

2022年4月1日

## 委員会趣意書

### 1. 業態進化委員会

委員長名	中村 盟(東京・新宿支部)
キーワード	MA (マーケティングオートメーション)、自動組版、自動検品 デジタルアレルギーの解消
目的	最先端のデジタルツールを会員企業で取り組めるようにする。 現業のサポートツール提供 売上拡大ツールの提供
ねらい (期待する効果)	顧客から印刷会社ではなく、コンテンツサービス業やグラフィックサービス業等の違った視点で見られるようになる。 →印刷前後または付帯サービスなど、顧客からの相談の質向上 受注拡大 事業領域拡大
年度計画(1年目)	①Print バル+POD による MA→DM の仕組み研究とサービス化 ②簡易的な自動組版、検品システムなどの紹介 ③ジャグラ HP または BB サイトで様々なモジュールの紹介 (DL 先等)、導入方法の動画公開、提案書をアップ ④新ツールの情報収集・研究
年度計画(2年目)	①前期④のサービス化、前期事業の継続

## 委員会趣意書

## 2. 地域活性化委員会

委員長名	齋藤 秀勝(東京・港支部)
キーワード	1) 地域活性 2) GIS マッピング
目的	印刷業の苦手なコトづくり。 苦手なマーケティングとプロモーションをDXで解決する。
ねらい (期待する効果)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● DXを利用して地域活性を行い、コミュニティの醸成を図る <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 地域商圏の頭打ちから、グローバルに目を向けることも大事だが、足元の地域に対しての情報提供など、内と外両軸の提案ができるようにする。印刷業はすべての業種との繋がりがあるハブ的存在とよく言われているが、その役目とは何かを模索し、地域活性の事例の発掘と分類化、及びDXによるテンプレート化を行う。 これにより問題解決できる印刷会社として頼りになる地域に無くてはならない存在とする。</li> </ul> </li> <li>● GISを利用し、顧客のマーケティングやプロモーションをDXで解決する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ クイックス社の検診アシストは、健保様の会員向けに、定期健診の案内から、受診チケット、及び会員住所近隣の契約病院の地図マッピングを自動的に行うシステムである。このシステムを、カスタマイズ提供いただき、健保以外のターゲットを策定し、Jagra会員に提供をしていくことで、新たな提案業務と、新たな市場を開拓していく素地を作る。</li> </ul> </li> </ul>
年度計画(1年目)	1) 地域活性のモデルを集める。 例1) 鹿児島松永印刷 地場コンテンツを利用した製品の制作・販売およびECサイトの構築・販売

## 2. 地域活性化委員会

	<p>例2) 広島県宮崎印刷 地場商品の販売促進も兼ねた EC サイトの構築運営 など、コミュニティーと一体となった活動を行っている事例の発掘と研究。 特にどの部分で DX 化をしているのかを調査する</p> <p>2) クイックス社の検診アシストの根本的な仕組みを理解し、その仕組みを使えるターゲットを調査・発掘する。そのターゲットの案件化に必要な情報等も集めていく。</p>
年度計画(2年目)	<p>1) 地域活性化の分類化による複数のテンプレを作成し、会員に提供する。</p> <p>2) カスタマイズが早く行えた場合、メンバーの方での試験的運用、および会員に情報提供し、且つコンサル的アシストをメンバーが行えるようにする。</p>

2022年3月2日

### 委員会趣意書

#### 3. 生産性向上委員会

委員長名	宮崎 真（広島県支部）
キーワード	付加価値向上を目指した生産性向上
目的	<ul style="list-style-type: none"><li>・付加価値向上</li><li>・オフセットからPODへの移行と後工程のスキルレス化</li></ul>
ねらい (期待する効果)	<ul style="list-style-type: none"><li>・JaGra会員が取り組みやすく効果が期待されるPODに特化した生産工程を検討</li><li>・上流であるMISから、POD→製本加工機までをJDF・JMF連携(CIP4)し、省人力化・タッチレス化が実現できるワークフローを構築しリーズナブルに提供する</li><li>・すでに生産性向上を先行している会員企業（例：正文舎など）のノウハウを提供してもらい出来るだけ多くの実現可能なメニューを構築する</li></ul>
年度計画(1年目)	提供出来るメニュー方針を決定する
年度計画(2年目)	実際に取り組む会員企業を絞り数社程度と検証をはじめる *モデルケースの目標は4年で20社程度

