

月刊 GS グラフィックサービス No.845 2022 04

■ 巻頭言

文化典愛知大会への誘い

——愛知大会実行委員長 岡本泰

■ 巻頭企画

2022年の業界展望

業況判断DI 6.6ポイント上昇／2022年はコスト上昇に課題も
——「中小企業の景況見通し」&「紙・板紙内需見通し報告」から

■ 特別企画

2.12 PrintNext2022 東京で開催！

印刷を再定義ー時代を彩る印刷のチカラー

■ 連載・シリーズ

中小印刷業の働き方改革を考える⑦

——山梨・(株)オズプリンティングさんの事例

■ NEWSとお知らせ

ジャグラコンテストのご案内



GS

No.845
2022
04

CONTENTS

■ 巻頭言

1 文化典愛知大会への誘い 愛知大会実行委員長(株)クイックス 岡本 泰

■ 巻頭企画

2 2022 年の業界展望 業況判断 DI 6.6 ポイント上昇 2022 年はコスト上昇に課題も 「中小企業の景況見通し」&「紙・板紙内需見通し報告」から

■ 特別企画

8 追悼「ガリ版文化史学」の母、志村章子さん 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

12 電通 2021年日本の広告費より 総広告費は前年比110.4%の二桁増／ネット広告がマス四媒体を上回る

24 2.12 PrintNext2022 東京で開催！ 印刷を再定義－時代を彩る印刷のチカラ－ リアル+Zoomのハイブリッド開催で、全国の青年印刷人507人が参加

■ 連載・シリーズ

18 中小印刷業の働き方改革を考える⑦ 山梨・(株)オズプリンティングさんの事例

なかむら通信

会員の皆様へ



ジャグリストの皆さん、こんにちは。

会長の中村耀です。

新年度がスタートしました。前年度は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、本来の事業活動が思うようにできない日々が続きました。そんな中でも本部役員の皆さん、そして各委員会の委員長、委員の皆さんが一生懸命、今できること、できる方法を模索しながら何とかジャグラの事業を盛り立ててくれました。皆さん、自社の経営も大変な時期にもかかわらず、本当に時間と手間をかけてくださいました。ここに改めて感謝したいと思います。ありがとうございました。

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

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！
毎月中旬、紙媒体より早くご覧いただけます
バックナンバー閲覧もここから



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

■ NEWS とお知らせ

6 ジャグラコンテストのご案内 3年ぶり6回目の開催決まる IllustratorとInDesignの2種目で開催

15 ジャグラBB HOTNEWS

23 TOPICS 憶えていますか？ 稲本ひろくん、元気に成長中！

28 業界の動き 日紙商、製紙メーカーに要望書提出 アグファ・ゲバルトがCTP価格を改定

14 訃報 28 会員の異動／新入会 29 事務局日誌と今後の予定／事務局便り

7	富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ(株)
9	東京リスマチック(株)
10	(株)ショーワ
11	リコージャパン(株)
16	ホリゾン・ジャパン(株)
17	(株)モリサワ
表4	リョービ MHI グラフィックテクノロジー(株)

本誌へのご意見・記事提供は下記まで
edit@jagra.or.jp

「ジャグラ BB」もご覧ください
経営・教育番組を多数配信中！
jagrab.net

今回、ビジネス拡大事業、経営基盤事業の2つの事業で、経営技術研究委員会、生産性向上委員会、マーケティング委員会、印刷物創出委員会の4つの委員会が中心となって活動してくれました。この4委員会の活動の集大成を経営基盤・ビジネス拡大事業報告書「強いジャグラの教科書」としてまとめているところです。機関誌の情報と併せてご活用いただければと思います。どうぞご期待ください。

コロナ禍に加えてウクライナ侵攻をはじめとする世界情勢の乱れ、それに伴う原油価格等のアップ、自然災害等々、問題は山積していますが、皆さんと一緒に乗り越えていければと思います。

文化典愛知大会への誘い

愛知大会実行委員長(株)クイックス 岡本 泰



皆様、いよいよ3年ぶりの全国大会へカウントダウンです!!
3年前にジャグラ愛知・神山支部長よりご指名をいただき、2年前に実行委員会を組織して毎月準備を進めてまいりました。我々ジャグリストの心の拠り所である全国大会は、高知、大阪とコロナの影響で開催できず、皆様にリアルでお会いする機会が奪われ、何か物足りない元気の出ない日々であったと思います。でも、もうそんな日々とはオサラバです！ 待ちに待った愛知大会の開催です！ 大会日程をご紹介します！

■ 1日目：6月2日 プレウェルカムパーティ

主に翌日のゴルフコンペ参加の皆様とリゾート気分でBBQを楽しみます（コンペに参加されない方も大歓迎！）。栄と大須の間にあり、花と緑に囲まれた久屋大通庭園フラリエ内のビアガーデン「ガーデンキッチン フラリエ」が会場です。25種類のドリンクが飲み放題。実はココ、毎年仲間たちと飲みに行く所で、女性も安心＆食事もおいしい名古屋 No.1 ビアガーデンです。

■ 2日目：6月3日 記念ゴルフコンペ／ウェルカムパーティ

2007年より毎年女子プロゴルフツアー「東海クラシック」が開催される、伊勢湾を望み自然豊かな名門コース「新南愛知カントリークラブ美浜コース」で皆様をお待ちしています。こちらは岡本綾子プロが設計や監修に携わり、全18ホール6921ヤードPar72。伊勢湾からの風もあり、難易度が超高いチャンピオンコースです。そういわれると怖気づきそうですが、キャディーさんは優しいし、コンペなのでその辺りは気にせず（笑）ご参加ください。景色もいいですよ！

夜は定時総会と同じ会場「名古屋観光ホテル」にてウェルカムパーティを開催、ゴルフコンペの表彰式も行います。昨年全国大会に出場した地元・東邦高校の爽やかなマーチングバンドで盛り上がりましょう！

■ 3日目：6月4日 定時総会・文化典式典・大懇親会

「名古屋観光ホテル」にて13時よりメインイベントの定時総会が開催されます。予め議案書を一読いただき、事業報告や決算報告・予算等、活発な質疑をお願い致します。また、役員改選となりますので次年度の体制も決定されます。

式典では功労者表彰、優良従業員表彰、作品展表彰等が華やかに行われ、次期文化典のご案内もあります。

式典後は、「ジャグラコンパクト DX ～みんなでレボリューション～」の発表です。1年間準備したDXWG（ワーキンググループ）での原案をベースに、ジャグラが進めるDXについて説明します。ジャグラの未来を明るく照らす方策であり、正しくジャグラの新章がここから始まります！

そして大懇親会！ 歓迎アトラクションで始まり、ご挨拶の後ゆっくりとご歓談ください。3年振りの再会、懐かしい顔、顔、顔。皆様の笑顔しか想像できません！ 心ゆくまで楽しんでいただけるよう、精一杯おもてなしをさせていただきます！

■ 4日目：6月5日～6日

日帰り・一泊旅行

<信長コース／日帰り> 織田信

長が出陣の際、必ず参拝していたという熱田神宮へ。三種の神器のひとつである「草薙神剣」がまつられている大きな神社で、パワースポットとしても有名です。境内には「草薙館」もあります。
次に斎藤道三の居城でもあった岐阜城に向かいます。後に織田信長がこの城を攻略、城主となり、地名を「岐阜」に、「稲葉山城」を「岐阜城」に改めたといわれています。昼食後は小牧山城です。織田信長が美濃攻めの拠点として築城し、後の小牧・長久手の戦いでは、徳川家康の陣城となったことで知られます。現在は小牧山城が後に織豊系城郭と呼ばれる城郭体系の原点であるとされています。マニア必見！ 日本の城の原点を作った織田信長の城づくりに触れてみてください！ ちなみに下見では一万歩、歩きました。

<家康コース／日帰り>家康出生の地、岡崎城を訪ねます。1959年には天守が3層5階建てに復興され、2006年には日本100名城に選定されました。桜の名所でもあります。次に歴代徳川将軍の等身大位牌が収められた徳川家の菩提寺大樹寺へ。総門からは岡崎城が見えます。家光の指示で設計されたこの景観は、現在でも岡崎市民が建築制限をして守っています。

最後は家康の遺体が葬られた全国の東照宮の創祀（始まり）と言われる国宝久能山東照宮です。ここには拝殿の垂木の先にとめられた金箔の御紋の中に「逆さ葵」なる紋があります。完璧なものは壊れるだけしかないという教えに従い、あえて最初から「欠け」をつくったそうです。3か所あるそうです。じっくり探してみてください。

<伊勢神宮コース／一泊二日> 古来より続く正式

参拝ルート（二見興玉神社→外宮→内宮）でご案内します。希望者には普段立ち入ることができない神域での参拝ができます。昼食は（私が）おススメのお店をチョイスしています。松阪牛、てこね寿司、絶品です！ 夜の宴会ではお楽しみ企画もご用意。

翌日訪れる「おかげ横丁」には、地元産真珠や地ビール、奉納されている伝統ある酒蔵による日本酒販売、赤福本店など楽しいスポット満載です。

いかがでしょうか？ 我々70名超の会員で構成される実行委員会が知恵を絞って企画しました。2年前よりほぼ毎月、打ち合わせを重ね、下見をして準備しましたが、直近の全国大会が中止になったこともあり、大会のイメージが掴めない委員も多く、行き届かない点もあるかと思いますが、精一杯設営させていただきます。

皆様のご参加を心よりお待ちしております。どうぞよろしくお願い致します！

巻頭言

※ DI：景気の判断指数。業況感が「良い」と判断した企業から「悪い」と判断した企業を差し引いた値。

見通し 業況判断DI※ 6.6ポイント上昇 2022年はコスト上昇に課題も

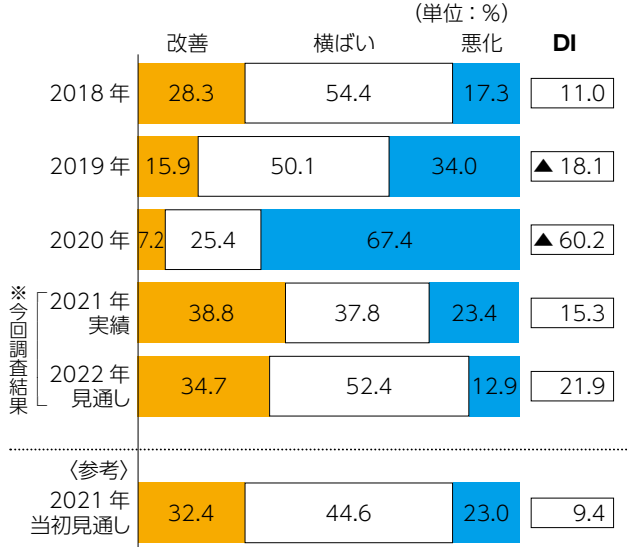
「2022年の中小企業の景況見通し」&「2022年 紙・板紙内需見通し報告」から

新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言が初めて発令されてから丸2年が経過した。東京オリンピック・パラリンピック開催に向け、日本全体が上昇気流に乗る中での乱高下は、米国の同時多発テロ、リーマン・ショック、そして東日本大震災を乗り越えてきた国内景気に未知の課題を新たに突き付けた。この2年間、コロナ禍で感染対策と景気回復の両立を図るべく、政府の支援と合わせてリモートや非接触の営業スタイル、巣籠もり需要などを取り込みながら過ごしてきた。すでに「先行きの見通し」は効かない。様々な情勢を見極めつつ、各社各様にビジョンを描いていくことが求められている。ジャグラーでは22年度の本格的なスタートに際し、会員各社が1年間を過ごして、未来を描くための情報提供の一つとして、日本政策金融公庫が昨年12月に発表した「2022年の中小企業の景況見通し」と日本製紙連合会が1月に公表した「2022年 紙・板紙内需見通し報告」の概要を紹介する。

詳細資料は下記サイトで入手できます。

日本政策金融公庫 <https://www.jfc.go.jp/>
日本製紙連合会 <https://www.jpa.gr.jp/>

■資料1 業況判断DI（前年比）



■金融公庫「2022年の中小企業の景況見通し」

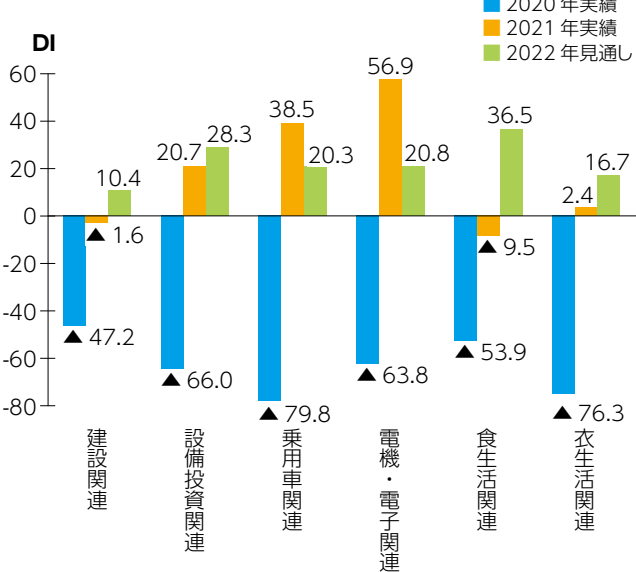
2021年の業況判断DI（実績）は15.3と、2020年の▲60.2から75.5ポイント上昇した。また、2022年の業況判断DI（見通し）は21.9と、前年から6.6ポイント上昇する見通しとなった。2022年の業況判断DIを需要分野別にみると、2021年に比べて、建設関連、設備投資関連、食生活関連、衣生活関連で上昇する見通しで、乗用車関連、電機・電子関連が低下する見通しとなっている。

