

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



GS

No.788
2017
07

■ 巻頭企画

ジャグラ文化典岩手大会に330名

就任2年目に際して ジャグラ会長 中村 耀

■ 特別企画

▶ 事業承継(含むM&A)問題を考える③ 印刷業界100年企業の8要件と 事業承継の勘どころ

鼎談・たなか経営研究所 田中肇所長をお迎えして

▶ PODアンケート集計結果 会員のデジタル機導入率は75%、オフセット69%

■ 連載・シリーズ

▶ ジャグラコンテスト第1次審査課題解説①

▶ 需要創出を考える①【新シリーズ】 やるしかない! 新しいビジネスモデルへの挑戦!

(株)リーブル(高知)の事例

G
JaGra



● 巻頭企画

01 ジャグラー文化典岩手大会に330名
一年ぶりの旧交を温める

●ゴルフ大会&ウェルカムパーティ、定時総会、式典、講演会、懇親会、日帰り観光&宿泊観光

05 ●就任2年目に際して ジャグラー会長 中村 耀
●大橋理事の岩手大会裏エピソード

● 特別企画

06 事業承継(含むM&A)問題を考える⑥
印刷業界100年企業の8要件と
事業承継の勘どころ

——鼎談・たなか経営研究所 田中肇所長をお迎えして

12 PODアンケート集計結果
会員のデジタル機導入率は75%、オフセット69%
——うち、両方導入は56%、デジタルのみ17%、オフセットのみ13%

● 連載・シリーズ

18 ジャグラーコンテスト第1次審査課題解説①【短期連載】
問題1：横組み冊子の制作

23 需要創出を考える①【新シリーズ】
やるしかない！新しいビジネスモデルへの挑戦！
——ネットを活用し全国から自費出版の受注を目指す
(株)リーブル(高知)取締役/企画営業部長/出版事業部長 坂本圭一朗

● NEWSとお知らせ

21 ジャグラー情報チャンネルのご案内
——ジャグラーは複数のメディアで情報提供しています

27 業界の動き
ジャグラー(有)一粒社作成の「自分史ノート」が新聞で紹介
日印産連「印刷と私」作文コンテストを実施
——グリーンプリンティング普及の一環として
日印産連「じゃばにうむ」更新情報
——地域連携とインバウンドの対応事例が参考となります

29 ジャグラーBB HOTNEWS

07 誌上暑中名刺広告 16 企業情報
28 ジャグラー スケジュール表

ジャグラー文化典岩手大会に330名 一年ぶりの旧交を温める

ジャグラー文化典岩手大会が、去る6月9日(金)から12日(月)まで、ホテルメトロポリタン盛岡ニューウイングを主会場に開催され、全国より330名の会員が参加しました。この文化典のために東北地協と岩手県支部は、運営委員会(熊谷正司運営委員長)と実行委員会(菅原正行実行委員長)を設置し、全総力をあけて、全国から参加する仲間たちを歓迎する準備を重ねてきました。

今回のジャグラー文化典岩手大会は、前日の6月9日(金)にメイプルカントリークラブでのゴルフ大会、岩手名物・わんこそばをアトラクションにしたウェルカムパーティを開催。当日の6月10日(土)には、ホテルメトロポリタン盛岡ニューウイングにて、定時総会、式典、講演会、懇親会が、翌11日(日)には三陸を巡る日帰り観光と、12日(月)までの世界遺産の平泉を巡る宿泊観光が開催されました。

ゴルフ大会&ウェルカムパーティ

9日に開催されたゴルフ大会は、1等賞品である岩手名産・南部鉄器を目指し、熾烈な争奪戦が繰り広げ

られましたが、第1位は松井正夫さん(宮城)、第2位は吉岡新さん(東京・文京)、第3位は小幡利之(大阪)という結果となりました。

続いてホテルメトロポリタン盛岡ニューウイングにおいてウェルカムパーティが開催されました。アトラクションとして岩手名物わんこそば大会が行われ、1分30秒で何杯食べたかが競われました。周りの応援もあって、参加者も本気の競争が繰り広げられましたが、第1位に輝いたのは、村田敏光さん(栃木)。66杯完食という結果が発表されると、会場から大きな拍手が贈られるなど、とても盛り上がったパーティとなりました。

定時総会

ジャグラー第52回定時総会は、10日午後2時より、ホテルメトロポリタン盛岡ニューウイングにて、岩下登副会長の司会により開催されました。最初に、この一年間に逝去されたジャグラー会員10名の冥福を祈り、出席者全員で黙祷を捧げ、地元岩手の菅原正行実行委員長による歓迎挨拶に続いて、中村会長より、「昨年

6.9 ゴルフ大会 / 翌日は大雨でしたがこの日は快晴 強運な皆さん



新旧会長対決?



南部鉄器は重いね〜



6.9 ウェルカムパーティ / わんこそば大会



第52回ジャグラー文化典岩手大会ウェルカムパーティ



6.10 定時総会の模様



組織拡大貢献支部を表彰



ジャグラ BB 表彰

東グラ教育委員会の谷口さん



退任幹事へ感謝状

SPACE-21 幹事の岡本さん



「強いジャグラ」を実現しようと中村会長が挨拶



ジャグラ作品展入賞作品の展示

の札幌大会以来、この間に頂戴した、役員、地協・支部、そして会員の皆さまのご理解、ご協力に改めて御礼申し上げます。私はこの一年、『強いジャグラ』をスローガンに、運営基盤戦略会議を新設し、全国状況把握と会員の声を聴いて参りましたが、いよいよ皆さまと一緒にジャグラがどのような未来を描くのか、本質的なところを考える段階に入りたいと思います。本日の総会、よろしくご審議のほどお願いいたします」と挨拶がありました。

続いて司会者より、中村会長が議長に、熊谷正司副会長が副議長を務める旨を提案し、議場の承認を得て、両氏が議長団として着席しました。議長は、総会資格審査報告、議事録署名人、そして総会役職者について事務局に報告させ、これも議場の承認を得て、本定時総会における議決は有効である旨を確認しました。

議長は、総会運営準則第7条に基づく動議はなく、議案は第1号議案より第4号議案の4つになる旨を報告し、議場の承認を得て議事に入りました。

◎第1号議案：第52年度事業報告の承認に関する件

◎第2号議案：第52年度決算報告の承認に関する件

議長より、第1号議案および第2号議案を一括して審議する旨の説明があり、それを受けて、第1号議案の提案説明を沖敬三専務理事が、続いて第2号議案の提案説明を山本耕司理事がそれぞれ行いました。また、定期監査報告は池上晴英監事が行いました。提案説明

の後、それぞれの議案について質問・意見を議場に求めたところ、発言はなく、いずれも異議なく満場一致で原案通り承認されました。

◎第3号議案：第53年度事業計画の決定に関する件

◎第4号議案：第53年度収支予算の決定に関する件

第3号議案については沖専務理事が、第4号議案については山本理事より、提案説明を行いました。提案説明の後、それぞれの議案についての質問・意見を議場に求めたところ、発言はなく、いずれも異議なく満場一致で原案通り承認されました。

議長は午後2時55分、定時総会の議事が終了した旨を宣言して降壇、笹岡誠理事よりジャグラコンテストのPRがあった後、各種セレモニーが行われました。

●組織拡大表彰

平成28年度において「会員数が増えた支部」下記7支部を表彰しました。

秋田県支部、福島県支部、茨城県支部、東京・新宿支部、東京・文京支部、愛知県支部、徳島県支部

●ジャグラ BB 表彰

例年、優れた番組を表彰しているが、今回は番組企画をしている下記団体を表彰しました。

東京グラフィックス・教育委員会

●退任する SPACE-21 幹事へ感謝状贈呈

退任する下記幹事へ感謝状を贈呈しました。

岡本 泰 (株)クイックス / 愛知

6.10 式典 業界功労表彰



右から谷・伊藤・都築・今田各氏



熊谷運営委員長(中)と菅原実行委員長(右)に感謝状



大会旗は次期開催の松永九州地協会長へ



作品展表彰

経産大臣賞の(有)一粒社



作品展表彰

経産大臣賞の(株)システムジャパン



作品展表彰

厚労大臣賞の川越印刷(株)



作品展表彰

厚労大臣賞の(株)グッドクロス

●大会スローガン高唱

樋貝浩久副会長の音頭により、出席者全員による大会スローガン高唱が行われました。

「先人の意をくみ、『強いジャグラ』にしよう」

以上で、セレモニーを終了し、定時総会の全ての行事を終了しました。

式典

式典は10日午後4時より、ホテルメトロポリタン盛岡ニューウイングにて開催されました。

佐藤順副会長の開会宣言、「君が代」斉唱、熊谷運営委員長の歓迎挨拶に続いて、中村会長が次のように挨拶しました。

「今大会は岩手県支部と東北地協の皆さまが、3.11東日本大震災に対する支援に感謝の思いを込めて開催するものです。東北のジャグラ会員は苦難に負けることなく今日を迎えており、そのエネルギーをしっかりと持ち帰りたいと思います。式典においては、長年、印刷業界の発展振興にご尽力いただいた皆さまが表彰されます。皆さまのおかげで、ジャグラは昨年、日印産連傘下10団体のうち唯一会員増を果たすことができました。組合結成の原点に立ち返り、皆さまの経営に役立つジャグラを共に作っていきましょう。」

続いて、来賓の紹介と岩手県からのご祝辞があり、

下記の表彰が行われました。

●業界功労表彰

業界発展に功労のあった下記の方を表彰しました。

受賞者	賞名	会社名 / 支部
谷 忠明	発展功労賞	(株)オレンジ社 / 東京
伊藤 文雄	発展功労賞	(有)小池印刷 / 長野
都築 延男	発展功労賞	(有)一粒社 / 愛知
今田 豪	優良専従職員賞	ジャグラ事務局 / 員外

●優良従業員表彰

優良従業員表彰は下記6社7名の方が表彰されました。※式典には3社3名が出席。

受賞者	会社名 / 支部
阿部 純子	(株)あいわプリント / 北海道
村松 浩子	カガワ印刷(株) / 宮城
彼谷 佳彦	(株)研美社 / 東京
古後慶二郎	N S印刷製本(株) / 東京
中村 治雄	N S印刷製本(株) / 東京
八巻 太	タナカ印刷(株) / 東京
古川 恭道	中央プリント(株) / 長野

