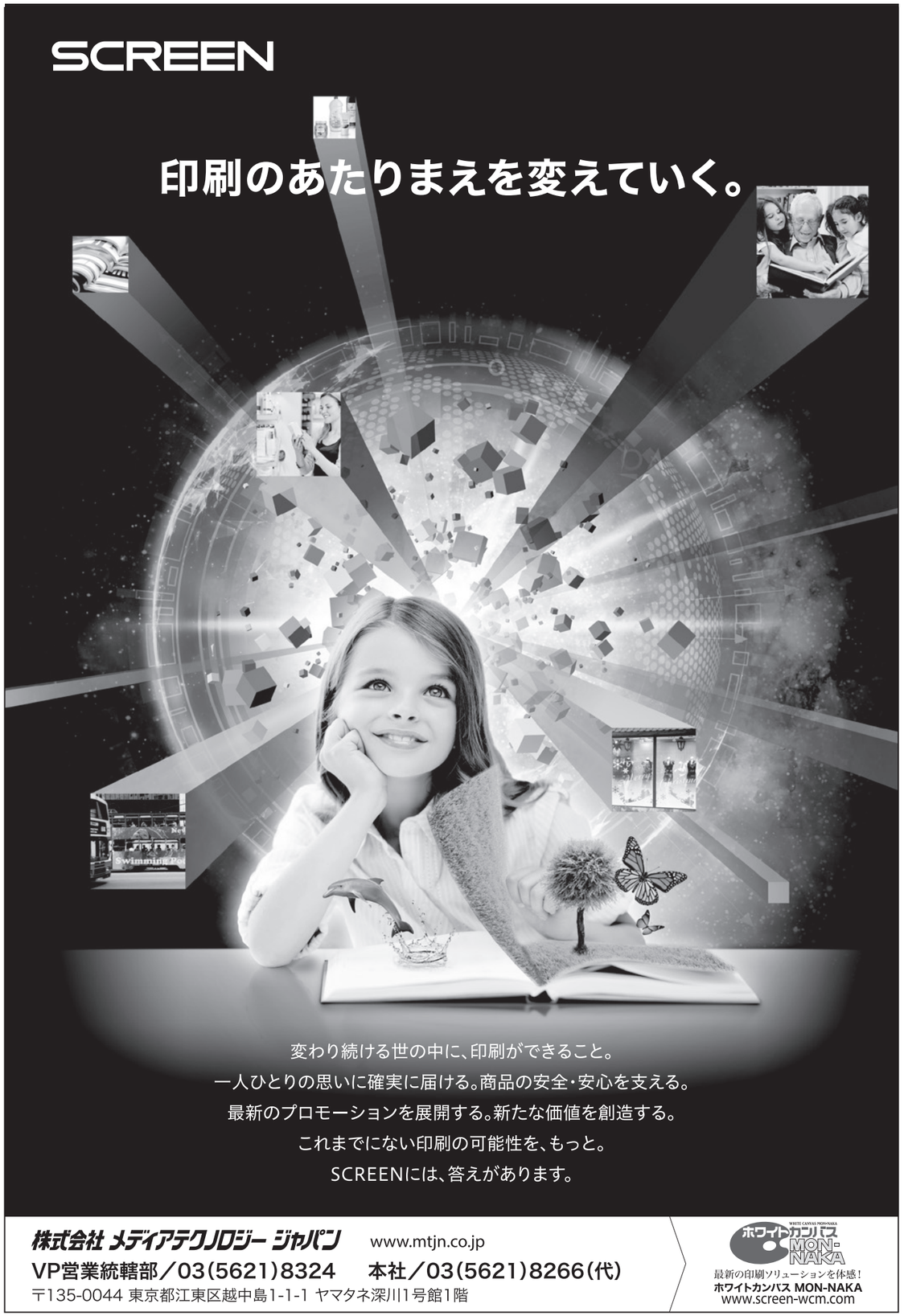


株式会社 メディアテクノロジー ジャパン　www.mtjn.co.jp
VP営業統轄部／03(5621)8324　本社／03(5621)8266(代)
〒135-0044 東京都江東区越中島1-1-1 ヤマタネ深川1号館1階

ホワイトカンバス MON-NAKA
最新の印刷ソリューションを体感！
ホワイトカンバス MON-NAKA
www.screen-wcm.com

ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C009249

フォーム印刷

日本フォーム印刷工業連合会会報

2016.1 NO.386

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

JAPAN BUSINESS FORMS ASSOCIATION

NPiフォーム

NEXT-IJ α

NEXT-IJの品質特性をベースに、印字濃度、裏抜け、印字耐水性（染料）等を更に高めた新製品です。
今後、幅広い分野に展開が進むと考えられているフルカラーIJ印刷において、IJ用紙に対する要求品質に高いレベルで応えて参ります。

NEXT-IJ α 規格表

連量（Kg）	〈58〉	〈70〉	〈104〉
坪量（g/m²）	67.5	81.4	121.0

日本製紙株式会社

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

MITSUBISHI PAPER MILLS LIMITED

21世紀の情報記録を
サポートします。

三菱情報記録用紙

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

三菱製紙株式会社　洋紙事業部 情報・特殊紙営業部 〒130-0026 東京都墨田区両国2丁目10番14号 両国シティコア ☎03(5600)1462
大阪営業所 情報用紙グループ 〒541-0056 大阪市中央区久太郎町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

Bフォーム印刷

日本フォーム印刷工業連合会会報
2016. 1　No. 386

contents

2 **年頭所感**
日本フォーム印刷工業連合会　会　長　櫻井　醜
日本フォーム印刷工業連合会　副会長　小谷　達雄
日本フォーム印刷工業連合会　副会長　林　陽一
日本フォーム印刷工業連合会　副会長　小林　友也
北海道フォーム印刷工業会　会　長　西　智樹
東　北フォーム印刷工業会　会　長　大門　一平
中　部フォーム印刷工業会　会　長　入野　康
関　西フォーム印刷工業会　会　長　溝口　剛司
中四国フォーム印刷工業会　会　長　太田　真義
九　州フォーム印刷工業会　会　長　和田秀一郎

10 **日本フォーム工連　平成27年度第6回理事会議事要録**

15 **日本フォーム工連　平成27年度第7回理事会議事要録**

19 **トピックス**
企業倫理をテーマに「ケースメソッドによるコンプライアンス研修会」を開催
ビックデータを分析する「Excel Power Pivot活用実践講座」を開催
2015年度版「市場アンケート調査報告セミナー」を開催
美術鑑賞も加えた「施設見学会」ツアーを実施

28 **工業会だより**
関東フォーム印刷工業会　平成27年年末懇談会を開催
北海道フォーム印刷工業会　セミナー及び理事会・忘年会を開催
東北フォーム印刷工業会　ゴルフ交流会と望年会を開催
中部フォーム印刷工業会　平成27年度会員研修会を開催
会員親睦ゴルフコンペ・理事懇親会を開催
関西フォーム印刷工業会　「デジタル印刷を使った印刷業界の成長戦略」を開催
大阪支部　第49回プチ勉強会を開催
中四国フォーム印刷工業会　講演会・懇親会を開催
九州フォーム印刷工業会　平成27年度第3回理事会・忘年会を開催

32 **INFORMATION**
国際委員会　北米印刷事情レポート（WhatTheyThink）より
オムニチャネルでカスタマーエクスペリエンスを作りだす
Digital Lizard社に於ける500%売上増の秘訣は！
紙のカタログがクリスマスに戻ってきた… それもよい方向で!

ビジネスフォーム印刷専用エッチ液

FCリスコート H-17 BFシリーズ

特徴
☆UV・油性減感インキに適切な乳化特性を付与し、インキの過乳化を制御
☆種々の材料をコーティングしたインクジェット用紙並びに感圧接着紙の使用時にも汚れにくい
☆耐水性の低い染料系インキ・減感インキご使用時でも水元ローラー絡みを極力抑制

冨士薬品工業株式会社
FUJI CHEMICALS INDUSTRIAL CO.,LTD
HP URL http://www.fcfuji.co.jp

本　社 〒176-0012 東京都練馬区豊玉北3-14-10
TEL 03-3557-6201 FAX 03-3557-6205
大阪営業所 〒564-0051 大阪府吹田市豊津町22-1
TEL 06-6384-1351 FAX 06-6389-3221

TOYOINK

抜群の品質と生産性のフォーム印刷用インキ
FDフォームXシリーズ

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

■高い硬化性　UV 硬化性を大幅に向上、高速印刷に対応。
■広い水幅　水を上げて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。

年頭所感

本格的な挑戦の始まる年

日本フォーム印刷工業連合会　会長
櫻　井　　醜

新年明けましておめでとうございます。

昨年、日本フォーム印刷工業連合会は無事設立50周年を祝うことができました。これはひとえに活動を支えていただいた先輩諸氏、会員各位の持てる力を、フォーム工連の活動につなげていただいた結果だと感謝申し上げます。そこで50周年を記念して、今年１月の新春懇親会において、長らくフォーム事業の普及・発展に尽力していただいた方々に対し、その骨折りと労苦をねぎらい称えるために、６名の方々に功労賞を贈ることになりました。

また、日本印刷産業連合会が、国連が提唱する、持続可能な社会の実現に関するイニシアティブである「グローバル・コンパクト」へ賛同表明することを決定しました。これは国連が課題としている「人権」、「労働」、「環境」、「腐敗防止」の４分野について10の原則を定め、それら課題に取り組むことで、持続可能な社会を実現しようとするものです。フォーム工連も、会員企業のもつ独創性を結集し、世界共通の理念と私たちの市場を結びつける力を探り、弱い立場にある人々の願いや未来世代の必要に応えていくことで、社会や世界、未来に対する積極的な貢献を行っていきたいと思っています。

新しい年、日本フォーム印刷工業連合会設立51年目を迎えました。私はこの50年間は、私たちの産業が力をつけ、戦いの態勢を構築するための助走期間であったと思います。デジタル印刷技術や個人情報の取り扱いなど、フォーム印刷で培った技術やソフトがようやく本格的な武器となり、他のフィールドで戦える時代がやっと到来しました。

これからが本当の戦い。グローバル競争時代に生き残りをかけた、本格的な挑戦が始まろうとしているのです。産業構造の大きな転換、デジタル技術による産業間のボーダレス化は、今後私たちにとってまったく異なる競合、未知のビジネスモデルを相手にするということになります。その将来の競合が見えているかどうか、先を見越して行動できるかどうかが、勝敗を分ける鍵となります。

今年の５月末から開催される“drupa 2016”には、フォーム工連として視察ツアーを企画します。展示会では６つのテーマが用意され、これらを包括し横断する技術がまさにデジタル印刷機、インクジェット技術ということです。私たちがより影響力のある産業になるために、さらなる次世代の技術を自分のものとし、自らが新しいビジネスモデルを作り上げることが、今後期待されるところです。

これからも日本フォーム印刷工業連合会は、顧客や市場、社会とともに歩み、時にはリードしながらも、ともに新しい未来を拓くことに貢献していく所存です。

私たちは自信と誇りを持って新たな50年、100年に向かってスタートを切りましょう。今後とも皆様方の一層のご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

年頭所感

2016年　変革の中、独自の強みを見出そう

日本フォーム印刷工業連合会　副会長
小　谷　達　雄

新年あけましておめでとうございます。

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

景気動向について、政府や日銀は、「緩やかに回復基調にある」「横ばい」という判断を続けています。2012年の終わりにスタートしたアベノミクスは、今年で４年目を迎えます。今年は、その成果に期待したいものです。

昨年、イングランドで開催されたラグビーワールドカップにおいて、日本代表チームの活躍が、日本中を興奮させ、世界を驚愕させました。ワールドカップで24年間も白星から遠ざかっていた日本代表が、優勝２回を誇る南アフリカ代表に勝利したのです。しかも、ロスタイムの胸をすくような大逆転劇を演じたのです。南アフリカ戦は、たまたま勝てたのではなく、勝つための準備をしたからこそ、勝てたのであり、４年間にわたる緻密かつ丁寧な準備があったと報道されています。ヘッドコーチのエディー・ジョーンズは、日本独自のラグビーである「JAPAN WAY」を提唱し、日本人の俊敏性や勤勉性を活かした戦術を採用しました。そのベースとなるフィジカルな強さやスピード、持久力、判断力を身につけ、強化するための練習を重ねてきました。体が大きく身体能力が高い外国の代表チームに勝つために、速さ、スタミナ、低いタックルなど日本の持ち味を出して戦うことを選択し、集中してきたのです。

この勝利は、けっして奇跡ではなく、ヘッドコーチの指導と、この一戦のために、４年間ハードワークし続けてきた選手たちの努力の賜だったのです。2019年のワールドカップ日本開催に向けて、代表チームの今後の活躍に期待したいものです。

私たちフォーム印刷業界各社も、マイナンバー制度などの新しい環境の中、変化に対応し、ラグビー日本代表チーム同様に、独自の強みを見出すことが重要であると考えます。一方で、日本フォーム印刷工業連合会としては、しっかりと、スクラムを組んで、前進して行きたいと考えています。

今年の干支である「申」には、「伸びる」という意味があります。まさに変革の中、新たな力や動きが、ぐんぐんと伸びていく時を迎えています。

皆様にとって、2016年が素晴らしい一年となりますよう、心からお祈り申し上げます。

年頭所感

新しい発想によるチャレンジを！

日本フォーム印刷工業連合会　副会長
関東フォーム印刷工業会　会長
林　　陽一

新年あけましておめでとうございます。

旧年中は、会員の皆様におかれましては、日本フォーム印刷工業連合会の活動に対し、ご理解ならびにご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

昨年の日本経済は、円安が続いた状況にはあったものの、原油産出量において、米国がサウジアラビアを上回る状況下、中国の景気減速から原油輸入が減少したことによる原油価格の下落が進み、輸入物価の上昇が抑えられました。一方で、中国の景気減速、原油価格の下落によるロシアやブラジル等、資源国の経済が低迷し、これがアジア新興国の輸出減少を招き、わが国の輸出も伸び悩む推移となりました。とはいえ、経常収支は高めの黒字が続き、企業業績は売上高の伸び悩みにも関わらず、収益面では採算面の改善が進んだことにより過去最高の水準に達し、株価も概ね高めに推移したと認められます。また、中国・韓国との関係改善が進み、観光業の回復が見られ、雇用面でも各業界において人手不足の状況が続き、賃金上昇の動きが見られます。

今年は、米国においては、堅調な個人消費と好調な企業業績が持続。中国においては、景気下支え策が見込まれており、海外経済は緩やかな回復が期待されています。日本経済も堅調な企業業績に基づく設備投資や、来年4月の消費増税を前にした駆け込み需要による住宅投資の顕在化が見込まれ、緩やかに回復すると言われています。安倍首相が掲げる「新三本の矢」の実現や環太平洋経済連携協定（TPP）に向けた具体的な政策が期待されます。

ビジネスフォーム印刷業界においては、昨年は企業のビジネス・スタイルも、さらなるペーパーレス化に向かい、ビジネスフォームの減少スピードも、一段と速まったように感じております。また、マイナンバー制度導入対応についても、インターネットを活用した手法の開発・採用が広がるなかで、印刷物の需要喚起は、一部にとどまっているのではないでしょうか。

今年はマイナンバー制度の運用が本格的に開始されます。また、来年４月の消費増税も予定されています。我々ビジネスフォーム印刷業界も、これらをビジネスチャンスと捉えて活動してまいりますが、従来通りのやり方ではなく、ビジネスフォームと情報処理の技術を総合的に組み合わせて、新しい成果に結びつけるような努力が、継続して必要であると考えております。

そのためにも、今後も会員の皆様との「協業」を一層推進し、新しい発想によるチャレンジを展開して、業界の活性化と経済・産業の躍進に貢献してまいりたいと存じます。

皆様の事業のご繁栄とご健勝を祈念いたしまして、ご挨拶とさせていただきます。

年頭所感

われわれの進化とは

日本フォーム印刷工業連合会　副会長
小林友也

あけましておめでとうございます。
寒さ厳しき折から、会員の皆様には益々ご健勝のほど、お喜び申し上げます。

また、日頃から日本フォーム印刷工業連合会の活動に対し、ご理解ならびにご支援を賜り、心から感謝申し上げます。

昨年初めに期待されたアベノミクスは、金融緩和で一定の成果を見たものの、フォーム印刷業界にとっては恩恵に乏しく、現実は各製紙メーカーからの原紙値上げ交渉と、得意先からのコスト削減要請の狭間で、非常に厳しい状況でありました。「フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書」の結果からも、多くの会員の皆様が売上・経常利益共に減少傾向となり、経済成長については実感が伴わない状況だったことが窺えます。

一方でフォーム業界以外については、一時的にではありますが、日経平均株価が２万円台を回復し、情報技術やIoT（インターネット・オブ・シングス）関連を中心に、新規株式公開がリーマン・ショック以前の水準を回復するなど、好況の兆しも見て取れます。

