

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.814  
2019  
09

## ■ 巻頭企画

### JaGraBB ご活用ください

原田大輔 ジャグラBB企画部会長インタビュー

## ■ 特別企画

### SDGsの積極的な取り組みに向けて

—ジャグラ副会長 (CSR委員会担当) 菅野 潔

### ジャグラPODアンケート結果

—8割近くがIoT化により営業部門を強化したいと回答!

## ■ NEWSとお知らせ

東グラFACEがモトヤコラボフェアに出展

PrintNext 2020の概要発表

SPACE-21が幹事会を広島で開催

電子版公開中！  
スマホでも本誌が読めます  
公式HPにて本誌PDF版を公開  
中。紙媒体より1週間早い毎月中  
旬にご覧いただけます。バックナ  
ンバー閲覧もここから！



## なかむら通信

読者の皆様へ



ジャグリストの皆さん、こんにちは。会長の中村耀です。

先日、高知県支部・リープルの坂本さんの案内で、アメリカのある有名人が当社をはじめ、都内の印刷・製本会社を数社見学し、日本の和紙や和綴じ、そして印刷・製本技術に高い関心を示されたそうです。この方は本業とは別で自ら自費出版物を手がけているということで、日本で販売する書籍製作の相談で坂本さんのもとに話があったそうです。著名人の出版物というと大手出版社からというのが日本では一般的ですが、取次店のないアメリカでは自費出版が当たり前です。高い技術力や様々なネットワークを築いていくことで、こうしたグローバルな話も中小印刷業界でできるのだということを改めて感じた次第です。

近隣国との軋轢や消費増税、働き方改革といった課題が少しずつ中小企業にも影響を及ぼしていくと思いますが、事業規模にとらわれず、一つ一つ好機を掴んでいきましょう。

# C・O・N・T・E・N・T・S

### ● 巻頭言

## 01 娘からもらった感動と刺激に感謝！

—— ジャグラ理事/アイメディア(株) (福岡) 本村 豪経

### ● 巻頭企画

## 02 JaGraBB ご活用ください

原田大輔 ジャグラBB企画部会長インタビュー

### ● 特別企画

## 06 SDGsの積極的な取り組みに向けて

—— ジャグラ副会長/株興栄社(東京) 菅野 潔

## 12 ジャグラPODアンケート結果

8割近くがIoT化により営業部門を強化したいと回答！

—— 教育・技術委員会 POD研究部会

### ● 連載・シリーズ

## 16 初心者のためのウェブマーケティング入門⑦

～ウェブアクセス解析～コンバージョンの設定

—— ジャグラ事務局/Web担当 阿部奈津子

### ● NEWSとお知らせ

## 19 10月からの消費税増税について

## 20 委員会通信 8.1 教育・技術委員会 議事録より

## 22 Adobe CCの規約が変更されました

過去バージョンの一部が「非認定バージョン」となり、原則使用禁止に

—— 教育・技術委員会 委員長 宮崎 真

## 24 業界の動き

7.25-26 東グラFACEがモトヤコラボフェアに出展

8.21 PrintNext 2020の概要発表

8.31 SPACE-21が幹事会を広島で開催

## 26 温孔知新②③

有名人の無名時代

—— 山形謄写印刷資料館 館長 後藤 卓也

## 29 JaGraBB HOTNEWS 新番組&おすすめ番組

23 コラム

28 事務局日誌と今後のスケジュール

# 娘からもらった 感動と刺激に感謝！

ジャグラ理事/アイメディア(株)(福岡) 本村 豪経



2019年夏、熱気と興奮に包まれたコンサートホール。私は会場2階一番後ろの席に座り、一般客に紛れながら、始まりを静かに待っていた。

いよいよ開演、オープニングを知らせるovertureから始まったコンサートは、アップテンポなナンバーで一気に会場の熱気を引き上げた。歓喜に満ち溢れ、様々な色のペンライトで彩られた会場は、何とも言えない美しい光景だった。

「このステージの何処かに私の娘がいる。」

始まって数分間は、オペラグラスで自分の娘を探すのに夢中だったが、時間を追うごとに会場のボルテージも上り、気がつけば私も必死でペンライトを振っていた。知らない曲だろうが関係ない。見よう見まねでとにかくペンライトを振った。

中盤にMCや寸劇を挟み、怒濤のメドレー。新曲やお馴染みの曲などが披露され、盛り上がりも最高潮に。ステージ上を笑顔で駆け回る娘たち、それを後押しするファンの方々からの大きなコール、楽しい時間があっという間に過ぎてゆく。アンコールも最後の1曲となり、娘たちが最後の挨拶をはじめた。

会場が落ち着き、少し明るくなったので、この日初めて周りを見渡してみた。その時私が目にしたものは、娘たちを、暖かく見守る様に見つめるファンの方々姿だった。笑顔だったり、泣いていたり、それぞれではあったが、メンバーの話に共感し頷きながら聞いてくれていた。その姿がとてもありがたかった。

娘たちがアイドルでいられるのも、いつもこうして応援してくれるファンの方々がいるからだ。娘たちもファンの方々によるこんで貰うためにいろいろと新しいことに挑戦し、日々変化を模索しながら活動を続けている。

ファンの方々、娘たちメンバーのことを、娘たちは、ファンの方々のことを考え、互いが互いを思いながら努力と成長を続けている。まだ、10代・20代前半の若い娘たちだが、プロとして活動する彼女たちから学ぶべき所は、沢山あると私は感じている。

今回のコンサートは、あの偉大なS支配人卒業後初のライブツアー、みんな不安や葛藤もあったことだろう。プレッシャーに押し潰されそうになった事もあったに違いない。だが、そんなことは微塵も感じさせず、こんなに楽しく盛り上げることが出来る娘たち。これだけのファンの方々に応援され、愛されている娘たち。素直に凄いなと思った。会場の盛り上がりで感動もした。と同時に、「私も負けていけない」とも感じた。娘にファンが居るように、私にも必要としてくれるお客様がいる。娘にチームの仲間がいるように、私にもジャグリストの仲間がいる。娘の仲間と比べると、若さは無いかもしれないが、経験豊富な頼れる先輩や仲間たちだ。

デジタル化社会、生活行動・消費行動、他にも様々な変化によって、変容が求められている我々の業界。デジタルと紙、マーケティング、印刷物に新たな付加価値を見いだしていくことが重要になっている。そんな現況だが、ジャグリストの皆さんと議論を交わし、真剣に活動していくことで乗り越えられると信じている。

青年部であるSPACE-21の活動も同じである。SPACE-21では、前年度より体制も新たに始動しており、直近で全国協議会宮城大会、全国キャラバンでは新たな試みも含まれている。加えて来年2月にはPRINTNEXT2020が秋田で開催されるが、SPACE-21は広報部会を担当し、ジャグラだけでなく他団体とも切磋琢磨しながら、お互いを高める活動を行っている。

こうして今出来る活動を、コツコツと積み重ねていくことが大切だと思っている。

最後に、これまで謙虚な気持ちと感謝の気持ちを大切にしてきた私。これからもこの思いを胸に、娘たちとファンのような関係をお客様との間でも築けるよう、より多くのお客様に弊社のファンになっていただけるよう、社員とともに誠心誠意努めていきたい。

娘たちが見せてくれた姿に感謝。



# JaGraBB

# ご活用ください

——原田大輔 ジャグラBB企画部会長インタビュー——

**原田大輔**



ジャグラBBへの想いを熱く語る原田部会長



「いつでも、どこでも、自己研鑽」というキャッチコピーで2006年春から配信を開始したJaGraBBの開設当初のPRパンフレット類

機関誌や公式HPと並んで、ジャグラからの情報発信の一翼を担っている、印刷業界のための専用動画チャンネル「ジャグラBB」。番組制作の企画から運用までを担当しているジャグラBB企画部会長の原田大輔部会長に、PRを兼ねて、過去から現在、そして将来について語っていただきました。

×

## 人材育成番組に最も注力 印刷人には幅広い視野が必要だ！

——本日はご多忙のなか、ジャグラBB企画部会長の原田大輔部会長にお越しいただき、ジャグラBBについてお話しただこうという企画です。早速ですがジャグラBBの沿革を簡単にお話いただけますか？

■原田 読者の皆さん、こんにちは。ジャグラBB企画部会長の原田大輔です。現・中村ジャグラ会長の体制の下、2016年7月からジャグラBBに関わり、足掛け3年目ということになります。ご質問の沿革ですが、「いつでも、どこでも、自己研鑽」というキャッチコピーで配信開始したのが2006年春なので、今年で13周年を迎えます。この間、2010年にハイビジョン対応、2017年にスマホ・タブレット対応するなど、何度かのリニューアルを重ね、現在に至っています。配信番組数は昔からある番

組も含め、300超となっています。

——企画部会について簡単にご説明いただけますか？

■原田 企画部会は教育技術委員会の下部組織として設置され、番組の企画・制作・広報を担当しています。部会開催は随時ですが、大体1～2か月に1回程度。メンバーは私以外に、斎藤秀勝委員（東京）、本村豪経委員（福岡）の合計3名に加えて、本部事務局からは今田豪さんと阿部奈津子さん、両職員に担当いただいております。本村委員は遠方なので、経費節減ということでネット参加が多いですね。

——番組のカテゴリーは、2017年以降、「経営」「教育と技術」など6つに分かれています。その中でも力を入れている分野は何でしょう？

■原田 動画制作には多大な費用と労力・時間がかかります。ジャグラの予算も無尽蔵にあるわけではないので、経営資源の集中という意味で、現在は経営者や従業員のスキルアップを目標とした「人材育成系」に力をいれています。娯楽系の番組はしばらく一休みといった状況ですね。

——今、「人材育成」というキーワードが出ましたが、原田さんご自身も、自社の社員にどのようなことを求めているんですか？

■原田 自分の仕事を完遂するためのスキル、例えばDTPオペレーターならば、インデザインなどのアプ

リケーションを使いこなすスキルを身に付けることはもちろん重要ですが、それ以外の世界や知識にも目を向けて欲しいと伝えています。コミュニケーション能力であったり、マーケティング能力であったり、お金儲けの仕組みであったり、経営者感覚を養って欲しいと言い換えてもいいかもしれません。

——紙ビジネスだけに目を向けていればよかったけど昔前と異なり、今のメディアビジネスにおいては、企画提案力やマーケティング力を総動員して、全社を挙げてお客様との関係を密にしていかなければ生き残れない。そのためには広い視野が必要ということですね。

■原田 そうですね。昔と違ってネットで調べれば、何でも情報が手に入る世の中になりましたが、でも実際には日々の仕事に忙殺されて、外の世界に目を向ける余裕があまりなかったりします。会社にとっても社員にとっても、かなり悲しいことだと思っています。僕ら経営者は、ジャグラの会合などで他の社長さんから話を聞いたり、工場を見学させていただいたりして、刺激を得る機会も多々ありますが、デスクワークで一日中社内にいる社員に同じようなチャンスを与えることはなかなか容易ではありません。そういう意味でも、「印刷業界のための教育・情報発信専用の動画チャンネル」と銘打っているジャグラBBは、大いに存在価値があるし、よりいっそう活用して欲しいのです。

## 視聴率アップは昔からの課題 業務の一環としての視聴を習慣づけて欲しい！

——今のお話の延長でもありますが、視聴率アップがジャグラBB開設以来の課題としてあるわけですが、この点についてはいかがお考えですか？

■原田 ネットインフラの全国的な整備やスマホ・タブレットの普及によって、当初のキャッチコピーである「何時でも何処でも」番組を視聴できる環境は整いましたので、残る課題はジャグラBBの番組視聴をいかにして習慣づけるかということになります。僕ら経営者はともかく、社員に対して「通勤途中とか休日に番組を見て」とまで強要するわけにもいきませんので、ここは人材育成という将来への投資と考え、「勤務時間中で結構だから、この番組を見てください」という他はないと思います。これまでも、朝礼の後に少しずつ見るとか、組合の会合の際に皆で一緒に見るとか、幾つかの活用事例を紹介してきましたが、根本的には「業務として視聴する」しかないと思います。

——それをサポートするために、番組を提供するジャグラとして何か工夫はありますか？

■原田 会員さんの興味を引くタイムリーなテーマを選ぶことが第一だと考えています。例えば、東京グラフィックス（東京地協）が実施しているセミナーを取



人材育成を将来の投資と考え、業務としての番組視聴を考えて欲しい

録して随時提供していますが、いろいろな分野の専門講師を招いてお話しいただいているので、きっと役に立つと思いますよ。セミナー類は、「経営者向け」「営業マン向け」「企画者向け」「オペレーター向け」に分類していますから、ぜひ一度、タイトルだけでもご覧になってください。

