

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

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



グラフィックサービス 2017.3

GS No.784
2017
03

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人形町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)

月刊
グラフィックサービス
No.784
2017
03

■ 巻頭企画

page2017 見てある記①

**メーカー連携で自動生産フローを確立
多品種・大量ジョブを効率的に処理**

事業承継(M&A)問題を考える③

印刷ビジネスの未来と後継者の条件とは

■ 特別企画

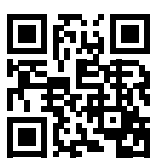
**簡単操作、しかも無料！
JIMDOでスマホ対応サイトを作ろう**

■ NEWS とお知らせ

青年部 SPACE-21 活発に活動

印刷業界の個人情報保護ガイドブック

イーハトーブ通信②



C・O・N・T・E・N・T・S

● 巻頭言

- 01 「おでんせ、イーハトーブ岩手へ」
先人に感謝！ 親に感謝！ ジャグラー文化典岩手大会成功に向けて！
岩手大会実行委員長 菅原正行

● 巻頭企画

- 02 page2017見てある記⑤
**メーカー連携で自動生産フローを確立
多品種・大量ジョブを効率的に処理**
テーマは“ビジネスを創る～市場の創出～”

- 06 鼎談 事業承継(M&A)問題を考える③
印刷ビジネスの未来と後継者の条件とは
(株)ビジネスコミュニケーション研究所 田中 信一
ジャグラー・マーケティング委員 岡 達也
ジャグラー・マーケティング委員 早坂 淳

● 特別企画

- 13 東日本大震災から6年、宮城県支部の復興支援活動
社会貢献と支部活性化の関係(全国協議会・発表事例⑤)
- 18 簡単操作、しかも無料！
JIMDOでスマホ対応サイトを作ろう

● NEWSとお知らせ

- 15 議事録抄録 1.11 第五回理事会・事業報告
- 16 CSR (BCP) 委員会レポート
エコプロ2016から見たBCP
- 22 青年部SPACE-21活発に活動
大阪・平成会/東グラーFACE定例会/東北隣接3県新春ミーティング
- 24 イーハトーブ通信②
- 26 業界の動き
2.22 中村会長が茨城県支部・(株)いなもと印刷を訪問
「ひろくを救う会」の募金活動支援を表明
- 27 印刷業界の個人情報保護ガイドブック
【第5版】法改正対応
- 29 ジャグラーBB HOTNEWS
事業承継/環境/BCP関連番組ほか

巻頭言

「おでんせ、イーハトーブ岩手へ」 先人に感謝！ 親に感謝！ ジャグラー文化典岩手大会成功に向けて！

ジャグラー文化典岩手大会実行委員長
ジャグラー岩手県支部長
岩手県支部 トーバン印刷(株)

菅原正行

ジャグラー岩手県支部が開催地に立候補して今年で3年になります。その間私たちは東京大会、北海道大会と参加して、おもてなしの仕方、あり方等々いろいろ勉強させていただきました。

思い起こせば30年前に我々の先輩方は第29回軽印刷文化典盛岡大会を開催しました。その模様が当時の業界紙ニュープリンティングニュースで伝えられているのです。今は亡き先輩、先人のお名前を見る度に大変懐かしく思い出されるのです。ガリ版印刷から出発してオフセット印刷までに会社を育てあげた気骨のある、ばりばりの経営者の方々ばかりです。

実行委員長が(有)興版社の戸来良社長(現在、(株)興版社 戸来一裕社長：ジャグラー岩手県副支部長の父君)、観光部長が(有)小松孔版印刷所の小松嘉市社長(現在、小松総合印刷(株) 小松正美社長：ジャグラー岩手県支部理事の父君)等々のお名前が載っているのです。皆、岩手のガリ版印刷をぐいぐい引っ張り、今の地位まで引き上げていただいた功労者の方々です。



当時の会員数は今より10社多い、33社で組織されていたことが紙上で伝えられています。今と違い、時代は高度経済成長の最中、どの顔も元気はつらつしていると感じられる雰囲気をもっているな～と思いました。

今回の岩手大会の実行委員に名を連ねている方々は多くは二代目経営者の方々です。今の仕事について、社会貢献、地域貢献出来ている「本」は創業者としての親のおかげであります。そういう意味では先人に感謝、親に感謝するジャグラー文化典岩手大会といえると思います。

6月10日開催されるジャグラー文化典岩手大会の頃は、岩手は晴天の日が多い、気持ちの良い時期です。昼は無形文化財「チャグチャグ馬コ」の行列を堪能することができます、夜はにぎやかな「わんこそば大会」を楽しむことができます。

6月11日には岩泉・宮古・三陸海岸観光ツアー、宮沢賢治記念館・平泉中尊寺・金色堂の文化・歴史ツアーなど盛り沢山のイベント・企画等々で皆様に大きな満足、心地よい納得感をお持ちいただけるように鋭意努力しております。

多くの皆様の来県を心からお待ち申し上げます。

メーカー連携で自動生産フローを確立 多品種・大量ジョブを効率的に処理 テーマは“ビジネスを創る～市場の創出～”

「ビジネスを創る～市場の創出～」をテーマに、(公社)日本印刷技術協会(JAGAT)主催の印刷関連展示会「page2017」が、2月8～10日、東京・池袋のサンシャインシティコンベンションセンターで開催された。会場には3日間で7万1910人が来場し、同展への期待感の高さが窺えた。本誌では2回に分けて同展の様相を紹介する。

×

多品種小ロットへのソリューションを提示

今回で30回目を迎えたpage展は、塚田JAGAT会長が振り返るように、これまで印刷業界のデジタル化に寄り添ったタイムリーな話題を提供してきた。最近では顧客ニーズに応えるマーケティング力を身につけるためのセミナーも開催している。商業印刷の分野ではすでに、単なるばら

撒き型のチラシやDMといった印刷物の訴求力が薄れている。基調講演で登壇した米国のマーケティングの専門家であるロン・ジェイコブス氏が指摘するように、その情報の正確さはともかく、消費者の大半が情報をインターネットから手軽に入手するようになっている。その傾向は、スマートフォンの普及を受けてさらに高まっている。情報検索の7割がモバイルという若い世代が、将来の主要な消費者となることから、マーケティング手法も含めて、ビジネス環境が大きく変わっていることが基調講演で示された。

こうした環境変化に対応するべく、印刷関連メーカーは、多品種・小ロットやバリエーション、高付加価値加工を実現するソリューションを展開している。この動きはデジタル印刷機への関心の高さからも分かる。page2017は多品種小ロットのトレンドにどのように応えていくかを追求した展

示会となった。

物も情報も大量にあふれる時代。消費者は、「自分が欲しいもの」を雑誌やテレビ、インターネットから検索して見つけてくる。情報収集や購入の理由は様々で、同じ商品であっても魅力を感じるところは個人、個人異なる。販売促進の手法は、細かくセグメントが分けられ、ターゲットを絞り込むようになっている。絞り込んだターゲットには、趣味嗜好に合わせてパーソナライズされた販促ツールで商品を売り込んでいる。印刷物は消費者とのコミュニケーションツールとしての役割がさらに高まっている。こうした傾向から、多品種小ロット化の流れは顕著に表れている。

多品種小ロット、バリエーションに対応するデジタル印刷機はすでに普及している。しかし、ロット数に関係なく、1件あたりに要する見積もりやデータ処理の手間暇は変わらない。細かなジョブを大量に処理することで利益を上げるデジタル印刷のビジネスでは、こうした手間暇、さらに後加工の対応がボトルネックとなっている。page2017ではこのボトルネックを解消するワークフローシステムの進化が注目を集めた。

プリプレスワークフローとしては、コダックジャパンの「Prinergy 8」、SCREEN グラフィックアンドプレジジョンソリューションズ(以下、SCREEN GP)の「EQUIOS」、日本アグファ・ゲバルトの「Apogee Suite 10」、富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ(FFGS)の「XMF」の最新バージョンが紹介された。また、デジタル印刷のワークフローソリューションとして、キヤノンマー

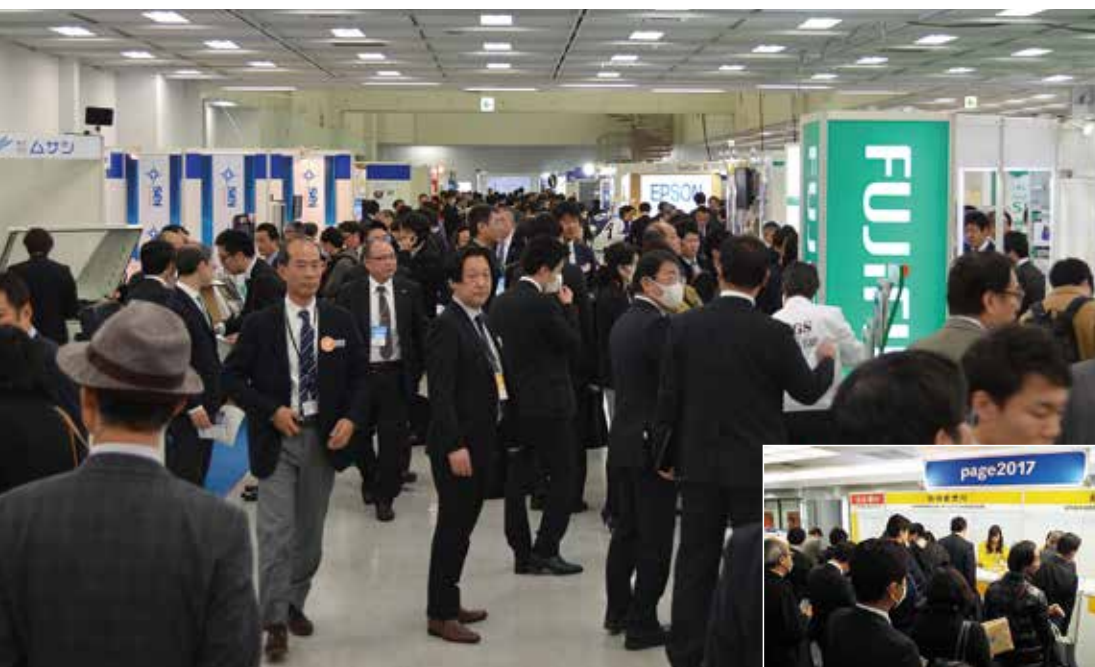
ケティングジャパンの「PRISMA Direct」、コニカミノルタジャパンの「AccurioPro Conductor」、リコージャパンの「TotalFlow BatchBuilder」などの新機能・新製品が出揃った。

ホリゾンブースではSCREEN GPとコニカミノルタが協業し、EQUIOS ワークフローからコニカミノルタのAccurioPressで表紙を印刷。Truepress Jet520 HDで出力した本文を、ホリゾンのSmart Binding Systemで製本する流れを披露。ワークフローの自動化による100部以下の多品種小ロットの冊子・書籍印刷の効率化を提案した。

アグファは『プリプレスのPrint4.0を強力に推進』を掲げ、「Apogee Cloud」に対応する「Apogee Suite 10」を発表した。プリプレスワークフローの「Apogee Suite 10」は、テンプレートを必要としない自動面付け機能を備え、ページと面付けを独立してRIP処理することで、混在するPDFのバージョン処理に対応。APOGEE PREPRESSの独自技術により、ページ単位の差し替えも修正したページのみでRIP処理を可能にした。