既出の調査報告では、有効回答社数の半数以上が「ＩＴ導入によるペーパーレス」を、売上高のマイナス要因と回答しており、現状ではわれわれの主力商材であるビジネスフォーム類は、経済回復の機運とは異なる流れの中に取り残されかけております。

では、完全に取り残されないために何をしたら良いのでしょうか。その前にいまいちど考えていただきたいのが、そもそもビジネスフォームとは一体何か、ということです。

私はビジネスフォームとは、コミュニケーションツールであると考えています。そして今日、お客様のコミュニケーションの形はどんどん変化しています。その変化の象徴が先にも挙げたIoTです。IoTとは簡単に言えば、遠くのことがリアルタイムに分かる技術です。そして、「分かる」の次には、「（制御などが）できる」になるのも時間の問題でしょう。つまり、リードタイム＝無駄な時間がどんどん削られ、世の中全体がスピードアップしていっているのです。コミュニケーションとは意見の一方的な押しつけではなく、相手の価値観を知り受け入れることで、初めて成し得ることです。世の中がこのようにどんどん効率化、スピードアップを続ける中で、われわれの提供している「ツール」だけが今までのままで良いのでしょうか。

帳票類の減少傾向は、われわれにとって大変辛いことではありますが、お客様のコミュニケーションの変化に呼応し、われわれも進化をしていくことが、よりお客様を理解し、結果的に今までとは異なるビジネスチャンスを生み出すことにつながると確信しています。

その実現に向け、日本フォーム印刷工業連合会の活動をより活性化させるべく、皆様と一丸となって取り組んでまいります。なお一層のご支援とご協力をお願い申し上げます。

皆様の事業のご繁栄とご健勝を祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。

年頭所感

会員の意思統一

北海道フォーム印刷工業会　会長
西　　智　樹

新年明けましておめでとうございます。

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

一年を振り返ると、北海道の特色でもある観光産業が、もっとも充実し、国内外の観光客で溢れかえり、宿泊施設の不足や観光バスの路上駐車違反、そして宿泊料金の高騰など、いろいろな事が話題となりました。しかし、従来であれば、そこに必ず印刷業界への恩恵があったと思われますが、残念ながら道内印刷業界は、売上減少に歯止めがかかりません。理由は皆様もご存知だと思いますが、ほぼすべての情報伝達やPRごとがデジタル化により、利用者本人の携帯やパソコン・タブレットにダイレクトに伝わっているためです。その中で、印刷業界は生き残れるのでしょうか。フォーム業界は一般印刷業界にはない、いろいろな生き残るツールを持っています。

また、幸か不幸かフォーム業者は、一般印刷業者に比べ社数が少なく、意思統一や情報の共有などが、行いやすく、スムーズな活動が可能です。

これからも、積極的に勉強会や懇親会を行い、昨年のこの所感でお伝えしましたが、北海道フォーム印刷工業会加盟の全会員で、「次のステージへ」を目標に努力をしたいと思います。

新しい年が皆様にとって良い年でありますよう心からお祈りいたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。

年頭所感

新しい時代の開拓者に！

東北フォーム印刷工業会　会長
大門　一平

新しい年を迎えるにあたり、会員企業のご隆盛並びに会員のみなさまのご多幸を、心よりご祈念申し上げます。

昨年を振り返るならば、消費税増税後の受注減に始まり、用紙・諸材料の値上げと、厳しさばかりが思い出されます。併せて印刷業界における環境の変化は、DTPの普及によるプリプレス分野での変化に増して、急テンポに進んでいると実感した年でもありました。

はたして、今年はどんなことが待ち受けているのでしょうか。「吉と出るか」、「凶と出るか」、どちらにしても、自らが能動的でありたいと考えます。

３月を迎えれば、東日本大震災から５年の歳月を重ねることになります。まだまだ復興したとは感じられない場面に出会うことがありますが、その度に思うことは、忘れる努力よりも経験を生かした行動の再現であるということです。

あの時は、まずは一人一人が生き残るために必死で、やがて生き残った人々の連携が生まれました。傷ついた人をいたわり、みんなが少しずつ我慢をしながら、食べ物や物資を分け合いました。壊れたものを片づけ、ない中から代用できるものをつくりあげてきました。

何とかなるだろうではなく、何とかしてきた経験が東北にはあります。そして、壊れた工場や機械を目の前にしたときに、手を差し伸べてくれた全国の仲間がいました。それも日本フォーム印刷工業連合会という組織があったからと思い出すのです。

印刷業界の大きな変革に向かって、まずは自分のできることを精一杯努力して、地域との連携を図りながら新しい時代の開拓者になりたいと考えます。

本年もなお一層のご指導ご鞭撻をお願いして、年頭のご挨拶とさせていただきます。

年頭所感

更なる50年へ“新たな第一歩を”

中部フォーム印刷工業会　会長
入野　　康

新年明けましておめでとうございます。

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

昨年の当欄では、アベノミクスへの期待とは裏腹に、実体経済への反映については依然低調ではあるものの、引き続き安倍政権での諸施策に期待したいと記載しました。その諸施策の効果でしょうか、「中部経済については順調に回復を続けており、日本経済を牽引している」との新聞報道。また、当地では昨年11月に、国産ジェット旅客機「ＭＲＪ」の初飛行もあり、「中部経済は新たな需要の開拓に向けて果敢に挑戦するフロンティア精神にあふれている」、あるいは「この地域が新たな製品や産業の発展が持続的に成長を後押ししている」との黒田日銀総裁の指摘もあります。

確かに、当会の会員地区である愛知・岐阜・三重・静岡の各県における、主要な産業である自動車とは別に、新しく航空機産業がいよいよ活発化し、我々業界にとっての需要拡大に繋がることに大いに期待するところです。

また、フォーム業界のＢＰＯやＤＰＳをはじめとする、印刷周辺ビジネスへの注力は、新たな需要の開拓に向けての様々な施策を創出してきた証しであり、他の印刷業界以上に挑戦してきたことは間違いないと確信します。

日本フォーム印刷工業連合会は昨年50周年を迎えました。我々業界に大きな影響力があったコンピュータ市場での過去50年の技術的・社会的な進歩のスピードは、急速な市場のニーズの変革や経済状況の変動にも的確に対応し、業界は発展してきました。この激流ともいえる変革の流れの中で、我々フォーム業界の対応力の根底にあるのは、いかなる時代であろうとも、『お客様のニーズにお応えする』という信念に他ならないのではないでしょうか。そのための基本は常に「市場の変革を適切に捉える営業力や分析力」「それを製品に反映させる技術力」であり、デジタル社会における“印刷業界”の進むべき道を探る最前線に、我々フォーム業界が位置づけられていることは間違いなく、中部圏の会員企業共々、これからの50年も情報コミュニケーションを支えるべく、決意を新たにしております。

最後に、新しい年が我々業界にとって希望の年となるように祈念しご挨拶とします。

年頭所感

経済成長のリーダー業界へ

関西フォーム印刷工業会　会長
溝　口　剛　司

新年明けましておめでとうございます。

旧年中は、関西フォーム印刷工業会の活動・運営に対しましてご支援とご理解とご協力をいただき、厚くお礼申し上げます。

印刷業界は環境に優しい持続可能な業界であり、欧州の森林面積は1950年から30％増加していると言われています。パルプ・製紙・印刷産業が、発生する温室効果ガスは、最も少ない産業の一つです。

その印刷業界が、まさに業態変革と新しい方向性であるプリントとデジタルのバランスをはかる事が重要ではないでしょうか。

改善・応用ではなく新しいイノベーションこそが、重要になってくるのではと考えております。印刷以外の領域も視野に入れて、新規事業領域のビジネス拡大、クライアントを徹底的に研究し啓発活動をすることで解決策を見つけて提案することが、大事ではないでしょうか。

昨年12月からメンタルタフネス（仕事に対するあなた自身の考え方と取り組み方）が、重要視される時代がやってきました。

平成28年４月１日から施行される障害者差別解消法や、東京オリンピックの後のパラリンピックは、印刷業界にとっては追い風で、工夫・知恵の提案を大いに発揮できるものではないでしょうか。

いろいろな時代の変化を後から追いかけて行く業界から、先頭に立って、経済を引っ張っていく業界になっていかなければならないと思います。

社会貢献をしながら、社会をリードする業界が、フォーム印刷業界ではないでしょうか。

これからも、日本フォーム印刷工業連合会の発展と会員企業様の社員様の幸せのために、頑張っていきますので、よろしくお願いいたします。

年頭所感

世界で勝つ組織論“エディー ”に学べ

中四国フォーム印刷工業会　会長
太　田　真　義

あけましておめでとうございます。

昨年のハイライトは何といっても　ラグビー日本代表です。ワールドカップで史上初の３勝という躍進を遂げ、一躍、国民的人気者になりました。弱小国日本を「世界で勝つ」レベルに引き上げたのが、エディージョーンズ　ヘッドコーチです。

エディーは日本のガラパゴス化ともいえる閉鎖性に徹底してメスを入れた。

“日本人はみんな他人と同じでいたい。バカか　だから変われない”。

“日本人は変わらないのが好きだ”など。特に彼が怒ったのは、“言い訳の文化”です。

その手法は競争の場が世界へ移っても、「変化」できていない日本企業にとって、学ぶべき点がたくさんあります。フォーム業界もあてはまると思います。

エディーが実践した主なマネジメントとは

１．ブレない目標
２．日本人らしさの再定義
３．世界で戦う心構えを徹底
４．一人で全部はできない
５．根性主義からの脱却

中小企業で考えると、このような情熱家、自信家はトップだけ。しかし、トップでさえあきらめがあり、情熱を失っているように思います。気力を振り絞り、心同じくする社員を見つけ出し、励ましながら、共にがんばっていかなければと思います。

中四国フォーム印刷工業会の会長としての仕事は残り６か月となりましたが、最後までみなさんが楽しく参加できる会、心を同じくできる会にしたいと思います。

今年もよろしくお願いいたします。

年頭所感

ダイバシティーマネジメントの実現を

九州フォーム印刷工業会　会長
和田　秀一郎

新年明けましておめでとうございます。旧年中は九州フォーム印刷工業会の運営・活動に対しまして一方ならぬご支援を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、世の中の今までの様々な習慣が見直され、改善されていく中で、少しずつ景気が回復しつつあります。

しばらくは日本の人口も減少傾向が続いていくので、ビジネス環境も様変わりしていきます。その中で、ビジネスを展開していくのはとても楽しくハッピーなことです。

ダイバシティー（多様性の受容）マネジメントの実現は簡単にはできませんが、着実に日常化できる環境を作り、実行していったほうがいいのではないかと思います。

・多種多様な価値観、能力、発想を持った人財の活用
・多様化・複雑化する顧客ニーズへの効果的対応
・創造性・問題解決力向上
・チームパフォーマンスと生産性向上

など、他にもありますが、未来のために挑戦をし続けていきましょう。

皆様のご繁栄とご健勝を祈念いたしまして、新年のご挨拶にさせていただきます。

日本フォーム印刷工業連合会　平成 27 年度　第６回理事会議事録

■日　時　平成27年10月15日（木）午後４時
■場　所　城山観光ホテル「ガレリア」
■出席者（43名）
櫻井会長、小谷副会長、小林副会長、林副会長、玉田常任理事、山本常任理事、松川常任理事、石井常任理事、西常任理事、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、福武理事、朝日理事、渡辺理事、中川（瀧本理事）代理、田中理事、岡田監事、瀬戸顧問、山口（専務理事事務局）、筧（事務局）
＜オブザーバー＞（北海道工業会）永野 修一（関東工業会）因 志信、松田守生、宮腰巖、磯村和孝、河合久二浩、野村龍太郎、萬年 洋、峯松 憲二（関西工業会）中村 利昭、下川 義記（九州工業会）谷幸典、内藤裕一、寺田剛士、馬場強、伊東俊作、新勝彦、福徳孝志、小斎平均

議　題　❶九州フォーム印刷工業会活動報告
❷委員会報告
❸日本印刷産業連合会等関連報告
❹各フォーム印刷工業会からの報告

議　事　冒頭、櫻井会長の開会挨拶があり議事に入った。

【櫻井会長挨拶骨子】

皆さん、こんにちは。本日、平成27年度第６回理事会、持ち回り理事会を無事に開催できるご準備をいただき、九州鹿児島の開催となりまして、和田会長はじめ、九州の皆さま方のご努力に対し感謝申し上げます。

いろいろ皆さんにご報告したいことがございます。

まずカチンときたのは、この本の表紙で『日本のデジタル印刷の現状』と書いてあって、副題で「日本のデジタル印刷はなぜ日本で普及しないのか」と。今日は九州ということで解放感で話しますので（笑）、危ない発言も出ちゃうかもわからないので、そのときにはオフレコにしておいてください。

この間もお話したと思うのですが、IRでロンドンとかエジンバラとか、ニューヨーク、ボストンなど15か所くらい回って、フォーム業界がどういうことをやろうとしているのかを説明しています。集まっていただいた皆さんが言っているのは、「フォーム業界はすごい。新しいことを盛んにやろうとしている。ラグビーじゃないけど、次から次から若い人が突っ込んでいく。この姿がとても素敵ですね」と。我々は、デジタルの印刷機を使うのは日常茶飯事のことです。それを今後、こういう展開をしたい、ああいう展開をしたいという話をすると、ものすごい評価が高く、５点満点で５点を貰っています。

櫻井会長

このことを頭に入れていただいて、それぞれの会社が今後の事業を進めていく方向性や、どういう事業を、どういう領域を拡大しようかという「ドメイン」を、ここにいらっしゃる経営者や皆さんのアイデアを、デジタルと結びついた独自性を考えて下さい。

もう一つ経済産業省の商務情報政策局と製造産業局の方々が、フォーム工連の会長としてフォーム業界の今後をお聞きしたいとの要望があり、インタビューを受けた。

私が言ったのは、「デジタルを使ってこれからみんないろいろなことを考えて、いろいろなパーソナルな戦略を作っているはずです。我々がやろうとしているのは、この商業印刷とか出版とかパッケージをやろうとしている方向ではないのです」と。また「伝票というのは印刷の後に個人情報をプリントされるので、デジタル印刷の場合には伝票製造と同時に、個人情報も刷れるようになってくるわけです。そういうふうに大きく変わろうとしているその最先端にいるのがフォーム工業界です」と、経済産業省の方にはっきりご説明しました。

経済産業省の方に機械メーカーの方への要望を聞かれたので次のように答えました。「機械メーカーからはバージョンアップ、メインテナンス切れでの機器の替え等、負担になっています。昔は生産現場の傍に技術部員が必ずいたんです。ところがメーカーに機械の修理を頼むようなアウトソーシングになってしまった。しかし、タイの印刷工場では自社の機械を直しています。金型をつくって、溶鉱炉で流し込んで、それを磨いて部品にして使っている。だから、昭和初期の印刷機がいまだに回っています。本来生産機械というのは稼働率なんですよね。この機械でどれだけ稼いでくれたか、どこまで使いまくったかが本来の姿だと思うのですが、それが今はもうできなくなってしまった。各部がブラックボックス化され、機械メーカーに修理を頼まざるを得ない。このような状況で世界で戦えるかといったら、私は戦えないと思います」と経済産業省の方に言いました。

国内の勝負はもう見えています。フォーム業界は勝ち、勝ち組に入ります。我々の目の前にはいろいろなパーソナルな仕事が山ほどある。それらの対応は、今までのノウハウがなくしてはできません。大企業がデジタル印刷機を買えばすぐできるかといったら、そういうことはない。管理手法からなにから特殊なノウハウがあります。そういう強い気持ち、強い意志で、これから我々フォーム業界はやっていきましょう。必ずやすばらしい道が開けてくると思います。そういうつもりで私は一生懸命頑張ります。

日印産連でもグランドデザインの再構築を言っています。その辺を我々もきちんと対応して、ドメインが非常に重要です。カネがあるから成功したわけではなく、ドメインを絞って“これ、やろうッ”と決め、そこに資源を集中していく、その強さ、これなんですよ。

ぜひとも活力あるフォーム印刷産業界になれたらと思いますので、それぞれの事業領域をもう一度見直して取り組んで行きましょう。ありがとうございました。

1　九州フォーム印刷工業会活動報告

和田会長報告骨子

皆さん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました九州フォーム印刷工業会の会長をしております和田でございます。

まず、皆さま、ようこそ九州へ。そして、ようこそ鹿児島へお越しいただきました。ありがとうございます。我々は、まずありのままでのおもてなしをさせていただきたいと思っておりますので、今日、明日の２日間、どうぞよろしくお願いいたします。

櫻井会長からお話をいっぱいお聞かせいただきましたが、事業領域の見直しをしていきましょう、そして、資源の集中を徹底してやっていきましょう。

今日は、はじめに私たち九州フォーム印刷工業会の現状を、皆さんにお知らせしたいと思っています。我々は現在、正会員は11社、そのうち九州の地元の会社は５社しかありません。非常に寂しいですし残念です。あと、九州の工業会の運営を支えていただいているのが、特別会員の皆さまです。特別会員が16社おりますので、合計27社、約30社弱です。そのメンバーで今運営をしております。以前は、正会員は20社近くあったのですが、１社、１社やめていきまして、私も考えて、あえて入会活動はしておりません。なるべく少数精鋭でいきたいなと思って運営しております。