あと、社員が視聴した後、感想をまとめて提出できるような書式を用意しよう、音声なしでも気軽に視聴できるようにしよう、要点をまとめたテロップを充実させようなど、企画会議では沢山のアイデアが出るので、できるものから実現できればと考えています。

——令和元年度のジャグラ BB 運営企画についてお話しください。

■原田 冒頭に話したように、人材育成番組を充実させること、「ジャグラニュース」定期配信再始動の検討、ジャグラ BB について一層の広報強化、などを柱として活動しています。

——広報という意味では、本誌『グラフィックサービス』巻末に、ほぼ毎月「ホットニュース」という形で、新番組を紹介していただいています。いくつかご紹介いただけますか？

■原田 最近の番組だと、ジャグラコンテストでインデザインマスターとなった戸田さん（日経印刷株／東京）の「マスターが伝授する DTP オペレーターのための InDesign 時短テクニック」などは面白いと評判ですよ。僕みたいな経営者にはわかりませんが、DTP オペレーターから見ると、「なるほど、その手があったか!？」と目から鱗が落ちるみたいです（笑）。

——戸田マスターの超絶テクニックは、アドビさんの公式チャンネルでもビックリされていましたし、地方支部で実施したセミナーも好評だったと聞いていま



戸田マスターによる「InDesign 時短テクニック」は必見

す。「コンテストを実施してお終い!」というのではなく、他事業のフィードバックという観点からも、発展性があるいいですね。その他には？

■原田 定番の教育番組として、ジャグラDTPスクールの影山史枝講師による「映像で学ぶ印刷のすべて」というシリーズ番組を10年前から配信していますが、その最新2019年版として「映像で学ぶ印刷のすべて【各論】新・第9章 印刷×メディア提案 はじめの一步」を追加しました。「印刷メディアの役割を見直す」「印刷メディアの可能性」「市場の変化を知る」「印刷×メディア提案手法」という構成で、単独番組としても見る価値がありますので、ぜひご覧いただければと思います。

### ジャグラ BB それぞれが持っている想い!

——本日は本部事務局のジャグラ BB 担当職員である今田さんと阿部さん、そして DTP スクールの影山講師にもオブザーバーとして臨席してもらっていますので、一言ずつお話しください。まず、今田さん。前職は映像関係の会社に勤務しており、ジャグラ BB 開設に合わせて入局されたわけですが……。

■今田 そうですね、映像の知識はともかく、入局当時は印刷についてほとんど知らず、どうなることかと思いましたが、結果としてこれまで数百を超える番組を制作してきたことは、自分としても自信となりました。この間、自分自身もプライベートの審査員として新しい知識を身に付



「映像で学ぶ印刷のすべて」の2019年度最新版も放映中

けたりしたことで、人材育成の重要性を実感している次第です。ジャグラ BB はセミナーなどになかなか足を運べないので困っていた地方会員の声を汲んで実現したものですし、一般社団法人というジャグラの公益事業の一翼を担う大切な位置づけですので、より一層のご活用を願うばかりです。

——では阿部さん。DTP スクールの担当職員として、ジャグラの人材育成事業に関わってきましたし、ご自身も DTP オペレーターとして視聴する立場の気持ちもわかると思うのですが……。

■阿部 そうですね。ここ何年かは DTP スクールの講師の皆さんにご協力いただき、より実務に即したタイムリーな教育番組が増えてきた感じがあります。人材育成はすぐに効果が出るものではありませんが、学んだものができるべくすぐに活かせるテーマを講師の方々と相談して実現していきたいと思っています。

——余談ですが、本誌に連載している阿部さん執筆の「初心者のためのウェブマーケティング入門」が好評で、一度誌幅の都合で休載したところ、会員の方から「連載は終わったのか？ 社内の勉強会の教材として使っているのだから続けて欲しい」と電話があったと聞きましたので、こちらの方も頑張ってくださいね。

■阿部 他の職員から、そのようなお電話があったと聞きまして、身の引き締まる思いがしました。人材育成に少しでもお役に立てているなら嬉しい限りです。——次に影山さん。ジャグラだけでなく JAGAT（日本印刷技術協会）など、印刷業界の講師として、この間のジャグラ BB をどう見ていましたか？



影山講師による「ジャグラニュース」定期配信再開を検討中です

■影山 メディアビジネスの変化により、講師という立場の私にとっても、紙媒体以外の多様な知識を身に付けることにとっても苦労してきました。ですから、現場の皆さんの苦労が他人事ではないのです。ジャグラ BB の番組制作にあたっては、自分の「困った体験」を織り込みながら、視聴者の皆さんに寄り添った立ち位置でこれからも携わっていきたくて考えています。

それともう一点。これだけ沢山の情熱に支えられて続いてきたジャグラ BB を通じて、ジャグラの認知度が一層上がり、会員獲得にも寄与できればいいのになあと思います。原田部会長が先ほど仰いましたが、より一層の内外へ向けての広報もこれまで以上に重要だと感じています。

——では最後に、原田部会長より視聴者の皆さんにご挨拶をお願いします。

■原田 「企業は人なり」と昔から言われている通り、人材育成は中小企業経営の生命線です。ジャグラは軽印刷と呼ばれてきた昔から、比較的軽装備のハードウェアを、知恵と工夫というソフトパワーで最大活用し、お客様のお役に立ってきた歴史がありますが、この立ち位置は今後も大きく変化することはないと思います。ジャグラとしては、経営に必要な人材育成や情報提供について、毎月お届けしている機関誌に加えて、ジャグラ BB という映像媒体でこれからも提供していきますので、会員企業のパワーアップにぜひご活用ください。本誌巻末「ホットニュース」では、毎月、おすすめ番組を紹介していきますので、ぜひご一瞥くださいますようお願い申し上げます。

——本日はありがとうございました。

(企画構成：編集部・藤尾泰一)

# SDGsの積極的な取り組みに向けて

# 菅野 潔

ジャグラー副会長・CSR委員会担当(株)興栄社/東京

最近よく耳にするSDGsについて、ジャグラーCSR委員長の菅野副会長に、その概要をまとめていただきました。(編集部)

## 1 戦略的展開としてのSDGsの位置づけ

SDGs(エス・ディー・ジーズ)とは「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称です。2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた17の大きな目標(下図)と、それらを達成するための具体的な169のターゲットで構成されています。

一方、CSR「Corporate social responsibility(企業の社会的責任)」は、企業が倫理的観点から自主的に社会に貢献する責任のことで、企業としての社会ボランティアを意味しますが、現在の社会情勢ではその精神を維持し続けることは厳しく、実際に対応できる企業には限りがあるのが現状です。それに対して、企業が社会ニーズや問題に取り組むことで社会的価値を創造し、その結果、経済的な価値を創造するという考え方がCSV「Creating shared value(共通価値の創造)」と言われるもので、事業そのものでの戦略的展開を目指した活動となっています。



## SDGs(持続可能な開発目標)17の目標



SDGsはCSRやCSV活動における国際的なガイドラインとしての位置づけとして整理されたもので、様々な目標とそのターゲットの中で、現在の経営活動と結び付く(マッチング)部分は何かを見極め、それぞれの企業が対応可能なターゲットを洗い出し戦略的展開に発展させようとする活動です。

## 2 SDGs成立までの道のり

SDGsは2015年9月の国連持続可能な開発サミットにおいて、「我々の世界を変革する: 持続可能な開発のための2030アジェンダ」に掲げられた目標で、「経済(成長・革新)・社会(貧困・飢餓・教育)・環境(衛生・気候・海洋・資源)・ガバナンス(平等・平和・公正・協力)」といったように広範な課題が網羅されています。世界規模さらに地球規模のこのアジェンダが成立するまでには様々な道のりがあったことをご理解ください。

### 1) BHN「Basic Human Needs(人間の基本的要求)」

1972年、ローマクラブは報告書「成長の限界」で、このまま人口増加や環境汚染が続くと、あと100年で地球の成長は限界に達するという警鐘を世界に鳴らしました。

先進国と開発途上国の間の貧富の差が拡大する中で世界全体で貧困を解決し、食糧、教育など人間が生活するうえで最も基本的なニーズを満たすことがまず解決すべき課題とされ、国連人間環境会議(ストックホルム会議)の席上「Only One Earth(かけがえのない地球)」のスローガンの下、世界114の国と地域が参加し、環境問題に国際的に取り組むことの必要

性を謳った「人間環境宣言」が採択されました。

翌年の1973年に起きたオイルショックにより、資源・エネルギー欠乏の問題は現実味を帯び、世界各国で省エネルギーの考えが進むきっかけとなりました。

そして1976年にILO(国際労働機関)が衣食住や水・衛生・健康・教育など社会の基本的サービスや雇用および社会参加を人間の基本的ニーズとして推進すべきことを提唱しました。このことは、人間生活にとって最低限かつ基本的に必要とされるものですが、その一方で、環境を多少犠牲にしても経済開発を優先すべきと考える開発途上国と、環境保全を優先すべきと考える先進国の間で対立が続きました。

「持続可能性」という言葉は1980年に発表された世界自然資源保全戦略で、初めて公式に登場し、後のMDGs・SDGsに引き継がれていくこととなりました。

1997年のCOP3(第3回気候変動枠組条約締約国会議)において京都議定書が採択され、地球温暖化対策の世界的な協調取り組みが進んだのも、以上の流れによるものです。

### 2) MDGs「Millennium Development Goals(ミレニアム開発目標)」

MDGsは2000年9月にニューヨークで開催された国連ミレニアム・サミットで採択された国連ミレニアム宣言を基にまとめられもので、開発途上国の極度の貧困と飢餓の撲滅など、2015年を限度に達成すべき8つの目標と21のターゲットを掲げた内容になっています。

- 目標1: 極度の貧困と飢餓の撲滅
- 目標2: 初等教育の完全普及の達成
- 目標3: ジェンダー平等推進と女性の地位向上
- 目標4: 乳幼児死亡率の削減
- 目標5: 妊産婦の健康の改善
- 目標6: HIV/エイズ、マラリア、その他の疾病の蔓延の防止
- 目標7: 環境の持続可能性確保
- 目標8: 開発のためのグローバルなパートナーシップの推進

MDGsでは大きな前進が見られたものの「目標4: 乳幼児死亡率の削減」等達成できなかった目標も多くあり、もはや開発途上国だけの問題ではなく、先進国をも含む問題として顕在化してきました。

### 3) SDGs「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」

SDGsは、2015年にMDGsの後継として2030年までに達成すべき持続可能な開発目標として誕生しました。SDGsでは、開発途上国だけでなく先進国も対象として、世界中の国々が自国や世界の問題に取り組むことで、貧困を終わらせ、社会的・経済的状況にかかわらずすべての人が尊厳を持って生きる

## SDGsの積極的な取り組みに向けて

ことができる、「leave no one behind(誰ひとり取り残さない)」という2030アジェンダの一節がSDGsを象徴するフレーズとなっておりますが、「すべての人々の人権を実現する」と同時に「すべての国・ステークホルダーが行動する」も含めて「誰ひとり取り残さない」と解釈すべきと考えています。

## 3 SDGsの構成

SDGsは経済・社会・環境の三層構造とそのガバナンスで構成されています(下図)。※大枠の構造なので各ターゲットが必ずしも我々が対応する分類とは一致しないことがあります。

### 1) 経済(成長・革新)

#### ■目標8(働きがいも経済成長も): ターゲット12項目

包摂的かつ持続可能な経済成長および全ての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する

#### ■目標9(産業と技術革新の基盤をつくろう): ターゲット8項目

強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進およびイノベーションの推進を図る

### 2) 社会(貧困・飢餓・教育)

#### ■目標1(貧困をなくそう): ターゲット7項目

あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる

環境・社会・経済を三層構造で示した木の図



出典: 環境省環境研究所総合推進費戦略研究プロジェクト「持続可能な開発目標とガバナンスに関する総合的研究」より環境省作成

■目標 2 (飢餓をゼロに) : ターゲット 8 項目  
 飢餓を終わらせ、食料安全保障および栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する

■目標 3 (すべての人に健康と福祉を) : ターゲット 13 項目  
 あらゆる年齢の全ての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する

■目標 4 (質の高い教育をみんなに) : ターゲット 10 項目  
 全ての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する

■目標 5 (ジェンダー平等を実現しよう) : ターゲット 9 項目  
 ジェンダー平等を達成し、全ての女性および女兒の能力強化を行う

■目標 11 (住み続けられるまちづくりを) : ターゲット 10 項目  
 包摂的で安全かつ強靱 (レジリエント) で持続可能な都市および人間居住を実現する

3) 環境 (衛生・気候・海洋・資源)

