

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

G
JaGra

- 巻頭企画：緊急座談会を誌上再現
ウィズコロナ・アフターコロナ時代
我々はどう生き残るか! ①
第一部 デジタルやインターネットを利用して、
新たな領域に踏み込んでいる5社に聞く
- 連載
我が社の自費出版事情 ⑤
電算印刷(株) (長野県松本市)
版画と謄写とこれから ⑦
- NEWSとお知らせ
6月2日 総会のネット開催を決定

Happy
VALENTINE'S
Day

G
S
No.831
2021
02

電子版無料公開中!

スマホでも本誌が読めます
公式HPで本誌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
バー閲覧もこちら!



<https://www.jagra.or.jp/>

なかむら通信

読者の皆様へ



ジャグリストの皆さん、こんにちわ。
会長の中村耀です。

12月の半ばから、一寸仕事が動き始
めたと思ったら、1月に入り後半迄動
きが悪くやきもきさせられました。2
月になっても緊急事態宣言は解除され
ず、3月7日迄延長される事になりま
した。

しばらく我慢を強いられる時です
ね! この状態の中で何ができるか、
課員の皆様と共に知恵を絞って考えて
いきたいと思っています。“どんな長
雨もいつか止みます!” コロナが早く
終息する事を願っております。

追伸 皆様、ジャグラニュース (ジャ
グラ BB) を見て下さい。お願い
します。

CONTENTS

● 巻頭言

1 DXに想う

貴方の会社は今のままで5～10年後は生き残っていますか?

—— ジャグラ監事/㈱東海林印刷 (秋田) 東海林正博

● 巻頭企画: 緊急座談会を誌上再現

2 ウィズコロナ・アフターコロナ時代 我々はどう生き残るか! ①

第一部 デジタルやインターネットを利用して、
新たな領域に踏み込んでいる5社に聞く

—— ㈱みやもと(栃木) 宮本 誠
㈱緑陽社(東京・三多摩) 武川 優
㈱アーツ(大阪) 黒木 伸治
㈱ニシキプリント(広島) 宮崎 真
㈱リーブル(高知) 坂本圭一朗
㈱クイックス(愛知): 司会 岡本 泰

● 連載

23 我が社の自費出版事情⑤

電算印刷㈱(長野県松本市)

—— 同社・営業部 加藤 洋子

26 版画と謄写とこれから⑦

ヤスリの開花と製版方法

—— 新ガリ版ネットワーク首都圏支部長/版画家 神崎 智子

● NEWSとお知らせ

12 最近のサイバー攻撃への注意喚起!

—— 経済産業省発表より経営者の対応を中心に抜粋

16 理事会・委員会通信

6月2日 総会のネット開催を決定

—— 1.15第6回理事会・印刷物創注委員会議事録より

22 業界の動き

アマビエだるまを会員に配付(群馬県支部)

30周年記念ピンバッジを制作(青年部 SPACE-21)

29 ジャグラBB HOTNEWS

22 法親会のご案内

28 事務局日誌とスケジュール/訃報

月刊

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

DXに想う

貴方の会社は今のままで5～10年後は生き残っていますか?

ジャグラ監事/㈱東海林印刷 (秋田) 東海林正博



去年はコロナ、コロナで一年が過ぎたように感じます。
今後、ワクチンや治療薬等の早期提供を望むと共に、「緊
急事態宣言」に代表されるように国民全体がこのウイルス
との戦いに協力的に行動し、最終的にこの「未知との遭遇」
に勝利することを望むばかりです。

さて、巻頭言をお願いしますとの依頼に、「古会員の俺
に? 悪口と愚痴しか書けませんよ」と、冗談をいいなが
ら引き受けたものの、全国理事会はZoomでのリモート開
催ながらつつがなく進み、ジャグラBBで復活した新ジャ
グラニュースも斬新で良かったし、素晴らしい経営者達の
緊急座談会も大変勉強になり、悪口は書きようがない。何
を書けばいいのか……。

冒頭からこんな調子で叱責を受けそうですが、気持ちを
改め、自責の念を込めながら、「貴方の会社は今のままで
5～10年後は生き残っていますか?」と、皆様に問うて
みたいと思います。

答えは各社によって違うと思いますが、私などはNOに
近い回答です。それは「今のまま」だから……。どの会社
も「今のまま」から「変革・変化」しなければ明日はない
ことは分かっています。これからは事業承継も含め、ビジ
ネス形態・商品・サービス・会社風土・人材・働き方すべ
てにおいて、何らかの「変革・変化」をしなければ、時代
に取り残され、「敗者」になってしまいます。それだけ時
代は変わったのだと感じています。

私には孫が4人おり、3人は近くに住んでいます。長男
の子供たちで小中高の3人です。一緒に住んでいないので
普段の生活ぶりは分かりませんが、たまに我が家に来る時
には、スマホ等デジタル機器を必ず持って来ます。それは
わざわざ持ってくるのではなく、服を着るのと同じように、
意識しない「自然体」で持って来ます。ゲームをしたり、メー
ルしたり、インターネットでググったり、勉強したりです
が、兎に角それらを扱うことが自然体であたり前。もう身
体の一部です。我々大人はなかなか否定できません。

誰かの講演会で、「英語圏に行くと、3歳の子供でもス
ラスラ英語を話す。あたり前といえばあたり前だが、彼ら
は英語の文法がどうだとか、Be動詞がどうだとか、勿論
全然解らない。聴覚で聞いて身体で覚えている」と聞きま
した。孫たちのデジタルデバイスもこれと同じで、身体に
自然に溶け込んでいるように見えます。そしてそれを時と
共に成長させ、高度な操作・技術を取得し、生きるため、
幸せになるための「武器や道具(?)」にしてゆく。そし
てその子供たちが世の中の第一線で活躍する大人になって
いく……。

昨今、「DX=デジタルトランスフォーメーション」が叫
ばれています。デジタル技術を駆使した業務プロセスやビ
ジネス変革を意味し、紙をただ電子化しただけの単なるデ
ジタル化やIT化・IoT化とは異なり、その先の新しいビ
ジネスモデルの創出を意味していることのようにです。

経産省は2021～2025年を「DXファースト期間」とし、
長期的計画でレガシーを刷新するよう提案しています。
「さあ、何をどうすればいいんでしょう?」。私は恥ずかし
ながら「?」の連続です。でも我々の足元の常識が変わっ
て来ているのは分かります。それに合わせなければ、これ
から「紙」で生きようが「情報サービス・情報加工」で生
きようが、「全く違った商品やサービス」で生きようが、
恐らくBtoBやBtoCでも、ビジネスは成立しないかもしれ
ないのです。

郷土秋田出身の菅総理は、日本を「デジタル後進国」と
してデジタル庁を発足させました。日本が「後進国」です
よ。先進国になるためには、大企業だけでなく我々中小零
細企業にも期待し、補助金等を大きく予算化することを望
みます。

これからの将来が「廃業・倒産」になるのか、それとも
「チャンス・継続・繁栄」になるのかは、この「DX」の実
現こそが鍵であり、私も含めたジャグラ皆様の未来がか
かっていると思うのは考えすぎでしょうか?

ジャグラBB好評番組を誌上再現

ウィズコロナ・アフターコロナ時代

コロナ禍の影響で中止となった全国協議会の代わりに昨年末に開催された「緊急座談会」がジャグラBBで好評配信中です。今月は未だご覧になっていない方のために、同座談を誌上再現しました。動画と併せてお読みください。

×

自己紹介&近況報告

●岡本 皆さんこんにちは、本日の司会を務めます副会長の岡本です。今日はコロナ禍により中止となった全国協議会に代わる企画として、「ウィズコロナ・アフターコロナ時代我々は何の様に生き残るか!」というテーマの緊急座談会を2部構成で開催することになり、急遽お集まりいただきました。ご承知の通り印刷業界の状況はとても厳しく、出荷額は1991年がピークで9兆円ありましたが、今は5兆円を割り、この30年間で市場はほぼ半減しました。これにコロナ禍による需要減少が加わって一層厳しい昨今ですが、このような中でも元気のある会員10社から、挑戦・失敗・成功談をお話いただくことで、他の会員の参考になればと考えた次第です。まず第1部として、「デジタルやインターネットを利用して、新たな領域に踏み込んでいる5社」にお集まりいただきました。現状報告も含めて、自己紹介をお願いいたします。では宮本さんから。

●宮本 栃木の宮本です。当社はオフ輪印刷が中心で、従業員38名、売上は6億円位です。コロナ禍の影響でチラシ需要は30%程落ちましたが、以前よりチラシ需要は減少するという前提で経営改革を進めていましたので、それが少し早まったかなという感覚です。消費税アップによる需要低迷に、コロナの影響が加わった程度に捉え、あまり気にせずやっています。とはいえ例年は繁忙期の3月、今年は暇でどうしようかなと思っていた矢先、医療機関からフェイスシールドを3Dプリンタで作れないかと相談があり、オリジナルのフェイスシールドを作りました。3Dプリンタは7年前に経営改革の一環として補助金をもらって設備していました。シールドは当初より大ロットの需要となったので、3Dプリンタによる内製から金型を作成したPP射出成形による外注に切り替えて量産化し、ネット販売で累計2万個の販売と

なりました。販売代理店は若干募集しましたが、シールドカッティングにパッケージングと自社で賄い、仕事の減った3～6月を乗り切りました。

●武川 東京・府中市、緑陽社の武川です。当社は売上8億円、従業員64名、主として3つの事業を行っており、コミックマーケットで有名な同人誌6割、一般印刷1割、グッズ制作3割です。ネット受注に力を入れており、売上の75%がサイト経由です。コロナ禍によって売上は3月以降50%下がり苦しいですが、いろいろ工夫して将来につなげようとしています。例えばオンラインによる見学会や相談会。見学会は以前から行っていたものをオンラインで行うべく、今、新たなスタイルを練っています。「オンラインなんでも相談」は「1時間なんでも聞いてください」というもので、相談者10人の内、9人が新規のお客様、成約に至った案件が90%。単価は普通の3倍位だったので、かなり成功した企画です。あと、同人誌の作家さんがコロナ禍でどういう状況にあるのかの実態調査を行い、3000名弱から回答がありました。自由記入欄に100万字のコメントが寄せられたので、それを集計・分析しています。また、宮本さんのように自社製造ではありませんが、コロナ感染防止グッズを再開された即売会とオンラインで販売したりしています。同人作家のイラストをマスクにプリントするような商品とか、いろいろトライしてみようと思っています。

●黒木 大阪は吹田・アーツの黒木です。当社はネット印刷通販の「アーツ」、水回りリフォームの「くつろぎホーム」、ランドセルやオリジナルバッグ製造の「ハクラ」、以上グルー

我々は どう生き残るか!①

緊急座談会・第一部

デジタルやインターネットを利用して、
新たな領域に踏み込んでいる5社に聞く

プ3社で従業員150名、年商40億円。そのうちアーツが約33億円で、8割は年賀状のネット販売です。年賀状は今は繁忙期ですが、何とか昨年並いけそうです。それ以外の印刷物は、10～15%減少といった感じです。

●宮崎 広島・ニシキプリントの宮崎です。当社は昨年4億4000万円の売上で従業員30名。他に障がい者雇用の法人もあって、そちらの売上は1億8000万円、従業員60名です。本業の印刷はコロナの影響で月平均15%減少しています。障がい者法人の方は各種会合が中止になって、郵送に切り替えるお客が増えたことから、封入封緘の仕事が増えて、何とかもっている状況です。



●坂本 高知・リーブルの坂本です。従業員16名で、去年の売上は1億5000万円です。この3月に社長になったのですが、コロナに振り回された1年でした。イベントのチラシやポスター、学会のプログラム、折込チラシなど、そういう仕事が無くなって、5月は売上が半分切りました。ただ、7年位前から手掛けている自費出版のネット受注が例年5000～6000万円あるんですが、今年も5500万円あり、これがなかったらと思うとゾッとします。ウチは12月決算ですが、何とか90%位に落ち着く状況です。コロナ禍に対応する、これといった手を打っているわけではありませんが、自費出版の中でも売れそうなものは、「ウチが費用を持つので500

冊増刷して販売しませんか?」という提案は何件かやって、地元新聞で紹介されたり、書籍販売の方は少し伸びました。

ネット進出のきっかけは?

