

SCREEN

The Value Creation in Media Mix "EQUIOSNET"



Commercial(CTP)



Document



Trueflow SE



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、独自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&プレジジョンテクノロジーカンパニー



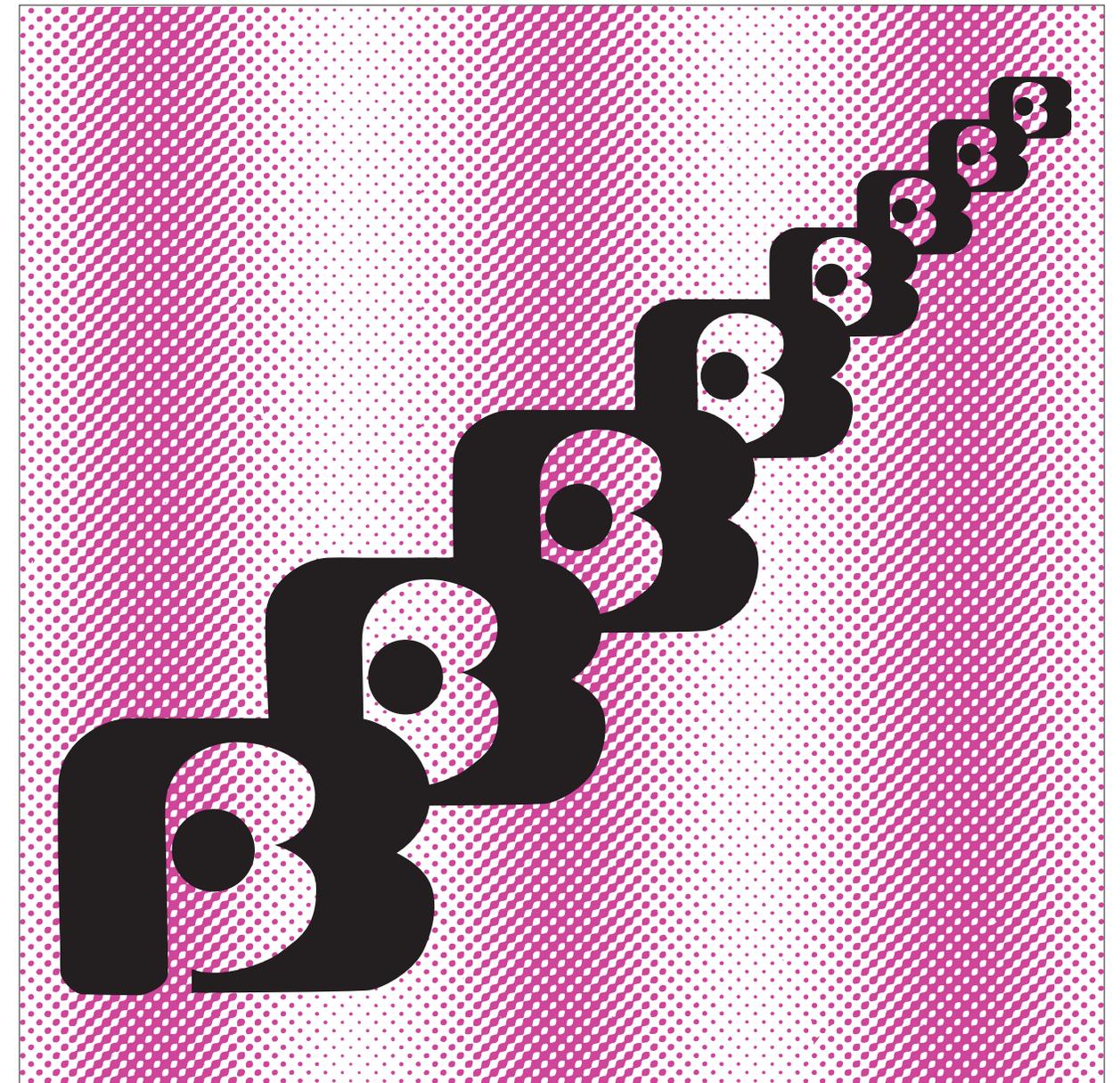
フォーム印刷

B 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. **375**



2013 .4

最高の製品とサービスを提供するために邁進します

MJP20EX-6000



最大用紙幅 520.7mm
 最大印刷幅 508mm
 印刷速度・解像度 80m/min (1200dpi × 1200dpi)
 100m/min (1200dpi × 960dpi)
 160m/min (1200dpi × 600dpi)

MJP20MX-7000



最大用紙幅 520.7mm
 最大印刷幅 508mm
 印刷速度・解像度
 【低速モード】 80m/min (1200dpi × 1200dpi)
 100m/min (1200dpi × 960dpi)
 160m/min (1200dpi × 600dpi)
 【高速モード】 160m/min (1200dpi × 1200dpi)
 200m/min (1200dpi × 960dpi)
 320m/min (1200dpi × 600dpi)



株式会社 **ミヤコシ**

〒275-0016

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

千葉県習志野市津田沼 1-13-5 TEL: 047-493-3854



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で工程のムダを大幅に削減できます。

テクノエイブ株式会社

〒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/>

B フォーム印刷

目次

日本フォーム印刷工業連合会会報 2013.4 No.375

日本フォーム工連 平成24年度第8回理事会議事要録.....	2
日本フォーム工連 平成24年度第9回理事会議事要録.....	4
トピックス	7
平成25年新春講演会「ファシリティ・マネジメントによる企業経営」を開催	
日本印刷技術協会主催「page 2013」に出展	
環境セミナー第2弾実践編「印刷ユニット・メンテナンス実践セミナー」を開催	
資材委員会主催「インキ製造事業所見学会」を開催	
国際委員会主催「海外動向セミナー」を開催	
工業会だより	11
関東フォーム印刷工業会 平成25年新春懇親会を開催	
中部フォーム印刷工業会 平成24年度2月定例会を開催	
関西フォーム印刷工業会 平成25年新春互例会を開催	
最新の情報用紙セミナーを開催	
大阪支部会：支部会及び第35回プチ勉強会 兵庫支部：新年会を開催	
東北フォーム印刷工業会 平成25年新春講演会・新年会・役員会を開催	
中国フォーム印刷工業会 平成25年新春講演会を開催	
九州フォーム印刷工業会 平成24年度2月理事会及び懇親会を開催	

INFORMATION 16

国際委員会 北米印刷事情レポート(2013年1月～3月)
 「after drupa にみるデジタル印刷機の最新動向」
 「FMクレド連続講座」ファシリティ・マネジメントによる企業経営セミナー 全2回
 環境委員会 有機則・PRTR法に該当しないUV洗浄剤の使用事例
 「グリーンプリンティング(GP)認定制度」のご案内

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
 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

- **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 |
|----|---|



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

日本フォーム印刷工業連合会 平成24年度 第8回理事会議事録

■平成24年1月24日(木) 午後2時15分 椿山荘プラザ「カシオペア」

■出席者(25名)

櫻井会長、小谷副会長、瀬戸副会長、玉田常任理事、林常任理事、土屋常任理事、越智(大久保常任理事)代理、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、和田常任理事、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、坊野理事、加藤理事、滝本理事、田中理事、西川監事、寺山監事、南里(市場調査事務局)、山口(専務理事事務局)

- 議 題 (1)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」の発刊報告
(2)委員会報告
(3)日本印刷産業連合会等関連報告
(4)その他資料・ご紹介
(5)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」

明けましておめでとうございます。本年も宜しくお願い致します。

各会員の方々の会社、そして、この団体がまとまり、益々隆盛なることが我々の使命と思う。専務理事から紹介があった会報の新年号には、各フォーム印刷工業会の会長の年頭所感が掲載され、非常に興味深い。私の所感の引用に「地球は既に破産をしている」と書いたが、我々の産業は、将来どの様な方向性に向って行くかを捕えて行く。この予兆は人口減少による生活スタイルの変化は20年前から判っていた。しかし、私たちは20年前に判っていた事に手を付けていなかった。これを回復するには予見をきちっと分析し、強みに変えて行く努力をして行きたい。

今年の色々な方からの挨拶を聞いていると、新しいリーダーが立って、そのリーダーが引っ張って行くとの見出しが多く掲げられているので、われわれも頑張っていきたい。



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」の発刊報告

昨年12月に発行した平成23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」について、今回の調査で得られた特徴ある事項について説明を行なった。

今回の調査では、昨年(71社が回答)より社数が減少し、66社からの回答にとどまった。印刷産業は成熟した既存市場での収益確保を継続しながらも、新規市場・新規事業へと新たな収益源を求める各社の姿が浮き彫りとなった。経費や人件費などの削減によって収益改善を図る企業が増加し、一部の企業では成果が出ている。売上拡大施策では、

- ①既存市場から新規市場へ、さらに新規事業へと市場進出への動きが急速に起きている。
- ②市場進出に興味のある事業分野として「マーケティング」および「システム開発分野」を多くの企業が挙げており、既存事業の周辺を取り込む動きが目立っている。
- ③BPOサービスに対する市場拡大の期待は引

き続き高い傾向にあり、BPOの業務内容も多岐にわたってきている。

と説明した。

報告者：市場調査委員会委員 越智 章

事務局 南里 明弘

(この小冊子は会員価格1,000円/部(会員外価格2,000円/部)で販売を致しております。)