■目標 6 (安全な水とトイレを世界中に) : ターゲット 8 項目  
 全ての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する

■目標 7 (エネルギーをみんなに、そしてクリーンに) : ターゲット 5 項目  
 全ての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する

■目標 12 (つくる責任つかう責任) : ターゲット 11 項目  
 持続可能な生産消費形態を確保する

■目標 13 (気候変動に具体的な対策を) : ターゲット 5 項目  
 気候変動およびその影響を軽減するための緊急対策を講じる

■目標 14 (海の豊かさを守ろう) : ターゲット 10 項目  
 持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する

■目標 15 (陸の豊かさを守ろう) : ターゲット 12 項目  
 陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、並びに土地の劣化の阻止・回復および生物多様性の損失を阻止する

4) ガバナンス (平等・平和・公正・協力)

■目標 10 (人や国の不平等をなくそう) : ターゲット 10 項目  
 各国内および各国間の不平等を是正する

■目標 16 (平和と公正をすべての人に) : ターゲット 12 項目  
 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、全て

の人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する

■目標 17 (パートナーシップで目標を達成しよう) : ターゲット 19 項目  
 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化

4 現状の印刷業界全体の環境対応

1) 印刷業界としての取り組み実績

現在印刷業界が実施している具体的な取り組みで実際に数値化されている内容には、CO<sub>2</sub> (二酸化炭素) の排出削減と VOC (揮発性有機化合物) の排出抑制および資源リサイクルの 3 項目があげられます。

CO<sub>2</sub> の排出削減は低炭素社会実行計画、VOC の排出抑制は VOC 排出抑制自主行動計画、資源リサイクルは循環型社会形成環境自主行動計画として、一般社団法人日本印刷産業連合会が中心となり数値管理を進めています。

その結果は表 (ページ下参照) のようになっており、3 つの計画とも 2020 年度の自主設定目標をすでにクリアしている状況です (CO<sub>2</sub> 排出量に関しては 2030 年度目標も達成済)。

2) 3 項目に関する身近な取り組み

第一に、CO<sub>2</sub> についてはエネルギーとしての電力・都市ガス・水道・重油・ガソリン・軽油・灯油が対象となっており、我々が利用する時に排出するというのではなく、これらエネルギーの製造過程で発生する CO<sub>2</sub> が対象となっています。従ってこれらの使用量を減らすことが、製造過程における CO<sub>2</sub> の排出削減に繋がります。毎月の使用量を数値管理することで、無駄な利用による削減効果から利益向上に繋がるといえます。また、CO<sub>2</sub> は大気中に拡散することで地球温暖化の要因ともなっており、温室効果ガスとも呼ばれています。

第二に、VOC については常温常圧で大気中に容易に揮発する有機化合物です。印刷業界では主に洗浄剤・湿し水・インキ・現像液等に含まれる IPA や酢酸エチルが対象で、工場内に飛散することで健康被害に繋がります。また、大気中に拡散することで、光化学スモッグ発生の要因ともなっています。

最後に資源リサイクルですが、紙・アルミ板・インキ缶等が対象となります。家庭においては一般ゴミとしての熱処理 (焼

却) が多いのですが、企業としての扱いは資源回収により紙は紙として再生紙に戻し、アルミ板・インキ缶は再生し新たな用途として利用されます。また、資源リサイクル活動は、専門業者へ引き渡しの際に排出企業の収益となります。

以上のことは SDGs でいう目標 12・13 に該当し、「すべての国・ステークホルダーが行動する」も含めた「誰ひとり取り残さない」という活動に無意識のうちに寄与しているのです。

5 印刷業界が関われる SDGs

以上のように考えると、SDGs の 17 の目標と 169 のターゲットの中で、具体的に我々印刷業界として対応すべき内容がありますので以下に整理してみます。

【凡例】 ●関連事業

目標 / ターゲット

●CO<sub>2</sub> 排出削減

【7.2】 2030 年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。

【7.3】 2030 年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる。

●VOC 排出抑制 (化学物質)

【3.9】 2030 年までに、有害化学物質、ならびに大気、水質および土壌の汚染による死亡および疾病の件数を大幅に減少させる。

【12.4】 2020 年までに、合意された国際的な枠組みに従い、製品ライフサイクルを通じ、環境上適正な化学物質やすべての廃棄物の管理を実現し、人の健康や環境への悪影響を最小化するため、化学物質や廃棄物の大気、水、土壌への放出を大幅に削減する。

【12.5】 2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用および再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

●資源リサイクル

【11.6】 2030 年までに、大気の質および一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。

SDGsの積極的な取り組みに向けて



●資源保全



【12.5】 2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用および再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

【12.2】 2030 年までに天然資源の持続可能な管理および効率的な利用を達成する。



【15.1】 2020 年までに、国際協定の下での義務に則って、森林、湿地、山地および乾燥地をはじめとする陸域生態系と内陸淡水生態系およびそれらのサービスの保全、回復および持続可能な利用を確保する。

【15.2】 2020 年までに、あらゆる種類の森林の持続可能な経営の実施を促進し、森林減少を阻止し、劣化した森林を回復し、世界全体で新規植林および再植林を大幅に増加させる。

●汚染

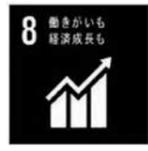


【6.3】 2030 年までに、汚染の減少、投棄廃絶と有害な化学物質や物質の放出の最小化、未処理の排水の割合半減および再生利用と安全な再利用の世界的規模での大幅な増加により、水質を改善する。



【14.1】 2025 年までに、海洋堆積物や富栄養化を含む、特に陸上活動による汚染など、あらゆる種類の海洋汚染を防止し、大幅に削減する。

●経済成長



【8.1】 各国の状況に応じて、一人当たり経済成長率を持続させる。特に後発開発途上国は少なくとも年率 7% の成長率を保つ。

【8.2】 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化、技術向上およびイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成する。

●技術革新



【9.4】 2030 年までに、資源利用効率の向上とクリーン技術および環境に配慮した技術・産業プロセスの導入拡大

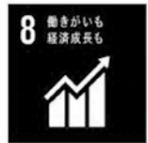
▶印刷業界としての環境対応取り組み実績

項目	管理指標	BM (基準値)		2020 年度 (目標)	2017 年度 (実績値)	2030 年度 (目標)
		年度	値			
CO <sub>2</sub>	排出量	2010	106.2 万 t	97.5 万 t	87.5 万 t	88.2 万 t 以下
		2010	42.70 万 t	42.7 万 t 以下	22.8 万 t	
VOC	排出率	2010	23.9%	23.9% 以下	15.0%	
		2005	0.90 万 t	0.30 万 t 以下	0.10 万 t	
資源リサイクル	最終処分率	2005	91.0%	95.0% 以下	99.1%	
		2005	91.0%	95.0% 以下	99.1%	

# SDGs

を通じたインフラ改良や産業改善により、持続可能性を向上させる。全ての国々は各国の能力に応じた取り組みを行う。

●雇用



- [8.5] 2030年までに、若者や障害者を含む全ての男性および女性の、完全かつ生産的な雇用および働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。
- [8.6] 2020年までに、就労、就学および職業訓練のいずれも行っていない若者の割合を大幅に減らす。

●教育



- [4.4] 2030年までに、技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事および起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。
- [13.3] 気候変動の緩和、適応、影響軽減および早期警戒に関する教育、啓発、人的能力および制度機能を改善する。



●公正・平等

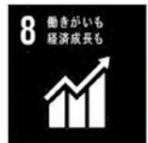


- [5.1] あらゆる場所における全ての女性および女兒に対するあらゆる形態の差別を撤廃する。
- [5.5] 政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画および平等なリーダーシップの機会を確保する。



- [16.7] あらゆるレベルにおいて、対应的、包摂的、参加型および代表的な意思決定を確保する。

●ものづくり



- [8.9] 2030年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促に繋がる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施する。

●まちづくり



- [11.3] 2030年までに、包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、全ての国々の参加型、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する。

## 6 SDGsの事例紹介（主に地方創生の事例）

最後に本年3月に開催された「じゃばにうむ 2019 -印刷産業の地方創生事例発表会-」についてご報告します。発表企業10社のうち4社（下記）がジャグラ会員でした。活動内容は異なるものの、これらの活動はまさしくSDGsの目標に一致したものです。参考にいただき、自らの企業ではどう取り組めるのか、考えてみてはいかがでしょうか。

◎ソーゴ印刷株式会社

「移住の本『りくらす』仕事の本『わくらす』の発行によるUIJターン支援事業の推進」

◎望月印刷株式会社

「地域と共に歩む企業 - 台東『モノマチ』台東区『マロニエ祭』墨田区『スミファ』」

◎株新踏社

「一冊のノート開発から気づいた地元環境をまもるためのアクション」

◎株興栄社

「神津島で地域資源の有効活用 ～桑を使った観光用紙漉きと菓子製造～」



日印産連のじゃばにうむのページでは、発表会におけるジャグラ会員企業の報告の様子が動画でご覧いただけます

なお、SDGsに関する参考URLを以下に記しておきます。

◎総務省

[http://www.soumu.go.jp/toukei\\_toukatsu/index/kokusai/02toukatsu01\\_04000212.html](http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/kokusai/02toukatsu01_04000212.html)

◎農林水産省

[http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sdgs/about\\_sdgs.html](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sdgs/about_sdgs.html)

◎一般社団法人イマココラボ

<https://imacocollabo.or.jp/about-sdgs/17goals/>

◎一般社団法人日本印刷産業連合会（じゃばにうむのページ）

[https://www.jfpi.or.jp/topics\\_detail6/id=184](https://www.jfpi.or.jp/topics_detail6/id=184)

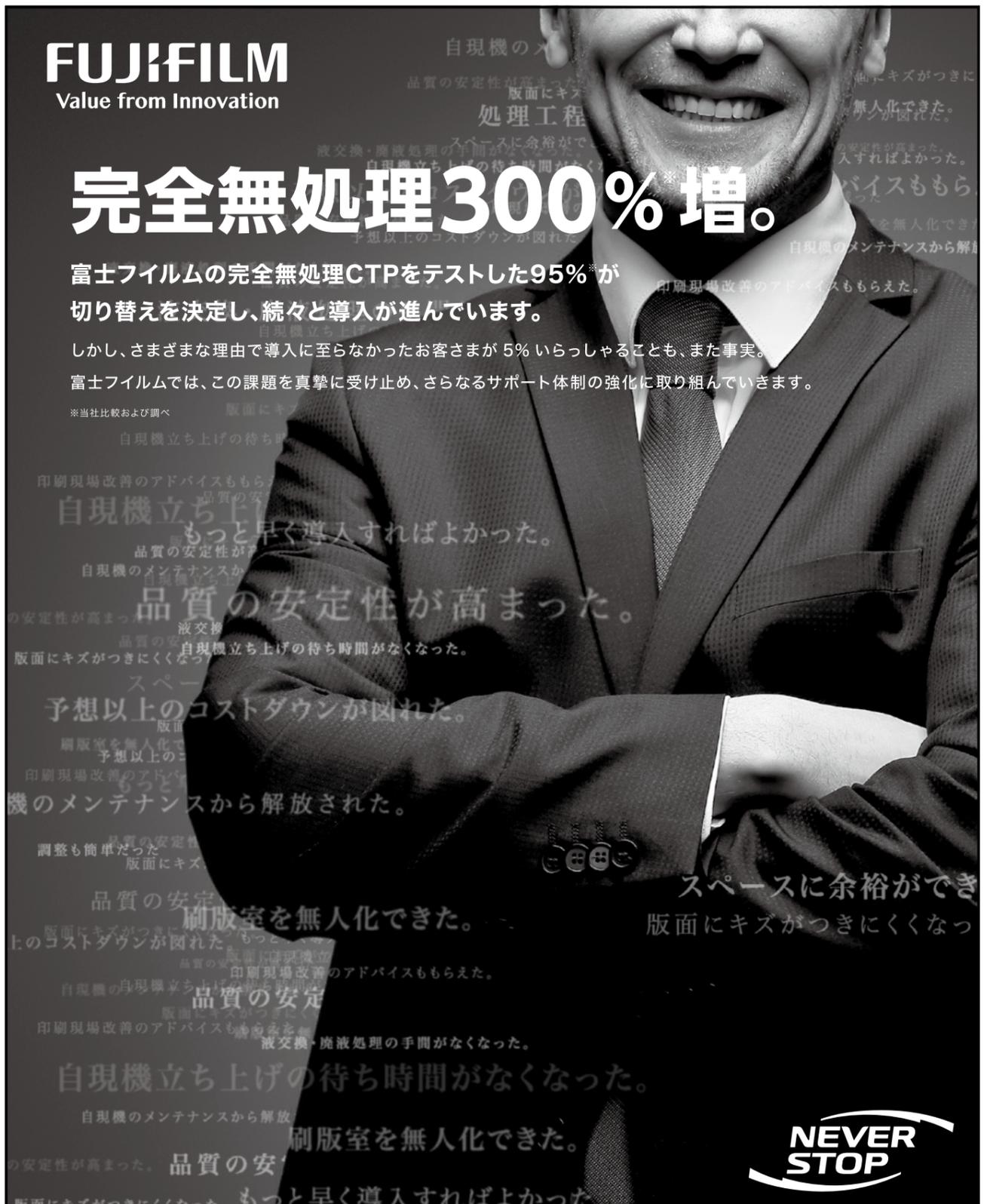
FUJIFILM  
Value from Innovation

# 完全無処理300%増。

富士フィルムの完全無処理CTPをテストした95%\*が切り替えを決定し、続々と導入が進んでいます。

しかし、さまざまな理由で導入に至らなかったお客さまが5%いらっしゃることも、また事実。富士フィルムでは、この課題を真摯に受け止め、さらなるサポート体制の強化に取り組んでいきます。

