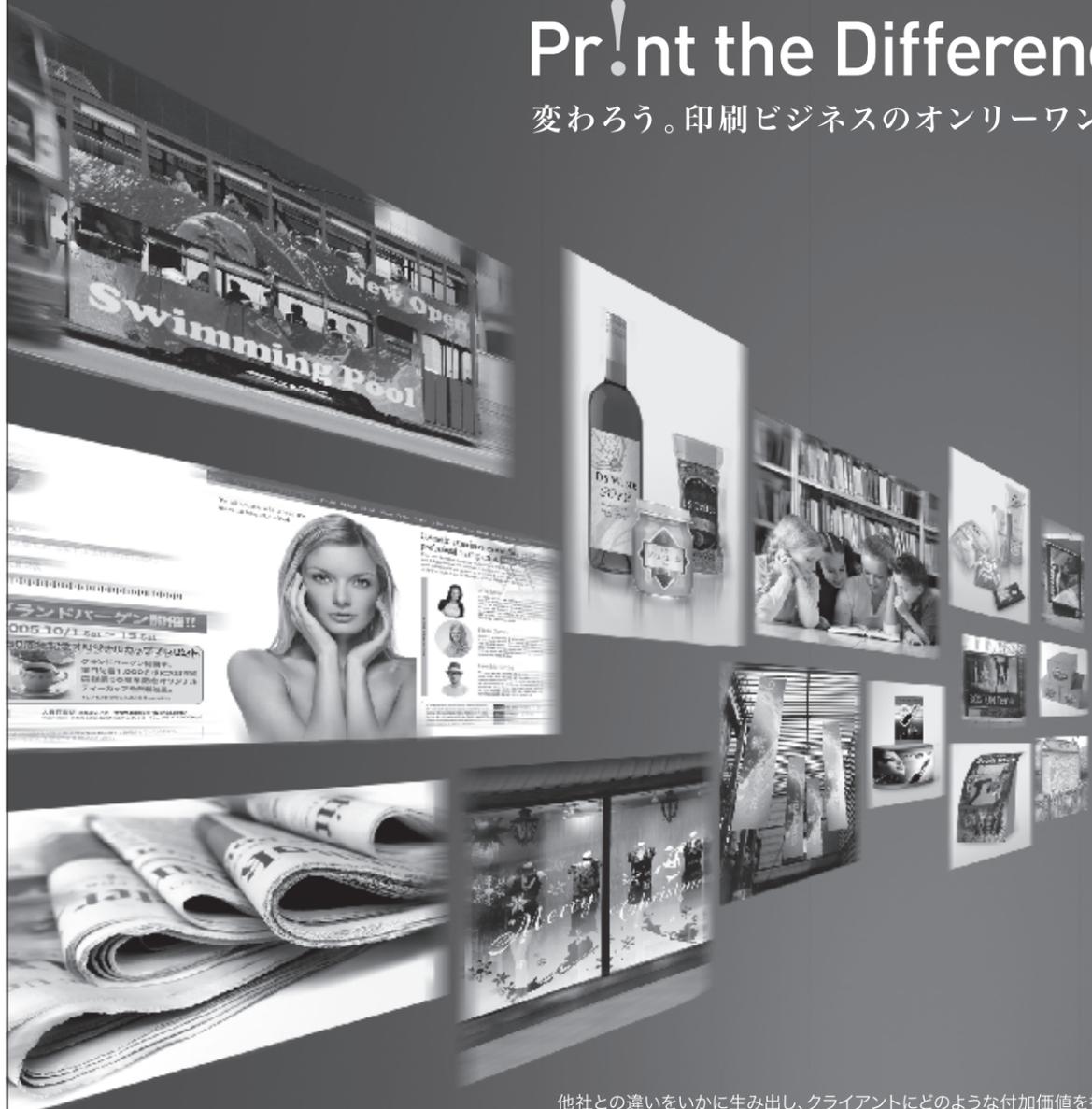


SCREEN

# Pr!nt the Difference

変わろう。印刷ビジネスのオンリーワンへ。



他社との違いをいかに生み出し、クライアントにどのような付加価値を提供できるか。これこそが、ますます激化する印刷ビジネスで生き残る大きなカギといえます。メディアテクノロジー・ジャパンは、最新の「One to Oneマーケティング」やサイン・ディスプレイ、ラベル・パッケージなどのニーズに応える多彩なPOD機をラインアップ。さらに、商業印刷においては高品質・高生産性を実現するCTPや、CTPとPODをトータルでコントロールし、自動化・省力化を実現するユニバーサルワークフロー「EQUIOS」など、違いを生み出すさまざまなソリューションをご提案しています。印刷ビジネスのオンリーワンへ。メディアテクノロジー・ジャパンが、印刷の新たな可能性をお届けします。

**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/03(5621)8324 本社/03(5621)8266(代)  
 〒135-0044 東京都江東区越中島1-1-1 ヤマトネ深川1号館1階

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

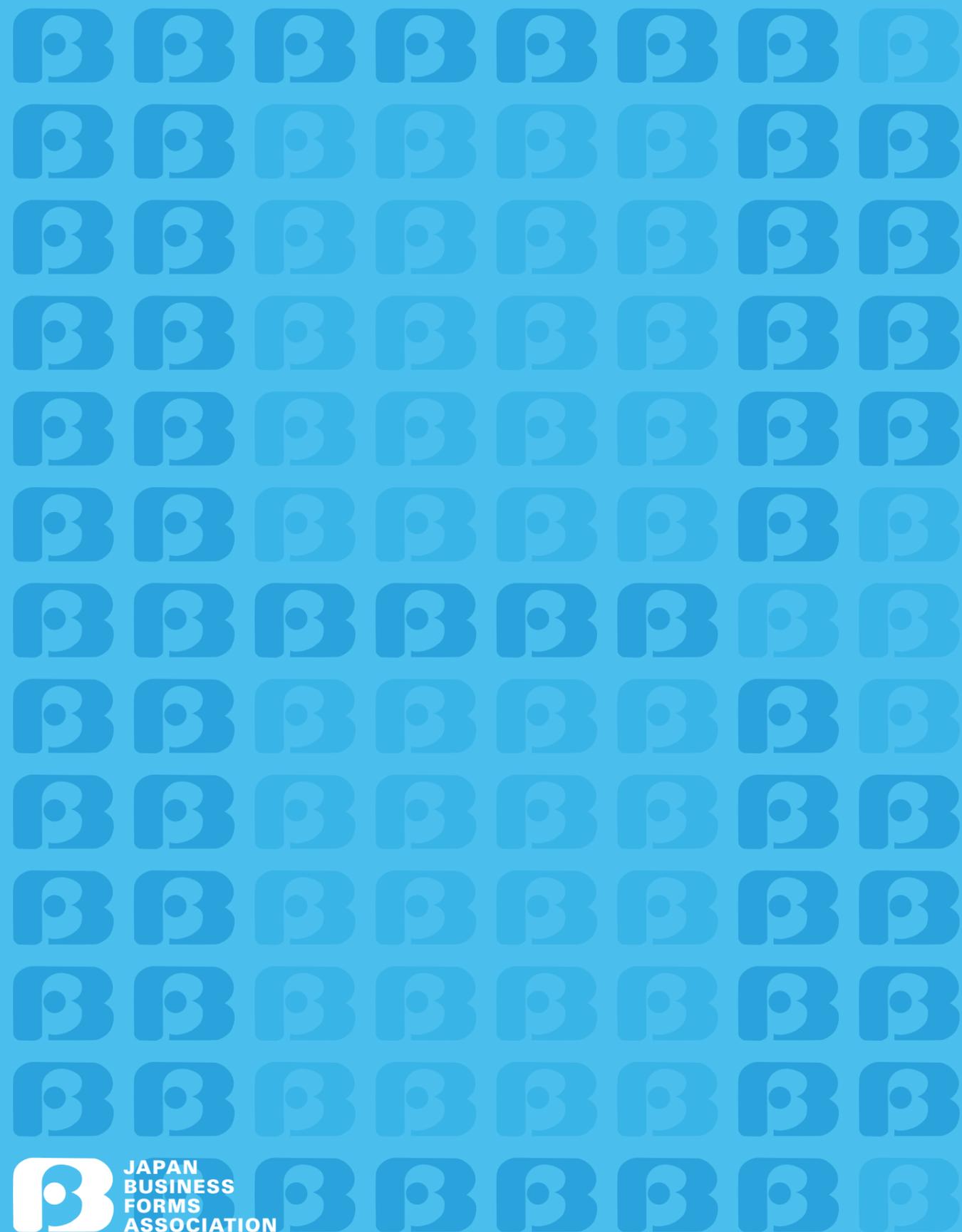


# フォーム印刷

日本フォーム印刷工業連合会会報

2015.04 No.383

発行 日本フォーム印刷工業連合会  
 〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館  
 TEL 03-3551-8615 FAX 03-3555-8466 URL <http://jbfa.jp>





2	日本フォーム工連	平成26年度第8回理事会議事要録
5	日本フォーム工連	平成26年度第9回理事会議事要録
9	トピックス	平成27年新春講演会「コンプライアンスを越えて」を開催 日本フォーム印刷工業連合会主催 平成27年新春懇親会を開催 JAGAT・印刷出版研究所 共催「欧州印刷事情視察報告会」を開催 欧州印刷事情視察レポート 今年も「page2015」に出展！
22	工業会だより	東北フォーム印刷工業会 役員会・講演会・新年会を開催 中部フォーム印刷工業会 平成27年度活動計画を決定 関西フォーム印刷工業会 平成27年新年互礼会を開催 アイスホッケーアジアリーグ応援に参加 大阪支部「第45回プチ勉強会」を開催 中四国フォーム印刷工業会 新春講演会と懇親会を開催 九州フォーム印刷工業会 平成26年度第4回理事会及び懇親会を開催
26	INFORMATION	国際委員会 北米印刷事情レポート(WhatTheyThink)より 成長か、生存か、死か？あなたの2015年 ビジネスを変革することは旅路であって目標ではない！ 産業用インクジェット「もはや波ではない。爆発だ！」 2020年に繁栄する印刷会社になるためには？ 「安全衛生優良企業公表制度」を開始 厚生労働省労働基準局 「印刷業における下請け適正取引等の推進のためのガイドライン」改訂 経済産業省

# LEDランプ方式 タイミング・ストロボ

LEDランプ寿命15年!!



## より明るく、軽く、長寿命で、使いやすい携帯型検査ライト

狭い場所の現場において検査が必要な場合、新しいUnilux LED-1 が最適な選択肢です。LED-1 は、狭い場所での頻繁な使用に適した、軽量で使いやすく、耐用年数の長いストロボ検査ライトです。オペレーターにとってLED-1 は調整が簡単で使いやすく軽量なため、携帯に非常に適しています。また、無駄を削除し、関連経費を管理できます。

### ■ LED-1 の特徴

- 生産プロセスの任意の場所で検査できます。
- スタートアップ手順およびシャットダウン手順をモニタできます。
- 品質に関する情報をただちに得られます。
- LED ランプの寿命は15年!!
- 問題をすばやく効率的に特定します。
- 無駄を削除し、経費を管理できます。

### 用途

スポットまたは狭幅ウェブの検査、保守、およびトラブルシューティング

- 検査  
印刷と印刷物加工、紙、織物生産
- プラント保守  
ベルト、チェーン、高速動作タイミング、ベルトおよびウェブでのすべり検出
- モニタ  
パッケージの直動、ボトル、プレス位置合わせ
- タコメータ  
モータ速度、シャフト、ギアおよびプーリー



- 標準およびUV オプション
- 耐用年数の高いLED ライトエンジン
- ランプの交換必要なし

### 機能

- 調整可能なフラッシュ持続時間
- 仕様エネルギーに基づく自動調整オプション
- 対象から30cmの距離での直径24cmのスポット照明
- 手持ち型検査ライトの中で最も明るい
- 携帯に最適 — バッテリー駆動、ポケットサイズ
- 連続4時間以上(UV仕様)の使用が可能
- 4時間で完全充電
- 堅牢な構造
- 軽量

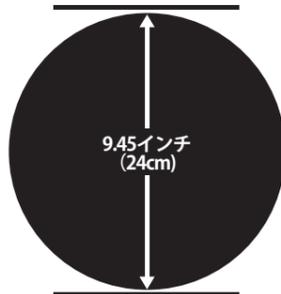
### 利点

- 特定の検査要件での調整が容易
- 連続検査時間中の操作が簡単
- 1台のLED-1装置で、最大8時間の断続的使用が可能
- 予定外のダウンタイムの低減
- 高い品質
- 無駄が少なく、生産性が高い
- 経費管理に優れている

30cmまでの到達範囲



11.81インチ (30cm)



注意：離れた位置にライトを取り付け、周囲の照明を調整すると、より広い範囲を照らすことができます。ストロボライトのレベルを周囲照明の少なくとも4倍以上に明るくすることを推奨します。

### テクノエイブ株式会社

輸入代理店  
〒130-0026 東京都墨田区両国 3-4-6 TEL: 03-5625-2271 FAX: 03-5625-2272  
<http://www.tw-technowave.com/>

## TOYOINK

### 抜群の品質と生産性のフォーム印刷用インキ FD フォームXシリーズ

東洋インキ株式会社  
高機能材営業本部 UVインキ営業部  
〒104-8378  
東京都中央区京橋2-7-19 京橋イーストビル  
Tel:03-3272-7693 Fax:03-3272-0666  
[www.toyoink.jp](http://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



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 時 平成27年1月22日(木) 午後2時15分

■場 所 HOTEL椿山荘東京「カシオペア」

■出席者(24名)

櫻井会長、小谷副会長、林副会長、玉田常任理事、山本常任理事、土屋常任理事、石井常任理事、大門常任理事、入野常任理事、溝口常任理事、太田常任理事、和田常任理事、福田常任理事、佐々木常任理事、坊野理事、朝日理事、岡田理事、渡辺理事、西村理事、瀧本理事、西川監事、寺山監事、松田会員、山口(専務理事事務局)

議 題 ①各フォーム印刷工業会会長挨拶

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

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】

新春のご挨拶ということですが、新春はとくに終わっているんじゃないかという感じがしますが、改めまして、あけましておめでとうございます。

これから皆さま方はますますご発展し、ご活躍なさってくださると私自身、期待していますので、ぜひとも、そういった新しい芽、新しい仕事というものを大切に育てていって、差別化戦略に乗っていけばいいかなと思います。

きょうの夕方、懇親会があって、そこでまた同じことをしゃべっても構わないでしょう(笑)。予告編しておきますが、欧米のいろいろな業種のランキングの中で、印刷業は前年比マイナス8%ととらえられているんです。もっといくと、郵便局の郵便員は28%なんていう削減率になっている。その中であって印刷は8%です。けれども皆さんに言いたいのは、手前味噌で、嫌味で言うわけじゃなくて、株価が上がっています。ということは、世界の人たちがこの市場、我々がやって

いるフォーム市場というものに非常に期待している、そのあらわれであるというふうに思っているんです。皆さまにもそういう機会は十分あるわけですから、ぜひとも一緒になって、みんなでひとつ大きな、いわゆる印刷業から脱皮して、新しい業種に突入していく、こういう大きないい機会だと思います。間違いなく、ぼくは前から言っている、個に対するアプローチがますます企業にとって必要になってくるんです。それに耐える体制と、能力と設備、さらに人を持っているのが我々なんです。ぜひともこの資産を最高級に活かして、大きく羽ばたいていくことをやっていきたい。

