

GS

No.781
2016
12



■ 巻頭企画

鼎談 **事業承継 (含むM&A) 問題を考える①**
「100年経営企業家倶楽部」米田和秀会長をお迎えして

■ 特別企画

ミニレポート
Japan IT Week 秋 見てある記

セミナー抄録 **未来予測の精度を高め、
印刷業界で生き残る (後編)**

■ NEWS とお知らせ

**SPACE-21 全国協議会 石川大会開催
ジャグラ作品展、募集を開始!**

■ 連載「温孔知新⑫」最終回

～安藤信義さんと
謄写印刷文化を守っている人たち～

C·O·N·T·E·N·T·S

- 巻頭企画：鼎談
1 事業承継 (含むM&A) 問題を考える①
「100年経営企業家倶楽部」米田和秀会長をお迎えして
- 特別企画
8 未来予測の精度を高め、印刷業界で生き残る (後編)
(株)プリプレス・センター 代表取締役 藤田 靖
ミニレポート
- 22 Japan IT Week 秋 見てある記
通販ソリューション展/モバイル活用展など8つの展示会を同時開催

本誌Web版をご活用ください

Web版 (PDF) はジャグラ HP よりダウンロードして閲覧していただく形となります。Web版は紙媒体より約1週間早く公開しますので、各種情報をいち早く入手可能です。ぜひご活用ください。

ジャグラHPより▶ <http://www.jagra.or.jp/>

● 連載

28 「温孔知新⑫」 最終回

安藤信義さんと謄写印刷文化を守っている人たち

山形謄写印刷資料館 館長 後藤卓也

27 編集後記

● NEWSとお知らせ

- 5 SPACE-21全国協議会 石川大会開催
- 12 ジャグラ作品展、募集を開始!
- 16 議事録抄録
11.13第二回運営基盤戦略会議を開催
各地協に総額100万円の助成金を支給することを決定
10.7第四回理事会を開催
- 21 ジャグラBBホットニュース
- 26 業界の動き
東グラ主催「ビジネスアイデアコンテスト」
エントリー受付中
11.25東北地協幹事会を開催
日印産連・環境優良工場表彰の応募受付中

SCHEDULE
ジャグラ・スケジュール表

● 11月	1日 プライバシーマーク現地審査 (石川)	13日 日印産連ステアリングコミッティ→中村会長、 プライバシーマーク現地審査 (大阪)
2日 JIPDEC ヒアリング→JIPDEC3 名様、中村会長、 日印機協総会 (如水会館) →中村会長、沖専務	14日 日印産連専務理事連絡会議→沖専務、日印産連知的財 産部会→増田理事、中村輝氏東京都功労者表彰を祝う 会 (椿山荘)	
8日 プライバシーマーク現地審査 (大阪)	16日 プライバシーマーク現地審査 (秋田)	
9日 プライバシーマーク現地審査 (大阪)	19日 マーケティング委員会	
12日 SPACE-21 全国協議会 (石川・金沢商工会議所)	20日 JIPDEC 感謝の集い (ANA インターコンチネンタル ホテル東京) →斎藤 P マーク審査業務室長、プライバ シーマーク現地審査 (神奈川)	
13日 ジャグラ運営基盤戦略会議 (石川・近江町交流プラザ)	28日 事務局仕事納め	
15日 日印産連価値創出委員会→沖専務、小森会 (ヨコハマ グランドインターコンチネンタル) →沖専務、プライ バシーマーク現地審査 (愛知)	● 2017年1月	
16日 プライバシーマーク現地審査 (大阪)	5日 事務局仕事始め	
17日 プライバシーマーク現地審査 (東京)	7日 福岡県支部新年会 (セントラルフクオカ)	
18日 近畿地協総会 (ピアーレ大阪) →中村会長、 環境委員会 (新潟)	10日 (株)桜井グラフィックシステムズ新年会→中村会長、 大阪府支部新年会	
19日 九州地協幹事会 (福岡) →中村会長、守田常務	11日 経営革新委員会、理事会、 日印産連新年会 (ホテルオークラ)	
22日 広報委員会、日印産連大島部長来局「じゃばにうむ」 説明	12日 東グラ新年会 (上野・東天紅)	
24日 プライバシーマーク現地審査 (宮城)	18日 日印機工新年会 (ザ・プリンスパークタワー)	
25日 東グラ理事会 (ニッケイビル)、東北地協幹事会 (岩手)	20日 愛知県支部新年会 (ホテル名古屋ガーデンパレス) → 中村会長、宮城県支部新年会、千葉県支部新年会、鹿 児島県支部新年会	
28日 プライバシーマーク現地審査 (長野)	21日 北陸地協新年会 (石川県七尾市) →中村会長、 長野県支部新年会 (ホテルブエナビスタ)	
29日 プライバシーマーク現地審査 (長野)	24日 広報委員会	
● 12月	25日 日印機協新年会 (銀座クレストン)	
1日 広報新年号座談会 (株)ショーワ様) →中村会長、幅日 印機協会長、伊藤日印機協副会長、斎藤広報委員	27日 ジャグラ文化典岩手大会実行委員会 (ホテル東日本) →守田常務、神奈川県支部新年会	
2日 ジャグラコンテンツ会議、教育・技術委員会	28日 SPACE-21 工場見学 (大阪・(株) TOP 印刷様) →事務局	
3日 ジャグラ文化典岩手大会実行委員会、 大分県青年部 NEXT OITA セミナー・忘年会	29日 SPACE-21 幹事会 (大阪)	
7日 プライバシーマーク審査会		
9日 プライバシーマーク現地審査 (千葉)		
10日 山梨県支部・東京三多摩支部合同忘年会→中村会長		
12日 ジャグラ BB 企画部会		

巻頭企画：鼎談

事業承継 (含むM&A) 問題を考える ①

——「100年経営企業家倶楽部」米田和秀会長をお迎えして



100年経営企業家倶楽部
米田 和秀 会長

ジャグラ・マーケティング委員会
早坂 淳 委員 (司会)

