

SCREEN

The Value Creation in Media Mix "EQUIOSNET"



Commercial(CTP)



Document



Commercial(POD)



Wideformat



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 ヤマトネ深川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&プレジジョンテクノロジーカンパニー



フォーム印刷

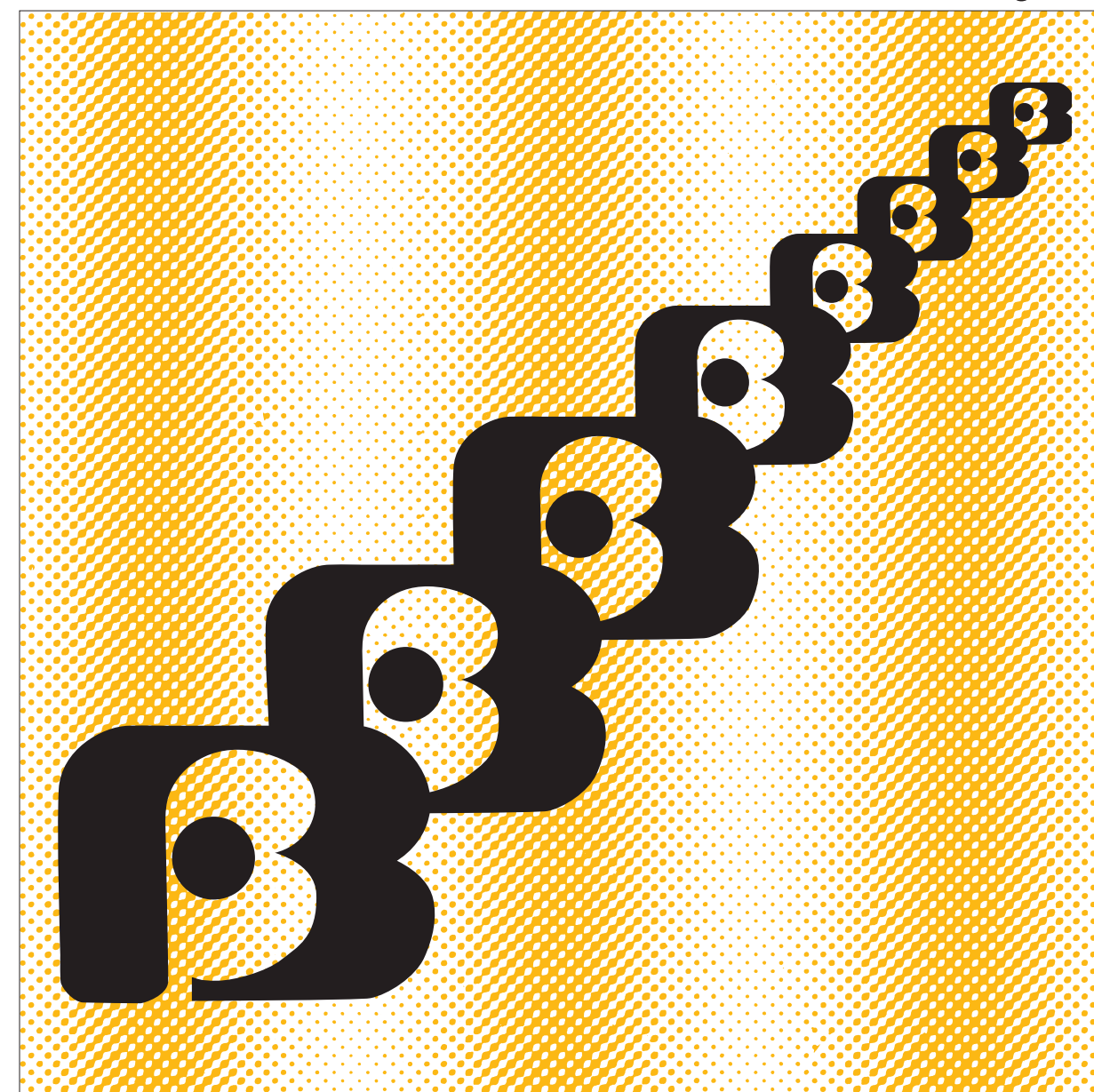


JAPAN BUSINESS FORMS ASSOCIATION

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. **374**



2013 .1



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 **ダイア** 三菱IJフォーム用紙 DFカラーM・G
ダイアフォーム ダイアメールシリーズ OCR用紙 感熱紙

三菱製紙株式会社

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

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

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

B フォーム印刷

目 次

日本フォーム印刷工業連合会会報 2013.1 No.374

年頭所感 2

日本フォーム印刷工業連合会 会 長 櫻井 醜

日本フォーム印刷工業連合会 副会長 小谷 達雄

日本フォーム印刷工業連合会 副会長 瀬戸 良教

北海道フォーム印刷工業会 会 長 佐藤 泰光

東北フォーム印刷工業会 会 長 佐久間信幸

中部フォーム印刷工業会 会 長 杉山 悟

関西フォーム印刷工業会 会 長 溝口 剛司

中国フォーム印刷工業会 会 長 太田 真義

九州フォーム印刷工業会 会 長 和田秀一郎

日本フォーム工連 平成24年度第6回理事会議事要録 11

日本フォーム工連 平成24年度第7回理事会議事要録 14

トピックス 17

技術セミナー「THE-ZA連続講座」を開催

環境セミナー「有機則・PRTR法に該当しない洗浄剤を使用した洗浄作業への挑戦」
を開催

工業会だより 19

関東フォーム印刷工業会 年末懇談会を開催

中部フォーム印刷工業会 平成24年度研修会を開催

関西フォーム印刷工業会 大阪支部「第34回プチ勉強会」

「下請ガイドライン説明会」を開催

INFORMATION 22

国際委員会 北米印刷事情レポート（2012年10月～12月）

書籍案内2012年度版「フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書」を発刊

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



富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

TOYOINK

東洋インキ株式会社

ECS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

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

■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。

NPiフォーム NEXT-IJ

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

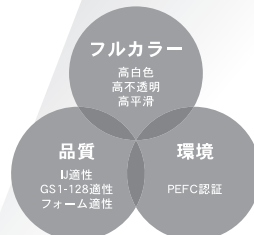
米坪(g/m)	64.0	81.4	104.7	127.9	157.0
連量(kg)	55	70	90	110	135

※受注生産品です。お問い合わせ下さい。

日本製紙株式会社

印刷・情報用紙営業本部 情報用紙部

〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-2-2 Tel. (03) 6665-1042



NEXT-IJ 品質概要

年頭所感

次代を生き抜く新しい企業へ

日本フォーム印刷工業連合会 会長
櫻井 醜



新年明けましておめでとうございます。

年頭に当たり、日本フォーム印刷工業連合会の会員の皆様方に、日ごろのご協力、ご支援に対して心から感謝し、厚くお礼申し上げますとともに、本年が希望に満ちた実り多い年となりますよう、心からお祈り申し上げます。

国連の人口統計によると、2011年10月31日に世界人口が70億人に到達したと発表されました。アメリカ国税調査局では70億人の到達が2012年3月12日とされています。さらに2050年には90億人、2100年には100億人を超えると予想されています。いったい地球はどれくらいの人口が養えるのでしょうか。アメリカのシンクタンクの試算によると、全人類がもし「アメリカ的な生活」を享受するとすれば養えるのは27.5億人で、すでに2.5倍にもなっています。「イタリア人的な生活」をすれば55億人、「インド的な生活」をすれば110億の人間が養えるそうです。別の調査ですが「日本人的生活」をすれば61億人ということで、インド的な生活を除けば地球はすでに破産しているということになります。今後世界の人口はどうなっていくのか、またそれが私たちの生活にどう影響してくるのでしょうか？

一方私たちの足元を見てみると、日本での印刷産業全体の傾向は、出荷額が長期的に減少し続けており、今後も2020年にかけて24パーセント縮小するとの予測がなされています。しかしながら視線を少し上にあげて全体を俯瞰してみると、主力プレーヤーは次々と変わり、退場していく部門に変わって、脚光を浴びる部門が次々と生まれています。私たちフォーム印刷産業もまた、伸びている会社は例外なく新規部門が強力に牽引していて、しかも新しい需要創造、市場創造、顧客創造によって成長しています。従来型の部門や商品の提案ではもはや伸びる余地がないのです。

社会や市場が成熟し、閉塞状況に陥っているのは顧客も同じで、だからこそ少しでも新しい企画、ユニークなサービスを、のどから手が出るほどに欲しいのが現状です。私たちがその部分にいち早く着目し、掘り起こすことができるかが成長への分かれ目です。私たちもフォーム印刷産業が製造業であると認識しているうちは、この部分に目が届かないかもしれません。私たちの仕事がサービス業であると自覚すると、その上に立って私たちだけができるユニークなサービスは何か、顧客が必要としているオリジナルな企画は何かを考えてみることができます。すなわち顧客起点での提案が可能になるということです。その企画やサービスを実現するハードやソフトの手段は、すでにすべて目の前にそろっています。

もう一度原点に戻って自社の強み、すなわちUSP(ユニークセリングポイント＝Unique Selling Point)を見直し、それを磨き上げ、自社にしかできないオリジナルな提案に作り上げていくことが大事です。