\*当社比較および調べ



NEVER STOP

完全無処理の時代は、富士フィルムがつくる。

## SUPERIA 完全無処理CTPプレート

■完全無処理プレートを導入されたお客さまの声をご紹介します。

FFGS 無処理



富士フィルム グローバル グラフィック システムズ株式会社

# ジャグラPODアンケート結果

## 8割近くの会員が、今後、IoT化により営業部門を強化したいと回答!



教育・技術委員会 POD研究部会

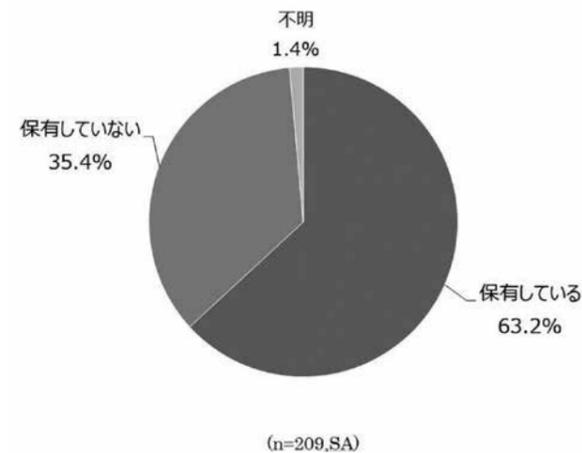
ジャグラ POD 研究部会（原田大輔部会長、熊谷正司担当副会長）が実施した「POD アンケート調査」の報告書が、このほど公表されました。以下、概要を掲載いたします。

×

### 調査概要

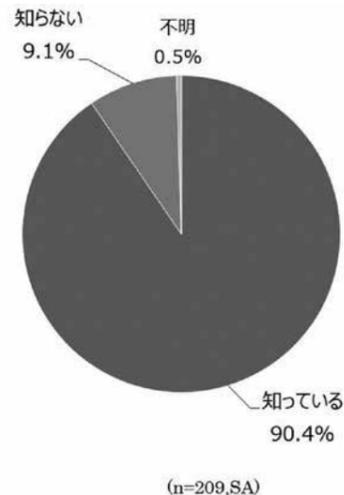
#### Q1 印刷機の保有状況について

- オフセット印刷機を保有していない会社が4割近くを占めている
- デジタル印刷機保有が8割を超えている



#### Q2 IT化、IoT化という言葉をご存知ですか？

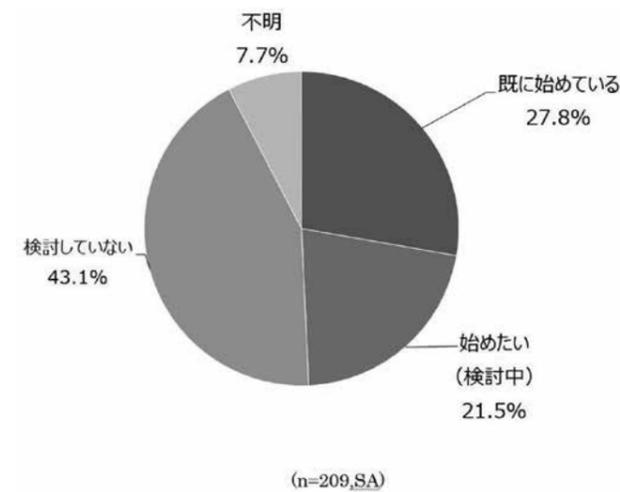
- IT化、IoT化を知っている会員が9割を占めている



#### Q3 IT化、IoT化について何か始めていますか？

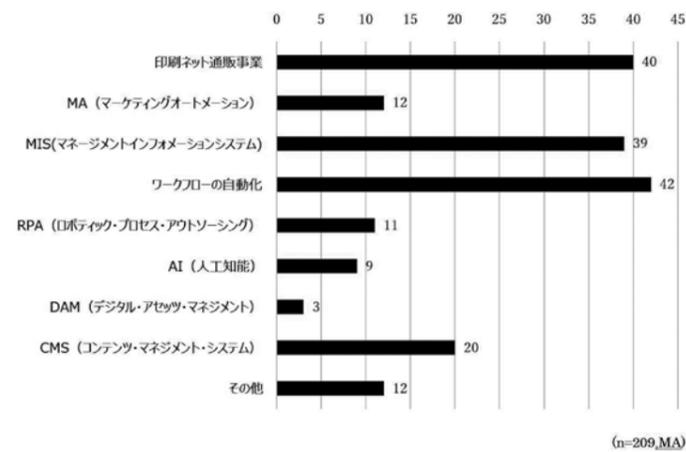
※前設問で「知っている」と回答した方への質問

- 約半数の会員がすでに始めているか、始めたいと回答



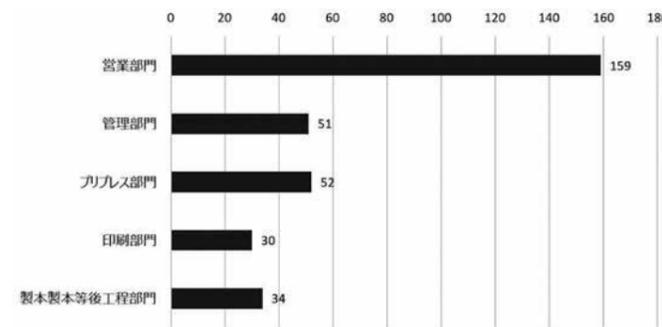
#### Q4 前設問で「既に始めている」、「始めたい(検討中)」方に質問ですが、それはどういったものですか？

- ワークフローの自動化や印刷ネット通販事業についての要望が多い



#### Q5 今後、どの分野を強化したいと考えていますか？

- 76%の会社が営業部門を強化したいと回答



#### Q6 IT化、IoT化に関するご質問、ご要望について

- ◎安価なシステムはあるか？ 何から手を付けたらよいか？
- ◎3Dプリンターで何ができるか知りたい。
- ◎IoTについてよくわからないので、簡単なマニュアルを作って配布したらいいと思う。
- ◎IoT化を推進している事業所紹介等の情報発信をお願いします。
- ◎RPAは「多くの顧客がありがたいと考える内容の対応」で「個別の顧客がありがたいと考える内容に対応する」のは、RPAでなく人間が対応するように分別できるとより細かいサービス提供ができる。
- ◎経理システム、営業管理、見える化等ICT化は進めているが、営業に対するICT化は進んでいない。IoTは一つの事業として考えている。ITはICTに言い方を統一したほうがよい。
- ◎ネット受注、見積もり、製造工程管理やユーザー情報の有効活用などを一元管理することが理想だと思う。
- ◎研修会、講習会を開催してもらいたい。
- ◎ネット受注、アプリ等を知りたい。
- ◎年齢80を過ぎて新しいことは理解できなくなった。
- ◎環境にやさしい企業を目指し、営業活動での車の使用を必要最小限にする取り組みを考える。
- ◎ジャグラ会員だけが使えるワークフロー自動化システムがあったらいいですね。
- ◎活用事例をコストとセットで知りたい。
- ◎これらの技術革新には高額な費用がかかります。対応可能な企業もあればそうでない企業もあり、ジャグラ会員では後者が圧倒的に多いのでは？ しかし、技術革新に対する必要性を考えた場合、クラウドを利用して会員のみが利用可能にする事は業界の役割だと思う。個々の企業対応を業界からのサービス事業にしてはどうか？
- ◎当社はグラフィックデザイン会社で、広告宣伝印刷物、

- Web制作などが主業務のため、印刷に関してはデータを投げる立場なので、IoTは直接関係がない。
- ◎ワークフローの自動化、AIを使った簡単なサービスはよいと思う。
- ◎事業承継における先代の金庫番からの引継ぎが困難。決済や支払いのスマート化が進まないと、入金業務が煩雑化して、役員、取締役が業務を停滞させてしまいかねない。
- ◎自社のPOD機はエラー時に遠隔で操作し修正情報を提示してくれるので助かる。IoTの具体的な状況がセミナーに出てわかりにくい。
- ◎IoTの前に全工程をシステム化する必要があり、それをしてなければ意味がない。
- ◎用語が未だ理解できない。勉強不足かも。
- ◎強化したい部門にシステム部門を追加してはどうか。
- ◎アナログをデジタル化するだけでなく、アナログ作業を機械化して作業時間を10分の1にする。
- ◎代表者がIT化に積極的でないと社員が必要を訴えても進まない。代表者にIT化対応をしなければ先がないことを理解してもらうことが急務。
- ◎IoT、AIなどを含めた広い意味でのICT対応は第4次産業革命と言われるほど世界的な潮流なのに、業界の危機意識が低すぎる。言葉の流行に惑わされず、戦略的な経営が必要だ。もっとアナウンスすべき。

### まとめ

POD研究部会では2017年4月よりPODについて最新情報の提供や事例紹介を行ってきた。その後2年が経過し、次の展開を考えるにあたり、PODはネットワーク接続が前提になっているため、周辺機器と接続してワークフローを自動化する、クラウドを活用して遠隔地で生産するなど、今までと異なる活用事例が生まれている。そこで今回は会員の実態を知るべく、IT化、IoT化についてアンケートを実施した。

その結果、IT化IoT化について知っているという会員が9割を占め、関心の高さを窺うことができた。今後強化したい分野を聞いたところ、8割近くの会員が営業部門を強化したいと答えた。また、自由回答では、「用語が理解できない」といった基本的な説明を希望する声が多かった。また活用事例を希望する声も多く寄せられたので、今後はPOD研究部会で対応を検討する。

# 「SMART FACTORY」の実現に向けて

## ～印刷産業の未来を考える～

プリントメディアを取り巻く環境は、いよいよ繋がる時代に向けて変化しその流れは、機械設備やワークフローを生かした自動化や省人化、新しいビジネスモデルの構築に向けて加速しています。

TSF2019 実行委員会は、繋がる時代のヒントをつかみ情報交換を行う場となる THINK SMART FACTORY 2019 を開催します。見て・聞いて・学ぶ場としてご活用ください。今までにない展示スタイルでみなさまをお迎えます。



## THINK SMART FACTORY 2019 IN KYOTO

<https://thinksmartfactory.com>

会期：2019年11月11日(月)～13日(水)

場所：みやこめっせ(京都市勧業館：京都市左京区岡崎成勝寺町9番地の1)

主催：TSF2019 実行委員会

運営：ホリゾン・インターナショナル株式会社

協賛：キヤノンマーケティングジャパン株式会社 / ダックエンジニアリング株式会社

富士フィルムグローバルグラフィックシステムズ株式会社 / 株式会社グーフ / 株式会社日本 HP

Hunkeler AG / 株式会社 JSPIRITS / コニカミノルタジャパン株式会社 / 株式会社レゾロジック

リコージャパン株式会社 / リョービ MHI グラフィックテクノロジーズ株式会社

株式会社 SCREEN グラフィックソリューションズ / TECNAU

協力：株式会社バリューマシーンインターナショナル



詳細情報はこちらから。  
本展示会は入場無料の登録制になります。



# TOKYO QUALITY.

すべてのSPコミュニケーションに最良の品質を。

## 東京リスマチック株式会社

なんでも相談窓口

プリントデスク ☎ 0120-269-132

平日(月～金) 9:00～17:00 E-mail: support@lithmatic.co.jp



Lithmatic  
<http://www.lithmatic.net>

# 初心者のための ウェブマーケティング入門⑦

## ウェブアクセス解析～コンバージョンの設定

ジャグラ事務局/Web担当 阿部奈津子



今回は Google Analytics (GA) を活用したユーザー集客分析について解説しました。今回は GA を活用するうえで重要な指標となるコンバージョンについて解説します。

