

GS

No.790
2017
09

■ 巻頭企画

デジタル印刷の現状と展望

日印産連の2016年アンケート調査から

——(公社)日本印刷技術協会 専務理事 郡司秀明

■ 特別企画

震災体験と復興の軌跡

ジャグラ文化典岩手大会講演抄録

——(有)大船渡印刷(岩手) 代表取締役社長 熊谷雅也

■ 連載・シリーズ

ジャグラコンテスト第1次審査課題解説③

需要創出を考える③

◎地域の資産を活かした受賞作品『家族を守る防災セット』

——ホウユウ(株)(大阪)の事例

■ お知らせ

年賀状商戦の準備はお早めに!

SPACE-21 高知市で交流会・幹事会を開催

GS-PDF

本誌PDF版もご利用ください

本誌は紙媒体とPDF版のハイブリッドで提供しています。PDF版は紙媒体より約1週間早い毎月中旬頃、ジャグラHPにて公開しますので、ぜひご利用ください。

ジャグラHPよりダウンロード
<https://www.jagra.or.jp/>



<https://www.jagrabb.net/>

経営セミナー、企業ルポ、スキルアップ情報等をジャグラBBで配信しています。最新情報はジャグラニュースで!



ニュース提供・広告出稿は
ジャグラ広報まで
edit@jagra.or.jp

C・O・N・T・E・N・T・S

● 巻頭企画

02 デジタル印刷の現状と展望

日印産連の2016年アンケート調査から

主要受注品目、売上構成比、保有・活用状況、稼働状況と収益性、受注品目ごとの傾向、受注1件あたりの平均ロットと受注金額、フリーコメントなど

—— (公社)日本印刷技術協会 専務理事 郡司秀明

● 特別企画

12 震災体験と復興の軌跡

ジャグラ文化典岩手大会講演抄録

—— (有)大船渡印刷(岩手) 代表取締役社長 熊谷雅也

● 連載・シリーズ

18 ジャグラコンテスト第1次審査課題解説③

問題3: フライヤーの制作

24 需要創出を考える③

【事例4】 作品展 / 開発・開拓部門 ニュープリンティング(株)賞

地域の資産を活かした受賞作品

『家族を守る防災セット』

印刷機の無い印刷会社だからこそ、垣根を越えた活動につながる

—— ホウユウ(株)(大阪) (株)つーる・ど・堺 代表 田中幸恵

● NEWSとお知らせ

01 見本帳・店頭ポスター・入選作データ・文例集をご用意 年賀状商戦の準備はお早めに!

上記データを年賀状特設サイトからダウンロードできます

22 企業情報

23 書籍案内 日印産連刊 印刷産業における環境関連法規集 [2017年版]

27 業界の動き

SPACE-21 8.25-26 高知市で交流会・幹事会を開催

29 ジャグラBB HOTNEWS

10 コラム

28 ジャグラ スケジュール表

お知らせ

見本帳・店頭ポスター・入選作データ・文例集をご用意 年賀状商戦の準備はお早めに!

上記データを年賀状特設サイトからダウンロードできます (見本帳サンプルを本号に同封しました)

先月号で既報のとおり「2018年成年・年賀状デザインコンテスト」は、全国の皆様より寄せられた661点の作品の中から、100点の優秀作品を選出し、8月18日より特設サイトにおいて「見本帳サンプル」「店頭ポスター」「入選作データ100点」「文例集」がダウンロード可能となっておりますので、ぜひ年賀状商戦にご活用ください。

見本帳



入選作100点(カラー/モノクロ/喪中はがき/Xmasカード)を掲載したA4判8頁の年賀見本帳をご用意しました。印刷料金などを自社用に書換えてご利用ください。

店頭
ポスター



年賀状印刷/喪中はがき印刷の店頭ポスター(210×580ミリ)をご用意しました。
※喪中ハガキ印刷のポスターは上記カラー版の他にモノクロ版もご用意しました

入選作
データ



入選作100点の個別データがダウンロードできますので、お好きなものを選んで自社オリジナル見本帳に組込むことも可能です。また、差替用の文例集もご用意しました。

文例集

ご不明な点はジャグラ事務局・並木 or 酒井まで
お気軽にお問い合わせください。

tel.03-3667-2271

提供データのご利用に際しては、特設サイトでご案内している規約にご同意いただいたジャグラ正会員のみが利用を許可されます。ダウンロードページに進むためには「IDとパスワード」の入力が必要となりますが、これらはジャグラ正会員宛に別途ファクスでご案内しておりますので、そちらをご利用ください。

Download は特設サイトから

<https://www.jagra.or.jp/nenga2018/>

デジタル印刷の現状と展望

～日印産連の2016年アンケート調査から～

(公社)日本印刷技術協会 専務理事 郡司秀明



軽印刷をルーツとするジャグラにおいて、デジタル印刷の実態を把握することは、経営上極めて重要なことであろう。ジャグラほか印刷関連 10 団体で組織する(一社)日本印刷産業連合会(以下、日印産連)は、毎年、デジタル印刷の調査研究を行っており、最新の報告書が今春に発表されている。その調査分析に係った(公社)日本印刷技術協会(JAGAT)の郡司秀明専務理事に、同調査のサマリーとジャグラへの提言をお寄せいただいた。

×

調査の目的

日本のデジタル印刷の現状調査というのは、余り頻繁に行われることはなく、日印産連の「デジタルプレス推進協議会」が行っているデジタル印刷調査が唯一と言えるものだ。この調査は国内の印刷産業における生産機としてのデジタル印刷の状況を把握し、活用度をさらに高めるための調査研究を目的にした年次調査であり、2010年に始まり年1回実施している。

調査の目的は、

- ①日本のデジタル市場の統計的な把握：総導入台数、総出力枚数など
 - ②デジタル印刷ユーザーの平均像の抽出：平均導入台数、平均出力枚数など
 - ③ベストプラクティスの提示：ベストプラクティスを実践しているユーザー像を示す
 - ④デジタル印刷の普及、市場拡大に向けた定性的な課題などを示す
- などである。この協議会の主査を昨年からお任せつづけているので、この調査を踏まえて「デジタル印刷の現状と展望」について、そしてジャグラに対しての期待も含めて述べてみたい。

調査方法

調査方法は基本的にアンケート調査となり、日印産連傘下の印刷業界9団体の印刷工業会、全日本印刷工業組合連合会(全印工連)、日本フォーム印刷工業連合会(フォーム工連)、日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会(GCJ)、日本グラフィックサービス工業会(ジャグラ)、全日本シール印刷協同組合連合会(JFLP/ラベル)、全国グラビア協同組合連合会(全国グラビア)、全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会(JSPDA/スクリーン)と日本印刷技術協会(JAGAT)から抽出した699社にアンケート用紙を郵送、200社強から回答を得ることができた(回答率28.6%)。

回答企業の81.5%(163社)で599台のデジタル印刷機を保有、1社平均3.67台であった。最多保有台数は30台で、内訳はトナー機20台、インクジェット機10台であった。

分析手法

デジタル印刷機の進化がすすみ、高速化、高品質化のみならず対応品目の多様化も進んでいる。薄紙、厚紙対応、あるいはシールや軟包装、クリアファイルなど多種多様な素材、品目に対応しつつある。

昨年は、月間印刷ページ数(A4判、面積あたり)が5万ページを超えている企業を上位グループとして、ベストプラクティス分析を図ったが、デジタル印刷機の活用の仕方も多様化が進んでおり、月間印刷ページ数という指標だけでは判断が難しくなりつつある。例えば、デジタル印刷の売上上位一位の品目における、受注一件あたりの平均ロットの間いでは、最小

値は平均ロットが1枚という回答で、最大値は平均ロットが47万3千枚という回答であった。「デジタル印刷=小ロット多品種」という方程式が必ずしもあてはまらなくなっているし、平均値が必ずしも平均的なユーザー像を表さなくなっている。多様性のなかでベストプラクティスもまた、対象としている市場や導入設備によって異なると思われる。極論すればベストプラクティスは各社各様と言えるのかもしれない。

そこで、本レポートではベストプラクティスを示す上位グループを一律な条件で定義するのではなく、設問に応じて多様な切り口を提示するなかで、有効活用している導入ユーザー像を浮かび上がらせるを試みた。

また、本調査の特徴として回答者から数多くのフリーコメントが寄せられている。デジタル印刷の普及、市場拡大に向けた定性的な課題がユーザーの生の声として挙げられているので、参考にさせていただきたい。

アンケート結果の概要

回答企業の全体の売上に占めるデジタル印刷の割合は平均9.7%であるが、5%以下という企業が54%ある一方、5割強という企業も3社(2%)あった。保有台数は平均3.86台であるが、2~4台が44.0%ある一方、30台を保有する企業もあった。月産出力枚数も10枚から1300万枚までばらつきがあった。このようにデジタル印刷の活用は非常に多様である。

方式別ではトナー(粉体)が329台、トナー(液体)が25台、インクジェット(大判)が169台、インクジェット(枚葉)が28台、インクジェット連帳が40台、インクジェット(オフセット機等搭載)が7台であった。

デジタル印刷の受注品目の順位は1位が事務用印刷、2位が報告書、論文、議事録など、3位がデータプリントとなっている。成長率が高い順、将来性が高い順位の両方で、データプリントが1位となっており、現在、そして今後もデジタル印刷のマーケットを牽引していくのはデータプリントという結果になった。

受注1件あたりの平均ロットは500枚以下が全体の56.6%となっており、デジタル印刷=小ロットという定説がある程度裏付けられたが、平均ロットが1万枚超という回答も12.3%あり、「大ロットデジタル」の

進展も窺える。データプリントの平均ロットは約8万枚、平均枚単価は187.8円であり、大判出力の平均ロットは275枚、平均枚単価は約7万7250.7円(注:特殊なもので単価の高い回答が含まれている)となっている。小ロットになるほど単価が上がる傾向にある。

デジタル印刷の顧客への訴求ポイントは「極小ロット対応」(74.8%)、「短納期」(62.0%)と、小ロット・短納期の訴求が強い。「1枚1枚内容を変えた印刷ができる」は47.2%となっている。「高いマーケティング効果」は7.4%にとどまった(図13)。

デジタル印刷が有版印刷を上回る時期は、63%が「(今後とも)超えることはない」と答えた。デジタル印刷機は従来の印刷機の置き換えではなく、差別化の手段として導入しているというコメントもあった。これはある面、日本のデジタル印刷の現状と言うこともできるし、連帳インクジェット機が軌道に乗るとアッサリ逆転してしまう可能性もあることだけは言っておきたい。

デジタル印刷関連の売上構成比が全体の30%以上を占める企業は、従業員50人未満が6割を占めており、小規模企業の方がデジタル印刷へのシフトが容易であるといえそうだ。

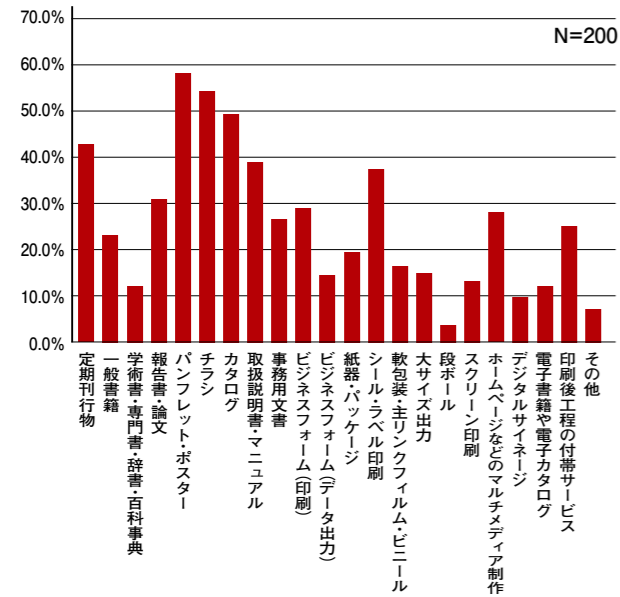
一方、デジタル印刷の枚数が多い企業は従業員100人以上が過半数を占めている。枚数が多い企業の顧客への訴求ポイントは「1枚1枚内容を変えた印刷ができる」で、全体と大きな差がついた(64.4%、全体は47.2%)。枚数が多い企業の50%以上は印刷後工程の付帯サービスに取り組んでおり、企画・デザイン部門、IT部門に取り組んでいる企業も多い。

