フルカラーデジタル印刷機

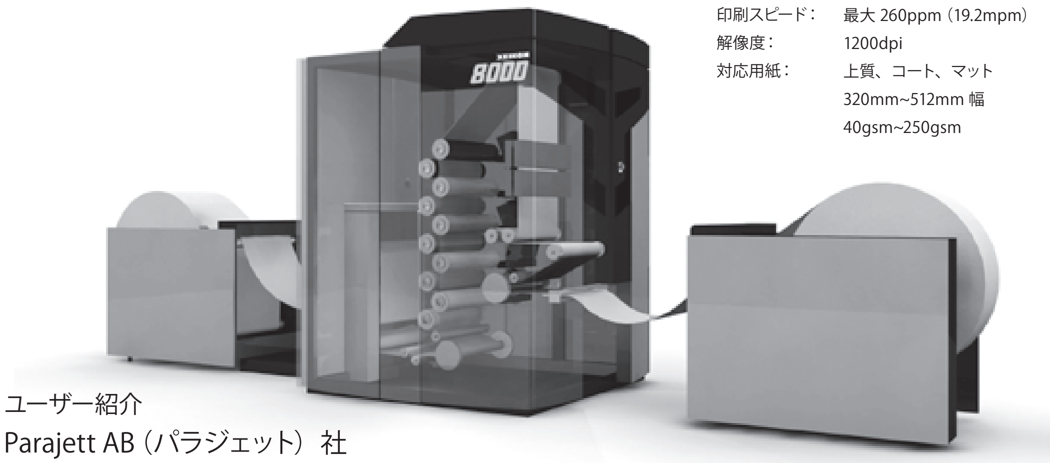
Xeikon 8000

ユーザーの声：

スピード
品 質
稼働率

品質に厳しい流通業界のDMを6日間で600万ページ印刷するために、

「この3つの基準で満足させてくれたのがXeikon 8000でした。」



主な仕様

印刷方式：	電子写真方式
色数：	4C/4C もしくは 5C/5C
印刷スピード：	最大 260ppm（19.2mpm）
解像度：	1200dpi
対応用紙：	上質、コート、マット 320mm~512mm 幅 40gsm~250gsm

ユーザー紹介

Parajett AB（パラジェット）社

http://www.parajett.se

1904年スウェーデンに設立した総合印刷会社。オフセット印刷、デジタル印刷を含むIT技術を駆使して、顧客毎に最適なコミュニケーションのためのソリューションを提供。

このたびの東北地方太平洋地震におきまして、亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに被災された皆様、そのご家族の方々に心よりお見舞い申し上げます。
被災地の一日も早い復旧を心よりお祈り申し上げます。

販売代理店

サカタインクス株式会社 事業開発推進本部

大阪本社	550-0002 大阪市西区江戸堀1-23-37 TEL05-6447-5874 FAX 06-6447-5839
東京本社	112-0004 東京文京区後楽1-4-25(日教販ビル) TEL03-5689-6674 FAX 03-5689-6633

ホームページアドレス http://www.inx.co.jp

VEGETABLE OIL INK

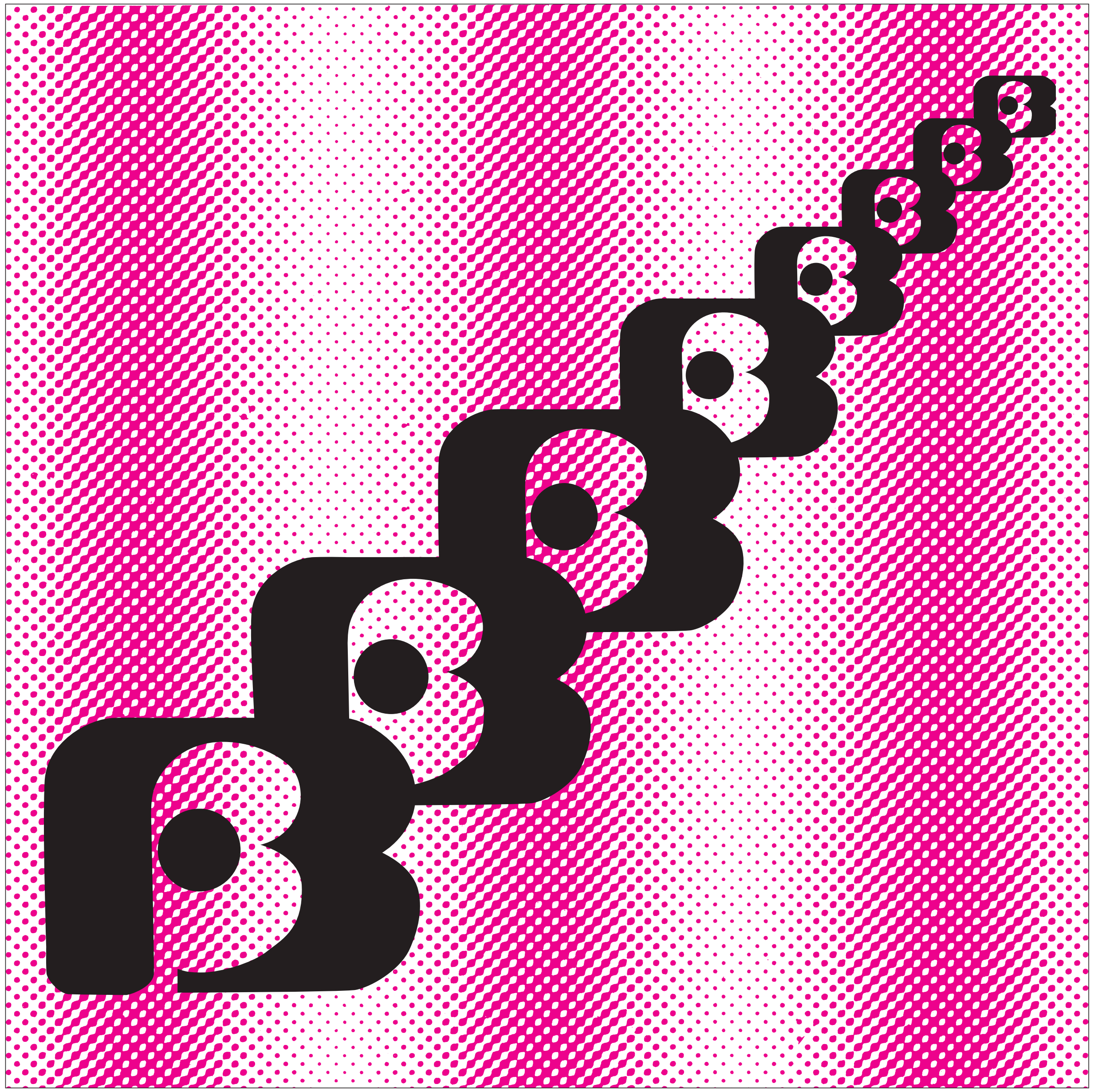
フォーム印刷

JAPAN BUSINESS FORMS ASSOCIATION

日本フォーム印刷工業連合会会報

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 ホームページ http://www.jbfa.jp

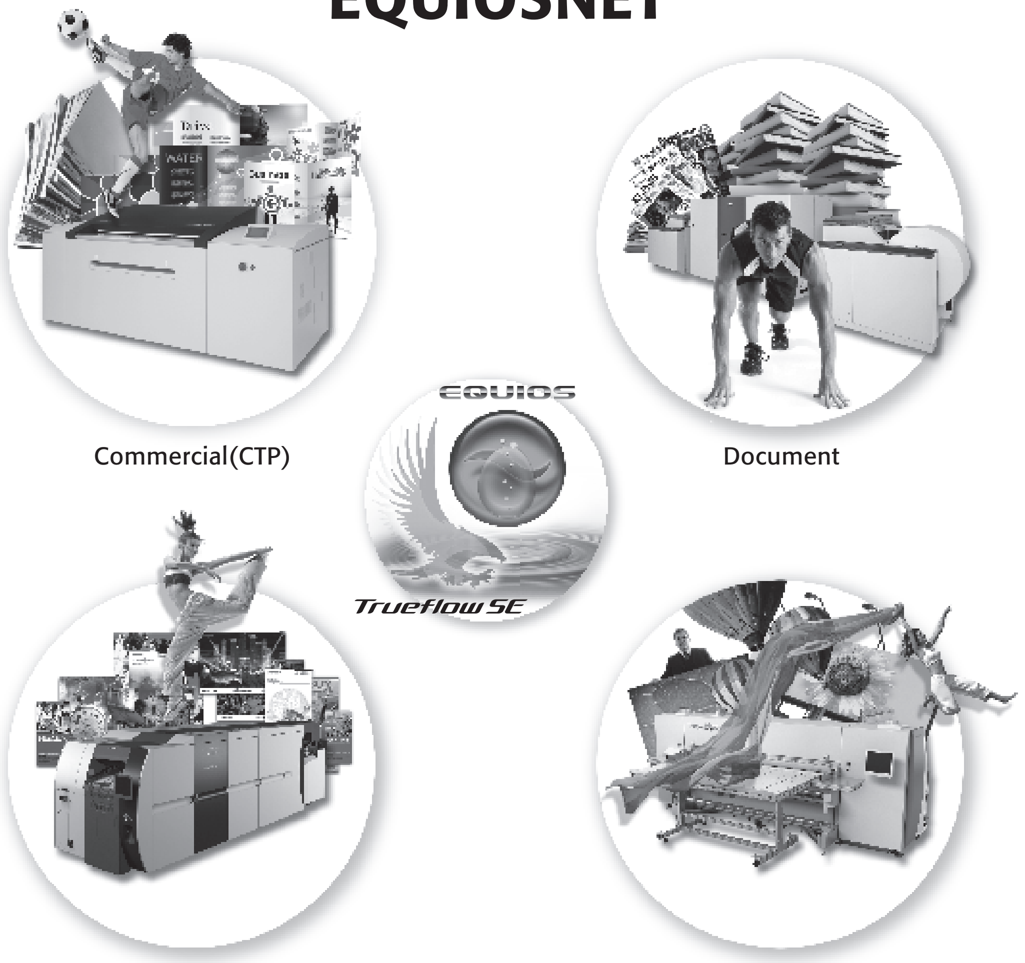
NO. 369



2011 .10

SCREEN

The Value Creation in Media Mix
"EQUIOSNET"



GREEN value21

大日本スクリーンは、ゆるぎない地位を確立したCTPワークフローに、独創のインクジェット技術を駆使したPODソリューションで「パーソナライゼーション」のエッセンスを融合した、新たな印刷ビジネスのソリューション「EQUIOSNET」コンセプトを全世界に提唱し、環境の世紀にふさわしい印刷ビジネスを提案してまいります。