その運営のここ数年のテーマとしまして、「お互いの強みを活かし合える関係づくり」と、「お互いの強みを活かし合える工夫」をまず実行していきましょう、というのをテーマにしております。

ただ、戦略的にとか緻密なスケジュールをつくってという取り組みではなく、あくまでも自然体に取り組んでおりますが、じわじわと、ここ数年よい効果があらわれているのではないかなと思います。

私たちは、あくまでもライバルでもあり、同じ土俵、同じ市場の中で戦っている仲間でもあります。目先のことだけではなく、自分のこと、自分の会社のことだけではなく、業界やこれからの若い世代の人たちのために何ができるのか、何をしていこうかという発想などを、考えて行動していける会づくりを目指して頑張っております。

今日は全国、北海道からもこの理事会に来ていただいておりますが、まず今、九州はアジアの観光客のよい影響を受けております。九州は、福岡に船でも入る、飛行機でも入るということで、福岡に降りて九州各地に散らばっていくという流れが主体になっているそうです。ついこの間も、16階建ての豪華客船が博多港に停まっているらしいんですが、「上海から来た爆買い用の船」と言われています。そのような消費力を持った国のよい影響を受けていると思いますが、もともと九州は通販王国ともいわれており

まして、通販会社の非常に大きな会社がいくつかあります。その通販会社さんもいろいろな工夫をしてまいりまして、たとえばシステムの共同化とか、配送センターの共同化というのもどんどん取り組んでいらっしゃいます。ですので、我々も、先ほど申し上げましたが、おれが、自分がだけではなく、今持っているお互いの資産や強みを活かして、いろいろな事業領域に挑戦していきながら、新たな九州フォーム印刷工業会の基礎をつくっていきたいなと取り組んでおります。

ご存じの方もいらっしゃると思いますが、鹿児島銀行さんと肥後銀行さんが、地方銀行どうしで統合しまして、10月１日からホールディング会社を発足しております。つい最近は横浜銀行さんと東日本銀行さんの地方銀行どうしが統合していくというような流れもあります。私たちも全国各ブロックに分かれていますが、ただ見ているだけではなくて、その動きのタイミングに乗って、一緒に何かを築きあげていくというような取り組みをするために、新しいものの見方とか、新しい考え方というものを取り入れながらやっていきたいなと思っております。

小さい私の会社の話をさせていただきますが、うちの会社は今、社名を２年前に変えまして、事業領域の見直しも含めて、新しい会社をつくろうというテーマで取り組んでおります。今日も手伝いしてもらっているメンバーは、ほぼ九州の正会員の皆さま方と、あと弊社のスタッフがいるのですが、先ほど事務局としてここでご挨拶させていただきました福徳は、昔から、和田印刷の時代から活躍していただいているスタッフですが、それ以外は、ここ３年以内に入ったスタッフで、今、全スタッフ中の19％がこの3年以内に中途入社した方々で、ほぼ異業種から入ってきた人たちです。

私はあえて異業種の人たちを積極的に採用してまいりました。その中で起こる現象は予想できていたのですが、既存スタッフとのぶつかり合いといいますか、まだお互いを認め合わない、受け入れない、ということがしばらく続きました。それが、会社の目的はこうだから、こういう方向に行きましょうという話をずっとしていきますと、わかってきますので、お互いを認め合う。そして、受け入れ合うと新しい力がふつふつと沸いてくるというか、できてくるんですね。ということで、うちの会社はまだまだ、数字としてそんなに直接的に表れていませんが、非常におもしろい動きというか、外部から見ると「非常におもしろい会社ですね」と言われるようになってきました。その中で、地方は九州だけではなく、ここに地方の皆さま方いらっしゃると思いますが、「地方創生」という言葉をよくお聞きすると思います。私は持論として、地方は、やはり「女性の力」をどれだけ活用できるか、取り入れることができるかがポイントになってくるのではないかなと思っています。弊社も今、女性の管理職の登用を、わずか100人弱の会社の中で３人くらい管理職に登用しており、女性の社員比率は今46％ですが、３年後、４年後には、60％、70％に切り替えていきたいなということで取り組んでいます。九州は、特に鹿児島は男尊女卑といわれがちですが、男性が活躍できるというのは、女性がしっかりしているから、女性が賢いから活躍できるのであって、その女性の賢い力をもっとビジネスに活かしていこうということで、今よく言われている「ダイバシティ」にも非常に積極的に取り組みをしまして、いろいろなところからお声かけいただきまして、お話をする機会もいただいております。そういうものも、一つの会社のブランドづくりというか、ブランディングの一つなので、そういった新しい活動、新しい動き、新しい取り組みをどんどん、会としても、この業界としても、取り組んでいきたいなと思っております。

私自身、この持ち回り理事会のホスト役は今回で３回目です。８年前と16年前と今年で３回目です。もう本当にメンバーがすっかり全員替わっています。今、たとえば小林副会長のお父さんとか、渡辺さんのお父さんには８年前、16年前にお世話になりましたが、皆さんも替わっております。私も、今年48歳になりますが、ご縁がありまして、30歳前半からこの活動に参加させていただいておりますので、少なからずともこの業界の流れというものを、40代の人間としても見ることができましたので、20代、30代の人たちによい環境を与えることをテーマに、いろいろなことに取り組んでいきたいなと、日々考えております。

今日、一番後ろの一列に並んでいるのは、九州の正会員の皆さん方ですが、普段は会えない全国の理事の皆さまに会えるということで、非常に楽しみにしておりますし、ぜひ、この会が終わって夜の懇親会のときは、九州の会員に皆さま方が積極的にお声をかけいただいて、九州の皆さま方といい歓談ができればなと思っております。

以上で活動報告ならびに九州フォーム印刷工業会の思いというものを語らせていただきましたが、今日、明日、非常に天気がいいと聞いております。桜島は、あれだけニュースになりましたが、実は鹿児島市内にはこの半年くらいほとんど灰が降ってきていませんので、街も非常にきれいになっています。空気も非常にきれいです。非常にいい時期に、いい天気の日に皆さん来ていただけたなと思っておりますので、今日、明日、どうぞよろしくお願いいたします。

以上で終わらせていただきます。ありがとうございました。

2 委員会報告

❖業務委員会（玉田委員長報告）

・IGAS出展報告

９月11日から16日までの６日間、東京ビックサイトで開催された“IGAS”にフォーム工連としては初めて参加した。“IGAS 2015”での展示は会員11社（恵和ビジネス、小林クリエイト、やまとカーボン社、野崎工業、プロゴワス、トッパン・フォームズ、イセトー、光ビジネスフォーム、太平洋印刷、レスター工業、三郷コンピュータ印刷）及び１地区（東北フォーム印刷工業会）からの協力をいただき、各社のパンフレット、社内案内、特徴ある製品等を展示し、配布させていただいた。さらに創立50周年の企画として、ビジネスフォームの変遷や団体の歴史を５枚のパネルにまとめ展示した。展示スペースにはフォーム工連の団体を知らない方々も多く立ち寄られ、当団体のPRになった出展であった。

・「ケースメソッドによるコンプライアンス研修会」についての開催案内

11月17日に講演会でも講師をしていただきました慶応義塾大学の梅津先生による研修会を実施する。

❖国際委員会（松川委員長報告）

・Drupa 2016視察ツアーについて

2016年5月31日～ 6月10日までドイツデュッセルドルフで開催される“Drupa 2016”と欧州の企業訪問を行なう“Drupa2016”視察ツアーを企画にすることを報告する。

・北米印刷事情としてwhat they think翻訳レポートについて報告した。

❖市場調査委員会（石井委員長報告）

・平成27年度市場調査アンケート実施について

平成27年度市場調査を実施し、57社から回答をいただいているので、11月の調査報告書発行に向けてアンケート結果を集計中。

・「市場アンケート調査報告セミナー」開催について

10月29日に日本印刷会館に於いて報告セミナーを実施予定。このセミナーに合わせて、米国でのデジタル印刷市場を探るために、講師を検討中。

❖技術委員会（福武委員長報告）

・「ビッグデータ分析の第一歩Power Pivot活用の実践講座」開催について

10月23日に日本印刷会館にてデータマーケターである内野氏を講師に迎え、各自が、Power PivotをアドインしたPCを持参する実践講座を開催する。

❖環境委員会（朝日委員長報告）

・フロン排出抑制法の簡易点検表について

本年４月１日にフロン回収・破壊法が.改正され、「フロン類の使用の合理化及び管理の適正化に関する法律」（略称「フロン排出抑制法」）が全面施行されました。

そこで環境委員会では「簡易点検表」を作成し、会員に配布いたしましたが、半年が経過したので再度点検作業の確認をお願いした。

・オフセット印刷工場用VOC警報機について

オフセット印刷工場において有機溶剤等による健康障害防止のため、あらかじめ定めたVOC気中濃度を越えると警報を発するVOC警報器「XH-981G」を新コスモス電機と共同開発。同警報器は2016年１月より販売が開始される。

❖資材委員会（山本委員長報告）

・10月度用紙事情について

８月度の印刷情報用紙の国内出荷量は前年同月比横ばいであるが、輸出は４カ月ぶりに減少している。新聞用紙の国内出荷量は前年同月比2.3％減と、18か月連続の減少で歯止めが掛らない。

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）日印産連主催　International Print Forum.（HAVARD GRJOTHEIM氏講演資料）

（２）GLOBAL SCOPE第６号「海外と比較した日本のデジタル印刷の現状」の紹介

（３）印刷用語集Web版について報告

4 各フォーム印刷工業会からの報告

北海道フォーム印刷工業会報告（西会長報告）

北海道の活動報告としては、９～ 11月は、特に活動はございません。12月に行っております講演会、勉強会を兼ねた忘年会で１年を終了するということです。

九州のフォーム印刷工業会の皆さん、本当に誠にご苦労さまです。今日、明日、よろしくお願いします。

関東フォーム印刷工業会報告（林会長報告）

まず、九州の皆さま、ご苦労さまです。本当に良いホテルを提供していただきましてありがとうございます。本当に大変だったと思います。お手元にボウリング大会のリーフレットがあるかと思います。９月24日に東京ドームのボウリング場で、第２回目の関東フォームのボウリング大会を行いました。今回は、正会員の25社から総勢80名の参加をいただいて開催し、懇親会もやらせていただきました。前回との違いは、かなりハイスコアの優勝者が出まして、全体的に若い方が主に活躍いただいたので、３回目、４回目と続けてやっていければ良いなと思っております。

それから技術委員会で12月４日に施設見学会を開催されますので、関東の理事会もそれに相乗りさせていただいて、見学会プラス年末懇談会を行いたいと思っております。

先ほどセミナーへの参加者に正会員メンバーの出席が少ない、という専務理事のお話がありましたので、関東は一番地元で開催されるわけですので、ちょっと反省しております。積極的に参加できるようにやっていきたいと思います。

中部フォーム印刷工業会報告（入野会長報告）

九州の皆さま、本当に大変だったと思いますが、今日はご苦労さまでございます。私は鹿児島は初めてで、非常に楽しみにして来ました。今日、名古屋の中部国際空港から飛行機で来たのですが、ボンバルディア航空のプロペラ機でした。初めて乗ったのですが、揺れることもなく、快適な空の旅ができました。今日はよろしくお願いいたします。

中部の活動ですが、９月に納涼会を兼ねて理事会を開催しております。10月も来週理事会を開催する予定になっています。11月には例年開催しております会員向けの研修会を11月17日に開催します。講演は、「認知的視点から見た紙と電子メディア」というテーマで、富士ゼロックス株式会社主査の柴田様にお話いただく予定になっております。

あと、11月には会員交流会として、親睦ゴルフコンペを予定しています。以上で中部報告を終わります。

関西フォーム印刷工業会報告（溝口会長報告）

関西の溝口でございます。九州の皆さん、どうもありがとうございました。懇親会では私たち理事が九州の方々とどれだけ懇親を深められるかにかかっておりますので、私も含めて頑張りたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

関西の報告をさせていただきます。10月29日に大阪支部の例会とプチ勉強会を行ないます。今回は、株式会社ミヤコシ様に、「付加価値を高める後加工機について」という形で、今後のデジタル機、ビジネスフォーム機械も含めた後加工機のすばらしさと、ミヤコシ様が取り組んでやっておられるところを、営業技術の方にお話いただくことになっております。

あと、11月に入りまして10日、関西のフォームの合同のゴルフコンペを今回平日の10日に行う予定になっております。それから、皆さんのお手元に11月13日の「デジタル印刷のセミナーについて」という案内があると思います。「デジタル印刷を使った印刷業界の成長戦略」という題を打ちまして、デジタル印刷のそれぞれの企業が、戦略を打つ上においてのヒントを掴んでもらおうと、PODi Japanの亀井雅彦様と、プリンターメーカー３社に来ていただき、それぞれの成功事例、あるいはまだ事例にはなっていないけれども、フォーム業界としては、こういうことをやっていかねばだめだろうというものをお聞かせいただき、それをヒントにしてそれぞれの企業が今後の戦略として考えようというセミナーを打ちます。お陰さまで、定員80名ですが、昨日現在で70名に達しております。ただ、ほかのセミナーも一緒ですが、会員企業様は２割、３割です。フォーム業界以外の印刷関連団体の方々や、特別会員さんに入っておられない方々も来られるようになっておりますので、あふれて立ち見もできないくらいの勢いでやろうと思っております。今日理事会に来ていただいている会社さんは、最優先でお席を用意させていただきますので、関西に営業所、支店がおありの会社様は、ぜひ「関西フォームへ行ってこい」と言っていただけたら、ありがたいと思っております。

それから12月、いつもやっております理事会忘年会を12月5日に催します。ちょっと早い話なんですが、今回、力を入れて講師を呼びましたので、新年の関西の互礼会のご案内を、これもプリントアウトして、それぞれお手元に用意させていただいております。１月14日に堂島ホテルで、今回は東大の西成活裕先生という方に、「仕事の渋滞解消の法則」と題して、仕事の行き詰まり、仕事の効率化等をお話いただきます。

この先生、実は今、関東では引っ張りだこで、テレビ、ラジオに毎日のように出られています。３年前には、渋滞学という考え方で著書も相当出しておられます。講演会のあとに新年互礼会もございますので、ぜひご参加下さい。よろしくお願いいたします。

懇親会の風景

理事会会場の城山観光ホテル

「閉会挨拶骨子」

最後に中四国フォーム印刷工業会の太田会長から、活動報告と閉会の挨拶があった。

９月は特に活動はなかったのですが、印刷振興賞をいただきまして、また改めてありがとうございました。会社の社員の方に受賞の話をしたんですが、まったく「おめでとう」という言葉がなかったので、これはいけないということで、私の同級生が宮島で紅葉饅頭を作っている「やまだ屋」へまいりまして、お祝いの饅頭を関係者の皆さんに配ったところ、やっと「おめでとうございます」という話がありました。（笑）

それと、工業会の中におられる会員企業の方々にも配ったんですが、この賞があるということをご存じなかった方もおられたので、そういう意味で団体活動の促進ができたかなと思っております。最後に、明日、楽しいゴルフがあるのですが、ゴルフだけは結果オーケーということで頑張りたいと思います。

来年度は中四国が持回り理事会の次回の開催担当ということで、任せておいてくださいと言いたいところなんですが、私が５月で中四国の会長を退任する予定でおりますので、早く準備に入りたいと思います。この時期となりますと広島は牡蠣と松茸が有名で用意いたしますので、ぜひ、ご参加していただきたいと思います。

次　回　平成27年度第7回理事会
開催日　平成27年11月12日（木）
時　間　午後１時30分より
場　所　日本印刷会館２階　201会議室

を確認して閉会となった。

日本フォーム印刷工業連合会　平成 27 年度　第 7 回理事会議事録

■日　時　平成27年11月12日（木）午後１時30分
■場　所　日本印刷会館２階201会議室
■出席者（16名）
櫻井会長、小谷副会長、小林副会長、林副会長、玉田常任理事、山本常任理事、松川常任理事、石井常任理事、入野常任理事、溝口常任理事、太田常任理事、佐々木常任理事、福武理事、渡辺理事、岡田監事、山口（専務理事事務局）

議　題　❶委員会報告
❷日本印刷産業連合会等関連報告
❸各フォーム印刷工業会からの報告

議　事　冒頭、櫻井会長の開会挨拶があり議事に入った。

【櫻井会長挨拶骨子】

皆さま、こんにちは。それでは、11月の第７回理事会を開催したいと思います。

まず、お礼ですが、10月15日の開催となりました持ち回り理事会は、鹿児島の風光明媚な場所と、立派なホテルでやっていただいて、和田会長をはじめ、九州フォーム印刷工業会の皆さまには、くれぐれもよろしくお伝えください。どんどん競争のようになってしまうので、あまり華美にならないよう、平常心で臨めるようなところでも構わない。要するに中身が大切です。桜島に朝日が昇ってくるのを見てい