毎年、お正月になるといろいろ考えるんですが、ぼくは、一つはプロフェッショナルになる、と。それは何かといたら、印刷のプロフェッショナルには、ゼネラリストとスペシャリストがあるんですが、印刷のゼネラリストになる必要はさらさらない。昔は、広範な分野の知識・技術・経験をもつゼネラリストのほうが偉いと思っていた。ところが、今現在、この時代になってくると、スペシャリストのほうが断然企業価値がある。そういう評価がそこらじゅうで生まれている。我々はそういうところまで目をつけてやっていきたいなと思いますので、ぜひとも皆さん自信を持ってどんどん突き進んでいきたいというふうに思います。以上



て簡単ですが、皆さま方のますますのご繁栄と稼業の発展と健康とをお祈りしてご挨拶に代えさせていただきます。ありがとうございました。

## 1 各フォーム印刷工業会会長挨拶

北海道フォーム印刷工業会(渡辺副会長)

北海道の渡辺でございます。会長の西さんが今回出られないので、本日の理事会には代理で出席させていただきました。よろしくお願いいたします。

おめでとうございます。本年もよろしくお願いいたします。

北海道フォーム印刷工業会では、昨年12月5日に、定山溪グランドホテルにおきまして、セミナーと忘年会を兼ねて一泊で開催いたしました。セミナーでは講師にキャノンプロダクションプリンティングシステムズ様をお招きして、産業用プリンターの現状についてご講義をいただきました。

会員各会社様、かなり出席をいただきまして盛況のうちに終わりました。

東北フォーム印刷工業会(大門会長)

あけましておめでとうございます。

昨年の末までの状況というのは、東北に関しては、用紙素材業関係の営業の方に聞いても、動いていない、非常に厳しい環境だというふうなことを感じております。年末には忘年会も開いて、来週火曜日に新年会を開くのですが、ぜひその場で情報交換を活発にさせていただければと思います。フォーム印刷に限らないのですが、昨年に公示された「モノづくり補助金」等でも、県毎に印刷会社の申請の内容や、認可になった件数に非常にバラツキが出ているという話も聞いております。今年も補正予算と新年度予算で補助金等が実施されるという話を聞いておりますので、積極的にそういった部分も含めて活発な活動につなげていきたいと思っております。本年もよろしくお願いいたします。

中部フォーム印刷工業会(入野会長)

あけましておめでとうございます。中部は、愛知、岐阜、三重、静岡の4県から成り立ってはいるのですが、正会員も4県にちらばっております、なかなか全員がそろうことが、私が会長になってから、たぶん一回もないと思っています。ですので、今年は、5月の総会、9月の納涼祭、11月の研修会等、大きなイベントが2~3回あるので、そのとき極力大勢の方に出させていただいて、情報交換等をしていきたいと思っております。そのためには、ここでいろいろ仕入れた情報を提供して、価値のある理事会という形に中部をしていきたいなと思っています。魅力ある会にしていけないとなかなか集まってくれないのかなという気もありますので、今年はそのあたりを意識しながら1年を進めていき

いと思っています。

関西フォーム印刷工業会(溝口会長)

あけましておめでとうございます。

新年、特に櫻井会長の話にもございましたが、フォーム印刷が印刷産業の中で勝ち組だということをどんどん推していこうと。もういいことばかりでバラ色の1年がやってくるんだという形で、吠えるだけ吠えていこう。まあ、吠えすぎるとあまりよくないと言われていた方もおられますが、よくないところは、何かがおかしいんだというくらいの形で進んでいこうと思っております。

具体的な例としましては、私がいつもお話ししているのですが、最終のお使いになるユーザー様、あるいは最終でご注文いただくユーザー様が、大きくなっていただかなければ印刷業者も大きくはならないという考え方で、ビジネスフォームを超え、いろいろな新素材というものに目を向けて、いろいろな勉強会もしていきたいと思っております。紙の値上げの話もございますが、もっともっと製紙業者さんと、相互理解といいますか、私どもの苦しいところ、製紙業者さんの苦しいところの両方を理解していくという形でやっていこうと思っております。近々の話で言いますと、先週、関西のほうは新年互礼会に120名というたくさんの方に来ていただきました。フォーム印刷の団体に入っておられない他団体の方もおられますが、フォーム印刷をやっているけれどもまだ会には入っていないところや、一般印刷の方も来られましたので、その人たちに向けて、フォーム印刷はすばらしいんだというふうに言い続けております。実は、私は今日、これが終わりましたら、講演会と懇親会は欠席させていただく予定になりました。なぜかと言いますと、神戸に戻って夜7時から開催されます、日本製紙対王子製紙のアイスホッケーを応援しにいきます。これもやっぱり相互理解の一つとして、私が声掛けをして十数名の方が来られますので、私が行かなければ話になりません。そういう形で、いつもどおり元気だけを前面に出して、関西が日本の中心だというくらいの考え方でやっていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

中四国フォーム印刷工業会(太田会長)

今年もよろしくお願いいたします。

今年から、中国、四国、広域にわたって活動していかないといけないのですが、この冊子にも書きまされたように、「エリアマネジメント」を行って、各地区で行事を行っていききたいと思っております。

それから今年が目玉は、なんと主力地区で理事の会社さんが、フレキソ印刷工場を建てて、そちらの方向もやっていかれるということのプレス発表がありました。中四国フォーム印刷工業会では2社目になるとい

うことで、そちらのほうも一緒になって教えてもらいながら、新しい事業を融合してできればいいのではないかなと思っています。それと、雑談になるのですが、きょうは私にとって非常によい日です。鳥根県の松江市出身の錦織圭君が、2回戦を何とか勝ち抜いたようです。私も、30年前からテニスを特技としてやっています、あのころは、「レッツゴー・ウィンブルドン」と言って、ウィンブルドンが主体でやっていました。私もウィンブルドンまで行ったのですが、皆さんもテニスが得意というか、興味のある方は、懇親会でぜひテニス談議をしていただきたいと思います。

#### 九州フォーム印刷工業会（和田会長）

皆さん、あけましておめでとうございます。本年は、持回り理事会の幹事でございますので、どうぞよろしくお願いたします。

皆さん、おっしゃったことは非常にすばらしいお話ですが、会報に掲載していただきました私の年頭所感も、非常に短くまとめていただいております。櫻井会長がおっしゃっていた、最強集団、最適組織こそ、時代を超える最強集団ということで、社内のスタッフを大いに活用しています。私のこの短い話の中にかなり結構集約されているなど、勝手に自分で解釈したところもあったのですが、皆さん習慣のもとに動き発言していると思いますので、その習慣をちょっと変えていくということが、非常に大事なのではないかなと思っています。最終的には人づくりというところに注目しています。人づくりは同じ組織の中に違う年代がいますし、この40～50年の間にいろいろな文化が入ってきていますし、年代別に育った環境が大きく違いますので、相互理解をして、お互いの力を活かし合う組織や、お互いの力を活かし合う団体になってほしいかなと思っています。

それと「愛を与える」「愛を受け取る」「自分を会社をお客さまを愛する」というこの「愛の循環」を意識していきます。愛を与えずに求めてもいけません。愛を受け取ることばかり求めてもいけません。人が最終的にやることですので、自分ばかりを愛してもいけません。最終的にはバランスよく、愛情を持った人たちがあふれている、組織とか集団をつくっていくのが一番いいのではと思っています。そういう組織、団体づくりに邁進していきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いたします。

## 2 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を行った。
- ・会報No382号発刊、及びpage2015出展について報告する。

- ・IGAS2015出展計画について報告。

#### ◆資材委員会

- ・平成27年1月用紙事情について説明した。

#### ◆国際委員会

- ・北米印刷情報レポートを報告。
- ・欧州印刷事情視察ツアーについて募集期間・参加費用・スケジュールを報告する。

#### ◆環境委員会

- ・環境優良工場表彰応募について、募集要項に従って説明する。

#### ◆技術委員会

- ・Mac対応セキュリティについて、対応ソフトの評価報告を行なう。

#### ◆市場調査委員会

- ・2014年版「フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書」発刊を報告する。

## 3 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) 用紙値上げ要請に対する反対声明について
- (2) 印刷産業における環境自主行動計画の状況
- (3) 「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」の改正案
- (4) 「社会保障・税番号制度（マイナンバー制度）」導入について
- (5) 第66回全国カレンダー入賞作品
- (6) 平成26年度第3回個人情報保護研究セミナー開催

## 4 その他資料・ご紹介

#### 書籍紹介

- ・「仕事に役立つ経営学」著者：梅津光弘（慶応義塾大学准教授）日本経済新聞出版社
- ・「千年企業の大逆転」著者：野村進（拓殖大学国際学部教授）文芸春秋

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」

2015年初めての理事会ということでお集まりいただき、ありがとうございます。

いつもながらというか、年初にふさわしい、櫻井会長からの檄に近いご挨拶をいただきまして、印刷業界はマイナス8%ですが、我々の業界は違う、間違いなく、我々の業界はマイナス8%ということはなく、それぞれ厳しい状況ではありますが、また我々が目指しているところは、これから減っていくとか、斜陽産業ではないということ、皆さん方、各会長のお話からもうかがえると思います。

それぞれがスペシャリストとしてやっていきましょう。営業の皆さん方だけではなく、各社がスペシャリストとして、値段競争ではなくて、技術の競争、アイデアの競争をやっていこうということで、皆さん方が1年間やっていただければ、間違いなく、印刷業界の中での勝ち組み以上に、我々業界がすばらしい未来を切り開いていけるというふうにも思いますので、ぜひとも1年間よろしくお願いたします。

インフルエンザがはやっております。流行に敏感な櫻井会長は、さっそく取り入れられたようであります

が、健康には留意をして1年間を精一杯頑張っていきたいということをお願いいたしまして、最後のご挨拶にさせていただきます。ありがとうございました。

次回 平成26年度第9回理事会

開催日 平成27年3月12日（木）午後1時30分  
から

場所 日本印刷会館5階 501会議室  
を確認して閉会となった。

## 日本フォーム印刷工業連合会 平成26年度 第9回理事会議事録

■日時 平成27年3月12日（木）午後1時30分

■場所 日本印刷会館5階501会議室

■出席者（24名）

櫻井会長、小谷副会長、小林副会長、林副会長、玉田常任理事、山本常任理事、土屋常任理事、石井常任理事、大門常任理事、入野常任理事、溝口常任理事、太田常任理事、和田常任理事、佐々木常任理事、福武理事、坊野理事、朝日理事、渡辺理事、瀧本理事、西川監事、寺山監事、千葉会員、松田会員、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】

本日は理事会へのご出席ありがとうございます。

ただいまお話があったように、今回の理事会が本年度最後ということで、いろいろ本当にありがとうございました。非常に楽しい業界、明るい業界が一番だなと思っています。そういう意味では当業界は非常に明

る人が多い、言うことをきかない人ばかりで（笑）、あっち向いたりこっち向いたりしながらおやりになって、非常にいいんですけれども、平成27年度において、日印産連の総務委員会からいろいろな提案決定の話聞いています。大きな意味では、印刷業界はこれからどういうふうに変っていくのか、変わらざるを得ないのか、その辺をきちんと討論で確立しておこうというような大きな動きがあります。いわゆる印刷というグランドデザインの再構築という作業を、来年度から日印産連を中心にスタートします。そういう意味では日印産連の今までの委員会形態は、すべて違う呼称に変更になるということでございます。常設委員会とい



うのがありまして、そこに5つの運営委員会ができるのです。その名前、呼称は「ステアリング・コミッティ委員会」「価値創出委員会」「企業行動委員会」「地球環境委員会」「広報委員会」になり、それぞれの委員会に委員長が1人つく。その5つの委員会の下に部会が設けられます。「ステアリング・コミッティ委員会」に関しては、J F P I 組織検討部会。「価値創出委員会」に関しては、市場動向調査部会、知的財産部会、技術部会という3部会ができます。「企業行動委員会」の下では、情報セキュリティ部会、法令制度部会、女性活用推進部会、労働安全衛生部会ということです。「地球環境委員会」に関しましては、環境マネジメント部会とグリーンプリンティング推進部会。「広報委員会」が、企画部会と広報部会と社会貢献部会。こういうふうに分かれます。常設委員会の委員長のお名前は、推薦の案で3月末に決まりますが、そのときにまたお話しします。それぞれ印刷工業会から2名、全印工連から1名、全国グラビアから1名と、そんな感じで推薦されています。

あと、グローバルコンパクトに関しては、人権擁護とか、人権侵害の問題、組合の問題、児童労働の問題、環境問題等々について団体として加盟を宣言致します。また、日印産連が30周年を迎えるので30年誌の編纂をスタートし本年9月に発行予定です。それと「知的財産アドバンス」、こういうような雑誌を発行したり、「印刷用語集」の全面改訂を推し進めるとのことです。その他、有機化合物の簡易型警報機を作って、環境に対して常に目を光らせる、そういう活動をきちっとやっていきます。

最後ですが、印刷用紙値上げの要請に関しては断固反対を団体として表明していきます。

では、本日の審議をよろしく申し上げます。以上でございます。

## 1 委員会報告

### ◆業務委員会

- ・1月・2月度月次計算について報告。
- ・“page2015”報道記事を中心に日本フォーム工連ブースの展示内容について報告。
- ・平成27年度事業計画案・年間行事について報告する。
- ・創立50周年記念行事(“IGAS2015”出展・会報のリニューアル等)について報告。

### ◆資材委員会

- ・平成27年3月用紙事情について報告

### ◆国際委員会

- ・北米印刷情報レポートを報告。
- ・欧州印刷事情視察報告会についての開催案内。

### ◆環境委員会

- ・環境委員会開催報告及び、環境優良工場表彰審査について報告。
- ・「印刷料金」経済調査会に掲載されたエコ発注掲載記事を紹介。

### ◆技術委員会

- ・技術委員会開催の報告。

## 2 日本印刷産業連合会等関連報告

事務局山口より、資料に基づき以下の報告があった。

- (1)日印産連 平成27年事業計画概要(案)
- (2)Global Compact参加表明について
- (3)知的財産権研究会「こんなときどうする」発行の件
- (4)「印刷用語集」の進捗状況
- (5)平成26年度第3回個人情報保護セミナー紹介
- (6)第11回電子ペーパーシンポジウム内容紹介
- (7)『「特別有機溶剤」を正しく知る』セミナー開催案内
- (8)「フロン排出抑制法」施行について報告

## 3 その他資料・ご紹介

- ・書籍「デジタル印刷ビジネスBook」発行ニューブリテンティング
- ・小柳氏ご講演(関西フォーム印刷工業会)資料ワイン紹介

## 4 各フォーム印刷工業会からの報告

### 関東フォーム印刷工業会(林会長)

皆さん、どうもご苦労さまです。関東フォーム印刷工業会から報告します。1月にフォーム工連の新春懇親会が椿山荘でありまして、毎年バックグラウンドのお手伝いを関東のほうでやらせていただいております。200名以上のお客さま、来賓の方、業者の方に来ていただきまして、盛大に懇親会がやれたのではないかなと思っています。

あと、毎年関東では年に2回、ゴルフコンペで懇親会をやっているんですけども、正直、私は去年まで一切出ておりません。なぜかという、平日にゴルフコンペをやっていたので、平日は出ないよということで出なかったのですが、今年から、土曜日にコンペをやるように関東のほうは変えましたので、今年から出ようかなと思っています。

それから、前回の関東理事会のほうで、先ほどのマイナンバーの話がちょっと出たんですが、どうしてもマイナンバーは事業者コードと個人ナンバーということで、たぶん、日印産連のほうで5月に研修会をやるのですが、これは当然、事業者向けの「マイナンバ

ーはどうするの？」という話になるのであって、皆さん、我々もそうですが、期待されているのは、個人ナンバーをどういうふうに活用するのか、それがどういうふうに商売に結びつくのかというお話が、具体的にどういふふうに進んでいくのかなというところではないかなと思っています。

