

あいちの印刷

4

2007.4
No.425



もくじ

巻頭言「私の危惧」	
副理事長 高井昭弘	3
「印刷校正記号」が改正	4
中部地区印刷協議会 平成18年度下期会議	
「第3ステージ『新創業』」解説	5
身近な催し物のお知らせ	8
愛印工組セミナー2 講座を開講	8
井上計氏を偲び、語る会	9
全日本印刷工業組合連合会	
平成18年度「印刷業経営動向実態調査」	10
東洋インキの	
ユニバーサルデザインへの取り組み	11
「第1回支部対抗ゴルフ大会」	
お知らせ/事務局だより	12

「私の危惧」

副理事長 高井 昭弘

印刷業界もデジタル化等の技術革新を経て、現在は世代交代や勝者敗者の格差化の時代を迎えてきているように思います。

今のまま推移した場合、厳しい見方になりますが、特に首都圏の印刷会社は、将来的に半分以下になる可能性もあるのではないのでしょうか。というのも首都圏の会社は、あまりにも分業化され部品を作るだけになっていると感じるからです。クライアントから受注後、企画提案からスタートし、各工程を経て完成品になるまで分業化され、前後工程が満足なやり取りもせず、余分なリスクもコストも抱え込んでいます。こうして部品を作るようにして完成した製品は、高品質も低コストも望めず、従って信頼性がなく、顧客満足も得られません。

今伸びている会社は、クライアントのニーズを読み、企画提案を行い、DTP処理やデータの作成をし、製品を作り、加工も含めたアッセンブル業務をし、発送の最終段階までの一貫体制

を構築し、総合的な品質保証まできっちり責任を持って行っている会社のように思います。そして各工程の原価を把握して、改善活動も行い、利益管理ができていない会社ではないかと思いません。

印刷会社の経営者は、本当に工程原価が分かっていますか、利益管理をしていますか、営業に本当の営業の仕事を教えていますか。過当な競争で落札したとしても、それは本当に勝ったのですか。

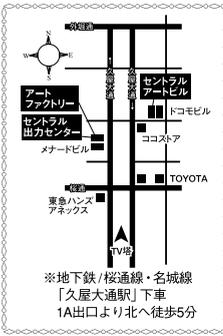
業界体質として、売上げにしか、印刷にしか目が向かない、しかも大まかな井勘定では、「正しい取引」「利益の上がる経営」が難しいと感じます。近い将来、経営的にも厳しくなると私は危惧しています。

社員とその家族、仲間であるお取引先様が、皆明るく豊かでなければ、業界の発展はないと思います。首都圏の心配が愛知県では起こらないように願っています。



東海地区最大級!!
画材・額縁
絵画・ギャラリー

セントラル画材株式会社
名古屋市中区丸の内3丁目18-12 大興ビル2階
TEL: 052-953-8628 Fax: 052-951-2641
DTP出力・大型カラー出力(ポスター・屋外対応プリント他)



※地下鉄/桜通線・名城線
「久屋大通駅」下車
1A出口より北へ徒歩5分



必ず貴方の仕事の力になります



CENTRAL GROUP

- (株)セントラルグラフィックセンター/営業部
名古屋市中区丸の内3丁目18-12 大興ビル3階
Tel: 052-953-8737 Fax: 052-951-8993
- (株)セントラル画材(株)/企画営業部
名古屋市中区丸の内3丁目18-12 大興ビル3階
Tel: 052-953-8737 Fax: 052-951-8993
- セントラル フレームセンター
名古屋市中区丸の内3丁目18-12 大興ビル3階
Tel: 052-950-6566 Fax: 052-950-6513
額縁・松筒コレクション・フレーム・額縁販売
- セントラル アートギャラリー
名古屋市中区丸の内3丁目18-12 大興ビル4階
Tel: 052-950-6566 Fax: 052-950-6516

「印刷校正記号」が改正

(社)日本印刷産業連合会 一覧表を作成し普及へ

「印刷校正記号」は、「JIS Z 8208-1965」で規定されていましたが、これは活字組版時代に制定された規格です。この第一次規格から既に40年以上の年月が経過し、内容自体もコンピュータ組版に対応させた見直しが必要となってきました。そこで今年1月JIS改正が行われ、今回の「JIS Z 8208:2007」が制定されました。

この改正に併せ(社)日印産連では、改正「印刷校正記号」を普及させるため、校正記号と使用例を再編集した「JIS Z 8208:2007改正 印刷校正記号一覧」を作成しました(写真参照)。

改正されました「印刷校正記号」の一部を紹介します。記号を書き込むための引き出し線などについて次のように規定しています。

* 校正刷りへの修正及び出力見本への組版指定の指示の記入は、赤字を使用する。但し、補助的な指示を記入する場合、または、修正が紛らわしい場合には赤字以外を使用してもよい。

* 引き出し線は、原則として校正が終わった方向に引き出す。

* 引き出し線は、同一行中にある修正箇所の前後にくる対象の文字・記号(校正または出力見本に印刷されている文字・記号)に掛けた方がよい。

The table lists various correction symbols used in printing, such as 'A' for correction, 'B' for deletion, and 'C' for insertion. It includes columns for the symbol, its name, and examples of how to use it on a document. The table is organized into several sections, including '1. 校正記号の分類' and '2. 校正記号の使用例'.

