月刊 グラフィックサービス 平成29年1月10日発行(毎月1回発行)通巻782号

GS 01

No.782
2017

グラフィックサービス

発行：一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会

巻頭企画
新春鼎談 2017年の展望とジャグラへの提言！
——日印機協・幅会長 / 伊藤副会長 / ジャグラ・中村会長

特別企画
セミナー抄録 POD最新市場動向
——ニュープリンティング㈱ 常務取締役 菅野孝市

ジャグラコンテスト第2回InDesign
ファイナリストに受験の感想を聞きました

NEWS とお知らせ
「ジャグラ作品展」募集を開始！

JaGra

月刊 グラフィックサービス
GS No.782 2017 01

GS-PDF

本誌PDF版もご活用ください

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、ぜひご活用ください。

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

ジャグラBB
JaGra Broadband Contents Service

http://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

● 年頭所感

01 **2017年、新年のご挨拶**
ジャグラ会長　中村　耀

● 巻頭企画

02 新春鼎談
2017年の展望とジャグラへの提言！
日本印刷機材協議会 会　長　幅　和弘/㈱ショーワ
副会長　伊藤年明/ウエノ㈱
ジャグラ 会　長　中村　耀/NS印刷製本㈱

● 特別企画

08 **ジャグラコンテスト第2回InDesign ファイナリストに受験の感想を聞きました**

19 **JIPDEC 個人情報漏えい事故等の傾向を公表**
平成27年度は796社1947件の事故発生で、前年度より若干増加

23 セミナー抄録 **POD最新市場動向**
ニュープリンティング㈱ 常務取締役 菅野孝市

● NEWSとお知らせ

11 **「ジャグラ作品展」募集を開始**

17 **中小企業庁が「事業承継ガイドライン」を策定**

25 **業界の動き**
中村ジャグラ会長の東京都功労者表彰を祝う/東京
㈱くまがい印刷がカレンダー2500部を市に寄贈/秋田

29 **ジャグラBB HOTNEWS**
「決定版！いまさら聞けない補助金活用の秘訣」ほか

12 2017年 誌上・新春名刺交換会
17 書籍案内
21 コラム
27 EXPO Info（展示会情報）
28 ジャグラ スケジュール表

年・頭・所・感

2017年、新年のご挨拶

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

平成29年新年おめでとうございます。年頭にあたり、一言ご挨拶申し上げます。

昨年は、アベノミクスの停滞やアメリカ大統領選挙の影響もあり、日本経済の先行きに大きな影響を及ぼしました。印刷業界も春先にはお客様の引き合いが盛んになりましたが、一時的なものにとどまりました。

こうした中、私は昨年６月の北海道総会において吉岡会長のあとを次いでジャグラ会長に就任しましたが、その責任の大きさを改めて痛感しております。就任に当たりまして「強いジャグラ」を一緒に作っていこうと呼びかけました。会員各位の絶大なるご協力をお願い申し上げます。

さて、本年は、明るい話題を期待しておりますが、現実的にはまだまだ先が読めないまま、苦しい経営が続くものと予想しております。東京2020オリンピック・パラリンピックには期待していた向きも多いと思いますが、会場問題や２兆円～３兆円と言われる財政負担の問題など、マイナスの面もクローズアップされてきており、その解決が待たれます。

また、政治的には衆議院の総選挙の噂も絶えず、アベノミクスの行方や経済運営についても、予断を許さない状況が続くものと思います。

こうした中ジャグラとしては、青年部の成長が期待を超えるものとなってきております。ジャグラの運営や事業の推進にもすでに力を発揮していただいている部分もあり、今年はさらに期待が高まります。

その他にも、ジャグラでは「個人情報保護」「DTPスクール」「ジャグラBB」の公益事業をさらに推進しながら、教育・技術事業、経営革新事業、市場開拓・マーケティング事業、環境事業でも会員の皆さまに成果をお届けできるようにして参りたいと思います。

また、会員増強では、引き続き支部長･支部役員･支部会員の皆さまのご協力を得て推進して参りたいと思いますが、会員増強はただ単に会員数を増やすということのみではなく､数が多ければ多いほど｢情報｣を増やすことにつながりますので、その点もお酌み取りいただきますようお願いいたします。

今年６月にはジャグラ文化典岩手大会が開催されます。多くのジャグラを愛するジャグリストの皆さんとお会いできることを今から楽しみにしております。

会員全員が一致団結して、この厳しい環境を乗り超える気概をもって、１社１社の努力と英知によって、必ずや明るい未来が来ることを期待して、この１年を頑張りましょう。

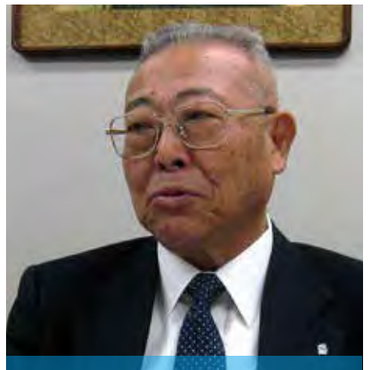
皆様のご隆盛を祈念し､新年のご挨拶と致します。

巻頭企画

2017年の展望と ジャグラへの提言！

新・春・鼎・談

日本印刷機材協議会
副会長
伊藤年明 ウエノ㈱



日本印刷機材協議会
会　長
幅　和弘 ㈱ショーワ

㈠社）日本グラフィックサービス工業会
会　長
中村　耀 NS印刷製本㈱

予測ができない2017年

――新年おめでとうございます。本日は永年にわたり、印刷関連機資材をご提供いただいている日本印刷機材協議会の幅会長と伊藤副会長をお迎えし、中村会長と今年の展望やジャグラへの提言についてのご意見を伺いたいと思います。先ずひと言ご挨拶からどうぞ。

■**中村**　明けましておめでとうございます。昨年6月からジャグラ会長になりました中村耀です。今年は良い年にしたいと考えていますが、そのためにも日印機協の皆様にいつまでも甘えず、我々自身で考えた商材やサービスを提供できるよう知恵を絞りたいです。

■**幅**　日本印刷機材協議会の会長を務めております、㈱ショーワ会長の幅です。ジャグラさんには日頃から、我々の会員企業が大変お世話になっております。今年も、皆様のために尽くして参ります。

■**伊藤**　同じく副会長を務めております、ウエノ㈱の伊藤です。平素はジャグラさんに大変お世話になっております。よろしくお願いいたします。

――昨年は、熊本・鳥取・福島で相次いだ震災、イギリスのＥＵ離脱、米大統領選挙でのトランプ氏当選、リオ五輪での日本勢の活躍、小池東京都知事誕生など、節目となる出来事が多くあった激動の年でした。先ず2016年を振り返って感想をお聞かせください。

■**中村**　小池都知事の誕生もそうですが、イギリスがＥＵを離脱するとは全く予想できませんでした。トランプ氏の当選も驚きで、日本のメディアは各国に人を派遣して情報収集していたものの予想が外れ、世界の情報が本当に伝わっているのかを考えさせられる一年でした。そういった不透明な中での年明けですね。

■**幅**　全く予想外の出来事に驚く一年でした。グローバルな時代ですから、海外情勢もすぐ経済に関係してきますが、トランプ氏当選後の株の高騰や円安は予想できませんでした。そんな中で商売をしなくてはいけないので、状況をよく見ていかなくてはと思います。

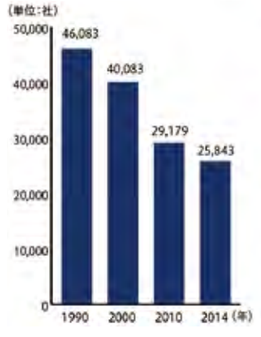
■**伊藤**　昨年は十大ニュースに事欠かない1年でしたが、一番気になったのは、格差社会での「貧困」です。私は、「一億総中流」という時代に育ちましたので、いろいろな観点から、今後の日本がどうなっていくのか気になりました。

■**中村**　少子高齢化も懸念材料の一つですね。印刷物にも影響が出ています。

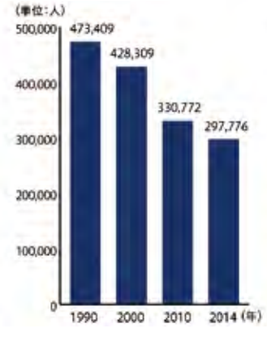
印刷産業の概況

出典：日印産連資料より

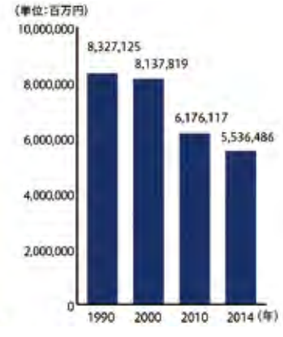
【事業所数】



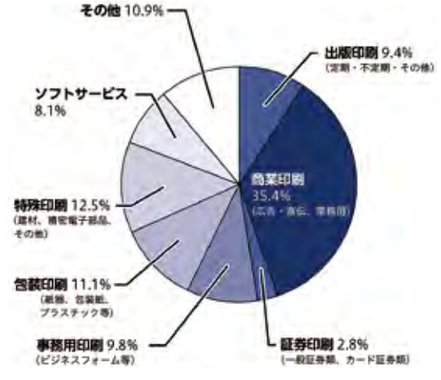
【従業員数】



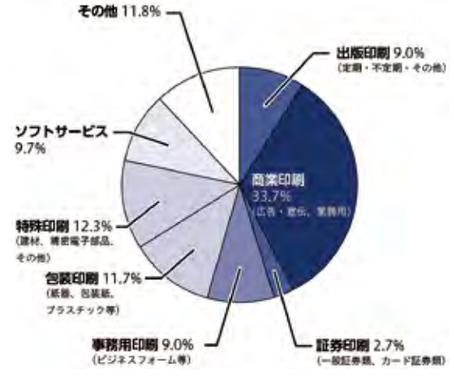
【出荷額】



【印刷市場の分野別構成（2015年度推計）】



【印刷市場の分野別構成（2020年度推計）】



仕事の柱が多様に

――話題を印刷業界に絞って、事業所数・従業員数・出荷製品構成の変化などを見ると、昨今の印刷業界の傾向を把握できると思いますが、資材供給などの変化はいかがでしたか。

■**中村**　毎年動きがあって、「例年は大体こうだった」というのが通用しなくなりました。昨年は11月中旬から暇でしたし、例年動きのない9月末から10月に動きがあったり、変化が激しく先が読めない感じです。

■**幅**　我々の材料の出荷も昨年8月が悪くなかったり、普段動く年末の時期に落ちて心配したりなど、全体的に以前の経験が通用しなくなりました。

■**伊藤**　私どもは従来より製版材料を扱っておりますが、近年はデジタル関係の印刷材料が主体になって参りました。また、印刷会社が資材をあまり使わない時代になり、材料の販売に苦慮しております。主力の柱になる商品が少なくなり、「ツーバイフォー住宅」の柱のように、数多くの商品を販売しなければならなくなりました。

■**中村**　それは印刷業界も同じで、売上げの柱となる大きな案件が少なくなったので、様々な機械を揃えて、お客様のニーズに応えている状況です。

■**伊藤**　関西圏は十数年前にパナソニックが本社を東京・汐留に移転して以来、残っている企業は衣料関連の通販会社やダイハツくらいで、ずっと低迷していると聞きます。ここ十年来、大阪だけでなく全国からも、東京に進出してくる印刷会社が多いですね。