一昨日の新聞に出ておりましたように、預金口座にもマイナンバーを紐付けして、どうのこうのという形になっています。私の会社も多少金融機関さんと、いろいろお取引させていただいておりますから、マイナンバーをどういうふうにコントロールするかというお話もいろいろと出てきているのですが、印刷物は印刷物として、その前にナンバーをどういうふうに収集して、ナンバーを登録して、データ化して、それを印刷物にして活用していくかという、一つのいろいろな流れの中で、どの業務をどういうふうにやっていくのかというところが、たぶん今年から来年あたりに、ナンバーの活用という意味で出てくるのかなと思っています。

### 北海道フォーム印刷工業会報告(渡辺副会長)

西会長が所用で出席できませんので代理で報告申し上げます。

先日の「フンケラー・イノベーションデイズ」の視察には、私どものほうからは、私と本社社員1名を参加させていただきました。大変勉強になりました。いろいろとお世話になりまして、ありがとうございました。初日の会食の時に、弊社の社員がレストランの中で貧血を起こしまして、その場にいらした参加者の皆さんに介抱され、大変ありがとうございました。お陰様で無事でしたが、このことがきっかけで親交が深まったと本人は喜んでおりましたが、ご心配おかけました。同行したこの社員は、プリプレス側のデータ処理のほうの部隊の人間だったのですが、いろいろとオンデマンド加工ができる設備などを見ながら、「こういうのが入ってくると、我々の負担がまたどんどん増えますね」ということで、ちょっと恐怖に戦っていました。「そういったことを、どうやって簡単にやるかを考えるのがあなたの仕事だから、頑張ってください」と話しています。北海道ではこの3ヶ月間特に活動がなくて、4月24日には、北海道フォーム印刷工業会の総会を開催する予定でございます。

### 東北フォーム印刷工業会報告(大門会長)

東北フォーム印刷工業会から報告します。昨年末に忘年会を開催し、1月には新年会をやりました。後ほどまた、会報の方に記事を書かせていただきたいと思います。きのうで東日本震災4年目ということでございました。今回、新年会の講師には、仙台の秋保温泉「緑水亭」の若女将さんにお話を伺いました。秋保

温泉でも被害の非常にひどかった「緑水亭」という、非常に上位ランクの旅館があり、若女将さん自身は跡取りで、ピアノを専攻して暮らしていたが、実家に戻って、トラベット奏者の旦那様が社長さんやっております。とにかく帰ってきたあとの彼女の活動を聞いて、私自身、また会員のメンバーも、非常に感銘を受け、頑張っていることをひしひしと感じて、自分の会社だけではない思いを共有いたしました。彼女一人でやっているわけではないのですが、そういった部分を聞くことができましたので、改めて、震災が徐々に風化してきてはおりますが、本来の我々の商売でも、変化に対応するという力は、常に重要ではないかなということを感じました。非常にいい新年会になったと思っています。4月末発行予定の会報に、記事や写真を載せさせていただきたいと思っておりますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

### 中部フォーム印刷工業会報告(入野会長)

2月に中部フォーム印刷工業会の理事会を開催しております。情報交換等々、この日本フォーム印刷工業連合会の理事会の要点報告をしております。4月には懇親会を含めた理事会を開催、5月に総会という予定になっております。総会の記念講演がありまして、そこで石平氏を講師にお呼びして、「中国の国際戦略と日中関係」ということで、BF業界とあまり関係のない演題で講演していただく予定になっております。50～60名の参加者の予定ということで、ただいま計画を立てているところであります。

### 関西フォーム印刷工業会報告(溝口会長)

関西フォーム印刷工業会では、2月に理事会を開催し、兵庫支部をはじめ各支部で新年会を開催しています。関西は、大阪支部、兵庫支部、京都と滋賀の京滋支部という形で三つの支部に分かれております。まず、大阪支部のほうは、2月の最後に例会を行いました。いつもどおり、例会の後半はプチ勉強会を行いました。今回から3回にわたって、デジタルプリントについて三つの企業様、プリンターメーカー様からお話を聞くという、勉強会の第一弾が行われました。まずは富士ゼロックス様から、「プリントビジネスの動向と取り組みの紹介」という形で、インクジェットプリンタービジネスの市場性から始まり、フォーム印刷業界におけるデジタルプリントの課題、あるいは、どう打ち出していったら、どうビジネスチャンスにつなげるかという事例や、今後どうビジネスチャンスがころがっているか等、40分の予定を1時間くらいお話していただきました。

今後、第2弾は、キャノンプロダクションプリンティングシステム様、第3弾として、メディアテクノロジー ジャパン様を予定しております。それから兵庫支

部の例会に、先日3年ぶりくらいに行ったのですが、元気がありません。なぜ元気がないのかなという、全員集まれば10社以上になりますが、私が行くという連絡をしたにも関わらず、4社しか来ていない。ここ数年、兵庫支部は少ないのです。全国的に営業所を持たれている会社さんは、できるだけ地方の例会には、代理でもいいので出させていたいただきたい、ということをお願ひしたいと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。

#### 中四国フォーム印刷工業会報告（太田会長）

2月5日に新年会を行いまして、5月21日に総会を広島で開催しまして、5月23日に四国・徳島で理事会という予定になっております。あと、問題の紙の値上げのことなのですが、代理店からは4月1日から値上げを言われております。しかし、情報用紙の話はまだ全くないというような状況です。

#### 九州フォーム印刷工業会報告（和田会長）

2月に新年会、幹事の理事会を行いまして、ミヤコシの宮腰社長にもお越しいただき、お話をいただきました。今後は九州のメンバーにも、フォーム工連の理事の皆さま方に会わせたいなと思っていますので、こちらから持回り理事会への事前案内をかけさせていただきます。よろしくお願ひいたします。5月22日に定期総会する予定になっておりますが、10月に開催する持回り理事会の下見を兼ねて、城山観光ホテル、そしてゴルフは鹿児島高牧カントリークラブで定期総会と親睦ゴルフを開催したいと考えています。九州は紙の値上げに関しましては、今のところまだ具体的な話はいただいておりません。また、団体活動として、九州は皆さん非常に積極的に参加していただいておりますので問題はございません。仲良くさせていただきます。

最後に小林副会長より閉会挨拶があった。

#### 「小林副会長挨拶骨子」

皆さま、本日はお疲れさまでした。どうもありがとうございました。また、年度末の非常にお忙しい中、我々のこの日本フォーム印刷工業連合会の活動にご参加いただきまして、本当にありがとうございました。加えて、各社の日本工業連合会に対するさまざまな行事のご協力と皆さまのご参加について、心から感謝を申し上げたいと思います。

先ほど東北フォーム印刷工業会の話にもあったのですが、きのうが3月11日だったので、社の中でも黙祷したり、いろいろ思い起こすことがあるなどということ、時間が経つのが本当に早いなどということ、それから忘れてはいけないと思う次第です。はじめにもありましたが、我々の業界、印刷業界全体のグランドデ

ザインを変えていくという話がございます、結構大きく変えていこうというふうに動くと思われま。どういうふうになるのかというのは、我々の今現在の中では確定している話ではないのですが、やはり業界が動いていくというのを見ているわけにいかない、ぜひ積極的にご参加していただき、我々自身が業界を変えていくというスタンスに則って、全員で進めていきたいなと思います。

国際委員会の話にもあったのですが、今回、フンケラーの展示会に参加することができまして見てきたのですが、正直、まわりはもう全然印刷機というものは全くなって、すべてプリンター。カラープリンターが勢ぞろいしている中で見たものは、とにかく世の中の流れは早いと感じたのと、今までの我々が思っている印刷機を持ちながら、デジタル化していくというのは、これからどうしていったらいいんだろうな、ということ、否が応でも感じさせられた瞬間でございました。スイスの展示会場には結構海外から、インドとか中国からの人もたくさんいらっしゃいまして、アジア圏もかなりデジタル化は進んできているのかなということを感じることができました。

先ほどの話にもありましたが、今、我々は原紙というか、紙が値上げするという話の中で、非常に厳しい状況にいるのは事実なのですが、ここはやはり、各社各様の付加価値の付け方というのは、皆さん別々にあると思いますので、やはりしっかり付加価値をつけて、業界全体をパワーアップしていくということが大事ではないかと思ひます。いろいろなことをやる上では、様々な検討をするということも多いと思うのですが、海外を見ていると、スピードが大事だと否が応でも感じました。我々の業界もスピード感を持って、これからいろいろ対応していきたいと思ひますし、この結束力で、また、フォーム印刷工業連合会が頑張っているなどということ、何とか業界の中でも、力を発揮できるようにしてやっていけたらいいなと思ひます。

また、来月も皆さま、ご参加をよろしくお願ひします。きょうは本当にお疲れさまでした。どうもありがとうございました。

次 回 平成27年度第1回理事会  
 開催日 平成27年4月9日(木)  
 時 間 午後1時30分から  
 場 所 日本印刷会館5階 501会議室

を確認して閉会となった。

#### 日本フォーム印刷工業連合会主催

## 平成27年新春講演会 「コンプライアンスを越えて」を開催

平成27年1月22日に新春懇親会に先立って新春講演会を行った。

新春講演会では、慶応義塾大学商学部准教授で同ビジネススクール兼任教授の梅津光弘氏による講演「コンプライアンスを越えて」が行われた。

冒頭、玉田健治業務委員長は、「コンプライアンスはわれわれ企業人にとって興味ある大事なテーマでもある。大いに勉強したい」と述べ、梅津氏の略歴を紹介。

講師の梅津准教授は自己紹介で、「私の祖父は銀座の泰聖ビル(昭和4年に建設)という、いまでも出光さんの大きな屋上看板が掛っている、歌舞伎座の隣にあるところで、戦後は廃業を致しましたが、戦前印刷業を営んでおり、今回お招きいただいたときも、何かご縁を感じております」と述べ、企業倫理・コンプライアンス経営の制度化について話された。「責任明確化のためのCSR担当役員の任命、担当部署

の設置、現場の声を吸い上げる相談窓口の開設など」の必要性を語った。さらに、「各企業がルールを定めるだけでなく、業界団体をあげて企業倫理の徹底を図る」ことも必要であると述べた。また、日本企業の問題点については、「コンプライアンスを越える自発性」「コミュニケーションの欠如」などを挙げ、化粧品メーカーが進めるコードリーダー制、電力会社のカスケード方式などの事例を紹介した。そして、「ケースメソッド(事例研究)によるディスカッションなどの取り組みにより、コンプライアンスを高めるだけでなく、コミュニケーションの活性化にもつながる。企業倫理の構築は、時代と社会の要請であり、企業経営の価値転換と意識改革が必要である。また、グローバルに適用する企業は、Integrity(誠実さ)のある組織であり、日本人の誠実さが世界で競争力になりうる」と述べた。

#### 主要著書

- 『仕事に役立つ経営学』(共著)日本経済新聞社 2014年
- 『企業評価+企業倫理』(共著)慶応義塾大学出版会 2006年
- 『ビジネスの倫理学』丸善 2002年



講師：慶応義塾大学商学部准教授  
梅津光弘氏



新春講演会の風景

日本フォーム印刷工業連合会主催

## 平成27年新春懇親会を開催

1月22日、HOTEL椿山荘東京において「平成27年新春懇親会」を開催し、約230名が参加された。また、懇親会の前には「コンプライアンスを越えて」と題して新春講演会も開催され、企業倫理の重要性について学んだ。

懇親会の開会あいさつに登壇した櫻井醜会長は、「時代は大きく変わってきたという認識をもち、しっかりした経営を心掛けていかねばならない。われわれフォーム工連は、様々な強さを活かしていくことができる。デジタル印刷を駆使した工夫、新しい印刷ラインを構築する力、フィルムや厚紙に印刷する力を持っている。そして大手しかできないことも我々にはできる。それは『個』への対応であり、一人ひとりに対して、もっともふさわしいものを送ることだ。我々にはそれが可能であり、この分野が大きく伸びていく。フォーム印刷企業の活動はあらゆる場所に広がっている。これらの活動をバックアップする風土が我々フォーム工連にはある。会員の皆さんには、大きく活躍できる場を作っていきたい」と新年の抱負



櫻井醜会長

を話された。

来賓からは経済産業省文化情報関連産業課の高橋淳子課長補佐が、「コンプライアンス、CSRは非常に広い意味合いがあり、賃上げや適正な取引価格により経済活性化の元になる」と述べた上で、昨年12月に改正された個人情報保護ガイドラインについて協力を要請した。

関連業界からは日本印刷機械工業会の宮腰巖会長が、昨年スタートした設備投資促進税制の証明発行件数が当初予想の3割増しの2,400件を超えたことを報告。また、9月の“IGAS 2015”について「フォーム工連からも出展いただくが、最新鋭の技術革新に触れていただき、ブランドオーナー様の発信する未来志向のマーケティング情報を捉える場として活用して欲しい」と来場を促した。

日本印刷産業連合会の堀口宗男専務理事の乾杯発声で祝宴となり、交流が深められ、小谷達雄副会長の中締めでお開きとなった。



高橋淳子課長補佐



宮腰巖会長



懇親会会場

JAGAT・印刷出版研究所 共催

## 「欧州印刷事情視察報告会」を開催

国際委員会(土屋昇委員長)は3月27日、(公社)日本印刷技術協会、(株)印刷出版研究所と共催して、欧州印刷事情視察報告セミナーを日本印刷会館で開催し、140名が参加した。デジタル印刷・加工の専門展である“Hunkeler Innovationdays 2015”や、現地の印刷事情について、「欧州印刷事情視察ツアー」に参加した代表者による報告が行われた。



視察報告会会場全景

初めにケイズカンパニーの飯塚孝雄マネージャーが、2月にスイスで開催された“Innovationdays 2015”の概要を報告。今回は80社以上が出展し、4日間の入場事前登録者数は5700人、延べ来場者数は1万1200人。日本からも100人以上が参加したとの報告があった。



ケイズカンパニー  
飯塚孝雄氏

出展機器については日本印刷技術協会の相馬謙一氏が紹介した。特に1200dpiのデジタル印刷機に注目し、インキ滴が小さいため、より少ないインキ量で高濃度、高光沢を実現。水分量も少ないためサイジング剤が減り、オフセットとの兼用紙実現に近づくなどのメリットを挙げた。一方で、現在主流である600dpiに比べてデータ処理に4倍の負荷がかかることから、RIP処理にパワーを要することや、高画質なカラー印刷が前提と

なるためカラーマネジメントなどの知見が必須になると指摘した。

また、300m/分とオフ輪に近い高速化を実現したコダックの「Prosper1000+Press」や、薄紙に対応したザイコンの「Xeikon9800」と、最新折り機を使った能書折りでは有版と変わらない仕事ができると紹介。他にも、今回が初出展となったゼロックスの「Rialto 900」や、富士フィルムの「Jet Press 540W」、Hunkeler社製のBOD(Book On Demand)製本機や新聞製作機など、多様なソリューションを紹介した。



日本印刷技術協会  
相馬謙一氏

同氏は10項目のトピックスを挙げ説明された。

トピックス1：産業用インキジェットを主要メーカーの殆どが実機を展示。

トピックス2：注目点は高解像度の1200dpi。RICOH Pro VC60000と大日本スクリーンTruepress Jet520HDの実機を展示。



RICOH Pro VC60000

トピックス3：高速300m/分はオフ輪速度に接近。コンテンツ方式のKodak Prosper 1000 Plusを稼働展示。

トピックス4：レーザーミシンでセキュリティーパン



Kodak Prosper 1000 Plus

チ。Hunkelerレーザー加工機HL6を展示し、ミシン加工のほかレーザーで数字やサインをパンチで表現するセキュリティパンチを紹介。また可変加工が行なえるHunkelerミシン加工ユニットDP8にも注目が集まった。

