

月刊

グラフィックサービス

No.858
2023 05

GS



■ 巻頭言

Z世代を意思決定の場へ

—東京・城南支部支部長 谷村 宣徑

■ 巻頭企画

第32回Japan IT Weekレポート

ChatGPT対応の業務自動化に注目

AIチャットボットの活用広がる

■ 連載

業態進化のすすめ④

MA(マーケティングオートメーション)はなぜ必要か
顧客志向のDX

~マーケティングオートメーション(MA)編~

■ NEWSとお知らせ

ジャグラコンテスト参加者募集開始!

S

CONTENTS

■ 巻頭言

- 1 Z世代を意思決定の場へ
東京・城南支部支部長 谷村 宣径

■ 巻頭企画

- 2 第32回Japan IT Weekレポート
**ChatGPT対応の業務自動化に注目
AIチャットボットの活用広がる**

■ 特別企画

- 17 下請取引適正化に向けアンケートを実施
変動コストの反映状況は受発注間で認識にズレ
- 20 独禁法のポイント理解度調査を実施
9割以上の企業で一定数の理解

■ 連載

- 23 業態進化のすすめ④
～新技術を取り込み強い会社になろう～
MA (マーケティングオートメーション) はなぜ必要か
顧客志向のDX ～マーケティングオートメーション (MA) 編～

■ NEWSとお知らせ

- 12 DTPオペレーター技能競技会
ジャグラコンテスト参加者募集開始!

■ NEWSとお知らせ

- 4 ジャグラ文化典高知大会PR 共感と前進。
6 ジャグラBBホットニュース
8 印刷業倒産状況
27 業界の動き
KOMORI 300名の参加で創業100周年を祝す
JPA 若手印刷人4名が入学
ホリゾン Smart Solution Fair2023 in 東京を開催
アグフアオフセット事業のブランドを「ECO3」に変更

- 14 雑学コラム 22 JaGra スクール開講日カレンダー
29 事務局日誌と今後の予定

- 7 ホリゾン・ジャパン(株)
10 富士フイルムグラフィックソリューションズ(株)
11 (株)ショーワ
14 (株)研美社
15 (株)モトヤ
16 東京リスマチック(株)
表4 リョービMHI グラフィックテクノロジー(株)

表紙の人：坂本アッコ
(株式会社リーブル 代表取締役 坂本圭一朗さん
/ジャグラ文化典高知大会 実行委員長)

月刊グラフィックサービス 発行趣意書

月刊『グラフィックサービス』は、一般社団法人日本グラフィックサービス工業会会員、関係諸団体およびすべてのステークホルダーの皆様へ、自社の質的向上に役立ち、知恵と勇気を分かち合うことを目指し発行するものです。

本会の存在意義である人間交流スペースを構築し、社会の多様な要請にタイムリーに対応しつつ、共通の経営課題を持つ会員をネットワーク化し、その交流を積極的に支援するとともに小さいことでも有利となる経営施策も発信する情報ターミナルとなることを理想とします。

またその情報発信手段は誌面にとどまらず、環境に応じて多様な発信方法を検討、遂行することを責務とします。

【概要】

発行回数	月1回 / 年間12回	配布方法	・全会員へ直接郵送
購読料	ジャグラ会員は無償(会費を含む) ・希望企業、団体への有償配布		・ジャグラホームページからのダウンロード

本誌へのご意見・ご要望・記事提供は下記宛お寄せください

Eメール edit@jagra.or.jp 電話 **03-3667-2271** ファクス **03-3661-9006**

お手紙 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16 〒103-0001 (一社)日本グラフィックサービス工業会 宛



Z世代を意思決定の場へ

東京・城南支部支部長 谷村 宣徑



初めまして。私は、東京グラフィックス城南支部の支部長を前年度より拝命いたしました。

弊社は、創業以来60年以上、常に3~5名程度で事業を続けている典型的な零細企業で、業界全体が落ち込む中、運よく存続してしております。昔から付き合いのあった小さな印刷会社は、やめられた方も多いですし、町工場だらけでした弊社の周りも今は閑静な住宅地へと変貌しつつあります。

この度、支部の事情により私が支部長を担当することになり何をすべきか考えたのですが、とりえずアナログ媒体の紙とデジタルをどう融合させるかが課題になるのではないかと支部活動の一番目に「デジタルの勉強」を掲げました。印刷業は、ほかの産業に先駆けてマッキントッシュというPCを使いこなしデジタルの最先端を走っていたはずなのですが、マルチメディアあたりから雲行きが怪しくなり、アップルもアドビもオンラインに傾倒しはじめ、いつの間にか情報産業の中で後れをとってきたような気がします。

コロナ禍で日本社会全体のデジタル化とオンライン化の遅れが鮮明となり、それを変えるべくデジタル庁などが設立されその影響をもろに受けているのが印刷業ではないかと思えます。実際にここ1年で見てその流れは加速しているように思われます。

そんな中、私自身がデジタルマーケティングなどをかじろうとして、いざ最新のデジタルの勉強をはじめてみると、当支部の中でも、弊社がデジタル化に一番遅れていたのにすぐ気づきました。規模が小さすぎて社内ネットワークも特に必要ない、顧客とのデータのやり取りもE-mailで何とかできるのも危機感を感じとれなかった要因かもしれません。デジタル化とオンライン化の違いも私の脳みその中では混在しておりました。

私は元来、新しいもの好きで、MacDTPもそうでしたが、スマホが出はじめた当初すぐiPhone 3GSを購入しました。しかし、当時はアプリが少なく購入後半年で飲み屋で紛失したのですが保障がついていないのに憤慨して、1年半ほど前まではガラケーを使用しておりました。

約10年振りにスマホを買って使用しはじめてみると、基本的な構造は変わってはいないのに、当たり前ですがハード面もソフト面も断然使いやすくなりました。

半年ほど使い続けて、驚いたのは暗号資産の口座、取引所の口座を開設するにあたってPC+ガラケーでもできないことはないですが、身分証明書の写しなどはいろいろな角度からスマホで自撮りしてオンラインで送ったりして、結局誰とも会話せず口座開設完了となりました。最終的に本人確認などで自宅に郵便物が届くようなことはありませんでした。これはスマホの端末自体が身分証明書の役割をしているのではないかと思ったりもしました。しかし、複雑かつ独特なパスワードの組み合わせのようなものをどこに保管したか忘れてしまったので、NFTゲームを楽しんで仮に暗号資産が増えたとしても既存通貨として戻ってく

ることはないでしょう。文字通りの仮想通貨となってしまいました。NFTゲーム自体は面白いので楽しんでます。

また、スマホは電話&FAXより、その場で何でもかんでも写真・動画でとって一言添えて相手に伝えればよいので断然生産性が違いますね。ガラケーだとカメラモードに切り替えるのが面倒で、そういう発想が生まれませんでした。ITの世界はソフトもハードもツールで生産性が一変しますので、常に動向を追いかけていかなければいけなかったと今頃になって反省しております。けれど、ツール同士の競争もありますので、最後の最後はアナログ指先勝負、クリックの速さではないでしょうか。

一方、ガラケーを全く知らないZ世代は電話対応が苦手らしいし、電話&FAXの仕事などは非効率の最たるものだと思っているかもしれない。最近見たセミナーでは、グッズプリントの会社ですが、E-mailではせいぜい1日10件くらいの受注処理しかできない。なのでお客さんに合わせて、Slack、Discordなどのコミュニティツールを利用していると。このツールの名前は半年ほど前に何かで知っていた良かったのですが、知らなければ「何を言ってるんだ、コイツは」となるところでした。

今後、彼らは紙という情報媒体をどの感覚でとらえ、どのような場面で紙を必要とするのか。それを研究しないと、今後、紙の情報媒体がどのような使われ方をするか、どんなポジションにいるのかが見えてこないのではないかと思います。なので、Z世代と遊びましょう。できれば、最終意思決定場面にオブザーバーでも良いので参加してもらおうのがいいですね。

最後に、デジアナ二刀流になるべく自分が感じているアナログの優位点を箇条書きメモにしておきます。

- ①人はアナログとして創造されました。デジタルフードを食って生きてるわけではない。人はアナログである自然環境が最適な生き物で、これからもそうあり続ける。
- ②災害時の停電場面では、アナログである紙の現金が見ず知らずの人にお問い合わせする時に最強のツールになる。
- ③オンラインの情報膨張が続いている中で、オンライン上の情報にピンポイントで誘導するには、オフラインのアナログ媒体を利用するのが一番手っ取り早い。

以上

ChatGPT対応の業務自動化に注目 AIチャットボットの活用広がる



受付。来場者が自分で登録から入場証まで発行する

4月5日から7日までの3日間、東京ビッグサイト東ホールで、RX Japan 株式会社が主催する「第32回 Japan IT Week」が開催されました。Japan IT Week は、IT 専門展から構成される日本最大の IT 展示会です。幅広く IT 分野を網羅して開催することで、ビジネス拡大を求める出展社、来場者にとって欠かせない展示会となっています。今回は、AI・業務自動化展、次世代 EC & 店舗 EXPO、デジタルマーケティング EXPO、営業 DXEXPO、クラウド業務改革 EXPO、情報セキュリティ EXPO、IoT ソリューション展、組込み / エッジコンピューティング展、ソフトウェア & アプリ開発展、データセンター & ストレージ EXPO に新設のメタバース活用 EXPO の各専門展が開催され、3日間で4万5,384名が来場しました。

ジャグラコンパクト DX でも一つの柱になっている MA (マーケティングオートメーション) についてもデジタルマーケティング EXPO と営業 DXEXPO を中心に展開されました。サイボウズはもちろん、クラウドサーカス、SATORI、カイロスマーケティングなどが顧客情報を有効活用して売上を拡大するための、データベース構築から情報共有機能、接触分析などの機能を紹介していました。

一言に MA ツールと言っても、機能や特徴は様々で、例えば国産 MA の SATORI は、見込み顧客を増やす機能が充実しており、匿名ユーザーへのアプローチも可能にします。カイロスマーケティングの Kairos 3 は、営業のための商談機会を創出することに長けており、購買意欲を

持った顧客を視覚的にとらえる機能が特徴となります。共通して言えるのは、いかに営業などで詳細な顧客情報を入力できるか、そしてそれをシステムに反映したあと、アクションが取れるかといったところがキーポイントになると思います。