――地方の印刷会社が東京に営業所を出すという流れは止まらず、2000社程度進出していると聞きました。

■**伊藤**　印刷会社や企画会社の支社の数がすごいですよね。

■**中村**　昔、仕事は人と人のつながりでしたが、今はネットが普及して、電子入札も会社の所在地には関係なく、安ければ地方の会社でも参入できるようになっています。「東京は地方に比べれば仕事がある」ということだと思います。

■**伊藤**　中村会長のおっしゃる通りです。法律や制度の変更に伴い、それにうまく乗れると、いい仕事が取れたりします。

■**幅**　マイナンバーの時にはPODの機械がたくさん出たそうで、物に合わせた仕事ができるとは感じます。

マイナンバーは封筒需要が大きく、ちょっとした特需があったと聞きますが。イベント頼みでいうと、オリンピック、パラリンピックもありますし、インバウンドは今後も考えざるを得なくなるかもしれません。

顧客に POD 活用の提案を！

――先ほど POD の話が出ましたが、お客様からの細かな仕事への対応として、POD を設備の柱にしている会員企業が増えています。

■**幅**　千代田支部のＯ社みたいに、先行して成功されている会社もあります。昨今の POD はオフセットと遜色ない品質です。メーカーから大手クライアント企業に POD の活用提案をされると、印刷会社の仕事が減る可能性もありますが、同じような対応ができれば逆に仕事が取れるということでもあります。日印機協にはコニカミノルタ、ゼロックス、リコーなどのメーカーも入っていますが、それぞれが競合しながら立派に利益を出しています。ジャグラさんの得意先は規模の小さな会社も多いと思いますが、先ほど伊藤副会長が言ったように、お互い補完し合うような体制を取り入れたり、あるいは、MIS でプリントサピエンスや印刷管太郎、P-MAN など、ワークフローシステムのソフトを使っている会社同士で連携を取れば、生産性も上がるでしょう。小規模企業でも大量の仕事を取れるように、コラボレーションできる体制を、我々販売店が音頭をとればいいと思います。

――私達の業界は以前より、お客様と同じハード＆ソフトを使いながら、プロの技を加えて製品やサービスを提供してきました。特に Macintosh、Windows、POD などがお客様サイドに普及する環境の中で、如何に商売するかということが、この十数年の挑戦だったと思います。メーカーが次々と品質や機能を向上させた POD を製品化しているので、小さな会社であっても、その活用方法をお客様に提案できれば、まだまだ印刷の可能性は拡がるのではないでしょうか。元気のある会社の共通点はなんでしょう。

■**伊藤**　昔は設備が仕事を呼んでくるという神話がありましたが、そういう時代は終わりました。今は「営業力と技術力の時代」ではないでしょうか。あるパッケージ印刷会社では、クライアントがＭ＆Ａで統廃合されたり、商品の外注化が進んだり、地方から印刷物が発注されるケースもあり、営業を強化し、全国を飛び回っています。ある印刷会社では、若手の営業が印刷物だけでなく、どんな仕事でも取ってきます。結果、印刷の社内比率は下がりますが、売上・利益は向上しています。印刷産業としてはどうかと思いますが会社は元気です。ただ印刷物を作るだけでなく「この印刷物が何に使われるのか」を考え、ソリューション化し、メーカーが行っている商品の箱詰めを始めた会社もあります。このように印刷にとらわれず、この印刷物がどのように使われるかまで興味を持っている会社は幅が広がっています。

ネット時代への対応は不可欠

――従来のビジネスモデルでは、印刷会社はお客様のそばにいるのが原則でしたが、今はネット受注で顧客のそばにいなくてもよくなりました。

■**幅**　ホームページの作り方でずいぶん差が出ますね、特にコミック市場はそのようです。値段、納期が明確なことが決め手ですね。

■**中村**　当社もホームページは毎年経費をかけて作り変えています。おかげで全国の全然知らないところから、結構注文をいただけます。プライバシーマークを取っていると信頼されるので、電話注文も多いですね。POD だけでなく自分の会社の特徴をつかんでそっちに投資していくしかないですね。オフセットをきちんと回していい仕事をしていけたら、そのままでもいいでしょうし。自社の一番を知って力を蓄えて、別の分野での展開も考えないと、一本だけでは難しいですね。オフセットでもオフ輪でも、元気なところは元気です。

■**幅**　我々の会員の機械メーカーさんはオフセットの方で大変苦戦されていて、そんなに昔でもないある時期と比べると、出荷量が四分の一位とかになっています。昨年は 200 台程度しか出荷していないのではないでしょうか。

■**中村**　オフ輪も少なくなって値段も高くなってきていますね。品質も良くなって、製本まできちんとできるようになっています。

■**幅**　印刷機メーカーさんも、オフセットよりインクジェットを開発していかないとこれから大変かもしれません。昨年の drupa もインクジェット全盛でした。あとは、機械に IoT のように、色々なデータを組み込んでビックデータを利用できるようなワークフローができていると聞きます。

■**伊藤**　ビックデータに関しては、マーケティングから顧客の在庫管理から流通まで一貫してできる時代が来ると言われています。

■**中村**　印刷機も絡んでくるということですか？

■**伊藤**　最終的には印刷の仕事を取るために、そういう仕掛けを作って企業の中に深く入り、がっちり仕事を押さえるということでしょうか。「見える化」については、日本は昔から細やかにやっていると思いますが、部門毎のコミュニケーションについてはまだまだというところがありました。今後は仕事の質や流れが即座に見えるように管理していくことが、顧客サービスや利益の向上につながると思います。

――印刷は工程毎に細分化されていることもあり、お客様から見るとブラックボックス的に見える部分がありますが、今はそれは許されない時代ということですね。話が POD からだいぶ膨らんできましたが、IoT やビックデータについては中小の会社には敷居が高いかもしれません。先ずは工程の見える化などで、社内を一体化・透明化する努力が必要ということでしょうね。また、MIS などの工程管理、原価管理ソフトに関しては、これから利益を出す、原価計算するという場面では原則かもしれません。それがあっての多角化ということになるでしょうか？

■**中村**　10 社印刷会社があれば、10 社それぞれの方向性を持って経営しているわけで、昔のように同じ機械を入れれば全部が儲かる世の中ではなくなっていますし、今まで扱ったことのない機械や材料を探してこなくてはいけない時代になっています。私どもも印刷以降の製本は良いとしても、封かんのような仕事は得意ではなかったのですが、そういう勉強もしていかないと、お客様から「そんなことも知らないのか」と言われてしまいます。今の営業マンは多方面にアンテナを張って、何が必要かを知らないと、商売にならないですね。

■**幅**　私たちのようなディーラーは仲間と協力して、トータルなソリューションを提供できます。今は「物売り」ではなくて「事売り」と言われますし、川上から川下までわかっている営業でないと活躍するのは難しいと思います。有効求人倍率は良くなっていて、やる気があれば仕事はあると思いますし、POD のいいところは、昔のようにベテランでなくても、仕組みを理解していれば若者でも扱えます。バリアブルで製本の手間もなく、各メーカーさんが後工程の製品を開発して、長い筐体になりますが、作業環境は非常に良くなっていると思います。印刷機でも UV や LED などで、すぐに製本に回せますし、あとはどれだけ仕事を出せるかで、そこを重視した会社には仕事が集まるでしょう。

――人の話が出ましたが、印刷業界ではなかなか人材が確保できないですね。

■**幅**　今は、働く側が選べる時代ですからね。ブラックだとか言われないように、業界自体の環境を良くして働きやすい方向にもっていかないと、いい人が来なくなります。

■**中村**　昨年あたりから、健康保険や年金の加入などが義務づけられ、中小企業や零細企業における人件費の割合が高くなってきています。有給休暇の問題もあり、人事の配置も難しくなりました。

■**伊藤**　給料面だけでなく、ワークライフバランスも業界をあげて考えなくてはいけません。

■**幅**　先ほどの話にも出ていましたが、一人で全部の工程ができるような機械も出てきています。コンピューター画面だけ見ていればいいような。

■**伊藤**　インダストリー 4.0 ですと、印刷機もプリン

ターのようになってしまうような世界ですね。

■**中村**　弊社の仕事では全部が専門的で、一つ一つにプロがついていないと成り立ちません。

■**伊藤**　そういう企業では、在宅の経験者活用ということも考えられるのではないでしょうか。これだけネットワークが普及していれば、経験者で子育て中の人とか結構いるのではないかと思います。

■**中村**　自分の会社の特色が、営業力なのか技術力なのかで変わってくるので、そこを社長が明白にわかっていれば何が良いかがわかります。中途半端がこれからは一番いけません。技術力でいくなら営業はネットだけにして品質勝負でいいかもしれないですね。そして、労務問題をきちんと押さえなくてはいけません。

ジャグラ・日印機協という組織の活用を！

――需要開拓については、ジャグラの地方会員が地域興しや地場活性化など頑張っていますが……。

■**幅**　セミナーを開催したり、地方会員さんも皆さん創意工夫され、地元密着の堅実な営業スタイルを貫いていらっしゃいます。大変な努力に感心しています。ジャグラさんでは横のつながりが役に立つと言われていますが、私ども販売する方としても、情報の提供ができますので、ぜひご活用いただければと思います。

――地方の方にしてみると、東京からの情報はもちろんですが、メーカーさんやディーラーさんの生の情報がほしいということもあるのでしょうね。

■**幅**　仲間に聞けないこともあるのかもしれません。地元同士では聞きたくても聞けないのでしょうね。

■**伊藤**　弊社は自社製品の印刷機周りの薬品を販売しております。昨年､東日本の印刷会社を回りましたが、新商品を欲していることが良くわかりました。自社の得意とする商品を担ぎ、販促、化粧品、放送、ブックフェアなどの異業種の展示会に積極的に出展をされ、新規拡販に努力されている姿勢をすごく感じます。

■**幅**　自社製品をもっている会社さんにとって、一般のお客様が来るような展示会の企画も大事ですが、なかなか難しいですね。

――さて、時間も残り少なくなってきました。最後に今年の期待や抱負をお聞かせください。

■**伊藤**　私見ですが、印刷業界が収束してしまうような暗いイメージを払拭したいです。永遠に持続して欲しいのというのが夢です。中小の会社１社では力に限りがありますが、ジャグラという素晴らしい団体があるわけですから、一致団結されて仕事を取れる仕組みを検討されるのが急務ではと考えます。ジャグラ BB の一歩進んだ活用も手ではないでしょうか。

■**中村**　私も以前からジャグラ BB の有効活用を進めたいと旗を振っていますが、なかなか前進しません。

■**幅**　個人的にはゴルフで 100 を切るとか、日印機協の会員を 50 社にしたいとか、今年のジャグラ岩手大会で旨い酒を飲みたいですね。現在、私は自社の会長職で、実務は社長がバリバリやってくれていますが、ブラック企業とか言われないような、みんながニコニコしている会社にしたいと思います。色々な情報を扱う産業として、いい産業になればそういう若い人も入ってくるかもしれないですね。技術を覚えればずっと食べていけるような……。

■**中村**　私の抱負は、ジャグラの屋台骨をどうやってしっかりしたものにしていくかですね。組織がしっかりしないと会員は不安になりますから。安心して会員になっていただけるよう、ポイントとなる屋台骨を見直さないといけないと思います。特にジャグラ BB は素晴らしいと言われている割になかなか伸びない――いかにして伸ばすかが課題です。

