

SDGsについて

そもそもSDGsって？

持続可能な開発目標（SDGs）とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。

何故SDGsがビジネスチャンスか？

「一部の人や国だけが豊かになるのではなく、皆で共に発展していこう」というこの考え方を、取り入れて表明する自治体や企業が増えています。

規模が大きすぎて、自分には関係ないと思っ

ていませんか？実はそんなことはありません。SDGsは明確な数値目標が規定されている訳ではなく、私たちの暮らしや事業活動に紐づけられる考え方なのです。企業活動をSDGsに紐づけて整理することで自社の強みを再発見したり、各項目の取り組みをPRすることで企業価値を高め、ブランディングにもなります。皆様もぜひ企業活動に役立ててみませんか？



SDGsを知ろう

外務省の公式サイトに、国内におけるSDGsの取組を紹介するプラットフォームがあります。SDGsについて詳しく知りたい方は、ぜひそちらもご参照ください！



外務省プラットフォームページへ▲

SGDs 講義・講演・ワークショップ



そんなアレコレにお応えします

昨今SDGsの17色のリングバッジを胸につけている人を見かけることも多くなりました。それぞれの色とアイコンには大切な意味があり、それは会社の強みや独自性につながる大きな要素になっていることをご存知でしょうか？

独自の価値を発見するために、SDGsの講演や講義・ワークショップの機会を提供し、企業のブランディングのお手伝いをします。



お申し込み・お問合せは

弊社HP、またはお電話よりご相談下さい

052-802-4141

maruwanet.co.jp



編集後記

2020年が始まり、今回は仕様を変えた特別号としてお送りさせていただきました。SDGsに取り組み始めて4年目となり今回は目標・計画をどのようにSDGsに沿って立てたのかを特集しました。SDGsの取り組みの参考にいかがでしょうか？

編集・発行

Printalk

株式会社 マルワ本社 / 〒468-0011
名古屋市中天区平針四丁目 211 番地
ぷりんトーク No.88
2020 冬号
東京営業所 / 〒171-0014 東京都豊島区池袋 2-14-2
URL: http://www.maruwanet.co.jp
E-mail: info@maruwanet.co.jp

ご意見・ご要望・ご発注など、お気軽にご連絡ください。

▶この印刷物は社内で余った用紙を使用しています。

▶誰にでも読みやすいUDフォントを使用しています。



Printalk

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS × MARUWA

謹賀新年



2030年に向けて… マルワのSDGs特集

特別号

Contents

新年の挨拶

SDGs大特集

2030年に向けて…

SDGsをどのように企業活動に活かしていくのか



What's been up? 2019.11~ こんなことがありました。

- 11月 ▶第10回ポスターグランプリに入選、受賞。
▶メッセナゴヤ2019にご来場ありがとうございました。
▶高校生の就業体験を実施。
- 12月 ▶四国SDGs研究会様で中小企業の事例発表。
▶「リ デザイン プロジェクト」受賞者発表会に参加。
▶小牧市のボランティア団体「コトモ」にて講演。

会社見学
11~12月

御来社ありがとうございました

- ▶名古屋銀行さま ▶竹田設計工業株式会社さま
- ▶丹羽機材株式会社さま ▶東海財務局さま
- ▶中小企業基盤整備機構さま ▶愛知県立芸術大学さま

会社見学
受付中

マルワでは随時会社見学を受け入れております。実際の印刷機や制作現場をご覧になり、なにかお困りごとの解決のヒントや新しい発見を持ち帰っていただければ幸いです。

お客様の声
Voice!

「印刷機の大きさに驚いた」「SDGsの取組が参考になった」「考えていたのもよりよい提案、発見があった」「社員同士の仲がよさそう」「完成までの工程の多さに驚いた」など

お申し込み
お問合せは

弊社HP、またはお電話よりご相談下さい
052-802-4141 maruwanet.co.jp



2020年の今年は何年といっても東京オリンピック、パラリンピックの開催。多くの外国人が訪れ、日本中が大きな活気に包まれる年です。そんな節目の年の最初のぷりんトークは新たなページ構成を試みました。環境問題を意識し、発送時にはバナナペーパーの封筒を使えるようにと企画した今回のぷりんトーク。ささやかな試みですが、今年もたゆまぬ挑戦をしてみたいです。もちろんマルワの発信はSDGs。持続可能な活動を全社一丸となって発信してまいります。今年もどうぞよろしくお願いいたします。

鳥原久資

営業課



工藤秀幸

お客さまから喜び・感謝を頂くことを目標に今期も頑張っています。新システムに悪戦苦闘していますが、今まで以上に様々なデータを蓄積していき、本当にお客さまが求めていること・潜在的にお客さまが求めていることがより見えるようになってくると思います。本年もよろしくお願いいたします。

制作課



額額伸太郎

9月に新しい期がスタートし、早くも4か月が経過しました。期初に制作課が立てた目標は「徹底した効率UP」。その目標を達成するためには正確な仕事が不可欠です。お客さまの意図を正しく汲み取り、やり直しを削減することでお客さまのストレスも減らせるよう、今年も精進してまいります。

