



月刊 グラフィックサービス

No.869
2024 4

経営理念

お客様から依頼された情報を効率的に発信できる製品・サービスを提供し、人々の暮らしを豊かにする社会へ貢献します。
仕事を通してお客様に信頼され、環境保護に努めることで長期的に発展する企業を築きます。

株式会社広瀬印刷
代表取締役
瀬尾 淳さん

■ 巻頭企画 page2024 review
コロナ禍後に成長するための
最新印刷機材・資材・ソリューション



■ 巻頭言
広島大会へのご参加をお待ちしております
—第66回ジャグラ文化典式典広島大会実行委員長/株広瀬印刷 瀬尾 淳

■ 特別企画 電通
2023年 日本の広告費

■ 連載
知ってるあなたはジャグラ通 その六

■ NEWSとお知らせ
年賀状デザインコンテスト募集開始!
23年度入会情報

CONTENTS

■ 巻頭言

- 1 広島大会へのご参加をお待ちしております
第66回ジャグラ文化典式典広島大会実行委員長
(株)広瀬印刷 瀬尾 淳

■ 巻頭企画 page2024 review

- 2 コロナ禍後に成長するための
最新印刷機材・資材・ソリューション

■ 特別企画 電通

- 20 2023年 日本の広告費

■ 連載

- 18 知ってるあなたはジャグラ通 その六

■ NEWSとお知らせ

- 8 ジャグラBBホットニュース
12 年賀状デザインコンテスト募集開始!
17 JaGraスクール開講日カレンダー
25 業界の動き
日印産連 GP認定のグリーン基準を改正
インキ工業会 物流の2024年問題対策へ協力要請
ホリゾン・SCREEN GA・コニカミノルタ drupa2024に出展
近畿地方協議会 外国人雇用セミナー・会社見学会・懇親会
28 23年度入会情報/退職のご挨拶
-
- 13 雑学コラム⑩
29 事務局日誌と今後の予定

- 9 富士フィルムグラフィックソリューションズ(株)
10 リコージャパン(株)
11 ホリゾン・ジャパン(株)
13 (株)研美社
14 東京リスマチック(株)
15 (株)ショーワ
16 (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)

月刊グラフィックサービス 発行趣意

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に、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(会費に含む) ・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



広島大会へのご参加を お待ちしております

第66回ジャグラ文化典式典広島大会
実行委員長

瀬尾 淳
(株式会社広瀬印刷)



この度、第66回ジャグラ文化典広島大会の実行委員長を仰せつかっております瀬尾と申します。昨年より1年間、全国のジャグラ会員の皆様がいらっしゃる地に中国地方協議会のメンバーがお邪魔していると思いますが、改めましてお見知りおきの程を宜しくお願い致します。また、先日の能登半島地震で被害を受けた方々に心よりお見舞い申し上げます。

現在、全国の皆様が広島に来て良かったと思えるような準備を進めている段階ではございますが、私がジャグラという組織の存在を初めて知ったのは2017年、そこからジャグラ文化典に参加したことは片手の指に収まる程度の経験しかありません。そのような自分がどんな大会を目指せば良いのか、私は主催者、主管者、参加者、地域が大会にもたらす利益について2022年の夏ごろから考え始めたことを今でもよく覚えています。

主催者の益は今年のスローガンである「今こそグラフィックサービス業に転換しよう」の浸透です。岡本会長が仰っている「印刷ができること」を付加価値とした業態進化のメリットを会員により深く知っていただくきっかけを作ることだと考えています。

主管者の益は多岐に亘りますが、とりわけ会員の拡大にあります。大会準備を通して人手不足を感じて、ジャグラの理念を説明しながら仲間を作ることで、現在中国地方協議会は若いメンバーが充実してきております。また自身の会社にジャグラの考えを浸透させていく機会にもなっており、変わっていかうとする社員の意志が以前よりも大きくなったように思えます。

地域の益は、皆様が広島に来ていただくことは勿論のこと、大会開催の工夫の中でスタッフが広島の魅力を新たに引き出したり、気づいたりできることにあると考えています。ほかの開催地でもいえることですが、全国から皆様をお招きする活動をすればするほど、地域に対する理解が深まり、地域のために動こうとする力が大きくなるように感じています。

なおこれらの話は、2023年8月15日発行の印刷タイムス（ジャグラ高知県支部と広島県支部のメンバーがジャグラ文化典のあり方や組織の未来を語る）で詳しく記事しております。大変長い記事になっておりますが、興味がございましたら是非、お取り寄せいただければ幸いです。

また私は今回の広島大会は「変革の追求」と「過去を否定しない」のバランスが肝要であるとも考えています。「変革の追求」については、人によっては行動

まで結びつけることは難しいかもしれません。しかし意識をもつことは重要であると考えています。選択の機会がなければチャンスも生まれません。企業が大きく飛躍した時、「運が良いだけです」と言われる方がいらっしゃいますが、そのような方ほど、選択の機会を多くもっているように感じております。ジャグラでは「変革の追求」を求める事業が多くあり、大会を通して参加者の皆様に浸透できるよう努めてまいろうと考えております。

一方で「過去を否定しない」ということについて、変革を追求することがマストであるならば、もしかしたら印刷業やグラフィックサービス業にいたから後悔しているという方が生まれるかもしれません。

しかし現在は情報社会の進化が進み市場も細分化され、多様化することで自分が思う経営ができる時代です。つまり昔と大きく違う点は、自らの企業を大きく変えなくてもちょっとした工夫で持続可能な企業を作ることができることです。

そこで皆様が過去を否定しない原点は何かを考えて参加いただきたいと考えています。例えば「制作が好き」「印刷が好き」「加工が好き」「自分が育った環境が好き」「人が好き」「従業員を守りたい」そのような単純だけど、自らが培ってきた信念をもって、自らの地域にあった形を見つけるきっかけとして、広島を全国大会を活用していただければ、自分や周りの未来がより明るくなる大会になると信じております。

これまでお世話になった人や、好きな人と、広島の地を肴に、今後の自社や環境、業界のことを大いに語り合っていただければ幸いです。広島は機械産業が発達した影響で多様な歯車の技術が蓄積されており、世界中の多くの産業機械を駆動させる縁の下での力持的な役割も担っています。この地の特徴にあやかり自らの環境にあった新しい歯車を見つけることができることをスタッフ一同、心より祈念いたしております。

2024年6月22日
第66回ジャグラ文化典広島大会
高めた愛を広めよう、
そして、ジャグラ乃風を吹かせよう！



大会申込 HP



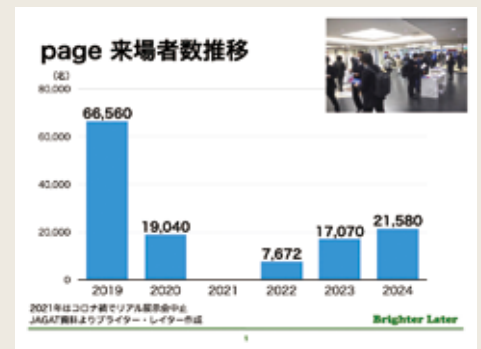
ジャグラ公式アプリDL



写真 1. page2024 展示会受付

2024年2月14日から16日の3日間、印刷メディアビジネスの総合イベント「page2024」が開催された（会場：東京・池袋サンシャインシティ、写真1）。「連携」がテーマで、新企画として「クリエイター連携ゾーン」「異業種連携ゾーン」がつけられた。

新型コロナウイルスの5類移行後初めてとなった今回の来場者数は21,580人で、前回（17,070人）から26%増えた（図表1）。出展社数も、前回（122社）から21%増えて148社となった。しかし、1社あたりの小間数は前回の3.5コマから3.0コマへと減少。実際に会場を歩いてみても、大きなブースを中心に、ブースが小さくなった印象を受けた。



図表 1. page 来場者数推移

そのため大きなハードウェアの実機展示・デモは減ったが、ブースで無理なく展示・紹介できる最新機材や、最新機材で作成した魅力的なサンプル、最新のソフトウェア・ソリューションなど、印刷会社がコロナ禍後の市場で成長するのに役立つものがたくさん紹介されていた。本稿では、来場者の注目を集めた以下トピックの最新動向を紹介する：

- 1) フルカラートナー機
- 2) フルカラー枚葉インクジェット機
- 3) スマートファクトリー
- 4) その他注目のトピック

また最後に、今年5月下旬～6月上旬に開催される国際印刷機材展 drupa2024 に期待することにも触れる。

1) フルカラートナー機

FFGS ブースには、フルカラートナー機 Revoria Press PC1120 (印刷速度 A 4 120 ページ/分, 6色機) で印刷した様々なサンプルが展示されていた。その中には、接着機能を持つ「圧着トナー」(昨年5月発売)を活用したDMハガキやクーポン券、キャラクターカードのサンプルもあった(写真2)。FFGS ブースには、B 2サイズ枚葉トナー機 Revoria Press GC12500 (印刷速度 2,500 枚/時, 参考出展)のサンプルも展示されていた(写真3)。

今回の page では、トナー機にインライン接続することで機能性を向上するユニットも注目を集めていた。リコーブースでは、品質調整/管理技術を搭載した「IQCT 拡張ユニット タイプS15」をインライン接続した、フラッグシップフルカラー機 Pro C9500 (昨年8月発売, 最大印刷速度 135 ページ/分, A 4横)のデモが行われていた(写真4)。

このユニットには、印刷物の汚れやスジなどの品質不良や表裏見当を検査する「Image Quality Monitor」と、印刷中の色変動を監視・調整する「カラーホーミング」という2つの機能がある。同社ブースでは、耐水紙やクリアファイルなどの張り付きも低減できる、Pro シリーズ用「静電気張付き低減ユニット」も提案されていた。

コニカミノルタ「TU-510」は、断裁、スジ入れ、ミシン目入れなどの加工を専任者を置くことなくできるようになるインラインリマーユニットである。TU-510 を活用することで、ワンパスで1枚の用紙から21枚の名刺作成したり、長尺紙を使った観音折りカタログなどを生産したりできる。また、加工ユニットを入れ替えることで、多様な加工を実現できる。

ブースでは、色域の広い高彩度トナーを採用した AccurioPress C84hc (昨年11月発売, 印刷速度 A 4 81 ページ/分) と TU-510 をインライン接続して展示・デモを行なった(写真5)。また、断裁した名刺などを次工程とスムーズに連携するための「カード仕上げ大容量排紙トレイ」も参考出展されていた。



写真2. FFGS 圧着トナー サンプル



写真3. FFGS Revoria Press GC12500 サンプル



写真4. リコー IQCT 拡張ユニット



写真5. コニカミノルタ TU-510

FFGS ブースでも自動ページ機能が新たに追加された Revoria Press PC1120 用検査マネジメントシステムが、キヤノンブースでは印刷品質検査・可変データ検査・静電気除去という機能を持った imagePRESS V シリーズ用ユニットが紹介されていた。

キヤノンとコニカミノルタブースでは、封筒自動フィーダー付きフルトナー機のデモが行われていた。キヤノン imagePRESS V900 (印刷速度 A 4 90 枚/分) 封筒モデルは長形 4 号～角形 2 号までの封筒に対応可能、最大 300 枚セットできる。