FFGSは、フルカラーデジタル印刷機の「富士ゼロックスVersant 180 Press」と新たに発売した色見本色合わせシステム「Real Match Assistant」を用いて、持ち込み色見本や前回出力に色を合わせるソリューションをプレゼンテーションした。また、XMFによるオフセット印刷機とのハイブリッド印刷を解説した。

キヤノンブースでは、店頭販促物・POPのショートランシステムが提案された。ワークフローのFlow Manager



盛況だったpage2017の会場



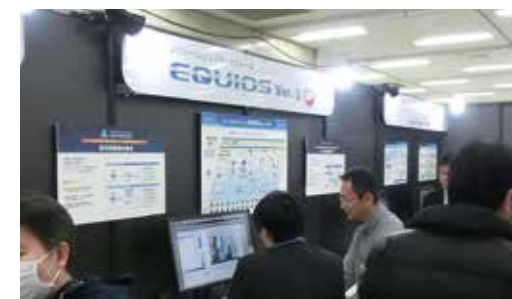
コダックのワークフローソリューションPrinergy



アポジーSuite10を発表したアグファ



定評あるアグファの現像レスCTPプレートAzura



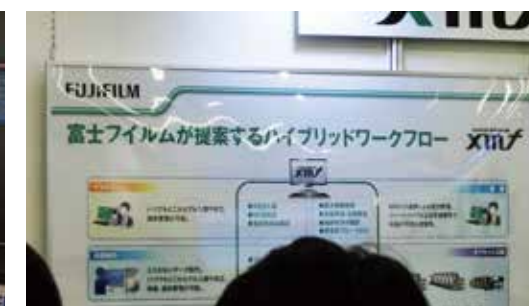
SCREEN GPのEQUIOS



SCREEN GPはハイブリッド中綴じ冊子を実現



FFGSブースの富士ゼロックスVersant 180 Press



FFGSはハイブリッドワークフローXMFをPR

がMIS(経営情報システム)やWeb経由で入稿されたデータを商材パターンで判別して印刷設定や面付けを自動化する。同社のデジタル印刷機とホリゾンのポストプレスワークフロー「pXnet」にジョブデータを送信する。出力設定だけでなく、余白に印字されたQRコードで異なる商材を判別し、カット・筋入れ機のセットチェンジと断裁を自動化した。

コニカミノルタの「AccurioPro Conductor」も他社製品と同様に複数台の印刷機を集中管理することで生産性の拡大を実現した。ジョブの自動振り分けだけでなく、MISに登録された納期に従ってジョブの追い越しができる機能も備える。カラーとモノクロを自動で分離して印刷し、再統合することも可能。後処理加工機用のバーコードも発行できるので、折りや断裁処理の設定作業を省力化する。

リコージャパンは、ドラマ仕立てのステージで、店舗を訪れた消費者に効果的な販促プロモーションを仕掛けるためのソリューションを紹介した。「TotalFlow BatchBuilder」は多品種小ロットのジョブの業務効率向上を強調。MISやWebから入ってきた入稿データのプリフライト、パッチ処理から自動面付けしたものをジョブで括り、複数台あるプリンタに振り分けて後加工へと繋げる。後加工では、pXnetに同一のJDFデータが送られ、加工情報から自動でセットチェンジされて、完成品を作る。ブースではバリエーションのチケット印刷のほか、プリントサーバー「R-61/R-61A」によるオフセット印刷とデジタル印刷のハイブリッド運用も披露され、バリエーションで印刷され

た表紙とオフセット印刷された本文でコストを抑えて効率的に制作された小冊子が配られた。

このほか、MISやWebとワークフローを繋ぐシステムとして、グーフが新機能を備えた「PC OneFlow」を紹介した。「PC OneFlow」はジョブ情報のブリッジとグルーピングの機能を持つ。プリフライトチェックが済んだ入稿データを、納期や出荷先、用紙、製造方法の仕様情報とともにジョブを選別。本身と表紙、カバーなどで構成する印刷物を分解して、用紙や納期、色、加工方法などが同じジョブでグループ化して自動で効率的な生産スケジュールを組む。今回はJ SPIRITSのMISとジクスのデジタル印刷機向け検査装置をモジュールとして連結し、生産予測の可視化やリカバリー印刷を可能にした。

ワークフローだけでなく、デジタル印刷機も用紙対応力を向上し、生産性を高めた新製品が多数出揃った。コニカミノルタの「AccurioPress C2070」は、同C1070シリーズの高機能を継承した製品。会場では、長尺印刷対応大容量給紙ユニットや、封筒印刷対応大容量給紙ユニット、角背中綴じユニットとともに幅広い拡張性を披露した。

多品種小ロット、そして短納期で利益率を高めるには、製本・後加工の内製化が欠かせない。後加工の分野も自動化と高付加価値化がここ数年のトレンドとなっている。

ホリゾンはデジタル印刷機メーカーなどと連携し、多品種小ロットの製本からスマートスリッターによる後加工を提案した。対して、デュプロはカッタークリーサ「DC516」やスポットUVコーター「DDC-810」などを参考出品した。

「DC516」はバーコードでジョブを読取、多面付けされた名刺を高速で断裁。スリット、カット、クリースの後加工にも対応する利便性を訴求した。

ラミネーター機は高速、安定性が強化された製品が東京ラミネックスや江東錦精社、日本オフィスラミネーターから提案された。また、ムサシはSeiLASER社のレーザー加工機「DRAGON」を出展した。小ロットのPOPやパッケージ制作で注目を集めているレーザー加工機。レーザーは生産性の高さからオンデマンド印刷との相性が良いものの、断面に焦げ目がつくことが課題となっていた。今回、ムサシが出展した「DRAGON」は、レーザーの径を細くすることで焦げ目を最小限に抑えた。

付加価値高める独自の加工機など

特筆する製品としては、コニカミノルタのインクジェットスポットUVニスコーター「JETvarnish 3DS」や江東錦精社が初披露した小型のフォイルマシン「BEATUS 3D Foil」が挙げられる。「BEATUS 3D Foil」は、特殊UV硬化インクとUVとの組み合わせにより、紙以外にもガラス、アクリル、木材・石材などに厚盛り効果を施すことができる。特殊UV硬化インクを印刷、ワニス後仕上げのあとに箔を乗せプレス加工することで、型を用いずに箔加工が可能となっている。

個々のエンドユーザーの訴求力を高めるバリエーション印刷が活用されているが、さらにロイヤルカスタマー(優良顧

客)の心をくすぐる販促物を提供するためUVニスや箔押しも内製化する動きが見られる。デジタル印刷機のオプションで対応するものも出てきたが、本格的に付加価値の高い印刷物を提供する上で、後加工機の導入は欠かせなくなる。

今までにない加工機も今回のpage2017では出展されていた。埼玉県川口市のカッティングマシンメーカーのACSは、斜めにも切れるカッティングシステムを展示した。オートCカット機能により、角度を付けた加工が可能で、円錐形にもカッティングすることができる。自動給紙・自動排紙装置の搭載も可能で、緩やかな曲線を要するコップなどの立体物の制作にも活躍する。

トーカイコーポレーションは、ホリゾンの中綴じ折機と連結して、糊で固めた和紙を針にするStringsをリリースした。環境適性も高く、和紙の風合いが和風の冊子などにマッチする。2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けたインバウンド製品の中期で採用されているという。

基調講演などでJAGATが強調するマーケティングについては、マーキュリーのマーケティングツール「タウンマンシヨンプラス」を会場で見ることができた。同ツールはエリアマーケティングをさらに絞り込んだもの。集合住宅は賃貸・分譲ともに販売価格や家賃から住民の収入や家族構成が予測できる。そのデータをもとにしたDM配送の仕組みを導入事例とともに紹介した。

(記事提供: ニュープリンティング)



コニカミノルタのAccurioPress C2070



販促プロモーションを提案したリコー



キヤノンの店頭販促物・POPショートランシステム



デジタル印刷と連携した自動化を実演したホリゾン



リコーの新品インク ネオンイエロー(蛍光)



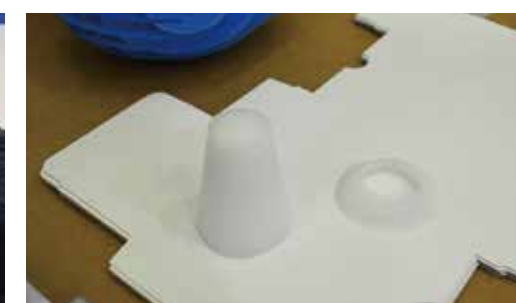
モリサワの豊富な書体群



三菱製紙の卓上プリンター用封筒フィーダー



ムサシが出展したレーザー加工機DRAGON



ACSの斜め切りサンプル



江東錦精社が初披露した小型のフォイルマシン



事業承継 (含M&A) 問題を考える③

印刷ビジネスの未来と後継者の条件とは

ジャグラ・マーケティング委員会

岡 達也 委員

(株)ビジネスコミュニケーション研究所

田中信一 社長

ジャグラ・マーケティング委員会

早坂 淳 委員(司会)



現在、マーケティング委員会（齋藤秀勝委員長）では、「M & Aを含めた事業承継」をテーマのひとつとして活動していますが、その第三弾としてビジネスコミュニケーション研究所の田中信一さんにお話を伺いました。

×

目に見える印刷需要減少の5つの原因

■早坂 本日はビジネスコミュニケーション研究所の田中さんに、岡委員と一緒に話を伺います。まず昨今の印刷需要減少について簡単に解説していただけますか。

■田中 「目に見える印刷需要減少」の5つの原因は、どのタイプの印刷会社にも当てはまります。まず1つは人口減少によるもので、2030年までには1千万人減少すると言われていますが、それは印刷物を使う人が減ることを意味します。また、生まれた時からスマホに慣れ親しんだ若年層は「タブレットで十分、紙はいらない」という人も多く、これも印刷需要の減少につながります。

2つ目は、メディア選択の多様化とメディアスイッチ化現象です。紙かデジタルか、もしくは両方かを選ぶ権利はお客様にあります。選ぶ基準は、効果的であること、便利であること、そして安いことです。そのうえでお客様から「紙はいりません」と言われることもしょうがなく、印刷業界においては「メディアスイッチ化現象」とも言われます。

3つ目は、デジタルネットワーク社会の進展による影響

です。ネットワークでつながった現代社会は、瞬時に世界中の人々にあらゆる情報を発信することができます。もちろん印刷物にも大きな魅力がありますが、若い人の視点で考えると、我々が思っているほどの優位性はなくなってきているのかもしれない。

4つ目は環境問題です。紙という貴重な資源を使う、CO₂を排出する——お客様もそれを意識して、ペーパーレス化を進め、他のメディアに替える選択も大いにあります。発注者の環境問題への取り組みとして、資源を多く使わないコミュニケーションを進めることは、我々の対応領域を超えています。

