

ジャグラ会員各位

一般社団法人日本グラフィックサービス工業会
会長 中村 耀
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7番16号
TEL 03-3667-2271
FAX 03-3661-9006

ジャグラ委員会メンバー公募について

拝啓 時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。会員企業の皆様におかれましては、新型コロナウイルス感染症拡大で大変な影響を受けていると伺います。

さて、ジャグラでは委員会を活性化するため、7つの委員会について、委員メンバーを全国の会員様から募集することになりました。ジャグラの活動にご協力いただけるかたは、委員会趣意書をご覧いただき、参加を希望する委員会をお選びください。応募者多数の場合は、ご希望に添えない場合もありますので、ご了承お願いいたします。

敬具

◆委員会応募にあたってお願い◆

- ・ ご自身の勉強になるという理由ではなく、ジャグラ会員のために何が提供できるかという視点で応募してください。
- ・ 委員会は7名～8名が定員ですので、応募者は1社1名でお願いします。
- ・ 委員メンバーは地協の分布などを考慮して委員長および総務委員会で決めます。
- ・ 会議はネット会議(ZOOM)で行います。東京で会議を開催する際は交通費を支給します。
- ・ 締め切りは6月23日(火)です。※延長しました。

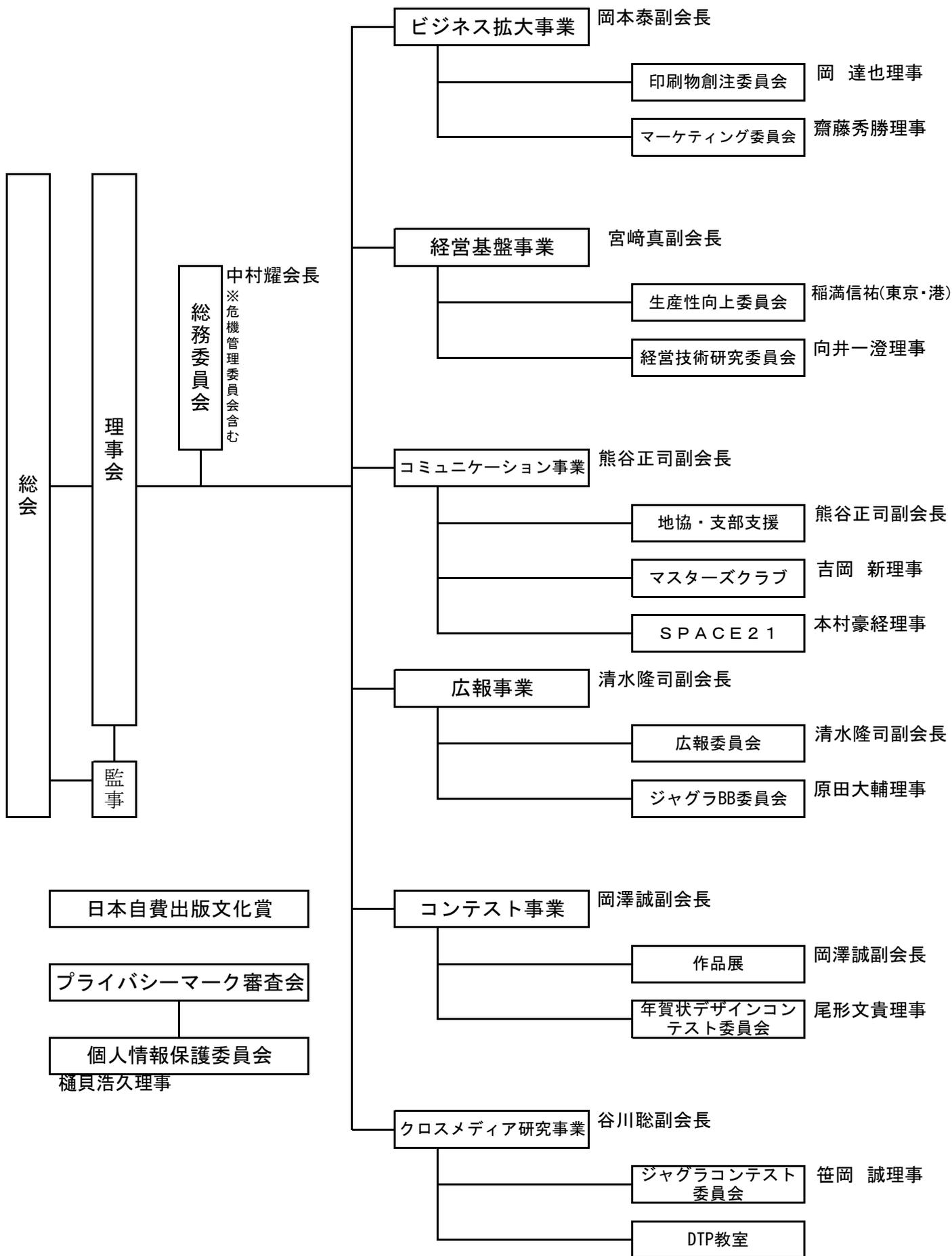
【委員会申込フォーム】 <https://forms.gle/4uG9cdYqmdofV3W58>