* 引き出し線は、別の引き出し線と交差させない方がよい。

* 指示の文字・記号及びその他の指示は、対象の文字・記号の上には書かない方がよい。

日印産連発行の「印刷校正記号一覧」は、JISに示されている校正記号とその使用例を再編集し、A3サイズを二つ折りにし、A4サイズ4頁(2色刷り)にしたもの。

日印産連では、この「印刷校正記号一覧」を1セット(100部)5,000円(消費税込み、送料別)で販売している。申し込みはセット単位。

問合せ=(社)日本印刷産業連合会/東京都中央区新富1-16-8日本印刷会館内 TEL03(3553)6051

「第3ステージ『新創業』」解説

木野瀬 吉孝 全印工連業態変革推進企画室委員



業態変革第3ステージ「新創業」の説明をする
全印工連業態変革推進企画室
木野瀬吉孝委員

2月21日(火)12時15分より、平成18年度下期の中部地区印刷協議会が名古屋市のキャッスルプラザにおいて開かれました。全体会議・前半では、全印工連の武石三平専務理事が印刷校正記号の変更と、生命共済制度の内容変更を説明したほか、IGAS2007「印刷コラボレーション展」への出展を呼びかけました。次いで、木野瀬吉孝業態変革推進企画室委員が「全印工連業態変革推進プラン第3ステージ『新創業』」を解説しました。その後、分科会が開かれ、全体会議・後半で理事長会と5委員会からの報告が行われました。なお、次回の平成19年度上期会議は6月22日(金)・23日(土)の両日、岐阜県工組の担当で高山グリーンホテルにおいて開かれます。

第3ステージは 経営者のアクションプラン

第3ステージ「新創業」の目標の一つは「起業家精神を取り戻す」ということです。本当に起業家の精神を経営者がもっているのか、第3ステージはあくまでも経営者のアクションプランだと私は思っています。ですから、「5Doors」をそのまま社員の皆さんにやっていただいても、あまり意味を成さないケースがあります。そういうことを踏まえた上で、「起業家精神を取り戻す」と取って代わっていただきます。

二つ目の目的は「事業領域を再定義し、更に顧客の役に立つ」ということです。そのためには、「自社の業態を変える必要がある」と提唱させていただいておりましたが、その際の「事業領域」、「ドメイン」を再定義する必要があります。皆さんは「2010年の我が社の姿」を考えていますか。「2010年の我が社のお客様は誰ですか」「誰にどんな商品・サービスを提供していますか」この問いかけにパッと答えられる人がいれば、その人は「新創業」というテーマは半分クリアしています。私どもの会社は、いま真剣に模索していますが、そのドメインは何だろうと考えています。いくつもの事業を想定して、常に壁にぶつかっていますが、そういうことが絶えず「起業家精神」を呼び起こしてくれると信じています。これを行っていくのが「第3ステージ」「5Doors」の目的であります。

デジタル化の進展でプロである印刷会社とアマチュアとの境界はどんどん低くなってきました。印刷物をつくる仕事も価値の低い作業、競争になりやすい作業になっています。本当に求められているのは、必要な機能やサービスを備えた優れた印刷物であって、印刷物だけだったら、そのスパイラルは以前と全然変わらないと思います。お客様が本当に要求しているのは、広報・販促などの印刷物の使用効果を含むトータルなソリューション提案なんです。別に印刷物だけだったら、どこの印刷会社に頼んでも、ある程度の規格がしっかりしていれば、それは済みます。でも、お客様が欲しているのは、その先の結果を生み出すために印刷物を使いたいということなんです。

顧客企業は自社の事業を支援してもらう目的で外部の専門家にソフトとかサービスを強く要求するようになってまいりました。それと同時に印刷会社に対して、高品質な印刷物の制作は当たり前で、プラスアルファとして、コンテンツ管理、販促、消費者の発送代行、付帯サービスが要求されます。これを避けるということは、我々の利益の基を捨て去ることになると思うんです。事業領域を広げるといっても、間口をやたらと広げればいいというものではありません。2010年に、我が社は誰に、どんな商品・サービスを提供して利益を出しているか、それを特定しないまま、「これが儲かりそうだ」「あれが儲かりそうだ」とやっていたのでは、本当のサービスには繋がりません。