2021年の業況が「改善」と判断した要因をみると、「国内需要の動向」の割合が83.5%で最も高く、次いで「海外経済の動向」（32.2%）、「新型コロナウイルス感染症の影響」（29.7%）の順となっている。

「悪化」と判断した要因としては、「国内需要の動向」の割合が80.1%で最も高く、次いで「新型コロナウイルス感染症の影響」（68.5%）、「主要原材料等の仕入れ価格の動向」（45.2%）の順となっている。

売上高・経常利益額の見通しでは、2022年の売上高DIが27.5と、2021年の18.7から8.8ポイント上昇、経常利益額DIも15.3と、2021年の11.2から4.1ポイント上昇する見通し。

■資料2 需要分野別の業況判断DI

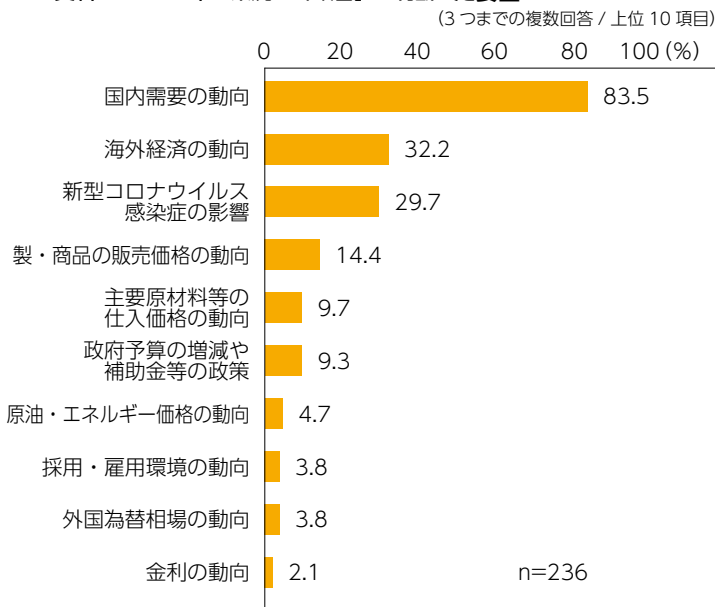


価格については、2022年の販売価格DIが27.5と、2021年の19.2から8.3上昇し、仕入れ価格DIが47.4と、2021年の51.5から4.1ポイント低下する見通しとなっている。

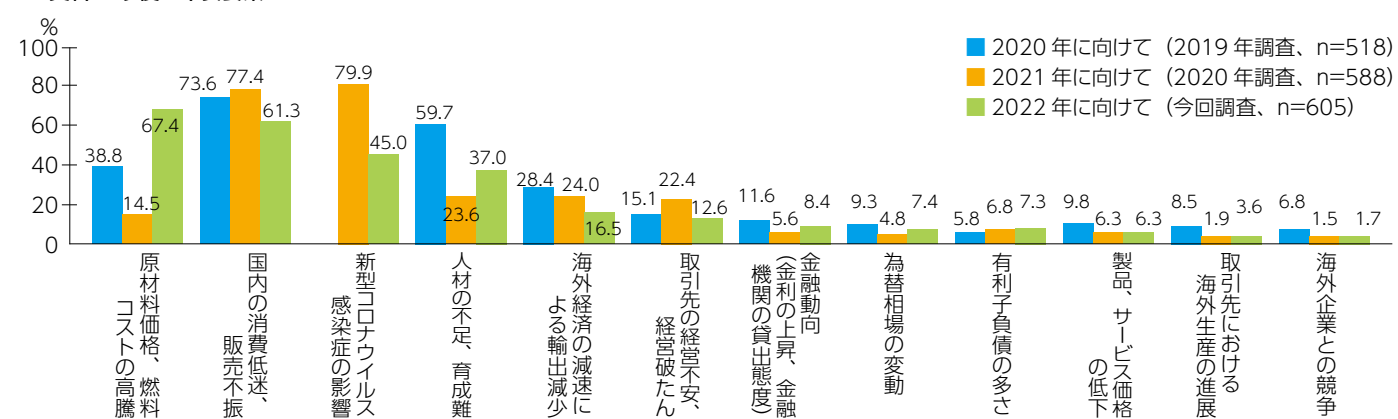
2022年の設備投資DIは9.8と、2021年の2.0から7.8ポイント、従業員数DIも13.0と、2021年の▲0.3から13.3ポイント上昇する見通し。

金融関連では、2022年の資金繰りDI、借入金利DIが2021年より上昇する見通しだが、貸出態度DI、借入残高DIが2021年より低下する見通しとなっている。

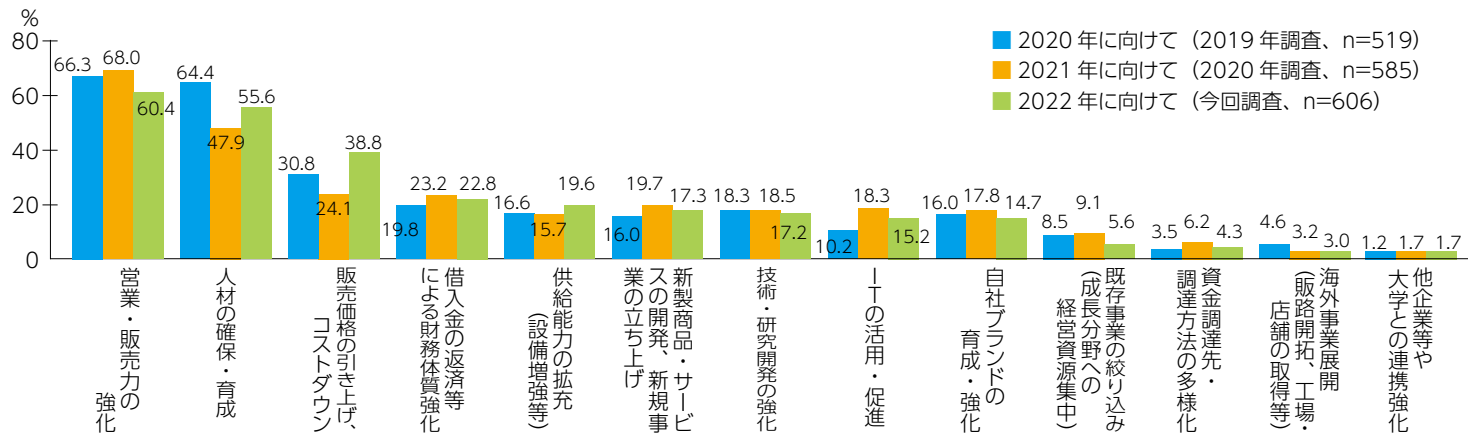
■資料3 2021年の業況を「改善」と判断した要因



■資料5 今後の不安要素（3つまでの複数回答）



■資料6 経営基盤の強化に向けて注力する分野（3つまでの複数回答）



2022年の業況改善に向けて期待する要素としては、「新型コロナウイルス感染症の影響の収束」が49.1%と最も高く、次いで「原油価格の下落によるコスト低下」(10.0%)、「海外景気の回復による外需の増加」(9.7%)の順となっている。

製紙連合会「2022年 紙・板紙内需見通し報告」

中小企業全体の景気見通しに対し、中小印刷業の印刷製造に係るビジネスはどうか。2022年の紙・板紙内需の増減要因をみると、プラス要因として、行動制限の緩和、個人消費の回復、ネット通販等のEC利用の拡大、食品、化粧品・健康関連市場の伸び、コロナ禍の衛生意識の高まり、脱プラによる紙化の動きなどが挙げられる。一方で、マイナス要因としては、人口減少・少子高齢化、デジタル化の加速、ペーパーレス化、省包装・簡易包装化等の構造的要因、コロナ再拡大・長期化のリスクが考えられる。

◎紙・板紙内需前年比0.7減と予想

紙・板紙の内需は、2011年から2020年にかけてマイナスで推移した。特に、コロナ禍の影響を受けた2020年は

前年比▲9.5%と、リーマン・ショック直後の2009年(▲9.2%)を上回るマイナス幅を記録した。2021年は、グラフィック用紙は引き続き減少となったものの、パッケージング用紙の増加により、紙・板紙計では1.6%増と、11年ぶりのプラスとなった。

2022年は、行動制限の緩和で人流及び個人消費の回復が見込まれるが、情報・広告分野を中心にデジタル化が加速すること等から、グラフィック用紙の内需は引き続き減少を見込む。一方、パッケージング用紙については、一部品種の他素材へのシフトといった減少要因もあるが、ネット通販の拡大や食品・化粧品・健康関連市場の伸び等から、前年を上回ることが期待できる。衛生用紙については、衛生意識の高まりによるタオル用紙の需要増等がプラス要因となる。

品種別見通しを積み上げると、紙・板紙計で2316万トン、前年比▲0.7%となる。用途別では、グラフィック用紙が▲4.4%、パッケージング用紙が1.9%増、衛生用紙が1.0%増と予想。紙・板紙計として、2019年比では▲8.7%減、過去のピークだった2000年(3197万トン)に対しては、7割強の水準となる。四半期別では、各期ともマイナスも、前年に近い水準で安定的に推移する見通し。

■資料7 2022年 紙・板紙内需の実績推移及び見通し

		単位：千トン、%											
品 種		2014年 前年比	2015年 前年比	2016年 前年比	2017年 前年比	2018年 前年比	2019年 前年比	2020年 前年比	2021年見込み 前年比	2022年見通し 前年比	19年比		
紙	新聞用紙	3,181▲2.0	3,033▲4.6	2,926▲3.5	2,777▲5.1	2,609▲6.1	2,409▲7.7	2,099▲12.9	2,001▲4.7	1,890▲5.5	▲21.5		
	非塗工印刷用紙	2,230▲3.1	2,125▲4.7	2,091▲1.6	2,031▲2.9	1,912▲5.9	1,834▲4.1	1,590▲13.3	1,580▲0.6	1,516▲4.0	▲17.3		
	塗工印刷用紙	5,170▲4.1	4,954▲4.2	4,743▲4.3	4,598▲3.1	4,296▲6.6	4,090▲4.8	3,203▲21.7	3,238+1.1	3,108▲4.0	▲24.0		
	情報用紙	1,831▲0.5	1,813▲1.0	1,836+1.3	1,805▲1.7	1,811+0.3	1,793▲1.0	1,598▲10.9	1,558▲2.5	1,496▲4.0	▲16.6		
	印刷・情報用紙	9,231▲3.2	8,893▲3.7	8,670▲2.5	8,434▲2.7	8,019▲4.9	7,717▲3.8	6,390▲17.2	6,375▲0.2	6,120▲4.0	▲20.7		
	未ざらし包装紙	496+0.9	471▲5.0	468▲0.8	469+0.3	474+1.1	463▲2.3	413▲10.9	454+10.0	457+0.7	▲1.3		
	さらし包装紙	270+0.1	258▲4.4	249▲3.5	245▲1.6	249+1.8	241▲3.3	199▲17.2	207+4.0	208+0.4	▲13.6		
	包装用紙	766+0.6	729▲4.8	717▲1.7	714▲0.4	723+1.3	704▲2.6	612▲13.1	662+8.0	666+0.6	▲5.5		
	衛生用紙	1,945+2.6	1,946+0.1	1,994+2.5	1,994▲0.0	1,974▲1.0	2,050+3.8	2,038▲0.6	2,018▲1.0	2,038+1.0	▲0.6		
	紙 計	15,880▲1.7	15,348▲3.3	15,037▲2.0	14,695▲2.3	14,069▲4.3	13,574▲3.5	11,751▲13.4	11,690▲0.5	11,358▲2.8	▲16.3		
板紙	ライナー	5,330+1.0	5,336+0.1	5,431+1.8	5,553+2.2	5,614+1.1	5,531▲1.5	5,327▲3.7	5,526+3.7	5,609+1.5	+1.4		
	中芯原紙	3,547+1.0	3,549+0.1	3,590+1.2	3,652+1.7	3,700+1.3	3,636▲1.7	3,491▲4.0	3,622+3.7	3,676+1.5	+1.1		
	段ボール原紙計	8,877+1.0	8,884+0.1	9,022+1.5	9,204+2.0	9,314+1.2	9,167▲1.6	8,818▲3.8	9,148+3.7	9,285+1.5	+1.3		
	白板紙	1,858▲2.3	1,838▲1.0	1,856+1.0	1,884+1.5	1,886+0.1	1,825▲3.2	1,659▲9.1	1,722+3.8	1,750+1.6	▲4.1		
	紙器用板紙計	2,004▲2.0	1,983▲1.1	1,999+0.8	2,026+1.3	2,029+0.2	1,960▲3.4	1,775▲9.4	1,845+3.9	1,874+1.6	▲4.4		
板 紙 計		11,555+0.5	11,517▲0.3	11,665+1.3	11,892+1.9	12,025+1.1	11,785▲2.0	11,190▲5.1	11,624+3.9	11,799+1.5	+0.1		
紙・板紙 計		27,434▲0.8	26,866▲2.1	26,702▲0.6	26,587▲0.4	26,094▲1.9	25,359▲2.8	22,941▲9.5	23,314+1.6	23,157▲0.7	▲8.7		