本当にジャグラを元気にさせて、会員拡大したいので、報道の方にも色々声をかけて、地方に行ってもらうようにしています。各地で業界 OB からなるシニアクラブができているようですし、若手の SPACE-21 も頑張っていますので、我々現役役員層とシニアクラブと SPACE-21、３世代協力して組織を活性化していきたいのです。少しでも組織を大きくして皆で頑張っていかないと、若い人たちが安心する未来が実現できません。日印機協さんにおかれましても、印刷会社に限らず異業種でも結構ですので、入会見込みのある会社を紹介していただければ、すぐに支部が対応しますので、ご協力よろしくお願いします。

――ジャグラ会員を支えてくださっている日印機協の皆様には今年も機資材の提供と役に立つ情報、そしてジャグラの仲間を増やす活動にも引き続きご協力ください。本日はありがとうございました。

（司会：斎藤成 / 東京グラフィックス専務理事）

月刊 グラフィックサービス
No.782
2017
01

協賛：㈱モリサワ、アドビシステムズ㈱、㈱ショーワ

ジャグラコンテスト第2回InDesign
ファイナリストに受験の感想を聞きました

昨年に引き続き、214 名の参加者により競われた「ジャグラコンテスト第 2 回 InDesign」。多彩な課題が出題された第 1 次審査で上位を獲得し、第 2 次審査受験者に選ばれた 10 名の“ファイナリスト”。業界が誇る敏腕オペレーターの皆さんに、日頃の業務内容や InDesign 使用歴、コンテストの感想を伺いました。

※締切までに回答いただいたファイナリストの方のご意見を紹介しています。

日経印刷㈱
戸田大作

㈱東北プリント
渡部高志

㈱ニシキプリント
渡部由加

㈱サンワ
西野学

㈱北斗プリント社
清水利恵

㈱野毛印刷社
清水雅規

㈱ウィザップ
細田理恵

㈱北斗プリント社
加舎優美子

㈱ウィザップ
平彩花

㈱ニシキプリント
竹腰加奈子

Finalist 10

Q ――業務で扱っている制作物の内容を教えてください。

①学会誌、論文、書籍などの頁物：9 名
②パンフレット、チラシ、ポスターなどの端物：3 名
③顧客データチェック：1 名
④バリアブルデータ作成：1 名

頁物制作に携わっている方が多数という結果に。その他、チラシ、ポスター、名刺などの端物制作、データチェック、バリアブルデータ作成など、さまざな業務をこなしている様子がうかがえます。

Q ――InDesign 使用歴を教えてください。

①ほとんど使用経験なし：1 名
②1 ～ 5 年：5 名
③6 ～ 10 年：0 名
④10 年以上：3 名

InDesign 使用歴 5 年以内の方が 6 名、うち 1 名は今回のコンテストをきっかけにはじめて InDesign を使用したという驚きの結果となりました。

Q ――第 1 次審査課題についての感想をお聞かせください。

加舎「どのような機能が必要とされているか明確だったことと、勤務時間内に作業時間を多く取れたので、日頃 InDesign を使用しない私でも書籍を調べながら作業できました。」

清水（雅）「全般的に学習することができました。非常に実になったと思います。」

清水（利）「前回の 1 次審査に比べ、何を問われているかがわかりやすかったのがよかったと思います。あまり仕事で使っていない機能も勉強する機会になりました。」

竹腰「小問形式だったので、普段使っていない機能について調べる機会が多く勉強になりました。」

戸田「結構な作業量がありましたが、問われる範囲が広いことから総合力が試されると感じました。また、普段使用しない機能について勉強する機会となり非常にありがたかったです。」

西野「マニアック…（笑）」

細田「さまざまなタイプの問題があり、自分の得意・不得意がよくわかりました。課題指示書に曖昧な点が多く、読み解くのに苦労しました。」

渡部（高）「コンテスト第 1 回の 1 次審査と比べて一気にレベルが上がったので、人によっては得意不得意の差がはっきり出たと思いますが、取り組んでいて面白い課題内容でした。」

渡部（由）「今回は小問形式だったので、短時間で仕上げることができました。また、問題ごとに印刷仕様、今後の予定や背景（発行頻度、改版やシリーズ化の予定があるなど）が明確に指示されていたので、何に気をつけてデータを作るべきかがハッキリしていてやりやすかったです。」

第 1 次審査課題に取り組んだことが、普段使用していない機能を勉強するいい機会になったとの感想が多く寄せられました。

Q ――上位入賞による周囲の反応はいかがでしたか？　また、上位入賞によって得したこと、メリットなどがありましたら教えてください。

加舎「時間をかけて頑張った甲斐があったな、日頃 InDesign を使っていないのに凄い、おめでとう、いつもの加舎さんで 2 次審査頑張ってきて――など、身に余るお言葉や励ましをいただきました。また、弊社から 2 人進出ということを誇りに思っていただけたようです。いつもと違う環境で作業させていただいたことは緊張も伴いましたが、限られた時間でいかに効率よく作業をこなすかを考える良い経験をさせていただきました。同じ立場の方々やコンテストのスタッフの方々とお話できる貴重な時間もいただけて嬉しかったです。」

清水（雅）「前回は真ん中位の順位でしたので、驚かれました。お客様に技術力の保証をすることができます。」

清水（利）「他の部署の人からも、おめでとうと言っていただきました。また、社長にごはんをご馳走していただきました。」

竹腰「昨年は順位がそこまで高くなかったこともあり、驚かれました。メリットは、懇親会で他社のオペレーターの皆さんとお話しする機会が得られたことです。」

戸田「各方面から、おめでとうと声を掛けていただいております。期待に応えることができてよかったです。今後、お客様にアピールして弊社の宣伝に活かしたいと思います。」

西野「表立ってはあまり反応がなく、何人かが個人的にこっそりと凄い凄いと喜んでくれました。営業の方と仕事以外の会話のきっかけとなりました。普段あまり接点のない人が凄く喜んでくれたりして、今後、仕事に役立つ繋がりが得られるきっかけになったかもしれません。また、InDesign の知らなかった機能を知れたり、なんとなく使っていた機能をきちんと理解できたこと、家族の理解が少し得られたことはよかったです。」

細田「とても喜んでくれました。メリットは今のところ、特にありません。」

渡部（高）「周りから一目置かれるようになりました。全社会議の場で、社長賞をいただきました。」

渡部（由）「自分よりも周囲が喜んでくれたように思います。当の本人は「2 次審査がある。どうしよう」という心配の方が大きかったです。メリットは今のところ、特にありませんが、今後何かあればいいなぁと思っています。」

ファイナリストになったご褒美やメリットは各社各様かもしれませんが、営業面において、優れたオペレーターがいる印刷会社であるということを、顧客にアピールしていただきたいと思います。

Q ――第 2 次審査を受験した感想をお聞かせください。

加舎「いつもとは違う作業環境のなか、受験者が緊張しないように、和やかな雰囲気作りをしてくださったことがありがたかったです。」

清水（雅）「時間に追われましたが、オペレーターの仕事というのは基本、時間との戦いなので、よかったと思います。」

清水（利）「2 次審査は苦手とする内容で、問題を見て正直“終わった……”と思いました。時間にしては量が多く、やりやすい部分から取り組むなどの冷静な判断もできなかったのが悔やまれます。」

竹腰「慣れないパソコンと時間制限のなかでの作業は、審査前に想像していたよりはるかに難しかったです。」

戸田「今年もスピード勝負になると予想していました。昨年 2 次審査を受験した経験を活かし、ペースを意識しながら冷静に作業できました。」

西野「2 次審査当日はテンションが低く、ぼんやり作業していたら時間がずいぶん経過していました。気づいてからはすべての要素を“置く”だけで精一杯でしたが、日頃から業務でスピードを求められているため、自分にとっては通常の仕事と 2 次審査内容が余り変わらないものとなり、結果的に有利だったかもしれません。また、普段お会いできない同業者の方々とお話できたことが刺激になりました。」

細田「いつもとは違う環境で、力が発揮できませんでした。」

渡部（高）「全国のファイナリストの方々と一緒に受験し、その後、交流会で意見交換ができたことは貴重な経験

になり、世の中には凄い方がこれだけいるのかと改めて実感しました。」

渡部（由）「人に見られながら作業することがあまりないので、試験官の方にずっと見られていることがかなり気になりました。試験前に設定などを変更して、できるだけ普段の環境に近づけたつもりでしたが、なかなかいつも通りというわけにはいかず苦労しました。でも、普段お会いする機会のない他社のオペレーターの方々と話すことができたことはよかったと思います。」

普段とは違う環境で実技試験を受ける難しさ、制作時間の短さを訴える声が多く寄せられました。また、第2次審査を通して他社のオペレーターと交流する機会を持てたことに意義を感じた方が多かったようです。

Q——今後のコンテストに期待することは？

加舎「コンテストに参加することでトップオペレーターが増え、印刷業界全体を盛り上げていくコンテストになっていって欲しいです。」

清水（雅）「参加人数が回を追うごとに多くなればよいと思います。回を追うごとに全員のレベルが上がっていくような問題を期待します。」

清水（利）「他のアプリケーションでもコンテストをやってみると面白そうですが、採点が大変そうですね…。」

竹腰「ひとつの出題に対して各オペレーターが工夫している点があると思うので、他の方が提出したデータも見てみたいです。」

戸田「前回のコンテスト参加で、本来は当たり前である“上には上がいる”ことを改めて意識することができました。それがよい刺激となり、普段から技術向上に取り組んだことが、今年の（優勝という）結果に繋がったと思っています。今後も、より多くのオペレーターが参加し、社外にいるライバルと切磋琢磨できる場になればと思います。」

西野「今回はInDesignの操作に関してとても勉強になったので、組版知識の向上につながるようなイベントになるといいと思います。」

細田「課題の審査結果をもっとわかりやすくして、どこを改善したらよりよいものになるかを明確にして欲しいです。」

渡部（高）「1次審査の合計点数が200点と小さかったため、結果同順位の方が多数出ており、自分がコンテスト参加者のうちどの位置にいるのかが大味でしか把握できなかった感があります。採点は大変だと思いますが、点数がばらけるよう合計点数を大きく設定して欲しいと思いました。」

渡部（由）「年に一度、課題をこなすためとはいえ、各自で勉強するよいきっかけになっているように思うので、今後も継続して欲しいです。また、今後の勉強に繋げられるようなかたちで審査結果を出してくれると、よりスキルアップになると思います。」

×

——アンケートへのご協力ありがとうございました。ファイナリストの皆様には、ここに掲載していない設問にもお答えいただきました。すべての設問/回答をご覧になりたい方は、下記ジャグラコンテスト特設サイト「ファイナリストインタビュー」をご覧ください。

http://jagra-contest.com/2016/finalist.html

|ジ|ャ|グ|ラ|賛|助|会|員|ー|覧|

- □ アドビシステムズ㈱
- □ NEC ネクサソリューションズ㈱
- □ ㈱大塚商会日本橋支店
- □ キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ㈱
- □ コダック (同)
- □ コニカミノルタジャパン㈱
- □ ㈱小森コーポレーション
- □ ㈱桜井グラフィックシステムズ
- □ 設楽印刷機材㈱
- □ ㈱ショーワ
- □ ダイヤミック㈱
- □ 東京インキ㈱
- □ ハイデルベルグ・ジャパン㈱
- □ 富士ゼロックス㈱
- □ 富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ㈱
- □ ㈱ホリゾン東テクノ
- □ 三菱製紙㈱
- □ ㈱ムサシ
- □ ㈱メディアテクノロジージャパン
- □ ㈱モトヤ
- □ ㈱モリサワ
- □ リコージャパン㈱
- □ 理想科学工業㈱
- □ リョービ MHI グラフィックテクノロジー㈱
- □ 岩崎通信機㈱