●岡本 ネット進出のきっかけをお聞かせください。

●武川 同人誌のほとんどが表紙カラーで本文スミというパターンで、それにオプションでトレーシングペーパーの遊び紙を入れるとか、セット商品として売れる要素が強いので、印刷通販に適していた側面はあると思います。

●岡本 ネット販売の経験のない社員からの反発は?

●武川 そういう反発はなく、同人誌のサイトを私の感覚で200頁位作っていました。その規模は10年前で、今は800頁はあるかな? で、10年前に中途採用した社員が「社長、ウチのサイト100点満点で何点だと思います?」って聞いてきたので、控えめに「60点!」と言ったら「20点!」って(笑)。その社員がバリバリの自動見積りのシステムを作ってくれた。ウチの自動見積りは複雑さという点では日本一ですよ。束の厚みも入稿締め切りも、特殊加工も15種類あって、自動計算します。

●岡本 中途採用でそんなできる人が採れるなんて、東京凄いなって感じですが(笑)、年収割増しで募集したとか?

●武川 いえ、大学のときにウチでバイトしていたんですよ。同人誌やってるので若い人が集まってくるんですよ。

●岡本 ああ、そこポイントですね。若い人がバイトできる環境があって、そのつながりというか延長で御社に来られたと。坂本さんのところは?

●坂本 7、8年前に印刷通販のサイトを見て、出版でも同じことできないかなと思いました。判型とか頁数入ると金額が分かるみたいな。僕も含めた3人で、当時の社長に「や

出席者(敬称略)

- 宮本 誠 (株)みやもと(栃木)
- 武川 優 (株)緑陽社(東京・三多摩)
- 黒木 伸治 (株)アーツ(大阪)
- 宮崎 真 (株)ニシキプリント(広島)
- 坂本圭一郎 (株)リーブル(高知)
- 岡本 泰 (株)クイックス(愛知):司会

本座談はジャグラBBで好評配信中!
→ jagraBB.net



岡本 泰

宮本 誠

武川 優

黒木 伸治

宮崎 真

坂本圭一郎



同人誌作家の強い味方 緑陽社の同人誌サイト
https://www.ryokuyou.co.jp/doujin/



出版を全面に押し出しているリープルのWeb サイト
https://www.livre.jp/



ネット印刷通販・水回りリフォーム・ランドセル製造と
3事業展開しているアーツグループのWeb サイト
http://www.arts-net.co.jp/



ニシキプリントが運営する「安芸ん堂」は
広島のいいモノ・いいコトを発信するお手伝いサイト
円内は「あぶらとり紙」 https://www.akin-do.com/

りたい」と提案し、助成金をもらって作りました。申請の際は商工会議所のアドバイザーに相談したり、自社の強みとかも分析してから作りました。「印刷」というより「出版」を全面に押し出し、そういうところは凄く考えましたね。

●岡本 サイトは坂本さんたちが自分で作ったんですか？
●坂本 サイトデザイン位は自社デザイナーでもできますが、自動見積りなどのシステムとかありましたので専門業者をお願いしました。助成金は広告費とか含めて 250 ～ 300 万円位。最終的には自分たちでメンテナンスできないとダメなので、その業者に頼んで勉強会をやり、今は社内でメンテナンスできるようになっています。デザイナーとオペレーター 3 ～ 4 人で運営していますが、最近「ホームページ作ってください」といった依頼も増えてきてましてね。最初は、「そんなの上手いくか」とか「忙しいのに時間割けるわけがない」といった意見もありましたが、当時の社長が「今後、印刷は下がっていくから、今やらないと絶対ダメだ」と、抱えていた仕事を外注してもいいから、4 ～ 5 か月ぐらいで立ち上げようと、会議室を借りて籠りきりで作りました。

●岡本 では次に黒木さん。いろいろな事業を手掛けておられますが、元々印刷会社なんですか？

●黒木 そうです。当社は創業 25 年になりますが、ネット進出は 12 年程前。8 年目位に売上が 8 億円まで伸びましたが、その後、2 億 6000 万円まで急落したんです。社員を 4



分の 1 に減らし、どうしようかと悩んだ結果、「ネットに賭けよう!」と決心しました。東京まで研修に足繁く通ってリスティング広告や Web 制作を学ぶ中で、「5 年間で 100 の Web サイトを作ろう」と決めました。「一つ一つの売上は小さくても、100 サイトで 10 億円儲けられるようにしよう」と計画し、結局、2 年間で 22 サイト作りました。その段階で「100 サイト作る」という目標はあまり意味がないと悟り、見込みあるものに注力しようと方針転換しました。月商 100 万円のサイトをブラッシュアップした結果、一番伸びたものは 2000 万円位まで成長しました。

そのような経験を積む中で、「一番難しいのは集客。集客



地元興しにも力を入れているみやもとのWeb サイト（左）
https://offrin.net/
コロナ禍対応のフェイスシールド（上）をいち早く製造した

さえできれば何でも売れる」といろいろ試したんです。広告媒体事業に始まり、建材の通販、ベビーベッドのレンタル、イタリア製ファッションジュエリー販売、イタリアンバイク・カメラレンズ・裏原宿ブランドのリユース、コスプレ衣装のオーダーサービス、江戸切子通販、家事代行サービス等々。結局、これらは全部失敗しましたが、水回りの住宅リフォーム事業とランドセル事業は、それなりの実績をあげ、今の主力事業となりました。

●岡本 「集客」が重要とのことですが、具体的には？

●黒木 スタートはリスティング広告^{*1}です。その中で売れるキーワードを見つけ、次に SEO も上がるようにする。例え

ば名刺の通販サイト作ったら、「名刺印刷」ってキーワードで広告を出して集客する。その後、検索で上位に表示されるよう SEO 対策^{*2}をすると。

●岡本 検索で上位表示される仕掛けを作るって、専門部署があるわけですか？

●黒木 マーケティング部門とバックオフィスのシステムや Web サイトを作ったりする開発部門があって、それぞれ 20 数名と 15 名位でやってます。

●岡本 その社員は中途採用ですか？ それとも今までいた社員を教育されるのですか？

●黒木 中途採用がほとんどですが、即戦力の人材はギャラが高くてなかなか採用できませんので、職業訓練校や専門学校出の人材を採用し、育成するケースが多いです。一人前になるまで 3 年位かかります。

●岡本 その間、我慢ですよね？ 読者の皆さんは「黒木さんのところだからできるんだ」と諦めるかも知れません。社員が 5 人 10 人しかいない会社が Web 展開する場合、こういった手段がありますか？

●黒木 「やる気を出すかどうか」ですよ。ウチが「5 年で

*1 検索連動型広告。検索エンジンでユーザーが検索したキーワードに関連した広告を、検索結果画面に表示する広告。

*2 Search Engine Optimization = 検索エンジン最適化。あるキーワードが検索された際、自社サイト等が上位に表示されるよう調整すること。

100 サイト作るう」と思ったときの社員は 15 人、Web に強い社員がいたわけではないのです。

●岡本 僕らと違って黒木さんは創業者なので、気合の入れ方が違うと思うところはありますが、「やる気になったら何でもできる」って、これ大阪の人、よく言われる（笑い）。

●宮崎 人材確保について言えば、ウチの SE は東京勤めを辞めて広島に帰ってきた社員ですが、そういうケースってどこの地方でもありますよね。だから、採用したいなら間口を開けておかないといけません。あとはやはり連携ですよね。できるところと手を組んで、その経験の中で少しずつ社員を育てる。ウチはその両方やっています。

●岡本 宮崎さんの会社は僕も見学しましたが、多くの障がい者の方が生き生きと働かれていましたね。長く勤めてもらうためにも、会社の雰囲気作りは大事ですね。

●宮崎 社員には、他のいい会社とか、見学に連れていくことを最近努めてやっています。先日も岡本さんの会社を拝見しましたが、大分刺激になったようです。そうすると目標を持ってやってくれますので、こういうことも大事なかと。

●岡本 宮本さん、先ほどのフェイスシールドは、ネットでも売っているんですか？

●宮本 まとめて買ってくれたケースはともかく、栃木でフェイスシールドはあまり売れませんのでネット販売頼みでしたが、商品が沢山ある黒木さんのところと違って、今回はフェイスシールドの 1 アイテムでしたので、WIX（ウィックス）^{※3}という、無料の Web サイト制作サービスを利用しました。自動決済にも対応したサービスで、作成はそんなに難しくなかったというか、イラストレータが使えるデザイナーならできると思います。もちろんその他、最初は広告が必要で、フェイスブックで有料広告を出しました。

●岡本 因みにこのフェイスシールドは 1200 円ということですが、原価おいくらなんですか？（笑い）

●宮本 装着用の PP フレームと透明フィルムのシールドでできているんですが、シールドは社内のカットニングマシンで、印刷用フィルムをカットして作りました。フレームは金型を作って外注。金型は二つで 300 万円位かかったので原価は何十円ですね。フィルムは 1 枚 100 円位ですが、カットニングやパッケージする工数もあるので、全体の製造原価はどうなのかな？ ラッキーだったのは、県から補助金が出

ることとなり金型代は賄えました。

●岡本 補助金はいいいですね。申請するのに手間がかかったりしますが、それはご自身で勉強されたんですか？

●宮本 勉強はしました、やっぱり。

●武川 ちょっと自慢話になっちゃいますけど、この 3、4 年で 14 回補助金申請したんです。で、12 勝。5000 万以上はもらってますね。申請は全部社内の人間でやっています。

●岡本 僕も過去に 1 回やったことあるんですけど、30 ページ位、自分で書いて、結局、落ちたのもうやめました。あんなに頑張ったのに（笑い）。

●坂本 商工会議所のアドバイザーとかに頼めば、上手な筋道を書いてくれると思いますよ。

●武川 黒木さんに質問ですけど、社員 15 人の頃からサイトを作っていますよね。決済なんかも入っていたと思いますけど、大変な手間と費用が掛かりませんでしたか？

●黒木 当時は社内に Web デザイナーとかいないので、外注しました。一つのサイトを 30 万位で安く作ってくれるところを探して頼みました。社内では、4 つのチームを作って「3 か月で 1 つサイトを作れ」と。1 か月半で構想を練って、1 か月半で立ち上げる。最初は陳腐なサイトでしたが、公開して、広告出して、注文来るものもあれば、全然ダメなものもある。その次、また 3 か月で新しいサイトにチャレンジしてという繰り返しでした。

●岡本 結局それがマーケティングになったわけですね。失敗を通じて、どういうものが一番反応がいいか学んだと。

●黒木 そうですね。印刷通販で言えば、当時既にプリントパックさんとかがシェアを持っていたから、総合通販は無理だなと思い、名刺・封筒・伝票とか単品サイトに絞りました。その中に年賀状があって、それが当たった感じです。

●岡本 日本一とのことですが、実際何枚位なんですか？

●黒木 去年で 40 万件、1 件平均 60 枚ですから 2400 万枚位ですかね。全部ネット受注です。元々、印刷ショップやってたときから年賀状は手掛けていましたが、1000 件、2000 件というレベルでした。

●岡本 宮崎さんのところは？

●宮崎 15 年位前、入社したコンピュータ専門学校の新卒社員が「Web 作れます」と言ったので、試行錯誤から始めました。そこにさっき言った、東京帰りの SE も加わってデジタ



ウィズコロナ・アフターコロナ時代

我々はどう生き残るか！①

緊急座談会・第一部 デジタルやインターネットを利用して、新たな領域に踏み込んでいる5社に聞く

の違いは結構大きいと思うんですが、どうでしょう？

●宮本 今回のフェイスシールドは地元の病院からの相談がきっかけなので BtoB と言えますが、ネット展開することで結果として BtoC の世界が広がりました。現実問題として社員数も少ないので、初めから大ロットの BtoC を前提とした展開はできません。小ロットな商品をネット販売、SNS 拡散していく中で、企業の目に触れて BtoB に発展するケースもあると思うんですよ。BtoCtoB みたいに 1 クッション入る感じで。そこら辺まだまだ線引きしていないというか、ケースバイケースで試行錯誤の段階ですかね。

●宮崎 さっきのあぶら取り紙は、購入するのは不特定多数なので BtoC と言えますが、JR さんと取引があって駅でも売ってもらっているんですよ。だから BtoB ともいえるので、次のビジネスにもつながるかなと。一般向けの商品開発は社員のモチベーションアップとか、いい波及効果があります。印刷会社ってとりあえず去年と同じものの受注しておけという意識がありますが、一般向けの商品開発で、意識改革のきっかけになると思うので、チャレンジすべきだなと思いますね。

