

SCREEN

印刷のあたりまえを変えていく。



変わり続ける世の中に、印刷ができること。
一人ひとりの思いに確実に届ける。商品の安全・安心を支える。
最新のプロモーションを展開する。新たな価値を創造する。
これまでにない印刷の可能性を、もっと。
SCREENには、答えがあります。

株式会社 メディアテクノロジー ジャパン

www.mtjn.co.jp

VP営業統轄部/03(5621)8324 本社/03(5621)8266(代)

〒135-0044 東京都江東区越中島1-1-1 ヤマトネ深川1号館1階



最新の印刷ソリューションを体感!
ホワイトキャンパス MON-NAKA
www.screen-wcm.com



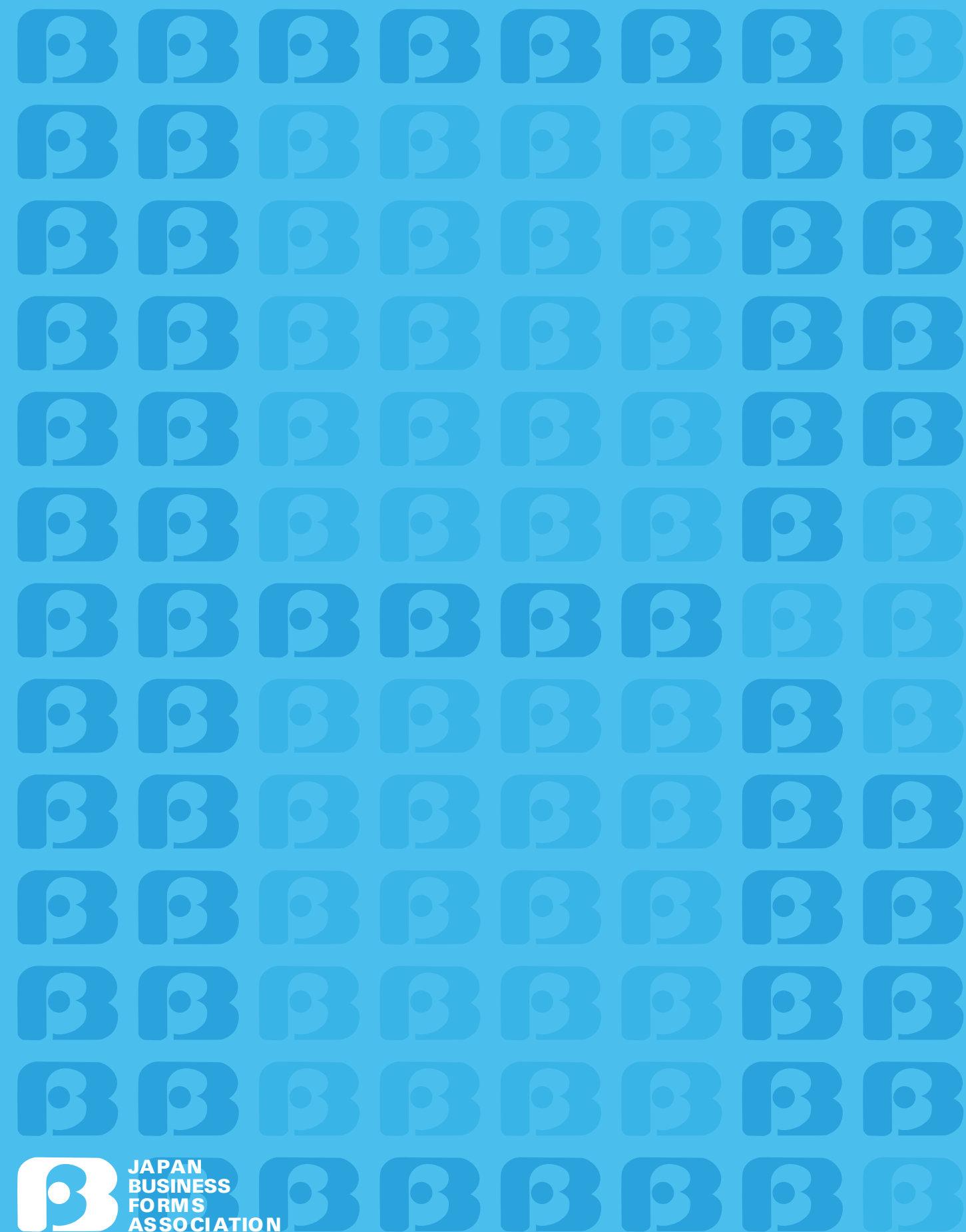
フォーム印刷

日本フォーム印刷工業連合会会報

2016.04 No.387

発行 日本フォーム印刷工業連合会

〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館
TEL 03-3551-8615 FAX 03-3555-8466 URL <http://jbfa.jp>



高精度印刷品質インスペクションシステム

静止画像装置 PowerScope4000



- デジタルシステムにより
外的干渉を除外
- 最大 18 倍の光学無段階
ズーム
- デジタル・プログレッシ
ブ・スキャンカメラ搭載
- コンパクトなデザインで
安価なシステム

- 視野範囲(mm): 8.3 x 6.3 ~ 100 x 75
- オプション:
バックストロボ、タッチスクリーン
スーパースーム、セカンドモニター

100%欠点検査装置 Shark4000LEX



- 4Kピクセル(カラー)の
ラインチップカメラ
- カメラ幅最大 600mm
- 最少欠点検出サイズ:
0.035mm²
(カメラタイプ、ウェブ速度等に
依存します。)
- ジョブレポート機能によ
り、欠点検査結果を PDF
形式で保存又は出力可能

- オプション: PDF 比較、カラーモニタリング、
バーコードチェック、リピータ長モニタリング

大阪本社 TEL 072-433-7100 / 東京オフィス TEL 03-5798-7805

e-mail: inquiry@bst-eltromat-japan.com URL: http://bst-eltromat-japan.com



c o n t e n t s

2 日本フォーム工連 平成27年度第8回理事会議事要録

6 日本フォーム工連 平成27年度第9回理事会議事要録

9 トピックス

平成28年新春懇親会・創立50周年記念式典を開催

日本フォーム印刷工業連合会創立50周年記念功労賞を受賞

「ドイツと日本を語りあう！」をテーマに新春講演会を開催

「2015年版ISO改訂説明会」を開催し、印刷産業向けISOの取り組みを紹介
今年も“page2016”に出展!

19 工業会だより

東北フォーム印刷工業会 役員会・新春講演会・新年会を開催

中部フォーム印刷工業会 平成28年度活動計画を決定

関西フォーム印刷工業会 平成28年新年互礼会を開催

大阪支部 「第50回プチ勉強会」を開催

中四国フォーム印刷工業会 新春講演会・懇親会を開催

九州フォーム印刷工業会 理事会・新年会を開催

22 INFORMATION

国際委員会 北米印刷事情レポート(WhatTheyThink)より

DMはマーケティングミックスに欠かせないもの

中小企業市場へのマーケティングサービスのビジネスチャンス

メディアミックスの中での印刷の役割

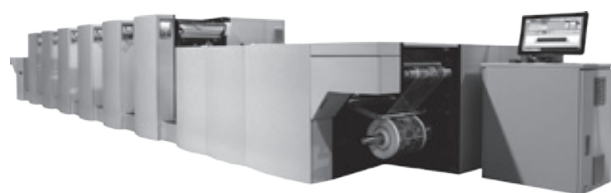
2016年に注目すべき重要なトレンド



最高の製品とサービスを提供するために邁進します

MHL series

LED-UV スリープ式オフセット輪転機



	MHL13A	MHL18A
最大用紙幅	350mm	470mm
最大印刷幅	330mm	457mm
最高印刷速度	100m/min	
印刷天地長	15 ~ 24 吋	
用紙厚	12 ~ 300 μm	

MJP20MX-7000

フルカラーインクジェットプリンター



最大用紙幅	520.7mm
最大印刷幅	508mm
乾燥方式	熱風ロールドライ方式
用紙坪量	64 ~ 157G/m ²
使用インク	水性顔料インク



〒275-0016

千葉県習志野市津田沼 1-13-5 TEL: 047-493-3854

TOYOINK

抜群の品質と生産性のフォーム印刷用インキ

FD フォーム X シリーズ

東洋インキ株式会社

高機能材営業本部 UVインキ営業部

〒104-8378

東京都中央区京橋2-7-19 京橋イーストビル

Tel: 03-3272-7693 Fax: 03-3272-0666

www.toyoink.jp

- 高い硬化性 UV 硬化性を大幅に向上、高速印刷に対応。
- 広い水幅 水を上げてても良好な印刷適正を実現。
- 優れた転移性 着肉を向上し印刷濃度をアップ。
- 紙面強度の弱い用紙の紙剥け防止タイプもラインナップ。

ビジネスフォーム印刷専用エッチ液

FCリスコート H-17 BFシリーズ

- | | |
|--------|---|
| 特
徴 | <ul style="list-style-type: none"> ☆UV・油性減感インキに適切な乳化特性を付与し、インキの過乳化を制御 ☆種々の材料をコーティングしたインクジェット用紙並びに感圧接着紙の使用時にも汚れにくい ☆耐水性の低い染料系インキ・減感インキご使用時でも水元ローラー絡みを極力抑制 |
|--------|---|



富士薬品工業株式会社

FUJII CHEMICALS INDUSTRIAL CO.,LTD

HP URL http://www.fcfuji.co.jp

本 社

〒176-0012 東京都練馬区豊玉北3-14-10

TEL 03-3557-6201 FAX 03-3557-6205

大阪営業所

〒564-0051 大阪府吹田市豊津町22-1

TEL 06-6384-1351 FAX 06-6389-3221

日本フォーム印刷工業連合会 平成27年度 第8回理事会議事録

■日 時 平成28年1月21日(木) 午後2時15分

■場 所 ホテル椿山荘東京 カシオペア

■出席者 23名

櫻井会長、小谷副会長、小林副会長、林副会長、玉田常任理事、山本常任理事、松川常任理事、福田常任理事、佐々木常任理事、石井常任理事、入野常任理事、溝口常任理事、太田常任理事、和田常任理事、福武理事、坊野理事、朝日理事、渡辺理事、西村理事、瀧本理事、岡田監事、千葉監事、山口(専務理事事務局)

議 題 ①委員会報告

②日本印刷産業連合会等関連報告

③各フォーム印刷工業会からの報告

議 事 冒頭、櫻井会長の開会挨拶があり議事に入った。

【櫻井会長挨拶骨子】

皆さん、あけましておめでとうございます。改めましてご挨拶申し上げます。

今年の正月は、凌ぎやすく、且つ、あっという間に終わったのではないかと思います。休みというのは、長くても大体9日間ですよね。9日間あるとしても、5日間のときも、最近はまったく同じ感覚で過ごしている。もっとうまく過ごせないかなというような気持ちを持っているうちに終わってしまったという、非常に休みの使い方がますます下手になる。土日とも休んでいます、それも休んだ気がしないで月曜日に出てしまう。そんな感じしません？ みんな働きすぎなんじゃないか(笑)。健康に気をつけてくださいね。

今日、経済産業省と東京証券取引所で、健康経営銘柄という発表があったんです。健康経営銘柄というのは、従業員の健康、家族の健康、色々な企業としての健康、そういうものをすべて評点に表して、ある一定以上のところに、健康銘柄ということを名乗っていいですよというものです。ですから、I T推奨銘柄とか、なでしこ銘柄とか、それと同じ系列の「健康経営銘柄」です。これに当社が推薦されまして、一時間位前に表彰式があって、そこでいただいてきました。

どっちみち明日になればたぶん出るだろうから、ここで言わないのもなんだなと。あえてここで言うのは、我々の業界はすごく熱い眼差しで見られているんですよ。我々の業界の仕事は、個人情報扱っていますから、例えばマイナンバーだって個人情報ですから確実に着かなければいけない。世間を騒がしている不着とか誤配とか、1軒に本来なら3枚入っていないといけないのに2枚しか入っていない等、そういうことはフォーム業界では発生しないですよ。そういう意味では個人情報を扱うのにフォーム業界というのは慣れているわけでチャンスです。ですから、どんどんフォーム



櫻井醜会長

印刷業界、頑張りましょうよ。きちっとやれば、認める人がいっぱいいるというようにご理解いただければ嬉しいなと思います。

私はフォーム工業会の一つの歩んでいる正しさは、必ずやフォーム工業会が見直される。要するに個人情報扱っている、こういうことが見直される時代が来る。ぜひとも頑張ってやっていきたいなと思います。

今年は“drupa”ツアーが開催されますので、私も行くつもりなんです。まだ行ったことのない方は、ぜひとも行ってみましょうよ。たぶんデジタル印刷機のオンパレードになるのではないかなという感じはしますが、ドイツとかヨーロッパで、どのようなものをデジタル印刷で刷っているのかとか、どういう仕事をやっているのかとか、つぶさに見て来ようと思っています。以上でご挨拶を終わらせていただきます。

1 委員会報告

❖業務委員会(玉田委員長報告)

・11月度及び12月度月次計算について

・“page 2016”出展について

2月3日(水)から3日間サンシャインシティコンベンションセンターTOKYOで開催される“page 2016”に団体出展を行う。出展ブースは例年の場所と少し

異なって4階会場になる。

・ケースメソッドによるコンプライアンス報告

❖国際委員会(松川委員長報告)

・米国印刷事情レポートについて

「2016年に注目すべき重要なトレンド」として、①従来製品とサービスの復活、②付加価値製品や付加価値サービスの提供、③管理指標を利益率から設備稼働率へ変更を上げている。

「紙のカatalogがクリスマスに戻ってきた…」

情報過多の世界で、単純に顧客の注意を引きつけることが困難なことになっている。セグメント化、付加価値コンテンツ、インタラクティブ性といった変化は、カatalogを売上向上の積極的な道具として変えている。

「Cimpress社 Robert Keanes社長に今後について聞いてみた！」

前例のない大量の注文が集まるプラットフォームを構築することが我々の新しい姿だ。従来の姿を解体してネットワークを運営し、多くのサプライヤーや再販業者に貢献してく存在にならなければ、我々はリーダーになれない。このネットワークの構築こそがマスカスタマイゼーション戦略となる。

・“drupa 2016”視察ツアーについて

“drupa 2016”とオーストリアのDPS企業を視察するツアーを6月5日(日)～12日(日)で実施する。参加者は会員企業7社から24名の参加申込みをいただき、締切らせていただいた。

❖環境委員会(朝日委員長報告)

・環境活動についての調査アンケート

環境委員会から全会員企業に対して、「環境活動についての調査アンケート」を実施したが、回答いただいた企業が少なく、回答率が16%に留まっている。そこで、未回答の会員各社にアンケート用紙を再送付し、回答を求める活動をする。

・印刷産業環境優良工場表彰応募アピール

・VOC警報器販売について報告

日本フォーム工連事務局として購入申込みパンフレット及び申込書を全会員に配布する。

❖技術委員会(福武委員長報告)

・施設見学会(東京機械製作所・DIC総合研究所)報告

12月4日に世界で唯一、新聞専用デジタル印刷機としてJET LEADER 15000・2000を開発し製造している、東京機械製作所かずさテクノセンターを見学。また、基礎素材である有機顔料や合成樹脂事業等、多様な領域を手掛けられている、DICの総合研究所を訪問。

DIC川村記念美術館にて世界的名画を鑑賞する見学

会を実施した。

❖資材委員会(山本委員長報告)

・1月度用紙事情について

11月度の印刷情報用紙の国内出荷量は前年同月比1.1%微増だが、段ボール原紙、白板紙の3種を除き減少。

・製紙連合会の取り組み

同連合会の広報活動として「ペーパー君の紙レポート」を紹介。この調査では書籍、雑誌、漫画について約8割の人が「紙で読みたい」と回答。また、スケジュール管理として、約4割の人が手帳と回答していると報告している。

2 日本印刷産業連合会等関連報告

事務局山口より、資料に基づき以下の報告があった。

(1)第15回印刷産業環境優良工場表彰実施

(2)印刷物の環境表示セミナー案内

(3)書籍「マイナンバー取扱ハンドブック」販売実績

(4)「印刷用語集」プレスリリース

(5)印刷産業のサービス化とグローバル戦略(案)

(6)平成28年度日印産連主要行事日程

3 各フォーム印刷工業会からの報告

関東フォーム印刷工業会(林会長報告)

関東フォーム印刷工業会は12月に、先ほど技術委員会のほうから報告がありました、東京機械製作所さん、DIC総合研究所さんの見学会に参加させていただきました、理事会のメンバーと一緒に見学をさせていただきました。

インクジェットということですが、やはり東京機械さんは新聞をメインに印刷機を製造されている会社です。新聞をベースにしたこれからのインクジェットへの転換設備で、我々B F業者が主としているインクジェットとは、ちょっと方向性が違うのかなという気もしています。ただ、色々な面で、経費をいかにコストダウンして製造するかという面での1ページ当たりの生産コストを、非常に安くやられているところは、さすがだなと思っております。

それからDIC総合研究所さんのほうは、さすがに研究所ということで、インキ、その他色々な商品のバックグラウンドの研究開発ということで、研究施設のすごい設備などを見学させていただきましたが、あまりにも色々な研究施設です。ちょっと我々素人には、何なのかな、これは、というところがあったのではないかなと思っております。

美術館のほうは、20年以上前から色々な美術品を集められてきて、なかなか通常は見学できないような色々な美術品を見せていただいて、非常に参考になったか

など思っております。

夕刻からは、千葉駅前で関東役員の方々を中心とした懇親会を開かせていただきました。

北海道フォーム印刷工業会報告（渡辺副会長報告）

西会長は本日欠席のため、代理としてご報告いたします。年末の12月4日に定山溪のグランドホテルにおきまして、毎年恒例ですが、セミナーと懇親会を、一泊二日で忘年会を兼ねて実施しております。20社から30名の参加をいただきました。セミナーでは、キャノンPPSさんからインクジェットプリンターの海外での活用事例を中心に、1時間ほどご講演をいただき、その後、温泉にゆっくり浸かりまして、2016年への英気をみんなで養ったということですので。

それから、札幌では今年、非常に雪が少なく我々は困っていたのですが、今週は非常に大荒れになるという予報で、飛行機が飛ばないのではないかという心配もありましたが、無事昨日、うちの会長も含めて、こちらの会場に入っておりますので、ご報告申し上げます。

東北フォーム印刷工業会（西村副会長報告）

大門会長の都合が悪く欠席のため、代理として報告させていただきます。

昨年の11月23日、忘年会、理事会、親善ゴルフ大会を実施いたしました。東北フォーム印刷工業会の忘年会は、新しい年に望むということで、「望年会」としてあります。年を忘れるのではなく、来年に向かって大いに懇親を深めてスタートしていきましようというような意味合いで、「望年会」を開きました。

また、今月の1月26日、新春の講演会、理事会、懇談会を開催する予定です。講師はメディア仙台の村上恵子さんです。仕事には直接は関係ないのですが、「モチ人であるためにいい加減でいこう」というような内容で、これからの我々の人生にも関わってくるような、そういうお話をしていただけるのではないかと考えています。

今年の3月11日で震災から5年を迎えることになっていますが、宮城、岩手の沿岸部の復興はいまだ遠く、福島はほとんど復興されていないような状況です。東北としては、みんなで頑張って復興に手助けをしていきたいな、というような思いであります。

中部フォーム印刷工業会報告（入野会長報告）

中部では11月17日に研修会を実施しました。富士ゼロックス株式会社 研究技術開発本部の柴田博仁先生をお招きして、「紙の効果を科学する～紙と電子メディアの認知的比較～」というタイトルでご講演をいただきました。具体的には、紙と電子メディアの優劣、有用性に対して科学的、客観的、実証的アプローチをもとに、研