グラフィック用紙	12,411▲2.9	11,926▲3.9	11,596▲2.8	11,212▲3.3	10,628▲5.2	10,126▲4.7	8,489▲16.2	8,376▲1.3	8,010▲4.4	▲20.9		
パッケージング用紙	13,078+0.7	12,994▲0.6	13,112+0.9	13,381+2.1	13,492+0.8	13,184▲2.3	12,414▲5.8	12,920+4.1	13,109+1.5	▲0.6		

※グラフィック用紙（新聞用紙＋印刷・情報用紙） パッケージ用紙（包装用紙＋段ボール原紙＋紙器用板紙＋雑種紙＋その他の板紙）

◎EC拡大でパッケージ用紙の内需増を見込む

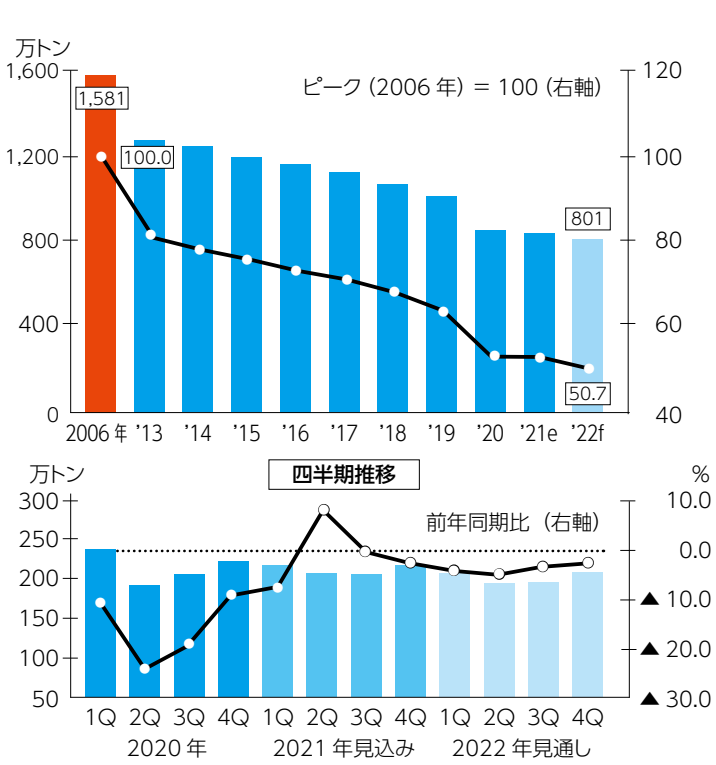
パッケージング用紙の内需は、2010年以降増加傾向で推移してきた。2020年は、コロナ禍の影響を受けて前年を下回ったが、食品等生活資材、包装資材向けに使用される分野であることからグラフィック用紙と比べると落ち込みは相対的に軽微であった。2021年は、行動制限の緩和等により包装用紙、段ボール原紙、白板紙ともに前年を上回り、パッケージング用紙全体では4.1%増と3年ぶりの増加となった。

今年は、包装用紙、段ボール原紙、白板紙ともにECの拡大等により引き続きプラスを見込む。

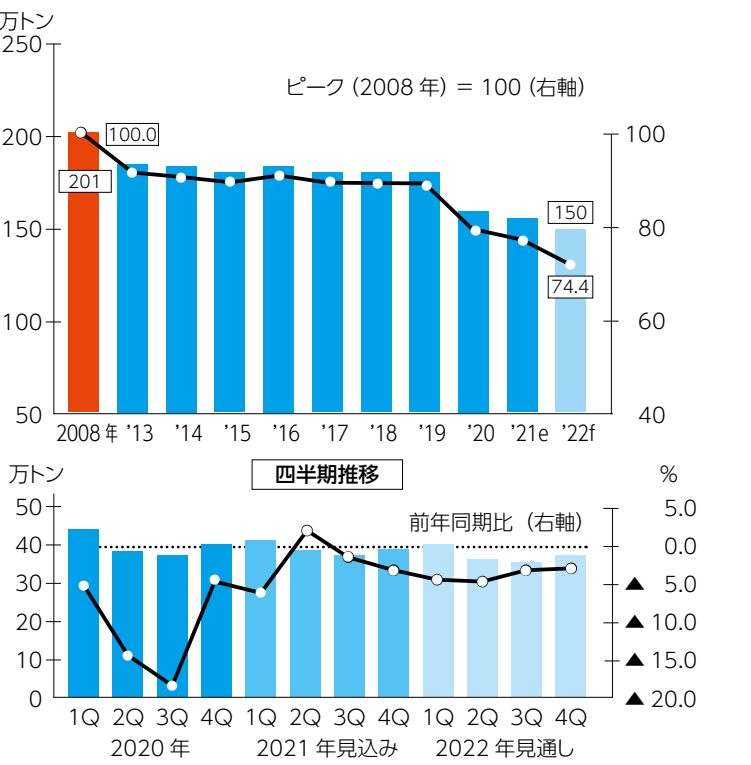
品種別見通し結果を積み上げると、パッケージング用紙合計で内需量は1311万トン、前年比1.5%増となる。用途別では、包装用紙が0.6%増、段ボール原紙が1.5%増、白板紙が1.6%増と予想。パッケージング用紙合計としては、2年連続の増加を見込む。また、2019年比では▲0.6%、過去のピークだった1997年（1486万トン）に対しては、9割弱の水準となる。四半期別ではプラス推移を予想。プラス幅は1-3月が比較的高くなる見通し。

以上

■資料8 グラフィック用紙 内需量



■資料9 情報用紙 内需量



※注 ■資料1 ①業況判断DIは前年比で「改善－悪化」の企業割合。②各年11月の調査時点における同年の実績及び翌年の見通しを尋ねている。③割合は四捨五入しているため合計が100にならない場合がある。
■資料2 各企業が取り扱う製品のうち最もウエイトの大きいものの最終需要別に集計。
■資料7 ①千トン未満を四捨五入しているため合計と積み上げた数量の計とは合わない場合がある。②対前年比はトンベースによる。③紙計に雑種紙を含む。④紙器用板紙計に黄チップ・色板を含む。⑤板紙計にその他板紙を含む。



“トップオペレーター発掘プロジェクト”の名のもと、2015年からスタートしたDTP技能競技会「ジャグラコンテスト」。2020年と2021年はコロナ禍で開催を見送りましたが、今年は3年ぶりにIllustratorとInDesignの2種目で6回目のコンテストを実施する運びとなりました。

Illustrator、InDesign 各種目において第 1 次審査で上位 10 名を選出し、第 2 次審査実技試験で優勝者を決定します。歴代優勝者には“マイスター”の称号が贈られ、印刷業向けセミナー講師や技能検定員を依頼されるなど大きな活躍を見せています。DTP オペレーターの皆様のご応募を心よりお待ちしております！

ジャグラコンテスト概要

●第1次審査

DTP オペレーション、印刷に関する知識を審査するための制作課題を出題。特設サイトから課題用データをダウンロードし、要項の指示にしたがって課題を制作、期日までにデータを提出していただきます。

●採点レポート

第1次審査参加者全員に採点レポートを送付します。参加者ご本人には課題の採点項目と項目ごとの採点結果を○△×で明示。企業のお申し込み代表者へは今後のスキルアップに役立つ企業別分析シートを送付します。

●第2次審査

第 1 次審査において選出された上位 10 名により、東京ジャブラ本部で実技試験を実施します。共通 PC 環境のもと、制限時間内に DTP の制作課題を仕上げていただきます。厳正なる審査の上、第 1 次審査と第 2 次審査の合計点により総合順位を決定します。

募集要項

●募集期間

2022年5月9日(月)～7月5日(火)

●参加費（税込）

ジャグラー会員	1 種目 1 万 1000 円／2 種目 1 万 7600 円
会員外	1 種目 1 万 4000 円／2 種目 2 万 8000 円

●競技日程

【第1次審査】

InDesign 7月20日(水)～8月22日(月)
Illustrator 8月3日(水)～9月5日(月)

※第1次審査結果発表：10月上旬

【第2次審査実技試験】

実施日：10月29日（土）予定
※総合結果発表：12月中旬

●賞品

3位までの入賞者に賞状、楯を贈呈します。

●表彰

2023 年 6 月の文化典高知大会で表彰式をおこないます。

●詳細および応募方法

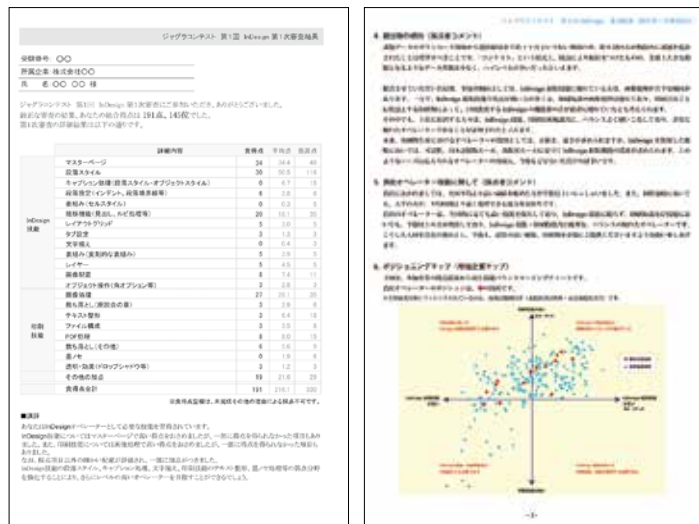
下記特設サイトよりご応募ください（要メールアドレス）

<https://www.jagra-contest.com/>

本誌・次号5月号に募集チラシ同封の予定



前回の第2次審査の様子



全員に送付される採点レポート／参加者用（左）と管理者用（右）



追悼「ガリ版文化史学」の母、志村章子さん

山形県支部長（中央印刷㈱）・山形謄写印刷資料館館長 後藤卓也

1. はじめに

今年1月26日、ガリ版文化研究者として著名な志村章さんが82歳で逝去されました。志村さんは、文具関連業界誌編集者等を経てジャーナリストとして独立。1994年にガリ版100年記念行事を主催したのをきっかけに「ガリ版ネットワーク」を設立、ガリ版関連著書3冊を刊行し、ガリ版文化保存運動に多大な貢献をされました。志村さんは「先生」と呼ばれる事をとても嫌っていましたので、以下「志村さん」で通させていただきます。

2. 志村さんとの出会い

志村さんの存在が無かったら、ガリ版にのめり込む事も無かったでしょう。山形謄写印刷資料館は、1996年2月、父・後藤義樹が突然ガリ版博物館を作ると言い出したのが設立のきっかけでした。最初は全く関心がなかったのですが、志村さんの著書『ガリ版文化を歩く』を何気なく偶然買い求めたのが面白く奥深い世界に入ってしまうきっかけであり、この本とのめぐり逢いが無ければ、その後の全てが無かったといっても過言ではありません。その年上京の際ご自宅に押しかけて面談。それ以来お世話になりっぱなしの25年間でした。最後の数年はいつも電話とFAXのやり取りでした。拙著『温孔知新』連載後の出版時にも間違い等指摘いただきました。

3. 一番の思い出

志村さんに一番ご迷惑をおかけした思い出があります。それは1999年に旧里美村（現常陸太田市）教育委員会から『草間京平伝』を作りたいという話があった時、手紙を書いて草間京平伝への原稿依頼をしました。原稿料は全く無しで3か月以内に書いてくれ、という相手の事を全く考えない身勝手なお願いです。志村さんからは文句一つ言わずに快諾いただき、草間京平の若き日を「芸術倶楽部アパート三十五号室」というタイトルで書いていただく事となり、里美村での取材旅行を経て3か月後に原稿が来ました。お礼の電話で「A5判19ページの中に登場人物全部で40人、いろんな人を登場させたのよ。」と言っておられました。有島武郎を筆頭に歴史的人物がぞろぞろ。登場人物一人一人の事を詳しく調べ、一行たりとも事実の裏付けが無い文章は書かない姿勢は徹底していました。勢いで何の裏付けも無いまま書きなぐった私の文章とは大違いです。