●武川 ウチは 600 品目位グッズ販売やっており、割と小ロットの BtoC ですが、ネットを見て一部上場企業から相談受けるケースって 1 年に 10 件位あります。「とりあえず 100 個作りたい」とか声をかけてくる。だから、それをきっかけにして BtoB 営業すればいい。そういう展開もあるんですよね。

●岡本 ところで「ネット受注の BtoC って、どれだけの価値があるの？ 継続受注は見込めるの？」という疑問もあると思うんですが、そこら辺どうでしょう？

●坂本 自費出版は元々不特定多数を対象としたビジネスですが、継続受注という意味では増刷とかリピートとか、そういうものも結構あって、毎年 100 万円位かけて本を出される著者もいますし、他の著者の紹介というケースもあります。結局のところ、従来型であろうがネット受注であろうが、口コミでの拡散は絶対あるので、その対応を一つ一つ大事にやっていこうと思っています。ネット検索で遠方の方から受注いただいたりすると、その拡散力は凄いなと感じますね。

●武川 同人誌でも 35 年付き合っているお客さんとか結構いますよ。今まで同人誌 1 億冊位作ってきましたが、奥付に必ず緑陽社って名前入れますよね。1 億分の宣伝をしてきたわけで、一部上場企業の社員さんにそういう趣味の方がいて、ネット検索してみたら「緑陽社ってグッズも手掛けてい

ル系の仕事を増やしていった形です。私も結構新しいもの好きなので、そういう話があったらすぐ飛びつくんですよ。大抵は上手く行かず、失敗も多々ありますが、チャレンジは社員のモチベーションにもなるし、最近は社員からどんどん提案があるようになって、ウチの会社の文化になりつつあって喜んでいきます。

障がい者法人とは連携してやっています。小さいんですが「安芸ん堂」という名前で、広島のいいもの、いいことを発信するお手伝いサイトを運営しています。企画はニシキプリント、製造は障がい者法人、発信は安芸ん堂という分担で、3 つが連携してやっています。今日お配りした「あぶらとり」紙ですが、そのパッケージは広島平和記念公園に捧げられた千羽鶴をリサイクルした紙で作ったものです。それを型抜き機で断裁して、中にあぶらとり紙を入れたんですけど、封入とか折りとか、その作業を障がい者法人でやっています。

ネット受注の割合と BtoC/BtoB

●岡本 ところで皆さん、ネット受注の売上比率ってどれ位ですか？ 黒木さんのところは全体 40 億のうちアーツで 33 億なので 80%位ですけど、他の方は？

●宮崎 ウチはまだまだ数%、一桁台です。ただ、広島でも結構大きい会社とか、取引きのなかったところから引き合いがあったりするので、ネット展開はやるべきだと思います。

●坂本 ウチは 40%位ですかね。

●宮本 ウチもまだまだで 5%位じゃないですか？ ただ、フェイスシールドのおかげで 5 月は前年比アップでした。実は印刷もそんなに減らなかったんです。チラシは減りましたが選挙があり、コロナ禍で街頭演説できなかった分、印刷物で周知するケースが増えるなどの追い風がありました。

●岡本 武川さんのところは 75%とのことですが。それをもっと伸ばそうとしていますか？

●武川 いや、ここ 7 年の理想は、BtoC7 割、BtoB3 割です。その BtoB は訪問営業に力を入れて獲得するつもりです。法人需要は、マンガ・アニメ・ゲーム業界とつながるための戦略。BtoC は同人誌に限らず、本当に何でもいいと思っていて、たとえ単商品であっても海外展開の可能性もありますから。

●岡本 軽印刷ルーツな我々の業界は、基本、地元のお客様と直取引が多いので、昔から BtoC 志向だったと言えますが、ネット利用の受注だと、今の武川さんの話のように従来の商圈を越えたハナシにもなってくる。不特定多数のお客様に対する怖さとかもあるので、気持ちを切り替えられるかどうか？ 従来の地元向け BtoC とネットによる BtoC、こ

※3 ホームページ作成ツール WIX → <https://ja.wix.com/>

るし、使ってみようかな」というケースもあるので、そういう宣伝効果って大きいんだと思いますね。

●岡本 ある程度数が出ていくと、それが相乗効果になってくるし、検索対応のためのネット整備も重要だということですね。黒木さんのところは？

●黒木 BtoC といってもウチは印刷では年賀状位で、あとはほとんど BtoB ですからね。年賀状のリピー率は 60 ～ 65% 位。リアルで印刷ショップやっていたときは 90% のリピー率でしたから、ネット通販では浮気されるというか、そういう側面はありますね。ずっとリピー対策をやってきて、何とか 60% までもってきた感じです。BtoB の方は、大体 45% 位のリピー率です。

●岡本 年賀状のリピー対策ってどのようなことを？

●黒木 メルマガや DM・カタログを送ったりですね。今、個人の累計のお客さんの数が 100 万人位、法人が今 12 万社位。でもあまりクロスセルにつながらないんですよ。年賀状のお客さんに、ランドセルの DM 送ったことがありますさっぱりでした。

●岡本 宮崎さんのところは？

●宮崎 ウチも自費出版やっているので、坂本さんと同じく、リピーや口コミ需要はありますよ。失敗もあるかもしれないけれど、そこから学ぶこともあるので、ネット活用は継続してやるべきだと思います。

●岡本 宮本さんのところは？

●宮本 地方にいと、個人需要と言ってもそんなに売れないですよ、人口少ないんだから。でもその活動を SNS で露出しておく、全国から相談があったり、企業から引き合いがあったりします。なので、僕は最近、デザイナーやオペレータに「インデザイン・フォトショップ・イラストレーターといったアプリに加えて、WIX も必須」「動画編集に、SNS にアップできることも慣れるように」と言っています。時代はそういうに広がっているし、昔に比べればツールも便利で簡単になっているので、それに対応し続ければ小さな BtoC でも全国に広がり、BtoB につながると信じてやっています。

今後の見通しと読者へのメッセージ

●岡本 最近よく聞く言葉に DX、デジタルトランスフォーメーションという言葉があります。経産省の定義では、「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位

性を確立すること」とされています。

印刷業界を振り返ってみると、製造工程のデジタル化は進み、最終提供形態は紙もしくはデジタルというのが現状で、しかもその選択権はお客様に移ってきた。これまでネット活用の有効性を皆さんからお聞きしてきましたが、今後の見通しとか伺えますか？

●宮崎 DX についての直接的な回答にはなりませんが、今回のコロナ禍で自社の在り方を社員と考える時間が持て、本当のニーズが見えたことは良かったです。皆さん仰られているようにネットってすごく有効だし、それによって掘り起こしが進めば、印刷会社ができることはまだまだあると感じています。これまで安芸ん堂というサイトを運営してきましたが、今後は動画制作にもチャレンジしようとチームを作りました。また、働き方改革関連の助成金でドローンを購入しました。それで空撮したりしていますが、とにかくニーズですよね。お客さんがお金出して作って欲しいというニーズを引き出せれば、そこに印刷会社が係る余地はあると思います。そんな感じで地域を大事にしながらやっていきたいです。

●武川 まず、ウィズコロナ関連でいろいろ考えていきたいなど。感染防止だけでなく、もっと幅広く。例えば、コロナの結果、皆、内省的になって、まとまった文章の量はじわじわ拡大していくと思います。小説家になろうという「なろう系」のサイトがいくつもあって、膨大な文章が氾濫しているけれど、実は我々はそれらを紙の書籍にできていない。そこら辺の掘り起こしをやりたいですね。あと、同人誌の海外サイトも作りたいですね。

●黒木 今取り組んでいるギフト事業とメディアサイト事業、これを来年以降、注力しようと思っています。ギフトというのは EC の 4 分の 1 を占める巨大な市場で、何でもギフト化できます。ウチでいったら、印刷もリフォームもランドセルもギフト化できます。また、メディアサイトというのは、広告収入を得るんですよ。売上はまだまだで今年 500 万位しかないんですけど、原価が掛からないんですよ。何もなくてもいい。だから、コンテンツをどんどん生み出していくことで新たなマネタイズを探っているというか、非常に面白いと考えています。ギフトは開設 1 年、SEO に取り組んで 15 万セッションぐらいまで来ました。ほかの事業はほとんど広告費を掛けてやっていますけど、この 2 つに関しては無広告で集客する。何となくノウハウとして掴めてきたので、それを積極的にやっていきたいです。

●岡本 もうコロナ関係ないですね（笑）。坂本さんは？

●坂本 ネット受注しているのを知って、サイト作ってくれという仕事も増えてきてはいますが、地元のものをネットで

ウィズコロナ・アフターコロナ時代

我々はどう生き残るか！①

緊急座談会・第一部 デジタルやインターネットを利用して、新たな領域に踏み込んでいる 5 社に聞く

緒に副会長させていただいていますが、今日の座談会で皆さんのお話を聞いて、勉強にもなり、刺激にもなり、勇気も頂戴しました。今日いらしゃったパネラー以外にも、ジャグラには全国に素敵な会員さんが沢山いらしゃいますので、何か悩みがあったら、遠慮なく相談してください。「一社の力でできないことを皆の力で」が組合の基本です。

●黒木 宮崎さんのフォローになるか分かりませんが、私は創業者なので、新しいことに取り組む際は、率先して自ら学び、実践してきました。そうした私の熱量を感じ取ってもらわないと社員はついてきません。それを繰り返すうちに、任せられる社員が増えてくる。今日、いろいろな失敗例もお話ししましたが、失敗もあるけど、その責任は社長が負うから大丈夫。その繰り返しです。会員の皆さん、私でお役に立てることがあったら何でも聞いていただいて構いません。大阪に遊びがてらおいでください。

●武川 EC サイトを持ってない会員さんにお話ししたいんですけど、とにかく単品でいいから一つ作ってみたらと。売れなくてもいいんです。社員に「考えてよ」って言えば、どんどんアイデアを出してくれますから。その繰り返しで、社内が活性化して、若い人も入ってくるような会社になる——そういうサイクルが作れると思うので、ぜひ挑戦してみてください。ネットは国内のみならず、世界への発展の窓口になるかもしれませんよ。

●宮本 今日いろいろな事例をお話させていただきましたけど、決して業績が良いわけではありません。なので、メッセージというほどのことは言えませんが「このコロナ禍は自分が悪いわけじゃない！へこむ暇があったら、新たなことに挑戦しよう。ピンチはチャンス、変革の歩をすすめるだけ！」と、自分に言い聞かせています。皆さん一緒に頑張りましょう。

●岡本 今日はネット絡みの取り組み事例をいろいろお話しいただき、ネットの有効性が改めて分かった感じがします。印刷業界でも今後進む DX ですが、製造から販促、EC サイトによる販売や需要の掘り起こし等々、やるべきことが山積で、今後はより一層 IoT の勉強をしなきゃいけないと感じた次第です。第二の創業ともいえるステージにおいては、黒木さんのような創業魂ともいえる熱いパワーを持たなきゃダメだと実感しました。本日はありがとうございました。

(ライター再構成：編集部 藤尾)

全国に PR することは有効な手法なので、地元をないがしろにしている感覚はないですね。昨今は田舎の良さが注目され、堂々と胸張って発信できる時代になってきたのは凄く嬉しいので、出版を通じて、ぬくもりとか感動を全国に発信できることに、ワクワクしていますね。面白いものをどんどん発信していきたい、単純にそう思っています。

●宮本 DX とか言われると、なんだか難しいなと感じる世代になっちゃいましたけど、30 年前は僕だって Mac 第 1 世代で当時の先端走ってたんですよ。だけど今の若い世代が TikTok とか使って個人レベルで動画発信を「普通」にやっているのに比べ、それができない僕はもう「普通じゃなくなった」ってこと。だから今の世の中的に普通なこと——僕もドローンを買ってみましたが、難しく考えないで、興味をもって「普通」にチャレンジして行きたいですね。今日のお話伺って、黒木さんや武川さんは、ジャグラで言えばネット使いのトップの人たちでも、最初からできたわけじゃない、コツコツ積み上げてきたんだから、僕にもできると考えて、今の改革を少し加速させていこうかと思います。