究成果をわかりやすくご講演いただきました。

12月4日には理事会と忘年会を開催し、1月は休会で、次は2月に理事会を予定しております。

名古屋は昨日雪が降り、午前中から積もりましたが、昼には太陽が出て、夜は何ともなかったという状況でした。

関西フォーム印刷工業会報告（溝口会長報告）

12月に理事会及び恒例の大阪支部の忘年会を開催しました。この大阪支部の忘年会は、いつも特別会員様もお呼びしています。今回は65名ほどお集まりになって、活発な飲み会をいつも通りされたと記憶しております。

1月14日に、関西フォーム印刷工業会として例年通り、新年互礼会と新年講演会を開催いたしました。講師として東京大学の教授の西成活裕先生を東京からお呼びいたしまして、「仕事の渋滞学解消の法則」というタイトルで、どうすれば仕事がスムーズにいくか、色々な観点からお話がありました。最後に一つお話しになったことが印象に残りました。それは、「何事も協調的な行動が渋滞の発生をなくする」という言葉があり、まさに、協調性は業界にとって、とても大事ではないかなと思いました。

講演会のあと例年のように懇親情報交歓会を開催しました。今年も105名の参加で、数年前から大阪及び関西の印刷関連の他の業界団体の方々もお呼びしたり、まだ会員になっておられない会社様にもお声かけして交流を図らせていただきました。

今、関西の印刷業界で盛り上がっている話としましては、「関西は景気が復活しない」。これではだめだという話で、東京オリンピックは東京に任せておこう。その後のパラリンピックは、知恵を出し合って、関西も入り込める余地は十分あるのではと、様々な印刷業界団体が共に、色々なコラボレーションして頑張っていかなければいけないのではないかと、団結して行動しているのが現状でございます。

2月は休会ですが、3月以降色々な例会を中心にやっていきたいと思います。また、セミナー等も、企業様の若い方々から、色々なセミナーをやってくださいというご要望が来ておりますので、できるだけそれに沿って、色々やっていきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

中四国フォーム印刷工業会報告（太田会長報告）

年間予定表を見ていただきたいのですが、10月13日（木）、14日（金）に持ち回り理事会を広島で開催させていただきますが、当初予定していた宿泊場所が変更になります。宿泊は元宇品というところにあり、マツダの工場の近くで、瀬戸内海に面しているグランドプリンスホテル広島です。ぜひ参加していただきたいと思

います。14日は、広島ゴルフ倶楽部西条コースということで、日本女子オープンが約10年前に開催されて、ローラ・デービスが優勝したコースでやりたいと思います。

九州フォーム印刷工業会報告（和田会長報告）

あけましておめでとうございます。

九州は12月に忘年会と理事会を兼ねてやりまして、来月2月に新年会と今年度最後の理事会、懇親会を開催したいと思っています。その中で、セミナーを少し企画しておりまして、セミナーは、講師を呼ぶのではなくて、私が60分くらいお話をさせていただいて、「継続する行動で目標を達成する」というテーマで、構造科学という原理原則に基づいたセミナーを開催する予定になっています。

九州の市場は、特に増えているわけではなく、減っているわけでもなく、ただ、日本全体がアジアの観光客のいい影響はあるのですが、なかなか印刷の需要につながる影響が生まれません。そこで、ちょっと視点を変え、印刷でお客さまにアプローチするのではなくて、販売促進の支援という視点で、例えば、商談会、展示会の企画運営を行ったり、切り口を変えて、今、ビジネスにチャレンジしている会員が、弊社を含めて2社ほど九州の中にありますので、その成功事例を九州の会員の中で広げていきたいなと思っています。

今年1年も楽しくやっていきたいと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

最後に小谷副会長より閉会挨拶があった。

「小谷副会長挨拶骨子」

本日は、今年度8回目の理事会にお集まりいただきまして、ありがとうございます。

冒頭、櫻井会長からありましたが、トッパンフォームズさんが、健康経営銘柄25社に選ばれて、おめでとうございます。ぜひ、我々も健康経営ができるようにご指導いただければと思っております。よろしくお願いいたします。

ここ2、3日前ですが、建設業界での談合のニュースが流れていますが、我々フォーム業界では価格ではなくて、技術とか品質、また新規性などで競い合ひましょうと常々会長もおっしゃっていますし、我々自身もそれでやっていきたいと思っております。今年もそういう新しいところで、価格ではないところで競い合ひていきたい、凌ぎを削りたいと思っております。

今日は今年度第8回目の理事会でもありますが、創立50周年の記念すべき理事会でもあります。今日のパーティでは、なつかしい顔、大変お世話になった大先輩が来られるということで楽しみにしておりますが、「まだお前ら、こんなことやっておるのか」と言われないように、どんどんフォーム工連は進歩しているのだということ先輩方にもわかっていただけるように、今年一年やっていきたいと思っておりますので、皆さん方と一緒に頑張っていくをお願いして、閉会の挨拶にさせていただきます。ありがとうございました。

次回 平成27年度第9回理事会

開催日 平成28年3月10日（木）

時間 午後1時30分より

場所 日本印刷会館5階501会議室

を確認して閉会となった。



平成27年度第8回理事会

日本フォーム印刷工業連合会 平成27年度 第9回理事会議事録

■日 時 平成28年3月10日(木) 午後1時30分

■場 所 日本印刷会館5階501会議室

■出席者 20名

櫻井会長、林副会長、玉田常任理事、山本常任理事、松川常任理事、石井常任理事、西常任理事、大門常任理事、入野常任理事、溝口常任理事、太田常任理事、福田常任理事、佐々木常任理事、福武理事、坊野理事、朝日理事、渡辺理事、瀧本理事、岡田監事、山口(専務理事事務局)

議 題 ①委員会報告

②日本印刷産業連合会等関連報告

③各フォーム印刷工業会からの報告

議 事 冒頭、櫻井会長の開会挨拶があり議事に入った。

【櫻井会長挨拶骨子】

皆さん、こんにちは。第9回理事会を開催したいと思います。今年度最後の理事会ですが、今期末という会社もいらっしゃる節目として、非常に大切なこの時期に理事会に参加していただいて本当にありがたいと思っています。

今回も理事会資料として北米レポートが入っています。これをぜひともビジネスのヒントに使っていただきたい。この中でおもしろいと思ったのは、得意先から見た発注条件の第1位は何か。値段じゃないんですよね。私も社内では常に言っているのですが、書いてあるのは、「信頼関係をなくして発注はない」ということを言っているんです。値段ではないんだと。これぞという仕事になればなるほど、日ごろの信頼関係が、それぞれの地域でできている会社にその仕事が流れていく。これがやっぱり第1位で、価格、値段というのは4番目くらいです。それは皆さんはわかっていると思うのです。そういう意味では、得意先と信頼関係を築くような営業政策を、今後とも色々な情報を提供しつつ、皆様方の営業のための武器になるような、色々なことをご報告したいと考えています。

今年度もあと3週間ですが、世の中の景気は一体どうなっているのかよくわからないような状況の中で、推移しているのは確かですが、一本背骨に筋が通った動き方をすることによって、そういうような色々な外部の状況は消し飛んでいく、これが私の考えの基本なのです。ぜひとも、おもしろかったら、一緒になって色々やっていきたいなと思います。

そして大切なのは、成長戦略だと思っているんです。成長戦略って何？と言ったときには、心の中で必達数値を持っているんです。例えば、営業利益が何%だったら合格だ、売上がどうなんだ、売上構成比率が何%の事業は撤退するとか、そういう数値を、皆さんにご



櫻井醜会長

披露するのは恥ずかしいので言いませんが、持っているんです。これから色々会計基準が変わっていくと、営業利益より純利益が重要視されるというような時代になっていきますから、いまだに粗利益しかわからないみたいなことがないように、ぜひとも一緒になってやっていきたいなと思います。

ビジネスフォーム産業には明日はあるんですよ。ものすごく大きな仕事があります。ぜひともそういうビジネスをやることによって、仕事を楽しむといったらおかしいですが、そういうような気持ちでやっていきたいなと思いますので、皆さんとともに話し合いができていけば、おもしろいと思います。

以上でご挨拶を終わらせていただきます。

1 委員会報告

❖業務委員会(玉田委員長報告)

・1月度及び2月度月次計算について

・「ISO 2015年版改訂説明会」開催について

ISO9001及びISO14001は2015年版への大幅改訂があり、認証取得企業は2018年9月までに改訂を行わなくてはならない。そこで、改訂内容の概略を説明するセミナーを3月25日午後で開催する。

❖国際委員会(松川委員長報告)

・米国印刷事情レポートについて

「DM2016：印刷会社は実行に移す年」

DM印刷は大きなビジネスチャンスの年となる。激動するコミュニケーションの世界においても重要な役割を担い続けるDMは、今日のビジネスのニーズに対応するため、その役割も変わりつつある。

進化するDMのインパクトは時間がたつにつれ強くなっていく。DMはマーケティングミックスの中で生き残っていくことは間違いない。印刷会社がDMで成功しつづけるには、全てのチャンネルにおいて、レバントなデータ主導のコミュニケーションを提供しなくてはならない。そして将来は、戦略策定、ROI、有益なカスタマーエクスペリエンスなどを提供するまで業態を広げていくことができる。企業は結果の出るマーケティングで手助けを求めている、印刷会社はそのパートナーとなりえる。

・“drupa 2016”視察ツアーについて

“drupa 2016”とオーストリアのDPS企業を視察するツアーを6月5日(日)～12日(日)で実施する。

5月10日に“drupa 2016”参加者に対して事前説明会を日本印刷会館で実施する予定。

❖環境委員会(朝日委員長報告)

・環境活動についての調査アンケート

環境委員会から全会員企業に対して、「環境活動についての調査アンケート」を実施したが、回答をいただいた企業が少なく、未回答の会員各社にアンケート用紙を再送付し、回答を求める活動を行った。この結果55社から回答をいただき回答率も47%になり、日印産連と進めているGPと統合した環境マネジメントシステム(ISO14001)の今後の取り組みについてもアンケート結果を反映していきたい。

・VOC警報器販売について報告

日本フォーム工連事務局として購入申込みパンフレット及び申込書を全会員に配布するとともに、VOC警報器の紹介動画を理事会で放映した。また貸出用VOC警報器2台をフォーム工連事務局に準備し、1週間単位で会員に貸出して、効果を確認いただく施策を行う。

❖技術委員会(福武委員長報告)

・技術委員会を開催し技術セミナーのテーマを検討する
新年度早々に開催を計画している技術セミナーの講演内容を検討。GS 1コードやIoTをテーマにした講演を企画する予定。

❖資材委員会(山本委員長報告)

・3月度用紙事情について

平成28年1月の印刷情報用紙の国内出荷量は前年同月比6.0%減少し、6ヶ月連続で減少している。

・過去10年間の情報用紙出荷推移

2004年から2014年までの過去10年間のフォーム用紙及びノーカーボン紙のメーカー出荷量の推移を調べた。この10年間で、フォーム用紙は34.6%減少し、ノーカーボン紙は約半減の48.7%減少していることを報告した。

・紙の種類分類について

製紙連合会で発表する統計についての種類分類を報告した。この分類では、「複写用紙」=「ノーカーボン原紙」、「情報記録紙」=「感熱紙原紙」と捉えることができるという報告があった。

2 日本印刷産業連合会等関連報告

(1)個人情報保護研究セミナー開催案内

(2)事業場における治療と職業生活の両立支援のためのガイドラインについて

(3)平成28年の職場における熱中症予防対策の重点的な実施について

3 書籍刊行案内

(1)「2015年版デジタル印刷市場の展望と戦略」矢野経済研究所発行

(2)「デジタルハンドブック」JAGAT発行

(3)「印刷会社と地域活性 vol.3」JAGAT発行

4 各フォーム印刷工業会からの報告

北海道フォーム印刷工業会報告(渡辺副会長報告)

北海道は、1月、2月と会の特別な行事や集まりはございませんでした。4月中旬に今年度の総会をする予定になっています。

東北フォーム印刷工業会報告(大門会長報告)

東北は5月17日の山形県で総会の準備に入っております。会場が決まりまして、また来月役員会を開催する予定です。

中部フォーム印刷工業会報告(入野会長報告)

2月10日に、理事会を開催いたしました。そのときに年間行事のスケジュールの確定と、総会を5月に開催するのですが、その中の講演会の講師をどうかということで、一応案として、北村森さんに「ヒット商品に不思議はない」という演題で講演をやっていただくところまで話が進んでおります。

4月には懇親会を兼ねた理事会を予定しているという状況でございます。

関西フォーム印刷工業会報告(溝口会長報告)

2月25日に関西の大阪支部で例会が行われ、例会のあと、いつも後半に行っていますプチ勉強会を行います。おかげさまでプチ勉強会は第50回を迎えることになりました。50回目ということで、今回は「B F 製造設備から商業印刷への転回を考える」と題しまして、ケイズカンパニーの高橋社長に来ていただきましてご講演いただきました。ケイズカンパニーさんは、長年ドイツの印刷業界を見てきておられる会社で、MBOの加工機がB F 業界に果たし得る役割を、ヨーロッパ及び日本での事例を紹介していただきました。



関西フォームも改選期になるので、来週の3月の理事会で、ある程度その方向性を決める予定になっております。そして、5月19日に総会と講演会の開催を予定しております。講演会の講師として、今回も少し変わった方をお呼びする予定になっていまして、宝塚の娘役をされていた堀内明日香さんに、「宝塚102年の歴史に学ぶ組織づくりと人材育成」というお話をさせていただきます。大きく言いますと、「小林一三先生とマーケティング理論」という形まで踏み込んで話していただくという形になっております。北海道ご出身の方なのですが、そのためだけに来ていただくということで、その翌日には群馬県に飛ばなければいけないというのを、無理やり大阪に来ていただく予定で調整中でございます。

中四国フォーム印刷工業会報告（太田会長報告）

2月18日に講演会と新年会を行いました。広島には県立大学があるのですが、そこから専任講師の原 氏に来ていただき、海外留学についての講演をしていただきまして、同大学から3年生10名の参加をいただいて、フォーム工業界をPRさせていただきました。広島大学との交流会には、10年間で約30名ほど参加がありましたが、今年は一番盛り上がったということで、継続的にできればいいかなと思っております。

3月8日に3回目の持ち回り理事会の会合を行いまして、予算以外は順調に決まっていっております。この打ち合せでゴルフ場の場所が変わりますので、お知らせしておきます。

それから、5月19日に総会を行います、改選期ということで、今、広島地区から会長、四国地区から副会長ということで内定ができております。

最後に林副会長より関東フォーム印刷工業会からの報告と理事会閉会の挨拶があった。

「林副会長挨拶骨子」

皆さん、どうもご苦労さまです。まず、関東のほうのご報告をさせていただきます。

専務理事から説明がありました通り、関東のほうは年に2回ゴルフ親睦会を行っていますが、今回は60回

ということで、どうしても盛大にやりたいという会員の話がありまして、5月21日に、テレビで男子のトーナメントがあります穴戸ヒルズで開催する予定になっております。コースは、西コースではないので、オールドコースの東コースのになるのですが、60回ということになりますので、日本フォーム工連の理事の方で参加できる方は、ぜひ参加していただければと思っております。それから、関東フォームの体制は今、東西北陸支部と南北支部という二つの支部でやっているのですが、実際のところ支部に分かれている意味がないのかなという意見もありまして、再来週理事会がありますので、少し話を煮詰めて決めていきたいなと思っております。

閉会の挨拶ですが、女子サッカーの「なでしこジャパン」を見られた方はたくさんいらっしゃるのではないかと思います。残念ながらオリンピックには出られないということになったのですが、常に勝ち続けるというのはすごく難しいことなんだ、ということを私は感じました。

チーム、組織というのは、常に活性化をしてやっていかないと、既存の状態で長く生きながらえるということはないんだなと。やはり新しい位置なり、新しい仕事なり何なりを入れ込んで、組織をどんどんかき回して、活性化していかないとだめなんだなと私も感じております。

今回、私どもの工場は環境優良工場表彰に申請をさせていただいたんですが、これも工場の色々な部署に対して、新しいことや、今までやってきたことが本当にいいのかどうか、今まで足りないことが未だ未だたくさんあるだろうと。井の中の蛙で、ただ、ただ、同じことの繰り返しだけではだめだという意味もこめて、外部から色々な目で見えていただいて評価をしていただきたい、という意味で申請させていただきました。

会長からも冒頭ちょっとお話があったように、経済状況は1月になって急に元気がなくなってしまって、あらあらという感じになっているのですが、我々業界は常に前に向かって走っていかなければいけないわけですから、色々な立場とか、優劣であるとか、色々なものはあるのですが、よりお客様に密着した色々な提案を出していきながら、新しい仕事をどんどんクリエートしていければ良いなと思っております。

今日はどうもありがとうございました。

次 回 平成28年度第1回理事会
開催日 平成28年4月14日(木)
時 間 午後1時30分より
場 所 日本印刷会館5階501会議室
を確認して閉会となった。

日本フォーム印刷工業連合会主催

平成28年新春懇親会 創立50周年記念式典を開催

1月21日、新春懇親会をホテル椿山荘東京で開催し、約220人が出席し、創立50周年の節目を迎え、櫻井会長は、「新しい未来を切り開く」と決意を示し、功労者6名を表彰した。

この50年を振り返って櫻井会長は次のように挨拶と決意を述べられた。

『本日は、私ども日本フォーム印刷工業連合会の新春懇親会に、このように多くの皆様にお集まりいただき、誠にありがとうございます。また、本日は経済産業省商務情報政策局の高橋課長補佐様、そして日本印刷産業機械工業会の宮腰会長様 日本印刷産業連合会の堀口専務理事様他、ご来賓の方々にはご多忙のところ、ご来場を賜り誠にありがとうございます。また、本日、興味深いお話を聞かせていただきましたメルケ社長様、小柳社長様にも御礼申し上げます。私ども日本フォーム印刷工業連合会は、今年度、お陰さまで創立50周年を迎えることができました。当連合会は1965年7月に約50社で「フォーム印刷協議会」として設立いたしました。その後、コンピュータの急拡大により、ビジネスフォーム需要も大きく成長し、1991年には、加入社は340社を超えるまでに拡大しましたが、バブル崩壊と長引く不況、さらにパソコンの普及拡大、リーマンショック等の影響により、会員数が半数以下に減少いたしました。現在は正会員120社で、全国の加盟会員相互の信頼のもと、フォーム印刷企業の総合的發展を図ることを目的とし、新たな活動に取り組んでおります。私は印刷産業の中で大きな潮流に乗っているのが、我々のフォーム印刷だと思っています。関係者の皆様には、引き続きご支援を賜りますよう、何卒、お願いいたします。

また、当連合会の運営に多大なる貢献をされました方々に、創立50周年を記念いたしまして、「功労賞」を授与させていただきたいと思います。

私はフォーム印刷の今までの50年間は、ホップ・ステップ・ジャンプで言えばホップの時代であり、これからはステップ・ジャンプの時代になり、これがフォーム印刷の未来を表していると思います。現在、デジタル印刷技術や個人情報の取り扱いなど、フォーム印刷で培った技術やソフトがようやく本格的な武器とな



記念式典

り、新しい市場で戦える環境が整いました。本日これから新たな50年、100年に向かって力強くスタートを切りましょう。

日本フォーム印刷工業連合会は、会員各社がお得意先企業や市場、社会とともに歩み、新しい未来を拓いていくことに貢献してまいります。関係各位の皆様の一層のご支援ご協力をお願いいたします。

最後になりますが、本日ご臨席の皆様方のご繁栄とご健勝を祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。』

来賓祝辞として、経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課課長補佐の高橋淳子様からは、国の施策の紹介も含めてお祝いの挨拶をいただいた。

『本日は、あけましておめでとうございます。また、連合会の50周年、本当におめでとうございます。お慶びを申し上げます。

アベノミクスによって企業収益は、過去最高を記録しております。また、有効求人倍数、賃上げ率も、数字の上では最高となっております。これでデフレの脱却まであと一歩というところにきております。皆様からは、景気の波が実感できないというようなお話も伺っているところではございますが、このような経済の好循環をつくり出したのが、賃上げですとか仕入れ値の上昇等を踏まえた価格の転嫁、また、技術や人材の未来への投資といったところが重要でございまして、皆様におかれましても何卒ご理解と協力をお願いしたいと存じます。