プロフェッショナル新潮流 デジタル化によるスキルレス時代の到来

プリンターの生産性と低コスト

- A4フルカラーを最大51枚(A4)/分**
A4フルカラーが最大51枚/分という大きな生産力で、迅速な検版作業をサポート。またショートラン印刷にも対応できます。
- 多用途紙対応**
近似した再現性と多彩な用紙での出力
画像・文字再現に忠実なカラーブルーフが安価に出力できます。そして色校正での出力回数を減らし、一層のコストダウンをはかります。
- A3 Wide**
A4トンボ付を2面付の出力サイズ
印刷における実用面を考慮した、A4トンボ付を2面付で出力できる実用性が、出力時間やペーパーの節約に役立ちます。

プリンターの実用性と再現力

- 重合法トナー**
高い画像・文字品質を実現
一層広い色域を有するトナーの開発。また重合法トナーの技術により均一粒状を実現し、ハイエンドDDCPIに匹敵する再現品質が得られます。



Pagemaster Pro
ハイクオリティカラーレーザーブルーフ

本社：〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台3-2 TEL.03-5297-5602(代)
 名古屋支店：〒460-0008 名古屋市中区栄2-9-15 三井住友海上名古屋しらかわビル10F TEL.052-231-6277(代)

コニカミノルタ グラフィックイメージング株式会社

ワンストップサービスは、 「更にお客様の役に立つ」こと

新創業では「ワンストップサービス」を提唱していますが、「ワンストップサービス」は、一人歩きすると、「コンビニか」という感じで、それこそ「間口を広げて何でもすればいいのか」となってしまいます。ここで言う「ワンストップサービス」の目的は、あくまでも「更に、お客様の役に立つ」ということです。お客様は、煩わしく面倒で無駄な時間をどうやって使わずに済むかということで悩んでいます。そういうお客様にとっての無駄を印刷会社が省いて差し上げます。お客様から「あなたの会社に頼めば大丈夫だね」と信頼されれば、無駄な時間を解消してあげられます。それが今度は我々の利益に繋がってきます。

「B to B」という言葉があります。要するに、「会社」対「会社」、「会社」対「お店」、この関係を印刷会社はどんどん築いてきました。でも、その「会社」の先にあるお客様「コンシューマー」、「C」ですね。「B to B」の先にある「C」に対する意識は薄かったのではないのでしょうか。そこを考えて、サービスを提供すると、「ワンストップサービス」の世界が広がっていくんです。いままで、お客様にもものすごく不便をかせせていました。我々は言葉では「マーケティング」と言っても、それを本当にお客様に提供していたのでしょうか。

ここで改めて、印刷業界における「ワンストップサービス」の訳をさせていただきます。それは「印刷物に付帯するすべてのソリューションを一箇所でトータルに提供すること」です。これは力のある中堅企業以上の印刷会社だけが行うものではありません。実際に企業規模に関係なく、中小を含むすべての印刷業に当てはまります。「印刷会社は独自性をもつことが大切だ」と言われていますが、ニッチな部分を育てたり、その道ではオンリーワンの会社にならなければならない必要性は出てきます。ですから、奥行きを深め、それによって、ただ単に間口を広げるのではない「ワンストップサービス」の提供の仕方もあるわけです。それも理解していただきたいと思います。規模の大きな総合印刷会社が行えるのが「ワンストップサービス」という考え方は間違いないので、やめていただきたいと思います。

第2ステージにおける「7Keys」に習って、第3ステージは「5Doors」をつくりました。名称のきっかけは「Key」を手に入れたら、それを使って「Door」の鍵を開けなくてはいかんだろうという単純な発想です。扉をどうやって開けるのか、そういうことが「5Doors」には示されています。

「新創業」 6つのポイント

冒頭に申し上げたように、「5Doors」は経営者のためのアクションプランです。経営者・経営陣に考えて欲しいこと、その覚悟を問うたのが「5Doors」です。将来のDoorは五つに分かれています。第1のDoorは「お客様のことを真剣に考える企業体質」です。第2のDoorは「社会の大変化の認識と対応」です。第3のDoorは「より競争力を高める発想」です。第4のDoorは「独自性を発揮できる武器」です。第5のDoorは「新創業への戦略」。扉は、この五つに分かれています。

「新創業」に向かうためには、第1に「経営意識と舵取り」が出発点になります。第2に「本気で人づくりをすること」が重要になってきます。つまり、自分の会社は、どんな人材をお客様に提供できるようになっているのかということで、社員教育・人材教育に本気で力を注ぐことが要求されます。

第3は「社会の大変化の意識をもつこと」。ITの進展に対する対応や、利用方法、技術の革新を社会変化の要素に捉えて、自社のビジネスモデルにいかに取り込み、活かすかという観点です。要するに、ビジネスに繋がっていないと、知識をもっているだけでは何の役にも立たないわけです。ITはとかく「利益にならないもの」と言われています。しかし、果たして、そうなのでしょうか。お客様が求めているのは商品が売れることだったら、それは印刷物プラスWebが必要ならその分野でも我々は提供する責任があります。「あっ、それはちょっとできません」「印刷物だけ下さい」と言っていたら、Web業者に印刷物も取られるだけです。提供できるビジネスモデルをどう構築していけるかです。