株式会社 メディアテクノロジー ジャパン http://www.mtjn.co.jp/
VP営業統轄部 ／ 〒135-0044 東京都江東区越中島1丁目1~1 ヤマタネ深川1号館1F
TEL：03-5621-8188（代）

大日本スクリーン製造株式会社 http://www.screen.co.jp/
メディア＆プレシジョンテクノロジーカンパニー

Creating a Future in Print

日本フォーム印刷工業連合会会報　2011. 10　No. 369

日本フォーム工連　平成23年度第４回理事会議事要録 ………… 2
日本フォーム工連　平成23年度第５回理事会議事要録 ………… 3
トピックス ………… 6
日本印刷産業連合会「2011年印刷文化典」開催
第10回印刷産業環境優良工場表彰　経済産業省商務情報政策局長賞受賞
夏季講演会「自分経営」
～ 問題は「タコつぼ」ではなく「タコ」だった ～
フォーム工連・印刷出版研究所主催「BCP特別セミナー」を開催
技術委員会主催「（株）プラン」見学会を実施
ARシティー大阪サミット「印刷業界から見た『AR』への期待」
工業会だより ………… 17
北海道フォーム印刷工業会　懇親ゴルフコンペを開催
東北フォーム印刷工業会　納涼会を開催
中部フォーム印刷工業会　懇親会を開催
関西フォーム印刷工業会　大阪支部8月度例会を開催
INFORMATION ………… 19
国際委員会　北米印刷事情レポート（2011年7月～ 9月）
平成23年度調査票提出促進運動について（経済産業省より）
印刷産業ビジョン"SMATRIX 2020－スマート社会に貢献する印刷産業－"
Starryman Calendar 2012（スターリィマン卓上カレンダー）ご購入のご案内

TOYO INK
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
RC事業統括部
〒104-8378 東京都中央区京橋2-3-13
Tel：03-3272-7693
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
☆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
冨士薬品工業株式会社
FUJI 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23年度　第4回理事会議事録

■平成23年7月14日(木)午後1時30分　　日本印刷会館2階201会議室
■出席者(19名)
小谷会長、瀬戸副会長、小谷(正)常任理事、中村常任理事、丹羽常任理事、神崎常任理事、大久保常任理事、福田常任理事、佐久間常任理事、 杉山常任理事、清水常任理事、林常任理事、佐々木常任理事、福武理事、石坂理事、坊野理事、西川監事、吉澤監事、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、小谷会長の開会挨拶があり議事に入った。

「小谷会長挨拶骨子」

先月の椿山荘での総会と記念講演会には、被災を受けた東北からの会員の方々も含めて130名と多くの方々に参加頂き感謝したい。今、京都では祇園祭りが始まっており、8月16日の大文字の送り火までの1カ月が、京都では大変な暑さが続くが、暑い時期であるからこその良いところもあるので、京都にお出掛け下さい。

今、日本の政治は、政策を進めるリーダーシップが欠如し寂しい限りであるが、フォーム工連の各社が取り扱っている選挙関連の印刷物、請求書、支払伝票など、日本社会の根幹を支える製品を「縁の下」となって供給している。

紙が不足しても、計画停電があっても、この気概を持って、この夏を乗り切って行きたい。

委員会報告

●**資材委員会**
・７月度用紙事情について報告
●**業務委員会**
・６月度月次計算について
・印刷出版研究所とのBCP特別セミナー共催について
・平成23年度第２回講演会(講師：友成真一教授)
●**国際委員会**
・６月度米国レポートの報告
●**市場調査委員会**
・平成23年度市場調査アンケート実施について
●**技術委員会**
・年間活動計画について
●**環境委員会**
・６月度活動報告

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）グリーンプリンティング工場認定制度
（2）「化学物質対策基本法」について
（3）下請代金法・下請ガイドライン説明会
（4）JAGAT米国視察「アメリカで見たソリューション」
（5）JAGAT「PRINTCHINA2011」視察報告

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報告(瀬戸会長)

８月の終わりには懇親会とセミナーを開催する予定であるので、積極的な参加をお願い致したい。

今年度は当初予定していた東北工業会に代わって、昨年に続いて関東工業会が持ち回り理事会を主催する事になったので、準備を進めている。今回新会員として日恒ビジネス・フォーム(株)(埼玉県川口市)さんが入会されたのでご紹介する。新規に入会される会員もありますので、益々活発な会の運営をしていきたい。

東北フォーム印刷工業会報告(佐久間会長)

先月開催の総会には東北会員も招いて頂き感謝している。震災後あまり活動はできていないが、８月10日には震災で大きな被害を受け、一時は廃業との連絡があったが再建されたので、例年通り、「ホテル白萩」さんで、理事会と納涼会を行う予定である。

中部フォーム印刷工業会報告(杉山会長)

７月から自動車関連企業で土日を稼働する輪番稼働がスタートし、名古屋周辺の街の様子も変わってきており、土日の朝夕に通勤ラッシュが起こるなど、生活環境にも影響が出ている。

会員各社の状況も土日への出勤対応など、一週間を通して何かが常に稼働している状況になって仕舞っているが、客先の要望に追従できるよう努力していきたい。

今年は定期総会後の懇親会を中止しているので、11月14日午後に研修会を開催する予定である。

関西フォーム印刷工業会報告(清水会長)

６月22日に開催した理事会では、各社の節電対策について話し合った。当社の事例では手造りで窓にフィルムを貼るなどして20%を目標に取り組んだが、約30%の削減が達成できた。お盆の夏休みを長期間にして対応すれば、なお電力削減が図れるので検討している。

先日中国に行ってきたが、中国では電力供給の絶対量が不足しているので、工場は昼間休んで、夜の10時から翌朝の10時までの勤務で設備を稼働としている。

また、７月７日に大阪支部主催の七夕ビアパーティを開催した。

最後に瀬戸副会長より閉会挨拶があった。

「瀬戸副会長挨拶骨子」

今日は各工業会から震災に伴う電力削減の取り組みについて報告を頂いたが、今、中小企業向けに経産省からはデマンド計導入費用に対して50%の補助、東京都からは省エネ装置の導入に対して75%の補助金が受けられる制度が用意されている。各地方自治体でも同様の補助制度等があると思うので、検討頂きたいと思う。

現在、政治も混沌としており、私たちの主要得意先も、国内を諦めて海外にシフトしてしまうのではないかと心配な経済状況であるが、私たちが前向きに生産活動を行える世の中に早くなって欲しいと願っている。

次　回　平成23年度第5回理事会
開催日　平成23年９月20日(火)
時　間　午後１時15分　～
場　所　ホテルニューオータニ
本館10階「ラピスⅡ」

を確認して閉会となった。

日本フォーム印刷工業連合会　平成23年度　第５回理事会議事録

■平成23年９月20日(火)午後１時15分　　ホテルニューオータニ　ラピスⅡ
■出席者(22名)
小谷会長、瀬戸副会長、小谷(正)常任理事、中村常任理事、丹羽常任理事、神崎常任理事、玉田常任理事、大久保常任理事、福田常任理事、佐藤常任理事、佐久間常任理事、杉山常任理事、清水常任理事、灘常任理事、林常任理事、佐々木常任理事、福武理事、石坂理事、滝本理事、西川監事、吉澤監事、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、小谷会長の開会挨拶があり議事に入った。

「小谷会長挨拶骨子」

今日は理事会の後、日印産連主催の記念講演会、記念式典、さらに懇親会が予定されている。

９月に入って３月11日の大震災から半年が過ぎ、９月11日(アメリカ同時多発テロ事件)からは10年を迎える。東北地区では今だに大変な状況ではあるが、早く復興して欲しいと願っている。

本日の日印産連の記念式典の中で「印刷文化典アピール」を読まさせて頂くが、大変良い内容なので少し紹介したい。

「印刷産業が社会にとって必要不可欠な存在であり続けるために、私たちは、その存在価値を明確にし、今まで培ってきた技術とノウハウをもう一度見直し、新たなビジネスモデルの構築が求められている」(2011年印刷文化典アピール抜粋)

私たちフォーム印刷分野に於いても、社会にとって必要不可欠で有り続ける必要があるために、今まで培って来た技術やノウハウを改め、新たなるビジネスモデルを構築して行くことが大事である。

来月は多少不便ではあるが、数年前に関東と一緒になった北陸地区の金沢で、持ち回り理事会を開催するのでお集まり願いたい。

委員会報告

●**資材委員会**
・８・９月度用紙事情について報告

●**業務委員会**
・７・８月度月次計算について
・平成23年度第2回講演会(講師：友成真一教授)報告

●**国際委員会**
・８月度米国レポートの報告

●**市場調査委員会**
・平成23年度市場調査アンケート実施について

●**技術委員会**
・「IGAS2011から学ぶ」セミナー開催案内

●**環境委員会**
・７・８月度活動報告

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）特定業種の指定に関わる調査の件(中小企業庁)
（２）平成24年度税制改正要望書(日印産連から提出資料)
（３）「ARシティ大阪」サミット（９月12日大阪市中央公会堂で開催）
（４）JAGAT印刷白書2011年度版紹介
（５）PAGE2012出展案内

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(佐藤会長)

北海道では８月24日に親睦のゴルフコンペを開催し、前日の23日には参加された方々との情報交換会も併せて実施した。震災以来、北海道地区では用紙の調達状況が悪く、９月までには解決するとの情報でしたが、今だに改善されず、年内一杯は難しいのではと思う。この後の日印産連式典では、印刷振興賞を川口前会長が受賞することになり感謝致したい。

東北フォーム印刷工業会報告(佐久間会長)

震災に際しては引き続きご心配と支援を頂き感謝している。８月10日に理事会と納涼会を実施した。この理事会では、来年は東北フォームの40周年に当たるので、まだ詳細や会場については未定であるが、６月６日に記念式典を開催致す事を決定した。

福島、宮城、岩手の印刷会社の大半は既に復旧しているが、私たちのお客さんの方々の復旧や、原発の影響が大きい福島では、まだまだの状況である。

ここに来て精神的な疲労が重なっているのか、ちょっとした事故や、交通事故が多発している。

中部フォーム印刷工業会報告(杉山会長)

中部地区では、自動車関連企業による輪番稼働の節電協力により、ひっ迫した電力事情には至らなかったが、来年の夏についての課題は継続的にある。中部地区でのビジネス状況は震災直後から復活しつつあるが、元の状況には戻っていない。９月27日には理事会に合わせて懇親会を開催する予定である。

関西フォーム印刷工業会報告(清水会長)

９月12日に開催された「ARシティ大阪」サミットのセミナーに会員各社が参加した。このARについては京都の印刷工業組合でも啓蒙活動として取り上げ、プロモーションを行なっている。また、８月25日の例会に合わせたプチ勉強会には23名が参加し、メディアテクノロジージャパンの講師からIGAS2011出展情報などについて講演を頂いた。