ジャグラ・マーケティング委員会
齋藤 秀勝 委員長

ジャグラ・マーケティング委員会 (齋藤秀勝委員長) では、本年度の事業として、「M&Aを含めた事業承継」をテーマのひとつとして検討していますが、その一環として、先日、「100年経営企業家倶楽部」の米田和秀会長をお迎えし、座談会を開催しました。

×

委員会で行き詰ったことになった経緯

■早坂 マーケティング委員会の今年の事業の一つとして、「M&Aも含めた事業承継」をテーマとした研究がスタートしました。我々のような中小企業は大手と違い、事業承継には問題も多く、身内等の保有株、資産の問題、次期経営者の問題など非常に切り口は多いので、1年かけて委員会で研究をしていきたいと思っております。

本日はその第一弾として、「百年経営できる企業を作っていこう」という命題のもと、事業承継を考えている「100年経営企業家倶楽部」の米田会長をお迎えしました。先ず、米田さんが立ち上げた「100年経営企業家倶楽部」について、ご説明いただけますか。

■米田 私の会社 (株)日本工業社) は創業71年目を迎えた同族企業です。日本では同族企業に対して、身内の争いや公私混同などの悪いイメージが払拭できずにいますが、ある事業承継の講師から「世界的に見るとファミリー企業が歴史を作っている。自負を持ちなさい」と言われ、改めて自分の企業を見つめ直しました。このところ、事業承継はよく話題にのぼります。色々ところで専門家の先生が、セミナーも立ち上げられておりますが、税理士の方の税金

関係の話や、弁護士の方の法律の話などの実務が先に立っていて、参考になるところが得られずにいました。自社の顧問税理士、顧問弁護士を見ても、関与先の未来や事業に関して関心が不足しており、頼りなく感じました。

あるとき、中小企業団体の会で、継ぐ側と継がせる側の話や、社員に引き継いだ話や、M&Aの事例などを聞くことができ、当事者のその時の思いや気持ちの変化などに触れることができました。社長としては、事業承継の前に日々の売り上げなどの経営課題が増える中で、「先のことはどうなのか」と思いがちですが、「日々のことと同時に先のことも考えてバランスを取っていかないといけない」ということで今回の立ち上げにつながりました。

弊社ではオープンハウスとしてお客様をお呼びし会社説明をしていますが、そのなかで先祖から「歴史を大事にする」と言われた気がし、「70年で終わってはいけない。しかし、この先30年、100年を目指すには先行きが見えず、自分1社だけで考えていいのか」と不安に思い、「同じ悩みを持った企業で集まって知恵を絞りあい、経営課題の解決に向けた具体例など、腹を割って話せる場が欲しい」という気持ちで「100年経営企業家倶楽部」を立ち上げました。

■早坂 M&Aを含めた事業承継に関しては、ジャグラにおいてもかなり前から齋藤委員長が提唱していましたが、その思いをお聞かせください。

■齋藤 ジャグラでM&Aを提案したのは8年前、私が37、8歳の頃でした。私が23歳の時に先代が急逝し、事業を引き継いで、「経営」というよりも「営業」を15年して、

※ M&A = Mergers (合併) と Acquisitions (買収)



同じ組合に属する仲間として
助け合える仕組みがあればいいと、
一〇〇年経営企業家倶楽部を創りました



今後は社会的な価値も高めないと、
市場も人も財産もない、
価値のない会社になってしまう



業界の経営者の意識としては、
会社経営というより商店経営のような
考え方が多いと感じます

その当時はそれなりにうまくいってました。当時、私は東京グラフィックス（東京地協）の港支部長という立場でしたが、50代60代の先輩方の会社が消えていってしまうのを呆然と見ていました。廃業の理由は、経営不振や資金繰りなど色々でしょうが、商権があり、社員もいる会社が仲間を託すことができないまま廃業していくことに疑問を持っていました。それまでの慣習として、廃業した会社の商権は仲の良いところが無料で譲り受けるという状態でした。残分社利益という言葉もありますが、漁夫の利を得るようなやり方に疑問を感じていました。

私が会社を継承した時は大変な状態で、売るにしても誰も見向きもしないような状況でした。当時は組合活動にも参加していなかったもので、教えてくれる人もおらず、右も左もわからずに、がむしゃらに営業に回っていました。そんな時に、「ライバルであっても同じ組合に属する仲間として助け合えるような仕組みがあればいい」と思いました。それが発端です。

■早坂 今回の活動が、どういう方向に進むか不透明な部分があるなかで、マーケティング委員会として取り組むことをどう捉えていますか？

■齋藤 難しいですね。M&A というと買収側と吸収される側との二極の話に思われがちですが、最近は企業価値について、資産以外のソフト面も評価しようという風潮が出

てきたと思っています。例えば赤字で資産もない会社だが、営業力は素晴らしいとか、良い顧客を持っているとかいうソフト面ですね。現在はマイナスでも、プラスに転じる要素を持っている会社はたくさんあると思います。起業家にエンジェルが投資する場合は、先行きが不明なものに投資をして育てて、企業にバイアウトしていくという形がここ十年ほどで流行ってきています。既存の会社も同じような視点で見られないかという思いもあり、その辺りのデューデリジェンスの考え方をこちらからも考えていくのも一つの方法だと思います。銀行のようにスタティックな資産価値を見るのではなく、ソフト面を考えられる仕組みを少しでも提唱できたらいいと思っています。

中小企業の事業承継で大事なことは？

■早坂 私はM&Aは事業承継の一つの手法だと言い続けてきました。我々ジャグラーの中でいうと、5～50名くらいの規模の中小企業が事業承継に着手するうえで、必要なことや心掛けを教えてください。

■米田 事業承継を考えるうえで経営者としてどうあるべきか、ということですね。それぞれオーダーメイドであると思いますが、他業種でもいいので実例をたくさん聞いてみることでいいと思います。継ぐ側と継がせる側の思いを継承しない