第4は「顧客志向の企業力」です。お客様が何を求めているのか、代行業務とか、いろいろなことを求めています。無駄な時間を省くには、何を戦略として持っていなければならないのかということです。

第5は「競合を避ける営業戦術」。自社のオンリーワンをお客様に提供することによって、競合を避けます。第6は「強い品目づくり」です。独自性を発揮する印刷技術や印刷サービスを確立します。

ワンストップサービスへの 取り組みと留意点

次に、「ワンストップサービス」に向けて、どのような取り組みが必要なのかを説明させていただきます。まず第1に「ビジネス対象の調査」です。似通ったようなビジネス分野あるいは隣接するビジネス分野を調査します。それと同時に、その分野で先行している競合相手があるのかどうか、要するに、敵を知らないで、ただ闇雲に動いてもしょうがないわけです。自社の企業規模と経営資源、地域特性、市場、客層、顧客の業種、競争相手との力関係など、すべての条件を踏まえて、オンリーワンになる気構えで調査・分析することです。

第2は「ビジネスモデルの検討」です。対象の調査が済んだら、競合する恐れのない分野、自社の特性を発揮できる分野を選び出して、自社の事業として置き換えられるかどうかを判断します。自社だけでは、何もできないわけですから、パートナー企業のノウハウなども判断の基準になります。

第3が「営業開拓」。当たり前のことですが、自社の製品に関心のあるお客様を見つけます。これは、必ず必要になってきます。

この時に、次の3点に留意していただきたいのです。一つは従来の顧客層でいいのかということ。要するに、せっかく武器をもったとしても、お客様が必要としていなかったり、あまり必要性がないのに、ガンガン攻め立ててもそれは何の役にも立たないということです。

それを踏まえて、第2に「新たな顧客層を開拓する」ということです。あるいは、従来のお客様は本当は知らないんじゃないか。武器を使えば、お客様はもっともっと利益を上げる体質に変わることができるんじゃないかということを見定めて我々は行動する必要があります。経験を積み、「ワンストップサービス」のノウハウがわかってきた時点で、もし見込んだ業態が難しいようだったら、柔軟に軌道修正する姿勢も大事だと思います。

三つ目は「顧客の維持」です。小さな提案であっ

ても身近なところから少しずつ提案して仕事の幅を広げるといのが顧客を維持する秘訣ですが、開拓するのと顧客を維持するのと、どちらが時間とお金がかかるかと、いままでのお客様を守った方が圧倒的にお金も時間もかからないんです。それだけに頼るのではなく、新たな顧客を開拓しながら、従来の顧客をなくさない工夫をもっとしていくわけです。

やれるところから始める 自社の業態は必ず変革

最近、私は「Web2.0的なもの」という言葉を使います。「Google」に代表されるように、昔は有料だったものが無料で配信されて、それに末端のユーザーが飛びついて使っているうちに、それ自体が広告媒体になったりします。そして、それが更に発展していく。それを狙った「ミクシィ」が上場できるという状況にすらなっています。こういった分野も私たちは、お客様に効率的な販促ツールを提供するために研究し続けなければなりません。お客様の求めに応じて、ソフトを制作して利便性に貢献することも必要になってきます。「ソフト制作業」と言うのが難しいですが、コラボレーションできる相手さえ見つければ、そんなに難しいことではありません。

こういう動きに関して、「儲からない」という声を聞きます。それは自社で取り組み過ぎた企業が儲からないんであって、外注できる企業は確実に儲かります。なぜかという、原価がわかっているからです。原価をわからなくするから、儲からないんであって、わかれば、すべて対処できます。そして、それが利益の元になるのです。

私たち業態変革推進企画室は第3ステージまで提案しました。第3ステージに取り組んで、難しいと感じたら、第2ステージに戻っていただきます。第2ステージが難しいと思ったら、第1ステージに戻って下さい。今回の冊子は第1ステージから第3ステージまですべて網羅してあります。そして、誰もが業態変革を実践できるように作成してあります。原点に戻っていただければ、必ず答えは出ると思いますし、最終的には経営者の意識・経営のありようを問いかけています。やれるところから始め、必ずやり遂げて下さい。一つ一つテーマを決め、やり続けていけば、自社の業態は必ず変革していきます。