【フォーム QR コード】 

【問い合わせ先】 並木事務局長または今田まで
電話:03-3667-2271 メール: namiki@jagra.or.jp

ジャグラ組織体制図(2020年6月～)

2020年4月14日総務委員会



委員会趣意書

1. 印刷物創注委員会

委員長名	岡 達也理事（大阪府支部）
キーワード	創注、販路拡大、商品開発、顧客接点の改善、印刷物の改善、サプライチェーン
目的	中小規模のジャグラ会員にとって、現在の印刷物受注からのプラスアルファの受注や、新たな印刷物による売上を創り出すための考え方、行動様式を提案する。
ねらい (期待する効果)	<ul style="list-style-type: none"> ● 印刷市場の継続的縮小に加えて、新型コロナ禍で大きく売上を失うことが予想される状況のなか、現在受注している売上だけに頼っているだけでは現状維持も難しい状況。 ● 短期的な経済の復活は難しいであろうし、事態がいきなり好転する期待も持つべきではない。危機的状況に臨機応変に対応することは当然として、もう一方では小さな変化を自らで作りだし、中長期的に新しい売上を創り出す方策を経営者自身が考える必要がある。 ● この委員会では、ジャグラ内外を問わず小規模印刷業であっても新商品の開発、顧客に対する改善提案、販路拡大、顧客との関係性の改善に常に取り組んでいる会社からのヒアリングを通して、その背後にある考え方、経営資源の配分の仕方、販路拡大の方法を紹介していく。 ● 規模の大小を問わず、「新しい需要を開発する」ということに長けた会社の事例収集を行い、ジャグラ会員の経営者が、現業から少し前へ踏み出せるヒントときっかけを提供する。
年度計画(1年目)	印刷以外の新規事業を始めるのではなく、現在の本業である印刷物の創注を実現するための切り口についてディスカッションとまとめを行い、取材先を決め、ヒアリングを行う。
年度計画(2年目)	1年目のディスカッション内容のアップデート。 新規取材と事例レポートの発行。