コニカミノルタは大容量封筒フィーダーと Accurio Press C4080、自動品質最適化ユニット IQ-501 を組み合わせたソリューションを提案。同社のフィーダーは、長形 3 号～角形 2 号に対応、積載枚数 長 3 300 枚・角 2 200 枚である。このソリューションでは、封筒に印刷したバリアブル QR コードを IQ-501 で読み取り検品する、というデモなどが行われた。

コロナ禍前まで、トナー機は主に印刷速度・画質・用紙対応性などの点で進化してきた。コロナ禍を経て、メーカー各社は機能性向上やその高い機能性を活かしたアプリケーション開発にも注力していることが、今回の page で見えてきた。今後、このトレンドがどう展開するか、また機能性向上を印刷会社は自社の特徴・強みとどう組み合わせる成長につなげていけるか、といった点にも注目していきたい。

2) フルカラー枚葉インクジェット機

今回の page 会場には、7 機種フルカラー枚葉インクジェット機が紹介されていた (A 3 サイズ 5 機種、B 3 サイズ 1 機種、B 2 サイズ 1 機種)。これらに共通する特徴として、生産性 (印刷速度) の高さが挙げられる。また、これらのうち 6 機種では水性インクを採用。これらは商業印刷市場をターゲットにしている、画質の高さもアピールされていた。

「印刷の未来を切り拓く～インクジェットテクノロジーでビジネスに変革を～」がテーマだったキヤノンブースでは、varioPRINT iX1700 (B 3 サイズ)、varioPRINT



写真 6. キヤノン VarioPRINT iX シリーズ サンプル

iX3200/2100 (A 3 サイズ) という水性インクジェット機 3 機種のサンプルが展示されていた (写真 6)。

このうち、iX1700 は昨年 10 月に開催された Canon EXPO 2023 で発表された機種で、今年 4 月の発売予定である。なお、印刷速度や最大解像度といった仕様については図表 2. 枚葉インクジェット機比較

枚葉インクジェット機@page2024
主な仕様の比較

機種	最大用紙サイズ	最大解像度 (dpi)	インク	色数	最大印刷速度 (A4×112mm)
キヤノン varioPRINT iX3200	A3	1200 x 1200	水性顔料	4色	175枚/分
キヤノン varioPRINT iX2100	A3	1200 x 1200	水性顔料	4色	175枚/分
キヤノン varioPRINT iX1700	B3	2400 x 1200	水性顔料	4色	170枚/分
京セラ TASKalfa Pro 55000c	A3	1200 x 1200	水性顔料	4色	150枚/分
SCREEN Truepress JET S320	A3	1200 x 1200	水性顔料	4色	150枚/分
Ricoh Pro Z75	B2	1200 x 1200	水性顔料	4色	4500枚/時 (A4×112mm)
理研科学工業 VALEZUS T2200	A3	300 x 600	油性顔料	5色	165枚/分

Brighter Later

図表 2. 枚葉インクジェット機比較

表 2 をご確認ください。

SCREEN ブースでは Truepress JET S320、京セラブースでは TASKalfa Pro 55000c という A 3 サイズ水性枚葉インクジェット機が提案されてた (SCREEN はパネル展示、京セラは実機やサンプルを展示)。これらは京セラと SCREEN が共同開発しているもので、昨年 10 月に発表された。京セラによれば、今年の夏頃の発売開始予定である。

リコーは、B 2 サイズ水性枚葉インクジェット機 Pro Z75 のサンプルを展示。Pro Z75 は IGAS2022 に世界初出展された機種で、昨年 12 月に発売が開始されている (写真 7)。

さて、環境に優しいということで、水性インクが使われているインクジェット機が増えている。しかし、水性イン



写真 7. リコー Pro Z75 サンプル

クは乾燥に多くの電力を使うことから、CO₂ 排出量という点では必ずしも環境に優しいとは限らない。

理想科学工業ブースに展示されていた Valezus T2200 には、速乾性に優れていて乾燥機を必要としない油性顔料インクが採用されている。環境への意識が顧客には、こうした機材を活用したサービスの方が適していることも考えられる。

このように、A 3 機を中心に枚葉インクジェット機のバリエーションが増えはじめた。これら機種の種類がどの程度高まっていくのか、またどのメーカーがこの市場に参入するのか。今後の展開にも注目である。

3) スマートファクトリー

スマートファクトリーも、今回の page で大きく注目されたトピックであった。印刷革新会ブースで行われたデモにも、たくさんの来場者が集まった（写真 8）。

印刷革新会は、佐川印刷（愛媛県松山市）、クイックス（愛知県刈谷市）、正文舎（北海道札幌市）という印刷会社 3 社と、J SPIRITS、リコー、ホリゾン、コニカミノルタの印刷機材メーカー 4 社が組んだアライアンスで、人の意識改革を重視した取り組みを行うことを目的に設立された。

page 会場では、MIS、ワークフローソフトウェア、デジタル印刷機、製本機、断裁機といったアライアンス参加メーカーの機材を連携させて、印刷と製本の自動化・効率

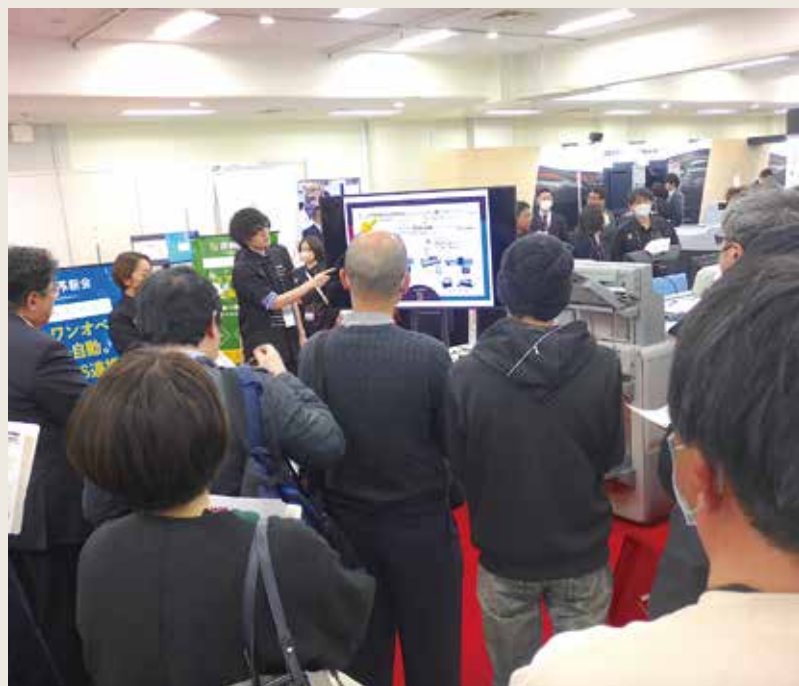
化を進める以下のデモが行われた。その際、各工程の作業実績データを収集・分析することで、単品損益分析も可能になることも示した：

- 印刷・断裁・帯掛けまでの行程を 1 名で行う「ワンオペ全自動、しかも MIS 連携」
- 扉入り冊子とチラシのセル生産方式「多品種少量生産の最適解」

キヤノンはホリゾンと連携して、AGV（無人搬送車）を活用したブックラインの自動化デモを行なった。これは、キヤノンのフルカラートナー機 imagePRESS V1000 による自身の印刷が完了すると、Pick-up 指示を受けた AGV がデジタル印刷機から印刷物を受け取り、ホリゾンの後加工機給紙部への搬送・積載作業までを自動で行った後に製本する、というものであった。

カラーマネジメントを自動化・効率化するソリューションも展示されていた。リコー Color Auto Adjuster は、複数台のフルカラーデジタル印刷機間の色を合わせたり、顧客から支給されたサンプルとデジタル印刷物の色を合わせたりすることを、簡単な操作と自動化オペレーションでスキルレスに実現するカラーマネジメントソリューションである。

写真 8. 印刷革新会のデモの様子



4) その他注目のトピック

これまで紹介した3つ以外にも、注目すべきトピックは以下のようにたくさんあった：

- 多様なインクジェット機
- 印刷会社のデジタル活用力を高めるサービス・機材
- デジタル加飾機・加飾フィルム
- バリエブル印刷ソリューション
- 進化するフォント
- 印刷会社の個性的なサービス、など

本稿ではこのうち、「多様なインクジェット機」と「デジタル活用力を高めるサービス・機材」について紹介する。

多様なインクジェット機

ペーパーレス化に対抗する印刷サービスを模索する印刷会社に向けて、会場には（枚葉タイプ以外の）様々なインクジェット機も提案されていた。

例えば、シール・ラベル用インクジェット機。キヤノンは、前述の iX1700 と同じく、昨年 10 月に初披露された水性インクジェットラベル機 LabelStream LS2000 のサンプルを展示した。LS2000 の最大印刷速度は 40m/分、2024 年 8 月の発売予定となっている。

SCREEN ブースでは、UV インクジェットラベル機 Truepress LABEL 350UV SAI のサンプルが紹介された。これらの中には、デジタルプライマーを活用した擬似エンボス効果を出したサンプルやフレキソ印刷とデジタル印刷のハイブリッド印刷をしたサンプルなどデザイン性の高いものも含まれていて、来場者の注目を集めていた（写真 9）。

オリジナルグッズ制作に活用できるインクジェット機も、多くのブースで提案されていた。エプソンは、T シャツやトートバッグなど布製品に直接印刷できるガーメントプリンター SC-F1050 を紹介。今年 4 月に発売予定の新機種で、奥行き 70cm の台に載せられるコンパクトサイズが特徴として挙げられる。

ローランド DG は、フラットベッド UV プリンター VersaOBJECT MO-240 を展示した。A 2 サイズ・高さ 204mm（最大）の立体物に印刷することが可能で、今年 1 月 11 日に発売された新製品である。

リコーブースでは、ボトルなどの全周にフルカラーでダイレクトプリントできるボトルプリンター NNB35150 のデモが行われていた。溶剤系のインクを採用していて、印刷後は自然乾燥で定着させる。熱を加えないため、中身に影響を与えない。色数は 4 色+ホホワイト+クリア。

理想科学工業 C 1（プロトタイプ）は、ベルトコンベアに組み込むことができるフルカラーインクジェット印字ヘッドユニットである。解像度は 300dpi（フルカラー）・600dpi（黒のみ）、植物由来の原料を使用した油性顔料インクを採用していて、乾燥機構が不要という特徴がある。様々な素材に印刷することができ、ブースには段ボールや木、コンクリートブロック、素焼き鉢などに印刷したサンプルが展示されていた（写真 10）。