委員会報告

●業務委員会

- ・11月・12月度月次計算について報告。
- ・その他、会報No.374号発刊、「page 2013」出展について報告を行なった。

●資材委員会

- ・平成25年1月度用紙事情について説明をした。
- ・2月22日開催の「インキ製造事業所(T&K TOKA 埼玉)見学会」を報告

●国際委員会

- ・12月度北米印刷事情レポートを報告。
- ・FAGAT及びRomancing Print展示会(インド)開催について説明。

●技術委員会

- ・「印刷ユニット・メンテナンス実践セミナー」開催について説明。

日本印刷産業連合会等関連報告

- (1)「労働衛生協議会」実施内容及び「中央労働災害防止協会」入会
- (2)「日本ペーパーパワー協議会(構想)」について
- (3)技能五輪国際大会(ドイツ)日本代表選手発表について
- (4)グリーンプリンティング認定工場(第26回認定)
- (5)平成25年度日印産連主要行事日程について

その他資料・ご紹介

- (1)第14回バリ・ジャパンエキスポ「伝統文化パビリオン」について事務局より報告した。

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)

関東では例年一泊の役員研修会を行っていたが、今年は国際文化会館で年末懇談会を開催し、約40名が参加して文字文化を心から味わう企画として「朗読」を聞いた。

2月に開催されます「page 2013」への出展も関東の会員の方々が参加される。年頭所感にも書かせて頂いたが、私たちの仕事に非常に危機感を感じており、行動を起こさねばならない時期にある。関東の会員同士での生産設備を共同して使用する様な話が出ているので、今年のごく小さなことから実現して行きたい。

北海道フォーム印刷工業会(佐藤会長)

例年の行事ですが、一泊の懇親を兼ねた研修会を昭和情報様を講師に迎えて行なった。今年に入って、北海道印刷関連業の新年互例会に合わせて顔合わせを行なった。

北海道電力から節電の要請があり対応しているが、北海道も大変寒い日々が続いていて、電力の使用を抑えることが難しい日々を過ごしている。

東北フォーム印刷工業会(佐久間会長)

東北では明日、仙台で講演会と新年会を開催する予定。今年はやっと例年のスケジュールに戻した活動が出来そうです。総会は5月に岩手県で開催、6月には復旧した石巻の日本製紙を見学する計画をしている。

中部フォーム印刷工業会(杉山会長)

年末には忘年会を兼ねたゴルフコンペを予定していたが、当日、降雪のため3月に延期になった。中部の景気も政権交代で期待を持っている方々が多い。今年は互いに協力し合って少しでも良い年にしたい。

関西フォーム印刷工業会(溝口会長)

1月16日に約90名の会員の方々に集まって頂き、新年互例会と「日本人のチョットここが変」とのタイトルで、インド人のパーソナリティーの方が講演。関西人のここがチョット違うのではありませんか?ということが、私たちの仕事の上においても一番大事なところではないのかと思います。今回は私の思いから単なる懇親会ではなく、「懇親情報交換会」との少し硬いタイトルをつけて、情

報を交換する会合にしました。本年10月に持回り理事会を神戸で開催するので、来月の6日に兵庫支部新年会を開催し団結を図って行きたい。フォーム工連のホームページにも案内を掲載しているが、2月26日に情報用紙セミナーを開催する。

中国フォーム印刷工業会（太田会長）

今年は2月の新春懇親会から活動を開始するが、今回からは東西を統合して、西尾総合印刷様も参加されることになる。今まで勉強会を開催していなかったが、今回パルウェーブ様を招いて、「女性の社会進出について」の勉強会を行なう予定。今年は4月中旬に広島で「お菓子博覧会」があるので、ぜひ広島にお出掛け下さい。

九州フォーム印刷工業会（和田会長）

昨年12月に理事会及び忘年会を実施し、今年は2月22日に研修会を含めての理事会を開催する。年頭所感にも書かせて頂いたが、今年も業界活性のために、地方からエネルギーを発信することができるように、地方同士の交流会の実施を実現さ

せたい思い、新しい取り組みをして行きたい。

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」

新年早々に東京での大雪、海外でも大変なことが起こって日本人が亡くなったり、世界が狭くなったことを感じている。昨年から政権が変わって、様々な施策を打って経済が良くなることを期待したい。しかし、他力本願で期待してばかりではなく、我々自身も大きな変化を作っていくこともして行きたい。会員の各位が大いに2013年に活躍されて、フォーム工連の活動に大いに協力をして頂き、業界全体が益々発展することを願っている。

次回平成24年度第9回理事会は

開催日 平成25年3月14日(木)

時間 午後1時30分から

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9回理事会議事要録

■平成25年3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(18名)

櫻井会長、瀬戸副会長、玉田常任理事、池田常任理事、林常任理事、土屋常任理事、越智(大久保常任理事)代理、佐久間常任理事、杉山常任理事、溝口常任理事、福田常任理事、佐々木常任理事、福武理事、石坂理事、坊野理事、滝本理事、谷島(西川監事)代理、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)その他資料・ご紹介

(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」

一年間会長として勤めさせて頂いたが、皆様のご協力に感謝している。しかし、この一年間の総括として新しい潮流を作ることができたか疑問が残る。色々なことを話させて頂いたが、新しい

動きや連携が生まれたのか、政権が変わって、これだけ円安、株高と大きく変化中、一石を投じられなかったのが残念です。会員の会社は皆強さを持っていると思う。そして、次のステップに行こうとする手助けが必要な時に、会員の一社一社が強くなるような下働きを、会長として努力して行きたい。僅かな事例ではあるが、当社の持っている技術を会員会社にアドバイスを行なって、問題を解決した。こんな事例を積み重ねて、フォーム工連が、これからも益々発展して行くことを夢見ている。



理事会には皆さんはお集まり願っているので、報告事項で終わらせるのではなく、夢を共有化することで素晴らしい仕事に結び付けたい。3月11日のIBMの新聞広告でも「顧客を中心に考える」とキャッチコピーをしている。私が色々な方とのインタビュー記事を掲載した冊子には、「顧客の誕生」として「マスの広告」から「個人に対する広告(個告)の時代」になったと書いている。電通も同じことを言っている。印刷の流れが大きなマスの印刷から、我々のようなバリエーション印刷を得意とする印刷企業に、徐々に移りつつあると思っている。そして、この印刷の時代は必ずやって来る。この時、花が咲くのは我々の会員企業である。

印刷全体を見るとマイナスの面しか中々見えないが、今一度、自分の仕事にどっぷり浸かって、自分の強さを見て伸ばして行って欲しいと願っている。

委員会報告

●業務委員会

- ・1月・2月度月次計算についての報告。
- ・日本印刷産業連合会表彰推薦者基準策定について報告。
- ・関東フォーム印刷工業会と共同で3月21日・28日に開催する「FMクレド」連続講座について報告。

●資材委員会

- ・2月・3月度用紙事情について報告。
- ・2月22日に開催した「インキ製造事業所(T&K TOKA埼玉)見学会」について報告

●国際委員会

- ・1月度北米印刷事情レポートを報告。
- ・3月29日に開催する「海外動向セミナー」について報告。

●技術委員会

- ・2月13日開催の「印刷ユニット・メンテナンス実践セミナー」について、参加者アンケート集計内容を中心に報告。の案内

●環境委員会

- ・昨年11月に開催したセミナー「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」で得られた情報から、「より安全で、環境にやさしい」洗浄剤について、GP資機材認定品を中心にUV洗浄剤の使用事例公開について報告。

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)第12回印刷産業環境優良工場表彰について
- (2)産業の現状と対応について(経済産業省経済産業政策局)
- (3)胆管がんに関する労災請求について(厚生労働省)
- (4)「均等・両立推進企業表彰」募集について(厚生労働省)
- (5)海外出張報告(石橋部長報告。3月29日に国際委員会主催「海外動向セミナー」にて報告)
- (6)「印刷現場における個人情報保護ワンポイントレッスン」発行案内
- (7)グリーンプリンティング認定制度の周知のお願い
- (8)「競り下げ方式」導入に対する意見書

その他資料・ご紹介

- (1)JGAS2013 + Parkゾーン申込み案内
- (2)Page2013基調講演資料・ジーエーシティー調査報告掲載記事紹介

- (3) JTDNA製品安全シンポジウム2013のご案内資料
- (4)「ITナビゲーター 2013年版」
野村総合研究所／著 東洋経済新報社
- (5)「新しい市場のつくりかた」
三宅秀道／著 東洋経済新報社

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）

1月24日椿山荘で開催しました新春懇親会には、昨年同様、日本フォーム工連の理事の方にも参加頂き、約200名の会員の方々にお集まり頂きました。経済産業省より仲課長補佐、日本印刷産業連合会からは足立会長にご出席を頂き、祝辞を頂いた。新春講演会でフェシリティマネジメントについての講演を聞いた受講者から、より深い学びをしたいとの希望があったので、ご講演を頂いたクレイグ氏より、2月21日と28日の2日間で、「FMクレド15カ条」の連続講座を業務委員会との共催で実施する。