2. マーケティング委員会

委員長名	齋藤秀勝理事（東京・港支部）
キーワード	新市場の開拓、業態変革、マーケティング、業務分解
目的	新市場の開拓に必要なプラスアルファの業務スキルを理解し、新しい業務スキルを身に着け、従来業務以外の業務分野を広げ売上の拡大を行う。
ねらい (期待する効果)	自社の持つ業務スキルをサークル曼荼羅から理解し、新事業に必要なプラスアルファの業務スキル、不足している業務スキルを明確にする。そしてそのスキルを社内外で保有することで、お客様に新しいサービスの提供をできるようになる。 →新市場の開拓を行う。売上が上がる。儲かる。
年度計画(1年目)	①元気な会社のヒアリングとサークル曼荼羅による業務分解（情報収集）を行い、その会社が持つ業務スキルを解明する。 ②印刷会社の普遍的サークル曼荼羅の再構築（集約と分解）
年度計画(2年目)	③ヒアリングした企業の分析結果を新たに作成する 事業構築ワークシート に転記し、PDF(冊子)にて配布する。 また、この事業構築ワークシートを活用出来るようなマニュアルの作成を行う。
募集要項	一緒に考えていただける方を募集します。 情報伝達・共有の場としてではなく、思考と具体的行動をともにさせていただける方を募集。 特に今期は、ヒアリング及び分析を多く行いたいと考えておりますが、このようなコロナ禍で思うように動けない場合も想定されます。また会議もWEB会議等が多くなると思われませんが、これをチャンスと捉え、前期よりもアクティブに委員メンバーの近隣から攻めていきたい。

※詳細は添付資料参照

※添付資料

令和2年5月

マーケティング委員会 方針

マーケティング委員会 齋藤秀勝

目的：新市場の開拓によって、従来業務以外の業務分野を広げ売上の拡大を行う。

目標：①元気な会社のヒアリングとサークル曼荼羅による業務分解（情報収集）を行い、その会社が持つ業務スキルを解明する。

②印刷会社の普遍的サークル曼荼羅の再構築（集約と分解）

③③ヒアリングした企業の分析結果を新たに作成する**事業構築ワークシート**に転記し、PDF(冊子)にて配布する。また、この事業構築ワークシートのマニュアル作成を行う。

活動内容：昨年は、業務スキルをサークル曼荼羅化し印刷会社の業務を見える化した。また元気な会社のヒアリングも行い、その会社の持っている業務スキルを分析した。

①元気な会社のヒアリングでは、なぜその会社が元気なのかを具体的な分析を行うことが目的である。業務における原価率や人件費、外注比率などを数字側面の分析や、その為に必要な技術（スキル）が何が必要かなどを重点的に行う。

②サークル曼荼羅は、自社が現在持っている業務スキルの再確認をすることが目的で、『何ができて』『何ができないのか』を明確にし、業務（スキル）の強さや弱さが分かれば、足りないものを他社（仲間など）で補完することや、逆に強いならば他社に貸与することも可能ではないか。不足している業務スキルを補完することで、新たな業務の構築ができ、新市場の開拓が可能となると考える。その指針として使用できるように再度項目の追加や集約を行う。

③新事業の開拓時に、お客さまへの新しいサービスにおける必要な技術（スキル）は何かを事前に把握出来るような汎用性ワークシートを作成する。事業構築を容易に立案できるようにする。

印刷会社の現状は、決して全体が明るいと言う訳ではないと思う。しかし明るい道を歩いている企業もあることは事実であり、その違いは何か。単純な技術（スキル）の問題なのか、それとももっと別の次元の話なのか。

同じ組合にいる仲間だが、ライバルという側面もある。しかし、ジャグラーは技術を共有してきた歴史がある。先人は全国を回り技術を伝播して強い絆を結んだという。素晴らしいことだ。しかし、その互助精神に甘えることなく、業界の底上げを行うという思いの

もとに『元気な会社の秘密』をさらけ出してもらい、1社1社を強くし、ひいては業界を強くすることを目的とし活動する。

マーケティング部分では、新しいサービスを構築する時は、社会や顧客に何かしらの課題・問題があって、それを解決するために新しいサービスの構築が行われると考える。それは他社では既存業務でも、自社では新規事業にもなるといったケースもあると考える。

社会背景：2020年はコロナウィルスの影響で3月以降、どの業界も被害を受けている。とくにオフィスワーカーを抱える企業はテレワークの実施を余儀なくされ、従来のテレワーク推奨とは別次元のワークスタイルとなった。セミナーもウェビナーに置き換えられて、テレワーク主体の時期を過ごしている。故にアフターコロナでは、日常の変化が必然と言われている。