旧里美村で 左から筆者、志村章子さん、草間京平の娘 佐川京子さん



志村章子さんと筆者
1997年、山形謄写印刷資料館内で

『ガリ版ものがたり』は、執筆してから完成するまでに十数年かけて練りに練った密度の濃い研究書です。志村さんがガリ版研究の集大成を書いているという話はいろいろな方からお聞きし、「未だ出来ないの？」と何回も問い合わせしましたが、「今書いているの」の一点張りで、それから待つこと数年あまり、完成したのは2012年3月の事でした。今も販売中であり、ジャグラー会員必読書です。

志村さんの最大の業績は「ガリ版ネットワーク」の設立と運営です。私がガリ版に関わった数年後に、志村さんから「自宅を全国から集めたガリ版機資材の倉庫にしたいけれど、あまりに集まりすぎて入りきれないので、中央印刷さんの一室を貸してもらえないか？」という事になり、数年間無償で全国から集まったガリ版機資材の保管をしました。そして、半年毎に志村さんとガリ版ネットワーク会員数人に、わざわざ首都圏から山形にガリ版機資材の全国発送のために来ていただきました。発送後、夜の懇親会の楽しかった事。中央印刷旧社屋の老朽化解体のため、ガリ版ネットワーク機資材はガリ版伝承館内倉庫に移りました。

「ガリ版ネットワーク」は定期的に会報を発行し、ガリ版機資材を全国から集め、廉価で欲しい人に譲る運動を続けました。志村さんが始めたガリ版作品を作っている人たちへの物質支援と文化の伝承運動は、現在、「新・ガリ版ネットワーク」へと引き継がれており、地味ですが素晴らしい活動です。

4. 終わりに

ガリ版文化は戦前戦後を通じて、庶民のコミュニケーションの主要部分を担った大事な文化ですが、志村さんが登場するまでは、「ガリ版史学」はほとんど確立しておらず、一冊に纏まっている文献は皆無でした。1985年、最初の専門書『ガリ版文化史』が発行されました。2冊目が『ガリ版文化を歩く』であり、3冊目の集大成が『ガリ版ものがたり』です。このガリ版3部作は今後も永久にその価値を保ち、色あせる事はないでしょう。「ガリ版文化史学」の父は数々の技術書やガリ版史的な著述も残した若山八十氏であり、母は志村さんと言えましょう。そして、志村さんが基礎を固めたガリ版文化史学・技術の継承や、ガリ版作品・資料・機資材の保存を通じて、若い人たちに確実に伝承されるよう努める事こそが、私たちの任務ですし、志村さんへの最大の恩返しと考えております。



志村章子さんの著書「ガリ版3部作」



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



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「良いものを作り、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・判断す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

ショーワ

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

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。

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。

電 通 2021 年日本の広告費より

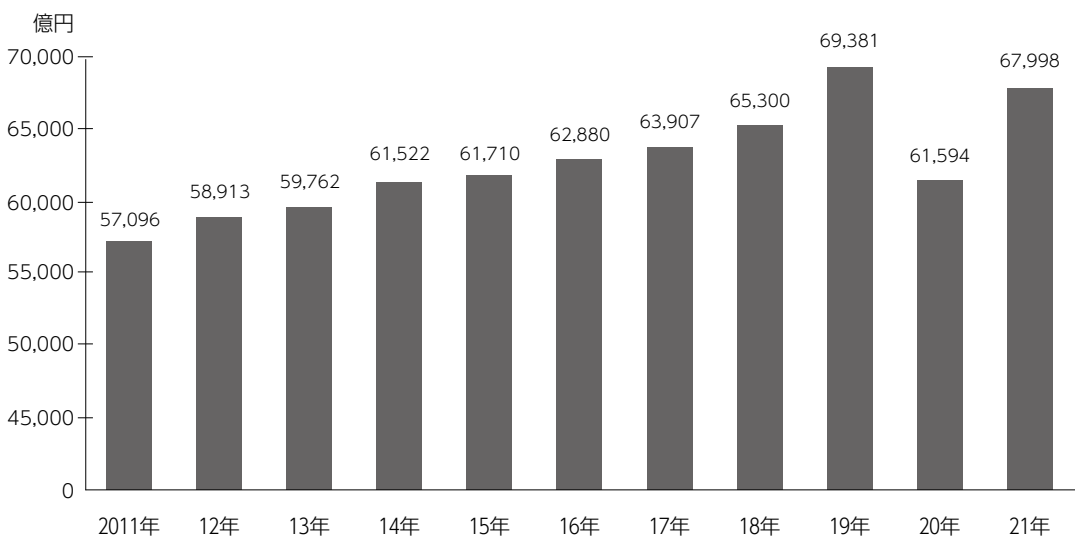
総広告費は前年比110.4%の二桁増 ネット広告がマス四媒体を上回る

※電通はこのほど、日本の総広告費と媒体別・業種別広告費を推定した「2021年 日本の広告費」を発表した。2021年（1～12月）日本の総広告費は、2020年から続く新型コロナウイルス感染症拡大の影響が下半期をかけて緩和したことに加え、社会のデジタル化が進む中、好調なインターネット広告費の成長に支えられ、通年で二桁増の6兆7998億円（前年比110.4%）となった。

×

上半期は、感染拡大に伴う緊急事態宣言・まん延防止等重点措置などに伴い、前年同様に新型コロナの影響を大きく受けた。下半期には、コロナ禍からの回復に伴う景況感や消費者心理の改善に伴い、テレビメディア広告費が回復し、インターネット広告費の成長が加速したことが広告市場の成長へつなげた。また、「第32回オリンピック競技大会（2020／東京）」「東京2020パラリンピック競技大会」が広告需要を後押しした。10月以降は、音楽・スポーツイベントやテーマパークなどで徐々に入場制限が解除され、人流や経済が戻ってきたことを受け、多くの広告媒体で回復が鮮明になった。リアルとオンラインをハイブリッドしたイベントも徐々に増加し、リアルイベント自体も感染対策を施される中で開催されるようになった。中でも大型のスポーツイベントの開催は、明るい兆しをもたらした。

■日本の総広告費の推移



注）2019年からは日本の広告費に「物販系ECプラットフォーム広告費」と「イベント領域」を追加、広告市場の推定を行っている。
2018年以前の遡及修正は行っていない。

■ マスコミ四媒体由来のデジタル広告費

マスコミ四媒体の事業者が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費を意味する「マスコミ四媒体由来のデジタル広告費」が、2018年の実績推定の開始以来、3年連続で二桁成長を続け、初めて1000億円を超えた。媒体社が持つ高い編集力や制作力でリッチなコンテンツが提供されるようになり、オンラインイベントや動画・音声配信など各種サービスが拡大した。

＜媒体別広告費の概況＞

1) マスコミ四媒体広告費

2兆4538億円（前年比108.9%）

コロナ禍からの市況の回復により、「新聞広告費」「雑誌広告費」「ラジオ広告費」「テレビメディア広告費」のすべてが増加した。特に「テレビメディア広告費」においては、巣ごもり・在宅需要なども影響し、前年比で二桁増となった。

2) インターネット広告費

2兆7052億円（前年比121.4%）

社会の急速なデジタル化を背景に、前年比121.4%の成長となった。総広告費における「インターネット広告費」の構成比は39.8%となり、インターネット広告費が初めて推定された

1996年実績以来、初めてマスコミ四媒体広告費を上回った。また、「マスコミ四媒体由来のデジタル広告費」は、2018年の実績推定の開始以来、高い成長を遂げ、わずか3年で1000億円を超えた。中でもコネクテッドTV^{*1}への成長の期待が高まる「テレビメディア関連動画広告」が、249億円（前年比146.5%）と大きく伸長した。また、「物販系ECプラットフォーム広告費^{*2}」も巣ごもり・在宅需要の拡大に伴い、1631億円（同123.5%）となった。

※1 インターネット回線へ接続されたテレビ端末。

※2 「日本の広告費」における「物販系ECプラットフォーム広告費」とは、生活家電・雑貨、書籍、衣類、事務用品などの物品販売を行うEC（電子商取引）プラットフォーム上で、当該プラットフォームへ“出店”を行っている事業者が当該プラットフォーム内に投下した広告費と定義。より広い意味での「EC領域での販売促進を図るインターネット広告費」全体ではない。

3) プロモーションメディア広告費

1兆6408億円（前年比97.9%）

東京2020オリンピック・パラリンピックの開催をはじめ、各種イベントや従来型の広告販促キャンペーンも徐々に再開されたものの、新型コロナの影響は大きく、通年では減少した。ただし、厳しい中でも、大型で目立つデジタルサイネージなどインパクトがある00H^{*}の活用が進んだ「屋外」や巣ごもり・在宅需要などを取り込んだ「折込」「DM」は増加となった。

※ 00H = Out of Home の略。00H 広告とは、街頭ビジョン、街頭イベント、看板、ラッピングカーなど、主に屋外設置の広告を指す。

①屋外広告 2740億円（前年比100.9%）

・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の解除に伴い、外出自粛が緩和され人流が回復した。出稿控えも全体的に和らぎ、ファッション・医療・エンターテインメントなどの業種を中心に広告需要が回復した。

・長期看板は、繁華街に設置された大型媒体では需要があったが、それ以外の媒体では鈍い状況が続いた。

・短期看板や短期ネットワーク看板、屋外ビジョンは、繁華街において大型で目立つインパクト型00H媒体（大型サイネージ、大型ボード）に需要が集中し、増加した。特に、3Dコンテンツ放映が話題となった。

②交通広告 1346億円（前年比85.8%）

・鉄道は、ポスター、デジタルサイネージともに、ネットワーク系媒体（全線中ぶり、主要駅の駅サイネージネットワーク、主要駅の駅貼りネットワーク）よりも主要駅で人流が多いロケーションに設定された大型で目立つインパクト型00H媒体に需要が集中した。駅構内は、全体的に減少したものの、全国的に大型デジタルサイネージは前年を上回った。

車両内は、人流の減少に伴い、通常だと年間出稿の需要が多いステッカーは大きく減少したが、キャンペーンに併せたスポット出稿は増加した。

・東京2020オリンピック・パラリンピックは主に無観客開催となったものの、主要駅、競技場最寄り駅では出稿があった。

・業種別では前年同様、飲料系は減少しているものの、ゲーム、美容、SNS動画配信、クラウドサービス、デリバリー系は堅調だった。

・タクシー広告は、サイネージ搭載車の増加もあり、ラッピング広告を含め前年に続き増加した。

③折込 2631億円（前年比104.%）

・新型コロナの影響があったものの、巣ごもり・在宅需要を後押しする媒体として活用され、主要都市圏を中心に増加し、前年を上回った。

・業種別では、スーパーやホームセンター、家電量販店を含む流通・小売による販促利用が回復した。サービス業も飲食・旅行・遊戯関連の出稿は減少が続いたものの、出前や食材宅配サービスでは増加、また買い取り事業者が好調だったことで、全体では増加した。その他、通販系の健康食品・化粧品が増加し、金融・保険に関しては大幅増となった。一方、教育・教養、不動産は新型コロナの影響とDXの加速もあり、それぞれ減少した。

④DM（ダイレクト・メール） 3446億円（前年比104.7%）

・新型コロナの影響が大きかった前年から回復し、増加した。

・リモートワークの普及とリアルでの対面営業が難しくなったことを受け、保険営業などを中心にDMを積極活用するケースが増加した。また、デジタルマーケティングと連動したパーソナライズDMもさらに広く活用された。

・インターネット広告だけではカバーすることが難しいターゲット向けに、無宛名便DMの活用が増加し、そのDM市場が拡大した。

⑤フリーペーパー^{*} 1442億円（前年比93.7%）

・前年に続き、新型コロナの影響や、一部発行紙の休刊、エリア統合、発行号の削減などを受け、前年比93.7%となった。特に駅などに設置するタイプは前年に続き減少した。一方で、第49回衆議院議員総選挙関連や新聞社発行のフリーペーパーは好調だった。

・地域情報を主体としたフリーペーパーでは、地域の広告主や自治体に対し、編集力やコンテンツ力などを生かしたウェブサイト編集、オンライン販促施策、動画制作などのサービス提供の動きも見られた。

※フリーペーパーは、タブロイド判タイプのフリーペーパー・雑誌タイプのフリーマガジン・電話帳の総称。

⑥POP 1573億円（前年比94.9%）

・前年に続き各種集客イベントや店頭販促プロモーションが自

肃となり、メーカー販促ツールの導入も見送られるなど、POP（店頭販促物）の減少につながった。

一方で、店頭DX施策*が数多く行われた。リアルな場での貴重な接点となる店頭では、さらなる顧客体験を高める手法として、デジタルサイネージの導入や、AR（拡張現実）やVR（仮想現実）を活用したPOPも見られた。

