生方は授業以外にいろいろな仕事に追われて大変だという話もよく聞きますよね。

江森：そうですね。少なくとも職場としてはまったく魅力的に見えませんか。だから企業なり地域の人なりがもっと教育に参画すべきだと言っているんです。私は学校の先生は勉強を教えてくださいれば十分だと思っています。勉強を教える専門家ですからね。でも今の社会は子供の人間としての成長のすべてを学校に押し付けている。でも考えてみてください。20代の先生もいるんですよ。自分のことでさえおぼつかないのに、子供に人生を教えるなんて無理でしょう。だからそういうところは、地域や企業の人生経験豊富な大人が担っていけばいい。横浜では教育委員会が旗を振って「はまっ子未来カンパニープロジェクト」という学校と地域が連携したキャリア教育のプログラムを実施して今年で4年目ですが、良い連携事例も出てきています。

内田：大事なのは子供たちがすすくと成長して、この国の一員

として幸せになっていくということですから、教育と現実社会のギャップを埋める努力をしていかなければいけませんね。横浜はその先進都市になっていくんだということですね。

江森：なんとかそこに楔を打ちたいわけです。横浜はいい人材を輩出して、その人たちが横浜の企業に入って、人と企業が共に成長することで、横浜が発展していくというサイクルを作りたいですね。

内田：素晴らしいですね。応援します。

二人：イノベディアで！（笑）



Profile

内田裕子さん

経済ジャーナリスト

玉川大学文学部芸術学科卒業後、大和証券に入社。トレーダーを経験後、広報部へ異動。社内TV放送のキャスターとしてマーケット情報や経営者・アナリストとの対談番組へ多く出演する。2000年より経済ジャーナリストとして活動を始める。テレビ朝日「サンデープロジェクト」、BS日テレ「財部ビジネス研究所」で取材レポーターとして活躍。2015年4月～2019年3月までテレビ神奈川「神奈川ビジネス Up To Date」にメインキャスターとして出演。現在、BSイレブン「財部誠一の異見拝察」に出演中。

経営者のインタビューを得意とし、上場企業から中小企業、ベンチャー企業まで規模、業種を問わない。講演講師、モデレーター、上場企業の社外取締役も務める。師匠は経済ジャーナリストの先駆者である財部誠一。叔父は出版界の革命児と呼ばれたkkベストセラーズ創業者である岩瀬順三。

CSR 取り組み報告

取り組み報告に先立って、本年策定した「協進印刷価値創造プロセス」について紹介いたします。

これは、私たちが社会のどんな課題に向き合い、どんな事業を通じて社会に価値として認められていくのかというロジックを示したものです。

ともすると本業度外視になりがちな社会貢献や環境の取り組みに対して、社会に対しても自社に対してもしっかりと意味づけし、常にステークホルダーのニーズに耳を傾けることを意識するために、今やっていることと、将来目指していることと、その背景にある社会の動きを可視化しました。

14 ページ から 2019 年度の主な取り組みについて報告します。取り組みは全印工連 CSR 認定制度で規定されている 8 つの CSR 項目に従って分類されており、上部欄外にカテゴリーを表示しています。

業績トピックス

2019 年 2 月期決算は、周年関係の広報物やクリエイティブ・プリンティング関連の受注増などで、売上高は前期比 117% となりました。売上総利益は前期比 112% となり、印刷製造の受注増が影響し、粗利率率が若干減少しました。販売費および一般管理費は、人件費の上昇などで前期比 104% となり、営業利益は 214% と大幅増加しました。同様に経常利益も増加しましたが、過去の不良債権処理による特別損失を計上し、税引前当期利益 111 万円となりました。リーマンショックや東日本大震災時の損失を処理しながらの厳しい経営ではありますが、6 期連続の最終黒字を計上することができました。