フリーコメントでは、後加工との連携、カウンター料金、フィルムや凹凸のある紙への用紙適性、表裏見当精度、色の安定性などが課題にあがった。

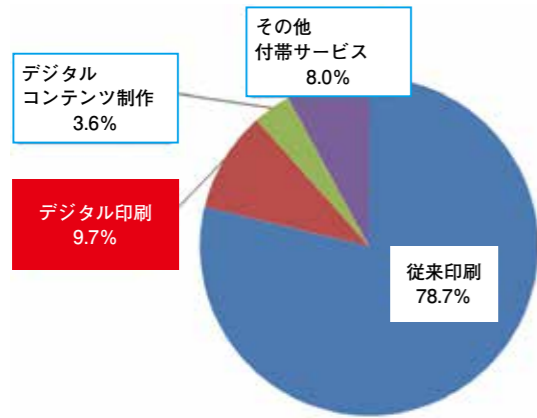
回答企業のプロフィール: 主要な受注品目(MA)

回答社のプロフィールだが、デジタル印刷を何に使っているかということでは図1の通りである。パンフレット・ポスター、チラシ、カタログが上位で商業印刷分野を扱っている企業が多い。次いで出版、頁物である定期刊行物や取扱説明書・マニュアルが多い。回答傾向は例年通りである。

【図1】 回答企業プロフィール：受注品目



【図3】 回答企業プロフィール：売上構成比

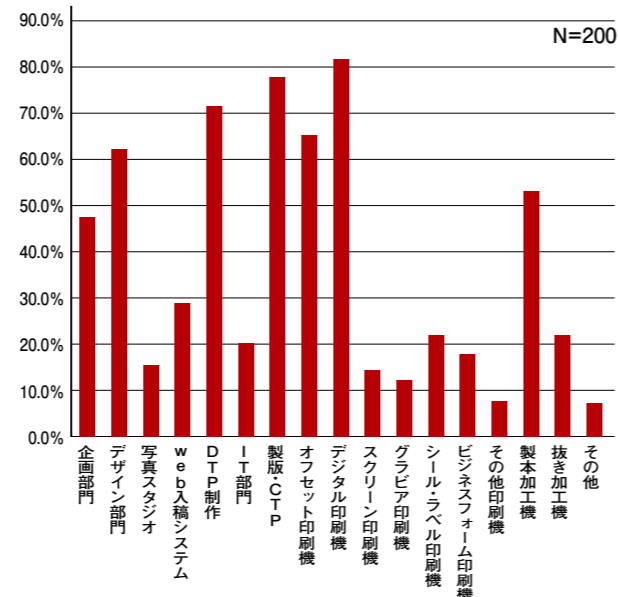


回答企業の工程・社内設備だが、図2のように。デジタル印刷機、製版・CTP、DTP制作、オフセット印刷機、デザイン部門が上位5位を占める。デザイン部門を持つ企業が60%強、企画部門を持つ企業が半数弱、IT部門を持つ企業が約20%ある。

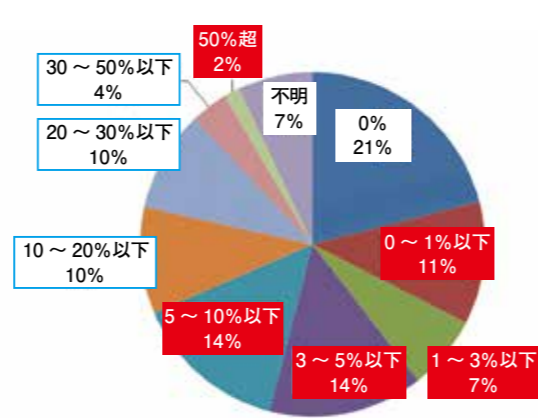
回答企業の売上構成比

デジタル印刷の売上構成比の分布は図3の通りである。売上構成を「1.従来印刷（オフセット/グラビアなど）関連（DTP制作や製本・後加工含む）」「2.デジタル印刷関連（DTP制作や製本・後加工含む）」「3.デジタルコンテンツ制作（印刷はしない）」「4.その他付帯サービス」の4種類に分類し、それぞれの構成比を尋ねた。全体平均では、「従来印刷」の売上構

【図2】 回答企業プロフィール：工程・設備



【図4】 回答企業プロフィール：デジタル印刷の売上構成比の分布



成が80%弱、「デジタル印刷」の構成比が10%弱という結果であった。

回答企業のデジタル印刷の売上構成比を平均すると9.7%であるが、各社の構成比はさまざまである(図4)。まったく扱っていない(0%)企業が42社(21%)あり、全体売上の5%以下という企業が過半数を占める。デジタル印刷はまだまだ従来印刷の補完という位置付けから出ていないと言えるが、全体売上の5割超という企業も3社(2%)あり、活用度にはばらつきがある。

デジタル印刷機の保有・活用状況

デジタル印刷の方式別の保有台数を図5に示す。保有台数の合計は598台、保有社数は155社、1社平均は3.86台であった。方式別の内訳は、トナー粉体(カ

【図5】 デジタル印刷機の保有台数

		台数	社数	一社平均
トナー(粉体)	カラー	206	119	1.73
	モノクロ	123	59	2.08
トナー(液体)		25	22	1.14
インクジェット(大判)	カラー	166	82	2.02
	モノクロ	3	2	1.50
インクジェット(枚葉)	カラー	24	13	1.85
	モノクロ	4	3	1.33
インクジェット(連帳)	カラー	29	18	1.61
	モノクロ	11	8	1.38
インクジェット(オフセット機等搭載)	モノクロ	7	5	1.40
合計		598	155	3.86

ラー)が206台、同(モノクロ)が123台、大判インクジェット(カラー)が166台で、これらの3方式で全体の8割強を占めている。

保有台数が5台以上の回答企業は38社(回答企業の19%)、最多保有台数は30台で、その内訳は、粉体トナー(カラー)5台、粉体トナー(モノクロ)15台、枚葉インクジェット(カラー)7台、連帳インクジェット(カラー)3台であった。

保有台数が1台の回答企業は29社(14.5%)、2~4台の回答企業が88社(44%)であり、5台未満の企業で全体の6割近くを占めている。

デジタル印刷機の稼働状況と収益性

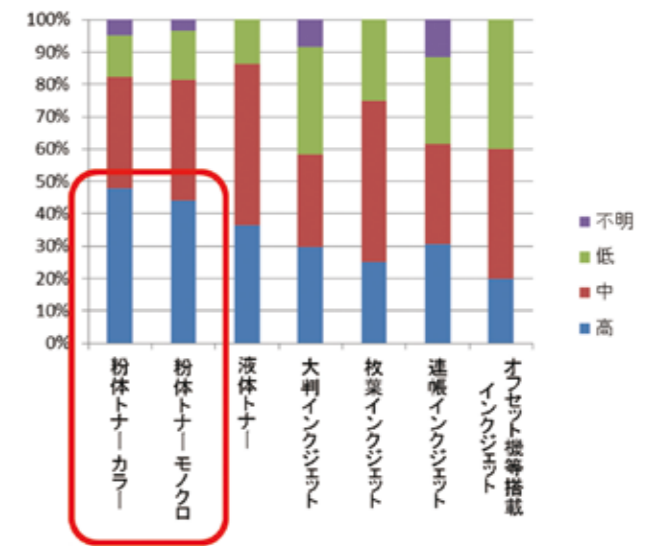
デジタル印刷機の稼働状況について以下の3つの選択肢から選んでもらった。週6日として、①5日分以上稼働(高)、②3日分程度(中)、③1日分以下(低)ということで回答いただいた。それが図6の稼働状況である。

粉体トナー機はカラー、モノクロとも週5日分以上稼働という回答が最も多く、特にカラー機は全保有企業の半数近くが週5日分以上稼働しているという回答であった。生産機として定着している様子が窺える。

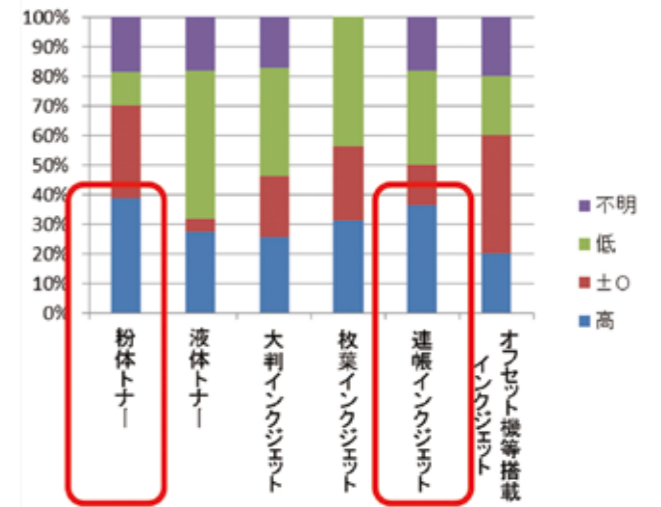
一方で、大判インクジェット機の稼働状況は週1日分以下という回答が最多となっている。大判インクジェット機の仕事を集められる会社は、多くの仕事を集めており、営業力に左右されるということだろう。

デジタル印刷機の収益性について、①儲かる(高)、

【図6】 稼働状況



【図7】 収益性



②±0、③儲からない(低)の3つの選択肢から回答を求めている。図7が収益性の結果である。粉体トナー機では、「儲かる」が「儲からない」を3倍以上上回り、ビジネスとしての定着を示す結果となった。回答数(保有企業数)が少ないものの、連帳インクジェット機においても「儲かる」の回答が「儲からない」を上回る結果となっている。後に詳述するが、アナログ印刷機の代替になるデジタル印刷機はコスト等でインクジェットの連帳機と言われており、2017年の日本はインクジェット連帳元年と言えるかもしれない。HPのWeb PressやOcé等の世界的にシェアを持っているインクジェット連帳印刷機が日本の印刷会社にも導入されはじめています。

一方で大判インクジェットは「儲からない」の回答が最多で、稼働率の低さが収益性にも影響するが

【図8】受注品目ごとの傾向：売上傾向が上向き・下向き（多い順）

No.	受注品目名	売上傾向		
		上	同	下
1	事務用印刷	26	36	9
2	DM	24	35	4
3	大判出力	23	23	7
4	データプリント	22	16	2
5	チラシ	20	30	13
6	カタログ	18	20	4
7	報告書、論文、議事録など	14	31	8
8	ノベルティ、販促グッズ等	14	12	2
9	色校正	13	33	4
10	シール・ラベル	13	19	6

No.	受注品目名	売上傾向		
		上	同	下
1	チラシ	20	30	13
2	事務用印刷	26	36	9
3	取扱説明書、マニュアル	11	27	8
4	報告書、論文、議事録など	14	31	8
5	大判出力	23	23	7
6	シール・ラベル	13	19	6
7	新聞	1	7	5
8	色校正	13	33	4
9	カタログ	18	20	4
10	DM	24	35	4

【図9】受注品目ごとの傾向：売上上位・成長率上位

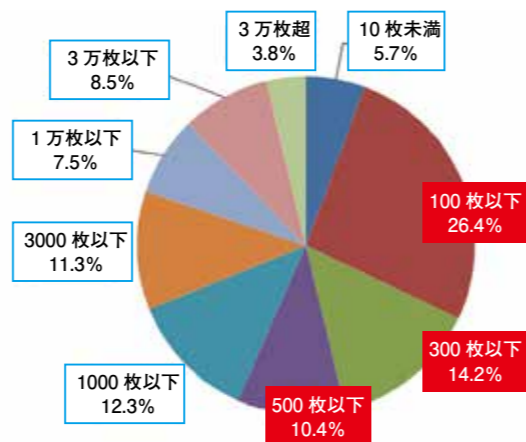
No.	受注品目名	売上上位		
		一位	二位	三位
1	事務用印刷	21	14	15
2	報告書、論文、議事録など	17	18	4
3	データプリント	15	5	3
4	チラシ	12	11	17
5	シール・ラベル	11	2	7
6	カタログ	9	5	8
7	DM	8	22	10
8	色校正	8	4	6
9	大判出力	7	9	9
10	その他	7	6	5