たのですが、すごくきれいで写真に撮りました。皆さんは寝ていたんじゃないかなと思います。次回は中四国です。よろしくお願いします。あまり華美に走らないように。

それと叙勲関係で11月４日に平成27年度の秋の叙勲が発表され、元日印産連会長の凸版印刷会長の足立直樹氏が旭日重光章を受章し、特別会員の富士ゼロックスの元社長の有馬利男様も旭日重光章、東京都印刷工業組合の副理事長の盛庄吉様が旭日双光章を受章されています。おめでとうございました。ここでご報告をしておきます。

それと来年は“drupa 2016”が開催されます、あとで事務局の専務理事から参加要請がありますが、自社でいくとか、いろいろなところからお誘いがかかって大変だろうと思いますが、“drupa 2016”に行くのだったらフォーム工連で皆でまとまって行きましょう。ツアー計画では６月５日～ 12日の８日間、“drupa”視察とオーストリアのフォーム印刷企業の視察を予定していますので、ぜひともよろしくお願いします。

1 委員会報告

❖業務委員会（玉田委員長報告）

・10月度月次計算について

・平成28年度会議日程（案）について

毎月開催する理事会は原則として第２木曜日にしている。平成28年度の通常総会は“drupa 2016”の開催もあるので、例年より予定を早め、６月３日にホテル椿山荘東京での開催を予定している。10月２日に中四国フォーム印刷工業会の主催で持ち回り理事会を開催。日印産連の「９月印刷の月」の記念式典は、９月17日にホテルニューオータニで開催されるので、平成28年度第５回理事会は、この日程に合わせて同ホテルにて開催する。さらに、平成28年１月21日にはフォーム工連主催の新春懇親会と第８回理事会をホテル椿山荘東京で開催する計画である

・創立50周年記念功労表彰について

今年度が日本フォーム印刷工業連合会の創立50周年にあたり、記念行事として“IGAS 2015”への出展等の行事を行なってきたが、１月21日に開催する平成28年新春懇親会で、団体活動を支えてきていただきました６名の方々に功労賞を差し上げることが承認された。

・“page 2016”出展について

２月３日（水）から３日間サンシャインシティコンベンションセンター TOKYOで開催される“page 2016”に団体出展を行なう。出展ブースは例年の場所と少し異なって４階会場になる。

櫻井会長

❖国際委員会（松川委員長報告）

・米国印刷事情レポートについて

HP IndigoとHPウエブプレスを所有している米国のDigital Lizard社の事例として、デジタルプリントによるDMの多量生産で「売上増500％の秘訣」と題したレポートを紹介。

・“drupa 2016”視察ツアーについて

2016年５月31日からドイツデュッセルドルフで開催される“drupa 2016”とオーストリアのDPS企業を視察するツアーを６月５日（日）～ 12日（日）で実施する予定。

募集人員は20名、参加費用は約600,000円／１名の予定。

❖市場調査委員会（石井委員長報告）

・2015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

「フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書」のダイジェスト版で調査集計概要を報告する。今年度は正会員120社に対して、各社が取り組んでいる「現状の課題」と「今後の事業展開」についてアンケート調査を実施し、57社から回答をいただいた。この調査から今年度も非常に興味ある傾向を見出すことができた。

・『市場アンケート調査報告セミナー』開催について

10月29日午後４時から、日本印刷会館会議室に約100名が参加して、『市場アンケート調査報告セミナー』を開催した。「フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書」は、市場調査委員長の石井氏が報告。毎年、印刷技術協会（JAGAT）が行なっている「印刷産業経営動向調査」についての報告を、同協会の研究調査部長で主幹研究員の藤井氏が、さらに特別講演『一般印刷の先に―ビジネスを成長に導くDMの先進事例』を、イーストマンコダックエンタープライズインクジェットシステム事業部マーケティングディレクターのWill Mansfield氏が講演された。

❖環境委員会（朝日委員長報告）

・GP・ISO14001統合について

日印産連のGP認定工場を促進するために環境委員会として様々な対応を行なっているが、GP認定制度と環境関係のISOであるISO14001との重複を統一し、より充実した内容のISO施策を取り込む基礎を作成して行く。

❖技術委員会（福武委員長報告）

・施設見学会（東京機械製作所・DIC総合研究所）について

12月4日に世界で唯一の新聞専用デジタル印刷機として、ハワイ報知社をはじめ海外の新聞社で導入され、JANPS2015（新聞制作技術展）や“IGAS 2015”にて紹介されております、JET LEADER 15000・2000 を開発し製造している東京機械製作所 かずさテクノセンターを見学。印刷インキの製造から基礎素材である有機顔料や合成樹脂事業等、エレクトロニクス分野から生活素材まで多様な領域を手掛けられている、DICの総合研究所を訪問。さらに、隣接されているDIC川村記念美術館にて、レンブラントやクロード・モネ、パブロ・ピカソ等の世界的名画を鑑賞する見学会を開催する。

❖資材委員会（山本委員長報告）

・11月度用紙事情について

９月度の印刷情報用紙の国内出荷量は、前年同月比1.1％減で2カ月連続の減少。新聞用紙の国内出荷量は、前年同月比3.4％減で19カ月連続の減少と継続している。

2 日本印刷産業連合会等関連報告

事務局山口より、資料に基づき以下の報告があった。

（１）日印産連グランドデザイン活動状況報告

（２）2015年印刷文化典開催結果報告

（３）平成28年度日印産連主要行事日程・日印産連主催2016年新年交歓会

（４）国際印刷フォーラム開催結果報告

（５）VOC警報機販売について

3 各フォーム印刷工業会からの報告

北海道フォーム印刷工業会報告（渡辺副会長報告）

西会長が本日欠席ということで、私の方から報告させていただきます。

北海道は、活動が今までなくて、12月４日に定山渓のグランドホテルで勉強会兼忘年会を開催をいたします。毎年多くの会員の方にご参加いただく企画でもございますので、１年の締めとして盛大に開催したいと思っています。

中部フォーム印刷工業会報告（入野会長報告）

中部は10月21日に定例の理事会を開催しております。来週の11月17日に研修会を開催します。昨年、東京の方で開催したセミナーは、「紙の認知研究から見た電子メディア」という内容だったのですが、それをブラッシュアップしていただいて、「認知的観点から見た紙と電子メディア」というテーマで講演いただく予定になっております。

先週は親睦ゴルフを開催し、来月の12月には忘年会を兼ねて、定例理事会を開催する予定になっております。以上です。

関西フォーム印刷工業会報告（溝口会長報告）

終わった行事としましては、先月29日に、関西の大阪支部でいつもどおりの集会のあと、プチ勉強会を開催いたしました。今回は、株式会社ミヤコシ様に「付加価値を高める後加工機について」という題で１時間ほどお話いただきました。それから今月に入りまして、今週の10日にゴルフコンペを行いました。それから明日は「デジタル印刷セミナー」というものを、私が題を掲げて「デジタル印刷を使った印刷業界の成長戦略」というテーマで、PODi Japanの亀井様をはじめ、メーカー各社を代表して、メディアテクノロジーさん、キヤノンさん、富士ゼロックスさん、特に富士ゼロックスさんには市場調査のお話もいただけることになっておりまして、参加定員80名ですが100名を超えたので、一社から参加者の多いところは、ちょっとご遠慮いただく形で、超満員で開催いたします。ただ、私が言いすぎたのだと思いますが、用紙関係の企業の方が多いのです。印刷業者さん及び用紙業者さんの参加が、私の理想とするところなのです。これに懲りずに第２回、第３回と進んでいきたいと思います。デジタル印刷の今からの大事な方向性というものを少しでもヒントをつかめればと思っています。

あとは、12月に入りまして、大阪支部と、理事会での忘年会を例年どおり行わせていただき、１月に

は関西も新年互礼会を１月14日にさせていただいて、講演会もさせていただき、今回は西成教授にお越しいただきます。「仕事の渋滞解消の法則」、渋滞学のいろいろなところでもひっぱりだこの先生ですが、関西に来ていただき、いろいろなお話を聴く形になっております。関西からは以上です。

中四国フォーム印刷工業会報告（太田会長報告）

11月の19日に忘年会兼懇親会兼講演会を開催して、そのときに、来年の持ち回り理事会の役割分担を決めようと思っております。

現在持ち回り理事会の開催準備に向け、私の高校の後輩が宮島のホテルオーナーをやっており、宮島の観光協会の会長は私の同じ高校の同級生ということもあって、進めております。

最後に林副会長より閉会挨拶があった。

「林副会長挨拶骨子」

どうもご苦労さまでした。まず関東のほうからご報告させていただきます。年２回開催のコンペですが、11月28日（土）に７組で行う予定になっております。

12月４日は、技術委員会主催の施設見学会に、関東フォームの理事のメンバーを参加させていただいて、そのあと千葉で年末懇談会を予定しております。関東の理事はなかなかにぎやかな方がいらっしゃいますので、いろいろ活発な意見が出るんですけれども、今は支部に分かれています。そういう支部はもうやめてしまって一本化したほうがいいのではないかとか、あまりに行事が多すぎて参加が足りないので、それも関東への穴埋めは困るとか、専務理事からもお話がありましたとおり、企業の体力といいますか、そういう面もあって、今回は２回目の開催になるボウリング大会ですが、数千円の参加費がなかなか払えないので、今回は参加を見合わせていただきたいというような会員の皆さまもいらっしゃる。それが今の現実なのかなというふうに改めて思っております。関東フォームは一番会員数が多いので、活性化委員会を中心に引っ張っていき、来年度も動いていきたいなと思っております。

閉会のご挨拶ですが、11月になってかなり寒くなってきましたが、心は真夏の気分でがんがん燃えて前に進んでいかないといけないな、というふうに思っております。いろいろな統計資料がありますが、それはもう過去の数字であって、それを参考にするのはいいのですが、だからどうなんだよ、という話があるのではないかと思っております。

これから会員各企業の皆さんと、いろいろとまた来年に向けて走っていかないといけないんですけれども、あまり先頭きっては走りづらいし、かといって脇見ばかり見ていてもなかなか前に進めない。そのために、いろいろな情報をフォーム工連として提供させていただきながら、各会員の皆さまが元気にやっていければいいのかなと思っております。

今日は、どうもごご苦労さまでした。

次　回　平成27年度第８回理事会（新年理事会）
開催日　平成28年１月21日（木）
時　間　午後２時15分より
場　所　ホテル椿山荘東京（カシオペア）
新年講演会（ペガサス）午後４時から５時30分
新年懇親会（ジュピター）午後６時から

を確認して閉会となった。

企業倫理をテーマに「ケースメソッドによるコンプライアンス研修会」を開催

11月17日、日本印刷会館で「ケースメソッドによるコンプライアンス研修会」を開催した。今回はコンプライアンスの理論を学ぶだけでなく、議題（ケース）に基づいたグループ討論がなされるなど、能動的な学習の場となった。

講師の慶応義塾大学商学部・梅津光弘准教授は日本経営倫理学会副会長を務めるなど、コンプライアンスの第一人者である。同氏は「企業倫理学、企業社会責任論（CSR）の登場で、企業経営の価値転換（バリューシフト）が起きている」としたうえで、不祥事に起こりうるリスクについて述べた。「不祥事が発覚したときのリスクは非常に大きい。また、盗難や災害と違い、不祥事に備える保険制度はない。認識と組織、両方を変革し、時代と社会の要請に応えていかなければならない」。

続いて開かれたケースメソッドでは、６グループに分かれて進行。

ケースメソッドとは、ある議題（ケース）に基づきながら、グループ討論、全体討議、指導者による総評を行うもの。講座形式で学びながら、指導者による正しい結論が用意されているケーススタディとは違い、結論も明示されず、グループ討論での積極的な発話や討論による、教育・訓練を目的としているのが特徴である。

各グループには「生産ラインのトラブルと購買規定」と題した議題（ケース）が与えられ、活発な討論が行われた。グループ討論の結果を共有する全体討論のあと、梅津氏による講評が行われ、同氏は次のようにまとめた。「倫理とは人間行動の制御である。トラブルに遭遇した際、倫理的に間違ったことを実行したうえでも成功してしまうと、間違った成功体験が『癖』になってしまう。真に求められるのは、トラブルの再発防止だ。そのためにも、企業倫理を組織風土に落とし込み、組織や社員の血となり肉となるなかで、いざというタイミングで倫理的に適した行動が取れるようになるのが理想ではないか」と説かれた。

講師　梅津光弘准教授

研修会の風景

Topics

「ケースメソッドによるコンプライアンス研修会」参加者より

管理部門からの参加者

固いテーマではありましたが、具体的事例を交えて、時に講師の方の実体験に即した講義であったため、非常に興味深く受講することができました。そのために理解度も深めることができたと思います。

また、グループディスカッションを通じて、個々人で様々な考え方があることを学びました。具体的には、①コンプライアンスを厳守することが絶対必要で如何なる理由があろうとも、コンプライアンスを遵守することが必要で、例外は認めないというものや、②コンプライアンスは社内規律を守る指標として必要ではあるが、社会的な影響度合いを加味すると、時には例外も必要であるなどの相反する意見がありました。その様々な考え方や意見を聞き理解・共有した上で、自分の意見を発表できる機会が持てたことは非常に有意義でした。

今後、実際の職場においても同様な場面に出くわした場合、今回の研修で学んだことを活用して、まず、様々な意見に耳を傾けて意見集約して、次に自分の意見も反映した上で、最後に皆が納得できる結果が得られるよう努力していきたいと思います。

営業本部からの参加者

ケーススタディーとは異なり設問に対して「私はどう思う」を自由に発言し、答えは無限で進行しました。グループ６人が設問のケースに意見を述べ合い、営業としては…とか、製造工場としては納期優先とか、本社購買の権限と規則は守るという人や、ルールをかいくぐると言う人まで、何でも自由な発言でしたが、凹型のテーブルの中央から先生が議論に参加して来て、「その意見はいいね」と進行するモノだから、ますます大きく話がふくらみました。設問が非常に良くできていて、それぞれのグループが全体へ発表するのですが、ルールはルールで守らなければいけないとするグループがあったり、突発・緊急対応も想定したルールに改訂すべきというグループ。社長を首と言うグループ…。講師の梅津先生が引き取って、購買規程の意義「何でそんなことになっているのか」を、日頃からコミュニケーション能力の向上と併せ、不正防止の倫理は人間行動の制御であるので、「組織全体のあり方がこれで良いのか」と問いかけ、再発防止として見直す習慣が大事である。もし間違った成功体験をさせると癖になって、根の深い不祥事へと繋がる。照査印の欄に、一つ「これってコンプライアンス」という欄を設けている会社があるとのこと。眠くもなく、名刺交換も必須で、楽しく勉強させられました。慶應大学の学生はいいなと思いました。社内の色々な所で真似をして、答えは出さなくていいケースメソッドによる会議をしてみたい。フォーム工連のセミナーは価値が高いとあらためて感じました。

生産管理本部業務グループからの参加者

経営学と倫理学が結びついてできた経営倫理について基本的な概念と理解を学んだ。

日々、業務の中で起こる様々な局面に、倫理を組み込むことの意味を知る事ができ、どう行動するべきかを考える大切さを知った。

事例として「ケース：生産ラインのトラブルと購買規定」が出題され、問題点を討議した。会社としてあるべき体制や、その時に社員がどう行動するべきかをグループで検討した。あえて少ない情報で出題され、正解はないという問題だった。グループメンバーと意見を交わし、グループごとで導いた問題点を発表した。私が参加したグループでは、会社の危機管理やルールだけでなく、社員の判断や行動にも改善点があるのではないかという、複数の問題点を回答として発表した。

法令遵守と社会規範を尊重し、自分の職務についての責任を自覚してコンプライアンスの実践に務め、道徳や倫理の見方からも正しい行動をしようと思います。日々の業務では、迷うことも少なからずあります。その際は上司や先輩に相談し、組織全体で対応できるようにしたいと思います。問題点が発見された際は、背景や原因を教訓として共有し、繰り返さないよう改善に取り組みます。

企業や組織、社員として行うべき規範や原理がどうあるべきかを考えさせられる研修会になった。

問題が生じた際に、会社や組織の風土、体質、社員の行動で後の結果が大きく左右されることを、改めて認識する機会になった。企業も社員も倫理感を持つことで、事故やトラブル等を未然に防いだり、最小限に被害を抑える事ができる可能性があることを学んだ。

総務部からの参加者

「ケースメソッド」と銘打たれていたが、梅津教授の前振りが、そもそも論や時代時代の背景の変遷のようなものを解説しており、普段そのような視点で考えたことがなかったため、興味深く聞いたが、少し話が膨らみすぎて、ケースメソッドの解説が駆け足になってしまったのは、残念だった。

この手の研修は、普段は講師側で参画するため、受講者側での視点でモノを見られたのは新鮮だった。

自分にはなかった視点として、「ビジネスの現実の世界を考えると、関係部門が緊急に集まって、イレギュラー対応、緊急対応のルートが必要なかったか」、「兆候があった時点でのエスカレーションすべきなのに、そのルールがなかった」といった意見が挙げられていた。