製造課



川本和宏

明けましておめでとうございます。昨年は多方面の企業さまに協力頂き、ありがとうございました。色々と勉強になりました。今年は協力できる側にまわれるよう、各オペレーターがスキルを積んでいきますのでよろしくお願いいたします。また、至らない点などありましたら、ご教授お願いいたします。

有名な会社になるための 新事業実行委員会



服部昌城

新年あけましておめでとうございます。2019年は「メッセナゴヤ」や「ポスターグランプリ」「MUDコンペ」などに取り組んできました。2020年は、より「マルワ」が有名になるよう、新しい事にチャレンジし、一丸となって取り組んでいきます。

働きがいのある環境づくり 実行委員会



松岡恭弘

新しく委員会がスタートして4か月間、社員交流の企画運営から会社見学での準備など取り組みました。予定通りに物事をすすめていないことに反省です。マルワが取り組む様々なことと社員の働きがいとリンクするように委員会として取り組みを行ってまいります。

環境負荷低減実行委員会



永田茉莉奈

明けましておめでとうございます。今期は環境に優しい『FSC®認証®紙』を推奨しております。FSC®認証®紙についてわかりやすく皆さまに発信できるよう力を入れて参ります。また『ペーパーレス』として、社内で「不要なプリントアウト0」を目標にしました。今後とも地球に優しい企業として邁進してまいります。
(※ライセンス番号：FSC® C100107)

広報委員会



服部美紗子

明けましておめでとうございます！ぷりんトークの発行をはじめ、マルワのWebページの管理やマルワの発信を担う広報委員会です。今回はいつもと少し違う形でのお届けでしたが、いかがでしたでしょうか？今年もお客さまのためになるような、より精度の高い情報の発信を心がけてまいります。

社長の「やるぞ！」の号令でスタートしたマルワのSDGs。
取り組みを始めて今年でいよいよ4年目です。
私たちの取り組みが、皆さまの参考になればと思います。



2030年の未来を見据えてスタートだ!!

壁ドン！でもいいけど、私も社長と一緒に未来を描きたい
2030年に向けてマルワがどう取り組んでいくのか、SDGsをどのように企業活動に活かしていくのか、その目標・指針・計画をどのように策定したのか紹介します!!

STEP 01



勉強会

そもそもSDGsとは……？

今までマルワはCSR(企業の社会的責任)として様々な取り組みを行っていましたが、いきなり登場した「持続可能な開発目標」という考え方。何やら難しそうなので、まずは社内勉強会を行いました。
環境省から配布された活用ガイド(本編・資料編)を全員に配布し、月1の全社会議時に社長から講義を受けました。



環境省ガイド

<http://www.env.go.jp/policy/sdgs/index.html>

取り組み始めた2017年以、勉強会やワークショップを行いました。(左)
その際に使用した環境省のガイド。(上)

STEP 02



棚卸

私たちはどんな活動をしているのかを会社の業務・活動をリストアップすることで、100以上のアクションを行っていることに気が付きました。その行動がSDGsの視点で考えたときに17のゴールのどれに該当するのか。整理し、当てはめていきました。

事業の流れとバリュー(付加価値)

持続的な経営には、会社の強みや独自性を理解し、社会に対してどんな影響をもつのかを明確にすることが重要だと考えます。1つの製品がお客様の元に届くまでに発生する様々な事業活動、それを工程ごとに分類し、どの部分で独自の付加価値を生み出しているのかまとめました。



STEP 03



バックカスティング

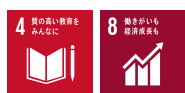
「今」から、2030年の未来のマルワを思い描く

短期目標ではなく、2030年、未来のなりたい「マルワ」の姿を話し合いました。部署ごと、大まかな年代ごとに分かれて行った2回のワークショップによって出た社員の意見を集約し、大きく3つの方針を決定しました。
なりたい「未来の姿」から逆算して現状の課題を発見する手法が「バックカスティング」です。



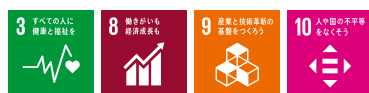
付箋に課題や「なりたい」を書いてカテゴリー分け、話し合いでグループごとの意見を集約。

1 新たな事業展開のために



知識・情報をお客さまや社会に発信
みんなが知っている会社

2 働きがいのある環境づくり



全ての社員がやりがいを持ち、
いきいきと働ける

3 環境負荷の低減に対する取り組み



資源の有効利用・ペーパーレス化

STEP 04



経営計画 サステナビリティレポートへ

ゴールにたどりつくための目標設定

目標達成に不可欠なのが進捗確認。1年の経営計画にもバックカスティングで決定した方針を盛り込み、毎月の全社会議で確認します。



2030年のゴールに向けて立てた目標を形にした「経営計画行動方針」(左)と「サステナビリティレポート」(右)

マルワ2019
サステナビリティレポート