【米田氏プロフィール】 1956年生まれ。㈱日本工業社 代表取締役社長。叔父が1949年に設立した青焼き・コピーを主業とした同社に大学卒業とともに入社。24歳の時に当時社長を務めていた実父が急逝し、元大番頭の社長のもと専務取締役を務める。その後、ファミリー企業の中で古参社員との軋轢や融和に苦勞しつつ1991年に代表取締役に就任。本業は大手企業内にコピーセンター運営受託により拡大するも、東京中小企業家同友会などの法人会活動から、従業員の幸福とは何かを常に念頭に企業経営に努める。近年は、自身も苦勞した事業承継について次の世代へいかにスムーズに事業を承継するかを課題とし、ファミリービジネス事業承継や永続企業への情報共有の場を自身が培ったノウハウで主宰することを模索。

と、会社は生き物であり、その風土も必ずあると思います。経営者が広く視野を持つこと。売り上げがなく、資金も底をついているのでは継承はできません。シュリンクし始めたと思ったら同時に継承を考えなくては……。人も金も無くなってからでは前向きな手も打てず、買い手もいなくなり二東三文になってしまいます。事業承継は現状をしっかりと見据えることから始まると思います。

■早坂 現状の経営分析も含めてですか？

■米田 経営者共通の悩みであり課題ですが、新規の事業にいく当てがあるのか、変革に耐えうる力があり、社員が受け止めてくれるのかなども含めてです。現状維持を求める業界ですから。変革と言いつつ、社長が一番変わっていないと言われてしまいます。

■早坂 トップが時機を見て、変革をスタートするべきだと思っても、従業員や幹部が、頭では理解しつつも自分の定年退職までの期間などを考慮して「なぜ今？」と反対することもあると思います。従業員を納得させるには、どういう切り口でいけばいいですか？

■齋藤 日本M&Aセンターが中小企業の倒産理由を出していて、一番はもちろん「販売不振」ですが、他にこれが厳しいのかなと感じたのは「資本力」でした。従業員を雇う資金や、変革をする際の設備投資や、ソフト面でもIT化を進めるためのシステムを組むにも資金がかかります。頭ではわかっていても資金面でできない会社は多いと思います。先行きが乱れているのに資金面で思うように動けないというときの一つの手法としてM&Aがあってもいいと思いますし、アライアンスをどういう形で組むか、業務提携やJVなど色々あると思います。その中で、中小

企業は特化していくことで余計な部分を補完し合うという形もあると思います。例えば営業に特化するか、業務だけにするとか、総務は一つにしてしまうと、その辺りが問題と思っています。

■米田 アライアンスにしても、強いものに弱いものがぶら下がるわけにはいきません。強い者同士でなければ、アライアンスすらできないので、弱くなってしまったら全てがうまくいかなくなります。

■齋藤 この業界は面白くて、「自分の会社が吸収されることを考えているか？」との設問に、75%の方が「考えていない」と答えたという統計がありました。会社経営というよりは商店経営のような考え方が多いのか、会社というより自分の家、家業という感じですね。または、自分の代でお終いという考え方かもしれません……。会社が弱ってきたとき存続させようと努力はしても、吸収されると自分の家がなくなってしまうという感覚ではないかと思っています。

しかし、松下幸之助さんの言ったように「企業は社会の公器である」という風に考えていくのであれば、自分主体に考えるか、ステークホルダー主体で考えるのかによって、考え方は大きく違ってきます。弱いからダメではなく、弱くても何かしらの光る部分が必ずあって、そこにうまく歯車が合っていない、歯車さえ合えばうまくいく部分もあると思います。

■米田 いいところは自分ではなかなか気づかなかつたりしますね。自分のことは客観視できないですからね。

■齋藤 実際にわからないものですね。世界的に見て、印刷業界に限らず、企業の継承には昔は95%が親族でした

が、ここ5年で35%くらいになりました。M&A や社員に受け継がせるなどに変わってきているという統計もあります。そうすると印刷業界は商店の発想なのかなと……。

■早坂 米田さんの会社で事業承継をスタートさせるとなると、社員にはどういう切り口で話しますか？

■米田 先ず、経営者が60歳過ぎて肉体的に弱ってしまし、この早い流れに頭がついていけないという観点から、早め早めが大事だと訴えます。ですから「前倒し」ということを、常に自分にも周りにも言い始めています。また、社員に不安を与えないという意味で、歴史を作り上げてきた諸先輩方の思いや、経営理念、コアの考え方を継承するなど、会社として考え方が一貫していれば、社員は安心すると思います。トップが変わって、その時の事業戦略が変わったとしても、会社としての基本理念は変わらないと理解してもらえればいいと思います。

■早坂 米田さんのお話を聞いて、マーケティング委員長として事業承継を今期のテーマに掲げた齋藤さんとしては、ジャグラー会員に事業承継をどう切り口で訴えていったらいいか、イメージはできましたか？

■齋藤 正直なところ、商店意識からの脱却は無理だと思います。規模的にも、「自分自身が会社である」と考えている経営者の方も多く、私もそう思うときもあります。なかなか切り替えは難しいですね。JAGAT（日本印刷技術協会）の統計結果では、後継者問題はそれほど不安要素でないと出ていました。47%の人が「不安」「やや不安」と回答していましたが、それ以外の人には「そんなことは考えていない」と答えています。それよりも商慣習の変更や社会情勢に不安を感じると答えています。

ジャグラー会員からは、「自分ができなくなったら廃業すればいい」という考えもちらほら聞きます。本音かどうかはわかりませんが、それでは会社設立の意味がどこにあったのかと疑問を感じます。会社にはお客様がいて、その先にまた別のお客様がいることが、少しおろそかになっているのかなと思います。そこを今一度考えていくことで、自社が今後どうすべきかが見えてくると思います。