※タッチ&トライデータ、購買導線データ、AIカメラ等による視聴者数・属性調査など、データ取得や分析についての試み。

⑦イベント・展示・映像ほか 3230億円（前年比93.0%）

- ・コロナ禍による影響が継続し、前年を大幅に下回った。
- ・「東京モーターショー」や「東京マラソン2021」の中止・延期などがあったものの、東京2020オリンピック・パラリンピックが開催されたこともあり、イベント領域は1372億円（前年比126.0%）と増加した。
- ・展示領域では、文化施設や百貨店、オフィスの改装需要などが増加したものの、複合型商業施設、企業PR施設、テーマパークなどのエンターテインメント施設は、感染拡大に伴う経済活動の停滞により計画の見直しや集客関連の設備投資抑制を受け、大きく減少した。
- ・映像関連は、オンライン展示会やウェブ講演会・セミナーなどに付随する配信動画、商品サービス紹介などの制作需要が増大した。

【その他、広告関連市場】

※「日本の広告費」市場には含まれない

・商業印刷市場 1兆7800億円（前年比101.7%）うち、ポス

ター・チラシ・パンフレットの印刷市場は、前年を上回る1兆700億円（同101.9%）となった。前年に続くインバウンド需要の減少や、ペーパーレス化の加速、商業施設・飲食業の休業など、印刷業界ではマイナス要因が拡大した。大手・中堅印刷会社は前年比100%前後、小規模印刷会社ではその多くが前年比90%程度の実績であった。

・ポスティング市場 1283億円（前年比111.0%）

新型コロナの影響で全戸配布の社会的需要が高まり、市場は堅調に成長した。官公庁関連の配布物、公告などが増加。PCR検査やワクチン接種の案内チラシなどで、紙の利用価値も高まった。主要都市圏では、在宅でチラシを見る機会が増えたことも要因の一つ。また、地域の求人、不動産関連など、その土地ならではの情報をエリア限定でタイミングよく配布するタイプのポスティングも堅調だった。新型コロナの影響で厳しい外食・各種サービス関連においても、販促手段の一つとして利用価値が高まった。折込、DM、フリーペーパー広告市場の一部と重なるが、業界の垣根を超えた連携も始まった。また、データマーケティングの積極活用や最新のデジタル技術なども活用した、よりきめ細かな配布も実施された。

・DM制作関連市場 1071億円（前年比101.7%）

対人営業の代替手段やリモート営業の販促ツールとしてDMが活用され、企画制作作業が前年より増加した。さらに、データマーケティングをはじめとした作業運用費も増加した。

出典 ㈱電通「2021年 日本の広告費」

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0224-010496.html>

ジャグラBB JaGra Broadband Contents Service HOTNEWS 2022年4月号

ジャグラが運営する、印刷業関連のセミナー、情報動画配信サイトです。2006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。

JaGraBBでつながろう！

JaGraBB委員会が選ぶ

おすすめ番組ラインナップ！！



【BTube】 今更聞けない！
企業Facebookの始め方
(栃木県:みやもと様 投稿作品)



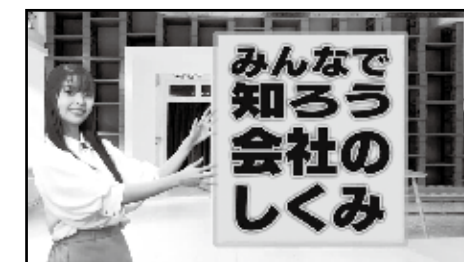
カテゴリー > BBネットワーク > B Tube



【BTube】 新入社員が行く！
オフ輪工場見学会
～印刷物ができるまで～
(栃木県:みやもと様 投稿作品)



カテゴリー > BBネットワーク > B Tube



みんなで知ろう会社のしくみ
(MC:美空 講師:新井輝明)
教育ツールとしていかがですか？



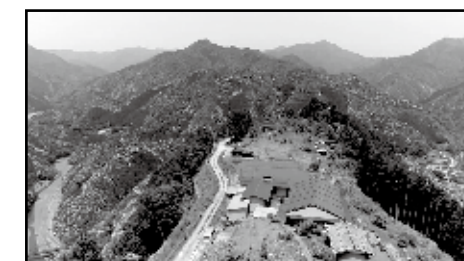
カテゴリー > 教育と技術 > ビジネスマナー



web知識講座3
「Webサイトアクセス解析」
を理解しよう！



カテゴリー > 教育と技術 > Web



【BTube】美しい奈良の風景
十津川村果無集落
(奈良県:共同プリント(株)
住田幸一様 投稿作品)



カテゴリー > BBネットワーク > B Tube



シリーズ経営と環境
日印産連 GPマーク普及準大賞受賞
株式会社文伸様(東京・三多摩)
訪問記



カテゴリー > 経営 > 環境

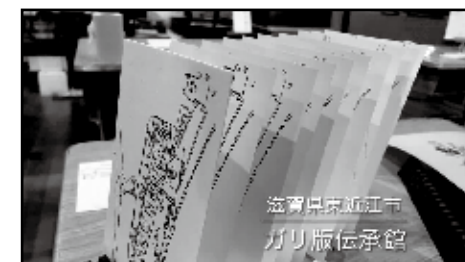
▶ 最新情報はWEBをチェック



ジャグラニュース vol.444
(2022.2.27)



カテゴリー > ニュース > ニュース・業界情報



【BTube】 ガリ版伝承館
(兵庫県:交友印刷(株)
杉本浩康様 投稿作品)



カテゴリー > BBネットワーク > B Tube



業界の大先輩が語る
「ジャグラの魅力」
～筋金入りのジャグリスト
からのエール～



カテゴリー > ニュース > ジャグラ情報

計 報



川井捷一郎 相談役逝く

川井捷一郎ジャグラ相談役(㈱文伸 / 東京・三多摩) が2月20日にご逝去されました。享年86。通夜・告別式は家族葬にて行い、業界としてのお別れ会は未定。

氏は、ジャグラ・東グラの役員を歴任し、今井茂雄会長(第16代)の命により石野昭夫顧問(第14代会長)が平成12年にまとめた『ジャグラ行政改革特別委員会よりの答申書(最終答申)』の実施責任者として、ジャグラ・東グラの役員・委員会・事業推進・事務局の改革を推進しました。ご冥福をお祈りします。



北尾盛貴 元・京都府支部長逝く

北尾盛貴 元・京都府支部長(㈱洛陽代表取締役) が2月22日に逝去された旨、連絡がありました。ご葬儀は家族にて執り行われ、またご弔問・ご香典・ご供物・ご供花は辞退するとのことです。

口主な業界歴

ジャグラ 昭和53年8月～61年8月＝4期8年＝常任理事(現理事)
平成6年9月～10年9月＝2期4年＝副会長
平成10年9月～12年9月＝1期2年＝理事
平成12年9月～14年9月＝1期2年＝専務理事
平成14年9月～16年9月＝1期2年＝副会長
平成16年9月～現在＝相談役
東グラ 昭和51年度～昭和52年度＝常任理事(現理事)・東京三多摩支部長
昭和61年度～平成6年度＝副会長
平成7年度～現在＝相談役

口主な賞罰

昭和57年8月＝組合功労賞
昭和62年8月＝軽印刷発展功労賞・特別功労賞
平成10年9月＝印刷功労賞(日印産連)
平成17年9月＝経済産業大臣表彰(ジャグラ50周年)
平成18年11月＝黄綬褒章

故人は、平成23年より27年まで京都府支部長を務め、会員の親睦を深め支部の活性化に尽力しました。ご冥福をお祈りします。

Horizon

Change the focus

iCE Series 誕生

Connected をキーワードに製本工程の自動化を実現します。

iCE Series は、お客様へさらなる高付加価値を提供することを目指した次世代型商品群です。
ユーザーフレンドリーなインターフェースで作業性を向上させ、安定した生産性と自動化を高次元で追求しています。
さらに、ワークフローシステム「iCE LiNK」との連携により、先進的な作業環境を構築できます。

生産性と折り品質が向上

iCE FOLDER 紙折機 AFV-566FKT / AFV-564FKT

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すなど、ナイフstopper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。



作業効率と製本品質が向上

iCE BINDER 無線綴じ機 BQ-500

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。また、ホリゾン独自のデリバリー機構により、厚い本身の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。



高生産性と自動化を追求

iCE TRIMMER 三方断裁機 HT-300

一枚の断裁刃で天地、小口の三辺を断裁します。断裁前と断裁後の寸法をタッチパネルに入力することで設定が完了し、最高300サイクル/時で高生産性を実現します。冊子厚さの自動測定や、断裁角度の微調整など、自動調整機能により、精度の高い仕上がりを実現します。



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藪町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

多言語ユニバーサル情報発信ツール

MC Catalog+

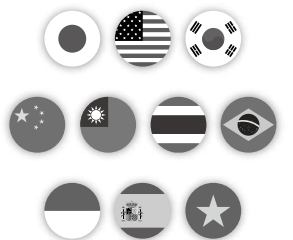
エムシー カタログ プラス



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。



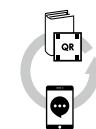
快適なユーザ体験をもたらす
多彩で豊富な機能を搭載



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

JPSA
Japan Professional Sports Association

モリサワは、日本障がい者スポーツ協会を応援しています

モリサワ

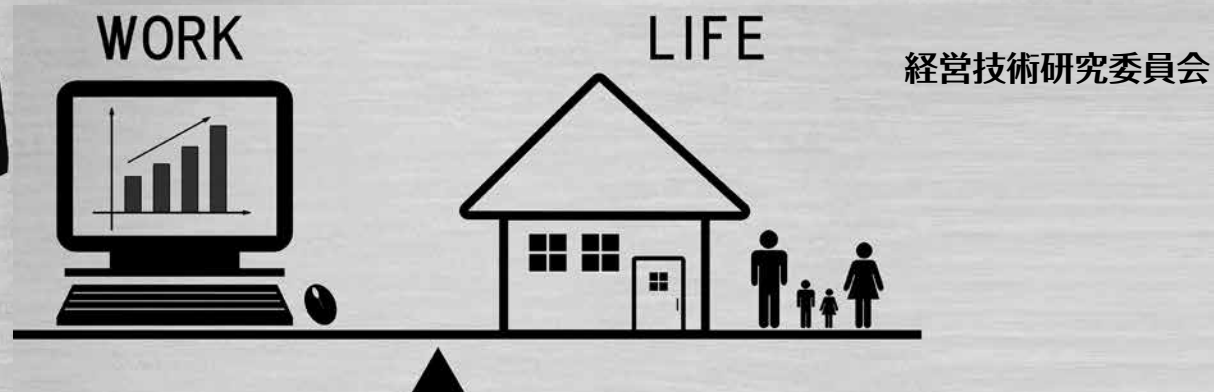
www.morisawa.co.jp

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。

中小印刷業の働き方改革を考える⑦



山梨・(株)オズプリンティングさんの事例

経営技術研究委員会※（向井一澄委員長）では、2020年から2021年度の2年間を活動の単位とし、企業を取り巻く働き方改革、コンプライアンス、SDGs、コロナ対応等のさまざまな経営環境の変化をテーマに、議論を重ねているところです。

なかでも、対応が急務とされる「働き方改革」について、先進的な取り組みをしているジャグラ会員企業へ取材を行い、「中小企業にも効果のある働き方改革」の事例を紹介することを委員会活動の主軸としました。

取材は、アンケートシート記入による1次取材と、Zoomでのオンライン2次取材で実施することを基本とし、必要に応じて追加取材・現地取材を行います。取材結果は最終的に「報告書」として取りまとめ、会員の皆様に情報発信する予定です。

今月は山梨県支部の(株)オズプリンティングさんの取り組みをご紹介します。

※経営技術研究委員会

担当理事	宮崎 真	(株)ニシキプリント（広島）/ 副会長
委員長	向井 一澄	大更印刷(株)（岩手）/ 理事
副委員長	樋貝 浩久	(有)東和プリント社（山梨）/ 理事
委員	渡辺 辰美	(株)あいわプリント（北海道）/ 理事
	熊谷 晴樹	創文印刷出版(株)（宮城）/ 理事
	伊東 邦彦	キング印刷(株)（福島）
	稲本 創	(株)いなもと印刷（茨城）
	竹内 正敏	(有)富士タイプ製本所（愛知）
	安達 睦男	(有)舞鶴孔版（大分）
事務局	阿部奈津子	

PROFILE

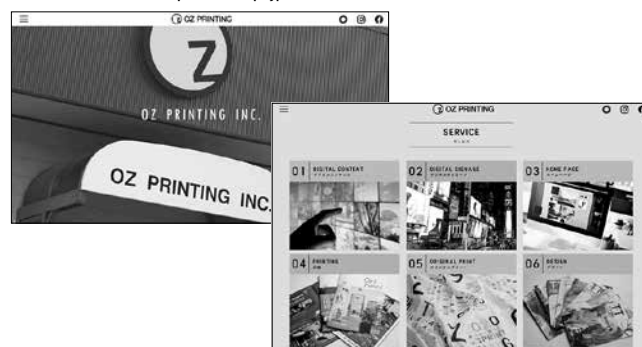
●取材企業のプロフィール

会 社 名	(株)オズプリンティング
創 業	1953 年
代 表 者	小澤孝一郎
所 在 地	山梨県甲府市
従 業 員	21 名



経営理念	私たちは印刷を礎とした技術によって社会の未来を創っていく
事 業	①デジタルコンテンツ（動画コンテンツ / 360°コンテンツ / デジタルブック / デジタル×印刷サービス） ②デジタルサイネージ（販売 / レンタル / 導入サポート / コンサルティング） ③ホームページ（制作 / リニューアル / 定期更新 / ホスティングサーバー設定 / ドメイン取得代行） ④印刷（印刷 / 付帯サービス） ⑤オリジナルプリント（かるた / 百人一首 / メモ帳 / 大判プリント / ウェアプリント / タオル・手拭い / のぼり旗 / クリアファイル / 手提げ袋 / プラスチックカード / ポケットファイル / メニュー表 / ダンボール / ボールペン / ティッシュ / 名札・バッジ・缶バッジ / 選挙セット / 就活セット / イベントブースセット） ⑥デザイン