**トピックス5:** Book製本ソリューションの紹介。一冊からの製造や一人ずつ内容の違うものを製造。HunkelerとホリゾンSmartBinding、ミューラー・マルティニのVAREO。針金綴じと糊綴じが可能なIbis中綴じ製本機をキヤノンのブースに展示。ハイデルはスタール折機にATS-Tanner丁合機を接続。

**トピックス6:** 薄紙対応としてXeikon9800とGUK折り機の組み合わせによる葉の能書作成。

**トピックス7:** 新聞制作ソリューションとして、ブランケット版、タブロイド版、仕上げカッターを入れてA3判パンフと、3サイズ対応を紹介。Hunkelerの丁合いは機械的な爪で行うのではなく、静電気を利用しているのが特徴。



新聞ソリューション

**トピックス8:** プレコーターにもポストコーターとしても活用できるプライマーコーター PC7。

**トピックス9:** メーリング機の出展。

**トピックス10:** “Innovationdays 2015”会場で新製品発表を行なった独立型インクジェットのゼロックス Rialto900。白紙ロールに表裏をプリントし、最後にシ



ゼロックス Rialto900

ートカットして出力するゼロックスのインクジェット版。

番外として、ブラザー工業が約10.3億ポンド(1,890億円)で買収したとのニュースが流れた英国Domino社からは、モノクロインクジェット機のK600iを出展。

最後にまとめとして相馬氏は「2年毎に開催されている“Innovationdays”は、ドルツパの中間での展示会で、2012年の“drupa”は、デジタル印刷機が主力で、オフセット輪転機が一台も稼働していなかった。日印産連のデジタル印刷推進協議会が毎年実施しているアンケート調査では、デジタル印刷の第一の用途として、売上アップの提案をしている会社が1/3。ワンストップ提案、在庫レス、オンデマンド効率等、コストダウン提案の会社が2/3を占めている。デジタル印刷機を単に小ロット印刷に使うのでは、オフセットの方が安く差別化にならない。デジタル機の特性を活かすことでソリューション提案になっていく。加工機も各種揃ってきており、これらが顧客に提案をかけるための重要な生産ツールになる」と、ソリューション提案につなげるための視点を提供した。

現地で視察したRotaform社(オランダ・アムステルダム)については印刷出版研究所取締役企画部長の難波利行氏が報告。ホワイトペーパーファクトリーを標榜する同社のクロスメディア展開などを説明した。

Rotaform社は1872年創業で143年という非常に長い歴史を有する。同族経営である同社はアムステルダムで事業をスタートし、1972年に現在地のレリスタッド

印刷出版研究所  
難波利行氏

Rotaform社

に移転、ビジネスフォームの会社として事業展開してきた。もともとは帳票関係を主体としており、書類・文章、請求書、証券、証書などの仕事などを手がけてきたが、近年では大手保険会社からの外部委託ビジネスも受注している。

また、ペーパーメディアに限らずweb、Eメール、文章メッセージなど、電子メディアにも積極的に展開し、今や印刷分野以外の売上げが50%を超えるほどになっている。そのため、データの出力だけでなく、逆に顧客から多量のデータが同社のサーバールームに入ってくる。当然ながら情報セキュリティが非常に重要な経営ファクターになっており、ISO27001を取得しているのもその表れである。

今回の訪問の案内をさせていただいたコマーシャル・ディレクターのエドワード・セイルミンク氏は、「現在、最も重要なのは情報セキュリティである。情報漏洩を一番恐れており、数年前に情報セキュリティマネージャーを任命した。そして、単に当社が情報保護を行うだけでなく、顧客を招いて情報管理プロセスを監査してもらっている。これにより当社の経験だけによらず、顧客の経験も活かした情報管理が可能となった。われわれは顧客のデータを100%管理しなければならない」と同社の取り組みを語る。実際、事前にメンバーリストを提供していた視察団が訪問した際も、本人確認のため、あらためてパスポート番号などの記入を求められるなど、情報管理に非常に神経を注いでいる。

さらに同氏は、「ここ数年かけてビジネスの力点をビジ

Rotaform社  
セイルミンク氏

ネスフォームから請求明細等の印刷へと変えてきた。といっても同製品はデジタル化によって、メール配信や、インターネットにより、減少傾向にあり、デジタル関係のサービスと、電子ドキュメントなどのビジネスも手がけている。こちらの分野は伸びている」と説明した。

「当社はVISAで有名な大手金融会社ICSと、オランダの大手保険会社のネーデルランデン社の両社が2大顧客だが、ネーデルランデン社は2013年より当社に外部委託を行い、すべてのデジタルプリントと電子配信サービスを当社で行っている。オランダでは、銀行、保険会社が内部で印刷していた請求書を、当社のような印刷会社に外部委託を行う市場トレンドが強まっている。このように、オフセットからデジタルへ向かう産業向けデジタル印刷の流れがある一方、インターネットやメール配信によるなどデジタルメディアへのトレンドもあるのが現状だ」とオランダでの状況も含めて説明された。

さらに、「情報の環境は変化しており、常に情報があらゆるところに存在するようになった。インタラクティブ・ドキュメントなどデジタル分野はますます重要になっており、より力を入れていきたい」と語っている。

パネルディスカッションでは、ツアー参加者からイセト一の和田英久氏、トッパン・フォームズの植田美里氏と浜田尊之氏、岩岡印刷工業の岩岡正哲氏が発表した。

和田氏は、デジタルがオフセットに代わる基盤になりつつあるとした上で、「オフセットと違う最大の強みは、インラインでさまざまなバリエーション出力物ができること。デジタルの利点を生かして効率を高めていけば、デジタル基盤で大きな革命が起きる」と期待している。

植田氏は、ICT等の専門事業部に長年所属していた経験から、スイスのスーパーマーケットで見た一般的なハンディ端末を使ったセルフチェックアウト方式を紹介。セルフレジの日本での普及は難しいとしながらも、スマートフォンを利用した新たな事業展開のヒントを得ていた。

浜田氏は、今回の展示会では製造現場で使えるレベルのバリエーション加工機が出てきたとしたうえで、工場担当者の立場から、バリエーション加工機を工場内で活用した場合の運用例などを紹介した。

岩岡氏は、“Innovationdays 2015”について、デジタルかオフセットかは議論の対象ではなく、インク・オン・ペーパーの可能性を追求した展示会だったと指摘。印刷分野の出展企業8社のうち5社が日本企業であり、デジタル印刷分野では国内より国外で存在感を示していること、専用ラインから少し選択の幅が広がれば印

刷会社への導入がしやすくなること等の感想を述べた。コーディネーターの相馬氏を交えて質疑応答が行われ、デジタルの可能性について語り合った。

印刷新報((株)印刷出版研究所発行)記事引用  
写真提供:相馬謙一氏、難波利行氏、黒澤勇氏

※ケイズカンパニー 飯塚孝雄 氏、日本印刷技術協会 相馬謙一氏、印刷出版研究所 難波利行氏の資料については、日本フォーム印刷工業連合会のホームページに掲載しています。



報告会パネルディスカッション

## 欧州印刷事情視察レポート

2月22日(日)から8日間、スイスのルツェルンで開催された“Hunkeler Innovationdays 2015”展示会への参加と、オランダ アムステルダム郊外にある印刷企業であるRotaform社を訪問する「欧州印刷事情視察ツアー」を実施しました。帰国後の3月27日(金)には、日本印刷会館会議室において「欧州印刷事情視察報告会」を開催し、7名の方々から報告をいただきましたが、報告いただけなかった6名の方々から寄稿いただきましたので掲載いたします。

### 全てが新鮮で実り多いツアー

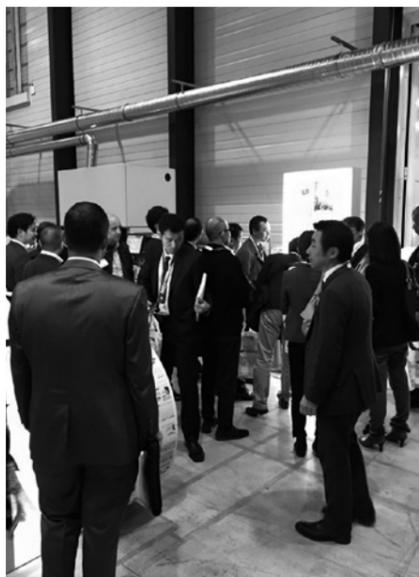
光ビジネスフォーム株式会社 高田勝司

私にとって、海外の印刷機材展等に参加させていただくのは初めてで、全てが新鮮に感じることができ、とても実りのあるツアーでした。

まず、“Innovationdays 2015”の報告と所感を書かせていただきます。

デジタル印刷機+Hunkeler加工機の組み合わせで、各社がBFと商印の垣根を飛び越えた内容で技術を競い合っていた印象を受けました。デジタル印刷機については、高性能(高解像度、高速化)とともに、さらに大型化してきた感じを受けました。万が一弊社が導入を考えた場合でも、スペースの問題は必ず発生するものと思います。また、同時に当然金額も比例していることを考えると、本当にコストに見合うのかが一番気になりました。ワンラインでデジタル印刷機からフィニッシュまで持っていくラインの展示がほとんどでしたが、一つの受注商品群だけで回し続ける受注量を確保できるとも思えず、やはりオフラインが現実的かと思いました。インクジェットの高画質について、1200dpi機などの高画質には驚きました。もちろんその高解像度データを高速RIP処理していく技術が伴っているところも感心しました。

加工機のバリエーションについては、レーザーマシンやダイナミックパンチ・マシン等の機械、また、サイズ可変のブックブロックなど、数多くの目を引くものが展示されていました。フィニッシングの部分のバリエーションを追及することにより、デジタル印刷機の特長との相乗効果を狙った意図が感じられました。この部分については、バリエーション可変にすることで多様な対応を目指すことはわかりますが、逆にラインが固定されてしまうということで、多種(?)の部分では逆行しているようにも感じました。



Innovationdays 会場視察

次にRotaform社見学の見学報告と所感について報告いたします。

創業143年の歴史を有するRotaform社へ訪問させていただき、会社案内から現状のオランダの市場を含めてご説明いただきました。また、工場内を見学させていただき、「ホワイトペーパーファクトリー」としての生産現場を体感させていただきました。Rotaform社の現状の売上比率や市場環境をお聞きして、日本国内と同じトレンド(フォーム印刷の減少、デジタルプリント等のアウトソーシング)であることを理解しました。また、それに対する取り組みに関しても、デジタルプリントを絡めた「電子サービス」が伸びていると説明を受けましたが、これと言った特別なものがあるわけでもなく、お客様(保険会社、銀行等)からの要望をお聞きして、一つ一つサービスを実現させているようです。これもまた日本国内の事情と変わらないと感じました。例えば、今後のビジネスフォーム業界に特効薬

は存在せず、多種多様なユーザーのニーズを、それぞれ、どうやってコーディネートしていくかの部分に、大きなウェイトがかかってくるのではないかと感じました。「ホワイトペーパーファクトリー」として、ビジネスフォーム印刷機がほとんどなく、ColorStream3000のインクジェットプリンターがメインで動いていました。プレプリントという考えを変えて、白紙フォームからすべて印刷することにより、用紙在庫を抑えてのコスト削減や、フルカラーバリエーション(保険会社の販促用冊子など)からQRコードを印字し、クロスメディア展開して電子サービスへと繋げている見本等があり、大変参考になりました。

末筆ながら、今回この展示会・会社訪問はもちろん、各イベント、会食等をご一緒させていただいた方々との交流を持てたことが、一番の収穫だったと感じております。引き続き、これを機に情報交換等続けさせていただければ幸いです。ありがとうございました。



Rotaform 訪問記念スナップ

### 多くのヒントと交流を深めたツアーであった!

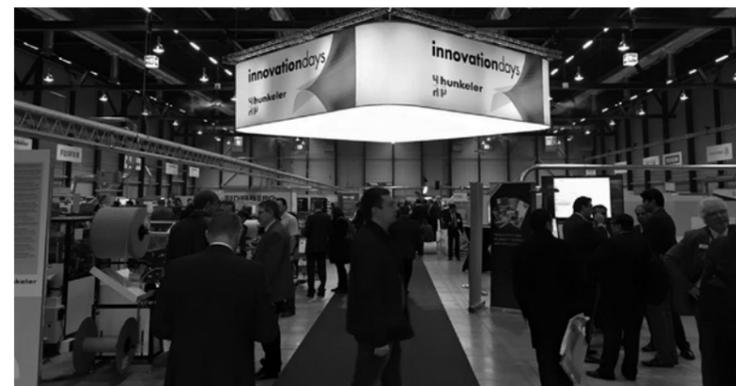
小林クリエイト株式会社 山岡義紀

2月22日から3月1日の間、日本フォーム印刷工業連合会共催での欧州印刷事情視察ツアーに参加させていただきました。

ツアーには弊社より3名、他に同業社様等総勢20名で参加し、Hunkeler社主催の“Innovationdays 2015”

視察、その後、オランダ Rotaform 社の訪問視察という内容でした。本ツアー前半では、世界的シェアの高い Hunkeler社の最新機器情報の確認と、展示される最新デジタル印刷機、後加工がどういった方向に進んでいるのか、知見を得ることが出来ました。内容については、すでにいろいろな場で報告されていますので、詳細記述は省略させていただきます。

マシンの技術の目指すところは常に生産性の向上で



“Hunkeler Innovationdays 2015” メッセ会場

すが、それだけではプロダクトアウトになってしまいがちです。今回の視察では、デジタルプレスによってお客様にどのようなサービスを提供できるのかのヒントになるものが多く、どの方向に向かっていくのか垣間見ることが出来ました。

また後半、オランダでは弊社と同業のRotaform社の業務、保有設備を見学することが出来ました。日本国内では、同業者の業務、設備を見学する機会は皆無かと思えます。ましてや、情報処理の業務については、自社でもセキュリティーの関係で入場規制があるのが一般的状況かと思えます。そんな中、海外という環境ゆえに、設備等の視察が出来たのは大変貴重な経験になりました。

さて、本視察の2大イベントは、上述2点ですが、その他にも特筆すべき事があります。それは、国内ではいわゆる『競合』となる同業者の方々と、本ツアーを通して出会えた事です。海外



欧州印刷事情視察団結式

## 多くの経験を積んだ視察ツアー

光ビジネスフォーム株式会社 矢田部昌平

出発当日から航空会社の事情で、ルツェルンのホテル到着が23:30(現地時間)の5時間遅れとなる波乱でスタートしたこのツアーも、結果的には有意義なものであったと今更ながら実感しています。ツアー参加の皆様には大変お世話になったことや、楽しいひと時を過ごせたことに改めて感謝いたします。

ツアーの目玉である“Innovationdays 2015”の視察は、メッセルツェルンにてHunkeler社の主催で4日間にわたり開催された内、2日間で加工機をメインに多くのデモ等を見学することができた。

全体的に多色(6色)デジタル印字に、あらゆる加工を施すというマルチタイプのもが目立っていた。なかでも印字後のロール紙に、レーザー光線で自由にミシンや型焼き抜き加工をしてカット紙に仕上げる、Hunkeler社laser HL6が記憶に新しい。また、完成時の姿が表紙付小冊子として仕上がる加工機類にも興味をそそられた。

次の視察先のアムステルダム郊外にあるRotaform社で、社員100名、年商約30億円(2,000万€)ほどの出力、発送を主な生業としている会社で、弊社と相通じるところも多い。倉庫には、既にプレ印刷を施してあるロール紙が山積みされていた。プレ印刷の上に可変デー

で行動を共にすることで生まれる親近感、他では経験出来ません。ツアー団長の日本印刷技術協会の相馬様も、業界関係者の連携を今後に生かして欲しいと発言されていました。今回のツアーをそのきっかけにしていきたいと考えております。