ジャグラ作品展

[出版印刷物部門][宣伝印刷物部門][業務用印刷物部門][開発開拓部門]

H28.1.1～H28.12.31までに完成した作品が対象です

応募要項＆申込書はジャグラHPをご参照ください
※機関誌2016年12月号にも掲載しています
http://www.jagra.or.jp/official/main/2016/12/21094152.php

「ジャグラ作品展」の募集を開始します。この催しは、一般社団法人日本グラフィックサービス工業会が全国規模で実施する作品コンテストで、会員企業が製作した印刷作品の評価を通じ、業界の技術水準と将来課題などを探ることで、業界全体の技術向上・意欲高揚を図るものです。優秀作品には、経済産業大臣賞・厚生労働大臣賞をはじめとする各賞が贈られます。皆様奮ってご応募ください。

競え、プロの技。

募集期間：平成29年1月1日～平成29年3月31日

●主　催：一般社団法人日本グラフィックサービス工業会
●主　管：ジャグラ作品展委員会
●後　援：経済産業省、厚生労働省、全国中小企業団体中央会、一般社団法人日本印刷産業連合会、公益社団法人日本印刷技術協会、日本印刷機材協議会、学校法人日本プリンティングアカデミー、業界報道関係各社ほか

一般社団法人
日本グラフィックサービス工業会

2017年 誌上・新春名刺交換会

NS PRINT & POSTPRESS
DESIGNからでも　印刷からでも　もちろん製本も
謹賀新年
NS 印刷製本 株式会社
代表取締役会長　中村 耀　代表取締役社長　中村 盟
〒162-0041
東京都新宿区早稲田鶴巻町 568
TEL 03-3203-5421 FAX 03-5273-0527
URL http://www.ns-p.co.jp

ジャグラ副会長
ジャグラ東北地方協議会 会長
熊谷正司
㈱くまがい印刷
〒010-0001
秋田市中通6の4の21
TEL 018(833)2220
FAX 018(833)6732

ジャグラ東北地方協議会
理事
大橋邦弘
〒984-0835
仙台市若林区今泉2の15の51
㈲大橋印刷商会 内
TEL 022(289)5873
FAX 022(385)6676

RMGT リョービMHI グラフィックテクノロジー株式会社
代表取締役社長
一政 譲
〒114-0003 東京都北区豊島5－2－8
Tel.（03）3927－3300 Fax.（03）3927－5716
http://www.ryobi-group.co.jp/graphic/

FUJIFILM
Value from Innovation
富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ株式会社
代表取締役社長
真茅久則
本社 〒105-0031
東京都港区西麻布二丁目26番地30号 富士フイルム西麻布ビル
03(6419)3200
ホームページ http://ffgs.fujifilm.co.jp

富士ゼロックス株式会社
執行役員
麻生修司
〒106-0032
東京都港区六本木3の1の1
六本木ティーキューブビル13F
TEL 03(3584)9383
FAX 03(3584)3810

月刊 グラフィックサービス
No.782
2017
01

ジャグラ文化典岩手大会

おでんせ、イーハトーブ岩手へ

ジャグラ文化典岩手大会　運営委員長　**熊谷正司**
実行委員長　**菅原正行**

６月９日（金）　記念ゴルフコンペ＝メイプルカントリークラブ
９日（金）　ウェルカムパーティ＝ホテルメトロポリタンNW盛岡
10日（土）　定時総会・文化典式典・講演会・懇親会＝ホテルメトロポリタンNW盛岡
11日（日）　オプショナルツアー／日帰りコース＝岩泉・宮古・三陸海岸
11日（日）～12日（月）　オプショナルツアー／宿泊コース＝花巻温泉泊、花巻・平泉・江刺

ジャグラ茨城県支部
支部長　**佐藤隆一**
会員一同
事務局
〒310-0817
茨城県水戸市柳町1の1の1
センター印刷㈱内
TEL 029（224）4535
FAX 029（225）5007

ジャグラ北海道支部
支部長　**渡辺辰美**
〒070-0033
旭川市3条通4丁目右1号
㈱あいわプリント内
TEL 0166（26）2388
FAX 0166（26）2398

ジャグラ四国地方協議会
会長　**中越忠男**
〒780-8040
高知市神田638の24
㈱伸光堂内
TEL 088（834）3434
FAX 088（834）3403

ジャグラ中国地方協議会
会長　**宮﨑真**
〒733-0833
広島市西区商工センター7の5の33
㈱ニシキプリント内
TEL 082（277）6954
FAX 082（278）6954

ジャグラ長野県支部
支部長　**佐野修一**
会員一同
〒380-0935
長野市中御所3の2の6
中央プリント㈱内
TEL 026（227）0333
FAX 026（226）2744

ジャグラ神奈川県支部
支部長　**岡澤誠**
〒230-0053
横浜市鶴見区大黒町9の3
神奈川県軽印刷協同組合内
TEL 045（511）5982
FAX 045（505）0350

ジャグラ千葉県支部
支部長　**尾形文貴**
〒261-0002
千葉市美浜区新港213の5
㈱みつわ内
TEL 043（242）4849
FAX 043（245）7233

ジャグラ群馬県支部
支部長　**中島博**
〒371-0024
前橋市表町2の6の5
㈱中島プリント商会内
TEL 027（221）4348
FAX 027（221）4349

株式会社　**ムサシ**
代表取締役社長　**羽鳥雅孝**
〒104-0061
東京都中央区銀座八ノ二ノ一〇ノ三六
TEL 〇三（三五四六）七七一七
FAX 〇三（三五四六）七七一八

コニカミノルタジャパン株式会社
PPG事業本部
本部長　**荒井純一**
〒105-0023
東京都港区芝浦1の1の1
浜松町ビルディング
TEL 03（6311）9061
FAX 03（6311）9505

株式会社　**モトヤ**
代表取締役社長　**古門慶造**
〒542-0081
大阪市中央区南船場1の10の25
TEL 06（6261）1931
FAX 06（6261）1930

株式会社　**ショーワ**
代表取締役社長　**伊澤秀春**
〒101-0065
東京都千代田区西神田二ノ七ノ八
TEL 〇三（三二六三）六四一一
FAX 〇三（三二六三）六四九

月刊
グラフィックサービス
No.782
2017
01

ジャグラ兵庫県支部
支部長 末次勝彦
会員一同
〒650-0011
神戸市中央区下山手通5の5の16
兵庫県印刷会館内
TEL 078（351）2383
FAX 078（351）2528

ジャグラ大阪府支部
大阪府グラフィックサービス協同組合
理事長 岡達也
会員一同
〒541-0048
大阪市中央区瓦町1の6の10
JPビル4F
TEL 06（6227）8512
FAX 06（6227）8522

ジャグラ愛知県支部
支部長 神山明彦
会員一同
〒451-0042
名古屋市西区那古野1の21の14
TEL 052（565）1118
FAX 052（565）1054

ジャグラ山梨県支部
支部長 樋貝浩久
〒400-0025
甲府市朝日2の7の10
㈲東和プリント社内
TEL 055（253）9293
FAX 055（252）2123

株式会社サンライズ
代表取締役会長 添田隆男
代表取締役社長 添田寛
〒一一〇-〇〇一四
東京都台東区北上野二-三十二-八
電話 〇三（三八四五）〇七三〇

株式会社双文社
漢字情報メディア株式会社
代表取締役 今井茂雄
〒一一二-〇〇一三
東京都文京区本郷二丁目十番九号
TEL〇三（五八〇三）一一一一
FAX〇三（五八〇三）一七九三
URL:http://www.soubunsha.co.jp
ISO9001:2008認証取得
JQA-QMA10410 CM009
16190018(06)

共立速記印刷株式会社
代表取締役会長 吉岡新
代表取締役社長 笹井靖夫
〒102-0072 東京都千代田区飯田橋3－11－24
PHONE.03-3234-5511(代) FAX.03-3263-2740

「伝える」の最上級へ。
ISO 9001・14001・27001
JIS Q 15001 認証取得
野毛印刷
代表取締役会長 金子徹
代表取締役社長 森下治
営業企画本部
〒232-0027 横浜市南区新川町1-2
(045)252-2511
http://www.noge.co.jp

一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会 参与
株式会社双葉印刷
取締役会長 小山浩
代表取締役 小山彰
〒950-0964
新潟市中央区網川原一丁目四番一三号
電話（〇二五）二八三一七三三（代表）

株式会社荒川印刷
代表取締役会長 荒川幹夫
代表取締役社長 荒川壮一
〒460-0012
名古屋市中区千代田二丁目16の38
TEL 052（262）1006
FAX 052（262）2296

株式会社ティー・エム・ピー
代表取締役会長 髙橋強司
代表取締役社長 髙橋直裕
〒670-0992
姫路市福沢町三十六
TEL〇七九（二九二）一〇〇〇
FAX〇七九（二九三）一六五〇

日経印刷株式会社
代表取締役会長 林吉男
代表取締役社長 吉村和敏
本社 〒102-0072 東京都千代田区飯田橋2-15-5
TEL 03-6758-1001 FAX 03-3263-5814

SCREEN
代表取締役社長
木谷活
Katsu Kitani
株式会社メディアテクノロジージャパン
〒135-0044 江東区越中島1-1-1
ヤマタネ深川1号館
TEL 03-5621-8266
FAX 03-5621-8378
www.mtjn.co.jp

株式会社モリサワ
代表取締役社長 森澤彰彦
〒五五六-〇〇一二
大阪市浪速区敷津東二-六-二五
電話 〇六-六六四九-二二五一

BOOK 書籍案内

箱のパッケージデザイン 最新ベスト125

フード、ビューティー、ファッションなど様々なジャンルの斬新かつ革新的な箱を、デザインの難易度ごとに展開図とともに紹介。ニーズとシーンにマッチした構造と素材づかいに独創性が冴え渡る125点。自由に使えるCD-ROM付き。

●体裁

①発行：グラフィック社
②仕様：A5変型、並製、408頁
③定価：本体3500円（税別）
④ISBN：978-4-7661-2951-9

※著者＝ジョゼップ・M. ガロフェ。グラフィックデザイナー。1990年、スタジオGARROFÉ BRAND & PACK設立。著作に『箱のデザイン』『グリーティングのデザイン』『ディスプレイのデザイン』がある。

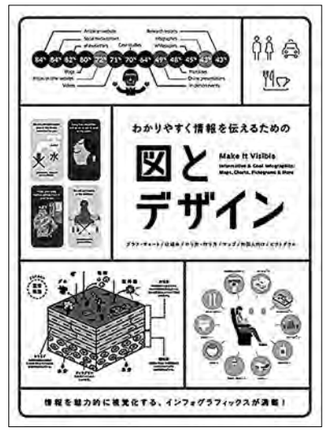
パッと目を引く！ タイトルまわりのデザイン表現

Webサイトや、雑誌やカタログなどのページもの、チラシなどの広告類、様々なレイアウトにおいて必要不可欠な「タイトル」「見出し」の効果的な見せ方集。タイトルまわりの表現を多様なバリエーションの実例で示すことにより、サッと実務に応用できる。使用書体の情報付き。