協進印刷の価値創造プロセス

長期ビジョン

ソーシャル・ソリューション・プロバイダーとして社会課題に向き合い、対話を通じて感性価値を最大化する

未来を担う子どもたちに、安全で安心な自分づくり教育の機会を提供する

CSR マネジメントにより、社会のニーズを捉えた変化に強い組織体づくりをサポートする

社会的な居場所を提供し、仕事を通じて社員が幸せになる会社をつくる

地域での対話の機会を創出し、地域で支え合う環境をつくる

提供価値
(協進印刷の事業領域とスペシャリティ)

- ・言葉にするのが難しい価値の言語化、ビジュアル化
- ・それぞれの「背景」を言語化、ビジュアル化することによる共通理解の促進
- ・共感を高める「対話」の場づくり
- ・背景の異なる様々な関係主体の間に立って意思疎通を図る「日本語間通訳」
- ・環境負荷を低減する印刷物の企画・製造
- ・紙媒体の有効性を最大限に活かす印刷物の企画・製造
- ・効果的なメディアミックス提案
- ・ソーシャルマーケティングの企画・制作・実施

- ・あらゆる年齢層でのキャリア教育の実施
- ・子どもの育ちをサポートする事業への支援
- ・本業を通じた子どもの育ちを応援する事業の推進

- ・CSRマネジメントシステムの導入および運用のコンサルティング、技術的サポート
- ・CSR監査等ステークホルダーニーズへの対応のコンサルティングおよび技術的サポート
- ・CSR報告書や社内報の作成、CSR報告会の企画・運営など、ステークホルダーとの対話を促しステークホルダーニーズを析出するための、CSRコミュニケーションのサポート

- ・ライフステージに応じた柔軟な働き方の実現
- ・自己の能力を社会に活かし、将来に希望が持てるキャリア形成
- ・多様性に富んだインクルーシブな職場づくり

- ・より良い地域づくりのための地域主体との協働

果たすべき役割
(ミッション)

紙媒体による環境負荷を極小化しつつ、情報伝達媒体としての有効性を正しく評価・活用し、効果的なメディアミックス手法を確立する

主体的な意思決定の拠り所となる価値ある情報を言語化し、系統立て、言語情報のみならず絵や図表なども加えて加工し、多くの人に理解しやすいようにする

キャリア教育など企業だからこそできる手法で、青少年教育に参画する

倫理的行動規範の確立やガバナンスの強化に有効なCSRマネジメントシステムを活用し、社会のニーズに応じて提供価値をアジャストできる、変化に強い組織体を増やす

人々がそれぞれの立場を尊重しあい、支え合いながら生きがいを見出せる社会にしていけるために、地域においても、会社においても、「対話」を促進する役割を担う

共通価値

社会を取り巻く様々な課題に対し、根気強く「対話」を続ける「成熟した市民」が創る持続可能な社会

**対応する社会課題と
社会のニーズ** (枠内)

- 地球環境問題**
- ・環境負荷の低減

- 情報の信憑性の低下**
- ・信頼できる情報源の確保

- 主体的な意思決定の困難性
(バイアスがかかりやすい社会)**
- ・効果的かつ効率的な伝達手法の開発と提供
 - ・感性価値(言葉にしにくい価値)の言語化
 - ・当事者として考え主体的に行動できる生きる力をもった人材育成
 - ・幼少期から社会と関わる教育の実践

- 組織のガバナンスリスクの増大と、時代の変化によるニーズと提供価値のずれ違い**
- ・不祥事を未然に防ぐ、コンプライアンス、ガバナンスの強化
 - ・倫理的行動の動機付け
 - ・社会のニーズを適時に把握できる情報収集の仕組み作り
 - ・ニーズの変化に柔軟に対応出来る組織作り

- 孤立化、孤独化の進展と、働くことへの不安の増大**
- ・インクルーシブな職場とモチベータティブな評価制度
 - ・地域のつながりの強化と、サードプレイスの充実

環境

環境マネジメント報告

一般社団法人日本印刷産業連合会の「オフセット印刷サービスグリーン基準」に基づき、2007年から環境マネジメントシステムを構築・運用し、廃棄物の削減や環境保全活動を行っています。