今後も別の企画が提案されると思います。ぜひ、若い方々に参加してもらい、経験を通して、人間的成長につなげ、業界を盛り上げて欲しいと思います。

タを出力、折り、封入封緘作業と進み、郵便仕分けまでの流れを見られたことは大いに参考になった。

郵便会社は2社(Sandd とPostnl)で、週2回ほどの集荷で、細かな分けや手封入といったマンパワーを要する作業は頻度が少ないようで、弊社との大きな温度差を感じた。

オランダの市場は、出力業務と商業印刷の境目がなくなってきていて、今後はインクジェット方式のバリアブル出力から小冊子に仕上げ、配送するタイプの商品が増えると予測していて、既に導入済みのオセColorstream 3500(インクジェット6色印字)と、小冊子仕上げの加工を施す業務が始まっていた。



Hunkeler HL6

弊社においては、毎日集荷があり、翌日配送、時間指定など様々な顧客の要求があるため、他社との差別化を目指した、なお一層の創意工夫が必要だとあらためて感じた。

ツアー中日に「ユングフラウヨッホ登頂」に参加。真冬の広大な山々と、澄み切った青い空の絶景を堪能できました。また、あまりに桁外れなスケールのスキー場には度胆をぬかれました。ありがとうございました。



ユングフラウヨッホ山頂

## 2009年の『HunColor』を実証

キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ株式会社  
岡西 健次

この度は、Hunkeler社最新ソリューション及び、プリンタベンダー各社様の出展概要の調査・学習のため、また、ColorStream3500フルカラーIJPシステムを導入いただいているRotaform社の視察の為に、ツアーに参加させていただきました。

スイス到着後、翌朝より“Hunkeler Innovationdays 2015”に参加させていただきましたが、まずはその内容に驚かされました。Hunkeler社のプライベートショーではありますが、パートナーベンダーが約80社協賛しており、主要プリンタメーカーの最新鋭プリンタシステムとインライン接続をすることもあり、非常にアプリケーションが想像しやすく、また自動化による効率化が目立ってアピールされていました。

思い起こせばHunkeler社は、2009年のInnovationdaysでは、「Hunkeler」と「Color」を合わせた造語、『HunColor』を謳い、近く始まるIJPフルカラー機によるオフセットの置き換えを見据え、BF加工+商印加工も含めた、より「高速」且つ「フレキシブル加工の自動化」、「幅広対応」を可能とする加工ソリューションを目指していましたが、2015年でこれを実証したと感じました。それを代表するUW8/RW8(300m/分対応)、DP8(ダイナ



Hunkeler DP8 加工機

ミック加工装置)、HL6(フレキシブルな刃を使用しないレーザーカット装置)、FC7(150m/分のタブロイド版/ブランケット版を自動切替する新聞加工システム)、SD7(200m/分の可変サイズに自動切替対応したブックブロックシステム)等が、インライン接続されアプリケーションを完成させていくラインは注目度が高く、参加者も多く質問をしていたことが印象的でした。

“Hunkeler Innovationdays 2015”の後は、オランダに移動しRotaform社の視察に参加しました。Rotaform社は1872年創業(ビジネスフォーム印刷は1972年より)の同族系フォーム印刷会社で、日本市場と同様に、特にビジネスフォーム印刷が減少していく西欧市場において、年商26億の実績を上げられている企業です。

その大きな要因として挙げられることは、①ホワイトペーパーファクトリー化による効率化とコスト改善。「事前印刷+モノクロプリンタ」によるデータプリントサービスを、「フルカラーIJPによる、白紙原反から一気に成果物を作成することによる効率化」と、「用紙在庫管理含めたサプライチェーンの改善」を実現。②ビジネスフォーム印刷のみならず、データプリントサービスも減少している中でのホワイトペーパーファクトリー化でも補えない、売上減少に対するE-Serviceの事業化拡大と理解しました。

特にビジネスフォーム印刷全盛期には10台あったオフセット輪転機が、現在では2台となり、主力はフル



Rotaform プリーフィング

カラー IJP機。且つこれまでの請求書を代表するDPSアプリケーションの他、個別フルカラーアプリケーション(パーソナルDM等)の開始に伴い、E-Serviceを立上げ、それを各々付加価値化して業務拡大をしていったことは、新たなフルカラー IJPソリューションのあるべき姿として写りました。

現在Rotaform社では、売上の55%がE-Serviceと伺いました。

今後、フルカラー IJPによるホワイトペーパーファク

トリーに進む中で、E-Serviseの取り組みによる新たな事業拡大を立ち上げられるメーカーやベンダー、協力会社との連携が活発になっていくのではないかと感じます。

最後になりましたが、貴重な体験・経験をいただきました本ツアーを企画いただきました、日本フォーム印刷連合会、印刷出版研究所様、また、共にツアー参加で情報交換させていただきました皆様に、この場をお借りして御礼申し上げます。

### より広い視野に立って!

(株)宮腰デジタルシステムズ 佐藤和茂  
宮腰精機株式会社 武藤 浩

今回のツアーでは2日間の日程で“Innovationdays 2015”の展示会を見学しました。見学に先立ち、日本からのツアー見学ということで、Hunkeler社からも歓迎を受け、Hunkeler社会長を初めとする挨拶の後、展示会の概要説明会がありました。プロジェクターを使った説明では、Hunkeler社の概要として会社の紹介、製品についての説明の他、今回展示されている各社の機械の特徴が紹介されました。

説明は、日本の代理店であるケイズカンパニーの飯塚さんが担当され、丁寧に説明していただいたため、英語の苦手な私にとっては大変助かりました。

実際の展示会場は予想以上のにぎわいで、Hunkeler社の実績・注目度を目の当たりにしたと同時に、ヨーロッパでも各種加工機・フィニッシング機械の需要が多いことも実感できたような気がします。

また、オランダのRotaform社の見学では、ロタフォーム社の紹介とオランダキヤノン社のプレゼンも行われ、海外の印刷会社を見学する機会はなかなかないことなので、大変新鮮でした。



Innovationdays 会場内フリーフィンク

海外の経験が少なかったこともあり、今回の視察ツアー参加を通して、自分がいかに狭い場所で仕事していたかということを感じました。同ツアーには、関連会社から多数参加されており、その方たちと関わりを持ってた事が、何より貴重な体験であったと改めて感じています。また、Hunkeler社の最新機を見学し、デジタル印刷機だけではなく、加工機その他フィニッシングや関連機器の需要と関心の多さに驚いたと同時に、我が社でもより良い機械をお客様に提供していかなければと思いました。

プリンターの印刷品質が向上し、各社1200dpi 機が主流になってきている中、さらに、付加価値の高い製品にするためには、書籍、小冊子、カタログ、新聞等、インラインで最終仕上げまで行う機械が益々増えてくると思われます。展示機でも、プラウ折、折丁、カット+スタック等々、スリットや断裁を経て、1ラインで最終製品まで生産ができる機械が多く、完成度も非常に高かった。多様なニーズに対して、生産する機械についても、様々な仕様に答えるべく進化していかなければならないので、見習うべき姿勢がHunkeler社にはあったと感じています。

印刷品質や加工精度が向上するにつれて、検証装置も重要になってくると思われます。日本では、ページ物に対して、各種バーコードの検査装置を使用することが多くなっているが、今回の展示では組み込まれている機械はあったものの、思ったより少ない印象でした。今後、この分野でも需要が多くなってくるのではと思います。

Hunkeler社のレーザー加工機は展示機の中でかなり注目されていました。“DRUPA2012”で最初に発表され、3年の歳月を経てソフトを含めた開発を終え、本格的な販売に至ったとのこと。レーザー加工機は開発費がかかるため、どのメーカーも高価になってしまいが、Hunkeler社では、通常の加工の他にセキュリティ加工の可能性を提案することで、更なる高付加価値をアピールしている。機械の性能と同時に運用の提案

をすることで、メーカーとしての資質のようなもの感じました。

最後に、ツアーに参加出来たことに大変感謝しています。今回の体験を生かしながら、さらに印刷及び関連技術に関する知識と技術力の向上に努めて参りたいと思います。



Innovationdays 会場前記念スナップ

### オランダのユーザー企業を訪問して

キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ株式会社  
作田 勉

今回の「欧州印刷事情視察ツアー」のユーザー見学先に、オランダのRotaform社が入っており、参加させていただきました。Rotaform社は大手金融機関からのフルカラーデジタル印刷のアウトソーシング先として成長されていますが、弊社のOce 製品がこれをお手伝いしていると聞いており、実際に確認したかったためです。また、Hunkeler社とは、弊社グループがパートナー企業として国内外で製品を販売・サービスをさせていただいており、最新の加工機やプリンタの動向を調査する事も大事なテーマでした。

最初の2日間は“Hunkeler Innovationdays 2015”の見学です。大きな会場が2つあり、1つは加工機とプリンタメーカーに分けて展示されていました。もう1つはソフトウェアや製紙関連各社のインフォメーションとケータリングのブースです。

加工機関係ではHunkeler社が一番大きなブースを構えていましたが、数多くの加工メーカーが自動化・効率化・小ロット対応などに向けた製品を展示していました。Hunkeler社製品では、①フォーマット長を自動切替可能にし、機能性と処理スピードを大幅に高めた



Hunkeler Canon ブース

最新アンワインダー UW8/リワインダー RW8、②よりダイナミックな加工機能を搭載したパンチング&パーフォレーションデバイスのDP8、③ドイツで納入が決まったレーザーモジュールによるミシン・セキュリティパンチングを可能にしたHL6などが注目を集め、今回参加された皆様も熱心に質問をされていました。

小職はプリンタメーカーの立場から各社のプリンタをソリューション・色味・生産性の観点から見学させていただきました。各社インクジェットプリンタを前面に出し、加工機との連携でどこまで出来るか各種サンプルを揃え、対応力の広さとアプリケーションの豊富さをアピールしていました。勿論弊社ブースも同様であったことを付け加えさせていただきます。

ユーザー見学のRotaform社では最初に会社概要のプレゼンを行い、工場ホワイトペーパーソリューションをはじめとする、トランザクション印刷のプロセスを見せていただきました。以前はオフセットのみ10台以上並んでいた工場は、プレプリント紙を印刷する2台を残して、①Oce社のインクジェットプリンタのColorStream 3500 x 4タワーと、②トナー系ではモノクロ追い刷り用に同じくOce社のVarioStream7450 が2台、Xerox社のカットシート機2台(モノクロ1台、カラー1台)、③その他にコレクターや折機、大型の封入封緘機(ロール紙、カット紙夫々に用意)に入れ替わり、トランザクション印刷がメイン業務の会社になっていました。用紙は全てピンなし・切り取り線なしのロール紙が、オフセット用・インクジェット用共に保管され、必要に応じてピン穴や切り取り線をインラインで入れたりと、オフセット機を通紙してピン穴をあけたりするとのことでした。顧客のフォームも適時在庫し、システムでアイテムごとに管理して、印刷時の用紙指定に利用されていました。在庫している紙の保管料も顧客から徴収しているとのこと、数名の方から羨望の声も出ていました。封入封緘や郵便局への発送業務だけでなく、クロスメディアの対応としてWeb配信・メールでのPDF配信も行い、クレジットカード会社・保険会社・



Rotaform カタログサンプル

宝くじなど大手顧客の印刷業務を請け負っていました。

最後にColorStream のホワイトペーパーソリューションの事例として、某保険会社のパーソナライズカタログのサンプルを紹介されました。20ページ程度のリーフレットが顧客の年齢層などにより、一部の画像コンテンツや商品を可変して印刷している事例のサンプルでした。パーソナライズド・コミュニケーションシステムのGMC Inspireで処理しており、関心深い見学になりました。

最後はオランダらしくチーズをお土産にいただき、アムステルダムまで戻りました。

## 今年も「page2015」に出展

2月4日から3日間、「変わるニーズ。変わるビジネス。」をテーマに、サンシャインシティコンベンションセンターで開催された“page2015”に、今年も日本フォーム印刷工業連合会は会員やパートナーを集めて出展した。

今年の“page 2015”は出展社数も増加し140社。3日間での来場者数は昨年より多い67,990名と、page事務局から発表があった。



page 2015 会場と日本フォーム工連事務局展示



会報の第1号



フォーム工連の講演者の著作

フォーム工連では様々な分野から講演者を招き、講演者の著作はいつも興味深い。

前身のフォーム印刷協議会が設立された40年の翌年に発行されたフォーム印刷の歴史を語る会報の第1号を展示。

トッパン・フォームズ(株)はフォーム用紙の端にあるマージナルパンチのくずを使ってアートに仕上げた宵湖舎の作品「まきまきエコクラフト」を展示した。このアートを使ってカレンダーも作成され、第66回全国カレンダー展では優秀な作品として銀賞を受賞された。

(株)イセトーはイセトーユニバーサルデザイン「ユ・ニ・バ」を紹介。



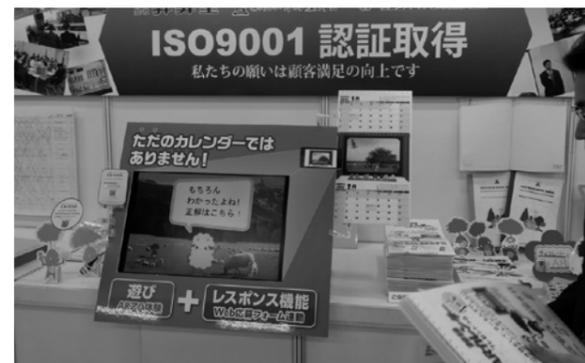
まきまきエコクラフト

三郷コンピュータ印刷(株)と、(有)みさとみらい21は、高精度で長尺の凸版印刷物を展示。



ユニバーサルデザイン「ユ・ニ・バ」

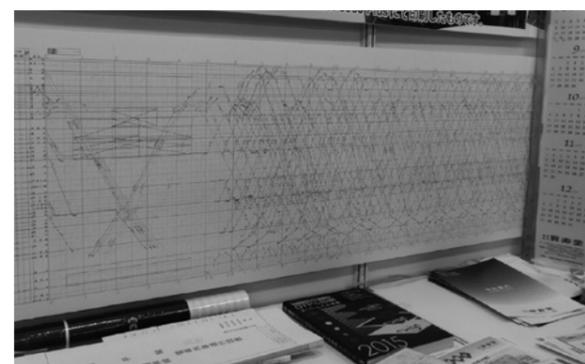
(株)木万屋商會は、(株)昇寿堂と三郷コンピュータ印刷(株)の3社で、一緒に認証取得したISO9001の長尺パネルを背景に、A R・動画を大々的に取り上げ、情報収集レスポンス機能の付いた販促品としてのカレンダーをその製造工程の動画を見せながら配布していた。



情報収集レスポンス機能の付いた販促品としてのカレンダー

(株)昇寿堂はHeikon を用いた列車運行ダイヤグラムをサンプル例として展示していた。長尺でカラーの印刷ができる特徴を活かしたもので、鉄道マニアでなくても興味深い。

スカイツリーの写真を使ったカレンダーはプラスチックシートにHeikonで印刷されている



Heikon を用いた列車運行ダイヤグラム



高精度で長尺の凸版印刷物

UCDA は、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会が別途説明会も開かれ盛況。見やすいデザインというのは、高齢者にとっても重要で、生命保険や地方自治体等がUCDA 認証を取られており、顧客サービスとしての価値が認めてきている。