東北フォーム印刷工業会報告（佐久間会長）

1月16日に今年最初の役員会、新年会、講演会を行なった。講演会の講師にはベカルタ仙台の白幡洋一社長において頂いた。4月9日に新年度の第一回目の役員会を開催する。6月14日には岩手県の花巻で総会と講演会を開催する。6月のはじめには石巻の日本製紙の工場見学会を予定している。例年だと役員を主体とした納涼会を行なっていたが、今年はベカルタ仙台の白幡社長とご縁で、7月17日にサッカー観戦を見ながら役員会と懇親会を行なう。

中部フォーム印刷工業会報告（杉山会長）

来週、理事会と併せて延期になっていた懇親ゴルフを開催する。新年度の役員体制だが、理事の人事異動があるので、4月上旬に理事会と歓送迎会を実施する。5月には新体制での総会を開催するが、今回、会長も交代予定なので4月の理事会には新旧両名で参加し、ご挨拶致したい。

関西フォーム印刷工業会報告（溝口会長）

2月21日大阪支部会では、昨年11月に環境委員

会で主催したセミナー「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」で講演されたテクノロールに来て頂き、会員企業から多くの現場の方々に参加して勉強会を行なった。受講者から継続的な指導の要望もあり、本年秋には第2弾の勉強会を計画している。2月26日には王子製紙、大王製紙、三菱製紙の3社に来て頂き、「最新の情報用紙セミナー」を、フォーム工連会員以外も十数名参加され、92名が参加して開催した。セミナーでは、各社の産業向けインクジェット対応用紙について、各社から貴重な情報を頂いた。今後とも継続して開催して行く。

大阪で約3万人が来場される「JP2013 情報・印刷産業展」の初日の5月16日に定期総会を開催し、総会後の講演会では「新しい市場のつくりかた」の著者の三宅氏が講演される。非常に興味ある内容の講演になると思うので、東京からも新幹線で2時間半、飛行機であれば50分と近いので、東京からも各地の方々も参加して欲しい。

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」

先日、印刷新聞に佐久間さんの大きな写真とともに、福島での共同受注の取り組みが紹介されていました。震災復興のためとのことではあるが、無用な競争を避けて計画され、実施され、成果を出しているのを見ると、今、私たちの業界の中でやるべき方法はまだあるのではと思っている。冒頭で櫻井会長からも、自社で持っているノウハウを開放すると話されているので、会員各社が知恵を絞って、思い切って動けば、新しい展開が開けることを、佐久間さんの東北の記事を読んで再認識した。もっと私たちも今後のビジネスの出口を探して行きたいと思う。

次回平成25年度第1回理事会は、

開催日 平成25年4月11日（木）

時間 午後1時30分から

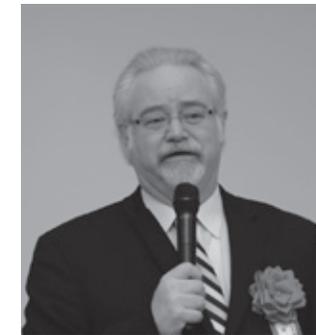
場所 日本印刷会館2階 201会議室

を確認して閉会となった。

トピックス

平成25年新春講演会 「ファシリティ・マネジメントによる企業経営」を開催

1月24日、椿山荘において、クレイグ・カックス氏を招いて新春講演会「ファシリティ・マネジメント (FM) による企業経営」を開催した。世界標準の遅れをとっている日本のFMの現状を示した上で、「FMは会社の利益に直結する仕事。コストを切るだけでなく利益を作る仕事で、会社の文化を変え、企業の成功のためにある」と、総務業務の取り組みや改善が業績に好影響を与えることを説明。会社の文化の担い手は総務。「人が働きやすい会社、働くのが楽しい会社、社会貢献する会社、いろいろな文化を総務はつ



クレイグ・カックス氏

ることができる。毎年同じことをやっている管理総務から、目標を持って改善的発想を生む総務へと、日本の総務業務は変わることが急務。戦略的総務になるため指導し、手伝うところが私たちの仕事は必ずある」と、印刷会社が果たすべき役割があることを示した。

参加した約100名の聴講者からのアンケートでは、「FMクレド15カ条」の連続講座に参加したいとの希望があり、2月に2回に渡っての連続講座（6時間）を開催することとなった。非常に反響の大きな講演会を行なうことができた。

新春講演会「ファシリティ・マネジメントによる企業経営」の講演録は、ホームページに掲載中です。



日本印刷技術協会主催

「page 2013」に出展

今年で26回目を迎える印刷技術展示会「page 2013」が、2月6日から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。今年は「拡大!コミュニケーションビジネス」をテーマに、印刷業とは何なのかをゼロから考え直し、多様化するニーズに応え、ビジネスモデルを提案した。日本フォーム印刷工業連合会からはトッパン・フォームズ(株)、(株)イセト一、(株)昇寿堂、太平洋印刷(株)、(株)木万屋



page 2013 開会式典

商会の5社が出展。事務局展示としてネットワークOSの「THE一座」、ファシリティ・マネージメント (FOSC)、ナレッジファシリテーション ((株)資産工学研究所) を紹介するとともに、会報を約200冊配布した。



混み合う展示会場

来場者数合計は64,760人と、ほぼ昨年並みであったが、初日の2月6日が悪天候で、朝の交通手段を遮断されるなどで、会場に来られなかった方々が多くいたことが残念。

参加者のみなさん、ご苦労さまでした。



出展参加者スナップ

環境セミナー第2弾 実践編 「印刷ユニット・メンテナンス実践セミナー」を開催

昨年11月に「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」をテーマに環境セミナーを行ったが、参加した聴講者から「より具体的な作業内容についての情報が欲しい」との要望が出された。そこで、技術委員会 (林陽一委員長) では、2月13日午後にインキ洗浄作業をより効率的に行なうため、東洋インキ (株) とテクノロール (株) の技術者から、実践的な印刷周辺のメンテナンス手法を聞く「印刷ユニット・メンテナンス実践セミナー」を日本印刷会館会議室で開催した。



実践セミナー会場

今回の内容は、印刷現場に的を絞って実演を交えたセミナーであったので、会員企業から工場現場の責任者の方々が多数参加を頂き、継続してメンテナンスについて指導を受けたいとの希望も寄せられた。

ビジネスフォーム印刷の主要インキであるUVインキに対応した「より安全で、環境にやさしい」洗浄作業については、GP資機材認定品を中心に、洗浄剤の使用事例を弊団体ホームページに掲載しているので活用して欲しい。



講師から実践を交えての指導

資材委員会主催

「インキ製造事業所見学会」を開催

資材委員会 (池田正雄委員長) は、平成25年2月22日 (金)、特別会員である (株) T&K TOKA 埼玉事業所 (埼玉県入間郡三芳町) を、会員約40名が見学した。

同社は、小ロット・多品種のカスタマイズ対応を得意としており、UVインキ国内シェアNO.1となっている。経営理念である、T&K (Technology and Kindness = 技術と真心) の精神で、ユーザーニーズに耳を傾け、ユーザーのお役に立つ製品の開発・供給に注力し、きめ細かい対応を身上としている。

当日の工場見学では、3組に分かれ、3ヶ所の見学となった。

まず油性インキ量産工場の見学を、配合工程→

練肉工程→調質工程→充填工程の順に行い、中でもビーズミルと3本ロールによる練肉工程で、インキの分散が進む工程を興味深く見学した。

次に同社が、国内販売代理店をしているオランダMPS社製UVフレキソ印刷機を見学。印刷設備並びにUVフレキソならではの特色のある印刷物などの説明を受けた。

最後に、同社が得意とする、特練インキの工場見学を実施。社内マイスター資格を持った社員による、特練インキのカラーマッチング並びに製造工程の説明を受け、質疑応答も活発で楽しいひと時を過ごすことが出来た。

印刷インキの製造工程を見学し、有意義な一日となった。



工場見学会の風景



(株)T&K TOKA 埼玉事業所

国際委員会主催

「海外動向セミナー」を開催

国際委員会 (土屋昇委員長) では、3月29日に日本印刷会館2階大会議において、午後2時30分から3時間に渡って「海外動向セミナー」を開催した。

今回は本年1月に開催されたPIA、RIT Cross

Media Innovation Center、PODi AppForumの視察報告、2月に開催されたFAGATインド大会の様子を日本印刷産業連合会 企画推進部 国際担当部長 石橋邦夫氏が報告。

2月11日から5日間、スイスのルツェルンで

開催された“Hunkeler Innovation Day 2013”展示会に、各プリンターメーカーがHunkeler社加工設備と組み合わせたソリューションについて、また、興味ある生産加工設備や、国内であまり紹介されていない情報を取上げて、(有)メディアテクノス 代表取締役 井上秋男氏、ケイズカンパニー(株) 代表取締役 高橋龍男氏、(株)イセトー 執行役員IT統括本部長 和田英久氏、KBAジャパン(株) 代表取締役副社長 岡田修氏が報告された。



井上秋男氏

日本印刷産業連合会 石橋邦夫氏からは、米国の印刷産業の概要。クロスメディアコミュニケーションのバリエーション

における課題と可能性を検討する「Cross-Media Innovation Center」の働き。インドで開催された印刷機材展「Print Pack」の概要。インドFAGAT大会で発表された各国における印刷産業の現状を報告。ケイズカンパニー(株) 高橋龍男氏からは、レーザーにより複雑なパリアブル縦・横ミシン加工、ダイカッティング、ーフカット、パリアブル文字や絵柄の加工等を、150m/分の高速で行なうことができるHunkeler社のレーザーモジュール「HL6」を紹介。このセミナー開催の数日前に米国Xerox社が買収を発表したiMPiKA社のインクジェットプリンターを(株)イセトー 和田英久氏が紹介。KBAジャパン(株) 岡田修氏は、米国のRR DONNELLEY社とKBA社が共同開発したインクジェットプリンター「RotaJET 76」を紹介した。(このセミナーで各講師が発表した内容は、全て日本フォーム印刷工業連合会のホームページ <http://www.jfpi.or.jp/JBFA> に掲載中です)