隣接業種でのM&A や業務提携で会社を存続させる方法もありますし、仲間に商権を譲ることでハード面を軽くできてお互いにメリットが出たり、色々な方法があります。自分の城だけを見ているという時代から、少し視野を広げていければいいなと思います。

■早坂 お二人のお話を伺って、業種や市場によって違いはあるでしょうが、2000年景気で世の中が変わるときに、若手、若手と多くのファミリー企業が事業承継をしてから

約20年近くが経ち、今の経営者が「次を考えたとき、自分の子どもたちとの年齢の開きが非常に大きい。先代のように子供に継がせるという形がとりにくい」という企業も非常に多いようです。中小企業が株や負債の問題を抱えたときに、次の後継者を出しづらなのが現実だと感じます。

最後に米田さんから、「100年経営企業家倶楽部」の今後の進め方やPRをお願いします。

■米田 立ち上がったばかりのよちよち歩きの会です。当会では毎月1回、経営者フォーラムという形で、中小企業のノリのいい社長さんや、小回りの利く実践をされている方、事業承継に成功された方など色々な方をお呼びして、会員並びに入会を検討されている方に聞いていただいています。その後、懇親会を開いて、そこでも会員さんと講師が本音をぶつけあえます。当会では立ち上げに際して、悩んでいる経営者が、「この指とまれ」となるように気を付けました。私一人の考え方に傾注しないように、年齢も様々な理事を5名選出し、たくさんの方の声を聴きながら、運営だけでなく企画も手伝ってもらっています。会の顧問には、創業100年を迎えた方や、この混とんとした情勢の中で変革を実現した社長さんも取り混ぜ、しっかりした方々に応援していただいています。

今後のフォーラムの中で、より多くの方にこの倶楽部の名前と実態を知っていただき、ジャグラーの会員の方にも、悩みを抱え込まずにこの知恵の宝庫に一度足を運んでいただきたい。そうしていただくと我々もより頑張れますし、みなさんの経営課題が解決に進むことを願っています。是非一度足を運んでください。ありがとうございました。

■早坂 齋藤委員長、本日の感想をお願いします。

■齋藤 米田さんの会社は創業71年で、私も21歳の頃から何度かお邪魔させていただきました。M&A などと簡単に言ってしまいましたが、日々の業務・経営がしっかりとしていないと身動きが取れなくなりますし、M&A 以外の継承を考えていくときには、他業種とのアライアンスの組み方も考えなくてはいけないと改めて思いました。本日は本当に勉強になりました。ありがとうございました。

■早坂 自社の価値を高めないといけないと、経営者が自社の利益のために経営を頑張っていました。今後は社会的な価値も含めて利益を高めていかないと、市場も人も財産もない、M&A をする価値のない会社になってしまう気がします。今後そこも研究していきたいです。

今回は企業価値を高めるためのマーケティングという切り口で、(株)FB マネジメントの山田社長をお招きして、お話を伺いたいと思います。本日はありがとうございました。

NEWS: ジャグラー青年部

SPACE-21全国協議会 石川大会開催

「魅せるブランドの作り方」を学ぶ



挨拶する各氏 左から佐藤代表幹事、越原実行委員長、中村会長、黒沢石川県支部長、黒沢SPACE21石川会長、佐藤北陸地協会長、平田運営委員長

11月12日、石川県金沢市の金沢商工会議所大ホールにて、ジャグラー青年部SPACE-21全国協議会・石川大会(平田大輔運営委員長・越原寿朗実行委員長)が開催され、全国から86名の参加者が金沢の地に集結しました。

×

2つの講演は大好評

会議冒頭、佐藤元SPACE-21代表幹事は、「前日に金沢入りし、金沢21世紀美術館、兼六園、柳宗理デザイン研究所、鈴木大拙館などを巡って、金沢の空気をしっかり感じた。相手に感じさせるということは、持っているものをきちんと発信できているということ。本日、秋元館長と越原社長のお話を聞き、少しでも実業に生かすことが出来ればと思っている。そして学びの先に、中村会長の掲げる「強いジャグラー」の実現と皆様の社業の発展を願っている」と挨拶しました。

続く越原実行委員長は、当初の予定より1年遅らせて開催した件に絡めて、「北陸新幹線」開通後の金沢には多くの方が訪れ、大きなコンベンションも多数開催されてきたこと、残念ながら紙卸及び印刷業界は厳しい状況が続いていることなどが述べられ、「本大会で得たものを持ち帰っていただき、社業に反映して頂ければ幸いです」と挨拶が

ありました。

また、中村耀ジャグラー会長は、「強いジャグラーを実現し、より一層の全国との提携、団結、会員各社の経営基盤の強化を支援し、一緒に邁進していきたいと考えている。そして印刷産業の未来を引き継いでいく事は私たちの役目であり、失敗を恐れず何事にも前向きに取り組むSPACE-21の活躍に期待している。ブランディングについてしっかりと学び、交流を深めて実りある大会にしていきたいと思います」と祝辞を述べました。

協議会は二部制で開催され、第一部は、金沢21世紀美術館館長であり東京藝術大学 大学美術館長・教授の秋元雄史氏の講演、第二部は、人が集まるTシャツブランド「OJICO」の創始者、(有)チャンネルアッシュ代表の越原裕幹氏の講演が行われました。

秋元氏の演題は「金沢21世紀美術館による金沢ブランドの創出」で、金沢21世紀美術館がここまで支持されるまでに至った経緯を細かく丁寧に解説していただいた。①ブランドの本質は「信用」であること、②日本には多くの老舗企業があるが、長年信用を積み重ねてきたからこそ、老舗の「ブランド」に価値があるということ、③美術館の館長として感じるのは、美術館のブランディングを行っていくためには、いかにお客様との関係を作っていくか、出