あと、ちょっと嬉しいハナシですが『うつのみやシニア通信』っていう情報誌を 1 年半位前に始めたんですが、最近やっとな B4 判から B3 判にサイズアップできたんです。需要も伸びてきたというか、やっぱりシニア層にはまだまだ印刷物が必要なわけで、紙ベースで成長してきた僕たちだから、そういった基本的な分野の掘り起こしも大切だと思っています。

●岡本 ありがとうございます。今日のお話で、皆さんがネットを使いながら、印刷需要の掘り起こしにつなげるとか、印刷以外の分野に進出されていることがよく理解できました。最後に、読者の皆様に、一言ずつメッセージをいただけますか？ ネット展開したいけど今一歩踏み出せない会員に向けて、背中をひと押しするメッセージをどうぞ。

●坂本 コロナ禍の中で、何を大事にして経営や仕事をするのか、皆さん改めて考えたと思います。これまで、お客様のぬくもりとか感動とか、色々な思いを印刷というカタチにして発信のお手伝いをしてきた面白さや誇りは、提供する形が紙であれデジタルであれ変わらない——僕たちはそういうことを伝えていく仕事だと、社長になって凄く噛み締めています。ともに頑張っていきましょう！

●宮崎 ネット展開の話ですが、ついつい自分先行になっりますので、最近は社員にも相談して、「それいいですね」って段階からは任せるように心掛けています。それがようやく定着してきたかなと。社員って任せれば意外と力を発揮してくれて、逆に勇気づけられたりしますね。

同じようなことはジャグラにも言えて、僕は岡本さんと一

200人^{*}の社長が決断。 30万人^{*}の「働き方」を変えた。

国内約200社^{*}の印刷会社が導入。その決断から生まれたのは、時間や場所に縛られない、自由なコミュニケーション環境。クライアントも含めた30万人のユーザーが、XMF Remoteで、新しい働き方を始めています。

^{*}当社調べ



**NEVER
STOP**

Web ポータルシステム **FUJIFILM WORKFLOW**
xmf Remote

■ XMFを活用されているお客さまの事例を多数ご紹介しています。

FFGS XMF



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

Horizon Change the focus

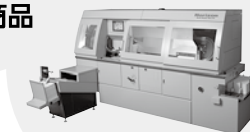
「無線綴じ機 BQ-470
紙折機 AFC-566FKT」をご愛用のお客様へ

『期間限定下取りプログラムのご案内』

(対象期間：2021年3月末ご発注分まで)

無線綴じ製本機 ICE BINDER BQ-500 と、紙折機 ICE FOLDER AFV-566FKT/564FKT の発売にあわせて、無線綴じ機 BQ-470 と、紙折機 AFC-566FKT をご愛用いただいているお客様を対象とした下取りプログラムをご用意させていただきました。ぜひ、この機会に新商品 ICE Series への買い替えをご検討ください。

下取り
対象商品



無線綴じ機 BQ-470

下取り
対象商品



紙折機 AFC-566FKT

作業効率と製本品質が向上

✱ ICE BINDER 無線綴じ機 BQ-500



■ 特長

- ・高生産性
セット替えの高速化により、小ロットや1冊ずつ厚さが異なるバリエーション製本時にも高い生産性を実現します。
- ・高品質
ホリゾン独自のデリバリー機構により、厚い本体のPUR製本においても背にゆがみのない高精度な仕上がりを実現します。
- ・多様なシステム構成
本身自動投入装置LBF-500や寒冷紗供給装置GF-500を接続することで、本身投入や寒冷紗製本の自動化が可能です。省人化と生産性の向上を実現します。

生産性と折り品質が向上

✱ ICE FOLDER 紙折機 AFV-566FKT / AFV-564FKT



■ 特長

- ・生産性の向上
ナイフストップの脱着作業を含めた様々な設定を自動化し、幅広いアプリケーションに迅速に対応します。また、ナイフ折り時の最適な給紙間隔をリアルタイムに計測演算し、最高の処理速度を引き出します。
- ・確かな品質
ホリゾン独自のローラーギャップ機構により、オペレーターのスキルに頼らない高精度な折り再現性を実現します。
- ・ワークフローシステム
製本工程全体を最適化するホリゾンの次世代ワークフローシステムICE LINKと連携が可能です。

※弊社営業担当までお問い合わせください。

ホリゾン・ジャパン株式会社 www.horizon.co.jp

本 社 〒101-0031 東京都千代田区東神田2-4-5 東神田堀商ビル5F TEL.03(3863)5361(代) FAX.03(3863)5360

東 京 支 社 〒132-8562 東京都江戸川区松江5丁目10-9 TEL.03(3652)7631(代) FAX.03(3652)8083

京 都 支 社 〒601-8206 京都府京都市南区久世大蔵町510 TEL.075(933)3060(代) FAX.075(933)4025

福 岡 営 業 所 〒813-0034 福岡県福岡市東区多の津4-12-17 TEL.092(626)8111(代) FAX.092(626)8112

最近のサイバー攻撃への注意喚起！

経済産業省発表より経営者の対応を中心に抜粋

経済産業省は昨年末、サイバー攻撃の被害が増大していることを受け、企業が対応する際に注意すべき点を「注意喚起」として発表し、サイバーセキュリティについて一層の強化を促すことにした。以下その中から、経営者への対応に関する部分を抜粋して紹介する。

×

背景

1) サプライチェーン上での攻撃パターン

中小企業を巻き込んだ、サプライチェーン上での攻撃が急激に拡がる昨今、中小企業を含む取引先や海外展開を進める企業の海外拠点、さらには新型コロナウイルスの感染拡大に伴うテレワークの増加に起因する隙など、攻撃者が利用する「攻撃起点」がますます拡大している。

2) 企業規模を問わないランサムウェアによる被害の急増

暗号化したデータを復旧するための身代金の要求に加えて、暗号化する前にあらかじめデータを窃取しておき、身代金を支払わなければデータを公開する等と脅迫する、いわゆる「二重の脅迫」を行うランサムウェアの被害が国内でも急増しつつある。背景には、攻撃者の側でランサムウェアの提供や身代金の回収を組織的に行うエコシステムが確立し、高度な技術を持たなくても簡単に攻撃を行えるようになってきていることがある。

3) 機微性の高い情報窃取等を目的とした、海外拠点を経由した攻撃の深刻化

ビジネスのグローバル化に伴い、海外拠点と連携したシステム構築が進む一方で、十分な対策を取らないまま海外と日本国内のシステムをつなげてしまった結果、セキュリティ対策が不十分な海外拠点で侵入経路を構築され、国内に侵入されるリスクが増大している。

経営者の方々への注意

◎サイバー攻撃による被害が深刻化し、被害内容も複雑になっており、経営者の一層の関与が必要になっている。

◎ランサムウェア攻撃によって発生した被害への対応は、企業の信頼に直接関わる重要な問題であり、その事前対策から事後対応まで、経営者のリーダーシップが求められる。

◎サイバーセキュリティを踏まえ、事業のグローバル・ガバナンスを構築する必要がある。改めて「基本行動指針（共有・報告・公表）」に基づいた活動の徹底をお願いする。

→具体策は次項

2つの対応策

1) サイバー攻撃による被害が深刻化し、被害内容も複雑になっており、経営者の一層の関与が必要になっている

経済産業省は、サイバーセキュリティ経営ガイドライン[※]を公表し、経営層のリーダーシップによってサイバーセキュリティ対策を推進していくことを強く求めてきた。当該ガイドラインのダウンロード数は9万7000件（2020年11月時点）を超えるなど、サイバーセキュリティに対する経営者の認識は着実に広まってきている。

しかしながら、昨今のサイバー攻撃は高度化・複雑化し、被害が発生した場合の事業への影響や損害額の規模、社会的評価への影響等も一層深刻になっており、サイバーセキュリティは今や最大の事業リスクの一つになっている。

また、被害の形態も自社に閉じるものではなく、サプライチェーンを含む様々な関係者を巻き込む複雑なものとなってきており、実務者だけでは対処できなくなっている。特に、技術的な対策だけでは対応できず、事業運営の方法そのものの見直しを必要とするようなリスクへの対応や、被害が発生した場合に巻き込んでしまった取引先・顧客等との調整、事業継続に係る判断等、経営者でなければ判断・対応ができないケースが現実には発生する。ソフトウェアのアップデートを適切に実施する等の基本的対策を徹底するとともに、改めて、経営者のリーダーシップが必要になっていることを深く認識することが、現在直面している激しいサイバー攻撃への対応の第一歩である。

※ https://www.meti.go.jp/policy/netsecurity/mng_guide.html

2) ランサムウェア攻撃によって発生した被害への対応は、企業の信頼に直接関わる重要な問題であり、その事前対策から事後対応まで、経営者のリーダーシップが求められる

ランサムウェアを使った攻撃による被害は世界的規模で深刻化し、被害規模も増大の一途をたどっている。残念ながら、ランサムウェア攻撃は攻撃者が“収益”を上げやすい構造へと変化し、収益性が高い分野と認識されていることから、ランサムウェア攻撃を行うための環境を提供するサービスまで現れるようになっており、ランサムウェア攻撃は激化していく方向にあることが強く懸念されている。

ランサムウェア攻撃は攻撃環境を含めて日々高度化しているが、最近の攻撃パターンの変化もあり、経営者としては、特に以下の2つの点について、企業の信頼そのものに関わる問題として、自らリーダーシップを発揮して対応を進めることが必要である。

一つは、二重の脅迫という形で、自社で保有するデータ等を単に暗号化して使えなくすることによる事業妨害だけでなく、暗号化する前にあらかじめデータを窃取しておき、支払いに応じない場合、当該データを公開すると脅すことで支払わざるを得ない状況に追い込むようになっていることである。つまり、自社が事業継続上の影響を受けるだけでなく、保有する顧客、取引先等のデータが公開されることによって、関係者にまで被害を与える恐れがあるということである。従って、データをバックアップしておくだけでなく、関係者に甚大な被害を与える可能性があるデータは普段から暗号化して管理し、公開されても影響がないよう事前に対策を講じておくなど、事前対策を強化する必要がある。こうした対策を実行するためには、これまでの日常的な業務運用の変更を伴うことから、経営者のリーダーシップが欠かせない。

もう一つは、金銭の支払いに関する問題である。データ公開の圧力から、攻撃者からの支払い要求に屈しているケースが少なくないとの報告が存在するが、こうした金銭の支払いは犯罪組織に対して支援を行っていることと同義であり、また、金銭を支払うことでデータ公開が止められたり、暗号化されたデータが復号されたりすることが保証されるわけではない。さらに、国によっては、こうした金銭の支払い行為がテロ等の犯罪組織への資金提供であるとみなされ、制裁が課される可能性もある。こうしたランサムウェア攻撃を助長しないようにするためにも、金銭の支払いは厳に慎むべきものである。金銭の支払いに対する対応は、複数の視点から自社への信頼をどのように維持するか、また、犯罪助長行為として支払い行為に対する制裁を用意する国もある中でコンプライアンス上の問題にどう対応するか、ということであり、経営者が判断すべき経営問題そのも

参 考

●Emotet（エモテット）の手口

- Emotet とは：Emotet と呼ばれるウイルスへの感染を誘導する高度化した攻撃メールが国内外の組織へ広く着信。実在の相手の氏名、メールアドレス、メールの内容等の一部を流用して正規のメールへの返信を装っていたり、業務上開封してしまいそんな巧妙な文面となっている場合があり、注意が必要。
- 最近の傾向：2020年7月末から国内外に向けてEmotetに感染させるメールの配信活動が再び活発化。過去に感染した被害組織から窃取された情報を使ってなりすまされたメールが配信されている状況。
- Emotet は、情報の窃取等の直接攻撃に悪用されることに加え、他のウイルス等による攻撃の侵入口として悪用されるウイルスでもあり、一度感染すると拡散していく傾向。

●ネットワーク貫通型：VPN機器の脆弱性を悪用したネットワークへの侵入

- VPN 機器の脆弱性が相次いで報告され、そうした脆弱性を悪用するコードが公開されるなど深刻な状況が発生。攻撃者は、こうした脆弱性を通じて直接的に社内ネットワークへ侵入し、攻撃を展開。
- 2020年8月、Pulse Secure 製 VPN 機器の脆弱性が悪用され、