高橋龍男氏



和田英久氏



岡田修氏



石橋邦夫氏



セミナーの風景

平成25年新春懇親会を開催

関東フォーム印刷工業会(瀬戸良教会長)は、1月24日、椿山荘において約200名が参加し、新春懇親会を開催。挨拶にたった瀬戸会長は「インフレ目標は資材や電力の値上げが予測され、我々にとっては厳しい状況ともいえる。しかし、いつまでも状況の悪さを嘆くばかりでなく、価格競争から脱却し、それぞれの得意技を尊重し合い、希望を見出す活動をしていく必要がある」と団体の活動に理解を求めた。来賓祝辞で経済産業省商務情報政策局メディアコンテンツ課の仲舎菜子課長補佐からは、「印刷産業全体を取り巻く環境が目まぐるしく変わっていきなで、求められている担うべき役割も大きく変化している。ニーズや課題を適切にとらえ、新たなビジネスチャンスを見付け、大きく羽ばたく一年になれば非常にうれしい」と期待のことばを頂いた。また、日本印刷産業連合会の足立直樹会長からは、印刷産業全体で持続可能性を高め、女性の活躍を支援し、産業の地位向上を図っていく必要性を話した上で、「今年は日印産連として『印刷の力再発見』をアピールしたい。4月には一般社団法人で再スタートを切り、自由度高い活動が可能になるので、皆さんのニーズに応える体制をつくり、いろいろな施策を実施したい」と方針を示し、協力を求めた。来賓の最後には、日本フォーム印刷工業連合会



瀬戸良教会長



日本フォーム工連
櫻井会長

の櫻井会長が登壇し、「自分自身が強さを持っていると信じ、その強さを前面に押し出すようなセールスをやっていくことが大切だ。自分自身がいかにかこの事業に乗れるかが勝負で、この乗ることが今の印刷業界にとって一番大切だ。私は根っからの印刷人間で、印刷ほどおもしろいと思うことはない。皆さんと意思を共有し、大きく羽ばたくようにやっていきたい」と会員から同志を募った。



懇親会の風景

中部フォーム印刷工業会

平成24年度2月定例会を開催

中部フォーム印刷工業会(杉山悟会長)は、2月13日に名興ビル9階会議室にて、平成24年度2月定例理事会を開催し、新年度の役員体制について協議した。現会長の杉山悟氏が東京勤務となったため、会長を入野康氏とすることを本定例理事会で発議され了承されました。現在準備を進めている定期総会(5月27日:メルパルク名古屋で開催)で決定されますが、その他役員も各社の人事異動等により交代を予定しています。

また、新年度に向けて理事の懇親を深めるため10名が参加して、名古屋郊外のゴルフ場で久々の「ゴルフ親睦会」を開催しました。中部地方では名門コースでの開催でしたが、当日は風速10メートル弱の“春の嵐”の一日となり…、(スコアは?別にして)懇親を深めることができました。

関西フォーム印刷工業会

平成25年新年互礼会を開催

関西フォーム印刷工業会(溝口剛司会長)では、1月16日に新年互礼会が堂島ホテルで開催されました。講演会講師としてラジオパーソナリティのサニー・フランシス氏をお招きし、「日本人のちょっとここがヘン」というタイトルで爆笑の辛口メッセージ。インド人から見た日本人、特に、関西人のいい面、変わっている面、おかしい面などをズバリ指摘。

今後の仕事でのトークに活用できるお話ばかりでした。

その後、懇親情報交歓会(パーティー)があり、参加者90名が、毎年恒例の大抽選会もあり、盛り上がりました。

懇親情報交歓会で挨拶に立った溝口会長は、市場環境についていける企業の大事さを強調されていました。



挨拶する溝口剛司会長



講演会の風景

最新の情報用紙セミナーを開催

関西フォーム印刷工業会(溝口剛司会長)は、2月26日に大阪JPビルの会議室で、3社の製紙会社様による情報用紙についてのセミナーを開催いたしました。内容は、王子製紙様よりインクジェットフォーム用紙の品質課題と取り組みについて発表いただきました。

印刷工業会以外の印刷会社様や、関連資材メーカー様も、多数ご参加いただきました。

情報用紙の面からも、いろいろ新しい市場をつくれる提案ができることを改めて確認しました。

つづいて大王製紙様より情報用紙開発・品質改良の取り組みについて。最後に、三菱製紙様からは、最新のデジタルプリントメディア、これまでの印刷用紙とこれからの印刷用紙について発表をいただきました。

参加者は約90名で、関西フォーム



関西フォーム印刷工業会大阪支部

大阪支部会及び第35回プチ勉強会を開催

大阪支部(平松敬康支部長)は2月21日に、大阪JPビルにおいて、15社から17名が参加し、支部会とプチ勉強会を開催しました。

プチ勉強会では、昨年東京で行なわれました環境セミナーから、関連メーカーのテクノロール株式会社の浅尾栄次様にお越しいただき、「有機則・PRT法に該当しない洗浄剤を使用した洗浄作業への挑戦」というテーマで、特に、物が溶ける方式について、分かりやすく勉強させていただきました。



テクノロール(株) 浅尾様が講師

関西フォーム印刷工業会兵庫支部

兵庫支部新年会を開催

兵庫支部(嶋戸昭昌支部長)は2月8日に、毎年恒例の新年会を三宮「和久良」で23名が集まり、会員間の交流を深めました。今年は、特に10月に日本フォーム印刷工業連合会の持

ち回り理事会も、神戸での開催が決まっているので、兵庫支部の結束を高める新年会となりました。

東北フォーム印刷工業会

平成25年新春講演会・新年会・役員会を開催

東北フォーム印刷工業会（佐久間信幸会長）は1月25日（金）、仙台市ホテル白萩にて役員会、新春講演会、及び新年会を開催した。役員会には役員12名が参加され、平成25年度の定時総会を5月14日（火）岩手県にて開催することを決定した。

新春講演では「スポーツは心のサプリメント?!」と題し、(株)ベガルタ仙台代表取締役社長の白幡洋一氏が講演され、高卒で(株)リコーに入社されて(株)東北リコーの社長にまで上り詰めた氏の経営哲学、スポーツの持つ底力等について聴いた。

白幡氏は2008年10月にベガルタ仙台の社長に就任し、J2とJ1を行ったり来たりだったチームを4年で優勝争いのできるチームにまで育て上げた。また、2011年には原発事故の影響で解散した東京電力女子サッカーチーム

の受け皿としてベガルタ仙台レディースを発足させ、翌年2部リーグを無敗で優勝させ、「なでしこリーグ」への昇格へ導いた。白幡氏は今の日本にはスポーツの持つ力はとても重要であり、ロンドンオリンピックのように選手の活躍によって人を感動させ笑顔にすることが、日本人の心を元気にし、経済を活性化させると話された。また東北復興の活動として、クラブ支援金の有効活用や東北未来募金、「宮城DreamProject」の立ち上げ等の話も、活動事例や写真などを交えながらお話をいただいた。

最後には白幡氏の豊富な経験をもとに会員へ経営のヒントとなるエールが送られ、とても充実した講演会となった。

講演会後の新年会には23名が参加し、情報交換をしながら楽しい懇親のひとときを過ごした。



本年最初の役員会



新春講演会の風景

中国フォーム印刷工業会

平成25年新春講演会を開催

中国フォーム印刷工業会（太田真義会長）は、2月7日メルパーク広島において、会員企業15社から20名が参加して、株式会社パルウェブ 代表取締役 原田美穂様を講師としてお招きし、「女性と仕事について」の講演を頂いた。

創業当初は女性起業家が少なく、情報化教育にもあまり関心がない時代であったが、広島では業界の先駆的な企業となっている。

また、講演会に引続いて新春懇親会も開催され、東西中国フォーム印刷工業会が一緒になって歩み出す基礎を築く会合になった。



原田講師による新春講演会

九州フォーム印刷工業会

平成24年度2月理事会及び懇親会を開催

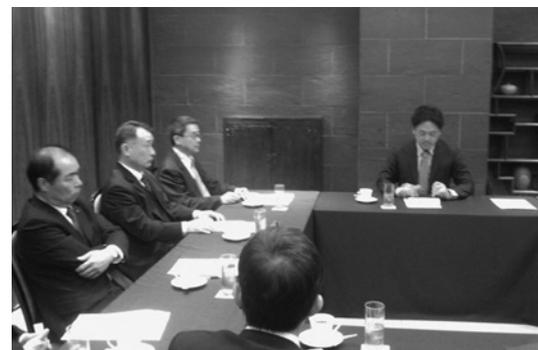
九州フォーム印刷工業会（和田秀一郎会長）は、2月26日（火）に福岡の八仙閣にて平成24年度2月度理事会及び懇親会を、会員並びに特別会員の20社23名の方々にお集まり頂き、開催した。