印刷会社のデジタル活用力を高めるサービス・機材

page では、印刷会社のデジタル活用力を高める様々なサービスや機材も紹介されていた。例えば、ジャグラブースで訴求していた「ジャグラ公式アプリ」。「情報共有や会

写真 9. SCREEN デザイン性の高いサンプル

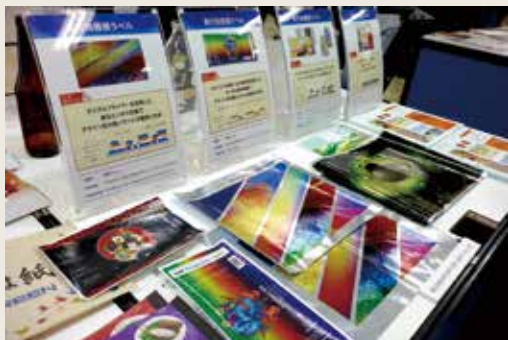


写真 10. 理想科学工業 C1 印刷サンプル



写真 11. コニカミノルタ トスカニー社事例



員交流の場」として開発されたが、このアプリの運用を通じて得られるデータや知見を共有することで、会員企業はデジタルを活用して成長する力を得ることもできる。

Web にアップされた PDF 版のカタログやタウン誌などの利便性を高めるツールも紹介されていた。光文堂によれば、スマホで表示した PDF 版カタログやタウン誌の QR コードからそのリンク先に飛べるようになっているものはあまりない。しかし、PDF 内の QR コードを認識してその QR コードにリンク先を自動で埋め込むソフトウェア「KBD リンクリンク」を使うことで、その不便さを解消できる。

コニカミノルタは、「効果が見える紙マーケティング」として、データを活用してチラシの効果を高めた事例を紹介した。イタリアンワイン専門 EC トスカニー社（福島県白河市）は、お客様が購入した商品に合わせて同梱チラシのデザインを変えている。その際、お客様毎に個別に付けた QR コードからデータを収集し分析することで、効果を高め続けている（写真 11）。

drupa2024 に期待すること

今年 5 月 28 日～6 月 7 日の 11 日間、世界最大の国際印刷機材展 drupa2024 がドイツ・デュッセルドルフで開催される。page2024 の展示内容を踏まえて、drupa2024 に期待することにも触れたい。

まず、drupa でも多くのブースで「最新インクジェット機」が展示されることを期待したい。ここ数回連続して「インクジェット drupa」と呼ばれるなど、インクジェットは drupa の中心的なトピックだったが、今回も「インクジェット」はキーワードのひとつとなるであろう。

広い会場には、page2024 でも大きな注目を集めた枚葉インクジェット機をはじめ、輪転インクジェット機、シール・ラベルや軟包装といった産業用インクジェット機、ワイドフォーマット機など、様々なタイプが紹介されよう。水性インクジェット機については、乾燥での電力使用量・二酸化炭素排出量にも注目したい。

page2024 と同様、スマートファクトリー関連の展示にも期待する。drupa では特に、page では見られなかったオフセット印刷機材も含めたデモや、顧客や物流会社などパートナー企業も含めた自動化・効率化の事例紹介、その中での IoT や AI（人工知能）といった最新技術の活用事例紹介、などを期待しよう。

今回の page ではあまり話題にならなかった、印刷会社やステークホルダーのサステナビリティ向上に資する機材や資材、ソリューションにも期待したい。drupa では、IGAS などで話題になった EB オフセット印刷機や水性フレキソ印刷機なども紹介されるであろう。

あわせて、GHG（温室効果ガス）プロトコルに基づいた二酸化炭素排出量の算定・報告方法といった『サステナビリティの見える化に関する知見』や、印刷会社が「サステナビリティを高めながら、売上アップも実現する」といった『攻めのサステナビリティ向上のアイデア』などを得られることも期待している。

他にも、以下のような「世界最大の印刷機材展ならではの展示」も期待される：

- B 2 枚葉機・輪転機といった様々なトナー機の最新動向
- ペーパーレス化に対抗できる（加飾を含めた）後加工ソリューション
- データや生成 AI などを活用した印刷サービスの最新事例
- 3D プリンターなどを活用して印刷機材をカスタマイズするアイデア、など

page2024 では、様々な最新の印刷機材や資材、ソリューション、そして印刷会社が成長するための考え方などが紹介された。drupa ではさらに幅広い、あるいは異なる視点からの提案が期待される。ぜひ、御社の特徴や強みにこれらを掛け合わせることで、コロナ禍後の厳しい市場環境にマケズ、売上・利益を伸ばしましょう！



2024年4月

広報委員会
が選ぶ!

HOT NEWS

おすすめ番組情報

いまずぐチェック!

ジャグラ BB | 🔍

6月22日は
文化典 広島大会へ!



カテゴリー ▶ BB ネットワーク ▶ B Tube

『広島から、いざ
“銀河”へ』

きたる、6月22日(土)第66回ジャグラ文化典・広島大会の前夜に開かれる宴のご案内を、愛を込めてお送りします。歴史!自然!宴!広島の夜を一緒に楽しみませんか?その全貌の一部をチラ見せしちゃいます。



なんとなく知っているという人も必見!

カテゴリー ▶ 教育と技術 ▶ DX・総務経理・その他



ビジネスパーソンのためのテクノロジー基礎講座
Vol.8 「環境印刷と資材」第2部

「環境印刷と資材」の第2部として、ビジネス用語としてのCSRやESGを分かり易く解説。今後、お客様のヒアリングでも耳にする可能性のある用語です。



印刷関連産業の次世代を育てる専門学校

カテゴリー ▶ BB ネットワーク ▶ B Tube



印刷が学べる専門学校 JPAキャンパスライフ

日本プリンティングアカデミーは、印刷関連業界に支えられ、これまで国内・海外を含め、関連業界に約1000名以上の人財を輩出。今後さらなる印刷関連企業の成長支援・人材育成のため、教育の質の向上に取り組んでいます。



お客さまの

「踏み出す力」になる。

価値ある情報、豊富な知見、確かな技術で。

さまざまな現場課題、経営課題を、どう解決するか。
これから進むべき方向性を、どう見極めるか。
その答えは、一つとは限りません。だからこそ、
信頼できるパートナーと共に、ベストな道を選び
たいもの。FFGSは、広範なネットワークを
活かした実践的な情報と、一社一社の戦略や
課題に合った効果的なソリューションで、
お客さまの「最良の選択」をサポートします。
そして、長年培ってきた知見と技術力を
活かし、変革の一步一步をしっかりと支え、
新たな未来へ向け、共に前進していきます。



一緒に答えを導き出す会社へ。

FUJIFILM
Value from Innovation

富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社

RICOH BUSINESS BOOSTER

私たちは“仕事を創る”、“仕事を回す”、“仕事が見える”の3つの視点から、印刷事業者のビジネス拡大をさらに支援するための活動『RICOH BUSINESS BOOSTER』を推進しています。

お客様ごとの課題に真摯に向き合い、時には共創活動を通じて新たな価値を生み出しながら、それぞれの解決策を導き出していきます。

印刷事業者の“真”のパートナーとして、前例にとらわれない新たな答えを創りだす。

『RICOH BUSINESS BOOSTER』は私たちリコー日本の新たなビジネスコンセプトです。

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。

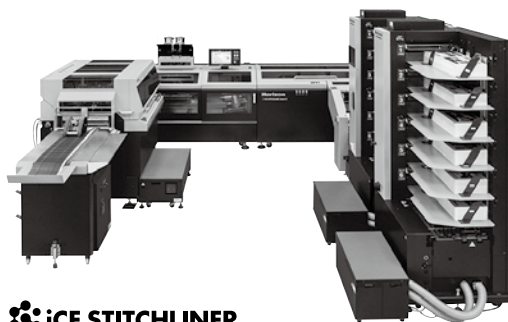
ユーザーフレンドリーなインターフェースで作業性を向上させ、安定した生産性と自動化を高次元で追求しています。

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

年賀状デザインコンテスト 募集開始！

締切6.6 詳細は本誌同封のリーフレット・特設サイトをご覧ください

ジャグラは今年も 2025 年巳年向けの年賀状デザインコンテストを実施します。応募締切りは6月6日（木）です。皆様奮ってご応募ください。

「クリスマスカードデザイン賞」を新設

◎今回は「カラー部門」「モノクロ部門」「学生部門」「クリスマスカードデザイン賞」の募集となります。「喪中案内部門」の募集はありませんのでご注意ください。

◎「クリスマスカードデザイン賞」は、クリスマスイメージでデザインされたものを募集します（ハガキサイズ以外の大きさも応募可能です）。

4部門で賞金総額は70万円（表彰100点）。選出した

◎優秀作品は見本帳に掲載され、ジャグラ会員企業の年賀状ビジネスに活用していただきます。

■表彰点数と賞金

①最優秀賞	カラー部門	1点（5万円）
	モノクロ部門	1点（5万円）
	学生部門	1点（3万円）
②クリスマスカードデザイン賞		10点（5千円）
③協賛企業賞		10点（1万円）
④優秀賞		7点（1万円）
⑤作品賞		70点（5千円）

【募集期間】
2024 4月1日～6月6日

【発表】
2024 7月19日 8月22日

【表彰式】
2024 11月8日

賞金総額
入賞100点
70
万円

最優秀賞

カラー部門	5万円
モノクロ部門	4万円
学生部門	4万円
協賛企業賞	1万円
優秀賞	1万円
作品賞	5千円
クリスマスカードデザイン賞	5千円

第12回
ジャグラ
デザインコンテスト
年賀状
クリスマス
カード

2025
令和7年・巳年

一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会（通称ジャグラ）は、2025年向け年賀状デザインコンテストを実施し、優秀作品を表彰します。募集部門は「カラー部門」「モノクロ部門」「学生部門」「クリスマスカードデザイン賞」を新設しました。賞金総額は70万円（表彰100点）。選出した優秀作品は見本帳に掲載され、ジャグラ会員企業の年賀状ビジネスにご活用いただけます。皆様奮ってご応募ください。

※クリスマスカードデザイン賞はハガキサイズ以外の応募も可能です。

コンテスト特設サイトで最新情報をご案内しています
<https://www.jagra.or.jp/nenga2025/>

一般社団法人
日本グラフィックサービス工業会
一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会（通称ジャグラ）は、全国800社の中核的協賛会社で組織する公認法人です。
<https://www.jagra.or.jp/>

協賛企業

大塚商会	KONICA MINOLTA	エコー	ECO	FUJIFILM	FUJIFILM
東洋印刷	エスエス	エスエス	エスエス	エスエス	エスエス
Horizon	新△サシ	モリサゲ	RICOH	RMGT	

■実施スケジュール

- ①募集期間 4月1日（月）～6月6日（木）
- ②発表 7月19日（金）
優秀作品ダウンロード開始8月22日（木）
- ③表彰式 11月8日（金） 全国協議会席上にて

下記コンテスト特設サイトで最新情報をご案内しています
応募作品もこちらからのアップロードになります

<https://www.jagra.or.jp/nenga2025/>



アプリって割と簡単に作れるのです!



社内報アプリを 導入する企業続々!

近年、社内報をアプリで配信する企業増加中!
経営層からのメッセージや最新ニュー
スなどをリアルタイムで共有。
コメント機能やアンケート機能など、
デジタルが繋ぐ、広がるキズナ。

情報共有の
迅速化



ちょっと覗いて
みてください↓



データ分析による
効果測定

閲覧率・
読了率の向上
&
エンゲージメント
UP



地域活性化を促進する デジタルスタンプラリー!