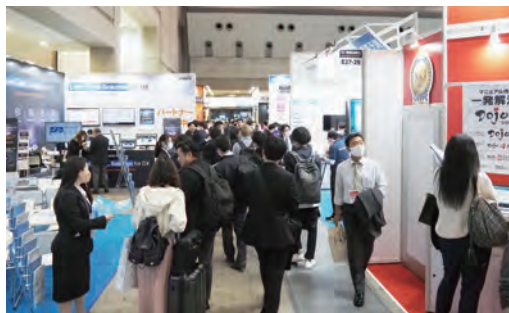
デジタルマーケティング EXPO、営業 DXEXPO は会場中央に位置し、多くの来場者が見込める場所でしたが、それよりも来場者が集中したのが「AI・業務自動化展」でした。

東ホール壁側に位置した「AI・業務自動化展」では、どこも「ChatGPT」を掲げ、自社のサービス対応を謳っていました。

「ChatGPT」はアメリカの Open AI 社が開発したもので、大量の自然言語データを学習し、様々な質問に回答します。常に新たな言語モデルをアップデートしているので、利用されればされるほど精度を高めていきます。

一般的な使い方として Q&A が多いようですが、ChatGPT には、文章の翻訳や要約、FAQ やマニュアルの生成、記事作成、アジェンダの設計、議事録の作成、求人票から書類選考、不正検知なども可能です。もちろんデータ収集や分析、レポートの作成、やりたいことに対する関数、プログラミングも教えてくれます。

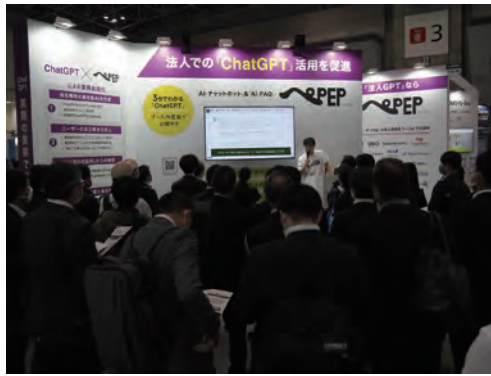
便利なツールである一方、会話データが OpenAI の学習に利用されるため、機密情報や個人情報の入力は控えなければなりません。アカウントの管理はユーザー自身が登録するため誰が利用しているのか把握することができません。ユーザー自身の利用情報はほかのユーザーに伝わらないため、個人、組織にかかわらず利用状況の分析ができません。つまり、一部の業種等で利用規制があるように、企業が利用するには課題が多く、使い方次第で便利になるツールですが、現状、ビジネス環境でまだ使いにくいツールとなっています。



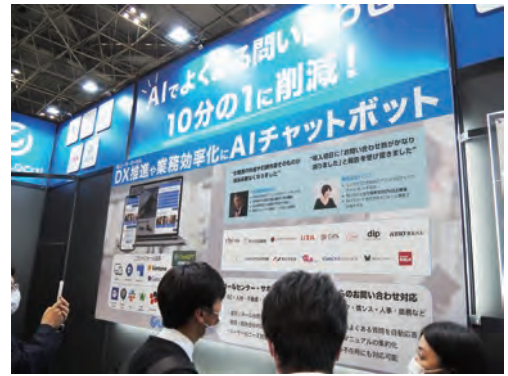
AI・業務自動化展



AI-FAQ ボットを出展した LisB



プレゼンではたくさんの来場者が
ギブリーブースに集まった



ユーザーローカルは
サポートチャットボットを提案

こうした課題を受け、たくさんの来場者でブースを埋め尽くした株式会社ギブリーは「法人 GPT」を提案しました。ギブリーの法人 GPT は、会話データが学習に利用されず、管理者によるアカウント管理が可能。管理者が作成したプロンプトをユーザーに展開できるので、ナレッジを共有できます。管理者によるアカウント管理なので、ユーザーの利用状況も分析できます。

このほかにも特徴的な機能として、①長い文章の要約、②自然な表現への添削、③言語の翻訳、④ FAQ 自動生成が挙げられます。十分に使い方が分からないといった場合でも初期段階からカスタマーサポートや営業、マーケティング、バックオフィスなど職種によって汎用的に使われるテンプレートを 100 個以上用意しています。利用料金は月額 9,800 円～（1 ユーザー 980 円、最低 10 ユーザー）。ChatGPT 以外にも AI チャットボットは業務効率化、特にヘルプデスクなどの問い合わせ対応で活用が広がっています。会場でもチャットボットのサービスを提案する企業が多数出展していました。

ペネライト・オブ・リミテッドという会社は、第 4 世代 AI チャットボット「amie（アミー）」を出展。アルゴリズムでシナリオに対応するチャットボットを第 1 世代、IBM が開発した拡張知能システム Watson を使った部分機械学習に対応するチャットボットを第 2 世代、FAQ から AI で言語を理解した上で回答するチャットボットを第 3 世代と位置づけ、FAQ なしでも AI が必要な情報を予測して表示するチャットボットを第 4 世代としています。

「amie」は、手持ちのドキュメントのアップロード、学習させたい Web サイトの URL の設定だけでチャットボットの作成作業が完了します。欲しい情報になかなか行かないというストレスを解消するため、回答候補をサムネイル付きで複数表示します。運用で手間になる更新作業も設定したスケジュールで登録したドキュメントの学習を行います。キーワード検索と異なり、チャットボットでの質問内容がドキュメントに記載されている内容と一致しない場合でも、AI が特徴量を抽出して回答を表示します。

より機能を特化したものでは、LisB の「AI-FAQ ボット」があります。自社開発のオリジナル AI を使用し、ヘルプデスクや総務・サポート窓口などの社内・社外向けの問い合わせに対応します。Q&A を Excel で登録するだけで事前学習なしで使えるという特徴を備え、設置するサイトご

とにカテゴリの出し分けが可能です。1 年分の利用状況をランキングやグラフで確認でき、ランキングの上位階の切り替え、カテゴリの絞り込みもできます。問い合わせの多いカテゴリやキーワードを把握することで、より分かりやすい FAQ 作成に活用できます。料金プランは SaaS 版で登録 QA 数 100 まで 1 カ月 3 万円。オンプレ版も用意されています。

より支援型のサービスとしては、ユーザーローカルが「サポートチャットボット」を出展しました。同サービスはユーザー自身が問題を解決するためのサポートに重点を置いており、例えば Win10 の問題に関する情報提供などを行う機能を備えています。

AI 関連では、「AI-OCR」という言葉も頻繁に会場で見ました。「AI-OCR」は、画像や PDF から文字情報を読み取る OCR に AI を搭載することで、文字の認識精度を大幅に高めるツールです。従来の OCR と比較して、識字率（文字の認識精度）が高く、自動的にデータ分類、抽出を可能にします。従来の OCR はあらかじめ決められたロジックの範囲でしか、文字の識別を行えませんでした。AI-OCR は機械学習により、多様な書体やレイアウトに対応します。

無限が紹介した AI 入力ソリューションでは、AI-OCR を核に、OCR 後のデータ補正、基幹システムへの連携、手厚いサポート体制、そして自動仕分けを行う「AI 仕分人」などを組み合わせ、入力業務の効率化による働き方改革を提案していました。AI-OCR のみの導入ではなく、そこにサポート等を含めることで独自のサービスとして提供しています。

AI-OCR のように既存のアプリケーションに AI を活用することで、従来業務の効率化が図れます。印刷工程でも「AI × ○○」といったものがこれからさらに出てくることが予想されます。



MA などを紹介した営業 DXEXPO 付近

共感と前進

いよいよ、来る6月にジャグラ文化典高知大会が開催されます。2020年にコロナの影響で中止になって以来、この日を迎えられることを目標にジャグラ活動を行って参りました。その中で、2020年3月以降に新しく社長に就任した3名が、今大会の中心メンバーとして準備してきました。

アフターコロナにふさわしいフレッシュな社長たちが、皆様をお迎えいたします。また高知大会後、更にジャグラ活動を活性化するために、私たちがこの3年間取り組んできた施策をお伝えします。

これからもジャグラ高知をよろしくお願い申し上げます。 ジャグラ高知大会事務局



株式会社リーブル 代表取締役

坂本 圭一郎

2020年 社長就任

ジャグラ高知大会実行委員長

モットー

— 幸せの種をまく(社是) —



有限会社近森写真堂 代表取締役

近森 純一郎

2021年 社長就任

ジャグラ高知大会副実行委員長

モットー

— 人は鏡 —

○ 進化への挑戦！

5つの基本施策

- 1 ランチ・飲み会の拡大
- 2 設備計画を共有
- 3 相対的な財務分析
- 4 人的交流の促進
- 5 対論の場の充実

3つの横断的に関わる施策

- 1 高知県支部の会員に寄り添ったサービスの見直し
- 2 高知県内の印刷会社との交流の場を創出
- 3 地域・団体に捉われない行動を支援・強化



有限会社三宮印刷 取締役社長

三宮 健司

2023年 社長就任

ジャグラー高知大会副実行委員長

モットー

— エンジョイ&エキサイティング —

さらに前進！
ジャグラー高知。



HOT NEWS

おすすめ番組情報

広報委員会
が選ぶ!

いますぐチェック!

ジャグラ BB | 🔍



文化典に向けて…
第49回ジャグラ文化典
鹿児島大会

2007年に鹿児島で開催された文化典の様様をご覧ください。

カテゴリー ▶ ニュース ▶ JN アーカイブ ▶



👉
もうすぐ文化典

先人たちの
輝かしい記録を
振り返りましょう!



必ず知っておくべき基礎知識! 😊

カテゴリー ▶ 教育と技術 ▶ DX・総務経理・その他 ▶

6G:人間拡張基盤



いまさら聞けない!?