全国から 86 名の参加者で盛況



秋元氏（左）と越原氏（右）の講演はいずれも好評！



懇親会は日本料亭「かなざわ石亭」で



複数の会場をビデオシステムでつないで一体感を演出



余興の「金沢クイズ」で盛り上がる
豪華商品（加能蟹／能登牛ほか）争奪戦



次回開催の愛知・愛青会のメンバー



石川大会運営メンバーによるお礼の挨拶

会いのきっかけ作り、場所をどう作っていくのかなど、時代の流れを読んでいくこと——が大事であることが述べられました。

続く越原氏の演題は「金沢から全国へ OJICO ブランド戦略」で、①氏の幼少期から大学卒業、そしてニュージーランドで羊飼いを経験し、帰国後創業したこと、②ブランド「OJICO」を立ち上げ、高品質とメイドインジャパンにこだわり、糸から自分たちで作ったこと、③東京に進出後、得意な営業で次々と出店、常設店舗を絞り、期間限定のお店を百貨店を中心に催事として開催する戦略を取ったこと、④テーマを「インテリジェンスとアバンギャルド」（知的であり、とんがっている）にし、他にないデザインを創出してきたこと、⑤「楽しくない T シャツなんて、欲しくない」をモットーに、「大人が着たいこども服」「ストーリーのある T シャツ」「繋がる T シャツ」など様々な事例を紹介。会場の心を鷲掴みにし、惜しまれつつ講演を終え、黒沢康憲石川県支部長の閉会挨拶により、全国協議会を終了しました。

懇親会

その後の懇親会は、金沢でも歴史があり全国的にも有名な日本料亭「かなざわ石亭」で行われました。会場の都合により参加者は複数の部屋に分散することになりましたが、運営メンバーが知恵を絞り、液晶モニターとビデオカメラによる中継システムで一体感を演出しました。

地元青年部、SPACE-21 石川の黒沢武志会長による開会の辞、来賓・石川県印刷工業組合の吉田克也理事長の祝辞、佐藤順北陸地協会長による乾杯で開宴。金沢の繊細な料理とお酒を堪能しつつ、余興の全員参加型「金沢クイズ」では、金沢の知識を競い合い、熱い戦いが繰り広げられました。最終的に残った 3 名には豪華賞品が贈られ、大いに盛り上がりを見せた懇親会。終盤には、次回の全国協議会を開催する愛知県青年部・愛青会メンバーが舞台に並び、「岐阜県」で開催することが発表されました。最後に、平田運営委員長と運営メンバー一同が並び、参加者全員にお礼を述べ、懇親会はお開きとなりました。（記 今田豪）



未来予測の精度を高め、印刷業界で生き残る (後編)

——全国協議会・発表事例から②

(株)プリプレス・センター 代表取締役 藤田 靖



10月のジャグラ全国協議会において好評だった北海道・藤田社長のセミナー。前編では、「少子・高齢化社会が進むなかで印刷需要がどのように変化するか」を紹介しましたが、後編は、そのような変化のなかで藤田社長が「どのような会社を目指しているのか」という内容です。

※本稿はダイジェスト版としての紹介となりますが、ジャグラBBではほぼ全編を近日公開予定です。

×

プリプレスセンターの概要

さて、少子・高齢化が進み、印刷需要が減少する経営環境のなか、私がどのような会社を目指しているのかをご説明したいと思います。

当社は1988年創業ですが、それは、①最小限の資源で製造できる、②大量生産・大量消費ではない、③古紙回収など循環型の社会の上に成立、④必要な量を必要ときに製造——といった持続可能な社会でも継続可能な業界、誇りの持てる業界だと思ったからです。

現在、当社の単体の売上は18億円、グループ全体で

21～22億円。オンデマンド機は6台保有していますが、オフセット印刷機は小森の菊半裁がたった1台あるだけです。あとは全部外注。ウチはオフセット印刷の設備を増やしません。オフセットの仕事量は大体1000～1100版/月、名刺・ハガキ・冊子・名札とか小ロットが主な製品です。

小部数で得意な分野としては、年賀状、カレンダー、ボールペン、ポスター、USBメモリ、パッケージ、レターケースなどです。紙にこだわられません。本年12月からは加飾印刷（東京紙芸社）も始める予定です。

人材面については、①従業員数100名で平均年齢32歳。従業員の6割が20代（因みに全印刷業の平均年齢は約40歳）、②ほとんどが新卒採用、③イラストレーターやフォトショップなどの業務アプリは約8割の社員が使い、④海外出張は約3分の1が経験、⑤英語を話せる社員は約1割、といったところで、次の10年20年を見越した採用を行っています。また、積極的な管理職への人材登用もしており、本当に若い子が良く稼いでくれています。

そのおかげもあって売上はコンスタントに成長してきましたが、最近ではウチ自身もM&Aで新しい分野を調

達してきたところです。これまで薄物印刷しかやってこなかった当社ですが、なんとかパッケージ分野＝厚物印刷分野に進出したい、しかし設備を一から揃えるのは費用も時間もかかるということで、一昨年と昨年に2社、後継者がいないパッケージの会社を譲渡してもらいました。また、つい先月には用紙調達の会社も引き受けさせてもらいました。グループ内にはこれからの印刷業に求められる役割であるイベント会社もありますし、フィリピンのセブ島にはWeb分野に強い会社も作りました。

年賀状の印刷も売上げの35%程を占めていますが、かつて文具メーカーに勤めていた経験を活かし、キティやカピバラさん、リラックマなどのキャラクターのライセンスを取って、商売を拓けてきました。オンデマンド機を積極的に活用し、生産性の向上や納期短縮を図り、またデザイン数をよそよりも倍増させるといったことで、東急ハンズやLoftさんからの受注を得て、売上げを伸ばしてきました。

これ（写真）は昨年の札幌雪祭りの公式ポスターですが、当社がデザインした作品が採用されました。雪ダルマのオブジェそのものも自ら作ったものです。現在は、これを他にも活かさないかということで、知り合いの業者さんのお力を借りつつ、「食」の分野に活用しようとしているところです。何故、「食」なのかというと、パッケージの需要が生まれるからですが、農商工連携の補助金——認定を受けると500万円/年、5年間の補助が受けられる——を利用しつつ、北海道の「食」のイベントなどへの活用を模索しているところです。