●ジャグラ作品展

ジャグラ作品展で入賞した34社を表彰しました。※式典には21社が出席。入賞作品は本誌6月号に掲載。

●地元・運営&実行委員会へ感謝状

各種表彰後、岩手大会の準備に当たられた運営委員会と実行委員会に対して感謝状を贈呈しました。



6.10 講演会

被災体験をお話いただいた熊谷氏



6.10 懇親会



東北地協の皆さんから感謝の言葉



6.11 観光 1 日目

浄土ヶ浜にて



6.12 観光 2 日目

世界遺産の平泉中尊寺金色堂にて

●大会旗返還 & 伝達

大会旗が東北地協より中村会長に返還され、次期大会を主管する九州地協に伝達されました。

最後に池邊寛副会長が閉会の辞を述べて、ジャグラ文化典式典を締めくくりました。

講演会

式典に引き続き、午後 5 時より講演会が開催されました。「震災体験と復興の軌跡」と題し、岩手県支部(有)大船渡印刷の熊谷雅也社長より被災体験をお話いただきました。3.11 東日本大震災において印刷業界で唯一人的被害があった大船渡市の被災&復興状況や、常日頃より BCP 対策に取り組んでいたため、素早く事業再開ができたという内容に、皆さん心を打たれたと仰っていました。※講演内容は本誌にて後日紹介します。

懇親会

午後 6 時半より開催された懇親会は、菅原実行委員長の開会宣言で幕を開け、中村会長の挨拶、日印産連・小野隆弘常務理事による来賓ご祝辞に続き、日印機協・幅和弘会長による乾杯ご発声にて開宴しました。

岩手県支部会員による感謝の言葉、地元盛岡の「さんさ踊り」や民謡歌手によるアトラクションも好評で、

一年ぶりの再会を楽しむ懇親会となりました。

また、次期文化典開催地・九州地協 / 福岡県支部の皆さんによる PR も行われ、盛り上がりが最高潮に達した午後 8 時半、熊谷運営委員長による中締めで、懇親会はお開きとなりました。

日帰り観光&宿泊観光

翌 11 ~ 12 日には、日帰り観光と宿泊観光が開催されました。両コースとも一日目の旅程は一緒に、三陸方面の被災地を巡る旅となりました。途中、龍泉洞と浄土ヶ浜(昼食)を経て宮古市・山田町・大槌町・釜石市の被災地を巡りました。

途中、増田光仁理事の斡旋で、(株)プランニングマーケット(東京・港支部)が大槌町に設けた事業所、デジタルブックプリント(株)に立ち寄りました。同社は大槌町復興の一環として、国と県と町の助成を受けて設立したものです。立ち寄った際には、(株)プランニングマーケットの福田久美子代表取締役とデジタルブックプリント(株)の佐藤力代表取締役が出迎えてくださり、これまでの苦労と今後の展望をお話いただきました。

宿泊観光コースの一行は、花巻温泉・山の神温泉「優香苑」にて宿泊し、懇親を深めました。翌日は、世界遺産の毛越寺・中尊寺、正法寺、えさし藤原の郷(昼食)、宮沢賢治記念館を見学して帰路につきました。

就任 2 年目に際して

ジャグラ会長 中村 耀

昨年の札幌大会で会長に選任され、先日、ジャグラ文化典岩手大会を無事に終了することができました。東北地協ならびに岩手県支部の皆さまのご尽力に改めて感謝を申し上げます。

昨年より『強いジャグラ』をスローガンに、ジャグラの進むべき方向を模索して参りました。その一環として運営基盤戦略会議を新設したほか、青年部の事業に相乗りする形で地方での会議の開催等も実施して参りました。おかげさまで全国より広く意見を聞く事ができたと感じております。各事業を担当する委員会も事業を精力的に推進しており、納得できる事業報告をすることができました。合わせて昨年は、組織拡大にもご尽力を賜り、プラスの実績が残せましたことに対し、改めて厚く御礼申し上げます。



2年目を迎えるに当たり改めて感じていることは、『強いジャグラ』を目指すためには、私どもは改めて組織の原点を考える必要があるのではないかと思います。ジャグラを結成した先人の意を引き継ぎ、会員が一致団結して事業の推進に取り組んでいただければと思います。

ジャグラは現在、現職のほかに若手・青年部である SPACE-21 がありますが、このほかに、いわゆる O B として集うことのできる場として「マスタースクラブ」を結成することにいたしました。その他にも、皆さまが導入されている POD の研究にも取り組むことにしています。

おかげさまで、ジャグラの財政基盤は安定してきておりますので、これからも会員の皆さまの役に立つ事業を推進しながら、皆さまと一緒にジャグラの未来を考えて参りたいと思います。

大橋理事の 岩手大会



おかげ様で文化典岩手大会が無事終わり、最後の実行委員会が 6 月 30 日に開催されました。20 日ぶりに集まったメンバーが、手作り感満載で不格好だったけれど、大会をやり遂げた思いを、胸を張り、時には涙を浮かべながら話す姿は、皆カッコ良かったです。本稿はそんなお話です。

×

●名刺広告申込み殺到で興版社から嬉しい悲鳴！

関連業者様からの広告出稿は予定通りでしたが、ジャグラ役員と会員からの名刺広告が思いのほか集まらない。そこで、熊谷運営委員長と菅原実行委員長が本部理事会に出席して申込書を配布し、大会 PR の熱弁を振るいました。一生懸命準備している岩手大会がジャグラの連帯力をもっともっと強靱にできること、地元で頑張っている実行委員会メンバーに勇気と希望を持って帰りたいので名刺広告で応援して欲しい等々——本当にそこにいた全員から申込みを頂戴して、菅原委員長は岩手に帰りました。(皆さんに感謝！)

私は全国にいる友人のジャグリスト 150 人位に「岩手の皆が汗を流して頑張っているの、ぜひ名刺広告で応援して欲しい」と FAX しました。すると翌日から約 3 分の 1 の友人達の申込みが殺到し、大会事務局・戸来くんの会社(興版社)がパニックになり、嬉しい悲鳴が僕に届きました。1 万円の広告を頂戴と云っているのに 3 万円の申込みもあり、ジャグリストの友情に心から感謝したトピックスでした。

●ウェルカムパーティ「わんこそば大会」大成功の裏話

向井くんがイチ押しのわんこそば大会。熱いそばつゆをくぐらせた一口大のそばを客のお椀に入れ、食べ終わるたびに給仕が次々とそばを入れ続け、客が満腹になって蓋を閉めるまで行う、岩手に伝わるおもてなしの郷土料理です。今回は 1 分半に

何杯食べられるかという競技会スタイル。「盛り上げられないわけではない、盛り上げましょう!」。参加者選定——これが肝です。吉岡前会長と井上姐さん(富美子さん / 東京・千代田)、業界の重鎮たるお二人に、そんなお遊びに「出てください!」なんて言えるわけないので、フェイスブックに書いてお願いしました(笑)。自分でよかつたら喜んで参加させていただきますと二つ返事で即答頂いた時は、思わず成功を確信してガッツポーズ! 実際、お二方の半端ない食いつぶりはお見事でした。

●盛岡駅で携帯販売員に間違えられる若手スタッフ(笑)

大会スタッフジャンパーの底抜けに明るい黄色、会場までの地図を持って、駅周辺で道案内に立つ若手スタッフの恥ずかしさ、手に取るようにわかります。「え、携帯販売のに一ちゃんに間違えられたって?」。ウェルカムパーティの準備をしている



共に汗を流し夢を語り合った実行委員会メンバー

と、九州の池邊くんがやって来た。「なあ、どっか盛岡名物の食べ物屋さんあらへん?」「えーと、盛岡じゃじゃ麺の白龍って何処だったかな?」。そこにスタッフジャンパーを着た荒川くんが現れ、所在地を調べてくれる。場所がイマイチ分からない池邊くん「僕、案内しますよ」と申し出る荒川くん。凄いだろ! 僕の自慢の後輩たち。

●僕の舞台裏

この 6 年、東北地協会長 / 本部副会長としてジャグラの運営に尽力されてきた熊谷先輩の花道として、岩手大会を成功させようと思って取り組んできました。中村会長が唱える「強いジャグラ」を、東北岩手の仲間たちと連帯して具現化しました。

何よりも、向井君と戸来君と一緒に事務局で汗を流し、夢を語り合った日々は、振り返ってみると夢のような珠玉の時間でした。お二人に心からの感謝と友情を捧げます。

(寄稿: 岩手大会副運営委員長・大橋邦弘)

印刷業界100年企業の8要件と 事業承継の勘どころ

たなか経営研究所

田中 肇 所長

ジャグラ・マーケティング委員会

早坂 淳 委員（司会）
（株）ケーヨー / 東京・中央

ジャグラ・マーケティング委員会

池邊 寛 委員
（株）エデンメディアワークス / 大分

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、その第五弾として、たなか経営研究所の田中肇所長にお話を伺いました。

×

印刷業界の100年企業

■早坂 たなか経営研究所の田中所長に、池邊委員と一緒に話を伺います。まず、自己紹介をお願いします。

■田中 私は外資系企業でマーケティングの仕事をしていました。妻の父が印刷機械貿易（株）（編集部注：現ハイデルベルグジャパンの前身）の社長・宮城莊三郎であったことから、42歳で同社に入り、情報システム本部長やサービス本部長を務めました。10年間務めた後、岳父の思いを継いで「印刷業界のお手伝いをさせていただきたい」と独立し、たなか経営研究所を設立しました。その後、全日本印刷工業組合連合会（以下、全印工連）の経営特別顧問を10年間務めさせていただき、その間に印刷業界のビジョン作りなどで全国を回らせていただいたり、「印刷元気企業の条件」という取材記事を業界紙に連載していますが、早坂さんとはその時に知り合いました。印刷業界の発展には使命を感じておりますので、今日はいい機会を頂いたと喜んでおります。よろしく願いいたします。

■池邊 弊社は大大市内で創業53期目、私は二代目で、

父の代は官公庁や学校関係をメインにやってきました。7～8年前からインターネット上で印刷物販を行うようになりました。よろしく願いいたします。

■早坂 田中所長の過去のセミナー資料に「100年企業」という言葉が出てきます。明治末から100年存続している企業が2万5000社近くあるとのことですが、それら企業の特徴は何でしょう？

■田中 100年前という明治の終わりです。印刷業界の100年企業は110社ほどあり、その中でも目立っている企業を取材させていただいて、その特徴を8つにまとめました。