No.	受注品目名	成長率		
		一位	二位	三位
1	データプリント	17	5	1
2	事務用印刷	13	10	9
3	大判出力	10	6	6
4	チラシ	8	4	12
5	その他	8	4	2
6	シール・ラベル	7	4	9
7	DM	5	17	8
8	報告書、論文、議事録など	5	12	7
9	カタログ	5	5	9
10	軟包装	5	2	1

【図10】受注品目ごとの傾向：将来性の高い順

No.	受注品目名	将来性		
		一位	二位	三位
1	データプリント	15	8	3
2	大判出力	10	6	3
3	シール・ラベル	9	4	7
4	DM	8	15	9
5	ノベルティ、販促グッズ等	8	5	4
6	事務用印刷	7	8	5
7	その他	7	4	1
8	書籍、マンガ	7	0	0
9	チラシ	6	1	5
10	軟包装	5	2	1

【図11】受注一件あたりの平均ロット



【図12】受注一件あたりの平均ロットと受注金額・受注品目別

No.	受注品目名	社数	平均ロット	平均受注金額	平均枚単価
1	事務用印刷	21	1,384	21,797	410.1
2	報告書、論文、議事録など	17	5,155	74,100	116.5
3	データプリント	15	81,358	716,558	187.8
4	チラシ	12	900	23,214	61.9
5	シール・ラベル	11	3,613	51,500	52.2
6	カタログ	9	6,799	58,367	69.2
7	色校正	8	5	3,900	700.0
8	DM	8	11,438	50,650	26.1
9	大判出力	7	275	396,429	77,250.7
10	書籍、マンガ	7	2,842	52,750	120.3

となっている。これはあくまで営業力に尽きると思われる。セールスプロモーションに重きを置いている会社は、POPとしての旗を大判プリンター+UVインキをフルに活用している。特にデジタルサイネージビジネスと結びつけると分かりやすいだろう。駅のデジタルサイネージのところには大型のプリント広告が必ずペアで付いているのが分かると思うが、大判のプリントだけというよりセットでビジネスというのが多いと思う。サイネージ屋さんとアライアンスを組んでビジネスするというのも手だが、デジタルサイネージくらいは自分で引っ張っていけるくらいの気概は必要だろう。

デジタル印刷機の受注品目ごとの傾向

デジタル印刷で受注している品目について、最近の売上傾向、現在の売上上位順、成長順（売上伸び率順）、回答企業にとっての今後の市場の大きさ順を問うている。なお順位は上位3位までの回答である。図8が結果だが、売上傾向で上昇傾向にある品目は、回答数が多い順に「事務用印刷」、「DM」、「大判出力」となっている。逆に下降傾向にあるという受注品目は、回答数が多い順に「チラシ」、「事務用印刷」、「取扱説明書、マニュアル」となっている。

上昇傾向1位の事務用印刷は、下降傾向の2位であり、逆に下降傾向1位のチラシは売上傾向の5位である。上位に来ている品目は、上昇傾向にも下降傾向にも上位に見られる。市場規模は大きい競争環境も激しいということであろうか。

売上上位と成長率上位をまとめたものが図9である。まずは左表の売上げ順位で、デジタル印刷機を利用している受注品目において、現状売上が多い品目の上位3位を問うている。最多回答は「事務用印刷」、2位は「報告書、論文、議事録など」、3位は「データプリント」となっている。売上上位1位と2位の回答数の差が大きい「データプリント」や「シール・ラベル」は専門度が高いと言えそうである。その裏返して「事務用印刷」や「チラシ」「DM」などは、売上1位、2位、3位のそれぞれの回答数が多く、多くの印刷会社で扱っている品目と言えそうだ。

成長率高い順が図9の右表だ。最近、受注が拡大

傾向にある「成長率」が高い受注品目の上位3位を問うている。最多回答は「データプリント」、2位は「事務用印刷」、3位は「大判出力」となっている。デジタル印刷機の生産性、品質の向上とバリエーション印刷の用途拡大が「データプリント」の成長に寄与しているようだ。成長率上位の「事務用印刷」「大判出力」「チラシ」は売上が下降傾向であるという回答でも上位にきており、ここでも激しい競争環境が窺える。

将来性が高い順の結果が図10であり、最多回答は「データプリント」、2位は「大判出力」、3位は「シール・ラベル」となっている。「データプリント」は成長率の高さに続いて最多回答となった。現在、そして今後もデジタル印刷のマーケットを牽引していくのは「データプリント」という結果となった。請求書の電子化（Web通知など）などのマイナス要素もあるが、ネット通販は拡大し続けており、それに付随した印刷物やバリエーション印刷の用途拡大やより高度なパーソナライズなどが期待できるということであろうか。

「シール・ラベル」への回答の多さはデジタル印刷機の進化に呼応するものだろう。一般には紙器パッケージ分野の印刷需要は堅調と言われ drupa 2016 においてもメーカー各社からパッケージ用途に多くのデジタル印刷機が提案されていたが、今回の調査結果では、そうした傾向は得られなかった。

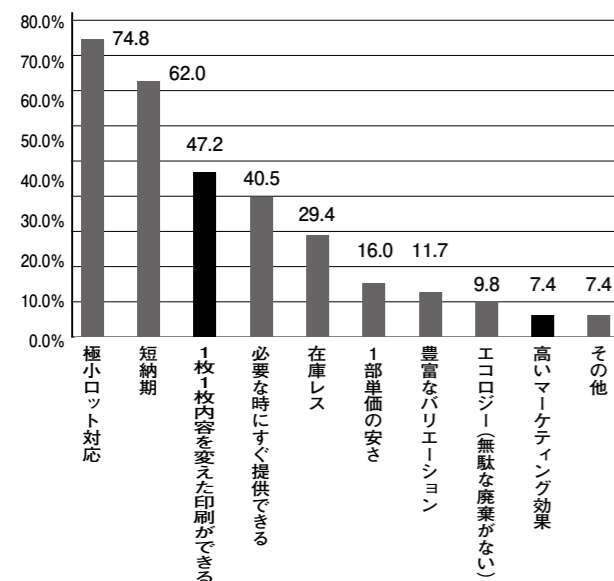
受注一件あたりの平均ロットと受注金額

売上上位1位の品目について、受注一件あたりの平均ロットと平均受注金額を問うている。結果は図11だが、本設問の結果にはデジタル印刷のビジネス、マーケットの多様性が如実に表れている。平均ロットの回答の最大値は50万枚弱（平均受注金額は400万円弱）であった。一方で、最小値は1枚という回答が2件（平均受注金額は3万円と40万円）であった。

こうした結果から、単純な平均値の提示は必ずしも平均的なデジタル印刷のユーザー像を示すものではないと考え、本レポートでは単純化した平均値の提示は避けている。

平均ロットの分布をみると「10枚未満」が5.7%、「10枚以上100枚以下」が26.4%であった。平均ロットは100枚以下という回答が全体の3割強、500枚以下と

【図 13】 デジタル印刷の顧客への訴求ポイント



という回答をあわせると全体の 56.6% となっており、デジタル印刷＝小ロットという定説がある程度裏付けられる結果となった。しかし、平均ロットが1万枚超という回答も 12.3% あり、「大ロットデジタル」の進展も窺える。

平均ロットと受注金額(枚単価)との関係を見ると、「10枚未満」の7万2000円強という数字は特殊事情があるとしても、ロットが小さくなるほど単価が上がる傾向にある。

受注品目別に平均ロット、受注金額、枚単価を尋ねたのが図 12 (6頁)で、回答数が多い順に並べている。回答数が多いので、このデータだけで結論付けることはできないが、平均ロットが大きいのは、「データプリント」が断トツで8万枚を超えている。次いで「DM」が1万1000枚強、カタログが7000枚弱となっている。平均枚単価では「大判出力」が断トツで8万円弱、次いで「色校正」700円、「事務用印刷」が410円となっている。「事務用印刷」は対象範囲が広いので、この数字だけではなんとも言えない。

その他のフリーコメント

フリーコメントの中にはメーカーへの要望が多く含まれ、目立っていたのが「色再現の安定性」「表裏見当精度」「用紙適正」等だった。特にデジタル印刷で色再現のフィードバック機能をきっちり持たないデジタル印刷機の色は、不安定なものだ。また表裏の見当

性は決して良いとは言えず、アナログ印刷機と比べたら雲泥の差がある。この先技術革新は続くだろうが、それほど簡単なことではない。これを逃れるために色校正機としてデジタル印刷機を使用することもあり得るわけで、品質の良いインクジェット枚葉機などは校正機として使用されている。

インクジェットは紙によって、解像度で言えば三割増しくらいの品質差が出ると思って間違いはない。活版用紙からオフセット用紙に変わる際にも同様のことがあったと思うのだが、水を使うオフセット用紙にばかりこだわっていたら、デジタル印刷、特にインクジェットの未来は危ういといしか言いようがない。日本でもインクジェット用のコート紙等では良いものが出始めているが、やはり割高なので、俗に言うトリートメント紙のようなリーズナブルな用紙が国産で望まれるところだ。

帯電式のトナー機の場合、帯電ブランケットのコストが馬鹿にならないので、オフセット印刷の代わりになるデジタル印刷方式は、今のところインクジェットしかないと考えられている。しかし、そのインクジェット印刷機は用紙によって大きく品質が左右されるのだ。確かにオフセット用紙と同じ紙を使いたい気持ちは分からないではないが、それだけで多くのメリットを殺してしまうのは馬鹿馬鹿しいと言わざるを得ない。安くて高品質のトリートメント紙、そしてそれを受け入れるベクトルも切り開いていけると、日本のデジタル印刷の未来も明るくなるはずだ。

デジタル印刷の仕事を受注するにあたり、「高いマーケティング効果」を挙げている企業は7.4%にとどまっている(図 13)。しかし何度も言うように、「マーケティングのないデジタル印刷なんて……」ということであり、印刷会社の規模によらず、マーケティング能力のない印刷会社は、デジタル印刷での展開は難しくなると言っておきたい。印刷会社の規模にかかわらず、マーケティングは必要で、できれば印刷会社が主導する。ダメな場合はマーケティングを主導するコンサルティング会社やマーケティング部との連携を速やかに取れることが肝要だ。デジタル印刷では、コストよりスピードが優先だ。「デジタル印刷での納期は？」と言っているだけで、もたもたしている間に仕事を失ってしまうと心するべきである。

同様に材料のオープン化が随分フリーコメントに書き込まれているが、日本でも3rdパーティのトナーや紙等の材料を自由に使いたいという要望が強い。「デジタル印刷では、コストより何をやりたいかが大事だ」と常々言われるのだが、やはりアナログ印刷(オフセット印刷)に比べてコストが高いのは否めないで、材料のオープン化によるコスト低減は必要だろう。その中であってデジタル印刷の良さが見直されていくという流れが自然だと考える。

メンテナンスのオープン化(ユーザーへの開放)も言われている。この辺は日本では難しく、欧米のようにメンテナンス要員と言っても大した技術があるわけでもないエンジニア(影でチェンジエンジニアと呼ばれる)の場合は、こういう要望があっても仕方ないが、日本ではそれなりのスキルを持ったエンジニアを有しているメーカーに任せた方が安心だろう。