経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課課長補佐 高橋淳子氏

日本フォーム印刷工業連合会の創立50周年を迎えられ、誠にありがとうございます。また、本日、表彰される受賞者の皆様方も、おめでとうございます。

この50年間、大変な環境の変化がございました。連合会の前身のフォーム印刷協議会が設立されてから、印刷のみならず激動の50年でございましたし、また、去年は、IoTとか、ビッグデータ、人工知能といった技術革新が大きくクローズアップされた年でもございました。経済産業省でも、IoT推進のためにさらなる活用と技術開発、課題解決に向けまして、IoT推進コンソーシアムを設立しておりまして、今後検討していくこととしております。

ITを活用しておりますと、セキュリティ対策というものが大変重要になってまいります。昨年末、サイバーセキュリティ経営ガイドラインというものも策定いたしました。フォーム印刷業界の皆様におかれましても、サイバーセキュリティをリスクの一つと捉えて、経営者の方々にはIoTの推進を期待しております。よろしくお願いいたしますと思います。

また、昨日、国会で本年度の補正予算が成立いたしました。当課の文化情報関連産業課では、コンテンツの海外展開の促進、いわゆるクールジャパン施策というのもやっています、その海外展開の支援策として約67億円。また、中小企業庁の予算ではございますが、ものづくり補助金も成立しておりまして、1,000億円超の金額を予算措置しております。実際の公募は2月くらいから始まる予定と聞いておりますので、皆様にもご活用いただければと思います。

最後になりましたが、フォーム印刷業界のさらなる発展と、本日ご参集の皆様のますますのご発展を祈念いたしまして私のご挨拶とさせていただきます。本日はおめでとうございます。』

続いてご来賓のあいさつとして、日本印刷産業機械工業会会長の宮腰 巖様から祝辞をいただいた。

『新年あけましておめでとうございます。日ごろは、



日本印刷産業機械工業会会長 宮腰巖氏

私も会員企業が大変お世話になっておりますことを、この席を借りまして厚く御礼申し上げます。

また、去年は“IGAS 2015”に来ていただき、おかげさまで5万6,000人を超える来場者を迎えて、盛大に終了することができました。本当にありがとうございました。

また、日本フォーム印刷工業連合会様が創立50周年を迎えられたということで、これも誠にありがとうございます。心からお慶び申し上げたいと思います。

先ほど、会長様のお話の中に出ておりましたが、昭和40年に50社の有志が集まって設立されて以来、途中、「日本フォーム印刷工業連合会」と名前を変えて今日まで来たということですが、本当にこの50年間、色々なことがあったのではないかなと思っています。厳しい局面にも多々直面したということも聞いておりますが、その都度、会員の皆様方が一致団結されて、その難局を乗り越えてこられたということでございました。これもひとえに、歴代会長様のリーダーシップ、そしてまた、会員企業の皆様方の絶え間ない努力の賜物であろうかと、心からご苦勞に対して敬意を表する次第でございます。

私が印刷業界に関わるようになりましたのは、昭和43年、現在の株式会社ミヤコシに入社して以来ですが、それからずっと、ビジネスフォームの皆様方と一緒にどっぷり浸かって今日まで成長、育てていただけてまいりましたことを、心から感謝申し上げたいと思います。それと、特に功勞賞を受賞される6名の大先輩の方々には、本当に公私にわたってご指導、ご協力いただきまして、本当にありがとうございました。

ご承知のように、ビジネスフォーム業界は、先ほどのお話ではありませんが、本当に4,900億円の売上があって、340社という加入会員を数えるまで成長された業界です。コンピュータの発展とともに成長しながら、またコンピュータに食われながら現在に至っているわけでございますが、大変な変革の波にもまれて、



日本印刷産業連合会 堀口宗男専務理事

ビジネス業界自体も大きな変革の時代を迎えているのではないかと感じております。

このような状況の中では、なおさら団体の力は非常に重要になってくるのではないかと私自身も感じております。この50周年を機に、さらに会員の皆様方が一致団結されて、発展の道を切り拓いていかれることを心からご祈念申し上げまして、50周年のお祝いと、さらに新年のお祝いを兼ねて祝辞とさせていただきます。本日は誠にありがとうございます。』

そして、創立50周年記念式典では、小倉秀文(元トッパン・ムーア(株) 社長)、小林祥浩(元小林クリエイト(株) 社長)、宇都宮五郎(元セイコービジネス(株) 社長)、笹氣幸緒(元笹氣出版印刷(株) 社長)、渡辺修(元(株)恵和ビジネス社長)、水谷春三(元富士印刷(株) 社長)の6氏に功勞賞として、表彰状とトロフィーを贈呈した。

乾杯のご発声のご挨拶は、日本印刷産業連合会の堀口宗男専務理事からいただきました。

『フォーム工連の皆様には、日印産連の運営に大変ご協力をいただいております。ありがとうございます。また、櫻井会長におかれましては、日印産連の副会長として、特に去年から今年にかけて、グランドデザインについて、大変多くのアドバイスをいただきました。誠にありがとうございます。本日は50周年ということで、6名の功勞賞の皆様方は、東京をはじめ、各地でフォーム工連の団体運営に精励なされ、発展に尽くされたと思います。ということは、印刷産業全体の発展にも尽くされたというふうに私は感じております。ありがとうございます。』

さて、櫻井会長の挨拶で私が印象に残ったことがあります。ものを見る視点の三つの原則です。一つは全体を体系的に見ると。要は細かいところに入るなということと、漫然と全体を見るのではなく体系的に全体を見るという見方が一つです。二つ目は、失敗をおそれず糧としろ。ただし、これは失敗続きだと全然何の



日本フォーム印刷工業連合会 林陽一副会長

意味もないということになりますので、必ず失敗を生かさなければいけないということだと思います。最後の三つ目は、お客様とともに社会、国を捉えるというようにお話されました。これは、お客さまと一緒に、社会、国、それからもっとグローバルな視点で色々見ることによって、色々な貢献ができるだろうということをおっしゃっていると思います。大変示唆に富んだ言葉かなと思い、今後の団体運営の肝にしたいと思っています。

本年も日印産連は頑張ります。そして、フォーム工連の皆様の一つでも役に立つような連合会でありたいと思っています。

最後に、フォーム工連のご隆盛と、ここにいる皆様の商売繁盛、それからご健勝と、今年は本当にいい年になるように祈念して乾杯をしたいと思います。ご唱和いただきたいと思います。乾杯！』と参加者全員で杯を上げさせていただきました。

今年は創立50周年の記念式典と合わせた新春懇親会であったので、地方からも参加され、約220名が和やかに歓談いたしました。また、特別に新春講演会でご講演をいただきました、日本ドイツワイン協会連合会会長の小柳才治氏が選ばれた4種類のワインを堪能していただきました。

懇親会の最期に、日本フォーム印刷工業連合会の林陽一副会長からご挨拶をいただきました。

『今日はお忙しい中、多数ご参加いただきまして誠にありがとうございます。また、功勞賞を受賞されました6名の皆様、おめでとうございます。本当に我々業界の大先輩で、フォーム業界を引っ張ってきていただいた6名の皆様でございますので、いま一度盛大な拍手をお願いしたいと思います。(拍手) ありがとうございます。』

今週の月曜日に雪が降って、やっと冬らしくなったかなという気持ちがございます。暖冬、暖冬といって暖かかったのですが、やっと冬らしくなって、やは

り日本は、四季折々、寒く、暑く、そういう季節感がないといけません。今何となく株価も安いですし、みんな下を向いている感じかなと思っているのですが、必ず春は来る。春のあとは暑い夏が来る。我々業界、そういう熱い生き方をしていきたいなと思っております。

冒頭に会長から、50年ということで「ポップ・ステップのポップの時代」から、今年以降は「ステップ・ジャンプの時代だ」というお話がありました。我々業界もこれまで以上に色々な形でやっていかないとい



平成 28 年新春懇親会会場

日本フォーム印刷工業連合会創立50周年記念功労賞を受賞

小倉 秀文

(おぐら ひでふみ)

87歳

元 トップラン・ムーア株式会社
代表取締役社長



日本フォーム印刷工業連合会の前身であるフォーム印刷協議会から理事を務められ、1992年には当団体の第4代会長に就任され、日本のビジネスフォーム産業の創成期から団体活動に大きく貢献されました。

「トップラン・ムーアビジネスフォーム株式会社」がこの社名の下でスタートしたのは、昭和四十年のことであった。当時としては日本一長い社名と言われた。

その長さは別としても、この「ビジネスフォーム」という名詞を正しく理解してもらう方が、いっそう困難なことであった。お得意様に対し、また、毎年入社してくる新入社員諸君に対してもであった。色々と煩悶の末、考えついたのが、「ビジネスフォームは情報の容器」なる譬^{たとえ}であった。この思いつきの経緯の後、理解の展開の幅は広まり、且つ理解を一層深めてもらうことができた。

けない。今日ご参加の特別会員の皆様、メーカーの皆様、代理店の皆様と、色々な形でこれまで以上にご支援をいただいて、我々フォーム業界がほかの業界と一味違うな、そして良くやってるな、という姿を出していきたいと思っております。

これからもご支援のほど、よろしく願いいたします。ありがとうございました』とご挨拶され閉会となった。

昭和三十年代の半ば頃と記憶しているが、フォームの製造設備に凸版輪転機が導入され、その結果、生産能力が飛躍的に向上した。しかし、その喜びの裏で大変頭の痛いことが起こった。それは保存版となる使用済みの凸版とシリンダーの保存、及び格納のためのスペースの確保に困惑していた。

この悩みを解消するためには、フォームのサイズを少しでもある程度規格に纏め、シリンダーサイズの共通使用を図る以外になかった。このためにフォームメーカー数社が集まり需要者側との折衝に入った。説明会、工場視察を通して、ユーザーの共通認識の確保に努力した。

そして、「フォームの寸法規格」JISの制定として具現化した。しかし、これをもって我々の悩みが克服された訳ではない。受注産業の立場からの業務改善は時間がかかる。結局は、フォーム市場の拡大とオフセット印刷の導入まで基本的な解決は待たされた。また、その活動中に、ユーザー側を代表する「用度需要者懇話会」との折衝を経験し、我々サイドも業界を代表する組織の必要性を思い急遽、「フォーム印刷協議会」を立ち上げた。

その後、「フォーム協」は先輩、諸兄の弛まざる努力の結果、今日に見る「日本フォーム印刷工業連合会」として立派に成長され、本日は創立50周年の記念すべき日を迎

えられました。心からの敬意と祝意を表します。

その良き日に、私は功労賞という重い賞をいただきました。心から恐縮し、且つ感謝の念を捧げる次第であります。その間、科学の長足の進歩は印刷技術の分野にも及び、今日のカラープリンターの完成度を見るに、印刷の色調も印刷寸法も自由に選択でき、且つ、加えて新しい能力として記載する情報やデータも同時にプリントできるとあっては、世の中一変の感がいたします。また、マイナンバー制度の普及とを併せて未来の姿を想像すると、マイナンバーで寄せられた異種の情報を併せてプリントし、同一人に郵送するという状況が出現するかも知れない。「情報の容れ物たるフォーム」は予め準備しておくのではなく、その都度作られるものとなるだろう。固定的な容器から、より自在に収納できる「風呂敷」のイメージに近いものとなるだろう。そして、フォーム業界はプリプレスの段階での前処理に、業務の重点を移すことになるのかなと思う今日である。

今後フォーム工連傘下の各企業が、従来とは次元を異にする領域において、一層逞しく成長発展される事を心から望んでおります。

お祝いの紙面を借りて愚考を述べさせていただきました。感謝。

日本フォーム印刷工業連合会 顧問

小倉秀文

小林 祥浩

(こばやし よしひろ)

77歳

元 小林クリエイト株式会社
代表取締役社長



日本フォーム印刷工業連合会の前身であるフォーム印刷協議会の理事として1989年から務められ、2002年から9年間日本フォーム印刷工業連合会の副会長、2010年からは顧問として就任いただき、通算25年間の永きに渡り団体活動に貢献していただいております。

去る1月21日には、日本フォーム工連50周年記念式典にて功労賞をいただき誠にありがとうございました。1989年より通算25年強、理事としてお世話になりました。

特に副会長を勤めさせていただいた折には、小倉会長より多くの事を学ぶ事ができ、大変感謝しております。

現在はペーパーレス化が進み各社共大変だと思います

が、櫻井会長のもと一致団結して工連の発展のためご尽力下さい。

ますますの発展を祈念いたしております。

小林クリエイト株式会社

名誉会長 小林祥浩

宇都宮 五郎

(うつのみや ごろう)

77歳

元 セイコービジネス株式会社
代表取締役社長



1996年から8年間、広島地区を中心とした西中国フォーム印刷工業会で会長として就任いただき、会長を退かれてからも7年間副会長として団体運営に尽力されました。

また、会社経営におかれては、2004年に印刷産業環境優良工場として、経済産業省商務情報政策局局長賞を受賞。さらに、2006年にはグリーンプリンティング認定工場の第一号として認定されました。

日本フォーム印刷工業連合会の創立50周年の節目に功労賞を賜り、皆様に厚く御礼を申し上げます。

印刷業界の前には自動車業界に身を置き、米国駐在員として政府機関との折衝や提携を主に、①フォルクスワーゲン排気ガス問題の環境庁、EPA。②タカダエアバック問題の運輸省NHTSA。③業務提携以外に弁護士ともどもBig3との提携を担当してきました。

自動車業界から一転、印刷業界に身を置いた経緯から、周辺の皆様からの応援もあり順調に業務を伸ばしました。印刷大手様や製紙メーカーすべての人脈財産はこの時作られています。

フォーム印刷工業連合会の会員数減少と生産性の減少に少なからず心を痛めております。

主たるBF分野では関連機器の向上に伴い、一般印刷で加工できる処理機の向上があります。小ロット・多品種に有利な一般印刷や事務機器等を考えると、材料費割合の高いフォーム業界の根本的解決が必要です。印刷周辺機器分野は無限の可能性を秘めております。会社の存続や成長性は、会員みんなが考えることであろうと思います。

将来にわたって皆様と協力を惜しまない所存です。

セイコービジネス株式会社

取締役会長 宇都宮五郎

笹氣 幸緒

(ささき ゆきお)

73歳

元 笹氣出版印刷株式会社
代表取締役社長



東北フォーム印刷工業会の会長を1994年から16年間、その後監事に就任いただき、通算21年間の永きに渡り東北地区の団体運営を担っていただきました。その間、各種事業でその卓越したアイデアと広い人脈により多くの成果を残されました。

お元氣様です。

立春は過ぎましたがまだまだ三寒四温の言葉通り、春にはもう少し待間がかかりそうなこの頃の気温ですが、貴会益々ご発展のこととお慶び申し上げます。

去る1月21日、貴工業連合会の50周年記念祝賀会において、他5名の方々と一緒に功労賞を拝受し、衷心より御礼申し上げます。

顧みますと東北地区の会長を拝命したころは、丁度、協議会から工業会へと名称の変更のやむなきに到った頃でした。右も左もわからないまま常任理事として、貴工業連合会の理事会に出席させていただき、定款の変更を審議し、会費の変更について2年の年月をかけて審議もしました。また、総務委員会に籍を置かせていただいた時も、色々学ばせていただきました。

この16年に亘る会長職は、本来は2期4年で東北地区の会長は任期満了であるはずでしたが、指導力の無さで、ずるずると長期間会長を続けてしまい、大いに反省したところです。この間会員の皆様が協力を惜しまず、会の維持のために長期間支えていただけたことに尽きと思います。漸く3年前から東北地区の会長職を定款にのっとりた形で、交替できるようになったのも、会員の皆様のご協力があったのことに感謝しております。

これからも東北フォーム印刷工業会の発展と共に、日本フォーム印刷工業連合会のご発展に全力を傾注することをお誓いし、大変遅くなりましたが受賞の御礼とさせていただきます。

ありがとうございます。

笹氣出版印刷株式会社 代表取締役会長
東北フォーム印刷工業会 監事 笹氣幸緒

渡辺 修

(わたなべ おさむ)

70歳

元 株式会社恵和ビジネス
代表取締役社長



日本フォーム印刷工業連合会の前身であるフォーム印刷協議会から理事を務められ、1992年に北海道フォーム印刷工業会会長に就任され、日本のビジネスフォーム産業の創成期から通算21年間団体活動に大きく貢献されました。

この度、日本フォーム印刷工業連合会の創立50周年にあたり功労賞を受賞させていただきまして、誠にありがとうございました。

1971年に業界に身を投じ、45年の長きに亘り活動させていただきましたが、業界の諸先輩並びに、同業の仲間、関連業の皆様方のご指導、ご協力があったの賜物と心よりお礼申し上げます。

特に北海道フォーム印刷工業会の正会員、特別会員の皆様には、絶大なるご協力をいただいたことが、今回の受賞になったものと確信しております。誠にありがとうございました。業界は、大変な状況を迎えておりますが、会員各位の創意工夫をもって、この難局を乗り越えていかねばなりません。私も微力ながら、業界の発展のために、尽力することを念頭におき、今後とも活動する所存でございます。日本フォーム印刷工業連合会の益々の発展を祈願し、会員企業の御繁栄を御祈念申し上げまして、甚だ略儀ではありますが私の御礼のあいさつとさせていただきます。

株式会社恵和ビジネス
代表取締役会長 渡辺修

水谷 春三

(みずたに しゅんぞう)

86歳

元 富士印刷株式会社
代表取締役社長



日本フォーム印刷工業連合会の前身であるフォーム印刷協議会の理事として1973年に就任され、1993年からは中部フォーム印刷工業会の会長に就任いただき、1998年

から15年間、同会の副会長を務めていただくなど、中部地区の業界活動の発展に寄与されました。

この度は、栄えある賞をいただきましたこと、誠に光栄に存じます。これもひとえに連合会をはじめ、関係者の方々のご協力の賜物と厚くお礼申し上げます。

日本フォーム印刷工業連合会発足後まもなく、当会に所属させていただき、弊社も50年の区切りを迎えることとなりました。その間、ビジネスフォーム印刷を取り巻く環境は激しく変動し、大きな舵取りを余儀なくされる度に、当会や会員の方々よりご意見やお知恵を頂戴いたしましたこと、重ねてお礼申し上げます。

中部フォーム印刷工業会会長の職を拝命中の平成5年11月25日には、伊勢志摩ロイヤルホテルで持ち回り理事会を開き、その後、懇親を深めていただきました。翌日には、全国の理事の方々と伊勢神宮を参拝できたこと

「ドイツと日本を語りあう！」をテーマに新春講演会を開催

平成28年新年会に併せて毎年行なっている新春講演会を、1月21日午後4時からホテル椿山荘東京で開催した。今回は、「ドイツと日本を語りあう！」をテーマに、ドイツ生まれで日本が大好きなアンドレアス・メルケ氏((株)メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン社長)と、ドイツで音楽を学びドイツワインをこよなく愛する小柳才治氏(日本ドイツワイン協会連合会会長)の対談を行った。

両氏はドイツや日本の文化や、今年の5月末から開催される世界最大規模の印刷機材展“drupa 2016”などについて、それぞれの立場から熱っぽく語った。

小柳氏 前駐日ドイツ大使でいらしたドクター・シュタンツェルさんには、現在、私たちの日本ドイツワイン協会連合会の名誉顧問をやっていただいています。どうしてシュタンツェルさんと知り合ったかと言いますと、私の合唱団で歌を唱っている植芝さんという女性がいるんですが、植芝家と言えば日本の合気道の神様のような家柄なんですね。シュタンツェルさんも京都大学に留学していた頃から合気道をやっておられて、そんなきっかけからシュタンツェルさんと知り合うことができたわけです。こうした日本独自の武道、文化を通じて、言葉を超えた人間関係が作れるんだ