西中国フォーム印刷工業会報告(灘副会長)

現在、西中国地区の正会員は６社で、山口県１社、島根県１社、広島県４社で構成されている。各社はフォーム印刷より一般印刷やその他の売上が大きく、広島県印刷工業組合にも参加しており、フォーム印刷を通してのつながりは一部を除いてあまりない状況である。

最後に瀬戸副会長より閉会挨拶があった。

「瀬戸副会長挨拶骨子」

関東フォームとして８月には講演会に続いて夏季懇親会を開催したが、今後は年末に向けて、11月の懇親ゴルフコンペ、12月開催の一泊の役員研修会と行事が続く予定。

今日、日印産連式典で表彰されます笹氣さん、川口さん、高宮さん、本当におめでとうございます。次回、金沢での持ち回り理事会では、会員以外の方々や、関東や関西から特別会員の方々も参加して頂く予定なので、大いに懇親を深めて欲しいと願っている。

次　回　平成23年度第６回理事会
（持ち回り理事会）
開催日　平成23年10月13日(木)
時　間　午後３時30分より
場　所　ANAクラウンプラザホテル金沢
瑞雲の間

を確認して閉会となった。

日本印刷産業連合会　2011年「印刷文化典」記念式典開催

印刷功労賞に笹氣幸緒氏、印刷振興賞に高宮静之氏、川口亨氏が受賞

（社）日本印刷産業連合会主催の「2011年印刷文化典」記念式典が９月20日、東京・千代田区のホテルニューオータニ「鶴の間」で開催され、日印産連10団体の会員、来賓、関係者など約700人が出席した。

第１部の記念講演では、「印刷産業ビジョン2020～印刷産業の未来に向けて～」をテーマに「デジタル社会のマーケティング戦略」と題して、印刷産業将来展望検討委員会の池尾恭一委員長（慶応義塾大学大学院教授）が基調講演。ネット販売では98％の商品が最低１個は売れており、ネット販売によるマーケティングは「テール」の商品が儲かることを説明し、デジタル社会でのマーケティング手法を紹介した。

続いて、同委員会WG座長の橋本博文氏からは「SMATRIX2020スマート社会に貢献する印刷産業」として、第１章では「印刷産業の市場規模」について。第２章では「印刷産業の課題・これからの10年」を考察。第３章は経営分析。第４章では「方向性と事例研究」を紹介した。2010年の工業統計で印刷産業の出荷額は約6兆3,000億円となっているが、同委員会では付帯サービス、IT・ネット関連サービス、産業資材やエレクトロニクス関連の印刷分野などを包括してきた、印刷産業の2010年の市場規模を約7兆9,200億円と示した。

そして、2020年に８兆円産業として維持するためには、今後6,000億円の新市場を育てなければならないと説いている。そのためには、個々の企業がモノつくりとサービス力を合わせたMONOVIS力を発揮し、成長する必要を訴えた。

引続き開催された記念式典では、主催者を代表して猿渡会長が挨拶され「震災や円高、危機的な経済状況など、多くの困難が続く中ではあるが、今こそ業界が一丸となってこの難局を乗り越えていかなくてはならない。新しい時代が始まろうとしている。この新しい社会でわれわれの業界は何をしていくべきか、どんな役割を持ち、いかなる成長戦略を描くのか、さらなる発展に向けて一層の努力をしていきたい」と決意を語った。

来賓を代表して経済産業省の永塚誠一商務情報政策局長が挨拶、続いて小谷達雄日印産連副会長（日本フォーム工連会長）が「2011年文化典アピール」を読み上げ、印刷産業人として日本経済の復興と成長に向け、知恵と力を結集していくことを確認した。

2011 年印刷文化典式典会場

「2011 年文化典アピール」小谷副会長

第 10 回環境優良工場表彰　商務情報政策局長賞
トッパン・フォームズ（株）
取締役製造統括本部長　亀山　明　氏

日印産連表彰では印刷功労賞14名、印刷振興賞19名が受賞を受け、日本フォーム工連からは、印刷功労賞に笹氣幸緒氏、印刷振興賞に高宮静之氏、川口亨氏の３氏が表彰された。第10回環境優良工場表彰では、経済産業大臣賞を含めて19社工場が受賞され、日本フォーム工連からは、トッパン・フォームズ（株）福生工場が経済産業省商務情報政策局長賞を受賞された。

最後に受賞者を代表して、小森コーポレーションの小森善治会長は「印刷関連産業の最新技術と創造力により、さまざまに変化する環境に調和し、ともに進化し、明るい未来をつくっていきたい」と謝辞を述べ、記念式典を閉幕した。

印刷功労賞

笹氣　幸緒

東北フォーム印刷工業会
　幹事、元会長
日本フォーム印刷工業連合会
　元常任理事
笹氣出版印刷株式会社
　代表取締役社長

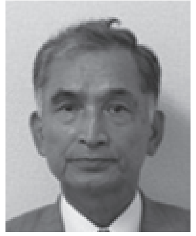
（推薦理由）
平成６年に東北フォーム印刷工業会の会長に就任致すと伴に、東北地区の代表として日本フォーム印刷工業連合会理事に就任し、15年にわたり常任理事、東北会長の要職を務め、常に先頭に立って業界の振興発展と地位向上に大きな役割を果たした。
特に、今回の東日本大震災に対しては、自社も大きな被災を受けながら、前会長として佐久間会長を支えて、東北フォーム印刷工業会の通常運営に大きく寄与された。

印刷振興賞

高宮　静之

関東フォーム印刷工業会
　常任理事
株式会社エヌ・ユー・エス
　常務執行役員

（推薦理由）
平成17年より事業の傍ら６年４カ月にわたり、関東フォーム印刷工業会常任理事を歴任。この間、地域の副支部長を併せ歴任し、組織の活性化と業界の振興に尽力された。



川口　亨

北海道フォーム印刷工業会
　常任理事
三条印刷株式会社
　代表取締役社長

（推薦理由）
北海道地区において44年間ビジネスフォーム印刷の発展にご尽力され、平成15年に北海道フォーム印刷工業会理事に、平成20年には同工業会の会長並びに、連合会の常任理事に就任し、業界の発展に多大なる貢献をされた。

平成23年度第10回印刷産業環境優良工場表彰

経済産業省 商務情報政策局長賞
トッパン・フォームズ株式会社　福生工場

【受賞理由】

本工場は、DPS（データ・プリント・サービス）専用工場でデジタル印刷の先端工場である。改善目標の見える化を推進し、毎月ランキング表彰を実施している。

全社の工場を網羅する改善目標は全社ランキングを実施するとともに、派遣研修制度を利用しノウハウの取得と共有化を推進し総合力を発揮していることは高く評価できる。

部署別の活動目標は高く大変まじめに活動が実施されている。特に湿し水の管理、予備率の改善や廃棄物の分別管理などは評価できる。

トッパン・フォームズ株式会社
福生工場長　横田　真

今回、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長賞」という栄えある賞を賜り、工場一同改めて身の引き締まる思いをしております。これを新しいスタートとして、更に研鑽を重ね、地球環境に貢献する事業所を目指してまいります。

当工場は、1967年に東京都福生市にビジネスフォームのスタンダード専門工場として生産を開始し、ストックフォームや様々な伝票類を大量かつ高速な製造を行なってまいりました。しかし、現在では、ベース印刷を行う印刷機、データ印字を行う各種プリンター、後処理を行う加工機を設置し、これらを活用した様々な製品を一貫生産し当社のDPS事業の中核を担う工場となっています。

福生工場は、2004年２月にISO14001の認証を取得し、環境マネジメントシステムを導入、当工場の環境負荷である損紙量の低減及びエネルギー使用量削減に取り組んできました。東京都

トッパン・フォームズ株式会社　福生工場

の環境確保条例により指定地球温暖化対策事業所に指定されたことを機に、空調熱源設備の省エネ改修（インバータによる運転制御、冬季フリークーリング）を行い、エネルギー使用量、CO2排出量の削減により、2010年度に東京都地球温暖化対策評価において“ＡＡ＋”の評価をいただくことが出来ました。この設備はＮＨＫのニュースでも温暖化に対する企業の取り組みの一つとして紹介されました。

損紙低減に関しては、フルカラーデジタル印刷機の導入による工程の短縮（ベース印刷が不要）、２面付印刷・印字の拡大など設備や生産方法の見直しのほか、日々の現場での改善活動の積み重ねが、一定の成果を生んでいます。また現場のマネジメントが優れているグループ内の他工場へ監督者を派遣し、そのノウハウを吸収して自工場で展開するなど、グループ内で良い点は共有しかつ競い合うということを通じて全体の底上げを図っています。

従業員による定期的な工場周辺の清掃、納品出荷車輌の待機場所を工場敷地内に確保する（併せてアイドリングストップを徹底）など近隣との調和や、福生市が主催する環境フェスティバルでの多摩川清掃実施、福生七夕まつりでの模擬店の出店など地域活動への参加も積極的に行っています。

フリークーリング

環境フェスティバル

平成23年度第２回講演会

「自分経営」～ 問題は「タコつぼ」ではなく「タコ」だった ～

講師　早稲田大学大学院教授　友成真一氏

８月25日、東京都文京区の椿山荘で「自分経営」をタイトルに第２回講演会を開催した。

早稲田大学大学院教授の友成真一氏を講師に迎え、同氏がとなえる「タコ理論」から他人の世界を受け入れることで自分の世界が広がる発想転換について、会員以外の参加者も合わせて120人が参加し聴講した。

そこで　講演から発想転換のポイントを紹介する。

講師　友成真一教授

世の中の概念は「ミクロ」と「マクロ」

世の中の概念は「ミクロ」と「マクロ」の２つ。「マクロ」は理論化、一般化というより大きな世界のこと、「ミクロ」とはより小さな世界でひとりの幸せのこと。幸せの概念は「ミクロ」、人それぞれ違うし、時間とともに変わる。

３月11日以降、世の中は圧倒的に「マクロ」に向かっている。今の世の中が抱える問題とは、「ミクロ」のベクトルを考えなくなっていること。復興構想会議の復興構想７原則を見ても、“国民全体との連携と分かち合い”というような大きな視点からの構想ばかりが掲げられている。

それでは、大切な人が目の前で津波に流されてしまった人や、財産を失ってしまった人、被災した人と人とのミクロな連帯はどうなるのだろう。

「タコ理論」とは〈タコつぼ〉と〈素ダコ〉の視点で物事を分析する考え方、人間の存在を個人と組織に分けている。

〈タコつぼ〉とは目に見えるもの。人は誰でも国家や企業、制度といった組織的な〈タコつぼ〉や、学歴、職歴、肩書、資格といった個人的な〈タコつぼ〉の中にいる。この方向の思考の先には分断、差別、衝突が見える。