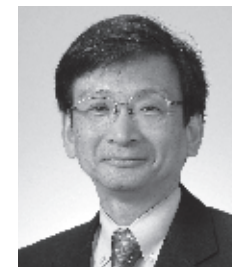
昨年の干支は壬辰(みずのえたつ、じんしん)、今年は癸巳(みずのとみ、きし)です。この壬辰から癸巳への展開は、「様々な問題が起これ耐える時間が長く続くが、やがて強い決意を持つ指導者の出現により、物事が活動的に発展する」ということを暗喩しています。強い指導者というのは一体誰なのか。それはあなた自身のことなのであり、私たち一人ひとりのことなのです。国内・国外ともに大きな困難をかかえ逆境下にいる日本ですが、私たちが本来持つ勤勉さ、しぶとさ、ピンチから立ち上がる強靱な精神力とアイデア力で強いリーダーシップを発揮し、生き延びる知恵を生み出していきたいと思います。

今後も引き続き日本フォーム印刷工業会の活動を通じて、日本の産業の躍進に貢献していく所存です。会員各位のなおいっそうのご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

年頭所感

顧客の課題をともに解決する存在に！

日本フォーム印刷工業連合会 副会長
小谷 達雄



新年あけましておめでとうございます。

旧年中は、日本フォーム印刷工業連合会の運営および活動に対して、みなさまより多大なご支援とご指導を賜り厚くお礼申し上げます。

2013年は「巳」年、「蛇」です。

「蛇」のつく言葉やことわざは、『蛇足』『長蛇の列』『蛇行』『蛇に睨まれた蛙』など、あまり良いイメージのものはありません。「巳」という文字は、その形から、「蛇」が冬眠から覚めて地中から地上に這い出す姿を表しており、「蛇」は、脱皮を繰り返すことから「再生」「復活」することが本来の由来と言われております。また、七福神のひとつである「弁財天」は、「蛇」の形をした神として祀られていることが多く、蓄財の神と崇められています。「蛇」年の2013年は、ビジネスにとっては、実りの多いことを示唆しているのかもしれませんが。今年が、フォーム印刷工業連合会各社にとって、本来の「巳」の由来どおりの実り多い1年なりますことを願ってやみません。

さて、わが国の経済も国内外の不安定な経済動向の影響を受け、まだまだ先の見えない状況が続いております。私たちの業界は、この中にあって、DPS事業の拡大など時代の潮流を先取りして、何とか業界全体としての市場規模は維持してまいりましたが、DPS事業も頭打ちの傾向が一段と強まってきております。市場は、デジタル化などにより情報手段が多様化し、それに伴って顧客のニーズも高度化、複雑化し、『紙』離れも一段と進んでいます。単なる情報伝達としてのビジネスフォームから、様々なメディアや手法に対応し、顧客の課題を顧客とともに解決していく存在であることが、私たち業界に強く求められております。

フォーム印刷工業連合会各社は、市場環境から大きな岐路に立たされております。会員各社がそれぞれの独自性を活かし、お互いに切磋琢磨しあうことで、新しいフォーム業界の進むべき道が見えてくるものと確信しております。

今後とも、フォーム印刷工業連合会の活性化に向けて、会員各社のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

みなさまのご健勝とご繁栄を祈念して、年頭のご挨拶とさせていただきます。

年頭所感

特性を生かしてサービスの提供を

日本フォーム印刷工業連合会 副会長
関東フォーム印刷工業会 会長
瀬戸良教



明けましておめでとうございます。

本年も日本フォーム印刷工業連合会へのご支援をよろしくお願い申し上げます。

本年の年頭所感を記すにあたって3年前の会報を読み返して見ましたが、政治状況では民主党と自民党が入れ替わった違いはありますが、経済面では少しの改善も見られず、むしろ日本の世界における立場は相当に後退していることが実感されました。政治の停滞がもたらす国民生活への影響が、如何に深刻なものかを改めて考えさせられました。

東北大震災からの復興も遅々として進まず、放射能によって汚染された残骸の処分さえままならない状況の中で、原発をすぐに廃止して消費税増税を行い経済の回復・発展が可能とは、冷静に現実を見据えた視点からの政策とは到底考えられません。自民党が政権に復帰しましたが、過去の失敗を十分に反省して、着実に日本経済を復活させてもらいたいと切実に期待しています。

翻って、我が業界も深刻な不況の最中にあります。ビジネスフォームの需要は確実に減少していますが、受注価格の低下は外的要件によるだけとは思えません。過当な受注競争によって、設備産業であるビジネスフォームの原価すら考慮に入れない低価格を提示してはいないでしょうか。永年地域にとけ込んで企業活動をしてきたところに、都会から大手会社が「極端な低価格で受注をして行く」という情報はよく耳にします。その仕事が自社内で生産されるなら市場経済の原則として仕方ありませんが、協力会社を下請けとして生産を依頼されるとすれば大きな問題です。地元企業は受注を失い当然協力会社も低価格受注となるでしょうから、利益を見込めない赤字受注が想像されます。

昨年相当数の印刷会社が倒産・廃業となっています。こうした状況が続くと供給能力の問題が出てきます。企業には規模に応じた得手不得手があります。地元の中小企業には得意先の要望に応えるノウハウの蓄積や、きめ細かな対応ができます。大手企業は大ロット対処が得意でしょう。

これからは大小共々それぞれの特性に応じた受注を行って、ユーザーの利便性を損なうことなく製品を供給し、少しの利益を分け合えるよう、真剣に取り組むことを考えていかなければならないと心から思っております。

年頭所感

今年はチャレンジする年に！

北海道フォーム印刷工業会 会長
佐藤泰光



あけましておめでとうございます。

旧年中皆様からいただきましたご厚情に御礼を申し上げるとともに、年頭に当たりまして一言ご挨拶申し上げます。

北海道における2012年は、我々フォーム業界にとって、前年からのノーカーボンを中心とした用紙不足は解消されたものの、5月に全国で最後まで稼働していた北海道電力泊原子力発電所が停止することにより、道外の皆様からは一年遅れの節電モードに突入いたしました。

一昨年震災後のフォーム工連の理事会で、照明を落とし節電の話ばかりであったことを思い出しますが、北海道の場合、冬の電力需要のほうが夏より厳しいということで、いま各社は知恵を絞りながら節電に取り組んでいるところであります。

ところで昨年末の衆議院選挙は自民党の大躍進でしたが、民主党王国といわれていた北海道でも地殻変動がおきました。2005年の小泉郵政選挙でも盤石だった民主党が、全道12選挙区で全敗という結果です。

T P Pや景気・雇用、そして政治改革などいろいろな争点がありましたが、結局は「今のこの世の中を何とかしてもらいたい」という道民の願いが、この結果をもたらしたのではないのでしょうか。

ということで、今年こそはデフレ脱却・景気回復を新しい政権に期待しつつ、我々一人ひとりもいろいろなことにチャレンジする一年にしなければと心に誓っております。

そして北海道フォーム印刷工業会も、これから一年間、いろいろご指導をいただきながら運営を行なってまいります。皆さん、どうかご協力よろしくお願い申し上げます。

最後になりますが、新しい年が皆様にとって健康で希望に満ちた1年でありますよう、心からお祈りいたします。

年頭所感

皆様のご支援に報いる一年に

東北フォーム印刷工業会 会長

佐 久 間 信 幸



明けましておめでとうございます。皆様におかれましては、つつがなく新しい年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

また、東日本大震災以降、日本フォーム印刷工業連合会様をはじめ、各地区フォーム印刷工業会様から、たくさんの励ましとご支援をいただきましたことに、改めまして、深く感謝申し上げます。

震災から約2年が経過した今、福島第一原発事故の影響で、未だに復興が進まない地区はあるものの、おかげさまで、ようやく東北にも本来の力強さがもどりつつあります。今さらながら、逆境に屈しない東北の粘り強さを再認識しております。

さて、東北フォーム印刷工業会にとって昨年は、トピックスに沸いた年でした。創立40周年という記念すべき節目を迎え、記念式典を仙台市で開催し、あわせまして、日本フォーム印刷工業連合会第6回理事会も福島県の裏磐梯で開催されました。それらを通じて、全国各地のフォーム印刷工業会の皆様と語らう機会も多く、絆を深めさせていただくとともに、今後の展望を描くための良い刺激を頂戴しました。また、40周年を記念して実施したモンゴル共和国への視察においては、参加者一同、産業の胎動と若者の情熱に触れ瞠目いたしました。例年にもまして、貴重な交流をさせていただいた素晴らしい年であったと実感しております。

政治・経済ともに不安定な昨今、東北はもとより、日本国内においても問題は山積しております。しかしながら、新年にあたりまして気持ちも新たに、皆様からいただいたご支援とご厚情に報いるべく、当工業会は、地域経済に寄与するため、さらなるリーダーシップを発揮し、活動を進めて参る所存です。今後ともよろしくお願い申し上げます。

結びにあたり、皆様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。

年頭所感

希望をかなえる、メディアのかたち

中部フォーム印刷工業会 会長

杉 山 悟



新年明けましておめでとうございます。

旧年中は日本フォーム印刷工業連合会会長・理事・事務局、各地区工業会の会長・会員の皆様には、ご指導とご協力を頂き厚くお礼申し上げます。

中部の会員地区である愛知、岐阜、三重、静岡の各県の経済市場は、自動車メーカー、精密電子機器メーカー、映像機器メーカーやその関連の企業が多く、国内経済の低迷と、長引く円高基調や、海外での反日運動の影響を大きく受けることとなりました。

さらに、暮も押し迫った総選挙等の政治的な混迷と合わせ、“内憂外患”の状況から脱出することが出来ず、輸出関連企業を中心として、大震災後の復興需要と経済成長への期待とは大きく乖離する結果となり、国内産業での需要に大きく依存する我々業界の業績へも、大きな影を落としています。