最後の5つ目は経済や景気の問題で、東京は今、オリンピックに向けて好景気な印象ですが、景気には必ず変動があります。日本はGDP世界第3位の経済大国ですが、人口が減少すればGDPも減少に転じます。日本の経済力は、日本国内で商売する限り高まらないとすれば、「目に見える印刷需要」が増えるとはとても思えません。

お客様と良好な関係ができていれば、印刷受注が減少しても関連製品やサービスを売ってもいい。極端な話、保険や車を売ってもいいわけです。また、もう一つ重要な視点として、お客様の周りには「目に見えない印刷需要」がまだ沢山あり、何故その部分を掘り下げないのかということです。それが先々の受注につながるのではないのでしょうか。

■早坂 「目に見える印刷物の減少」というお話でしたが、

岡さんの会社で、この10～15年、扱う商品に変化はありますか？

■岡 印刷物メインであることは全く変わっていませんが、私が13年前に社長に就任してからずっと減少していて、昔ほどの需要はありません。それでも何とかやっていると理由を自問自答してみると、「もっと早くに無くなるかも」と思ったものが「意外と無くならない」感じがします。ただ、これまでオフセットしか扱っていなかったのが、PODによる小ロット・短納期対応など、顧客の要望に合わせるバリエーションは増えました。

「この仕事はしばらく無くならないな」と感じる仕事が増えた一方で、「なぜこの仕事はまだもらえるのだろう」という仕事もあり、後者を前者に置き換えていく作業が日常です。印刷物に付帯するかなり複雑な配送までこなすので顧客が離れないのか、他に扱う会社がないので離れないのか、何らかの理由があると思いますが、いい時代ではないのは間違いないですね。

■早坂 今までの顧客が減って、POD導入による新規顧客が増えたのですか？ もしくは既存顧客の印刷発注は減ったけれど、別の形での仕事が増えたのですか？

■岡 両方ありまして、10年前に1番2番だった顧客の売上げは半減し、顧客構成で見ると5%以下が多くなるなど分散化しています。ですから、売上げ上位100社について、51社売上げが増え、減ったのが49社なら大丈夫という風に、売上げ増の顧客を一社でも多くしようと考えています。1番2番の顧客の売上げを大きく伸ばすのは、将来的なリスクを考えてよしとしません。「シェアを持つと必ず切られる」と、以前、田中先生に言われましたので、「シェアは半分を超えないように」と思っています。

■田中 適度に競争した方が、緊張感をもって顧客対応できますね。

■早坂 担当の営業マンにすれば、独占すれば安心でしょうが、経営的には危険度が高くなりますね。

POD活用のベネフィットを伝えているか？

■早坂 PODの影響はいかがでしょうか？ PODの導入台数は印刷業の方が複写業よりも多くなっています。PODがあれば小ロットの仕事も安くできますが、顧客も同じ機械を導入しているの、「顧客の労働力の一部を請

け負う」というスタンスになり、それは純粋な製造業とはいえません。弊社は生い立ちとしては複写業なのですが、印刷業との違いは、元々が小ロットで、「1日に何件デリバリーするか」というふうに、役務の対価として仕事をもらいます。一方、印刷業は技術を持って顧客のできないことを担ってきましたが、複写業から見ると行動件数や開拓力に重点を置いていないようにも見えるのです。

■田中 私も驚いたのですが、歴史的・伝統的に複写業の方は顧客とのかかわり方が印刷業とは違います。複写業は、「1日5回6回訪問するのは当たり前」と言います。片や印刷業は「1日に2回も行っている」と言います。印刷業には、「呼ばれないと行かない」傾向を感じるのですが、それはビジネス慣習や風土・文化の違いなのでしょう。もう一つ面白いのは、仮にカラーコピーが1枚100円だとすると、複写業は50枚でも単価100円ですが、印刷業は50枚なら単価20円という発想になる。複写業と印刷業は“お隣さん”のはずなのにかなり異なりますね。

■早坂 カラーコピーが出たときに、複写業はA4判1枚400～600円でした。「その代わり2時間で持って来い」など、顧客の業務ラインの中に入っていました。複写業の売りは「早い・高い」でした。印刷業は「いいものを安く」でしたが、ボリュームが多いので数字は上がります。PODは印刷業にかなり普及しましたが、複写業の営業スタイルを真似れば、1割2割は売上げが伸びると思います。

■岡 12年前に田中先生がコンサルタントで来てくださった頃、弊社にPODはありませんでしたが、今はなくては困る存在です。弊社がPODを上手く活用できているのはシンプルな話で、真物で言えば、以前は100部くらいが損益的に考えて顧客にリーズナブルに提供できる単位だったのが、今は「10部でもいいですよ」と言えるほど安くできるようになりました。カラーとモノクロの混在も以前は嫌でしたが、今は「大歓迎です」と言えるようになりました。それに合わせて製本機も小ロット対応のものを買ってあげようという、シンプルな話です。

■早坂 PODによって小ロット対応できるようになったことを顧客にアピールしたのですか？

■岡 しました。当初は「波打っている」とか「こんなのは品質的にダメだ」と言われましたが、実際に使ったくうちに何の問題もなくなりました。導入当初は営業もしましたが、既存のお客様に「新しいものができるように

【田中信一氏プロフィール】「営業デザインング」という事業コンセプトで、お客様の営業活動に最適な道具や手法を提供し貢献するため、平成元年、(株)ビジネスコミュニケーション研究所を設立。印刷経営コンサルタントとして、ジャグラをはじめとする印刷団体への助言経験が豊富である。日本経営士会認定 経営士、国際公認経営コンサルティング協議会認定 CMC、全能連認定マスターマネジメント・コンサルタント、ハーマンモデル認定ファシリテータ、公益社団法人日本印刷技術協会講師。

なりました」と言うだけで、高度な営業ではなかったです。

■早坂 POD 導入によって顧客にもメリットがあるということ、きちんと伝えているか疑問を持っています。

■岡 弊社は意識して紹介しています。「こういうことができるようになりました」という情報は、すぐにホームページに掲載して、営業が伝えていなくても、顧客から「こういうことができるって書いてあるね」と言ってもらえるような努力はしています。

■早坂 田中さん、そういう努力を自分から発信している会社は業界で多いでしょうか？

■田中 「こういう機械を入れました」という形が多いですね。もう少し進んだ伝え方だと、「こういうことができるようになりました」となりますが、それでも不足で、「こんなことを手伝えるようになりました。こういうことで困っていますよね」と言わないと顧客のニーズに結びつきません。つまりベネフィット（利益）を伝えていないのです。そこが印刷業の悪いところですよ。

■早坂 冒頭にお話しされた、「見える需要のみ受注している」ということですね。

■田中 顧客が頑張って DTP データを作れば、印刷通販を使って、我々より 7 割も 8 割も安いコストで印刷物が作れる時代です。顧客と長年お付き合いしているにもかかわらず、顧客が困っていること、何をしようとしているかを知らずに、顧客の望むものを提案せず、自分が売りたいものを提案している。それでは買っていただけないですよ。

ビジネスがわかる後継者育成が不可欠

■早坂 未来への選択肢の中で、特化したサービスや商品に対する需要を、顧客からどのように引き出すかという命題がありますが……。

■田中 全印工連が 2013 年に発表した「印刷道」に戦略 6 類型という方向性が示されています。私も全国 24 か所で普及セミナーをお手伝いし、皆さんに自社の戦略を作ってもらいました。

まず「地元の特化」。2 つ目は、この業務なら周辺も含めて全部できますという「特定機能の提供」。3 つ目は、この業界のことなら何でも知っていますという「特定業界の専門家」。4 つ目は「印刷物（その他メディア）を商品化して値段をつけて販売する」。5 つ目が「個人需要に特化」。最後に、印刷のプロを相手にした「印刷製造のプロ」。多くの印刷会社が今後、サービス分野を進化させていくにつれ、手薄になる製造分野を担う重要な役割を持っていると思



これからの印刷会社の経営者は、「印刷に詳しい経営者」というより、「ビジネスがわかる経営者が、たまたま印刷をやっている」という姿がよいと思います。

ます。現在の印刷通販が、その「印刷製造のプロ」になっていくのか、今のように顧客の業種を問わず、インターネットを介して数多くの印刷需要を集めていくのかはわかりませんが、どこかの時点で選択を迫られるようになります。

■早坂 複写業ですとそういう企業は多いです。単純に複写をするだけではなく、顧客のフロアにコピー機をレンタルしてカウンター料をもらったり、総務代わりに細かいことを担うとか。自社で全部は刷れないので他社に出すなどしていますが、窓口を持っているという企業ですね。

■田中 それは、「ある領域に特化したうえで、その領域では多様な対応をするという「特化・多様型ビジネス」ですね。順番が重要で、まず特化したうえで対応領域を拡大していかないとはいけません。先に多様型にしてしまうと従来からある「総合印刷」になり、単に間口だけが広がって専門性が薄くなり、提供価値も高まらず、収益につながりません。これからは目に見えない需要も含めて、何らかの専門性を持たないとはいけません。

例えば、「特定機能」の分野では、創業以来、企業の上場申請支援と、上場後の IR 支援に関するサポートに特化している印刷会社があり、この分野ではほぼ独占状態です。「特定業界」でも、お菓子、日本酒、旅館・ホテルなど、ある業界に特化している印刷会社が成立しています。

「地域活性」の分野では、今治市の印刷会社ですが、地元の活性化を支援する活動の一環として、地域物産の販売サイトを作り、販売をサポートしたり、ゆるキャラのバリィさんのグッズを企画・販売するなどして、今治を PR しています。今、大分や宮崎が PR ビデオを YouTube で流して、全国的に有名になっているという取り組みは、自治体や観光協会がやってもいいのですが、印刷業はそれが一番近い存在ですし、そもそも地元の情報を沢山持っていますので、可能な取り組みです。言われたものだけを作るという発想ではたぶんできませんが、言われていないこと

何かを改革したというより、やるべきことを淡々と行ってきたという感じです。



をすることにより、これまで「見えなかった印刷需要」を創りだせるのです。そのためには、まず何かに特化しないといけないと思います。

一番大事なのは、お客様に近づくことです。6 つの方向の中のいくつかを同時にやりたいという人がいますが、基本的にそれはできません。何故なら、1 つ 1 つの方向（戦略）の実践には、必要な能力も、組織も、経営者の考え方も違うので、まずはどこかに特化しなくてはいけないのです。しかし、何かに特化すると決めたら、営業の仕方はそれほど難しくありません。「特定機能」にすると決めたら、その機能を必要としている展示会に出し、Web を変えて、企業を探して DM を送って営業に行くなど、絞り込めば確率の高い営業ができます。

■早坂 印刷業界では最近、印刷だけではダメだから異業種とのコラボレーションをとよく言われます。サービスとサービスをくっつけたトータルプロデュースで何かを創りだそうと。だけどプロデューサーがいないので、結果的には「お互いの仲間仕事広がった」で終わってしまいます。何かに特化するにしても、プロデュースはプロに頼まないとできないものではないでしょうか？