●体裁

①発行：グラフィック社
②仕様：A5、並製、248頁
③定価：本体2400円（税別）
④ISBN：978-4-7661-2990-8

わかりやすく情報を伝えるための 図とデザイン



膨大なデータが溢れ、消費者の趣味、嗜好、生活様式が多様化する昨今、必要な情報を直感的かつ魅力的に伝えるデザインが必要とされている。本書はグラフ・チャート、仕組み、やり方・作り方、マップ、外国人向け、ピクトグラムの６つのカテゴリー別に、視覚に訴えるデザインの数々を紹介。

●体裁

①発行：PIE BOOKS
②仕様：B5変形、並製、224頁
③本体：5800円（税別）
④ISBN：978-4-7562-4840-4

NEWS

中小企業庁が「事業承継ガイドライン」を策定

2016年12月5日、同庁プレスリリースより

中小企業庁は中小企業経営者の高齢化の進展等を踏まえ、円滑な事業承継の促進を図るため、その対応策等をまとめた「事業承継ガイドライン」を策定しました。

×

●背景・経緯

中小企業経営者の高齢化が進み、今後５～10年程度で、多くの中小企業が事業承継のタイミングを迎えようとしています。中小企業に蓄積されたノウハウや技術といった価値を次世代に受け継ぎ、世代交代によるさらなる活性化を実現していくために、円滑な事業承継は極めて重要な課題です。そこで、中小企業庁では近年の状況の変化を踏まえた事業承継のあり方を議論する場として、「事業承継を中心とする事業活性化に関する検討会」および「事業承継ガイドライン改訂小委員会」を開催し、「事業承継ガイドライン」としてまとめたものです。

●概要

①事業承継に向けた早期・計画的な取組の重要性（事業承継診断の導入）
②事業承継に向けた５ステップの提示
③地域における事業承継を支援する体制の強化

●入手方法

下記、中小企業庁Webサイトよりダウンロードできます。

http://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/shoukei/2016/161205shoukei.htm

富士プリント 株式会社
取締役会長 柳田 道
〒064-0916
札幌市中央区南16条西9丁目2番10号
TEL 011（531）4711
FAX 011（530）2549

創文印刷出版 株式会社
代表取締役 熊谷晴樹
〒980-0821
仙台市青葉区春日町8の34
TEL 022（222）0181
FAX 022（266）4246

長瀬印刷 株式会社
代表取締役 長瀬喜一
〒971-8101
いわき市小名浜字渚廻51の2
TEL 0246（54）3819
FAX 0246（52）0234

DESIGN&PRINT
KES DESIGN & PRINT 株式会社 興栄社
代表取締役社長 菅野 潔
〒136-0071 東京都江東区亀戸2-3-13
TEL. 03-3681-2977
FAX. 03-3681-2990
e-mail:info@koueisya.com
URL http://www.koueisya.com
GREEN PRINTING JAPAN F-010002
多幸手遊き和紙ハウス
〒100-0601 東京都神津島村字榎木が沢1番1

有限会社 ドゥ・プラン
代表取締役社長 笹岡 誠
〒150-0031
東京都渋谷区桜丘町8の17
シャーレ渋谷301
TEL 03（5784）1608
FAX 03（5784）1609

株式会社 ジェーピークリエイト
代表取締役 野田晃司
〒105-0004
東京都港区新橋5の34の3
TEL 03（5777）0460
FAX 03（5403）7552

株式会社 登プリント社
代表取締役社長 岩下 登
〒577-0808
東大阪市横沼町1の14の14
TEL 06（6723）8788
FAX 06（6725）3321

株式会社 北斗プリント社
代表取締役 谷川 聡
〒606-8540
京都市左京区下鴨高木町38の2
TEL 075（791）6125
FAX 075（791）7290

有限会社 小池印刷
代表取締役社長 伊藤文雄
〒380-0936
長野市中御所3
TEL 026（227）6219
FAX 026（227）6284

株式会社 グッドクロス
代表取締役 原田大輔
〒141-0031
東京都品川区西五反田2の28の5
第2オークラビル2F
TEL 03（6420）2088
FAX 03（6420）2089

勝美印刷 株式会社
代表取締役社長 米原正信
〒113-0001
東京都文京区白山1の13の7
TEL 03（3812）5201
FAX 03（3816）1561

有限会社 松永印刷
取締役社長 松永英明
〒890-0072
鹿児島市新栄町32の3
TEL 099（252）6491
FAX 099（254）8244

西武写真印刷 株式会社
代表取締役社長 青木 滋
〒171-0031
東京都豊島区目白3の4の5
TEL 03（3953）2778
FAX 03（3950）1452

株式会社 美巧社
代表取締役 池上晴英
〒760-0063
高松市多賀町1の8の10
TEL 087（833）5811
FAX 087（835）7570

社団法人 日本グラフィックサービス工業会
JaGra
本部事務局一同

創るから造る そして作る
代表取締役社長 佐藤 元
株式会社 イデアル
〒553-0002
大阪市福島区鷺洲5-5-5
tel. (06) 6453-3334
fax. (06) 6453-1231
URL. http://www.idealfan.co.jp

特別企画

一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）

個人情報漏えい事故等の傾向を公表

平成27年度は796社1947件の事故発生で、前年度より若干増加

プライバシーマーク制度を運営する一般財団法人日本情報経済社会推進協会（略称：JIPDEC）は、平成27年度中にJIPDECおよび審査機関に報告された、プライバシーマーク付与事業者の個人情報の取扱いにおける事故等の概要をまとめ、付与事業者等への注意喚起を目的とし、平成27年度「個人情報の取扱いにおける事故報告に見る傾向と注意点」を公表した。公表内容は、概要や報告のほか、事故に対する主な注意事項についても解説しているので、参考にして欲しい。

×

1. 平成27年度の報告件数

①796付与事業者より1947件の事故報告があり、前年度の768付与事業者1646件より、事業者数、事故報告件数共に増加した。特に報告件数は20%弱の増加となっている。

②平成27年度末時点の付与事業者数（平成27年度末で1万4755社）に占める事故報告事業者の割合は5.4%であり、平成26年度（5.5%）、平成25年度（5.4%）とほとんど差異はない。

2. 報告内容の概要

①事故の原因は、「紛失」（22.2%）が最も多く、次いで「メール誤送信」「封入ミス」「宛名間違い等」の順に割合が多い。前年度に比べ、「紛失」「宛名間違い等」の割合は減少したが、「メール誤送信」「封入ミス」は増加した。

②事故の原因の『その他』では、「目的外利用」が前年度より大幅に増加（11件→22件）したが、「内部不正行為」は前年度より若干減少した。

③盗難・紛失の媒体について、スマホを含む携帯電話やノートPC・タブレット端末は、平成25年度から件数・割合共に増加し、特に、ノートPC・タブレット端末の増加が目立っている。一方、平成25年度には過半数を占めていた書類の割合（52.6%）が、平成26年度に減少（48.3%）し、平成27年度は更に減少（46.9%）した。

3. 事故に対する主な注意事項

1）目的外利用等の事故について

「本人が想定していなかった目的で個人情報を使われた」との内容の事故報告は、『目的外利用』の事故として分類しているが、「手続・処理上の過失等により発生する目的外利用」と、「従業者の認識不足や不正による目的外利用」に大別できる。

平成27年度の「目的外利用」の事故報告件数は、全報告件数1947件のうち22件であった。一方、同年度に消費者相談窓口等に申出があった、「目的外利用」に関する相談件数は、全相談件数422件のうち20件であり、いずれにおいても、件数としては決して多くはないが、前年度より事故報告・相談共に増加傾向にある。

「目的外利用の結果、個人情報が漏えいした」という事例では、「漏えい」として集計するため、実際の発生件数はもう少し多くなる。また、事故報告事例と相談事例の内容が必ずしも一致しているわけではないものの、事故報告件数と相談件数を単純に比較した時に、「目的外利用」は本人からの苦情につながるリスクが高いということが推測される。

たとえ、従業者の認識不足から「行ってしまったこと」であっても、「事業者として取得した個人情報」が本人の想定外で使われたとなれば、本人は事業者に対して不信感を抱くことにもなることから、事業者の信頼性確保のためにも事故の未然防止が重要と考える。

●手続・処理上の過失等により発生する目的外利用に関して

「大量に処理を行う時」「新規システム導入によるデータ移行時」「同姓同名が存在」等の場合に、『本人の意思に反する利用』（例えば、解約と利用停止の手続済みの元会員に連絡を入れてしまった）や、『対象を取り違えた利用』（例えば、A社・B社兼務の社員が、A社社員として名刺交換した情報をB社のDM送付に利用した）が発生し、個人情報の目的外利用となる。

手続・処理上の過失等により発生する目的外利用の防止策としては、手順やルールの見直しとして、①作業実施ルールの確認・見直し、②チェックルールの確認・見直しを行うことの他、従業員管理の徹底、注意喚起・教育や委託先の管理・監督（例えば、再発防止策の確認、継続的なチェック、教育状況の確認等）を行うことも重要なポイントである。

手続ミスや処理ミスによる目的外利用は、事故を発生させた事業者もその所属組織も「目的外利用をした」という認識を持ち難いものであるが、「うっかり発生させた」のではなく、「意図的に使用したのではないか」と本人等に思われてしまうことも少なくなく、場合によっては、漏えい事故や紛失事故よりも組織に対する不信感を与えてしまうリスクが高くなるため、十分な注意が必要である。

●従業者の認識不足や不正による目的外利用に関して

従業者の認識不足や不正による目的外利用としては、『認識

不足による目的外利用』（例えば、業務委託先が委託業務で預託された個人情報を用いて、自社ＤＭを送付した）や、『個人の利益等のための不正使用』（例えば、Ａ社元社員が、Ａ社就業時に使用していた「個人情報」をコピーして持ち出し、自身が始めたビジネスに関する DM 送付・勧誘メールに利用した）又、『プライベートにおける不正使用』（例えば、担当者が顧客と私語を交わし、しばらく後に顧客携帯電話番号宛に「好意を示す内容のメール」を送信した）等がある。

従業者の認識不足や不正による目的外利用の防止策としては、体制の整備として、①組織整備、②アクセス制限を行うことの他、従業員管理の徹底、注意喚起・教育や、委託先の管理・監督を行うことも重要である。

具体的な防止策としては、『退職者による不正使用防止』（例えば、退職時に、個人情報記録媒体等の返却・廃棄の確認を行う、退職後、速やかにアクセス制御の設定を行う）や、『不正な持出しの防止』（例えば、個人情報を端末から出力する場合の出力管理の徹底、運用担当者以外の USB ポートを物理的に封鎖する）等が考えられる。

プライベート使用・不正使用などの目的外利用は、漏えいなどが発生した場合とは異なる種類の影響が生じることがある。場合によっては、犯罪被害発生が想定され、それに伴う不安感（場合によっては恐怖感）を本人に与えてしまうこともあるため、苦情につながるケースも少なくない。したがって、この様な類の目的外利用が発覚した際には、速やかにその行為をストップさせ、再発防止策を講じ、誠実に対象者本人への説明対応を行うことが求められる。

2) 標的型攻撃メールに関して

平成 23 年、大手企業や衆議院・参議院などが標的型攻撃メールを利用したサーバ攻撃を受けたことから、平成 24 年 1 月末、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）セキュリティセンターが、「標的型攻撃メール<危険回避>対策のしおり」の発行・公表を通じて、企業・組織内における、さまざまな側面からの対策を促すなど、各所で注意喚起が行われた。しかしながら、それから、4 年以上経過した今でも、規模の大小はあるものの、その攻撃及び被害は続いている。