は、深い思い出となり、今でも当時の記憶が蘇ります。

中でも、御正殿前での御垣内参拝を懐かしく思います。第61回神宮式年遷宮を終え、社殿が新しく建て替えられたばかりでした。真新しい社殿を眺めると、伝統を守り、受け継ぎ、そして新しく築き上げること、我々の業界にも相通ずる大切な理を感じさせられました。我々を律し、身の引き締まる思いでした。

フォーム印刷業界の情勢は、厳しさを増す一方ですが、この局面を打開し、次の時代を築き上げるためにも、ビジネスモデルを見直し、新たな試みに挑戦しなければなりません。微力ではありますが、今後もフォーム印刷、そして連合会の発展に貢献して参る所存です。

何卒、ご指導ご鞭撻の程、よろしくお願い申し上げます。

富士印刷株式会社
代表取締役会長 水谷春三



アンドレアス・メルケ氏(右)と小柳才治氏(左)

な、と考えさせられましたね。

メルケ氏 音楽であれ小説であれ、文化を通じて人間関係を作ることには可能だと思います。ソニーがヨーロッパ本社をドイツのベルリンに置いたのは、当時の大賀社長がベルリン・フィルハーモニー管弦楽団が大好きで、どうしてもベルリンに本社を置きたいとこだわった結果だそうですから。今の時代、展示会はもう不要ではないかという人もいますが、人間関係とビジネスとのつながりということを考えると、決してそんなことはないと思います。最終的にビジネスが成り立つのは人間と人間の間ですからね。多くの人が一堂に集まる展示会はやはり必要でしょう。

小柳氏 そういう意味で国際展示会での日本のブースは椅子がいくつかあり、パネルが何枚か貼ってあって、名刺交換をするだけの場という感じがすごいですね。ヨーロッパの場合、展示会はあくまで商談の場であって、来場者は初めから何かを買うために展示会に来る。日本の場合だと、買う気なんか全然なく、何か新しいものはないかなと、なんとなく来る来場者ばかりですね。

メルケ氏 “drupa”をはじめとして、デュッセルドルフが開催するイベントは、国際性が高くビジネスのプラットフォームになっているのは事実です。皆さんもご存じだと思いますが、“drupa”はもともと4年サイクルで開催していたのですが、多くの大手企業の意見を受けて3年サイクルに変わりました。これは印刷産業にインパクトのある決定だったと思います。市場の要求に応えたということですね。ワインの場合もドイツでは、「プロワイン(ProWein)」という世界最大級の見本市をやっていますが、10年前には日本酒の出展は禁止されていました。しかし、近年の和食ブームに伴って、ヨーロッパでも日本酒の消費量が増えている。これを受けて、日本酒も出展しようということになりました。展示会のサイクルや内容は、市場の要求を受けて変えていく必要があるわけですね。今年の“drupa”は、3D印刷とか、ポストプリンティングといった分野が注目



新春講演会会場

されているので、国際的なプラットフォームを追求するためには、展示会の中身を多少変更していくことが必要になると思います。

小柳氏 ワインの生産量はフランスやイタリアの方が圧倒的に多いのに、世界中のワインが集まる最大級の見本市は、メッセ・デュッセルドルフの会場で行われている。やはりドイツは「見本市の国」「展示会の国」なんだということですね。

今回の新春講演会では初めての企画として、講師の小柳才治氏の推薦で、ベートーベンゆかりの醸造所で極少量作られ、日本では入手が難しい「ベートーベン・リースリング・ゼクト(発砲ワイン)」を聴講者全員に味わっていただいた。

「2015年版 ISO 改訂説明会」を開催するとともに 世界初の印刷産業向け ISO14001 として 「環境マネジメントシステムと GP 認定制度との融合」を発表

3月25日、日本印刷会館で約80名が参加して、2015年版 ISO9001・ISO14001改訂についての説明会を開催した。

また、距離的に遠く参加が難しい地方会員に対しても、Ustreamを使用した同時配信も行い、視聴していただいた。

冒頭、世界初となる「印刷産業向けISO14001」について、日本印刷産業連合会の福島薫常務理事から、2015年版ISO14001とGP認定制度の融合について、その意義や今後の影響などが語られた。

『2015年版ISOとGF認定の両方に対応するのは相当な混乱が予想される。環境を配慮した印刷業界基準であるGP認定制度と2015年版環境マネジメントシス

テムであるISO14001とをリンクさせ、経営方針と業務遂行の統合管理を実現し、企業の負担軽減を図りたい。ISO14001のプロセスにGP認定要求事項を組み込み、統合したマニュアルの作成の実証実験を行っている。現在、GP認定を取得済のある印刷企業をパイロットモデルとして、2015年版ISO14001の認証取得に取り組んでおり、5月には認証取得の発表会を予定している』

日印産連、フォーム工連、ISO審査機関、GP認定審査事務局の4者が協力し、他業界に先駆けて、世界でも例の少ない業界基準の2015年版ISO14001が完成することになる。

福島薫常務理事は『将来ISO14001とGP認定との融



福島薫常務理事



阿部和由氏



藤木廣光氏

合に加えて、プライバシーマークやISO9001などを含め、統合型マネジメントシステムとしての展開を考えている』と今後の展開について話された。

改訂の解説については、PGネットシステムの阿部和由社長と、ISO適合性評価機関のアイ・シー・エル東京営業支社長の藤木廣光氏が行った。今回の改訂では、2008年版品質マネジメントシステムのISO9001は7年ぶり、2004年版環境マネジメントシステムのISO14001については11年ぶりに大幅な見直しが行われた。

2008年版ISO9001の規格要求事項は全8章、2004年版ISO14001は全4章だったが、ともに2015年版では1章から10章までの章立てとなった。

現在、ISOについて世界的に共通する課題として、運用能力の不足、調達先の管理不十分、

トップ経営層と現場との乖離、経営事業とISO管理の乖離などがある。

前回の改訂以後の大きな社会変化を考慮し、今後10年以上にわたって安定して利用できる要求事項にするとともに、従来、大企業向けで重たい仕組みになりがちだったISOを、運用しやすく効果が出やすい仕組みに改訂されました。また、ISOの認証取得が単なる登録証(看板)とならないよう、取得した企業へ実効性がある体系と、信頼感を与える規格とする意図も込められました。

要求事項の細かな変更点はいくつもあるが、ISO9001・ISO14001では、コミットメントを実証することが求められるなど、経営トップ(社長)のリーダーシップの強化、材料メーカーや委託先を含めた利用関係者の範囲の拡大などが挙げられます。さらに、環境のISO14001では法的要求の拡大、ライフサイクル思考の明確な位置付けなど、環境パフォーマンス(業績)の重視が挙げられます。

2015年版への改訂にあたり注意すべき点として、2018年9月14日を過ぎてしまうと、現在持っている認証登録が失効してしまう。さらに、是正処置の期間に1ヵ月、認定書が届くまでに1ヵ月を要するので、移行審査の受審期限は2018年7月14日と心得て欲しい。審査受付は2016年4月1日から開始される。内部監査員も、2015年版と2008年版、2004年版規格の差分を理解し、スキルアップさせておく必要がある。差分教育を受講し修了しておくことが必要です。

フォーム工連では約3年前から団体としてISOの認証取得に取り組み、内部監査員も約100名を養成してきました。今後、2015年版への改訂対応でも、会員企業に対して各種の支援を行っていく予定であります。



ISO 改訂説明会会場

日本フォーム印刷工業連合会主催

今年も「page2016」に出展！

今回で29回目を迎える国内最大規模の印刷・メディアビジネスの総合展示会である“page 2016”が、2月3日から3日間、池袋サンシャインシティ・コンベンションセンターで、「未来を創るーメディアビジネスの可能性を拓けるー」をテーマに開催され、日本フォーム印刷工業連合会として今年も出展いたしました。

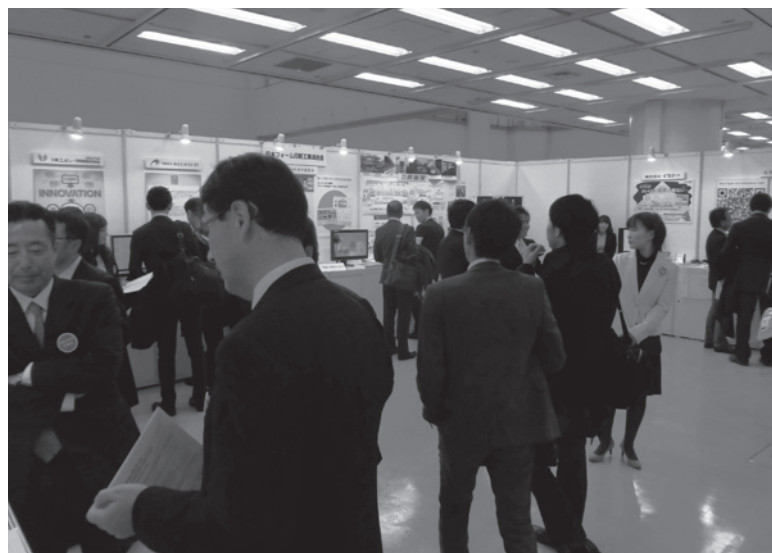
出展参加いただきました各社は、トッパン・フォームズ(株)、(株)イセトー、(株)昇寿堂、(株)木万屋商会、三郷コンピュータ印刷(株)(みさとみらい21)、太平洋印刷(株)、UCDA、PODiの6社2団体からのご協力をいただきました。

今年の“page 2016”は出展社数が過去2番目に多く、145社からの出展になり、来場者数も“page”事務

局の発表では昨年より3.5%増加し、70,370人との報告がありました。今年のフォーム工連の出展場所は会場4階になり、テーブル展示ではあるものの、広いスペースが確保でき、出展いただきました各社からの評判も良かったと思います。

今回の“page 2016”では、小ロット・多品種など「デジタル印刷機への対応」の後加工機が多数出展された。インクジェット技術を使用したニスコーターやレーザー加工技術を使用した抜き装置、熱による箔押し装置やP P貼り装置等、デジタル印刷の市場の広がりを支えるために、高付加価値をつけた加工機の必要性がより一層高まるのではないかと、予感させる展示でした。今後、印刷物全体の数量は減少するものの、印刷のマスカスタマイゼーションやパーソナル化はデジタル印刷機の使用とともに、メディアミックス戦略によって、ますます促進されるように思います。

来年の“page 2017”にも出展を企画いたしますので、ぜひ一緒に出展いたしましょう！



page 2016 出展ブース



page 2016 参加者全員



東北フォーム印刷工業会

役員会・新春講演会・新年会を開催

東北フォーム印刷工業会(大門一平会長)は、平成28年1月26日(火)に仙台市のホテル白萩において、役員会並びに新春講演会・新年会を開催いたしました。役員会では5月17日の定時総会の会場が、赤湯温泉「いきかえりの宿龍波」に決定したと報告がありました。

講演会は有限会社メディア仙台の代表取締役の村上恵子様をお迎えし、「～もて人(びと)でいるために～いいかげんにいこう!」という演題でお話をいただきました。宮城テレビのアナウンサーから始まり、チリ紙交換やラーメン店の経営など波乱万丈の経歴を経て、結婚後は証券会社に勤務しながら、子育てが終わってから現在の会社を起業し、多方面にわたる経験と内容に、ぽかんと聞き入り、言



講師 高橋恵子氏

葉や文字の持つ様々な効能については、新たな局面を教えていただくことができました。

講演会終了後は村上様を交えて新年懇親会に移り、会員相互の親睦を深めながら恒例のビンゴ大会にて大いに盛り上がり、お開きとなりました。



中部フォーム印刷工業会

平成28年度活動計画を決定

中部フォーム印刷工業会(入野康会長)は、2月10日と3月16日に定例理事会を開催し、平成28年度の行事計画(理事会、定期総会、研修会等の開催日程・計画)、役員体制等について、日本フォーム印刷工業連合会の会議予定との調整を図りつつ、協議・決定し、準備を進めています。

決定した主な行事日程・開催内容は次の通りです。理事会の開催は、1月、8月、11月を休会とし、年9回の開催を予定しています。そして、4月、9月、12月の理事会終了後は、理事の懇親を深めるため親睦会を予定しています。

定期総会・記念講演・懇親会の開催は5月23日(月)午後3時より。開催会場はメルパルク NAG O Y A (名古屋市東区)。講演会の講師は元日経トレンディ編集長の北村森氏で、『ヒット商品に不思議はない!』をテーマにご講演をいただく。

今年も会員研修会の開催を11月15日(火)午後3時から、ウインクあいち研修室(名古屋駅前)で実施する予定であるが、講演テーマはまだ未定であるので、お勧めのテーマがありましたらご教授いただければ幸いです。



関西フォーム印刷工業会

平成28年度新年互礼会を開催

関西フォーム印刷工業会(溝口剛司会長)では、毎年恒例の新年互礼会を、平成27年1月14日に堂島ホテル(大阪市北区)にて、午後3時30分より理事会、その後午後4時30分からは講演会、午後6時より懇親情報交歓会が行われました。講演会では、講師に

東京大学先端科学技術研究センター教授の西成活裕氏をお招きして、「仕事の渋滞、解消の法則」(西成流・仕事の効率をあげるコツ)と題してご講演をいただきました。渋滞を科学的で考えてみると、渋滞はなぜ起こるかは外的要因か内的要因かで、世の中の渋滞

の70%は、詰め過ぎの内的要因である。

仕事の渋滞の法則には、期間あたり完了した仕事の量と単位時間あたりの仕事の量を考え、メタ安定状態(無理して仕事をしている状態)ではないか、一見高い生産性だが、ぶれに弱く一気に大渋滞に陥りやすい、ゆとりが必要である。

西村先生は、「日本国際ムダとり学会」会長でもあられ、無駄を考える前に、目的を定め、期間を定め、立場を定めることが大事であると、良品計画の松井社長のMUJIGRAMの例など色々な事例をご紹介いただき、改善は知識より意識が大事である、科学的ゆとりこそ損して得をとることにつながる思考体力を鍛え、利他的な譲り合いこそが、協調的行動につな

がるとお教えいただきました。

懇親情報交歓会では、来賓として昨年に引き続き大阪の8つの印刷関連団体代表様をお迎えし、兄弟デュオグループ ISSINの歌や恒例の大抽選会などで、2時間があっという間に、総勢110名以上の盛大な交歓会が終わりました。



デュオグループ ISSIN



互礼会会場



講演会会場

大阪支部 第50回プチ勉強会を開催

大阪支部(平松敬康支部長)では、2月25日に、東産業会館において、大阪支部会を14社16名が参加して開催され、後半では、第50回目のプチ勉強会も行われました。今回は、「B F 製造設備から商業印刷への展開を考える」と題して、ケイズカンパニー株式会社代表取締役 高橋龍男様にご講演いただきました。

お話は最初にフォーム工連の山口専務理事からの情報から始まり、印刷産業の中であって、この10年の間に最も使用量が落ちこんでいる紙が、ノーカーボン紙であり情報用紙であるところを見ると、如何にB F 製造品目の変化が激しいかが分かる。そんな環境の中で、5年後も今日と同じ作業をはたしてしているだろうか?印刷業界は昔から商業印刷、紙器印刷、フォーム印刷、ラベル印刷……と細分化され、「モチはモチ屋」という考え方が一般的であったが、今後は柔らかい発想で自社設備を有効利用す



ることで、垣根を越えた製品の製造を手掛けていかねばならない。そこで、永年ドイツの印刷業界を見てきたケイズカンパニーとしては、近年MBOという加工機専門メーカーに注目し、この加工機がB F 業界に果たし得る役割を様々なビデオ画像と共に紹

介した。ロールのアンワインダーとシーターからこの加工機群につなげることで、紙器やバリアブル冊子、特殊DMなどがB F 印刷機から製造できるのである。また、これらの機械は本来平判印刷機の後加工機として作られてきたが、紙幅500mm程度で200～300m/分のスピードが出るので、B F 輪転との相性が最も良いと訴える。MBOの加工機は折りユニッ

ト、糊付けユニット、型抜きユニットと加工種別ユニットを仕事に合わせて組み換え連結して使用することができるので、場所もラインも固定化することがないそうだ。日本での販売はこれからだそうだが、その動向を注視したいということでした。

最後に、5月31日からの“drupa”で、みなさんとお会いしたいですとのことでした。

中四国フォーム印刷工業会

講演会・懇親会を開催

中四国フォーム印刷工業会(太田真義会長)は、平成28年2月18日(木)午後5時から、講演会と懇親会をメルパルク広島において開催。参加者は11社から17名出席。今回は県立広島大学の学生10名の参加もあり、各社PRをして、学生も自己紹介をして歓談しました。

講師は県立広島大学人間文化学部国際文化学科専任講師の原 理(はら おさむ)氏にお願いし、テーマは、「男の留学・女の留学 ― 留学のコストベネフィット分析」。

今年広島開催となる第6回(持ち回り)理事会の準備のため、打ち合わせを行った。

1回目は平成27年12月10日午後1時30分より、第2回目は平成28年2月9日午後1時30分より、3回目は3月8日午後1時30分より(株)アドプレックスの会議室にて打ち合わせを行った。



九州フォーム印刷工業会

理事会・新年会を開催

九州フォーム印刷工業会(和田秀一郎会長)は2月9日(火)に、福岡の「博多廊」にて理事会及び新年会を開催した。

理事会では、正会員7社9名が参加し、和田会長より近況の用紙事情や、日本フォーム印刷工業連合会の理事会にて報告された事案等の説明があった。

また、会員各社「ダイバーシティ」の取り組み状況や、推進後の影響等についても質疑応答があり、少子高齢化が進む中、人材の確保と活用について各社会員より意見が出された。

特別会員を含めた新年会では、21名が参加し、会員相互の情報交換や今年の抱負など話題もたくさん出て、おおいに親睦を深めることができ、楽しいひとときを過ごした。



北米印刷事情レポート（WhatTheyThink）より

DMは、マーケティングミックスに欠かせないもの：マーケティング部門の視点 ―●

InfoTrends ディレクター Barb Pellow 氏

デジタルマーケティングが急速に拡大している中、業界のリーダー達はDMを使い続ける。マーケティング活動において、将来DMはどのような役割を果たしていくのだろうか。最近のInfoTrends調査データをベースに説明していきたい。

デジタルマーケティングが急速に拡大しているにも関わらず、マーケティング活動において依然として重要な役割を果たし続けているDM。InfoTrendsは、マーケティングの上級幹部に対し、今後の戦略の傾向について、過去12ヶ月間に3度にわたって調査を行った。そこから得られたひとつの重要なメッセージは、DMが今後も使われることだ。トレンドを見る限り、マーケティング活動に欠かせないものでありつづけるであろう。