また、現状においては当業界に対し大きな影響の実感はないものの、“情報流通”という側面では、スマートホン、タブレット型端末機の出荷台数が、PCを上回ったという報道にもありますように、その形態における変容を続けながらも、大きなトレンドとなってその変革の速さを増していることは、明確な事実として受け止めなければなりません。

そのような、極めて厳しい経済的、社会的な背景の中で、業界が今後も存続し続けるためには、我々業界にとっての“新しい時代”を思考するとともに、その“新しい時代”におけるお客様のニーズとは何か、それをどのように叶えて差し上げればよいのか、その方法(印刷物を含めた多様なメディア、ビジネスモデル)には何があるのかといった「課題解決」を、従来のフォーム印刷(業界)といった枠組みを超え、他の印刷業界は勿論、異業種とのコラボレーションも視野に入れた取り組みを積極的に進め、お客様の「希望をかなえる」とは何かを突き詰め、実現することが、我々業界がこれまで果たして来た社会的責任を果たしつつ、堅実な成長を続けるための最も近道であると確信しております。

最後に、新しい年が希望に満ち、成長への礎たる年となるよう祈念しご挨拶とします。

市場環境について行ける企業へ

関西フォーム印刷工業会 会長

溝 口 剛 司



新年明けましておめでとうございます。

今年は、昨年以上に政治も社会も世の中も激しく動くと思われませんが、私たちフォーム印刷工業会としては、会員企業及び特別会員企業との間で、いろいろな交流を活発にし、最終のお客様へ、フォーム工連発信の情報が、企業規模拡大に、役立てていただけるように、頑張りたいと考えています。

世の中は、現在、「他人のように生きたい」から「自分らしく生きたい」に、変わって来ていると思っています。モノの豊かさから心の豊かさを望む時代です。

モノが行き渡ったときに、私たちは何を欲するのか。そこに企業の生き残りのヒントがあるのではないのでしょうか。企業競争力の源泉は、環境の変化にどれだけついていける企業力なのか、規模の大小にかかわらず、いろいろな提案、サポートをすることによって、他の企業と同じではなく、各社なりの違いを出すことが、日本の印刷業を羨望できる企業になり、日本経済を引っ張っていく業界になれるのではないのでしょうか。

他の印刷業界との交流も積極的にし、CSR（企業の社会的責任）事業にも取り組み、社会からも注目される業界になっていきたいです。

今年は、関西のもっている、いい意味での「元気さ」を前面に出して、全国へ発進していきます。皆様方からの一層のご指導・ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

これからも、フォーム印刷工連の発展および会員企業の社員様の幸せの為に、頑張っていきます。

中国地区に交流の舞台設定を！

中国フォーム印刷工業会 会長

太 田 真 義



西中国フォーム印刷工業会は、今年から東中国フォーム印刷工業会と統合され、「中国フォーム印刷工業会」として活動することになりました。会員企業の所在地は、西から山口県、広島県、島根県、岡山県となりました。

今回は、私の地元の広島県の話です。広島県と言えば伏見（京都府）、灘（兵庫県）と並ぶ三大銘醸地となっております。しかし、日本酒の消費量は1975年の1,697,000kℓをピークとして減少に転じ、2010年にはピーク時の4割弱に当たる632,000kℓとなっています。一方、焼酎は5倍に増加しています。これに対し蔵元、酒販店、飲食店、愛好家、地域住民、行政等が日本酒を守るため動き出しており、日本酒を活用した地域起こしが活発化しています。課題は多岐にわたりますが、まず蔵元が丹精込めて築き上げてきた、本物の日本酒の良さや素晴らしさを消費者に十分理解してもらえないことにあります。そこで広島県酒造組合56社では、[1. 伝える人 2. 舞台設定 3. ストーリー]を準備する。また、今までとは異なる角度から日本酒を日常生活に取り入れることで、新しいライフスタイルづくり（石鹸、化粧品、ドレッシングなど）を促進しようと考えているそうです。我々の工業会もそのような活動はできないでしょうか？

私はまず会員企業20社の[2. 舞台設定]を行って行きたいと思います。[1. 伝える人]はフォーム工連の事務局で、[3. ストーリー]は会員企業で考えて行きたいと思います。

最後にお酒の話に戻りますが2012年7月に、広島県が東京銀座にオープンしたブランドショップである「TAU」で25,000アイテムの酒を販売しています。是非立ち寄ってみてください。

停滞感から ワクワク感へ！

九州フォーム印刷工業会 会長

和田 秀一郎



新年あけましておめでとうございます。

旧年中は日本フォーム印刷工業連合会、各地区工業会の運営および活動に対しまして多大なご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

数年前から九州地区における工業会のあり方、活動内容を根本的に徐々に見直しつつ、会員・特別会員皆様の意思疎通に重点をおき取り組んでおります。

おかげさまで多少、今までの業界のあり方や仕組みにとらわれないスタイル、意見が出るようになり、進化し始めた感があります。時間はかかるものです。「我々の業界はちょっと特別で…」とか「とは言ってもいろいろとしがらみがあるから難しいんですよねー」とかいう言葉をよく耳にします。この業界にいる自分たちで作ってしまった業界の悪い常識。こういうものが一番良くありませんし、個人的にも大嫌いです。自分たちの進化を妨げるものを自分たちで作ってしまい嘆いています。

どの業界もそうですが、そこにいる人たちは「感じなくなっている」「気付かなくなっている」のではないのでしょうか？

よく、まちづくり・まちの活性化には「よそ者・若者・バカ者」が必要だと聞きます。これからの我々の業界、各企業を停滞感からワクワク感へ転換していくには、

1. あまりしがらみが無く、いろんな角度でものを見れる人（よそ者）を積極的に活用し、
2. 行動力や機動力、更にアイデアや実行力と若々しい情熱をもった人（若者）を活用し、
3. 新しい文化を創造していくんだ！という愚直さを持ち、自らバカになって行動できる人（バカ者）を活用していくこと。そして、そういう環境を造っていくこと

が我々の使命ではないかと思えます。

凝り固まった思考を思い切って「断捨離」して原点回帰。そして働き方をワクワク感にしていきましょう。

今年一年、明るい笑顔と前向きな姿勢で、皆様と共に顔晴っていきましょう。

日本フォーム印刷工業連合会 平成24年度 第6回理事会議事録

■平成24年10月11日(木) 午後4時 裏磐梯猫魔ホテル「飛蜚」

■出席者(29名)

櫻井会長、小谷副会長、瀬戸副会長、玉田常任理事、池田常任理事、坂下常任理事、神崎常任理事、土屋常任理事、佐藤常任理事、佐久間常任理事、杉山常任理事、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、丸田(福武理事)代理、石坂理事、大門理事、滝本理事、田中理事、山口(専務理事事務局)

<オブザーバー> 関東工業会：尾崎修史、宮腰巖、淵田和昭、野村龍太郎、篠田ちる

関西工業会：中村利昭、下川義記

東北工業会：武田昇

- 議 題 (1)東北フォーム印刷工業会活動報告
(2)委員会報告
(3)日本印刷産業連合会等関連報告
(4)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」

今年度の持回り理事会として、東北フォーム印刷工業会が担当され、松原湖が眼下見える素晴らしい会場の用意と企画運営をありがとうございます。

私は東北に5年間勤務しておりましたが、この猫魔を訪れるのは初めてです。東北は色々の観光地を控えておりますが、今日会場に来る時に通った土湯温泉のこけしは有名で、温泉も果物も大変好きで、全て福島にあります。しかし、総論で語



ってはいけないとは思いますが、福島の人は売り方が上手でないのです。サクランボも福島が始めて手掛けたが、売れ始めたのは山形。売り方に問題があるのです。

予測によると、ますます景気は下を向き、GDPを支えている自動車産業も低迷が続いている。このような経済の状況下にある我々の方向性は、懇親会の前の挨拶で話しますので、皆さんから忌憚のないご意見を頂きたいと思えます。

東北フォーム印刷工業会活動報告

「佐久間会長報告骨子」

本来は、昨年東北の地で持回り理事会を開催する予定であったが、震災の影響から金沢で行なって頂いた。今年は少しでも元気になった東北を見て欲しいと思い、東北で実施する事になった。こども、会津若松も殆ど震災の影響を受けなかった



裏磐梯猫魔ホテル

が、観光客は例年の1/3に留まっている。是非、この状況を伝えて頂き、東北の方に足を運んで頂きたい。

「東北フォーム印刷工業会からの活動報告」

現在、東北フォーム印刷工業会は正会員、特別会員合わせて26社で活動を行なっている。

1月には新春講演会及び新年会を開催。5月には会計事務所向けのビジネスを行ない、印刷まで手掛けられている山形県新庄市にあるエッサムさんへの工場見学会を実施。6月には多くの来賓の方々と全国から76名の出席を頂き、東北40周年の記念式典を実施した。8月には笹氣前会長との関係(新モンゴル高校)や、私がモンゴルのマンホールチルドレンへの支援を行っていた関係もあり、モンゴル・ウランバートルへの40周年記念旅行を実施した(詳細は前号の373号会報に掲載)。

最後に報告として、皆さまにご協力を頂いた「スターリイマン・カレンダー」は、約3,800部を販売することができたので、33万円を被災地ペットを保護している救護本部に寄付することができる。本年も継続して「スターリイマン・カレンダー」の販売を行ない、「たまきはる福島基金」への寄付を行なう。