一方、〈タコつぼ〉から抜け出した姿が〈素ダコ〉、幸せや心、悟りという小さい個人的な視点、つまり、自分自身の本質的存在をいう〈素ダコ〉を極めれば連帯となる。

文明の発達とともに〈タコつぼ〉が多種多様に

この世界の構造を「タコ理論」から読み解いてみよう。文明が発達するにつれ、多くの〈タコつぼ〉が量産された。世の中は極めて活発な知的エネルギーが働き、変化・流動し、複雑化し、多様化している。それに伴い〈タコつぼ〉は数も量も、種類も拡大している。〈タコつぼ〉を操るのがビジネスだ。だから企業は競争する。

反面、〈素ダコ〉は変化しない。人類誕生以来変わらない。極めて乏しい心的エネルギーの活動である。〈素ダコ〉的連帯にはきちんとした答えがあるわけではない。

3・11で損壊したのは、〈タコつぼ〉的世界では原子力発電所、ライフライン、防波堤、家屋。しかし、〈素ダコ〉的世界でも、被災した人と人との関係性が損壊してしまった。ところが、復興はそのほとんどが〈タコつぼ〉的損壊の修復にいそしんでいるのが実情ではないだろうか。

真実は「ミクロ」に存在している

「タコ理論」で印刷を読み解いてみよう。印刷の世界も強烈な〈タコつぼ〉的マクロ方向へ圧力がかかっている。多種多様な印刷物が量産されている。印刷の〈タコつぼ〉とは印刷物。印刷物は情報媒体の１つで、情報収集の手段である。情報の中身こそが〈素ダコ〉。情報や知識を得ることで〈素ダコ〉の世界が豊かで幸せになり、悟りがあり、心が満たされる。

印刷会社が抱える課題―売上・受注数量拡大、価格競争、新規事業開拓、営業力向上、社内体制の見直し、人材教育―などすべて〈ダコつぼ〉を操る手段である。なぜ、これら手段のために必死に努力するのか、それは〈素ダコ〉の幸せという目的があるからではないか。

実は、他人の世界を受け入れることで自分の世界が広がる。他人の夢を支援することが自分の夢につながる。自分の夢をかなえるために他人の夢を支援している。

「すべての人のために」という既成概念がマクロな罠となってしまう。エネルギーを集中させるためには、「この人のために」、ミクロに物事を突き詰めて考えることでマクロな既成概念にとらわれた領域を突き抜けることができる。これが「一点突破理論」である。知恵の源泉のありか、すなわち真実はミクロに生息している。そこに創造性がある。

「日本印刷新聞」より

講演の最後に聴講者全員が、いちばん大切な人に贈りたい印刷物を「You ME シート」に書いて、ご講演頂いた友成教授に一人一人が手渡した。「You MEシート」に書かれた文面を読ませて頂いたが、目頭が熱くなってしまう感激の内容もありました。

講演会の風景

フォーム工連・印刷出版研究所主催

「ＢＣＰ特別セミナー」を開催

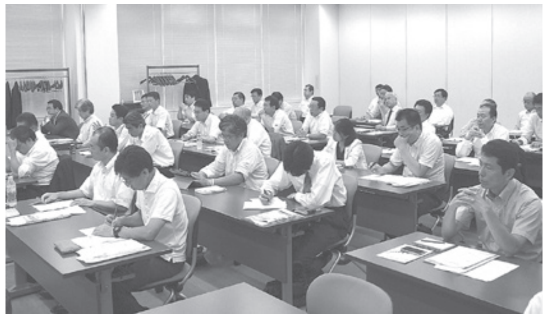
８月３日に印刷出版研究所との共催で「ＢＣＰ（事業継続計画）特別セミナー」を日本印刷会館で開催した。

テーマは、「社員と会社を本気で守る～ＢＣＰこそ企業価値向上のカギ～」。印刷出版研究所編集部の金澤克明編集長による印刷業界にとってのＢＣＰと業界内における事例紹介のほか、福島市で実際に震災被害に遭った日進堂印刷所の佐久間信幸社長（東北フォーム印刷工業会会長）が、事前に策定していた緊急時対策が震災時にどのように機能したのかを報告。続けて、ＢＣＰの第一人者である眞崎リスクマネジメント研究所の眞崎達二朗代表がＢＣＰの基礎から、中小企業がＢＣＰ策定時に持つべき視点などを解説した。

震災によってもたらされた広域被害は、企業に改めてリスク管理の重要性や自社の事業継続性を見直す機会を与えた。企業にとってのリスクは、人や設備の問題など内的要因に加えて、顧客特性や経済環境などの外的要因にも左右される。これらは当然、印刷業界にも当てはまるものだ。

平常時からの意識付けが早期復旧に貢献

日進堂印刷所は昨年創業65周年を迎えた。社



員180名を擁し、福島市に本社、郡山、仙台、東京の３ヵ所に支店を持つ。

佐久間社長は３月11日の東日本大震災発生当時を振り返り、次のように語った。

「震災が当社の業務に与えた被害は比較的少なく済んだが、その後明らかとなった原発問題が今も後を引いている。震災直後の社内では、棚のものが落下、デスクなど固定されていなかった備品が動いたほか、天井に埋め込んでいた空調設備が抜け落ち、各所の壁が壊れるなどの被害があった。工場では、フォーム印刷機の交換胴が落下したことによる損害が大きかった。見栄えより実を考え、多少の汚損箇所には目をつむり、社内で業務に差し障りのある箇所や安全性で問題のある点を優先して復旧に取り組んだ」

地震発生時の避難状況については「日頃から行っていた訓練の成果が表れた」という。これは、火災時の消防活動を想定して実施してきたものであるが、避難経路の周知徹底や状況に応じて個人の裁量で臨機応変に動けるように、部署単位で緊急時のリーダーを明確にしていたことが功を奏した。

東北地方では、震災後に電気、ガス、水道などのライフラインが一時断絶する事態に陥ったが、日進堂印刷所では、工場に高圧電流を入れていた関係やＬＰＧガスを社屋地下に配置していたことにより、迅速に最低限のライフラインを確保することできた。

ただし、従業員の安否確認には、いくつかの問題があった。本社内で勤務していた社員の無事は確認できたが、電話回線が不通になったため、各支店や外回りをしていた従業員の安否確認に時間を要したためだ。「最終的には全員の

佐久間社長

無事を確認できたが、広域被害を想定し、web上の災害伝言板などの活用を検討する必要性を感じた」と佐久間社長。

また、ガソリン不足が表面化したことも「想定外だった」と語る。緊急時持ち出しリストを作成していたにも関わらず、ほとんど実行されなかったことも反省点として挙げた。

佐久間社長は震災の経験から「災害時は脊髄反射が必要」、「緊急時は平常時の事しかできない」、「データのバックアップは平常時から行っておく必要がある」と訴える。「緊急事態が発生した時、人は普段の行動を基にした対応しかできない。だからこそ日頃からの備えや訓練が重要になる。当社の自慢は人。原発問題も解決しておらず、まだ依然として不安定な状況にあるが、今回の震災被害では福島の一体感を感じた」と述べた。

最後に、今回の震災によって大規模災害が現実のものとなり、企業の事業継続に対する考え方は大きくシフトしようとしている。「ＢＣＰに完璧なものはない。経営者が自ら考えてこそ有効なＢＣＰになる」と、熱く語る眞崎達二朗氏の講演を紹介する。

リスクマネジメントからＢＣＰへ

眞崎氏は「この20年ほどの間に、法改正や各方面からの主張によってリスクマネジメント周辺の事情も変わってきた。企業がリスクマネジメントに取り組むにあたっては、リスクを企業活動にどう活かすかという前向きな考えで取り組むことが重要になる」と語る。

「リスク」という言葉は、「損失」に置き換えて考えることが多い。しかし、現在は「リスクそのものの捉え方が変わりつつある」と指摘する。「リスク」を「不確実性」と定義し、「損失だけでなく利益につながる不確実性も考慮していくべき」という考え方だ。

企業にとって不確実な利益と損失を含めた全体の事業リスクに対し、全社的リスクマネジメントを推進して企業価値向上を目指す。この取り組みの延長上にあるのが、企業の継続的発展に資するＢＣＰとＢＣＭ（事業継続管理）である。

ＢＣＰの基本的な考え方について眞崎氏は「緊急時（自然災害、大火災、感染症などの発生時）に中核事業を継続・早期復旧させるための備えである」と説く。そのためにも、策定時には従業員の生命と会社の財産を守ることが第一であり、企業を倒産から守るだけでなく、復旧後の企業価値の維持・向上までを想定していくことが求められる。

ＢＣＰが事業継続に向けた「計画」であるのに対して、その「運用」に焦点をあてたものがＢＣＭだ。眞崎氏は事業継続の考え方が広まった背景を次のように述べた。

「2001年にアメリカで９・11同時多発テロが発生した際に重要性が認識されるようになった。日本でも経済産業省が2005年に事業継続に関するガイドラインを策定しているが、他の先進国と比べ普及は遅れている。しかし、日本国内でも東日本大震災の発生によって認識が変わった。各自治体もＢＣＰの普及活動に力を入れており、東京都ではＢＣＰ策定支援事業として中小企業や中小企業団体などを対象に３ヵ月間の無料コンサルティングを実施している。このほかにも、静岡県や三重県、徳島県などで研修事業や防災ガイドラインの策定などによって企業のリスクマネジメント支援が行われるようになった」

講師　眞崎達二朗氏

企業のリスクと復旧プロセス

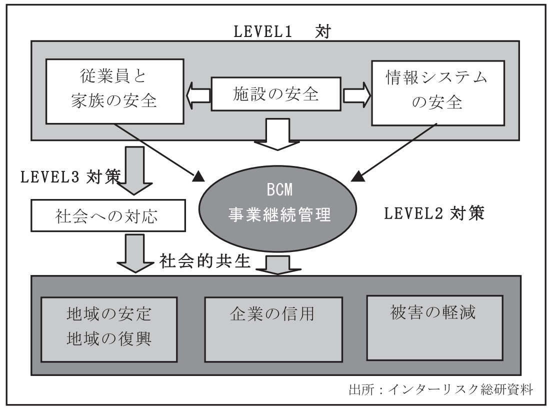
世界から見て、日本は自然災害によるリスクが高いと評価されている。地震多発国でもあり、台風の影響による水害の危険も付きまとう。東日本大震災では地震後の津波が被害を拡大させたが、首都圏でも「直下型地震が発生した場合、火災による被害の拡大が危険視されている」と眞崎氏は警鐘を鳴らす。

災害時からの復旧を目的としたＢＣＰのプロセスは３段階に分けることができる。

第一が「従業員と家族の安全」「情報システムの安全」「施設の安全」。続いてＢＣＭ（事業継続管理）への移行。そして社会的共生に位置付けられる「地域の安定・復興」「企業の信用回復」「被害の軽減」というものだ。