のであるということを強く認識する必要がある。

3)改めて「基本行動指針（共有・報告・公表）」に基づいた活動の徹底を

2020年6月12日に公表した「昨今の状況認識」では、サプライチェーンを他の企業とともに構成していることに伴う責任と、企業が負っている社会的な責任を果たしていくために、以下の3つについて、実際のアクションとして取り組んでいく必要があることを訴え、6月30日に開催された産業サイバーセキュリティ研究会において、これら3つの項目を「基本行動指針」として提示した。

- ①サプライチェーンを共有する企業間におけるサイバー事案に関する高密度な情報共有の実施
- ②機微技術情報の流出懸念がある場合の経済産業省への報告
- ③情報漏えい等の被害が、取引先等不特定多数の関係者に影響する恐れがある場合における関係者の影響緩和の取組促進のための公表の実施

11月1日に発足したSC3の規約においても、「基本行動指針」の内容が反映されており、産業界が丸となってサイバーセキュリティの強化に取り組んでいく上での重要な指針となっている。経営者は改めて「基本行動指針」に則った事案への対処を進めるよう、担当責任者および担当部局に指示し、自社に対する社会的な信頼と産業界全体の取組の強化に貢献していく姿勢を明確にすることが求められる。

最近のサイバー攻撃の状況を踏まえた経営者への注意喚起
2020年12月18日、経済産業省商務情報政策局サイバーセキュリティ課
<https://www.meti.go.jp/press/2020/12/20201218008/20201218008-2.pdf>

国内外900以上の事業者からVPNの認証情報が流出。2020年11月、Fortinet製品のVPN機能の脆弱性の影響を受ける約5万台の機器に関する情報が公開。認証情報等が悪用されることで容易に侵入されるおそれ。

- ・どちらのケースも既に悪用されている可能性があるため、機器のアップデートや多要素認証の導入といった事前対策に加え、事後的措置として侵害有無の確認や、パスワード変更等の対応が必要。

●ランサムウェアとその手口の変化（二重の脅迫）

- ランサムウェアとは：「Ransom（身代金）」と「Software（ソフトウェア）」を組み合わせた造語。感染したパソコンのデータを暗号化するなど使用不可能にし、その解除と引き換えに金銭を要求する。
- 新たな（標的型）ランサムウェア攻撃（二重の脅迫）とは：ターゲットとなる企業・組織内のネットワークへ侵入し、パソコン等の端末やサーバ上のデータを窃取した後に、一斉に暗号化してシステムを使用不可能にし、脅迫をするサイバー攻撃。
- システムの復旧に対する金銭要求に加えて、窃取したデータを公開しない見返りの金銭要求も行うので、二重の脅迫と恐れられる。窃取された情報に顧客の情報や機微情報を含む可能性がある場合には、被害組織はより困難な判断を迫られることになる。

基本性能を
追求した
Pro の最高峰。

RICOH
imagine. change.

多様化するニーズに対応し、ハイクオリティな印刷を続けられるタフな生産機。

生産性を高める高速出力、滑らかな高画質、高精度なレジストレーション、

幅広い用紙対応力など磨き上げた基本性能に加え、新技術 IQCT* for High-End による印刷品質の自動安定化と

印刷前の調整作業の省力化により、デジタル印刷ビジネスを強力にサポートします。

リコーの新たなフラッグシップモデル RICOH Pro C9200 シリーズの登場です。



RICOH Pro C9210/C9200

www.ricoh.co.jp/pp/pod/

*Inline Quality Control Technology ※写真はRICOH Pro C9210 にオプションを装着したものです。

 **日本創発グループ**
JAPAN CREATIVE PLATFORM GROUP

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>

プロ、体感。

RICOH Printing Innovation Center ショールームスペース

RICOH Proをはじめ、プロダクションプリンティングビジネスの新たなソリューションをご覧ください。またDTPセミナーも定期的に開催中。
お問い合わせ: 050-3534-2121 ※ご利用は予約制となっております。詳細につきましては、担当営業または販売会社までお問い合わせください。



この広告は、リコーが提供する新しいクラウドサービスであるRICOH Clickable Paper サービス*に対応しています。

* iPhone/iPad/Android™ アプリケーション『RICOH CP Clicker』(無料)をダウンロードし、広告を撮影(クリック)すると、商品のスペシャルサイトなどインターネット上の関連情報をご覧ください。

株式会社リコー 〒143-8555 東京都大田区中馬込1-3-6
リコージャパン株式会社 〒105-8503 東京都港区芝3-8-2

※iPhone、iPadはApple Inc.の商標です。※iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスにもとづき使用されています。※AndroidはGoogle Inc.の商標です。

理事会&委員会通信 ジャグラの活動報告です

——1.15第6回理事会　6月2日（水）総会のネット開催を決定

印刷物創注委員会議事録より

1.15 第 6 回理事会

ジャグラは1月15日、第6回理事会を開催した(本部+ネット)。例年、新年の理事会は、ジャグラなど印刷関連10団体で構成する日印産連の新年会に合わせて開催しているが、コロナ禍による中止を受けて、当日はジャグラ理事会のみ開催された。

×

第一号議案　役員の派遣・スケジュールに関する件

省略＝巻末のスケジュールを参照してください。

《検討の経緯》

質問・意見はなく、満場一致で承認した。

第二号議案　ジャグラ文化典開催地に関する件

2023年は中国地協で開催の予定だったが、全印工連の大会と重なったため、コロナ禍で中止となった高知（四国地協）での開催に変更し、下記順番としたい。

2022年　東海地協 / 愛知（決定）
2023年　四国地協 / 高知（決定）
2024年　近畿地協 / 大阪もしくは北陸 or 中国地協（未定）
2025年　東京地協 / 東京（決定：ジャグラ70周年）
2026年　未定

【主な意見】

◎2022年と2023年は決まっている。2024年をどうするか早めに決める。

◎2024年の優先順位としては近畿、北陸、中国という順になる。近畿、北陸で早めに結論を出してほしい。

《検討の経緯》

検討の結果、満場一致で承認した。

第三号議案　ミニ全国協議会&表彰式開催に関する件

2020 & 2021年と2年連続で全国大会が中止となったため、前回の理事会で2021年6月頃に表彰式&懇親会的なイベントを検討することになった（総会はネット会議で実施）。昨年11月24日の総務委員会で検討したところ、ミニ全国協議会、表彰式、懇親会の実施を検討することになった。

【主な意見】

◎理事会の前に実施した総務委員会で、現状、新型コロナの感染が拡大していることと、6月と10月の2回実施するのは予算的に困難であるため中止が決定した。

《検討の経緯》

検討の結果、総会は昨年同様6月2日（水）、ネットにて実施する。6月実施を検討していたミニ全国協議会&表彰式は開催しない。全国協議会&表彰式は例年通り10月もしくは11月に開催する。以上、満場一致で承認した。

第四号議案次期年間スケジュールに関する件

次期年間スケジュールについて、下記のとおりとしたい。

●2021年	日時	場所・備考
定期監査	4月15日（木）	本部
拡大理事会	4月16日（金）	23日より変更
総会	6月2日（水）	本部+ネット
委員長会議	6月25日（金）11時～	本部
理事会	6月25日（金）14時～	本部
関地協大会	10月15日（金）～17日（日）	千葉
理事会	未定（日印産連と同日）	本部
日印産連式典	未定	ニューオータニ
SPACE-21協議会	未定	鹿児島
自費出版表彰式	10月23日（土）	アルカディア市ヶ谷
理事会&全国協議会&役員推薦委員会	11月予定	東京ドームホテル

●2022年	日時	場所・備考
理事会	1月予定（日印産連と同日）	本部
日印産連新年会	未定	未定
東グラ新年会	未定	未定
予算理事会	3月予定	本部
期末監査	4月予定	本部
決算理事会	4月予定	本部
総会	6月4日（土）	名古屋観光ホテル

《検討の経緯》

質問・意見はなく、満場一致で承認した。

第五号議案　その他に関する件

1. 地協の状況について報告をおこなった。

◎北海道地協　渡辺理事

積雪が多くて大変。コロナの影響で人が集まることができないが、3月以降に向け準備を進めたい。

◎東北地協　熊谷理事

県をまたぐ移動ができないので、幹事会などリアルに集まるのが難しい。2月15日地協幹事会をZoomで開催する。

◎関東地協　尾形理事

コロナ禍のため、売上げが厳しい会員が増えている。関東地協千葉大会を10月15～17日で開催する。多数の参加をお願いしたい。

◎東京地協　清水理事

ビジネスアイデアコンテストの最終審査を2月に予定している。

◎北陸地協　高橋理事

12月17日にZoomを使って生産性向上セミナーを開催した。1月16日に富山で地協総会を予定していたが書面開催になった。新潟県支部では1月6日に会員のみで新年会を開催した。

◎東海地協　岡本副会長

愛知県支部で、会員企業の従業員に呼び掛けて、中学生以下の子供に「冬休みの思い出」をテーマに絵を描いてもらい、お礼にいちご4パックを贈呈するイベントを実施した。また、愛知大会の準備を進めている。観光は信長コース、家康コース、伊勢神宮コースと3コースを実施予定。

◎近畿地協　松下地協会長

大阪は賛助会員による座談会を開催した。京都では新年会はすべて中止となった。兵庫の会員ではコロナで余った時間にアフターコロナを検討したり、社員の意識改革を進めている企業がある。

◎中国地協　宮崎副会長

昨年9月に生産性向上セミナーをZoomで開催した。セミナーを開催したい企業は生産性向上委員会に相談してほしい。

◎四国地協　中越理事

高知は意外に元気が良い。2023年の文化典を受けるので準備を進めて行きたい。会員拡大に注力して1000社を目指す。

◎九州地協　岩下地協会長

1月23日にセミナーを開催する。昨年11月に幹事会を実施した。財政面で厳しいと感じている。また、支部の行事ができないので閉塞感がある。

◎関東複写地協　斎藤理事

細井副理事長が昨年11月30日に急逝した（先月号既報）。将来を担うリーダーとして期待していたのでショックが大きい。1月21日にゼロックスで新春セミナーを開催する。

2. その他

◎笹岡理事より、ジャグラ認定DTPオペレーション技能テストの報告があった。124名参加、そのうち39名は一般参加。

◎原田理事より、ジャグラBBのPRがあった。

◎池邊理事より、全国で様々なZoomセミナーが開催されており、参加したいものもある。ジャグラBBを使い、本部でセミナーを集約してほしい。→検討する。

◎武川理事より、理事会資料に出席者の氏名、会社名を掲載してほしい。→次回から実施する。

◎稲満委員長より、2022年2月12日に東京で開催するプリントネクストのPRがあった。

◎向井理事より、東北地協で有料のZoomアカウントを取得した。東北地協総会を6月に実施する予定。福島県支部のキング印刷、長瀬印刷、共栄印刷によるセミナーを開催予定。

◎樋貝理事より、1月8日に山梨県支部の定例会兼新年会を開催した。

◎中島理事より、新年会が中止となった。高崎はだるまが名産なので、アマビエのだるまを作り会員に配付した。

《検討の経緯》

質問・意見はなく、満場一致で承認した。

以上

出席理事・監事	
会　長	中村耀
専　務	沖敬三
※以下、ネット出席	
副会長	熊谷正司、岡澤誠、清水隆司、岡本泰、谷川聡、宮崎真理
理　事	渡辺辰美、向井一澄、熊谷晴樹、中島博、尾形文貴、樋貝浩久、鈴木将人、齋藤秀勝、中村盟、吉岡新、笹岡誠、原田大輔、武川優、高橋広好、岡達也、岸徹、中越忠男、本村豪経、池邊寛、斎藤隆正
監　事	東海林正博
※臨席	稲満信祐（東京・港）＝生産性向上委員長、松下忠（和歌山）＝近畿地協会長、岩下浩幸（福岡）＝九州地協会長
欠席理事・監事	
監　事	鈴置誠、前沢寿博
利害関係案件は0件であり、理事の離席はなかった	

令和2.8.27 印刷物創注委員会（第1回）

1. 委員長・担当副会長挨拶

業界はコロナで厳しい状況である。印刷物が増える仕掛け、仕組みをどう作れるのか。事例を紹介し、これらをヒントにしてジャグラ会員企業の受注拡大につなげる助けになりたい。事例紹介は他団体や業界誌でこれまでもやっていたが、数字をオープンにしていない。ジャグラの取組みでは詳細な数字までオープンにしていきたい。外注にいくらで発注した等、イメージしやすい内容にする。委員はジャグラ会員のためにボランティアと思って活動してほしい。

2. 委員会の説明 (岡委員長より)

1) 活動イメージの共有

◎大きな投資が必要になるような案件は除外する。例として数百万円のPODや後加工機などの導入にとどまるような案件を取り上げる。

◎新しいことを3つ以上必要とする案件は除外する。既存の設備、人材を活用し、プラス1～2の要素で取り組む案件を取り上げる。

◎印刷物以外のものを売るというような話はこの委員会では扱わない。あくまで印刷物の創注である。

◎商品開発：既存の仕事の延長、新しい組み合わせ、新しい売り方など。

◎営業品目の拡張：扱っている印刷物の受発注に何か別のこと(在庫管理、個別発送など)を付け加える。

◎顧客との接点を変える：営業の負担を減らす。受注業務をWEB化、コールセンター対応にするなど。

◎新しい市場に参入する：今所有している設備と能力を使ってできることを洗い出す。ニッチな市場を開拓する。

2) 「何を武器にするか?」「その組み合わせは?」の切り口

◎印刷機：PODを所有している会社は多い。

◎後加工機は印刷機よりも相対的に安い。

3. 今期の取組みについて

◎地元なり、つながりのあるところで受注が減っていない、伸びている会社はないか?