1つ目は「時代の流れをとらえる」——経営は変化に対する適応業だと言われています。ダーウィンが「種の起源」で、「もっとも強い種が生き残ったわけではない。もっとも賢い種でもない。もっとも変化に敏感に対応した種が生き残った」と言っています。変化に対応することは生存の条件です。この100年間に、第一次世界大戦、関東大震災、昭和の金融恐慌、第二次世界大戦、復興、オイルショック、バブル崩壊、情報革命、グローバル革命などがあり、印刷業も時代の流れに翻弄されてきました。現在、印刷業は印刷物製造業から情報サービス産業へと、大きく変革していますが、時代の流れをとらえる、敏感に対応して流れに乗ることが重要です。

2つ目は「顧客の成長を支援する」——お客様があつての我々です。成長するお客様とともに自社も成長すること

が非常に重要です。例えばソニーやホンダ、松下など、戦後大きく伸びた企業をお客様に持った印刷会社は大変なご苦労です。お客様の大きな変化についていくため、自社も変化せざるを得ない。100年企業には、お客様の成長とともに自分の会社も成長したケースが非常に多いですね。

3つ目は「危機を転機とする」——100年の間、何度も危機は訪れます。会社の寿命は30年と言われますが、最近はその変化が激しくなつて、10年15年しかもたないとも言われています。100年となると4代か5代に渡つて事業承継が行われますが、その間の危機をチャンスとして、乗り越えることによって強くなる。危機が無ければ変革できません。危機という字句は、危険の危と機会の機で、二つの側面があります。リスクの中にチャンスがあるということを表していると思います。危機を転機にとらえた企業が、100年企業になっていきます。

4つ目は「差別化された強みを持つ」——同業社が同じ地域に何百社もある中で生き延びていくためには、自社にしか出来ない「何か」がないと、なかなか顧客に選ばれません。100年企業は、差別化された大きな魅力を持っています。

5つ目は「より良き事業承継を行う」——100年の間にはバトンタッチが最低4回は行われますが、そこがうまくできないために、廃業や倒産する企業がたくさんあります。バトンタッチが非常に難しい時代となったので、親族間でなく、他人に事業を継承するM&Aが最近非常に増えています。

6つ目は「^{ふえきりゅうこう}不易流行を明確にする」——不易流行とは、いつまでも変化しない本質的なものを忘れない中にも、新

しく変化を重ねているものも取り入れていくことです。これは非常に重要なので、後ほど別途説明させていただきます。

7つ目は「良き社風を作る」——会社の財産は、人・物・金や情報と言われますが、最終的には「社風」だと思います。社風を作るのは社員です。社内の思想や理念、それに基づいて行動できる社員、社員が作る会社の雰囲気が社風ですね。100年企業は、100年を通じて良き社風を作っています。社風による差別化が最終的な差別化ですが、社風は簡単には出来ません。

8つ目は「地域・業界・社会の発展に貢献する」——印刷産業は地場産業と言われます。情報サービス産業として、お客様のマーケティング活動や販売促進活動、あるいは販売活動を支援する使命を持っています。地域、業界、社会の発展を支援するのは、我々の大きな仕事です。大きく言えば日本の産業界の発展をお手伝いすることによって、我々も発展する。そういう社会的な使命感を持った企業が、100年企業になっています。

売上げよりも利益が重要

■早坂 池邊さん、今のお話についてどう感じましたか？

■池邊 田中所長が仰る社風作りは時間と手間がかかりますが、できれば何よりも強い武器になります。私は先週から東京に出張して会社を不在にしていますが、それで仕事が終わらないのなら、私の考えが社員にきちんと伝わっていないということです。「たぶん社長ならこう言うだろう」と、自分たちだけで行動できるよう、普段から社員に考えを伝

【田中肇氏プロフィール】 エッソ石油・日本ボラロイド・ハイデルベルグPMTなど、一貫して外資系企業にてマーケティングを手がけた後、平成7年情報産業を支援するコンサルティング会社「たなか経営研究所」を設立。社員参画による企業のビジョン作りを得意とし、活力あふれる元気企業創りのために、全国的なコンサルティング活動を展開している。印刷業界では、全日本印刷工業組合連合会の特別顧問を10年間担当した。情報サービス業界に幅広いネットワークを持ち、全国に200社以上の成功ビジネスモデルを創造している。

暑中お見舞い申し上げます



NS PRINT & POSTPRESS
DESIGN からでも 印刷 からでも 製本 からでも



東京 中継 検索



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
東京都新宿区早稲田鶴巻町568 Tel 03-3203-5421 Fax 03-5273-0527

ジャグラ文化典岩手大会

たくさんのご参加
ありがとうございました

運営委員長 熊谷 正司
実行委員長 菅原 正行
岩手県支部会員一同

特別企画：鼎談

えています。考えを伝えることが社風作りに繋がると思い、4年前から意識して取り組んでいます。

また、会社は地域や業界、社会とともに成長するという点——お客様の成長やその業界の変化に合わせて対応を変えなければ、パートナーになれません。お客様に喜んでもらうことが、これから繋がるチャンスだと考えていますので、利益を出すために力になる、面倒なことを引き受ける、辛い所に手が届くというような支援を続けていきたいと考えています。弊社は従業員 20 名弱ですから、大きく手を広げるのはよそう。その代わり、弊社を良いと言ってくれるお客様を継続して支援し、できるお手伝いをしているとう方向づけています。

特化することは、一般の印刷業界ではなかなか難しいのですが、人間的な付き合いは深めることができます。代表者、営業マン、制作の担当者が信頼されて、「この人に頼みたい」と言われるよう、人間的な側面を磨かないと、地方の印刷会社は難しいと思います。

■田中 売り上げよりも利益が重要です。売り上げを追いかけていると価格競争になります。人口や GDP が上がっている時はいいですが、今のよう日本国内の成長がないのに売り上げを追いかけるのは無理があります。我々中小企業は売り上げよりも利益の確保、顧客のパートナーになって長い間顧客に喜ばれて存続できる、そういう取り組みをした方がやりがいもありますね。

■早坂 弊社は月に一度、メインバンクと月次報告会をしています。金融機関も見るところは、売り上げよりも経常利益です。

■田中 減収増益でもいいのですか？

■早坂 そうですね。

■田中 増収減益はダメですね。



創業の精神や経営理念は守りつつ、
時代の変化に対応することが
重要だろう

田中

■早坂 経営能力を問われます。弊社も事業承継前は売り上げが今の 2.5 倍ありましたが、経常利益は 7 割ほどでした。会社を維持する利益が確保できているので、金融機関に切られずに済みました。

■田中 印刷業界は売り上げをずっと追いかけて、低利益、低収益が常識になっていました。経常利益が 2 % 未満でも「やむをえない」と皆さん考えていますが、他の業界では 5 ~ 10% 上げているところがたくさんあります。

■早坂 印刷業界で経常利益が 2 % と言うのを聞いて、それでは厳しいかと驚きました。

■田中 最近ではわかりませんが、以前はそうでしたね。

時代の流れのとらえ方

■池邊 地方のジャグラー会員の顧客はほとんどが官公庁です。官公庁は毎年、印刷費や事務費を削減しているので、結果として地方の印刷需要は減少しています。たくさんの中小企業を相手にしても封筒と名刺くらいしか仕事がない。しかし、社員を削減して利益率を上げるわけにもいきません。印刷機械は何年かの周期で新しくしないといけま

設備をデジタル化したかどうかより、
顧客の変化を見極めて
いるかどうか
が重要だ

早坂



せんし、そのためにどこかで稼がないといけないというのが、印刷業界の弱点です。地方がなかなか浮上しないのはそういうところですね。

■早坂 そこで重要なのが田中所長のお話しされていた、「時代の流れをとらえる」という部分ですね。現在の印刷業界では、「設備をデジタル化したから時代の変化に乗れている」という方が非常に多い。しかし、「時代の流れをとらえる」という本当の意味は、顧客の変化を見極めていくかだと思います。弊社は 9 割が公共工事、公共事業をする建設業に特化していますので、変化をとらえやすいのですが、ほとんどの印刷業者は雑多に幅広く受注していますので、変化をとらえにくい。メーカー主導で「これが時代の流れだ」と、言われるままに機械を入れ替えたいけれども、それを活用するコンテンツや戦略が立てられない状況のように見えます。

■田中 先日、地図の出版をする 100 年企業を取材しました。戦前は軍用地図を制作し、戦後は役所からの依頼でロードマップの制作を始めました。しかしロードマップはウェブ化され、無料で見られるようになったので、地図出版の事業をやめました。現在、その企業は位置検索システムを

「この人に頼みたい」と
思われる、
人間的な側面を磨かないと、
地方の印刷会社経営は難しい

池邊



活用した販売促進支援、マーケティング支援に移行されました。禁煙地区を特定して管理する仕組みなど、位置情報と他のマーケティング情報を合致させて提案する事業をどんどん進めています。地図は印刷・出版しなくてもいいという大きな時代の変化に対して、うまく対応した好例です。

■池邊 印刷業界では、ガリ版や活版がデジタルに替わるという大きな変化がかつてありましたが、紙への印刷という本質は変わらなかったため、うまく転進できました。しかし、今起こっている大きな流れでは、教科書がタブレットに替わるなど、紙の必要性が薄れています。我々は「印刷は必ず残る」と言ってきましたが、最近少し自信がないです。残るのは間違いのないけれど、今の従業員全員が生活できるだけの仕事を維持できるのか。印刷工の代わりに SE やプログラマーが必要になるなど、大きな社内改革をしていかなくはなりません。今の若い人たちは、10 年 20 年後に印刷会社があると確信できないと言っています。転進を図るきっかけや方向性について、地方の会社の光明になる事例があればお聞かせいただきたいです。

■田中 マーケットが小さいので、地方に限定して地域に特化するの是非常に難しいと思います。ですが、地域を広

2017年 誌上暑中名刺広告

暑中お見舞い申し上げます



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
広川 勝士

〒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/>



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
辻 重紀

本社 〒106-0001 東京都港区六本木3の1の1
東京港区西麻布丁目番地9号 富士フイルム西麻布ビル
03-4-010000

ホームページ <http://fgs.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
六本木アイキュービル13F
TEL 03(3)584-9383
FAX 03(3)584-3810