■田中 おっしゃる通り、ビジネスを組み立てることができるビジネスプロデューサーは必要不可欠です。専門家を採用してもよいし、自前で育ててもよいのですが、重要なことは人材育成です。私が期待しているのは後継者です。これからの印刷会社の経営者は、「印刷に詳しい経営者」というより、「ビジネスがわかる経営者が、たまたま印刷をやっている」という姿がよいと思います。自社の基本的なビジネスの姿を変えていくのですから、5 年 10 年という超長期の取り組みが必要であり、それがビジネスのクリエイティブ（創造）だと思います。

■早坂 岡さんの会社は歴史がありますが、社長就任後に行革や考え方の方向性が変わったなどありますか？

会社を残したいのであれば、どこかで経営者も腹をくくらないといけないですね。



■岡 お話をお聞きしていて、「弊社はどれにもはまっていけないのでまずいな」と思ってしまいました。2000 年代初頭の印刷通販の出現で、このままではいけないと思いました。「では、何をすればいいか」と考えたとき、「組版、製本もやるような頁物だけをしていけばいい」と思い、それを実践してきたというのが現状です。弊社は何かを改革したというより、やるべきことを淡々と行ってきたという感じです。以前、田中先生にセミナーに来てもらった時に、「お客様の総発注量は幾らかわかって仕事をしているか？」と言われました。お客様が年間 1 億円発注する中の 100 万円の仕事なのか、300 万円の中の 100 万円の仕事なのかで、同じ 100 万円の仕事でも対応は違います。

■早坂 弊社も総発注量までは調べていませんが、営業が顧客のオフィスに行ったときに新しいファイルがあると、いつどこ部署で作ったのか調査させています。

■岡 弊社もそうです。「棚に 10 冊ファイルがあるなら 1 冊やれば 10%」くらいでいいから、全体の中の一部を自分たちがしていかなくとはという意識を持たないといけません。未来は今している仕事ではなくて、まだやっていない仕事にあります。だからそっちを見ろと言っています。

2030 年に向けて「手伝う会社」への変革を！

■早坂 さて、最後に「2030 年に向けて印刷ビジネスはどうなっていくか？」についてお聞かせください。

■田中 2020 年の東京オリンピック / パラリンピックまでは景気もよいでしょうが、そのあと平常に戻った時から、景気が低迷し、内需型産業がかなり厳しくなると予想できます。冒頭でもお話ししましたが、2030 年までに日本の人口はおおよそ 1 千万人減少しますので、GDP は増えることはなく、これまでのやり方で頑張っても景気が上向く理由が見つかりません。その時に印刷業界がどのよう

な状況になっているかを、経営者としては悲観的に考えながらも、前向きに準備を整え実行に移すべきだと考えます。

重要な視点は、我々はこれまで自ら印刷需要を作り出した経験がないということです。顧客が印刷物を必要になった時、取引きしている印刷会社に発注し、印刷会社は製造・納品していただけますから、顧客の経済状況が悪化すると、取引きのある印刷会社だけでなく、他の何社かから見積もりを取り、安い価格の印刷会社に発注する、ただそれだけです。これまでと同じように、顧客の都合で「今は仕事ないです」、「ああ、そうですか。またよろしくお願いします。」という顧客依存型の対応と、顧客はまだまだ何か困っていることがあるはずだと考えて、「その困りごとには、この印刷物を、このように使っていただくと、これだけの成果が期待できますか？」と持ちかけるのでは、かなり違ってくると思います。

また、顧客の社内印刷も家庭内印刷もますます進むでしょう。製本機も導入されるかもしれないですし、DTPデータの作り方も上達するかもしれません。ペーパーレスも進むでしょうし、代替メディア化も進むでしょう。紙メディアでなくてもいいものが沢山出てくるでしょう。大学では大学案内も無くなり、シラバスも印刷物ではなくなり、入学試験申込書もネットからできるようになっています。印刷会社もその変化にうまく対応できればいいですが、印刷物の量的拡大は期待できないことから、印刷製造部分の売上げ自体は下がります。以上は外部環境の変化のほんの一例ですが、これを向かい風・脅威と感じるのか、ビジネスチャンスとして取り組むのかです。

もう一つの注目すべき外部環境の変化に、クラウドソーシング・サービスの成長があります。インターネットのポータルサイトを介して、仕事を発注したい人と受注したい人をマッチングするサービスです。「安いし、便利」という発注者の声、「安いので二度と受けたくない」と言う受注者の声などさまざまですが、サービス自体は非常に伸びているのでニーズがあるのでしょう。

印刷通販の代行業ラクスルは、印刷通販とは少しビジネス・スタイルが違うので、印刷版のクラウドソーシングといえると思います。ある大手のクラウドソーシング・サービス会社には、デザイン、イラスト、コピーライト、Web制作、翻訳等々、141のカテゴリがありますが、142番目に「印刷」というコンテンツができるかもしれません。利用しようとする人（発注者）が発注すると、登録している印刷会社に見積もり依頼が届き、決まると発注されるという仕組みです。つまりクラウドソーシング・サービス会社

としては、ある程度の印刷会社の登録が必要になり、多くの印刷会社や中堅以下の印刷通販会社の参加を促します。営業を代行してくれるのが、クラウドソーシング・サービス会社なのです。私の推測ですが、2030年頃には現在の大手印刷通販の10～15社程度はやっていけるかもしれませんが、中堅クラス以下の印刷通販は、単独での事業展開が困難になり、クラウドソーシング・サービスの傘下に入るかもしれません。2000年頃に小ロット・カラー印刷から始まった印刷通販は大ロットにも対応するようになり、品揃えをどんどん拡大し、さながら総合百貨店化してきましたが、新規参入が活発になり、各社の差別性が薄れてくると、次は特殊加工も始まり、クリアファイルやシール専門、パッケージ、圧着DMなどの専門特化型の通販サイトが増えてきました。印刷通販の専門化です。この業界も総合化の後に専門化があり、その繰り返しの中で、中小規模の印刷通販はやっていけなくなる。価格が下がり、品ぞろえも限界までいき、専門性も高めていく。そして専門領域で競争が激化すると、下請けに回るしかなく、クラウドソーシング・サービス会社は、その受け皿となり、印刷会社は受注（営業）活動を他社に委ねるのです。

■岡 悲劇的な未来ですね。

■田中 そうかもしれませんが、私は「選択」の問題だと思います。どの戦略を選ぶか、自社ならではのビジネスを創ることを選ぶのか、儲かっているように見える同業他社のやり方を真似るのかなどと思います。そういう状態に何らかの決着がつくのが2030年頃なのでしょう。

もう一つ、大きな課題があります。それは、オフセット印刷がいつまで印刷の主役で居続けるのかです。未来の主役の可能性は、言うまでもなく「デジタル印刷」です。トナー方式なのかインクジェット方式なのか議論の余地はあるでしょうが、印刷品質、印刷サイズ、スピード、そして機械の低価格化は後退することなく進化していくはずです。性能が上がり、価格は下がるので、導入が進むのは、これまでの歴史を見れば当然の流れです。例えば、岡さんの会社がオフセット印刷機の入れ替えを考える時に、どちらにしようか悩むかもしれません。2030年くらいになると印刷組合で、「おたくはまだオフセットでやっているの？」という会話がなされているかもしれません。数十年に及び印刷会社が蓄積してきたオフセット印刷技術とそのノウハウは、デジタル印刷の普及とともに、印刷製造技術の標準を変え、極端に言えば、だれでも印刷ができる時代になる可能性を持っています。製本業界でも、オフセット印刷ではノウハウがないから参入に躊躇しますが、デジタル印刷な

らDTPさえ対応できれば参入しやすくなります。実際に参入してビジネスにつなげている製本会社もちらほら出てきました。

今後、特に重要な視点は、印刷業界全体の印刷ビジネスではなくて、個々の会社の印刷ビジネスをどうするかです。自分の会社をどうするかを、「事業承継」という切り口で考えると、一般には「株式承継」として相続などの問題になりますが、それは別として「経営承継」を考えなくてはなりません。まずは経営のわかる経営者を育てることが重要なテーマです。これからは印刷事業をビジネスとして考え、どのビジネス・スタイルなら残れるのか、雇用を守り、事業を継続して収益を出せるのかです。先ほどのビジネスプロデューサーのように、どういうビジネスを組み立てていくかを考えて、創れる人でないといけないのですが、できる人材（後継者）を育てるには5年から10年かかると思います。仮に50歳の経営者がいるとして、子息でもプロパーでもいいのですが、後継者候補と二人三脚で来るべき時期に上手に承継できるようにしておく。現・経営者が長年蓄積した経験や知恵も必要ですし、異質なビジネスと印刷を組み合わせることができる、業態変革ができる経営者育成が必要不可欠です。年度経営計画、中期経営計画だけではなく、5～10年の超・長期経営計画や長期ビジョンを持って、後継者育成を柱にした人材育成、ビジネスを描いた青写真をもとにした、戦略が必要です。

製本業界では、「2018製本産業ビジョン」を皆さんと一緒に作り、実践していますが、その中で「ハッピーリタイア」と言う、倒産ではなく会社が収益を確保できているうちに整理する選択肢もあるはずだという意見を持つ経営者がいました。多くの方に迷惑をかけて倒産するのではなく、上手に廃業したり、他社に買ってもらったりということです。選択肢の一つとして、M&Aを考えてもいいのではないかと思います。日本M&Aセンターの話で、年商1億円とか2億円規模の印刷会社同士のM&Aとか、各社が持っている強みを生かすためのM&Aとか、多様なM&Aの形があるようです。M&Aでないと企業が生き残れないという話は、私は賛成できませんが、選択肢の一つとしてはあるという気がします。

■岡 ハッピーリタイアは極端な意見でしょうか？ 堂々とした選択肢にしていくべきではないですか？

■田中 製本業界の中では、「頑張って続けるべきだ」と言う反対意見が沢山出ていました。

■岡 需要よりも供給が多いからダメな会社が出てくるわけで、プレイヤーが減れば健全な業界になるのではないで

しょうか。

■田中 その通りです。ただ、東京では自社ビルの賃貸収入で十分な利益が出ているから、1階で趣味のようなスタイルで印刷や製本をやっている会社が意外に多いのも事実です。極端な言い方ですが、「無料でもいい」と安値で受注されると業界全体としては迷惑な話です。東京ならではの話なのでしょうが……。

■早坂 ハッピーリタイアという言葉がどうかとは思いますが、業務のIT化が進み、経営者として勉強して先も見ているが、もともと専門ではないために限界も感じています。私は50歳の時に社員総会で「60歳で引退します」と宣言してあと4年です。会社をやめるという意味ではなくて、経営陣を変えるという意味です。弊社は株式会社なので、社員がプロパーで社長になっても、株式を全部購入できるかという財務的な問題もあります。私が辞めるという意味ではなく、その時代に合ったやり方で経営陣がトップで旗を振らないといけないと考えます。中小では同族間の事業承継が多いですが、会社を残したいのであれば、どこかで経営者も腹をくくらないと、「社員に任せているから仕事のことは私はわかりません」と言いながらいつまでも会社に残るのは良くないと思います。それで60歳引退宣言をしました。それによって何をしなくてはいけないかが明確に見えてきました。それまでは「サラリーマンよりはいい給料をもらえて、大変だけどいい」くらいに思っていたのが、宣言してからは経営をどうするかをより考えるようになりました。自分がいなくても動く会社になくはないと考えようになりました。