理事会においては、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、九州のフォーム印刷業界が抱える課題や今後

の展開についても話し合わせ、ビジネスとしてコラボ出来そうな異業種との交流や、メンバー内での新ビジネスの創出、協調できる関係づくり等さまざまな意見交換がなされた

懇親会は、特別会員の皆様にも参加頂き、新年最初の懇親会として大いに親睦を深めることができた。

最後に、和田会長より平成25年度の定期総会の案内があり、閉会した。



2月理事会を開催



懇親会での活発な意見交換

国際委員会

■北米印刷事情レポート(2013年1月～3月)

パーソナル印刷製品の成長は続く見通し

インフォトレンズ社(マサチューセッツ州、ウエイマス)は、2012年12月11日:「次世代のパーソナル印刷製品(Next-generation Personalized Printed Products)」と題した新しいマルチクライアント調査レポートの発行を発表した。

フォトブックやフォトカレンダー、フォトカードといった製品の人気を追い風に、フォトマーチャンダイズ(写真を使った印刷製品)市場は過去数年に渡り力強い成長を遂げてきた。本レポートでは、カスタム印刷カード、連絡先カードや日記などの文房具、そして、写真を用いた室内装飾の動向に焦点を当て、「次世代」の印刷製品について分析している。

今日の消費者は、日常的に購入する製品を通じて個性を表現している。印刷製品も、デジタル印刷機設置台数増加を背景に、こうしたトレンドに乗っている。デジタル印刷機は少量多品種の生産が可能で、テキストや枠線、図柄、個人の写真などの要素によって消費者が印刷製品を好みによって選択できる新しい制作ツールや、ソフトウェアと連携している。

「米国のパーソナル印刷製品市場は、2012年のおよそ1億1,300万個前後から2017年までに約1億5,800万件に成長することが見込まれている」と、同社フォトマーチャンダイズトレンドサービスのアソシエイトディレクター、デイヴィッド・ハウター氏は述べる。

「こうした製品の多くはかなり以前からあり、またこの市場は比較的成熟している点を念頭に置くべきである。パーソナライゼーションはこうした製品の多くに新たな生命を吹き込んでおり、その結果、減少や横這いでは

なく成長を実現している。」

パーソナル印刷製品市場は主に、消費者に伝統的な製品を新たな方法で提案することで成長している。この成長は、製品を一人一人に最適化するだけでなく、新たにデザインすることができたり、新しい制作・発注方法を可能にしたりすることで促進されている。インフォトレンズはすべての製品カテゴリにおいて、「適切なメッセージの発信や、製品の品質向上、そして、新たな顧客層の開拓に集中しながら、モバイル発注の仕組みを開発しプロモーションすること」を提言している。

パーソナル印刷製品は、個人ユーザーの拡大を目指すフォトマーチャンダイズ(写真を使った印刷製品)を取扱う企業にとって絶好の選択肢である。

さらに、こうした製品は季節性の影響を受けにくく、また、同じ生産設備で常に印刷されるため、生産効率の向上も期待できる。

バリエブルデータ印刷量が増加

スミサーズ・ピラ社の新しいレポート「2017年までのバリエブルデータ印刷の見通し("The Future of Variable Data Printing to 2017")」において、ようやく我々はバリエブルデータ印刷全体の成長市場を量的に把握できることになった。スミサーズ・ピラ社ではバリエブル部分と固定印刷部分の違いを追跡していないため、必ずしも正確な数値ではないが、「100%デジタル印刷」と「プレプリント+追刷りデジタル印刷」の合計を「上限」値としている。

スミサーズ・ピラ社では、2012年の調査対象分野における印刷量全体(カタログとパッケージを除く。約234億6千万枚)のバリエ

ルデータ印刷(VDP)市場を、28%に当たる65億6,756万枚と推定した。また、2017年におけるVDP市場については、調査対象分野の印刷量全体(約250億9千万枚)の34%に相当する85億3,097万枚と予測している。

こうした数字で特に興味深いのは、同社では、在来型印刷/プレプリント印刷物の生産量が2012年から2017年の間に年率平均0.5%のペースでの減少を見込んでいる点である。これは、バリエブルデータ印刷(VDP)の市場は、オフセット印刷のシェアをデジタル印刷が奪う形で得られることを意味する。

スミサーズ・ピラ社では、全世界で電子写真方式のデジタル印刷については年率平均1.5%の成長を、また、インクジェット方式のデジタル印刷は年率平均14.2%の成長を予測している。同様に「100%デジタル印刷」のシェアは8.2%から2倍近い14.2%に拡大すると見込んでいる。

数量ベースでは基本的に横這いあるいは減少傾向にある世界の印刷市場にとって、この数値は際立ったものである。デジタル印刷がオフセットのシェアを奪う形で成長することははるか以前から知られていたが、こうした予測によって、どれだけ迅速にまたどの程度の比率まで進行するかおよそその見当を付けることができる。

デジタル印刷のシェアが拡大すると、バリエブルデータ印刷(VDP)の魅力も高まる。マーケティングにおけるパーソナライズだけでなく、工程改善、コスト削減および効率性向上も、バリエブルデータ印刷(VDP)の魅力である。実際、これらはバリエブルデータ印刷における最大の市場だと、スミサーズ・ピラ社が考える領域なのである。

工程改善は派手に注目を集めるものではないが、多量になると大きな改善になり、バリエブルデータ印刷(VDP)を単なるマーケ

ティングのアプローチではなく、プロセスの1つだと考える印刷会社が増えるほど、新たな市場の拡大が見込まれる。加えて、プロセス改善は受け入れられ易い提案なのである。

ショッピングアプリはカタログの役割を引き継ぎつつあるか?

モバイルショッピングアプリは、ブランドの発見と愛着を培うモバイルの利用が、買い物客と小売ブランドとの関係を変えつつあることに間違いはない。アドビ社とハリス・インタラクティブ社の研究によれば、特にモバイル用の小売アプリは、この関係に良い影響を与えることが示された。昨年12月の調査において、スマートフォンおよびタブレットを用いた買い物客の2/5が、ショッピングアプリの利用によって自分とブランドとのつながりが強化されると回答した。また、これとほぼ同数が、ショッピングアプリの利用後にブランドに対してより好意的になると回答している。

興味深いことに、スマートフォンおよびタブレットを利用した買い物客の5人に1人は、ブランドを「良く知る」ために、ショッピングアプリをダウンロードすると回答した。このことから、スマートフォンとタブレットの利用者が、ブランドを発見するためにアプリを利用していることが伺われる。そうした買い物客は、ブランドが何を販売しているかははっきりとは知ってなく、ブランドのウェブサイトや、近くの店舗に立ち寄り代わりに、ブランドのモバイルアプリをダウンロードして、製品やサービスの詳細を調べている。こうして、スマートフォンやタブレットの利用者は、カタログを利用するのと同じようにモバイルアプリを利用している。

買い物客がどのようにしてこれらのアプリを知ったかについての調査では、新しいショ

ッピングアプリは主としてAppストア(42%)から入手したと回答しているが、友人を通じて知ったとの回答も37%にのぼった。さらに、ウェブサイトやフェイスブックも新しいモバイルアプリを発見する機会になっている。

しかし、モバイルアプリが関わっているのは発見と愛着だけではない。ハリス・インタラクティブ社が8月に行なった別の調査では、米国のモバイルアプリ利用者の10人のうちの3人は、品物を探す時間を節約するために、小売業者にモバイルアプリを提供してほしいと回答している。そして、4人に1人はモバイルアプリを通じて特典情報を提供してくれることを望んでいる。

モバイルに対する投資をまだ行っていない小売業者に対して一言忠告する。回答者の5人に1人は、モバイルアプリのない小売業者は、時代遅れに見えるかと回答している。

モバイルアプリの利用と愛着のつながりをさらに示すものとして、ハリス・インタラクティブ社による調査の回答者の7%は、モバイルアプリを提供していないと小売業者に対する愛着が損なわれる可能性があるとしている。また、回答者の7%は、小売業者が顧客を大切にしていないことの表われかも知れないと回答した。

一部のモバイルアプリ利用者は、他の利用者よりもショッピングアプリへの依存度が高い可能性はあるが、ハリス・インタラクティブ社とアドビ社の調査は、特にブランドに対する親近感やブランドの発見において、消費者はアプリに対して好意的であると指摘している。消費者はお気に入りの店にモバイルアプリを期待し、求めるだけでなく、相当数の消費者は新たなお気に入りの店を探すためにアプリを利用している。

■「after drupa にみるデジタル印刷機の最新動向」

有限会社メディアテクノス 代表取締役 井上秋男 (JAGAT客員研究員)

はじめに

昨年6月に開かれた世界最大の印刷総合機材展“drupa 2012”は、「All digital drupa (by JAGAT)」と呼称されたように、デジタル印刷関連の新製品、新技術、ソリューションの出展や実演が相次ぎ、「デジタルがメインストリーム」への方向性を示した。この後、開催された日米欧の展示会、オープンハウスも流れを引き継ぎ、本格的なデジタル印刷時代の到来を告げた。本稿では「after drupa」として各展示会、オープンハウスと世界最大のデジタル印刷展示会“Huneker Innovationdays 2013”の出展状況をもとにデジタル印刷機の最新動向を紹介したい。