印刷業が生き残る1つの選択肢 M&A

さて最後にお話ししたいのが、「印刷業が生き残る1つの選択肢」についてです。それはM&Aを活用し、お互いのメリットを助長し、デメリットを補う仕組みの導入が最短の、生き残る近道だということです。どんどん売上げが下がってくるので、5年10年それが続くと、どうしても辛抱できなくなってくるんですね。そうなるからでは

遅いんですよ。ですからそうなる前に連携を組むだとか、お互いに設備を共有するだとか、合併するだとか、M&Aをするだとか、そういったことを何故この業界はしないのかなと、私は本当に不思議に思っているんです。他の業界では頻繁に行われていることが、印刷業界だけ行われないことで、体力がどんどん失われていることに危機感をおぼえます。次世代に最善の経営資源を残すため、世襲や見栄、エゴを捨てて生き残りを図るべきだと思います。

冒頭（前編）に申しましたが、本当に大切なのは会社の看板ではなくて、従業員であり、得意先や仕入先であり、我々がやってきた技術やものづくりのノウハウだということです。それらをどうすれば残すことができるのかを考えることが必要だと思っていて、当社のグループ企業・(株)DMCではM&Aのお手伝いをしています。これは当社がM&Aで3社をお引き受けした実績を受けて、全国から何件も「ウチの会社も買ってくれないか」というお話を受けることになったのですが、流石に当社もそんなに何件も引き受けることができないので、仲介業を始めることにしたのです。

現在、2社の広告代理店の話が進んでいます。やはりこういった会社を手に入れると、相乗効果で今まで印刷業界が苦勞してきた新規開拓、これが円滑に進む可能性がありますよね。印刷業界同士のM&Aも大事なのですが、自分たちにはない経営資源を持っている会社を買うという選択肢もこれからは視野に入れる必要があるのではないのでしょうか。今までは会社を買うとか売るとか、マイクの前で喋ることは無理だったのですが、これからは高齢化・少子化がどんどん進みますから会社が余ってくるんですね。ですからM&Aも頻繁に行われるようになるでしょう。

私はいろいろなセミナーの最後に、「1億円あったら何に投資しますか？」と、印刷会社の社長さんたちによく聞くんですが、大体は「UVの印刷機が欲しい」とか言うんですね。「何年使う気ですか？」と尋ねると、「やはり15年位は使いたい」と。ですが、インクジェット印刷機の性能があがる15年後に果たして1億円のUV印刷機が減価償却できるのか？そこにお金を使うのなら、先ほどの、売りに出ている広告代理店のように、「自分たちが今困っているところに投資すべき」だと思いますが、いかがでしょうか。ご清聴ありがとうございました。

(文責：編集部)

【講師：藤田氏プロフィール】北海道出身の55歳。札幌開成高校、立命館大学卒業後、大阪の文房具メーカーのクツワ(株)に就職し、4年目の1988年に札幌にて独立起業。現在、国内グループ4社（(株)プリプレス・センター、(株)東京紙芸社、(株)クラフト、(株)DMC）、海外2社（台湾、フィリピン）の代表。全国印刷緑友会（当時1200社加盟）元会長（2005～2007）。

～プリプレス・センターの概要～

- 売上約18億円。札幌、東京、大阪、セブ。北海道内での売上はベスト8。社員100名。平均年齢32歳。
- 設備/印刷機・菊半裁1台(3交替)、断裁、後加工、オンデマンド印刷機6台、デザイン制作スタッフ25名。
- 売上構成/40%印刷物(うち官公庁8%、東京20%)、40%商品企画部(年賀状、カレンダー等)、その他(ホームページ関連、展示会支援、ノベルティ等)
- オフセットは月1000版、小ロット市場が得意。名刺、ハガキ、冊子、名刺など小部数が主な製品。

～小部数で得意な分野～

- 年賀状：キャラクターで市場開拓
- カレンダー：小ロット、短納期で市場拡大
- ボールペン：小ロット、短納期で市場拡大
- ポスター：小ロット、短納期で市場拡大
- USBメモリ：小ロット、短納期で市場拡大
- パッケージ：小ロット、短納期で市場拡大
- レターケース：小ロット、短納期で市場拡大
- 加飾印刷(2016年12月より加工開始/東京紙芸社)

以上、セミナーでの配布資料から



お知らせ

ジャグラ作品展、募集を開始!

ジャグラ作品展委員会

応募作品は平成29年**3月末日**必着でお願いします
平成28年1～12月までに完成した作品が対象です!

ジャグラ作品展委員会(岡澤誠委員長)は、今年も下記のとおり『ジャグラ作品展』を実施することにし、このほど募集を開始します。

×

ジャグラ作品展は、グラフィックサービス工業の技術力向上や、マーケットへのアピールを目的として開催するもので、昭和41年、ジャグラの前身である日本軽印刷工業会が社団法人を設立した年より開催されている歴史あるコンクールです。皆様のご応募をお待ちしています。

作品展の概要

1. 目的

この催しは、一般社団法人日本グラフィックサービス工業会が全国規模で実施するもので、応募のあった印刷作品の技術評価を通じ、業界の技術水準、さらに将来に向け切磋琢磨すべき技術課題等を探り、業界における技術向上意欲の高揚を図ることを目的とする。

2. 募集対象

平成28年1月から12月までに完成した作品

3. 募集期間

平成29年1月1日～3月末日

4. 審査

1) 第一次審査

- ①期 日：平成29年4月上旬
- ②審査員：弊社コンクール委員

2) 第二次審査

- ①期 日：平成29年4月上旬
- ②審査員：弊社コンクール委員、学識経験者

3) 第三次(最終)審査

- ①期 日：平成29年4月中旬
- ②審査員：経済産業省、厚生労働省、全国中小企業団体中央会、日本印刷産業連合会、日本印刷技術協会、日本印刷機材協議会、日本プリンティングアカデミー、業界紙各社、学識経験者、弊社コンクール委員長(以上、予定)