株式会社 ショーワ

代表取締役社長 **伊澤秀春**

〒101-0055 東京都千代田区西神田一七七八
TEL 03(3)261-6401
FAX 03(3)261-6409

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**

〒100-0014 東京都台東区北上野二一三十二
電話。三(三八四五)。七三。八



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

げて大分から九州全体を見ることが、ウェブを活用すれば可能です。特定のマーケットに特化すると、その地域だけではやっていけません。日本全体でなくても少しずつ自分の周りに広げてみる。例えば大学のシラバスをウェブ化し、地域から周辺、全国の大学に広げている会社もあります。ウェブ化する中で、講義に携帯電話で参加する仕組みを作ったり、将来どういう勉強が必要かとか、どういう成果や資格が得られるかといった情報と連動させる工夫もされています。一つの仕事をしていくうちに、顧客からいろいろな要望が出てきて、それに応えていくうちにマーケットが見えてくる。何もない状態からでは見えませんので、まずやってみることだと思います。

■早坂 何でもかんでもデジタルではなく、顧客に優位性が説明できれば、「紙」でもやっていけると思います。マイクロ協会——マイクロフィルム業界の事例ですが、需要が減少した時に、デジタルデータと比較したフィルム保管の優位性を訴えて、官公庁の入札案件に残しました。今でもデジタルデータをわざわざマイクロフィルムに焼いて保管しているのです。フィルム保管の優位性を顧客に訴え、法務省や文科省を説得して仕事を守った事例です。我々も「紙の優位性」をきちんと顧客に訴えられればいいのですが、強みとしての「紙の優位性」を自分達が認識せず、「アナログではだめだ」という短絡思考に陥っている傾向がありますね。

■池邊 早坂さんが言われるように、良いアナログなら支持されると思います。例えば紙に盛り上げ印刷をして面白味を出したり、ポップアップするDMを作成したり、市場としては小さいかもしれませんが、デジタル全盛だからこそのアナログの魅力もあると思います。今がデジタルに移行する過渡期だとすれば、印刷会社が取り組むべきこと

を地に足をつけた目線で見えていなくては、時代に翻弄されてしまいます。印刷機もあり印刷工もいて技術もあるのですから、過渡期にマッチした物作りが出来れば、一番良いと思います。

■田中 かつて、印刷業界におけるソフト関連サービスの売り上げは10%程度と言われていました。最近の数字は分かりませんが3割は超えていないでしょう。デジタル化という大きな流れは当然ありますが、中心が印刷物であることは間違いありません。しかし、印刷物だけを追いかけていてはだめだと思います。印刷物を作る目的まで遡って追求し、トータルでお手伝いした結果、印刷物があると考えたほうがいいでしょう。

■不易流行を明確にせよ

■早坂 差別化された強みとひとことで言ってしまうがりますが、業態変革へのキーワードとして、何が重要でしょうか。

■田中 最終的には人間だと思います。変革を成し遂げるのは人間ですから。まずトップが変革に対する強烈な危機意識を持っていないはいけません。「なんとかなるだろう」と言う方が多いのですか、なんともなりません。トップが強烈に危機意識を持っていて、それが社員に浸透している。それと同時に、社員が成長する機会を作ってあげないはいけません。情報を与えて社員が切磋琢磨して、自分の意見を述べられるような会社を作ることです。

注意すべきは、人材を外部から持ってくるケースです。会社を変革させたいと、取ってつけたように優秀な人材を持って来たけれど、皆から理解されず浮いてしまう。結局、会社もその人もだめになってしまいます。繰り返しになり

ますが、ここで一番重要なのは社風です。「このままでは大変だから、本気で変革していこう。ではどういう会社にしていくか」という社風であれば結論が出てきます。その大元はやはり社長の意識です。危機意識と現状意識を持っていないといけないと思います。

■早坂 最後の質問ですが、事業承継に関してです。次代を担う若い経営者が変化を望んでも、今の経営者が、「変わることで会社がなくなるのではないか」「印刷業でなくなるのではないか」という抵抗を感じるのも事実です。そこも含めて、不易流行に関してお話しください。

■田中 「不易」というのは縦糸で、原理原則、会社というなら理念、人としての在り方です。縦糸が通っていないと企業はどこかでおかしくなります。縦糸がしっかり通っていないと、その場その場で意見が揺れて信用されず、社員も顧客もついてきてくれません。対する「流行」は横糸で、戦略戦術、技、術、やり方です。経営の変化適応とは横糸のことです。変化に対して適応していかななくてはけません。

縦糸も横糸も両方重要で、バランスが必要です。「親父の思いはちゃんと受けた。あとは僕が時代の変化に合わせてやっていくよ」と示さないと、先代は不安になります。「自分が大切にしてきた社員や信用を、息子は全部やめて新しいことをするのはではないか」と不安になります。先代が大切にしてきた、創業の精神や経営の理念は守らないといけないのです。そこを明確にして安心してもらった上でやり方を変える。「不易流行を明確にする」というのはそういうことなのです。これは重要なことですが、言うようには簡単にいきません。

私は今、倫理法人会で「後継者倫理塾」塾長を任されています。参加者は親父がしていることを否定して、横を向



いている息子たちです。「親父は古い、違う」と言っている人たちがここに来ますが、私は「やり方を変えるのはいいが、先代の創業の思い、大切にしてきたものはしっかり受け止めよう。親があって自分がある」と話します。「やり方が古い」と言うのはいいのですが、「親父の在り方が間違っている」というのは人間性の否定ですからダメです。

塾では、父親や周りの人に取材をして、自社が創業したときにどんな思いや苦労があったのかを創業物語にして、発表してもらいます。自分の知らない先代の苦労を知って、事業承継の覚悟を決めスイッチが入ります。「父は社内では自分に厳しいが、実は鍛えてくれていたことが分かった。今後は父の言うことを受け止めます」「父の目を見て話せるようになりました」とか、涙ながらの発表です。親の思いを真剣に受け止めるということができたとき、息子は後継者としての覚悟ができると思います。

■早坂 先代がどういう思いで創業したかは、人それぞれ違います。違うということは、それが本当の自社の存在意義で強みなのかかもしれません。そう考えると、創業の思いを明文化して社風に落とし込むのが、一番手近にできる、差別化の手段かもしれません。時間となりました。本日はありがとうございました。

2017年 誌上暑中名刺広告 暑中お見舞い申し上げます

株式会社モリサワ

代表取締役社長 森澤 彰彦

〒五五六一〇〇二二
大阪市浪速区敷津東二六一三五
電話 〇六・六六四九一二五一

ダイヤミック株式会社

代表取締役社長 星野 浩之

〒一三〇〇〇二六
東京都墨田区両国二丁目一〇番一四号
TEL 〇三(五六〇〇)一五四〇
FAX 〇三(五六〇〇)一五九九

コニミノルタジャパン株式会社

PPG事業本部 本部長 荒井 純一

〒一〇五〇〇二〇
東京都港区芝浦一の1の1
TEL 03(6311)9061
FAX 03(6311)9505

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 東京都中央区銀座八二〇一三六
FAX 〇三(三五四六)七七七八

ジャグラ副会長
ジャグラ東北地方協議会 会長
熊谷 正司

株式会社 印刷
〒100-0001 秋田市中通6の4の21
TEL 018(833)220
FAX 018(833)220

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
TEL 022(245)5973
FAX 022(245)5973

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
TEL 043(245)4849
FAX 043(245)7266

PODアンケート集計結果 (対象874社/回答443社/回収率50.7%)

ジャグラ会員のデジタル機導入率は75%、オフセット69%

うち、両方導入は56%、デジタルのみ17%、オフセットのみ13%

ジャグラ教育・技術委員会（熊谷正司担当副会長／宮崎真委員長）では、会員企業で導入の進むデジタル印刷機の実態把握のため、POD ワーキンググループ（原田大輔リーダー）によるアンケート調査を実施し、このほどその調査結果を発表しました。アンケート回収率は 50%と高率で、会員企業の興味の高さが裏付けられました。

設問 1：現在の印刷機導入状況は？

→「オフセット印刷機」が 69.1%、「デジタル印刷機」が 74.9%でした。なお、「両方導入」は 56.0%、「いずれも導入していない」は 14.2%でした。

<MA/N=443>		
オフセット印刷機	306 ※	69.1
デジタル印刷機	332 ※	74.9
いずれも導入していない	63	14.2

【参考】 ※うち 248 件（56.0%）はオフセット&デジタル両方導入。「オフセットのみ」は 58 社（13.1%）、「デジタルのみ」は 74 社（16.7%）でした。

設問 2：今後の主力生産機は？

→「オフセット印刷機」が 9.9%、「デジタル印刷機」が 23.7%、「両方を活かす」が 52.6%でした。また、「両方とも導入しない」は 13.8%でした。

<SA/N=443>		
オフセット印刷機	44	9.9
デジタル印刷機	105	23.7
両方を活かす	233	52.6
いずれも導入しない	61	13.8

【参考】 ①設問 1 問で、「現在オフセットのみ」「現在デジタルのみ」「現在両方使用」と答えた層は、今後も現状維持という傾向です。②「将来オフセットが主力」と回答した 44 社中、「現状両方導入」は 11 社（25.0%）ありました。③「将来デジタルが主力」と回答した 105 社中、「現状両方導入」は 28 社（26.7%）ありました。④「将来いずれ

も導入せず」と回答した 61 社中、「現状オフセットのみ導入」している会社が 4 社ありました。

設問 3：欲しい POD 情報は何ですか？

自由記入のコメントより主だったものを抜粋しました。同内容のものはまとめて記載しています。

【活用事例】

- ・印刷から離れた使用方法、たくさんつくらないとできなかったものが、単価同等で手に入った事例。
- ・POD を使ったどんな商品がお客様に喜ばれているか。
- ・POD を活かしたサンプル、販促情報。
- ・オンデマンド出版
- ・新機能情報、POD 設備ネットワーク共有、バリエブル事例、各社の比較資料。
- ・Web 連動等の営業展開の手法。
- ・特に地方での活用事例。
- ・ペーパーレス時代における POD の在り方使い方。
- ・差別化の成功例、マーケティングプラン、後加工事例。
- ・失敗例、課題点、コストダウン事例。

・対応するメディア（用紙や樹脂製品）、紙以外のものに印刷できるプリンター。

・オフセットとコラボした製品アイデア。

・CMYK 以外（ホワイト、クリア、ゴールドなど）の特色印刷について、請け負ってくれる会員情報。

・POD とオフセットとの違い、使い方のノウハウと成功例。

【料金、コスト】

- ・価格情報、ランニングコスト（カウンター、トナー）、他社にない特徴。
- ・各社各機種のカウンター料金、トナー代金。
- ・料金、特にデジタル印刷のお客様への提示額（何を何部