UCDA ブース



特別会員の(有)TOOVは、海外にも販売されている静止画像装置のデモによる製品紹介を行なった。

出展参加者の皆さん、ご苦労さまでした。

※写真提供：ジーエーシティー(株)発行「page 2015調査報告」

## 東北フォーム印刷工業会

## 役員会・講演会・新年会を開催

東北フォーム印刷工業会(大門一平会長)では、1月27日仙台のホテル白萩にて、役員会並びに講演会・新年会を開催しました。講師には秋保温泉「緑水亭」の若女将である高橋知子さんをお招きし、震災からの復興にまつわるお話から、秋保温泉というブランドづくりに留まらず、松島の女将さんたちとの連携による、仙台周辺のエリアを視野に入れた誘客活動など、成果に基づきながら活気に満ちたお話をしていただきました。

知子さんはピアノ奏者、ご主人の社長はトランペット奏者としての経歴があり、家業とはいえ緑水亭の経営に携わるには、様々な苦労もあったことと思います。追い打ちをかけるように起きた東日本大震災は、苦難という言葉だけでかたづけることはできませんが、持ち前の明るさと行動力によって、社員と共に会社を変え、地域が一つとなって復興に取り組み、新たな秋保温泉の魅力を創り続けています。

高橋さんの視点はオーケストラの指揮者のようであり、各パートの特性を活かしながらも全体をまとめ上げる姿は、厳しい景況の中で様々な取り組みをしている、会員企業にとって非常に有意義な講演となりました。



講師 高橋知子氏

全国の会員のみならずも復興支援のためではなく、おもてなしの秋保温泉にぜひ一度足を運び、「緑水亭」に泊まってみてください。洩れなく希望と元気をいただけるはずです。

## 中部フォーム印刷工業会

## 平成27年度活動計画を決定

中部フォーム印刷工業会(入野康会長)は2月・3月の定例理事会を開催し、定期総会の開催計画・新年度の役員体制等について検討し、概要を決定した。

定期総会・記念講演・懇親会の開催は、5月25日午後3時からメルパルクNAGOYAで行う。講演会の講師は評論家の石平(せきへい)氏、講演テーマは『中国の国際戦略と日中関係』と題してお話をいただく。

新年度の役員体制として、現在理事をしていた伊藤民康氏(伊藤印刷(株))が退任され、同社の山元和弘氏が新たに理事に就任される予定です。

新加入会員情報としては、レスター工業(株)の名古屋営業所様より入会申込があり、4月1日付にて準会員としてご入会いただくことになった。

また、4月の理事会終了後には、新年度に向けて理事の懇親を深めるため、懇親会を予定しています。

## 関西フォーム印刷工業会

## 平成27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、毎年恒例の新年互礼会を、平成27年1月15日に堂島ホテル(大阪市北区)にて、午後3時30分より理事会、その後午後4時30分からは講演会、午後6時より懇親情報交歓会が行われました。

講演会では、講師に小柳才治様をお招きし、「星の数ほどある世界のワインをどう楽しむか? 難解ワインを90分でマスターする」と題してご講演いただきました。

小柳様は、日本のワイン業界およびワインソムリエの中でも、知らない人はいないほど、ワイン全般に精通しておられ、世界のワインをどう楽しむか、仕事で忙しい私たちに、ワイン短期マスターの秘訣などをわかりやすくご講演いただき、後半ではワインと料理の相性を解説いただきました。世界的ワインの出荷量の順位はイタリア、フランス、スペイン、チリ。日本市場でよく飲まれているワインは、フラ

ンス、チリ、イタリア、スペインの順であること。そして、4つの葡萄の品種のシャルドネ、リースリング、ピノノワール、カベルネソービニオンを覚えれば、ワイン通になれることや、ワインは目で色を味わい、かおりを味わうなど、いろいろなことをわかりやすくお教えいただきました。その後の懇親情報交歓会では、わざわざ、4つの葡萄の品種のワインをご用意いただき、飲み比べもさせていただきました。

懇親情報交歓会では、和楽器演奏集団独楽「こま」様の大太鼓や獅子舞等の縁起のいい演奏から始まり、来賓として大阪の8つの印刷関連団体代表様をお迎えし、日本フォーム印刷工業連様からも、多くの出席をいただき、さらに今年より会員以外の会社様にも多数ご参加いただき、総勢130名以上の盛大な交歓会となりました。



講演会会場



ワインの試飲



親睦情報交歓会会場



和楽器演奏集団独楽

## 関西フォーム印刷工業会

アイスホッケー  
アジアリーグ応援に参加

関西フォーム印刷工業会(溝口剛司会長)では、平成27年1月22日に19時から神戸ポートアイランドスポーツセンターにて行われました、アイスホッケーアジアリーグ「日本製紙クレインズ対王子製紙イーグルス」の試合を会員や印刷業者と12名で、中立な立場で、応援して参りました。

試合は、ホームチームの王子製紙が、4対1で勝利しましたが、初めてアイスホッケーを観戦する方ばかりでしたので、大いに盛り上がりました。会場は、洋紙関連の業者様たちで、いっぱいでした。



## 大阪支部「第45回プチ勉強会」を開催

関西フォーム印刷工業会大阪支部(平松敬康支部長)では2月26日、J Pビル8 Fにおいて、15社から16名が参加して、2月例会と第45回プチ勉強会を開催した。

今回のプチ勉強会は、『富士ゼロックスにおけるプリントビジネス動向と取り組みのご紹介』と題して、富士ゼロックス株式会社の岡宏美様に発表いただいた。サマリーは次の通り。

## 「インクジェットプリントビジネスの市場性」

電子写真方式(トナー)の成長は2015年をピークに、2020年にはインクジェットの市場規模が逆転す

ると予測されている。

## 「フォーム印刷業界における課題」

フォーム印刷分野の売上高は昨年とほぼ変わりなく業績回復の傾向。その要因は消費税増税による一時的な特需との懸念の見方も読み取れる。一定的な売上の伸長を目指すために、今後の事業展開としては「システム開発関連分野」への関心が高まっており、モノではなくコトを売るというシステムインテグレーションにより、長期的なビジョンで収益を確保する仕組み作りに関心高。

## 「富士ゼロックスが考える打ち手とビジネスチャンス」

お客様に付加価値を生み出す「コト」とは顧客接点強化による売上拡大…増力化。

市場ではネット販売拡大に伴い、対面営業をしない業種が増加し、唯一の顧客接点である通知物に、顧客に見合った情報を選定しタイムリーにお届けする動きが活発化。(生協、通販、保険業界など)。

## 最適化・効率化によるコスト削減…省力化

現状のフォーム輪転機+モノクロプリントの2工程をインクジェットプリンターで白紙から一度にフォームとデータ印字までを一気通貫で行うことで、製造効率を上げ、トータルコストの削減を提案。



## 中四国フォーム印刷工業会

## 新春講演会と懇親会を開催

中四国フォーム印刷工業会(太田真義会長)は2月5日、メルパルク広島において新春講演会と新春懇親会を開催した。参加者は14社から17名が出席され、講演会では(株)合同総研代表取締役の篠原敦子様から「税務調査の傾向と対策」についてご講演をいただいた。

税務・会計・財務・経営分析等による中小企業の経営指導を行なっている同氏からは、①税務調査の種類と時期は？ ②税務調査対象選定のチェックポイントは？ ③税務署から調査の事前連絡がきたらどうするか？ ④税務調査時の対応はどうすればいいのか？ ⑤そして事前の準備は？等、より具体的なお

話をいただいた。

新春講演会の後、新春懇親会も開催され新年の抱負を語り合った。



## 九州フォーム印刷工業会

## 平成26年度第4回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19日に、福岡の「博多廊」にて平成26年度理事会と懇親会を開催した。

参加者は会員21社から27名で、新年を迎えて最初の理事会・懇親会ということもあり、多数のご出席をいただいた。

理事会においては、和田会長より近況の用紙事情報告等や、今年九州開催となる「持回り理事会」の概

要報告と協力の要請等が行われた。

また、研修会の一環として、会員企業から提案いただいていた自社工場の研修見学会の議案や、研修会の今後の内容についても討議された。

特別会員を含めた懇親会では、会員相互の情報交換や、今年抱負など話題も沢山出され、おおいに盛り上がった。

最後に、平成27年度の九州フォーム印刷工業会の定期総会は、日本フォーム工連の「持回り理事会」の開催準備も含め、鹿児島で行うことを告げ閉会した。



## 北米印刷事情PIAレポート (WhatTheyThink) より

### 成長か、生存か、死か？あなたの2015年

インフォトレンドズディレクター Howie Fenton 氏

業界のリーダーが成功していない会社と行動を異にするのは驚くにあたらない。2014年発行のInfoTrendsレポートより。

北米プロダクションプリントサービス：業界の変革を探るによると業界のリーダー達は2015年に大きな計画を持っている。彼らの目標は

- ・工程の革新とソフトウェアで製造コストを減少させる
- ・より付加価値の高いサービスの導入
- ・より多くの時間と感心(注目)を、市場と販売に集中させる

貴社の2015年の計画はどうか？ 現状の延長でしょうか、それとも新しい事への挑戦でしょうか？

ここでヒントを出します。アインシュタインの狂気という言葉の定義は、同じ事を繰り返しながら違う結果を求めることです。

#### なぜ変わらねばならぬ？

印刷物とマーケティングのサービス提供者は、伝統的な商品からデジタルのサービスへと移行している。この移行は、印刷物、宣伝、プロモーションの全ての市場に渡っている。わずかな会社は依然の商品とサービスで存続が可能であろうが、その他ほと

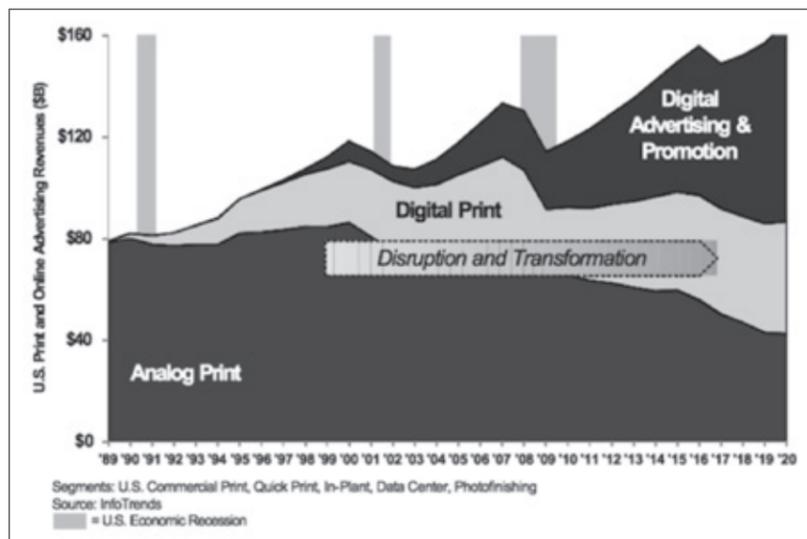
んど会社のサービスは市場において、崩壊するか、集約される流れに巻き込まれている。

このトレンドは米国の印刷物、マーケティング、宣伝広告の市場に破壊的な変革をもたらしている。我々は印刷業界に長年あって、ここ数年の間にくつもの破壊的な技術を見てきた。そして我々のビジネスを恒久的に変えたのだ。これらの変化は1990年代初頭、トナーのデジタル印刷機がオフセット印刷市場を侵食しだした時から始まっている。

その後、モノクロの産業用インクジェットプリンター、さらに、カラーの産業用デジタル印刷機がそれに追い打ちをかけている。

ハードウェアから始まった破壊的技術であるが、ソフトウェアの方がより破壊的であった。デジタル印刷機の導入のほんのすぐ後、印刷業界におけるソフトウェアが、ワークフロー機能の提供をはじめ。ワークフローもプリントMISも重要であったが、さらに重要なのはeコマースのソフトウェアである。インターネット検索、広告ツール、そして直近のモバ

図1 グラフィックコミュニケーション：  
変わりゆく市場



イル・マーケティング・サービスである。宣伝広告費用のインターネットとモバイルへの移行は、伝統的な商品とサービスの減少と同期し、あたかもワン・ツー・パンチとなって印刷業界を脅威にさらしている。(図1)

The Pew Research Centerのレポートによれば、全ての伝統的な広告媒体(例：テレビ、ラジオ、新聞)は減少している一方で、オンラインとモバイル広告は増加している。この宣伝広告収入の移行は、大部分が商業印刷に依存している印刷物のサービス提供者にとって極めて重要である。新聞、雑誌への折込、DM、カタログ、大判ポスター、販促物等々は、全て商業印刷会社の売上を構成している。宣伝広告費用の移行は、必ずしも特定のアプリケーションや市場に直結していないので、ここではオンライン/モバイル広告がどのように市場を変え、それがどの特定のアプリケーションに影響を与えるのかを考察する。

#### ケーススタディ：自動車販売店

自動車販売店は、車とそのサービスの販売のために、新聞と印刷物を利用し続けてきた。事実、自動車販売店と食料品店の広告は、長年新聞広告で成功するジャンルとして認知されていた。数多い特定業種が長年利用しており、それらの一つが車とそのサービスの販売であった。デジタル印刷機による可変プリントの到来が、この業種へのアプローチを画期的に容易にした。私の友人が、よく車とサービスの宣伝を、世界規模の可変プリントでキャンペーンを行う例を語っている。newsosaur blogの記事によれば、宣伝広告費の新聞、ラジオ、テレビからデジタル印刷への移行は、自動車部門において極めて顕著である。

このような変化は、課題とも機会とも捉えることができる。もし、あなたがデジタル印刷機により可変プリントサービスを、自動車販売店に行っている印刷業者だとしたら、彼らがプリントからオンラインメディアに移行するのは大問題であろう。一方では、検索サービス、有効なSEO、パーソナライズされたURL、QRコードによるクロスメディアマーケティングサービスに強みがあれば、機会として捉えることができる。

#### 全ての運命が暗闇ではない！

これらは、印刷会社が死に近づく種族だということではない。前述のInfoTrendsのレポートによれば、

米国の印刷業界は2012年から2013年にかけて平均4.1%の増収を得た。約1/4の会社が売上が変わらなかったとし、66%近くがなんらかの増収を、そして10%未満が減収としている。

現在、印刷業界のリーダー達は、営業とマーケティングにより大きな戦力の配分、生産ワークフローの自動化、可変データプリントのさらなる提案、デジタルサービス比率の向上、収益率の改善、後加工サービスの充実等々の複数の戦略で増収を果たそうとしている。

しかし、印刷市場のサービスは印刷会社に限らない。InfoTrendsの調査によると、同じ傾向が社内印刷市場にも見られる。社内印刷業者も一般印刷業者のように、また多くの戦略で成功への道筋をつけようとしている。製造コストの削減、効率の追求、パフォーマンスの計測/ベンチマークの設定、新規プリント市場、付加価値サービスの追求等だ。

#### 最後に

InfoTrends は、「印刷産業は今後も重大な課題に直面する」としている。それは、新しい技術、より効率のよい自動化ソフトウェア・ソリューション、プリント・マーケティング・サービスに対する顧客需要の変化などである。すべての会社がこのような挑戦に立ち向かって、必要な変化を実行できるかというところではない。しかしながら我々の印刷産業は、社内調査から見ると生き残るために組織を変えなければならない。貴社はどちらに向かいますか？ 成功、生存、それとも死？ 明日のマーケットにおいて貴社の確かな地位を確立するために、下記の事項を検討し、回答していただきたい。

- I. 貴社の顧客の需要の変化を捉えていますか？
- II. 印刷業界のリーダー達と貴社の能力を計測し、数値的な比較をしたことがありますか？
- III. 同業他社が新商品、新サービスを始める中、貴社はどのように戦って行きますか？
- IV. 2015年を2014年より良くするために、貴社は何を变えますか？

## ビジネスを変革することは旅路であって目標ではない

インフォトレズグループディレクター バーブ・ペロー (Barb Pellow) 氏

### はじめに

変化は必ず起こる。だから、永遠と同じように会社を経営することはありえない。印刷ビジネスに息吹をもたらすには、いまグラフィックコミュニケーションの市場で起きている変化を反映した戦略をとらないといけないだろう。賢い一部の印刷企業はその変化にしっかりと対応している。除々に変化する業者もいれば、ブランドを一新する企業もいて、その戦略はさまざまだ。