同社 HP <https://ozp.jp/>



STEP-1

アンケートシート記入による 1 次調査

Q 1. 働き方改革に取り組む狙いは何ですか？

弊社は「わたしたちは印刷を礎とした技術によって社会の未来を創っていく」という経営理念を策定しました。働き方改革という行政からのキーワードがあったから取り組んでいるわけではなく、社会の未来を創っていく人材を育成することが重要だと考えたからです。人材育成のために働き方を常に進化させていくことが狙いであります。また、人口減少、少子高齢化の中で労働人口は減っていくことが予想されています。労働人口が減少する中で生産力を維持するためには、一人当たりの労働生産性を高めなければなりません。より短時間でクオリティの高い商品を生み出すことが必要不可欠であると考えています。

Q 2. 働き方改革に取り組み始めた時期は？

2018 年。弊社は社員数 20 名程度の小規模な企業ですが、2018 年より優秀な人材獲得を目指して新卒採用市場に出ました。優秀な人材を採用するためには働く環境の整備が必要でありました。

Q 3. その当時の時代認識、自社の状況認識は？

創業 65 年を迎える企業として、根付いた文化や風土はマンネリズムを生み、仕事はルーティン化し、指示待ちの社員ばかりが目につきました。私は 2014 年あたりから印刷商品の価値が下がり、売値が下がってきていることを実感しており、これからは弊社でなければできない、特異性のある商品やサービスが重要になってくると考えていました。自ら考え、そして何よりも実践してみることでできる社員であふれる企業にしたいとの想いがあったことをよく覚えています。

Q 4. 働き方改革の着手を決断した際の心境は？

「決断」という意識は無く、目標達成への計画を実践するという意識です。

Q 5. 働き方改革にどのような手順で着手しましたか？

①社員研修、②経営計画書の作成から浸透会議の開催、③新卒採用、④採用担当者を若手社員にする、⑤新たな経営理念の策定。

Q 6. 政府が推進する次の働き方改革のうち、御社の取り組み状況は？

- ①非正規雇用の待遇差改善→未対応
- ②長時間労働の是正→対応
- ③柔軟な働き方ができる環境づくり→対応
- ④ダイバーシティの推進→対応
- ⑤賃金引き上げと労働生産性向上→対応
- ⑥再就職支援と人材育成→対応
- ⑦ハラスメント防止対策→対応

Q 7. Q6 で「対応」と回答した項目について、具体的な取り組み内容は？

- ①残業申請書をスプレッドシート化し、提出の徹底化。部長以上は雇用契約を変更し、残業手当を無くした。
- ②社内のミーティングをすべてオンラインにし、在宅ワーク可とした。
- ③産後休暇の取得推進。 外国人採用への取り組み。
- ④賃金＝自己評価と他者評価の評価制度の確立、労働生産性＝社長からの働き方レビューシートの配布。
- ⑤外部講師を呼んでの社内研修の実施。2018～2019年＝コーチング、2020 年＝SDGs、2021 年＝デザイン＆ブランディング

Q 8. Q6 で「対応予定なし」の理由は？

非正規雇用の人がないため。

Q 9. 働き方改革を行って感じるメリットは？

- ①社員の自主性が生まれ始めてきた
- ②若手社員の増加（平均年齢の押し下げ）
- ③マンネリズムからの脱却（以前より厳しいと感じる社員もいる）
- ④社内規定の厳格化。

Q 10. 働き方改革を行って感じるデメリットは？

短時間で同じ成果を出すことを求めるので、一時的に社内のムードが重くなる。

11. 働き方改革とSDGsやDXとの関連をどう捉えていますか？

- ◎SDGs：弊社では2020年度、年6回の社員研修を「SDGsを行動に組み入れていく」をテーマに開催しています。SDGsの実行に力を入れており、SDGsの実行の方が働き方改革よりも上位の概念になるかと思います。SDGsが達成されたら働き方改革（働き甲斐）もよくなると考えています。
- ◎DXとの関連：DXは効率化と生産性向上の手段の一つであります。弊社は「最新テクノロジーを使い倒せ！印刷をテクノロジーでアップデート」というスローガンを掲げ、積極的にDXを推進して、生産性向上を図っております。しかしながらDXの本質は、内部よりもお客様へのサービスにある

と考えます。弊社では「WEB デジタル事業部」を立ち上げ3人でデジタル専門の取り組みをしています。紙のデジタル化、デジタルサイネージ、WEB サイト制作運営、動画編集などの仕事をしています。

12. これから働き方改革に取り組む企業に、メッセージをお願いします

働き方改革は目的ではなく、手段の一つであると思います。弊社は20名の零細企業で、私は「印刷だけからの脱却」を考えてベンチャー精神で会社を経営しています。数十人規模の中小企業では働き方改革よりも、生き残る術を必死に探り、社会に貢献することのほうが重要なテーマだと感じます。

説明会に出展しました。学生や求職者はお休みや残業など、働く環境をすごく気にするので、その整備にも同時に取り組み始めました。

- 伊東 優秀な人材を獲得するためのコツはありますか？
- 小澤 優秀な人材というのは、何かやりたいことがあるからこの会社に入る、もしくは会社を活用して自分のやりたいことを実現するという人だと思うんですね。それを見極める方法というのは、私も試行錯誤している最中です。

失敗例になりますが、2018年に大学新卒の女性を2名採用しました。1人は面接から非常に優秀で完璧、もう1人は5人ぐらいから選んだのですが、結果として2人とも1年ぐらいで辞めちゃったんです。面接では優秀だったのですが、働いてみるとコミュニケーションや積極性で物足りない部分もありました。本人から辞めていきましたが、すごく残念でした。1人あたり2000円ぐらいの性格分析ツールを買って、テストもやってもらったりするのですが、面接が上手な人の本質を見極めるのは難しいと思います。なぜかというと、入社することがゴールと思っている方々がいて、その人たちは面接のトレーニングをしてきますので。なので優秀な人材を獲得するためのコツは、常に採用活動続けることしかないかなと思っています。

- 樋貝 定期的に求人を出し続けているんですね？
- 小澤 はい。ハローワークに求人を出したり……。求人を出していると人材派遣会社の知り合いがいい人を紹介してくれることなどもありますし、甲府市の雇用創生課で定期的にマッチングイベントをやるので、そこに出てみたりしています。あとWEBサイトやFacebookなども活用していますね。

■安達 採用はどこかの部門に特化するわけではなく、満遍なくしているのですか？

■小澤 今、社員数20人ぐらいですけど、Web関係のデザインやコーディング、映像制作、デジタルサイネージやコンテン

ツの作成などをするWeb デジタル事業部に若干人手が足りないので、そこに優先的に配属しています。あとは営業ですね。優秀な人がいたら営業部に入れて稼いでもらいたいな、って感じでやっています。

- 阿部 新卒にこだわった理由について、新卒の可能性に賭けてみたいとのことでしたが、他の理由はありますか？
- 小澤 大きく三つくらいありまして、一つは可能性——中途採用の人より多くの才能を持っている人がいるかもしれないということ。二つ目は会社の理念を浸透させやすいだろうと思ったこと。三つ目は会社にいる社員、今働いている社員の意識改革をしたかった。この三つですね。

- 阿部 優秀な人材とは「何か目的を持って入社する人」というお話でしたが、それ以外に何かありますか？
- 小澤 いつも言っているんですけど、想像力と行動力を持った人です。そしてさらに付け加えるとすればスピード感がある人。想像力というのは、例えばうちの会社では部署間で結構“バチバチ”することがあるんですね。自分たちの部門のことはわかるけど、違う部門の事情はわからない。そこでどうしても軋轢が生まれる。でも想像力がある人は、自分がやったことがなくてもきっとこういう状況なんだろうって相手のことを慮ることができる。だから想像力はすごく大事なだと思います。あと、いくら計画しても実際に動かなければ始まらないので、動く準備が整ってからやりますじゃなくて、動きながら考えられることが大事ですね。想像力、行動力、そしてスピード、これを持っている人が優秀な人材だと思っています。

- 樋貝 人材についてのお話が続きましたが、他に質問あるかたいらっしゃいますか？
- 安達 冒頭、経営理念を変えたというお話がありましたが、見直さなければならなかったのはなぜですか？
- 小澤 経営理念が浸透していないというか、浸透していたとしても、もう少し明確化したほうがいいと思ったんです。経営理念こそが社員を納得させる一つの方法だと思っています。経営理念でこう定義しているからこうなんだということ、社員に理解をしてもらう、という一つのツールであると……。

- 阿部 従来の経営理念と新しい経営理念の違いは？
- 小澤 前の経営理念は「印刷を核として社会に役立つ企業になる」というものでした。新しい経営理念と大きく違う点は、「社会に役立つ企業になる」というところで、企業としてのあり方、姿勢というものを理念として定義していたと思います。

新しい経営理念では、「技術によって社会の未来を作っていく」という、我々がなぜ存在するのかという使命感を明文化しました。具体的に自分たちは何をやっていくんだ、というところを理念に込めました。私一人で決めずに、社員の有志で「経営理念策定会議」を作り、5回ぐらい会議をして行き着きました。その会議で、「何のために働くのか？」と質問したら、三

者三様の答えが返ってきて面白かったです。一人は「食べていくため、お金を稼ぐ、サラリーをもらうため」、もう一人は「自分の成長のため」、もう一人は「自分のやりたいことを実現するため」ということでした。これってどれも間違っていないと思うんですね、働くモチベーションとしては。でも、社員として同じ会社に集まって活動するとき、経営理念として一つ大きな目的を定義して、それを全員で共有することも大事だと思っています。

- 伊東 社長の思いつてすごく大切というか、そのものが会社の方針でもあると思うんですが、これを社員に伝達するにあたって、どんな手法を使っていますか？
- 小澤 週1回全体ミーティングをやって、社員に向かって話すんですけど、私からすればすごく重要なことや思いを伝えているのですが、社員の半分ぐらいは耳が“ちくわ”なんですよ（笑）。だから、何か違う手法をとらなければと思って、細かい経営計画書を作り、経営計画浸透会議というのを全社員向けに年1回開催しています。そこで2、3時間みっちり話をして、前期の検証や今ある課題、これからの取り組みというのを説明しています。

その他、社長面談ということで社員一人一人、1年に1回面談し、レビューシートを配ってフィードバックしています。また、「オズプリンティング13の行動指針」というのを作りまして、うちの社員はこうあるべきだということを定義して、社員に伝えるとか……。他には、「LINE WORKS」というグループウェアを活用して、投稿してみんなに伝えていくということもしています。会話だけではなかなか伝わらないので、しっかりと文書や文字にして、それに対して補足説明することを心がけています。きちんと伝わっているか、実際社員に聞いてみたいです。

■阿部 レビューシートを配布するとのことですが、これはどういったものでしょうか？

■小澤 制作部を例に挙げると、売上貢献度とか、あとはそれぞれやってくれている仕事に対する私の評価、リーダーシップ、コミュニケーション、今後期待すること、というのを書いています。人によって分量の差はありますが、社長面談のときにこれを元に話をしています。

- 阿部 全社員一人一人にレビューシートを作成して、ご本人にお渡しして、それを元に面談されているのですか？
- 小澤 はい。これは作るのにめちゃくちゃ時間がかかります。人数分評価していきますから、数値も調べながら書いていくので大変ですけど、こういったことをフィードバックしてあげないと、自分がどれだけ評価されているか、どういったことを頑張ればいいかが伝わらないとも思いますので、年に1回ですが、やっています。
- 阿部 レビューシートは役職のついている方、例えば部長さんの分もあるんですか？

■小澤 あります。部長に対しては基本、評価が厳しいですね。

■樋貝 社員 100 人ぐらい大きくなったらどうなりますかね？

■小澤 1 か月間、これにかかりっきりですね（笑）。100 人になったら各部長にやってもらうしかないかな。

■伊東 私も以前は 50 人分書いてましたよ（笑）。だんだん厳しくなってきたので、今は他の人が書いて、私が最終評価を見るというかたちにしましたけど。文字にしないと正しい評価をしてあげられなくなるんですよ。