委員会報告

●業務委員会（玉田委員長報告）

・9月度月次計算について

・業務委員会活動報告

10月2日に印刷会館会議室において業務委員会を開催した。議事内容については、日印産連表彰推薦者についての選考基準の明確化について、日印産連から書面に出されている「吊り下げ方式」内容について、各委員から提出頂いているフォーム工連活動の活性化について話し合った。特に活性化については、各工業会で開催している理事会(定例会)に、各企業の経営に近い方々のご出席を頂き、より具体的な行動を起こせる体制にした。また、会議内容についても、できる限り参加頂いている各社の情報を開示して頂き、各社の資産の有効活用や設備の共同利用、資材の共同購入

や人材の紹介等の制度等の検討をする。印刷企業以外、特にIT系企業との異業種交流の実施をする。地方の印刷工業会との情報格差を解消する施策として低価格ネット配信を検討する。

●資材委員会（池田委員長報告）

・10月度用紙事情について

用紙全体の市場動向は出荷が-4.2%で3ヶ月連続のマイナス状況。情報用紙は5ヶ月連続のマイナスが続き、-10.9%の状況。

電力量削減施策として、東洋インキ及びT&K TOKAの高乾性UVインキを紹介。

●国際委員会（土屋委員長報告）

・9月度 北米印刷事情レポートについて

ヨーロッパにおける人口統計および広告の動向に対する印刷物の影響についての研究調査レポート「The Future of Print IV (印刷物の将来4)」では、紙の消費量は景気後退時の急速な減少に続いて、2021年までの10年間でさらに減少すると予測している。

特に、電子メディアへの置き換えによる紙の利用に対する圧力は激しさを増す。しかし、オンライン広告は多くの印刷物の代替手段となっているが、同時に個人や小規模の事業者向けの新たな印刷市場が成長することを可能にもしているため、今後の印刷を考える際、同じ動きの反対の効果があることも考慮する必要がある。

Flash Report (PIA発行)

●市場調査委員会（事務局から報告）

・平成24年度市場調査アンケート実施について

平成24年度市場調査を実施し、今年度は昨年よりも回答社数が約10社低下し、66社から回答を頂いているので、12月の調査報告書発行に向けてアンケート結果を集計中。

●技術委員会（事務局から報告）

・「THE-ZA」連続講座開催について

THE-ZAの連続講座を来週月曜日から3回実施する。現在申し込み者が24名であるが、1社から複数名の参加も頂いている。また、今回テスト企画として、連続講座のWeb配信も実施予定。

●環境委員会（神崎委員長報告）

・「有機則・PRTR法に該当しない洗浄作業への挑

戦」報告会について

・環境委員会活動報告

9月26日のNHKクロズアップ現代で胆管がんについての放映があった。環境委員会では洗浄作業等についての情報を各社から開示して頂き報告を行った。この報告のまとめを11月19日に「有機則・PRTR法に該当しない洗浄作業への挑戦」として、インキメーカー、ローラーメーカー等を加えて事例発表会を実施する予定。

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) 化学物質による健康障害防止対策のポイント (配布資料案)
- (2) 「競り下げ方式」に関する件
- (3) 2012年9月印刷の月 記念式典懇親会報告
- (4) 労働災害減少に向けた緊急要請・「見える安全活動コンクール」実施 (厚生労働省)
- (5) 印刷業における地球温暖化対策の取り組み
- (6) グリーンプリンティング資機材認定品一覧 (9月認定)
- (7) page2013 (平成25年2月6日(水)～8日(金)) 開催案内
- (8) JAGATトピック技術セミナー案内 (10月25日開催)

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（福田副会長）

8月26日に椿山荘で講演会と夏季懇親会を実施した。11月9日には秋季ゴルフ懇親会を予定している。関東からの報告は以上であるが、この場をお借りして、今年 印刷功労賞を受賞できたことのお礼を致したい。

北海道フォーム印刷工業会報告（佐藤会長）

北海道は昨年同様に街中にクマが出没して、クマとの共生が必要なのかとの話題や、日本ハムファイターズが大型選手の補強なしで、誰も予測していなかったリーグ優勝を勝ち取ったこと等が話題になっている。団体活動として9月には16名が

参加してゴルフ親睦会を実施。11月末には一泊してセミナー兼忘年会の開催を予定している。

中部フォーム印刷工業会報告（杉山会長）

9月12日に理事会及び納涼会を実施し、非常に厳しい状況下にある業界ではあるが、前向きな取り組みを期待している。11月には研修会を予定しており、ゴルフ親睦会も計画中等、様々な活動を通し親睦を深めて行きたい。

関西フォーム印刷工業会報告（溝口会長）

9月以降、理事会・支部会を開催するにあたって、参加された方々に、会社でも他でも言えない此処だけの話ができる環境を整え、内容の共有化と充実を図りたいと願っている。よって、この場ではその内容は話せない。

11月22日に関西の他の団体にも呼び掛けて「印刷業の下請けガイドライン説明会」を実施する。11月27日には関西合同ゴルフコンペを開催する。

関西は現在大阪支部で30社、関西全体として準会員を含めると60社を超える会員が、一人でも多く企画に参加頂いて、プラスになる様な活動に行きたい。

中国フォーム印刷工業会報告（太田会長）

今、中国地区の課題は東西の連携をいかにして行くかにある。今回、事務局のサポートにより、東中国地区の中心メンバーである西尾総合印刷様との話し合いを早急に進めて、今後の中国地区の方向性を求めて行きたい。

九州フォーム印刷工業会報告（田中副会長）

9月26日に理事会を開催して、九州地区についての団体活動の活性化について、深く突っ込んだ話し合いを行ない、前向きで実質的な活動を行なっていくことを合意した。11月の中旬には互例会を含めた理事会を、熊本で開催することを予定している。

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」

本日はこの素晴らしい会場で熱心なご報告をありがとうございました。私は学生時代からスキーをしていた関係で、裏磐梯はよく知っており、多くの国際大会が開催されている地です。

今日の理事会では皆さまから報告を頂いたが、これからの懇親会では、櫻井会長からフォーム工連の今後の在り方や、皆さんからの忌憚ない交流ができることを願っています。

次回の平成24年度第7回理事会は、

開催日 平成24年11月8日(木)
時 間 午後1時30分より
場 所 日本印刷会館2階 201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 平成24年度 第7回理事会議事要録

■平成24年11月8日(木) 午後1時30分 日本印刷会館2階 201会議室

■出席者 (24名)

櫻井会長、小谷副会長、瀬戸副会長、玉田常任理事、池田常任理事、林常任理事、神崎常任理事、土屋常任理事、越智(大久保常任理事)代理、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、溝口常任理事、太田常任理事、佐々木常任理事、福武理事、石坂理事、坊野理事、加藤理事、滝本理事、西川監事、寺山監事、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」

先月は東北の地で大変立派な持回り理事会を開催する事ができ、これからも活性化した理事会を開催して行きたいと思っている。最近の雑感ですが、IR活動で先月シンガポールに出張した。このシンガポールで感じたことは、日本の技術はもの凄く進んでいるということである。現地のアナリストやトレーダー達に会社の事業領域等を話すと「日本では凄く高級な仕事をしていますね」との回答があった。海外で日系企業が活躍している。それに伴って印刷企業も海外に進出する。この日系企業は印刷企業に対して、海外でも国内と同等の品質を要求する。しかし、海外の印刷企業はこの要求品質に答えることができない。海外では紙もインキも異なるので、当然仕上がりは異なってくる。この時間問題になるのが品質。日本の品質の高さと品質競争の激しさ、これが墓穴を掘っている様に感じる。

今一度、印刷品質については取り組みをはっき



りさせて、良いものは高いとのメッセージを発信して行く必要を感じている。

今、日本の産業が世界において地盤沈下している。このことにより内需が衰えてくると、物流関係の動きが低迷し、伝票関係の使用も減ってくる。適正価格を求めて行かないと、仕事は忙しいが利益を生み出すことができない状況に陥いることがないように注意して進みたい。

委員会報告

●業務委員会 (玉田委員長報告)

・10月度月次計算について

・平成25年度会議日程(案)について

来期平成25年度のフォーム工連の年間スケジュールを作成した。毎月開催する理事会は原則とし

て第2木曜日にしている。平成25年度の通常総会は6月13日に開催を予定している。10月10日に関西フォーム印刷工業会の主催で持回り理事会を開催。日印産連の「9月印刷の月」の記念式典が9月18日に開催されるので、平成25年度の第5回理事会はこの日程に合わせて、ホテルニューオータニで開催する。さらに、平成26年1月23日には関東主催の新年懇親会に合わせて第8回理事会を開催。

●資材委員会 (池田委員長報告)

・11月度用紙事情について

用紙全体の市場動向は、通年秋は用紙の需要が増す時期であるが、今年の9月の資料からは全くこの状況が見られなく、マイナス基調に変化がない。用紙・板紙全体では4ヶ月連続マイナスで9月は-6.7%。用紙は-6.3%、今まで前年並を維持していた板紙も-7.1%になり、低迷が紙を使用する業界全体に広がってきている。段ボール原紙も-6%になり製品の荷動きが低迷していることを裏付けている。ノーカーボン紙については平版(-34.2%)よりも巻取り紙(-11.1%)に需要が移っている。情報用紙については大口の需要が、封書から圧着はがきに移行したこともあり、-12%状況である。

資材委員会として来年の2月22日にはインキメーカーの工場見学会を実施する予定。

●国際委員会 (土屋委員長報告)