手軽に参加! 観光地や商業施設で、地域活
性化や集客促進に! スマホがあれば、いつでも
どこでも簡単に参加できます。参加者数や成
率率などの効果測定もタイムリーにOK!

ちょっと覗いて
みてください↓



オリジナルアプリ作成は 研美社にお任せを!

IT導入補助金
2024
対象ツールです

導入事例
山梨粉砕機運送機導入
京都府一宮市やEC
サイトへの受注にこ
ろ
活用中!
「LINE」様々導入
プッシュ通知で届ける、
紐着る、旬な情報!

株式会社 **研美社**

(東京営業所) 東京都中央区八丁堀 2-20-9 八丁堀 FRONT 1F
(大阪本社) 大阪市都島区片町1-5-13 大手前センチュリービル B1F/5F

03-6228-3900
06-6351-1766



雑学コラム¹⁶ 野口聡の

47都道府県のお話 (その14: 福井県)

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。

さて、今月は福井県を取り上げようと思います。

この記事が皆様のお手元に届いている頃には福井県に大きな
出来事が起きている(はず)でしょう。

それ、3/16に行われる北陸新幹線の敦賀までの延伸です。
これにより新幹線の通過する県がまた1つ増えました。そんな
福井県、色々なグルメがあります。実際に行ってもらった方が
良いに決まっていますがまずは想像して頂くために何点か取り上
げてみましょうか。

まずはへしこから。初めて聞く方もいるかと思いますが簡単
に説明すると、鯖などの魚を塩漬けにしてその後米ぬかに漬
け込んで熟成させたものを言います。一般的にはぬかを落として
から軽くあぶってご飯のお供、酒の肴として食べるようになって
ます。元々は若狭の辺りで越冬するために長期保存できるように
に開発されたのを由来としているようです。味は塩味が強めで
最近ではアンチョビのように調味料として使うのもあるようです。

次は越前ガニ。とは言うものの「越前ガニ」と云う品種は無
く、この地域で獲れるズワイガニの事を指します。なんでもこ
の地域でのカニ漁は日本でもっとも古くから行われているそう
で、室町時代の文献には既に「越前蟹」という名称での記述が
登場しているそうです。因みに福井県ではオスだけを「越前ガ
ニ」と呼び、メスのそれを「セイコガニ」と呼ぶそうです。味
に関しては私が言う事ではないでしょう。鍋、刺身、カニすき、

焼き物、天ぷら、そりゃうまいに決まってる(笑)

(このコラム1年続けたギャラとして1杯くらいジャグラか
ら貰えないものか) おっと心の声か。

次は越前おろしそばです。実は福井県は全国有数のそばど
ころで30年近い歴史を持つ「全日本素人そば打ち名人大会」が
開催され、そば打ちの方々の聖地にもなっている程なのだとか。
「越前おろしそば」という名前は昭和天皇が福井に来た際に食
べたおろしそばを懐かしんでお話ししたことに由来するそうで。
基本的にはだしをそばにぶっかけるタイプで、その中でもおろ
しを入れる順番やおろしの汁だけを入れたりとか色々流儀があ
るようです。福井駅周辺にはおろしそばのお店がいくつかあるよ
うですし車を使われる方だと北陸道の福井県内のS・P・Aで
食べられるようです。さっぱりした

最後はソースカツ丼です。全国には様々なカツ丼があります。
ここであげるとキリがありませんがその中でもソースカツ丼は
1つの流れとして中心にあるものだと思います。そんなソース
カツ丼、前橋・駒ヶ根・会津若松と我こそソースカツ丼の名所
と名乗る場所を押しつけ福井市の洋食屋「ヨーロッパ軒」が発
祥の地とされており、現在でもそこでは発明時以来のモノが食
べられるそうです。その元祖、普段ソースカツ丼をイメージす
るキャベツは乗っておらずソースに浸した薄めのカツレツがド
ンと乗っている力強い見た目をしています。ウスターソース
の香りが強めに来るカツは箸で切れるほど柔らかく飽きか来な
い味で箸が進む事間違いない(笑) こちらも福井市内で食べら
れるので是非ともご賞味ください。因みに関東人にお馴染みの
卵とじのカツ丼は「卵とじカツ丼」と言わないと出てこないし、
そもそも扱っているお店が少ないのでご注意ください。今回はこんな
ところで筆を置きます。ありがとうございました。

最後に今月の問題です。

問題: 「アジアのノーベル賞」と言われるフィリピンの賞、マ
グサイサイ賞を日本で最初に受賞した「三木行治(みき
ゆきはる)」さんは当時どこの都道府県の知事に就任し
ていたでしょう?



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>



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/>



Morisawa Fonts

文字とつながる。世界がひろがる。



フォントのサブスクリプションサービス

豊富な書体ライブラリー / 複数デバイスでの利用 / 簡単なフォントインストール

morisawafonts.com



モリサワ



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
04月16日(火)	Video	ゼロから学ぶ映像制作実習講座	基本	22,000円(通常25,300円)
04月18日(木)	DTP	DTP入門	基本	17,600円(通常20,900円)
04月19日(金)	DTP	Photoshopベーシック	基本	17,600円(通常20,900円)
04月23日(火)	DTP	Illustratorベーシクトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
04月24日(水)	Video	Premiere Proベーシクトレーニング	基本	29,700円(通常33,000円)
04月25日(木)	DTP	InDesignベーシクトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
05月07日(火)	Web	Canva入門	入門	9,350円(通常11,000円)
05月09日(木)	DTP	InDesign実務必須テクニック	基本	35,200円(通常41,800円)
05月10日(金)				
05月13日(月)	DTP	Illustratorベーシクトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
05月14日(火)	Video	ゼロから学ぶ映像制作実習講座	基本	22,000円(通常25,300円)
05月15日(水)	Video	Premiere Proベーシクトレーニング	基本	29,700円(通常33,000円)
05月16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27日(月)	Video	DaVinci Resolveベーシクトレーニング	基本	31,900円(通常35,200円)
05月28日(火)	DTP	Illustrator実務必須テクニック	基本	17,600円(通常20,900円)
05月29日(水)	DTP	Photoshopベーシクトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
05月30日(木)	Web	HTML+CSS入門	基本	17,600円(通常20,900円)
06月04日(火)	DTP	Illustrator実践講座～作図・描画編	応用	17,600円(通常20,900円)
06月05日(水)	DTP	InDesignベーシクトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
06月13日(木)	DTP	Photoshop実務必須テクニック	応用	35,200円(通常41,800円)
06月14日(金)				
06月17日(月)	Web	Canvaデザイン応用チラシ作成編	応用	9,350円(通常11,000円)
06月18日(火)	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19日(水)	DTP	Acrobatベーシクトレーニング	基本	17,600円(通常20,900円)
06月25日(火)	Video	Premiere Proベーシクトレーニング	基本	29,700円(通常33,000円)
06月26日(水)	DTP	Lightroomベーシクトレーニング	基本	18,700円(通常22,000円)
06月27日(木)	Video	After Effectsベーシクトレーニング	基本	30,800円(通常34,100円)
06月28日(金)	Web	HTML+CSS実務必須テクニック	基本	18,700円(通常22,000円)

スクール 名称変更の ご案内

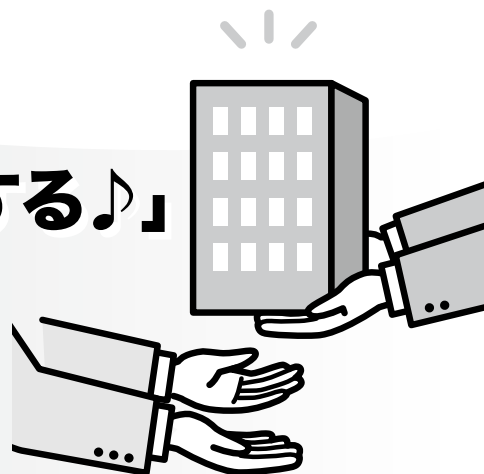
JaGraスクールは、2024年4月より「ジャグラショートカット」という新名称で再スタートします！
 "最短半日でデジタル技術が学べる" というキャッチコピーを掲げ、今後も実務にすぐ役立つ短期講座を提供してまいります。
 講座内容詳細や受講方法はジャグラショートカットのウェブサイトをご確認ください。

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



JS 最短半日でデジタル技術が学べる
ジャグラショートカット

こんな時「あなたなーらどうする♪」 親族でない社員に会社を 引き継いでもらいたい時



社長さん

そろそろ事業継承したいんだ
社員に社長を引き継いでもらいたいんだけど
社員はどんな気持ちで引き受けてくれるのか
気になっちゃってね

ではインタビューしてみましょう



ニシムラさん

新社長の声を聞いてみた！



熊本県:ホープ印刷株式会社 森田新社長の場合

■新社長を引き受けると決めた理由

私は4代目の社長ですが、当社はこれまでずっと社員承継で引き継がれてきました。私の場合も約10年前に社員から役員になり、今からちょうど1年前に社長を引き継ぎましたが、前社長の急な退職による承継だったため、準備も心構えもない状況で引き受けることになりました。正直なところ「迫られて」というのが一番の理由ですが、社長という仕事は誰でも経験できることではないですし、人間として成長したいという思いがあったのも引き受けた理由の一つです。

■新社長として今日までの歩み

引き受けた当初は、急な出来事だったこともあり、自分に務まるか不安で食事もできないほどボロボロでしたが、周りの方からサポートしていただき、なんとか一年間やってこれました。同族企業でないが故に経営者と社員の間に壁があることが、この一年はいい方向に作用したと思います。

■これからの展望

「おっ!また社長が何か新しかことばしよらすばい」と言われるように、自ら色々なことにチャレンジし、新しいことに積極的に取り組む空気を社内に醸成していきたいです。また、共同作業所としてスタートしたこの会社の社会的意義や、それを応援していただいているお客様(ファン)を、より良い形で次の経営者に繋ぐことが私の一番の使命だと思っています。



和歌山県:株式会社ウイング 松下新社長の場合

■新社長を引き受けると決めた理由

当時、リーマンショックの影響から会社はリスケ中でした。突然、二代目の社長が62歳で余命半年の宣告を受け、継ぐ者がなければ会社倒産の危機に陥る状況でした。営業部長で兼務役員でもあった私に白羽の矢が立ちました。今思えば会社を存続させることに迷いがなかったことが会社を引き受けた一番の理由です。

■新社長として今日までの歩み

突然の承継であったため、社長としての役割はもちろん経営のことは何も分からない状態でしたのでとにかく様々な団体に所属し勉強の日々を送りました。莫大な借金と個人保証が一番の悩みの種であり、中長期計画でその解消をめざした結果、現在は実質無借金となりました。

■これからの展望

これまでペーパーレス社会に適応するために製造業からサービス業への組織改革を実践してきました。今後もより加速するペーパーレス化に後れをとることなく、全社員一丸となって地域と共に成長する「広告出版会社」としての存在意義を高めていきたいと思えます。また、将来の事業承継に向けて、誰もが継ぎたい会社にすることが目標です。