フリーコメントのなかでメーカーへの文句だけではなく、自戒を込めて自分たちの課題としているのが、まずは自動化・効率化なのだが、この辺はアメリカの会社の方が効率的にシステム化するのが上手だ。手作業でしかできない部分(例えば上製本の花布)は手作業に任せてしまい、徹底的に合理化する姿勢は評価できる。これも卵が先か、鶏が先かという問題で、日本でも材料がオープン化されると自然にこの辺も進み、ある程度進んだところでのQC活動は日本のお家芸的なものなので、今後の動きを見守りたい。そして後加工の連携強化なのだが、これは大分進んだと言える。JDF連携などと言っていたが、もはや当たり前で、中小のメーカー等でもJDFと口にするようになっている。これもやっとならここまで来たという感じである。あとは印刷物に工芸的な付加価値をつける表面加工等だが、Scodix等の表面加工やレーザーカッター等がこれに当たるが、どのような製品を提供していくかが大きな分かれ道になっている。

今までなら高付加価値をつけて品質をアップすると言えば、それで終わりだったのだが、デジタル印刷の場合は品質というものに、マーケティング要素も含まれていると言えるのだ。昔だったら物理的な品質「高精細」や「文字組版品質」「色再現」「紙質」等が問題になったのだが、これからの印刷、特にデジタル印刷は「マーケティング情報を如何に上手く印刷物に載せ

て、読者に届けるか？」というのが、一番重要な品質と言えるのだ。もちろんマーケティングはデジタルマーケティングだから、「その情報をいかに効率的に印刷物に反映させるか？」が重要で、闇雲にOne to Oneだけを推し進めても意味がない。効果的なセグメンテーションに効果的な施策をタイムリーに打っていくのが必要だ。

●ジャグラ会員の皆様に

ジャグラ会員の皆様に言っておきたいのは、本来ジャグラが得意としてきた軽印刷(この言葉が正しいかどうかは置いておいて)のほとんどはデジタル印刷に置きかわってしまうだろうと推測されることだ。

例えば論文集だが、論文のほとんどはWeb等で配布されるHTML等になってしまうだろうが、その中で印刷物が欲しいという要望は必ずあるだろう。おそらく15~20%くらいではないか(大学及び教授連中)と思うのだが、その際に印刷だけのビジネスをしては、その広がり大きいとは言えない。広がりというよりは、印刷だけだと額が行きにくいので、ビジネスとして成り立たなくなってしまう可能性がある。例えば論文集ならHTML(+PDF)で書かれたDVD(旧いかもかもしれないが、私が関わっている画像四学会はDVDを配布している)やWebまで含めたビジネスは必要だし、その中で要望があれば紙も提供すればよい。少々高くても大丈夫だと思う。そんな印刷がオフセットのわけではないので、必然的にデジタル印刷なのだ。

塾の資料だって、デジタル印刷するのが普通になってしまうだろうし、試験問題などは典型である。JAGATのDTPエキスパート試験は連帳インクジェット印刷機で印刷されている。

ジャグラ会員の皆さんにはHPの大型Web Press等は大きすぎるかもしれないが、今後、例えば理想科学の溶剤型連帳インクジェット機などはジャグラにはぴったりかもしれない(今年中に発売予定)。これで塾のテキストや試験問題をやるのは、かなり効率的と言える。もちろんトナー機でもロット数が少なければ全く問題ない。今後Japan Color デジタル等の色規準を忠実に再現できれば、ナショナルクライアントの仕事だって回ってくる可能性は否定できないのだ。

●最後に

最後に蛇足であるがこれだけは言っておきたい。印刷会社の経営者は「ロットが小さく、極短納期で納品するビジネスになって、どのように儲ければ良いんだ?!」という疑問を持たれるだろうが、一番実践的なのはBPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）を展開することだろう。かつての印刷会社は町の小さな電通だったので、年末になると歳末商戦の相談から、年賀状、年始に配る手ぬぐいや茶碗の手配、等々の相談から実践までやってきたと思う。これを発展させていけば、クライアントが大変だと思っている仕事のプロセスまで請け負うというビジネスまでにすることができる。

BPOというと年金特別便の電話応対やさまざまなサービスを請け負うような分野に短絡してしまうが、そんな大げさなことだけではなく、例えば新築やマンション購入して照明器具を購入する場合、分厚いカタログを何冊も渡されて選択することが行われていたと

思うが、普通の人には分かり難かったと思う。そのマンションや使用目的に適しているものがまずは選択されていて、そこから話が始まった方が一般の人にはずっと取り付きやすいはずだ。照明会社も色々で、ある会社は地方の営業担当が個人でリコメンドプランを作っていたらしい。しかしこれが本当に大変で、このBPOをやっている印刷会社は照明器具のリコメンドプランを日本全国に対して作っている。カタログ担当者は商品の中身も熟知しているので、一挙なん得（一挙兩得）だと思う。

こんな応用例は不動産や旅行者、学会の事務局運営、スーパーや商店街のセール等たくさん思いつくと思う。スーパーの全国駅弁大会で印刷会社はPOP類からチラシ、ポスター等を請け負い、運営も一緒にBPOとしてビジネスにしてしまうようなチャンスは少なくないはずだ。例えば総務部長がクマの着ぐるみを着てピラを配っているという姿は、本来の印刷会社、町の印刷屋さんに戻った原点ではないかと思う。

Column

“五方よし”の助成金申請サポートで中小企業を応援

e-中小企業ネットマガジンVol.787より転載

国 や地方自治体の助成金は数千種類に達する。中小企業にとって、「使わない手はない」のがこの助成金だが、種類の多さや手続きの煩雑さ、認知度の低さなどから、活用している企業は思いのほか少ないのが実態だろう。助成金制度推進センター（京都市、藤田剛理事長）は、名前が表す通り、助成金の有効活用を促すことをミッションに、中小企業の“お助けマン”として活動している。「近江商人の“三方よし”の考え方が好きで、関わる人すべてが笑顔になる仕事をしたいと思い、助成金申請サポート事業に行き当たった」（藤田理事長）という同センターが、今、日増しに存在感を高めている。

同 センターは藤田理事長が中心となって設立した。代表者が理事長となっていることが示すように、株式会社ではなく、中小企業支援などに取り組む4社が共同運営している組織体。4社はユニプラス、日本ESP、ナレッジマネジメント研究所、トレジャーエージェンシーで、藤田理事長は「会社名からは何の事業をしているか、想像しづらいので、サービスブランド名として『助成金制度推進センター』を掲げた。飲食店チェーンで店名と法人名がイコールでないのと同じイメージ」とセンター設立の狙いや背景を説明する。

同 センターでは厚生労働省管轄の助成金を主な対象に申請サポートを手がけてきている。藤田理事長は個人事業としての活動期間を含めて、長年、助成金に関連する事業に

携わってきて、助成金全般に精通している。そのキャリアが、当該企業に最適な助成金をすばやく見つけ出すなど、質の高い申請サービスを実現させている。質を維持する意図もあってか、設立時から完全紹介制をとっており「コツコツと積み上げてきた実績から、口コミで紹介先が広がり、広がりが止まらない状況」（同）。

他 のサポート会社や社労士（社会保険労務士）の先生には100%負けない自信を持っている。ホームページ上で、こう豪語する同センターでは、今後、一層の体制強化を図り、全国各都道府県に1カ所以上の拠点づくりを目指す方針だ。また、助成金と併せて、「中小企業に必要な血液（キャッシュフロー）の支援として財務サポートの事業展開も計画」（同）という。

三 方よしは「売り手よし、買い手よし、世間よし」の意味だが、藤田理事長は「三方よし以上の“五方よし”の事業になっている」と説明する。サポートフィーで事業が成り立つセンター、助成金を経営に生かせる顧客中小企業、社会貢献が助成金制度のそもそもの趣旨であることからしての社会、その待遇改善が助成金の使途となることが多い中小企業従業員、それに、紹介制ゆえの紹介者と顧客企業のさらなる良好な関係構築—の五つである。五方よしの先には、「八方よし」が待っているかもしれない。



震災体験と復興の軌跡

ジャグラ文化典岩手大会講演抄録

(有)大船渡印刷 (岩手県支部)

代表取締役社長 熊谷 雅也



9月1日は防災の日——ジャグラではBCP委員会を組織して、日頃から会員企業の事業継続計画の策定を勧めているところですが、6月に開催されたジャグラ文化典岩手大会において、東日本大震災で被災された(有)大船渡印刷・熊谷雅也社長による講演を聞いた参加者の皆さんは、日頃からの備えがいかに重要かと改めて実感したようです。今月は、その講演の抄録をお届けします。

×

被災して気づいた組合のありがたさ

皆さんこんにちは。(有)大船渡印刷の熊谷と申します。6年前の東日本大震災の際には皆様から多大なご支援をいただき、本当にありがとうございました。今日は、当時のことを振り返りながらお話しさせていただきますが、皆さんが防災について考えるきっかけになれば幸いです。

まず、弊社の所在する大船渡市の位置ですが、左手で握りこぶしを作ると岩手県の形になります。親指と人差し指の間のくぼんだ所が久慈市、下に向かって順に、宮古市・釜石市・大船渡市・陸前高田市となります。沿岸部は鋸の歯のようなリアス式海岸で、世界三大漁場と言われるほどの豊かな魚介類を育てていますが、震災時にはこの地形で津波が増幅され、大変な被害を及ぼしました。

当時、大船渡にはジャグラ会員企業が3社ありました。(有)共和印刷の紺野さん、(有)丸星プリントの本田さん、そし



て弊社が最後に入会して3社になりました。

40年ほど前、私は仙台の大学を卒業し、就職して2年目でしたが、当時弊社を経営していた伯母が倒れたため、急遽、大船渡に呼び戻され、会社を継ぐことになりました。印刷のことは何も知りませんでしたので、先輩である紺野さんや本田さんにいろいろ教えてもらいました。その2社が震災で社屋が流失し、紺野社長ご夫妻、本田社長のご家族(兄母姉)が亡くなられました。震災前、大船渡には印刷会社が11社ありましたが、被災しなかったのは2社だけです。被災した9社のうち、3社が廃業されました。

弊社も社屋は流失しましたが、幸いにも高台にあった自宅は被災を免れたので、庭に中古のプレハブを建てて会社をすぐ再建しました。そこにジャグラ本部の沖専務と岩手県支部の皆さんが、全国からの義援金を持って励ましに来てくださりました。私はジャグラに入っていたものの、総会にも会議にもほとんど参加していませんでしたが、「私もジャグラの会員だった。私には組合がついている」と、その時気づいたのです。

大船渡印刷の沿革

弊社は、私を含めて社員が5名ほどの小さな会社です。売り上げは、震災前も今も年間5千万円ほどです。昭和35年に私の父と伯母が創業しました。実は、明治の後半



同社所在の大船渡市は倒壊家屋4000棟、死者340人、不明者79人と大きな被害を受けた

に盛岡の紺野町で祖父が印刷業を創業しまして、岩手活版所という東北で2番目に大きな会社だったと聞いています。祖父の葬儀のアルバムには、会社の前に参列者の長い行列ができていた様子が残っています。祖父の死後、父はまだ小学生でしたから、社業は番頭さんが引き継ぎましたが、経営が傾いてしまい廃業となりました。その後、父は戦争に行き、終戦後は新聞記者になり、大船渡に赴任しました。そして祖父の印刷業を再興しようと、活版印刷機を1台買って始めたのが弊社の始まりです。しかし父は裕福な家のボンボンだったので、すぐに経営に行き詰まってしまう、大船渡に住んでいた姉に会社を譲って、昭和35年4月に盛岡に引き上げました。その直後5月24日には、チリ地震津波が起き、会社の1階が浸水し、大変な思いをしたと聞いています。

伯母は頑張って小さな町で何とか経営を続けていましたが、当時、日本経済は右肩上がりでしたから、大船渡にも印刷会社が増え、競争も厳しくなりました。その中で伯母が倒れて、私が呼ばれたのです。

印刷の経験が無かったので、文選から始めて何でもかんでも覚えめました。活版からオフセットに変わる時代でしたので、頑張って小さなオフセット機を1台入れて、自分で動かしました。次に清打ちタイプを覚えめました。社員が少ないので自ら仙台に出向き、大気堂さんで1か月研修をして、タイプを2台入れて社員に教えました。その次に一番