標的となった事業者の従業者が、メールの添付ファイルを開いたり、メール本文中のリンク等にアクセス（リンク等をクリック）したりしなければ、被害は防げると言われているが、攻撃を仕掛けてくる側は、「あの手この手で」「手を替え品を替え」巧妙に添付ファイルを開かせたり、リンクにアクセスさせたりしようとしている。また、企業が注意喚起を行うなどの対策を熱心に行い、従業者側も、日頃から標的型攻撃メールの被害にあわないように注意していたとしても、仕事が多忙な時などに、「標的型攻撃メール」という危ない存在に関する認識が甘くなり被害に遭うというケースも想定される。場合によっては、多数の従業員宛に巧妙な（どう見ても仕事関係のメールとしか思えないような）「標的型攻撃メール」が送信されて、複数の従業者が騙されてしまうというケースもあり得る。

これなら 100％大丈夫という策がない以上は、「標的型攻撃メールに騙されないようにする※1」ことと、「万が一、騙された場合にも、被害につながらないようにする※2」ということを念頭において、可能な限りの対策を検討する必要がある。業種、業務内容、取扱う個人情報（内容・件数）などにより、それぞれの事業者がとるべき対策の内容もレベルも異なってくると考えるが、「今の対策で十分」と過信することなく、改めて、しっかりとしたリスク認識を持ち、最新情報の収集をするところからの見直しも重要である。

※1 「サーバではじく」「従業者が危険を察知して無視・削除するよう従業者教育を行う等」

※2 「情報が流出しない」「悪用されない」「すぐに発見できる」

標的型攻撃の防御対策等については

・セキュリティ・システムで入口対策（攻撃の侵入を防ぐ対策）に加え、出口対策（侵入後に被害の発生を防ぐ対策）を充実させる
・従業者の心構えとセキュリティ・システムの出口対策がポイントであり、組織全体のセキュリティレベルを向上させる

等が言われているが、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）にて、「IPA テクニカルウォッチ：標的型攻撃メールの例と見分け方」等、標的型攻撃に関する資料を公表しているので参考にして頂きたい。

＜参考＞ 標的型サイバー攻撃対策：
http://www.ipa.go.jp/security/ta/

3) 盗難・紛失事故について（次ページ表参照）

盗難事故（車上荒し・置き引き等）の報告件数は、前年度に比べ件数・割合共に若干減少（48 件：2.9%→ 42 件：2.2%）し、特に置き引き等の件数・割合の減少が目立っている。

紛失事故の報告件数は、前年度に比べ件数は増加したものの、全報告件数に占める割合は、前年度に比べ減少（25.2％→ 22.2%）した状況であるが、平成 24 ～ 26 年度と同様、件数・割合共に最も多い（435 件、22.2%）。

盗難・紛失の媒体別内訳は下記の表の通りである。全体的には平成 25 ～ 26 年度と同様に書類、スマートフォン（スマホ）を含む携帯電話の紛失が多く報告されている。スマホを含む携帯電話は、平成 25 年度に一旦減少したが、平成 26 年度には件数・割合共に増加し、平成 27 年度も更に増加した。（153 件：32.3%→ 166 件：32.6%）、一方、書類は前年度に比べ件数は微増であったものの、割合は減少し、平成 24 ～ 25 年度に過半数を占めていた書類の割合が、半数を下回る状況（46.9%）であった。

外出時・移動中の紛失事故は、「置き忘れ」「落下」「転倒」等が原因となって発生し、『手荷物が多い時』『飲酒・飲食時』『何か急いでいる時』等の状況において発生しているとの報告がある。また、重要な個人情報を「どうして持っていたのか」「どうして持って行ったのか」「持っているのに、なぜそのような事（行動）をしたのか」と疑問を持つような報告もあり、【個人情報を持っている】という認識の薄さが感じられる事故も報告されていることから、紛失事故の発生し易い状況を回避することを意識した従業員教育も重要である。

盗難事故には「移動時の乗物内での盗難」「飲食店等での盗難」「路上・公園等屋外での盗難」「車上荒し」等があり、『持ち物から意識が薄れる時』『持ち物から遠ざかった時』『夜間の外出』等の状況において発生しているとの報告がある。万が一、事故が発生した場合に備え、媒体別の二次被害等防止策を講ずると共に、緊急時の対応ルールを確実に実行することが重要である。

×

プライバシーマーク付与事業者はもちろんのこと、その他のジャグラ会員も、個人情報の取扱に十分ご留意くださいますようお願いいたします。

■盗難・紛失の媒体等別内訳（平成 25 ～ 27 年度）

	媒体等	書類	携帯電話 スマートフォン	ノート PC タブレット端末	USB メモリ等 可搬記録媒体	その他の 電子機器	その他の媒体 ※ 1	バッグ類 ※ 2	合　計
平成25年度	盗難（32）	13	12	8	0	0	7	0	40
	紛失（404）	221	113	15	15	1	40	0	405
	計（436）	234	125	23	15	1	47	0	445
	割合（%）	52.6	28.1	5.2	3.4	0.2	10.5	0	100.0
平成26年度	盗難（48）	13	14	16	0	2	2	2	49
	紛失（416）	216	139	20	19	0	29	2	425
	計（464）	229	153	36	19	2	31	4	474
	割合（%）	48.3	32.3	7.6	4.0	0.4	6.6	0.8	100.0
平成27年度	盗難（42）	19	19	15	0	0	5	0	58
	紛失（435）	220	147	33	14	0	38	0	452
	計（477）	239	166	48	14	0	43	0	510
	割合（%）	46.9	32.6	9.4	2.7	0	8.4	0	100.0

注 1：盗難・紛失のカッコ内は事故報告件数。　注 2：盗難や紛失は、一つの事故で複数媒体が関係することもあるので、合計と事故報告件数は合致しない。
※ 1：その他の媒体：名刺（名刺入れ）、セキュリティカード、検体、年金手帳、健康保険証、運転免許証等。
※ 2：バッグ類：個人情報の盗難・紛失の事故であるが、収納されていた媒体が不明のもの。

Column

企業向けアニメ動画の制作で先行し、進化し続ける

e-中小企業ネットマガジンVol.754より転載

アニメーションを使ったコマーシャル動画の制作で、実績を積み重ねているのが InSync（インシンク、大阪市、慎祥允社長）だ。アニメ動画は、多くの制作会社やクリエーターたちが激しく競合する“レッドオーシャン（激戦の既存市場）”のビジネスと思えるが、インシンクは「先駆的な立場にいる」（慎社長）と、他社を一歩リードするポジションをキープ。その差が赤色を青色に塗り変えて、“ブルーオーシャン（競争のない新市場）”を巡航速度で突き進んでいる。

同社は、慎社長が５年ほど前に立ち上げたインターネット・ウェブマーケティング会社を母体とし、主力事業が動画制作にシフトしたのに伴い、昨年３月、現インシンクとして再発足した。その動画づくりは、アニメを多用することで、インフォグラフィックと呼ばれる「情報やデータの視覚的に表現手法」を実践しているのが特徴。インフォグラフィックにより、分かりやすく、明快に、伝えたいことを伝える、といった情報伝達の基本が叶えられるようになるという。

いち早くアニメ制作を進めてきたことで社内に多くのノウハウが蓄積され、それが次の実績につながっている。慎社長は先行の利が、好循環に結びついていると説明する。実際、これまでに大手の電機メーカー、ＥＣ・ポータルサイト、ネット広告会社から、コンサルティングファーム、機械設備メンテ、英会話スクールまで、多種多様な企業の製品・サービスを紹介するアニメ動画の数々を手がけている。顧客は東京本社の企業が大半で、大阪のベンチャー企業が、その仕事を取れているところに同社のスキルの高さが伺えよう。

慎社長は「製作工程において、完成イメージを 100% 顧客と共有できる仕組みを取り入れているのも当社の大きな強み」と強調する。すべてのイメージを事前に紙芝居のようなイラストで共有し、出来上がってから「話が違う」と揉めたりすることを未然に防ぐ仕組みとなる。こうしたシステムや運営体制が日々、進化発展するのに加え、YouTube に代表される動画サイトの普及拡大という追い風も吹いている。目下のところ、「前途洋々、波低し」の同社アニメ動画ビジネスである。

同社ではアニメ動画のほか、インタビューを中心とするドキュメンタリー動画にも力を入れており、「自社ウェブサービスの開発も進めたい」（慎社長）と多角化へ意欲を示す。慎社長は、もともと英会話講師紹介サービスで起業し 10 年間、同サービスに携わったキャリアの持ち主。同サービスを通してウェブマーケティングのすごさを知ったのが今日につながる。自身の体験を踏まえ「インターネットを最大限に活用した事業に取り組む」と、ネットと同期＝イン・シンク（ロナイゼーション）した成長発展を目指していく。

月刊 グラフィックサービス
No.782
2017
01

特別企画：セミナー抄録

POD最新市場動向

——全国協議会・発表事例から③

ニュープリンティング㈱　常務取締役　菅野孝市

昨年、10月7日に開催された全国協議会において、教育技術委員会の熊谷正司委員長は、「ジャグラ会員の多くはPODを導入しつつあるが、まだまだ有効活用しているには程遠いのが実情ではないか。メーカーの情報だけに頼らず、ジャグラ自身の手でPODの活用研究を進めたい」と表明し、その第一弾として、この講演が企画されました。そのダイジェスト版をここに紹介します。

×

デジタル印刷機の市場規模

皆さんこんにちは。ニュープリンティングの菅野です。日頃はジャグラの皆様に大変お世話になっております。今日は「POD最新市場動向」ということで、ジャグラ会員企業にも導入が進んでいるデジタル印刷機についてお話したいと思います。PODと一口に言っても様々な定義があると思いますが、本日の講演ではあくまでも「トナーベースのデジタル印刷機」ということで話を進めていきたいと思います。

先ず、fig1は「国内のデジタル印刷機の市場規模」の推移のグラフです。2015年の市場規模は3847億円、前年度比29.4％増、翌2016年の市場規模は3115億円、前年比19％減という状況でした。この数字にはトナーベースのデジタル印刷機だけでなくインクジェットも含まれています。また、印刷分野については、商業印刷・出版印刷・フォーム印刷・データプリントなどが含まれており、シールやパッケージは含まれていません。2016年はマイナンバーによる特需がありましたので飛びぬけた数字となっていますが、これを割り引いてもデジタル印刷機の市場は順調に推移していると言っていいでしょう。

fig2は台数ベースで見た数字です。複合機も含めた数字で年に2万6000台の出荷となっており、このうちプロダクション用——つまりPODなどでの産業用としての割合は19%、およそ5000台となっています。ただしこの中には企業内印刷も含まれているので、印刷産業用としては1500台と推測されます。