・10月度 北米印刷事情レポートについて

我々の印刷産業界には、クライアントがターゲットとする人々が存在し得るすべての所に対応する戦略と努力が求められ、そして、インターネット時代以前よりもコミュニケーションの負担は重くなり、物事も複雑さを増している。だからこそ我々が必要であると「メディア利用に関する記事の解釈」でWebb博士は述べている。

米国の大手新聞企業の12社は、全国規模の広告主に対して、新聞の折り込み広告と同様の効果とモバイルと同様の双方向性・利便性を兼ね備えた新しいプラットフォームを提供しeコマースの拡大を図り、消費者の購買体験に大きな役割を果たしてきた新聞の「日曜版」に変わり、デジタル版においても我々が重要な役割を果たそうとしている。

●技術委員会 (事務局から報告)

・THE-ZA連続講座報告について

今回のTHE-ZA連続講座は、セミナー会場にパソコンを持ち込み、WiFiの環境下で実際にTHE-ZAサイトのサーバーに接続して、ダイレクトメールの作成を体験して頂いた。

今までの「聞くだけのセミナーや講演会」から脱却して、受講された方々が活用し実践でき、成果を期待できる企画にして行きたい。

●環境委員会 (神崎委員長報告)

・環境委員会からの報告について

・環境セミナー開催について

10月30日に第6回委員会を開催し、セミナー内容について様々な協議を行った。今月19日に開催する「有規則・PRTR法に該当しない洗浄作業への挑戦」についての環境セミナーに積極的な参加をお願い致したい。

●市場調査委員会 (事務局から報告)

・平成24年度版市場報告アンケート調査について
アンケート集計結果がまとまり、最終ページに記載する「まとめ」の内容を検討中。

平成24年度版調査報告書の発行は12月末を予定している。

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)印刷事業所における化学物質による健康障害防止対策のポイント
- (2)2013年第64回全国カレンダー展(出品案内)について 募集締切り12/7
- (3)「2013年新年交歓会のご案内」(2013年1月8日)
- (4)冬季の節電メニュー(経済産業省)
- (5)page2013出展の申込みご案内
- (6)JAGAT発行書籍紹介
デジタル印刷レポート2012▶2013について

各工業会報告

北海道フォーム印刷工業会報告(佐藤会長)

11月5日にセミナーを実施した。北海道では冬

THE-ZA 連続講座を開催

技術委員会(林委員長)では10月15日から日本印刷会館会議室において、「印刷産業の未来を作り出す“THE-ZA”を知って、問題の解決や活用のアイデアをみんなで考え、“THE-ZA”を体験しよう！」をテーマに3回の連続講座を開催し、仕事を終えた夜間にも関わらず毎回30名以上が受講され、地方会員のために初めての企画として、同時Web配信も行なった。

連続講座の冒頭には、THE-ZAを使用して、飲料メーカーへビジネス展開を行なった美創印刷(株)社長の村上一宏氏から、第2回目にはライブハウスの経営にTHE-ZAを活用してビジネスを拡大している「中目黒・楽屋」代表の増茂光夫氏から現場の声を伺った。



増茂光夫氏



加藤博司氏

参加した受講者はWiFi環境にあるパソコンを会場に持ち込んで、SOMARDサーバーにアクセスし、THE-ZAを使用したDM作成(S-DMCLUB)の体験を行なう等、聞くだけの講座ではなく、作業をし、考える連続講座になった。

連続講座の最後には受講者全員が講師の加藤博司氏((株)ソマード社長)を囲んで終了パーティーを開催し交流を深めた。講座に参加した方々からのアンケートでは、「印刷会社の今後の方向性を示していると感じました」「印刷業界でおそらく初めてのイノベーションと思います」「現在デジタル印刷機がまだまだ活用されていないので、大変勉強になりました。実際にシステムを活用したい」「DM作成のデモを体験して、PCが使用できるスキルがあれば問題なく使いこなせると感じた」「多くの事例が紹介され、色々なことができることが理解できた」等の声が寄せられた。また、受講した各社では継続した取り組みが行なわれている。



THE-ZA 連続講座の風景

季の電力需要の7%削減を北海道電力から求められているが、ピークやアンダーピークがない使用状況での電力量の削減は非常に難しい。
東北フォーム印刷工業会報告(佐久間会長)

先月が持回り理事会出席のために東北に足を運んで頂き感謝している。

12月2日に今年最後の役員会と懇親会を開催する。新年の1月には新年会の開催を予定している。

(東北の活動については会報373号の12ページから掲載されている)

関東フォーム印刷工業会報告(瀬戸会長)

34名が秋季ゴルフ懇親会に参加した。12月には毎年一泊の役員研修会を実施していたが、事情により開催することができなくなったので、12月20日に役員及び会員が親しく交わることができるように、六本木の国際文化会館にて年末懇談会を実施する計画です。また、新年に入り1月24日には椿山荘にて新春懇親会を開催する。当日は次回の第8回理事会も開催されるので理事の各位も参加下さい。

中部フォーム印刷工業会報告(杉山会長)

中部では来週になるが11月13日に関東でも8月にご講演され、大変好評であった坪田先生による講演会を実施する予定。12月に入って今年最後の理事会を開催する。

(関東で8月23日に行った坪田先生の講演会については、会報373号の11ページに掲載)

関西フォーム印刷工業会報告(溝口会長)

10月25日に大阪支部会の開催に併せて実施しているプチ勉強会では(株)ミヤコシ様から「デジタル印刷の現状と今後の展望」についてお話を頂いた。

来週21日には理事会を、翌日の22日は合同で企画している「下請けガイドラインの説明会」を開催する。翌週の11月27日は関西合同ゴルフコンペを28名が参加して開催する。

12月6日は理事会を兼ねて忘年会を開催するが、来年10月には、関西主催の持回り理事会が計画されるので、この懇親会で計画中の神戸から船に乗って、明石海峡大橋を見ながら食事を

する下見を兼ねて実施する。新年に入って1月16日に新年互礼会を開催する。また、2月に入って情報用紙に関するセミナーの開催を検討中である。

西中国フォーム印刷工業会報告(太田会長)

前回の理事会で報告致したが、中国地区では現在、東中国との統合を計画中だが、10月31日に東中国の事務局をして頂いている西尾総合印刷様と話し合っ、平成25年の新年会から一緒に活動することとなった。今後は四国地域ともコミュニケーションを図って一緒に活動することを目指したい。

西中国の活動としては11月17日(土)にゴルフ親睦会を行なうが、新規企業が2社参加される。

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」

前回は東北地区での持回り理事会で環境の良い所で開催したが、今月は東京に戻っての理事会で、各委員会や各工業会から中身の濃い報告を頂いた。櫻井会長からの「印刷に未来はあるのか？」との提言から、しっかり活動をして行きたいと思う。

アメリカの選挙が終わったが、日本はどのようなかと思う次第だ。最近日本に住むフランス人と知り合い、経済や政治の話をしたが、日本に来る前は、フランスの政治家は酷いと思っていたが、日本に来てからは、フランスの政治家はまだましであると言われ、返す言葉がなかった。

政治はさておき、フォーム工連の各動を活発化させ業界を盛り上げて行きたいと思う。

次回の理事会が1月になるので、迎える2013年が良い年であるように願って、閉会の挨拶としたい。

次回 平成24年度第8回理事会(新年理事会)は

開催日 平成25年1月24日(木)

時間 午後2時15分より

場所 目白・椿山荘

を確認して閉会となった。

「有機則・PRTR法に該当しない洗浄剤を使用した洗浄作業への挑戦」を開催

環境委員会(神崎委員長)では、11月19日に日本印刷会館会議室において環境セミナーを実施した。

フォーム印刷はUVインキが開発された初期の段階からノンインパクトプリンタ適正に対応するため、UV印刷が主流になっている。このUVインキは乾燥性が高いこともあって、ローラー洗浄作業等では洗浄能力の高い洗浄剤が求められていました。しかし、各社では環境問題をクリアするため、有機則やPRTR法に該当しない洗浄剤に切替えて、有害性の低い洗浄剤への切り替えに積極的に取り組んでいる。この環境セミナーでは、会員企業5社((株)木万屋商会、トッパン・フォームズ(株)、光ビジネスフォーム(株)、東洋紙業(株)、

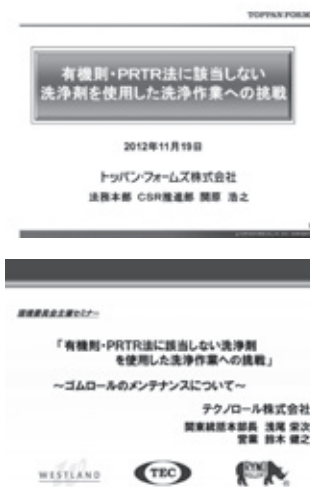
(株)イセトー)から情報開示を頂いて具体的な取り組み報告を行ないました。

さらに、関連メーカー5社(光陽化学工業(株)、(株)日研化学研究所、(株)T&K TOKA、東洋インキ(株)、テクノロール(株))から各社の製品開発の状況や、取扱についての説明を頂き、参加された約80名の受講者は多くの情報を入手することができた。

さらに、参加者アンケートでは「ローラー洗浄等に関するメンテナンス方法をもっと知りたい」との希望が多数寄せられたので、2月13日には環境セミナーの第2弾として技術委員会主催の「印刷ユニット・メンテナンス実践セミナー」を開催する予定。