災害対策を考えるにあたり眞崎氏は「疑わしい時は最悪の事態を想定して動く」というProactiveの行動原理を紹介する。「危機意識は国によっても違う。日本人は駅の構内に持ち主が判らない物が置いてあっても意に介さないことが多いが、外国の人は爆発物ではないかと疑うことがある。普段から危機意識を持っておくことで、緊急時の心構えや迅速な対処が可能になる」と訴えた。

地震対策の構造と目標



出所：インターリスク総研資料

中核事業を明確にし復旧シナリオを具体化

ＢＣＰの策定項目は、その目的から「従業員・家族の安全と安心を守る」、「顧客の信用を守る」、「従業員の雇用を守る」という３つに区分できる。実行していくには、「企業同士の助け合い」、「商取引上のモラル」、「地域への貢献」、「公的支援制度の活用」といった取り組みが必要になる。

策定する際に持つべき視点として眞崎氏は「中核事業を特定する」、「目標復旧時間を決める」、「顧客等と緊急時サービスの共通認識を持つ」、「事業影響分析を実施する」、「事前に事業資源の代替策を確保しておく」ことの５点を挙げ、「特に、中核事業を定義することは自社の事業の将来を見極めることにつながるため、重要性が高い」と述べた。印刷業界におけるＢＣＰについては「印刷会社の場合、印刷業務が中核事業になるので、策定すべき内容を顧客や市場環境の観点からさらに特定していくことになる」と解説する。

また、被害状況によっては復旧までに数年を要することもあり「長期にわたるリスクを想定したＢＣＰのネックはＩＴ環境と財務体制の維持にあると言ってもいい。経営資源であるヒト、モノ、カネ、情報を守るためにも、公的支援制度の活用も含めた復旧段階のキャッシュフローまで協議しておくべき」と強調した。

ＢＣＰの運用は経営者主導で

ＢＣＰを運用していくには、経営者をトップに各部署の担当者などキーパーソンが参加した

「策定・運用推進メンバー」を組織し、従業員や地域の商工会議所、取引先などとコミュニケーションを図ることで、サプライチェーン全体にわたる共通認識を構築する必要がある。

また、ＢＣＰに定めた各項目の発動基準も別途検討しておかなくてはいけない。

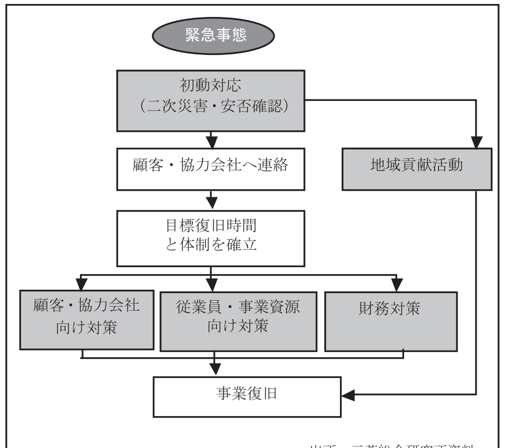
「初動対応の後、顧客・協力会社への連絡のほか、地域貢献活動などやるべきことは多い。ＢＣＰを運用するサイクルは、自社事業の理解とＢＣＰの検討にはじまり、策定したＢＣＰを企業文化として定着させ、定期的に自社の現状と照らし合わせて診断・維持・更新し常に最適化する流れになる」と眞崎氏は語る。

このたびの東日本大震災が企業の事業継続に対する認識を変えたのは、その被害規模がまさに想定外のものであったためだ。眞崎氏は「ＢＣＰは一定レベルのリスクを想定して対策を立てるもので、一般には想定外のことは起こらないものとして整理されてしまい、対策など立てない状況にあった。あまりに高いリスクを想定して訓練を繰り返しても、周囲に不安を与えるだけという見方もあったほどである。今だからこそ想定リスクのレベルは適正かどうかがシビアに問われるようになった」と企業の変化を示唆する。

中小企業庁が出している「中小企業が緊急事態を生き抜くために」というガイドラインでは、『体制や対策は決めたところでどのような地震が来るかはまったくわからないので、実際にはあってないようなものだ』と考える経営者の危機意識を例に、『事業継続計画はそれぞれの企業の経営者が自ら考えなければ意味がないし、従業員がその内容を理解していなければ役には立たない』と示している。

眞崎氏は、この中小企業庁のガイドラインを基に「ＢＣＰはガイドラインの手順に沿ってチェック項目を検討すればいいというものではない。ＢＣＰで定めるべき内容は企業ごとに異なるほか、継続的な見直しと従業員への周知や教育・訓練が必要となるため、どの企業にも通用する完璧なＢＣＰなどは存在しない。経営者自らが自助、共助、公助の３点から自社の緊急時のシナリオやステップを考えていくしかない」と、経営者自らがＢＣＰ策定に参加し、主導的に取り組んでいくことの重要性を説いた。

緊急時における BCP の発動フロー



出所：三菱総合研究所資料

まずは自社の現状把握から事業継続と向き合う

ＢＣＰの普及が日本で遅れていた背景には、中小企業向けの事業継続というテーマを得意とするコンサルタントが少ないことや、事業継続に関するセミナーに参加しても実際に自社に帰ってＢＣＰ策定に取り組めるケースが少ないことが挙げられる。

眞崎氏はこれらの問題点を指摘し「コンサルタントを見つけたからといって、任せきりで策定したＢＣＰも有効なものとは言えない。ＢＣＰの多くの部分は自社で策定することができるため、まずは自ら自社の現状把握に努めてＢＣＰ策定に取り組み、技術的な部分について専門家を活用していくといった手段で事業継続と真剣に向き合ってほしい」と呼びかけた。

印刷出版研究所発行「印刷新報」より

技術委員会主催

（株）プラン見学会を開催
コンシューマプリンターを活用したOn Demand印刷システム

９月１日、埼玉県本庄市にある（株）プランを会員約40名で見学した。同社は業界誌やセミナーでも既に紹介されているが、市販の家庭用インクジェットプリンターを高耐久化し、業務用プリンターとしてPrint On Demandビジネスに使用している。

業務用のオンデマンドプリンターは設備自体が高額な上、耐久年数、感光ドラムやインク代、償却コストも含めると、中小企業には大きな負担となる。そこで、同社の大村会長は５年前から、安価な家庭用プリンターに耐久性を持たせるため、様々な工夫と研究を重ね、少しの改造と注油を行うことで、画期的に寿命を持たせることを発見した。また、プリント障害のインクの目詰まりは、全てエアがインク系統に入り込むことが原因であることを突き止め、脱気モジュールを組み込んだインク供給システムを完成させた。さらに、コスト高になるインク代については、使用実験を繰り返しながら低コストの輸入インクの利用を実現させた。

こうして１台数万円の家庭用インクジェットプリンターの耐久性の弱さや、インク詰まりといった問題を解決し、業務用レベルの印刷を実現させた。

このシステムは、初期投資を低く抑えた金額でPrint On Demand設備が導入でき、「安価で適正なサービスを提供できる」まったく新しいOn Demandビジネスのモデルになる。

（株）プランは絵本製造で国内50％のシェアを持つ大村グループの企業で、同社でも大型絵本印刷などを手がけている。大村会長は、「製本業はとくに受注で季節変動があることから、協力会社と仕事をシェアし、より効率的にクライアントへOn Demandサービスを提供していきたい」と話す。

同社で作り上げた独自のOn Demand印刷プラットフォームを業界の枠を超えて同じシステムを導入し、共有することで、デジタル印刷ビジネスの市場範囲を拡大できる可能性を秘めている。

（株）プランURL
http://www.omuraseihon.com/

プラン見学会

プリンター稼働現場

AR-City大阪サミット

「印刷業界から見た『AR』への期待」

９月12日、大阪北区の大阪市中央公会堂で、大阪未来都市つくりの「AR-City大阪」構想を進めるオープン・ビジュアリゼーション・センター（OVIC）主催のサミットの協力団体の一つとして加わり、「印刷業界から見た『AR』への期待」と題して専務理事の山口実が講演。

OVICは「新たな価値を創造し、多様な人々が交流し、知的人材の集積と情報発信」を目指した街づくりとして、世界に先駆けた未来都市のモデル地区を大阪に構築する目的で活動を行っている。

今回のサミットではこの未来都市づくりに向けてARの持つ可能性について、ソフトウェア開発、メディア、ハードウェア開発と、多角的な視点から具体的事例や取り組みを紹介した。

サイバネットシステム（株）の吉川氏が基調講演を行ない、ARソフトを提供しているmetaio社の根本氏、セカイカメラで有名な頓知ドット（株）の山中氏、（株）ネクストシステムの木村氏からはARを用いた広告宣伝、販促、観光プロデュース。（株）アンビションからはARゲームを用いた街おこしや観光業のアイデアを発表した。

唯一印刷業界から講師として参加した専務理事の山口からは、印刷業界の実情を発信するとともに、紙メディアと電子メディアの利点を上げながら、ARは印刷メディアと電子メディアの間の溝を橋渡し、印刷を真に双方向性のメディアにする可能性について話した。さらに、AR事例として大阪の太閤園様の協力を頂き、「結婚式パンフレット」から披露宴の動画がスマートフォンに現れるARのデモを紹介した。

この大阪のサミットには、フォーム工連はじめ印刷関係者も多数参加され、約150名が聴講された。

＊AR：Augmented Reality（拡張現実）

講演する山口実専務理事

AR-City 大阪サミットの会場風景

北海道フォーム印刷工業会　平成23年度通常総会を開催

北海道フォーム印刷工業会（佐藤泰光会長）は、８月24日、ツキサップゴルフクラブに於いて、14社から17名が参加して、2011年懇親ゴルフコンペを行いました。

当日はあいにくの空模様でしたが、中止にもならず無事プレイが出来ました。

東日本大震災の影響がまだ尾を引いている情況のなか、このコンペ開催自体が危ぶまれておりましたが、各会員の皆さんのフォーム印刷工業会に対する想いが伝わる参加人員でした。

コース情況は前日の大雨のため最高のコンデションとは言えませんでしたが、18ホールストロークプレイ（ダブルペリア）で行われ、和やかななかにプレイを終了することが出来ました。

プレイ終了後には表彰式を行い、佐藤会長のあいさつに続き優勝者、ＢＢ賞等のあいさつがあり、11月に行われる予定のセミナーや、懇親忘年会での再会を約束して終えました。