昨年度の廃棄物等排出量の実績は下記の通りです。ほとんどの項目で昨年を上回る結果となっていますが、これは受注増によるもので、企業活動におけるCO₂や産業廃棄物の排出量の基準値は、ここ数年の平均的な水準だと評価しています。アルミのリサイクルが200%となっているのは、回収回数が極端に少なく、集計期間と回収のタイミングにズレが生じていることが原因です。

企業活動が増大したにも関わらず廃プラが減少しているのは、近年の脱プラスチックの潮流と同期したものと推測できますが、いましばらくの観察が必要と考えています。

「かながわ地球環境賞」を受賞

地球環境保全に向けた活動や、かながわスマートエネルギー計画の推進に寄与した団体、企業、学校などに贈られる「かながわ地球環境賞」を2019年2月に受賞しました。特に印刷時に出る損紙（通常はリサイクル業者へ引き渡される製品にならない紙）を、そのまま製品化（リユース製品）する商品開発をご評価いただきました。（活動の詳細はCSR報告書2018をご参照ください）

2018年度CO₂および産業廃棄物排出量・リサイクル量

(2018.4.1～2019.3.31)

排出

項目	排出量	前年比
CO ₂	23.8t	111.2%
廃油	0.41t	105.1%
廃アルカリ	0.04t	100.0%
廃プラ	0.10t	90.9%
一般廃棄物	765ℓ	106.3%

リサイクル

項目	排出量	前年比
紙	12.5t	113.6%
アルミ	1.2t	200.0%
金属	0.8t	113.3%

Environmental Management Report

Since 2007, we have created and operated Environmental Management System based on “Off-Set Printing Service Criteria Green Standard” of Japan Federation of Printing Industries. We reduced waste, and conserved environment.

The amount of waste last year is as below. Almost all numbers have increased, because the amount of orders have increased. Amount of waste and emission of CO₂ are as much as the average number of these years. Recycle of Aluminum is 200% because collection is few, thus aggression period and time of collection didn't meet well.

Although business activity increased, waste plastic reduced. It can be predicted that the tendency of getting rid of plastic has come. We need more time to see how it goes.

“Kanagawa Earth Environment Award”

In February 2018, we are awarded “Kanagawa Earth Environment Award”, which has been given to companies that contributed to environment conservation activities and Kanagawa smart energy plan. Especially, invention of the business that reuse printing waste paper (Paper that is usually handed over to recycling company not being commercialized) received high praise.

Please consult the CSR Report 2018 for more details.



GREEN PRINTING JFPI
F-B10042

情報セキュリティマネジメント報告

個人情報や企業情報など保護すべき情報を適切に取り扱うため、神奈川県印刷工業組合が独自で運営する情報セキュリティ認定制度「PISM」認定を取得・運用しています。下表は不適合事案発生状況の集計です。不適合予備軍ともいえる「ヒヤリハット」の中には看過できない重大なものもあることから、「重大ヒヤリハット」の区分を新たに設けました。

また今年度は、知的財産保護のルールづくりに取り組み、自社はもちろん、他社の知的財産も適切に扱うことができるよう、記録やデータの受け渡しに関する手順を明確化しました。

「平成29年度中小企業者に関する国等の契約の基本方針」で、国および地方公共団体は「知的財産権の財産的価値について十分に配慮した契約内容とするように努めること」と定められたことを受け、今後キャラクターデザインやロゴマーク等、印刷会社に帰属する知的財産の有価での取引が一般化することを見据えた、社内での取り扱いと開示制限に関するルールを定めました。また、無意識であっても他者の知的財産を侵害することのないよう、知的財産に関する勉強会を実施するなど、社員の意識向上にも努めています。

Information Security Management Report

In order to deal well with important information such as private information and corporate information, we obtained “PISM” license which is an information security certification system ran by Kanagawa Printing Industry association. The table below is statistic of nonconformity cases. In “Hiyari-Hatto”(near miss accident), there are some cases that we cannot look through, so we created a new category “Serious Hiyari-Hatto”.

Also, this year we engaged in creating rules of conservation of intellectual property. To handle other company’s intellectual property, we made the process of delivering data clearer.