■展示会

“GRAPH EXPO 2012”は、10月7日～10日まで米国シカゴで開催され約400社が出展した。

drupaで出展されたトナー/インクジェットデジタル印刷機をメインに、後加工機、ITソリューションの連携により、POD、DM、ブックなどの多媒体印刷の実演が相次いだ。閉幕後、主催者から「PRINT 2013成功への準備が整った」と発表された。

IFRA EXPOから名称変更された「World Publishing Expo2012」は、10月29日～31日まで独フランクフルトで開催され261社が出展した。上流部門ではコンテンツマネージメントシステム(CMS)を中核にスマートホン、

タブレット端末への配信、下流部門ではコンパクト輪転機とKBAから新聞デジタル印刷への参入発表があり注目を集めた。

新聞製作技術展“JANPS 2012”は、3年ぶりに11月27日～29日まで東京・有明ビッグサイトで開かれ、過去最多の60社、団体が出展し、来場者も1万2000人を超え盛況となった。上流部門では、我が国新聞メディアのデジタル化に対応したCMSやクロスメディアソリューションが一堂に紹介された。下流部門では4×1新聞オフセット輪転機と、東京機械製作所がTKS JETLEADER 1500による我が国初の新聞デジタル印刷を実演し話題となった(写真1)。これにより同社は「2012年新聞協会技術開発賞」を受賞し、さらに静岡新聞社から、我が国新聞社向け1号機を受注した。

“page 2013”は、2月6日～8日まで東京・池袋のサンシャイン・コンベンションセンター TOKYOで開かれ129社が出展した。展示会、セッション、イベントにより「拡大!コミュニケーション支援ビジネス」向けの新製品、ソリューションの出展が相次ぎ、好評となった。デジタル印刷部門では、多品種小ロット、高付加価値向けデジタル印刷機や後加工機、アプリソフトが紹介され賑わった。



写真1
TKS JETLEADER 1500 の実演

■オープンハウス

米国シカゴの新聞印刷会社NewWeb社は、“GRAPH EXPO 2012”開催中の10月8日、9日に米国初導入のTKS JETLEADER1500による新聞印刷の実演を行い、業界誌にも掲載され世界的に話題となった。

ミヤコシは、11月27日～29日まで八千代市の同社クリーンルームで“OPEN HOUSE 2012”を開催し、“drupa 2012”出展機など11機種を実演し約1500人が来場した。また、同所で11月26日にFFGSが新聞デジタル印刷、同30日にリョービが液体トナー枚葉デジタル印刷機を初実演し盛況となった。

日本HPは講談社と連携して「デジタル印刷の力で出版に躍進を」テーマに、2013年1月26日に東京・目白のホテル椿山荘でカンファレンスと講談社ふじみ野デジタル印刷製本工場で我が国初の書籍デジタル印刷を実演し、海外含め多数参加し注目を集めた。

■Hunkeler Innovationdays 2013

世界最大のデジタル印刷後加工機ベンダーHunkeler社が主催する“Hunkeler Innovationdays 2013”が2月11日～15日までスイス・ルツェルンで2年ぶりに開催された。パートナーとして「デジタル印刷機、後加工機、周辺機器、用紙、ITソリューション」



写真2 レーザー加工機「HL6」

ベンダー約70社が、7000㎡の会場に、約30のデジタル印刷工程を5000人以上の来場者に披露した。①Hunkeler社は、次世代後加工システム「POPP 8」を初出展し、最大速度300m/分、用紙幅762mmを紹介した。また、デジタル印刷の付加価値向上に向け、レーザー加工機「HL6」(写真2)、プライマーコーター「PC7」はじめ「新トータルブックソリューション」や「新聞・カタログソリューション」などを実演した。②デジタル印刷では、Hunkeler社製後加工機と連携して主要ベンダーが最新ソリューションを紹介した。

大日本スクリーン製造は、Truepress Jet520ZZによりカラーのDM、ブック、カタログを、同Jet520EXによりモノクロのブック制作をホリゾン製本機と連携して実演。

キヤノンは、ブック、トランスプロモ、DMをOceColorStream3900により紹介。

リコーは、フルカラー機infoPrint5000GPによりブック、ポスター、カレンダーを、モノクロ機infoPrint5000MPによる冊子とDMを出力。

HPは、液体トナー機Indigo7250により写真集、ブックカバー、ポストカードを印刷。

KBAは、drupa出展後にRotaJET 76のインク、乾燥機、巻取装置の改良、開発を重ね、高品質、安定化により新聞と商業印刷を実演



写真3 KBA RotaJET 76

し注目を集めた(写真3)。

Kodakは、モノクロ機Prosper1000Lによりブック制作し、インプリンティングシステムProsperS5によるバリエアブルパンフレット印刷を紹介。

Xeroxは、小型高性能機Cipress 500SEDを初出展し、トランスプロモ、DM印刷を実演。

IMPIKAは、コンパクトカラー機iPrint Compactにより新聞と商業印刷を実演し注目を集めた。なお、2月末に同社はXeroxによる買収発表があった。③後加工機では、ホリゾン・インターナショナルがデジタル印刷後の書籍製本システムはじめ最新機器を一堂で紹介。MÜLLERMARTINI、Heidelberg、BOWE SYSTEC、PitneyBowes、GUK、CMC、Kernから製本機、封入封緘機、DMロゴ印刷機などが出展された。④用紙では、三菱製紙、CVGPAPER、mondiなどが最新のインクジェット印刷用紙をデジタル印刷機ベンダーとの連携により紹介した。

おわりに

以上、after drupaとして展示会、オープンハウスでのデジタル印刷の出展・実演状況を紹介したが、おもに次のトレンドが見られた。①デジタル印刷は、デジタル印刷機と後加工機、用紙、ITソリューションの連携開発によ

り商業、ブック、新聞、パッケージ分野への取り組みが進展している。②デジタル印刷機の開発進展により速度、品質、コスト面での課題は解消傾向となり実用化を迎えた。③ビジネスモデルも従来の専用印刷から「商業とブック」「新聞と商業」「新聞とブック」などの複合印刷が後加工機連携により可能となり、範囲が広がった。

■FMクレド連続講座

ファシリティ・マネジメントによる企業経営セミナー 全2回

日本フォーム印刷工業連合会業務委員会と関東フォーム印刷工業会の共催で開かれた『ファシリティ・マネジメントによる企業経営』セミナーが、去る3月21日(木)と28日(木)の2回に分けて、それぞれ3時間という長丁場で行われました。延べ60人ほどの受講者が集まり、クレイグ・カックス(FMパートナーズ・ジャパン社長)講師の個性豊かな話の中、ファシリティ・マネジャーとしての心構えなどに熱心に耳を傾けました。

日本ではまだまだ定着していないFM(ファシリティ・マネジメント)ですが、参加された企業の経営層の方々や、自社の総務業務の改善、顧客への総務業務の提案(BPO等)に携わっているの方々にとって、FMはグローバルな視点から企業経営にきわめて有用性の高いもの

今年後半は、after drupaの第二章として5月に“China Print”、9月に“PRINT 13”、10月に“JGAS”が開催され、更に年末には“drupa 2012”から18ヶ月後と発表された「Landa社 Nanographic Printing Process」の出荷が予定され、デジタル印刷の更なる普及加速が期待されている。

であることを、学ぶよい機会となったようです。以下、2日間のエッセンスを要約します。

まず最初に、FM(ファシリティ・マネジメント)とはどういうものか。現在は「施設管理」と訳されることが多いですが、それはFMの一部の業務です。実際はもっと広義で、経営的視点に立って総務全体の業務を有効・適切に計画・運営・管理し、ダイナミックな企業活動の展開に貢献する全体的な取組みを指します。

そのFMの要諦である言葉が、FMクレド15カ条です(図1)。(クレドとはラテン語で「志」「信条」「約束」を意味する言葉です)

ファシリティ・マネジメントによる企業経営セミナーの目的は、こうした理解しやすい言葉でFMを実行するファシリティ・マネジ

図1

FMクレド15カ条
FOSCでは真のFMを目指す個人が成長する為の心構えを「FMクレド15カ条」にまとめて推奨しています

<心構え>

1. Management 自分の経営概念を持つこと
2. FMは会社の成功のために
3. This is my building
4. Alignment 経営方針とベクトルを合わせる。正しいFMはない
5. It's all about money 会社で二番目に大きい間接経費の管理人
6. お客様と消費者の違いを知る

<成長・育成>

7. 評判管理と期待管理
8. FMは身体で覚える
9. FMは失敗から学ぶ 上司は部下が失敗してもよい環境を作る
10. MEWA (Management By Walking Around)

<手法>

11. 計測しないものは管理できない You can't manage what you don't measure
12. 目標のないFMはFMではない 一般的(い)総務ではない
13. FMは改善 改善人間
14. Know your numbers
15. リポートのないFMはFMではない

INFORMATION

チャーを育て、それぞれの企業が経営に活かしていくことです。

参加者にはFMクレド15カ条をイメージし、考えるだけでなく認識し、これを応用して“売れる”提案を出せるファシリティ・マネジャーになって欲しいということです。確かに、クレドの表現は「失敗してもいいから」「身体で覚える」など非常に分かりやすく役立つ表現で多く記載されています。こうしたセミナー受講者が多く育ち「管理総務から戦略総務へと経営に携わる戦略総務を作っていく」のが今後の日本の課題であり、FMがそうした方向性に進む上で効果的です。