身近な催し物のお知らせ（愛印工組関係）

開催日時	事業・行事、場所、備考
4月13日(金) 15:30~	事業・行事 愛知県印刷工業組合4月期理事会 場所 愛知県印刷会館 3階 会議室 備考
5月7日(月) 19:00 ~20:30 (予定)	事業・行事 印刷寺子屋 (愛印工組 経営革新委員会 勉強会) 場所 愛知県印刷会館 3階 会議室 ・講師：高井昭弘氏(愛印工組 副理事長) ・定員20名 ・テーマ：「私の目指す利益のあがる経営」 ・参加費無料 ・問い合わせ、申込みは事務局まで
5月18日(金) 16:00~	事業・行事 平成19年度 通常総代会 場所 名古屋観光ホテル 2階 曙の間 5月期理事会(15:00~) 総代会(16:00~)
6月4日(月) 19:00 ~20:30	事業・行事 印刷寺子屋 (愛印工組 経営革新委員会 勉強会) 場所 愛知県印刷会館 3階 会議室 ・講師：東條秀樹氏(北東工業㈱社長) ・定員20名 ・テーマ：「私の経営」・参加費無料 ・問い合わせ、申込みは事務局まで
7月13日(金) ~14日(土)	事業・行事 見学会(愛印工組 経営革新委員会) 場所 ・リョービ㈱広島東工場 ・㈱アスコ(いづれも広島県福山市) 参加費、定員等の詳細は調整中。 参加の予約は受付いたしません。
8月6日(月) 19:00 ~20:30 (予定)	事業・行事 印刷寺子屋 (愛印工組 経営革新委員会 勉強会) 場所 愛知県印刷会館 3階 会議室 ・講師：桜井隆太氏(㈱桜井グラフィックシステムズ代表取締役社長) ・定員20名 ・テーマ：未定 ・参加費無料 ・問い合わせ、申込みは事務局まで

身近な催し物のお知らせ（関連）

開催日時	事業・行事、場所、備考
5月16日(水) 17:00~	事業・行事 GC中部 第42回 通常総会 場所 キャッスルプラザ 備考
5月25日(金)	事業・行事 第55回 GCJ東京大会 場所 横浜シンボリア ・大会記念講演会 講師 広村俊悟氏 凸版印刷㈱広報本部長 ・大会式典 表彰式

愛印工組セミナー 2 講座を開講

経営革新委員会・マーケティング委員会共催セミナー
選択を間違えないIPOD基礎知識

2月22日午後1時より、榊光文堂3階・会議室において、「選択を間違えないためのPOD(プリントオンデマンド)基礎知識」をテーマにセミナーが開講されました。このセミナーは愛印工組の経営革新委員会とマーケティング委員会の共催、全印工連業態変革推進企画室の後援で行われ、約90名が聴講しました。

当日は、まず最初に全印工連業態変革推進企画室の木野瀬吉孝委員(愛印工組副理事長)による、「第2のデジタル革命への期待」を演題に基調講演が行われました。引き続き、「あなたの隣の身近なPOD成功事例『小ロットカラー印刷とカラープルーフでオフ機と共存』」をテーマにパネルディスカッションが開かれました。モデレーターは㈱パリューマシーニンターナショナルの河嶋弘司氏が務め、パネリストは榊光文堂クロスメディアソリューション開発本部の嶋田昌宏氏、富士フィルムグラフィックシステムズ㈱の宇田謙二氏、コニカミノルタビジネスソリューション㈱の亀田雅彦氏、㈱沖データの小宮壮一郎氏が務めました。

続いて、㈱パリューマシーニンターナショナルの宮本泰夫氏による講演、「貴社に最適なPODシステムの選択のために」が行われました。

マーケティング委員会・青年会共催セミナー
プロデューサーのためのプロジェクト管理術

3月17日(土)午後1時30分より、デザインセンタービル(ナディアパーク)6階・デザイン工房室において、マーケティング委員会と青年会共催のセミナーが32名の出席を得て開講されました。テーマは「プロデューサーのためのプロジェクト管理術～企画成功のために、プロデューサーの果たすべき役割とは～」。講師は㈱ビジネスコミュニケーション研究所の田中伸一代表が務めました。

田中講師はプロデューサーがコントロールすべきものとして「クオリティ」「コスト」「デリバリー」の3つの要素の関係を説明し、また求められる能力として、「キャスティング力」「セッティング力」「ネットワーク力」「クリエイティブ力」「マネジメント力」「ビジネス感覚」「リスク管理能力」の7つを挙げました。次いで、具体的な作業の洗い出しと構造化の手法「WBS(ワーク・ブレイクダウン・ストラクチャー)」を説明。更に、「印刷会社がこれからやるべきことは、印刷物の制作だけではありません。顧客のプロジェクトをお手伝いする必要があります。その手立てが自社になれば、当面は外部を利用し、やがてはそれを内製化していけば、収益を上げられるようになります。そのようにして、社内の知恵にしていくことにより、競争力の強い印刷会社に変貌していきます。顧客満足と自社の満足を両立させるためには、より複雑な顧客のテーマに印刷会社が関れるようなスキルを身につけることは不可欠になります。厳しいですが、少しでもできるようになれば、いままで見逃していた仕事が見えるようになって受けられるようになり、顧客から声がかかるはず。仕事はWBSを念頭に置き、それで洗い出しを行っていただきたいと思います」。