小さい写植機を購入し、また仙台で研修を受けて社員に教えました。

大船渡での友達が増えるにつれ、売り上げも増えてきて、借金も増えましたがまあまあ順調で、町内会資料や名刺、封筒、伝票などを取り扱っていました。1つの事業所で10種類くらいの印刷物がありましたし、そういう顧客を何十社も持っていたので、印刷需要もそこそこありました。しかし80~90年代になると、パソコンやワープロが普及し、印刷需要は徐々に減少するようになりました。

いろいろと工夫して売り上げを伸ばしましたが、「このままではダメだろう、21世紀まで残れるだろうか」と、社員とミーティングをして、どうすれば存続できるか考えました。そして、「印刷だけではやっていけない時代がまもなくやって来るので、印刷のデータを様々な生かして、ホームページ制作やDVD制作などにも広げて、印刷にこだわらない会社になろう」と考えました。「印刷」という言葉が社名にない方がいいと考え、「E・PIX (イー・ピックス)」と言うブランド名を付けました。イー・ピックスのイーはエキサイティングとエクセレント、エコやアースなどの「E」です。ピックスはピクチャーズ、イラストや写真などを総合したイメージです。21世紀の1月1日から「イー・ピックス (有)大船渡印刷」と名乗って営業しています。

企画から版下制作までに重きを置くことと決め、そのためにはいいパソコンとソフトが必要なので、印刷・製本などへの投資は止めることにしました。2001年から2011年3月11日、震災の時までその方針を貫きました。震災でMacが4~5台とWindowsが3~4台、小型オフセット機が3~4台、断裁機、製本機、丁合機が全部流されましたが、先ほどの方針でやってきたので、流された印刷機械は幸い全て古い設備でした。パソコンとソフト、それを扱う人材が揃えば営業を再開できる状態で、これが弊社が早く復旧できた一つのポイントです。そのことを頭に入れていただきながら、震災の話を聞いてください。

日頃から確認していた避難時の行動

●3月11日

3月11日午後2時40分過ぎに大きな揺れが来ました。立ってられないほどの揺れが長く続き、ほとんどの物が倒れ、社員に逃げるよう指示しました。

大船渡は地震や津波が以前から多かったため、日頃から避難時の打ち合わせをしていました。

①経理は、売掛帳と売り上げデータのフロッピーを持って

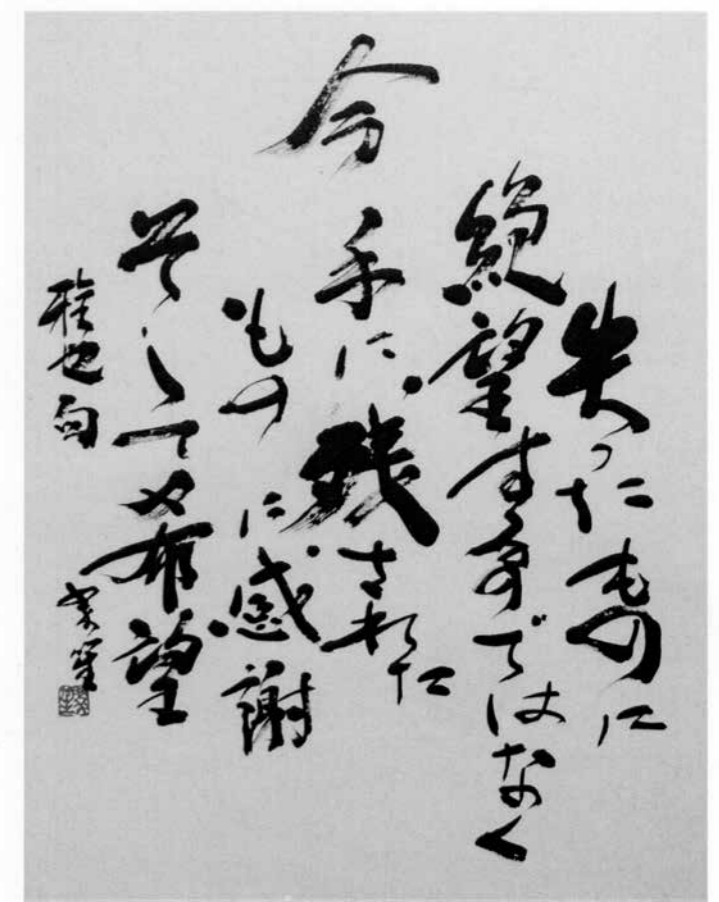


事業再建に取り組む大船渡印刷・熊谷社長がNHK ニュースで紹介された (6点とも/本誌2011年5月号より)
下段左の写真が自宅庭に建てたプレハブの社屋



上) 同社社屋近くの倉庫は大津波を被ったものの流失を免れ、中に保管していた『ケセン語訳聖書』は「津波の洗礼を受けた聖書」として新聞やテレビで紹介されることになり、数か月で二千数百冊が全国へと出荷されて同社の貴重な復興資金となった

右) 「失ったものに絶望するのではなく 今手に残されたものに感謝 そして希望」——震災翌朝にふと浮かんだ自分を鼓舞する言葉 友人の書家が揮毫してくれたものを額装して自宅に飾っている



「失ったものに絶望するのではなく 今手に残されたものに感謝 そして希望」2011年3月11日の次の朝、この言葉を心に刻んで歩んできました。
大船渡印刷 熊谷雅也

とかできそうだ、大丈夫だ」と気持ちが前向きになりました。

以前、青年会議所でいろいろなプロジェクトを担当して大変だった時に、アファーマーション（誓約）をよく作りました。自分を鼓舞するキャッチフレーズを作って、困難を乗り越えるのです。被災したこの時も、苦難を切り抜けるにはアファーマーションが必要と思い、いろいろな言葉を考えているうちにいつしか眠りに落ちてしまいました。

翌朝浮かんだ自分を鼓舞する言葉

● 3月12日

翌3月12日は天気が良く爽やかな日で、朝5時前に早起した瞬間、次の言葉が心に浮かびました。「失ったものに絶望するのではなく 今手に残されたものに感謝 そして希望」——この言葉がずっと頭に浮かんだ時、「なんとかなるぞ」と思い、カレンダーの裏に書き記して壁に貼りました。外に出ると、爽やかないい天気でした。私の家から被災した町並みは見えませんが、町はがれきだらけなのだろうと思うと、いてもたってもいられませんでした。

弊社では、「ケセン語訳聖書」と「ガリラヤのイェシュ」 という聖書を作っていました。大船渡在住の山浦玄嗣さん

が書いたものを、弊社が出版したものです。私は山浦さんの講演に同行して日本中を回り、聖書の言葉についていろいろと教えられましたが、「永遠の命」という言葉が、その時頭に浮かびました。永遠はギリシャ語で「いつでもどこでも」、命は「生き生きと生きる」という意味。なので「永遠の命」とは「いつでも明るく活き活き生きる」という意味だと山浦さんがおっしゃっていました。神様は人間をそうできるようにしてくれていると言って聞かせてくれました。また、「ダーバール」は「出来事」と「言葉」いう意味のヘブライ語だとも、よく言われていました。日本語でも言葉を「ことのは」というので、言葉と出来事はどこかつながっているのかもしれないと思います。

その朝、「永遠の命」と「ダーバール」という二つの言葉が浮かびました。二つの言葉がリンクして「神様はこの大震災を通して何を伝えようとしているのだろうか」と考えました。きっと何かがあるはずですが、答えは出るはずありません。「神様はどんな時でも明るく活き活きと生きる道を残してくれている」と思い浮かべながら、庭を散歩しました。その時小さな黄色い花が咲いているのを見つけました。希望を見つけようという目で見ると、どこかに

逃げること。
②版下のオペレーターは、ハードディスクと過去のデータを入れたディスクを持って逃げること。(このディスクは火事などにも備えて、会社と自宅の2か所に保管していました)。
③非難場所は近くの神社。

震災時、経理の社員は春休みで帰省していた大学生の娘さんがいたので、売掛帳とフロッピーを持って娘と一緒に逃げると言って近くの自宅に向かいました。営業マンは、自警消防団に入っていたので「門を閉める」と出ていきました。版下担当の部長と私は、ハードディスクやノートパソコンなどを持って車に乗って逃げました。各自の行動で、お金の換えることのできない貴重なデータを持って逃げる事ができたことが、弊社が早く復旧できた二つ目のポイントになりました。

最初は高台にある小学校に逃げました。海は少ししか見えませんが、海辺の工場の煙突の周りに木材が浮いているのが見えました。弊社の近くの製菓店から逃げてきた社員さんが、「本社もすっかり水没してしまった」と話しているのが聞こえたので、弊社も水没したと確実にわかりましたが、「ひょっとしたら1階部分だけかな」とも想像しました。

そこへ娘の同級生が泣きながら来て、出産のために帰省していた臨月のお姉さんがお腹が痛いと言うので、その家族を車に乗せて私の自宅に連れていきました。自宅に着いたのは周りが暗くなってきた時間でした。停電していたので冷蔵庫の物を発泡スチロールの箱に移して、食料の確保をしました。私の家族4人に娘の同級生の家族4人が加わり8人、夜になって妻の妹家族も2人加わり10人になり、

私は家長としてこの10人を明日からどうして守ることができるかと不安になりました。しかし翌日、近所のスーパーが商品を放出していると知らせてくれる人がいて、全員で買い出しに行きました。10人で行ったので、幸いにも食料だけでなく電池やガスコンロまで買うことができ、当面の物資の悩みはクリアできました。

夜になってデイサービスに行っていた母親を車で迎えに行き、母と二人で寝ました。停電しているので明かりもなく、皆早く就寝しました。枕もとの携帯ラジオからは一晩中被災情報が流れていました。

大船渡で死者が出たと初めてニュースで流れたのが、丸星プリントの本田社長の3人のご家族でした。高台にお住まいだったので、とてもショックでした。ラジオからの被災情報でどんどんマイナス思考になりました。会社がなくなって社員をどうしようかとか、上の娘は教師になることが決まっていたのですが、下の娘はまだ高校2年生で薬学部への進学を希望していました。私は学費が高すぎると反対していましたが、その娘の大学進学費用をどうしようかとか、自宅のローンのことなどいろいろなことを考えました。そこへ本田さんのご家族死亡のニュースもあってさらに落ち込み、とても悔しくなりました。

私はそれまで30年近く大船渡で地域づくりに携わってきましたので、町が流され悔しくて、「大船渡印刷がなければ大船渡は復興できない」と開き直りました。弊社の復興を町の復興に役立てたいと考えたのです。死亡ニュースを聞いても「だけど自分の家族は生きている」と考えるようにしました。「社員も逃げて無事なはずだし、データも概ね残っているし、たくさんの方が自宅も会社も流された中で、私には自宅が残っている」。今あるものを考えると「何

希望の証があると教えられた気がしました。私はあの朝「希望を失わなければ何とかなる」と教えられたのだと、今になって思うのです。

周りの方は私たちを、落胆して打ちひしがれて希望も失っていると思われていたかもしれませんが、実は違いました。先ほどの言葉に励まされたこともあります。とても爽やかな気持ちでした。経営者は朝起きた瞬間から会社経営のことで頭がいっぱいになり、先の先まで考えて悩みます。でもその日は入社する会社は津波に流されてなく、それまで30数年間、毎朝考え続けてきたことを一切忘れて、「今日をどう生きるか」だけを考えていました。

その日は食料確保や親せきの安否確認で一日が過ぎ、夕食の席に着くととても充実感がありました。朝元気だった家族が夕方まで元気でいて、少ない食料を分け合って眠りにつく。そういう単純な一日がとても充実して、別世界にスリップして新しい人生が始まったような感じでした。

6年も経ってまた以前と同じような状態に戻りましたが、震災の経験は私には貴重なものでした。我々経営者は過去を悔やんだり、未来の心配をしがちですが、今この時に集中して生きることが一番健康的なことだと学んだような気がします。今でも考え込んでしまうときは、あの時を思い出して今に集中するようにしています。そうすると、大変なことも何とか切り抜けられるのです。