Along with “Basic Policy for Contracts by Country’s Regarding SMEs 2017”, the national government and the local government were defined as “must consider the value of intellectual property well enough”, thus trade of intellectual property that belongs to printing companies such as character design and logo mark will be generalized, so we created rule for disclosure restriction. Also, to prevent unintentional violation of other intellectual property, we try to enhance employee’s awareness by conducting lecture.

情報セキュリティ不適合事案

(2018.10.1～2019.9.30)

	2018年 10月	11月	12月	2019年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	前年比
不適合	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	△3
重 大 ヒヤリ ハット	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	－
ヒヤリ ハット	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	+3



ワークもライフも無理なく、効率よく

今年度は、有給休暇取得率の目標を正社員75%以上、フレキシブル社員100%とし、有給休暇取得促進に取り組んでいます。長期休暇が取得しやすいように夏期休業明け2日間の平日を有給休暇取得奨励日としたこともあり、取得率が大きく向上しました。

時間外勤務は、正社員で昨年比1.2時間減少しましたが、業務量そのものが減少していることから、本質的な生産性の向上によるものかどうか疑わしく、引き続き生産性向上に取り組む必要があると考えています。

福利厚生面では、インフルエンザ予防接種の会社負担の範囲を広げ、同居している小学生以下の子供まで会社負担で接種できるように改善しました。

時間外勤務と有給休暇取得の実績（3月～9月）

	正社員			フレキシブル社員		
	目標	実績	昨年比	目標	実績	昨年比
時間外勤務(月平均)	10h	12.4h	△1.2h	0h	1.18h	+0.06h
有給休暇取得 (実績に基づく年間補正值)	75.0%	86.7%	126.4%	100.0%	102.9%*	141.9%

*9月現在で計画値を上回っているため100%超の実績となっています。

ひとり一人のキャリアアップのために

全社員にセミナー受講などについての年間目標時間を設定し、知識や技術の習得に努めています。また正社員は月1冊、フレキシブル社員は2ヶ月に1冊の読書も奨励しています。

セミナー等で得た知識の定着を目的に昨年からはじめた社内講師などのアウトプットは、今年度から朝礼でも実施して機会を増やしていますが、1回あたりの時間が短く伸び悩んでいます。知識の定着状況についての検証と併せて今後の課題です。

教育時間の実績（3月～9月）

実績に基づく年間補正值（全社）	目標	実績	達成率
インプット（セミナー受講など）	300h	306.8h	102.3%
アウトプット（社内勉強会講師など）	50h	9.1h	18.2%
読書	66冊	68.6冊	103.9%

Possible and Efficient Work and Life

This year, we aimed to bring the percentage of permanent acquisition more than 75% for regular employee and 100% for flexible employee. To make long permanent acquisition easier, we recommended two more days off after the summer vacation, and it resulted in higher acquisition rate.

Overtime work for regular employee reduced by 1.2 hour, but the amount of work itself reduced. We don't know if the productivity improved, so we still need to develop productivity.

About the welfare, we widened the support for influenza vaccination, and now elementary school students and the younger who live together can receive the support.

For Each One's Career Up

All employee set own goals of hours to spend on seminar, we are trying to develop our knowledge and skills. Also, we recommend to read a book for regular employee a month, flexible employee two months.

To settle the knowledge that we learned through seminars, we started to output in the company through the use of in-company lecture. We started to conduct the in-company lecture in morning assembly, however, since we cannot spend a long time on it, we still need to improve. We will tackle the problem and see how the knowledges are settled to the employees.

キャリア教育は企業の使命

若者の人材不足が叫ばれる今日、企業の教育参画はますます重要性を増しています。将来共に働く仲間を、学校や家庭任せにせず、企業も一緒に育てようという意識が必要とされています。