◎固定費を削減したい人が多い。事業所の削減と統廃合を行うケースがある。そこで引越しパックで受注拡大しているところがある。引越しで必要になる印刷物(封筒、名刺、会社パンフレットなど)をパッケージにして売り込んでいる。

◎イメージ：こういう困りごとがあるはず→お客様にヒアリング→解決するための提案→受注

◎国や自治体の助成金を活用する提案、申請書作成のお手伝いを行って製作物を受注する。お客さんは助成金の情報を持っていない。ノウハウがないので申請もできない。申請書作成を代行してHPやパンフレット、Eコマースを受注する。※申請書はお客様自身で提出する。

◎受注が減っているこの暇な時期にいろいろやっておく。平常に戻った際にいち早く営業できるように手を打っておくことが大事。ビジネスチャンス。

◎助成金でタダみたいな金額で物が作れる。相当な需要が見込めるのではないか。

◎お客さんが弱いのは申請の部分。手間はかかるがビジネスになる。

◎営業マンの情報収集能力が問われる。ちょっとした立ち話で相当な情報を得ることができる。

◎リコーのオンデマンド機に圧着機をいれて……、弊社ではこれ

までやったことがなかったビジネスだが、健保に売り込んで受注につながっている。

◎ほとんどの方が気づかない、そして踏み出さない。典型なのは「挨拶状.COM」。背景にあるのはニーズ、困りごとの見える化。大きい会社だからできるのだろうと言われるビジネスも多いがそうとも言えない。印刷にスピードを求める答えとしてPODが普及した歴史もある。

◎この会社すごいなと思うところ、ベンダーさんから聞いた話など情報を集めてほしい。

4. 宿題

周辺の会社で、この取り組みに合う会社、事業をリサーチする。次回の委員会で報告していただきたい。現時点では、事業の詳細までを開示していただくような前提でなくてよい。あくまで情報収集にとどめる。ある程度集まった時点で絞り込んだうえで交渉する。

出席者	
副会長	岡本泰
委員長	岡達也
委員	池邊寛(大分)、吉岡康之(キヤノンシステムアンドサポート(株)/賛助)、菅野孝市(専門委員/ニュープリんティング(株))
事務局	今田豪

令和2.12.2 印刷物創注委員会(第2回)

1. 新委員の紹介(岡本副会長より)

リコージャパン(株) 神山様(委員)、青木様(臨席)

2. 委員会のテーマ確認

流れとして、全国の優れた事例、儲けるパターンなどについて研究することを確認した。

3. マーケティング委員会との連携および棲み分けの確認

齋藤マーケティング委員長より同委員会の活動を説明してもらい、創注委員会との連携および棲み分けを確認した。

4. ヒアリング候補企業の検討

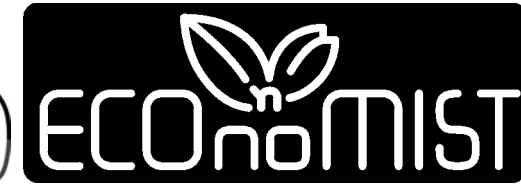
ヒアリング候補企業について、一般的なジャグラー会員企業の参考になるかどうか、前回委員会で決めた評価基準に沿って、意見交換を行った。

出席者	
副会長	岡本泰
委員長	岡達也
委員	池邊寛(大分)、木戸敏雄(東京・新宿)、吉岡康之(キヤノンシステムアンドサポート(株)/賛助)、神山和彦・青木麗子(リコージャパン(株)/賛助)、菅野孝市(専門委員/ニュープリんティング(株))
臨席	齋藤秀勝マーケティング委員長
事務局	今田豪

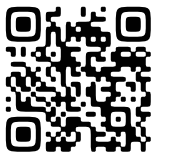
私たちはSDGsのゴールの実現に協力していきます。



印刷現場の環境改善を考える



※詳しくは…



環境対応資材

ECO no MIST は、お客様と共に「環境」と「価値」を考えるモトヤの資材ブランド。消耗品による環境改善を実現します。

※ECO no MIST 全商品はグリーンプリンティング(GPマーク)を認証取得しています。



『印刷業向け業務パッケージの決定版 P-MAN』

印刷情報管理システム



P-MAN Business e-Brain

見積・受注・制作予定・印刷予定・加工／配送予定
在庫・発注仕入・販売・原価システム

営業情報を正確に早く、制作・製造部門に伝えることで
生産性の向上、ミス・ロスの低減を行い利益向上を計ります。

『今こそ!! 情報の見える化(MIS)』

- 経営者に必要な利益管理の仕組み創りをお手伝いします。
- 企業のコミュニケーション向上により顧客満足度・従業員のやる気を高め利益UP。
- 富士フイルム(株) ワークフロー XMF との連携機能を搭載。

通信制 JAGAT指定 DTPエキスパート認証試験対策講座

入学随時。どこでも、いつでも、何度でも学習出来ます。
合格実績あるモトヤDTPスクール★合格者累計約700名が運営。
通信制で初めて、唯一の(公社)日本印刷技術協会指定講座。

詳しくは…



印刷のソリューションプロバイダー

株式会社 モトヤ

大阪 〒542-0081 大阪市中央区南船場1-10-25 ☎(06)6261-1931(代)
東京 〒104-0032 東京都中央区八丁堀 4-5-5 ☎(03)3523-8711(代)
横浜・千葉・名古屋・京都・神戸・姫路・福岡



SHOWA

ユーザーサポートこそ商品

株式会社ショーワは、謄写版および付属品の販売と謄写印刷業の＜昭和謄写堂＞として、昭和3年に幅弓之助が創業しました。
創業者の幅弓之助は「良いものを売り、売ったものには責任を持つ事」に頑固なまでにこだわり続け、そのこだわりは創業から100年に向けて今なおショーワの社員一人一人にDNAとして脈々と受け継がれています。

長きに渡り、多くの取引先企業様より厚い信頼を寄せて頂けるのも、企業理念にもあります様にユーザーサポートという目に見えない、形のない「商品」だからこそ、付加価値を創造し続け、溢れる情報、市場状況を正確に分析・判断しうる知識とユーザーサイドで常に物事を考える「誠意」が評価して頂けているものと考えています。

今後も常に「ユーザーサポートこそ商品」の企業理念、創業者・幅弓之助の熱い志を胸に社員一同業務につとめていく所存です。

21世紀のグラフィックアーツを共に考えるショーワユーザー会

コラボレーション&リサーチ

SHOWA会

ユーザー会で密に情報交換

年間活動

- 研修会 ○工場見学 ○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

問い合わせ、入会お申込みは事務局まで

SHOWA会事務局 TEL.03-3263-6141 FAX.03-3263-6149



株式会社

プリントメディアの総合商社

<http://www.showa-corp.jp/>

〒101-0065 東京都千代田区西神田2丁目7番8号 TEL 03-3263-6141 (代) FAX 03-3263-6149

多言語ユニバーサル情報発信ツール

MC Catalog+

エムシー カタログ プラス



Japan.
Endless
Discovery.



多言語に対応した デジタルブックを簡単に作成 手軽に配信・快適に閲覧

あらゆる紙媒体をデジタル化し、スマートフォンやタブレット端末に手軽に配信。
さまざまなシーンにおいて、時間・場所・言語にとらわれず、情報発信から閲覧環境
まで、ワンストップで最適な環境を提供いたします。

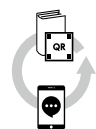
快適なユーザ体験をもたらす
多彩で豊富な機能を搭載



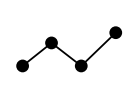
テキストウィンドウ
表示



自動音声合成
機能



SNS連携機能



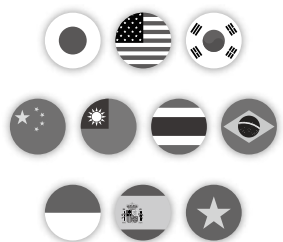
ログ解析機能



配信エリア
指定



本文検索機能



高性能翻訳エンジン



モリスワは、日本障がい者スポーツ協会を応援しています

www.morisawa.co.jp

詳しくは [エムシーカタログ](#)

●記載されている会社名・商品はそれぞれ各社の登録商標または商標です。●本仕様は、予告なく変更する場合があります。

ジャグラ

アマビエだるまを会員に配付

群馬県支部

ジャグラ群馬県支部は、1月14日に群馬県印刷工組との合同新年会を予定していましたが、政府の緊急事態宣言を受けて、急遽中止となりました。コロナの影響で今年度は何の事業も行えていないため、同支部では疫病退散を祈念して、「社名入りアマビエだるま」を会員に配付することにしました。「旅行業や飲食店のみならず、コロナのせいで日本経済が縮小し、印刷関係の動きもにぶい昨今であるが、一日も早くコロナ禍が収束することを願っている」とのことです。

(情報提供：群馬県支部 中島博支部長)



ジャグラ

30周年記念ピンバッジを制作

青年部 SPACE-21

ジャグラ青年部 SPACE-21 が企画していた創立 30 周年の記念事業は、コロナ禍の影響により軒並み中止となりましたが、記念式典で配る予定であった記念ピンバッジがこのほど完成したことから、同会幹事を通じて全国の青年部メンバーに順次配付しています。

ジャグラ本部に若干の在庫がございますので、ご希望の方には実費でお譲りいたします（1人1個まで）。お問い合わせは事務局・今田まで。

(情報提供：本部事務局 今田豪)



連載

我が社の自費出版事情

第5回：電算印刷(株) (長野県松本市) クラフト舎 <https://www.densan-p.jp/>

にむらのりよし 著『教室の座敷童子』ほか

自費出版アドバイザー

同社・営業部

加藤 洋子



プライベート出版という域を超え、昨今では社会問題など幅広いカテゴリーをカバーしている「自費出版物」。ジャグラ会員の「自費出版」への取り組みを紹介する連載の第5回目は、長野の電算印刷さんにご寄稿いただきました。

×

編集部門を持たない普通の印刷会社

弊社は50年前、ふたつの印刷会社が合併、当時最先端であった電算写植機を導入し、社名にその名を冠して誕生しました。以来、書籍・冊子類に長じた印刷会社として地域に根ざした展開をしてきました。そして30数年前にその特性を活かすべく、現在ある「電算印刷直営店・自費出版専門書房クラフト舎」の前身ともいえる「電算出版企画」が作られたのが、本格的な自費出版事業の始まりといえるでしょう。

とはいえ編集部門を持たない普通の印刷会社ですから、通常の印刷物同様に若干の割付や誤字脱字の指摘以外は基本にお客様の原稿通りというのが実情でもありました。組版・印刷には長けていても、専門ではない商業出版の分野に進出できるほどの編集術は持ち合わせていないのが、爾来の悩みどころでもあります。その後、営業部内に自費出版アドバイザーの有資格者を置き、書店流通は手掛けていないものの、少しでも販売したいお客様の手助けとなるよう、クラフト舎オンラインショップを開設して今に至っ

ています。また、3年前からは自費出版の周知と潜在需要案件の掘り起こしを目的に、地域の同業他社らと「Book Cafe 実行委員会」を立ち上げ協業事業を進めてもいます。