■田中 私は印刷の出身だからかもしれませんが、印刷がダメだとは全然思っていません。ただ、印刷を顧客の何かに役立つ手段の一つとして提供できないと厳しい。例えば、弊社は顧客の業務やプロモーションなど、営業活動で使うモノを作る会社と考えています。今後は、お客様の何かを手伝う業務の一つとして「印刷ができます」というような会社が、お客様から支持されると思います。単に印刷物を作るだけなら、安くて早くできる会社は沢山あります。何を手伝うかを決めて、「手伝う会社」になるべきだと思います。

■早坂 そろそろお時間となりました。本日はありがとうございました。

（文責：編集部）

 **本鼎談はジャグラーBBにて配信します！**

特別
企画

東日本大震災から6年、 宮城県支部の復興支援活動

社会貢献と支部活性化の関係 (全国協議会・発表事例⑤)



写真左から、ひまわりの苗植え、集合写真、全国協議会で報告する大橋リーダー（左）と熊谷支部長（右）

※全国協議会での発表の様子はジャグラ BB で放映中です

3.11 東日本大震災から 6 年経ちますが、被災地の復興はまだまだという状況です。東北のジャグラ会員にも多大な被害をもたらした震災ですが、全国のジャグリストの支援を受けながら、被災各県はそれぞれ復興に向けて様々な努力を続けてきました。昨年 10 月のジャグラ全国協議会において、宮城県支部の震災復興支援活動について報告がありましたので、ここに紹介します。

×

社会貢献活動を通して支部活性化を図る

《大橋邦弘プロジェクトリーダーより》

宮城県支部で行っている震災復興支援活動「みやぎ・はじめの一步 ひまわりプロジェクト」は、“社会貢献活動を通して支部活性化を図る”というのが一つの目標です。皆さんの支部でも、レクリエーションやセミナーなど各種活動を行っていると思いますが、それは「自分たちだけの活動」に終わっていませんか。もう一步考えを進めて、例えば朝のラジオ体操を皆で行う場合、その前とか後に、周辺のゴミ拾いを行ったらどうでしょう。実は、福島県支部の長瀬印刷さんや秋田県支部の東海林印刷さんが、こういう活動をされていますが、社会に対する社員の意識が高まったということです。

つまり、「参加すれば、もれなく社会貢献ができる」という形の支部活動はどうでしょう。私たちの、ひまわりプロジェクトは、朝、皆に集まってもらい、泥まみれになってひまわりの苗を植えてもらい、昼にカレーライスを食べて解散という行事です。近年は東京

地協の有志の皆さんにもご参加いただいています。「結構辛かったけど、楽しかったよ」と仰っていただいているが、一步進めた考え方に、皆さん賛同してくれているのかなと感じるのです。

きっかけはジャグラBBの「ジャ・グルメ」

《熊谷晴樹支部長より》

このプロジェクトは、最初から予算化された事業ではありませんでした。我々も被災者ですが、より被害を被った方々を支援しようという気持ちで始めたプロジェクトです。きっかけはジャグラ BB で放映している「ジャ・グルメ」からの、宮城県のおいしいものを紹介してくれという依頼でした。大橋リーダーが、大きな被害を被った石巻の水産加工品をセットにして紹介したことが、この事業の始まりとなり、その後、幾つかの活動を経て、現在のひまわりプロジェクトにたどり着きました。苗植えの後も、水やりとか刈り取りなど、結構大変です。ひまわりプロジェクトは今年(平成 28 年)で 3 回目となりますが、中村会長はじめ、たくさんの方々から支援金を頂戴しました。苗の購入代金も十数万円かかり、その費用捻出に頭を悩ませていたので、とても有り難く思っています。

今の形で続けるのか、いつまで続けるのかなど、今後の課題はありますが、支部メンバーだけでなく関連業者の方々と一緒に活動することが、支部活性化に繋がっていると感じているところです。今後ともご支援をお願いいたします。

(文責：編集部)

1.11 第五回理事会・事業報告

1月11日に開催した第五回理事会の議事録中、誌幅の関係で先月号で省略した「事業報告」について、以下掲載します。

×

第六号議案 事業報告に関する件

編集部注：全国協議会以降の報告。本誌既報分は省略します。

●組織拡大

①今年度の組織拡大パンフレットを作成することにした。

●広報

①各事業部の情報発信：各事業部より情報発信をしていただくため、広報担当委員を選任していただくよう要請した。

●教育・技術

①ジャグラ BB 関連

番組制作実績→省略。本誌 HOTNEWS 等をご参照ください。

② POD の取り組み

昨年 10 月の全国協議会でセミナーを実施し、その後、理事、地協会長、支部長 69 名にアンケートを実施した。「どんな情報が欲しいか」という問いに対して、特殊紙、紙以外の素材への印刷、価格（カウンター料金）、メーカーの比較検討との要望があった。次回の委員会で、どんな体制でいつまでに何をやるのかなど、たたき台を作る。プロジェクトチームおよび事務局の推進体制については検討中。

③「プロフェッショナル DTP & Web 教室」の運営

◎オーダー研修：講談社 / Premiere Pro ベーシック

◎講師派遣：松浦火力発電所 / Acrobat ベーシック、講談社 / スマホビデオ編集講座、国立印刷工場 / Adobe CC 差分講座

◎ミニセミナー開催：スマートフォンでかんたんビデオ編集、スマートフォンで作るプロモーションビデオ講座

◎新講座：無料ではじめるビジネスサイト作成講座、JIMDO テクニカル講座（2017 年 1 月より）

④その他：印刷テキストブック Part 2 が完成した。

●ジャグラ BB

①ジャグラ BB リニューアルについて

◎委託先は(株)大宮商会に決定。PC のほか、スマートフォン、タブレット対応を主軸とし、使い勝手を向上させる。

◎ID はメールアドレスとする。現在は 1 社 1 ID を原則としているが、従業者にも幅広く使っていただくため 1 個人 1 ID とし、しおり機能（前回見るのをやめた箇所からの再生）、テスト機能等の活用で利便性が格段に上がる見込み。

◎会員種別は集約してシンプルにする。ジャグラ会員は従来ど

おり追加料金は不要。会員外の料金については「提携印刷団体」と「一般企業」に分けていたが、利用実績もほとんど無いため全て 500 円に統一。ハードルを下げ、加入促進を図る。

②番組企画

◎現在配信している基礎教育コンテンツが古くなっている。順次新しいバージョンに対応していく。また、需要のあるアプリケーションについても新規制作する。（WordPress、MS office = Word、PowerPoint、Excel、アドビ CC）

◎東グラの協力によりセミナーの収録、配信を行う。

③ジャグラ BB 利用促進

◎機関誌に番組情報を定期掲載する→HOTNEWS

◎メールマガジンの発行、プレゼント企画の推進。

④ネット会議、SNS の活用

◎月 1 回の会議で足りない部分はネット会議で補完していく。

◎FB のグループを使ってリアルタイムで協議、決定を行う。

●ジャグラコンテスト

①今後のコンテストについて

◎2016 年 12 月 2 日にジャグラコンテスト推進部会を開催。来年度も「ジャグラコンテスト第 3 回 InDesign」として実施する。参加費は会員 7000 円／一般 10000 円（税込）とする。

◎マイスター活躍の場として、第 1 回マイスターの古山氏、第 2 回マイスターの戸田氏に運営側として何らかの協力をしてもらう。まずは専門委員会議への出席を依頼し、今後の活動内容について相談する。

◎来年度予算にコンテスト経費として 100 万円を予算化する。

◎第 1 次審査結果発表までのスケジュールは下記を予定する。第 2 次審査日程は後日検討となった。

4/1 ～ 6/13	参加者募集
6/19	第 1 次審査データダウンロード開始
7/10	第 1 次審査課題提出締切
7/11 ～ 9/30	第 1 次審査採点
10 月上旬	第 1 次審査結果発表

●作品展

①厚生労働省よりの指導：大臣賞の審査について、「技能」「技術」の審査基準を厳格に運用するよう口頭にて指導があった。については、平成 28 年度の審査基準について、一部変更を検討していきたい。

●経営革新

①年賀状デザインコンテスト：スケジュールを 2 週間前倒しにする。クリスマス部門を新設する。

月刊
グラフィックサービス
No.784
2017
03

- ◎スケジュール＝募集開始4月1日(土)、締切り6月16日(金)、結果発表7月19日(水)、ダウンロード開始8月18日(金)
- ◎募集対象＝ジャグラ会員企業、デザイン専門学校および美大
- ◎募集ジャンル＝カラー部門、モノクロ部門、学生部門、クリスマスカード部門(新設)、喪中部門
- ◎受賞点数と賞金＝合計100点、100万円

②**助成金関連事業**：会員企業に対し、助成金の種類、助成金の活用事例、助成金申請書作成フォローなど、助成金に関する情報提供および獲得するための支援策を検討した。実際に会員がどのような助成金を獲得したのか、事例を集めるため、去年アンケートを実施したところ3社から回答があり、ホームページで公開することになった。

●**CSR(BCP)→BCP委員会からCSR(BCP)部会に変更。**

- ①**現在は東グラ中心で活動している。**
- ②**見学会の開催**：平成28年11月4日に埼玉県春日部市に所在する首都圏外郭放水路を見学した。本施設は中川、綾瀬川流域の洪水被害を軽減させるために、あふれそうになった中小河川の水を地下に取り込み、地下トンネルを通して江戸川に流すというもの。

●**市場開拓・マーケティング**

- ①**活動の内容**：委員会では「ECサイトの検証」「事業承継(M&A含む)」「グーグルアップス・アマゾンウェブサーバー」「マーケティング実践」の4事業を推進している。
- ②**事業承継(M&A)**：会員の方が相談しにくいテーマであるということから、事業承継の情報発信をすることにし、機関誌&ジャグラBBにて対談等を掲載していく。第一回～第三回

- までは本誌掲載済み。第四回目以降の予定は下記のとおり。
- 第四回 リクルートエグゼクティブマネージャー(事業承継・保有株)
- 第五回 大妻女子大学短期大学教授(M&A)
- 第六回 M&A専門コンサルタント(M&A)
- 第七回 りそな銀行(事業承継・財務)
- 第八回 法律事務所弁護士(保有株・財務)
- 第九回 大手証券会社(企業マッチング・M&A)

③**グーグルアップスまたはアマゾンウェブサーバー(AWS)**：グーグルとアマゾンの代理店でジャグラの正会員であるタームアンドフロンティア(大阪)を委員会に招いて、まず委員会として話を聞くことにした。

④**その他**：飲料輸入商社のマーケティング実践：飲料輸入商社のマーケティング実践を実施している。まだ検討の段階で、実施までには至っていない。

●**環境**

①**環境優良工場表彰の件**：12月1日より第16回環境優良工場表彰の募集が始まった。機関誌12月号に案内を同封した。1次審査の締め切りは2月3日で16社の応募を目指す。

②**グリーンプリンティング認定制度の普及**：グリーンプリンティング認定制度について、日印産連はガイドラインの見直しを実施した。前回の委員会では新ガイドラインをもとに「ジャグラ版GP取得の手順」を作成した。ジャグラの取得企業数は10社(他団体も含め全体では359社)。日印産連より新ガイドラインの冊子が発行される予定で、冊子を使用してセミナー開催などを実施する。