### コンバージョンとは何か

GA のメニューを見ると「コンバージョン」という用語をたびたび目にすることになります。コンバージョン (Conversion) とは、直訳すると「変換」「転換」「転化」といった意味になりますが、ウェブマーケティングでは、最終的な成果、目標、ゴールのことを指し、「CV」と省略されることもあります。

この連載では、まず最初に GA の基本操作を解説してきましたが、実は GA でサイトを分析する際、一番最初にやらなくてはならないのは、サイトの最終成果をどこに置くか＝コンバージョンの設定なのです。コンバージョンを設定することで、サイトが目指すゴールを明確化し、GA の数値を漠然と眺めるだけでは見えてこなかったサイト改善点や、今後の課題を把握することができるようになります。

### コンバージョンの設定とコンバージョン率

コンバージョンとは、最終的な成果、目標、ゴールのことを指すと書きました。ウェブ広告を例に考えると、広告のコンバージョンは広告のリンク先ページへのアクセスとなります。このように、サービスの目的が明確な場合は、コンバージョンをどこに設定すべきかも明確です。

企業サイトのコンバージョンをどこに置くか考えた場合、「注文」「問い合わせ」「会員登録」「ダウンロード」などさまざまなものが想定できますが、ウェブマーケティングでコンバージョンを設定する際のポイントは、何をもち「ゴールへ到達した」とこととするか、サイト上での具体的なアクションをコンバージョンとして設定する必要がある点です。例えば、通販サイトなら注文フォームの送信完

了後や決済完了後に表示されるサンクスページの表示をコンバージョンに設定したり、見込客の獲得を目的としたサイトであれば、問い合わせや資料請求フォームの送信完了ページの表示をコンバージョンに設定するなどの例が挙げられます。

コンバージョンを設定することで、自社サイトを訪問したユーザーのうち、コンバージョンに至った件数の比率をパーセントで把握することができるようになります。これを「コンバージョン率 (コンバージョンレート、CVR)」といいます。コンバージョン率の計算方法は、「コンバージョン件数 ÷ セッション数 × 100」です。仮に、特定期間のセッション数が 1000 件、そのうちコンバージョンに至った件数が 4 件だった場合、コンバージョン率は 0.4% となります。訪問数が 100 件、コンバージョンに至った件数が 10 件だった場合、コンバージョン率は 10% となります。



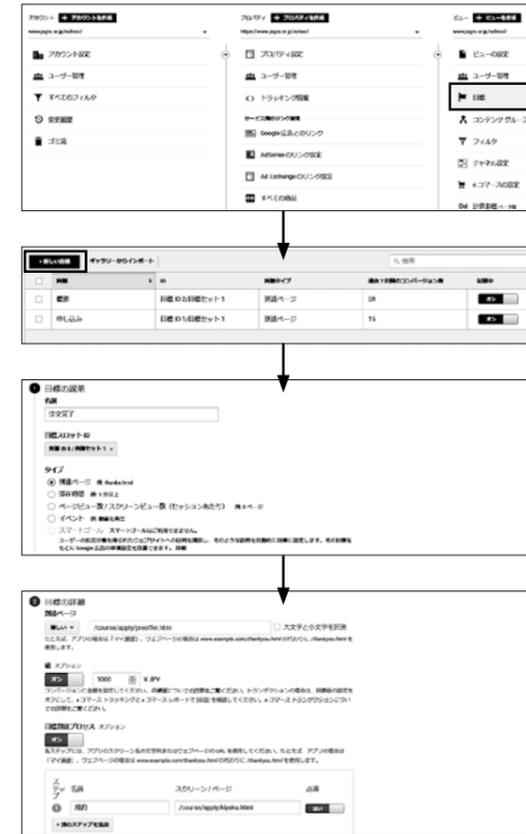
▲コンバージョンの設定例。「申し込み」をコンバージョンに設定し、申し込みフォーム送信後に表示されるサンクスページへの到達をもってコンバージョン達成とみなす。

### GA でのコンバージョン設定方法

GA でコンバージョンを設定するには、GA の左ナビゲーション下部にある歯車アイコンの「管理」を選び、次画面で表示される 3 列のうち、右列の「ビュー」→「目標」をクリックします。次画面で上部にある「+ 新しい目標」ボタンをクリックすると設定画面が表示されますので、「目標の説明」に名前を入力し、「タイプ」で「到達ページ」にチェックを入れ、「続行」ボタンをクリックします。次に、「到達ページ」にページ URL を正しく入力します。「値」オプションをオンにし金額を入力すると、コンバージョン

1 件あたりの目標額を設定できます。「目標到達プロセス」オプションをオンにすると、到達ページに至る前の経路を登録し、各通過ポイントでの離脱率を調べることができます。

目標は最大 20 件まで設定することができますので、自社サイトでユーザーに最終的に到達させたいページを登録してください。



▲GA の「管理」→「ビュー」→「目標」でコンバージョンを設定する手順。目標タイプは「到達ページ」のほか、「滞在時間」「ページビュー数」など数種類から選択できる。

### コンバージョンの確認

目標の設定後、GA 左メニューから「集客」→「概要」を選択すると、自社サイトにアクセスしたユーザーの流入経路 (チャンネル) を調べることができますが、画面上部の「コンバージョン」から定義した目標名を選択すると、各チャンネルからコンバージョンに到達した件数とコンバージョン率を確認することができます。

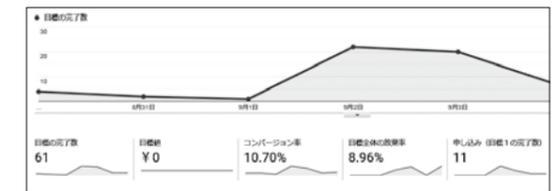
集客ユーザー	セッション	コンバージョン	コンバージョン率
1 Organic Search	459	382	83.2%
2 Direct	62	62	100.0%

### ●コンバージョンメニュー

目標の設定後、GA の左メニューから「コンバージョン」→「目標」を選択すると、コンバージョンに関わるさまざまな指標を見ることができます。

#### ① 概要

「コンバージョン」→「目標」→「概要」を選択し、画面上部の「目標のオプション」欄から確認したい目標名を選択すると、設定期間内のコンバージョン完了数、コンバージョン値、コンバージョン率、プロセス内での放棄数が表示されます。

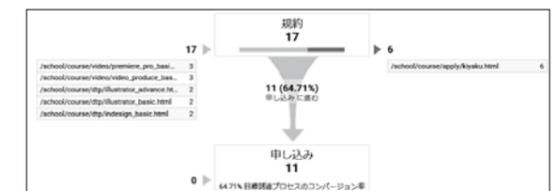


#### ② 目標パスの解析

「コンバージョン」→「目標」→「目標パスの解析」では、ユーザーがコンバージョンページに到達する直前に見たページがどこなのかを確認することができます。

#### ③ 目標到達プロセス

「コンバージョン」→「目標」→「目標到達プロセス」では、「管理メニュー」→「ビュー」→「目標」で定義した「目標到達プロセス」における各プロセスでの離脱数、離脱率をビジュアルで確認できます。



▲「コンバージョン」→「目標」→「目標到達プロセス」で表示されるビジュアル。上図の例では、ゴール到達手前のページからゴールページへ行くまでに 6 件の離脱があったことがわかる。

サイト運営者がコンバージョンに設定する「注文」「決済」「登録」などのアクションは、ユーザーが非常にナーバスになる局面でもあります。商品をカートに入れ、注文確定ボタンを押す直前で注文を取り止めた経験は誰しもあるのではないのでしょうか。また、フォームに入力する情報が多すぎて面倒くさくなって途中で止めてしまったことはないのでしょうか。このように、コンバージョン到達直前のアクションはコンバージョン率に重大な影響を及ぼす部分であるため、それらを見直すことでコンバージョン率の改善につながる可能性が非常に高いと考えられます。

(つづく)

## 高品位フルカラーデジタル印刷機

## Impremia C Series

インプレミアCシリーズは、KOMORIブランドの高品位フルカラーデジタル印刷機です。当社開発のカラーマッチングソフトウェアK-ColorSimulator 2との運用でオフセット印刷との容易なカラーマッチングを実現します。プロフェッショナルプリンティングの世界で求められるハイレベルなニーズに呼応。オフセット印刷に迫る高画質・高精細出力、美しさが変わらない卓越した画像安定性、広範な用紙対応力、そして付加価値を高めるフィニッシャー群を有し、高度な製品技術力と新たなワークフローによるトータルソリューションで、印刷事業における新しい価値を創造し、イノベーションをもたらします。

その仕事、  
KOMORIのPODに  
お任せください！

POD特設サイトにて  
ラインアップ・活用事例を紹介中



Digital On Demand : The Next Komori Solution

sales tax  
|お|知|ら|せ| 10月からの消費税増税について

印刷業界は、平成26年に表示と転嫁のカルテルを申請して受理されましたが、この措置は引き続き有効ですので、改めてお知らせいたします

×

消費税が社会保障の充実・安定化と財政健全化を目的に10%にアップされますが、印刷業界では、ジャグラなど印刷関連10団体で構成する日印産連が、消費税の表示・転嫁カルテルを実施する旨、公正取引委員会に申請して受理されています。

会員各位は、上記の表示・転嫁カルテルに参加していることとなりますので、正しい表示と乗値上げと指摘されない適正な転嫁をお願いします。また、印刷業界は協力会社が多く存在することもあり、中小・零細企業であっても発注者となる場合がありますので、転嫁を認めない等の行為のないようにお願いします。

## ●カルテルとは

カルテルとは「企業間の明白なあるいは暗黙の協定により価格の決定その他の企業行動を相互に制約して、市場における競争を制限する企業の協同行動」(世界大百科事典)をいいますが、カルテルは価格維持に使われ、公正な競争を阻害することから、独占禁止法等で原則禁止されています。

今回、消費税率の引上げに伴い、消費税を円滑かつ適正に転嫁できる環境を整備するため、消費税転嫁対策特別措置法では、事業者または事業者団体は、公正取引委員会に事前に届け出ることにより、消費税の転嫁及び表示の方法の決定に係る共同行為(転嫁カルテル・表示カルテル)を独占禁止法に違反することなく行うことができることと規定されており、印刷業界はこの申請をしたものです。

## ●表示カルテルとは

「消費税についての表示の方法の決定」についての共同行為で、全ての事業者または事業者団体が行うことができます。表示カルテルとして行うことができる行為は、例えば以下のとおりです。

〈具体例〉消費税率引上げ後の価格について統一的な表示方法を用いる旨の決定

## ①税込価格を表示する場合

- 例1=「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示  
例2=「税込価格」と「税抜価格」とを並べて表示

## ②税込価格を表示しない場合

- (4 総額表示義務の特例(下記※参照)を利用する場合)  
例1=個々の値札に、税抜価格を表示した上、「+税」と表示する旨の決定  
例2=個々の値札は税抜価格を表示した上、商品棚等の消費者に見やすい場所に、「消費税は別途いただきます」などと表示する旨の決定

## ※総額表示義務の特例

消費税転嫁対策特別措置法では、二度にわたる消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保及び事業者による値札の貼替え等の事務負担に配慮する観点から、総額表示義務の特例として、平成25年10月1日から平成29年3月31日(その後、令和3年3月31日まで延長されています)までの間、現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置

を講じていけば税込価格を表示することを要しないこととされています。

## ●転嫁カルテルとは

転嫁カルテルとは、「消費税の転嫁の方法の決定」についての共同行為です。転嫁カルテルを行うことができるのは、主に中小事業者やその団体です。転嫁カルテルとして行うことができる行為は、例えば、以下のとおりです。

〈具体例〉各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格に消費税額分を上乗せする旨の決定

消費税率引上げ分を上乗せした結果、計算上生じる端数について、対象となる商品の値付け単位、取引慣行、上乗せ前の価格からの上昇の割合等を考慮して、切上げ、切捨て、四捨五入等により合理的な範囲で処理する旨の決定

例1=本体価格98円×8%=消費税額7.84円→8円

例2=本体価格93円×8%=消費税額7.44円→7円

【以下のような行為は認められません】

〈具体例〉消費税率引上げ後の税抜価格(本体価格)又は税込価格を統一する旨の決定

消費税率引上げ分と異なる額(率)を転嫁する旨の決定  
合理的な範囲を超える不当な端数処理を行う旨の決定、など

## ●転嫁拒否等の行為の禁止

消費税転嫁対策特別措置法は、消費税率の引上げに当たって、消費税の転嫁を拒否する行為等を禁止しています(平成25年10月1日から平成29年3月31日(その後、令和3年3月31日まで延長されています)までの措置)。

