

わたしたちは日々お客様の課題解決をCHALLENGEと捉えて行動しています

CHALLENGE  
**課題 & 提案**  
お客様の課題のアイコムのソリューション

## 共立アイコムSDGs宣言！ SDGsへの取り組みは企業の**重要課題**です。

### UCDの活用



日本はすでに識字率も高く、中等教育(中学校)への進学率 99.9%高等教育(高校や大学)進学率についても98.8%(卒業率97%、世界一位)、生涯学習に対し政府の支援があることなどから高い評価を受けています。その中でもさらにデザインで貢献すべく、責任感を持ち、取り組んでいます。

共立アイコムでは、UCDの基準に則した色・レイアウトおよびUDフォントやUCDAフォントである「みんなの文字」を使用するなど年齢やハンディキャップの有無に影響されず、誰もが必要な情報を得ることができるデザイン制作に取り組むとともに、UCD目線での改善提案を行っています。

UCDA認定  
資格2級  
デザイナー

**3**名在籍 (2020年9月現在)

画数の多い漢字はつぶれにくい設計

【一般的なフォント】



【みんなの文字】



▶▶▶詳しくはアイコムインフォメーション003をご覧ください。

### FSC® 認証紙をはじめとした印刷



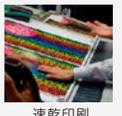
FSC®は、責任ある森林管理を世界に普及させることを使命としています。適切に管理された森林から産出した木材などに認証マークを付けることによって、持続可能な森林の利用と保全を図ろうとする制度です。共立アイコムでは、FSC® 認証紙の普及を行い、多くの企業の製品に活用いただいております。

用紙だけではなく、環境負荷の少ないバイオマスインキを採用しています。バイオマスインキとは、動植物から生まれた再生可能な有機性物質源(バイオマス)を用いた、地球温暖化対策に先進的に取り組む環境配慮型インキです。当社でも、環境に配慮した印刷物制作のご相談を受けることが増えてきました。

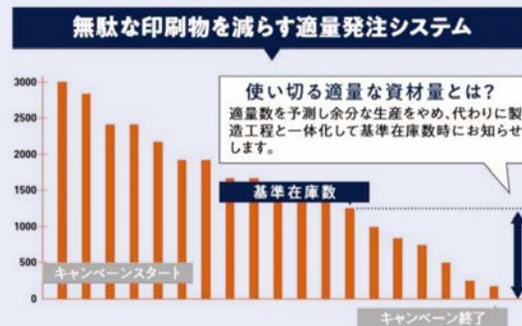
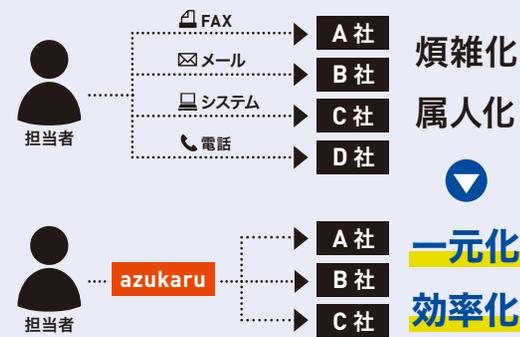
地球温暖化が国境を越え、グローバルな問題になる中で、環境に配慮することは、企業の社会的責任になっています。



弊社使用のインキはバイオマスインキを採用しています。



### 受発注在庫管理システム「azkaru」



受発注管理システム「azkaru」は御社の資材を一元管理、見える化し受発注業務における複雑な業務フローを見直すことでムダを改善し、働き方改革を支援します。

また、在庫状況のデータ化により本当に必要な適正数量で発注が可能です。ムダなモノを作らない、企業にも環境にも人にも優しいシステムです。

### 一人一人が活躍できる環境の整備



共立アイコムでは、従業員一人一人が活躍できる職場環境の整備を行っています。テレワーク、時差出勤の活用などをはじめ、残業時間の削減への取り組みを行っています。

また、新卒採用の取り組みとして社員の半数以上が参加する理念共有型採用を行い、入社する前段階でのミスマッチの低下および関わる社員への教育を同時に行っております。

▶▶▶詳しくはアイコムインフォメーション001をご覧ください。

# SDGsとは ▶▶▶ 「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称 国連で2030年までに達成することを目標にした、17のターゲットと169のゴールからなる世界的な取り組み

貧困・教育・飢餓・健康・福祉・地球環境・エネルギー問題・ジェンダー、人、国の不平等・動きがよい・経済成長・住み続けられる街づくり・産業・技術・生産・消費・平和・パートナーシップ etc...