### ビジネスを変革するための戦略

この数週間、私は変革を志すいくつかの印刷企業と話してきた。私たち業界の仲間は、まさに変革の道中にいる。彼らが持つアイデアや戦略を以下の通りまとめてみた。

### 変革の準備は、まずトップから

事業を再構築するには、発想の転換が必要。過去の固定観念を捨て去ることだ。成功するための要因が変わってしまっているため、これまでの成功体験を考え直さないといけない。

ニュージャージー州のOCGマーケティングソリューション社は、1966年にフルフィルメントサービスを提供する会社としてスタートした。その後、すぐ使えるマーケティングサービスプロバイダーへと進化していったのである。同社は、データを中核とした、フルフィルメントやマーケティングプログラムを提供することで、マーケットリーダーとしての地位を築きあげた。そして、業界の水準を超えたサービスを安定的に提供することによって、高い成長を維持している。「私たちは変革以外の道はないと割り切りました」と語るのは、マーケティング兼事業開発担当ディレクターのBob Rose氏。「選択した道は、適切な人間的確かなマーケティングを提供する関係性を持ったマーケティングビジネスでした。簡単に言えば、パーソナリ化されたマーケティングコミュニケーションですね。私たちは、ウェブやモバイルアプリケーション、ソーシャルメディアマーケティング、可変コンテンツマーケティングプログラム、データ管理、データ加工、高度なサンプリングやクロスメディアマーケティングなどを提供しているのです」と話している。

### 事業戦略を定める

ビジネスを変革するには、まず自社の強みと弱みの棚卸しをしなくてはならない。その上で、自分の姿をどのように変えたいかを明確に見定め、解決しようとしている様々な課題をはっきりとさせないといけないだろう。

Scott Mallen氏は、1995年にPronto Printer社という苦戦していたクイック印刷フランチャイズを買収した。その際、社名をSpectrum Printing & Graphics社に変更。提供する事業内容を棚卸したうえで、会社の位置付けの見直しを行った。「最初の一歩として、デザイン、印刷、メーリングをワンストップショップで提供する会社を目指しました」とMallen氏は語る。

「2007年にiGenとXMPieを導入し、オンラインチャンネル、PURL、ホームページ、メールマーケティングなど新事業に進出し、2009年になると、大学勧誘に特化するようになり、高等教育機関への勧誘業務に、常に革新的なものを提供する会社として認知されるようになりました。今日、全米の大学に画期的なソフトやマーケティングソリューションを提供しています。戦略的な高等教育機関への勧誘プロセスと、最先端なCRMプラットフォームを併せ、先進的な勧誘プログラムを作成するもので、この分野ではマーケットをリードしていると自負しています。日々拡大していく混沌としたメディアチャンネルの中、学生が何処にしようと、タイムリーに、意味のあるコミュニケーションを提供できるよう大学を指南しています。弊社の戦略は時間の経過とともに進化していったのですが、どの方向へ向かうべきかについては、最初にはっきりと定めていました」と話しています。

### 耳を傾けよ！

会社、製品、サービス、ブランドについて、お客様、従業員、ビジネスパートナー、業界の専門家に意見を求めよう。彼らのニーズは何か？ 自社についてどう見ているのか？ 顧客化満足についてお客様はどう考えているのか？ を明らかにするために、定量的、定性的な調査を行い、答えを導いて下さい。

### 競合について調査せよ

ビジネスや製品の差別化を図りたい。ビジネス優位に立つための特性について把握する必要がある。これには、市場の競合について入念に研究をすると良いだろう。競合について熟知すれば、お客様にたいして、競合ではなく、自分から何故買わないといけないかを説得できるはずだ。競合についての情報は、巷に溢れている。競合のウェブサイトを見るだけに限らず、Google Trendで業界の最新動向を知ることができるし、Google Alertsを使えば、競合の動きを適時に報告してくれるだろう。その他に、Alexa、Compete、Keyword Spy、Hoovers、ReferenceUSAなどリソースは豊富にある。ソーシャルネットを使えば、消費者が競合についてどう語っているかを把握することができる。競合についてのインテリジェンスを持てば、ビジネスを差別化するための的確な判断ができるようになり、独自の戦略を作りだすことができ、ますます成功を獲得することができるだろう。

### 顧客ベースを考えなおす

ビジネスの変革には、これまでと違った市場と顧客層にアピールする製品やブランドを提供していく道もあろう。Spectrum Printing & Graphics社は、ビジネスモデルを変えたときに、教育機関の勧誘市場に焦点を絞ると決めた。その判断があったからこそ、会社は教育機関に特化した独自のCRMプラットフォームを構築できたのである。1995年から2013年の間に除々ではあったが、狙うべき市場を大きく転換することができたのだ。

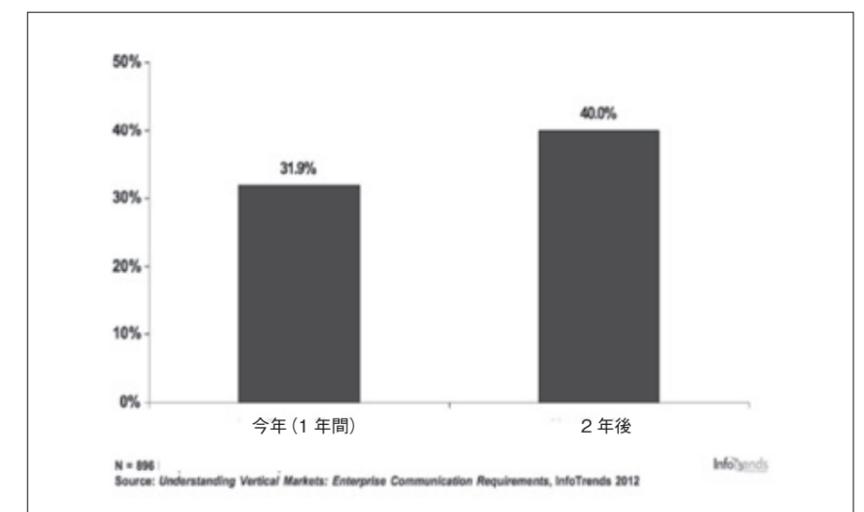
### 顧客が製品を手に入れやすいようにする

今、販売チャンネルに大きな変動がおきていることは周知のことだ。これまで、印刷企業は直販かディストリビューター(生産設備を持たない販売代理店)を通じて製品やサービスを提供してきた。これからは、ますます、オンラインチャンネルを通じて、それらを提供しなくてはならないだろう。新しいチャンネルを開拓するだけでも、新規ビジネスを立ち上げるくらいのビジネス拡大効果につながる。製品とサービスが手に入れやすくなれば、売上げが伸びるだけでなく、お客様もメリットを享受することができるのだ。InfoTrendsが1,000社以上を対象にして「業態別にマーケットを分析する：企業のコミュニケーションのニーズ」という調査を実施した。結果は、大手企業の40%が、印刷物をウェブ経由で今後購買していく方針だと回答している。印刷企業にとって、ウェブを介した販売は、全体の販売戦略の中で、欠かせないものになっていくだろう。(図1)

### 適切なソリューションを定める

適切な製品とサービスを的確なタイミングで開発するのは難しい。多くの印刷企業がこのことで悩んでいるといえよう。お客様から助言をいただき、競合について調査した次は、自分のビジネスをどのように料理していくかが課題になっていく。ブランドを再パッケージ化してリポジショニングすべきか？、新しい販路を開拓すべきか？、プロセスを合理化するのか？、新しいソリューションを提供するのにパートナーが必要か？などを検討していく。変化する市場に対して、いかに適切にビジネスとして位置付けるかが肝要となろう。

図1 インターネットを介して発注した、または、今後発注する印刷物の割合は？



1914年創業のカリフォルニア州のサクラメントにあるDOME社は、印刷企業や新聞社に製版サービスを提供してきた。1969年にRay Poole氏が率いるようになってから、製版をオフセット印刷に事業を転換させ、DOME Printing社に社名を変えた。40年が経ち、同社は北カリフォルニアにおいて個人事業としては、最大の商業印刷業者までに成長した。2004年にTimとBobのPoole兄弟が、父から事業を買収。新しい顧客の開拓と、サービスの拡大のため、同社はスーパーワイドフォーマット印刷設備を導入した。VistaprintやShutterflyなどは、新製品を開発する専門部隊を持つ。常にお客様について調査し、変化するコンシューマー市場のニーズに合った製品とサービスを開発している。印刷企業にとって鍵となるのは、このような変革を行う場合の費用算出だ。新しいお客様を呼び込むために役立つ変革を優先させるべきである。お客様の経費削減をいかに貢献するか！付加価値をいかに提供していくか！等、判断基準をはっきりさせ、焦点を絞って検討するとよいだろう。

## 実行計画をつくる

不思議の国のアリスに登場するチェシャ猫は、アリスの問い掛けに対して、「何をしたいか判らなければ、歩み続けてさえおれば、確実に何かはなしとげるじゃろうよ」と答えている。しかし、ビジネスに変革をもたらすには、考えぬかれた戦略的計画が必要だ。しかも、実行可能でなくてはならない。日替定食のようにその場その場の判断に頼るより、市場や商機について包括的なレビューを毎年行うべきである。日々のマーケティングや営業活動に邪魔されずに、長期的視野に立った戦略的判断を文書にまとめるべきです。戦略的計画を策定したあとは、それを本棚にしまいこまないで、何に効果があって、何を直さないといけないかを、定期的に進捗をチェッ

クする必要がある。

## 明確に会社の姿勢を伝える

変革が進化的なものであろうと革命的なものであろうと、筋の通ったブランドを反映するストーリーを物語らないといけない。ペンシルベニア州のアレントアウンに所在するPacesetter Enterprises Incは、23年間、印刷とフルフィルメントサービスを提供してきたが、事業をマーケティングサービスプロバイダーに転換すると決断した。お客様のビジネス全体を合理化し、マーケティングプロセスを改善し、コスト削減をしながら、売上げ増大や効率化に貢献するパートナーとしての自社のポジションを築きたかったからだ。そこで、Pacesetter社は、印刷とウェブ技術を統合した最先端のソリューションを開発する。営業とマーケティング担当ディレクターのKim Grossは「変革にはコミュニケーションが大事だ」と言う。そして同氏は「会社ブランドの再構築を行った際は、新しいサービスなどを紹介したメルマガを毎月配信しました。既存のお客様とはミーティングを行い、新しいサービスのメリットを伝えました。現在もそれを続けています」と語っている。

## 結論

変革は確かに難しい。今日の市場では、会社は大胆、且つ、際立ったものでなくてはならないからだ。変革は到達点ではなく、旅路である。道のりは当然険しく長い。終点が見えなくても続ける覚悟が必要だろう。ただ一つははっきりと見えていることがある。それは、「今日の激変する市場の中で、旅路の一步を踏み出す以外に道はない」ということである。

PODi JAPAN

翻訳協力：Mitchell Shinozaki

## 産業用インクジェット「もはや波ではない。爆発だ！」

企業コンサルタント David Zwang 氏

私にとって、工程を合理化する新しい技術と商品を見るのはいつも面白い。それらを単に見るという動作だけではなく、印刷会社にとってどのような価値と機会を産みだすのかを見ている。しかしながら、この記事では新製品と技術の発表の狭間を縫って、

これまでこのシリーズで紹介してきた商品を、各社がどのように導入し、設備を受け入れて利益を享受しているのかを見てみよう。

インタビューした会社の代表達と話をしている、生産用インクジェット機は40年に渡って存在してき

たが、市場で急速に立ち上がったのは、ここ2年間であるとあらためて認識した。

Wilén Direct社の上級副社長Paul Caravello氏は、「フルカラーのバリアブルプリントにおいて、ここ2年間で起こったことは、これまでの30年間よりも多い」と話す。初期に産業用インクジェット機が生産していたのは、需要の少なかった請求明細や利用明細書、文章中心のプリント、オフセット印刷物への追刷りなどが主力であった。しかし、ここ数年で大きく変わった。ワシントン州EverettのK&Hインテグレイテッド印刷社の社長であるDarren Loken氏は、昨年で終わった2年間を印刷業界から振り返って見ていると、彼は「インクジェットが爆発した」と気づいたという。しかし、業界とそれを支える市場に火を点けるのは単なる技術だけでは困難だ。

## パーフェクトストーム（破滅的な事態）

あまり好ましくはないが2008年を振り返ってみよう。我々はその時に大きな再編を見据えていたのを記憶している。グローバル経済は停滞し、前向きな会社は生き残りをかけて変革しようとしていた。結果として、新しい経済を発展させるための、出版、マーケティング、広告費用は、どこでどのように行われるかが見直されたのだ。ターゲットを絞ったマーケティングは、紙メディアにおいても、電子メディアにおいても、同一内容の発信よりレスポンス率は優れているのだ。ただし、紙メディアを正しく行うためには、「より困難で、よりコスト」もかかる。しかし、事実上、多くの事例が示すように、投資対効果を考えれば紙メディアのコストは高くない。そして、我々はニーズを掴んだのだ。

もうひとつの要因はターゲットを絞り込んだマーケティングで、先ず「よいデータ」が必要である。メーリングリストは昔から存在しているが、効果の高いターゲットマーケティングには、単に名前と住所以外にも、様々な情報を必要とするのだ。大手企業が成長し、顧客データを維持していく中で、インターネットを受け入れ、さらに、モバイルを受け入れることにより、データ分析が主流となった。よって「よいデータ」が容易に入手できるようになり、そして、このデータはインターネットやモバイルだけでなく、紙メディアにも利用可能なのだ。Wilén Direct社のCaravello氏は、彼の顧客がいかにデータを中心に考えるか、そして、顧客の準備が整った時に「バリアブル印刷を提案する」と語る。

## 新しい技術がアプリケーションを広げた

このシリーズと“Drupa 2012”のシリーズにおいて、産業用インクジェット機の技術的進化と、その制限についてハイライトを当ててきた。しかし、制限の多かったバリアブル印刷が、品質要求の低いアプリケーションから、高品質を求めるDMとマーケティングアプリケーションに移行するのを確認した。ここ3年間のいくつかの進化によって、これは可能となった。進化は主にヘッドの制御の改善、より良いインク、さらに、インクジェット用紙の選択枝が増え、専用紙のコストも下がった事による。

最新の産業用インクジェット機がもたらす真価は、より幅広いアプリケーションに対応できることである。K&H社が選挙の投票用紙への印刷が受注でき、産業用インクジェット機を探していた。そして、このプリント設備で商業印刷目的にも利用可能なものを望んでいた。そこで、彼らはCanon Océ ColorStream 3900を選択し、昨年7月に設置した。Loken氏は最初にインクジェット機を設置した時には、太平洋岸北西部におけるインクジェット用紙の供給は、現在とは大きく異なっていたという。問題は、彼らが北西部において最初の産業用インクジェット機を導入した会社であったことだ。新しい技術に最初に飛びつくのはなかなか難しいことだが、プラットフォームを確立することによって得られる高い評価と、長期的な利益で苦勞が償われるのだ。

ワイオミング州 Eau ClaireにあるDocumation社の社長であるMartin Aalsma氏によれば、1年半から2年前にHPのインクジェット技術が強化され、所有していた2台のHP T200をT230にアップグレードし、モノクロからカラー印刷が可能になった。彼はこのアップグレードによって、アプリケーションの幅を広げるとともに、HDNAや他のHPの新技术によって、顧客の多様な品質と、生産性の要求に対応できると考えている。