セミナーの風景



年末懇談会を開催

関東フォーム印刷工業会(瀬戸会長)は、毎年年末に行なっていた一泊泊まりの役員研修会を止め、今年からは役員各位と会員各位との親睦を深めるために、年末懇談会を開催することにした。

懇談会では文字文化の広がりへと支えて頂いている分野を体感致したく、俳優の佐藤光生氏による朗読「麻布一本松」(池波正太郎「鬼平犯科帳21」より)を企画した。

会場の国際文化会館は、多度津藩(現香川県丸亀市)藩主京極壱岐守の江戸屋敷であった敷地に、昭和30年に日本建築界の巨匠、前

川國男氏らによる共同設計で建築され、日本建築学会賞を受賞し「登録有形文化財」の指定を受けた建物。さらに庭園は、昭和5年に作庭され近代庭園の傑作として、港区の名勝に指定されている場所である。

参加した34名は、会場近くの麻布を舞台にした朗読、美味しい食事、ライトアップされた綺麗な庭園、と懇親を深め素晴らしい一夜を過ごすことができた。

俳優の佐藤光生氏は「粋ことば塾(なごみ会)」を主催していますので、あなたも参加して見てはいかがでしょうか？



朗読する佐藤光生氏



年末懇談会の風景

平成24年度研修会を開催

中部フォーム印刷工業会(杉山悟会長)は、11月13日午後3時よりウインクあいち(愛知県産業労働センター:名古屋駅前)で、平成24年度研修会として、メディア・デザイナー(元日経メディアラボ所長等を歴任)の坪田知己氏を迎え、「The communication情報革命とは何か?」と題したセミナーを開催しました。参加者は正会員、特別会員等より47名が

参加され、司会・進行は上田理事(トッパン・フォームズ)が務めました。

杉山会長は挨拶の中で、参加者に感謝の意を表した後、「昨今のインターネットの普及は、人々のライフスタイルや企業のビジネス環境を大きく変革すると共に、私ども印刷業界に大きな影響を及ぼしている」と現状を捉え、「時代はマスメディアからワン トゥ ワ

ンの時代へ、さらにはツイッターやフェイスブックの拡大により、ソーシャルCRMの時代に変革を遂げようとしている。それはまさに情報コミュニケーションの中心が、企業から消費者に移行しつつあることを認識せざるを得ない。そうゆう状況の中、我々の業界はこの現実を前に、生きるべき明確な道筋を見つけることが出来ていないのが現実ではないか」との危機感を表したうえで、「そのような現実を踏まえ、本日ご講演から、“情報とは何か？”“コミュニケーションとは何か？”を体系的に学ぶことによって、我々業界や会

員各社様が進むべき道筋を探る大きなヒントを頂けるものと確信している」との期待を表明した。

この後、坪田知己氏が「The communication 情報革命とは何か？」と題したテーマで講演を行われました。“情報”の本質を掴む・知ることが、結果的にお客様のご要望にお応えする最適・最短な道であることを再確認出来た講演内容でした。

(ご講演の概要は「フォーム印刷No.373」を参照ください)



講演する坪田知己氏



研修会の風景

関西フォーム印刷工業会

「下請ガイドライン説明会」を開催

関西フォーム印刷工業会(溝口会長)では、11月22日に印刷業の下請ガイドライン説明会が大阪JPビル8階会議室で開催されました。講師として、財団法人全国中小企業取引振興協会 下請かけこみ寺相談員 来間庸司(くるま つねじ)氏に説明していただきました。

内容は平成24年11月に公正取引委員会・中小企業省から出された下請取引適正推進講習会テキストを中心に、印刷業の事例等が分かりやすく説明され、

参加者60名が下請法を理解することができました。「下請法を理解することは、企業モラル



である」ということを改めて感じました。

今回は大阪府中小企業団体中央会と関西フォーム印刷工業会の共催でしたが、関西

フォーム印刷工業会会員以外の印刷関係企業の方にもご参加いただき、新しいつながりも作ることができました。

「理事会及び大阪支部忘年会」を開催

12月6日(木)に関西フォーム印刷工業会理事会忘年会が、ディナークルーズ「神戸コンチェルト」で行われ、21名が参加し、明石海峡大橋や神戸の夜景を楽しみました。今回忘年会を行なった「神戸コンチェルト」は、平成25年10月10日に開催する、関西フォーム印刷工業会主催の持回り理事会の懇親会で使用する予定でもあり、関西会員のより一層のま

とまりの大切さを確認できました。

また、12月3日(月)に関西フォーム印刷工業会大阪支部主催の忘年会が、新阪急ホテルオリンピアで行なわれました。会員企業と特別会員企業様あわせて70名が参加されました。グルメバイキングということもあり、皆さん大満足で交流することができました。



関西フォーム印刷工業会大阪支部

「第34回プチ勉強会」を開催

大阪支部(平松支部長)は10月25日に、JPビルにおいて、18社から19名が参加し、10月度支部会とプチ勉強会を開催した。プチ勉強会では、株式会社ミヤコシ POD営業部 照井了課長様より「デジタル印刷の現状と今後の展望」をテーマに発表をいただいた。(株)ミヤコシ様自身におけるデジタル印刷機の歴史から現在の市場動向、そしてDrupaにも出展した最新鋭機の説明がなされた。また、11月には同社のテクノセンターにて全

11機種のデジタル機が展示される出展案内があった。



国際委員会

■北米印刷事情レポート（2012年10月～12月）

米国印刷業界は再び増益に（PIAレポートより）

2012～13年米国印刷工業会指標調査のハイライト

- 過去1年における印刷会社全体売上高の税引前利益率は+1.8%であった。これは、2011年調査（2010年度末のデータ）の+1.4%、また2009年調査の-1.4%から拡大している。過去3年で利益が増加したのはこれが2度目である。米国印刷工業会（PIA）はこの比率に基づき、2011年における同業界の合計利益は約15億ドルとなり、前年の12億ドルを上回ったと述べている。
- プロフィットリーダー（収益性が業界上位25%の印刷会社）の利益率は、前年の9.5%に対して9.6%と若干拡大した。PIAはこの拡大によって、プロフィットリーダー各社の利益率は、ほぼ景気後退前の水準（10.1%～9.7%のレンジ）に戻ったと判断している。
- 2012年調査結果（2011年度末のデータ）の抜粋：

一般的な印刷会社における最大のコスト項目は原材料費で売上高の約35.5%を占め、売上高の20%強を用紙コストが占めた。工場人件費は売上高の24.8%（2010年の24.9%から低下）、工場経費は売上高の17.6%（2010年の18%から低下）、販売費および管理費は売上高の19.6%を占めた（2010年の19.4%から上昇）。

- 印刷会社全体の従業員1人当たり売上高は、2010年の14万7,436ドルから1.4%増加して、14万9,499ドル（1,256万円）となった。
- プロフィットリーダーの従業員1人当たり売上高は、2010年から2.5%減少して16万873ドル（1,351万円）となった。
- 2011年の印刷会社全体の工場従業員1人当た

り売上高は、2010年から5,000ドル強（2.6%）増加して、20万3,234ドル（1,707万円）となった。

- プロフィットリーダーの工場従業員1人当たり売上高は、2010年の22万2,480ドルから、2011年は21万1,266ドル（1,775万円）に減少した。

日本の印刷産業資料 (上位：収益性が業界上位10%企業) — JAGAT報告書より —		
2011年度		
原材料費：売上高の24.4%		
工場人件費：売上高の15.1%		
総人件費率：売上高の27.2%		
販売費および管理費：売上高の20.0%		
全従業員1人当たりの売上高：1,939万円(23万833ドル)		
工場従業員1人当たりの売上高：		
	3,179万円(37万8,452ドル)	
経常利益率	上位：9.6%	全体：1.9

デジタル経済の下で進化する印刷物の役割

私は2012年11月に開催されたDscoop EMEA（欧州、中東、アフリカ地域）において成功している英国の印刷会社2社によるパネルディスカッションの司会を務めた。そのディスカッションを通じて英国企業から得たものの中から、素晴らしいアメリカン・フットボールの比喻をご紹介します。

ロンドンに本社を置くプレシジョン・プリンティング社（Precision Printing）のゲイリー・ピーリング氏は、自社の印刷事業戦略をアメリカン・フットボールのパス・レシーバーになぞらえて、「クォーターバック（印刷製品の需要を創出し、商品の発注から決済、ピッキング、配送までのトータル業務を行なう

パートナーを必要とするオンライン企業）の要求によって制作された印刷物をキャッチする」という戦略であると紹介した。同社は、クォーターバックに繰り返し選ばれる主力のレシーバーになるべく、積極的に差別化を進めている。これは、規模や冗長性、そして必要とされる全てのデータ形式に対応可能なノウハウを提供することで実現している。同社は規模が大きく技術的にも優れており、そして自動化が同社の収益性において重要な役割を果たしている。

2012年10月に開催された“Graph Expo”では、グローバル・ソフト・デジタル・ソリューションズ社（Global Soft Digital Solutions）のクリス・ペトロ氏とともに私はパネルディスカッションに参加した。同社は先のプレシジョン・プリンティング社と異なり、クォーターバックとレシーバーの両方の役割を演じている。つまり、マーケティングコミュニケーション向け業務プロセス最適化ツールの技術で先行することにより需要を創出し、それによって生み出される印刷物を受注している。同社の革新的で機敏な動きによる販売戦略が重要な役割を果たしている。