- くらい、いくらでやっているか）。
- ・出力前のデータ処理料金とカウンター料金。
- ・採算性のある POD 活用法（利益が出る仕組み）、ランニングコストの統計資料。
- ・ブローカー対策。
- ・採算ベースのロット数はどの程度なのか。
- ・契約内容（買い取り、リース、課金内容、メンテナンス）、メーカー別の比較、オフセットからデジタルに切り替わった商材情報。
- ・一般企業、官庁に導入された POD のカウンター料金。値崩れする過程の把握のため。
- ・ランニングコスト（オフセットとの損益分岐）と見積もり方法、売値のつけ方。
- ・大判のランニングコスト。現状では小ロット向きと考えているが将来的にどのように移行していくか。

【技術】

- ・機械的トラブルに関する詳細な情報。
- ・オフセットとデジタルの色（濃度）の統一、油性インキとトナーのマッチング。
- ・ワークフロー、今後の展望。
- ・プリプレス、ポストプレスとの連携の情報、自動処理、バリエブル処理。
- ・専用ソフトを使用しない簡易バリエブルの方法。
- ・機械をカスタムする内容、例えばソフトウェアの変更、出力特性など。
- ・通紙性（対応紙、ミシン加工）、可変対応ソフトの情報、裏技的な使い方、メーカー別の特徴。
- ・POD で印刷した紙は静電気が発生しやすいので、その対策法。折やミシンなどの加工がやりにくい。
- ・表裏の合わせ方、ずれ、価格、紙のそりの違いなど。

- ・色の安定性（特にグラデ）。
- ・エクセルデータを PDF にした場合、カラーのグラフをモノクロにしてもモノクロにならない。ワード、エクセルの文字がボールド設定の場合、PDF 変換すると文字が太るなどの解決策。
- ・編集ソフト、面付けソフトなど。
- ・データ支給ではなく、手書き原稿（卒業文集）を版下とする場合、濃度や位置合わせ等の取り組み方を知りたい。
- ・業務フローのシステム化自動化の情報（メリット、デメリット）、オフセットとの併用での成功例、失敗例。
- ・オンデマンドを活用するためのデータ作成や共通サーバーの活用など。

【メーカー比較・新商品】

- ・POD 各メーカーの比較、耐刷数、用紙、カウンター料金。
- ・性能、スピード、サイズ、厚紙対応、メンテナンス、ランニングコスト。
- ・どの機種がいいのか、コストパフォーマンスも含めた各メーカーのメリット、デメリット。
- ・どんな機械があるか、導入状況など。メーカー各機種で能力が異なるので一覧表で比較してほしい。
- ・メーカーごとの評判や特徴など、購入の際に検討する内容を分析してほしい。
- ・メーカー機種別ユーザー満足度。
- ・新商品情報、最新機種を導入した企業の紹介。
- ・デジタル印刷機の新機種情報や見学会。

【マーケット全般】

- ・オンデマンド印刷の事業領域について。
- ・オンデマンド各社の近年の歩みを時系列でみて、将来予測に役立てたい。
- ・具体的な市場実績、商業印刷以外での活用事例。

暑中お見舞い申し上げます

ジャグラ愛知県支部

支部長 神山明彦

会員一同

〒451-0042
名古屋市中区那古野1-21-14
TEL 052-(565) 1114
FAX 052-(565) 1054

ジャグラ新潟県支部

支部長 高橋広好

会員一同

〒950-0084
新潟市中央区明石1-7-20
TEL 025-(247) 3245
FAX 025-(247) 8491

ジャグラ長野県支部

支部長 佐野修一

〒380-0935
長野市中御所3-2-6
TEL 026-(257) 0363
FAX 026-(257) 2744

ジャグラ神奈川県支部

支部長 岡澤 誠

〒230-0053
横浜市中区大黒町9-3
TEL 045-(511) 5980
FAX 045-(511) 0392

- ・将来展望。3年後はどんな POD になっているかという情報が入れれば経営計画が立てやすい。予測ができた段階で NEWS として流してほしい。
- ・ビッグデータ、フィンテック（financial technology）、IoT。今後予想されるニーズは？
- ・市場規模、機械販売数、参入企業数、平均売上高。
- ・ハイエンドデジタル印刷機の今後。5年、10年後の価格と性能の動向。

【インクジェット】

- ・インクジェットのデジタル印刷機の情報。インクジェット POD の小型化見通し。
- ・インクジェット印刷機の詳細（価格、方式、紙適正など）。
- ・頁物を処理できるインクジェットプリンターについて。

【オフセットとデジタルの比較、振り分け、移行】

- ・オフセットからどのくらいの比率で移行しているか？
- ・デジタル印刷機に変えることによるコスト削減。
- ・オフセット対デジタルの印刷市場動向。
- ・オフセットからオフセット、POD と単体で考えるのではなく、お互いの利点を生かし共存できる方法。

【後加工、周辺機器】

- ・後加工機、周辺機器の最新情報。
- ・どんな形態の印刷に向いているか、付加価値のつけ方、周辺加工機器の情報。
- ・後加工での差別化と依頼先の紹介。
- ・後加工のアイデア。例えば長3封筒までしか対応しない機械を3Dプリンターでアタッチメントをつくり長4まで出せるようにした。
- ・シール印刷 POD 機、レーザーカットなど。

【その他】

- ・勉強会、研修会を開催してほしい。
- ・中期（5年）はオフとデジタル併用、長期（10年）はフルデジタルだと思う。メーカーの成功事例だけでなく皆様の成功&失敗などリアルな情報に期待する。
- ・現在、POD の仕事が少ないので外注している。導入はお客様の様子を見て検討する。
- ・早い安いは間違い。オフセット印刷を見直す教育をしてほしい。
- ・POD 機を持っている会社との連携。1台しかないのではトラブルがおきた時の協力体制。
- ・大判（菊全）、厚紙（0.6mm）の機械。
- ・オペレーター技量に頼らない運用。
- ・同業者の原価意識のなさに閉口している。
- ・POD も欲しいけど、まだ導入しない。儲かるかどうか不明。
- ・伝票印刷についての情報がほしい。
- ・都市特有の仕事ではなく、地方だからこそその仕事情報。
- ・競争を起こさない、デザイン+POD の在り方。

今回、POD の実態を知るべくアンケートを実施しました。ジャグラで実施するアンケートの回答率は通常 10～13%程度ですが、今回は 50%を超えるなど、会員の皆様に関心の高さを感じました。POD ワーキンググループでは、皆様から寄せられた「POD のこの情報がほしい」というご意見にできるだけお応えしたいと考えています。特徴のある会員企業の取材を行ったり、POD メーカーの協力なども得ながら情報提供を行っていきますので、今後もよろしくお願いいたします。



2017年 誌上暑中名刺広告

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 会長 代表取締役 坂本 和久 〒718-0121 広島県いわき市小笠字道通五十二 TEL 084-541-8191 FAX 084-510-334	株式会社 北斗プリント社 代表取締役 谷川 聡 〒066-8540 京都市左京区下鴨高木町38の2 TEL 075-791-6125 FAX 075-791-7290
--	--	---	---

食品パッケージ用ラベルに対応した UVインクジェット印刷機を開発

(株) SCREEN グラフィックソリューションズ

(株) SCREEN グラフィックソリューションズはこのほど、食品パッケージ用ラベルに対応した UV インクジェット印刷機「Truepress Jet L350UV+LM」を開発しました。販売開始は9月末の予定。

×

近年、消費者嗜好の多様化に伴い、食品パッケージ用ラベル印刷市場においては、多品種・小～中ロットの需要が年々増加しています。また、他社製品との差別化を図るため、さまざまな基材を用いてラベルをデザインする動きも広がっています。こうした中、印刷会社においては多様な基材に対応でき、食品への安全性を確保できるデジタルラベル印刷機を求める声が高まっています。

同社は2013年、ラベル用デジタル印刷機として業界最高クラスの毎分50mの印刷スピードを達成したUVインクジェット印刷機「Truepress Jet L350UV」を開発。その高い印刷品質や多様な基材への対応力、高生産性が認められ、これまで世界各地において導入が進んでいます。

そしてこの度、食品向けパッケージに必要とされるさまざまな機能を搭載した、食品パッケージ用ラベル対応のハイエンドモデル「Truepress Jet L350UV+LM」を開発。一層の生産性・品質の向上、アプリケーションの拡大を実現しました。

安全性を高めたローマイグレーション（低浸透）インクを新開発した他、UVインク硬化を促進する窒素パージ機構の



搭載により、食品向けパッケージに使用するラベル印刷が可能です。最高で毎分60mの印刷スピードを実現し、従来のCMYK、Whiteに加えてオレンジインクにも対応することで、より広い色域を再現しました。

また、UVランプによる熱の影響を受けやすい薄膜基材を安定して搬送・印刷するため、搬送ローラー部分に冷却用のチルローラーも搭載可能。ペットボトルなどで使用される薄膜基材を用いたラベル印刷に対応できます。

これらの機能により、従来のラベルから食品パッケージ用ラベルまで、一台で幅広い印刷用途に応えます。

さらに、一般用途向けのラベル印刷には、ハイエンドモデルとなる「Truepress Jet L350UV+」を同時開発。生産性、基材対応力、色域拡大、操作性など、あらゆる分野で従来モデルからの大幅な機能向上を図り、スピードと品質を兼ね備えた最適なラベル印刷機となっています。

●問い合わせ先

(株) SCREEN グラフィックソリューションズ

営業統轄部 グローバル営業部 営業推進課

TEL.075-417-2534 Web screen.co.jp/ga/

月刊
グラフィックサービス
No.788
2017
07

2017年 誌上暑中名刺広告

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deal
〒553-0002
大阪市福島区鷺洲5-5-5
tel. (06) 6453-3334
fax. (06) 6453-1231
URL. <http://www.ideal-fan.co.jp>

代表取締役
池上 晴英

株式会社 美巧社

〒760-0063
高松市多賀町1-8-10
TEL 087-(8333) 7587
FAX 087-(8333) 7581
01

日経印刷株式会社

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

ジャグラコンテスト第1次審査課題解説①

問題1：横組み冊子の制作

オペレータースキルアップのために

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

課題内容

「問題1：横組みレイアウトの制作」では、支給された文字原稿と指示書に基づき、A4縦2色の横組み冊子を制作する課題が出題されました（図1）。また、担当営業からの申し送りとして、以下のような話があった想定でデータを制作することが求められました。