③**企業訪問**：毎年、GP認定取得や環境優良工場表彰を取得するなど環境に取り組む企業を訪問し、インタビューを実施し

ている。今回は平成28年11月18日に、平成27年に奨励賞を受賞した昭栄印刷㈱(新潟県)を訪問した。

●**個人情報保護**

①**個人情報保護の推進**：今年度は、特定個人情報(マイナンバー)制度や個人情報保護法改正等について更に普及を図りたい。そのために、『個人情報保護ガイドブック(第5版)』の発行や、2月23日に個人情報保護セミナーの開催を予定している。

●**SPACE-21**

①**組織拡大**

◎前期より動きがあるのは、新潟(青年部として石川大会に協力)、高知(SPACE-21高知を設立)、千葉(座談会への参加を機に東グラFACEに加入)である。新潟、高知のサポートをしつつ、その他空白地域の掘り起こしを行う。組織拡大につながる事業(例：イベントを各地域で企画する。費用はスペースが補助する。)

◎イベントへの参加は会員外でも可とし、会員拡大へつなげる仕組みを設ける。

◎補助の可否、金額については、内容や規模などを考慮して幹事会(幹事会ML)で情報共有して決定していく。

②**総会**：FACEで検討した結果、印青連で行って好評だった工場見学を行う方向で考えている。日程は4月22日に決定した。(ジャグラの理事会が4月21日に開催)

デザインのひきだし 30 グラフィック社

創刊10周年記念の第30号は、「新しい特殊印刷加工の教科書」。特殊印刷加工というと、かなり狭い範囲のものしか思いつかない、頼んだことがないという人も多い。それはスクリーン印刷で透明インキを厚盛したり、タイトルを箔押ししたり。もちろんそれも素晴らしい印刷加工なのだが、それ以外にも特殊印刷加工はたくさんある。そこで本特集では、本誌が考える「幅広い特殊印刷加工」を、その特徴と効果的な使い方、どこに頼めばできるのかも合わせてドーンと108種類をご紹介します。「こんな印刷がしたい!」というときに、すぐに役立つ、永久保存版の1冊! 特別付録として80枚以上を綴じ込んだ、特殊印刷加工実物サンプルBOOK付き。

●**体 裁** B5判、並製、総160頁

●**定 価** 2000円(税別)

●**その他** ISBN978-4-7661-2992-2

③**マーケティング委員会との連携**：SPACE-21からメンバーを募り、メンバー及びサポートメンバーとしてマーケティング事業に参加する。

④**平成29年全国協議会の開催について**

◎愛知(愛青会)で全国協議会を引き受けることが決定した。

◎開催地は岐阜に決定した。岐阜県はジャグラ支部がないが、岐阜県印工組及び同青年部の協力を得て大々的に行いたい。

◎岐阜県印工組・同青年部の方たちと交流を持ってもらい、あわよくば近隣の方たちも巻き込んで今後につなげていただきたい。

◎参加者目標は150名とした。名古屋からのアクセスも良く、20～30分程度である。

◎**鵜飼**いが有名なので、是非プログラムに取り入れていただきたいとの意見が多数あった。鵜飼いは10月中旬で終了してしまい11月開催では間に合わないので、開催時期を早めて9月30日(土)に決定した。会場は岐阜グランドホテル。

⑤**その他**

◎SPACE-21メーリングリストを準備中である。SPACE-21参加メンバーのメールアドレス(約200名)を収集した。今後、必要に応じて情報発信を行っていく。

◎次期プリントネクストは大阪で開催されることが決定した。開催日は2月10日を予定している。SPACE-21として協力体制を敷いていく。以上

フォント マッチングブック バイ インターナショナル

リング製本で、1ページが3分割された大きな単語帳のような組版見本帳。上から「見出し」「リード」「本文・キャプション」の3つのパートに分かれており、様々なフォントやサイズの組み合わせをシミュレーションできるようになっている。モリサワやフォントワークスなど、日頃よく使うフォントでも、組み合わせ次第で表情が様々になるので、思いがけない新鮮なレイアウトデザインが生まれるかもしれない。グラフィックデザイナー・WEBデザイナー・編集者必携の1冊!

●**体 裁** DVDケース大、リング製本、224頁

●**定 価** 2808円(税込)

●**その他** ISBN978-4756248640

CSR(BCP)委員会レポート エコプロ2016から見たBCP ——CSR(BCP)部会長 増田光仁

BCP委員会では有志を募り、CSR事業の一環として昨年12月に開催されたエコプロ2016を見学しました。

×

●**持続可能な社会を考えよう!**

会場である東京ビッグサイト第4ホールを中心に、出展各社のコンセプトを探りながら早歩きをしてみました。毎回の事ながら、今回も出展案内は企業総覧を見る思いですが、各社とも「エコ」をキーワードに新たな事業化に多くの努力が払われていたように感じられました。と同時に私達の取組の遅れ(?)を感じながら、出展各社の企業努力に敬意を覚えました。

今年は「なんでもエコ!」「かんでもエコ!」が合言葉でしたが、企業規模の大小を超え、特に中小事業者にも大きなチャンスがあると感じられました。エコプロには、知恵とアイディ

ア+チャレンジ精神が溢れていたように思いました。

私が注目した出展ブースは、「エコ×防災×ものづくり」コーナーでした。ここには、宮城県女川町から出展された段ボール製スーパーカー「ダンボルギーニ2号」と、同じく段ボールの新たな市場開拓として「防災ジオラマ」の展示コーナーがありました。梱包素材と思っていた段ボールが、時宜に即した事業の多角化と新たな事業領域の開拓として人びとに「驚きと清新さ!」をもって提案されていました。私達も新規事業の開拓とアイデアの斬新さを武器に、グラフィックス事業の構築を図りたいと考えました。



簡単操作、しかも無料！ JIMDOでスマホ対応サイトを作ろう

——ジャグラ DTP&Web スクールに講座を新設しました

必見！
今注目の
無料Web
サービス

スマートフォンの普及により、モバイル端末での閲覧に適した Web サイトの作成が急務となっています。Web デザインに求められる技術的レベルが高くなる一方で、知識がないユーザーでも簡単に Web サイトが作れる便利なサービスが登場しているのをご存知でしょうか。今回は、Web サイトのスマホ対応をめぐる状況と、無料でスマホ対応サイトを作成できる「JIMDO」という Web サービスについてご紹介します。

×

モバイルフレンドリー的重要性

最近「モバイルフレンドリー」という言葉をよく耳にするようになりました。ここで質問です。皆様は、自社サイトを Google の「モバイルフレンドリーテスト」でチェックしたことがありますか？「ない」と答えた方にさらに質問です。「モバイルフレンドリー」とは何か、説明できるでしょうか？「いいえ」と答えた方は、すぐこの続きをお読みください。

モバイルフレンドリーとは、Web サイトをスマートフォンやタブレットなどのモバイル端末での表示に最適化することを指します。「なるほど、要はスマホでもちゃんと表示されるサイトを作りましょうってことね」と、意味を理解しただけで安心することはできません。というのも、検索エンジン最大手の Google が、2015 年 4 月に「モバイルフレンドリアルゴリズムを実装した」と発表したからです。つまり、Google の検索結果について、モバイル端末での閲覧に適したページは順位を引き上げ、適していないページは順位を引き下げる仕組みが導入された、というわけです。もし自社サイトがモバイルフレンドリーでない場合、Google の検索結果で急激に掲載順位が下がってしまう危険性が出てきたことになります。(図 1)

レスポンスデザインとは

Web 制作で「モバイルフレンドリー」とともに語られる用語に「レスポンスデザイン」という言葉があります。レスポンスデザインとは、PC、モバイルといった幅広いデバイスのいずれに対しても、外観や操作方法が最適化されたサイトを



図1 ジャグラ本部サイト (http://jagra.or.jp/) のモバイルフレンドリーテスト結果 「このページはモバイルフレンドリーではありません」と警告されている
※本サイトは 4 月にスマホ対応としてリニューアルします

作成するための手法を意味します。以前はモバイル専用サイトを PC 用サイトと別に作成する手法が主流でしたが、最近はいくつのサイトをレスポンスデザインにすることで複数デバイスの表示に対応するサイトが増えつつあり、今後もその流れは続くものと予想されます。しかし、レスポンスデザインを実現するためには配慮すべき点が多岐に渡るため、Web 制作を受注する場合、デザイナーは今まで以上にデザイン面で苦慮することになるでしょう。

そんな状況下であって、Web 制作実績のない印刷会社が Web の仕事を受注する余地はまったくないのでしょうか？そんなことはありません。「モバイルフレンドリー」「レスポンスデザイン」などややこしい話が増える一方で、Web の世界ではどんどん便利なサービスが生まれているのです。そのひとつが、今回ご紹介する「JIMDO」です。

ドイツで生まれた Web サービス「JIMDO」

JIMDO はドイツ生まれの「Web 上でサイトを作成できる」サービスです。ネットショップ機能や独自ドメイン利用などのオプション機能を使わなければ、Web サーバーを用意する必要もなく無料でサイトを作成できることや、Web の知識がまったくないユーザーでも簡単にページが作れること、Web に接続できる環境があればどこでも、また、スマホでもページを編集可能なこと、センスのいいテンプレートがそろっていること



図2 JIMDO ジャパンのサイト (https://jp.jimdo.com/)

などから、瞬く間に世界中にユーザーを拡げています。また、JIMDO 最大の魅力としてお伝えしたいのは、作成したページが自動的にレスポンスデザインになるという点です (図 2)。

このように、非常に優れたサービスを提供する JIMDO ですが、デメリットがないわけではありません。JIMDO のデメリットは、Web 上でページの作成が完結するため、作成したデータを自身の PC などローカル環境にバックアップできない点です。また、Web 上のページ編集画面上からしか操作できないため、ネットに接続できない場所では編集作業が行えません。さらに、デザインに制約がある、使用できるプログラムが限られる、無料版では広告が表示される、などの理由から、大規模サイトを運営するには不向きです。

JIMDO を活用した Web 受注の可能性

このような JIMDO の特性から、「ページ数が少なく」「文字と画像が中心で」「プログラムやデータベースを使用しない」サイトに JIMDO が適していると考えられます。具体的には、会社案内パンフレットや商品チラシの代用となる紹介用ページを Web 上に作成したい場合などが挙げられるでしょう。例えば、Web サイトを持っていない個人経営の飲食店や、商品数が少ない小売店などから店舗チラシの作成・印刷を受注した際、あわせて Web 制作を提案するといったケースが想定できます。

また、自社サイトでの JIMDO 活用法としては、新商品を紹介するための特設ページやブログなど、公式サイトとはデザインや用途が異なる別サイトを手軽に作りたい場合に JIMDO を利用することが考えられます。

JIMDO で支部のサイトを作ってみませんか？

これまで JIMDO の特徴、活用例を説明してきましたが、百聞は一見にしかず、ぜひ JIMDO の無料アカウントを取得し、テストサイトを作成してみることをお勧めします。実際に操作すると、好きなテンプレートを選び、メニュー、見出し、画像等のパーツを上書きしていくだけで簡単に見栄えのよい Web