さて、そんな弊社で手掛けた自費出版書籍をいくつかご紹介したいと思います。



クラフト舎オンラインショップ
<https://craftsha.thebase.in/>

初めての日本自費出版文化賞の入賞作品

自費出版を弊社の柱のひとつに定め、近年は日本自費出版文化賞への作品応募を積極的に進めてきました。その中で平成30年(2018)11月に刊行された、にむらのりよし先生の『教室の座敷童子』が第22回(2019年度)日本自費出版文化賞の小説部門賞に入賞という栄誉に輝きました。これは今まで入選作品が2点のみの弊社にとっては正に「快挙」でした。

にむら先生は信州生まれの東京育ち、外資系企業の国際事業部門に移動した後に長野県小学校教諭となり、ことばの教室を担当、読書教育や放送教育に注力されてきました。また、地域の図書館や博物館などでのコンサート活動、退職後はジャズシンガーとしても活躍している多才な方です。この小説は30年前に書いたわら半紙1枚の文章をもとに、定期ライブでの読み語りコンサートで発表した作品に大幅加筆をしたものだそうです。

最終選考にあたっての講評も大変うれしい内容でしたし、そればかりでなく、この作品をベースに脚本された舞台劇が県下で発表されるなどもしました。販売をお願いした書店やオンラインショップでも購入者の絶えない人気の書籍です。



にむらのりよし 著
『教室の座敷童子』クラフト舎
A5判・354ページ・上製本
2200円＋税
クラフト舎オンラインショップで販売中

法律相談ネットワーク

「グラフィックス法親会」のご案内

皆で入ろう、困った時のために！ いつでも気軽に相談できる、皆の法律専門家！

取引先との
トラブルを、
解決したい！

個人情報保護
の覚書って、
どう書くの？

基本契約書の
内容チェック
どうしよう？

専任弁護士を
雇う余裕は
無いしなあ...

グラフィックス法親会の概要

- 専 任 山本正 / 岡田尚人 弁護士
- 会 費 20,000 円 / 年 (税別)
※年度途中入会は月割換算 (年度末 12/31)
- 会員特典 ① 無料相談 (随時)
※ 遠方の場合は電話・ファクスで対応
② 情報交換会 (適時開催)

申し込み・お問い合わせはジャグラ事務局まで
電話：03-3667-2271



廣澤寺編纂委員会 著
『龍雲山 廣澤寺誌』電算印刷(株)
A4判・330ページ＋
口絵・中口絵20ページ・上製本
非売品で協賛者への頒布のため、
希望される方は直接 廣澤寺様へお問い合わせください



ドローンによる寺山周辺の空撮



小笠原秀政が大坂夏の陣で着用されたとされる、うずら鞆二枚胴具足

松本城主の菩提寺の寺誌

次は信濃守護であった深志（府中）小笠原氏開基の寺の寺誌、『龍雲山 廣澤寺誌』です。こちらは共著という形の自費出版書籍です。

小笠原氏は清和源氏の一族、甲斐源氏の系統です。東国武士の棟梁として基盤を固めていた新羅三郎義光の孫にあたる清光の子息が甲府盆地一円に勢力を伸ばし、その中の遠光（加賀美遠光）の次男長清が、改めて小笠原姓を名乗って始まりました。長清は承久の乱（1221年）の鎮圧後に阿波国（徳島県）守護職と信濃国伴野莊（佐久市）の地頭となり、甲斐から信濃へ勢力を伸ばす足掛かりを得ました。長清から六代目の貞宗の時に後醍醐天皇から信濃守護に任じられ、府中（当時の松本近辺の呼び名）がこの時期の信濃の政治の拠点となりました。この後小笠原氏は府中と下伊那を拠点にしてそれぞれに力を伸ばしていきますが、府中の小笠原氏（深志小笠原氏）、そして下伊那を拠点とした小笠原氏はさらに松尾小笠原氏、鈴岡小笠原氏と分離していきます。分離した三家の相続争いの末に、深志小笠原氏（小笠原長棟）が信濃における小笠原氏を統括する立場となりました。この長棟の法号が「廣澤寺天祥正安」で、廣澤寺の寺号はここに由来しています。



慶長20年正月5日 小笠原忠脩書状（初出史料）



堆朱菊花文香合（松本市重要文化財）



禅宗の歴史書「五燈会元」（元版）元版は日本では廣澤寺所蔵のみ

深志（松本）の歴史に触れる

今回の寺誌の編纂にあたり、執筆する先生方の原稿をきちんと把握するために松本の歴史について再勉強させていただきました。

長棟の嫡男長時の時代、武田晴信（信玄）の勢力に押されて手放すことになった旧領深志を、長時の三男・小笠原貞慶が回復し、地名を松本と改めて城郭の整備や城下の建設を進めました。これが現在の松本の城下町の礎となっています。

貞慶の嫡男秀政は徳川家康の元へ人質に出され、その後は家康の長男信康の娘との婚姻で家康との関係が深まり、父親の跡を継いで松本を治めました。

慶長19年（1614）大坂冬の陣の際に、秀政の長男忠脩が徳川軍の一員として大坂に出陣、翌年夏の陣では父秀政が出陣を命じられます。忠脩と次男忠政（後の忠真）は松本城在城を命じられていたのですが、家康の命に背き父親のあとを追って大坂へ向かいました。慶長20年5月7日、天王寺口で毛利勝永らの軍とぶつかった小笠原軍は果敢に戦いましたが、秀政は傷を負い陣中で死去、長男忠脩も戦死してしまいました。徳川方の大勝利に終わりましたが、小笠原家にとっては城主親子が戦死するという悲劇となり

ました。

この慶長20年の正月5日に、忠脩が弟秀政に宛てた陣中見舞いの返事と思われる書状が、この度の編纂作業中に見つかりました。冬の陣での戦闘が終わり堀の埋め立てをしていることや、この冬の寒さが厳しく不自由していることなどが書かれています。廣澤寺には直接関係していない文書ですが、何らかの理由で寺にもたらされたものと思われます。冬の陣が終わり、夏の陣で戦死するまでの間のこの文書は初出史料でもあります。

忠政（忠真）はその後10万石に加増されて播州明石へ移動、寛永9年（1632）には15万石に加増されて九州小倉へ移動となり、幕末まで続きました。

以降松本城主は戸田氏→松平氏→堀田氏→水野氏→戸田氏と移り変わって明治の世となります。

編纂あれこれ

『廣澤寺誌』発刊は、東堂（前任職・三十世）である小笠原隆元氏の50年来の発願でした。平成28年、三十一世（現任職）の晋山式を機に、まずは編纂委員会を立ち上げました。立ち上げ前の準備期間を含め、発刊までには足掛け5年、編纂会議は50回を超えました。

平成29年に宝蔵1階にある文書の所在確認と整理をし、松本市文書館にて燻蒸、文書の調査と撮影でほぼ10カ月を必要としました。宝蔵での作業はネズミの糞尿まみれの文書を、破れないようそっと取り出すというなかなか大変なものでした。また軸物の撮影は、虫食いでもボロボロになったものをそれ以上崩れないように広げる作業もあり、大変神経を使いました。

廣澤寺の所蔵する文書資料の整理は、平成12年度に一旦行われていて、冊文書や絵画資料など481点、一紙文書771点、計1252点が平成15年に寺に収納されていました。この時の整理事業がなければ、寺誌の発刊にはあと3年以上は必要だったでしょう。

執筆・編纂においては「歴史」「歴住」「資料」と分類し、一つひとつの内容に議論を重ね、掲載史料を選別し、仕様の変更など紆余曲折がありました。個人ではなく団体での自費出版ならではの、スケジュール調整にも苦労がありました。ようやく発刊にこぎつけ、打ち上げをと思った時にはコロナウイルス流行の真っ只中、祝宴が期日未定の延期となってしまったのは残念ですが、この書籍の編纂に関わり、改めて勉強させていただいたという感謝の気持ちで一杯です。

自費出版ならではの著者の楽しみ

最後に紹介するのは、小俣麦穂さん著の歴史小説『豊久の女』（上下巻）です。こちらは著者が児童文学作家として本格デビューする前に同人出版していた小説を、大幅改版して上下巻に再編した自費出版書籍です。

木曾の馬遣いの一族の娘・緋馬里と、佐土原城主（宮崎市）島津豊久の縁を描いた物語で、著者が宮崎での資料集めや取材をする中で幅広い読者を得て、応援を受けたことがプロを志す原動力となった作品でもあります。

最初「なぜ自費出版？」と不思議に思ったのですが、著者曰く「自分の好きな用紙、やってみたい仕様、要求に対して助言・提案してくれる自費出版は楽しい！ 嬉しい！ 楽ちん！」とのことでした。

こちらにも著者の楽しさが伝わり、発刊後は思わず展示用ポスターを作ってしまった作品です。



小俣麦穂 著『豊久の女 上巻・下巻』クラフト舎
四六判・上巻 352ページ/下巻 336ページ・並製本
各 2000円＋税
クラフト舎オンラインショップで販売中

最後に

自費出版の醍醐味は著者が個人であれ、団体であれ、それぞれの「遺しておきたい」「表現したい」という思いの熱量が自らのエネルギーにもなることです。そこに携われることは正に「至福」であると思っています。

本連載への掲載希望社を募集します！

「自費出版」を手掛けているジャグラ会員で、本連載で自社PRしたい方は、編集部までご連絡ください

※日本自費出版ネットワークの会員でなくても構いません

連絡先：edit@jagra.or.jp

版画と謄写とこれから

第7回：ヤスリの開花と製版方法



新ガリ版ネットワーク首都圏支部長
Atelier 10-48 主宰 / 版画家

神崎智子

この連載は、私の著書『謄写版のこれまで・これから』を元に、更に掘り下げて書き起こしています。前回までは海外の謄写版について多く紹介してきましたが、鉄ヤスリによる製版をとる「謄写版」の多様な表現が開花した地が日本であることは間違い無いといえます。前述書籍内、和歌山県立近代美術館・植野比佐見学芸員の文章によると、“1894年の堀井父子によって販売が開始された謄写版の目的は、「安く・早く・簡単に」書類を印刷することだったらしく、明治40年代(1907～1912年)になってもカタログに添えられた印刷見本は線描による簡素なものでした”——とあります。

大正期になり堀井の専売特許が切れると、各所から多彩な技法書が発行されて普及が進みますが、普及以前に発行されたとされる徳島の坂東俘虜収容所のドイツ人俘虜兵たちによる多色印刷物『ディ・バラッケ』(1917～1919年)は主に線描を駆使したものでありました(①)。

ヤスリの種類と技法の経緯

1918年(大正7)創業の佐藤兄弟商会では、謄写版の可能性を示すために印刷見本を店頭に張り出し、これを見て謄写版を始めた人は少なくありません。謄写版の神様と呼ばれる草間京平もその1人です。また佐藤兄弟商会の佐藤斉一が与えたものは謄写版技術にとって非常に大きく、1924年(大正13)に方目ヤスリとアートヤスリ試作という形で現れています。草間は「孔版の基本技法は震災(1923年の関東大震災)までに、その応用は大正時代にすべて完成した」と語っています※。

別の方の視点から見てみましょう。「孔版」と命名したとされる織田子青は1924年『紙版術講義』の中で「目の細かいもの」という表記をしていましたが、2年後の1926年『孔版術大成』では「アート・A・B・C」という表記がされており、技術の切磋は大正期に急速に行われていたことを窺うことができます。

基本的な製版

『謄写版のこれまで・これから』では、[制作する

ためのノート]と章立てし、製作方法も(簡単ではありませんが)紹介しています。準備する物は、原紙・鉄ヤスリ・鉄筆・シェラックニス・マスキングテープを用意すればひと通りの製版が可能です。

【手順】

- ①下絵の上に原紙を置き、下絵を写し取る。鉄筆でなぞり取ると白く跡がつくので写し取りが可能。
- ②下絵を写し終えた原紙を鉄ヤスリの上に置き、鉄筆で製版。細かく目立てた鉄ヤスリの粒で原紙に穴が開く。製版手順は簡単に説明すると以上の工程。非常に単純で取り組みやすく、相反して奥深いところも同時に併せ持ちます。