最後に受けた本ケースの要点、狙い等の解説は、自分がこのような講習会を開いたり、その素材を考えたりする際に、大いに参考になったと感じた。また、可能であれば、上手なケースの作り方を聞いてみたい。

管理部からの参加者

「コンプライアンス研修」となると非常に堅苦しく、３時間も行うと、最終的には何も身に付いていないといったケースが多々あると思われる。その点、本研修に関しては前半講義、後半グループワークといった２部構成で組み立てられており、最後まで飽きさせない工夫があり効果的であった。

前半部分は、講義というよりも、余談話を多く含ませる講演に近い形式で、一見難しい議題を、笑いを取りながら進行することで、自然と知っておかなければならないことが身に付いてきたと思う。

これは、梅津先生の語り口調も非常に良かったことが、より効果を増していたと感じる。

後半部分のグループワークに関しては、具体的事例をもとに、参加者（多種多様な職種）のメンバーと意見を交わす方式で進行し、様々な意見を聞くことができた。私のグループでは、同じ議題であるにも関わらず、意見が真っ二つに割れ、「コンプライアンス」という問題においては、容易に善悪の判断ができないケースも多々あると再認識させられた。そのような場合でも「勝手な解釈」を行ってしまい、取り返しの付かないことを招くケースも学んだ。常日頃から「コンプライアンス」に関する意識を持ち、正確な知識を身につける努力が必要であると感じる。また、グループワークでのケースメソッドが、私が営業時代に目の当たりにしていた事例であったため、当時を思い起こしながら挑むことができた。他メンバーも自分の立場に置き換えて、自分なりの意見を提供していたと感じる。

本研修をきっかけに、一層「コンプライアンス」を意識し、不明点は必ず確認、自分勝手な解釈をしない等、当たり前のことをひとつひとつ実践していくつもりである。

幹部役員からの参加者

印刷産業における「企業倫理」の中心となるものは、日印産連で掲げている「印刷産業の社会的責任」で定めた「ミッション・ステートメント」、ならびに「印刷産業人綱領」に集約されるものと思います。

その意味で今回参加した研修では、各ステークホルダーとの関係の中で、とりわけ従業員との関連において、優れた企業倫理の定着・向上への不断の努力により、「企業の文化」として定着することがあるべき姿であるという方向性は、大変参考になりました。

一方で会社組織は、どうしても自身の論理にとらわれる傾向となりがちであることから、今回の研修の中で「社会の中で外からの目線に耐えられることが判断基準」という話が、大変印象に残りました。ケースメソッド研修の中でも、一つの事象は様々な側面を持っており、その判断も多様なものとなりますし、とりわけ社内の一部署と会社全体、会社とお客さまの利害が、時にトレード・オフの関係になりやすいとも感じます。その中で、相対的な判断ではなく、「外からの目線に耐えられるもの」として客観的な判断ができるということが、企業文化として定着させていくべきものであると思わされた研修でした。

技術委員会

ビッグデータを分析する「Excel Power Pivot 活用実践講座」を開催

技術委員会（福武正廣委員長）では、10月23日に日本印刷会館において、「Excel Power Pivot活用の実践講座」を開催した。「Excel Power Pivot」は、Microsoft Excel（2010以降）にアドインすることができ、無料でありながら、多量のビッグデータを分析することが出来る素晴らしいツールだ。

実習に先駆けて、講師のデータマーケターの内野明彦 氏は、Power Pivotを使った絵本通販サイトの顧客分析（カスタマージャーニー）実績を取り上げ、初回利用者の購入傾向データをPower Pivotに入れて分析・可視化し、どうすればリピート購入に繋がるのか提案した事例を紹介した。講師の内野氏は、「分析して仮説を打ち出したら、あとはPDCAを繰り返さなければならない」と前置きしたうえで、「Powe Pivotでは現実的に数千万レコード級のビッグデータ処理

が可能で、ビッグデータの分析には具体性と説得力も伴う。低価格かつ親しみのあるExcel機能のアドインを使ったPower Pivotは、ビッグデータを扱ったマーケティングのスモールスタート&サクセスに繋げやすい」と提案した。

実習では各自Power PivotをアドインしたPCを持参し、模擬データを用いながら、さまざまな分析を実践した。

［参考図書］
書　名：「Excel&Power BIによる企業データ分析入門」
著　者：内野 明彦、平井 明夫、岩本 禎史
発　行：日経BP社

市場調査委員会

2015 年度版「市場アンケート調査報告セミナー」を開催

市場調査委員会（石井啓太委員長）主催の「市場アンケート調査報告セミナー」を、10月29日に日本印刷会館において、約100名が参加して開催した。毎年、会員企業120社に調査票を発送し、アンケートを実施しているが、本年は57社から回答をいただき、『フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書』として11月に発行している。この調査報告書を基に市場調査委員長の石井氏が講演された。

また、印刷技術協会（JAGAT）が毎年発行している『JAGAT印刷産業経営動向調査2015』について、同協

市場調査委員長の石井氏

JAGAT 主幹研究員の藤井氏

会研究調査部長主幹研究員の藤井 健人 氏が報告。

さらに、特別講演として、『一般印刷の先に―ビジネスを成長に導くDMの先進事例』をウィル・マンスフィールド氏（イーストマンコダックエンタープライズインクジェットシステム事業部ワールドワイドセールス&マーケティングディレクター）が講演した。

『フォーム印刷業界の現状と課題に関する調査報告書』の資料に沿って石井氏から調査集計の概要を報告。回答55社のうち2,000万円未満17社（昨年回答15社）、2,000万年以上5,000万円未満20社（昨年回答19社）、5,000万円以上2億円未満12社（昨年14社）2億円以上６社（昨年回答13社）と、規模の大きな企業からの回答が減少。地域的に見ると関東地区からの回答は23社（昨年27社）、関西地区11社（昨年13社）と大都市圏の企業からの回答が減少した。注目の売上の推移については、10％以上増加した企業が

会場風景

ウィル・マンスフィールド氏

４社（昨年６社）と減少し、10％以上減少したと回答した企業が９社（昨年5社）と増加している。また、経常利益については、20％以上増加した企業が５社（昨年14社）、10％以上20％未満の企業が４社（昨年９社）と減少し、20％以上減少したと回答した企業が10社（昨年３社）と大幅に増加している。これらの要因は、前年度の消費増税に関する受注の影響が考えられると石井氏が報告した。

藤井氏は、『JAGAT印刷産業経営動向調査2015』から印刷経営と戦略、設備の最新動向で、縮小均衡から拡大再生産へ動いていることを示し、設備等の投資意欲が４年ぶりに拡大傾向にあり、設備投資として速乾性UV印刷機、ハイエンドデジタル機。投資重点対象は人材、デザイン、後加工、Webになってきている。印刷経営の方向性は、縮小均衡から拡大再生産へ向かうための投資再開、生産性改善、従業員配分増加を挙げ、上流から下流の加工・配送までワンストップサービスの実施。さらには、印刷事業以外の領域も視野に入れた脱印刷志向や、再成長のための戦略の再構築について具体的な数値を例に解説した。

特別講演の講師のウィル・マンスフィールド氏（イーストマンコダック社）はアメリカ、カナダで、どのように同社のプロスパープレスを使用してビジネス展開をしたかや、バリエーションを特にDMの先進事例を挙げて紹介した。コダックの独自調査では、世界の印刷市場はオフセット印刷で刷られた枚数は2011年で約30兆枚。2016年では約29兆枚と横ばいであると予測している。一方、デジタル印刷は大きな伸びを見せ、2016年までの５年間で60％の増加を見込んでいる。特にインクジェットは“drupa 2008”以来確実な伸びを示して、世界の市場規模は約10兆円に近い市場規模になっている。特に、大きなビジネス成長を予測している分野は「雑誌（マガジン）」と「カタログ」を合わせた「マガログ」であると指し示した。

技術委員会主催

美術鑑賞も加えた「施設見学会」ツアーを実施

技術委員会（福武正廣委員長）は12月４日、千葉県の㈱東京機械製作所かずさテクノセンター、DIC㈱の総合研究所・川村記念美術館を巡る「施設見学会」を開催した。見学会には計41人の参加者が集まり、最新の技術動向について学んだ。

技術委員会では毎年、見学会を企画し、印刷関連のさまざま技術情報を伝えている。今回は新聞専用デジタル印刷機として、㈱ハワイ報知社をはじめ海外の新聞社で導入されている、「JET LEADER」シリーズを開発・製造している㈱東京機械製作所かずさテクノセンター。

印刷インキの製造から基礎素材である有機顔料や合成樹脂事業だけでなく、エレクトロニクス分野から生活分野まで多様な領域を手掛けているDIC㈱の総合研究所と、隣接されているDIC川村記念美術館を見学した。

工場見学会当日は東京駅の丸の内鍛冶橋駐車場へ集合し、一行は㈱東京機械製作所かずさテクノセンターへ向かった。

かずさテクノセンターは70余年の歴史を有した玉川製造所（神奈川県川崎市）に代わる、東京機械製作所の新たな生産拠点として、千葉県木更津市のかずさアカデミアパーク内に建設、2011（平成23）年に本格稼働を開始した。

総面積が約10万5000㎡（約３万2000坪）あり、その敷地内に研究開発施設、機械加工工場、組み立て工場などを備え、時代の変化に即応した最先端の研究・生産体制を構築している。

上　東京機械製作所加工現場
下　JET LEADER

東京機械製作所かずさテクノセンター訪問

入口での記念撮影の後、センター内に移動し、東京機械製作所を代表して芝龍太郎社長があいさつした。

「近年は物が売れない経済情勢を迎えているが、私は人作りと組織作り、そして仕組み作りと風土作りに取り組んでいくことがキーになると捉えている。創業145年を誇る東京機械製作所では、今までの文化や伝統を捨てるのではなく、いかに融合させるかが大事である。皆さんにもさまざまなご指摘をいただきながら、今日は共にビジネスモデルの構築を目指していきたい」

工場見学では機械の加工エリアや組み立てエリアを回るとともに、JANPS 2015（新聞制作技術展）や、IGAS 2015で紹介されたデジタル印刷機「JET LEADER1500/2000」の実働を見学した。

DIC 川村記念美術館

新聞印刷のジョブではデジタル印刷機の特色を活かし、工場前で撮影した記念写真を紙面に入れ込んだだけでなく、参加者の名前・企業名をバリアブル印刷し、ランダムによる抽選くじの結果を合わせて印刷するというパーソナライズ性を披露した。

場所を移し、DIC川村美術館併設のレストラン「ベルヴェデーレ」でのランチの後、美術館での見学となった。

DIC川村美術館はDICグループが収集した美術品を公開するために1990年５月、千葉県佐倉市の総合研究所に隣接する形で開館し、モネやルノワールの印象派絵画から、ピカソ、シャガールなどの西洋近代美術だけでなく、日本の屏風絵や20世紀後半のアメリカ美術まで、幅広いジャンルの作品を収蔵している。

参加者は学芸員先導のもと２班に分かれ、美術館内を回り、数々の収蔵作品を楽しんだ。

DIC総合研究所では所内を見学するに先駆けて、総合研究所センター長の中村氏が同社の概要について説明した。

DICは1908年創業。2008年に大日本インキ化学工業から社名を変更し、経営理念「The DIC WAY」の原則に基づき、グローバル企業として、「化学で彩りと快適を提案する」ことを目的に設定している。

現在は創業時の印刷用インキだけでなく、液晶材料に使われるファインケミカル、建築など幅広い業種で使われる樹脂を提供するポリマ、DICの基礎技術を応用したアプリケーションマテリアルズといった、印刷インキの基礎素材である有機顔料と合成樹脂をベースにした、幅広い事業分野を展開するに至っている。

DICグループの研究施設は国内外16箇所にあるが、DIC総合研究所はＲ＆Ｄ（研究開発）本部としての役目を果たしながら、基礎研究ならびに調査研究を中心に引き受けている。

今村彰志分散第二技術本部グループマネージャーによるインクジェットの仕組みおよび用途解説を受けたのち、研究所内を見学。原子や分子といったレベルまでミクロに見るＮＭＲ（核磁気共鳴）装置をはじめとした世界トップレベルの設備が披露され、質疑応答の時間では参加者からもさまざまな質問が飛び交った。

DIC（株）の総合研究所施設説明

DIC（株）の総合研究所ショールーム

DIC 総合研究所訪問

施設見学会参加者から

下村　純逸　様

東京機械製作所かずさテクノセンターでは、インクジェットプリンターの機械生産ラインから実際のプリント稼働までを見させていただき、非常に興味深いものがありました。私共の工場でも大型高速インクジェットプリンターを稼働させておりますが、可変データのカラーバリアブルプリントという意味では共通したものがあり、プリンタだけでなく、データ処理の部分についてもっとお話を伺いたかったくらいです。

工場は非常にきれいにしておられ、おそらく５Ｓ活動も積極的に取り組んでおられることと思います。同じ工場勤務者として参考にさせていただきたく、その辺の内容もぜひお伺いしたく思いました。

DIC総合研究所でインキやトナーの研究所を見学するのは今回が初めてですが、これだけ大きな敷地に立派な研究所を有しておられるのはさすがだなという感想です。中ではさまざまな研究を行なっておられ、製品の品質維持、向上、新製品の開発などに役立てておられるのだと思います。DIC様のインキではプロセスカラーの「アビリオ」という銘柄のＵＶインキを使用していた時があり、インキのタックやインキミストの問題に対していち早く対応していただいたことがあります。そういう問題についてもこうした研究所で原因解析や改善品の開発をされたのだなと思うと、非常に感慨深いものがありました。

施設見学の合間にDIC川村記念美術館の絵画や彫刻を鑑賞させていただき、しばしの間安らぐことができました。案内係の方の説明を聞きながらの鑑賞だったので、作品についての鑑賞ポイントや作者のエピソードなども聞くことができて、誠に有意義な鑑賞となりました。機会がありましたらもう一度訪れてみたい美術館でした。

団体関係者Ｉ様

東京機械製作所は新聞輪転が中心の会社なので、新聞分野のフルデジタルに取り組んでいるが、この市場自体が日本ではかなり限られると思う。時間1,100部、１部（40ページ）で消耗品コストが25円という条件で採算に乗せるのは、かなり高付加価値の新聞になる必要があり、販売価格と広告によりいかに価値を上げられるかがポイントであるが、それが何なのか思いつかない。

工場はしっかりとした整理が行き届いており、日本のモノ作りのレベルの高さにつながっていると思う。ただ大型の工作機械を使い、決して数量の多いとは思えない部品を、自社で作ることのコスト負担はかなりなものと思われる。それが製品の信頼性につながるので、無駄なコストとは言えないと思うが。

DIC総合研究所では、幅広い分野への取り組みと、各種の分析機器の豊富さに感心させられましたが、ケミカル分野では世界で45位という順位を聞いて驚きました。（DICならば、もっと順位が上かと思ったのですが意外です）

DIC川村記念美術館は一度行ってみたいとは思っていましたが、遠いのでちょっと行く機会がなかったのが、今回みられてラッキーでした。美術館の維持にかなりの人がかかわっており、このコストはかなりなものと思います。かつては王侯貴族や教会が文化の担い手となっていたわけですが、今日では国や大手の企業がこういった役割を担っているということを理解させられました。

糟谷　宏　様

TKSの製造現場は５Ｓが徹底されていて、匂いはさすがに油臭かったですが、非常にすっきりしていて気持ち良かったです。最新設備と職人としての匠の技とがうまく融合しているように感じました。

プリンターのデモは、JL1500もJL2000のいずれもが、スムーズで事前準備はそれなりに大変だったとは思いますが、パフォーマンスの高さに驚きました。当面は新聞印刷ということのようですが、さまざまな分野で利用できる可能性があると思います。事前にジョブをまとめておくことで、小ロットあるいは全数可変のものを連続して生産することができます。チラシやクーポンなどをパーソナライズして、ある程度大量に製造するという市場が大きく育っていけば、本機のような機械を設備しているかどうかが、印刷会社の浮沈を左右することになるだろう。

DIC総研は、比較的小さく区画された部屋でそれぞれ専門分野に専念しているという、いかにも研究所のたたずまいだなと思いました。詳しくは分かりませんが、おそらく高価な測定器や観察機器を使っての地道な作業と思索を繰り返しているのだろうと思います。素材開発というのは、世の中に直接現れてはきませんが、さまざまな生活の場面を支えているものなので、誇りと責任を持って取り組んでいるように見受けられました。

片山　進　様

見学したかずさテクノセンターで、まず関心したのはクリーンな環境です。金属加工の大型マシンが多数稼動中にもかかわらず、通路や設備がたいへん清潔に維持されており、騒音もなく、マシンの中で大きな金属が加工されているのが信じられないほどでした。巨大な空間が適度な室温で管理されており、製品や作業者に対し、高い配慮がなされていることが感じられました。設備の配置や資材の置場など、作業効率も良く考えられており、羨ましいほどでした。