愛知県:株式会社ユニックス 清水新社長の場合

■新社長を引き受けると決めた理由

株式会社ユニックスは、平成4年に創業された会社です。前社長が高齢になったこともあり次の社長を決めることになりました。候補者は私を含め3人いたと思いますが、株主と他の候補者2人にうまくのせられて社長になったのが本当のところです。

■新社長として今日までの歩み

平成27年に社長に就任して今年で10年目となります。おかげ様で就任後は徐々にではありますが、売上は安定していきました。就任後CTPの導入が一番の出費でした。「これから稼ぐぞ!」というときに、翌年コロナがやってきて、今までメインだった商業印刷の仕事が激減したのにはまいりました。なんとか助成金などで食いつないできた数年間といった感じです。そんな悪い時でも社員の明るさに助けられました。

■これからの展望

コロナで印刷物が激減して、現在ではバッジや看板、ガジェットプリンターを活用したバックなどの布製品の企画・制作に着手しています。まだまだ軌道にのってはいませんが、今後は紙以外でも売上を伸ばしていきたいと考えています。

社長の皆さんありがとうございました!
こんな時「あなたならどーする♪」の感想やご意見はジャグラ広報委員会まで
edit@jagra.or.jp

2023年 日本の広告費

アフターコロナでプロモ広告が成長 総広告費が引き続き過去最高

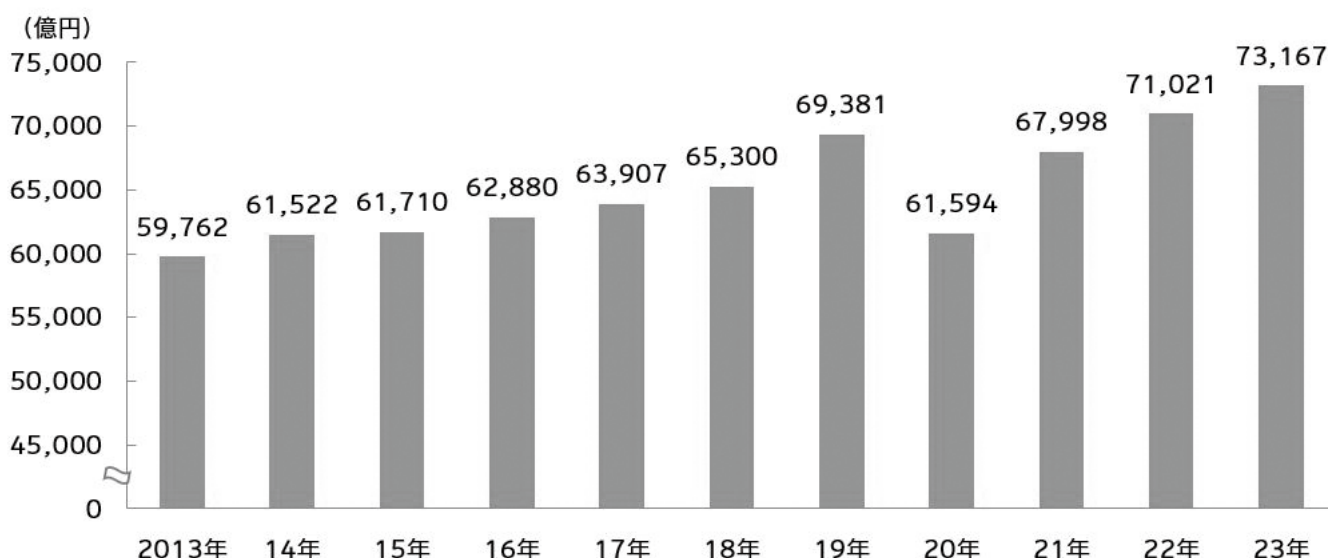
株式会社電通がこのほど発表した「2023年 日本の広告費」によると、2023年の総広告費は、通年で7兆3,167億円（前年比103.0%）となり、1947年の推定開始以降、前年に続き過去最高を更新した。上半期（1-6月期）は、新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）の5類感染症移行に伴うリアルイベントの開催数増加や国内外の観光・旅行の活性化などにより回復が見られた。下半期（7-12月期）は、夏から秋にかけての猛暑や中東問題などの影響を受けたものの、社会・経済活動の活発化に伴い「交通・レジャー」「外食・各種サービス」「飲料・嗜好品」を中心に広告需要が高まった。進展する社会のデジタル化を背景に増加傾向が続くインターネット広告費や人流の活発化に伴って増加した「イベント・展示・映像ほか」などのプロモーションメディア広告費が、広告市場全体の成長に寄与した。

インターネット広告費は、3兆3,330億円（同107.8%）と過去最髙高を更新し、前年より2,418億円増加した。コネクテッドTV（インターネット回線へ接続されたテレビ端末）の利用拡大に伴う動画広告需要の高まりや、デジタルプロモーション市場の拡大などが成長に寄与した。

プロモーションメディア広告費における「イベント・展示・映像ほか」は、3,845億円（同128.7%）と大きく増加した。コロナ禍で中止または小規模開催を余儀なくされたイベントが再開し大規模化したことや、インバウンド需要の回復に伴って複合型商業施設・テーマパーク・企業PR施設などのエンターテインメント施設における催事企画が増えたことが、広告費の増加に寄与した。

以下、印刷業界に関連する媒体別の広告費の概況を紹介する。

◆日本の総広告費の推移



(注) 2019年に「物販系ECプラットフォーム広告費」と「イベント領域」を追加推定（2018年以前の遡及修正は行っていない）。

◆媒体別広告費〈2021年～2023年〉

媒体	広告費	広告費(億円)			前年比(%)		構成比(%)		
		2021年	2022年	2023年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
総広告費		67,998	71,021	73,167	104.4	103.0	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		24,538	23,985	23,161	97.7	96.6	36.1	33.8	31.7
	新聞	3,815	3,697	3,512	96.9	95.0	5.6	5.2	4.8
	雑誌	1,224	1,140	1,163	93.1	102.0	1.8	1.6	1.6
	ラジオ	1,106	1,129	1,139	102.1	100.9	1.6	1.6	1.6
	テレビメディア	18,393	18,019	17,347	98.0	96.3	27.1	25.4	23.7
	地上波テレビ	17,184	16,768	16,095	97.6	96.0	25.3	23.6	22.0
	衛星メディア関連	1,209	1,251	1,252	103.5	100.1	1.8	1.8	1.7
インターネット広告費		27,052	30,912	33,330	114.3	107.8	39.8	43.5	45.5
	媒体費	21,571	24,801	26,870	115.0	108.3	31.7	34.9	36.7
	うちマス四媒体由来のデジタル広告費	1,061	1,211	1,294	114.1	106.9	1.6	1.7	1.8
	新聞デジタル	213	221	208	103.8	94.1	0.3	0.3	0.3
	雑誌デジタル	580	610	611	105.2	100.2	0.9	0.9	0.9
	ラジオデジタル	14	22	28	157.1	127.3	0.0	0.0	0.0
	テレビメディアデジタル	254	358	447	140.9	124.9	0.4	0.5	0.6
	テレビメディア関連動画広告	249	350	443	140.6	126.6	0.4	0.5	0.6
	物販系ECプラットフォーム広告費	1,631	1,908	2,101	117.0	110.1	2.4	2.7	2.9
	制作費	3,850	4,203	4,359	109.2	103.7	5.7	5.9	5.9
プロモーションメディア広告費		16,408	16,124	16,676	98.3	103.4	24.1	22.7	22.8
	屋外	2,740	2,824	2,865	103.1	101.5	4.0	4.0	3.9
	交通	1,346	1,360	1,473	101.0	108.3	2.0	1.9	2.0
	折込	2,631	2,652	2,576	100.8	97.1	3.9	3.7	3.5
	DM(ダイレクト・メール)	3,446	3,381	3,103	98.1	91.8	5.1	4.8	4.2
	フリーペーパー	1,442	1,405	1,353	97.4	96.3	2.1	2.0	1.9
	POP	1,573	1,514	1,461	96.2	96.5	2.3	2.1	2.0
	イベント・展示・映像ほか	3,230	2,988	3,845	92.5	128.7	4.7	4.2	5.3

① マスコミ四媒体広告費 2兆3,161億円
(同96.6%)

「雑誌広告費」と「ラジオ広告費」は増加したものの、「新聞広告費」と「テレビメディア広告費」が減少し、マスコミ四媒体全体では前年を下回った。

1. 新聞広告費 3,512億円(同95.0%)

- ・2023 ワールド・ベースボール・クラシックやラグビーワールドカップ2023などの大型スポーツイベントの開催があったものの、前年の北京2022冬季オリンピック・パラリンピックの反動減や物価上昇などの影響を受け、通年では減少した。
- ・業種別では、「交通・レジャー」が前年比114.9%と前年に続き増加した。一方で、通信販売系の商材に関する出稿量が各業種で減少し、「流通・小売業」は同88.9%、「食品」は同90.6%となった。また、「官公庁・団体」は前年の第26回参議院議員通常選挙の反動減により、同82.4%となった。

2. 雑誌広告費 1,163億円(同102.0%)

- ・紙の出版物推定販売金額は前年比94.0%となった。内訳は書籍が同95.3%、雑誌が同92.1%となった。一方で、電子出版市場は同106.7%と引き続き成長した。紙と電子出版を合わせた出版市場全体は同97.9%と、前年を下回った。(数字出典:出版科学研究所「出版指標」2024年1月号)
- ・雑誌広告費は、4-6月期以降に回復し、出版社が保有するコンテンツ制作やファンベースを活用した企画、案件も増加したことにより、通年では前年比102.0%となった。
- ・業種別では、コロナ禍からの回復や高級嗜好品の需要増に伴い、「交通・レジャー」「外食・各種サービス」「ファッション・アクセサリー」「精密機器・事務用品」が増加した。一方で、雑誌広告費シェアの高い「化粧品・トイレタリー」は前年に続き減少した。

3. ラジオ広告費 1,139 億円 (前年比 100.9%)

- ・通年で前年を上回り、前年比 100.9%となった。
- ・業種別では、コロナ禍からの回復や外出・行楽需要の高まりにより、「ファッション・アクセサリー」(前年比 136.7%) や「外食・各種サービス」(同 110.7%) が二桁成長となった。

4. テレビメディア広告費(地上波テレビ+衛星メディア関連) 1兆 7,347 億円 (前年比 96.3%)

② インターネット広告費 3兆 3,330 億円 (同 107.8%)

進展する社会のデジタル化を背景に、総広告費における「インターネット広告費」は堅調に伸長し、総広告費に占める構成比は 45.5%に達した。

内訳をみると、「インターネット広告媒体費」は、2兆 6,870 億円 (前年比 108.3%) となり、前年に続きコネクテッド TV の利用拡大などを背景に、「テレビメディア関連動画広告費」が 443 億円 (同 126.6%) と増加した。「物販系 EC プラットフォーム広告費※」は、2,101 億円 (同 110.1%) となり、前年に続き、在宅需要の普及などで増加した。「インターネット広告制作費」も、前年に続き、動画広告市場の拡大などにより、4,359 億円 (同 103.7%) と増加した。