我々の業界は、毎年定期的な業務があるという話をよく聞くが、その日常が変わるかもしれないのだ。その余波は幾ばくか。

今後の印刷物の見直しはリーマンショック時の比ではないレベルで実施される。必要なものと不必要なものだけではなく、リアルとヴァーチャル（電子化）とも分けられるのではないかと予想される。

電子化は既存技術で誰もができると思うが、そのデータをどのようにするのか。どのように扱うのか。扱えるのか。リアルだけではなくヴァーチャルも当たり前の世界がすぐそこに来ている。PDF化、ePUB化というレベルの話から、もっと別次元の展開が空白の面白いビジネスエリアかもしれない。

上記は一つの近視眼的な問題であるが、コロナ前でも利益確保が課題だった企業にとって、ビジネスの方向転換は容易ならざるものであった。人的、技術的問題など頭で分っていても、動きが取れない。いや、取らないといった方が良いかも知れない。何とか従来の方法で行えないかと固執してしまっていないだろうか。

我々の業界が印刷物を製造するのに、版下から始まり、製版、印刷、加工と物を作ることに徹するあまりに置き去りにされた、根本である『情報の加工』。

カタチに捕らわれずに情報を加工し、情報を露出する術をいま一度見直をするのには良い機会と考える。

【元気な会社】 と思っている会社（私見であり、記載以外での企業も募集する）

(株)TOP印刷（途中）、(株)研美社（途中）、(株)ウイング、(株)イナミツ印刷(株)、
(株)クイックス、(株)グッドクロス、長瀬印刷(株)、(株)くまがい印刷、(株)東海林印刷、
(株)オレンジ社、(株)イデアルほか

サークル曼荼羅 などデータ類

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1b7TfWIHH0geAE6ZXSDMCZs9EM1jWm6OETXIOtG6x2cc/edit#gid=431825850>

3. 生産性向上委員会

委員長名	稲満 信祐（東京・港支部）
キーワード	・見える化 ・多能工化
目的	管理会計を基盤として生産性向上へ積極的に取り組む会員企業を増やしていく
ねらい (期待する効果)	見える化、多能工化という言葉はよく聞くが、実際にどのような考え方や行動をすればよいか不明であり、かつ問題をあちこちで抱えている現状で、どのように打開し、運用まで落とし込んで行けば良いか？その具体方法やノウハウを情報公開して、事例を使って会員企業の問題の根っこに切り込んでいき、膠着した流れを打開していく事を目的（ねらい）としている。 管理会計、見える化は一体であり、問題を透明化し、スピーディに解決して好循環サイクルを作っていくには必須である。 多能工化はボトルネックを人の移動で柔軟に吸収し、最小人員で最大の成果を上げるためには不可欠である。さらに多能工化した社員自身はスキルアップや視野の拡張により成長する。この事は本人に言うまでもなく、企業へも活力をもたらすものである。 よって、管理会計・見える化・多能工化はジャグラー会員企業を生産性向上により利益体質（売上の受け皿強化）へ変革していく為には、真っ先に取り組むべき喫緊の課題であると認識している。
年度計画(1年目)	生産性向上へ取り組む会員企業向けのセミナー実施（年3回） 及び会員企業との意見交換、現状ヒアリング *セミナーはWeb形式も含めて開催検討
年度計画(2年目)	新しく生産性向上へ取り組む会員企業を訪問取材（情報発信）