円内は発起人代表の西川愛印工組顧問

円内は経過報告を行った大河内発起人

料亭「川由」に、23名の皆さんが出席

去る1月6日に永眠された井上計氏を偲ぶ「井上計氏を偲び、語る会」が、4月19日午後5時より東区の料亭「川由」において開催されました。当日は、井上計氏にゆかりの深かった23名の方々が出席、在りし日の温情を思い浮かべ、その人柄を偲び、懇談を行いました。

会は、原勝彦氏の司会で始まり、発起人代表の西川一男愛印工組顧問が、「本日、井上さんとご縁の深かった皆さんにお集まりいただきました。井上さんの思い出にひたりながら、ご歓談いただければ幸いです」と挨拶。黙祷の後、発起人を代表して大河内信行氏が経過報告を行い、次いで、飯島昇氏が献杯の音頭を取り、懇談に入りました。

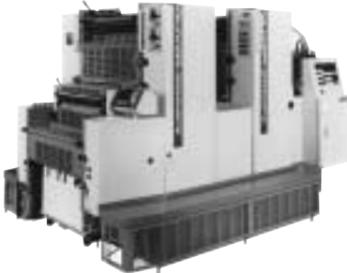
懇談では、選挙での苦労話や3期18年にわたる国会駐在員としての活躍など、井上氏の思いで話に華が咲きました。話が尽きない中、岩田宗雄氏の中締めで終了しました。

<出席された方々>

西川一男(西川コミュニケーションズ㈱)、大河内信行(大信印刷㈱)、岩田宗雄(日大印刷㈱)、飯島昇(飯島製本㈱)、石川一美(㈱名古屋ニッポンプロセス)、原勝彦(原啓印刷㈱)、高井昭弘(半田中央印刷㈱)、水野清男(ミツワ印刷㈱)、酒井弘道(㈱西三印刷所)、岩田玄知(中日本印刷㈱)、前崎弘光(昭和印刷㈱)、酒井清満(サカイ印刷㈱)、水谷鎧治(三起印刷㈱)、牧野好弘(中部機械刃物㈱)、小澤久隼(榊光文堂)、杉谷常巳(ユタカ印刷㈱)、三浦康彦(㈱エムアイシーグループ)、山尾隆(ヒサゴ㈱)、橋本治郎(㈱橋本紙器製作所)、森川義美(㈱モリカワ)、大鹿洪司(㈱大鹿印刷所)、森澤嘉昭(㈱モリサワ)、大河内正雄。

= 敬称略・順不同 =

NEW サクラのベストセラーであるオリバー258EP II の実績をベースに開発されたかつてない省スペースタイプの菊半裁2色両面兼用機 **オリバー266EPZ登場!**



開発コンセプト

コンセプト1 省スペース
従来の菊半裁2色両面兼用機と比較して全長で約18%省スペース化(当社比)

コンセプト2 低価格志向
オリバー258EP とフレームの共用化をやり、品質を落とさずコストの低減を実現

コンセプト3 A4サイズの印刷
菊半裁機でありながら、A4(297×210mm)の印刷まで可能

コンセプト4 高度な省力化装備を標準搭載
低価格志向のもとに一般的にオプション扱いとなる装備を標準搭載

主な標準装備
自動刷版交換装置 全自動反転切替装置 連続給水装置
分割プレート自盛り管理機構 対話型POD画面 コッキング装置
版見当リモコン装置

Sakura 株式会社 桜井グラフィックシステムズ

本社 東京都江東区福住2-2-9 〒135-0032
TEL.(03)3643-1131(代) FAX.(03)3643-1138

名古屋営業所 名古屋市中区上堀越町2-9-1 〒451-0084
TEL.(052)524-5541(代) FAX.(052)524-5545

全日本印刷工業組合連合会

平成18年度「印刷業経営動向実態調査」

純売上高、加工高
(1人当たり)ともに減少

年間労働日数は258日に

全日本印刷工業組合連合会(浅野健会長)が毎年実施しています「印刷業経営動向実態調査」から、その概要を報告します。

調査では、1人当たりの純売上高・加工高・営業利益率・経常利益率とも前年調査に比べてマイナスとなり、印刷業界の経営環境の厳しさを表わしています。調査実施は、平成18年7月時点(平成17年直近決算期分)。全国のモニター企業1,549社の内460社から調査票の集計を受けて集計したものです。回答企業の平均人員は60.7人。

売上高構成比を見ます。

1人平均の純売上高は1,850.4万円(前年比2.0%減)、加工高は880.6万円(前年比3.0%減)、純加工高は778.2万円(前年比2.9%減)となっています。いずれも昨年度の調査では、回復の兆しを見せていましたが、再び減少に転じています。加工高比率は47.6%、準加工高比率は42.1%、わずかに材料費が伸び、外注加工費が減少しました。その他では大きな変動は見られません。

売上高の分野別構成比を見ます。「事務用印刷」「印刷以外」が上昇、「出版印刷」「証券印刷」

年度	事務用印刷	印刷以外	出版印刷	証券印刷	加工高	純加工高	加工高比率	純加工高比率
17	16.1	61.8	18.79	1.4	9.14	2.2	18.7	
18	17.1	60.7	18.30	2.8	8.96	2.3	17.9	