今般の消費税率引上げに当たり、中小事業者を中心に、消費税の価格への転嫁について懸念が示されていることから、これらの中小事業者等が消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備するため、消費税の転嫁拒否等の行為に対して、政府一丸となって監視・取締りを行っていくこととしています。

〈禁止されている行為とは〉

消費税の転嫁拒否等の行為として、消費税転嫁対策特別措置法で禁止している行為は、次の類型です。

- ①減額、②買ったたき、③商品購入、役務(サービス)利用、利益提供の要請、④本体価格での交渉の拒否、⑤報復行為。

これら行為があった場合、公正取引委員会、事業を所管する大臣等(印刷の場合は経済産業大臣)、中小企業庁長官等が報告を求めたうえ、検査、指導、是正、措置を行うことになっています。

転嫁拒否等の行為を受けたら公正取引委員会取引企画課(電話03-3581-5471)にご相談ください。

## ●転嫁を阻害する表示等の禁止

消費税転嫁対策特別措置法では、あたかも消費者が消費税を負担していない又は軽減されているかのような誤認を消費者に与えないようにするとともに、納入業者に対する買ったたきや、競合する小売業者の消費税の転嫁を阻害することにつながらないようにするため、事業者が消費税分を値引きする等の宣伝や広告を行うことを禁止しています。

会員の皆さまは、顧客より上記のご相談がありましたら十分にご留意ください。

10%

# 委員会通信 ジャグラ各委員会の活動をご紹介します

## 8.1 教育・技術委員会 議事録より

本誌ではこれまで、理事会などの議事録抄録の掲載を通して、各委員会の状況をお知らせしてきましたが、『もう少し詳細な活動内容を会員の皆様に伝えて欲しい』という中村会長の強いご意向もあり、新たに「委員会通信」というタイトルで各委員会の議事録を紹介しています。

x

### 全国協議会の企画

11月15～16日で開催する全国協議会の企画内容について検討した。決定事項と主な意見は下記の通り。

#### 【決定事項】

- ①セミナーは、働き方改革と生産性向上で1本にまとめる。時間は90～120分程度。
- ②生産性向上をテーマとすることから、講師選定は生産性向上部に進めてもらう。正式依頼にあたって、教育・技術委員会委員長と講師の面談を実施する。→講師選定中。
- ③テーブルディスカッションは8グループ。生産性向上部会の委員にテーブルリーダーを務めてもらうよう打診する。
- ④会員の事例発表を1～2社行う。
- ⑤各テーブルの距離をなるべく広くとる。
- ⑥2日目に各テーブルからの発表を行う。発表時間は1テーブル5分程度とする。
- ⑦M&A部会からの活動報告は、2日目に30分で実施する。
- ⑧2日目にジャグラコンテストPRとして5分時間をとる。

#### 【主な意見】

- ◎「生産性向上」の定義が曖昧なため、共通認識をもつべき。
- ◎各自が考えている「生産性向上」の内容と、専門家が考える「生産性向上」の内容とはだいぶ違う（例えば「モチベーションアップが必須項目である」など）。
- ◎生産性向上は、効率アップと付加価値アップの2つの方向性があるので、分けて考えないと話が分かりづらくなる。
- ◎従業員規模や工場規模によって各社事情が違うことから、講師は中小零細企業の現状を理解している中小企業診断士の資格をもつ人物が望ましいのではないかと。

### Adobe CC 規約変更の件

アドビシステムズが提供するクラウド製品「Adobe Creative Cloud（以下CC）」の規約が、本年5月9日に突然変更された。この件について会員への周知方法を検討した。

#### 【決定事項】

- ①機関誌の記事として掲載することになった。記事は事務局が執筆し、クレジットは教育・技術委員会委員長名とする。
- ②一部、技術的なサポートが必要な部分（古い認定バージョンのインストーラの入手方法）については、ジャグラBBで操作方法を解説し、そちらを視聴してもらうようにする。

### 報告・伝達事項

#### ●プロフェッショナルDTP&Webスクールの運営

- ①オーダー研修、講師派遣、委託研修実績について報告した。
- ②アドビスクールパートナーの今年度加入を見送った件について報告した。
- ③スクール会場の9Fへの移転日が8月19日に決定した件について報告した。

#### ●ジャグラコンテスト部会

- ①部会、専門委員会議の実施について報告した。
- ②ジャグラコンテスト第5回募集結果について報告した。
- ③第一次審査の進捗状況について報告した。
- ④全国協議会2日目に5分間PRを行うことが決定した。

#### 【主な意見】

- ◎会員からの申込が年々減少しているため、今後は会員外申込20%を目標に集客活動を行っていく必要がある。
- ◎マイスターを講師とした全国セミナーを開催してはどうか。

#### ●POD研究部会

- ①8/1（木）13:00より部会を開催した。
- ②(株)Amazing Dayを部会に招致し、印刷APIサービスについて説明を受けた。内容について機関誌に掲載予定である。

#### ●ジャグラBB部会

- ①ジャグラBBアクセス数、番組制作実績、今後配信予定の番組を報告した。
- ②若い女性レポーターによる工場探訪シリーズの企画については、レポーター選びが難航している。
- ③会員にもっとジャグラBBを視聴してもらうため、全国協議会でジャグラBB番組投票を行うことが決定した。

以上

◎出席 宮崎真委員長、熊谷正司副会長、中村耀会長、笹岡誠理事、谷川聡理事、原田大輔理事、向井一澄理事、木戸敏雄氏、山本一幸氏、沖敬三専務理事、守田輝夫常務理事、並木清乃事務局長、阿部奈津子（事務局）

## プリントメディアの総合商社

# SHOWA

そろそろこのマシンもガタがきてるな… 何か新しいことを始めないと… 最近の技術についていけない…  
 うちも本気でカラーマネージメントをやらないと…  
 次の基幹システムはどうしよう… そろそろ買い替え時だな…  
 よその会社はどうしてるんだろう…  
 新システムを導入しても、使いこなせてないな… **やばい！また資材がきれてる…**  
**また発注ミスが…** お客様との連携がうまくないな… もう少し効率よくできないものか…  
 最近トラブル続きだな… **またクレームだ…**  
 何か新しい提案ができないかな… 負担をもう少し減らせられないものか…



## そんな悩みを

# SHOWAが解決します！

機資材 + 技術サービス + システムサービス + コンサルティング

## SHOWAなら…

- ★アフターフォローも万全
- ★ユーザー会で密に情報交換
- ★創業90年の実績
- ★軽快なフットワークが自慢
- ★提案型営業でしっかりサポート

21世紀のグラフィックアーツを共に考えるSHOWAユーザー会

コラボレーション&リサーチ  
**「SHOWA会」**  
 へのお誘い

— 年間の活動 —

- 研修会 ●工場見学会 ●総会・幹事会
- 会報・メールマガジンの発行 ●有志グループ活動

①お問い合わせ、入会お申し込みは事務局まで

**SHOWA会 事務局** TEL:03-3263-6141 FAX:03-3263-6149

# 一步先ゆく



〒101-0065 東京都千代田区西神田 2-7-8 TEL 03-3263-6141 (代) FAX 03-3263-6149  
<http://www.showa-corp.jp>

# Adobe Creative Cloudの規約が変更されました 過去バージョンの一部が「非認定バージョン」となり、原則使用禁止に

ジャグラー教育・技術委員会 委員長 宮崎 真

アドビ社が提供するクラウド製品「Adobe Creative Cloud (以下Adobe CC)」の規約が、5月9日に変更されました。

×

Adobe CCは、CS6以降リリースされたすべてのバージョンを自由にインストールし、使用できることをメリットのひとつとしていましたが、規約変更後はアドビ社が指定した「認定バージョン」のみ使用が許され、その他の「非認定バージョン」についてはアンインストールの上、速やかに使用を中止することが推奨されています。

本件については、業務上過去バージョンの使用が必要となる印刷業界にとって影響が大きく、規約変更にあたって事前告知がなかったことも相まって、経営者および制作現場の方から不安の声が少なからず聞こえてまいりました。そうした事態をふまえ、ジャグラーでは会員の皆様が不安なくAdobe CCの使用を継続していただけるよう、規約変更の概要をわかりやすくお伝えすることとしました。

以下、Adobe CC規約変更のポイントとなりますので、ご一読ください。

## 1) 主なDTP関連製品の認定バージョン

DTP3大アプリケーションであるIllustrator, Photoshop, InDesignの認定バージョンは下記の通りです。

- ①Illustrator…すべて使用可（非認定バージョン無し）
- ②Photoshop…CC 2017～CC 2019（CC 2015以前のバージョンは非認定）
- ③InDesign…CC 2014～CC 2019（CC以前のバージョンは非認定）

※Adobe CCには他にもさまざまな製品が含まれますが、認定バージョンは製品ごとに異なりますので、詳しくはアドビ社のサイトでご確認ください。

※認定バージョンと非認定バージョンのリストは次頁の表のとおりです（下記アドビ社Webサイトより転載）

<https://helpx.adobe.com/jp/enterprise/kb/remove-unauthorized-versions.html#listofproducts>

※認定バージョンリストに記載されているバージョン番号は、一般的に知られている製品バージョンと異なるため、ご注意ください。例) Photoshop CC20=Photoshop CC 2019、Photoshop CC19=Photoshop CC 2018

## 2) パッケージ製品は対象外

本件は、月額制のAdobe CCアプリケーションに関するもの

で、CS6以前の買い切り制パッケージ製品、その他、他団体が販売する特別ライセンス等には適用されません。

## 3) 古い認定バージョンのインストールにはひと手間必要

規約変更前まで、Adobe CCのデスクトップアプリからすべてのバージョンをインストールすることができましたが、現在ほとんどの過去バージョンはデスクトップアプリからインストールできなくなりました。

PC入れ替え等で、Illustrator CS6やInDesign CC2014などの古い認定バージョンをインストールしたい場合は、Creative Cloudグループ版の管理者向けサービス「Admin Console」からインストーラーの入手が可能です。Admin Consoleからインストーラーを入手する方法については、ジャグラーBBにて操作手順の動画を配信中ですので、ぜひご覧ください。



▲ Adobe CC デスクトップアプリからインストール可能なIllustrator、CC23.0 (Illustrator CC 2019) 以降しかインストールできない。

## 4) 非認定バージョンの使用を継続するとどうなる？

非認定バージョンの使用を続けた場合、ユーザーはアドビ社以外の第三者から権利侵害として訴えられる可能性があるとのこと。そのため、ただちに使用を中止することが強く推奨されています。非認定バージョンで作成されたデータを抱える会社も多いと思いますが、規約変更後のルールに則った対応を進めていただきたいと思います。

×

**【注意事項】** 本記事は、2019年8月30日時点での情報を元に作成しています。今後内容が変更される可能性があります。ご了承ください。なお、本件に関するご不明点は、Adobe CCをご契約なされた販売店もしくはアドビ社サポートまでお問い合わせください。

## ●認定バージョンと非認定バージョンのリスト

以下の表にお探しの製品がない場合は、当該製品のすべてのバージョンをご利用いただけます。

製品	認定のメジャーバージョンとドットリリース	非認定のメジャーバージョンとドットリリース
Photoshop	CC 20、CC 19、CC 18.1.7	CC 18.1.6 以前、CC 17、CC 16、CC 15、CC 14、13
InDesign	CC 14、CC 13、CC 12、CC 11、CC 10	CC 9、8
Premiere Pro	CC 13、CC 12	CC 11、CC 10、CC 9、CC 8、CC 7、6
Media Encoder	CC 13、CC 12	CC 11、CC 10、CC 9、CC 8、CC 7、6
After Effects	CC 16、CC 15	CC 14、CC 13、CC 12、11
Animate	CC 19、CC 18	CC 16、CC 15、CC 14、CC 13、12
Audition	CC 12、CC 11	CC 10、CC 9、CC 8、CC 7、CC 6、5
Lightroom Classic	CC 8、CC 7、CC 6.14 (2019年3月13日以降にダウンロード)	CC 6、CC 5、CC 4
Bridge	CC 9、CC 8	CC 7、CC 6
Prelude	CC 8、CC 7	CC 6、CC 5、CC 4、CC 3、CC 2、1
SpeedGrade	この製品の提供は終了しています。	CC 9、CC 8、CC 7、6
Captivate	Captivate 2019、Captivate 2017 (10.0.1)	Captivate 2017 (10.0.0)

(アドビシステムズ社ウェブサイトより転載)