「コミュニケーション」について

「日本の大手メーカーからFMを導入したいという商談で、日本もグローバルでFMの契約を結ぶようになってきたのかなと思ったら、実は日本以外での展開(笑)で！」というエピソードから始まり、ユーモアたっぷりにスタート。日本の会社では、なかなか総務を変えるのは難しいのが現状です。

「FMというのはやり方ではなくて、クレドの応用なのです。クレドを使って提案を“売れる”人間になること。具体例として、たとえば、製油所を例にとります。主業務の生産設備には積極的に対応するのですが、水周りや空調等の設備関係のFMには余りお金をかけません。管理総務ではなく戦略総務としてのFMでは、工場長に『全体的にメンテナンスするほうが結果的に安くなる』ということ、こうあるべきだと提案してFMの仕事を獲得しました。これが、プロのファシリティ・マネジャーです。ファシリティ・マネジャーは成果を出さなければなりません。売れるためには影響力を持つ、影響力を持つためには評判管理する、それによって成果を出すということです」

また、「プロになるためには、アライメントを確認しなければなりません。その場しのぎのFM提案はうまくいかない。そのためにも、お客さまの成功が絶対に定義付けられ説明して証明されるような実績を出すことが大切なのです」と。こうした仕事をする人の心構えの一つが、クレドの中の「This is my building」ということばです。そうした視点に立つファシリティ・マネジャーは、目標を持ち数値化するなどの発想が自然にでてくるのです。

そして、「コミュニケーションは成功の秘訣です。先のクレドはノウハウで、これに加えてコミュニケーションが大切です。たとえば、フロアにコピー機が2台あるとします。それを1台にするというケースを考えます。このような発想をすることで、コピーの仕方や流れを変えることができます。また、社内メールに関してはこれまでの「17:00までに届ける」のを「16:30まで」とするだけでも仕事の仕方や流れが変わってきます。ファシリティ・マネジャーはある決め事をする、対象者に影響を及ぼします。その提案が良いか悪いかは、ファシリティ・マネジャーと対象者とのコミュニケーションで決まります」

そして、「ここで重要なのはファシリティ・マネジャーの評判です。評判は実行したことで決まるのではなく、コミュニケーションで決まります。コミュニケーションがファシリティ・マネジャーとしての成功の秘訣なのです。ものごとをやることだけではない。人は評判で昇進します。評判をつくる一番大切なものが、コミュニケーションなのです」

「ファシリティ・マネジャーを取り巻くコミュニケーション環境は、図2のように上司と部下の社員、業者(サプライヤー)とユーザーの4つです。それぞれの矢印を理解してください」

INFORMATION

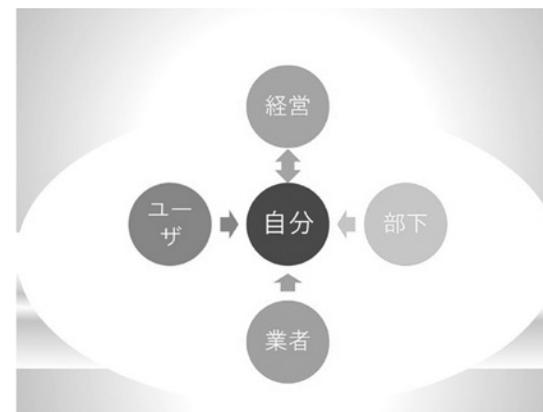


図2

「あなたはなぜあなたの仕事(業務)があるのか?」「それは、あなたの上司がキャパシティとしての問題で、自分でできない部分をあなたにってもらうため、だからあなたの仕事があるのです。つまり、あなたは上司の延長線なのです」

「また、業者と部下の違いはありません。あるのは雇用体系が違うだけです。業者は基本的に言われたことしかやりませんから(笑)。たとえば、清掃をといる場合、業者はスペース、時間、人月等計算して見積もりをします。ある日、みんなで集中して1箇所やって欲しいといっても、契約にないからできないといいます。もし社員にしておけば、部下は雇用体系が違う私の延長線ですので、私ができない部分を担ってくれますね」。

「業者であれば、そうした契約事項を最初からしっかり契約書に書き込んで、やってもらうことをお互いの了解事項とすることしなければなりません、それがアライメントです」

「私の米国富士通時代の経験をお話しましょう。工場内の清掃を業者へ委託しました。コスト計算だけで十分な契約関係をしてなかったので、私の臨機応変な指示への対応ができませんでした。そのため、仕切り直しをして、ある人をスーパーバイザーとして社員の

契約をし、私の延長線として対応してもらったところ、とてもよくやってくれました。廊下などピカピカになり、工場へ来るお客様からこんな綺麗な工場なら作られる商品も間違いなだろうと好印象を得ることができました。同じお金でも、使い方効果がぜんぜん違うのです」

「ただ、業者がだめで社員がいいということではありません。業者とは事前にコミュニケーションを十分重ねます。私の手足となって私の延長線で動いてもらうため、契約書に事細かに私の要望を書き入れて、事前のコンセンサスを得ることです。いずれにしても、目標をきっちり決めて改善するアライメントは、会社の成功にもつながります」

「経営概念、アライメント、マイビルディング、MBWA (Management By Walking Around) でチェックはしますが、具体的な情報をフィードバックしてくれる部下や業者を持つためには、コミュニケーションが大切なのです」

人事の問題でファシリティ・マネジャーは数値に置き換えて提案していきます

「人事問題でのファシリティ・マネジャーの役割も紹介しましょう。企業の経営者は基本的に会社の成功しか考えていません。何をやるにしても、どこかで会社の成果へつながることを考えています。1人の従業員が辞めると言い出した場合、新たに従業員を入れるには、その途中でやめた人の年収が600万なら一人前になるまでには同じように600万のコストがかかると言われていました。であるならば、辞めようとした人に200万払って辞めさせない方が安くなるのです。人事問題では、こういう表現をしないと社長には伝わらないのです」。また、「会議にはファシリティ・マネジャーならこうした話し方をしましょう

と訓練しています。“レポート”ではなく、“リポート”を出せと(笑)。資料として配布するのは報告書としてのレポートです。それは余り読まれません。なぜなら、そこにあるのは、“過去形”で書かれているからです。逆に、ファシリティ・マネジャーのリポートは情熱と提案が込められています。成果を出す手段があるのが“リポート”で、そこに書かれているものは、議論の中心になっていくものです」

また、『リポートのないFMはFMではない』(クレドの言葉)、成果を出そうとしなければ訴えの意味もありません。その場合のチェック項目は、

- ・ 上司、お客さんへのアライメントが取れているリポートしか書かない(自分のためだったらだめ)
- ・ 過去形は会話にならない。未来の話をするとう話が始まる
- ・ あなたのメジャーはなんですか？ 基準はなんですか？
- ・ 通勤は無駄な時間ですか？ 改善、目標がないのはFMではない。

などです。

データは単なる数値、しかし データとデータを比較すると情報になります

「次に、データと情報の違いを説明します。データはシングルポイントのもので情報ではありません。データとデータを比較してはじめて情報になります。当然ながら、数値化のないリポートはありませんし、メジャー(評価の基準)がないリポートもいけません。リポートはお金との対比がなくてははいけません。例えば、社員が就業中にインターネットを何時間やっているのかが分かるとします。するとその数字をコストに置き換えて、情報にしていくのです。そうしたリポートは会話を促すことにつながります。提案書は、会話を生

んだリポートだったのか、評価の基準、それがメジャーなのですね。そうしたリポートからコミュニケーションが生まれるのです」

コミュニケーションがとても重要です

「ユーザーとのコミュニケーションを考えてみましょう。その基本は、信頼からです。信頼がないとコミュニケーションは生まれません。どうすれば信頼を得られるか？ それは、約束を守ればよいのです。約束を守り、信頼を積み重ねていくことなのです。ファシリティ・マネジャーにとってユーザーはお客様ではありません。ファシリティ・マネジャーとしてのお客様は消費者ではないのです。たとえば自社製品を販売しているスーパーであれば、お客様はその店舗のマネージャーなのです。彼が、私の会社の商品を棚に置くかどうかで消費者が選択する機会ができます。ファシリティ・マネジャーのお客様は、自分の商品を“解約”することができる人なのです。消費者には解約権限はありませんね。つまり、ファシリティ・マネジャーのお客様は、ユーザーではなくスーパーの社員なのですね。この点を分けて考えなくてはなりません。ファシリティ・マネジャーのお客様はあなたを解約できる人。その人との成果を出していくには、コミュニケーションが大切なのです」

「次に、業者とのコミュニケーションを考えてみましょう。業者は、仕様書どおりの仕事をします。提案してくることはありません。そうしていくためには、アライメントが重要です。アライメントからスタートし、次はなぜあなた(業者)を入れているのかを説明します、ファシリティ・マネジャーとしてのあなたの延長戦で役割を果たしてもらうようなミーティングをします。最初は業者の営業マンの方と話をしますね。その営業マンは本社に帰って報告するのですが、その営業マンの

上司である部長も巻き込んでいく必要があります。営業マンの後ろにいる部長を説得します。そのためには、契約書を書く場合に、ファシリティ・マネジャーとしてのあなたの考えていることをできるだけ細かく契約書の中に入れていけばよいのです。文書化して行動を決めていく、これがファシリティ・マネジャーとしてのやり方です」