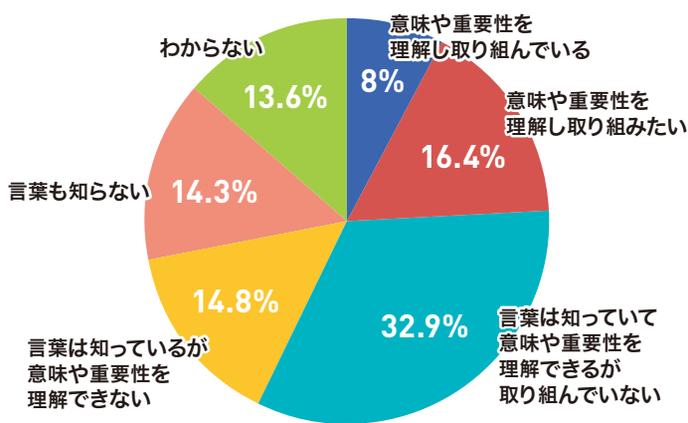
これら全てを  
▶ 解決するための  
世界的な取り組み

SDGsが目指すのは  
『誰も置き去りにしない』  
社会をつくること

	MDGs	SDGs
日本語訳	ミレニアム開発目標	持続可能な開発目標 Sustainable Development Goals
期間	2001~2015年	2016~2030年
目標/ターゲット	8ゴール/21ターゲット	17ゴール/169ターゲット
誰の目標?	途上国の目標	全世界の目標
特徴	国連の専門家で策定	政府、国際機関のほか、NGOや民間企業市井の人々なども積極的に議論に参加し策定
理念		誰も置き去りにしない NO one will be left behind

2015年までの目標であったMDGsでは、目標設定や取り組み主体が限定的でありましたが、社会課題に対して複数の要因が絡み合っているため、SDGsは、企業や市民をはじめ様々な取り組み主体が関わる事ができる目標へと細分化されました。

## SDGsへの理解と取り組み

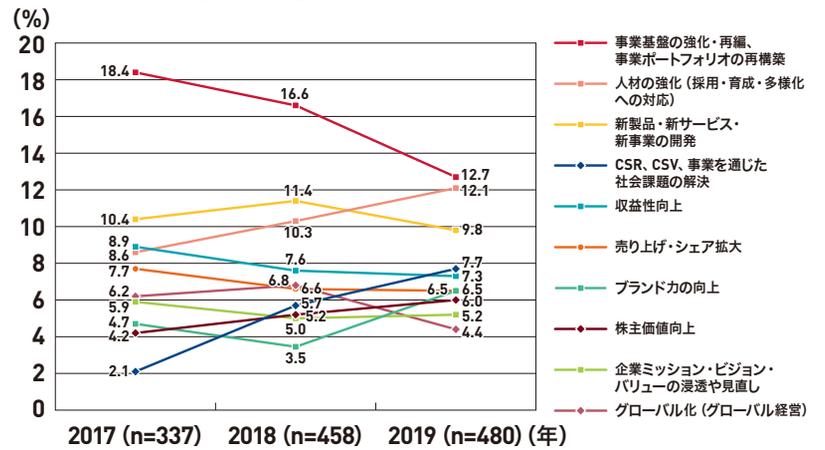


【出典：帝国データバンク】

自社におけるSDGsへの理解や取り組みについて尋ねた帝国データバンクの調査 (N=1万1275社) を見てみると、「意味や重要性を理解し取り組んでいる」と答えた企業は8%、「意味や重要性を理解し取り組みたい」と答えた企業は16%で、SDGsに積極的な企業は全体の24%でした。

一方で「言葉は知っているが意味や重要性を理解できないが取り組んでいない」は33%、「言葉は知っているが意味や重要性を理解できない」は15%で、半数近くがSDGsを認知しているものの取り組みを実践できていないことが分かります。

## 「5年後」の課題 (主要項目) の3年間の推移



【出典：「日本企業の経営課題2019」2019一般社団法人日本能率協会】

中小企業の5年後の課題をみていくと、大きく上昇しているのが、「事業を通じた社会課題の解決」をどう行っていくかという項目です。消費者の意思決定の仕方や企業ブランドへの認識の変化により、社会課題へ取り組む企業の製品やサービスを積極的に利用しています。このような変化も大企業だけでなく、中小企業が取り組む後押しとなっています。

# 社会の課題 = 消費者が困っていること = 解決策はニーズがある

今まで

消費者に求められる  
製品・サービスの提供

これから

少子高齢化などの社会的課題が  
要因で消費者ニーズが多様化

SDGsの根幹の考え方である「持続可能な開発」は、**将来世代のニーズを損なわずに、現役世代のニーズを満たす開発のこと**を指すため、社会の課題と長期的なニーズが重なっています。中小企業が事業を通じて社会課題の解決に取り組むことが必要です。

## SDGsに取り組む意義

### 01 | 採用における企業イメージの向上

・新卒採用活動で、学生の「企業のSDGs達成に向けた取り組み」への関心が大きく上昇

### 02 | 社会の課題への対応

・経営リスクの回避、地域での信頼獲得

### 03 | 生存戦略になる

・SDGsへの対応がビジネスにおける取引条件となる可能性があるため、持続可能な経営を行う戦略として活用できる。

### 04 | 新たな事業機会の創出

・取組をきっかけに、地域との連携、新しい取引先や事業パートナーの獲得