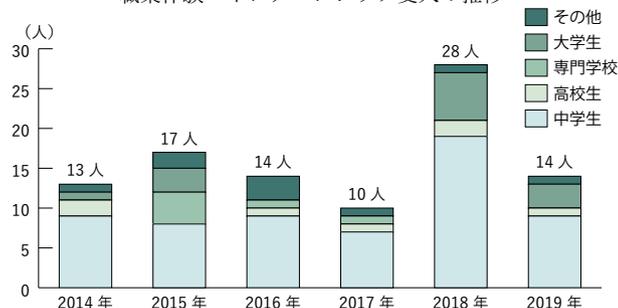
今年度も弊社では、横浜市教育委員会の「はまっ子未来カンパニープロジェクト」、市内中学生の職業体験学習、中学校・高校等での職業講話、県内外大学生および台湾からのインターンシップ、大口台小学3年生での子どもへの暴力防止プログラム「CAP (Child Assault Prevention)」などを実施し、子供たちの健やかな育ちを応援しています。

We think Career Education is a mission of the company

As the human resource shortage is being a major problem of the society today, the needs to participate in the career education for the companies is raised. We need to be aware of the needs to raise the possible future coworker, not relying on schools and families.

This year, we conducted “Hamakko Future Company Project” of Yokohama City Board of Education, work experience of the junior high school students, work seminar for the junior high and high school students, and internship of the university students including students from Taiwan, “CAP (child assault prevention)” at Ooguchidai elementary school, in order to support good education.

職業体験・インターンシップ受入の推移



高校野球の記録整理を任せられ奮闘するインターン生



大口台小学校3年生の授業として定着しつつあるCAP
みんな一緒に「安心・自信・自由！」



本作りの専門家として出前授業
4年生による事前学習のプレゼンを聴く



私学にも広がって来た中学生の職業（職場）体験学習

地域の一員として、地域と共に

災害が起きたときに、大口に働きに来ていた人たち同士が助け合える関係づくりを目的に立ち上げた「災害時助け合いネットワーク」。今年4年目となる六角橋自治連合会×学生の「オレンジプロジェクト」への協力では、認知症啓発三角POPを制作。認定NPO法人 国連WFP協会「WFPエッセイコンテスト」への協賛。横浜市資源リサイクル事業協同組合主催の「環境絵日記」への協賛など、地域の方々と協働し、支え合いのまちづくりに貢献しています。地域の一員として、これからもよい地域社会を目指します。

感謝の気持ちをカタチに。「ありがとうの日」

社員が持ち回りで担当する毎月10日の「ありがとうの日」。今年度は社員をステークホルダーに設定した防災や危機回避に関する企画が多くなりました。

今年度も企画書・報告書のフォーマットを見直し、目標の達成・未達成にかかわらず、なぜこのような結果になったかの分析を徹底するようにしたところ、企画書の不備が目立つようになってきたため、改めて全社員を対象に「ありがとうの日」についての社内勉強会を開催し、本事業の意義や企画書・報告書の各項目の意味・書き方などを再確認しました。

Cooperate with the community as a member of the one

We started “Disaster Mutual Support Network” which tries to build the relationship to help each other among the workers in Ooguchi in the case of disaster. In the corporation to “Orange Project” of Self Government Federation of Rokkakubashi and students, we created “Dementia Awareness Triangle POP”. Corporation to “WFP Essay Contest” of NPO Authority UN WFP Association, Corporation to “Environment Picture Diary” of Yokohama City Resource Recycling Business Corporation, etc. We teamed up with the people in the community, and contribute to the city creation of mutual support. We continue to develop the society as a member of the community.

To Express the Gratitude. “Thanks Day”

“Thank Day”, which employees take turns on 10th every months. This year we have seen many cases related to disaster prevention and crisis avoidance, setting employees as stake holders.

We continued to review and revise of the format of plans and reports. We analyzed the reasons of outcome carefully, regardless of having/ not having achieved the goals. We found out that errors of the plans are on the increase, so we conducted a seminar to learn “Thanks Day”, reviewing the reason of the event, reasons each items of plans and reports, and how to write them.



