

お知らせ

ジャグラ作品展、募集を開始!

ジャグラ作品展委員会

応募締切は本年**3月末日**必着です
平成29年1~12月までに完成した作品が対象です!

ジャグラ作品展委員会(岡澤誠委員長)は、今年も下記のとおり『ジャグラ作品展』を実施することにし、このほど募集を開始します。

×

ジャグラ作品展は、グラフィックサービス工業の技術力向上や、マーケットへのアピールを目的として開催するもので、昭和41年、ジャグラの前身である日本軽印刷工業会が社団法人を設立した年より開催されている歴史あるコンクールです。皆様のご応募をお待ちしています。

作品展の概要

1. 目的

この催しは、一般社団法人日本グラフィックサービス工業会が全国規模で実施するもので、応募のあった印刷作品の技術評価を通じ、業界の技術水準、さらに将来に向け切磋琢磨すべき技術課題等を探り、業界における技術向上意欲の高揚を図ることを目的とする。

2. 募集対象

平成29年1月から12月までに完成した作品

3. 募集期間

平成30年1月1日~3月末日

4. 審査

1) 第一次審査

- ①期 日:平成30年4月上旬
- ②審査員:弊社コンクール委員

2) 第二次審査

- ①期 日:平成30年4月上旬
- ②審査員:弊社コンクール委員、学識経験者

3) 第三次(最終)審査

- ①期 日:平成30年4月中旬
- ②審査員:経済産業省、厚生労働省、全国中小企業団体中央会、日本印刷産業連合会、日本印刷技術協会、日本印刷機材協議会、日本プリンティングアカデミー、業界紙各社、学識経験者、弊社コンクール委員長(以上、予定)

4) 審査方法

各審査委員が審査基準に基づいて採点したものを集計し、総合得点の得点数に応じて順位を決める。

5) 審査基準

- A. 文字組版:文字揃え、欠け文字の有無、可読性、組版ルールなど
- B. 図版:罫の処理、作図技術、貼り込みの曲がりなど
- C. 写真:調子再現、濃淡、むら、トリミングなど
- D. 色調:色むら、変・退色など
- E. デザイン:斬新性、造形性、調和、アイデア、配色など
- F. レイアウト:読みやすさ、版面の適否、図版と文字の配置、全体の調和など
- G. 印刷:刷りむら、用紙の適否、インキ発色、見当性など
- H. 装丁製本:造本体裁、開き具合、製本仕上げなど
- I. 開発開拓:アイデア性、新技法、オリジナル性、需要拡大性、新市場開拓、拡張印刷
- J. オンデマンド:デジタル処理特性
- K. インクジェット:インクジェット適性

6) その他

応募作品は右表に従い、委員会にて分類し、審査を行います。



左から昨年度 経済産業大臣賞の南一粒社&株式会社システムジャパン、厚生労働大臣賞の川越印刷株式会社 & 株式会社グッドクロス の作品

優秀作品への各賞

経済産業大臣賞(計二点)、経済産業省商務情報政策局長賞(計二点)、厚生労働大臣賞(計二点)、厚生労働省職業能力開発局長賞(計二点)、全国中小企業団体中央会会長賞(計四点)、そのほか、日本印刷産業連合会会長賞、日本印刷技術協会会長賞、日本印刷機材協議会会長賞、日本プリンティングアカデミー学校長賞、報道各社賞、ジャグラ会長賞ほか(以上、予定)

入賞の発表および表彰式

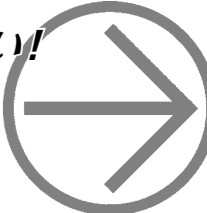
- 1) 入賞発表:機関誌『グラフィックサービス』に掲載
- 2) 表彰式
 - ①期日:平成30年6月2日(土)
 - ②場所:ホテル日航福岡

申込書には、**評価して欲しいポイントをわかりやすく書きましょう!**

作品の審査は3回行われ、公平かつ厳正な審査に努めています。ある審査員経験者から、「これまでの経験では、申込書に評価して欲しい点を記入している作品が、上位入賞を果たしている」とのアドバイスがありました。

申込書にアピールポイントが書ききれない場合は、別紙添付でも構いません。簡潔かつわかりやすく記入してください!

次ページの申込書でご応募ください!
ジャグラのホームページからもWORD形式の申込書がダウンロードできます
<https://www.jagra.or.jp>



応募作品の分類基準

出版印刷物部門	宣伝印刷物部門	業務用印刷物部門	開発開拓部門
【対象作品】 単行本、文芸書、教科書、学術参考書専門書、法規集、写真集、雑誌、ハンドブック、自費出版、定期刊行物、復刻版など	【対象作品】 カタログ類、ポスター、ダイレクトメール、リーフレット、チラシ、POP、パンフレット、カレンダー、PR誌、各種案内書など	【対象作品】 研究報告書、文集、記念誌、機関誌、便覧、手引書、名簿、会議資料、大会等資料、会報、年報、リスト、パーソナルユース(年賀状、レターヘッド、ハガキ、名刺など)など	【対象作品】 新商品、新機器・新手法・新技法による作品、販促成功例、活路開拓・需要拡大商品、未来ビジネスへの足掛かり商品、自社企画による印刷物、印刷物以外の商品、間接的に生産された印刷物、ソフト・サービスCD-ROM等のマルチメディア
いわゆる出版物と言われる印刷物	宣伝の要素の強い印刷物で、主としてカラー印刷物や凝った印刷物	斯業が主流としてきた印刷物。また商業印刷物のうち、モノクロ印刷物も含む	拡印刷を目指す技術・商品の開発・新技術の開発、営業要素が強い作品(全工程外注の作品)・サービスなど