1. インターネット広告媒体費 2兆 6,870 億円 (同 108.3%)

地政学的リスクや物価高騰などの影響を受け、企業のマーケティング投資は抑制傾向になったものの、インターネット広告は前年に続き増加した。動画サービスにおける利用者数・利用時間がともに前年に続き増加したことに伴い、動画広告も伸長した。また、企業の販売促進活動におけるデジタル活用が進み、デジタル販促も伸長した。

マスコミ四媒体由来のデジタル広告費 1,294 億円 (インターネット広告媒体費の一部、同 106.9%)

○マスコミ四媒体由来のデジタル広告費は、全体では前年に続き増加した。

○新聞デジタル 208 億円 (同 94.1%)

デジタル広告市場が成熟しつつあることやクッキーレスの影響による広告単価の伸び悩みや、新聞デジタル以外の動画広告への予算シフトも相まって、これまで続いた成長トレンドから一転し、前年を下回った。予約型広告はディ

スプレイ広告が増加したものの、前年に増加をけん引したタイアップ広告や動画広告は減少した。運用型広告は大型スポーツイベントの影響で PV (ページビュー) 数は増加したものの、単価の低下による影響が大きく低調であった。一方で、新型コロナの 5 類感染症移行により、旅行やレジャー、ファッション関連などが回復し、リアルイベントやセミナーの増加に伴う需要増もみられた。

○雑誌デジタル 611 億円 (同 100.2%)

主要ウェブメディアの PV/UU (ユニークユーザー) 数、主要 SNS のフォロワー数などは堅調に推移した。各社が保有する DMP (データマネジメントプラットフォーム) の活用が進み、デジタル OOH への拡張配信も開始された。また、紙媒体やウェブメディアに起因しない、SNS 内で完結できる新たなタイアップ広告手法の開発も進んだ。その他、広告主のオウンドコンテンツの制作や動画の制作・配信など、出版社の強みであるデータ・コンテンツ制作力やコミュニティ力を生かした企画が堅調に推移し、引き続き出版社の広告収益を支えた。

③ プロモーションメディア広告費 1兆 6,676 億円 (同 103.4%)

新型コロナの 5 類感染症移行に伴う各種イベントの再開や大規模化に加え、複合型商業施設やテーマパークなどにおける催事企画の増加により「イベント・展示・映像ほか」が大きく増加した。また、大型でインパクトのある企画が増加した「交通広告」や「屋外広告」も、プロモーションメディア全体の成長に寄与した。

1. 屋外広告 2,865 億円 (同 101.5%)

都市部を中心に投稿量は堅調に推移し、ラグジュアリーブランド、エンターテインメントなどの業種に加え、飲料、アパレルなど様々な業種で広告需要が回復した。特に、テレビ・デジタルで到達しにくい若年層向け商材での活用を中心に広告需要が高まった。

長期看板、短期看板や短期ネットワーク看板は、繁華街で目立つ大型 OOH 媒体への需要とともに堅調に推移した。屋外ビジョンは、渋谷、新宿、表参道など都心エリアでの需要が大きく伸長した。

ネットワーク型のデジタル OOH 媒体は、多様な業種で活用が進み、大きく伸長した。

2. 交通広告 1,473 億円 (同 108.3%)

鉄道は、大型サイネージや大型ボードなどのジャック系媒体が前年に続き好調を維持し、ネットワーク系媒体※にも一定の回復がみられた。駅構内のデジタルサイネージは引き続き需要が高く、各エリアで前年を上回った。

空港は、新型コロナ対策のための入国制限が終了したこ

とにより、国際線の広告需要もデジタルサイネージを中心に高まり、コロナ禍前の水準近くまで回復した。

タクシー広告は、BtoB 企業による積極的な出稿は一段落したものの、高級消費財や男性向けトイレタリー商品などでの活用が増え、前年並みの出稿需要を維持した。

◆業種別広告費 (マスコミ四媒体広告費)

*衛星メディア関連は除く

業種	広告費	広告費(千万円)			前年比(%)		構成比(%)		
		2021年	2022年	2023年	2022年	2023年	2021年	2022年	2023年
1. エネルギー・素材・機械	3,228	3,493	3,430	108.2	98.2	1.4	1.5	1.6	
2. 食品	21,970	21,571	21,049	98.2	97.6	9.4	9.5	9.6	
3. 飲料・嗜好品	18,840	17,770	18,484	94.3	104.0	8.1	7.8	8.4	
4. 薬品・医療用品	13,863	12,885	13,260	92.9	102.9	5.9	5.7	6.1	
5. 化粧品・トイレタリー	22,524	19,922	18,288	88.4	91.8	9.7	8.8	8.3	
6. ファッション・アクセサリー	5,213	5,436	5,128	104.3	94.3	2.2	2.4	2.3	
7. 精密機器・事務用品	1,765	1,532	1,535	86.8	100.2	0.8	0.7	0.7	
8. 家電・AV機器	4,643	4,236	3,716	91.2	87.7	2.0	1.9	1.7	
9. 自動車・関連品	9,689	8,957	7,929	92.4	88.5	4.2	3.9	3.6	
10. 家庭用品	7,033	5,816	5,767	82.7	99.2	3.0	2.5	2.6	
11. 趣味・スポーツ用品	6,776	6,526	6,325	96.3	96.9	2.9	2.9	2.9	
12. 不動産・住宅設備	11,256	11,411	11,122	101.4	97.5	4.8	5.0	5.1	
13. 出版	6,366	6,114	5,582	96.0	91.3	2.7	2.7	2.5	
14. 情報・通信	32,703	29,698	24,365	90.8	82.0	14.0	13.1	11.1	
15. 流通・小売業	14,941	15,155	14,789	101.4	97.6	6.4	6.7	6.8	
16. 金融・保険	15,155	15,554	15,005	102.6	96.5	6.5	6.8	6.9	
17. 交通・レジャー	10,684	12,723	14,863	119.1	116.8	4.6	5.6	6.8	
18. 外食・各種サービス	13,855	15,611	16,297	112.7	104.4	5.9	6.9	7.4	
19. 官公庁・団体	4,115	4,118	3,449	100.1	83.8	1.8	1.8	1.6	
20. 教育・医療サービス・宗教	5,614	5,599	5,451	99.7	97.4	2.4	2.4	2.5	
21. 案内・その他	3,057	3,213	3,256	105.1	101.3	1.3	1.4	1.5	
合計	233,290	227,340	219,090	97.4	96.4	100.0	100.0	100.0	

マスコミ四媒体広告費の業種別分類基準

1. エネルギー・素材・機械	電力、ガス、ガソリン、紙、鉄鋼、化学材料、農業機器、建設・土木機器、工作機器、店舗用機材など
2. 食品	乳製品、肉製品、調味料、パン、菓子、健康・美容食品、サプリメント、加工食品など
3. 飲料・嗜好品	アルコール飲料、非アルコール飲料、タバコなど
4. 薬品・医療用品	医薬品、医療用品、ドリンク剤、メガネなど
5. 化粧品・トイレタリー	皮膚・毛髪用など化粧品全般、化粧用具、シャンプー&リンス、かみそり・替刃、電動歯ブラシ、歯磨き、石けん、洗剤、洗濯用剤、生理用品、紙おむつなど
6. ファッション・アクセサリー	衣料品、生地、身の回り繊維品、靴、バッグ、傘、貴金属・アクセサリーなど
7. 精密機器・事務用品	時計、カメラ・デジタルカメラなど光学機器、事務用品、文具など
8. 家電・AV機器	厨房用・家事用・冷暖房用電気機器、音声・映像機器 (デジタルビデオカメラ含む)、照明器具、電気理容・美容器具など
9. 自動車・関連品	自動車、オートバイ・スクーター、自転車、モーターボート、タイヤ、カーナビゲーションなど
10. 家庭用品	石油・ガス機器、寝具、インテリア、家具、仏具、台所用品、殺虫・防虫剤、芳香・消臭剤など
11. 趣味・スポーツ用品	趣味用品、ゲーム機・ソフト、音声・映像ソフト、園芸用品、ペットフード、パチンコ・パチスロ機、スポーツ用品など
12. 不動産・住宅設備	宅地・住宅など土地・建物、建材、トイレ・浴槽・厨房ユニット・太陽光発電・給湯システムなど住宅付属設備
13. 出版	新聞、雑誌、書籍、語学教材、他の刊行物
14. 情報・通信	コンピューター・関連品、コンピューターソフト、携帯電話機、携帯情報端末、電話サービス、通信サービス・インターネット、ウェブコンテンツ、オンラインショップ、オンラインゲーム、放送など
15. 流通・小売業	百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、通信販売、量販店、ショッピングセンター、他の小売店など
16. 金融・保険	銀行、証券、保険、消費者金融、クレジットカード、電子マネー、宝くじ、インターネットバンキングなど
17. 交通・レジャー	交通・旅行・宿泊、スポーツ・レジャー施設、公営レース、映画・コンサート・各種イベントなど
18. 外食・各種サービス	飲食業、宅配・引越便、美容、レンタル、人材派遣、求人・転職サービス、結婚情報、セキュリティサービス、法律相談、かつらなど
19. 官公庁・団体	官公庁、自治体、政党、外国官公庁、広告団体、諸団体など (単一業界の団体は各業種に分類)
20. 教育・医療サービス・宗教	学校、予備校・学習塾、各種学校、通信教育、医療機関、医療・介護サービス、シルバー施設、宗教など
21. 案内・その他	案内広告 (新聞・雑誌)、臨時もの、連合広告、企業グループなど

3. 折込 2,576 億円 (同 97.1%)

・経費高騰による販促予算の抑制や手法の見直し、および紙代の上昇に伴い、出稿量が減少し前年を下回った。

リアル消費への回帰を後押しする媒体として活用され、旅行やレジャー関連などのサービス業で需要が高まった。また、政府による住宅の省エネルギー支援制度の開始により、リフォーム関連が増加した。

業種別では、流通・小売における百貨店、ディスカウントストア、ドラッグストアなどが増加した。サービス業では、旅行、ホテル・式場が人流の回復により好調であった。前年に続き、買い取り業者も堅調に推移した。一方、通信販売、教育・教養は減少した。

4. DM (ダイレクト・メール) 3,103 億円 (同 91.8%)

新型コロナの5類感染症移行に伴う人流回復や対面営業の増加により、これまでDMで代替されていた在宅向けやBtoB営業目的の需要が減少した。また、印刷資材の高騰により、より効果的なDMを求める動きが活発化し、発送数などが絞られたことから、前年に比べて大きく減少した。

通信販売を中心とした流通・小売は、前年に続き堅調に推移した。また金融・保険は、生活の見通しの不透明さや、新型金融商品などへの期待から増加した。データマーケティングを活用したパーソナライズDMや、デジタル施策と連動したDMが多くみられた。

無宛名便DMは、折込広告の代替としての利用が進んだ。広告主からは単なる配布数量だけでなく、配布されたかどうかの裏付けなど配布品質への要求が高まった。

5. フリーペーパー※ 1,353 億円 (前年比 96.3%)