印刷業のDX 基礎用語 9) Beyond 5G 基礎知識
印刷業界のDX記事の中で目にする用語を取り上げて、解説をしています。



ちょっとひといき

カテゴリー ▶ BB ネットワーク ▶ B-TuBe ▶



大分県のさくら (佐藤愛子様 投稿作品)

大分県別府市の境川沿いで撮影した、満開の桜の映像。春を見逃した人へ。



ジャグラ BB は、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。

Horizon

Change the focus

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。

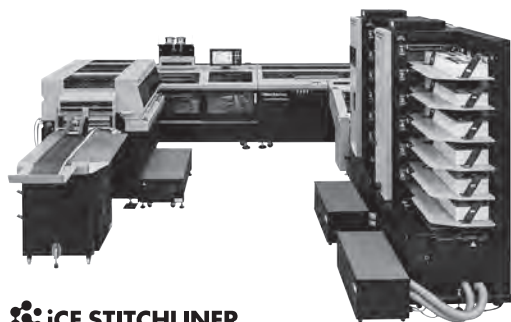
ユーザーフレンドリーなインターフェースで作業性を向上させ、安定した生産性と自動化を高次元で追求しています。

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。

ペラ丁合鞍掛け中綴じ製本システム iCE STITCHLINER Mark IV

自動化と製本品質の向上を追求

多品種少量生産に対応するために、全自動化することでセット替えの時間を極限まで短縮しました。筋入れ機構や突き揃え機構、折り部、針金の長さ調整、断裁前の位置調整など、各工程における高精度な調整と加工技術で高品質な製本を実現します。



iCE STITCHLINER

無線綴じ機 BQ-500

作業効率と製本品質が向上

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、厚い自身の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。



iCE BINDER

紙折機

AFV-566FKT / AFV-564FKT

生産性と折り品質が向上

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STOPパー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。



iCE FOLDER

三方断裁機 HT-300

高生産性と自動化を追求

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。



iCE TRIMMER

fb.me/Horizon.sns

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
仙台サービスセンター	〒984-0002	宮城県仙台市若林区卸町東1-7-31	TEL.022-782-2821(代)	FAX.022-782-3068

印刷業倒産状況

前年度から一転増加へ コロナ関連倒産が50%増

東京商工リサーチがこのほど発表した2022年度（4-2月）の「印刷業」倒産（負債1,000万円以上）によると、前年同期比31.1%増の59件に達した。年度通期（4-3月）は、2003年度以降の20年間で最少だった2021年度の48件をすでに上回り、2020年度の69件に迫っている。「新型コロナウイルス」関連倒産は、27件（前年同期比50.0%増）と増勢を強めている。印刷業界は市場縮小に加え、コロナ禍による各種イベントの自粛や観光・ブライダルなどの需要減も経営を直撃している。東京商工リサーチの報告記事を紹介する。（http://www.tsr-net.co.jp/data/detail/1197453_1527.html）

×

2022年度の「印刷業」倒産は、2019年度から3年連続で前年度を下回り、2021年度は2003年度以降で最少の48件だった。倒産の減少が続いた背景には、コロナ関連の資金繰り支援効果が大きかった。だが、印刷需要の回復が遅れる中、支援効果も薄れた2022年度は倒産が一気に増勢を強めている。

また、負債額は「1億円以上」が28件（同115.3%増）と、全体の半数近く（構成比47.4%）を占めた。構成比は前年同期の28.8%から18.6ポイント上昇し、倒産規模が拡大している。

2022年12月に東京商工リサーチが実施した「過剰債務に関するアンケート」では、「印刷・同関連業」で過剰債務と回答した企業は46.3%にのぼり、全体の6位だった。また、「コロナ後（概ね2020年2月以降）に過剰となった」と回答した企業は26.0%に達する。売上が落ち込む中、過去の投資負担だけでなくコロナ関連の資金繰り支援策に依存した企業で、負債が膨らんでいる可能性がある。

コロナ禍の初期は資金繰り支援策に支えられ、企業倒産は抑制された。だが、もともと構造的な不況で経営体力は弱体化しており、コロナ関連支援の効果も薄れたことで資金繰りは厳しさを増している。さらに、円安やウクライナ情勢による紙や光熱費などの価格高騰、配送費の上昇などコスト増も深刻で、印刷業界の倒産は増勢局面に入ることが懸念される。

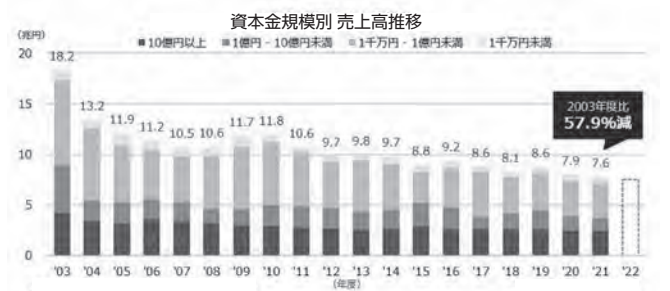
2021年度の印刷業の休廃業・解散は260件（前年比16.3%減）で、2年連続で減少した。しかし、2022年度は4-12月の9カ月間で222件（前年同期比12.6%増）と前年同期を上回っている。

2003年度以降の休廃業・解散は、2003年度の81件を底に増勢をたどり、2019年度は390件まで増加した。その後、コロナ関連支援が広がると2020年度以降は急激に減少、2021年度は260件にとどまった。ただ、現在のペースで推移すると、2021年度を上回る可能性が高まっている。

印刷業界は構造的な不況が続き、そこにコロナ禍が追い打ちをかけた。業績回復がなかなか進まず、紙、インキなど資材高騰に加え、代表者の高齢化などの経営課題を抱え、倒産だけでなく休廃業・解散も増勢局面に入っている。

「法人企業統計調査」によると、2021年度の「印刷・同関連業」の売上高は7兆6,652億円だった。印刷業界は出版不況だけでなく、ペーパーレス化・デジタル化に伴う需要減退もあり、2003年度（18兆2,109億円）の約4割まで市場が縮小している。

資本金別の売上高では、「資本金10億円以上」は2003年度比40.9%減だった一方で、「資本金10億円未満」は同63.0%減と、「同10億円以上」より22.1ポイント高く、資金制約などで事業の再構築や新たな設備投資が難しい苦境が透けて見える。



2023年2月に実施した東京商工リサーチの「人手不足」に関するアンケート調査では、「人手過剰」と回答した企業の割合が「印刷・同関連業」で23.1%と、2位の「運輸に付随するサービス業」(12.1%)を11.0ポイント引き離している。出版物や商業印刷の需要減退に歯止めはかからず、従業員の過剰感は増している。印刷技術向上やDX化など、他業態よりも早い構造転換が求められている。

資本金別では、1千万円以上が46件(前年同期比64.2%増)で、前年同期の1.6倍に増加した。構成比は77.9%で、前年同期(62.2%)より15.7ポイント上昇した。構成比が7割を超えるのは、2003年度以降の過去20年間で初となる。

内訳は、「1千万円以上5千万円未満」が45件(前年同期比80.0%増、前年同期25件)と前年同期の1.8倍に増加。「5千万円以上1億円未満」は1件(前年同期2件)、「1億円以上」は2年ぶりに発生しなかった(同1件)。

一方、1千万円未満は13件(前年同期比23.5%減、前年同期17件)だった。「1百万円以上5百万円未満」が5件(前年同期7件)、「個人企業他」が4件(同3件)、「5百万円以上1千万円未満」が3件(同6件)、「1百万円未満」が前年同期と同件数の1件だった。

2022年度(4-2月)印刷業 資本金別倒産状況

資本金	件数				負債総額(百万円)			
	当期	前年同月比	前年同期	前年同期	当期	前年同月比	前年同期	前年同期
1億円以上	0	0.00%	▲100.00%	1	0	0.00%	▲100.00%	1,000
5千万円以上	1	1.69%	▲50.00%	2	765	5.81%	352.25%	169
1千万円以上	45	75.27%	80.00%	25	12,118	39.01%	151.58%	4,809
5百万円以上	3	5.08%	▲50.00%	6	95	0.64%	▲69.64%	260
1百万円以上	5	8.47%	▲28.57%	7	140	1.06%	▲37.50%	224
1百万円未満	1	1.69%	0.00%	1	10	0.07%	▲50.00%	20
個人企業他	4	6.77%	33.33%	3	50	0.37%	25.00%	40
合計	59	100%	31.11%	45	13,159	100%	101.29%	6,542

東京商工リサーチ調べ

原因別では、最多が「販売不振(受注不振)」の45件(前年同期比25.0%増)で、構成比は76.2%(前年同期80.0%)と7割超を占めた。

次いで、「既往のシワ寄せ(赤字累積)」が10件(前年同期比25.0%増)だった。

『不況型』倒産(既往のシワ寄せ+販売不振+売掛金等回収難)は55件(同25.0%増)で、構成比は93.2%(前年同期97.7%)を占めており、構造的な不況がうかがえる。

「その他」(偶発的原因)は3件で、「印刷業厚生年金基金解散に伴う負担金の発生」「工場火災」「代表者の死去」により事業継続が困難となった。

2022年度(4-2月)印刷業 原因別倒産状況

主因	明細	件数				負債総額(百万円)			
		当期	前年同月比	前年同期	前年同期	当期	前年同月比	前年同期	前年同期
負債超過	事業上の不振	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
	事業外の失敗	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
	人手操作	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
	(小計)	(0)	(0.00%)	-	(0)	(0)	(0.00%)	-	(0)
過小資本	運転資金の不足	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
	金利負担の増加	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
(小計)	(0)	(0.00%)	-	(0)	(0)	(0.00%)	-	(0)	
債権放棄の発生	1	1.69%	-	0	93	0.75%	-	0	
既往のシワ寄せ	10	15.94%	25.00%	8	1,244	9.44%	▲64.11%	2,467	
信用低下	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0	
販路干渉	45	75.27%	25.00%	26	11,578	87.91%	235.02%	2,925	
売掛金等回収難	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0	
在庫状況悪化	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0	
設備投資過大	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0	
その他	3	5.09%	300.00%	1	248	1.88%	55.23%	150	
合計	59	100.00%	31.11%	45	13,159	100.00%	101.29%	6,542	
不況型倒産(①+②+③)	55	83.22%	25.00%	44	12,022	91.26%	100.59%	6,282	

東京商工リサーチ調べ

形態別は、破産が42件(前年同期比27.2%増、構成比71.1%)で最も多かった。また、特別清算が6件(前年同期比14.2%減)で、「消滅型」の倒産は合計48件(同20.0%増)と、倒産の8割(81.3%)を占めた。一方、「再建型」の倒産は、民事再生法が3件(前年同期ゼロ)、会社更生法は2018年度同期より5年連続で発生しなかった。業績低迷から抜け出せず、消滅型を選択するケースが多くを占めた。