枚葉オフセット印刷機の国内生産台数は年々減少傾向にあります。ピーク時から半減しています。その中

fig1

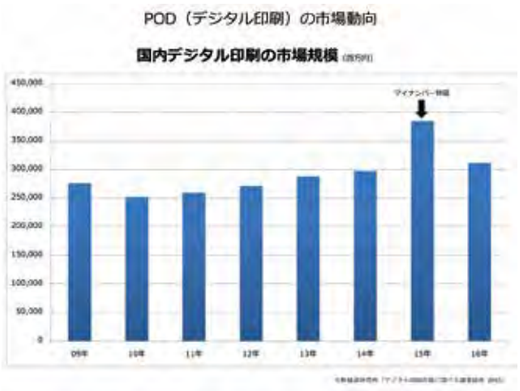


fig2

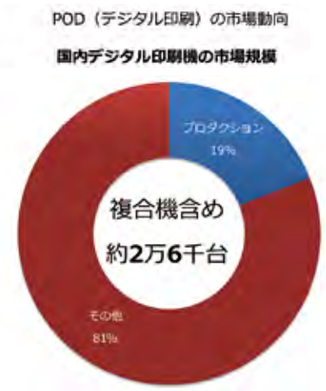


fig3

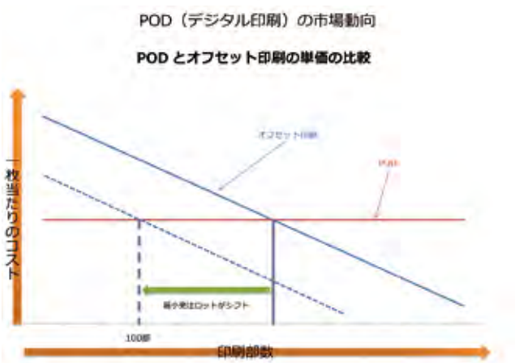


fig4

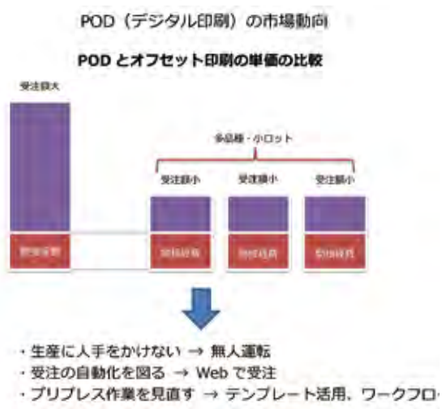


fig5

でも四裁機以下の生産台数が減少しています。菊四というと小ロットの仕事が大半だと思いますが、現在では大判のオフセット印刷機でも小ロット対応可能になってきていますので、その影響も受けているかもしれません。ただし、デジタル印刷機―― E-Print とかドキュテックが出てきたのが 1993 年、登場から二十数年経ちますが、デジタル印刷物の出荷額は 3000 億円程度です。これは印刷の出荷額の 5%程度でしかなく、まだまだ低い状況です。

fig3 でその理由を説明します。横軸は印刷部数、縦軸は 1 枚当たりのコストです。青いラインがオフセット、赤いラインが POD です。当たり前のことですが、オフセットは印刷部数が増えると 1 枚当たりのコストは安くなっていき、それに対して POD は一定額です。オフセット印刷機も最近の小ロット対応への努力で、100 部位からでも印刷が可能になっていますので、POD との損益分岐点が左にシフトしてきました。印刷通販などでは、複数の案件をまとめて面付けしたり、準備時間の短縮、ヤレ紙の減少などの努力によって小ロットのオフセット印刷を可能にしています。

POD 活用のポイントは？

欧米では 1000-2000 部くらいは POD の守備範囲ですが、日本ではそうではありません。POD の守備範囲を広げるためには、1 枚当たりのコストを下げるしかありません。しかし、用紙やカウンター料金を下げるというのはなかなか容易ではないので、人件費や周辺コストを含めたトータルコストを減少させる努力が必要になってきます。

例えば東京・文京区のＫ社さん――学会関係の論文を主として印刷している会社ですが、元々は軽オフで生産していました。ただ、この論文の仕事は 1 冊平均で 750 ページ、80 部くらいのもので、印刷に要する時間よりも版替えなどの準備作業のほうが圧倒的に長いという案件でした。3 年位前にデジタル印刷機を導入した結果、繁忙期であっても残業が無くなったということです。

fig4 は POD とオフセット印刷機の単価を比較したグラフです。左側が大ロット、右側が小ロットの案件です。同じ利益を得るためには、小ロット中心の営業の場合、幾つもの案件をこなさなければならないということですね。しかしいずれの場合でも間接経費は案件毎に必ず発生しますので、忙しいけど余り儲からないという状況も多く生まれてきます。

では、このような状況――間接経費を削減するにはどうすればいいのかというと、

①生産に人手をかけない→無人運転／請求書発行などの合理化
②受注の自動化を図る→ Web で受注／営業経費をかけない
③プリプレス作業を見直す→テンプレート活用／ワークフローシステムの導入

などの対策が考えられます。

fig5 は、利益を増やすもう一つの方法として、「付加価値の向上を目指そう」ということです。付加価値を付けられれば小ロットでも利益の向上が期待できます。その一つとして、後加工による付加価値の向上が挙げられます。ただ、小ロットでは外注に出すと運賃などがかかりますから、内製化が大きなポイントになってきます。

以下に後加工による高付加価値化のポイントをまとめてみました。

先ず、①ある程度、誰でも使える簡単な機械を導入し、多能工化／専任者不要を目指すということです。例えばデザイナーが出力・後加工までこなしてしまうケースなどですね。

次に、②稼働率を気にせず使える安価な機械の導入。これは、多品種をこなすために後加工機も複数機種が必要になってきますので、なるべく安価な方が望ましいわけです。そして、できれば POD の近くに安価な小型の後加工機を配置し、移動時間を短縮するなどの工夫で生産性向上を図りたいものです。

また、③ POD の特性に合った機械・運用というのもポイントとなってきます。糊とかラミネートが剥がれるトラブルが発生する可能性もありますので、トナーの定着剤とか用紙特性などにも注意する必要があります。最近ではホワイトや金銀などにも対応でき、POD の利用範囲が広がっていますが、凹凸のある用紙などの場合、トナー定着がうまくいかず、後加工時に機械のローラーにトナーが付着するなどのトラブルが発生する恐れがあります。

もう一つはビジネスモデルによる高付加価値化で、①超短納期対応、②バリアブル印刷、など、デジタル印刷の特性を活かして、お客様の業務の問題を解決するソリューションを提供するということでしょう。

まとめ

さて、簡単に POD の市場の現状と、活用のポイントをお話させていただきましたが、まとめとしては、

① POD 市場は力強さには欠けるが、順調に伸張している
②時間や人手を含めたトータルコストを考える
③ POD の特性を活かすことで新たなビジネス、コスト低減が可能
④ POD 研究はジャグラ会員の課題

ということです。

最後に一つお聞きしたいのですが、ここにいらっしゃる皆様方の中で、POD を導入している会社はどれくらいいらっしゃいますか？

《ほぼ全員が挙手》

そうですよね。やはり POD の活用研究は、ジャグラさんの共通課題なのだと思います。例えば、ジャグラさんはプライバシーマークの審査機関であり、個人情報保護について力をいれておりますので、それと深い関わりのあるバリアブル印刷などについてもビジネスの形が見えてくると思います。かつては電子組版機やカラー印刷など、組合全体の技術的な共通課題がありましたが、ビジネスの多様化が進んだ現在においては、なかなか共通課題が見出せない状況にあります。しかし、そのようななかでも、この POD の活用というテーマは研究するに値するもの、それもジャグラさんが研究するべきものだと思います。ご清聴ありがとうございました。

（文責：編集部）

JaGra News
業・界・の・動・き

ジャグラ関連｜日印産連｜行政情報｜印刷業界全般 etc.

ジャグラ / 東グラ（東京地協）

中村ジャグラ会長の東京都功労者表彰を祝う

昨年 12 月 14 日 / 於 椿山荘

中村耀ジャグラ会長（東グラ前会長）の東京都功労者表彰を祝う会が平成 28 年 12 月 14 日、椿山荘にて、100 名の参加者で開催された。氏の東京都知事賞（産業振興功労）受賞を受け、所属する新宿支部の忘年会を兼ねて、祝宴が開かれたもの。（写真左）

×

氏は東グラ会長として、公益性を重視した事業を推進。その一環として、東京都の委託事業「課題解決型雇用環境整備事業」を受託し、政府が注力しているワークライフバランスの実現に向け、特に中小企業に適応した諸環境、制度の整備に尽力した。また印刷産業の優れた技術を継承するため、東京都中小企業団体中央会の「技術継承事業助成金」を活用し、特別委員会を招集。団体内に技術グループを立ち上げ、印刷技術を網羅した「印刷読本」の制作に着手し、各分野の専門委員にも呼びかけ、100 ページ超の冊子をゼロベースから完成させた。公益性を重視したこれらの取り組みは団体の大きな功績となった。

会は定刻に大塚宜輝新宿副支部長の司会でスタート。中村盟新宿支部長による開会の言葉、発起人代表の菅野潔東グラ会長による挨拶、吉岡新前ジャグラ会長による祝辞、笹岡誠東グラ副会長によるサプライズの記念品贈呈があった。

続いて、中村氏は自社のこれまでや業界活動を振り返り、「経営上、会社が非常に困難な時でも業界の皆さんのおかげで社業を継続・発展することができた。また、業界活動についても皆さんの協力のおかげでやり遂げることができたと思う」と参加者に感謝の意を伝えた。（写真中）

沖敬三ジャグラ専務理事の発声で開宴、しばし歓談の後、氏の数十年来の友人でシャンソン歌手でもある友納あけみさんから歌の披露があり、祝宴に華を添えた。（写真右）

会は名残惜しくも、東グラ副会長、（一社）新宿区印刷製本関連団体協議会会長の青木滋氏の祝い締めで無事散会となった。

（記事提供：東京グラフィックス）

ジャグラ / 秋田

カレンダー 2500 部を市に寄贈

㈱くまがい印刷が社会貢献活動の一環として

秋田県支部の㈱くまがい印刷（熊谷正司社長）は、このほど秋田市社会福祉協議会に、卓上と壁掛けの 2017 年度版カレンダー 2500 部を寄贈した。

×

同社は社会貢献活動の一環として 2006 年よりカレンダーの寄贈を続けており、今回が 11 回目。昨年 12 月 20 日、熊谷健司専務が同市・老人福祉センターを訪れ、同協議会の野口良孝会長にカレンダーを手渡した。寄贈されたカレンダーはセンター利用者や市福祉施設、高齢者宅に配られるという。

（記事引用：2016.12.22/ 秋田魁新聞）

カレンダー2500部寄贈
くまがい印刷、市社福協へ

秋田市中通のくまがい印刷（熊谷正司社長）は20日、卓上と壁掛けの2017年版カレンダー約2500部を市社会福祉協議会に寄贈した＝写真。

同市八橋の老人福祉センターで行われた贈呈式で同社の熊谷健司専務[illegible]は「贈ったカレンダーを多くの高齢者や福祉施設に配っていただいており、とてもうれしく思っている」とあいさつ。市社福協の野口良孝会長[illegible]にカレンダー1部を手渡した。

野口会長は「カレンダーを心待ちにしているという声が多く寄せられている。心強い支援がとてもありがたい」と述べ、熊谷専務に感謝状を贈った。

同社は社会貢献活動の一環として2006年からカレンダーの寄贈を続けており11回目。カレンダーは市社福協を通じセンター利用者や市内の福祉施設、高齢者宅に配られる。（[illegible]）

日印産連

第 58 回全国カタログ展の入賞作品が決定

ジャグラなど印刷関連 10 団体で組織する一般社団法人日本印刷産業連合会主催の「全国カタログ展」の入賞作品が決定した。

×

今回の応募点数は 402 点（前年 374 点）、入賞点数は 33 点（前年 34 点）。審査会は昨年 11 月 7 日、日本印刷会館にて行われ、大臣賞として下記作品が選出された。