自社で開発された高速インクジェットプリンターは、永年新聞輪転印刷機を製造されてきたスキルが活かされており、特に加工部は初めて間近で拝見させていただき、たいへん勉強になりました。インクジェット技術は、ビジネスフォームでも広く活用されてきていますが、今後さらにいろいろな商材に使用され、商印・出版・新聞・ビジネスフォームなどの業界の垣根が低くなってきているのが実感できます。

これまで研究所という所を実際に見せていただける機会はほとんどありませんでしたので、DIC総合研究所の見学は非常に楽しく拝見させていただきました。高性能な測定機器を駆使して研究開発されているところは、まるでドラマの１シーンのようでした。（科学捜査系のドラマが好きですので！）普段日常で使用しているインキにも、様々な技術が集約されていることを再認識いたしました。

木村　篤樹　様

明治初期の官営工場での農機具制作に端を発し、総合機械メーカーとして歩まれてきた140年企業のTKSは、1906年に国内初の新聞輪転機を完成させたとのこと。今日のデジタル印刷機事業に至るまで、当に日本の産業の栄枯盛衰を代表する企業だと実感した。改めてデジタル印刷機事業の成功を紙メーカーとして後押ししたい思いに駆られた。

また、JETLEADERの設計思想が今のところコスト最優先（廉価なインク設計、省エネのためのドライヤーレスなど）と300dpiでもベタが再現できること、つまり上質紙、更紙対応なので、新聞印刷以外への展開は、少なくとも品質に厳しい国内市場では難しいと思われるが、一方で来年６月の内覧会で発表予定のドライヤーが付くコート紙対応機種に期待したい。

DIC総合研究所の見学では、主に分析センターのフロアの見学ではあったが、その分子・原子レベルまで遡って分析できる設備に羨望を覚えた次第。説明員の方の例えで、「九十九里浜からダイヤモンド２～３粒を探すようなもの」が言い得て妙だった。IJ用インクは、顔料と樹脂と分散の三つの技術の賜物。さらなる進化を期待したい。DIC川村記念美術館も含めた広大な（森林）敷地内にあるこの研究所は、羨むばかりの環境である。ここから色々な革新的な技術や素材が生まれているのだろう。

以前に金沢の印刷会社の社長が仰っていた「マーク・ロスコのシーグラム壁画の赤味の再現が難しい」の現物が、今回のDIC川村記念美術館で鑑賞できて非常に納得できた。また、クロード・モネの「睡蓮」も間近で観る筆のタッチと、遠目で観る画像の印象のギャップに非常に感嘆した。

山下　潤一郎　様

今回訪問した両社は、ともに創業100年以上の老舗企業で、印刷に関する知見を豊富にお持ちである。確かに、両社にとってインクジェット式デジタル印刷は新しい分野であるが、技術的な難易度が（オフセット印刷など）、これまでの印刷方式と比べて大きく違う訳ではなさそうである。そのため、かずさテクノセンターやDIC総合研究所におけるインクジェット式デジタル印刷技術に関する理解は、すでにかなり深いのではという印象を受けた。

これに対して、両社の営業やマーケティング部門は、インクジェット式デジタル印刷という新しい市場を開拓する方法を見つけるのに試行錯誤しているという印象であった。ただ今後、インクジェット式デジタル印刷サービスの需要はどこにあるのか、その需要を喚起するポイントは何か、そこでブランド力を高めるにはどうすれば良いのかといった点について自社の答え（仮説も含めて）を用意していけば、こうした印象は改善できる。

インクジェット式デジタル印刷サービス・ビジネスを立ち上げるためには、機材・資材の機能向上に加えて、営業・マーケティングの戦略・戦術を根本的に見直すこと。そして、生産現場（印刷業界）側では、インクジェット機を活用するアイデアやノウハウの積極的な蓄積が必要不可欠であることが、今回の見学会から見えたように思う。

関東フォーム印刷工業会

平成27年度年末懇談会を開催

関東フォーム印刷工業会（林陽一会長）は、（株）東京機械製作所かずさテクノセンター、DIC（株）の総合研究所・DIC川村記念美術館を巡る、技術委員会主催の施設見学会に参加した後、千葉中央駅近郊のホテル京成ミラマーレで年末懇談会を開催した。

年末懇談会の冒頭、林会長は施設見学会を振り返りながらあいさつした。「われわれの業界は印刷＋データプリントを提供し、追い求めてきたが、これからはユーザーのニーズにいかに対応していくか、またわれわれ業界がユーザーに対してどのように新しいものを提供できるかが大事になってくるだろう。

関東フォーム印刷工業会　林陽一会長

技術は日進月歩で新しいものが出てくるが、それを実際に使う仕事の内容は各社それぞれの営業力、企画力が大事になってくる。マイナンバー元年を迎える中、2016年からはまた新しい制度改正など対応も迫られるが、１社でできないことも、まとまることで新しいこともできる。会員の皆さんと一緒に手を携えて、下を見るのではなく、冬の清々しい青空を見上げ、前を向いて１歩２歩先を進んでいきたい」。

乾杯の音頭を懇親会に駆けつけた宮腰巖会長（日本印刷産業機械工業会）が発声し宴会が始まった。宴もたけなわの頃、福田学副会長（関東フォーム印刷工業会）の三本締めで閉会となった。

北海道フォーム印刷工業会

セミナー及び理事会・忘年会を開催

北海道フォーム印刷工業会（西智樹会長）は、12月４日（金）に１泊２日で、今年最後の活動として、セミナー・理事会と忘年会を定山渓グランドホテルにおいて、20社25名の参加をいただき開催いたしました。

セミナーは、キヤノンプロダクションプリンティングシステムズ（株）様に協力を得て約１時間行い、理事会では、当会の元会長 渡辺修氏が、日本フォーム印刷工業連合会より表彰を受けることとなったと報告を行った。その後、ゆっくり温泉に入ってから、忘年会を行いました。忘年会では今年１年を振り返り、楽しく情報交換や親睦を深め無事終了いたしました。

東北フォーム印刷工業会

ゴルフ交流会と望年会を開催

東北フォーム印刷工業会（大門一平会長）は11月23日（月）、あいにくの小雨模様となりましたが、表蔵王カントリー倶楽部において恒例のゴルフ交流会を、12名の参加のもと開催いたしました。終了後は秋保温泉の緑水亭に移動して、役員会を開催し今後の活動と日程を協議し、来年度の定時総会を５月17日（火）に、山形において開催することで承認をいただきました。

温泉で体の芯まで温めて昼の寒さを忘れた後は、笹氣元東北フォーム印刷工業会会長の発案で、新しい年に希望をつなぐ望年会を開催いたしました。東北の美味しい地酒とお料理を満喫しながら、会員の交流は深まり、ゴルフコンペの表彰式では、寒さを克服した笹氣元会長が優勝を遂げられました。会場を移動してのカラオケ大会では、各々が自慢の歌を披露し、晩秋の秋保温泉を満喫することができました。

中部フォーム印刷工業会

平成27年度会員研修会を開催

中部フォーム印刷工業会（入野康会長）は、11月17日午後３時よりウインクあいち（名古屋駅前）で、平成27年度会員研修会として、富士ゼロックス株式会社研究技術開発本部 柴田博仁主査をお迎えし、『紙の効果を科学する～紙と電子メディアの認知的比較～』と題し、昨年日本フォーム印刷工業連合会にて開催された演題を、ブラッシュアップしていただいた内容でのご講演をいただきました。

参加者は正会員、特別会員、協賛各社より44名が参加されました。

入野会長は挨拶の中で、参加者に感謝の意を表した後、「電子メディアが多種多様な情報伝達の主役としてその規模・ボリュームにおいて、紙媒体を凌駕して久しいところです。しかしながら、まだまだ紙を主戦場にせざるを得ない我々業界が、さらに電子メディアとの融合を図りつつ、それぞれの媒体が持つ最高の機能をお客様に提案していくためには、今一度それぞれの媒体の科学的な分析に基づく基本的な機能や特質を学び、理解することによって、クロスメディアとしての価値創造や、企業としての戦略に反映することが不可欠であるものと判断し、本日の研修会を開催することといたしました。とりわけ、印刷業界の中でもフォーム業界こそが、電子メディアとの複合を含めた、新しい情報伝達市場のキーとなる営業ノウハウや生産技術を蓄積していることは間違いなく、新しい市場の創造が可能な業界であると思います」と述べ、講演への期待を表明した。

講師　富士ゼロックスの柴田博仁氏

この後、柴田講師より永く議論の久しい“紙”と“電子メディア”の優劣・有用性に対し、氏が研究された科学的・客観的・実証的アプローチを元に、研究成果を分かり易く、質疑を含め90分間のご講演をいただきました。

平成27年11月６日（金）に会員の親睦を図るため、豊田市の『セントクリークゴルフクラブ』にて会員各社より９名が参加し、ゴルフコンペを開催しました。

会員親睦ゴルフコンペ・理事懇親会を開催

平成27年12月４日（金）には、名古屋駅前にて理事会終了後、忘年会を兼ねた理事懇親会を開催しました。

関西フォーム印刷工業会

「デジタル印刷を使った印刷業界の成長戦略」を開催

関西フォーム印刷工業会（溝口剛司会長）では、11月13日に、大阪産業創造館６Ｆにおいて、デジタル印刷セミナー「デジタル印刷を使った印刷業界の成長戦略」を、95名が参加して開催しました。

最初に一般社団法人PODi Japanの代表理事の亀井雅彦様よりデジタル印刷の勝利の方程式と題して、米国を始め世界のデジタル印刷を使った成長事例の紹介と、顧客とパートナーとなって密着することが大事で、付加価値は、どこにあるのかを考えることが大切であるなど、いろいろな角度からデジタル印刷の成長について発表がありました。

つづいて、株式会社メディアテクノロジージャパンＶＰ営業統括部ＶＰ営業部の星野敏生様より、ビジネス拡大に向けたデジタル印刷機の活用と題し、デジタル印刷の活用のポイントや、フルカラー連帳インクジェットプリンターのご紹介等をしていただき、同じく株式会社メディアテクノロジージャパンのグラフィック事業推進部の佐々浦映展様からは、ロールUV-IJ印刷機によるセキュリティ／トレーサビリティラベル印刷で、偽造防止印刷向けサービスへの取り組み事例など、新しいターゲット印刷物についてお話いただきました。

つづいて、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プロダクション企画部の松藤勝弘様より、印刷ビジネスを変革する次世代インクジェットの活用例と題し、ホワイトペーパーソリューションの世界各所の実践例のご紹介と、新製品インクジェット印刷機のご紹介をしていただきました。

つづいて、富士ゼロックス株式会社のプロダクションサービス営業本部営業計画部計画管理室市場戦略グループの田中勝博様より、デジタル印刷の展望と題し、国内デジタル印刷市場についてや、デジタル印刷活用事例などを詳しくご紹介いただきました。

セミナーは、14時より、途中休憩なしで16時半まで、超満員の中真剣で熱気あるセミナーでした。

合同ゴルフコンペを開催

11月10日（火）に合同ゴルフコンペを瀬田ゴルフコース北コースで行い、23社から24名が参加して開催した。見事に株式会社ジェイビーエフサプライの竹内松夫様が優勝されました。

大阪支部　第49回プチ勉強会を開催

大阪支部（平松敬康支部長）では10月29日に、東産業会館において、19社から21名が参加してプチ勉強会を開催した。今回は、「付加価値を高める後加工機について」と題して、業界人なら誰もが知るフォーム輪転印刷機製造のリーディングカンパニーである株式会社ミヤコシ営業技術部部長の藤原鈴司様に、フォーム輪転機以外の加工機の情報を出してくださいと注文をつけてお願いした。

通常、印刷機廻りの加工部分には購入企業の要望とノウハウが結集されており、外部には公開できないものが多いようですが、どうしても公開できないものを除いた、ギリギリの線までの情報をご提供いただきました。フィルムと紙の薬袋製造機、シールラベル製造機、付箋製造機、コールド箔供給機、タック紙製造用コーター機、ステップラベル巻取機、小森Ａ全判オフセット機と連動させた製本・シュリンク包装ライン、幅広高速シーター、マスキングテープ製造機、ホログラム貼付機、LED-UV乾燥付きフィルム用オフセット印刷機等々、多岐にわたる印刷分野で専用機を製造されていることが分かりました。

フォーム印刷機に留まらない技術の広さと、市場のニーズに対応していく精神に感心させられました。

同時に、従来の連続伝票が激減する中、我々も新しい分野にどんどん目を向けてチャレンジしなければならないと実感する１時間でした。

中四国フォーム印刷工業会

講演会・懇親会を開催

中四国フォーム印刷工業会（太田真義会長）は、11月19日（木）午後５時から、講演会と懇親会をメルパルク広島において開催。

講演会では、税務・会計・財務・経営分析等により、中小企業の経営指導を行なっている（株）合同総研代表取締役（ＧＯ＆ＤＯ篠原税理士法人代表税理士）の篠原敦子氏から、「争続・相続対策のための贈与」をテーマにお話をいただいた。講演内容は相続税・贈与税の改正概要。争続は何故おこる、相続対策のポイント、相続対策における生前贈与の活用等について勉強した。

参加者は12社から16名のご出席をいただいた。

親睦ゴルフコンペを開催

平成27年10月3日（土）に親睦ゴルフコンペを芸南ゴルフクラブにて開催。参加者11名で新生印刷（株）の森本孝之社長様が優勝されました。

中四国フォーム印刷工業会会員社名の変更

12月１日付　新生印刷（株）　→　（株）新生

九州フォーム印刷工業会

平成27年度　第３回理事会・忘年会を開催

九州フォーム印刷工業会（和田秀一郎会長）は12月３日（木）に、福岡の「料亭　稚加榮（ちかえ）」にて理事会及び忘年会を開催した。

理事会では、正会員11社12名が参加し、冒頭に10月に九州で開催された日本フォーム印刷工業連合会（持回り理事会）の報告と収支会計報告が行われ、和田会長から無事に会を終えることができたことと、運営の協力に対してのお礼が述べられた。

同時に、近況の会員報告や、ユニバーサルデザインの浸透状況の確認等も行なわれた。また、来年度に向けて会員相互の連携を強化し、活動していくことを確認し、理事会を終えた。

特別会員を含めた忘年会では、28名が参加し、理事会でも述べられた日本フォーム印刷工業連合会（持回り理事会）の運営協力のお礼と情報交換が行われ、今年を締めくくる意味でも、おおいに親睦を深めることができ、楽しいひとときを過ごした。

国際委員会

北米印刷事情レポート（WhatTheyThink）より

オムニチャネルでカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）を作りだす

InfoTrend ダイレクター　Barb Pellow 氏

もはや一つのチャンネルを使って大々的にキャンペーンをはる時代は終わっている。今日のマーケッターは、消費者と接する際、ますます拡散していくメディアチャネルの選択を強いられているのだ。複数の中からチャネルを選択することは重要であるが、過度にひとつに特化してしまうと、他のチャネルを疎かにしてしまい、ビジネスチャンスを逃してしまう。消費者は、全てのチャネルにスイッチが入っており、情報収集の主導権を握っている。ソーシャルメディアなどで友達や家族のアドバイスを受けたうえで、企業と取引をするのだ。マーケッターにとっては新しいゲームは新しい言葉で始まるのだ。我々は新しい言葉になるオムニチャネルを理解しなければならない。

それでは、オムニチャネルマーケッティングとは何であろうか。マーケッティングオートメーションのMarketo社は、オムニチャネルについてこう定義する。「オムニチャネルは流行語かもしれないが、大きな流れの変化のことを指している。マーケッターはチャネルやデバイスに関わらず、切れ目がないサービスによりエクスペリエンス（体験）を提供しなくてはならない。消費者が、実店舗、ウェブサイト、モバイルのアプリ、カタログ、ソーシャルメディアなどあらゆるチャネルを通じて企業と取引することができるようになったからだ。彼らは、企業が提供する製品やサービスを、電話、スマホのアプリ、タブレット、ノートやデスクトップPCなど複数のチャネルを通じて、簡単に評価することできるようになったので、各々のカスタマーエクスペリエンスに、一貫性をもたらし、補完関係を作りださなくてはならないのだ」。

■カスタマーエクスペリエンスを提供する

InfoTrendsの「2015年度カスタマーエンゲージメント技術の市況レポート」では、北米と西欧諸国800社にアンケート調査を実施している。カスタマーエンゲージメント市場の状況の把握と未来を予測した。調査対象者は、銀行など金融サービス、医療保険を含めた保険サービス、医療保険を省いた医療サービス、官公庁、通信、公共料金など数多い業界に渡る。同調査で分かったことは、大半の企業がオムニチャネルによるカスタマーエクスペリエンスを作っていく必要性を感じていることである。カスタマーコミュニケーション（CCM）に投資する理由について聞くと、カスタマーエクスペリエンスの改善が回答の最上位にきた。以下、優良顧客のロイヤリティを高めることと、顧客行動をよりよく把握するなどが続く。