このほか、取引停止処分が8件(前年同期比100.0%増)だった。

2022年度(4-2月)印刷業 形態別倒産状況

形態	件数				負債総額(百万円)			
	当期	前年同月比	前年同期	前年同期	当期	前年同月比	前年同期	前年同期
会社更生法	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
民事再生法	3	5.08%	-	0	2,852	21.65%	-	0
(再建型)	(3)	(5.08%)	-	(0)	(2,852)	(21.65%)	-	(0)
破産	42	71.18%	27.27%	33	5,647	42.88%	107.38%	2,723
特別清算	6	10.16%	▲14.28%	7	2,270	17.22%	▲31.46%	3,312
(消滅型)	(48)	(81.25%)	(20.00%)	(40)	(7,917)	(60.11%)	(31.18%)	(6,035)
法的倒産	51	86.44%	27.50%	40	10,789	81.77%	79.44%	6,035
取引停止処分	8	13.55%	100.00%	4	2,400	18.22%	421.73%	460
内整理	0	0.00%	▲100.00%	1	0	0.00%	▲100.00%	47
私的倒産	0	0.00%	60.00%	5	2,400	18.22%	372.27%	507
合計	59	100%	31.11%	45	13,159	100%	101.29%	6,542

東京商工リサーチ調べ

負債額別は、「1千万円以上5千万円未満」が20件(前年同期比13.0%減)、「5千万円以上1億円未満」が11件(同22.2%増)で、1億円未満が合計31件(同3.1%減)だった。構成比は52.5%(前年同期71.1%)で、半数は超えているものの、2003年以降の20年間で最低となった。

一方で、1億円以上が28件(前年同期比115.3%増、構成比47.4%)と、前年同期の2.1倍に増加しており、負債額は膨らんだ。

2022年度(4-2月)印刷業 負債額別倒産状況

負債額	件数				負債総額(百万円)			
	当期	前年同月比	前年同期	前年同期	当期	前年同月比	前年同期	前年同期
10億円以上	4	6.77%	100.00%	2	5,443	48.92%	105.44%	3,121
5億円以上	3	5.08%	300.00%	1	1,756	13.41%	204.88%	580
1億円以上	21	35.59%	110.00%	10	3,871	29.39%	123.18%	1,689
5千万円以上	11	18.64%	22.22%	9	709	5.38%	10.95%	638
1千万円以上	20	33.89%	▲19.04%	22	800	2.88%	▲25.82%	513
合計	59	100%	31.11%	45	13,159	100%	101.29%	6,542

東京商工リサーチ調べ

従業員数別では、10人未満が46件(前年同期比35.2%増、前年同期34件)で、構成比は77.9%と前年同期(75.5%)より2.4ポイント上昇した。このうち、5人未満が29件(前年同期比7.4%増、構成比49.1%)、5人以上10人未満が17件(同142.8%増、同28.8%)だった。

10人以上は13件(同18.1%増、同11件)で、前年同期を上回った。ただ、300人以上は、2014年度同期より9年連続で発生しなかった(前年同期ゼロ)。

2022年度(4-2月)印刷業 従業員数別倒産状況

従業員数	件数				負債総額(百万円)			
	当期	前年同月比	前年同期	前年同期	当期	前年同月比	前年同期	前年同期
300人以上	0	0.00%	-	0	0	0.00%	-	0
50~299人	3	5.08%	300.00%	1	4,943	37.53%	394.00%	1,000
20~49人	4	6.77%	0.00%	4	1,815	10.74%	▲55.64%	3,190
10~19人	5	10.16%	0.00%	6	1,114	8.45%	46.96%	758
5~9人	17	28.81%	142.85%	7	2,191	16.63%	265.16%	600
~4人	29	49.15%	7.40%	27	3,506	26.62%	252.71%	594
合計	59	100%	31.11%	45	13,159	100%	101.29%	6,542

東京商工リサーチ調べ

FUJIFILM

Value from Innovation

一緒に答えを 導き出す 会社へ。

新たな印刷ビジネスの可能性を追求し、
共に前進していくために。
共に考え、共に模索し、共に答えを導き出していく。
単にシステムを提供するだけでなく、
お客さまの課題解決となる
真に価値のあるソリューションを
提供し続けていくこと。
その想いを社名に込めて、
私たちは新たに生まれ変わりました。

「富士フィルムグラフィックソリューションズ」。

新生FFGSでは、デジタル技術を駆使し、
サポート体制を強化し、一社一社のビジネスに合った
最適なソリューションを提供していきます。
新しく生まれ変わったFFGSに、どうぞご期待ください。

富士フィルムグラフィックソリューションズ株式会社

代表取締役社長

山田 周一郎



システムから、ソリューションへ。

新生FFGS、始動。

メッセージ動画はこちら



富士フィルムグラフィックソリューションズ株式会社



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



プリントメディアの総合商社

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

●第2次審査

第1次審査において選出された上位者により、東京ジャグ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ください。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

2023年5月15日(月)～7月5日(水)

●参加費(税込)

ジャグラ会員：1種目 11,000円 / 2種目 17,600円
会 員 外：1種目 14,000円 / 2種目 28,000円

競技日程

●第1次審査

◇InDesign

課題データ配布開始：7月21日(金)
課題提出締切：8月23日(水)

◇Illustrator

課題データ配布開始：8月4日(金)
課題提出締切：9月6日(水)

◇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28日(土) (予定)

●結果発表

第1次審査結果発表：10月6日(金)
総合順位発表：12月中旬

賞品、表彰

賞品：3位までの入賞者に賞状、楯、アドビ社ノベルティグッズを贈呈

表彰：2024年6月ジャグラ広島大会総会で第1位表彰式を行います

応募方法

特設サイトよりご応募ください。

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

※応募にはメールアドレスが必要です



ジャグラコンテスト第6回 InDesign 第2次審査の様子



2月7日(水) 23:00～NHK「ニッポン知らなかった選手権 実況中！」でジャグラコンテスト第6回 Illustrator 2次審査実技試験の様子がテレビ放送されました！

番組内では、「第6回 DTP オペレーター技能競技会」という名称で紹介されました。

<https://www.nhk.jp/p/ts/VRy87Q83K7/episode/te/XLMLZRK4K2/>

※「ニッポン知らなかった選手権 実況中！」は企業や業界団体が開催するスキルアップのための知られざるコンクールに、カメラを投入し実況し、視聴者にその様子をお届けするNHKのバラエティー番組です。

アプリも

カードも

店舗集客を加速する顧客管理ツール

大阪本社 ☎06-6351-1766 📍大阪市都島区片町1-5-13 大手前センチュリービル5F
東京営業所 ☎03-6228-3900 📍東京都中央区八丁堀2-20-9 八丁堀FRONT1F

研美社



社長がたまに踊る
Instagram



雑学コラム⑤

野口聡の

47都道府県のお話(その4:高知県)

ジャグラ会報をご覧の皆様、こん〇〇は。ジャグラ東京・東
グラ文京支部のアクティブ・野口です。

今回のコラムで取り上げるのは広報委員の三宮さんのお膝
元、そして来月のジャグラ総会に向けて盛り上がっているであ
ろう高知県です。

とはいえ、高知県の魅力なんていうのはここに書くまでもな
く総会スタッフの皆様が逐一発信されているので今回は私の趣
味的な切り口からお話ししていこうと思います。先月のコラム
の最後に記載した高知県の問題覚えていらっしゃるでしょ
うか?そう、「まんが甲子園」の話をしましたよね。私は漫画が好き
なので高知県出身の漫画家について書いていこうと思います。

ざっと調べてみるとこれが中々多士済々で幅が広い(笑)

古くは(敬称略)横山隆一、黒鉄ヒロシ、私と同世代の人な
ら青柳裕介、弓月光、徳弘正也、西原理恵子、楠みちはる、最
近の人だと安倍夜郎、上北ふたご、等々、全世代的に考えたら
やなせたかしも入りますか。さすがに1人位は名前知ってる、
というラインナップですよ。

そして私の世代的にもう1人忘れてはならないのがはらた
いさん。とはいえ大体の方はその名前を伝説の番組「クイズダ

ビー」での3枠(「2万持ったらはらたいら」「宇宙人」とし
てのイメージでしか知らないのではないのでしょうか。

かく言う私も実際の作品は「モンローちゃん」しか読んで
ことがありません。それも末期で不定期に連載されてた頃です。

今考えると中学1年で「漫画ゴラク」買って読んでる時点で
ロクな学生ではありませんね(苦笑)

それでも「これがはらたいらの作品か、初めて見た」と感動
して読んだのは覚えてます。

結局はらさんはお酒が原因で63歳で亡くなられてしま
います。ちょっと若いよなあ。

あと、これは私が持つお国柄のイメージかいろいろな意味で
「豪快な」人が多い気がします。前述の方でいうと黒鉄さん、
西原さん辺りでしょうか。

西原理恵子という最近では高須さんとの関係や「まいにち
母さん」「ぼくんち」などの「泣ける」作品が多いイメージで
すがその辺りしか知らない方が初期の傑作(と私は思っている)
「まあじゃんほうろうき」など読むとそのイメージがまず間違
いなく変わるのではないのでしょうか。それはそれで面白いので
興味がある方は竹書房のHP 辺りからご確認くださいな。

さて、今月もつらつらと書いてきましたがいかがだったで
しょうか。ここまでお付き合い頂き本当にありがとうございます。

それでは最後に今月の問題を。

【今月のお題】 いわゆる春・夏の高校野球の両方の大会で優勝
校を出している九州の県は沖縄県とどこでしょう?