【図録部門】

①経産大臣賞：ASABA' S COLLAGE/ 公益財団法人 DNP 文化振興財団

②文科大臣賞：澤田教一 故郷と戦場 / ㈱羽鳥書店

【カタログ部門】

①経産大臣賞：ジャックダニエル蒸留所創業 150 周年記念ブランドブック / アサヒビール㈱、ブラウン･フォーマンビバレッジスジャパン

②文科大臣賞：木材新世紀 / ナイス㈱

日印産連

第 68 回全国カレンダー展の入賞作品が決定

ジャグラなど印刷関連 10 団体で組織する一般社団法人日本印刷産業連合会主催の「全国カレンダー展」の入賞作品が決定した。

×

今回の応募点数は 604 点（前年 625 点）、入賞点数は 69 点（前年 65 点）。審査会は昨年 12 月 6 ～ 7 日、科学技術館において行われ、大臣賞として下記作品が選出された。

【第一部門】

①経産大臣賞：THE BEAUTY OF COLOR/ 三菱電機㈱

②文科大臣賞：Monochrome 2017 Calendar/ ㈱ NTTPC コミュニケーションズ

【第二部門】

①経産大臣賞：クロード・モネの生涯と筆跡カレンダー / ミサワホーム㈱

②文科大臣賞：カレンダー 2017/ ㈱虎屋

【第三部門】

①経産大臣賞：紙漉きを想ふ ひととせ / グレイスカイプロジェクト

②文科大臣賞：文化財保存修復支援カレンダー / 公益財団法人文化財保護・芸術研究助成財団

【お詫びと訂正】 先月号「業界の動き」にて下記の誤りがありました。お詫びして訂正いたします。
26 ページ「東グラ主催・ビジネスアイデアコンテスト」の締切日　誤）応募締切 2017 年 1 月 29 日　正）応募締切 2017 年 1 月 20 日

あなたの会社を守る ***ジャグラ･グループ保険***

特長 1 *掛金が割安です（例：30 歳男性、1 口 290 円 / 月）*
特長 2 *死亡時保障額は最高 1600 万円*
特長 3 *事故による入院もワイドに保障*
特長 4 *医師の診査はありません　告知のみでお申し込みいただけます*
特長 5 *掛金のお支払方法も簡単です*

下記よりパンフレットがダウンロードできます
http://www.jagra.or.jp/official/main/2013/01/01132116.php

お問い合わせは
ジャグラ事務局・酒井まで
tel.03-3667-2271

公益社団法人
日本印刷技術協会主催 **page2017** **2.8㊌～10㊎ 東京池袋・サンシャインシティ**

JAGAT 主催の印刷展「page2017」が「ビジネスを創る～市場の創出～」をテーマに、下記要領にて開催されます。

×

● 開催概要

①日　　時：２月８日（水）～ 10 日（金）
　　　　　10：00 ～ 17：00

②会　　場：東京池袋・サンシャインコンベンションセンター

③出展規模：155 社 /535 小間（昨年末現在）

④基調講演：マーケティング専門家で「ザ・マーケティング」の著者であるロン・ジェイコブス氏が、「北米の最新マーケティング動向とメソッド」について講演します。

● 無料招待券登録

下記特設サイトから、事前申込みすることで入場料 1000 円が無料となります。

https://www.page.jagat.or.jp/contents/invitation

展示会情報 **EXPO Info**

月刊
グラフィックサービス
No.782
2017
GS 01

月刊『グラフィックサービス』782 号

■ **発行日**　平成 29 年 1 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　http://www.jagra.or.jp/

ジャグラは一般財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（有インフォ・ディー / 広報委員）
日経印刷㈱（校正のみ）

◎ **組版 / デザイン**　㈲インフォ・ディー
組　版＝ Adobe Creative Suite 6
フォント＝モリサワ OTF ほか

◎ **印　刷**　日経印刷㈱（東京・千代田支部）
RIP　＝大日本スクリーン Trueflow
CTP　＝富士フイルム 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 菊判 62.5kg
※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）を用いて、環境に配慮した印刷工場で生産されています。
http://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

2016.12

1 日　広報新年号座談会（㈱ショーワ様）→中村会長 / 幅日印機協会長 / 伊藤日印機協副会長、斎藤広報委員
2 日　ジャグラコンテスト会議、教育・技術委員会
3 日　ジャグラ文化典岩手大会実行委員会、
大分県青年部 NEXT OITA セミナー・忘年会
7 日　プライバシーマーク審査会
9 日　プライバシーマーク現地審査（千葉）
10 日　山梨県支部・東京三多摩支部合同忘年会→中村会長
12 日　ジャグラ BB 企画部会
13 日　日印産連ステアリングコミッティ→中村会長、
プライバシーマーク現地審査（大阪）
14 日　日印産連専務理事連絡会議→沖専務、日印産連知的財産部会→増田理事、中村耀氏東京都功労者表彰を祝う会（椿山荘）
16 日　プライバシーマーク現地審査（秋田）
19 日　マーケティング委員会
20 日　プライバシーマーク現地審査（神奈川）、JIPDEC 感謝の集い（ANA インターコンチネンタルホテル東京）→斎藤 P マーク審査業務室長
28 日　事務局仕事納め

2017.1

5 日　事務局仕事始め
7 日　福岡県支部新年会（セントラルフクオカ）
10 日　㈱桜井グラフィックシステムズ新年会→中村会長、大阪府支部新年会
11 日　経営革新委員会，理事会，日印産連新年会（ホテルオークラ）
12 日　東グラ新年会（上野・東天紅）→中村会長 / 沖専務
13 日　プライバシーマーク現地審査（福島）
18 日　日印機工新年会（ザ・プリンスパークタワー）→中村会長 / 沖専務
20 日　愛知県支部新年会（ホテル名古屋ガーデンパレス）→中村会長，宮城県支部新年会（江陽グランドホテル）→沖専務，千葉県支部新年会→祝電、鹿児島県支部新年会，プライバシーマーク現地審査（熊本）
21 日　北陸地協新年会（石川県七尾市・和倉温泉）→中村会長、
長野県支部新年会（ホテルブエナビスタ）→祝電
23 日　マーケティング委員会
24 日　広報委員会
25 日　プライバシーマーク現地審査（徳島），日印機協新年会（銀座クレストン）→中村会長、沖専務、守田常務、日印産連知的財産部会→増田理事
27 日　ジャグラ文化典岩手大会実行委員会（ホテル東日本）→守田常務、
神奈川県支部新年会（菜香新館）→中村会長 / 沖専務
28 日　SPACE-21 工場見学（大阪・㈱ＴＯＰ印刷様）→事務局
29 日　SPACE-21 幹事会（大阪）→事務局

2017.2

7 日　プライバシーマーク審査会
8 日　Page2017 開会式（池袋サンシャイン）→中村会長 / 沖専務ほか
10 日　運営基盤戦略会議
14 日　4 団体懇談会→中村会長、菅野副会長 / 沖専務、ジャグラ文化典実行委員会岩手日報社訪問→菅原実行委員長 / 向井懇親会部長 / 戸来広報渉外部長
23 日　個人情報保護セミナー
24 日　マーケティング委員会

編集後記

新年おめでとうございます。昨年のジャグラ十大ニュースです。
①中村新会長が就任＝「強いジャグラ」を目指そうということでジャグラが一丸となった感があります。②ジャグラ青年部 SPACE-21 の躍進＝平成元年の準備会を経て平成 2 年に結成されました。多少の活動の波はありましたが、頑張っています。③会計の黒字＝低金利のおかげです。④年賀状デザインコンテスト＝おかげさまで 602 点の応募がありました。⑤ジャグラコンテスト第 2 回 InDesign ＝今回の InDesign マイスターは一次審査、二次審査ともトップでした。⑥プライバシーマーク審査 1000 件越す＝平成 17 年より足かけ 12 年で達成しました。⑦特定個人情報（マイナンバー）開始と個人情報保護法の改正＝会員の皆さま、ご対応方お願いします。ご不明な点はジャグラプライバシーマーク担当にお尋ね下さい。⑧運営基盤戦略会議＝ジャグラの行く末を検討しようと始まった会議。緒についたばかりです。少しお待ち下さい。⑨公益法人改革、余波続く＝一般社団法人になりましたが、事業報告と会計処理でまだまだ書類を要求されています。⑩ビジネスアイデアコンテストの提案が実現（東京）＝「スミマセンカード」が具体化しています。（守田）

ジャグラBB HOT NEWS

おすすめ番組・最新情報をお届け！

ジャグラBBリニューアル作業、順調に進行中!

2017年4月の全面リニューアルに向けて、ジャグラBBの改修工事が順調に進んでいます。「スマートフォンやタブレットで視聴できればもっと便利なのに…」「DVDプレーヤーみたいに、早見再生できればなぁ」「見たい番組がなかなかみつからないよ」などの理由でジャグラBBから足が遠のいていたジャグラ会員の皆さん、ぜひ楽しみにお待ちください!　新しく生まれ変わったジャグラBBは、きっとあなたのご要望にお応えします!

（ジャグラ理事／ジャグラBB企画部会長　原田大輔）

▲ジャグラBBリニューアルイメージ

今月のおすすめ番組 6 選

▷最新情報はWebでチェック！ http://www.jagrabb.net

決定版！いまさら聞けない補助金活用の秘訣（全3巻）

東京グラフィックスセミナー。中小企業支援のための補助金を活用していない方必見!　「ものづくり補助金」「小規模事業者持続化補助金」などの制度概要と受給に必要な手続きをわかりやすく解説します。（時間:各25～33分　パスワード要）

知っておきたい特殊印刷／加工「製袋加工」（全2巻）

知っておきたい特殊印刷／加工シリーズ第8弾。今回のテーマは封筒に使用される「製袋加工」です。オリジナリティあふれる「別製封筒」の受発注に必要な知識を、福井紙業・前田知伸氏が解説します。（時間:各30～41分／パスワード要）

知っておきたい特殊印刷／加工「製袋加工Ⅱ・手提げ袋」（全3巻）

知っておきたい特殊印刷／加工シリーズ「製袋加工」続編!!　紙や不織布などさまざまな素材を使った手提げ袋が注目される昨今。本番組では手提げ袋の基礎知識と受発注のポイントを学びます。（時間:各15～20分／パスワード要）

第５９回ジャグラ文化典岩手大会ＰＲ映像「おでんせ、イーハトーブ岩手へ」

第59回ジャグラ文化典岩手大会実行委員会制作のPRムービーです。東日本大震災から5年、これまでのご支援に対する感謝の意を示し、復興の軌跡を表現しました。（時間:1分／パスワード不要）

事業承継対談 Vol.1 100年経営企業家倶楽部会長 米田和秀

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がスタート!　第1回目は「100年経営企業家倶楽部」会長の米田和秀氏をお招きし、事業承継経験談、倶楽部設立動機や今後の展望を伺いました。（時間:32分　パスワード要）

ジャグラ全国協議会2016ダイジェスト（全5巻）

2016年10月7日・8日の2日間で開催された全国協議会の模様をダイジェストでお届けします。セミナー、会長所信表明、グループ討論、表彰式、地域活性化ビジネスモデル・支部報告、地協報告など。（時間:各10～16分／パスワード不要）

ジャグラBB
JaGra Broadband Contents Service

グラフィックサービス 2017.1

月刊
グラフィックサービス
GS
No.782
2017
01

編集・発行 一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16
http://www.jagra.or.jp
TEL 03-3667-2271 FAX 03-3661-9006

Copyright 2017 JaGra
年間購読料 12,960円（会員の購読料は会費に含む）