4) 審査方法

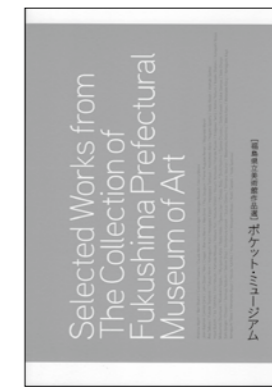
各審査委員が審査基準に基づいて採点したものを集計し、総合得点の得点数に応じて順位を決める。

5) 審査基準

- A. 文字組版：文字揃え、欠け文字の有無、可読性、組版ルールなど
- B. 図版：罫の処理、作図技術、貼り込みの曲がりなど
- C. 写真：調子再現、濃淡、むら、トリミングなど
- D. 色調：色むら、変・退色など
- E. デザイン：斬新性、造形性、調和、アイデア、配色など
- F. レイアウト：読みやすさ、版面の適否、図版と文字の配置、全体の調和など
- G. 印刷：刷りむら、用紙の適否、インキ発色、見当性など
- H. 装丁製本：造本体裁、開き具合、製本仕上げなど
- I. 開発開拓：アイデア性、新技法、オリジナル性、需要拡大性、新市場開拓、拡張印刷
- J. オンデマンド：デジタル処理特性
- K. インクジェット：インクジェット適性

6) その他

応募作品は右表に従い、委員会にて分類し、審査を行います。



左から昨年度 経済産業大臣賞の(株)リーブル&(株)河内屋、厚生労働大臣賞の陽光社印刷(株)&(株)カミヤマの作品

優秀作品への各賞

経済産業大臣賞(計二点)、経済産業省商務情報政策局長賞(計二点)、厚生労働大臣賞(計二点)、厚生労働省職業能力開発局長賞(計二点)、全国中小企業団体中央会会長賞(計四点)、そのほか、日本印刷産業連合会会長賞、日本印刷技術協会会長賞、日本印刷機材協議会会長賞、日本プリンティングアカデミー学校長賞、報道各社賞、ジャグラ会長賞ほか

(以上、予定)

入賞の発表および表彰式

- 1) 入賞発表：機関誌『グラフィックサービス』に掲載
- 2) 表彰式

- ①期日：平成29年6月10日(土)
- ②場所：ホテルメトロポリタン盛岡ニューウイング

応募作品の分類基準

出版印刷物部門

【対象作品】

単行本、文芸書、教科書、学術参考書専門書、法規集、写真集、雑誌、ハンドブック、自費出版、定期刊行物、復刻版など

宣伝印刷物部門

【対象作品】

カタログ類、ポスター、ダイレクトメール、リーフレット、チラシ、POP、パンフレット、カレンダー、PR誌、各種案内書など

業務用印刷物部門

【対象作品】

研究報告書、文集、記念誌、機関誌、便覧、手引書、名簿、会議資料、大会等資料、会報、年報、リスト、パーソナルユース(年賀状、レターヘッド、ハガキ、名刺など)など

開発開拓部門

【対象作品】

新商品、新機器・新手法・新技法による作品、販促成功例、活路開拓・需要拡大商品、未来ビジネスへの足掛かり商品、自社企画による印刷物、印刷物以外の商品、間接的に生産された印刷物、ソフト・サービスCD-ROM等のマルチメディア

いわゆる出版物と言われる印刷物

宣伝の要素の強い印刷物で、主としてカラー印刷物や凝った印刷物

斯業が主流としてきた印刷物。また商業印刷物のうち、モノクロ印刷物も含む

拡張印刷を目指す技術・商品の開発・新技術の開発、営業要素が強い作品(全工程外注の作品)・サービスなど

申込書には、
評価して欲しいポイントを
わかりやすく書きましょう!

作品の審査は3回行われ、公平かつ厳正な審査に努めています。ある審査員経験者から、「これまでの経験では、申込書に評価して欲しい点を記入している作品が、上位入賞を果たしている」とのアドバイスがありました。

申込書にアピールポイントが書ききれない場合は、別紙添付でも構いません。簡潔かつわかりやすく記入してください!

申込書はジャグラHPからDLできます
※または次ページの用紙をご利用ください

ジャグラのホームページから
WORD形式の申込書がダウンロードできます
<http://www.jagra.or.jp>

ジャグラ作品展出展申込書

発注者に出品の了解を得て、ジャグラ作品展に申し込みます。

作品名			
会社名		支部	
住所		電話番号	

〔1〕印刷工程について該当する欄に○印をして下さい。(書ける場合にご記入下さい)

部数			部	デジタルカメラ	1.自社 2.外注 3.得意先
納期			日数	スキャナ	1.自社 2.外注 3.得意先
編集	1.自社 2.外注 3.得意先				
デザイン	1.自社 2.外注 3.得意先			判	B3以上 A4以下
組版編集	1.DTP(ソフト)	1.自社	印刷	色数	1色 2色 4色 5色以上
	2.図版(ソフト)	2.外注		機種	()
	3.写真(ソフト)	3.得意先			
	専用機(機種名)		製本・加工	1.自社 2.外注 3.得意先	
出力	1.インクジェット	機種名	1.自社 2.外注 3.得意先	備考	
	2.POD				
	3.CTP				

〔2〕審査にあたって特に評価して欲しい項目に○印をし、または記入欄に記入して下さい。 **記入必須**

項目(○印をして下さい)	自由記入欄
A.文字組版(DTP) B.図版 C.写真 D.色調 E.デザイン F.レイアウト G.印刷 H.装丁製本 I.開発開拓 J.オンデマンド K.インクジェット	※評価して欲しいポイントなどをお書きください。 書き切れない場合は別紙にまとめても結構です。