(正解は29ページ)



DXを味方に。 お手伝いするのは モトヤ。

モトヤは、おかげさまで創業100年。
これからも皆さまと歩み続けるモトヤは、
モノづくりを超えたコトづくりのご提案を続けます。

※詳しくは…



そして、 SDGsの九つのゴールの 実現に協力していきます。



— 2030年に向けて世界が合意した「持続可能な開発目標」への取り組み —

印刷現場の環境改善を考える



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。

※詳しくは…



※詳しくは…



多くの人へ情報やイメージを伝えていく
美しく、効果的に。
社会への負荷も可能な限り抑制していく
サインシステムの枠を超えた、ルーファス。

人に、社会に、ルーファス



内照式ファブリックサイン

印刷のソリューションプロバイダー



通信制 JAGAT指定 師
DTPエキスパート認証試験対策講座

詳しくは…



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

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

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>

日印産連アンケート①

下請取引適正化に向けアンケートを実施

変動コストの反映状況は受発注間で認識にズレ

(一社)日本印刷産業連合会は3月に、「下請適正取引の推進に向けた自主行動計画」を会員10団体と協議を重ね、策定しました。自主行動計画策定に伴い、今回印刷業界として初めて「自主行動計画に係るフォローアップ調査」を実施しました。アンケート結果は中小企業庁主催の「中小企業政策審議会 取引問題小委員会」に提供しました。調査結果の概要を紹介します。

概観によると「価格決定方法の適正化」は、単価の決定・改定における変動コストの反映状況について、『概ね反映した』と答えた企業の割合は、発注側で4割、受注側で2割強となり、受発注間の差が17ptと認識のズレが生じた。特に『労務費/エネルギー価格』の反映が課題となった。

価格決定時の協議は、発注側・受注側の『実施した』/『応じてくれた』がそれぞれ8割に至っており、認識のズレもなかった。

「原価低減要請の改善」は、受注側・発注側の『徹底した』/『受けたことはない』がそれぞれ8割にいたっている。「支払い条件」は、「すべて現金払い」の回答が発注側で5割、受注側で4割となっており、引き続き現金化への取組を継続する必要がある。また、手形等サイトについては、60日を超える割合が発注側・受注側それぞれで7割を超えており、サイト短縮も課題となった。

「約束手形の利用の廃止」は、発注側の8割の企業が「廃止する予定」「廃止に向けて検討中」と回答。「2026年までに利用を廃止する予定」は14%にとどまり、早期化が課題となる。

「知的財産に関する適正な取引」は、適正取引実現のための取組状況について「実施した」「実施中」との回答が6割強にのぼった。受注側が知的財産権等の取引において受けた行為は、「特になし」が8割だった。

「働き方改革」に伴う適正なコスト負担について、「概ね負担した」との回答が受発注間で22ptの差(認識のズレ)が生じており、改善が求められる。

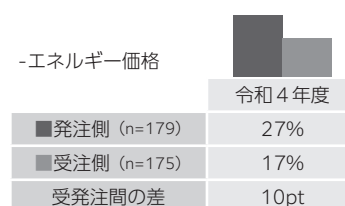
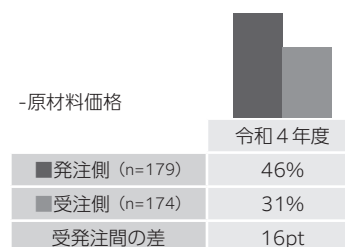
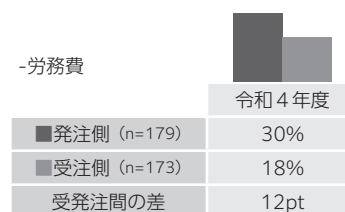
重点課題に対する取組①
合理的な価格決定

単価の決定・改定における変動コストの反映状況について、コスト全般では「概ね反映した」と答えた企業の割合は、発注側で40%、受注側で23%となり、受発注間の差が17ptと認識のズレが生じた。課題は、労務費、エネルギー価格の反映が挙げられる。

2022年度単価決定・改定にあたっての取引先との十分な協議は、発注側・受注側ともに8割以上が「実施した」「応じてくれた」となり、認識のズレもなかった。労務費の変動状況についての考慮は、受発注間の差が19ptと認識のズレが大きい。

設問. 2022年度に適用する単価の決定・改定にあたり、各変動コストの反映をお答えください。

◆「概ね反映した」と答えた企業の割合



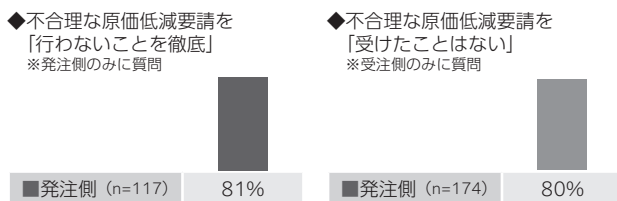
【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・日印産連の機関誌やホームページ等で「価格交渉促進月間」の取組を会員企業に広く周知する。
- ・印刷業は同業者間での下請け・孫請けの取引が多いため、特に発注側の大手印刷会社に対し、積極的な価格交渉や価格転嫁がなされるよう、発注担当部門向けの周知徹底の要請を行い、次年度フォローアップ調査では数値が改善されるよう努める。

重点課題に対する取組②
原価低減要請、協賛等

不合理な原価低減要請を行わないことは、発注側が「徹底した」と認識しているのは81%となっている。受注側が不合理な原価低減要請を受けた経験は、「受けたことはない」が80%となっており、受発注者間の認識のズレもない。

設問. 客観的な経済合理性や十分な協議手続きを欠く原価低減要請を「行わないことを徹底しましたか」/「受けたことがありますか」



重点課題に対する取組③
支払条件

下請代金の現金払い化について、発注側では全業種平均値（前年実績）55%に対し、50%と同程度となっている。受注側では同28%に対し、39%と上回っているが、受発注間の差が11pt生じた。一方、手形支払の割合が50%以上の会社が発注側・受注側ともに2割前後ある。

設問. 下請代金を手形等で支払っている(受け取っている)場合、その割合はどれくらいですか。

	全て現金払い	10%未満	10~30未満	30~50未満	50%以上	全て手形等の支払
発注側	50%	9%	11%	7%	13%	10%
受注側	39%	23%	13%	7%	12%	6%

手形支払いサイトが<60日以内>である割合は、発注側では全業種平均値前年実績19%に対し、26%。受注側では同13%に対し、19%と上回っている。

60日を超えるサイトの手形等を利用している発注先の「2024年までに60日以内に変更予定」は24%にとどまった。60日超の手形は、発注・受注側とも7割を超えている。印刷業の主要顧客先である出版社や中小規模の事業者の中には、資金繰りや長年の取引慣習から支払いサイトが長い手形を振り出している会社が多く存在する。

設問. 下請代金を手形等で支払っている場合、手形等のサイトはどれくらいですか。

	30日以内	60日以内	90日以内	120日以内	120日超
発注側	6%	20%	38%	30%	6%
受注側	1%	18%	38%	40%	3%

約束手形の利用の廃止は、発注側の83%の会社が「廃止する予定」「廃止に向けて検討中」と回答。「2026年までに利用を廃止する予定」は14%だった。約束手形の利用廃止の予定がない理由は、「資金繰りがつかないため」「取引先から約束手形で支払われるため」が上位を占める。支払い条件の変更または協議を行ったことによる受注側への不利益の発生は2%だった。

設問. 約束手形の利用の廃止をする予定がない理由は何ですか。 ※発注側のみ質問 (N=14)

理由	割合
資金繰りがつかないため	46%
資金繰りに支障はないが、手元資金に余裕を持たせたいため	15%
電子的決済手段を自ら使用することが難しいため	0%
取引先が電子的決済手段に対応しないため	8%
電子的決済手段と比べ、約束手形の方が利便性が高いため	8%
取引先から約束手形で支払われるため	31%
特に理由はない(これまでの慣習)	15%

【課題を踏まえた今後のアクション】

- ・60日超の手形が発注側・受注側とも7割を超えており、サイトの短縮化（2024年に60日以内）が喫緊の課題だが、印刷業は中小零細規模主体の業界であり、発注側への働きかけが必要となる。
- ・来期新設する「取引改善推進プロジェクト」および「渉外部」が中心となり、クライアント業界団体に対して取引改善（サイト短縮等）の協力要請活動を実行する。
- ・同業者間取引については、発注側の大手印刷会社は「サイト短縮（60日以内）または現金化（約束手形の利用の廃止）」を検討しており、その動向を確認しながら印刷業界内取引の適正化に向けて、会員企業への周知徹底を図る。

重点課題に対する取組④

知的財産

知的財産への対応は、6割強の会社が「実施した」「実施中」と回答した。取組を実施していない理由は、発注側では「実施する必要性を感じないため」、受注側では「知的財産権等に関する取組の明確化のための具体的な手法が分からないため」が上位を占めた。

受注側が知的財産権等の取引において受けた行為は、「特になし」が8割。一方「販売先に一方的に有利な内容の契約」「不当な知財の帰属」「知的財産の無断使用」等の回答も少数ながら存在した。

設問. 直近1年間で、知的財産等の取引において販売先から受けた行為について、あてはまるものを選んでください。※受注側のみに質問（N = 113）

特になし	知的財産の無断使用	知的財産の対価の否定	販売先に一方的に有利な内容の契約	不当な知財の帰属	知的財産の流出	知的財産の提供の強制	左記以外の行為
80%	7%	4%	11%	9%	3%	10%	1%

重点課題に対する取組⑤

働き方改革

発注側の働き方改革に関する対応により受注側にしわ寄せが生じないための配慮について、発注側が「徹底した」と認識しているのは85%だった。受注側に生じた影響は、発注側・受注側ともに「特に影響はない」が8割超。「急な仕様変更への対応の増加」は、受発注間の認識の差が6pt生じている。

働き方改革の影響による発注側のコスト負担の状況は、「概ね負担した」との回答が受発注間で22ptの差が生じ（28% / 49%）、認識のズレが大きい。

設問. 直近1年間の貴社（販売先）が実施した働き方改革に関する対応の結果、どのような影響があったかあてはまるものを選んでください。

	n	特に影響はない	急な仕様変更への対応の増加	短納期での発注の増加	検収の遅れ	支払決済処理のズレによる入金の遅れ	従業員派遣を要請	発注業務の拡大・営業時間の延長	祝休日出勤の増加	その他
発注側	105	93%	1%	5%	0%	0%	0%	1%	1%	0%
受注側	175	82%	7%	10%	1%	1%	2%	5%	5%	0%

重点課題に対する取組⑥

型取引

型取引の適正化について、発注側・受注側とも75%超の会社が「型管理の課題はない」と回答した。型取引の課題の改善は、「概ね改善した」は発注側が34%、受注側が18%だった。受発注間の差は、17ptと認識のズレが大きい。

設問. 直近1年間で型管理の課題は改善されましたか。

	発注側	受注側
	令和4年度	令和4年度
概ね改善した（81～100%）	34%	18%
一部改善した（41～80%）	13%	20%
あまり改善していない（1～40%）	32%	40%
改善していない	21%	23%

下請取引適正化に向けた今後の取組について

日印産連傘下の10団体会員企業6625社のうち、サプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築することを、「発注者」側の立場から企業の代表者の名前で宣言する「パートナーシップ構築宣言」の宣言企業は419社と6.3%にとどまる。今後、日印産連は総会や理事会等を通じて、会員10団体の会長及び役員に対し賛同を要請する。また、2023年度は、日印産連の意思決定機関である「ステアリング・コミティ」直下に「取引改善推進プロジェクト」を新設し、取組を強化する。

日印産連アンケート②

独禁法のポイント理解度調査を実施

9割以上の企業で一定数の理解

印刷業界で2019年10月、印刷事業者26社による独占禁止法に抵触する事案が発覚したことを受け、日本印刷産業連合会は、昨年6月に「これだけは知っておきたい 独占禁止法のポイント」の改訂版を発行しました。