■CCMに投資することで達成したい重要な目標は?（図1参照）

サービスプロバイダの役割は？

IBMがスポンサーとなって、最近DMニュースが出版した「最適なカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）を作るための５つのステップ」という白書は、カスタマーエクスペリエンスのギャップをいかに埋めていくかについて述べている。最近の技術動向を受けて、印刷会社・マーケッティングサービスプロバイダは、５つの領域で重要な役割を果たすことができるという。ステップの詳細は以下の通りだ。

１.適切な顧客区分を作成し調査を行う

ブランドが最も効果のあるキャンペーンをつくるには、特定の顧客区分を定める必要がある。忠誠心の高い顧客（ロイヤルカスタマー）、頻度の高い顧客（フリークエントショッパー）、利益性の高い顧客などそれぞれのセグメントに対して、違ったメッセージを送らないといけない。Info Trendsの「カスタマーエンゲージメント技術調査」によると、企業が最も注力しているのは、販売に直結する個人化する技術（パーソナライゼーション技術）だ。提案のカスタム化や、より関連性の高いデータ主導の個人化（パーソナライゼーション）などの施策が最優先される。

企業がカスタマーコミュニケーション（CCM）において、カスタマーエクスペリエンス（CX）をいかに改善しようとしているのか？（図２参照）

印刷会社にとっては、バリアブルデータ（可変データ）の技能を磨き上げることであろう。手元にあるツールや技能を用いて、ターゲットとなる消費者各々に異なったメッセージを伝えることができるか、社内の設備やシステムを点検すべきである。

２.顧客のジャーニー（購入に至るプロセス）を把握するために、顧客と共同作業（コラボレーション）する

マルチデバイスの時代となった今、各々の顧客が好むチャネルはまちまちといえよう。

サービスプロバイダは、企業の依頼者と一緒になって、実店舗からモバイルデバイスまで複数のチャネルを網羅したカスタマージャーニー（顧客が購入

図１

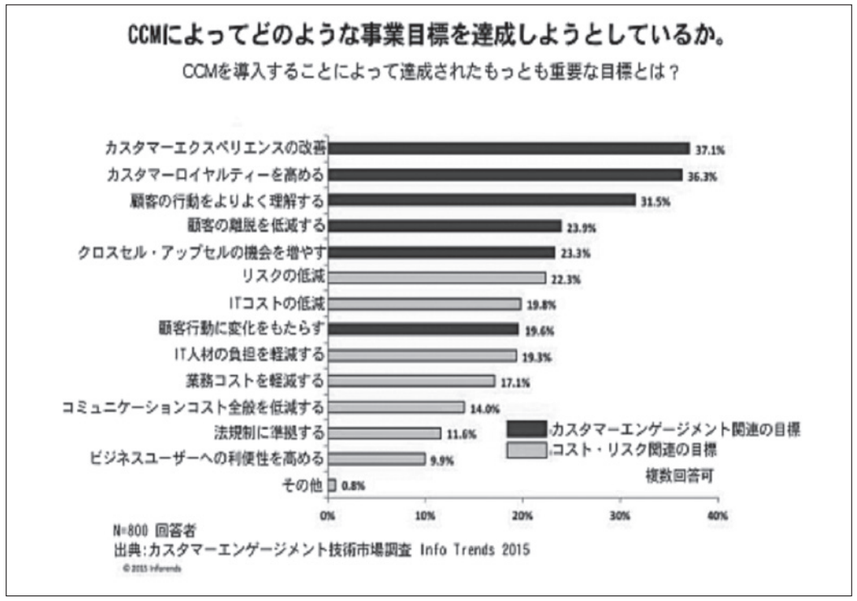
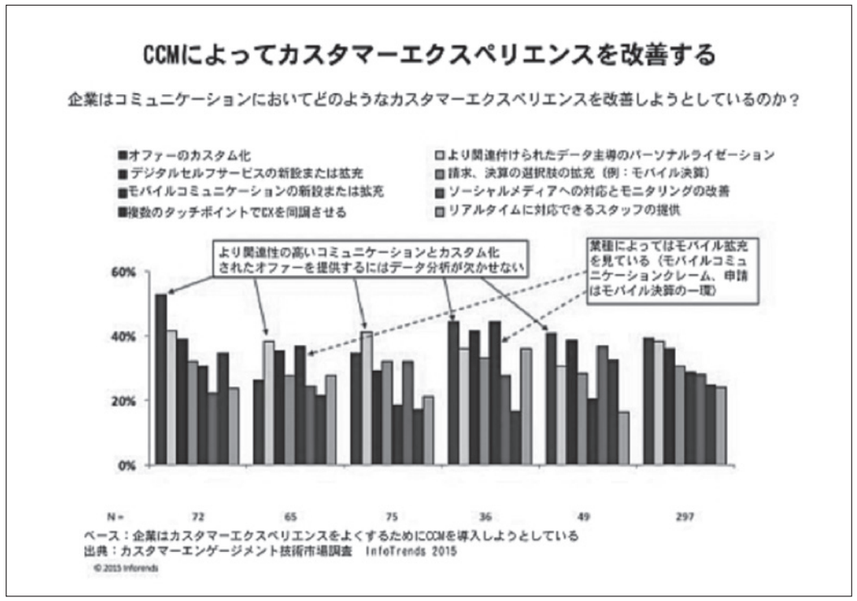


図２



に至るプロセス）の見取り図を作成しなくてはならない。ポイントは、全てのチャネルにおいてキャンペーンが統合されていて、一貫していることだ。企業に「重要な情報を顧客に送る時、どのチャネルが最も重要か」聞いたところ、全てのチャネルが重要であると答えた。最近では、モバイルが益々重要度を増しているが、重要な情報を送る時は、全てのチャネルが重要な役割を果たしていくことは変わらない。

企業が重要な情報を伝える時、どのチャネルが重要か？（図３参照）

サービスプロバイダは、オムニチャネル化される世の中で、自分の立ち位置について考えないといけないだろう。クライアント企業が、印刷、モバイル、ネット、ソーシャルなど複合的にキャンペーンを展開する時にどのように貢献できるだろうか。それを可能とする必要なツールやパートナーなどを検討しなくてはならない。成功しているサービスプロバイダは、自社開発、ツールの購入とパートナーとの提携を上手く組み合わせている。協力企業とパートナーを組むことは、ノウハウを即座に手の内に入れることができるし、サービスメニューの拡大にもつながる。膨大な投資をする前に、試行ができるメリットを持つ。

３.影響を測定するためにKPI（評価指標）を活用する

マーケッティングが成功するか否かは測定することによって決まってくる。企業は、どのセグメントが何を購入していて、どの顧客がブランドのファンになりそうかなどを見出さないといけない。マーケッターは、送ったDMが優良顧客にどう影響を与えるのか、また、どの区分の顧客が、モバイルのメールやパーソナルURLなどをクリックしたのかなどを知る必要がある。この調査では、親密性や信頼性の指標となる顧客満足から、オンラインでのコンバージョンレート（購買率）まで、各種の評価指標調査を行った。

カスタマーエクスペリエンスをトラッキングするときにどの評価指標を使うか？（図4参照）

印刷会社が、クライアント企業と協力してこれらの指標をトラッキングできるようになることは欠かせない。売上げにつながるキャンペーン、メッセージ、チャンネルを成功させるには、リアルタイムの情報武装が必要だ。そしてその為のツールは揃っている。

４.行動がとれる設計で、それを絶え間なく改善していく。

DMニュースの白書によると、適切なコンテンツとメッセージを、絶え間なく変化する顧客のニーズに合わせて対応させなくてはならないという。それには、顧客の行動や趣向を測定する分析が不可欠だ。

現在、マーケティングのビジネスの結果に対する影響を計測できるツールが存在している。これらは、

図３

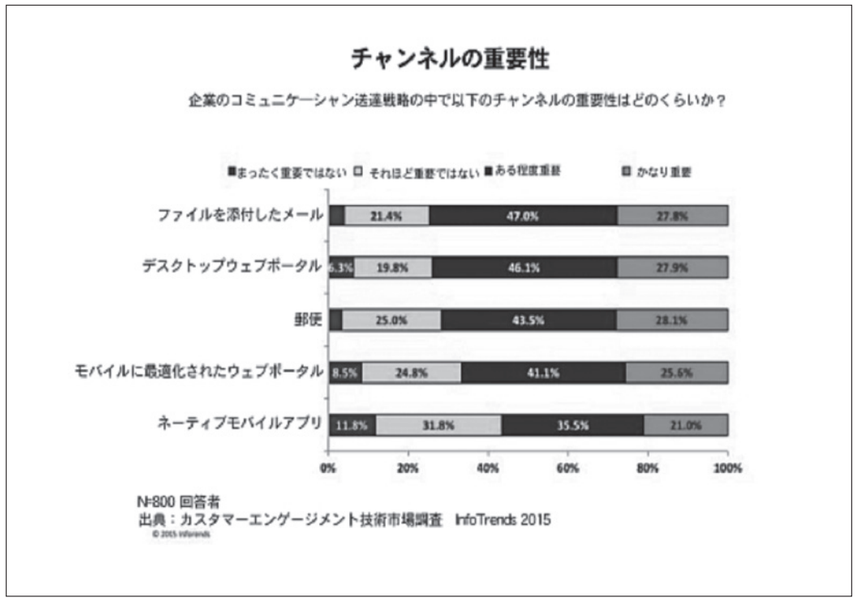
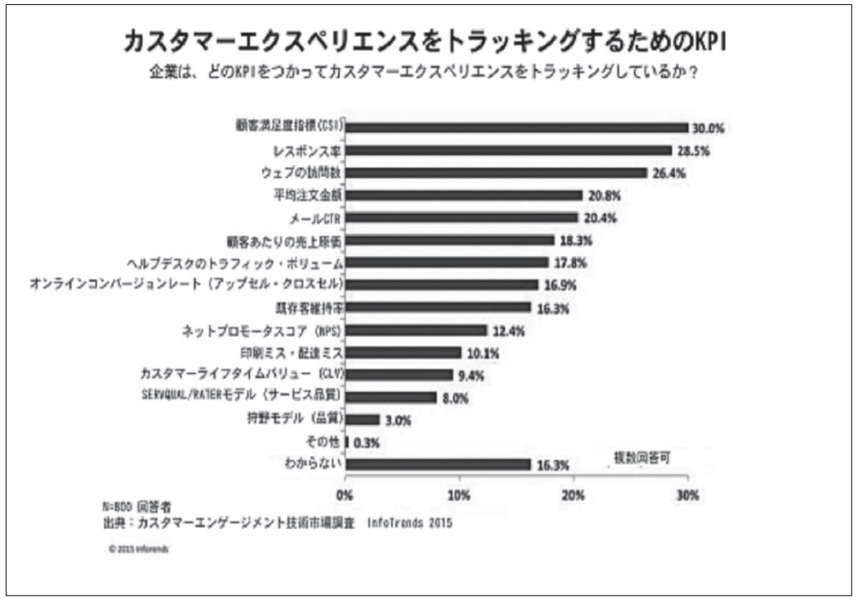


図４



最善の結果を生み出していないキャンペーンを、リアルタイムに変更することを容易にする。調査の回答企業は、カスタマージャーニー（顧客が購入に至るプロセス）をよりよく把握するために、このような技術に投資していくという。

企業に来年度の計画を尋ねると、優先課題はカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）データの収集、カスタマーエクスペリエンスの分析、そして、顧客を一個人として把握できることなどの答えがあがった。

2015 ～ 2016年に実施しようとしているデータ分析は何か？（図5参照）

５.慎重に計画を実践に移す

企業がカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）を調査し把握するには、理解しやすいレポートとダッシュボード（管理者画面）が必要だ。特定な区分で各

図５

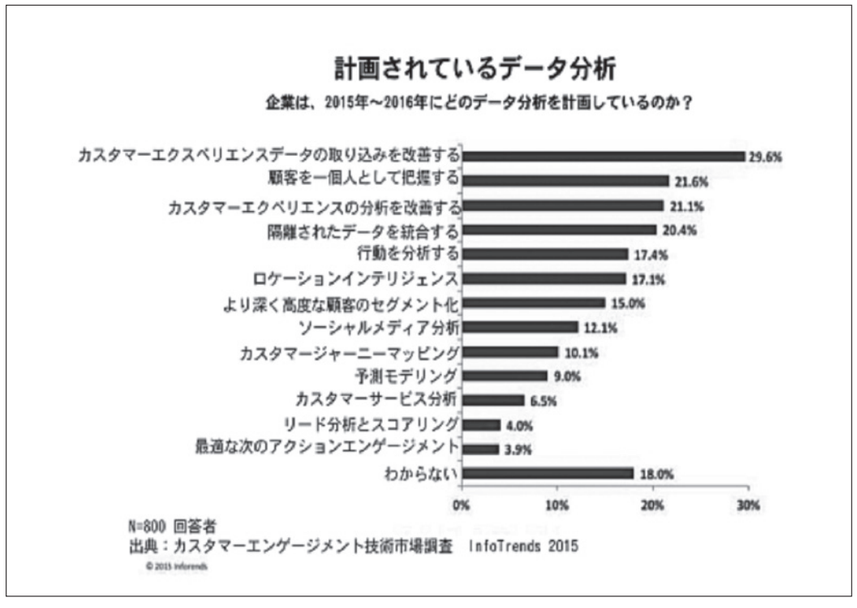
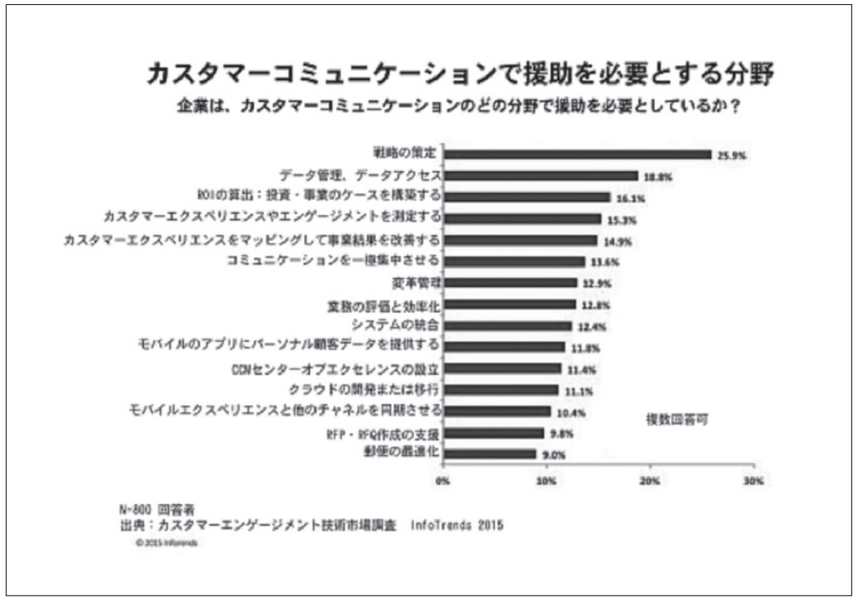


図６



種キャンペーン、チャネル、提示にどのように反応しているか経営陣が俯瞰して理解できるようなツールを備える必要があろう。

マーケッターは助けを求めている

InfoTrendsのカスタマーエンゲージメント技術調査によると、オムニチャネルに携わることは非常に複雑なことだという。マーケッターはカスタマージャーニー（顧客が購入に至るプロセス）やカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）を改善するため、戦略を一緒に策定してくれる良いパートナーを必要としている。企業にカスタマーコミュニケーション戦略でどのような手助けを必要とするかと聞いたところ、戦略開発、データ管理、ROIの計算、そして、カスタマーエクスペリエンスを測定することなどが共通した回答であった。

どのカスタマーコミュニケーションで手助けが必要か？（図6参照）

■まとめ

B2BであろうとB2Cであろうと、マーケッターはワンツーワンのサービスを提供しようとする。彼らは「全てのチャネルは常にオンの状態にある」という概念を理解できるパートナーを探していて、メッセージが印刷、モバイル、オンライン、ソーシャルなど全てのチャネルにおいて一貫かつ統合された形で伝わることを求めている。ツールもパートナーも存在しているが、まず　印刷会社は、オムニチャネルとは「DMに印刷されたURLを介して、受取人をウエブに誘導する」という単純なものではない事を理解する必要がある。

オムニチャネルコミュニケーションとは、消費者の行動の、クリック、相互作用（インターラクション）、パーソナルエクスペリエンス（個人毎の体験）を作るデータをもとに、形作られるものだ。印刷はカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）を形成する上で一定の位置を占め続けるであろうが、全てのチャネルが常にオンになっている世界で、印刷会社はどのような役割をはたせるかを考える必要があろう。

PODi JAPAN

Digital Lizard社に於ける500%売上増の秘訣は

マーケティングコンサルタント Cary Sherburne 氏

2011年８月、デジタル印刷とマーケティングサービスを提供し、米国で最も先進のデジタル印刷工場を有していたDigital Lizard社が、ラスベガスのCreel Printing社に買収された。同社は現在数億円を投資し、印刷能力を倍増し、最先端のフルフィルメント（在庫、出荷管理）能力を拡張しようとしている。Digital Lizard社はアイダホ州のヘイデンにも工場を有する。