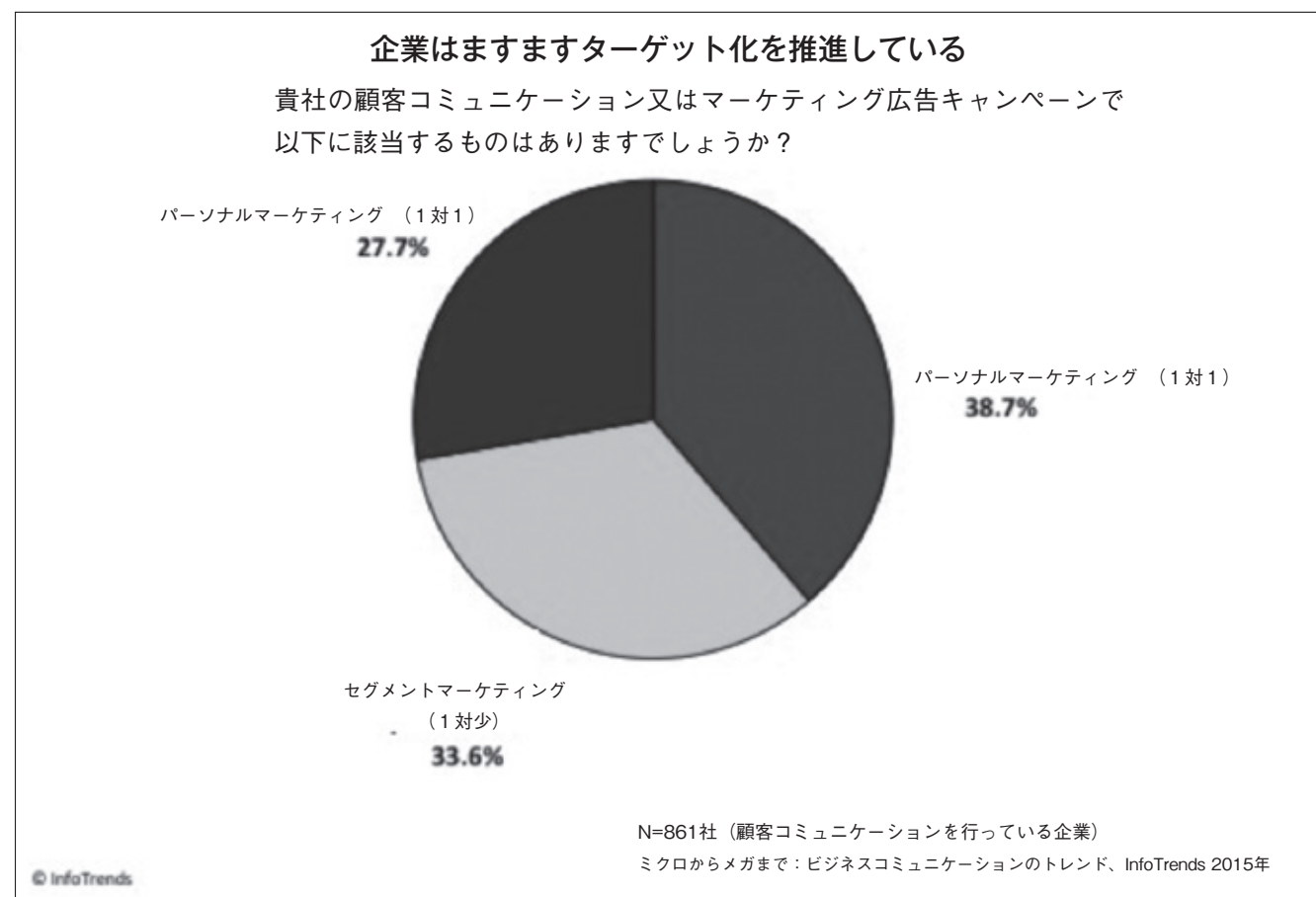
2016年に成功するための戦略

印刷会社が競争優位性を保つには、将来起こりえるトレンドを観察して、自社のDMサービスとそのソリューションをそれらのトレンドに合わせなければならない。この記事では、2016年に印刷会社が念頭におくべき鍵となるトレンドをまとめてみた。

もはやパーソナル化以外はない！

ターゲットとなる顧客により印象をもってもらうにはDMのパーソナル化が欠かせない。DMをパーソナル化すると、お客様が大事にされていることを感じ取ってくれるからだ。2015年末にInfoTrendsは、「ミクロからメガまで：ビジネスコミュニケーションのトレンド（Micro to Mega: Trends in Business

（図1）



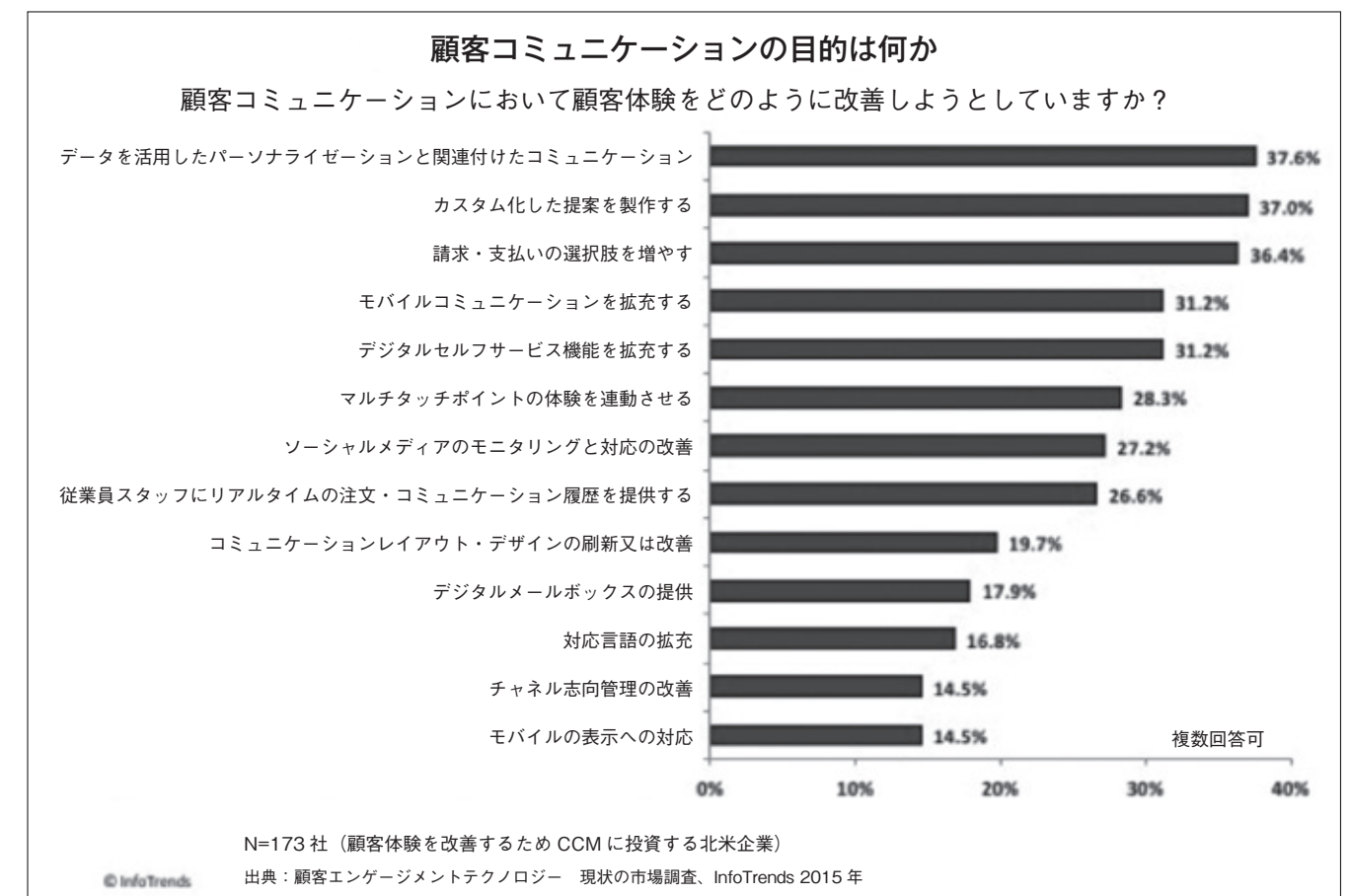
Communications)」という調査を完成させた。それによると、延べ800社の61%以上が、配信しているコミュニケーションを、なんらかの形でパーソナル化、又は、セグメント化しているという。（図1）

顧客コミュニケーションやキャンペーンで以下の項目に該当する比率は？

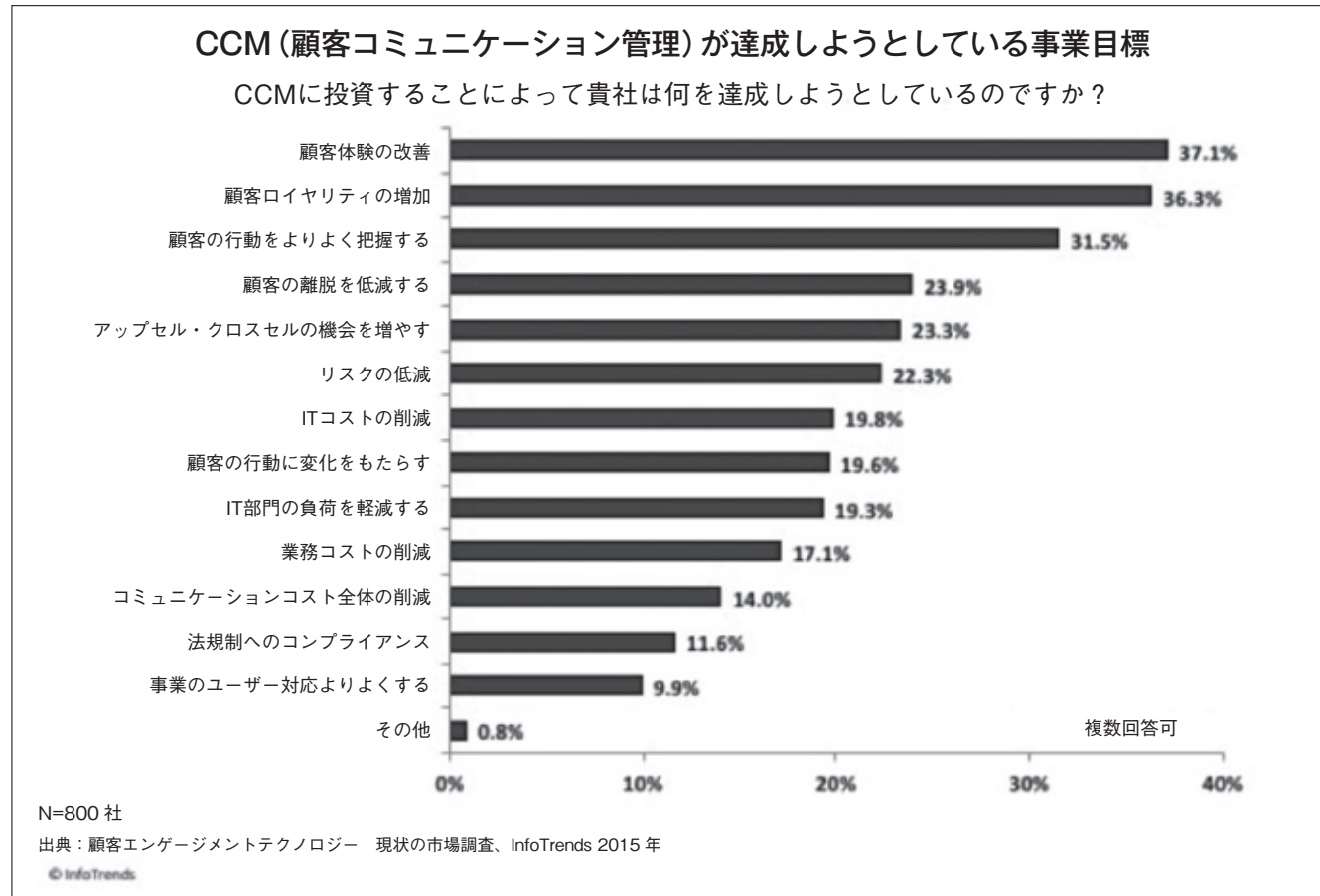
データは不可欠

今日の常時インターネットとデバイスに繋がっている消費者にアプローチするには、マーケティング部門はますます関連付けされた提案をしなくてはならない。データ分析などで、顧客の嗜好を把握し、セグメンテーションをおこなえば、顧客に関連付けられたメッセージを送ることができるとともに、コストを抑制することができる。ゆくゆくは、売上げの増加にも貢献するだろう。InfoTrendsが2015年に出版した「顧客エンゲージメント技術：北米市場の状況（Customer Engagement Technologies: North American State of the Market）」の調査では、企業が顧客コミュニケーションに投資する最大の理由は、データを活用したパーソナライゼーションや、顧客ひとり一人により関連付けされた提案をするコミュ

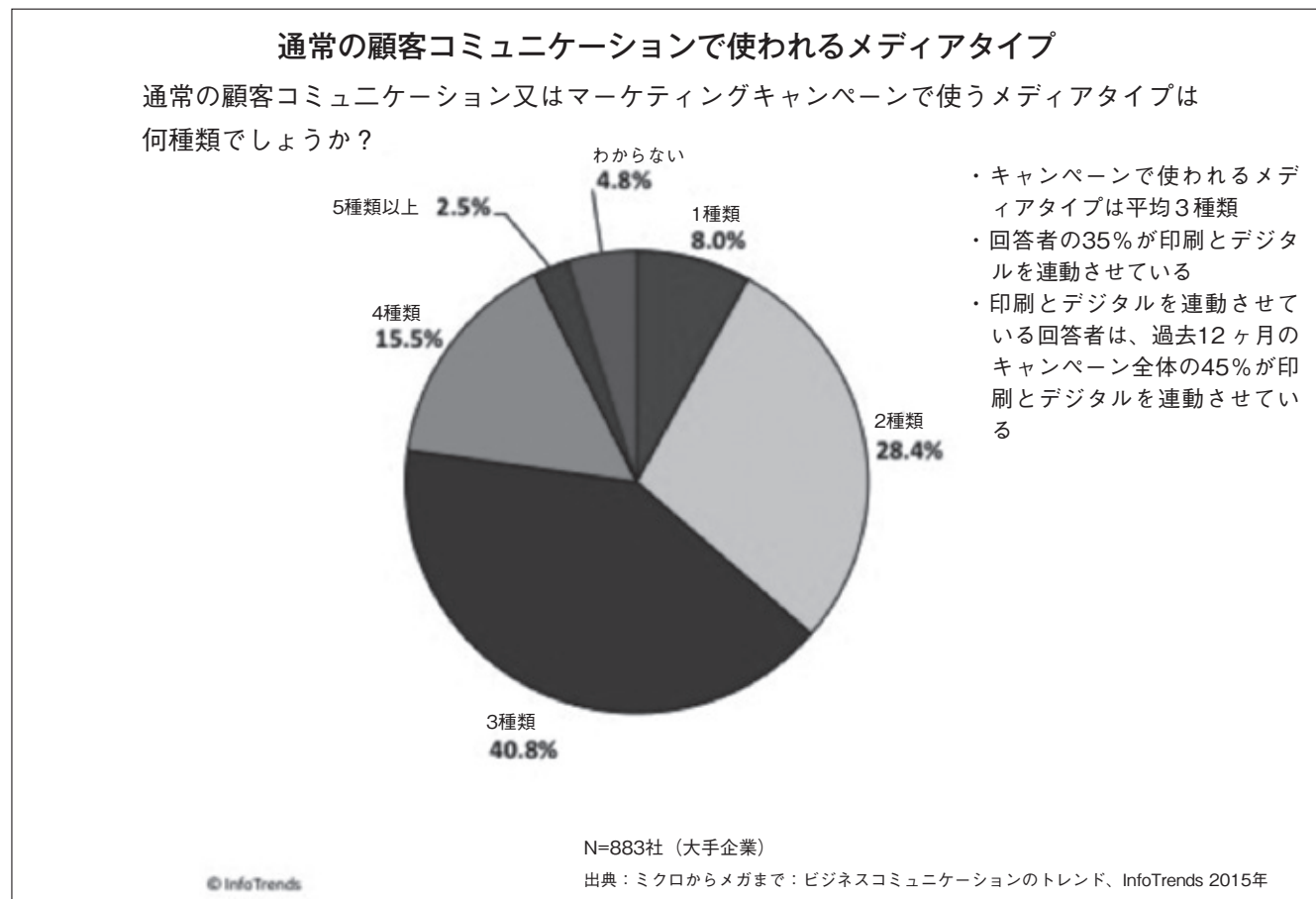
（図2）



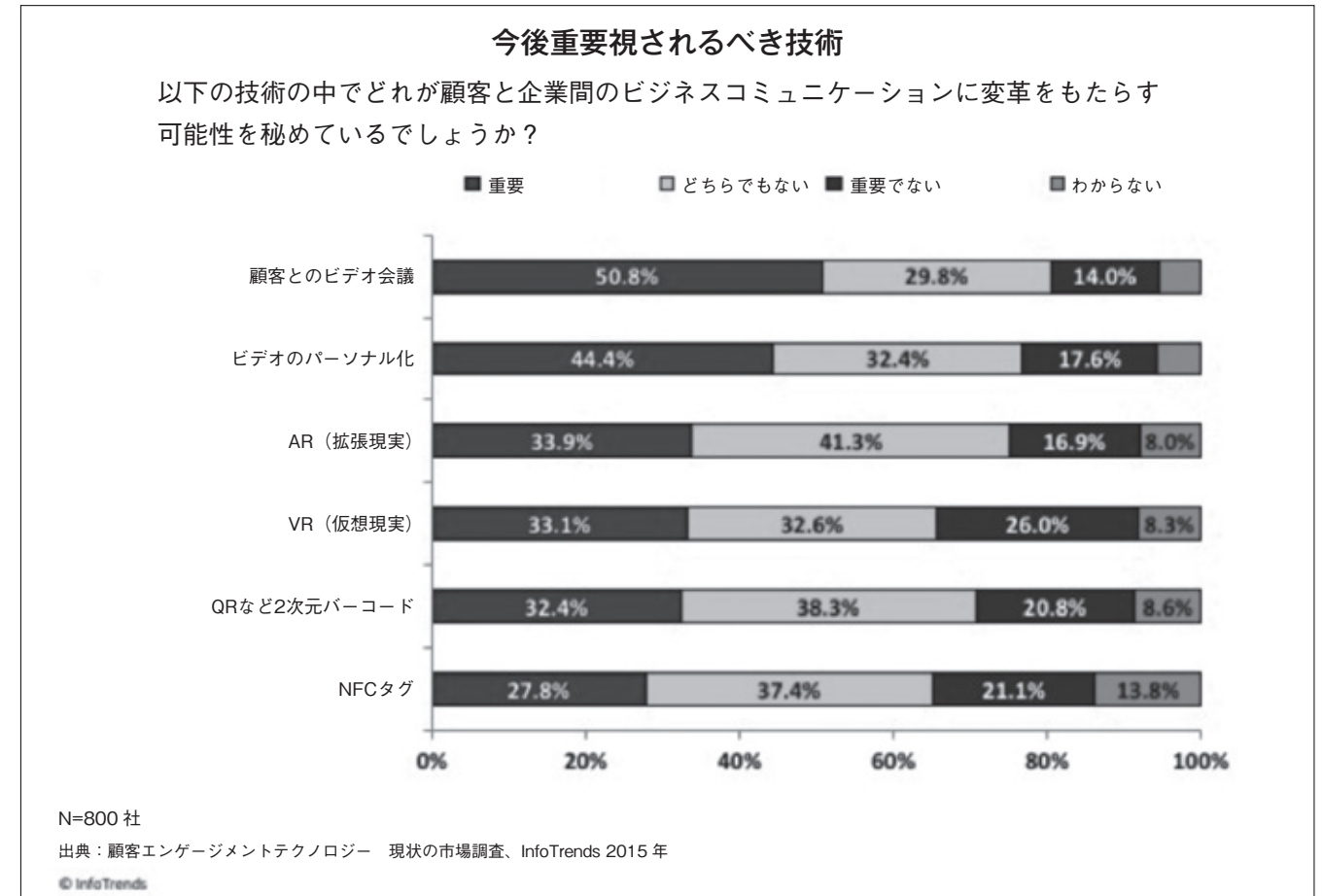
(図3)



(図4)



(図5)



顧客コミュニケーションに投資して一番達成したい重要な目標は何か？

マーケティング部門はチャンネルを越えたコミュニケーションに取り組むことにより、生活者との顧客エンゲージメントを強化しようとしている。InfoTrendsの調査によると、通常のマーケティングキャンペーンは、3種類のメディアを使う。回答者の35%が印刷とデジタルメディアを連動させていて、キャンペーンプロジェクト全体の49%が印刷とデジタルメディアを組み合わせている。(図4)