東北フォーム印刷工業会　理事会・納涼会を開催

東北フォーム印刷工業会（佐久間信幸会長）は８月10日、仙台市ホテル白萩にて理事会及び納涼会を行った。

納涼会には会員16名が参加され、震災後の復興についての各社の状況について話しあった。また、来年の40周年記念事業について、積極的に情報交換を行った。

各会員は震災後の疲れも忘れ、楽しい懇親のひと時を過ごした。

納涼会に先立って行われた理事会では、各フォーム印刷工業会からいただいた地区強化支援費の分配について話し合い、被害の大きさを考慮して分配する案で決定した。

各会員は、全国の皆様からのご厚意にあらためて感謝の気持ちを述べていた。

中部フォーム印刷工業会　理事会・理事懇親会を開催

中部フォーム印刷工業会(杉山悟会長)は、9月27日午後5時から、9月度理事会を開催し、フォーム工連理事会からの報告の後、市場動向に関する情報交換と、11月に開催する研修会の運営等について話し合った。

終了後、名古屋駅前の「のどぐろ屋」で開催した理事懇親会には9名が参加しい、普段なかなか口に出来ない島根県浜田漁港直送の高級魚「のどぐろ」の味を堪能し、理事懇親と工連の益々の発展と、業界としての結束を確認しました。

なお、中部主催の研修会は11月17日(木)にウインクあいち(名古屋駅前)に於いて、ブライター・レイター代表の山下潤一郎氏を講師にお迎えしてご講演頂く。

関西フォーム印刷工業会　大阪支部8月度例会を開催

8月25日(木)に開催した「大阪支部8月例会」には20社(23名)が参加した。

例会では「日本フォーム印刷工業連合会・関西フォーム印刷工業会」からの報告の後、9月に「印刷は環境と共に進化する」をタイトルとして“IGAS2011(国際総合印刷機材展)”が開催されるが、参加各社からデジタル印刷への対応状況や、デジタル印刷に対するお客様よりの要望など、感じている事について発表した。

第28回プチ勉強会では、(株)メディアテクノロジージャパンVP営業部の星野敏生氏を講師にお迎えし、「高速インクジェットプリンター Truepress Jet 520の紹介」をテーマに行なった。勉強会の最後には“IGAS2011”の出展についてもご説明頂き、参加者は興味深く聞いた。

国際委員会
■北米印刷事情レポート(2011年7月～9月)

印刷業界と市場との関係

米国の印刷業界は長年経済とともに拡大してきたために成長指向が抜けきれない。市場の環境が様変わりしていくにも関わらず、拡大路線を推し進めようとすればするほど「規模の不経済」を招いてしまう。このような悪循環が続くと、企業の基礎となる資産価値の価格より株価が安くなる。そこに乗っ取り屋と呼ばれる人々が現れ業界をかき回した。

Moore, Wallace, Donnelley, Quebecor, World Color, Banta, Quadgraphicなどほとんどの大手印刷業者が、乗っ取り集団によるM&A劇に巻き込まれて仕舞った。一方、中堅、中小の印刷業者は、値崩れや過当競争に巻き込まれ、廃業に追い込まれるものも少なくない。

この様な状況が発生しても暫くして自浄作用によりリセットが起きるのが通常だが、印刷業界の場合、10年以上たっても改善する兆しがない。1997年から市場が25%も縮小しているにも関わらず、過当競争は止むどころか激しくなるばかりである。縮小が止まない印刷市場の中で印刷業者が生き残っていくための適正規模を検討したい。米国の印刷業界は、Coase教授の主張する生き残るための適正規模について、最近になってようやく討議しはじめている。

NAPLが提唱する印刷業者の適正規模

米国にPIAやNEPSに並ぶ印刷業界を代表する団体にNAPL (National Association for Printing Leadership)があり、その団体の活動は多岐にわたるが、一つに印刷業界幹部への教育とコンサルティング事業がある。

NAPLのCEOであるJoseph P. Truncale博士は印刷業者の「規模の適正化」について積極的に説いている。成長指向が抜けきれていない印刷企業は、売り上げが頭打ちになってくると、その規模を維持拡大しようと新規顧客の開拓策に走るが、Truncale博士は、ここに「規模の不経済」の落とし穴があるという。市場が縮小する中の新規顧客の開拓は、会社の規模に見合う案件が少なく、あったとしても競争が激しいため消耗戦となる。利益の見込めない事業に経営資源を注ぎこむことは避けるべきと呼びかけている。

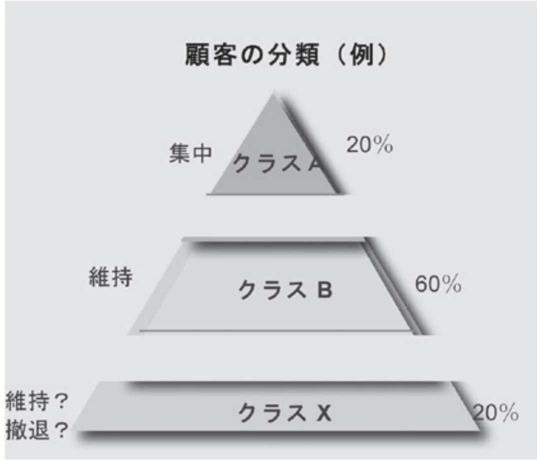
印刷業者は、無闇な拡大路線をやめ、従来の顧客数、営業部隊、生産設備、製品を変えずに業績を改善するにはどうしたら良いのかを考えるべきだと博士は主張する。しかし、適正規模にするという事は、多くの場合、売上を減らすことを意味するので、経営者の大半が強い抵抗感を示す。この意識的なハードルを乗り越えさせるのに苦労すると博士は言う。

顧客の選択と集中

印刷業者の規模を適正化するためには「顧客の選択と集中」が必要であり、既存客全体の分析と対応を行う。

印刷業者の経営者に上位20の優良顧客の名前を挙げるよう問うと即座に答えが戻ってくるが、下位20の顧客について聞くとほとんど答えが返ってこない。顧客をクラスA、クラスB、クラスXに分け、全体像をプロフィール化すべきだと博士は主張する。これらは、売上、利益、付加価値などの基準を加味し、分類していく。

クラスAは、トップ20%の顧客層で、売上、利益、付加価値においても優良で、これらの顧客は売上の80%に貢献している。クラスB



は、売上、利益、付加価値において平均的な顧客層で、大半がこの層に分類される。問題はクラスXへの対応。この層の顧客は、すべての点で劣り、顧客としてあり続ける理由は表面的には特に問題がなく、少なからず売上に貢献しているためである。業績が頭打ちになってくると新規開拓策としてクラスXが真っ先に注目され、「この顧客にはもっと商売があるはずで、努力すれば開拓の余地がある」と経営陣は考えてしまう。しかし、そこが問題である。様々な対応を試みて一定期間を経ても改善する兆しがなければ、潔くその顧客との関係を絶つべきである。

顧客との関係を絶つことについて話すとほとんどが戸惑い、顧客数をこのくらい減らせば、利益がこのくらい改善されると具体的に実績を示しても、意識のバリヤが邪魔をする。しかし、それを乗り越えた印刷業者は確実に業績改善を実現している。

VistaPrintのWeb To Print

VistaPrintは数年前に米国展示会報告で取り上げたWeb To Print で急成長している印刷会社だ。この会社は米国市場で大半の売り上げをあげているにもかかわらず、オランダに本社を置き、米国に工場がなく、日本には法人すらない。

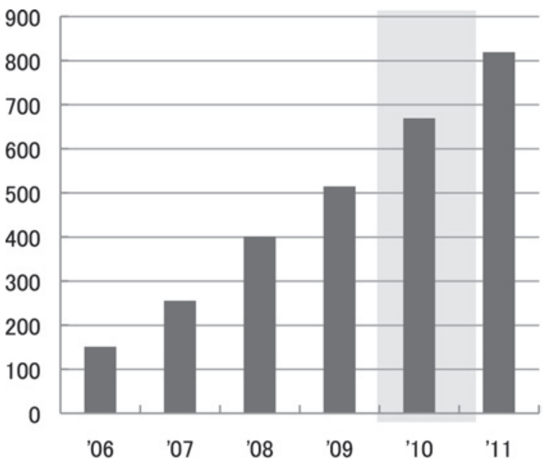
VistaPrintが狙う市場は、SOHOやマイクロビジネス企業を狙いAmazon.comとの共同マーケティングなどによって、ネットユーザーを中心にその市場を広げている。

同社は、2010年度Printing Impression誌Top 10にランクインし、北米で４番目に成長している印刷会社である。

2011年度の売上げは8.17億ドルで22％の伸び。

Nasdaqに上場していて、印刷会社としては株価が高く、時価総額は印刷業界では６位だ。縮小している印刷市場の中で何故VistaPrintは快挙を続けることができるのかを調べて見たい。

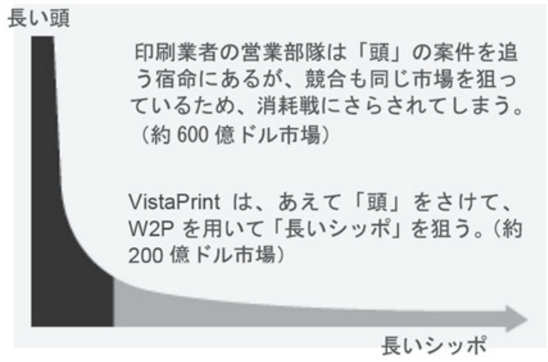
VistaPrint の売り上げ推移



ロングテールを狙う

2004年にデジタルライフスタイルを提唱するWIRED誌の編集長であるChris Anderson氏が「Long Tail」という題の記事を掲載し大きな反響を呼んだ。AmazonやEbayなどのビジネスモデルがその典型例で、「商品あたりの販管費が安いので、売り筋ではない商品をたくさん揃えることにより大きな収益を生み出す」という論理だ。今までは、統計学の「べき乗分布」の中で、上位の20％が80％の儲けをもたらすことが常識であった。しかし、ネットの時代になると、「取引コスト」を低減することができるようになったため、これまで見過ごされてきた80％の小さなニッチ商品を効率よく販売することが可能となり、大きな利益を得られるようになった。Anderson氏は、書籍、DVD、デジタル配信音楽、など商品を事例にあげ論理を展開しているが、印刷産業に当てはめるとどうなるであろうか。

顧客のロングテールを狙う



印刷産業のビジネスモデルが大量生産のために組み立ててあるため、「長い頭」の部分の約650億ドル規模の市場のみである。しかし、大きな案件の数は少なくなり、「長い頭」の部分はますます短くなる。一方「長いシッポ」の部分は比較的に過当競争にさらされていなく価格単価も高い。だが小ロットの仕事を掻き集めて社内の生産設備を満足させるには効率が悪い。

VistaPrintは、W2Pに特化することにより、通常の印刷業者が見過ごす「長いシッポ」の部分を狙ったビジネスモデルを展開している。VistaPrintが狙う市場は、従業員10人以下のSOHO事業で、その中で特に力をいれているのが、従業員一人のマイクロビジネスである。