自宅庭にプレハブを建てて早期に再建

もう一つ、弊社が早期に復興できた三つ目のポイントがあります。震災の日の夜に「再建する」と決心しましたが、1週間ほどして少し落ち着いたところに、具体的に再建の仕方を考えました。「自宅のリビングでパソコンを買って始めるか」とも思いましたが、復興現場のプレハブを見て、これだと思いました。岩手の仲間「自宅の庭で再建するからプレハブが欲しい」と電話すると、被災した経営者が社員を解雇するニュースがたくさん流れる中で、社員を全員継続雇用して再建するという私の決心をとても喜んで、すぐに手配をしてくれて、3月末にはプレハブが2棟届き、再開する準備ができました。

4月1日に社員全員を集め、「震災前と同じ条件で雇用するから頑張ろう」と宣言しましたが、今思うと何の確認もない空元気がした。電話が通じにくいので仕事も来ませんし、社員も被災しているので親族の安否確認やがれきの片づけに帰らなくてははいけません。翌日も翌々日も朝8時半に集まってくれましたが、10分ほどで解散しました。



申年年賀状デザインコンテストでカラー部門の最高賞を獲得した同社 2015年10月の全国協議会で熊谷社長(右)とデザイナーの尾形さん(左)が表彰された

1か月以上そのような状態でした。でもそれが社員を安心させて、その後も一生懸命働いてくれた理由になったと思います。これが三つ目のポイントです。お金の当てはありませんでしたが、倉庫に保管していた書籍にかけていた保険金がおりたりして給料も払え、グループ補助金で後に設備も揃えることができました。

先ほどの「失ったものに絶望するのではなく 今手に残されたものに感謝 そして希望」という言葉を私は壁に貼って毎日見ていました。友人の書家が「いい言葉ですね。市の芸術祭に出すから書かせてください」と書いてくれたものを額に入れて自宅に飾りました。この言葉をよくよく見ると会社の経営にも通じることだと思うのです。会社経営をしているとマイナスなことを考えがちで、「もう少し社員に能力があれば」「もう少し資金があれば」と、あれもないこれもないとついつい思ってしまいます。でもあるものを考え始めると、ジャグラー年賀状コンテストで最高賞を受賞した優秀なデザイナーもいるし、そういう社員を育ててくれた部長がいるし、経理はしっかりしているし等々、良いところが見えてきます。この言葉が皆様にも何かのお役に立てればと思います、急遽印刷してお配りした次第です(前頁写真)。

弊社はグループ補助金や東日本大震災事業者再生支援機構から支援をいただきました。この支援では15年の綿密な再建計画を立ててくれました。それに従って私は75歳まで働き続けなくてははいけません。サラリーマンなら60歳で定年退職ですが、生きる励みとなるので、かえっていいことだと考えています。

ジャグラーの会員として、これからも皆様のお役に立てる会社でい続けたいと思いますので、今後ともよろしく願います。本日はありがとうございました。

月刊
グラフィックサービス
No.790
2017
09

ジャグラコンテスト第1次審査課題解説③

問題3：フライヤーの制作

オペレータースキルアップのために

DTP オペレーターの技能を競う「ジャグラコンテスト第3回 InDesign」の第1次審査課題提出が7月10日に締切を迎えました。第1次審査で出題された4問の課題内容と審査の要点を全4回の連載でお届けします。

課題内容

「問題3：フライヤーの制作」では、文字、写真、図版が使われたグラフィカルな店舗の告知フライヤーを、InDesignの機能のみで完成見本に合わせ制作するという課題が出題されました。

毎日の料理を愉しく奏でるキッチンツールズ

la cuisine

3rd Anniversary Sale

オープンから3周年を記念して特別セールを開催中。さらに、3,000円以上お買い上げの方に当店オリジナルコースターをプレゼントします。

東京都豊島区新池袋1-24-3 レンタビル1F
営業時間：午前11時～午後7時 定休日：水曜日
TEL：03-1111-2222 FAX：03-3333-4444
WEB：http://jagra-contest.com
MAIL：lacuisine@jagra-contest.com

出題の意図

フライヤーのような端物はIllustratorで制作するオペレーターの方も多いことでしょう。しかし、InDesignの中心的オブジェクトである「フレーム」の特性を活用することにより、デザイン性の高い印刷物を効率よく制作する

ことができます。また、Illustratorより設定項目が多く、オブジェクトに対して細やかな指定が可能なのもInDesignの優位性が高い点といえます。

このように、フォーマットに沿った頁物の組版だけでなく、グラフィック用途にもInDesignが使えることに着目し、InDesignのグラフィック機能に精通したオペレーターを評価するとともに、課題制作を通してInDesignでのグラフィック制作スキルを向上させてもらいたいとの思いから出題に至りました。

課題のポイントと必須技能

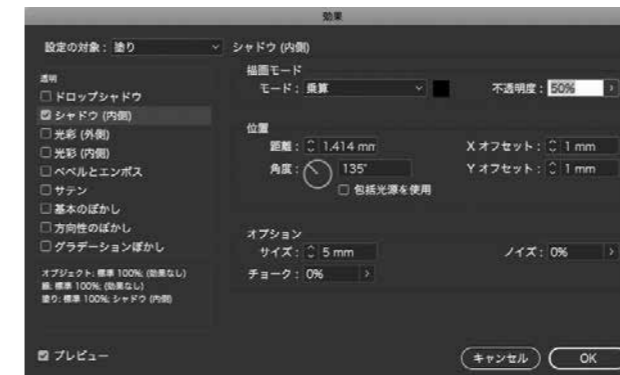
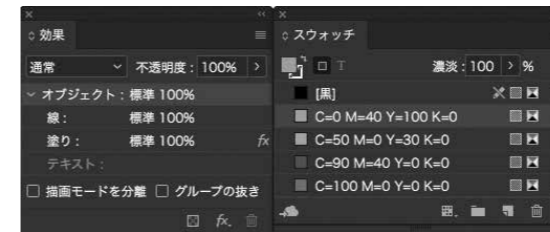
InDesignで文字や画像を配置するための入れ物である「フレーム」は、フレーム本体に塗りや線、ドロップシャドウ、光彩などの効果を複合的に加えることができるだけでなく、フレーム内に配置した画像に対しても複数の効果を設定することができます。フレーム本体とフレームに配置された画像の両方に設定された効果を1つのフレーム内で管理でき、画像の差し替えやフレームのサイズ変更後も効果が適用されるため、編集作業が容易に行え、作業効率が上がります。また、線種をカスタマイズできることもInDesignの特長のひとつで、これらの機能を活用しているかが評価のポイントになります。

主なInDesignの必須技能は以下の通りです。

【必須技能】

①フレーム

- ・Photoshopで切り抜いた画像が配置されたフレームは、塗りに色を入れることで透明部分に着色が可能です。
- ・「効果」パネルで、フレームの塗りに対して「シャドウ（内側）」の効果を加えます。また、フレーム内に配置した画像をダブルクリックすると、画像に対しての「効果」を作成できます。この課題では、光彩で画像の周りに白縁をつけ、さらにドロップシャドウを加えます。



②線のカスタマイズ

- ・上部タイトルの背景にある、太さの違うストライプは、新しく線種を作ることで表現可能です。InDesignでは、線分の幅指定、線の背景に別々の色と濃度を指定できるため、長方形を組み合わせたより簡単に制作できます。



・線分は専用の編集ダイアログで線の幅を指定することで多くの線種を作り出せます。



この課題で一番の難所は？

「問題3：フライヤーの制作」は、前項「課題のポイントと必須技能」で解説した通り、InDesignの「フレーム」の動作や構造、特性を理解した上で、どれだけ「効果」パネルを活用しているかが鍵になります。

課題出題者からのメッセージ

InDesignは使い慣れているものの、グラフィックはIllustratorで作成してInDesignに配置している、端物はすべてIllustratorで作っている、というオペレーターの方にとっては、悩ましい課題となったかもしれません。この課題を通して、InDesignについて新たな発見があったと感じていただけたら、非常に嬉しく思います。

InDesignに限らず、アプリケーションを使いこなすには、日頃から個々の機能にどのような特徴があるかを試しておき、どのような時に利用できるのか把握しておくことが大切です。この課題に挑まれて得たスキルが、他の制作物で役立つことを願っています。

図版付き解説と模範データは特設サイトで！

ジャグラコンテスト特設サイトでは、第1次審査課題「問題1：横組みレイアウトの制作」「問題2：縦組み新聞レイアウトの制作」の解説全文を図版付きで公開中です。コンテスト未受験の方もご覧いただけますので、ぜひスキルアップにご活用ください。また、受験者の方は、第1次審査課題資料に記載されたダウンロードID・パスワードを入力することにより、「ダウンロード」ページから課題のInDesign模範データをダウンロードいただけます。

▼ジャグラコンテスト第3回 InDesign 特設サイト

<http://www.jagra-contest.com/>

月刊
グラフィックサービス
No.790
2017
09

月刊
グラフィックサービス
No.790
2017
09

Web フォントサービス「TypeSquare」で エイワン社とデザインシグナル社の書体を提供開始 （株）モリサワ

（株）モリサワは Web フォントサービス「TypeSquare」より、
（有）エイワンと（株）デザインシグナルの書体を提供します。

×

「ZEN オールド明朝 N」や「ZEN 角ゴシック N」をはじめとするエイワン書体は、シンプルで使い勝手の良いラインナップが特徴で、キャッチコピーから本文用途まで幅広いシーンで利用されています。デザインシグナル書体は「きりぎりす」や「そよ風」など、個性が際立つデザイン系書体を数多く取り揃え、ゲームやパッケージデザインなどさまざまなジャンルで見る人の目を引きつけます。

今回提供するエイワン全 22 書体、デザインシグナル全 27 書体は、ブラウザ上で Web サイトの書体を自由に変更できる TypeSquare トライアウトでお試しいただけます。

■追加書体

◎エイワン全 22 書体：ZEN オールド明朝 N R/M/D/B/H、ZEN 角ゴシック N L/R/M/B/H、ZEN 丸ゴシック N L/R/M/B/H、ZEN アンチック、ZEN アンチック S、紅道、Zen Loop、Zen Loop Italic、Dots、Tokyo Zoo

◎デザインシグナル全 27 書体：DS ステージ 1、DS バースデイ 19、DS バースデイ 21、DS トゥモローウォーク、DS ユーミンウォーク、DS トゥモロースキップ、DS トゥモロードリーム、DS フラミング、DS 一支國、DS 照和 70、DS ありんこ、DS ダダ、DS 筆七七、DS きりぎりす、DS 歩明、DS マンボ、DS ルンバ、DS 楽描、DS 金七、DS ハイカラ、DS バンカラ、DS あかり、DS そよ風、DS なみ風、DS ゆたんぼ、DS アングラ、DS タイプ 7

◎エイワン追加書体の一部

ZEN 角ゴシック N

L タイプスクウェアに
R エイワンの書体が
M 追加されました！
B みなさんふるって
H ご利用ください。

生産性と操作性・省エネ性を備えた ハイパフォーマンスCTPを開発 （株）SCREEN グラフィックソリューションズ

（株）SCREEN グラフィックソリューションズは、A4-16 ページサイズのサーマル CTP において業界トップクラスの生産性と操作性・省エネ性を実現した「PlateRite Ultima（プレートライト アルティマ）16000N シリーズ」を開発しました。

×

近年、印刷業界においては小ロット・短納期に効率的に対応できる大サイズ対応印刷機の導入が進んでいることから、同社はより生産性や操作性、省エネ性を向上させた A4-16 ページサイズのサーマル CTP「PlateRite Ultima 16000N シリーズ」を開発しました。

ニーズに合わせて、Z、S、E の 3 種類のモデルをラインアップしており、光学系を改良した最新の GLV 露光ヘッドを採用。照度分布の均一化や、高精度なオートフォーカス機構により、当社独自のハイブリッドスクリーニング「Fairdot 2」や FM スクリーニング「Randot X 20」（20 μm）の出力に対応します。

1024ch 露光ヘッドを搭載した Z モデルは、1 時間当たり最大 42 版のプレート出力を実現。装置 1 台で、A4-16 ページ版から A4-4 ページ版まで対応できます。