年度	機械装置額	人件費	前年比	加工高	営業利益率	経常利益率	年間労働日数
17	2,297	5,062	1.9	55.7	35.29	2.3	3.3
18	2,381	4,890	2.2	55.0	35.52	3.7	2.7

「包装(パッケージ)印刷」はやや減少。その他、「商業」「特殊」「ソフト・サービス」はほぼ横ばいの状態となっています。

次に、経営諸数値を見ます。

機械装置額が8.0%上昇しているのに対し、人件費(1人平均)は489.9万円と3.2%減少。平成6年以来の500万円割れとなっています。加工高対人件比率は前年とほぼ同じ55.6%です。

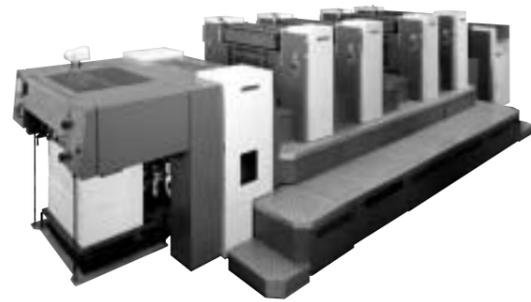
営業員売上高(1人平均)は3.7%上昇していますが、営業利益率は2.7%、経常利益率は3.0%となり、それぞれ前年比0.6ポイント、0.5ポイント減少しています。

自己資本比率は37.5%と昨年度とほぼ同水準を維持して、6年連続の上昇となっています。

年間労働日数が258日に減少したのに伴い、年間所定労働時間も減少し、2,000時間を割り込んでいます。年間所定外労働時間はわずかに増えて、3年連続の増加となっています。

就業人員に占めるパート・嘱託の割合は10.1%で、ここ数年10%前後で落ち着いています。

これが、魅せるマシン。性能ぐんぐん進化。魅力ますます真価。



SHINOHARA
75VIHP

篠原商事株式会社 株式会社篠原鐵五所

本社 〒420-0813 静岡県長沼596番地
TEL(054)261-2141 FAX(054)262-6279

名古屋営業所 〒454-0985 名古屋市中川区春田3-147
TEL(052)302-5651 FAX(052)302-5654

最新の情報は <http://www.shinohara.com> に掲載しています。



東洋インキのユニバーサルデザインへの取り組み

東洋インキ製造機中部支社
名古屋市東区徳川1-901 サンエース徳川ビル
TEL 052(979)7451 FAX 052(979)7455

ユニバーサルデザイン(UD)・コンセプトデザインや印刷などの視覚メディア業界をはじめ、あらゆる産業分野が「ユニバーサルデザイン」対応にチャレンジしています。その中で、私たち東洋インキは、UD実現に最適なソリューション(解決策)を提供していくことで、誰もが快適に暮らせる社会の実現をお手伝いしていこうと考えています。

東洋インキが提供するUDソリューションは「カラーテクノロジー(色彩技術)」です。東洋インキがこれまで培ってきたデジタル色彩技術を駆使して、高齢者や色覚障害を持つ人々に配慮したカラーデザインの実現をサポートしていきます。

カラーテクノロジーによるユニバーサルデザインへのアプローチ。それが東洋インキの新しいユニバーサルデザイン・コンセプト『UDing』です。

ColorFinder for UD

ColorFinder for UD(CFUD)ソフトウェアは、色覚障害を考慮したデザインをする際に、どのように配色したらよいかを、あらかじめ確認しながら作業を行うことができるカラーパレットソフトウェアです。

CFUDソフトウェアには、基本のカラーライブラリとしてTOYO Inkの色見本帳ColorFinder 1050の全色をカラーパレットとして表示することができます。このカラーパレットの中から使いたい色を選択するだけで、その色が「色覚障害があった場合にどのように見えるか」を確認することができます。更に、この選択した色に対して、同時に配色すると混同しやすくなる色を警告することができます。

CFUDソフトウェアには、ユーザ特定の色を色彩値(CIE Lab値あるいはRGB値)で指定し、カラーパレットに追加する機能などもあります。例えば、コーポレートカラーなどの決められた色に対して、同時配色が可能な色にはどんなものがあるのかを瞬

時に確認・選択することができます。これにより、今まであやふやなカンや試行錯誤で行っていた色選択・配色の作業を確実かつスピーディーに行うことができます。

機能・使い方

CFUDソフトウェアの基本的な機能・使い方は以下の通りです。

カラーライブラリ(TOYO Ink ColorFinder 1050)の中から使いたい色を選択、または色彩値(CIE Lab/sRGB)を入力する。選択/入力した色が色覚障害(第一/第二/第三)の場合に、どのように見えるのかを確認できる。選択/入力した色に対して、カラーライブラリの中で同時に使用するべきではない色を警告する(同時に使っても混同しにくい色が選択できる)。選択/入力した色のsRGB値やCMYK値が確認できる(印刷時の特色指定も可能)。