その後、同パンフレットのセミナーを開くなど、業界内での啓もう活動を進めてきました。改訂版発行から半年が経過したことから、今年2月中旬から下旬にかけて、会員各社の独禁法についての理解度、冊子の活用状況、再発防止への取組状況等の把握のため、アンケート調査を実施しました。その調査結果が発表されましたので紹介します。

※Q1~4の回答企業属性情報に関する質問回答は省略

Q5. 御社では私的独占の禁止、不当な取引制限（カルテル・談合）の禁止、不公正な取引方法の禁止等についてどの程度の社員の方が理解していると思われますか？

回 答	回答数	割 合
全社員が概ね理解している	37	35.2%
関わりの深い部門は理解している	28	26.7%
限られた社員のみが理解している	30	28.6%
分からない	10	9.5%
合 計	105	100.0%

Q8. Q6で「見た」という方にお聞きします。この冊子の内容はいかがでしたか？

回 答	回答数	割 合
分かりやすく理解が深まった	19	35.2%
具体的な事例が紹介され、参考になった	32	59.2%
専門的な用語が多く分かりにくい	3	5.6%
合 計	54	100.0%

Q6. 日印産連では「これだけは知っておきたい 独占禁止法のポイント」改訂版（2022年5月）を発刊し、10団体の会員各社に送付しました。貴社ではこの冊子をご覧になりましたか？

回 答	回答数	割 合
見た	47	44.8%
届いているがまだ見ていない	21	20.0%
届いていない（又は分からない）	37	35.2%
合 計	105	100.0%

Q9. 昨年10月「独占禁止法のポイント」セミナーを開催しました。また日印産連HPより、セミナーの動画を視聴することができます。貴社ではこのセミナーまたは動画をご覧になりましたか？

回 答	回答数	割 合
視聴した	7	6.7%
今後視聴する予定	18	17.1%
視聴するつもりはない	8	7.6%
知らなかった	72	68.6%
合 計	105	100.0%

Q7. Q6で「見た」という方にお聞きします。貴社ではこの冊子をどのように活用されていますか。又は今後、どのように活用しようとお考えですか？（複数回答可）

回 答	回答数
社内勉強会のテキストとして使用した	4
社内の関係部署、担当者間で回覧した	32
今後、社内の勉強会で活用したい	6
社内の関係部署、担当者間で回覧したい	12
活用の予定はない	5
その他	5
合 計	64

Q10. Q9で「視聴した、今後視聴する予定」という方にお聞きします。貴社ではこの動画をどのように活用されますか？（複数回答可）

回 答	回答数
疑問に思ふ点について確認し、理解を深める	13
定期的に視聴し、法律の内容を忘れないようにする	5
社内の関係部署、担当者に独禁法を周知徹底する	18
合 計	36

11. 貴社では独占禁止法の違反防止策として、以下のような取組を行っていますか？（複数回答可）

回答	回答数
年に1回以上、関係部署に勉強会を実施し、独占禁止法への理解を深めている	21
官公庁の受注物件については、入札に至るまでの経緯等を会社に報告している	22
同業者との接触は行わないよう、周知徹底している	31
コンプライアンスのための社内通報窓口を設置している	23
特に行っていない	51
合計	148

さらなるテキスト、セミナー動画の活用に期待

アンケート結果から、私的独占の禁止、不当な取引制限（カルテル・談合）の禁止、不公正な取引方法の禁止に対する社員の理解度については、9割以上の企業で一定数の社員が理解しているとの回答となりました。配布された冊子「独占禁止法のポイント」の活用方法については、「社内勉強会のテキストとして使用」「関係部署・担当者間で回覧」の回答が8割以上でした。しかし、昨年10月に開催したセミナーを「視聴した」「視聴予定」の回答は2割強にとどまりました。独占禁止法の違反防止策については、6割強の企業が何らかの取組を行っているとの実態が表れました。

『御社では私的独占の禁止、不当な取引制限（カルテル・談合）の禁止、不公正な取引方法の禁止等についてどの程度の社員の方が理解していると思われますか？』という質問に対しては、9割以上の企業で一定数の社員が理解していることが分かりました。

『日印産連では「これだけは知っておきたい独占禁止法のポイント」改訂版（2022年5月）を発刊し、10団体の会員各社に送付しました。貴社ではこの冊子をご覧になりましたか？』かという質問には、「見た」が44.8%、「届いているがまだ見ていない」が20.0%、「見ていない（又は分からない）」が35.2%と、半数はまだ見ていません。

「見た」と回答した企業でどのように冊子を活用しているか、又は今後どのように活用しようか尋ねたところ、回覧以外で社内勉強会のテキストとして使用した、活用したいという意向が見て取れました。

内容に関する満足度では、「分かりやすく理解が深まった」「具体的な事例が紹介され、参考になった」が9割を超えており、テキストとして十分な情報が網羅されていることが分かります。

『昨年10月「独占禁止法のポイント」セミナーを開催しました。また日印産連HPより、セミナーの動画を視聴することができます。貴社ではこのセミナーまたは動画をご覧になりましたか？』という設問では、6割強の方が「知らなかった」と回答。「今後視聴する予定」と答えた企業では、社内の関係部署や担当者への独禁法の周知徹底に活用しようと考えています。

アンケート回答各社の独占禁止法の違反防止策（複数回答可）としては、回答数148のうち、「特に行っていない」が51件と3分の1にのぼります。対策として一番多いのが「同業者との接触を行わないよう、周知徹底している」が31件でした。

選択肢以外の取組防止策としては

- ・ 本社のコンプラ部門において、日常的に独占禁止法に関わる情報収集を行っている
- ・ 推進リーダー制度（各部門に設置し実務現場のコンプライアンス意識の醸成・浸透を図る制度）を通じた行動指針の読み合わせ
- ・ 担当役員によるリスクマネジメント体制（コンプライアンス委員会等）の強化
- ・ 営業部門を対象にした独占禁止法違反の再発防止に向けた講習・面談の実施
- ・ 営業部門を対象に「メール監視システム」によるモニタリング

という回答を得ました。



「これだけは知っておきたい 独占禁止法のポイント」
（令和4年改訂版）

<https://www.jfpi.or.jp/topics/detail/id=5448>


「独占禁止法のポイント」セミナー動画

<https://www.jfpi.or.jp/topics/detail/id=5568>



JaGraスクール開講日カレンダー

日程	カテゴリ	講座名	難易度	ジャグラ会員受講料
05月09日(火)	DTP	DTP入門	基本	17,600円(通常20,900円)
05月10日(水)	DTP	Illustratorベーシックトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
05月11日(木)	DTP	Photoshop実務必須テクニック	応用	35,200円(通常41,800円)
05月12日(金)				
05月16日(火)	Video	Premiere Proベーシックトレーニング	基本	29,700円(通常33,000円)
05月17日(水)	Web	Canva入門バナー作成編	基本	9,350円(通常11,000円)
05月25日(木)	Video	Premiere Proステップアップ講座	応用	29,700円(通常33,000円)
05月26日(金)	DTP	InDesignベーシックトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
05月30日(火)	Web	HTML+CSS入門	基本	17,600円(通常20,900円)
06月01日(水)	DTP	Lightroomベーシックトレーニング	基本	18,700円(通常22,000円)
06月02日(木)	DTP	Illustrator実践講座～文字組み・レイアウト編	応用	17,600円(通常20,900円)
06月06日(火)	DTP	After Effectsベーシックトレーニング	基本	30,800円(通常34,100円)
06月13日(火)	DTP	HTML+CSS実務必須テクニック	応用	18,700円(通常22,000円)
06月14日(水)	Video	ゼロから学ぶ映像制作実習講座	基本	18,700円(通常22,000円)
06月22日(木)	DTP	Illustrator実践講座～作図・描画編	応用	17,600円(通常20,900円)
06月27日(火)	Video	Premiere Proベーシックトレーニング	基本	29,700円(通常33,000円)
06月28日(水)	DTP	Photoshopベーシックトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
06月29日(木)	DTP	InDesignベーシックトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
06月30日(金)	DTP	Illustratorベーシックトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)



スクール ウェブサイトの ご案内

JaGraスクールのウェブサイトでは、カリキュラム詳細、講座受講前のスキルチェック、担当講師からのメッセージやテキストのサンプルPDF、授業の様子を撮影した動画など、詳しい情報を掲載しています。ぜひご確認ください！
講座受講のお申し込みも、JaGraスクールのウェブサイトですべて承ります。

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



ジャグラコンパクト DX

業態進化のすすめ～新技術を取り込み強い会社になろう～

【第四回】 MA（マーケティングオートメーション）はなぜ必要か
顧客志向の DX ～マーケティングオートメーション(MA)編～



導入難度：竹

MA（マーケティングオートメーション）はなぜ必要か

「最近絶妙なタイミングのDMが多いなと感じませんか？」

皆様こんにちは。今期、業態進化委員会の委員長を拝命しております東京・新宿支部の中村盟（NS印刷製本）です。

業態進化委員会は、「印刷業からグラフィックサービス業への転換」をメインテーマとし、最先端のデジタル技術活用の事例や印刷にとられないツール（現業のサポートツールを含む）の可能性を追求しています。印刷業界の先行き、将来像のヒントとなる事例を集め、印刷に拘らず、「創注」と「事業領域の拡大」を2本の大きな柱とし、会員の皆様と情報を共有していきたいと思っております。

今期2年間を通じて、様々なツールをご紹介していく予定ですが、その中でも「核」となる分野が、今回ご紹介する「マーケティングオートメーション（以下MA）」です。

MAは、お客様の要望、属性に合わせ、オンライン広告や、ソーシャルメディア、メール、電子ニュースレター、DMなど、多様なプラットフォームを活用して、最適なサービスを個別に提案することができます。

皆様もすでに感じていると思いますが、十数年前くらいまでは、やたらと多くのDMが届いていませんでしたか？そして、新聞の中にも、やたらと多くのチラシが入っていませんでしたか？

大量のDMやチラシ、カタログを全戸配布する時代は、とうの昔に終了しています。すでにMAは知らずの内に、我々の生活の中で活用されています。

「どのようなターゲットに、どのようなメディアを活用し、顧客を獲得していくか」

「それによりどのくらいの効果が得られたのか」

それができて当たり前の時代になっています。

印刷物一つとってもただの製造請負では価格競争から脱

却することはできませんし、コロナ禍以降さらに加速するデジタル化の中で、従来通りの売上を維持することが難しくなっています。MAは印刷物の先にある顧客の課題を解決するための情報を得ることができます。顧客との関わり方も印刷会社ではなく、グラフィックサービス業の“サービス”に注目され、印刷物がもたらした効果により、継続受注や新規案件の獲得のチャンスを得られます。まずは、MAとはどのようなものか、今後、委員会から情報を発信してまいります。今後のお客様との継続的な信頼関係や自社の経営の安定を考えながらお役立て頂ければ幸いです。