【担当営業からの申し送り事項】

- ①全体で100 頁前後の無線綴じの仕事です。表紙等は決まっていますが、とりいそぎ本文を組んでください。
- ②指示書と見本のPDF を参考に組版してください。支給データは Word と Excel です。
- ③K 版＋特色の2 色の仕事ですが、どうしても4 色の写真を入れたい頁があるそうです。そのため色版はプロセスではなく、特色を使用して作成してください。4 色の写真の入る頁はプロセス分解して4 色で刷るか、5 色で刷るかは、まだ決まっていません。
- ④特色は「DIC2547s」です。
- ⑤構成は章（Chapter）は5 つ、節（Section）は5 章合わせて20～25 個ぐらいになる予定です。まだ執筆が終わっていない節もあるため、準備ができた節から入稿されます。まずは1 節分入稿されました。
- ⑥先方は組版が完了した節から出校して欲しいとのことです。順不同で入稿されるため、初校は仮ノンブルで出校する旨了承を得ました。初校はすべて2 頁起こしで組んでください。ただし、必ず見開き完結になるわけではありません。ノンブルを通した際に、奇数頁起こしになる節も出てきます。
- ⑦今回入稿された節は、計2 頁になると先方は見込んでいますが、もし収まらない場合には無理に収めず、初校は3 頁になってもよいと言われています。再校で調整するそうです。

- ⑧表は本文中に出てくる表番号と同頁に配置してください。また表は版面の右下側を優先して配置してください。
- ⑨続編の刊行も予定しているそうで、ミスなく納品できれば受注が見込めます。よろしくお願いします。

出題の意図

「問題1：横組みレイアウトの制作」は、月刊誌等の仕事でありがちな、順不同で記事毎に原稿が入稿されるケースを想定した課題です。このような仕事は、まとめて処理できない分、より効率的なテンプレートを作成することが作業時間短縮に繋がります。

この課題は、作業時間短縮を考慮したデータ作りに審査のポイントを置き、そのような作業に習熟したオペレーターを評価するとともに、課題に取り組むことで作業効率向上に繋がるスキルを身に付けていただきたいとの思いから出題されました。

課題のポイントと必須技能

可能な限り段落スタイルのみを使用して表現できるよう工夫することをはじめ、テキストフレームの自動サイズ調整、脚注機能の使用（CC2017）、変数を使用した柱の設定を施し、原稿の増減や修正に自動で対応することがポイントです。課題制作にあたって必須となる主な InDesign 技能は下記の通りです。

【必須技能】

- ①マスターページ：柱は変数を使用し、見出しの文章を参照するように設定します。
- ②段落スタイル（本文）：本文中の表番号は正規表現で設定します。（例：「表 \d+ \d+」等）
- ③段落スタイル（囲み見出し）：囲みの飾りは段落境界線

▼図1「問題1：横組み冊子の制作」完成見本



を用いれば、段落スタイルだけで表現できます。

- ④段落スタイル（囲み見出し・小見出し）：見出しの前の1行アキは「段落前のアキ」で設定すると、見出しの位置によって1行アキの改行を手動で挿入・削除する必要がなくなります。また、見出しは段末に残らず次段へ追いつ出すため、段落分離禁止を設定します。③と合わせて設定することで、見出しは手動で調整する必要はなくなります。
- ⑤脚注（CS6 の場合）：脚注の文章量の増減に対応できるよう、テキストボックスに自動サイズ調整を設定します。
- ⑥脚注（CC2017 の場合）：CC2017 から脚注に段抜きオプションが追加されたため、段抜き機能を用いて作成した方が効率的です。

この課題で一番の難所は？

Section 見出しに付く罫線（1.0mm）をどう作成するかです。手動で文字の上に罫線を配置した場合は、位置がずれてしまうリスクがあるため、ベストな方法とはいえません。そのリスクを回避するため、罫線をアンカーオブジェクトにする方法も悪くはありませんが、アンカーオブジェクトを挿入する手間が発生します。

より効率的にするには、①段落スタイルだけで表現する方法と、②マスターページに配置する方法があります。

①の例としては、まず見出し全体に段落境界線を用いて太さ1.0mm の罫線を引きます。このままでは段落境界線が数字の背面に引かれてしまうため、数字の部分の文字スタイルに打ち消し線を設定し、段落境界線とぴったり合わ

せることで、数字の上に罫線を引くことができます。

②は見出しページ用のマスターページを作成し、マスターページに罫線を配置しておく方法です。ただし、②はSection 見出しの位置が完全固定になる想定です。Chapter 見出しが2行になる等、見出しの位置が変動する場合には、①の方が合理的になります。今回の課題では、そこまで想定することは難しいため、①と②のどちらでも同点数を加算するようにしています。

課題出題者からのメッセージ

問題作成の際、私自身が普段仕事で使用している機能なるべく盛り込んで作成しました。最初は設定に手間取っても、すぐに慣れて手早く設定できるようになると思います。是非覚えて活用してください。

図版付き解説と模範データは特設サイトで！

ジャグラコンテスト特設サイトでは、第1次審査課題「問題1：横組みレイアウトの制作」の解説全文を図版付きで7月下旬より公開します。コンテスト未受験の方もご覧いただけますので、ぜひスキルアップにご活用ください。なお、受験者の方は、第1次審査課題資料に記載されたダウンロードID・パスワードを入力することにより、「ダウンロード」ページから課題の InDesign 模範データをダウンロードいただけます。

▼ジャグラコンテスト第3回 InDesign 特設サイト

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

ジャグラ|情|報|チ|ャ|ン|ネ|ル|のご案内

ジャグラは各種情報チャンネルを利用して会員の皆様に情報提供しています。基本は毎月皆様のお手元に郵送する本誌『グラフィックサービス』ですが、教育・技術／経営セミナーなどの情報提供は動画サイト「ジャグラ BB」が充実しています。また、最近では Twitter や Facebook などの SNS も活用して情報発信していますので、ぜひ一度、ご覧になってみてください。

	媒体名 / 更新頻度	内 容	関連 SNS/ その他
機 関 誌	グラフィックサービス 【月 1 回】	ジャグラの総合情報誌 ①ジャグラからの情報・お知らせ全般 ②「紙媒体」と「電子版」で提供	●紙媒体 毎月下旬、会員宛に郵送 ●電子版 (PDF) 毎月中旬、ジャグラ公式 HP で公開 (誰でも閲覧可能)
公 式 H P	 【随 時】	ジャグラの公式サイト ①各種情報、お知らせ、アーカイブ、申請書式など ②機関誌の発行サイクルでカバーできない情報については本 HP でご案内します https://www.jagra.or.jp/	●Twitter https://www.facebook.com/jagra1955/ ●メルマガ 現在準備中
動 画 サ イ ト	 【随 時】	印刷業のための動画サイト ①教育・技術番組 / 経営セミナー / 企業ルポ・経営者インタビューなど ②ジャグラ会員は ID 登録により全番組が視聴できます https://www.jagrabb.net/	●Twitter https://twitter.com/jagrabb ●YouTube https://www.youtube.com/user/jagrachannel
公 式 ス ク ー ル	JaGra プロフェッショナル DTP & Web スクール 【随 時】	ジャグラ直営スクールの公式サイト ①DTP、Web、ビデオの各種コースを開設 ②Adobe 認定スクール https://www.jagra.or.jp/school/	●Facebook https://www.facebook.com/JaGraSchool/ ●Twitter https://twitter.com/jagra_school ●ブログ http://jagraschool.hateblo.jp/
特 設 サ イ ト	年賀状デザインコンテスト 【随 時】	https://www.jagra.or.jp/nenga2018/	
	ジャグラコンテスト InDesign 【随 時】	http://jagra-contest.com/	●Facebook https://www.facebook.com/jagracontest/
F A X ・ D M ・ E メ ー ル	   【随 時】	機関誌や公式 HP で 間に合わない緊急情報などは、 FAX・DM・E メールでご案内します	
メ ル マ ガ	メールマガジン 【月 1 回予定】	ジャグラ BB を中心とした情報を発信 (現在準備中)	受信には「ジャグラ BB」サイトにて、 ID 登録が必要です
そ の 他	日本自費出版ネットワーク 【随 時】	自費出版のポータルサイト http://www.jsjapan.net/	NPO 法人日本自費出版ネットワーク が運営しています

月刊
グラフィックサービス
No.788
2017
07

やるしかない！ 新しいビジネスモデルへの挑戦！

～ネットを活用し全国から自費出版の受注を目指す～

(株)リーブル(高知県支部)
取締役/企画営業部長/出版事業部長 坂本圭一郎



●新連載スタートにあたって(編集部)

印刷需要が低迷し、価格競争が激化する経営環境の中で、いかにして利益を得ればいいのかと我々は日々悩んでいる。業態変革や自社の強みの見直しが求められているが、実際、会員企業はどのようにして活路を見出そうとしているのだろうか？ ジャグラ作品展の応募企業を見てみると、各社各様、様々な思いを持って印刷物を製作し、顧客のニーズに对应している姿が見えてくる。本誌ではこれまで、大臣賞受賞社だけに受賞作品製作の秘訣を伺ってきたが、それ以外の応募作品のなかにも、会員企業の参考となる事例がたくさんあることから、「需要創出を考える」というテーマで新連載を開始することにした。

第一回目の原稿をお願いしたのは高知の㈱リーブルさん。これまで作品展において大臣賞を2度受賞し、今回も「優秀賞」を受賞している。優秀賞は審査会における得点が部門1位であるけれども、大臣賞の連続受賞を避けるため設けられた賞である。今回は受賞作製作の秘訣に留まらず、同社が手掛けた出版物がAmazon書店でとても売れているという情報を得たので、それらの事例も含めた出版ビジネスへの取り組み方を披露していただいた。

×

軽印刷業として創業、二代目で出版に挑戦！

弊社は昭和40年に「高知県軽印刷㈱」として創業しました。一社員であった現社長の新本は、先代社長が病気で倒れた際、「自分が後を引き継ぐしかない」と決意し、昭和59年に二代目社長に就任しました。本が大好きで、「新しい本」を作る出版社を夢見ていた新本は、平成7年に社名を「リーブル」(フランス語で「本」という意味)に変更し、自費出版事業を立ち上げました。当時は印刷の受注先が官公庁主体で