グルメ・飲食、住宅・不動産、病院・医院、求人情報、金融などの業種が回復したものの、依然として新型コロナや物価高の影響が続き、発行部数や発行頻度が減少した。

地域情報を主体としたフリーペーパーでは、発行地域での新規出店や地域イベント開催などの告知を目的とした広告出稿において回復の傾向がみられた。

※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。

6. POP 1,461 億円 (同 96.5%)

人流回復に伴い、リアル店舗でのコミュニケーション・ニーズが復調した。特に顧客体験を重視したエンターテインメント性の高い販売施策が増加した。一方、デジタルと

融合したPOP広告は都市部店舗や旗艦店などでの実証実験としての実施にとどまり、広告費は前年を下回った。

7. イベント・展示・映像ほか 3,845 億円 (同 128.7%)

イベント領域は、コロナ禍で開催中止や小規模開催していたイベントの再開、大規模化により、1,704 億円 (前年比 138.2%) と大きく伸長した。特にジャパンモビリティショー 2023 の開催が寄与した。

展示領域は、複合型商業施設やインバウンド需要の回復に伴い、テーマパークや企業PR施設といったエンターテインメント施設での新装・改装、催事が堅調に推移した。一方、百貨店は市場環境の変化、文化施設は公共投資の抑制などの影響を受け、減少した。

映像関連は、動画共有サービスの普及に伴い配信動画、商品サービス紹介など企業のマーケティングプロモーション活動におけるニーズが高く、制作需要は前年に続き高まった。

シネアド (シネマ・アドバタイジング) は、アニメ映画を中心に話題作も多く、映画業界が注目を集めたことから様々な業種で活用が進み、広告需要が高まった。

【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 1兆7,900 億円 (同 100.8%)

商業印刷市場のうち、ポスター・チラシ・パンフレットの印刷市場は、前年からの縮小傾向は変わらず、1兆600 億円 (同 99.5%) となった。印刷会社各社は原材料費 (用紙・インク・版など) の高騰に対する価格転嫁を実施したが、エネルギー関連コストの高騰に対応できず、減少となった。

○ポスティング市場 1,472 億円 (同 106.1%)

新型コロナの5類感染症移行に伴う人流回復があったものの、新聞折込の代替へのニーズや全戸配布などの需要が継続し、前年に引き続き増加した。官公庁・自治体関連の配布物や公告などの引き合いも堅調に推移した。主要都市圏を中心に住宅・不動産や食品宅配、グルメ・飲食などが増加した。

○DM制作関連市場 1,115 億円 (同 101.1%)

印刷資材の高騰により、制作関連費が増加した。また、効率的なDM活用のためのデータマーケティングやレスポンス測定のためのツールなど、企画制作費や運用作業費も増加した。

業界の動き

日印産連

GP 認定のグリーン基準を改正 「用紙」の総合評価を 80 以上に

日本印刷産業連合会のグリーンプリンティング（GP）認証制度はこのほど、印刷製品の GP 認定に係るグリーン基準の一部を改正した。

昨年 12 月 22 日、国及び国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）に基づきが環境負荷の低減に資する原材料、部品、製品及び役務の調達を総合的かつ計画的に推進するための基本的事項を定める基本方針（「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」）が閣議決定された。この中で、「塗工されていない印刷用紙、塗工されている印刷用紙」に関して、古紙パルプ配合率の最低保証の撤廃、管理木材パルプの重み付けの設定（古紙・森林認証材・間伐材等パルプとその他の持続可能性を目指したパルプの中間の評価）、管理木材パルプを含めた 5 種類のパルプのみ使用可、総合評価値を 70 以上から 80 以上への引き上げが行われた。

これを受けて、日印産連の「オフセット印刷サービス」グリーン基準及び「スクリーン印刷サービス」グリーン基準についてもグリーン購入法に準じた改定を行う。

「オフセット印刷サービス」グリーン基準における「用紙」の改定は次の通り。

	グリーン原則	グリーン基準
改定後	①再生循環資源を利用した用紙または省資源の用紙を使用している（ただし冊子状のものは表紙を除く）	<p><水準-1></p> <ul style="list-style-type: none"> ・古紙パルプ配合率、森林認証材パルプ配合率、間伐材等パルプ配合率、管理木材パルプ配合率、その他の持続可能性を目指した原料の調達方針に基づいて使用するパルプ配合率及び白色度又は塗工量を評価した総合評価値が 80 以上 <p><水準-2></p> <ul style="list-style-type: none"> ・水準-1 に該当しない非木材紙、間伐材紙、薄葉紙 <p>※用語の定義及び総合評価値の算出はグリーン購入法の「環境物品等の調達の推進に関する基本方針」の備考による。</p>

グリーンプリンティング認定制度：環境に配慮した印刷工場・事業所、印刷製品、印刷用資機材を認定する制度として、グリーンプリンティング（GP）認定制度を運営しています。

インキ工業会

物流の 2024 年問題対策へ協力要請 荷主の理解求める

インキ工業会は、日本印刷産業連合会を通じて印刷業界団体にも「物流の 2024 年問題」対策への理解と協力を呼び掛けている。物流は国民生活や経済活動を支える社会インフラだが、物流現場では担い手の不足が深刻化しており、労働環境の改善が急務となっている。このため、2024 年度からトラックドライバーへの時間外労働の上限規制等が適用されるなど働き方改革に向けた取り組みが進んでいるが、労働時間削減のための具体的な対応が適切に行われなかった場合には、輸送能力が不足する可能性が懸念されている。※「物流の 2024 年問題」

物流需要は荷主による受発注により発生するものであり、出荷・入荷の条件決定には荷主が大きく関わっている。また、貨物の積みおろしに伴う長時間の荷待ち時間や、契約にない付帯作業への対応等の慣行が、トラックドライバーの長時間労働など、労働環境の悪化の一因となっており、付帯作業を含めた「標準的な料金」の収受、荷積み・荷卸しに係る荷待ち時間の削減、共同輸送などの効率的な輸送の実現には、荷主の積極的な取り組みが重要となることから、印刷業界にも理解と協力を求めた。

メーカー・ベンダー

drupa2024 に出展 テーマは Change The Focus ホリゾン

ホリゾンインターナショナルは 5 月 28 日から 6 月 7 日まで、ドイツ・デュッセルドルフのメッセデュッセルドルフで開催される drupa2024 に出展する。同社のテーマは「Change The Focus」。

ブースは「SMART BOOK SOLUTIONS」「WORKFLOW AND NEW SYSTEMS」「WORKFLOW AND NEW SYSTEMS」「NEW FOCUSED SYSTEMS」「NEW CONVENTIONAL SYSTEMS」の 4 つのセクションに分け、プラウ折り無線綴じ製本システムやデジタル印刷向け中綴じシステム、ロボット投入無線綴じ製本システム、紙折機パレタイズシステムなどのソリューションを展示する。このほかに、ロータリーダイカットシステム（カードまとめ装置付き）なども紹介する。

ホリゾンブース Hall 6, Booth F21 1-3

メーカー・ベンダー

**「Creating A Future In Print ~ Tech x Irodori ~」
をテーマに drupa に出展
SCREEN GA**

SCREEN グラフィックソリューションズは、drupa2024に出展し、「Creating A Future In Print ~ Tech x Irodori ~」をテーマに、デジタル印刷機とオフセット印刷機が、より高い次元で融合する新たな印刷の未来を印刷会社と描き、印刷の未来を共に創造していくための提案を行う。

商業・出版印刷市場向けでは、高速連帳デジタル印刷機「Truepress JET 560HDX」の実機を展示。新開発のインクジェットヘッド機構と、オフセットコート紙に表面処理なしで印刷可能な高濃度インク「Truepress ink SC 2」を組み合わせ、より高精細な印刷品質を実現する。新構造の高効率ドライヤーユニットの搭載と最大 560mm の用紙幅への対応により、生産性を大幅に向上させた。さらに、「Truepress シリーズ」で蓄積した豊富な稼働実績の経験を継承・進化させた新たなオペレーションシステムを搭載。長年培ったデジタル製版のノウハウを基に、ハードウェアとソフトウェアを高い次元で融合させ、オペレーターが日々の印刷現場で直面する問題を解決する。その他にも、モノクロ出版物の印刷や DM の追い刷りに適したモノクロ高速連帳デジタル印刷機「Truepress JET 520HDmono」と高濃度な新インクの組み合わせによる、ライブデモを実施する。

新製品の「Truepress JET S320」の実機も展示し、小ロットのオンデマンドブックソリューション、バリエアブル DM ソリューション、在庫を極力削減するため必要なときに必要な部数だけを印刷する最適生産ソリューションなど、サステナブルな社会を実現する各種ソリューションを提案する。併せて、累計 2 万 5 千台を超える出荷実績を誇る「PlateRite シリーズ」の最新モデルである、8 ページサイズ CTP「PlateRite HD 8900N II」の実機を展示する。

SCREEN GA ブース：Hall 8A：A03

メーカー・ベンダー

**独自のデジタル技術で印刷会社の持続的成長を支援
drupa2024 に出展
コニカミノルタ**

コニカミノルタは "See the Potential in the Future of Print" をテーマに、drupa2024 に出展する。印刷に関わる人々に寄り添うことで培った独自の技術とノウハウを最大限に活用し、印刷会社の将来像を提案する。

【出展内容】

①次世代 B2 サイズ HS-UV インクジェット印刷機 AccurioJet 60000 (初出展)

2016 年の発売以来世界中で、各種印刷用紙や PVC プラスティックなど様々な印刷用途に使用されている AccurioJet (アキュリオジェット) KM-1/KM-1e の品質と機能をさらに強化した最上位機種 AccurioJet 60000 を初出展する。6,000 枚 / 時の高生産性と自動化・省力化を向上させたスループットの最大化に加え、HS-UV (High-definition, Single-pass UV) インク使用により、オフセット印刷に迫る高画質・艶感の再現性はそのままにハイレベルな色安定性を簡単操作で実現する。

②印刷・加飾・後加工の統合生産システム AlphaJET (MGI 社との共同出展)

パッケージ印刷では、印刷物にスポットニスによるレリーフ感や箔押しなどの加飾を施すことで高級感の演出や顧客の嗜好に合わせたニーズに対応しているが、これらの版の作成や各工程が多くの子会社や部署に分散しているため、余分な印刷の発生や時間の消費が課題となっている。

コニカミノルタのパートナーである MGI Digital Technology (仏) とともに提供する AlphaJET (アルファジェット) は、インクジェット印刷から加飾印刷や後加工も含めた一気通貫の生産システム。パッケージ印刷でデジタル化の妨げになっていた工程間の連携を一つのシステムに統合することで、工程時間の大幅な短縮、設置床面積や廃棄物の削減、クリーンな労働環境を実現する。今回の drupa で初めて動態でのフルシステム展示する。

③独自技術による印刷ワークフロー全体の効率化支援

コニカミノルタは、トナー方式のプロダクション機でデジタル印刷市場に参入して以来、顧客の印刷ワークフローに入り込みながら課題を把握し、その独自技術により解決することで高い評価を得てきた。独自のセンシング技術を応用した IQ-501 をはじめとする自動測色管理・自動検品機能を備えた品質最適化オプションやカラーマネジメントツールでは、習熟度や経験を必要としない印刷工程の大幅省力化と効率的な運用を実現している。