2019年9月に開催されたオレンジプロジェクトの準備作業風景



2019年10月に開催した災害時助け合いネットワーク
企業・銀行・商店など、近隣で働く方々と



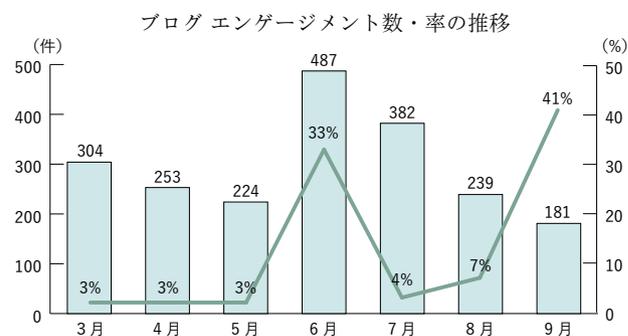
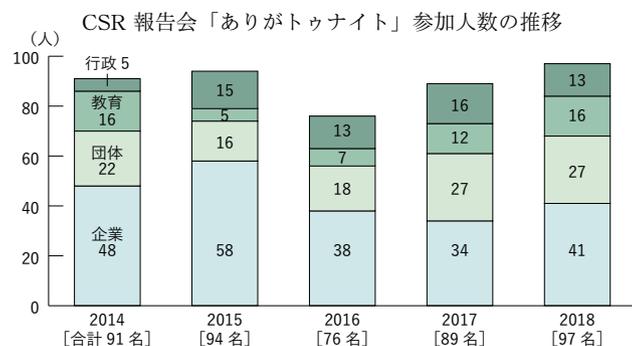
2019年4月のありがとうの日で担架体験

相互理解を深めるために

2014年から開催しているCSR報告会「ありがトゥナイト」、年4回発行し2020年1月には30号の発行を迎える弊社活動報告誌「JO（ジェイ・オー）」、従業員が持ち回りで毎週投稿しているブログ等、様々なメディアを通して情報発信をしています。

To Enhance the Mutual Understanding

We transmit information through variety of medias, such as “Arigatonight” which is a CSR Report Session we have been hosting since 2014, “JO” which is an activity report magazine of our company published four times a year and the 30th number will be published in January 2020, a blog which the employee take turns to post every week, etc.



CSR報告会「ありがトゥナイト2018」



ブログトップページ (QRコードからアクセスしてご覧ください)



危険から身を守る啓発シリーズ第2弾 熱中症予防アドバイスボード

partner 神奈川区薬剤師会

昨年10月、ありがとうの日で六角橋地域ケアプラザに贈呈した「住宅防火アドバイスボード」は、その後他の地域の地域ケアプラザ、町内会、社会福祉協議会等から、自分たちの地域にも是非欲しい、配りたいといった反響をいただきました。

このプロジェクトを通じて、高齢者をケアする立場の機関には、高齢者ならではの課題に対する周知啓発のニーズがあることを学び、高齢者を対象とした自発的な啓発活動ができないかと考え、今期から「危険から身を守る啓発シリーズ」として事業化し、推進しています。

防火に続く第2弾は、近年高齢者の罹患が急増している熱中症予防の啓発として「熱中症予防アドバイスボード」を神奈川区薬剤師会の知見に基づき作成。7月には神奈川区内の高齢者支援施設等に300枚配布しました。

また、神奈川区薬剤師会でも当社の活動趣旨にご賛同いただき、協会加盟の店舗で配布するためのリーフレットを制作。ひとつの小さな取組をきっかけに、活動の輪が広がりました。

Last October, we presented “Housing Fire Protection Advice Board” to Rokkakubashi Care Plaza on “Thanks Day.” Then it received good reputations from other community care plazas, neighborhood associations, social welfare councils, etc. that they wanted to distribute it. Through this project, we learned that institutions that care for the elderly have needs for well-known enlightenment for matters unique to the elderly. Thus we have developed and promoted a business plan as “Enlightenment Series to Protect Yourself from Danger.”

As the second plan to the “Housing Fire Protection Advice Board,” we created “Heatstroke Prevention Advice Board” to raise awareness of heatstroke which is increasing rapidly in the elderly recent years based on the knowledge of Kanagawa Ward Pharmacists Association. In July, we distributed 300 copies to the elderly support facilities in Kanagawa Ward. In addition, Kanagawa Ward Pharmacists Association agreed with the purpose of our activities and we produced a leaflet for distribution at association-affiliated stores. The circle of activity has expanded as a result of our little efforts.