Wilén Direct社は、産業用インクジェットの導入は初めてではない。10年に渡ってKodakのプリントヘッドをオフセット印刷機に搭載してきた。この追刷りによって、彼らと顧客はバリアブル印刷によってどんなことが可能になるかというアイデアを根付かせ、Wilén Direct社は2年前のProsper 5000を導入した。そして、彼らと顧客は95%をバリアブル印刷に移行した。同社は最近Kodak Prosper 6000を購入し、スピードと生産能力を増強し、さらに品質を上げた提案を行っている。

フィンランドのHansaprint社は、オランダでのベータテストを終えてRICIH VC60000の1号機を発注し、来週から生産を開始する。Hansaprint社のビジネスユニット部長のJukka Saariluoma氏は、すでに「白紙」からのバリアブル印刷の会社であった同社に、この設備は、さらに新しい能力をもたらすと言う。Hansaprint社は2002年のKodak Versamarkから始まり、徐々に他の設備を増設している。Infoprint5000もその一つであった。今までの仕事は書籍、新聞、雑誌の混合であり、今後はDMとPOSに拡張していく。Hansaprint社にとってVC60000は多種の製品群を柔軟にこなしていくプラットフォームと考えている。

### 集って村を作ろう

我々のディスカッションの中で常に繰り返し出されるのは、「これらの新しい投資の回収には、情報の共有が必要性である」というテーマだ。プリプレスがデジタルになった時も、デジタル機が登場した時も、他のあらゆる時期にもこのテーマは共通していた。競合企業間も協力の精神を発揮して、新しい技術の利用者と協力することにより、全ての企業や関係者がWin-Winになれる。

最も価値があって可能な方法は、HPが設立した「Jetcomm」のようにベンダーが設立したユーザー会に参加することであろう。そこで、ユーザーは経験を共有することができる。Canonは新しい産業用インクジェット機のユーザー会とフォーラム「thINK」を9月に行うと発表した。さらにCanonはデザイナー向けガイドに「Press・go」というビジネス開発用のポータルを追加した。これは産業用インクジェット

機向けのデザインを制作するにあたって非常に有用である。

さらに、DMの印刷会社であるIWCODirect社は、バリアブルデータとインクジェットプリントについての価値ある情報を公開している。我々はIWCODirectを6月に同社を訪問する予定なので、彼らの産業用インクジェット技術の状況について、より詳しくお知らせする。

### 結論

産業用インクジェットがメインストリームとなったのは明白だ。このことは単なるメインストリームではなく、彼らの多くにとって現在でもあり、将来でもある。

インタビューした全ての会社にとって、産業用インクジェットこそがビジネスを前進するためのコア技術であった。また、全ての会社は産業用インクジェット機を今後1～2年の間に増設して、トナーのデジタル機やオフセット印刷機から置き換えようとしている。より重要なことは、彼らは今まで成し遂げたこと、さらに、新しいアプリケーションに取り組めること、そして、彼らのビジネスを成長させるため、これらの技術を駆使することに「エキサイトしている」ことである。

### 何か抜け落ちがあるか？ 何を期待できるか？

今回は、我々は何者で、何か抜け落ちてはないか、そして drupa2016までの間に産業用インクジェットに何が望めるのか、について考えてみたい。

PODi JAPAN

## 2020年に繁栄する印刷会社になるためには？

インフォトレズグループディレクター バーブ・ペロー (Barb Pellow) 氏

去年、私は2020年に印刷会社が繁栄するにはどのように変革すべきかについて講演の依頼を受けた。その内容について色々と考え、調査したすえ、印刷会社を変革するための3つのキーワードに辿りついたのである。

それは、多角化、オンライン、データ主導だ。

この記事は3部から構成されている。第一部は、多角化について触れていきたい。

今日、コミュニケーションメディアとしての印刷

は、強力なデジタルメディアとの戦いを強いられている。インターネットが登場する前のように、印刷は独占的なプレイヤには二度となることはできないだろう。新しい市場で生き残るには製品とサービスの多角化が必要だ。

多角化はいろいろな意味を持つ。すぐに思いつくのは投資のポートフォリオであろう。株や債権などに分散投資することにより、一部の資産が下落したとしても、ポートフォリオ全体を守ることができる。

事業の多角化も同じ考えだ。売上げのほとんどが、ひとつの顧客に依存していれば、誰でも神経質にならざるを得ないだろう。製品やプロダクトミックスも同じ。売上げのほとんどがひとつの製品群によって構成されていれば、それがだめになったときに保険が利かない。印刷会社が製品群を考えると、よく陥る落とし穴は製造の視点で分類することだ。印刷会社は、印刷をオフセット、デジタル、ワイドフォーマットなど生産技術別にまとめがちだ。しかし お客様はそのようなまとめ方はしない。経営目標にどのように製品やサービスを活用するか用途別に分類する。例えば、貴社がラベルを専業とする印刷会社であったとしよう。提供される製品群はラベルというより、消費される製品価格を構成する一部分だと思わないといけな。長年印刷は、お客様がマーケティングを行うときに真っ先に使われるメディアであった。チラシ、小冊子、説明書など、印刷物が果たす役割は、ほとんどがマーケティングの用途なのである。

お客様のマーケティング活動に使われる印刷だが、商業印刷会社が提供する製品群は、依然として印刷に偏りすぎている。一方、マーケティングに活用されるデジタルメディアの発展は凄まじい。その煽りを受けて、印刷が打撃を受けていることは言うまでのことではない。電子メールは破格的に安いし、トラッキングができ、容易に導入することができる。Googleやソーシャルネットワークなどプラットフォーム上に広告を打つのはいたって簡単だ。デジタルメディアは、マーケティングの効果を正確に測定することができ、印刷と比較すると明らかに優位性を持つ。

貴社は、製品やサービスをどのように分類しているのだろうか。このような質問をすると印刷会社は、製造の視点で分類する。デジタル、オフセット、ワイドフォーマットなどの答えが即座に戻ってくる。だが、お客様の視点にたった分類となると思考停止してしまう。トランザクション、コンプライアンス、製品価格、マーケティング、プロモーション、サイネージ、教育など、お客様の用途別に分類している印刷会社はどれくらいあるだろうか。競争が激化するばかりの今日、印刷会社が自分の事業を本当に理解するには、まず自社が提供している製品やサービスを使って、お客様がなにを成し遂げようとしているかを把握する必要がある。

2020年でもお客様の事業に貢献し、繁栄したけれ

ば、製品群について印刷メディアの枠を超えたものへと多角化しなければならないだろう。今、マーケティングの予算は、印刷からオンラインディスプレイ広告、サーチエンジンマーケティング、メール、ソーシャルなどデジタルへ大きくシフトしている。その大きな流れに対応するため印刷業界は「マーケティングサービスプロバイダ」という言葉を編み出し、あるべき姿の理想像をつくった。しかし、実際には、ものづくり中心の事業(内向き)から営業を主体としたソリューション事業(外向き)へと転換しきれていなく、どのようにはじめたらよいか、どのように進めたらよいか苦慮しているのが実情だ。素晴らしい印刷製造会社であることと、素晴らしいマーケティングサービスプロバイダになるためのスキルとマインドセットはまったく別もの。印刷が独占していた時代は、市場に素晴らしい印刷物を提供すればそれで充分であった。今日、印刷はたくさんある選択肢のなかの一つに過ぎない。お客様は、本来印刷を欲しているのではなく、彼らの事業に貢献するツールを欲しているのである。そこにこそ、ビジネスチャンスがあるのに、印刷会社はお客様中心の外向きの姿勢より、自分が得意とする強みばかりに焦点をあてて内向きになってしまっているのだ。

印刷会社が内向きのため、売られているプリントソフトウェアツールも、印刷会社が欲するものになりがちだ。機能が印刷会社の業務をいかに効率化するかに比重が置かれている。だから、Web to Printソリューションの多くが、検索エンジン最適化(サーチエンジン最適化)、製品評価、エンゲージメント(顧客接点)などのフロントエンド機能より、オーダー管理、面付け、ワークフローなど、バックエンド機能が充実しているのは、そのためだ。

印刷業界がよく話題にする「マーケティングサービスプロバイダ」というと、すぐメールマーケティングとか、ホームページに誘導するQRコードなど、上面の話になってしまう。私が考える「マーケティングサービス」とは、自分が日頃から携わっているビジネスの枠を飛び出して、お客様の懐に飛び込むことである。これには発想の転換が必要で、多くの印刷会社の経営者にとって、自分が無知であるということ認めることになり屈辱感が伴う。けして心地よいものではない。

最近、私は毎年開催されるHPユーザーズコンファレンスのDscoop XでHPのValerie DiCarlo女史と一緒に講演する機会があった。彼女は、我が講演チーム

に加わったばかりで、サーチエンジンオプティミゼーション・マーケティングを専門とし、印刷業界出身ではない。彼女は私にこう言った。「色々な業界で講演してきたけれど、オンラインを介してお客様の経営に役立てようとする議論がこんなに少ない業界は始めてだわ」と。我々が、製造現場という枠から飛び出せないのは、そこに経営資源を注力すべき確固たる理由があるわけではなく、その居場所が自分にとって一番居心地よいからである。

印刷会社が多角化するには、まず、お客様が貴社から購入した製品やサービスを使って何を達成しようとしているのかを知ることから始まる。彼らのビジネスの目標がわかれば、それを達成するための製品群を広げていくことができるからだ。

多角化する鍵のひとつとして、印刷以外の製品、外注される印刷物、そして、デジタルソリューションなどを売っていく意思を持たないとならない。印刷

会社が内向きである程、大きな発想の転換を要するだろう。内向きの企業は、投資した印刷機の稼働率をいかに上げていくかを考え、元を取ろうとする。販促景品のノベルティをいくら売っても、稼働率向上には何の役にも立たない。だが、殻を破って、製造現場の壁を越え、これまでお客様に販売してきた製品を越え、そして印刷物を越えて、他のコミュニケーションの手段をどのように提供していか、発想をあらゆる方向へ広めていくかが肝要となる。

多角化には、経営層だけではなく、会社全体に発想の転換が必要である。それには、内向きの製造中心の発想から、外向きの顧客志向のソリューションビジネスへの発想の転換を要するのだ。

PODi JAPAN  
翻訳協力：Mitchell Shinozaki

厚生労働省労働基準局

安全衛生優良企業公表制度を開始

厚生労働省は、労働者の安全や健康を確保するための対策に積極的に取り組み、高い安全衛生水準を維持・改善している企業を認定し、より社会的に評価され、認知されるために、当該認定を受けた企業を積極的に公表する安全衛生優良企業公表制度を創設し、今年6月から運用することとしました。

本制度により公表された企業は、安全・健康・働きやすさのために積極的に取り組み、労働者を大切にする優良企業の証です。認定を受けるには、過去3年間労働安全衛生関連の重大な法違反がないなどの基本事項に加え、労働者の健康保持増進対策、メンタルヘルス対策、過重労働対策、安全管理など、幅広い分野で積極的な取組を行っていることが求められます。

認定を受けると、認定マークを利用することができます。健康・安全・働きやすい優良企業であることを求職者に対してPRできたり、優良マークを広報、商品に使用し、取引先や消費者に対してPRでき、企業イメージの向上にもつながります。また、間接的なメリットとして、本制度の認定によって労働安全衛生水準の取組レベルを示すことにより、社員の働く意欲や生産性を向上させることにもつながります。

また、厚生労働省のホームページでも認定を受けた企業名を公表し、この制度の認知度を高めていくため、広報を続けていきます。

厚生労働省労働基準局

経済産業省

「印刷業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」の改訂

昨年4月1日の消費税増税実施に合わせて、「印刷業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」が改訂されましたが、再度、本年3月に「下請事業者と親事業者の間の望ましい企業間取引を推進する」ため、ガイドラインが改訂されました。

今回の改訂点は、適正な下請取引等を行う上で留意すべき取引事例や、様々な企業の望ましい下請取

引についての事例を紹介する「ベストプラクティクス（取引改善）事例」の充実を図っています。

詳細は中小企業庁ホームページ「下請適正取引等の推進のためのガイドライン・業種別一覧」をご覧ください。

経済産業省

編集後記

いつも日本フォーム印刷工業連合会発行の会報「フォーム印刷」をご愛読頂きましてありがとうございます。弊団体は日本でビジネスフォーム産業が生まれてまもない1965年7月に「フォーム印刷協議会」と創立され、翌年10月1日には業界発展のための広報誌として「フォーム印刷協議会会報」が発行されました。今年には団体創立50周年になりますので、四半期ごとに発行しております会報をリニューアルし、表紙デザインとともにA4版に変更して、多くの情報を会報紙面にて皆さまにお届けしたく思います。今後とも会報「フォーム印刷」のご愛読をよろしくお願いいたします。

高精度印刷品質インスペクションシステム

静止画像装置 PowerScope4000



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

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

100%欠点検査装置 Shark4000LEX



- 6K(グレースケール)又は4Kピクセル(カラー)のラインチップカメラ
- カメラ幅最大600mm
- 最少欠点検出サイズ：  
0.035mm<sup>2</sup>  
(カメラタイプ、ウェブ速度等に依存します。)
- ジョブレポート機能により、欠点検査結果をPDF形式で保存又は出力可能

- オプション：PDF比較、カラーモニタリング、バーコードチェック、レポート長モニタリング

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



最高の製品とサービスを提供するために邁進します

**MHL series**

LED-UV スリープ式オフセット輪転機



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

**MJP20MX-7000**

フルカラーインクジェットプリンター



最大用紙幅	520.7mm
最大印刷幅	508mm
乾燥方式	熱風ロールドライ方式
用紙坪量	64 ~ 157G/㎡
使用インク	水性顔料インク



株式会社 **ミヤコシ**

〒275-0016

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

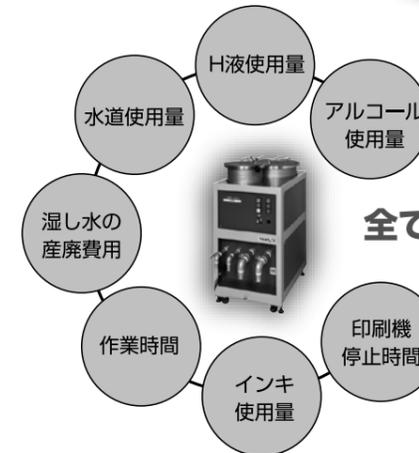
千葉県習志野市津田沼 1-13-5 TEL : 047-493-3854

湿し水濾過装置 エバークリーン

菊全4色機で年間 **100万円** の無駄をしていませんか?

経費削減完璧ですか?もう一度印刷現場の経費削減を考えてみませんか!

まだまだ出来る  
印刷現場の経費節減



全て削減!!

**利益アップ**

H液使用量の削減	9,000 円/月
アルコール使用量の削減	10,000 円/月
湿し水の産廃費用の削減	30,000 円/月
印刷機停止時間の削減	64,000 円/月
インキ使用量の削減	25,200 円/月
作業時間の削減	1,500 円/月
水道使用量の削減	655 円/月

※削減合計 - ランニングコスト = 102,065 円/月

コストダウン合計 = 1,224,780 円/年

計算条件: 印刷機12時間/日稼働、水交換2回/月、H液 3%、IPA 5%、産廃処理、作業時間30分

株式会社ニクニ 営業部 印刷グループ 〒213-0032 神奈川県川崎市高津区久地843-5

URL <http://www.nikuni.co.jp>

TEL 044-833-1121

FAX 044-833-6482

**NIKUNI**



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 **IP** 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  
大阪営業所 情報用紙グループ

〒130-0026 東京都墨田区両国2丁目10番14号 両国シティコア  
〒541-0056 大阪市中央区久太郎町1丁目3番9号

☎ 03 (5600) 1462  
☎ 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

**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。

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