■樋貝 では次に、「働き方改革にどのような手段で着手しましたか？」という質問について、最初に社員研修をあげていますが、具体的にどんなことをしたのでしょうか？

■小澤 社員研修は 1 年間一つのテーマを決めて、定期開催しているのですが、2018 ～ 2019 年はコーチング研修ということで、先生をお呼びして月 1 回合計 12 回、プラスアルファで個別のフォローアップしてもらいました。2020 年度は京都産業大学の教授をお呼びしまして、SDGs をテーマにして経営理念に落とし込む研修を年 6 回やりました。2021 年はデザイン、ブランディングセミナーということで、専門家をお呼びして 2 回ほど研修を行いました。

■阿部 研修内容は誰が考えるんですか？

■小澤 私が決めています。いろいろなツテを頼りながら講師を紹介してもらっています。

■樋貝 では次に、「政府が推奨する働き方改革の項目への対応」について、外国人採用の件で伊東さんから質問があるとのことですが。

■伊東 外国人採用について、うちでは非常に難しいと思って全く手をつけてないんですが、具体例を教えてください。

■小澤 先日、日本に留学している中国人の方を、短期的ですが採用して、アルバイトとして働いてもらいました。その他、甲府市、我々の市町村の外国人を採用するということで雇用創生課の外国人採用のイベントがあるので、そういったところに出ていたり……。あとは JETRO（日本貿易振興機構）にサポートしていただきながら、外国人採用に取り組んでいます。しかし、言葉の壁など難しい問題もあります。採用して働いてもらった中国人の方、日本に来て 1 年半ぐらいで日本語がある程度通じるのはよかったんですけど、正直、面接した中では優秀な方がいなかったですね。だから今のところ採用には至っていないのですが、優秀な方がいたら外国の方でも採用しようというぐらいの取り組み状況かなと思っています。

■伊東 その中国の方は、どんな職種に就かれたんですか？

■小澤 Web デジタル事業部の仕事をしてもらいました。

■樋貝 では次に、「働き方改革で自社のメリットになった点ありますか？」という質問についてはいかがですか？

■小澤 取り組み前よりも、社員の自主性が生まれてきたと私自身実感しています。ある意味、私が我慢するところが増えた

かもしれませんが、社員に任せるところで、少しずつ自主性が生まれてきたのかなと。あとは、社員が若返りましたね。平均年齢 42 歳ぐらいだったのが今 35、36 歳ぐらいになっています。あとはマンネリズムから脱却できたことと、社内規定を厳格化できたこと、それがメリットかなと思っています。社内規定については、残業を Google スプレッドシートでオンライン申請できるようにし、なるべく残業が発生しないよう厳しくしています。それから、社会保険労務士の先生と話をしながら、就業規則をしっかりと定義することに取り組んでいます。

■向井 若手の増加による平均年齢の押し下げということですが、若手の入社で社員数は増えながらも平均年齢が下がったのか、もしくはベテラン社員が退職したかたちで下がったのか、いろいろなケースがあると思いますがいかがなんでしょうか？

■小澤 どちらかという、若い人が入って社員数が増えたからだと思います。ベテランの方については、定年退職者はいますが、それ以外の理由での退職はないですね。

■向井 なるほど。バランスがとれた、理想的な社員数の増え方とも思えますね。

■樋貝 では、最後に、ジャグラ会員の皆さんへのメッセージをお願いしますか？

■小澤 本当にこれまでいろいろな失敗をしてきました。クリエイティブ事業部というのを社長になったとき作ったのですが、デザインができる人をそこの部長にしたんですけど、結局 1 個も仕事が取れず辞めてしまいました。2 年ほどいたんですけどね。そんな失敗もありましたし、最近はコンプライアンスなどで難しい話があって、2018 年のときに採用した子が 1 年で辞めてしまったとさきほどお話ししましたが、辞めた後に残業代を請求するといった主旨の書類が届いたり、そのような苦い経験からしっかりルールを作ってやっていかなければならないことに気づかされました。

私は印刷業に誇りを持っているというか、価値があることをやっていると自負しているのですが、それに見合う対価をもらえていないという点で少し寂しく思う部分もあります。でも、印刷の仕事はすごく楽しいなと……。だから、印刷業はきっとこれから世の中の役に立つ、そんな存在であり続けられるんじゃないかなと思いますし、私もジャグリストの一員として、ジャグラの皆さんと頑張っていきたいと思いますので、これからもよろしくお願いします。

■向井 当委員会の取材も今回が最終回となりますが、最後の取材先がオズプリンティングさんでよかったなと思っております。小澤さんのように若い経営者の方から、印刷業の未来や、進むべき方向性について前向きなご意見をたくさん聞くことができ、自分自身も勇気づけられました。本日はありがとうございました。

（連載終わり）



同社外観



集合写真：和やかな雰囲気が窺える



打合せの様子
若い社員が多い印象



社内の様子：印刷部門



社会貢献の一環：清掃活動

憶えていますか？ 稲本ひろくん、元気に成長中！

皆さんは、茨城県支部・怖いもと印刷・稲本修一社長のお孫さん、ひろくンを憶えていますか？ 渡米しての心臓移植のための募金活動にジャグラも協力していたところ、幸運にも国内でドナーが見つかり移植を受けた、茨城の青年部メンバー稲本創さんのご子息です。ひろくんは現在小学生。元気な学校ライフを送っているとのことですよ！



募金を呼び掛けた
本誌 2017 年 2 月号記事

×

同社はプライバシーマークの取得企業ですが、先日、その更新で本部より審査員が訪問した際、ひろくんの話題が出て、「募金の際はお世話になりました」とお礼があり、その後のひろくんの様子を知らせる手紙と写真をご両親よりお預かりしましたので、ここにご紹介いたします。

募金活動の際は大変お世話になり、ありがとうございました。ひろが心臓移植を受けてもう 4 年が経過しました。その後は特に大きな問題もなく、ひろもとても順調に成長し

ています。昨年から小学生になり、土浦めぐみ教会の森の学園に元気に通っています。こうして普通の生活が送れているのも、神様とご支援くださった皆様のおかげと心から感謝しております。本当にありがとうございました。

稲本創・麗子



元気に成長したひろくんの近況

2.12 PrintNext2022 東京で開催！ 印刷を再定義ー時代を彩る印刷のチカラー

リアル+Zoomのハイブリッド開催で、全国の青年印刷人507人が参加



リアル+ Zoomのハイブリッドで開催された PrintNext2022

去る2月12日、東京都千代田区のイイノホール&カンファレンスセンターにてPrintNext2022が開催され、全国からオンラインと合わせて500名あまりの青年印刷人が集結した。このイベントは、ジャグラー青年部SPACE-21を含む印刷団体青年組織3団体主催によるもので、2004年に開催されたPRINT4から数えて10回目の節目となる開催であった。

×

今回のPrintNext2022は「印刷を再定義ー時代を彩る印刷のチカラー」をテーマとし、当日午後1時に開会。オープニングムービー上映後、君が代黙唱、青木允運営委員長の挨拶、来賓代表として全国印刷工業組合連合会・滝澤光正会長の挨拶、各団体代表より全国青年印刷人協議会・今井孝治議長、全国印刷緑友会・

浅野貴之会長、SPACE-21・本村豪経代表幹事の挨拶があった。

続いて、PrintNext2022ロゴマークコンテスト表彰式が実施された。最優秀賞および優秀賞に選ばれた4名（1名は欠席）が登壇し、最優秀賞の青木笑美子さんには稲満信祐実行委員長から表彰状が授与された。優秀賞の3名には、PrintNext2022審議委員である全青協・今井議長、緑友会・浅野会長、SPACE-21・本村代表からそれぞれ表彰状が授与された。

1時50分より、アパホテル社長・元谷笑美子氏による「時代の変化にあわせた成長戦略〜私が社長です。〜」というテーマで講演が行われた。元谷社長のご厚意により、来場者にはアパカレーとアパコーヒーが提供された。

休憩を挟んで、後半は東京を除く全国8ブロックの活動内容の発表があり、地域の活性化について印刷会社の可能性を模索する取り組みについて熱い思いが報告された。取り組みの結果は、4月29日（祝）に開催されるココカラ市場 by PrintNext2022（会場：3331Arts Chiyoda）にて一般公開される。

各ブロックの企画一覧は以下の通り（発表順）。

- ①中国ブロック『広島県 体験と学びの三段峠を発信 寂れた観光地を生まれ変わらせる!!』『島根県 山陰銘菓「どじょう掬いまんじゅう」って知ってる?!』
- ②関東甲信越静岡ブロック『高山村のワインをご存知ですか？ 村内限定販売ワインの試飲・販売』
- ③四国ブロック『日本一の手袋産地、バレンタインギフト商品開発への新たな挑戦!』『お遍路を疑似体

験!? 一日で巡る四国八十八カ所お砂踏み。』

- ④中部ブロック『廃材から楽器!? 奏でる音は無限大!』『海より深い!? リサイクルアートの世界!』
- ⑤近畿ブロック『子ども食堂の運営課題を解決する!』『紙で“かわいい”を作る!を応援! MOKOさんと一緒に作ろう!』
- ⑥九州ブロック『大分県杵築市山香町のお米。休耕田の再生を目指して!』『発酵ベジフルーツ その名は?』
- ⑦北海道ブロック『北海道の魅力「馬」と「鹿」に関する情報を全国に』
- ⑧東北ブロック『知られざる有人島「飛島-TOBISHIMA-」紹介』『グッと!とうほく〜私の好きなモノコト〜』



主催者挨拶 青木運営委員長



来賓挨拶 全印工連・滝澤会長



挨拶する本村 SPACE-21 代表幹事



ロゴマークコンテスト最優秀賞・青木さんの作品



稲満実行委員長より青木さんに表彰状授与



本村代表幹事より優秀作品の表彰状授与



「印刷を再定義」をテーマに全国8ブロックの活動内容を報告（写真は発表者と発表資料の一部）



左から受付の様子、A NEW WAY of PRINTING と書かれたスタッフユニフォーム、運営に携わったスタッフの皆さん

各ブロック発表に続いて、ブロックリーダー、青木運営委員長、稲満実行委員長、西谷企画部会長、齋藤副部会長によるパネルディスカッションを行い、各ブロックの活動を通じて見えてきた印刷会社の役割や印刷の再定義について、業界の目指していく方向性などを話し合った。最後に稲満実行委員長より総括と閉会の挨拶があり PrintNext2022 を終了した。

なお、4月29日（祝）には、東京都千代田区にある「3331Arts Chiyoda」にて、当初予定の2月11日より延期となった『ココカラ市場 by PrintNext2022』が開催される。入場無料にて一般公開されるので是非来場いただきたい。

（報告：本部事務局・今田豪）



「印刷会社の役割は？」について話し合ったパネルディスカッション
ジャグラから参加の稲満さんも実行委員長として大活躍！



PrintNext2022 公式サイト print-next2022.jp/



活動成果を一般のお客様に PR する情報発信・実践体験の場として4月29日（金祝）に『ココカラ市場』と銘打ったイベントを開催しますので、こちらにも是非ご来場ください。



2.13 SPACE-21 幹事会を開催 次期代表幹事候補を決める

ジャグラ青年部 SPACE-21 は、PrintNext2022 の翌日、2月13日（日）、午前10時よりジャグラ本部にて幹事会をハイブリッド開催した。幹事に加え、来期の幹事候補者を加えた総勢20名で会議を行い、①来る4月23日（土）にSPACE-21 総会を福岡で開催する件、②SPACE-21 全国協議会を東京で開催する件、を正式に決定した。なお、来年度はジャグラと同様、SPACE-21 の役員改選期となるが、笹井靖夫幹事（東京・共立速記印刷㈱）が次期代表幹事の候補として内定した。4月23日に開催する福岡総会をもって正式に就任する予定である。

10回目という節目に答えを出したPrintNext

皆様、PrintNext2022 カンファレンスにご参加いただきありがとうございました。2004年2月に全国青年印刷人協議会、全国印刷緑友会、日本グラフィックサービス工業会 SPACE-21、日本青年会議所印刷部会の印刷関連業青年組織4団体が、東京で合同イベント「PRINT 4」を開催してから18年、団体という垣根を越えたイベントとして、業界の新しい価値創造を掲げ、変化を遂げてきた PrintNext。10回目を迎える今回の PrintNext には、これまで諸先輩方が繋いでくださった想いに節目としての答えを出し、新たな PrintNext への挑戦といった意味も込められていました。『繋ぐことの大切さ、挑戦する気持ち』といった強い想いがこもった PrintNext だったと思います。印刷を再定義——というテーマのもと開催された今回の PrintNext ですが、一般の方々へ向けた情報発信・実践体験の『ココカラ市場』と『カンファレンス』といった二本柱で行われます。一般の方を巻き込んだイベントという新しいことに取り組まれたことで、運営委員会・実行委員会共にご苦労も多かったことと思います。また、全国8ブロックで活動をされた青年印刷人の方々も2つのテーマをこなし、カンファレンスではどれも興味深く素晴らしい発表をされました。パートナーさんと共にパートナーさんの困りごとや課題に真摯に向き合い、取り組まれてこられたここ数か月の活動は、皆さんにとって大きな糧になったのではないのでしょうか。寄り添い、共に考え、行動する。情報産業の担い手として我々が進むべき姿が、今回のカンファレンスに現れていたと思います。