512ch 露光ヘッド搭載の S/E モデルは、それぞれ 1 時間当たり 29 版、17 版の生産性を備えています。プレートは最大 1470 × 1180mm に対応している他、小サイズオプションを搭載し、最小 450 × 370mm のプレートまでカバーします。

また、最大 450 枚のプレートを自動供給できるマルチカセットオートローダー「MA-L16000N II」もご用意。長時

◎デザインシグナル追加書体の一部

今夏からタイプスクウェアに

DS バースデイ 21
デザインシグナル
DS キリギリす
の書体が追加
DS ルンバ
されます
DS そよ風
みなさんふるってご利用くださいね
DS フラミング
魅力的な見出し書体が
DS ハイカラ
なななんと **ライン！**
DS 筆七七
27 書体 ナップ！
DS 照和 70

間連続運転を可能にし、省力化とともに生産性と印刷機稼働率を大きく向上します。この他、非動作時の消費電力を抑える「省エネルギーモード」を搭載するなど、稼働時電力の約 55%削減、待機電力の約 83%削減を実現。さらに、オンライン保守サポートサービス「TRUST Network Service」が装置の状況をリモートモニタリング。常に CTP を最良の状態に保つことができます。



BOOK

| 書 | 籍 | 案 | 内 |

印刷産業における 環境関連法規集【2017年版】

～ジャグラーからの購入がお得です～

ジャグラーなど印刷関連 10 団体で組織する（一社）日本印刷産業連合会（日印産連）は、このほど『印刷産業における環境関連法規集（2017年版、A4判 180頁）』を刊行しました。

×

本書は、環境関連の法規制の施行、改定等が相次いでおり、各種法規が複雑かつ多岐に渡っていることから、印刷全般に関わる環境関連法規の手引き書として発刊したものです。

印刷に関わる全ての環境関連法規を取り上げ、その概要を分かりやすく解説し、さらにこれに工場立地、防災、労働安全等に関する法規の解説も加えて、印刷産業に携わる皆様方が企業活動、環境活動を行ううえで、また ISO14001 や GP 工場認定など環境マネジメントシステム構築・運用の際の重要な資料として利用できるよう編集しています。

また、保有設備や作業内容から簡単に該当する法令を引くことができる「法令逆引き表」を掲載し利用しやすくなるよう工夫しました。



【目次】

- 1) 環境関連法規集の概要
 - ①掲載法規の体系、②各法における規制対象、③主な環境関連法改正の内容、④法令逆引き表
- 2) 環境関連法規
 - ①排出等の規制、公害防止関連の法律——環境基本法、大気汚染防止法、自動車 NOx・PM 法、水質汚濁防止法、下水道法、浄化槽法、瀬戸内法、湖沼法、騒音規制法、振動規制法、悪臭防止法、工業用水法、ビル用水法、土壌汚染対策法、公害防止組織整備法、②廃棄物、リサイクル、循環型社会形成に関する法律——循環型社会形成推進基本法、廃棄物処理法、資源有効利用促進法、容器包装リサイクル法、グリーン購入法、③地球環境、省エネルギー、化学物質に関する法律——オゾン層保護法、省エネ法、建築物省エネ法、地球温暖化対策法、フロン排出抑制法、P R T R 法、ダイオキシン法、P C B 法、水銀汚染防止法、④環境情報、環境教育に関する法律——環境配慮促進法、環境教育推進法
- 3) その他関連法規
 - ①工場立地に関する法律——建築基準法、工場立地法、②防災、労働安全、その他に関する法律——消防法、労働安全衛生法（有機則、特化則含む）、作業環境測定法、毒物及び劇物取締法、食品衛生法

ジャグラー会員価格 1500 円（税込、送料別）

本書は日印産連からも購入（会員2000円・一般4000円/税込、送料別）できますが、ジャグラー経由での購入がお得です

申込書にご記入のうえファクスしてください。請求書同封で本書をお送りしますので、代金を指定口座にお振り込みください。（振込手数料はご負担ください）

申込先 **Fax.03-3661-9006**

社名			所属
住所	〒		
Tel	Fax	E-mail	
氏名			購入冊数

シリーズ：需要創出を考える③

印刷需要が低迷し、価格競争が激化する経営環境の中で、ジャグラー会員企業はどのようにして活路を見出そうとしているのかを探る「シリーズ 需要創出を考える」——第3回目の今回は平成28年度ジャグラー作品展の受賞企業の中から、大阪府支部・ホウユウ(株)さんの事例をご紹介します。

×

事例4 作品展 / 開発・開拓部門 ニュープリンティング(株)賞

地域の資産を活かした受賞作品

『家族を守る防災セット』

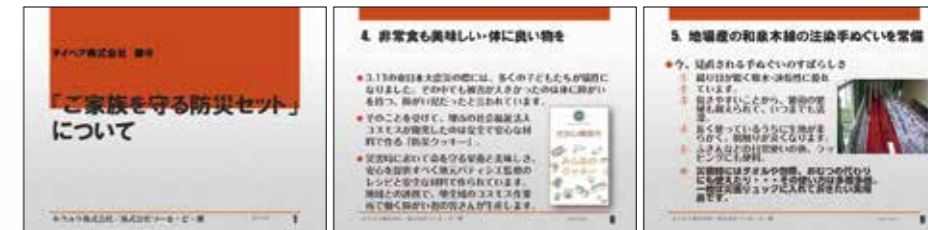
～印刷機の無い印刷会社だからこそ、垣根を越えた活動につながる～



ホウユウ(株)(大阪府支部)
 (株)つーる・ど・堺 代表 田中幸恵



左) 受賞作品「家族を守る防災セット」
 上) クライアントに提出した提案書 (抜粋 / 3点とも)



「大阪伝統の浪華錫器と注染手ぬぐいセット」と提案書

地域の地場産品を記念品に

このたびジャグラー作品展で「ニュープリンティング(株)賞」をいただきました。受賞したのは、大阪府和泉市にあるベアリング会社様の創業80周年の記念品として提案した「家族を守る防災セット」です。「社屋がある南大阪の地域色を出して欲しい」「社内防災に力を入れているため、防災の視点を持ったものにして欲しい」という二つの難しい課題をクリアするため、「地域の特産品で防災セットを作ってみては?」と、下記の内容で提案しました。

- ①(株)ダイヨーセンコー(大阪府堺市)による注染手ぬぐい
- ②社会福祉法人コスモス(大阪府堺市)による防災クッキー『さかい物語 みんなのクッキー』
- ③避難ママのお茶べり会(大阪府堺市)監修による防災チェック読本
- ④ロゴ入りナップサック
- ⑤ホイッスル

(株)ダイヨーセンコーは、南大阪のお祭りを陰で支え続ける祭事用品専門店です。南大阪地域は“だんじり”や“ふとん太鼓”など、祭礼が盛んな土地柄。あらゆる注文に応える注染職人さんも超一流です。「こんな細い線を注染で出せるのはうちだけやで～」という言葉通り、完璧に仕上げてくださいました。

社会福祉法人コスモスは、堺市役所内で障がい者が携わるレストランを運営する、地域では注目の福祉法人。

避難ママのお茶べり会は3.11の東日本大震災の影響により、東北・関東などから堺に避難されてきたママ達の集まりです。災害時の経験を元にした貴重なアドバイスを冊子に活かすため、赤ちゃん連れて何度も打ち合わせしてく

ださいました。

以上5点を、いざというときにすぐに取り出せるよう取っ手をつけたパッケージに入れ、地域愛と防災意識がひとつになったセットにまとめました。箱詰め作業は社会福祉法人コスモスの作業所で働く障がい者の皆さんにお願いしました。これにより地域色と防災だけでなく、社会貢献にもつながると、クライアント様大変喜ばれました。

この防災セットは評判も上々で、別の会社からも受注をいただきました。さらに賞をいただいたものとは別に、高額記念品として大阪伝統の浪華錫器と注染手ぬぐいのセットも提案しました。

- ①『大阪錫器(株)』(大阪市)のタンブラー
- ②『(株)ナカニ』(大阪府堺市)による注染てぬぐい(※生地は地域ブランド『和泉木綿』(大阪府和泉市))がセットになっています。

大阪錫器(株)さんは、江戸時代の技を今に伝える大阪唯一の錫器専門会社。時間の無い中、職人技をご提供くださいました。桐箱も錫器タンブラーと手ぬぐいをセットするためのオーダー品です。

(株)ナカニさんは注染てぬぐいブランド『にじゆら』で全国的に有名。根気良く、こちらのわがままにお応えいただきました。

関わった企業・団体は、そのほとんどが弊社グループ企業である(株)つーる・ど・堺が運営する「地域情報サイト つーる・ど・堺」「紙cafe produced by TOUR DE SAKAI(以下、紙cafe)」でつながりを持っていた人たち。普段からのおつき合いを存分に活かせる、私たちにとっても幸せな製品を作り上げることができました。

紙cafe produced by TOUR DE SAKAIについて

そもそも、お仕事を受けることになったのは、(株)つーる・ど・堺で運営している紙cafeがきっかけです。記念品担当の女性が紙cafeのコンセプトを気に入ってくださり、「女性らしい視点で地域密着型の提案をして欲しい」とお声がけいただきました。ちょうどその時期と、当社が関わっていた防災クッキー『みんなのクッキー』の完成時期が重なったことで、地場産品で構成した防災セットのアイデアにつながりました。

ここで紙cafeの説明を少しさせていただきます。このお店は主に紙雑貨と堺に関わる商品とカフェメニューを扱う、“紙と堺”のコンセプト・カフェです。堺で一番古い商店街「山之口商店街」の町屋を改装した施設をお借りして運営しています。

開店当初は、もちろん印刷の紹介・受注が目的だったのですが、紙cafeに集まるさまざまな地域の人たちの要望を聞いているうちに、堺の紹介、イベント運営、雑貨ブランドの企画・販売、ノベルティの企画・製作などが中心の動きに変わってきました。

近年では「古墳女子」をはじめとする古墳ブームと、地元の百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録への動きに合わせ、古墳グッズにも力を入れています。今年の7月に国内推薦が決まったことで、連日のように紙cafeがメディアで紹介されるようになりました。

また、去る9月3日には初めての大規模イベント『堺でいっちゃん早い秋祭り!!』も成功させました。このイベントは複数の障がい者作業所・クラフト作家・ミュージシャンを商店街に集め、“みんなで一緒にお祭りを作り上げていこう!”というコンセプトで企画しました。これまで紙cafeが関わったさまざまな人たちが運営に携わり、ひとつの世界を作り上げ、まさに活動の集大成とも言えるお祭りとなりました。



イベントの案内

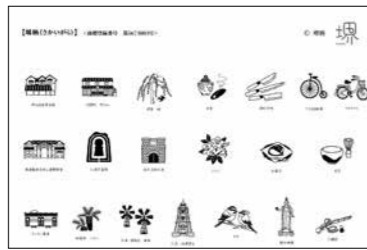


紙cafeの外観および店内の様子

KOFUN(古墳)ポストカード



オリジナル雑貨ブランド「堺カミモノ」



アイコンイラスト群「堺柄」と商品展開例



堺タカシマヤ様とのコラボ商品「古墳ハンカチ」



「堺カミモノ」と「堺柄」について

オリジナルの雑貨ブランド「堺カミモノ」は、「手軽な地元のお土産が無い」というお客様の声を聞いて立ち上げたブランドです。軽くてかさばらない、文具が中心の商品群です。このブランドの開発から、堺にゆかりのある名所や伝統工芸品などをアイコン化したイラスト群、「堺柄」<商標番号 5674803号>が生まれました。

現在は地元書店のブックカバー、地域の百貨店や団体・役所のノベルティや名刺、印刷物等に幅広くお使いいただいております。先述した『みんなのクッキー』のパッケージやチラシにもご利用いただきました。『堺柄』のひとつ「古墳」柄は、現在、堺タカシマヤ様とのコラボ商品「古墳ハンカチ」として採用いただいています。