図3 上は JIMDO テンプレート初期状態。下はテンプレート編集後。文字はクリックで打ち替え、画像はドラッグアンドドロップで入れ替え、不要なパーツはゴミ箱をクリックするだけで削除できる。

ページができてしまうことに驚くかもしれません (図 3)。ここでひとつ提案ですが、支部サイトをお持ちでないジャグラ各県支部の皆様、まずは JIMDO で支部サイトの作成に挑戦してみませんか？ (文：事務局・阿部)

JIMDO 講座、ジャグラスクールに新設！

ジャグラ本部が運営する「DTP & Web スクール」では、JIMDO の使い方を学べる講座を開講中です。JIMDO をビジネスにつなげたい方、ぜひこの機会に受講をご検討ください。

×

● 無料ではじめるビジネスサイト作成講座 (5.5 時間) 受講料：ジャグラ会員価格 1 万 5000 円

企業や商用のビジネスサイトを JIMDO の無料プランで作成する方法を学ぶ初心者向け講座です。JIMDO の使い方だけでなく、ビジネスサイトを作成するために必要な留意点、効果的な見せ方などもお伝えします。

http://www.jagra.or.jp/school/course/web/businessweb-basic.html

● JIMDO テクニカル講座 (3 時間) 受講料：ジャグラ会員価格 8500 円

すでに JIMDO でサイトを作成している方を対象としたステップアップ講座です。JIMDO の機能をさらに活用し、魅力的なサイトにバージョンアップするノウハウを伝授します。

http://www.jagra.or.jp/school/course/web/jimdo-tech.html

月刊
グラフィックサービス
No.784
2017
03

月刊
グラフィックサービス
No.784
2017
03

青年部SPACE-21活発に活動

1.28-29 大阪・平成会が工場見学会を開催

1月28日、ジャグラ大阪府支部（OGS）の青年部・平成会は、工場見学会を開催し、平成会メンバー、東グラ青年部FACEメンバー、SPACE-21幹事、ジャグラ会員、一般参加者を含め約50名が参加した。

当日は晴天に恵まれ、13時に新大阪駅集合、貸し切りバスで大阪府富田林にある㈱TOP印刷本社・工場に移動した。車内では山田平成会会長の歓迎挨拶にはじまり、頃合いを見て551蓬莱の豚まんが参加者に配られた。15時頃、TOP印刷に到着。工場見学は2班に分かれて行われた。A班はまず本社2階に案内され、製版部門、オンデマンド印刷部門を見学した。同社では、軽オフセット印刷機を10台保有し、製版はBMシステム、ピンクマスター、ピンクマスターアナログを使用している。オンデマンド印刷機は、コニカミノルタbizhub PRESS C1070に加え、大阪

で初導入になるオセ VarioPrint 6160Ultra+ を使用しており、参加者の興味を引いていた。その後、食堂にてインタビュー形式で小幡社長のお話を伺った。B班は1階の印刷・製本工場から見学し、作業中のオペレータに質問するなど、かなり自由に見学することができた。最後にA班と同様に2階部分の見学と小幡社長のお話を伺った。最後に集合写真を撮影して見学会は終了となった。

その後、懇親会が大阪・ミナミの居酒屋で行われ、OGS岡理事長、小幡社長が加わり青年部との交流が図られた。

翌29日は、新大阪の貸会議室にてSPACE-21幹事会を開催し、幹事、オブザーバー含め18名が参加した。今年9月30日に開催予定のSPACE-21全国協議会in岐阜（愛青会主幹）の進捗報告があり、順調であることを確認した。現在、ジャグラ支部のない岐阜県において開催する本大会は岐阜印工組、同青年部との協力体制で行われる予定。

（文：事務局・今田）

東グラ青年部FACEが定例会を開催

東京地協・青年部FACE（谷口高広会長）は2月9日、定例会を開催した。当日は、富士ゼロックス㈱の荻野賢氏と㈱TOP印刷の小幡拓人氏がゲスト参加し、自社の紹介を行った。荻野氏は昨年11月に開催した印刷徹底講座JDF編の講師でオンデマンド機の技術に精通している。TOP印刷は大阪に本社を置くモノクロ印刷に特化した会社で、東京浅草橋に営業所を構えている。

続いて、SPACE-21総会について、FACE所管であるため企画を練っているが、4月開催を目途に企業見学会を予定している旨、報告があった。本稿執筆時では、FACEメン

東北隣接3県青年部が新春ミーティング開催

2月11日、岩手県盛岡市でジャグラ青年部SPACE-21の東北3県による新春ミーティングが開催され、岩手、秋田、宮城から7名の参加者が集まった。

当日は、まず盛岡市内にある地ビール工場「ペアレン醸造所」を訪問。醸造過程から瓶詰までを工場設備を廻りながら見学。その後、同社2階の会議室で寫田洋一専務の講演「地方企業ならではの地域への関わり方について」を拝聴。自社

バーの㈱善文堂と、都内の印刷関連団体青年部の集まりである印刷産業青年連絡協議会（略称：印青連）のメンバーの斎藤商会の2社を見学する予定となっている。

その後、「識学セミナー」が開催された。講師は㈱識学の入澤勇紀氏。“識学”とは、意識構造学（人の誤解、錯覚等を対象）をベースにした造語で、それに基づいた「正しいモチベーションの持ち方」が今回のテーマ。意識構造学では意識を思考の要素で大きく5つの領域（位置、結果、変化、恐怖、目標）に分け5領域すべて完了後に行動が起こるという。行動の質や量を上げるためには5領域のどこかで生じる“誤解”や“錯覚”を排除する必要があるとのこと。

（記事提供：東京地協青年部FACE 吉野玲緒）

のブランディング術の構築を確立された企業における、地元地域に根差した企業の在り方、事故に起因する安全管理、大震災後の復興への関わりなどをお話いただいた。身近な飲み物とはいえ異業種のため、接する機会があまりない部類の工場見学及び講演会となり、参加者全員興味津々で聞いていた。印刷と直結はせずとも、将来のお客様への提案やアプローチのヒントを感じ取った有意義な一日であった。

（記事提供：SPACE-21 岩手 名久井龍夫）



50名の参加者で盛況だった大阪府支部・平成会の工場見学会



識学セミナーが好評だった東グラ青年部FACEの定例会



SPACE-21の東北3県による新春ミーティング 地ビール工場「ペアレン醸造所」を見学した



イーハトーブ通信 ②

～オプショナルツアー編～

おでんせ、イーハトーブ岩手へ

冒険の準備は出来ていますか？

実行委員会が自信を持ってお勧めするっておきのプラン
「忘れがたい岩手の旅」をご用意しました。

■まずは魅惑の空間「龍泉洞」(6/11・日帰り・宿泊コース1日目)

昨夜の宴の余韻も冷めやらぬ中、早朝、ホテル玄関前に集合、いよいよ初日のスタートです。

意気揚々とバスに乗り込み、眠い目を擦りながら車窓を覗けば、吹き飛ばすほど眩い新緑が広がります。龍泉洞(岩泉町・岩手県中央より北東に位置)は日本三大鍾乳洞(あと2つは秋芳洞・山口県美祢市と龍河洞・高知県香美市)の一つとされ、また洞内に棲息するコウモリと共に国の天然記念物に指定されています。平成28年8月・台風10号により甚大な被害を受けましたが、今月下旬には普及再開される予定ですので、悠久の時間が生んだ芸術品の様な鍾乳石と目の覚めるような青い地底湖をご覧ください。お土産には「龍泉洞の水」を是非に。



ドラゴンブルーと呼ばれる神秘的な湖水をお楽しみください

■一路・「三陸復興国立公園」(6/11・日帰り・宿泊コース1日目)

平成23年3月11日に発生した東日本大震災により、甚大な被害を受けた三陸沿岸地域の復興に向け、自然の回復力を活かし、配慮し、共に歩みながら進行し、持続可能な地域を作り、豊かな自然と地域の暮らしを未来に引継ぐことを目的として「三陸復興国立公園(旧陸中海岸国立公園)」と名付けられました。車窓から流れ入るさまざまな震災の爪痕と復興の軌跡の様子を見ながら、各々の思いを感じてください。お昼は浄土ヶ浜にて、極楽浄土な眺めに浸り、新鮮な海鮮丼を満喫します。



新鮮な海の幸・宮古の厳選どんぶり

■花巻・山の神温泉「優香苑」(6/11・宿泊コース・宿泊地)

宿泊地は岩手でも屈指の温泉、山の神温泉(花巻市)で、風光明媚な佇まいに酔いながら、日々の喧騒を忘れて、疲れを癒して欲しいものです。



平泉一仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群

世界遺産 平泉

平成23年6月 第35回世界遺産委員会において
世界遺産リストに記載(＝世界遺産登録される)



6/12・宿泊コース2日目

■中尊寺

中尊寺は山号を関山といいます。17院により構成される天台宗の一山寺院です。嘉祥3年(850年)に慈覚大師円仁によって開山されたと伝えられます。その後、奥州藤原氏の初代清衡が、本拠地を江刺豊田館から平泉に移し、長治2年(1105年)に造営に着手しました。国宝の金色堂は、七宝珠玉が贅沢に使われており、他に類を見ない独自のものです。また、須弥壇の中には初代清衡、二代基衡、三代秀衡のご遺体と四代泰衡の首級が収められています。

■毛越寺

毛越寺は中尊寺と同じく、嘉祥3年(850年)慈覚大師円仁によって開山されたと伝えられます。その後、藤原氏二代基衡が造営に着手し、三代秀衡の時に完成しました。浄土庭園は、平安時代の庭園造り秘伝書『作庭記』に忠実に造られたもので、特別名勝にも指定されています。大泉が池は海岸の美しさを表し遺水は緩やかに蛇行しながら自然の小川のように造られています。まさにこの世の浄土です。
このような特別史跡と特別名勝の二

重指定を受けているものは、全国でも8例しかありません。



毛越寺あやめ園

その他の構成資産
観自在王院跡・金鶏山・無量光院跡

■正法寺

正法寺は南北朝時代の貞和4年(1348)に開かれた東北地方最初の曹洞宗寺院で、重要文化財に指定されている本堂・庫裏と惣門はそれぞれ寛政11年(1799)と寛文5年(1655)の建築です。また、本尊の「如意輪観世音菩薩坐像」をはじめ、「開山無底良韶禅師画像」など県指定文化財も多数あり、その一部は宝物庫で一般公開されています。