画像 IoT プラットフォーム FORXAI (フォーサイ) の技術応用では、印刷機の稼働状況可視化によるダウンタイムの削減や、AMR (Autonomous Mobile Robot) による印刷用紙の配送自動化システム、アーム型協働ロボットなどを展示し、工程省力化と印刷現場の安全・安心を提案する。

④幅広い用途に広がるインクジェットヘッド技術

コニカミノルタは、祖業のカメラとフィルム事業で培った精密加工技術とケミカルの技術を強みとしたインクジェットヘッドを自社のデジタル印刷機に使用するとともに、サイン用大判プリンターメーカーをはじめ多種多様な産業用プリンターメーカーにグローバルに提供していく。さらにハイギャップ印刷が可能で強みを生かし、今後成長が見込まれるダンボールや建材に加え、工業用途への応用を拡大していく。

ジャグラ

外国人雇用セミナー & TOP 印刷見学
第 67 年度会社見学会・懇親会
近畿地方協議会

2月2日、近畿地方協議会の幹事会と会社見学会が開催されました。今回は、外国人雇用に関するセミナー、TOP 印刷工場見学、TOP 印刷小幡社長が昨年立ち上げられた新事業見学、そして焼肉の名店「蔵」での懇親会と盛り沢山の半日となりました。

また、当日は、岡本ジャグラ会長、岸北海道印刷工業組合理事長にもご参加いただき、総勢 18 名の集まりとなりました。

(株)イデアル 佐藤 元

×

参加者は、13 時前に難波駅周辺で集合し、チャーターバスで一路 TOP 印刷へ、車内で幹事会が開催され、近畿地協総会が 6 月 8 日土曜日に、兵庫県支部 70 周年記念式典に合わせて開催されることが決定されました。

バスは、難波から 1 時間程度で TOP 印刷へ到着。会議室へ案内され、オセロ・フィナンシャルサービス社の綿貫氏、AHMED HASAN 氏によるバングラディッシュ人雇用についてのセミナーを受講後、TOP 印刷の工場見学を行いました。従来倉庫であった場所を改装し、PP 加工機を導入されたり、自動包装機が導入されたり、日々工場のアップデートを欠かさない攻めの経営姿勢に改めて感嘆いたしました。



カラフルな新事業

あっという間に予定の時間が経ち、参加者の興奮冷めやらぬまま、一同は再びバスに乗り込み、小幡社長の新事業であるアメリカンアンティーク雑貨を取り扱った「antiques.keys」へ向かいました。富田林市を流れる石川の近くにある大きなガレージを改装した店舗には、マニアの心をくすぐるアメリカンアンティーク雑貨が所狭しと並べられ、参加者を出迎えてくれました。

商品の選定、仕入れには、小幡社長のこだわりと熱意が、その販売にはインスタを活用した新しい手法が、高いレベルでマッチングされており、日々順調に販売を拡大されているとのことでした。熱気に包まれた参加者の財布の紐はもちろん緩み、たっぷりといい品をお買い上げされていました。

目を養った後はもちろん胃袋も、ということで、待ちに待った夕食会場へ、今回はバスツアーということでアルコールも OK の万全の体制で向かいました。焼肉「蔵」は期待通りの肉質とボリュームで一同大満足、あっという間に楽しい懇親会の時間が過ぎていきました。美味しいお肉とお酒でほろ酔い満腹の中、バスの揺れが心地よく、気が付けば集合場所の難波駅に戻っていました。

読者の皆様のご想像の通り飲み足りない参加者たちは、そそくさとミナミの街へ消えていきました。きっと今日見たこと、聞いたこと、すべて道頓堀に流していることでしょう。



小幡社長



岡本会長挨拶



外国人雇用セミナー



社内見学



新工場



みんな元気をもらいました



北海道 岸氏



懇親会締め



23年度新入会

- ① **株式会社文優社** (東京・文京支部)

代表者	土屋 将貴
所在地	東京都世田谷区中町 2-39-1
- ② **足立修平公認会計士事務所** (東京・文京支部)

代表者	足立 修平
所在地	埼玉県深谷市東方町 1-9-16
- ③ **株式会社ジェイエンタープライズ** (東京・文京支部)

代表者	スニッシュ パラケル
所在地	東京都世田谷区中町 2-39-1
- ④ **プリントネット株式会社** (鹿児島県支部)

代表者	小田原洋一
所在地	鹿児島県鹿児島市城南町 10 番 7 号
- ⑤ **株式会社望主アート** (京都府支部)

代表者	望主 清隆
所在地	京都市左京区静市野中町 197 番地
- ⑥ **藤原製本株式会社** (京都府支部)

代表者	藤原 智之
所在地	京都市西京区牛ヶ瀬新田狎泓町 6-1
- ⑦ **社会福祉法人一麦会 麦の郷印刷** (和歌山県支部)

代表者	岡崎 宏江
所在地	和歌山県和歌山市府中 1167-1
- ⑧ **キッショウ株式会社** (山口県支部)

代表者	吉岡 靖
所在地	山口県熊毛郡田布施町大字波野 1339-1
- ⑨ **嵐山デザインガレージ合同会社** (大阪府支部)

代表者	竹内 亨
所在地	京都市西京区桂御所町 26 番地 7

- ⑩ **大平紙器株式会社**

代表者	大平 純
所在地	四国中央市川之江町 804 番地
- ⑪ **株式会社東洋ビジネス** (広島県支部)

代表者	藤本 隆志
所在地	広島市南区東雲 2 丁目 14-38
- ⑫ **株式会社喜八屋** (東京・文京支部)

代表者	川上 辰夫
所在地	東京都武蔵野市吉祥寺南町 2 丁目 2-5
- ⑬ **有限会社協同新聞出版発送所** (東京・新宿支部)

代表者	林見 正
所在地	東京都中野区 弥生町 1-38-6
- ⑭ **有限会社パッシュ** (和歌山県支部)

代表者	西 祥文
所在地	和歌山県和歌山市湊 1833-3
- ⑮ **PXC 株式会社** (東京・文京支部)

代表者	菅野 健一
所在地	東京都台東区東上野 4-20-2
- ⑯ **株式会社サンエイ産業** (愛知県支部)

代表者	木村 吉伸
所在地	愛知県名古屋市区北杉村 1-12-14
- ⑰ **GoodPlock 合同会社** (東京・文京支部)

代表者	小島 希文
所在地	東京都渋谷区神南一丁目 14-1
- ⑱ **株式会社ケイジェンド・プロダクツ** (東京・港支部)

代表者	遠藤 一郎
所在地	東京都新宿区西新宿 7-22-39 興亜第 2 ビル 1F

退職のご挨拶

並木 清乃



3月20日で退職いたしました。入局は平成4年11月でしたのでおよそ31年間ジャグラにお世話になりました。

当時は軽印刷工業会からグラフィックサービス工業会へ名称変更するタイミングで、その後、DTP 教室やP マーク審査、ジャグラ BB、年賀状デザインコンテストなど今でも続く事業に係わることができました。

ジャグラで色々なことにチャレンジできたことが、自分の財産になったと感じています。

これまで学んだものを活かしながら、今後の人生に役立てて行きたいと思えます。

会員の皆様、今まで支えていただき本当にありがとうございました。

3月の事務局日誌

- 4日 業態進化委員会 MA 部会セミナー (Web)
- 5日 広報委員会 (Web 会議)
- 7日 日印産連労働安全衛生部会→田中専務
- 8日 作品展委員会
東京グラフィックス理事会→田中専務
P マーク現地調査 (大阪) →並木、今田
- 11日 日印産連知財部会 (印刷会館) →田中専務
- 12日 DTP 教室運営委員会 (Web 会議)
- 13日 P マーク審査会・個人情報保護委員会 (本部)
日印産連・ステコミ→田中専務
MIS 研究委員会 (Web 会議)
- 19日 業態進化委員会 (Web 会議)
SPACE-21 幹事会 (Web 会議)
- 21日 地域活性化委員会 (Web 会議)
- 22日 理事会 (ハイブリッド)
- 25日 ジャグラコンテスト委員会 (Web 会議)
- 27日 P マーク現地審査 (鹿児島) →長野

4月のスケジュール

- 4日 P マーク現地調査 (大阪) →今田、長野
- 5日 P マーク現地調査 (大阪) →今田、長野
広報委員会 (Web 会議)
- 10日 ジャグラ作品展第一次・第二次審査会 (本部)
- 12日 DTP 教室運営委員会文字組版セミナー (大阪) →長野
- 15日 P マーク現地調査 (秋田) →今田、長野
- 16日 P マーク現地調査 (秋田) →今田、長野
- 19日 SPACE-21 総会 (滋賀) →今田
DTP 教室運営委員会 (Web 会議)
- 23日 ジャグラ作品展最終審査会 (本部)
- 24日 生産性向上委員会 (Web 会議)
- 25日 P マーク審査会・個人情報保護委員会 (本部)
- 26日 正副会長会議 (Web 会議)

5月のスケジュール

- 9日 理事会 (本部)
会計監査 (本部)
- 10日 日印産連ステコミ→岡本会長、田中専務
- 16日 JP2024 開会式→岡本会長、田中専務
日印産連理事会→岡本会長
- 29日 東京グラフィックス総会 (教育会館) →岡本会長、田中専務

事・務・局・便・り

はじめまして。ご挨拶が遅れましたが、昨年9月より入局しました岩崎と申します。この半年間、電車で片道1時間半、千葉県南部より通っておりましたが、先日晴れて(?)憧れの都民になりました。10年ぶりの上京に心躍る毎日を過ごしております。北海道出身で前職は約10年、建設機械レンタルの営業事務として従事して参りました。プライベートでは二児の母として毎日奮闘しております。6月にはジャグラ文化典広島大会が開催されます。初めての文化典、修学旅行振りの広島で皆様とお会いできるのを楽しみにしております。(岩崎)

※「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』869号

- 発行日 令和6年4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)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
西谷 毅 東京・文京
松谷 勝広 東京・文京
笹井 靖夫 東京・文京
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 岩崎 琴美
以上、ジャグラ事務局

- ◎渉外 田中 良平 並木 清乃
- ◎広告 田中 良平
- ◎Web 阿部奈津子
- ◎動画 今田 豪

◎組版 (株)クリエイツ

DTP = Adobe 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 (有)西村謄写堂 (高知・高知支部)

RIP = FUJIFILM WORKFLOW xmf
CTP = Luxel T-6300 (自現:富士フィルム XP-1310R)
刷版 = FUJIFILM SURERIA XP-F
印刷機 = RYOBI 924D
インキ = 東洋インキ
用紙 = 三菱ニューV マットA判 57.5kg

Copyright 2024 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せん

RMGT-CSPI

ともに創る印刷の未来



グラフィックサービズ
GS No.869 2024.4

RMGT-CSPIが
SDGs達成をアシスト



印刷会社のSDGs達成のためのソリューションを提案、具現化するRMGT-CSPI。
各分野の企業が連携し、お客さまに寄り添いながら課題を解決・サポートします。