欧米では、従業員10人以下のSOHO事業が約5000万社以上ある。日本のSOHO市場も大きく約500万社あるといわれており約1500万人が従事し、この市場は年間４％成長しているという。

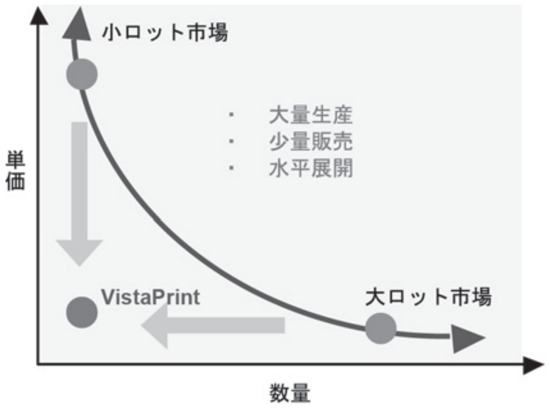
この市場の１社当たりの年間印刷物発注金額は約500ドルで、一回の発注金額は約30ドル～70ドルと極めて少額である。しかし、潜在市場規模は非常に大きく約200億ドルに及ぶと推定されている。

今までマイクロビジネスでの印刷物は、卓上プリンタを使うか、Office Depoのような事務用品店やプリントショップに原稿を持ち込み、印刷するしかなかった。しかし、VistaPrintはネットによりW2Pが可能となったため、飛躍的に顧客の「作業コスト」の軽減に貢献したのである。

VistaPrintの生産システム

同社独自の「Click to Ship」ワークフローシステムを開発し、デザイン、プルーフ、発注、プリプレス、印刷、断裁、梱包、出荷などを管理するための一環システムを構築した。そのプロセスの特徴は、①ITとネットによる集約化、②一環化されたシステム、③標準化、④自動化、である。

受注の全てが同社で用意されたテンプレートベースで、数量、サイズ、用紙、画像、フォントなどが予め用意されている。一日あたり約12,000社から約300,000件のデザインが処理される。あくまでもSOHO市場が必要とす



る簡易印刷を狙ったビジネスである。

サーバーからプリプレスシステムに送信。独自開発されたソフトにより、自動的に面付けされCTPで出力される。一回の印刷運転で100件以上の受注が一気に印刷され、一日あたり約12,000件を生産している。

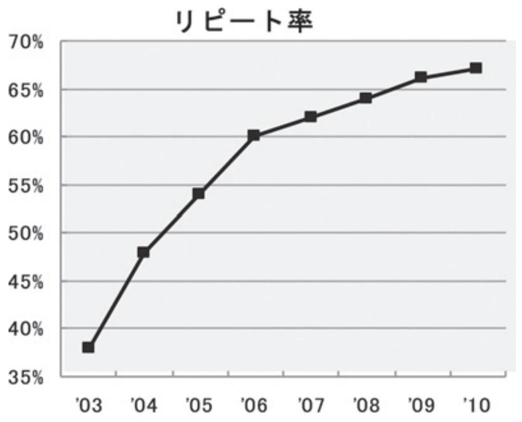
印刷設備はインラインコータ付のMAN ROLAND 700で６色機が主力。VistaPrintの売上げの80％はオフセット印刷で、残りの20％がHPインディゴによるデジタルプリントである。一般の印刷業者で1時間かかる準備時間を１分まで短縮し、ヤレはたったの25枚と驚異的な生産効率である。15分間の印刷稼働で143件の受注を印刷するギャンギングで、常識破りの生産性である。

41インチシートに印刷された製品は、CIP4やJDFに対応のPolarカッターで断裁されて、仕分け、集約、梱包され、出荷される。ポストプレス工程は若干人の作業が入るがバーコードにより管理し自動化されている。この自動化された一環生産プロセスにより33％の原価率を実現し、約10％の純利益を維持している。

VistaPrintのマーケティング戦略

同社のマーケッティング支出を売上げの約22％計上している。 印刷業界の常識では考えられない金額でネット印刷通販の中でも突出している。同社はLTV（生涯価値）マーケッティングが基本で、一度開拓した顧客を囲い込みリピートオーダーを確保していく戦略である。主に名刺で顧客を引き付け1社の新規顧客を獲得するのに約22ドルから25ドルを使う。Amazonで購入すると「名刺が無料！」というチラシが入ってくることは前述した。

このような積極的なマーケッティング活動により2011年度だけでも740万の新規顧客を獲得している。



同社のサイトをアクセスすると、無料で名刺を印刷することができる。送料は別なので、日本で名刺を作成すると送料込みで実際は859円（米国では3.99ドル）となる。オーストラリアで印刷され、シンガポールから発送される。

無料名刺の裏面にはVistaPrintの広告も入り、新規顧客の約20％が口コミや名刺の裏面を見た人だという。

「名刺が無料!」を中核としたブランドマーケッティング戦術は成功している。

同社のウェブサイトの集客数は群を抜き、年間のユニークビジター数は約4400万人である。

VistaPrintが無料の名刺にこだわって、顧客を引き付けようとする理由はいくつかある。最も大きな理由は、名刺に記載される情報そのものが貴重な顧客データとなることだ。名前、企業名、住所などがあれば、かなり高度なデータベースマーケッティングが可能となる。

もうひとつは、クロスセルだ。名刺に記載される情報は、封筒、レターヘッド、ハンコ、アドレスラベルなどにも使うことが可能。無料名刺を編集したあと、チェックアウト時に、かならず「レターヘッドはいかがですか」「住所ラベルは必要ないですか」などと聞いてくる。

新規顧客を獲得した後は、既存客に積極的

にマーケティングを行いリピート率を最も重要と見ており、2010年度のリピート率は67％と高く、今後は75％～80％に上げていく計画だ。このようにVistaPrintほどのディレクトマーケッティングを展開している企業は新種の印刷会社である。

先のセミナー報告者もVistaPrintに名刺を発注したが、貴方も試して見ては如何でしょうか。（その後のVistaPrintからの商品の紹介対応が凄い）

まとめ

VistaPrintはW2Pというツールを活用し、印刷業界の常識を次々と覆していった。これにより、印刷業者が「取引コスト」が高くつきすぎて敬遠してきた市場の案件を取り込むことを可能とし、同時に顧客には印刷物を作成する手間を省くことにより「作業コスト」を下げる利便性を提供した。加えて、製品を絞り込むことにより、プロセスの高度な自動化と効率化を実現し、きわめて小さな仕事でも大量生産の設備を使いながらも、高い利益を出せることを可能にした。

極論すれば全世界の250枚単位の名刺ビジネスをかき集めて、工場の生産能力を埋めたことである。埃も積もれば山となる。VistaPrintは、ネットとITが可能とした破壊的ビジネスモデルの典型例である。

American Printer誌の廃刊が意味するもの

128年間継続して発行されていた印刷業界を代表する主力雑誌が9月号をもって幕を閉じた。 同誌の出版社であるPreton社は、長い間辛抱強く雑誌を好転させようと努力したが、その兆しが見えてこなかったため、廃刊に踏み切った。

「American Printerは、もはや当社の出版戦略に合わなくなってしまった」と説明する。

American Printer 9 月号

9 月号を最後に、幕を閉じた American Printer 誌。スマートフォンをカバーにし、先進性を強調しようとしているところが、逆に痛々しい。

これは、2010年の４月に廃刊した印刷業界のバイブルと言われていた、Graphic Arts Monthlyにつづいて2誌目。GAMが廃刊されたときには、次はAmerican Printerではないかと噂された。

同誌はINLAND PRINTERとして1883年に創刊。戦後、印刷業界は未曾有の好景気を迎え、リソグラフィ印刷が主流となったため、雑誌はThe Inland and American Printer and Lithographerと長い雑誌名になるが、1982年にAmerican Printerとして短く改名した。

廃刊時には約47,000部の購読数がありプリントマネージメント、プレス技術、プリプレス・ポストプレス技術などを取り上げた印刷業界の情報源となっていた。しかし 50万人以上の従事者に対して5万部弱の購読数は業界主要の雑誌とし寂し過ぎる。

今、印刷業界で生き残っている業界誌はPrinting Impression 誌のみでAmerican Printerの廃刊は、従来の印刷業界のひとつのあり方の終わりを象徴していると思える。

■平成23年度調査票提出促進運動について（経済産業省より）

平成２３年度調査票提出促進運動について

経済産業省大臣官房調査統計グループ

経済産業省大臣官房調査統計グループが実施する各種統計調査につきましては、平素より御協力頂き、厚く御礼申し上げます。

皆様より提出された調査票は、当グループにおいて集計・加工・分析をした上で公表され、国・地方公共団体の行政施策の基礎資料、商工鉱業における企業経営資料として、さらには諸研究のための貴重なデータとして広く利用されております。また、社会経済の急激な変化や国民生活の多様化などに伴い、経済活動の現状を正しく見極める指標として、統計の果たす役割は一層重要性を増しております。

このため経済産業省では、皆様の統計調査へのご協力をいただくことを目的に、常日頃より調査内容の見直し等を行うなどして御報告いただく方々の負担軽減を図りながら、公共財として必要となるデータを公的統計として信頼性高く、早期に公表することに努めているところです。

こうした統計調査実施事業の成果をより高めるため、記入者の皆様に更なる御理解と御協力を賜ることを目的として、例年より「統計の日」（１０月１８日）を中心として「調査票提出促進運動」を実施しております。

公的統計の結果データが信頼性高く、早期に公表されるためには、何より皆様から正確な調査票を所定の期日までに御報告いただける事が重要かつ不可欠です。

ご多用な中、大変に恐縮ではありますが、引き続き皆様の御理解を賜り、当省が実施する統計調査の調査票による調査内容の報告につきまして御協力いただけますようお願い申し上げます。

本運動の詳細につきましては、当省のＨＰにて趣旨等をご紹介しておりますので、併せて御参照ください。

URL：http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/topics/sokushin/index.html

【経済センサス - 活動調査について】

経済産業省・総務省では、各府省協力のもと、平成２４年２月１日に「平成２４年経済センサス-活動調査」を実施することとしています。

本調査は、我が国の全産業分野における事業所・企業の経済活動の実態を全国及び地域別に明らかにすることを目的としています。調査の結果は各種行政施策の基礎資料としての利活用のみならず、事業者の方々にも経営の参考資料として活用していただくことを目指しております。

本調査の詳細につきましては、当省及び総務省 HP にて目的や調査内容などを紹介しておりますので、御参照ください。

■経済産業省 HP 内　経済センサス-活動調査のページ
http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/census/index.html
■総務省 HP 内　経済センサス総合ガイド
http://www.stat.go.jp/data/e-census/guide/index.htm