通常の顧客コミュニケーションキャンペーンにおいて何種類のメディアタイプを活用するか？

InfoTrendsが実施した「グローバル顧客エンゲージメント技術」の調査で、マーケティング部門に「将来どの技術が顧客と企業間のビジネスコミュニケーションに変革をもたらす可能性を秘めているか」と聞いたところ、最も注目されたのが、ビデオ技術であった。マーケティング部門は、それを導入することにより、インタラクティブな顧客体験の増加をもたらすであろうと見込んでいる。(図5)

次のどの技術が顧客とのビジネスコミュニケーションに変革をもたらすか？

まとめ

激動するコミュニケーションの世界においても重要な役割を担い続けるDM。印刷会社は、このDMを今日のビジネスのニーズにあったものにしないといけないという認識をもつべきだ。計り知れない可能性を秘めているDMは、マーケティングミックスに欠かせないものでありつづけるであろう。次回の記事では、実際に印刷会社がどのようにそのビジネスモデルを変化させ、DMを展開しているのかについて触れたい。

提供 PODi JAPAN
WhatTheyThink
翻訳協力：Mitchell Shinozaki

中小企業市場へのマーケティングサービスのビジネスチャンス

InfoTrends ディレクター Barb Pellow 氏

大手企業と同じく、中小企業も事業拡大のため信用力をあげたいもの。それには、コミュニケーションが欠かせない。印刷会社にとって、中小企業市場は適切なマーケティング戦略と実行力を用いれば、大きなビジネスチャンスをもたらすだろう。この記事においては、最近のInfoTrendsの調査レポートを取り上げ、印刷会社が中小企業の特定の業種、業態に集中することによって、いかに仕事量を積み上げて確保するか、その手段などを見出したい。

建設、美容室、歯医者、弁護士事務所、不動産、家族経営の小売店など、米国企業の大半を占める中小企業。米国の国勢調査によると、米国の従業員500人規模以下の企業は600万社にのぼり、10名以下規模の会社は450万社存在するという。

名刺など企業のアイデンティティ関連、販促資料全般、ダイレクトマーケティング関連(DM、メール、ウェブなど)、POP類、請求書などトランザクションドキュメント関連、ニュースレターなど出版物関連など、中小企業市場のコミュニケーションに纏わるニーズは多様だ。大企業と同じく、中小企業もそのビジネスを語るにあたって、信用度と熟練度を高く表現することが必要である。この市場は印刷会社が、正しい市場戦略をとることによって大きなチャンスがある。特定な業種や業態に集中することにより、反復可能な営業方法が利用でき、仕事量を積み上げるビジネスチャンスがあろう。中小企業のマーケティング担当者は、新規顧客獲得や顧客維持を助けてくれ、そして、複雑なマルチチャネルコミュニケーションを指南してくれるパートナーを探しているのだ。

中小企業にとって何が重要か

InfoTrendsは最近、「ミクロからメガまで：ビジネスコミュニケーションのトレンド Micro to Mega: Trends in Business Communications」を完成させた。延べ1,000社以上の中小企業の経営者や幹部にアンケート調査を実施し、マーケティングコミュニケーションのニーズで何が重要かを聞いたところ、企業規模の大小に関わらず、新規顧客獲得、顧客維持、ブランド認知が最重要との回答が多数を占めた。

事業を発展させるために、ブランドアイデンティティやマーケティングが欠かせないことは、中小

企業も大手企業もかわらない。厳しい経済状況の中、中小企業が求めているのは、あらゆるメディアチャネルを使ってでも、顧客にたどり着き、コミュニケーションを可能とするソリューションだ。飲食店であろうが、美容室であろうが、不動産屋であろうが、ドライクリーニング屋であろうが、中小企業は、新規顧客を呼び込み、既存客を維持できるようなマーケティングツールを求めている。問題は、中小企業のマーケティング予算が、大手企業と比べると遥かに小さいこと。全ての業種において、年間コミュニケーション支出は平均96,000ドルで、うち印刷は35,000ドルで35%を占めるのだ。これは小口の仕事を積み上げていく印刷会社にとって、売上を上げる大きな機会である。(図1、図2)

2016年のマーケティング支出は、穏やかな成長が期待されるだろう。回答者の50%が、かなりの増加、または、穏やかな増加を見込む。一方、43%が殆ど変わらないと回答している。平均成長率は業種によって異なるが、2.2%から3.9%の間である。その中で一番高い成長が期待されるのが、金融サービスだ。

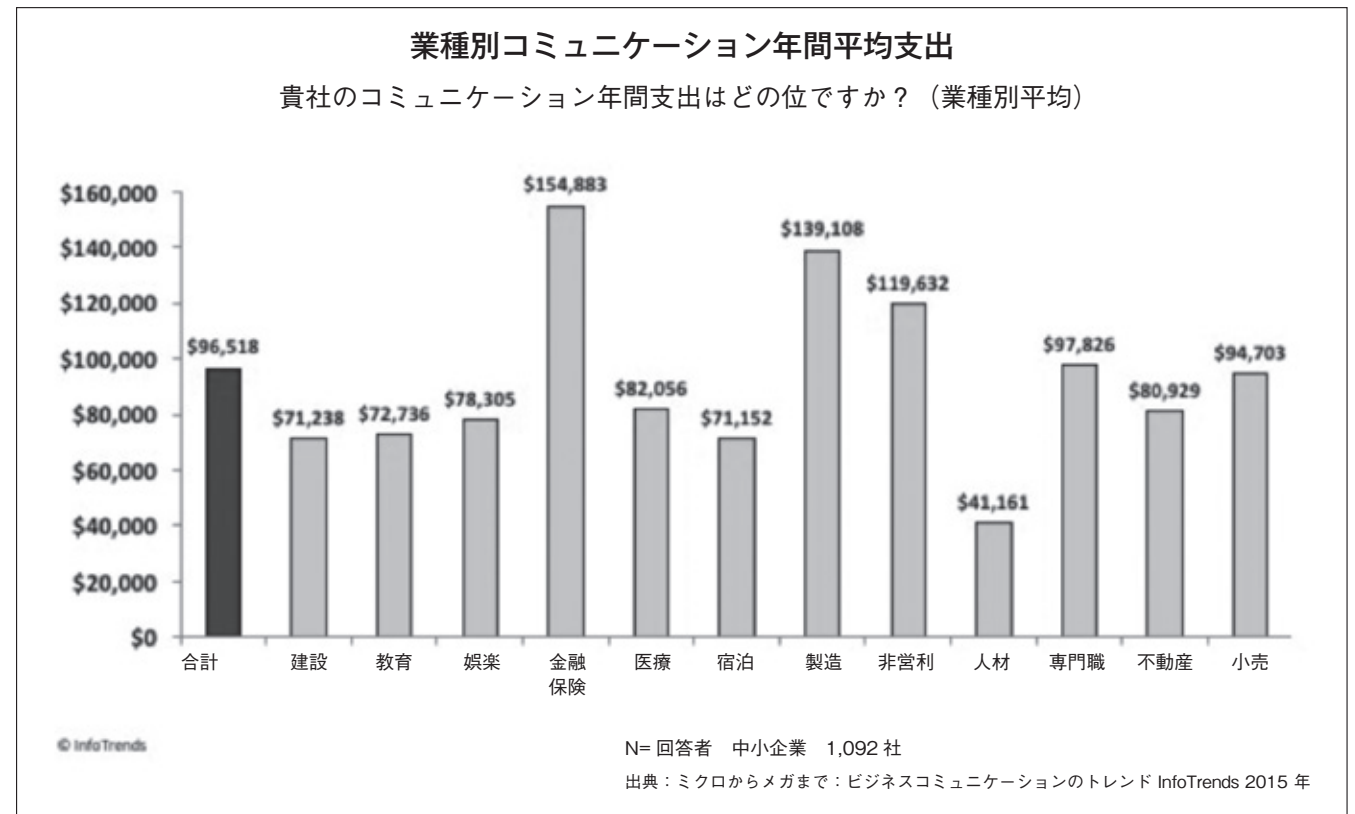
変わりつつあるマーケティングミックス

中小企業のマーケティング支出は増加していくだろうが、その一方、マーケティングミックスが変わりつつある。InfoTrendsの調査によると、マーケティングチャネルが、従来の印刷マスメディアから、メール、Web、モバイルなど、印刷以外のメディアへ大きくシフトしているという。印刷は、コミュニケーション支出の1/3で、中核を占めることには変わらないが、そのシェアは徐々に落ちていくであろう。今後大きな成長が見込まれるのが、動画、ネット、モバイル。これらの3つのチャネルは現在支出の43%を占め、2017年には49%までに拡大していくだろう。(図3)

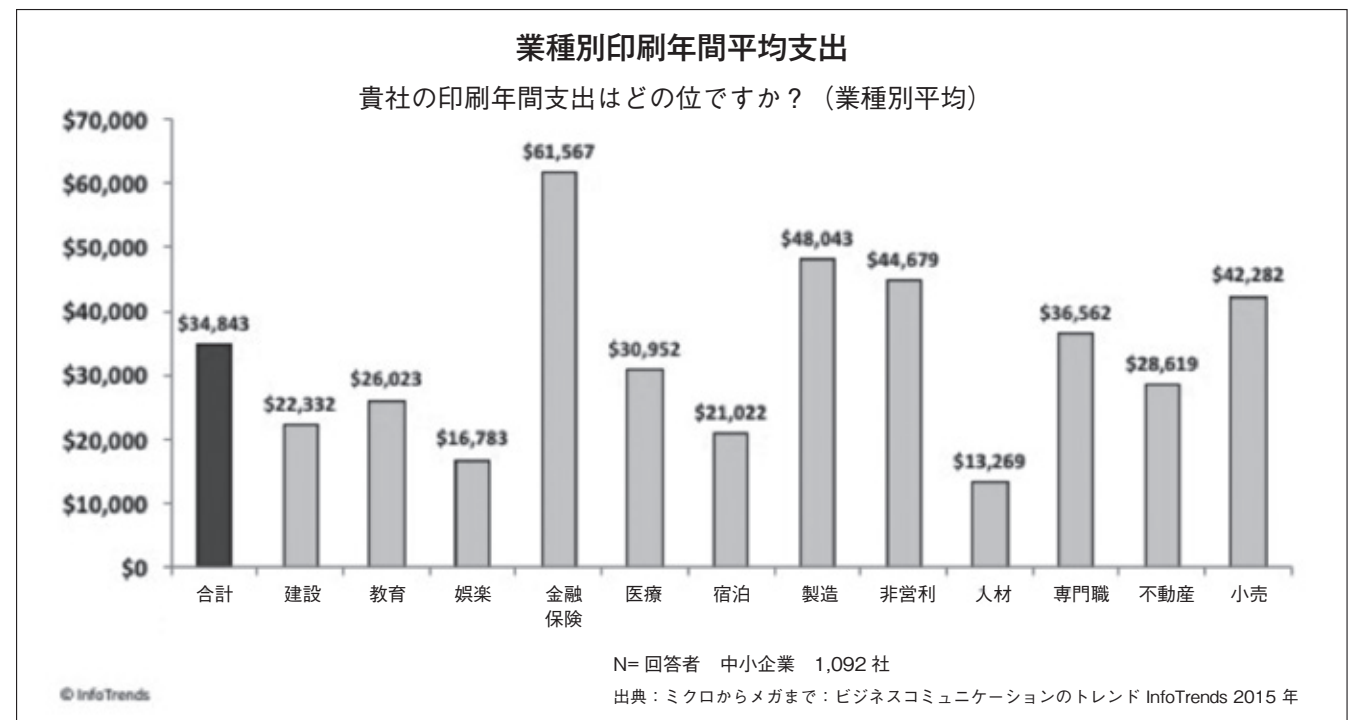
印刷会社の課題

よく理解している印刷会社は、最適な結果を出せるような複数のチャネルに渡ったキャンペーンを実施するだろう。中小企業が期待するサービスのレベルは高いが、印刷会社にとっては、ターゲットの業種から幅広く受注して注文量を集積できる機会である。では中小企業のニーズを満たすには、印刷会社

(図1)



(図2)



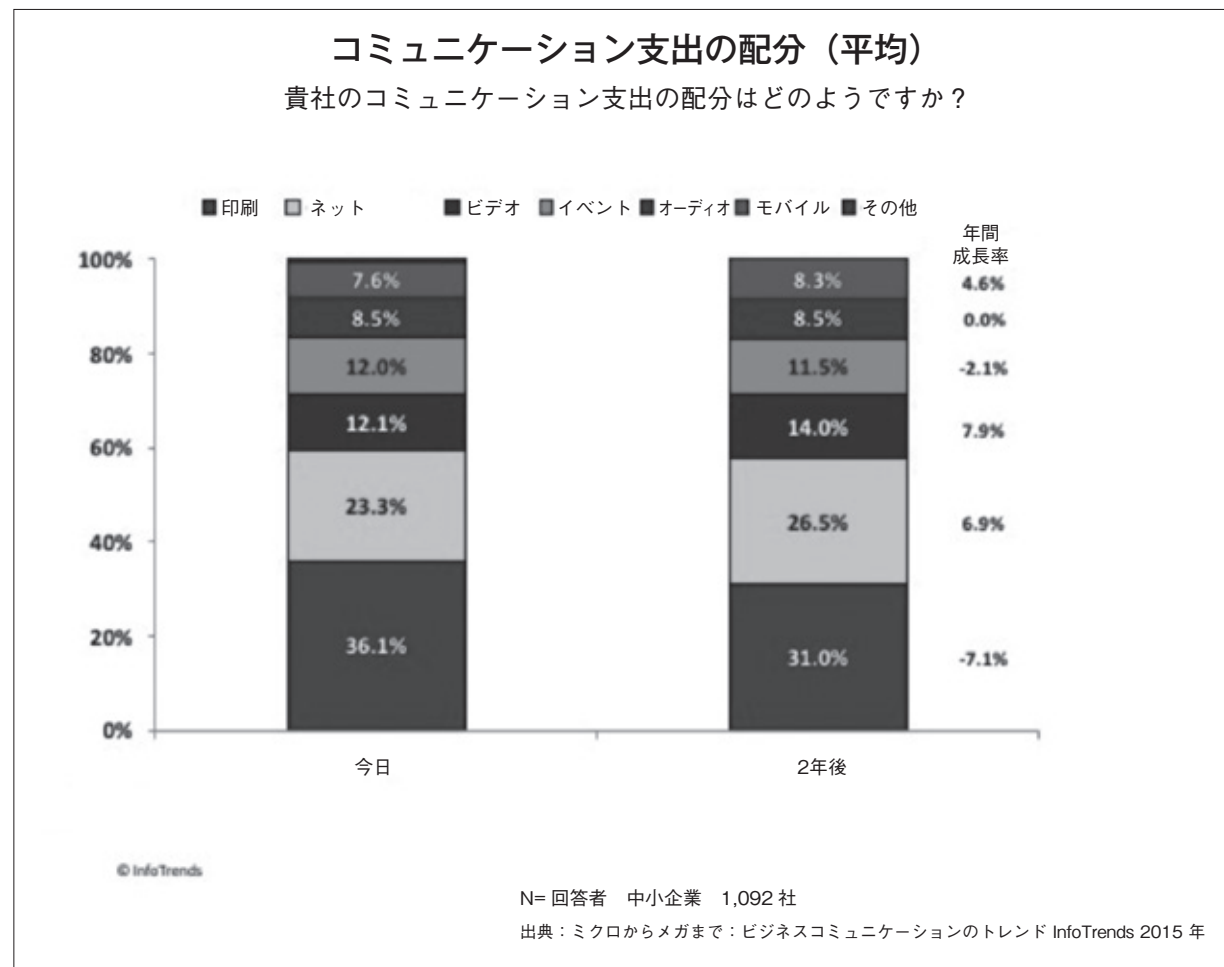
は何をすべきだろうか。

中小企業のパーソナル化施策のお手伝いをする

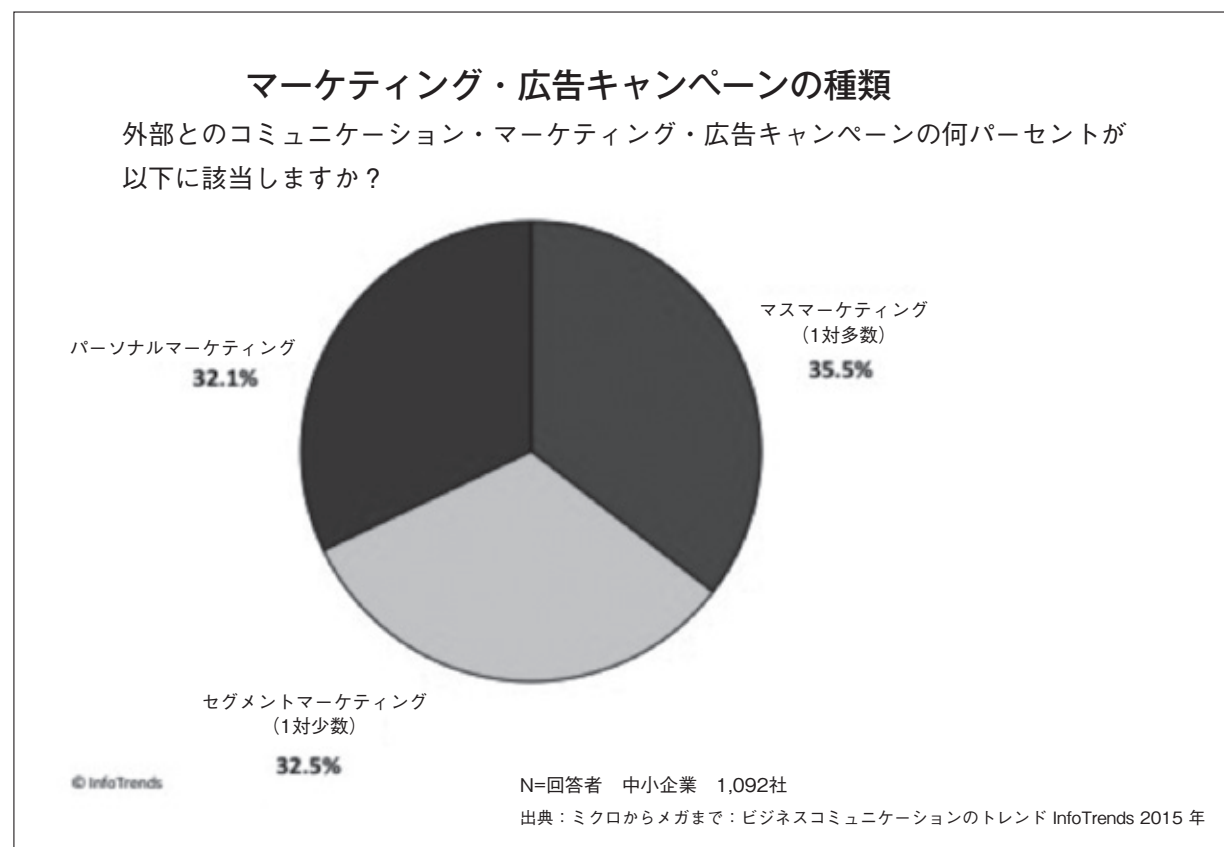
以下の表の通り、中小企業の65%が、パーソナル化(1対1)、または、セグメント化(1対少数)され

たマーケティングキャンペーンを実施している。可変印刷を伴うこれらのキャンペーンからの売上は、2019年までの年間累積成長率が15%になると予測されている。中小企業のマーケティングサービスビジネスを取り込むには「カスタム化とパーソナル化」を