4. 経営技術研究委員会

委員長名	向井 一澄理事(岩手県支部)
キーワード	多様な働き方、CSR、GP工場、資格取得

目的	中小企業（小規模事業所）にも効果のある働き方改革の提案
ねらい （期待する効果）	大きく変化している外部環境に対して様々な対応を実践して効果（売上・利益）を出している会員企業（なければ会員企業外）を研究していく。 またそのことが多様な価値（働き方・環境・BCP）を創出し、地域貢献（CSR、SDGS）に繋がり会員企業の企業価値をあげていく。
年度計画(1年目)	実践企業のリサーチと訪問による取材（情報収集） ※当面、会議はリモートになると思われます。
年度計画(2年目)	働き方改革へ取り組む会員企業向けのセミナー実施（年3回）

5. 広報委員会

委員長名	清水 隆司副会長(東京・千代田支部)
キーワード	会員と本部をつなぐ＝親睦 会員への情報提供＝勉強
目的	会員と本部をつなぐ＝親睦 会員への情報提供＝勉強
ねらい （期待する効果）	・会員のジャグラーへの参加意識を高める（親睦） そのため会員や支部・地協の情報発信をすくいあげ、機関誌に掲載する ・各部の活動状況（技術情報の提供・経営情報の提供・調査・広報）を通じて経営に役立つ情報を発信する
年度計画(1年目)	『グラフィックサービス』の発行 ウェブでの情報発信 企画会議
年度計画(2年目)	『グラフィックサービス』の発行 ウェブでの情報発信 企画会議

6. ジャグラ BB 委員会

委員長名	原田大輔理事(東京城南支部)
キーワード	<ul style="list-style-type: none"> ・印刷事業に携わる人材教育動画の制作 ・印刷・DTP・ビジネスマナー等の基礎教育～高度教育動画 ・印刷業界に今後必要とされる情報の配信 ・ジャグラ会員情報交流のための媒体としての役割 ・業界内外に対する広報媒体
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・会員企業の人材育成支援動画配信 ・会員企業への映像による情報提供 ・ジャグラの一広報媒体である JagraBB の強化
ねらい (期待する効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・自前の教育リソースを持たない会員企業に利用を促し人材育成の一端を担う ・会員外へジャグラ BB の利用する機会を設けジャグラの魅力を伝え会員獲得につなげる ・会員の各社の動向等を配信することによる会員企業の活性化
年度計画(1年目)	<p>企画・開発＝教育コンテンツ（番組）の充実を図る。</p> <p>広報・普及＝ジャグラ BB を会員企業に浸透させるための広報活動を行う。</p>
年度計画(2年目)	<p>企画・開発＝教育コンテンツ（番組）の充実を図る。</p> <p>広報・普及＝ジャグラ BB を会員企業に浸透させるための広報活動を行う。</p> <p>次世代対応＝5G 時代に向け、ジャグラ BB サイトのバージョンアップの検討を行う。</p>
募集要項	<ul style="list-style-type: none"> ・ジャグラ BB を見たことがある方。 ・月1回程度のネット会議に参加できる方。 ・地域特派員として情報収集・発信のできる方。

7. 年賀状コンテスト委員会

委員長名	尾形 文貴理事(千葉県支部)
キーワード	作品選びの重要性
目的	<p>年賀状デザインコンテストは 2014 年の午年からスタートし、今年で 8 回目となる。募集対象はジャグラ会員および出入りするデザイナー、専門学校 학생など。</p> <p>受賞作品から年賀状の見本帳を作成し、受賞作品とともにダウンロードできるようにして、会員企業が年賀状商戦に使えるツールとして提供する。</p> <p>コンテストを通じて会員企業のデザインレベルの向上を目的とする。</p> <p>ジャグラ会員に、なるべく多くの作品を利用してもらう。</p>
ねらい (期待する効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・年賀状を出す人が減少する中で、選んだ作品を有効に活用してもらいたい。 ・デザイン重視ではなく、心温まる作品を選定し利用してもらう。 ・応募した人が、どんな思いでデザインしたのかをくみ取れるよう工夫する。
年度計画(1年目)	今年度は、年賀状コンテストのみ。
年度計画(2年目)	年賀状コンテストと、作品展(2019年度、2020年度の二年間を併せて選ぶ)