新しいサービスには、統合型データ/資産活用、在庫管理、インテリジェントメーリング、その他付加価値サービスがある。また、箔押しの設備を導入し、カタログ、書籍、マニュアル、DM、その他の商品に新たな加工機能を提供している。

Digital Lizard社には生産設備として、HP Indigo 7000シリーズを７台、5000シリーズを２台、HP WS 7250ウェブ機２台を配備している。最新のものとしては、2台のHP Indigo7800をヘイデン工場に、HP WS7250をラスベガス工場に導入した。

「HP WS7250ウェブ機は重要な顧客である写真関連商品の大手会社向けに導入した」と創業者で社長のBill Wieners氏が説明する。「顧客の最も人気のある12インチのカレンダーの生産の効率を上げ、コストを下げようとしていた。HP Indigoのウェブ機は完璧なソリューションであった。当初は乾式トナーのデジタル機で生産を検討したが、そこには品質上での妥協が必要で、HP Indigoの品質に目の慣れた顧客には受け入れられないと考えた」。

写真関連商品だけではなく、Digital Lizard社はラスベガスのカジノやその他ビジネスからのDMを大量に生産している。Wieners氏曰く、「我々は大量のDMの生産で極めて効率が上がり、それによってカジノのDMの50％のシェアを獲得できた。7,500枚以上の全てのDMは、HP WS7250ウェブ機で4,000フィート／時（約120m／時）で生産される。これはHP Indigo7000の倍以上の生産性である。もうひとつの高効率の要因は、55,000フィート長（16,764m）の100ポンド（45kg）のロール紙をロールスタンドに掛ければ、レターサイズ（A4相当）の折仕様のDMの65,000枚を、ロール紙を掛け替えなしで印刷が可能であることだ。それによって、一人のオペレーターで、カットシート機３台分と同等の量の印刷を紙交換なしで行うことができる。そして、２台のHP WS7250から出力されたDMをHunkeler社の加工機によって処理する。さらに8.5×5.5″のパイルがスタッカーの真横に搬送され、オペレーターは印刷されたDMをピックアップして、トレイに入れるだけでよい。これらによって驚く程高速での生産が可能となった。HP WS7250ウェブ機の生産性は驚異的で、よほどのことがない限り、ラスベガス工場では枚葉仕様のHP Indigoの購買は予定しない」。

HP WS7250にもうひとつ理想的なアプリケーションは、不動産のチラシのプロジェクトだ。100種類のチラシが13,000人に毎月配られる。その半数がHP WS7250のバリアブルチラシで、残りの半数がCreel社のオフセット輪転で印刷されたチラシだ。HP Indigoを使えばチラシは100枚ずつ束になって出力され、ソートやフィニッシュ、コレート等の作業は一切不要で、そのまま配ることができる。

機械の設置は完璧であった。Wiener氏は言う。「最初のHP WS7250の設置を金曜の午後に検収を上げた。月曜の昼には180万枚の印刷出力を行っていた。１周年記念の時には8,300万枚を印刷していたのだ」。同氏は、HP WS7250での生産の約90％が、生産強化モード(EPM：CMYの３色でカラー印刷を行う新機能）で印刷が行われており、さらに生産性が向上して顧客満足に貢献しているという。

同社アイダホ工場でのアプリケーションはヘイデン工場と少し異なっており、枚葉の環境が適しているようだ。「だからそこではHP Indigo5500 ２台を7800に置き換え、能力を増強したのだ」とWieners氏は言う。アイダホ工場は6,000人以上の独立したグラフィックデザイナーが、ハイエンドなマーケティング商品や、招待状、結婚式、シャワー（贈り物パーティー）、誕生日、卒業式といったライフ・イベントの案内状などの生産を行っている。「我々は一月で数千の注文を処理している」とWieners氏は加える。そして55種類の紙を毎日使用している。それらは明らかにウェブ仕様のHP Indigoでは扱えない。

Digital Lizard社はこの市場を高品質と短納期を提供している。太平洋側北西部は当日出荷が可能だ。しかし、驚いたことに約25％のオンデマンドのビジネスが東海岸からくる。時差の関係から、午前10時半までに入校されれば、我々は当日に出荷することができる。ほとんどの東海岸の印刷会社は午後に受け付けた仕事の即日出荷は行っていない。（訳者注：

西海岸の午前10時半は、東海岸では午後１時半)、これが我々に有利に働いている。我々は東海岸の顧客のプレゼンテーションパッケージを大量にこなしている。

HP Indigo7800には白インクがあり、同社は窓貼りや他の透明なメディアへの印刷に利用している。昔から白インクはあった。しかし7800で品質と使いやすさが格段に進化した。

同社はHPのDirect2Finishソリューション(2013年から提供)を枚葉機に利用し、サイクルタイムをスピードアップしている。 Direct2Finishはセットアップとオペレーションの指示を、HP SmartStream Production Proプリントサーバーから、JDFで製本機に自動的に送付される。そして、オペレーターは次の二つの単純なステップを行うだけだ。

1. バナーシートのバーコードをスキャンする
2. 単純なオペレーション指示に従う

これによって製本工程は大幅に効率化され、コストのかかるヤレを大きく減らすことができた。

同社は、HP SmartStream Designer(バリアブルデザインツール)とHP Smart Stream Composer(複数の可変データの一括処理)と、スケジュール管理モジュールをプリプレスのワークフローに導入して効率を高めている。「デジタルの究極の夢は、オフセットの工場のようにスケジュールを決定できることだ」と彼は言う。「SmartStreamならそれが可能になる。我々はアイダホ工場では非常に多くの種類の用紙を使っており、迅速にかつ容易に多くの仕事を同種の用紙にギャンギングできるのは、より効率的な生産の大きなメリットとなる」。

これらの効率化がDigital Lizard社に何をもたらしたのか？それは“驚異的な成長だ”。 Wieners氏は「Creel社が2011年に買収したときは、年商４億円規模であったが、今年は20億円を超える。これは500％の成長で、それは止まっていない」。成長に最も大きく貢献したものの一つは、Creel社のオフセット輪転機とHP WS7250の能力をハイブリッドに活用することであったという。彼は３つの全国版の雑誌、一つは財務サービス、二つ目は不動産サービスを例にとった。「不動産の雑誌はパーソナライズされた表紙をつけて15万部配布している。Creel社が本文を生産し、我々が表紙を生産する。そしてCreelの製本工程で結合する。さらに、我々がデータを分析し、メールをソートするのだ」。

他のハイブリッドの例では、Creel社がハイテク企業の50万部のカタログを3ヶ月に一度生産し、Digital Wizard社の倉庫に納品する。出荷時にDigital Lizard社が同封するバリアブルの印刷物を生産する。「この顧客はキャンペーンでバリアブルの印刷物の同封を要求していました。しかし、郵送物すべてをデジタルで印刷するのはコスト的にありえないと感じていた。そこで、我々のハイブリッド生産技術を用いることでパーソナライズすることができ、かつ大きなコスト削減を実現したのだ。これこそがこれからも追求し続けるビジネスモデルで、HP WS7250がCreel社のオフセット輪転機と組み合わせて、これらの革新的なアプリケーションを可能とするのは、業界でもユニークである」。

これはCreel社とDigital Lizard社が提供しているサービスのほんの一部にすぎない。「未来は明るい」とWieners氏が結ぶ。「我々は大いに楽しんでいる。我々のHPとの関係と、素晴らしい顧客サービスは、目標を達成するための基礎となり、これからの成長の持続を可能とするものだ」。

PODi JAPAN

紙のカタログがクリスマスに戻ってきた… それもよい方向で！

InfoTrends ダイレクター　Barb Pellow 氏

ハーバードビジネスレビューが2015年２月25日に、「なぜ紙のカタログが戻ってきたのか」という特集を組んだ。その記事によれば、大不況によって小売業は費用の見直しを余儀なくされた。当時はオンラインのセールスとマーケティングに向かっていく中で、「紙のメディア」は無駄に思えた。しかし、時代は変わった。「紙のメディア」がセールスとマーケティングのメディアとしての重要性を増してきたのを反映して、J.C.Penny氏は、「紙のカタログ」を復活させると発表した。このクリスマス商戦にむけて、ブルーミングデール、ノードストローム、サックスフィフスアベニューといった主力小売業が、ターゲットを絞ったスペシャルカタログを、より多く配布している。ウイリアムソノマは料理のレシピをパーソナル化させたカタログに移行している。

紙のカタログ: カムバックを果たす

12月初頭にMSNBC(マイクロソフト・ニュースブロードキャスティング、マイクロソフトとNBCのニュース専門放送局)は、Ledbury社の共同創業社でCEOのPaul Trible氏をインタビューした。

Ledbury社は最高の品質とフィット感の高級シャツのメーカーである。彼らのシャツはテーラーメードか、あるいは吊るしでも100ドル以上で売られている。Trible氏はこう言った。「我々は他のブランドと同じく６年前にオンラインのチャネルを立ち上げた。そこには過剰な競合も無秩序もなかった。クチコミやデジタルメディアのPRで、10 ～ 20ミリオン$ (12 ～ 24億円)くらいまでにはなるだろうと思っていた。しかし、今ではそこから抜け出して新しい顧客を探さなければならない。他の各社と同じく我々は、カタログが優良な顧客を引きつける素晴らしい方法だと気づいたのだ」と。「我々にとってそれは、顧客対象をセグメントして、高級なシャツを買う人を見つけ出すことだ。カタログによって、我々はそのターゲットの自宅に手が届き、もう一度連れ戻して売ることができるかを探れるのだ。我々は、カタログの顧客はeコマースの顧客よりも多く購入することに気がついた。事実、カタログで獲得した顧客は、オンラインで獲得したeコマースの顧客の1.5倍の買い物をする」。

ハーバードビジネスレビュー誌も同様の結果を掲載している。ノードストロームの例でいうと、ブランド企業と複数のチャネルで繋がっている顧客は、そうでない顧客の４倍購入するという。同じ記事には、さらに、Web通販専門のBonobo社は20％のWebからの顧客は、カタログを手に取ってから注文をし、カタログを受け取らなかった顧客の1.5倍の注文をすると書かれている。

ハーバードビジネスレビューが取り上げているもう一つに、マーケティング部門の目的達成へのサポートがある。マーケティング部門には、目標のROI(投資対効果)を達成せねばならない責務がある。マスマーケティングやソーシャルメディアとの連携で、カタログは顧客のデータから結果を追跡するのを容易にしている。

Infotrendsの顧客調査でカタログ顧客が見えてくる

2015年12月にInfoTrends社はダイレクトマーケティング、プロダクションプリンティングと付加価値サービスによる成長戦略という顧客調査を発表した。この調査の一部分においてInfoTrendsは800人以上の米国の消費者を対象に、カタログとDMに関する事項、すなわち、紙とデジタルのチャネルの使い方、色表現と風合いの価値、付加価値印刷への興味(パーソナル、インターラクティブ等)、個人情報への懸念、環境問題について調査を行った。紙以外のメディアの話を聞くにつけ、消費者がカタログに価値を見出しいていることが判る。

InfoTrendsの調査は顧客がカタログを読んで行為を起こす傾向を示した。

- 64%の顧客が通常、あるいはいつもカタログを見ている。
- 74%の顧客がカタログを好み、商品について知るにはよいツールだと考えている。
- 90%の顧客が学んで、興味が沸く新しいアイデアを得るためにカタログを使っている。

さらに調査はカタログが顧客を複数のチャネル、すなわちオンラインや実店舗に誘うのに決定的である事を示している。例えば、消費者はカタログを平均8.1分間読んでいる。また、カタログを受け取った62％の顧客が、過去3ヶ月にカタログに影響を受けた買い物をしている。

カタログは進化した！

マーケティングにおけるカタログの目的は変わらない。カタログは顧客になんらかの行動喚起をするオンラインに行く、店に行く、あるいはソーシャルメディアで繋がる等。ウェブサイトが顧客に特定の行動を強要するよりも自発的で無視しにくい。InfoTrendsは、ダイレクトマーケターとカタログの印刷会社と膝をつめてカタログの使われ方についてインタビューを実施した。

カタログは高度にターゲットを狙うようになった

セグメント化のために、業務用データベースに投資してきたマーケターにとって、カタログは正しいターゲットに、正しいタイミ ングでたどりつける効率のよい方法である。カタログの大手印刷会社は、「カタログに対して興味が復活している」と述べている。カタログのページ数は年を追って減少し、より特定の商品に集中している。全商品をカバーするようなことはなく商品数は減少している。重要になってきたのは、何度も顧客にカタログが接触することだ。顧客は我々よりも早く情報を解釈することができるのです。「彼らは急速に市場を変化させられるのだ」。さらに、インクジェットのような新しい印刷技術や、効率化されたオフセットの印刷のワークフローによって、顧客個人毎にセグメントされ特化したカタログを、コストを掛けずに容易に行うことが可能となりつつある。

カタログがコンテンツマーケティングで使われている

コンテンツマーケティングは今日の最も熱い話題である。マーケターは顧客をターゲットのマーケットに引き寄せ、結びつけるための関連性のある有益なコンテンツの制作に苦心している。しかし、これは非常に強力な武器となり、継続して利益を生むのだ。ブログ、電子書籍、白書等は全てオンラインで閲覧できるが、消費者は ほんの少しの時間を過ごした後、ワンクリックで消えてしまう。ウイリアムソノマのようによくわかっている会社は、カタログに付加価値の高い料理のレシピを掲載している。カタログは顧客のリビングに長くとどまり、ちょっと見るだけではなく、何度も見られるようになることを意味している。

カタログはよりインターラクティブになる

そして、カタログはそのコンテンツをインターラクティブにすることにより、コンテンツマーケティングをさらなる高みへと誘う。この分野におけるリーダーは間違いなく、顔の見えない今日の顧客に、独自の方法でアプローチをしてきたIKEAであろう。マルチメディアでのアプローチを実践し、IKEAは顧客の希望と需要を理解するために大きな効果を得た。2016年のIKEAのカタログアプリは、AR（拡張現実）を取り上げた。それにより顧客は欲しい家具を買う前に、仮想で自宅に据え付けることができ、サイズ、色、全体の感じなどを確認することができる。IKEAがモバイルでの体験を新しい高みに引き上げた。

InfoTrendsの調査によれば、顧客はQRコードのような単純なインターラクティブは既に体験している。ダイレクトマーケティングの複数顧客への調査によると、カタログを受け取った顧客の23％が、モバイルでQRコードをスキャンしている。さらに、1/3（34％）のミレニアル世代（25歳～34歳）は、QRコードをスキャンしている。これはあらゆる世代で最高である。

結論

情報過多の世界で、単純に顧客の注意を引きつけることが、ブランドオーナーにとって最も困難なことになっている。これまでに織り込まれてきたセグメント化、付加価値コンテンツ、インターラクティブ性といった変化は、カタログを売上向上への積極的な道具と変えた。そして、InfoTechの調査によって、顧客がそれに反応していることが確認できる。

さて、これから机の上のカタログを見て、クリスマスショッピングをしましょうか！

PODi JAPAN

高精度自動見当装置　*AR 4000*

スキャニングヘッドと操作タッチスクリーン

AR4000 自動見当装置はコンパクトにまとまったカメラシステムです。印刷の色間・表裏間制御又はカットオフ等の加工部制御が可能で、見当ミスで発生するコストと時間を縮小します。又、カメラを追加する事で制御範囲の拡大が容易なモジュールシステムです。

- スキャニングヘッド：1 chip RGB デジタルカラーカメラ・キセノンランプ光源・1024 x 768 ピクセル
- 見当マーク径：φ0.3mm ～ φ1.0mm
- 見当測定精度
  カラー（マークとマーク間）：0.01mm
  カットオフ（マークとシリンダ間）：0.05mm
- 検知範囲内マーク最大数/1 カメラ：8
- 対応素材：紙、厚紙、フィルム（透明/半透明）
- 表示・操作：19”TFT タッチスクリーン

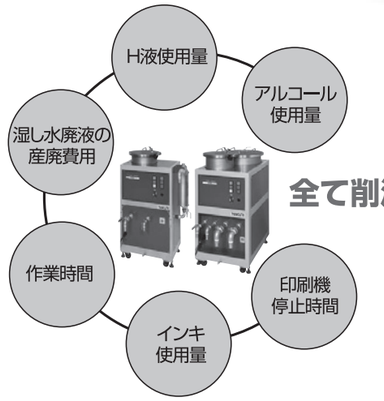
大阪本社 TEL 072-433-7100 / 東京オフィス　TEL 03-5798-7805
e-mail: inquiry@bst-eltromat-japan.com　URL: http://bst-eltromat-japan.com

BST eltromat JAPAN

湿し水濾過装置 エバークリーン

18インチ フォーム 輪転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!



全て削減!!

まだまだ出来る 印刷現場の経費節減

利益アップ

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

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

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

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

NIKUNI