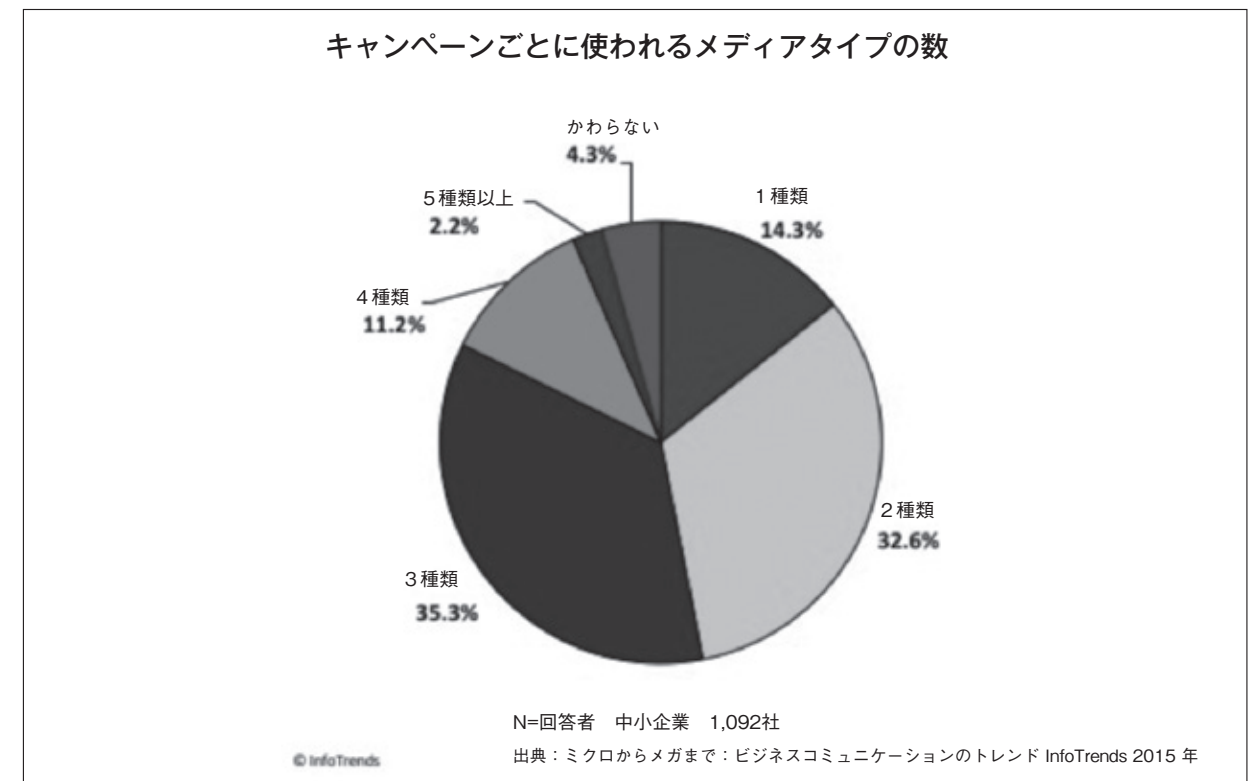
(図3)



(図4)



(図5)



提供することが欠かせないのだ。(図4)

データマイニングや分析をできるようになるには、人材や設備への投資をしなくてはならない。社内にそのリソースがなければ、分析サービスを提供する会社と提携すれば良い。データが中心の時代で発展するためには、分析スキルは必須である。

クロスメディアは必須

中小企業のマーケティングキャンペーンは、平均3つのメディアの種類を使う。印刷だけを展開している中小企業は、機会損失を招くだけでなく、全種類を展開するようなアプローチをとる競合からビジネスを奪われてしまうリスクをはらむ。(図5)

カスタマコミュニケーションやマーケティングキャンペーンで使うメディアは何種類？

中小企業は、より良い顧客体験(カスタマーエクスペリエンス)を提供するために、クロスメディアで顧客と結びつき(エンゲージメント)、オンラインとオフラインメディア(ネットと紙)を統合させるサポートが可能な印刷会社を求めている。調査によると製作された販促資料の49%が、紙となんらかの形でネットチャネルが連動していると回答した。クロスメディアキャンペーンを行うためのツールは、巷にたくさんあり、簡単に導入することができる。ツー

ルの選択肢を検討し、印刷、モバイル、ソーシャル、ネットに跨って戦う手段を構築することはもはや「待ったなし」だ。

簡単であることが重要

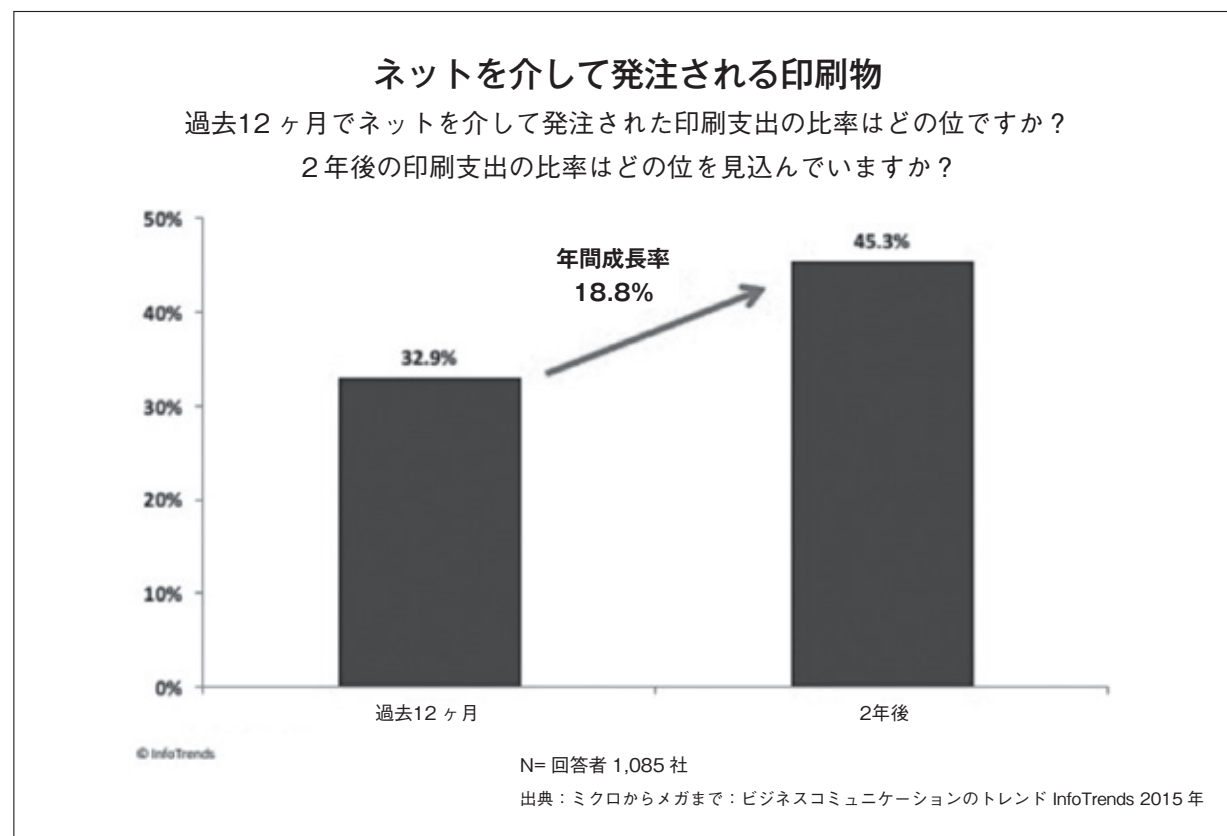
顧客は、注文にもキャンペーンの応募にも、簡単さを求める。印刷であろうと、デジタルであろうと、その混合(ミックス)であろうとも、顧客はそのニーズに合った簡単なソリューションを求めるであろう。それは印刷会社のサービスに、Webからアクセスすることから始まる。中小企業は、印刷物をWebサイトであらかじめ設定されたテンプレートのカタログから、発注することが当たり前になってきている。2015年に中小企業が発注した印刷物の32.9%はネット経由だという。2017年になれば45.3%になると予測されている。これは、中小企業向けの印刷市場のネット注文は18.8%成長していくことを意味する。

現状で顧客向けにWeb to Printを提供していなければ、真剣に検討する必要がある。早く動かなければ、中小企業市場向けのビジネスチャンスを逃してしまうかもしれない。(図6)

専門的ノウハウとワンストップショッピング

中小企業に印刷会社を選ぶときに最も重要なことは何かと聞いたところ、品質、納期厳守、競争力あ

(図6)



る価格が上位にきた。しかし、これらの条件は今日の市場では当たり前。最低限、それらを満すことができなければ、商売を続けることはできないだろう。中小企業にたいする本来の差別化は、専門ノウハウとワンストップサービスである。今日のコミュニケーションは益々複雑になっているため、中小企業にとって、従来の印刷会社が提供する製品やサービスでは物足りない。新規顧客獲得や顧客維持のため、多岐に渡るチャンネルを指南してくれるパートナーを欲しているのだ。「専門的ノウハウとワンストップショッピング」を提供すれば、差別化ができるだろう。賢い印刷会社は、印刷に加えて、クリエイティブサービス、DMやメールのテンプレート、顧客リスト購入と管理、メールキャンペーン、自動コンタクトシステム、測定やトラッキング機能などを提供している。はがき、チラシ、カタログなどの一般的な商品で横展開すると同時に、各業界の特有な専門的ノウハウをも展開する。時間に余裕のない中小企業に対して、マーケティングサービスのコンサルティングや戦略などを提供し、結果、売上と利益を増すことができるのだ。(図7)

まとめ

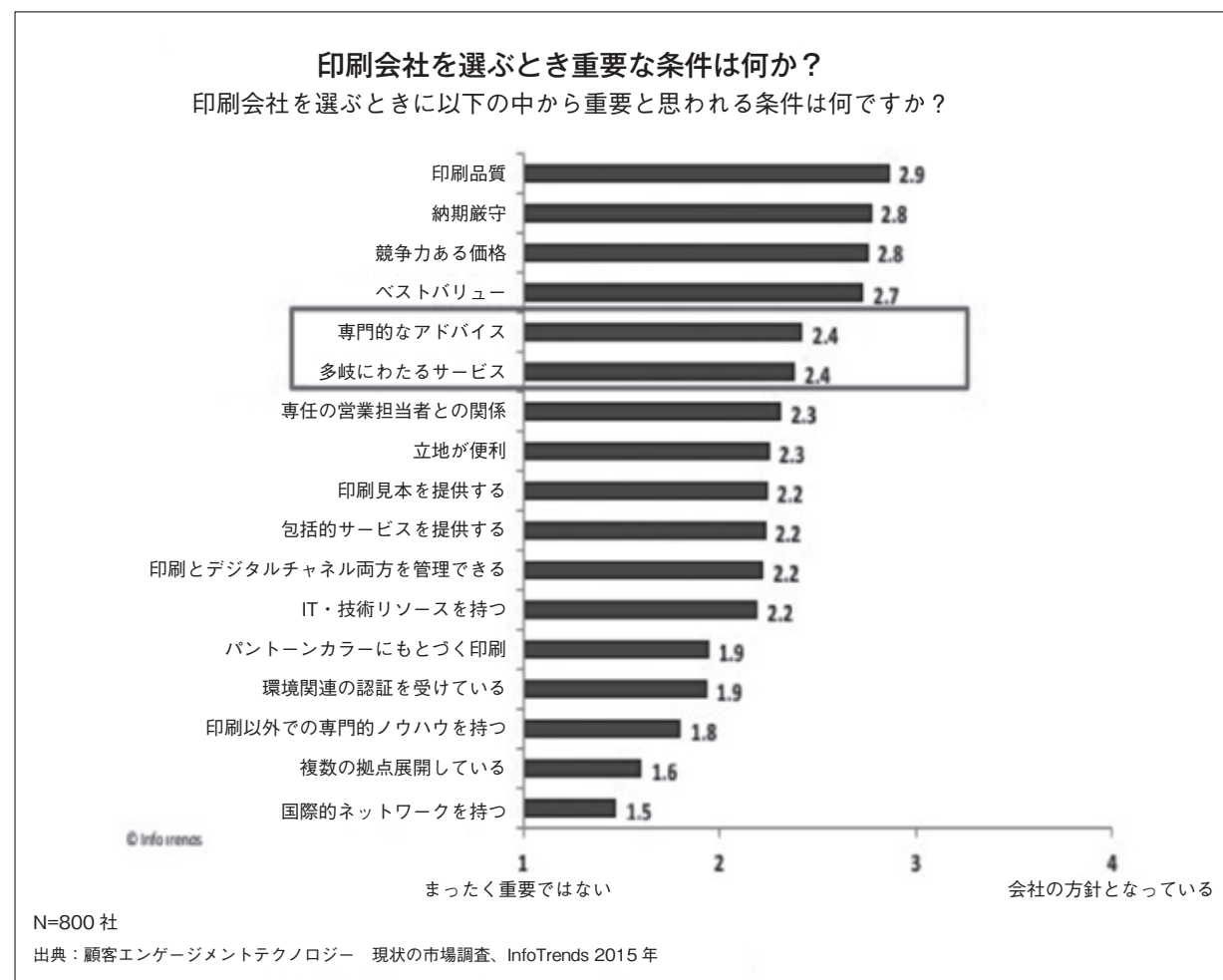
InfoTrendsの中小企業に関する調査で明らかになったことは、中小企業は、DMであろうと、ネットであろうと、小売であろうと、ひとつのチャンネルを通じて提供される製品をどのように成功させるか支援を求めていることだ。さらに、これを二つ以上のチャンネルを通じてマーケティングを展開したいとも思っている。ただ、彼らはそれを自分達で実行する時間もお金もない。中小企業に、測定可能なデジタルのマーケティングを業種別に、あるいは水平展開できるアプリケーションを提供することができるなら、その印刷会社は2016年の勝者となろう。これには、中小企業の市場について熟知し、創造的な市場展開戦略が必要である。個々は小さな仕事量であるが、中小企業市場の案件をかき集めることができれば、その市場を積み重ねることによって、大きなビジネスチャンスとなっていくであろう。

提供 PODi JAPAN

WhatTheyThink

翻訳協力：Mitchell Shinozaki

(図7)



メディアミックスの中での印刷の役割

先日、「印刷は歴としたネットの派生物になりえる」と調査会社のOutsell社がコメントして、印刷関係者が目尻を吊り上げた。そのOutsell社が、「2016年度年間広告・マーケティング調査」を出版。広告・マーケティングに使われる各種メディア支出の予算を調査したものだが、我が印刷業界の経営者や幹部は、そこに表記されているデータに注目すべきだろう。コミュニケーションに携わる意思決定者が抱える、彼らの視点からの、様々な課題などが見えてくるからだ。我が業界の役割は、お客様が抱える課題を解決するためにあるのではないだろうか。今回のコラムは、ジョーウェブ博士が、Outsell社の調査をもとに独自の視点とコメントを加えたものである。

広告支出費のほぼ半分を占めるメディアは20年前には存在しなかった

「未来を破壊する」の著者 Joe Webb博士

Outsell社が、「年間広告・マーケティング調査」を出版した。これは、MarketingLandやAdWeekなど著名なマーケティング・広告関連メディアでよく取り上げられる調査である。目玉は各種メディアのランク付け。内容をみると、デジタルメディアは、全てランクアップされ、現状維持した格好だ。

今回の調査で一番目を引いたのが、モバイルの躍進だ。2015年では10位であったのが、35%成長して、今年は5位に躍り出た。一方、印刷メディアは全て下落。新聞は3ランク、DMは2ランク、注文印刷、雑誌、ディレクトリなどは1ランク下げた。一見、惨敗とみえるが、粒さにデータを読むと、印刷業界にもビジネスチャンスがあることが伺える。

表 1

Outsell社2016年度 年間広告・マーケティング調査			
デジタル	10億ドル	ランク	比率
自社ウェブサイト	\$76	1	20.1%
メールマーケティング	\$25	3	6.6%
検索	\$23	4	6.1%
モバイル	\$23	5	6.1%
ソーシャルエンゲージメント	\$20	8	5.3%
ソーシャルメディア	\$13	14	3.4%
デジタル合計	\$180		47.6%
放送	10億ドル	ランク	比率
テレビ	\$66	2	17.5%
ラジオ	\$16	11	4.2%
放送合計	\$82		21.7%
印刷	10億ドル	ランク	比率
DM	\$21	6	5.6%
注文印刷	\$20	7	5.3%
雑誌	\$17	9	4.5%
新聞	\$16	10	4.2%
ディレクトリ（電話帳など）	\$13	15	3.4%
印刷合計	\$87		23.0%
その他	10億ドル	ランク	比率
プライベートイベント	\$15	12	4.0%
展示会	\$14	13	3.7%
その他合計	\$29		7.7%
総合計	\$378		100.0%

次に掲げるメディア支出予算のランキングチャートは、MarketLandの記事から抜粋したものである。詳細データは残念ながら入手することができなかった。印刷に関して言えば、印刷コストだけではなく、メディアフォーマット全体のコストを含む。DMの場合は郵便料金が含まれているし、出版物は出版社の販売価格がそのまま反映されている。注目すべきことは、ここに表記されているメディア支出のほぼ半分が、20年前に存在しなかったことだろう。（表1）

Outsell社の調査で、マーケティング担当者が今一番注力している課題は、「カスタマーエクペリエンスの最適化、パーソナル化、そしてクロスチャネルを

支援するためのクリエイティブとコンテンツ力」だという。印刷会社は、これらのコメントに注目すべきであろう。

調査の中で述べられているもうひとつの重要なコメントは、マーケティング担当者の最大の悩みが、「取引業者が製品を押し売りしてくるだけで、本当のニーズに対応したソリューションを提供してくれない」ことだ。印刷会社の皆さんは、本当に顧客企業のニーズを把握しているだろうか。自分が「金槌をもっているので、すべてが釘にみえてしまう」といったシンδροームに陥っていないだろうか。

印刷会社の顧客の多くはB2Bのマーケティング担当者である。彼らのニーズは、リード（見込み客）の

創出とその育成だ。目標を達成するために適しているメディアは、以下の通りの順番だという。

- ウェブサイト
- イベント
- ソーシャルエンゲージメント
- カスタム印刷ソリューション

この順番は興味深い。まず念頭に置くべきことは、これらのメディアが連動しないといけないことだ。

ウェブサイトが一位であることはわかりきったことだが、それを有効なものにするには、検索エンジン最適化が鍵となる。また、コンテンツが魅力あるものでなければ、閲覧者の興味を引き、リードにつながっていかない。印刷会社は、そのようなB2Bの顧客が抱える課題を解決しようとする努力をしているだろうか。最近、ビデオがマーケティングプロセスの中で欠かせないメディアになりつつあるが、それを提供できるよう一部の先進的な印刷会社は、既に体制を整えていることをご存知だろうか。そのような印刷会社は、ビデオで使われたコンテンツをウェブサイトや印刷物にも展開していて、コンテンツの価値を最大限に活かそうと努力をしている。さらに、印刷を起点としたコンテンツをウェブサイトにつなげて、リード創出に役立っているのだ。

イベントについては、去年の10月のコラムに私なりの考えを述べた。

ソーシャルエンゲージメントについてはどうだろうか。LinkedInはちょっと前までは、転職するために使うソーシャルネットと思われがちであったが、最近B2Bのマーケティング専門家にとって、益々重要視されてきていて、欠かせないメディアになりつつある。毎週更新されるザミッシングリンク (The Missing Link) というポッドキャストも欠かせない情報源だ。毎週このポッドキャストは、詳細な資料へのリンクを紹介してくれる。貴社が、事業開発の戦略を取っているならば、マーケティング活動のなかで、LinkedInを最優先させなくてはならないだろう。手始めにお勧めなのが、2015年のベストアドバイスをまとめた年初に配信されたポッドキャストだ。

最後に、この調査について述べたいことは、マーケティングの予算を決めている顧客の意思決定者の世代が若年化していることだ。私は、これまで印刷を売る経営幹部とメディアの意思決定者の間に世代ギャップがあることを問題視してきた。毎年、私はノースカロライナ州のReleighで開催される「トライ