# Column

## 震災乗り越え、「手づくり」で事業再開

e-中小企業ネットマガジンVol.889より転載 ([http://www.chusho.meti.go.jp/e\\_chusho/index.html](http://www.chusho.meti.go.jp/e_chusho/index.html))

2011年3月11日に発生した東日本大震災による大津波で、3つの工場すべてが全壊・消失し、従業員55人中3人が犠牲になった笹かまぼこメーカーの「ささ圭」（宮城県名取市）。しかし、わずか4か月後には事業を再開。震災前の年商約7億円には届かないものの、2018年11月期の売上高は約5億円まで復活した。

製造設備も製法データも顧客・取引先名簿もすべて流された中、短期間で再開できたのは「手づくり」が鍵だ。名取市閉上（ゆりあげ）地区にあった工場跡地を掘り起こすと、製造に使っていた金串が約3000本出てきた。石臼で魚を摺って、金串に手付けして焼くという昔ながらの製法ならば可能だ。ところが、佐々木圭亮社長をはじめ従業員は誰一人、手づくり製法を知らなかった。笹かまぼこの製造が機械化されて50年以上も経っていたからである。

そこで頼ったのは、社長の父である創業者の佐々木圭司会長（2017年に死去）だ。当時89歳で事実上引退していたが、従業員たちに手づくり製法を教えた。

石臼だけで摺り合わせる製法は、季節や温度、湿度などの違いが出来上がりに大きく影響する職人技だが、従業員らは着実に技能を向上させた。内陸部に唯一残った売店を改造し、「手造り笹かま工房」として開店したのは7月1日。工程すべて

が手づくりの、「手わざ笹かまぼこ」の製造販売をスタートさせた。

佐々木社長は「震災で（工場など）形のあるものは全て失ったが、（職人技という）形のないものだけは残った。目に見えないものこそ大切にしていかなければならないことに気づかされた」と話す。

2012年2月には仮設店舗「閉上さいかい市場」に出店。同年9月には新本社工場を竣工し、製造ラインによる量産を再開した。2019年4月には仮設店舗の閉鎖・常設化に伴い「閉上かわまちテラス店」を開業した。

震災は「事業再開」だけでなく、結果として「事業承継」も早めることになりそう。佐々木社長の長男の堯さんは震災当時、東京の大学1年生。渋谷の家電量販店のテレビから偶然、故郷が流されるシーンを見て言葉を失った。それまでは「いずれは継ぐのだろう」と漠然と考えていたが、震災を機に「東京出張所」の名刺をつくり、展示即売会で笹かまぼこを販売した。「事業を復興させている今こそ、この会社に関わっていきたい」と卒業後は即座に入社し、27歳となった今は常務の肩書きを持つ。佐々木社長は、自身が70歳、堯さんが30歳となる3年後に社長を譲る考えである。

### ジャグラ

#### 7.25-26 モトヤコラボフェアに出展

東京グラフィックス青年部 FACE

東京グラフィックス（ジャグラ東京地協）の青年部であるFACE（稲満信祐会長）は、7月25～26日、アキバスクエアにおいて開催されたモトヤコラボレーションフェア2019にブース出展しました。

×

同フェアは、例年7月頃に開催されるイベントとして定着しており、今回のテーマは「販促×環境×自動化印刷で実現する次のビジネスチャンス!!」。

出展にあたり、FACE内にプロジェクトチームを組み準備を進めた。会場もアキバスクエアという秋葉原駅目の前で立地も良く、両日ともに大勢の来場者が訪れました。

FACEは2小間ブース出展し、フェアに合わせて入会促進用のチラシを制作、東京グラフィックスの紹介パンフレットと一緒にセット配布した。今回フェアには、プロジェクトメンバーの各社（株）緑陽社、インフォマネージ（株）、（株）向陽デジタルワークス、菁文堂（株）もそれぞれチラシ、商材、パネルを用意し来場者にPRをしました。

（報告：東グラ事務局・吉野玲緒）



モトヤコラボフェアで大いにPRしたFACEの出展ブース

### ジャグラ

#### 8.21 PrintNext 2020の概要発表

ジャグラ青年部 SPACE-21 は広報を担当

PrintNext 2020（東海林正豊運営委員長、略称プリネク）の開催概要が発表されました。

×

プリネクは隔年で開催される印刷業界青年部の一大イベ



プリネク2020記者会見の様

写真左:右端は本村豪経SPACE-21代表幹事/写真右:ブロック長の皆さん

ントとして定着しており、ジャグラ青年部「SPACE-21」「全国青年印刷人協議会」「全国印刷緑友会」の、印刷関連青年部3団体を主催として、来年2月15日、秋田市の秋田文化会館で開催されます。テーマは「Find the Future～人間力で世界価値を創造しよう!～」。

プリネクでSPACE-21は主として広報を担当しますが、田村勉氏（東京グラフィックス青年部FACE/（株）文成社）が広報部会長を務めています。プリネクでは、全国8ブロックに分かれてテーマに沿った企画をし、実践内容を当日に発表します。また、中小企業庁から前田泰宏長官が「0次産業革命について」と題したセミナーを行う予定。前田氏は2010年のプリネクで公務員制度改革担当大臣参事官として基調講演を行っており、今回は改めて中小企業庁長官としての視点から、経済・産業について講演することです。

※プリネク公式サイト：<http://www.printnext.jp/>

（報告：東グラ事務局・吉野玲緒）

### ジャグラ

#### 8.31 幹事会を広島で開催

ジャグラ青年部 SPACE-21

去る8月31日、ジャグラ青年部SPACE-21は広島市袋町のバルテにて幹事会を開催しました。

×

SPACE-21では夏に開催する幹事会を地方で行うことが恒例となっていますが、今年は中国地協青年部「楓翠会」（山本康彦会長）が担当となり、広島での開催となりました。

当日は、幹事会の前にお好み焼き体験会を企画。先発組の11名が11時より広島駅構内にあるお好み焼き体験ス

タジオ「OKOSTA（オコスタ）」にて、広島名物のお好み焼きの体験を行いました。

続いて幹事会会場のバルテにて14時から「全国キャラバン」担当幹事による打ち合わせを、15時半からSPACE-21広島幹事会を開催。欠席者なく、18名の幹事全員が全国より集結しました。

主な議題は、「全国キャラバン」「全国協議会宮城大会」「30周年記念事業」「規約改定」「プリントネクスト」など主要事業についての事業説明・協議を行い、予定していた3時間を少しオーバーしながら18時40分に終了。

18時45分からは懇親会を開催。愛媛・今治のバリイさんで有名な第一印刷（株）の西原社長、大阪からOGSの岡理事長、地元から宮崎中国地協会長と山本広島県支部長、賛助会員のリコージャパン様にゲスト参加していただき、SPACE-21幹事・楓翠会メンバーと合わせて総勢26名の懇親会となりました。

懇親会には茨城県青嵐会の稲本幹事のご子息「ひろくん」もサプライズ参加！ご承知の通り、以前、「ひろくん」の心臓移植募金においては、ジャグラ会員の皆さまにも多大なるご協力をいただきましたが、元気な姿を目の当たりにして参加者一同、元気をもらいました。

二次会は楓翠会メンバーの隠れ家のお店のスペースが用意されており、部屋飲みスタイルでくつろぎながら歓談タイムとなりました。会社の話をする人や、幹事会の続きを行う人もいて、結構まじめな二次会となりました。三次会以降は小グループに散らばって広島の夜を楽しみました。

翌9月1日は任意参加でエクスカッションが催され、広島平和記念公園内にある新装なった平和記念資料館の見学ツアーを開催。8名が参加しました。

今後もSPACE-21では、全国各地で交流する機会を企画することです。

（報告：ジャグラ事務局・今田豪）



OKOSTAにてお好み焼き体験



会場となったバルテ



全国キャラバン打ち合わせ



幹事会の様子



司会・山本広島県支部長



楓翠会・山本会長挨拶



本村代表幹事挨拶



ゲストの西原社長挨拶



岡OGS理事長による乾杯



ひろくんサプライズ登場  
左はお父様の稲本幹事



宮崎中国地協会長挨拶



二次会の様子



二次会で佐藤幹事が宮城大会をPR



広島平和記念公園



資料館を見学する皆さん

# 新 知 孔 温

## 懐かしき謄写印刷とその魅力

——今こそ先達の精神を学ぶとき



ジャグラー山形県支部長（中央印刷株）  
山形謄写印刷資料館 館長

後藤 卓也

### 続編

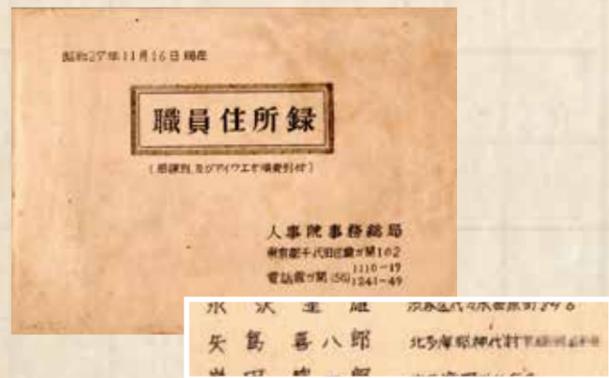
#### 第23回：有名人の無名時代

謄写印刷物を集めていると面白い資料に巡り合う時があります。中でも有名人の下積み時代や、無名時代の名を発見する場合があります。今回はクイズ形式にして有名人の無名時代についてお話いたします。

×

#### ●問1：有名作家の無名時代

最初に登場するのは、1952年（昭和27）11月16日付けの人事院事務総局発行「職員住所録」に出ている「矢島喜八郎」です。東京地方事務所勤務で住所は「北多摩郡神代村」。現在、推理作家の巨匠として、毎月のように新刊書を発表し続けている作家です。誰でしょうか？



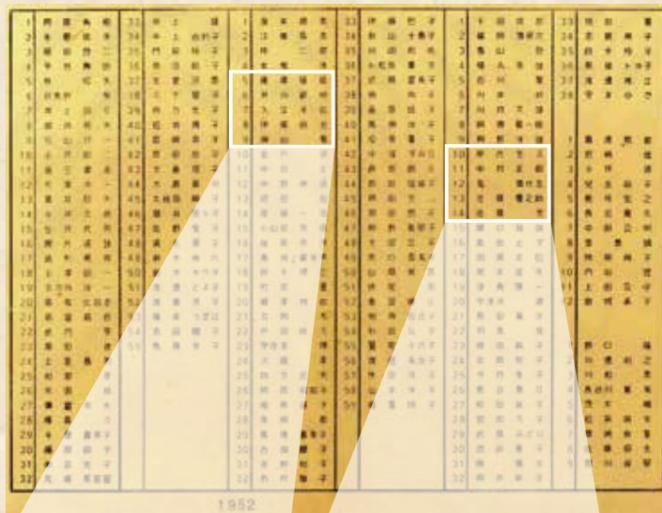
◎答え トラベルミステリー作家として著名な西村京太郎さんです。終戦後約11年間、人事院に勤務の傍ら小説を発表し、作家として一人立ちすべく退職し、数多くの著作を発表しました。十津川警部と亀井刑事が活躍するトラベルミステリーを読んだ方も多いと思います。

#### ●問2：「井川敏明」「中村正昭」とは誰か？

第9回に取り上げた俳優・佐藤慶さんが作った俳優座俳優養成学校の名簿の中に無名時代の俳優の名が出てきます。6番の「井川敏明」とは誰でしょうか？ ヒントは、



俳優・佐藤慶は自宅に謄写印刷機材を所有していた



5	穂積隆信	10	仲代元久
6	井川敏明	11	中村正昭
7	入江洋佑	12	鬼嶋代志
8	伊藤尚也	13	佐藤慶之助
9	神山豊	14	佐藤允

佐藤慶が製版・印刷した俳優座俳優養成学校生徒名簿より

西村京太郎作品のテレビドラマで、亀井刑事役で出演した俳優の無名時代の本名で、後に有名となる「穂積隆信」「入江洋佑」に挟まれています。佐藤慶さんの一期上の第3期俳優養成学校の生徒でした。

◎答え 後年俳優・テレビ司会者として有名になった愛川欽也さんです。

ところで、この俳優座俳優養成学校名簿には有名俳優の無名時代の名前が出てきます。仲代元久、中村正昭、佐藤慶之助、佐藤允等々。「佐藤慶之助」は佐藤慶、「仲代元久」は仲代達矢で、すぐわかると思いますが、それでは仲代・