利用条件

CFUDソフトウェアのお申し込みにつきましては、以下の条件をご了承願います。

CFUDソフトウェアは、日本国内でのみご利用ください。CFUDソフトウェアは、Windows XPまたはWindows 2000のパソコン作業でのみ利用可能です(詳しい動作環境などにつきましてはソフトウェアの添付ドキュメントをご参照ください)。お届けするソフトウェアパッケージに同封されている「プログラム使用許諾契約書」に定める事項を厳守してください。一定期間のソフトウェアご利用の後、アンケートをお願いする場合がございます。

同業他社様のお申し込み等、当社の事業上の都合により、配布対象として相応しくないと判断させていただいた方のお申し込みにつきましては、お申し込みをお断りする場合がございます。あらかじめご了承ください。



napsは、DTPの?に
処方箋をお出しいたします。

DTPのソフトウェアとハードウェア環境は、ますます高機能化、高性能化し、ネットワーク対応の度合いを進化させています。その一方で異なるOS間のデータ互換、クロスプラットフォーム化の現在、ナプスは最適なDTP環境をご提案、ご提供させていただきます。

株式会社 ナプス

〒466-0058 名古屋市昭和区白金三丁目7番6号
TEL.052(882)3481 FAX.052(882)3483



支部対抗ゴルフ大会に参加した皆さん

「第1回支部対抗ゴルフ大会」 白井理事長杯争奪戦

於：緑ヶ丘カンツリークラブ

愛印工組「第1回支部対抗ゴルフ大会」を、3月17日(土)守山区の緑ヶ丘カンツリークラブ守山ゴルフ場において開催しました。

参加支部は、東北支部Aチーム、東北支部Bチーム、中支部Aチーム、中支部Bチーム、豊橋・知多支部合同チーム、東南支部チーム、熱田支部チーム、中村・中川・東南支部合同チームの8組で、29名が参加者。アウト・イン同時スタ



優勝した東北支部Aチーム

ートで、日頃の腕を競い合いました。

その結果、優勝の栄誉に輝いたのは東北支部Aチームで、第1回の白井理事長杯を獲得しました。優勝チームメンバーは、吉田毅(東栄㈱)、近藤和彦(プリテック㈱)、伊藤孝雄(㈱アサヒグラフィックス)、鈴木正博(㈱アサヒグラフィックス)の4氏。

事務局だより

「組合ホームページをリニューアル」
今年4月より組合ホームページをリニューアルしましたのでお知らせします。是非、組合活動にご協力をお願いします。
<http://www.ai-in-ko.or.jp/>

本誌がお手元に届くころには葉桜が緑を競い、一番陽気がいい時期になっていると思います。今年は満開のときに鶴舞公園の夜桜を見に出掛けました。大変な賑いでした。桜の下で繰り広げる宴会も最高潮でした。以前に比べればマナーもよくなった、といわれますが、酒が入りますとついつい疎かになるようですが、それでは済まされません。〇〇企業と大きな看板を掲げ、陣取り合戦をしてまで場所を確保している。それだけに、後始末が悪ければ笑い物になります。当然といえば当然ですが-

全印工連の実態調査が発表されましたので、一部まとめて報告しました。従業員一人当たりの純売上高、加工高ともに減少しています。まだまだ経営環境の厳しさが数字の上から読み取れます。

印刷校正記号が改正されました。活版時代に制定されたものを、現在も使っていたとは驚きでした。DTP組版が当たり前になっている今日、“時代にそぐわない”とのことから改正されたわけですが、要は、“分かり易い指示”が大前提になります。校正の校正をしなくて済むように、文字に携わる人すべてが心掛けたいものです。

お知らせ

新規加入会員

* (有)シンセイ印刷

代表者：野田直人

住所：一宮市猿海道3-10-3

TEL0586(72)1974

代表者変更

* 佐藤印刷所(岡崎市中町栄通7)

佐藤稔 佐藤一夫。

* (株)大東社(一宮市東五城字備前25)鈴木安 鈴木力。

* 協同印刷(株)(豊橋市山田一番30-1)川合誠 川合恵子。

(敬称略)

退会

* 吉田印刷(株)(豊橋市大国町11)

* 東海印刷(株)(豊田市高原町4-14)

* (有)フジタニ印刷(名古屋市守山区脇田1110-1)

訃報

(資)三州印刷/斎藤和男社長のご母堂斎藤とめさまご逝去。

第一印刷(株)/渡邊良太郎社長のご尊父渡邊勇氏ご逝去。

「あいちの印刷」

No.425

平成19年4月10日発行

発行人 白井 紘一

編集 組織・共済委員会

発行所 愛知県印刷工業組合

〒461-0001 名古屋市東区泉一丁目20番12号

TEL 052 962-5771(代表)

FAX 052 951-0569

E-mail アドレス jimukyoku@ai-in-ko.or.jp