「冗談ですが、毎日1時間クレイグ(ファシリティ・マネジャーのあなた)を教育してくださいと書き込む(笑)。すると業者は毎日1時間ファシリティ・マネジャーのあなたに説明する時間をとらなければなりません。それで業者の対応をコントロールできるのです。ファシリティ・マネジャーとしてのあなたの成功は、業者の貢献がなければ期待できないのです」

「そして、部下とのコミュニケーションです。ファシリティ・マネジャーとして皆さんがスタッフから信頼されるには、部下が失敗してよい環境をつくることです。これを信じてくれた社員は本当に働きます。あなたが成功すれば私も成功するということであり、これをサーバント・リーダーシップ(仕えるリーダーシップ)といいます。自分を変えることができない人は上に立てません。ファシリティ・マネジャーを目指す皆さんは、改善人間になってください」

ファシリティ・マネジャーとしての心構え



を最後にまとめます。

- A This is my building
- B I am Facility manager (プロの意識がないとだめだ)
- C Servant Leadership 仕えるリーダー人のために働く
- D 本気で成果を出すこと

具体的に体系だったセミナーというカタチではなく、ユーモア溢れるクレイグ・カックス講師らしい内容でした。最後に、こんなエピソードを。

「私はもともと内向的でユーモアのセンスはありませんでした。若い頃にカウンセリングも受けましたし、ユーモアの本を買ってすごく勉強しました(笑)。人間は自分の人生に責任を持ち、言い訳はだめですね。自分を変えること。成果を出すということは、自分を変えることです」

そして「FMの目的は会社の成功です。ファシリティマネジャーは、FMをしているからファシリティ・マネジャーではありません。ファシリティ・マネジャーは、ファシリティ・マネジャーだからFMをしているのです。I am a Facility Manager !」

しっかりとプロ意識を持つことが重要なのだと。

(クレイグ・カックス氏が講師をしているFOSCは、ファシリティ・オフィスサービス・コンソーシアムの略で、ファシリティ・サービス、オフィスサービス、総務事務等の業務に従事する人々の専門性と地位向上のために、相互に切磋琢磨し専門知識、技術、プロフェッショナルリズムの習得をもって、顧客満足、ブランディング、生産性向上等に寄与する活動を推進していくことを目的とした団体)

シンボリック・アナリスト 青柳 秀男

■環境委員会

有機則・PRTR法に該当しないUV洗浄剤の使用事例

環境委員会では、印刷現場の環境保全活動の一環として、オフセット印刷における洗浄作業の改善に取り組みました。

昨年11月に「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」と題した環境セミナーを開催し、速やかにより健康や環境にやさしい洗浄作業を行なう目的で、会員各社へのアピールや情報提供に努め

て参りました。

そこで、具体的な洗浄剤の情報を示し切り替えへの一助としていただきたく、既に非該当品に切り替えている各社の洗浄剤の使用状況を一覧にまとめ、紹介することに致しました。

ぜひ、各社での取組み資料としてご活用下さい。

UV洗浄剤の使用事例

N0	販売元	品名	用途	GP資機材認定ランク	安衛法(有機則)	安衛法(特化則)	PRTR法
1	オフセットクリーン	スキットクリーンUV-4	ブランケット洗浄剤	★★	非該当	非該当	非該当
2	化研テック	MR-1	水着ローラー洗浄剤		非該当	非該当	非該当
3	化研テック	RS-10	ローラー洗浄剤		非該当	非該当	非該当
4	光陽化学工業	サン・ソイクリーナー SY-3	ローラー洗浄剤	★★★	非該当	非該当	非該当
5	光陽化学工業	サン・プレートクリーナー KP-W	プレートクリーナー	★★★	非該当	非該当	非該当
6	光陽化学工業	ニューダンブキーパー PK-7EX	給水ローラー洗浄剤	★★	非該当	非該当	非該当
7	光陽化学工業	プラン洗浄液 EBD-G	ブランケット洗浄剤		非該当	非該当	非該当
8	光陽化学工業	プランリカバリー BR-7	ブランケット洗浄剤		非該当	非該当	非該当
9	光陽化学工業	ラバーメンテナンスクリーナー RB-1	ローラー洗浄剤		非該当	非該当	非該当
10	光陽化学工業	UVインキ洗浄液 VC-7	ローラー洗浄剤		非該当	非該当	非該当
11	日研化学研究所	ハイパーモイストα	水着ローラー洗浄剤	★★	非該当	非該当	非該当
12	ヤマトヤ商会	プレートクリーナーMP	プレートクリーナー		非該当	非該当	非該当

販売元

株式会社 オフセットクリーン	〒 341-0043 埼玉県三郷市栄 4-108	電話：048-949-0719
化研テック 株式会社	〒 576-0036 大阪府交野市森北 1-23-2	電話：072-894-2590
光陽化学工業 株式会社	〒 536-0025 大阪市城東区森之宮 2-3-5	電話：06-6969-1821
株式会社 日研化学研究所	〒 135-0002 江東区住吉 2-13-8	電話：03-3632-4741
株式会社 ヤマトヤ商会	〒 105-0001 東京都港区虎ノ門五 5-9-7	電話：03-3436-2411

2013/3/27 現在

一般社団法人日本印刷産業連合会・グリーンプリンティング認定事務局から 印刷業界の「グリーンプリンティング(GP)認定制度」のご案内

グリーンプリンティング(GP)認定制度概要

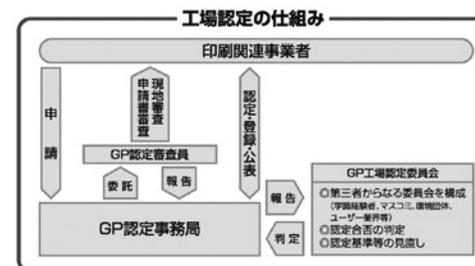
印刷業界団体の代表である日本印刷産業連合会は、印刷工場と印刷製品の環境配慮を推進するため、印刷業界の環境配慮自主基準「印刷サービスグリーン基準」を制定し、達成した印刷工場、印刷製品、印刷資機材を認定するグリーンプリンティング認定制度(GP認定制度)を平成18年から推進しています。

印刷工場の環境配慮—GP工場認定制度

グリーンプリンティング工場認定制度(GP工場認定制度)は、認定基準に基づき客観的な審査によって環境配慮された印刷工場を認定する制度です。認定基準は事業所全体と工程別に決められており、その内容は全てホームページ等で公開されています。

審査・認定は、GP認定審査員が申請書審査と現地審査を行い、その結果を第三者で構成するGP工場認定委員会において審査し、認定を行っています。認定を受けた工場をグリーンプリンティング認定工場(GP認定工場)と言い、3年に1回更新審査を行います。

【実績】GP認定工場は、全国約300工場



印刷資機材の環境配慮—GP資機材認定制度

グリーンプリンティング資機材認定制度(GP資機材認定制度)は、印刷会社が購入・使用する資機材を環境配慮基準に基づき認定する制度です。対象品目は、洗浄剤、含浸型洗浄布、エッチ液、印刷版、現像機、セッター、製版薬品です(平成25年1月現在)。

印刷資機材メーカーからの認定基準適合証明書により、環境配慮度合いの達成点数を算出し、3段階のGPマークが表示されます。認定を受けた資機材は、日本印刷産業連合会のホームページで製品ごとの環境配慮の内容を確認することができます。

【実績】GP資機材認定製品は、約380製品

印刷製品の環境配慮—GP製品認定制度

グリーンプリンティング製品認定制度(GP製品認定制度)は、GP認定工場が製造し、紙、インキ、表面加工材料、製本材料も環境配慮基準を満たした印刷製品にGPマークを表示できる制度です。

GPマークは、製造工程と印刷資材すべてが環境配慮されている、より高度な環境ラベルとして、官公庁の発行物、CSRレポートから一般のパンフレットなどさまざまな印刷製品に表示されています。

【実績】GPマーク付き印刷製品は、約2億4千万部



GP認定制度と作業環境配慮の推進

グリーンプリンティング(GP)認定制度は、印刷業界の環境配慮を推進する総合認定制度ですが、印刷事業場内における従業員の安全と健康を確保し、快適な職場環境の形成の促進にもつながるよう配慮しています。

印刷工場の認定制度では、有機溶剤の発散を防止するため容器等の蓋閉めを基準化し、5S活動を推奨しています。また、資材の購入に当たっては、有害性の考慮を求めています。

資機材の認定制度では、資材メーカーの協力のもと環境配慮、危険有害性の側面から多角的に評価しています。洗浄剤等の認定基準では、「特化則」、「がん原性指針」に非該当及び有機塩素化合物未使用を必須にするとともに、「有機則」に該当・非該当を明確にし、その内容を当連合会ホームページで公開しています。

「お問合せ先」 一般社団法人日本印刷産業連合会・グリーンプリンティング認定事務局
電話：03-3553-6051 Eメール：gp-nintei@jipi.or.jp ホームページ「グリーンプリンティング」で検索

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



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/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。



NEXT-IJ 品質概要

日本製紙株式会社 情報用紙営業本部 情報用紙部

〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台4-6 Tel. (03) 6665-1042

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

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

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!!

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 NGR 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 〒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