佐藤の間に挟まれた「中村正昭」はいったい誰でしょう？

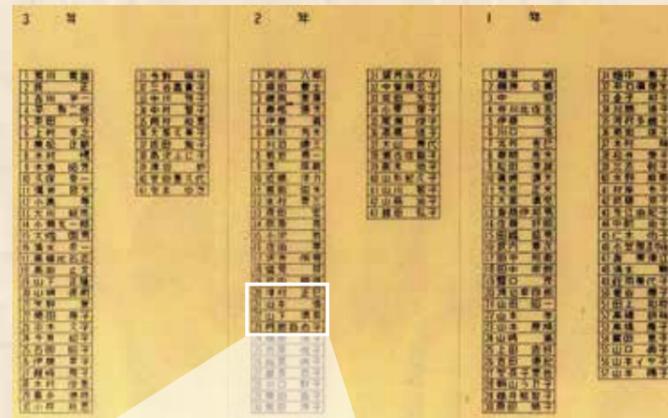
ヒントは国民的時代劇で「この紋所が目に入らぬか！」でおなじみの番組に長年出演していました。

◎答え ズバリ、風車の弥七役で活躍した中谷一郎です。

佐藤さんが作った名簿には、後に有名な俳優となる人たちの若き日の名前が多く出てきます。第2期には小澤昭一が、第3期では渡邊美佐子、渥美国泰、第4期には宇津井健が本名で出てきます。また、第5期には平幹二郎、第6期には今年亡くなった市原悦子、ドラえもんの声で有名な大山のぶ代、7期には川口浩、田中邦衛、露口茂、山本学といった人たちが出てきます。

#### ●問3：「山下清泉」とは誰でしょう？

佐藤さんが作った名簿の最後の問題です。「山下清泉」とは誰でしょう？ 後に俳優ではなく、脚本家として有名となり、NHKのテレビドラマを中心として活躍しました。



20	津村正巳
21	山本清
22	山下清泉
23	阿部百合子

佐藤慶が製版・印刷した俳優座俳優養成学校生徒名簿より

◎答え 「ジェームス三木」の筆名で有名となった脚本家の若き頃の名前です。

その他にも俳優座俳優養成学校時代は無名であっても、後に有名俳優になった人がいるかもしれません。興味がある方は調べてみて下さい。井川敏明や中村正昭、山下清泉のように本名で名簿に載っていますが、後に芸名で有名になった人がいるかもしれません。

#### ●問4：岩田豊雄と「海軍」

最後に謄写印刷とは直接関係ないのですが、第8回で「むつ新聞」や艦内新聞について触れましたが、岩田豊雄著「海

軍」に艦内新聞についての記述があります。

「艦内新聞は、二頁の夕刊だった。文章や絵に腕のある士官達が、発行兼印刷人となって、美濃紙大の用紙へ、謄写版で刷り込むのだが、なかなか隅に置けない編集振りである。まづ“磐手新聞”と日本の新聞特有の標示があって、明治天皇御製が日毎に掲げられ、次ぎに内外ニュース、正午の艦位航程、翌日の作業日報等が出ている。裏のページになると、ガラリと調子が変わって、寄港地案内とか、漫画川柳などがあると思えば、ヴェルレーヌの詩が出ていたり、近代的なコントがあつたりする。投稿は士官もするが、下士官水兵にも腕達者が多い。挿絵やカットも、手際がいいが、美人達が頻繁なのは、蓋し、読者が青年揃いのせいだろう。そして、面白いのは新聞の価格で、士官室以上が毎月三十銭、候補生は二十銭、水兵になると十二銭という。融通自在の公定価格だった。」

これを書いた「岩田豊雄」とは誰でしょうか。「海軍」は1943年（昭和18）に朝日新聞社から刊行された海軍を舞台とした小説です。



岩田豊雄著「海軍」表紙と奥付

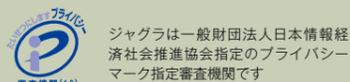
◎答え 正解は戦後大衆文芸小説で有名になり、最近リバイバルされつつある作家「獅子文六」の本名です。

ガリ版刷りの印刷物には「有名人探し」や、かつて同人誌に無名時代に投稿もしくは掲載され、有名になった後にふとした事がきっかけで発見される場合があります。限られた同人対象に100部程度しか作られず、歴史のやみに消えてしまった謄写印刷物は数多く、特に戦後すぐのものはまだまだ未知の同人誌が発掘される可能性があります。筆者も安部公房が駆け出しの頃に作ったガリ版刷りの同人誌を古本で購入した事がありましたが、整理が悪く、どこかにしまったまま探せず、紹介できないのが残念です。

(つづく)

月刊「グラフィックサービス」814号

■発行日 令和元年9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 <https://www.jagra.or.jp/>



■編集部 メール [edit@jagra.or.jp](mailto: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㈱ (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㈱ (東京・千代田支部)

RIP = 大日本スクリーン Trueflow  
 CTP = 富士フィルム XP-1310R  
 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  
 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LED-UVインキ(リサイクル対応型)を用い、環境に配慮した印刷工場にて生産されています。  
<https://www.nik-prt.co.jp/>

Copyright 2019 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。

## 事務局日誌と今後のスケジュール

### 2019年8月 事務局日誌

- 01日 ジャグラコンテスト部会(ニッケイビル)、POD部会(ニッケイビル)、教育・技術委員会(ニッケイビル)
- 03日 京都府支部総会(琵琶湖グランドホテル)、滋賀県支部総会(琵琶湖グランドホテル)
- 05日 4団体トップ話し合い・懇親会(神楽坂「志満金」)→中村会長・菅野副会長・沖専務
- 07日 日印産連理事会(日本印刷会館)→中村会長・菅野副会長
- 08日 プライバシーマーク現地審査(福島)
- 20日 プライバシーマーク現地審査(山梨)
- 21日 プライバシーマーク現地審査(神奈川)
- 22日 広報部会(ニッケイビル)
- 27日 プライバシーマーク現地審査(群馬)
- 31日 SPACE-21 幹事会(広島・バルテ)

### 2019年9月の予定(8.1時点)

- 03日 広報部会「ジャグラBB」インタビュー(ニッケイビル)→原田理事ほか
- 04日 日本自費出版文化賞最終審査会&記者発表会(吉祥寺・東急REIホテル)→中村会長・沖専務、プライバシーマーク審査会(ニッケイビル)
- 06日 プライバシーマーク現地審査(兵庫)
- 07日 SPACE-21 キャラバンセミナー(ニッケイビル)、関東地協神奈川大会/総会・懇親会(箱根湯本温泉「吉池旅館」)→沖専務・並木事務局長
- 10日 プライバシーマーク現地審査(愛媛)
- 11日 POD部会(ニッケイビル)、東京グラフィックス理事会(ニッケイビル)→沖専務
- 12日 ビジネス推進委員会・生産性向上部会・マーケティング部会(ニッケイビル)
- 13日 総務委員会(ニッケイビル)、日印産連「印刷の月」記念式典(ホテルニューオータニ)→中村会長、沖専務理事、並木事務局長、他
- 17日 経営基盤強化委員会(ニッケイビル)
- 18日 プライバシーマーク現地審査(東京)
- 20日 JIPDEC 指定審査機関会議(札幌)→斎藤プライバシーマークセンター長ほか
- 24日 広報部会+作品展ヒアリング(ニッケイビル)
- 30日 東京都の公益法人立ち入り検査(ニッケイビル)

### 2019年10月の予定(8.1時点)

- 03日 CSR委員会(ニッケイビル)
- 04日 M&A部会(札幌)
- 07日 プライバシーマーク審査会(ニッケイビル)
- 08日 ジャグラコンテスト部会(ネット会議)
- 10日 プライバシーマーク現地審査(神奈川)
- 12日 日本自費出版ネットワーク「自費出版アドバイザー研修会」(ニッケイビル)
- 13日 日本自費出版文化賞表彰式(アルカディア市ヶ谷)→中村会長
- 16日 日印産連ステアリングコミッティ&専務理事連絡会議(日本印刷会館)→中村会長・沖専務
- 23日 小森会・総会事業(ホテルイースト21東京)
- 25日 山本副会長の藍綬褒章を祝う会(リーガロイヤルホテル)→中村会長・沖専務
- 26日 ジャグラコンテスト2次審査(DTPスクール)

### ■ご案内 最新スケジュールはHPでご案内!

最新情報は公式ホームページにてご案内しています(<https://www.jagra.or.jp/events/>)。

## 事務局便り

【編集部より】今回から「編集後記」を改め、「事務局便り」として、事務局情報を中心にお届けします。執筆は並木事務局長です。

9月は防災月間です。先日、事務局の防災グッズを見直したところ、非常食セットの賞味期限が切れていました。5年間の長期保存だったので油断していました。慌てて非常食と水を手配! 災害は忘れたころにやってくる—皆様の会社でも災害時の備えを忘れずに。そして非常食の出番がないことを祈っています。(K.N)

## 今月のおすすめ番組

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



### ビジネスマッチングサロン2019(第5回) 東京グラフィックス提供

東京グラフィックスで開催しているビジネス交流会での各社プレゼンテーションの様態を皆様にお届けします。各社の強みを活用し合うことで、大きなビジネスにつなげていきましょう!

時間:42分47秒 無料番組



### 映像で学ぶ印刷のすべて[各論]新第9章 印刷×メディア提案 はじめの一步

「映像で学ぶ印刷のすべて~第9章 多メディア展開」のリニューアル版が登場しました! メディアとは何か、メディアにおける印刷物の役割とは何か、最新の市場動向を交えて解説します。

時間:22分8秒 会員限定番組



### 平成30年度ジャグラ作品展・大臣賞受賞者インタビュー

ジャグラ作品展で見事大臣賞を受賞された方たちにインタビューをさせていただきました。受賞の喜びの声をお聞かせください。

時間:7分4秒 無料番組



### 誰もが利用しやすいウェブサイトづくり ~ウェブアクセシビリティ入門~

誰もが使いやすいウェブサイトを作るための取り組みである「ウェブアクセシビリティ」。その考え方やウェブアクセシビリティに配慮したウェブサイトを作るために必要な基礎知識を学びます。

時間:43分2秒 会員限定番組



### Word組版の基本と極意!! ~サヨナラ! Word入稿のトラブル~

Wordデータの出力トラブルでお困りの方必見! 本セミナーでは、ジャグラBBでお馴染みの影山史枝講師が、Word出力の際のデータ検証と最適化のプロ技を伝授します。

時間:1時間30分 会員限定番組



### マイスターが伝授するDTPオペレーターのための「InDesign時短テクニク」

ジャグラコンテスト第2回InDesign優勝者で、「InDesignマイスター」の称号を持つ戸田大作氏が、現場で実践しているテクニクを隠すことなく伝授します。

時間:1時間8分 会員限定番組

## 動画募集のご案内

ジャグラBBでは「ワザコレ!」「インサツノオト。」で配信する投稿映像を募集しています。自社で編み出した仕事の裏ワザ、自慢の印刷機を動画で紹介してみませんか? 採用された方には1000円相当の商品券を進呈します。

### ワザコレ!動画応募方法

簡単な内容説明、動画の長さ(撮影編集済の場合)をご記入の上、ジャグラBB企画部会までメールでご連絡ください。追って担当者よりご連絡します。  
 応募先メールアドレス:jagrabb@jagra.or.jp

スマホで撮影した動画も受け付けます!



スマホで簡単登録&視聴! ジャグラBB 新規ID登録はこちらから [https://www.jagrabb.net/app\\_mail.php](https://www.jagrabb.net/app_mail.php)





# Assist Your Potential

— 技術力と創造力で、あなたの可能性を支援する —



ウェアラブル遠隔支援システムの運用イメージ

日ごとに厳しさを増す短納期ニーズに応える、印刷の現場。  
ウェアラブル遠隔支援システムは、スマートグラス\*を通して、印刷機のトラブル箇所を RMGT サービスコントロールセンターから目視して、すばやく対処します。

印刷機のダウンタイムを短縮し、トラブルに直面したオペレーターの不安を軽減します。

RMGTは、技術力と創造力で人を<sup>たす</sup>援け、印刷会社それぞれが強みを発揮できるように、アシストしていきます。

\*スマートグラスとは、カメラとディスプレイを搭載してインターネットに繋がったメガネ型のウェアラブルコンピュータ。

ウェアラブル遠隔支援システムを紹介した動画を公開しています。

右のQRコードからアクセスして、ご覧ください。

QRコードが読み取れない場合は、下記URLからアクセスしてください。

<https://youtu.be/fmF7E3NlyRw>



YouTube 動画 URL

リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社  
〒726-0002 広島県府中市鵜飼町 800-2 TEL 0847-40-1600  
<http://www.ryobi-group.co.jp/graphic/>



原因を早期特定

+

対策を早期実施



ともに、世界へ彩りを。