私は現在ある大手機器メーカーのプロジェクトを進めている。これは、「マーケティングサービス」といった印刷を超えたデジタルコミュニケーション製品やサービスにも手を広げたいと考える印刷会社に対して「ツールセットの提供」を目指すプロジェクトである。純粹な印刷会社からマーケティングサービス会社へ移行することは、アメフトのパンターがラインマンに転身するのと同じくらい難しく、信じられないと考える人もいるであろう。この種の成功事例は基本的に、マーケティングサービス会社の買収、または徹底した社内の自己改革を通じて実現されているのである。（筆者が知る最良の事例は、テネシー州プリストルのパルプ社（Pulp社）である）

あなたの印刷事業は、どのような進化の道を辿ろうとしているのか？上記の事例以外にも、数多くの選択肢が存在する。しかし、これまで辿ってきた道に留まることでは、生き残ることが出来ない。余りにも多くのものが変化したため、近代的な設備や優れたサービス、競争力のある製品価格があれば今後も事業を継続できる、といったこれまでの信念が揺らいでいる。現在の競争環境は根本的に異なったものであるので、進化すること、順応すること、そして、新しい状況を考慮した進路を決定することが、あなたには求められている。

こうした変化は根本的なものであり、デスクトップパブリッシングやデジタル印刷、インクジェット機といった設備転換は瑣末なものに見えよう。人の主要なコミュニケーション手段は、印刷物からデジタル画像に移行しつつある。印刷物を生産する産業にとって、これは事業環境の構造的な変化にほかならない。

最終的には適切な経済的成果を出すことが重要となるが、デジタルコミュニケーションの手法を提供する事業は、印刷物と比較して根本的な優位性がある。こうした優位性に対する理解を深めるほど、我々は印刷事業の競争力を高めるために学んだことが活用できる。

「販売・購買履歴」、「監視と測定する能力」、「複数チャネルの情報を一元管理する能力」は、デジタルコミュニケーションの手法における3つの強みである。これら3つの分野すべてに対するアプローチを我われが進化させることにより、印刷物の競争力をより高めることが可能になる。

「販売・購買履歴」

印刷製造業である我々は、生産設備と生産工程について語ることを好む。それ自体は悪くない。ただ、それを販売のプロセスにまで持ち込

んではない。顧客が関心を持っているのは自社の事業であって、こちらの事業ではない。印刷物が唯一の選択肢だった時代には印刷会社の能力に関するセールストークが通用したが、今はそうではない。

デジタルコミュニケーション分野における我々の競合相手は販売・購買両方の履歴にITを用いている。自分の好きな時間にやり取りしたい顧客にとって便利なことから、セルフサービスは当たり前のことになっている。印刷会社はこの変化に抵抗しているが、これはインターネットでの値下げ競争に巻き込まれるものと誤解しているためである。

オンラインでビジネスを提供することは、提供する製品を変えることでも、消費者と直接取引することでもない。それは、既存顧客に対して、あなたの会社のセルフサービスに適した製品やサービスを、セルフサービスの形でやり取りする手段を提供することなのである。

私は何年も前からこのことを銀行のATMに例えて説明している。つまり、必要がないのに顧客にフルサービスのやりとりを強要してはならない。一々、現金を引き出すために窓口担当者と話さなければならないとしたら、我々は苛立つであろう。だとすれば、発注するたびに印刷会社と話をしなければならない理由はどこにあるのだろうか？

「監視と測定する能力」

コミュニケーションのデジタル化により、マーケティング専門家は全く新しいレベルの責務を果たすことが可能となった。デジタル革命によって実績記録の保存が可能になる以前には、マーケティングができるのは予算を使って効果が出ることを祈ることだけであった。売上高が伸びればその功績を自分のものとし、伸びなければ言い訳を見つけ出した。しかし、デジタル化によって状況が一変した。オンラ

インマーケティング戦略は数えきれない程の異なる方法で集計し管理できるため、何も隠すことができなくなった。マーケティングは、営業職と同様に、客観的かつ容赦なく測定管理される対象となったのである。

印刷業界は、説明責任がない状況で繁栄した。我々は、かなりの部分が配布される前に陳腐化するだろうと知りながら、何百万部もの注文を喜んで受けた。もし、あなたが今でもそうした注文を受けているならば、顧客のマーケティング担当役員、あるいは顧客の事業自体に残された時間が少ないことを知らなければならない。マーケティングは今や測定の対象となる専門職であり、このことが最高マーケティング責任者(Chief Marketing Officer, = CMO)の平均在任期間を短くしている背景である。

このように数値化が強く要望されることから、マーケティングのIT化も進んでいる。ガートナー社によれば、2017年までに最高マーケティング責任者(CMO)によるIT支出が、最高情報責任者(CIO)のIT支出より上回る見込みである。マーケティング専門家のIT化競争に拍車がかかれば、印刷の専門家も同じ道を辿ることになる。

こうした状況は、印刷物にとって何を意味するのだろうか？ 我々はできる限り測定可能な要素を印刷事業に多く盛り込む必要がある。単純に製品を発送するような、発送センターで終わるサービスではいけない。マーケティング物流プログラムとして、自社の製品を提供するのだ(別の言い方をするとWeb to print である)。物流にも参加することで、誰が何をいくつ、いつ発注したかを測定することが可能になる。これが測定競争である。受注がなかった商品は何か？、プログラムに全く参加していない地域はどこか？、これらはすべて、セス・ゴディン氏が「Stop thinking of the Paper as the Product(紙を製品と考え

るのは止めよう)」で述べたように、印刷会社のすべきことをあなたが実行した場合に、初めて測定できるのである。

「複数チャネルの情報を一元管理する能力」

マーケティングの専門家なら誰でも、有望な見込み客を獲得し販売につなげたるためには、複数の接点が見込み客との間で必要なことを良く理解している。異なるチャネルで複数の接点を通じて提供されて、適切にコーディネートされたキャンペーン全体の成果が測定できること。これが、マーケティングの新しい現実である。ここでもIT化によって、複数のチャネルを通じて同じ顧客に対して発信される一連の情報を監視し、追跡し、そして調整することが可能となっている。

ITはすべての接点がデジタル空間にあるので、アナログ世界のターゲット顧客と接触し、手に触れることで情報を強化したりする手段がない。このため印刷物は重要なチャネルではあるが、印刷物がITとの組み合わせにおいて除外されることも少なくない。印刷物がこうした一元的に管理された世界に参加するためには、ITを活用することで利用し易くする必要がある。例えば、メールの送信と同じぐらい印刷がシンプルに見える素晴らしいユーザー体験を実現するためには、印刷データを作成する際に熟練の技を求めないようにすべきである。

「まとめ」

あなたの印刷ビジネスがどこへ向かうにしても、我々を取り巻く新しいコミュニケーションの現実を考慮しなければならない。多角化あるいは専門化のいずれかを通じて、競争力の高い新しい道を見つけなければならないのである。デジタル経済の下では、我々全てが初心者であることを受け入れざるを得ない。環境が急速に変化していることから我々は一生学び続けなければならない。さらに重要なこととして、その変化を受容れなければならない

ない。あなたはそれを脅威と考えるのか？、それともチャンスだと受け止めるのか？、である。

メディア利用に関する記事の解釈

過去数年、雑誌のトレンドにはむらが見られた。これは、トレンドの方向性がページ数や発行部数ではなく、金額ベースで測定することによって誇張されていたためである。筆者は、米国の発行部数監査会(Audit Bureau of Circulation, ABC)のデータが20年以上横ばいとなっており、人口の伸びに追いついていないことを示すグラフを長年に渡って利用している。技術の進歩により雑誌の創刊に要する固定費が低下したため、雑誌のタイトル数は増加してきた。ニュース週刊誌やTVガイドなど発行部数の大きな雑誌の多くは部数が減少したが、より専門的な雑誌が創刊されてきたのである。ABCの発行部数データはもはや横ばいではなく、下降し始めて久しい。そしておよそ30年間、人口の伸びを下回っている。ウォール・ストリート・ジャーナルに「Social Media Stock Frenzy Fizzles(ソーシャルメディア株を巡る熱狂の失速)」と題した記事が掲載された。この記事では主にフェイスブックが取り上げられており、ソーシャルメディア企業の株価が公開直後の水準を維持できなかった経緯が詳細に述べられている。これら企業の株価が振るわない主因は、ソーシャルメディア企業が成長力のある信頼できる収益源を創出する能力を示せていないことにある。ソーシャルメディア企業の収益力は、専門家の予想値にはるかに及ばない可能性があるのだ。

雑誌とソーシャルメディアには共通点が多い。各雑誌は特定の読者に訴求するために創刊された。ターゲット読者の年齢層や社会的・心理的な特性は広告主にとって貴重なものになった。雑誌ではブランディングが重要であり、

読者のプロフィールは広告主にとって純金並みの価値があった。広告枠とメーリングリストの貸出や、商品のセグメントに合わせたリスト加工能力がなければ、ダイレクトメールは成功しなかったであろう。しかし、インターネットによって始まったデジタルメディアが、こうした状況を根本から変えた。

ソーシャルメディアサイトは、過去の収益モデルを進化させるために創出されたものではなかった。フェイスブックやその他のソーシャルメディアサイトを、ブランドや雑誌のように販売することについての誘惑は大きい。フェイスブックのユーザーは、自分が常連であるフェイスブックのページを通じて自分自身をカテゴリーに分類している。雑誌と異なり、ユーザーはフォームに記入したり代金を払ったりする必要はなく、ただページを訪問するだけで良い。これは、心理や行動に基づいて市場区分ができることを理由に、雑誌を信頼していた広告主に歓迎されたはずである。広告主あるいは情報発信者は、もはや印刷媒体スペースの買い手ではなく、ソーシャルメディアサイトの参加者になる必要がある点である。