私の制作では主に「XB」というヤスリを使用しています。ヤスリの凹凸の粒によってロウ原紙に穴が開くことから、製版される線は点の集合体となり、銅版画に比べると非常に弱い表現となっています(③)。その弱さを補うかのよう

に、面を塗りつぶすように製版を行う「つぶし製版」があります。「還元法」という、鉄ヤスリ製版で開けた穴を再び塞ぐ製版方法では、つぶし製版を初めに行います。

様々な製版方法

単純であるが奥深い表現はこの還元法にあると、私は思っています。先述の草間京平や若山八十氏をはじめとした孔版技師たちは、様々な製版方法を編み出していました。開けた穴を塞ぐ方法、つまり「還元法」によって、華奢な謄写版の線とは全く違った表現が可能となります。

●**描圧還元法**(④) 画面全体をつぶし製版。ヤスリから剥がし、下敷き等のツルツルしたものの上で描画する。

●**撫圧還元法 / フロッタージュ**(⑤) 画面全体をつぶし製版。ヤスリから剥がし、凹凸のあるものの上に置く。補強のための原紙を上置きパニッシャーやヘラ型鉄筆で擦る。



①ディ・バラッケ：日本語版と独語版が制作された(筆者撮影/山形謄写印刷資料館所蔵品)



②ヤスリの粒の拡大

荒	アート	絵画	XA	XB	XC	細
					ツブシ製版は不可能	
用途	カット・飾り文字	広範囲ツブシ・立体製版	太字ツブシなど	線・ツブシ	線・細字	
			方目ヤスリ	方B	方C	
				ゴシック体文字(沿溝ゴシックなど)		

③ヤスリの種類と目的



④描圧還元法の製版と刷り後



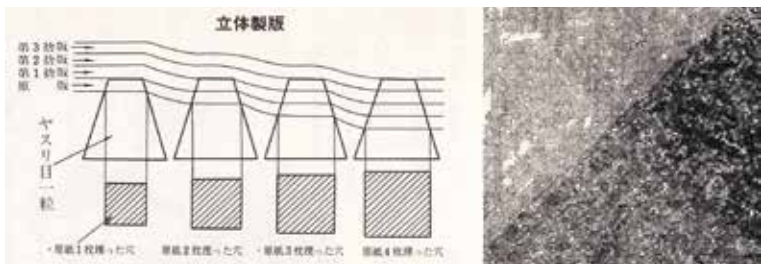
⑤撫圧還元法の製版と刷り後



⑥塗布還元法の製版と刷り後



⑦貼付還元法の製版と刷り後



⑧立体製版構造図



⑨講座生徒による製版の様子と刷り後

●**塗布還元法**(⑥) 画面全体をつぶし製版。ヤスリから剥がし、修正液(シェラックニス)を塗布する

●**貼付還元法**(⑦) 画面全体をつぶし製版。ヤスリから剥がし、裏面に別のロウ原紙で製版したものや、形をくりぬいたものを修正液で貼り付ける。

立体製版

還元法他、謄写版には立体製版というものがあります。謄写版製版の濃い薄いは一度の製版では不可能で、一度鉄ヤスリから剥がし、還元法を用いて行うのに対して、立体製版は一度の製版で行うものになります。これは絵画ヤスリやアートヤスリといった粗目の鉄ヤスリを用いて製版を行う技法です。この技法の原理は大正期に、製作方法は昭和8年に草間京平によって公開されました。

ヤスリの目の一粒は台形をしており、製版すると小さな穴が開きます。さらに一枚原紙を重ねて押し込むと重ねた原紙の厚さの分、下の原紙が押されて下がり、穴がさらに

大きくなることを利用した製版方法です(⑧)。

【手順】

- ①原紙4枚くらいを重ねて下絵を写す。1枚は本番用、残りは版作りの補助として使う(捨版)。
- ②本番用の原紙をヤスリ(絵画ヤスリ)で描画面をツブす。
- ③その上に補助版1を乗せ、更に濃いところをツブす。
- ④補助版1をはがさずに補助版2を乗せ、更に濃いところをツブす。
- ⑤さらに補助版3を乗せ、最も濃い部分のみを製版。
- ⑥4枚一度にヤスリから剥がし、順に補助版をめくり取る。
- ⑦一番明るいところを描圧還元法で製版する(⑨)。

以上が今日まで継承されてきた鉄ヤスリによる謄写版の製版技法です。文字のための製版方法も加えるともっと技があります。私も現代の画材を用いた製版方法を考案するなど挑戦しており、工夫によって実に面白い表現が可能であるとワークショップ等で紹介しています。

【お知らせ】 このほど「新ガリ版ネットワーク」の首都圏支部長となりました。アトリエ10-48主宰としての活動に加え、同ネットワークとの連携で謄写文化の普及に努力する所存です。これからもご支援の程、よろしく願いいたします。また「新ガリ版ネットワーク」へのご加入もお待ちしております(3000円/1期2年)。お問い合わせは gamo-cc.tanaka@e-omi.ne.jp (ネットワーク事務局)

事務局日誌と今後のスケジュール

令和3年1月の事務局日誌

- 5日 仕事始め
- 6日 日印産連新年交歓会→中止
- 7日 福岡県支部新年交歓会→中止
- 8日 プライバシーマーク現地審査（秋田）→延期
- 12日 ジャグラー BB 委員会・番組収録（大宮商会スタジオ）、東印工組新年会（パレスホテル東京）→中止
- 13日 プライバシーマーク現地審査（長野）
- 15日 ジャグラー会長新年挨拶（本部）、総務委員会（Web 会議）、拡大理事会（Web 会議）
- 16日 長野県支部・講演会 / 新年会（長野市・ホテルメトロポリタン長野）→中止
- 18日 プライバシーマーク現地審査（大阪）
- 19日 プライバシーマーク現地審査（大阪）→延期、プライバシーマーク審査会監査（会館）→野田個人情報保護委員会監事
- 21日 ジャグラーコンテスト専門委員会（Web 会議）、広報委員会（本部 + Web 会議）
- 22日 経営技術研究委員会（Web 会議）、岩手県支部・印刷工業会 合同新年会（アートホテル盛岡）→中止
- 25日 プライバシーマーク現地審査（広島）→延期
- 29日 生産性向上委員会（Web 会議）、ジャグラー BB 委員会 番組収録（本部）

2月のスケジュール（1月末時点）

- 3日 page2021 開会式（池袋サンシャインシティ）→中止・オンラインで開催、プライバシーマーク審査会（本部）
- 9日 プライバシーマーク現地審査（大阪）
- 16日 プライバシーマーク現地審査（埼玉）
- 17日 マーケティング委員会（Web 会議）
- 18日 広報委員会（本部 + Web 会議）
- 22日 総務委員会委（Web 会議）
- 24日 経営技術研究委員会（Web 会議）

3月のスケジュール（1月末時点）

- 1日 日印産連広報委員会（日本印刷会館 + Web 会議）→事務局
- 4日 年賀状デザインコンテスト委員会（Web 会議）
- 19日 拡大理事会（会館）
- 24日 プライバシーマーク審査会（本部）

訃報

■安達等 ジャグラー元参与 逝去さる

奈良県支部・(株)新踏社の安達等ジャグラー元参与が令和3年1月7日ご逝去されました。新型コロナウイルス感染拡大防止のため、通夜・告別式は家族葬にて執り行ったとのことです。喪主は安達研氏（ご長男）。ご冥福をお祈りします。

〔主な経歴〕	日軽印監事	昭和41年8月～昭和43年8月
	日軽印理事	昭和59年8月～昭和61年8月
	日軽印監事	平成6年9月～平成8年9月
	近畿地協会長	昭和57年11月～昭和58年11月
	近畿地協会長	昭和63年11月～平成元年11月
	奈良県支部長	昭和35年9月～昭和37年8月
〔賞 罰〕	奈良県支部長	昭和57年6月～平成3年6月
	昭和51年8月	組合功労賞
	平成3年9月	軽印刷発展功労賞

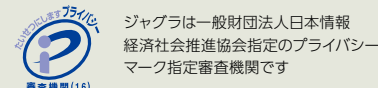
事・務・局・便・り

コロナ対策として事務局の入り口に、手をかざすだけで検温ができて、消毒液が適量射出される非接触ディスペンサーを導入しました。実は新潟の会員企業で目にして、その会社が販売代理店だったので、すぐに導入を決めました。ご来局の皆さまからも好評です。皆さまの会社では、どのようなコロナ対策を取られていますか？ 参考にしたいのでユニークな取り組みを教えてください。（K.N）

月刊グラフィックサービス
No.831
2021
02

月刊『グラフィックサービス』831号

■発行日 令和3年2月10日（毎月1回）
■発行人 中村 耀
■編集人 清水 隆司
■発行所 一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会 略称ジャグラー
〒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

◎企画：ジャグラー広報委員会

委員長 清水 隆司 / 副会長
委員 中村 耀 / 会長
田中 秀樹 / 東京・城東
米田 和秀 / 関東複写
斎藤 成 / 東グラ専務理事
沖 敬三 / 専務理事
外部委員 藤尾 泰一 / (有)インフォ・ディー
事務局 阿部奈津子
守田 輝夫

◎原稿・編集・校正：ジャグラー事務局ほか

沖 敬三 並木 清乃 阿部奈津子
今田 豪 守田 輝夫 酒井 玲子
長島 安雄（以上、ジャグラー事務局）
斎藤 成（東京グラフィックス/広報委員）
藤尾 泰一（有インフォ・ディー/広報委員）
日経印刷(株)（校正のみ）

◎渉外 並木 清乃 守田 輝夫

◎広告 酒井 玲子
◎Web 阿部奈津子
◎動画 今田 豪

◎組版/デザイン (有)インフォ・ディー

組版 = Adobe CS6/CC ほか
フォント = モリサワ0TF/モリサワBIZHほか



※本誌の一部にユニバーサルデザインフォントを使用しています

◎製版/印刷 日経印刷(株)（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マツFSC-MX 菊判62.5kg

※本誌はFSC森林認証紙（管理された供給源からの原材料で作られた紙）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で生産されています。https://www.nik-pnt.co.jp/

Copyright 2021 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。原則、TMや®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。



HOTNEWS
2021年2月号

ジャグラーが運営する、印刷業関連のセミナー、情報動画配信サイトです。2005年の開局以来、印刷業の情報収集、人材教育ツールとして多数の印刷会社に活用されています。

今週の
支部長

ジャグラーニュースの人気コーナー。毎回、全国の支部長さんにインタビューを行っています。

好評配信中！



福岡県支部
岩下 浩幸 支部長



東京・城西支部
児玉 年史 支部長



高知県支部
直原 孝一 支部長



石川県支部
黒沢 康憲 支部長



福島県支部
伊東 邦彦 支部長



鹿児島県支部
松永 英明 支部長



東京・港支部
深海 正洋 支部長



キャスター
高階 亜理沙

現在取材継続中！今後にご期待ください！

今月のおすすめ番組

▶最新情報はWEBをチェック



【緊急企画】
我々はどうに生き残るか！
緊急座談会[第1部]（全2巻）



初めてのスマホで動画編集講座
「Adobe premiere Rush」



web知識講座
「httpsのってなに？」
wordpressも学びます！



カテゴリ ニュース ジャグラー情報

カテゴリ セミナー オペレータ向け

カテゴリ 教育と技術 Web



リョービMHI
グラフィックテクノロジー株式会社

菊全印刷に新風を



RMGT 970 誕生

いまの環境社会に適合するために、もっとも大切なことはなんでしょうか？

地球や環境にやさしく、それでいて生産性が高い、新時代の菊全印刷機を開発しました。

新開発の RMGT 970 は、最大紙寸法 650×965 mm（最大印刷寸法 640×930 mm※1）。

菊全判用紙やK判用紙に、ジャストサイズです。

さらに、メイクレディから試刷り、本刷りまでをノンストップで行える自動印刷機能※2により、

印刷準備時間の短縮や稼働率の向上を実現します。

菊全判印刷機 RMGT 970 が菊全印刷に新しい風を吹き込みます。

※1 片面印刷時の仕様です。両面印刷時は 630×930mm

※2 スマートアシストプリンティングのオプション名称で開発中

Assist Your Potential

— 技術力と創造力で、あなたの可能性を支援する —

リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社

〒726-0002 広島県府中市鷺飼町 800-2 TEL 0847-40-1600

<https://www.ryobi-group.co.jp/graphic/>