リワーク神奈川での贈呈式



2019年7月25日付 タウンニュース神奈川区版に掲載



高齢者や障害者への読みやすさに配慮したデザイン

今後の課題〈マネジメント・レビューより〉

各種の取り組みを経営への効果につなげていくための、効果測定・評価システムの精度向上

昨年度より、すべての取り組みについてステークホルダーのベネフィットと自社経営への効果を測定し、評価する仕組みを運用していますが、まだ十分に機能しているとはいえ、ただルールに則って漫然と同じことを繰り返している取り組みも散見されます。マネジメントシステムを精査しPDCAをしっかりとまわしていくとともに、ひとり一人の社員に対して、次のアクションを具体的に指示できるように、各サブシステム内の管理体制の見直しも実施していきます。

今年度初めて内部監査を外部機関に委託し、手応えを得ることができましたので、指摘事項を次のアクションに活かしていきます。

会社の期待と社員の能力のマッチングと、教育効果の測定・評価

昨年より知識の定着を目的に、セミナー受講したテーマで社内勉強会の講師になる「アウトプット」の機会を設けていますが、そのことにより本当に知識が定着したのか、仕事に活かしているのかが、まだ不明確です。

また、会社が目指す事業展開に社員の能力開発が追いついていないという問題も依然として解決できていません。会社の期待と個々の能力のミスマッチはメンタル不調やモチベーションの低下につながりかねないので、個人の成長と能力を見極めながら育成計画を策定し、併せて教育の効果も測定できるように改善する必要があります。

新入社員の採用と育成力の強化

毎年の定期採用が難しい状況の中で、いかに当社にふさわしい人材を発掘し、育成していくかということは大きな課題のひとつです。自社の魅力の伝え方、求職者の不安をどう解消していくのかなど採用力のレベルアップが求められます。

また縁あって採用した人材を戦力として育成する力も、まだまだ足りないと感じています。昨年導入したセルフ・キャリアドックの活用などを始め、育成力の強化にも力を入れていきたいと思っています。

本業を通じた社会課題解決プロジェクトの強化

CSR 報告会ははじめ、さまざまな場面での地域との交流によって、地域の課題はある程度把握できているので、それらの課題を本業で解決できるようなプロジェクト運営のノウハウを強化していきます。

私たちが持っている、広報、取材、編集、デザイン、CSRコンサルティングなどのさまざまな知見やノウハウをフル活用するとともに、地域コミュニティとのつながりの力も借りながら、地域と共に持続的に成長できる企業を目指します。



E3PA 環境保護印刷（クリオネマーク） 認定

2006年2月 認定
<http://www.e3pa.com/>



グリーンプリンティング工場 認定

2007年6月 認定 2019年6月 更新
<http://www.jfpi.or.jp/greenprinting/index.html>



PISM 印刷業情報セキュリティマネジメントシステム 認定

2013年3月 認定 2017年3月 更新
<http://www.kanagawapia.or.jp/pism.html>



横浜型地域貢献企業 認定

2009年3月 認定 2019年3月 更新・プレミアム企業表彰・10年表彰
<http://www.idec.or.jp/keiei/csr/>



全印工連 CSR ツースター 認定

2015年6月 認定 2019年6月 更新
<http://www.aj-pia.or.jp/csr/main.html>



よこはまグッドバランス賞

2015～2018年度 認定 2017年度 ブロンズ認定
<http://www.city.yokohama.lg.jp/seisaku/danjo/hyoshou/>



2019CSR報告書

発行：株式会社協進印刷

発行日：2019年11月15日

〒221-0003 横浜市神奈川区大口仲町108

TEL.045-431-6611 FAX.050-3730-6273

<http://www.kyoshin-print.co.jp>

見返しの写真について

表：神奈川区のウォーターフロント浦島地区

裏：京急子安駅前の大口一番街と相應寺山門





OWERHOUSE

onyachi 1番街



15-18



15-18



<http://www.kyoshin-print.co.jp>