広告キャンペーンの場合、メッセージと画像を作成し、正確にいつどこで発表するかを決定することで安心感が得られた。かつてはテスト目的以外で、ターゲットとする「情報の受け手」に關与する必要は全くなかった。しかし今 コンテンツ制作者の仕事は、「情報の受け手」のニーズを満たすこと、また「情報の受け手」を維持したり育成したりすることである。事業の観点からは、取引に關する「情報の受け手」のリスクを軽減すること、またこうした取引を容易かつ便利なものにするのである。コンテンツ制作者という言葉を使ったが、これはかつて出版社だけの仕事であった。しかし、今はそうではないのだ。

記事の見出しは忘れて、現実起こっている

ことに目を向けよう。情報発信者にとって、得られた情報を収益化できるか否かは前世紀の問題である。企業の規模の大小を問わず、媒体が「教会の週報」であれ「スーパーボウルのCM」であれ、「情報の受け手」を明らかにして、集約し、捕えなければならないことは今も変わりはない。

ソーシャルメディアでは広告スペースを必要がないが、他の媒体に比べてはるかに労働集約的であるが、収益は直ちに目に見えるものではなく、情報の発信者は信念と根気が必要である。

これはメディアについての話、そして印刷業界の事業機会についての話である。クライアントがターゲットとする受け手が存在し得るところすべてに対応する戦略と努力が求められるため、インターネット以前の時代よりもコミュニケーションの負担は重くなった。物事は複雑さを増している。だからこそ、人々には我々が必要なのだ。先ずは、我々がそれを信じるべきなのである。

新聞各社の連携による強力なデジタル折り込み広告の創出

大手新聞会社の12社は、全国規模の広告主に対して、新聞の折り込み広告と同様の効果とモバイルと同様の双方向性・利便性を兼ね備えた新しいプラットフォームを提供し、eコマースの拡大を図ろうとしている。

「ワンダフル・メディア (Wanderful Media)」では、全国、地方および地域の広告に、友人やソーシャルメディアからの推奨コメントを追加することで、消費者を地域の商店に呼び込むことを目指している。このデジタルプラットフォームは各メディア企業それぞれの名前で提供され、インターネット、携帯電話およびタブレットから利用可能となる予定で、米国市場の80%以上に接続が可能だと同社は述べている。「消費者は折り込み広告が持つ発

見的な要素を好み、また隅々までチェックして掘り出し物を探すのが大好きなのだ」とワンダフル・メディアCEOのベン・T・スミス4世は述べる。さらに同社では、ユーザーがフィードバックを依頼できる一連のツールを構築することを計画している。例えば、買い物客は自分のネットワークに「この2種類の靴で迷っているんだけど、どちらがいいと思う？」と質問できるのである。また「これに似た商品をもっと見せて」と言うこともできる。同じネットワークの人々が「これはとてもお買得」だと発言していれば、彼らが好きな他の商品を見ることができる。「ワンダフル・メディア」は、

■フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書

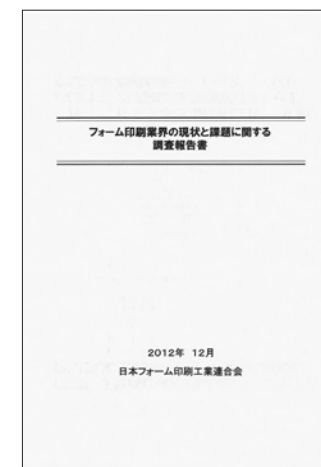
日本フォーム印刷工業連合会「市場調査委員会」では、「フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書」を平成23年5月に発行し、会員の各社ならびに関係業界でも取り上げられ、大変注目を頂きました。

今回のアンケートでは、各社が取り組んでいる「現状の課題」と「今後の事業展開」について複数回答で求め、会員企業各社の置かれている状況や、今後どのような展開が有効と考えているか等、集計結果から非常に興味ある傾向を、今回のアンケート集計から見出すことができました。

しかし、市場状況の低迷もありアンケート回答は前回実績(71社)を下回る66社(北海道地区：-4社、関東地区：-4社、関西地区：+3社、全体：-5社)の会員企業からの回答に留まりましたが、集計結果として回答社数減少による大きな影響はないように思います。また、前回アンケートから加えたBPOサービスへの取り組みや、産業用カラープリンタに關する回答も昨年より変化しており、急速に変化しつつある市場環境を見ることができます。

フェイスブックのオープングラフや、ツイッターやPinterestが持つ関心事のデータベースも利用可能となる。

このプラットフォームはデジタル領域において新聞の持つ信頼性を与えることにもなり、「印刷された新聞で過去127年間に渡って続けてきたように、デジタル版においてもショッピングにおいて我々が重要な役割を果たせることを、読者に示している。日曜版は、消費者の購買体験に大きな役割を果たしてきた。私たちの目標は、この結びつきを維持すること。我々が消費者に訴求できれば、広告収入もついてくる」と述べている。



今後の経営の基礎として「新たなビジネスモデル」と「様々なメディアに対するマーケティング」等への対応が求められておりますが、今回の調査結果が会員企業各社の今後の経営戦略に少しでもお役立て頂きたいと思います。

目次

- アンケート回答企業の概要
- アンケート結果
- 売上・利益の傾向

INFORMATION

(1) 事業全体の推移

売上高推移 計上利益推移

(2) 商品群別売上高の推移

a. フォーム印刷分野

(DPS用のフォームを含む)

b. フォーム印刷のうち、DPS用のフォーム

c. DPS / 情報処理関連分野

(デリバリー含む)

d. その他の印刷 (商業印刷等) 分野

e. サプライ (仕入販売商品)

f. 上記以外のソフト開発、

コンテンツ制作等

g. その他

売上や利益に影響を与えた要因

(1) 売上に影響を与えた要因

(プラス/マイナス)

(2) 利益に影響を与えた要因

(プラス/マイナス)

売上構成比と社内生産比率

フォーム業界共通の課題

(1) 産業用カラープリンタ

(2) BPOサービス

(3) 個人情報保護

(4) 取得認証について

(5) 事業継続について

現在、抱えている課題

今後の事業展開

まとめ

刊行日: 2012年12月25日

編 著: 日本フォーム印刷工業連合会

市場調査委員会

体 裁: A4判 60ページ 無線綴じ

価 格: 2,000円 (会員1,000円)

発 行: 日本フォーム印刷工業連合会

シール・ラベル用全自動検査装置

KBDチェックマスター-SL

チェックマスター シリーズ

全ての不良を検知する、全自動検査装置。



幅狭のシール・ラベル用紙に対応!

ビジネスフォーム用
全自動検査装置
KBDチェックマスター-BF

廉価版! 自動検査装置
KBDチェックマスター-ライト

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)

印刷機材の総合商社
株式会社 光 文 堂

<http://www.kobundo.co.jp>

KOBUNDO

インキ練りローラー自動洗浄装置

KBD ローラーグリーンシステム

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 マーキュリー

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。



新登場!!

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



www.atem2000.it

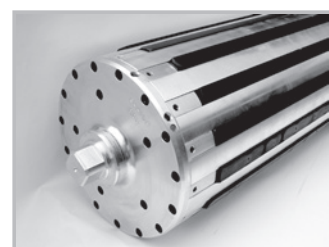
ATEM エアシャフト・チャック

超軽量で作業者の負担軽減・自動調芯機能
高い信頼性・その場で修理可能な構造

コア内径 25mm から 500mm まで制作可能



エアチャック



10" エアシャフト



3" エアシャフト

アルミ合金製のプロファイル・チューブとゴムまたはナイロン製拡張
ストリップとの組み合わせにより従来より遙かに軽量かつ低コストを
実現、使用現場での修理も簡単に工程のムダを大幅に削減できます。

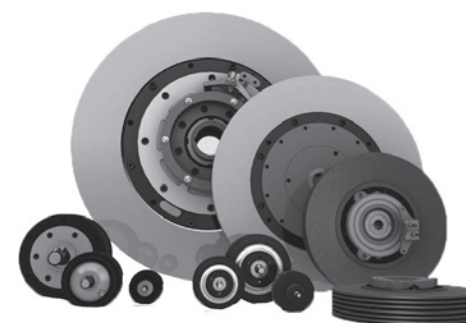
テクノウェイブ株式会社

〒130-0026
東京都墨田区両国 3 4 6
TEL 03-5625-2271 FAX 03-5625-2272
E-mail info@tw-technowave.co.jp
<http://tw-technowave.com/>

メロベル製 (フランス) テンションコントロールシステム

パウダブレーキ・クラッチ・デジタルコントローラー

MEROBEL



パウダブレーキ・クラッチ

- 2ローター+1層エアギャップのシンプルな構造による優れたパウダー安定性
- 優れたパウダー安定性により、スムーズでリニアな初期動作が可能
- 垂直方向軸に適用可能 (シャフトなしタイプ)
- 0.2Nm~1000Nm トルクまで、そして 5 段階の放熱レベルを提供出来る幅広いラインアップ
- 高いコストパフォーマンス

大阪本社 TEL 072-433-7100 / 東京オフィス TEL 03-5798-7805
e-mail: inquiry@bstjapan.com URL: <http://bstjapan.com>

BST
ビーエスティ日本株式会社