業態進化委員会
委員長 中村 盟



顧客志向の DX

～マーケティングオートメーション(MA)編～
コニカミノルタ Print バルの事例

① デジタルトランスフォーメーション (DX)

DXというフレーズは現代社会でよく使われ、一般的な概念になりました。DXは、社内で行われる活動を指す「守りのDX」、社外に影響を与える活動を指す「攻めのDX」に分けられます。印刷業界では“活字からDTPへ”、“フィルムからCTPへ”等のデジタル技術変化による生産現場に特化した「守りのDX」が盛んに行われてきました。しかし、デジタル技術を活用しての“社内業務の効率化”、“データ資産の活用”、“攻めのDX全般”においては、多くの印刷会社が歩みはじめたばかりというのが現状です。

可能性が高いと推測できます。その場合、シナリオとしては、この顧客の担当営業へ、「顧客が買い替えを検討している可能性が高いので、至急TELをしてください」といった通知メールを送付する」といった「顧客像を把握し、シナリオを実行する」ことができます。

▶マーケティングオートメーション(MA)で得られる利点

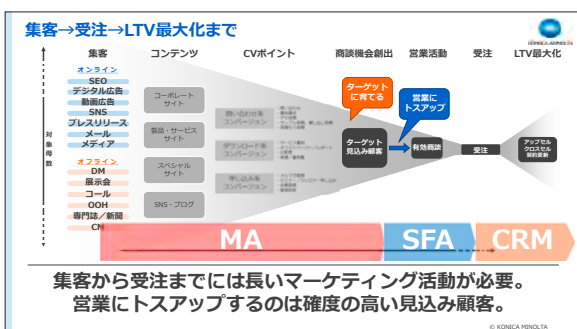
マーケティングオートメーション(MA)は、非対面の顧客に対しても効率的に確度の高い商談を生み出すことができます。

対面営業で「見込み獲得から成約」に至るまで

- 1) 展示会や、既存顧客から新しいお客様(見込み顧客)を紹介してもらう
- 2) 新しいお客様にアポイントメントを取り訪問する
- 3) 訪問し、自社を紹介する
- 4) 定期訪問をする中でお客様のニーズやお困りごとを深く知る
- 5) 定期訪問でお客様の興味関心のある情報を提供する
- 6) 顧客の課題解決ができる製品・サービスを紹介・提案する
- 7) 見積もりを提示する
- 8) 成約。その後も定期訪問し、契約継続・アップセル・クロスセル活動を行う

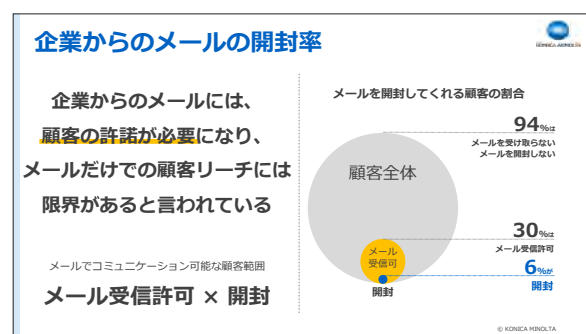
マーケティングオートメーション(MA)では、上記の2)~6)を下記のようなデジタルマーケティングに置き換えることができます。

- 1) 様々なコンテンツへと訪問してもらう
- 2) 資料ダウンロードやセミナー申し込みなどの「フォーム」で顧客情報を取得
- 3) 顧客情報や顧客行動をマーケティングオートメーション(MA)に蓄積する
- 4) 上記1~3の情報から顧客の状況に合わせたシナリオを実行する
- 5) 購入確度が高い顧客の場合、営業に引き継ぐ(トスアップ)
このように営業活動とデジタルマーケティングを併用することで、従来の顧客に加え、能動的に検索している非対面の顧客へもアプローチでき、営業工数が削減できるので、

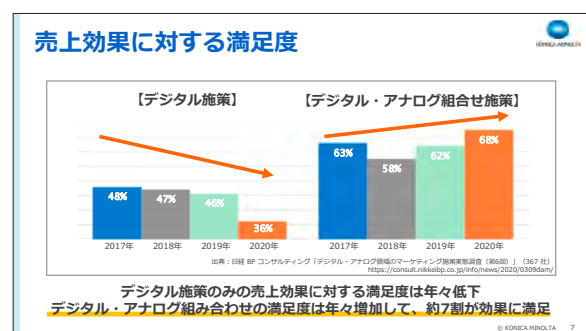


非対面の顧客にも効率的に確度の高い商談が生み出せます。

しかし、多くのマーケティングオートメーション(MA)は、主にメールを使ったコミュニケーションに依存しています。メールは簡単な情報配信ツールであるが、企業はメール受信を許可(パーミッション)されたユーザーにしかメールを送信することができない。許可を与える顧客は、企業の顧客全体の約30%だと言われています。さらに、送信されたメールの開封率は約20%とされています。そのため、企業が開封される可能性のあるユーザーは約6%程度に限られます。さらに、メールを開くだけでなく、「内容を読んでいるユーザー」、「リンクをクリックしてサイトにアクセスしているユーザー」、「フォームを通過してくれるユーザー」は、さらに少なくなる傾向があります。



このような状況は、メールを配信している企業自身も理解しており、デジタル施策は増加傾向にありますが、日経BPコンサルティング社の調査によると、その満足度は年々低下しています。一方で、「デジタル施策」だけでなく、DMや展示会などの「アナログ施策」を組み合わせることで、非常に高い満足度を得ることができるとされています。



④プリント連動型マーケティングオートメーション「Printバル」

コニカミノルタが展開している印刷業界向け創注マーケティングオートメーション(MA)ツール「Printバル」のご紹介をします。

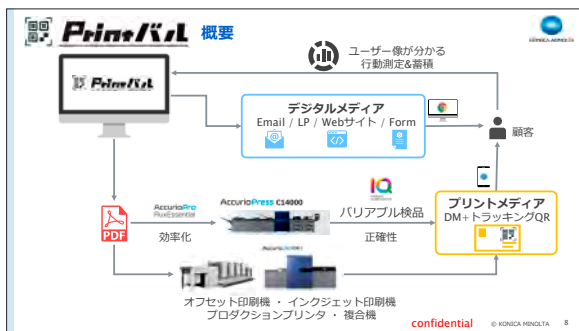
Printバルはマーケティングオートメーション(MA)の「顧客像がわかり、シナリオ実行する」機能に「印刷物(QRコード)」を連携する機能を加え、デジタル施策xリ

アル施策を組み合わせることでデジタルマーケティングを行える、マーケティングオートメーション (MA) です。

例えば、メールを開封しないユーザーだけに、紙のDMを送付するシナリオ等を作成することで、“コスト削減”や“CO₂削減”となり、開封率が高いDMを送ることで、メールでは見てくれないユーザーへも“伝える”ことができます。

内容もバリエーション豊富な組版機能を使い、個人向けにカスタマイズした印刷物を作成することができるので、より“反応率を上げる”こともできます。

もちろん、メールに対するデジタル行動を取得できるのと同様に、印刷物でも、個人だけのQRコード（ユニークQRコード）を作成することができるため、ユーザーがQRを読み込むと、“いつ”“誰が”“どのQR”を読み込んだかがデジタル行動として取得でき、さらに過去に遡りそのユーザーが、自社のサイトを何回訪問したか、どのページを何回、何秒閲覧したか等のデジタル行動も取得でき、シナリオの起点にすることもできる、まさに印刷の強みを活かしたマーケティングオートメーション (MA) と言えます。



ほかにも「印刷関連会社にしか販売をしない」と「印刷会社に OEM 提供できる販売モデル」が Printバルの特徴として挙げられます。

印刷会社は自社の MA として、クライアントにライセ

ンスを販売することも可能です。導入したクライアントに対して、印刷会社が MA の代行運用や継続的なマーケティング支援を行うことで、顧客と長期的な取引関係を築くことができ、「顧客に伝える」の提供価値も向上します。

このようにすることで、創注型の事業スタイルに進化し、業態を進化することができます。また、Printバルはクラウドシステムであり、大規模な設備投資のようなものは必要なく、契約期間も半年単位であるため、導入のハードルが低く設定されています。

⑤最後に

「デジタル施策」と「アナログ施策」を組み合わせることで、より高い満足度が得られるようになっていきます。このような流れの中で、印刷業界において大きなチャンスが生まれていると考えられます。なぜなら、デジタルマーケティングを支援する企業にとって、「印刷」は専門的な知識、スキル、高額設備を必要とする領域であり、あまり関心を寄せないからです。一方、印刷会社にとっては、「印刷」は日常業務の一部であり、顧客のウェブサイトの作成やデジタルコンテンツの制作など、多岐にわたるサービスを提供することができます。

したがって、コニカミノルタは印刷会社が将来的に印刷「も」できる、「マーケティングサービス製造業」へ業態進化することも成長戦略の1つと考えております。



Printバル説明動画



Printバル製品ページ・導入事例・お問い合わせ

あなたの会社を守る ジャグラー・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ー事務局まで **Tel.03-3667-2271**

業 界 の 動 き

PRINT

関連業界

300名の参加で創業100周年を祝す 顧客感動企業実現に向け決意新たに KOMORI

株式会社小森コーポレーションは4月6日、東京都港区のグランドニッコー東京台場で、創業100周年記念式典を開催しました。来賓、ユーザー、関連企業、報道含めて約300名が出席した式典で「顧客感動企業」実現に向けた決意を新たにしました。



100周年記念式典で謝辞を述べる小森会長

×

記念式典は冒頭、同社の歴史を振り返る動画を披露。小森善治取締役会長が登壇し、同社ユーザーや関連取引会社等に感謝を述べるとともに、引き続き、経営理念に掲げる「顧客感動企業」の実現を強調しました。

また、持田訓代表取締役社長は、「プリントテクノロジーで社会を支え感動をもたらす」という存在意義を示しつつ、環境破壊や脱炭素化、デジタル化の加速、グローバル社会による多様性といった社会課題、トレンドに対し、①環境負荷の低い生産ソリューションの提供、②自動化、情報化、省人化ソリューションの提供、③社会の多様性に対応したソリューションの提供の3つの役割を説明。プリントテクノロジーのSHINKAで情報・文化・経済を支えて顧客感動を実現してい