同社・新本勝庸社長

あったため、閑散期となる夏場に仕事がないならないようにという思いもあったようです。

出版物は自分史や句歌集、闘病記、戦争体験記などの文章中心でしたが、デザイン部を設立し、4色機を導入した頃から写真集や画集・絵本などの受注も少しずつ増えてきました。また、幻冬舎の自費出版部門「幻冬舎ルネッサンス(現・幻冬舎ルネッサンス新社)」と6年間ほど提携し、全国書店への配本を希望する著者の方には、同社の名前で全国に出版する時期もありました。このとき幻冬舎ルネッサンスからアドバイスされた編集・校正等のノウハウや大手商業出版のベストセラーの作り方などの販売手法は今も弊社の財産の一つになっております。

しかし、私が入社した平成18年にちょうど高知県の印刷物の電子入札が始まり、そこから受注価格はどんどん下がり、受注先のメインであった官公庁の仕事が減っていきました。また、一般企業や団体が印刷の内製化を進めていったことも受注減に追い討ちをかけました。

受注先を増やそうと、4色機を持っていない県外の印刷会社などに「御社の印刷工場になります」と銘打ってDMを送付し、比較的安価な下請け価格で受注増を図りましたが、やはり資本力と大型設備のある「インターネット印刷通販」の破壊的な価格には到底勝負することができなくなっていました。

当時30代半ばであった私は、異業種交流会やデザイン広告関係の会などで得たつながりを活かし、広告代理店やデザイン事務所、NPO団体の仕事などを新しく受注するようになりました。そして、官公庁型から民間型へシフトするにつれ、「言われたとおりの納期に納める」ことだけでなく、「提案」「高品質」が求められるようになりました。

そのころ私自身が社長から学んだことの一つは、「営業は、お客様にとって何が本当に一番いいのかを一生懸命考えるのが仕事だ」ということです。実際、社長はチラシ作成を依頼してきたお客様に対して「お話を聞いていると今

月刊
グラフィックサービス
No.788
2017
07

【新連載】需要創出を考える①

回はチラシではなく雑誌広告の方がいいですね」など、たとえ自社の利益は減ってもお客様にとって一番よいと思う方法を提案する真摯な姿をたびたび目の当たりにしていました。

そのような社長の下、中には社長よりも「提案」「高品質」にこだわる社員が現れるようになりました。デザインコンペでラフどころかほぼ完璧なデザインを作り込んでデザイン事務所や広告代理店を打ち負かしたデザイナーや、印刷技法・インキ・紙の研究を重ねて常にお客様の期待以上の発色を実現しようとする印刷オペレータ、入った原稿を半分近くも削り、著者にリライトをアドバイスしていい本を作ろうと奮闘する編集者など、それぞれ「いい仕事をしたい」「いいものを生み出したい」という熱い想いが、ほかの社員にも伝播し、お客様が納得いくまで何度でも装丁案を提出する、細心の注意で色補正をする、内容や雰囲気に合わせて最適な用紙を提案する、細部の文章表現にもこだわるなど、「高品質」「提案」そしてそのための「チャレンジをあきらめない」という企業風土が培われていきました。

ジャグラ作品展での大臣賞受賞が追い風に！

そうして出版の方では、社長が理事を務めていた環境保護団体のつながりで県外のNPO・NGO団体等から広報誌や出版の仕事が増え、弊社の対応や編集・デザイン・印刷のクオリティが高いことが少しずつ評判になっていきました。高知県内の印刷がジリ貧のような状況になりつつある中で、出版に特化し、そして「インターネット印刷通販」のように「インターネット出版」のホームページを作ることができれば全国から受注が図れるのではないかと考え、助成金活用（経営革新計画申請）も含めて商工会議所に相談することにしました。

まさにちょうどそのとき、平成23年度のジャグラ作品展において弊社の絵本「ひかるもの」が出版印刷物部門で経済産業大臣賞をいただきました。通常の4色印刷では再

現できない鮮やかな色を再現した弊社の印刷技術を高く評価していただいたのです。この賞のおかげで大きな自信と勇気をいただき、自社の特徴やアピールポイントも大変明確になったため、新ホームページ作成への大きな弾みになりました。今でも本当に感謝しております。

そして、商工会議所の優秀な指導員の方にアドバイスをいただきながら、自社の強みや特性、競合他社の状況などをもう一度分析し、社内でも話し合いを重ねました。見えてきたのは「高品質かつリーズナブル」というキーワードでした。自費出版は大きく分けると2つ。大手出版社の「高品質ではあるが、そのぶん高額」な自費出版と、一般印刷会社の「安価ではあるが、決して品質が高いとはいえない」自費出版。弊社はこの中間を狙おうと決めました。そのころ若手経営者の全国大会で聞いた言葉もまさにその通りでした。「どんな業種でも必ず勝負できる『中間領域』というものがある。中小企業でも自社の強みを突き詰めて行けば、決して価格競争に巻きこまれないだけの付加価値をつけることができる」ということです。

印刷2：出版8を目標に掲げる

しかし、ホームページ制作やネット受注の経験がない中で、どうホームページを作っていくかについては課題が山積みでした。半年後のリニューアルに向けて時間もないため、社員の協力を得るために全員で話し合いました。社員からは「既存事業（印刷）はたしかに将来性があるか不安だが、新規事業（ネット出版）が本当にうまくいくのか」「既存事業がなくなってから取り組んでは遅いということも分かるが、今は既存事業で忙しく協力できない」と本音の意見が飛び交いました。これは、小さな会社が現業をやりながら新規事業を始めようとするときに必ずぶつかる場面なのではないでしょうか。

結局、最後は社長が「印刷物の価格競争と受注減はどんどん加速する。今は『印刷8：出版2』だが、数年内に『印

刷5：出版5』、目標としては今と逆の『印刷2：出版8』までいかないと会社自体が生き残っていけない。そのために一日でも早く新ホームページを完成させることを最優先事項にしよう。みんな協力してほしい。残り半年は売上が少し下がってもいい。現業のデザインの仕事も外注して構わない」と決断しました。それからは、主要メンバー数人が作業に没頭する時間を捻出するため週2日は現業をストップし、社内では集中できないため貸会議室などにこもりホームページ制作に徹底的に取り組みました。また、経営革新塾やネットの勉強会にも参加し、お客様に安心感を与え、困りごとを解決するようなホームページ作成などを学び、内容を固めていくとともに、資料請求用の資料作成なども同時並行で進めました。

半年後、平成24年の年末に不完全ながらも待望の新ホームページが完成しましたが、4か月間は受注ゼロ。お客様の目線で見れば見るほど改善点が次々に見つかるので、とにかくあきらめずに、不足している情報を追加したり不親切なページを改善する作業に引き続き没頭する日々が続きました。しかし、「グーグルの神様」がどこかで見ているのか、更新をサボれば問い合わせも減りますが、逆に更新や改善を重ねるほど問い合わせや受注も少しずつ増えていきました。

平成25年の一年間はメールや電話での対応を社長一人で行っていましたが、翌26年からは文章系・写真集・絵本・画集それぞれのジャンルごとに対応を数人で分担しました。みんなメールや電話での長いやりとりには不慣れなところもあり、顔の見えないお客様と心を通わせるのは大変

難しいことでしたが、一人ひとりのお客様の想いに精一杯応え、いただいた原稿・素材の良さを最大限引き出している本を作りたいという想いがお客様にも伝わり、結果としてご好評をいただいているようです。

昨年より出版事業部・EC事業部・品質管理部を新設し（部員は全員兼務）、お客様に寄り添う真摯な対応とクオリティの高い本作りにこれまで以上に注力しています。

昨年ジャグラ作品展で再び経済産業大臣賞をいただいたことも追い風となってか、現在売上全体の4割がネットによる自費出版（書籍販売売上含む）になっています。全国から素晴らしい内容の原稿や素材（写真・原画）が入ってくるようになり、出版社としての喜びを感じるが増えてきた反面、クオリティに対する難しい要望も増え、悲鳴を上げる場面もたびたびあります。この難しいご要望にどう応えていくかが今後の課題です。ただ、今後も新しい課題から逃げずに解決策を探り、新たな工夫・改善を積み重ねていくことが、また新しいノウハウの蓄積につながり、弊社の大きな強みになっていくだろうと確信しています。

Amazonは重要な販売経路

一方、作った本をいかに販売に結びつけるかということにも苦勞しています。大手出版社とは違い、大手取次店を介して多くの書店に配本したり宣伝したりすることが難しい中で、Amazonは地方の出版社にとって大きな販売経路です。最近ではビジネス小説『左遷社員池田 リーダーにな

初めての経産大臣賞受賞作『ひかるもの』



社内勉強会の様子



2度目の経産大臣賞受賞作『炭都』(左)と同社の印刷技術「スーパーブラック」を伝える日本海新聞の記事(上)

る』が Amazon の新着ランキング（経済・社会小説ジャンル）で 1 位になり、レビューを中心にネットでの口コミで評判になりました。宣伝をしたから売れたというよりは、著者ご本人の「売りたい」という熱意に何としても応えたいという営業（担当者）としての「高品質」というべき想いがあったからこそ宣伝予算があまりない中で様々なアプローチに挑戦し、売れる結果となったようです。電子書籍版は「社会・経済小説」ジャンルで池井戸潤さんなどの作品と並び、今も上位にランクし続けております。実現はしていませんが、テレビドラマ化の企画のお話もいただいております。内容は、小説でありながら、読み進むうちに「会社は何のために誰のためにあるのか？」などを考えさせられ、自然に「リーダー論」や「経営論」が身につくビジネス書としても好評です。

実は、Amazon で累計 3 万部を販売している『不登校は 1 日 3 分の働きかけで 99% 解決する』という弊社の本があります。これもレビューを中心にネットでの口コミで評判になり、Amazon の「いじめ・不登校」ジャンルで 3 年連続売上 1 位を記録しているのですが、本が売れていること以上に、不登校や子育てで悩んでいる方がいかに多いかということに驚くとともに、そのような方にとって「救いのバイブル」ともいえるような本を生み出したことは出版社として大変誇らしくもあり、「本が世の中を変える」という可能性と使命をあらためて実感しています。