コロナ禍での開催ということもあり、十分な感染対策も行われた上での開催、運営委員会・実行委員会の皆様方、本当にお疲れ様でした。延期となりました4月29日の『ココカラ市場』も成功に向けて一緒に頑張っていきましょう。最後に改めまして、多大なご協力をいただきましたメーカー、ベンダーの皆様、ご来賓の皆様、報道の皆様、会場と Zoom でご参加いただきました全国の皆様、本当にありがとうございました。心から感謝申し上げます。



ジャグラ青年部 SPACE-21
代表幹事

本村豪経

アイメディア㈱／福岡

私たちの原点「紙も刷る」へ回帰の時！

今回、多大なご協力をいただきましたメーカー、ベンダーの皆様、報道の皆様、ご来賓の皆様、そして会場、Zoom にご参加いただきました皆様、本当にありがとうございました。開催に向け青木運営委員長と準備を始めた頃から変わらない事は、「どんな状況でも開催する！」という事でした。「先輩たちが繋いできたこの想いを絶対に止めてはいけない！」という強い思いが私達にはありました。こうして開催できた事、本当に嬉しく思いますし、繋ぐという役割は果たせたかなと思っています。

今回のテーマ、「印刷を再定義」は、過去9回、先輩方が繋いでくれた業界を変えたいという強い思いに、記念10回大会として答えを出すという意味も込められています。カンファレンスでのオープニングムービーや各ブロックの発表からもおわかりの様に、一言でいうと【紙を刷る】から【紙も刷る】と、視点・考え方を変える事です。考えてみればあたり前の事なのですが、この印刷業が受注産業という性質上、受け身で成り立っていた事がそもそも恵まれていただけだと思います。ボクらの存在価値はお客様の課題を解決する事で必要とされる事です。お客様の0.5歩先に立ち続け、共に伴走する販促パートナーである事です。今まではお客様の言われたとおりに印刷していればお客様の課題解決のお手伝いが出ていた。でもお客様の課題って変わり続けますよね？だからその課題、お客様に常に寄り添って0.5歩先に立ち続け、お客様の課題解決のための提案をし続ける事。実はこれって大昔から普遍です。受注産業という性質を言い訳にはいけない。情報産業の担い手としての本来のあるべき姿、【紙を刷る】ではなく【紙も刷る】に戻りましょう。

印刷を再定義——の実践の体験の場として、4月29日に延期になった『ココカラ市場』を開催します。ここで体験していただく事で、初めて PrintNext2022 が完結しますので、是非皆様ご来場ください。



PrintNext2022
実行委員長

稲満信祐

㈱イナミツ印刷／東京・港

業界の動き

洋紙・板紙関連

製紙メーカーに対し価格修正に関する要望書提出 ユーザーの不信感解消へ6つの要望 日本洋紙板紙卸商業組合

洋紙及び板紙卸売業で組織する日本洋紙板紙卸商業組合（柏原孫左衛門理事長、日紙商）は3月7日、製紙メーカー各社が今年1月以降実施する価格修正（印刷・情報用紙、板紙）に関し、要望書を提出した。

×

今回の要望書は、適正で再生産可能な価格定着への理解をユーザーに求め、価格修正が行われるたびに一層高まるユーザーからの不信感を解消するために、「健全で透明性かつ公平性のある価格体系の実現」が必須であり、ユーザーに対し改定幅の明確かつ説得性のある内容の説明が必要との観点から行った。日紙商から製紙メーカーに対し提出された要望は次の通り。

- ①ユーザーに対し、価格修正を実施する明確な理由の説明及び改定幅の理由開示
- ② 同品種の巻取と平判の非合理的な価格差の解消（注：板紙メーカーへの要望からは外す）
- ③大手直需先に対する公平な適用時期の実施
- ④（製紙メーカー宛）貴社取引代理店各社への、以上の要望事項の確固たる実施要請（代理店宛）貴社直需取引先に対しても、以上の要望事項に基づいた取り引きの完全実施
- ⑤エンドユーザーへの告知のための積極的な広報活動の実施
- ⑥需要に応じた適切な生産体制の構築

日紙商は、紙のユーザー業界の更なる発展に寄与し、紙・パルプ業界の健全な発展に貢献できるよう、「健全で透明性かつ公平性のある価格体系の実現」に引き続き努力していくとしている。

■要望書提出先（3.7時点）

【メーカー】大王製紙(株)、中越パルプ工業(株)、日本製紙(株)、北越コーポレーション(株)、丸住製紙(株)、三菱製紙(株)
【代理店】日本紙パルプ商事(株)、国際紙パルプ商事(株)、日本紙通商(株)、旭洋(株)、(株)シロキ、北越紙販売(株)、三菱王子紙販売(株)

短信

◎日本アグファ・ゲバルトがCTPの価格を改定

日本アグファ・ゲバルト(株)は、昨年、アルミニウムをはじめとした原材料の高騰により、CTPプレートの価格および関連薬品の価格改定を実施したが、その後もアルミの高騰が留まらず、2年前の価格の2倍に達している。異常な高騰はアルミ製錬国の電力事情や環境問題で今後も継続するものと見込んでおり、新型コロナウイルスの感染拡大により物流網の大幅な停滞による物流コストの大幅増も影響している。

こうした状況のなかで同社としては事業の再編成、遊休資産の売却、製造工程での生産効率の改善などでコスト吸収の努力を重ねてきたが、すべてを吸収するまでに至らず価格改定を実施することとなった。

【対象製品】CTPプレート

【実施時期】4月1日より

【メーカー希望標準小売価格改定率】18%アップ

会員の異動／新入会員

◎サテライトメディア／東京・城南 蓬田 利久
〒179-0074 練馬区春日町 2-12-18 武蔵野ハイツ 306
Tel.080-5954-3668
◎藤原製本(株)／愛知 藤原 智之
〒615-8043 京都市西京区牛ヶ瀬新田泓町 6
Tel.075-381-7509 Fax.075-391-0953

あなたの会社を守る ジャグラ・グループ保険

- 特長1** 掛金が割安です（例：30歳男性、1口277円／月）
特長2 死亡時保障額は最高1600万円
特長3 事故による入院もワイドに保障
特長4 医師の診査はありません 告知のみでお申し込みいただけます
特長5 掛金のお支払方法も簡単です

お問い合わせはジャグラ事務局・酒井まで

Tel.03-3667-2271

事務局日誌と今後の予定

最新情報はHPでご確認ください

3月の事務局日誌

- 1日 ジャグラ BB 収録
- 2日 ジャグラ BB 収録
- 3日 NTT 来局→田中常務・事務局
- 4日 生産性向上委員会（本部＋Web会議）、マーケティング委員会（Web会議）、日印産連企業行動委員会→田中常務
- 7日 MFG 打ち合わせ
- 8日 DXWG（Web会議）
- 9日 SPACE-21 幹事会（Web会議）、日印産連ステアリングコミッティ（日本印刷会館）→中村会長
- 10日 広報委員会（Web会議）、個人情報保護セミナー（本部）
- 11日 印刷物創注委員会（Web会議）、日印産連広報委員会（Web会議）→事務局、ジャグラコンテスト専門委員会議（Web会議）
- 14日 科学博物館調査協力→田中常務
- 15日 総務委員会（Web会議）、ジャグラ BB 収録、JAGAT 理事会（Web会議）→吉岡理事
- 16日 プライバシーマーク審査会（本部）、日印産連理事会（日本印刷会館）→中村会長・清水副会長、印刷図書館理事会（日本印刷会館）→中村会長
- 17日 ジャグラコンテスト委員会
- 18日 拡大理事会（Web会議）、ジャグラ BB 委員会（Web会議）
- 22日 ジャグラ BB 収録
- 23日 東グラ理事会（本部）→沖専務
- 25日 ジャグラ BB 収録
- 28日 経営技術研究委員会（Web会議）

4月のスケジュール

- 4日 作品展第一次・第二次審査（本部）
- 6日 ジャグラ BB 取材（山梨）
- 8日 SPACE-21 全国キャラバン in 東北（岩手）
- 11日 ジャグラ文化典愛知大会実行委員会（Web会議）→田中常務
- 12日 作品展最終審査会（本部）
- 14日 定期監査（本部）
- 18日 ジャグラコンパクト DX 会見（本部）
- 19日 DXWG（Web会議）、印刷物創注委員会（本部）、マーケティング委員会（本部）
- 20日 拡大理事会（本部）
- 23日 SPACE-21 総会（福岡）
- 29日 ココカラ市場 by プリントネクスト 2022（3331ArtsChiyoda）

5月のスケジュール

- 10日 ジャグラ文化典愛知大会実行委員会→田中常務、日印産連 ステアリング・コミッティ&専務理事連絡会議（日印産連会議室及びWeb会議）→中村会長・沖専務
- 13日 シタラフェア（高崎市）
- 14日 シタラフェア（高崎市）
- 17日 日印産連 理事会（日印産連会議室）
- 18日 プライバシーマーク審査会（本部）
- 23日 ジャグラ文化典愛知大会実行委員会→田中常務
- 25日 東京グラフィックス総会（日本教育会館）、OGS 総会（日航ホテル）
- 27日 DXWG

事・務・局・便・り

4月23日（土）、ジャグラ青年部 SPACE-21 総会を福岡で開催いたします。通常ですと総会は東京開催なのですが、2022年のSPACE-21 全国協議会を東京で開催することになったため、総会は地方で開催する運びとなりました。ジャグラと同様、SPACE-21 も役員改選期となります。本村代表幹事はこの度の総会をもって退任し、東京の笹井靖夫氏が代表幹事に就任する予定です。福岡を楽しんでいただける設えもいろいろの企画中です。親会・ジャグラの皆様にも是非ご参加いただき、青年部と交流を持っていただきたいと思います。（SPACE-21 担当：T.I）

※「事務局便り」は本部事務局職員が交替で執筆しています

月刊『グラフィックサービス』845号

■発行日 令和4年4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
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町 7-16
電話 03-3667-2271 ファクス 03-3661-9006
ウェブ https://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

◎企画：ジャグラ広報委員会

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
斎藤 成 / 東グラ専務理事
沖 敬三 / 専務理事
田中 良平 / 常務理事
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：ジャグラ事務局ほか

沖 敬三 田中 良平 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

DTP=Adobe CS6/CC ほか
フォント=モリサワ 0TF/モリサワ BIZ+ 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マット 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-prt.co.jp/

Copyright 2022 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

RMGT 970 が あなたの SDGs を アシスト Assist

“誰一人取り残さない”社会の実現を基本理念とし、全世界へ向けての持続可能な開発目標を掲げた SDGs (Sustainable Development Goals)。消費者や企業が、社会や環境面に配慮した商品やサービスを求める傾向が高まる中、印刷会社もそのニーズに応えることが求められてきています。

RMGT 970 モデルは、オペレーターフレンドリーなユーザーインターフェースや作業負担を軽減する自動化 / 省力化機能をはじめ、損紙の削減や電力消費量低減によって省資源 / 省エネルギーに配慮した、人に地球に優しい印刷機です。さらに菊全判ジャストサイズによるコストメリットはもちろん、生産性や印刷物の付加価値を高める各種オプション機能も充実した、経営にも優しい印刷機です。

RMGT 970 モデルは、SDGs に取り組み、サステナブルな成長を目指すあなたの会社を強力にアシストします。



人に優しい

ワンボタン操作で楽々印刷の
スマートアシストプリンティングで人に優しい



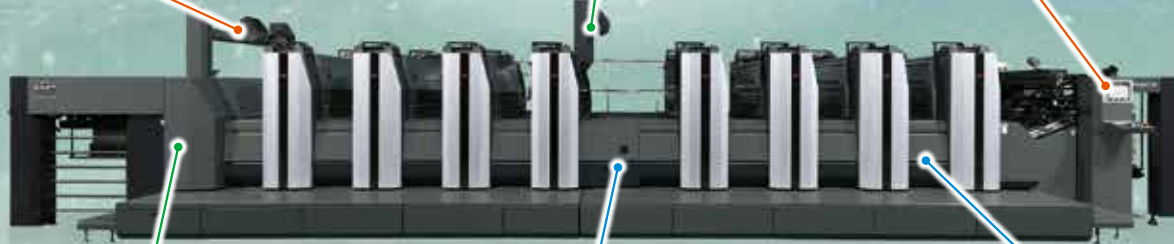
地球に優しい

品検・濃度・見当調整をインラインで行い
損紙を減らせる PQS-D で地球に優しい



経営に優しい

アイコンやグラフを使った誰にでも解りやすい
グラフィカルユーザーインターフェースで人に優しい



省電力で NonVOC な
LED-UV で地球に優しい

短納期に対応できる
ワンパス両面印刷で経営に優しい

刷版コスト、消費電力、設置スペースをセーブできる
菊全判ジャストサイズだから経営に優しい



リョービ MHI
グラフィックテクノロジー株式会社