アングルアメリカンマーケティング協会」に出席している。昼食会には200名ほどの委員が出席するのだが、印刷業界からの出席は2名だけ。私は、その協会の会合で、毎年400名のデザイナーや広告代理店の人達と対話している。出席した印刷会社の2社は会場でブースを構えていて、印刷は広告に有効だと訴えていた。

印刷業界は、このような意思決定者と対話すべきだと私は以前から主張しているが、印刷会社の幹部の方々は聞く耳を持たない。Outlook社の調査では、今後3年間プログラミックモバイルマーケティングが成長し、ディスプレイ、検索、テレビから予算を奪っていくという。それを牽引するのがミレニアル世代(1980年から2005年ごろにかけて生まれ、ネットに慣れ親しんできた世代)で、古い世代は退場しつつあるのだ。ミレニアル世代の意思決定者を無視することは益々できなくなっている。彼らが行くところに我々は行かないといけないし、彼らがやることを我々はやらないといけない。でなければ、彼らは、我々をメディアのプレイヤーとして真剣に取り扱ってくれないだろう。印刷会社にとって、彼らの意思決定を支援するためのメディアを提供しなくてもよい選択肢は、もはやなくなりつつあるのだ。

提供 PODi JAPAN
WhatTheyThink
翻訳協力：Mitchell Shinozaki

2016 年に注視すべき重要なトレンド

InfoTrend 副主任 Howie Fenton 氏

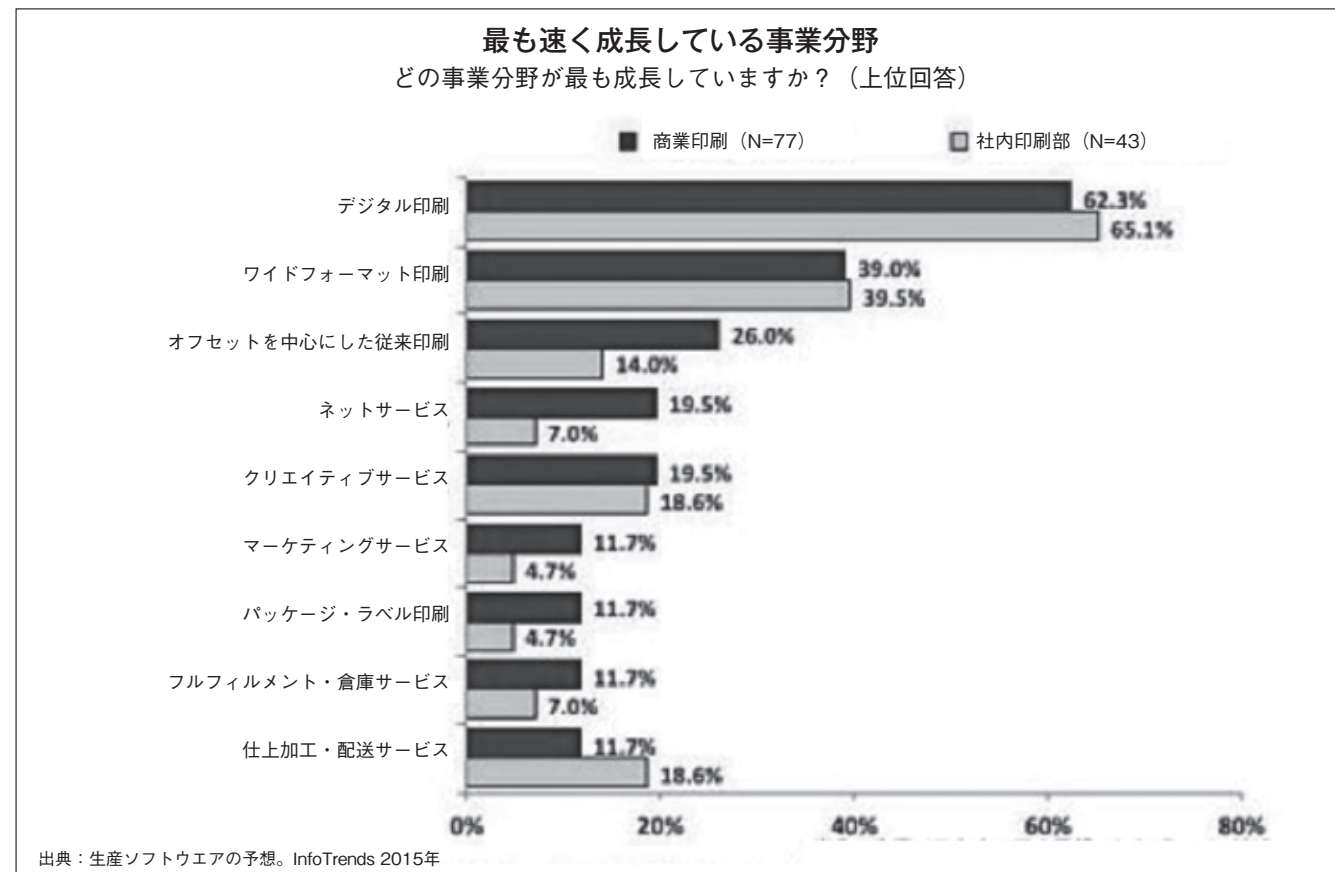
年度末において、次年度の事業戦略計画を策定する企業は少なくない。今後どのようなトレンドが会社に影響を与えるかを知ることができたら、計画策定に役立つであろう。当記事では、近い将来起こり得る3つのトレンドについて触れたい。これらは、商業印刷会社や、社内印刷部門の収益に成長をもたらすであろう。

2016年の重要トレンド

No.1 従来製品とサービスの復活

最初のトレンドについては、以前私が書いた「MSP（マーケティング・サービス・プロバイダー）への業態変革が鈍化し、本業のプリントサービスへ回帰」という記事の中で詳しく述べている。我々の業界は、デジタル印刷、ワイドフォーマット印刷、オフセット印刷を中心とした従来印刷など、本業へ回帰しているのだ。InfoTrendsの「米国生産ソフトウェア投資予想レポート」によると、いま最も成長している事業は、ゼロから立ち上げたものではない。長年培ってきた本業が平均より高い成長を見せているのだ。（図1）

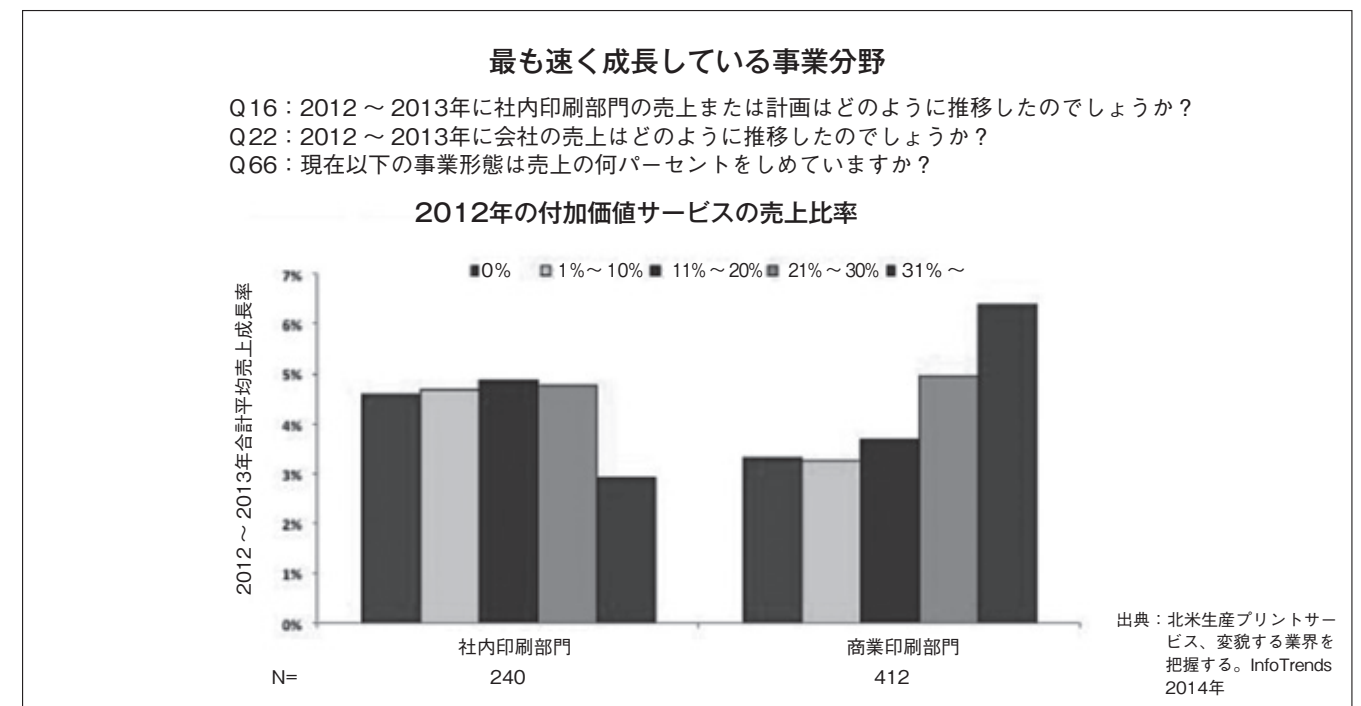
図1 会社で一番成長している事業分野は？（上位回答）



No.2 勝ち組の印刷会社や社内印刷部門が成長している理由は付加価値サービス

従来製品の売上げが伸びるのはありがたい。ただ、厳しい価格競争に常にさらされていて儲からないことも確かだ。そこで、第二のトレンドは、付加価値製品やサービスを作り、紹介し、育てることである。わかりきっているといえばそれまでだが、調査の結果、印刷以外の付加価値サービスの比率が高い印刷会社ほど、高く成長している。これが、必ずしも社内印刷部門となるわけではない。印刷会社が提供する付加価値サービスであるマーケティングやITなどは、社内グループの他部門が既に提供しており、そちらの方に任すのが適切であるとの経営的判断があるからだ。そうすると、社内印刷部門の出る幕がなくなってしまう、事務用品のような消耗品などの印刷に留まってしまう。会社の経営戦略に沿った貢献ができなく、結局アウトソースと比較され、その存在意義が問われてしまうのだ。厳しいかもしれないが、可変データ印刷や、クロスメディアプログラムの製作などを、付加価値サービスの仕事として勝

図2 付加価値サービスに注力すれば成長につながる



ち取らないといけな。それによって、会社の財務目標や経営戦略に沿った事業を展開することができる。中には、郵便発送やデータセンターなど付加価値サービスを網羅している社内印刷部門も既にある。その場合、会社の取引量がどうなるかによって、サービスの処理量に直接影響してしまう。（図2）

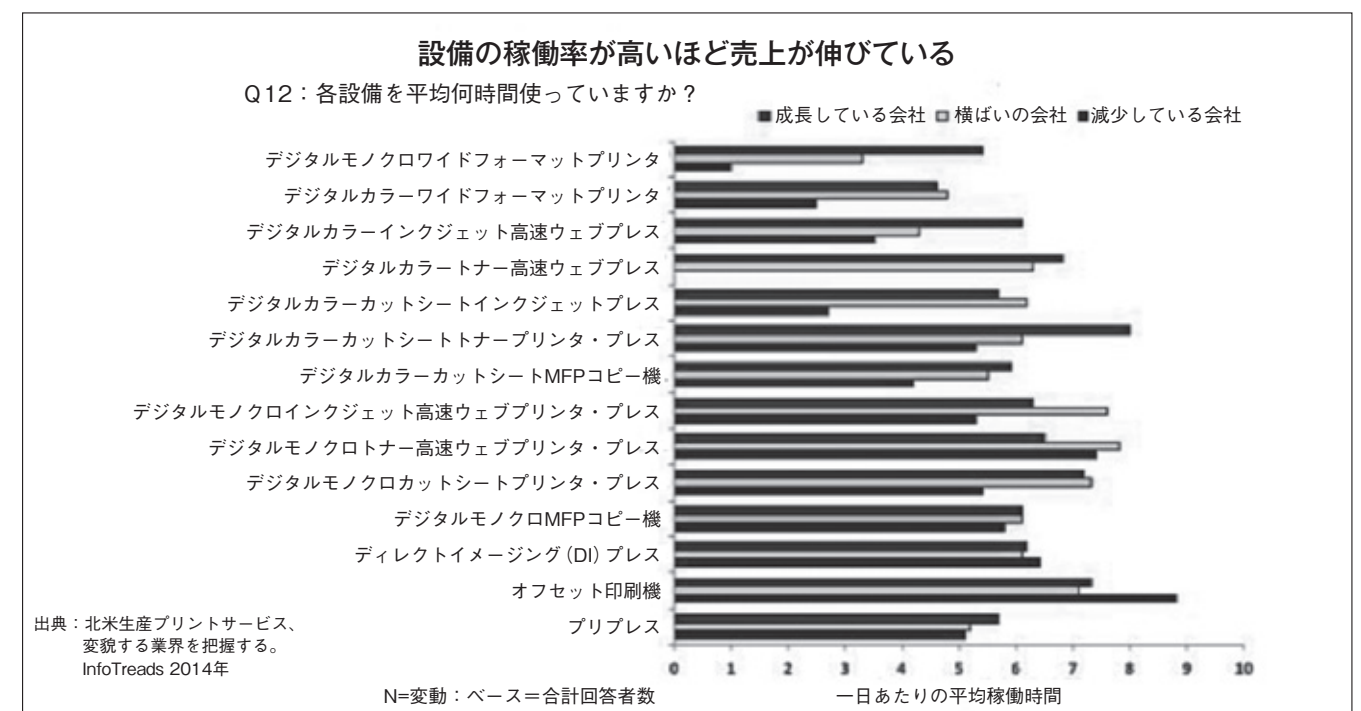
No.3 もっと注力すべきことは稼働率

三つ目のトレンドは、製品やサービスにまつわる

ものではない。会社がどのように設備を使っていくかによって事業の業績を測定し、ベンチマークする、いわゆる稼働率についてだ。長年我々は、従業員あたりの売上や、利益率などの指標を追ってきた。今日、収益が伸びている成長企業は必ずしもこれらの従来型の指標を追っていない。

どの業界でもそうだが、時代が変わるとともに設備、従業員のスキル、業務手順なども変わっていく。最も成功している企業の姿を正確に表す次世代の指

図3 設備別一日あたりの平均時間



標を見出さないとならないかもしれない。InfoTrendsでは、過去数年間、従来型に代わる指標を試してきた。そこで明らかになったことは、勝ち組の印刷会社は、低迷または縮小している印刷会社に比べて、特定の設備の稼働率が高い傾向にあることがわかった。以下の数値は、成長に連動させた各設備の稼働率を示したものだ。業績が低落している会社はオフセット印刷機を使う傾向にある一方、成長している会社は単票(カットシート)や連帳(ウェブ)のデジタル印刷機の稼働率が高いことがわかる。(図3)

まとめ

我々が調査したほとんどの印刷会社は、従来製品とサービスの売上げが伸びていることについて喜んでいる。存続のために日々戦っている業界としてはうれしいニュースであろう。ただ手放しで喜べないのは、購買の現場で激しい価格競争が繰り広げられていることに変わりないことだ。そのため印刷会社が付加価値サービスに注力する理由となっている。その内容は会社によって異なるが、デザイン業務、Web to Printサービス、可変データプリント、ワイドフォーマット印刷、フルフィルメント、郵便発送、

マーケティング、クロスメディアサービスなどで、それらに取り組んでいる印刷会社は確かに成長しているのだ。

企業が業績を計測することは当たり前だが、必ずしもそれらが業績改善の施策に直結するとはかぎらない。1時間当たりの入稿、出力データ数、ページ数、封入物点数などの生産情報はいまだに使われているが、どちらかと言うと出遅れた印刷会社を使う傾向にある。

稼働率がなぜ指標として試されているのかと言うと、製造におけるボトルネックの特定や、組み合わせ訓練などに使える有用な指標だからだ。ボトルネックが明らかになれば、閑散としている工程から、忙しい工程に人員をシフトするための相互補助訓練(クロストレーニングプログラム)を実施することができる。そうすることによって、生産効率が上がり、コストが下がり、結果として売上げが伸びていくのだ。

提供 PODi JAPAN

WhatTheyThink

翻訳協力: Mitchell Shinozaki



21世紀の情報記録をサポートします。

三菱情報記録用紙

三菱NCR紙 三菱IJフォーム用紙 DFカラーM・G
 ダイヤフォーム ダイヤメールシリーズ OCR用紙 感熱紙

三菱製紙株式会社

洋紙事業部 情報・特殊紙営業部 〒130-0026 東京都墨田区両国2丁目10番14号 両国シティコア ☎03(5600)1462
 大阪営業所 情報用紙グループ 〒541-0056 大阪府中央区久太郎町1丁目3番9号 ☎06(6271)4455

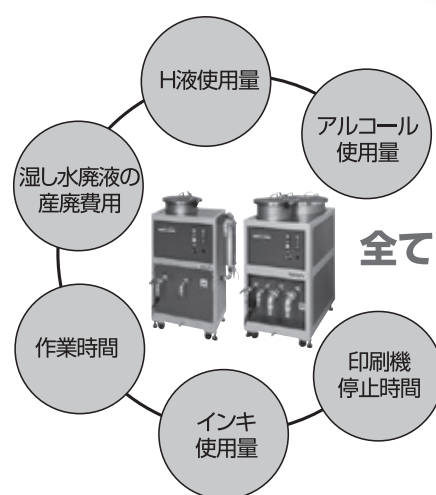
三菱製紙販売株式会社

本店 〒104-0031 東京都中央区京橋2-6-4 ☎03(3566)2341 名古屋支店 〒450-0002 名古屋市中村区名駅3-16-22名古屋ダイヤビル ☎052(563)7561
 大阪支店 〒541-0056 大阪府中央区久太郎町1-3-9 ☎06(6271)2271 東北支店 〒983-0045 仙台市宮城野一丁目11番1号ダイヤミックビル ☎022(295)7710
 九州支店 〒810-0001 福岡市中央区天神1-15-6 綾杉ビル ☎092(771)1531

湿し水濾過装置 エバークリーン

18インチ フォーム 100万円 輪転4色機で年間 の無駄をしませんか?

経費削減完璧ですか?もう一度印刷現場の経費削減を考えてみませんか!



全て削減!!

まだまだ出来る
印刷現場の経費節減

利益アップ

H液使用量の削減	4,100 円/月
アルコール使用量の削減	3,670 円/月
湿し水廃液の産廃費用の削減	15,000 円/月
印刷機停止時間の削減	56,000 円/月
インキ使用量の削減	16,800 円/月
作業時間の削減	3,000 円/月

※削減合計 - ランニングコスト = コストダウン
 98,570 円/月 - 11,548 円/月 = 87,022 円/月
 コストダウン合計 = 1,044,264 円/年

計算条件: 印刷機12時間/日稼働、水交換2回/月、H液 3%、IPA 5%、産廃処理、作業時間60分

株式会社ニクニ 営業部 印刷グループ 〒213-0032 神奈川県川崎市高津区久地843-5
 URL <http://www.nikuni.co.jp> TEL 044-833-1121 FAX 044-833-6482

NIKUNI

NPiフォーム NEXT-IJ α



NEXT-IJの品質特性をベースに、印字濃度、裏抜け、印字耐水性(染料)等を更に高めた新製品です。

今後、幅広い分野に展開が進むと考えられているフルカラーIJ印刷において、IJ用紙に対する要求品質に高いレベルで応えて参ります。

NEXT-IJ α 規格表

連量 (Kg)	〈58〉	〈70〉	〈104〉
坪量 (g/m ²)	67.5	81.4	121.0

日本製紙株式会社

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台4-6 (御茶ノ水ソラシティ) Tel.(03)6665-1111