チャレンジ精神を企業風土として残したい

一昨年、奈良県東吉野村で「オオカミ絵本コンクール」が開催され、その最優秀賞作品『ぼく、ニホンオオカミになる!!』を昨年発刊しました。東吉野村はオオカミが日本で最後に発見された場所で、村の PR も兼ねてコンクールが開催されたのですが、ネットを通じて弊社を知った東吉野村の担当者から問い合わせを受け、コンクールの企画段階から弊社が携わり、一般の人にも投票してもらう審査方法などをアドバイスさせていただきました。結果的に 100



Amazon 書店で評判となった同社出版物

点を超える応募作品が集まり、審査期間の展示会には村外から多数の来場者が訪れるなど盛況で、絵本を通じた「高知と奈良の田舎同士のコラボ」が「地域おこし」につながることとなりました。

自費出版事業は、お客様のほとんどが個人ということもありますが、自分たちの強みを活かして取り組んでいることもあって、印刷と比べてお客様に喜んでいただける「顧客満足度」が非常に高く、そのことが弊社の一人ひとりの社員の働きがい（社員満足度）の向上にもつながっているように思います。ネットを活用した自費出版事業への取り組みが「成功した」と言い切れる状況にはまだまだ至っていませんが、厳しい状況の中で会社を存続させるための新しいチャレンジにみんなで取り組み、それが実を結びつつある状況は、社員一人ひとりの大きな自信と経験になっています。

印刷も出版も決して一人の力だけではよいものはできません。しかし、個々がそれぞれに「いい仕事がしたい」「いいものを生み出したい」と研究研鑽を重ねた上で、自由にアイデアを出し合い協力しながら妥協せずにあきらめずチャレンジしていく、という精神が弊社に企業風土として根付いたからこそ、このような取り組みも可能となったのだらうと思います。そしてこれには、ジャグラ作品展で二度も経済産業大臣賞をいただいたことが、どれほど大きな自信となったかはいうまでもありません。次の世代にも受け継がれるべき「DNA」として、この企業風土をしっかりと残していかなければならないと強く思っています。



今年の作品展の優秀賞受賞作『ぼく、ニホンオオカミになる!!』と中国新聞の紹介記事

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 / 愛知県支部

会員企業作成の「自分史ノート」が新聞で紹介

(有)一粒社/半田市

愛知県支部の(有)一粒社が作成した『回想式思い出ノート』が、地元中日新聞の 6 月 14 日の朝刊で紹介されました。

×

同社は、今回のジャグラ作品展・出版印刷物部門において、経済産業大臣賞（『北アルプス 魅せられた山々 小林良生写真集』）を受賞した愛知県の会員企業です。受賞作は、個人受注のオンデマンド印刷による自費出版の写真集で、オフセット印刷と遜色ない品質が評価されました。

同社は 20 年前ほどから「一粒書房 (omoide-print.com)」のブランドで出版事業を展開していますが、そのなかでも「自分史」を手掛けるケースが多く、その支援として『回想式思い出ノート (A4 判、40 ページ、回想カード 2 冊付)』を作成したとのこと。同社の都築延男会長（新聞写真）が中心となり、「究極の終活ツールを作ろう」という企画がスタート。話題の回想法からヒントを得て、単なるエンディングノートではなく、もしもの時に役立つ情報と自分史記録を両立させた永久保存版の「思い出ノート」が誕生しました。普及版 600 円と表紙厚紙&糸綴じ仕様の豪華愛蔵版 1000 円の 2 種類がある（いずれも税込）。



日印産連

「印刷と私」作文コンテストを実施

グリーンプリンティング普及の一環として

ジャグラなど印刷関連 10 団体で組織する（一社）日本印刷産業連合会（日印産連）グリーンプリンティング (GP) 認定事務局は、初めての試みとして「印刷と私」コンテストを実施します。

×

これは、「私にとって大切な印刷製品」「記憶に残る印刷物」「印刷の思い出」など、印刷にまつわるエッセイを募集し、印刷の価値・役割にスポットを当てることで、広く社会に周知しようという企画です。

審査委員長に GP の PR 大使である小山薫堂氏（人気キャラクター「くまモン」の生みの親）を迎え、一般の部（中学生以上）と小学生の部に分けて行います。募集対象は、一般の方、印刷クライアント、クリエイターから印刷会社の従業員まで、どなたでも応募できるものです。応募締切は 9 月 10 日です。

詳細は日印産連 HP（<http://www.jfpi.or.jp>）にて。

日印産連

「じゃばにうむ」更新情報

地域連携とインバウンドの対応事例が参考となります

ジャグラなど印刷関連 10 団体で組織する（一社）日本印刷産業連合会（日印産連）は、印刷会社が取り組む地域連携情報を、「じゃばにうむ」として公開しています。

×

同サイト（<https://www.jfpi.or.jp/topics/detail/id=180>）では、地域連携の企画概要、イベント概要、産官学連携・協力体制構築の背景、ビジネスモデル等々、各地域情報を活用した事業の展開事例を幅広く掲載し、事業領域拡大をめざす手がかりを発掘しています。

掲載事例には、東京グラフィックス、(株)文伸、(株)毛印刷社など、ジャグラ会員企業の事例も紹介されていますので、ぜひご覧下さい。

月刊『グラフィックサービス』788号

■発行日 平成29年7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 (㈱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 (㈱インフォ・ディー)

組 版 = Adobe CS6/CC
フォント = モリサワ OTF ほか

◎印刷 日経印刷機(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マツ 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、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

2017.6

- 2日 ジャグラ文化典岩手大会実行委員会→守田常務、プライバシーマーク現地
審査(東京)
- 3日 長野県支部総会
- 8日 ジャグラ文化典岩手大会司会者打合せ
- 9日 ジャグラ文化典(ゴルフ大会、ウェルカムパーティ)
- 10日 東北地協総会→中村会長、マスターズクラブ(仮称)結成打ち合わせ→中
村会長、ジャグラ文化典(定時総会、式典、講演会、懇親会)
- 11日 ジャグラ文化典(一日観光、宿泊観光/12日まで)
- 13日 日紙商懇親会(大阪)→欠席
- 14日 日印産連定時総会→中村会長・菅野副会長ほか
- 15日 プライバシーマーク現地審査(福島)
- 16日 ジャグラコンテスト専門委員会議、プライバシーマーク指定審査機関の審
査業務の教育・監査
- 19日 4団体懇親会→中村会長・菅野副会長・沖専務、プライバシーマーク現地
審査(神奈川)
- 21日 広報委員会
- 23日 宮城県支部総会→祝電
- 27日 日印産連知的財産部会→増田理事、プライバシーマーク現地審査(福島)
- 29日 日本ドキュメントサービス協同組合連合会(旧:複写連)総会懇親会
- 30日 ジャグラ文化典岩手大会反省会→沖専務

2017.7

- 1日 栃木県支部総会→沖専務
- 3日 年賀状デザインコンテスト選考委員会、ジャグラコンテスト専門委員会議
- 5日 プライバシーマーク審査会、POD ワーキンググループ会議
- 6日 プライバシーマーク現地審査(大阪)、ラベルフォーラム JAPAN2017→
欠席
- 7日 ラベルフォーラム JAPAN2017→欠席、マーケティング委員会
- 8日 全日本製本青年会京都大会→中村会長、日本自費出版文化賞第二次選考会
- 10日 プライバシーマーク現地審査(秋田)
- 14日 ジャグラ正副会長会議、ジャグラ理事会
- 18日 広報委員会
- 20日 日印産連価値創出委員会→沖専務
- 25日 プライバシーマーク現地審査(秋田)
- 28日 岩手県支部総会、神奈川県支部総会→中村会長・沖専務

2017.8

- 2日 日印産連ステアリングコミッティ→中村会長
- 3日 日印産連専務理事連絡会議→沖専務
- 7日 日印産連理事会→中村会長・菅野副会長
- 10日 ジャグラコンテスト会議、教育・技術委員会
- 24日 環境委員会視察(北海道)

編集後記

岩手大会は、3.11 東日本大震災より6年が経ち、全国からのご支援に対
する感謝を表し、復興した姿を見ていただこうと開催されましたが、BCP
について考えさせられる場面が二つありました。一つは被災された(有)大船渡
印刷・熊谷雅也社長の講演。もう一つは観光で大槌町に立ち寄った際の増田
理事のお話です。加えて先日、九州北部の豪雨被害や鹿児島での地震等が起
こり、これまでに増してBCPの重要性が高まっているように感じます。
経営者の頭の中には、どのように対処するかという案はあると思いますが、
これを機会に、一度、成文化してみたいはいかがでしょうか?(T.M)

2017年7月号

ジャグラBB HOT NEWS

ジャグラBB新規ID登録のお願い

システム変更により旧ジャグラBBのIDは廃止となりました 改めて「新規ID登録」をお願いします

2017年4月10日(月) ジャグラBBがリニューアルオープンし
ました。システム変更にともない、以前ご利用いただき
ておりましたjgからはじまる10ケタのログインIDは廃止とな
りました。全番組を視聴するには、ジャグラ会員代表者の方
を含め、すべての方についてメールアドレスによる新システ
ムでの新規ID登録が必要です。会員の皆様にはお手数をお
かけしますが、どうかご理解いただき、早めに新規ID
登録の手続きをしていただきたく、お願い申し上げます。



今月のおすすめ番組3選

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



インバウンド対応作戦会議~2020に 向けみんなで創ろうビジネスチャンス!!

東京グラフィックス商売繁盛セミナー。2020年
東京五輪に向けたインバウンドビジネスにつ
いて、東京グラフィックス会員5社が行った事例発
表の様子を収録! 印刷業ならではのアイディ
ア満載です。(時間:全63分/パスワード不要)



JaGraニュース 2017 Vol.396 (2017.6.21)

ジャグラBB開局以来続く看板番組「JaGra
ニュース」。6月21日配信のVol.396では、機関
誌「月刊グラフィックサービス」2017年6月号
の内容をダイジェストでご紹介します。(時間:
4分/パスワード不要)



広げよう!ビジネスの輪 始めよう!新 しい提案 ビジネス交流プレゼン大会

東京グラフィックス商売繁盛セミナー。東京グ
ラフィックス会員5社が自社商品・技術をPRす
る「ビジネス交流プレゼン大会」の様子を収録
しました。創意あふれる各社の商品、取り組み
をぜひご覧ください!

ジャグラBB 新規ID登録ページURL

https://www.jagrabb.net/app_mail.php

・スマホでも動画をご覧いただけます!

・ID登録は自宅、個人用アドレスでもOK!

・社員の方も自分専用のIDを取得できます!



全社員で
ご登録
ください!



月刊
グラフィックサービス
No.788
2017
07