## 委員会趣意書

## 4. MIS 研究委員会

委員長名	稲満 信祐（東京・港支部）
キーワード	単品損益管理＝人財育成 客観的な評価の指標をもつことで目線が上がり成長機会を創る
目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ どんぶり勘定からの脱却（10人以下の会社でも出来る損益管理）</li> <li>・ 人財育成</li> </ul>
ねらい (期待する効果)	<p>昔からの相場感での見積もりやお客様からの言い値での受注など、印刷業界に古くから存在するいわゆるどんぶり勘定からの脱却と、単品原価をつかむ事での人財育成につなげます。</p> <p>まず、企業が利益を確保する為には原価をきちんと把握することが必要ですが、単に原材料費や外注費のみを考えればよいというものではありません。様々な経費や人件費を状況にあった計算のやり方で、必要な原価の把握が可能となります。</p> <p>企業活動を正しく数値化（見える化）することによって適切な売価設定や販売計画の策定、内部プロセス（仕事のやり方）の改善に結び付けることができるようになりますが、システム上でこれらの情報を集めて経営の意思決定に役立てるものが経営情報システム（MIS）と呼ばれるものです。</p> <p>一般的には高価で導入しづらいイメージのMISを従業委員数10人以下の企業でも導入・運用できる仕様を検討し、会員企業にご提供することで人材の育成につなげること（単品損益管理＝人財育成）を本委員会のねらいとします。</p> <p>「単品損益管理＝人財育成」とは？</p> <p>単品（1案件）ごとの損益を掴むことで、自分自身が携わった仕事の評価（赤字黒字）がハッキリわかります。黒字であれば社内での評価が上がり、自分の仕事に自信が持てるようになり、次の仕事に良い状態で入れるようになり良いサイクルが回ります。逆に赤字であれば、今までと違う視点でものを考えたり、試してみたりして思考能力があ</p>

#### 4. MIS 研究委員会

	<p>がり、目線も上がります。目線が上がるという事は成長するという事です。黒字にしろ赤字にしろ結果がハッキリわかることでモチベーションの向上や思考能力アップにつながり、結果成長につながります。ゆえに単品損益管理＝人財育成と言えます。</p> <p>人財育成は会社の成長に直結します。皆さん、人財育成のために是非M I S 研究委員会で、M（みんな） I（良い感じになる） S（仕組み）を一緒に考え（研究）しましょう。</p>
年度計画(1年目)	単品損益（管理会計ベース）の考え方の共有 単品損益管理＝人財育成の啓蒙活動（セミナー4回） 設計思想構築
年度計画(2年目)	テスト運用（5社想定） テスト事例の紹介（セミナー）

## 委員会趣意書

## 5. ジャグラコンテスト委員会

委員長名	笹岡 誠理事(東京・城西支部)
キーワード	DTP オペレーターのスキルアップで、企業力をアップ!
目的	Adobe InDesign、Illustrator のオペレーション技能を競い合い、DTP オペレーションスキルアップ、自社オペレーターの技能レベルを客観的に把握する。
ねらい (期待する効果)	DTP オペレーターのスキルアップで、企業力のアップを実現する。 DTP オペレーターの働く意欲の向上。 JaGra のブランドイメージの向上。 協賛企業との連携強化。  (追記) ジャグラコンテストの委員になることで、コンテストの運営ノウハウやDTP トップクラスの先生方との面識を得られるなど、自社企業にとってのメリットも得られるなど、他にはない貴重な体験ができる。
年度計画(1年目)	事業を開始して7年が経過、実績を持つ。 ジャグラコンテスト 第6回 Illustrator・InDesign の周知、実施
年度計画(2年目)	ジャグラコンテストの実施

## 委員会趣意書

## 6. 広報委員会

委員長名	本村豪経
キーワード	1) 広報の連動 2) 情報発信 3) 要望/意見
目的	1) ホームページ・ジャグラ BB・月刊グラフィックサービスの配信・発行 2) Web、機関誌を連動した、会員に役立つタイムリーな情報・活動の進捗を発信 3) ジャグラ会員からの要望/意見の吸い上げから各委員会への情報共有
ねらい (期待する効果)	1) 誌面情報・動画情報・ダウンロード書類など、QRコードやリンク情報により、3つのコンテンツを有効活用する 2) ジャグラ各事業の進捗情報をこまめに提供することにより、ジャグラ会員の事業への関心を高める 3) 情報を発信するだけでなく、ジャグラ会員の事業への要望や疑問にも答え、事業拡充に役立てる  会員の役に立つタイムリーな情報を届けるとともに、対外的に「ジャグラ」を知っていただくための情報発信も行い、業界内外に向けた情報発信の基点としての役割を担っていく 情報を発信するだけでなく、ジャグラ、会員双方の知りたい、伝えたい、モノ・コトを共有できるコンテンツを目指す
年度計画(1年目)	・ 広報委員会活動体制の構築 ・ 現在の月刊誌・ジャグラ BB・ホームページの見直し ・ 各事業との連携方法、要望/意見の吸い上げ方の構築 ※月刊誌に関しては、見直しができるまで現行のやり方で発行する
年度計画(2年目)	・ 新体制による新たな取り組みや情報提供に関する周知 ・ 広報委員会で見直した内容について寄せられる意見をまとめ 随時反映更新