ビジョンを語る持田社長

く事業ビジョンを説明しました。加えて、事業変革とESG経営の二つを今後取り組む重要課題に挙げました。

関連業界

若手印刷人4名が入学 入学式で学びへの決意を表明 JPA

学校法人日本プリンティングアカデミーの第46回入学式・入校式が4月4日、東京都文京区の同校で開催され、新入社員研修生18日間コース13名、メディア・コンテンツ学科3名、プリント・コンテンツ学科1名の新入生が入学・入校しました。

×

入学式では開式の辞に続き、花井秀勝理事長が式辞を述べ、チョウ学校長が新入生に訓示を贈りました。来賓の祝辞に続き、新入生が一人ずつ、入学式参加者の前で意気込みを語りました。

花井理事長は式辞でデジタル化への対応が印刷業界でも迫られていることを強調し、創注の必要性を訴えました。来賓祝辞で金羊社の浅野健会長が、コミュニケーションの大切さを新入生に伝えました。

入学式・入校式のあとは、花井理事長による特別講義が開かれ、「印刷ビジネスとマーケティング」を演題に、ダイレクトマーケティングの最前線の考え方と印刷ビジネスの転換点について講演しました。



JPA 入学式

関連業界

Smart Solution Fair2023 in 東京を開催
機器を活用したビジネスモデルを訴求

ホリゾン

ホリゾン・ジャパン株式会社は4月12日から14日の3日間、東京都千代田区の科学技術館1階展示ホールで、「Horizon Smart Solution Fair2023 in 東京」を開催しました。

×

「Growing Together ～印刷業界と共に成長する～」をテーマにフェアでは、はじめて協業コーナーを設け、ホリゾンユーザー企業が実際に同社の機械で製作したアプリケーションなどを展示。連日開催したセミナーは、補助金の活用法からサステナブル経営、顧客体験型のモノづくりのヒントを提供しました。展示会というと最新機器を披露するハード中心のイメージが強いですが、今回のフェアは印刷製本会社の具体的な商材や関連会社と連携した印刷加工、そして昨今のトレンドにスポットを当てたセミナーという設えで、同社が目指す「共感、共鳴、共創を創出する価値創造の場」をまさに体現していました。

もちろん、Smart Factory をコンセプトとした機器展示も注目されました。

今回の機器展示では、理想科学工業のインクジェットプリンター「VALEZUS T2200」に協働ロボットと無線綴機 BQ-270V、三方断裁機 HT-300、断裁機用スタックコンベヤ DV-HT300 によるロボット投入無線綴じシステムや、紙折機パレタイズシステムなどを披露しました。パレタイズシステムの展示では、コニカミノルタの人感センサーも参考出品。ロボットアームの稼働時に課題となっている過剰なセンサー反応による機械停止を抑えるため、人を認識してより正確な危険察知を可能にしています。

このほか、スマートスリッターインライン無線綴じシステムや紙ファイルメーカーを参考出展しました。

協業コーナーでは、木戸製本所がアップロードした写真から簡単にオリジナルカレンダーが作成できる「Print Door」を紹介。富士フィルムビジネスイノベーションジャパン Revoria Press で出力したカレンダーをホリゾン加工機でカットし、ケースに収めるまでの動作を実演とともに来場者に披露しました。



PrintDoor を紹介した木戸製本所



ロボットアームと人感センサーの動作を披露



Smart Factory を展開

関連業界

アグファオフセット事業のブランドを
「ECO3」に変更
日本アグファ・ゲバルト

アグファ・ゲバルトグループはドイツに本社を置く AURELIUS (アウレリアス) グループとオフセット・ソリューションズ事業の譲渡に関する株式売買契約を締結し、今年4月6日から Agfa Offset (アグファオフセット) から社名を ECO3 (エコスリー) に変更しました。

×

新社名である「ECO3」は顧客の製造プロセスにおいて、利便性が高く効率的、かつ経済的な製品の開発、提供を行い、地球環境に配慮した製品を通して持続可能な社会の構築を目指していくという想いを表現しています。

製品開発で顧客にコミットする「Economical (経済的)」「Ecological (環境対応)」「Extra Convenience (利便性)」という3つの言葉の頭文字からブランド形成しています。

アグファ・ゲバルトグループの名称変更に伴い、日本アグファ・ゲバルト株式会社も社名変更手続きを行います。新社名は6月頃に発表を予定しています。なお、ECO3の経営陣、研究部門、製造工場などの運営体制ならびに、日本アグファ・ゲバルトの体制変更はありません。



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

GS

No.858
2023
05

4月の事務局日誌

- 4日 広報委員会 (Web 会議)
ジャグラコンテスト委員会 (Web 会議)
- 5日 JPA 入学式 (JPA) →田中専務
MIS 研究委員会
- 6日 ジャグラ作品展第一次、二次審査会 (本部)
KOMORI100 周年記念式典 (ブランドニッコー東京) →田中専務
P マーク現地審査 (大阪) →並木、今田
- 7日 P マーク現地審査 (大阪) →並木、今田
- 10日 SPACE-21 幹事会 (Web 会議)
- 11日 正副会長会議 (Web 会議)
- 12日 日印産連知的財産部会 (Web 会議) →田中専務
- 13日 ジャグラ作品展最終審査会 (本部) →岡本会長、田中専務
東京グラフィックスFACE 総会 (本部) →岡本会長
P マーク現地審査 (大阪) →並木、今田
- 14日 P マーク現地審査 (大阪) →並木、今田
- 17日 DTP 教室運営委員会 (Web 会議)
- 20日 サステナブル委員会 (Web 会議)
- 21日 SPACE-21 総会 (本部)
- 24日 定期監査 (本部) 理事会 (本部)
- 27日 P マーク現地審査 (埼玉) →並木、今田
- 28日 ジャグラコンテスト専門委員会 (Web 会議)

5月のスケジュール

- 8日 広報委員会 (Web 会議)
- 10日 MIS 研究委員会 (Web 会議)
- 11日 日印産連知的財産部会 (Web 会議) →田中専務
- 12日 P マーク審査会・個人情報保護委員会 (本部)
地域活性化委員会 (Web 会議)
- 15日 P マーク審査委員フォローアップセミナー
- 16日 第一回ドローンチャレンジミーティング (Web 会議)
- 17日 P マーク現地審査 (愛媛) →並木、今田
日印産連ステコミ (Web 会議) →田中専務
- 18日 JP2023 (インテックス大阪) →岡本会長、田中専務、長野
- 19日 JP2023 (インテックス大阪) →岡本会長、田中専務、長野
- 22日 業態進化委員会 (Web 会議)
- 23日 正副会長会議 (Web 会議)
- 24日 東京グラフィックス総会 (教育会館) →岡本会長、田中専務
JPA 理事会→岡本会長
- 25日 P マーク現地審査 (長野) →並木、今田
地域活性化委員会 (Web 会議)
- 26日 P マーク現地審査 (長野) →並木、今田
GP 推進部会 (Web 会議) →田中専務

6月のスケジュール

- 10日 ジャグラ文化典高知大会総会・式典
- 14日 日印産連総会 (印刷会館) →岡本会長、田中専務
- 15日 地域活性化委員会 (Web 会議)
- 16日 委員長会議 (Web 会議)
- 20日 業態進化委員会 (Web 会議)
- 21日 第二回ドローンチャレンジミーティング (Web 会議)
- 23日 東北地協総会・宮城県支部総会→田中専務

事・務・局・便・り

ジャグラ事務局に入局して半年が経ち、皆様に温かく迎えていただき、充実した日々を過ごしています。6月にはジャグラ文化典高知大会が開催されます。入局してから初めての文化典をととても楽しみにしています。高知といえば美味しい食べ物がたくさんありますよね。しかし最近では体重が増加傾向にあるため、食べ過ぎには注意したいと思っています (でも多分無理です)。それでは皆様と高知大会でお会いできることを楽しみにしています! (長野)

※「事務局便り」は本部事務局員が交替で執筆しています

月刊『グラフィックサービス』858号

- 発行日 令和5年5月10日 (毎月1回)
- 発行人 岡本 泰
- 編集人 本村 豪経
- 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

■編集部宛メール edit@jagra.or.jp

◎企画: ジャグラ広報委員会 担当理事

神山 明彦 愛知・(株)カミヤマ / 副会長

委員長

本村 豪経 福岡・アイメディア(株) / 理事

委員

東海林正豊 秋田 / (株)東海林印刷
谷山 和也 東京 / 菁文堂(株)
野口 聡 東京 / (株)アクティブ
小澤孝一郎 山梨 / (株)オズプリンティング
安達 睦男 大分 / (有)舞鶴孔版
瀬尾 淳 広島 / (株)広瀬印刷
三宮 健司 高知 / (有)三宮印刷
佐藤 愛子 大分 / (株)クリエイツ
田中 良平 専務理事
影山 史枝 外部委員 / (株)スイッチ

◎原稿・編集・校正

田中 良平 並木 清乃 阿部奈津子
今田 豪 長野未奈美

以上、ジャグラ事務局

日経印刷(株) / 校正のみ

◎渉外 田中 良平 並木 清乃

◎広告

◎Web 阿部奈津子

◎動画 今田 豪

◎組版 (株)クリエイツ

DTP = Adobe CS6/CC ほか
フォント = モリサワ OTF / 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 = 富士フイルム 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 2023 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
※乱了 / 落丁本はお取り替えいたしません

【雑学コラムお題の答え】
大分県 (春と夏に津久見高校が優勝しています)

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



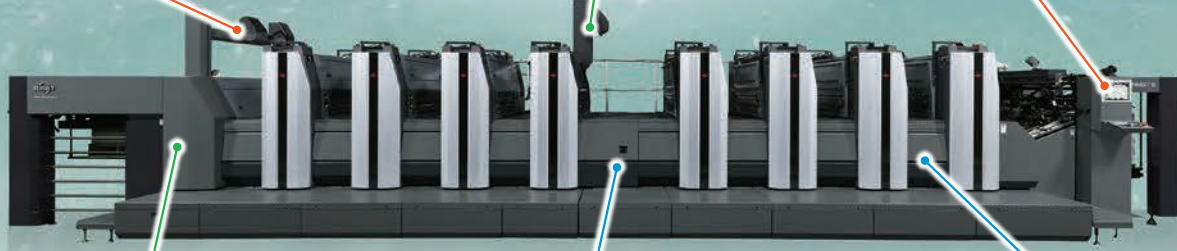
地球に優しい

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