本調査への御理解と調査票による調査内容の報告について御協力をいただけますようお願い申し上げます。

■印刷産業ビジョン“SMATRIX 2020 －スマート社会に貢献する印刷産業－”

◆内容

社団法人日本印刷産業連合会・印刷産業将来展望検討委員会では、10年後の印刷産業の将来に向けて、印刷産業ビジョン“SMATRIX 2020－スマート社会に貢献する印刷産業－”を発刊いたしました。

これまで情報流通の基盤として様々な役割を果たしてきた印刷産業が、スマート社会においては、より広い分野で多核的に役割を担う必要があります。本書では、そうした次世代印刷産業に進化するために、どのような変革を推し進める必要があるのか。また、個々の企業として、あるいは共同体として、多様なビジネスモデルを構築していくために、どのようにマネジメント力を結集し、どのように各企業の独自性やサービス力を強化することができるのか、市場分析を通じて論じます。ぜひ、事業企画立案等にご活用ください。

・目次

◇第１章　印刷市場規模予測
1. 2000年～ 2010年　日本経済と印刷産業
2. 印刷産業市場規模(2005年の確定値化、2010年の新推定値)

◇第２章　印刷産業2020のビジョン構築に向けて
1. 印刷産業の課題・これからの10年
印刷産業を取り巻く課題・今後の印刷産業・印刷産業の再定義
2. 分野別課題と方向性
技術・環境・国際

◇第３章　経営課題調査分析

◇第４章　方向性と事例研究
1. 印刷産業のコラボレーションに向けた仕組みづくり
2. 印刷産業のリスク対策
3. サステナブル社会に向けた印刷産業と印刷イノベーション
4. 印刷産業の事業・技術伝承を可能にするための人財活用の仕組み
5. グローバル化によって変化する印刷市場
6. 多核化する印刷産業の展開
7. グローバル・ネットワーク時代の知的財産戦略

◇付　録　環境年表

・判型／価格

・平成23年9月発行／ A4判184頁
・会員・賛助会員3,000円／一般5,000円
（消費税込、送料別）
・申込方法：日印産連のホームページでお申込頂けます。

■Starryman Calendar 2012（スターリィマン卓上カレンダー）ご購入のご案内

被災地ふくしまのペットを救おう！

今回「被災地の印刷会社の皆様の仕事に役立てていただきたい」と、画家の はせがわいさお先生から大切な多くの作品をお預かりして、東北フォーム印刷工業会(佐久間信幸会長)では「スターリィマン卓上カレンダー」を企画し、(株)日進堂印刷所が制作を致しました。

画家の はせがわいさお先生は、福島県会津若松市のご出身で、スターリィマンの愛と夢に溢れた世界を、25年近く描いておられます。また「はせがわファミリー」として、お話を創作している奥様の芳見さんと、作品の朗読やデザインを手掛けている娘の祐希さんと共に、ご家族 3 人で人々の心を温かくつなぐ“コミュニケーションアート”の先駆者として、世界中が家族のような温かいきずなでつながりますように…と願い、日本各地で幅広い活動を展開されています。現在は、被災地の子ども達にスターリィマンの紙芝居を贈る活動もなさっています。

INFORMATION

■「はせがわファミリー」ホームページ
http://www.dream-hasegawa.com/

「スターリィマン卓上カレンダー」ご注文のお申込みは、東北フォーム印刷工業会事務局宛てにお願い致します。

（この「スターリィマン卓上カレンダー」は１部500円で販売させて頂きますが、その内の100円が福島県で被災したペットたちのために寄付されます。）

■詳細及び申込みホームページ
http://www.nisshindo.co.jp/calendar/
福島市庄野字柿場1-1　福島西工業団地
（株）日進堂印刷所内
東北フォーム印刷工業会事務局 八鍬 宛て
電話：042-594-2211
FAX：042-594-2041
メール：wannyan@nisshindo.co.jp

NPiフォーム NEXT-IJ

NIPPON PAPER INDUSTRIES

次世代を担うフルカラーインクジェットフォーム

近年、DPS事業におけるインクジェット印刷の高速かつフルカラー化は目を見張るものがあります。当社は高白色、高不透明、高平滑でご好評いただいております「NPiフォーム NEXT」をベースに高性能インクジェット適性（耐水性、高発色性）を付与し、新たにラインアップいたしました。

■NPiフォーム NEXT-IJ 規格表

米坪(g/㎡)	64.0	81.4	104.7	127.9	157.0
連量(kg)	55	70	90	110	135

※尚、本製品は受注生産となります。

フルカラー：高白色、高不透明、高平滑
品質：IJ適性、GS1-128適性、フォーム適性
環境：PEFC認証
NEXT-IJ 品質概要

日本製紙株式会社 情報・産業用紙営業本部 情報用紙一部
〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-2-2 Tel.（03）6665-1042

ＢＳＴ（ドイツ製）検査装置４０００シリーズ

BeST Inspection Technology

100％欠点検出 SHARK4000
カラーマネージメント IDM4000
静止画像 PS4000
自動見当 AR4000
ビデオインスペクション SHS4000

お問合せ先
□ 本社工場 電話 0725-44-9930
□ 東京オフィス 電話 03-5798-7805

BST
ビーエスティ日本株式会社

MITSUBISHI PAPER MILLS LIMITED

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紙スーパー ■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 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3丁目4番2号 ☎03（3213）3732
大阪営業所 情報用紙グループ 〒541-0056 大阪市中央区久太郎町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
大阪支店 〒541-0056 大阪市中央区久太郎町1-3-9 ☎06（6271）2271
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
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

印刷技術の未来を担うパイオニア

MJP20F

フルカラーインクジェットプリンター

・最高解像度 600dpi×600dpi
・印 字 速 度 200m/min
・最大印字幅 541mm

MD-Press

液体トナー方式電子写真プリンター

・解　像　度 1200dpi×1200dpi
・印 字 速 度 100m/min
・最大印字幅 487mm

株式会社ミヤコシ

〒275-0016　千葉県習志野市津田沼 1-13-5
TEL:047-493-3854　FAX：047-493-3071
ＵＲＬ： http://www.miyakoshi.co.jp

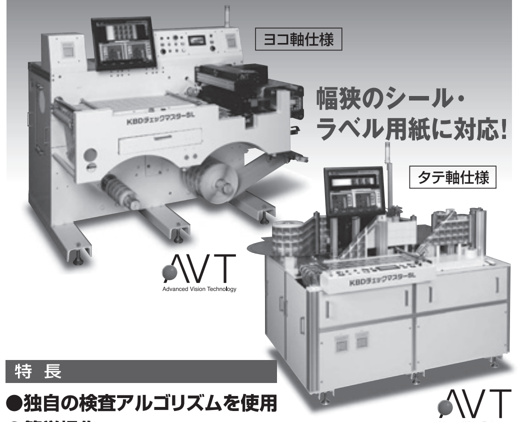
KOBUNDO

シール・ラベル用全自動検査装置

KBDチェックマスターSL

ヨコ軸仕様　タテ軸仕様

全ての不良を検知する、全自動検査装置。



特 長

- **独自の検査アルゴリズムを使用**
- **簡単操作**
- **様々な印刷物にも検知対応**
- **プリントフロー**（検査結果と履歴の保存機能）

インキ練りローラー自動洗浄装置

KBDローラークリーンシステム

インキ洗浄時間の大幅短縮・安全、資源の節約を極める

印刷機の稼働率を
大幅アップ

インキカラーコントロールシステム

KBDマイクロカラーSL

シール・ラベル小型印刷機専用システム

タッチパネル方式で使いやすくなって、
新機能も追加!

インキカラーコントロールが
グッと身近に。

ニュータイプ登場!!

印刷機材の総合商社
株式会社 光 文 堂

本店／〒460-0022　名古屋市中区金山二丁目15番18号　TEL 052（331）4111（代）
支社／東京　支店／東北・静岡・大阪・北九州・福岡　営業所／北海道・青森・山形
千葉・山梨・沼津・浜松・岐阜・福井・金沢・富山・京都・山口・大分・熊本・沖縄

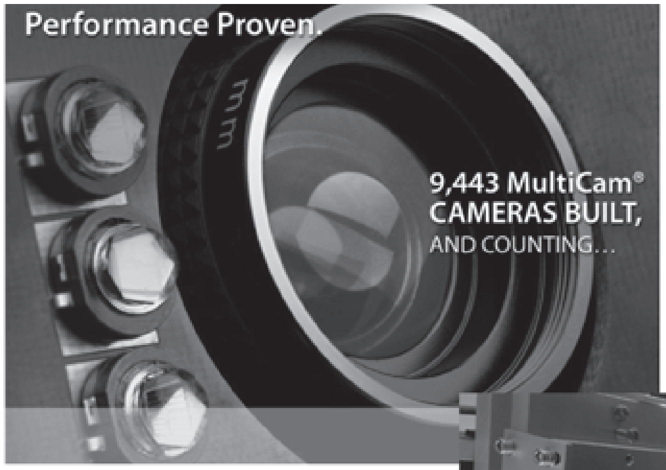
http://www.kobundo.co.jp

QuadTech®

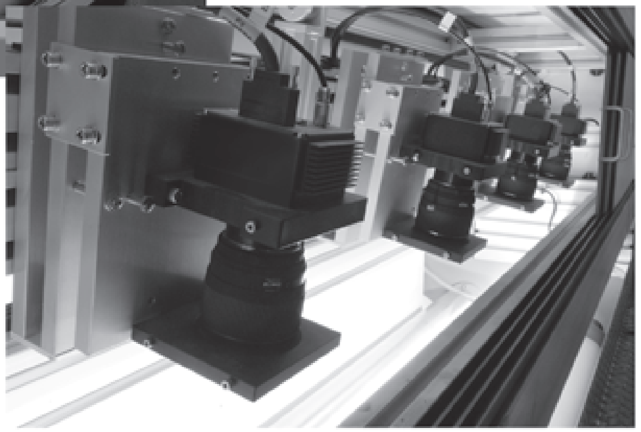
ビジネスフォーム プレスコントロール

損紙削減・生産性効率改善
クォードテックは利益拡大をお約束します。

クォードテックは31年前 米国の印刷工場から始まりました。
世界86カ国でクォードテックの製品は活躍しています。



マルチカム自動見当装置



PDF 比較機能付き
オンライン品質検査装置

製品　マルチカム　自動見当装置　印刷・加工位置合わせ装置　品質検査装置
静止画像装置　カラーコントロール装置　ウェブクリーナー

QuadTech®
Our passion is ***your success.***™

クォードテック日本支店
〒 336-0034 埼玉県さいたま市南区内谷３－11－26
TEL：048-839-8831　大阪：06-6330-0919
http://www.quadtech.co.jp