『堺カミモノ』を販売することで、お客様に「こんな作れるんだ!」という気持ち生まれ、受注につながったケースもあります。『堺柄』について、地域の団体や自治体は、堺をイメージした制作物を作るために便利な素材だと思っただけでいるようです。基本的には当社にお仕事を依頼いただいた場合には使用料は無料、当社以外のお仕事になる場合には使用料をいただく形にしています。

今後もブレずに地域密着を

5年前に紙 cafe を立ち上げた時は、今のような形の活動になるとは全く考えていませんでした。「店を作ろう」

と考えてから、たった3か月の超スピード開店でしたので、実は店の運営に関してはコンセプトくらいしか決まっていなかった。このように見切り発車で動けたのは、当社が「印刷機の無い印刷会社」だったからなのでは、と今では思います。社内に大きな設備を持っていると、その設備のための動きになりがちで、業務内容を柔軟に変えていくことが難しくなるからです。

当社は、紙 cafe というお客様と直接接するチャンネルができたことで地域の隠れたニーズを拾い、多様な仕事や企画・開発につなげることができました。ニーズに誠実に向き合ってきたからこそこの現在だと言えます。

また、情報サイト つーる・ど・堺や紙 cafe の活動から地域のさまざまな業種の方達とつながり、その業務をこちらの営業品目と考えることで、印刷を飛び出した提案ができるようになりました。

地域の歴史・文化・そして何より人とのつながりは得がたい資産です。地元堺は、古墳時代から今日に至るまで、日本の文化・産業では重要なポジションに有り続けた都市です。その分厚い資産が今を生きる我々の活動を支えているのです。

今回の作品展受賞で、「これからもブレずに地域密着をなささい」と強く背中を押されたような気持ちになり、今後の業態にも自信が生まれました。本当にありがとうございました。

ジャグラ BB で同社企業ルポを好評配信中 本記事と併せてご視聴ください



ジャグラ BB <https://www.jagrabb.net>
メニュー>経営>企業ルポシリーズ> No.22

JaGra News

業・界・の・動・き

ジャグラ関連 | 日産産連 | 行政情報 | 印刷業界全般 etc.

ジャグラ/SPACE-21

8.25-26 高知市で交流会・幹事会を開催

全国から30名が参加

ジャグラ青年部 SPACE-21 は、8月25～26日、高知市にて交流会と幹事会を開催した。参加者は総勢30名であった。

×

初日25日は18時より、寿し柳はりまや橋本店にて、SPACE-21 高知メンバーとの交流会を開催しました。SPACE-21 高知企画によるプログラムは2部制で、第1部は、同県会員企業である(株)リープルの坂本圭一朗氏が「やるしかない!新しいビジネスモデルへの挑戦!」と題した講演。自身が同社に入社するまでの経緯、入社してから現在に至るまでの苦労話、既存の印刷業から脱却するための試行錯誤、社員の個性を尊重し、会社の強みにして新規事業を立ち上げ、育ててきた経緯などについてお話いただきました。質疑応答では同社社員お二方も登壇し、自己紹

介や体験談を伺いました。

第2部は、SPACE-21 高知の代表を務める(有)西村写真堂の西村啓氏による乾杯で開宴。高知の郷土料理とお酒を交わしながら交流を深めた。2次会は会場を移して、「濱長」で開催。土佐芸妓の舞やお座敷遊びを楽しむなど、大変な盛り上がりを見せました。

翌26日は9時より高知市立中央公民館「かるぽーと」にて幹事会を開催しました。SPACE-21 幹事のほかSPACE-21 高知から4名、来年全国協議会を開催する山梨AUCから1名がゲストとして臨席し、総勢27名による幹事会となりました。幹事会では、進行中の事業、全国協議会、マーケティング委員会と進める全国キャラバンの進捗報告などが議論されましたが、SPACE-21 は今後も各地で交流を持つ機会をつくり、ジャグラおよびSPACE-21 を活性化させるべく活動していくことを確認しました。また、来年夏の幹事会は、熊本で開催することを決定しました。

(文：本部事務局・今田豪)



- 上段左から
交流会会場「寿し柳はりまや橋本店」
講演会の模様と講師の坂本氏(円内)
SPACE-21 高知の代表を務める(有)西村写真堂の西村啓氏と一次会の模様
- 中段4点とも
「濱長」での交流会二次会の模様
- 下段
幹事会の模様、挨拶するSPACE-21 佐藤元代表幹事

月刊「グラフィックサービス」790号

■発行日 平成29年9月10日(毎月1回)
 ■発行人 中村 耀
 ■編集人 早坂 淳
 ■発行所 一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会 略称ジャグラ
 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16
 TEL 03-3667-2271
 FAX 03-3661-9006
 WEB <https://www.jagra.or.jp/>

ジャグラは一般社団法人日本情報経
 済社会推進協会指定のプライバシー
 マーク指定審査機関です

■編集部 メール edit@jagra.or.jp

◎原稿/編集/校正

沖 敬三 守田 輝夫 長島 安雄
 酒井 玲子 並木 清乃 阿部奈津子
 今田 豪 (以上、ジャグラ事務局)
 斎藤 成 (東京グラフィックス/広報委員)
 藤尾 泰一 (㈱インフォ・ディー/広報委員)
 日経印刷(株) (校正のみ)

◎組版/デザイン (㈱インフォ・ディー)

組 版 = Adobe CS6/CC
 フォント = モリサワ OTF ほか

◎印刷 日経印刷(株) (東京・千代田支部)

RIP = 大日本スクリーン Trueflow
 CTP = 富士フィルム XP-1310R
 東レ TWL-1160F

刷 版 = 大日本スクリーン PT-R8800ZX

印刷機 = ハイデルベルグ社 SM102-8P

ハイデルベルグ社 SORD

インキ = DIC

用 紙 = 三菱ニューVマット FSC-MX 菊162.5kg

※本誌はFSC森林認証紙(管理された森林の木から作られた紙)とベジタブルインキ(環境配慮型インキ)を用い、環境に配慮した印刷工場で生産されています。
<https://www.nik-prt.co.jp/>

Copyright 2017 JaGra / 禁無断引用

※本誌記載の製品名は一般に各メーカーの登録商標です
 また、原則 TM・®マークは省略しています
 ※乱丁/落丁本はお取り替えいたします



ジャグラ スケジュール表

2017.8

- 1日 全国協議会打合せ→沖専務
- 2日 日印産連ステアリングコミッティ→中村会長、日印産連広報委員会→早坂理事
- 3日 日印産連専務理事連絡会議→沖専務、全国協議会打合せ→中村会長、沖専務・早坂理事
- 7日 日印産連理事会→中村会長、菅野副会長
- 8日 経済産業省暑中あいさつ→中村会長、沖専務、他
- 10日 POD ワーキンググループ会議、ジャグラコンテスト会議、教育・技術委員会
- 21日 プライバシーマーク現地審査(山梨)
- 22日 広報委員会、JIPDEC 臨時指定審査機関会議→斎藤成 Pセンター長
- 23日 プライバシーマーク現地審査(神奈川)、東グラ理事会
- 24日 環境委員会視察(北海道)
- 25日 SPACE-21 ミニセミナー(高知)
- 26日 SPACE-21 幹事会(高知)
- 28日 プライバシーマーク現地審査(福島)

2017.9

- 2日 関東地協総会(山梨)→中村会長、沖専務、他
- 5日 プライバシーマーク現地審査(香川)
- 6日 日印産連知的財産部会→増田理事、日本自費出版文化賞最終審査会+記者発表→中村会長
- 7日 マーケティング委員会
- 8日 プライバシーマーク現地審査(千葉)
- 10日 4団体トップ話し合い(熱海)→中村会長、沖専務
- 11日 プライバシーマーク現地審査(群馬)
- 13日 経営革新委員会、総務委員会、日印産連「印刷の月」式典・講演会・懇親会(ホテルニューオータニ)
- 14日 プライバシーマーク審査会
- 15日 広報委員会
- 20日 プライバシーマーク現地審査(兵庫)、日印産連企業行動委員会→沖専務
- 21日 新JIS 対応打合せ(大阪)
- 25日 プライバシーマーク現地審査(愛媛)
- 30日 SPACE-21 幹事会+全国協議会(岐阜グランドホテル)

2017.10

- 1日 運営基盤戦略会議(岐阜グランドホテル)
- 7日 日本自費出版文化賞表彰式(アルカディア市ヶ谷)→中村会長
- 14日 ジャグラコンテスト第二次審査
- 18日 日印産連ステアリングコミッティ→中村会長、小森会、マーケティング委員会(大阪・JPビル)
- 19日 日印産連専務理事連絡会議→沖専務
- 25日 プライバシーマーク審査会、東グラ理事会→沖専務

編集後記

ジャグラのコンクールには、印刷物や企画の完成度を競う「ジャグラ作品展」「年賀状デザインコンクール」、DTPスキルを競う「ジャグラコンテスト InDesign」、そして自費出版物の内容を評価する「日本自費出版文化賞」があります。今年の審査結果もそれぞれに発表され、次年度の準備も始まっていますが、会員の皆さまにはもっとこれらのコンクールに参加することの意義をお伝えしていきたいと思えます。是非、作品展と自費出版文化賞は発注者の皆さまのご理解を得て、また年賀状デザインとジャグラコンテストは従業者の皆さまを巻き込んで、全社として取り組んでいただければと強く思います。(T.M)

2017年9月号

ジャグラBB HOT NEWS



今月のおすすめ番組

▶最新情報はWebでチェック! <https://www.jagrabb.net>



【シリーズ】ワザコレ! No.01~02

「ワザコレ!」は、「技」をテーマにジャグラ会員から投稿映像を集め、ジャグラBBで配信・共有することで、会員各社の作業効率アップを目指す新しいプロジェクトです。ただいま2本の投稿映像を配信中! (時間:1分/無料番組)



【シリーズ】知らないと損をするWordの仕事術 No.01~02

オフィスワークに欠かせない文書作成ソフトWordについて、仕事の効率アップにつながるワンランク上のテクニックを紹介する新シリーズが登場! 影山史枝講師がトピックごとにわかりやすく解説します。(時間:各巻5分/会員限定番組)



【シリーズ】知らないと損をするExcelの仕事術 No.01~10

DTPソフトは使いこなしているけれど、Excelは基本機能しか知らない...そんなDTPオペレーター必見の新番組が登場! 仕事で即使えるExcelテクニックを影山史枝講師が伝授します。(時間:各巻2~10分/会員限定番組)



【シリーズ】事業承継対談 Vol.5 たなか経営研究所 田中肇所長

マーケティング委員会「事業承継研究事業」による対談シリーズ第5弾。今回はたなか経営研究所の田中肇氏をお招きし、企業コンサルの経験から導き出した「100年企業」の8要件について話を伺いました。(時間:63分/会員限定番組)



【シリーズ】事業承継対談 Vol.6 ㈱トライス岸徹社長/㈱ウイング松下忠社長

マーケティング委員会「事業承継研究事業」による対談シリーズ第6弾。今回はジャグラ会員のトライス岸社長、ウイング松下社長をお招きし、自身の会社の事業承継事情についてお話を伺いました。(時間:36分/会員限定番組)



【JNアーカイブス】写真版の冒険

2013年2月9日~3月24日に和歌山県立現代美術館にて開かれた「写真版の冒険」の様態をダイジェストでお届けいたします。※2013年4月のジャグラニュースで取り上げたものを再編集して配信。(時間:3分/無料番組)

ワザコレ! 動画募集のご案内

ジャグラBBでは「ワザコレ!」シリーズで配信する投稿映像を募集しています。みなさんの会社のノウハウを動画で紹介してみませんか? 採用された方には**1000円相当の商品券**を進呈します。ふるってご応募くださいませ。

ワザコレ! 動画応募方法

簡単な内容説明、動画の長さ(撮影編集済の場合)をご記入の上、ジャグラBB企画部会までメールでご連絡ください。追って担当者よりご連絡します。
 応募先メールアドレス: jagrabb@jagra.or.jp



ジャグラBB 新規ID登録がお済みでない方は、下記よりお手続きください
https://www.jagrabb.net/app_mail.php



月刊
グラフィックサービス
No.790
2017
09