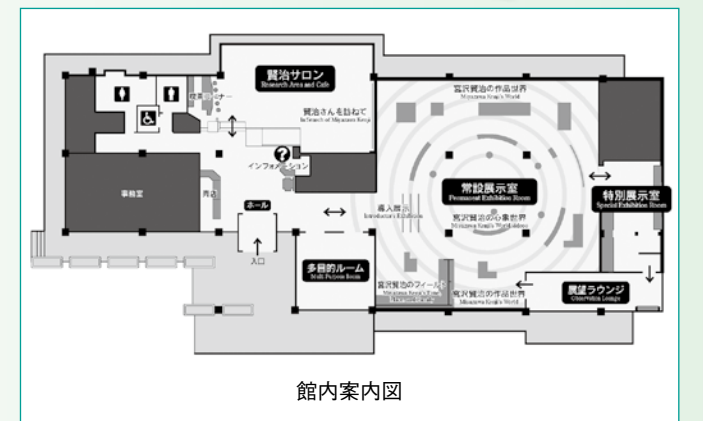
■「えさし藤原の郷」は、みちのくハリウッド

大ヒットした映画や人気ドラマのロケ地としても知られています。充実した建物や景観、周囲の自然、エキストラなどの条件のよさが、ロケ地としての人気を集めています。



■宮沢賢治記念館

宮沢賢治の深遠な思想や世界観、気高い祈りや願いは、生涯を貫くさまざまな表現と行動によって姿を現しました。深い思いに裏付けられた多彩な試みを理解することは容易ではありません。本館の展示では、その世界観や宇宙観を支える「心象」を鍵に、心象世界の映像を導入として、「科学」「芸術」「宙(そら)」「祈」「農」の5つの部門によって表現と事績の具体像に迫り、合わせて時代や地域等との関わりであるフィールドや後に続く若い人びとに託した願いなどを添えて、全体像を感じとっていただけるようにしています。宮沢賢治が見たまことの世界、イーハトーブの心象世界に触れてください。



館内案内図

※2・3月号に同封した観光パンフレットと参加申込書を、もう一度よくご覧になり、ぜひお早めにお申込みください！

ジャグラ

2.17 東北地協が幹事会を開催

於 宮城・ホテル法華クラブ仙台

2月17日、仙台市にて、東北地方協議会（熊谷正司会長）幹事会が開催された。当日の内容は以下のとおり。

×

1) 文化典岩手大会の進捗状況

- ①広報：機関誌12 & 1月号にPRチラシを、2～4月号に案内パンフと申込書を同封する。また、巻頭言や特集ページ「イーハトーブ通信」で大会参加をお願いする。
- ②協賛広告：目標予算は達成。大会広報を兼ねた更なる上乘を目指し関連業者様、会員様にオファーしていく。
- ③ゴルフ・懇親会等：順調に準備が進んでいる。

2) 東北地協岩手大会の件→文化典当日午前中別室で開催

3) ジャグラ本部の状況報告

熊谷地協会長より2月10日の戦略会議の報告があった。
【中村会長の「強いジャグラ」の基本的な方針】

- ①組織改革による本部・地協・支部の連携強化で、情報の受発信を円滑にかつタイムリーにしっかり伝えていく。
- ②個人情報保護、コンテスト事業、ジャグラBBについて、より一層活性化する。
- ③BCP、ワークライフ・バランスによる各社の働く環境を整備。
- ④デジタル印刷ビジネスの研究で、新たな収益源の創出を考える。
- ⑤これらの事業を総合的に活用することで、各社の経営基盤の強化を図り、「強いジャグラ」を実現する。
- ⑥一人会員制の検討、マスターズクラブの創設

4) 各県支部の動き→各県支部長より報告



ジャグラ

2.22 中村会長が㈱いなもと印刷を訪問

「ひろくを救う会」の募金活動支援を表明

2月22日、中村会長、沖専務、佐藤茨城県支部長、同支部・鈴木真吾氏が、茨城県の㈱いなもと印刷を訪ね、難病を患い心臓移植を必要としている稲本啓くん（ひろく）の父・稲本創さん、祖父・稲本修一社長と面会し、お見舞金を手渡しと同時に募金活動支援を改めて表明した。（写真次ページ）

×

現在、ジャグラでは機関誌、ホームページ、SNS等を通じて「ひろくを救う会」の募金活動の周知、募金のお願いを行っているが、今後も募金箱設置の協力、街頭募金のボランティア募集等を行う旨、お伝えした。父親の稲本創さんからは、「ジャグラの皆様からの温かいご支援に感謝しています。重ねてのお願いではございますが、引き続きご協力の程お願いします」と感謝のお礼が述べられた。

今後の目標として、3月中旬に2億2千万円余りの募金、4月に渡航と考えているが、ジャグラでは特に下記3点への協力を行っていく。

- ①周知活動（ポスター掲示、チラシ配布、募金箱設置）
- ②人が集まる機会でのPR（支部会合、イベント等での周知）
- ③街頭募金・ボランティア登録促進

※チラシ・ポスター・募金箱は、ジャグラ事務局にお問い合わせいただければ送付いたします。

※ボランティア登録は「ひろくを救う会」ホームページ（<http://www.savehiro.com/>）よりお願いします。

※その他ご不明な点は、ジャグラ事務局または「ひろくを救う会事務局」までお問い合わせください。

それぞれは小さな力ですが、全国のジャグリストの力を結集させ目標達成まで頑張っていきましょう！



写真左から、いなもと印刷外観、お見舞金を手渡す中村会長、啓くんの父・創さんと祖父・修一さん

BOOK 『印刷業界の個人情報保護ガイドブック』 【第5版】法改正対応

「個人情報保護法」が施行されて12年経ちますが、本年5月に大きく改正されます。今回の改正のポイントは、個人情報の定義の明確化（要配慮個人情報の新設）、ビッグデータ（匿名加工情報）の利活用、第三者提供、といった時代のニーズを反映しつつ、個人情報漏洩等の事故事例の教訓も盛り込み、情報セキュリティの強化に対応するようになっています。新しいビジネスチャンスの創出と、一方でプライバシー保護（取扱い）とのバランスをとっていかうという趣旨で、加えてマイナンバー制度の運用が開始されています。

今回ジャグラが発刊する「印刷業界の個人情報保護ガイドブック【第5版】法改正対応」は、法改正の要点、改正と同時に示される国のガイドラインの紹介をはじめ、安全管理処置において印刷会社にとって注意すべき項目を記し、他にサイバーセキュリティ、マイナンバー対応、関係法令、改正法全文掲載と企業経営と個人情報保護に資する内容となっています。印刷、情報処理・加工を業としている立場から顧客・消費者に信頼と安心を与え、その企業責任を全うするために社内体制づくり、見直しに活用できるでしょう。

×

- 内容 ①改正法要約、②個人情報保護ガイドラインからの紹介、③安全管理処置、④サイバーセキュリティ対策、⑤プライバシー・バイ・デザイン、漏洩等事故の傾向と対策、⑥マイナンバー取扱いの注意事項、⑦関係法令、⑧改正法全文
- 仕様 A4判、98ページ、本文2C/表紙4C、並製本
- 価格 1700円（税・送料込み）
- 購入 下記の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。（振込み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

月刊 グラフィックサービス No.784 2017 03

月刊『グラフィックサービス』784号

■発行日 平成29年3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 (南インフォ・ディー/広報委員)
日経印刷機 (校正のみ)

◎組版/デザイン (南インフォ・ディー)

組版= Adobe Creative Suite 6
フォント=モリサワ OTF ほか

◎印刷 日経印刷機 (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

2017.2

- 3日 プライバシーマーク現地審査(秋田)
- 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、事務局
- 9日 広報委員会ウェブWG
- 10日 正副会長会議、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
- 15日 広報委員会
- 20日 プライバシーマーク現地審査(大阪)
- 22日 日印産連知的財産部会→増田理事
- 23日 環境委員会、個人情報保護セミナー
- 24日 マーケティング委員会
- 28日 プライバシーマーク現地審査(都内)

2017.3

- 2日 次年度事業方針・収支予算打合せ→中村会長、専務理事、事務局
- 3日 日本プリンティングアカデミー理事会→吉岡理事
- 7日 日印産連企業行動委員会→沖専務、山田修三氏を祝う会→柳田理事
- 9日 プライバシーマーク現地審査(福岡)
- 11日 東京青年印刷人協議会40周年記念→中村会長
- 14日 JIPDEC 審査事務説明会→事務局
- 15日 プライバシーマーク審査会、日印産連ステアリングコミッティ→中村会長、日印産連知的財産部会→増田理事、JAGAT 理事会→吉岡理事
- 16日 広報委員会、日印産連専務理事連絡会議→沖専務、プライバシーマーク現地審査(都内)
- 22日 ジャグラコンテスト専門委員会議、日印産連理事会→中村会長・菅野副会長、JIPDEC 審査員説明会→審査員
- 23日 プライバシーマーク現地審査(都内)
- 24日 経営革新委員会、正副会長会議、理事会
- 28日 プライバシーマーク現地審査(大阪)

2017.4

- 6日 作品展第一次・第二次審査会
- 7日 文化典岩手大会決起大会→中村会長・事務局
- 13日 小森会世話人会総会→事務局
- 14日 作品展最終審査会
- 20日 ジャグラコンテスト会議、教育・技術委員会、定期監査
- 21日 理事会
- 22日 SPACE-21 総会(ニッケイビル)・工場見学
- 24日 プライバシーマーク審査会フォローアップセミナー
- 25日 プライバシーマーク現地審査(新潟)
- 26日 プライバシーマーク現地審査(新潟)

編集後記

年度末を迎え各会員事業者もご多忙のことと思います。また3.11東日本大震災より6年目となりました。報道で見る限りでは、まだ避難先で暮らしている多くの住民がいらっしゃいましたが、被災地のかさ上げ等、復興も大分進んでいる印象を受けました。

ジャグラも年度末を迎え、次年度の方針を検討しました。席上、中村会長より「強いジャグラ」が打ち出されていることに関連してその具体化や、ジャグラや印刷関連産業の社会的地位の向上を目指していくための発言がありました。またジャグラとして今後取り組んでいくべき課題も提示されましたので、それらを次年度の課題として取り組み、強いジャグラの実現を目指していきたいと思っています。(T.M)

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あ」「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>



事業承継対談 Vol.2 株式会社FBマネジメント代表山田一歩

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2弾。今回は事業承継サービス事業を展開するFBマネジメント・山田一歩社長をお招きし、サービス内容や事業継承のポイントについて伺いました。(時間:35分 パスワード要)



BCP策定と課題 第一資料印刷株式会社 江曾政英

2015年10月9日ジャグラ全国協議会に行われた第一資料印刷代表・江曾氏による講演。震災をきっかけにBCPへの取り組みを開始した同社が、経験をもとにBCP策定までのステップを解説します。(時間:27分/パスワード不要)



環境ミニセミナー『会社を守る、社員を守るための環境対応』

GP(グリーンプリンティング認定制度)をベースにした環境対応でより良い印刷会社になろう! このミニセミナーではGP制度の概要、印刷会社で取り組む環境対策、メリットのご紹介をします。(時間:10分/パスワード不要)



BCP特別セミナー2016 「東京文久堂のBCP実践」

東京グラフィック主催BCP特別セミナー2016。東京城東支部所属、東京文久堂代表・林田氏を講師に招き、2014年から開始したBCPへの取り組みの過程について解説します。(時間:10分/パスワード不要)



シリーズ経営と環境 昭栄印刷株式会社(新潟県)訪問記

ジャグラ環境委員会が、2015年日印産連・環境優良工場表彰奨励賞を受賞した新潟県支部・昭栄印刷様を訪問し、同社DTP事業部の若槻氏より受賞の経緯や環境対応についてお話を伺いました。(時間:8分/パスワード不要)



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)