※複数の出品をなさる場合はコピーしてお使い下さい

※以下は事務局記入欄です。

A	B	C	D



11.13第二回運営基盤戦略会議を開催

各地協に総額100万円の助成金を支給することを決定/於 金沢市

運営基盤戦略会議は、平成 28 年 11 月 13 日、石川県金沢市の近江町交流プラザにて開催され、地協の活性化のために役立ててもらおうと、総額 100 万円の助成金を給付することにした。

×

同会議は、「強いジャグラ実現のために、本部と支部とをつなぐ地協の機能を強化すること、そして地協会長をメンバーにした会議を立ち上げる」という中村会長の意向により新設したもので、今回は、ジャグラ青年部 SPACE-21 の全国協議会が石川県金沢市において開催されたので、それに合わせて同地で開催されたもの。

話し合われた内容は以下のとおり。

前回の確認について

正副会長会議、運営基盤戦略会議の議事録を、ホームページなどで公開してほしいという要望があり検討を行った。議事録をホームページで公開はしないが、今まで通り機関誌等で報告を行う。また、協議過程はなるべく明らかにするという事になった。

全国協議会について

全国協議会のグループディスカッションで出た意見をどうするか検討を行った。

①ジャグラ HP について

《決定事項》

ジャグラのホームページはリニューアル中だが、方向性など現状のまま進める。

支部活動は地協会長を通じて本部に報告してもらう。

当面は各委員会、部会から広報に対して活動報告を行う。

《主な意見》

・広報委員会だけで情報を集めるのは限界がある。各委員会

から広報委員会に参加してほしい。

・会員のためのものなのか、公益団体としてのものなのかホームページの在り方を明確にしないとイケない。

・支部の情報をホームページで発信してほしい。

・支部の活動報告、東北は年 4 回、長野、四国、東海は年 1 回、毎月くるのは大阪だけ。

・今の体制でできるのか、各委員会で広報担当を決めるとか体制を決めないとイケない。

・セミナー情報や親睦のアイデアなど、他の地協がどうやっているのか知りたい。

・北陸で言えば、地協としての活動は新年会と総会だけ。福井は 2 社だけなのでやっていない。

・支部の活動は支部の HP に出せばいい。全部本部の HP に入れる必要はない。

・支部、地協の活動はばらつきがある。できるところからやるべきで、現在やっている活動を報告してくれればいい。

・地協や支部のセミナーのチラシがあればそのまま掲載したい。

・機関誌とホームページはすみ分けする。

②地協の活性化

地協の活性化のために 100 万円を配分することについて検討を行った。

《決定事項》

・会員数と活動状況を考慮して沖専務が作った配分案で承認された。

・残り 1 万円は来年文化典を開催する東北地協に配分する。

・助成金は地協会長の判断で使用してかまわないが、後日会計報告を行う。

《主な意見》

・ばらまきではなく、申請式にしてはどうか。

・東北地協は年 25 万の予算でやっている。会場費で消えて

しまうので雑入に入れて活用したい。

・九州地協は 40 万プールがあるが、毎年 10 万ずつ切り崩している。

・軍資金がないと活動ができない。試金石としてまずやってみる。

・地協によって事情が異なるので、地協会長が自信をもって使えばよい。

・SPACE-21 の予算は 6 年前比で 80 万→160 万と倍になっている。これ以上必要な時は申請を出してもらう。

③総務事業について

《決定事項》

・組織拡大は異業種からの加入について積極的に進める。

・組織拡大の目標として、この運営基盤戦略会議のメンバーが一人一社入会を増やし、来年 3 月までに 900 社を目標とする。

・組織拡大表彰は純増した支部を表彰する。

・組織拡大パンフレットは(有)フジプリンターに依頼し、たたき台を作成する。その後正副会長に見てもらう。

・直轄会員制度については、次回さらに検討する。

《主な意見》

・異業種からの参入は東京と大阪が多いイメージ。

・異業種からの参入は仕事を取ろうとして入ってきてもかまわない。ジャグラ会員にとってもメリットはある。

・佐賀の印刷会社を福岡に加入させたいと考えたが、親会が二の足を踏む。

・一緒に活動することで楽しいという体験をさせる。

・本部直轄会員制度を検討してはどうか。

・支部に所属しないで、本部直轄会員が増えると支部が弱体化してしまう。

・逆に支部にだけ加入したいという声がある。

④その他

財政担当の山本理事からジャグラの財政について質問があった。

×

今回の会議に高野組織拡大委員長、早坂理事、原田理事、齋藤理事が参加することになった。今後の予定は来年 2 月 10 日、5 月 26 日に開催する。

以上

10 月開催の全国協議会に先立ち、第四回理事会が開催されましたが、誌幅の都合で議事録を掲載できませんでしたので、本号にてお伝えします。

×

10.7 第四回理事会を開催

第一号議案 スケジュールに関する件

省略

第二号議案 H28 年度事業推進体制に関する件

個人情報保護委員のうち次の 2 名が辞退した。

松谷勝広 東京・文京 H28-09

児玉年史 東京・城西 H28-08

《検討の経緯》

異議なく満場一致で承認した。

第三号議案 個人情報保護方針の変更に関する件

個人情報保護委員会の活動が開始されたことに伴い、個人情報保護方針を次のとおり変更したい。(その他の、字句の変更を含む) = 詳細は下記参照。

<http://www.jagra.or.jp/official/main/privacypolicy.php>

《検討の経緯》

異議なく満場一致で承認した。

第四号議案 全国協議会の運営に関する件

省略

第五号議案 事業報告に関する件

省略(本誌既報)

第六号議案 その他の件

なし

以上

●出席	山本 耕司 理事=近畿	並木 清乃 事務局長
中村 耀 会長	宮崎 真 理事=中国	今田 豪 事務局職員
熊谷 正司 副会長=東北	松永 英明 九州地協会長	
樋貝 浩久 副会長=関東	高野 直樹 組織拡大担当委員長	●欠席
菅野 潔 副会長=東京	早坂 淳 理事(広報担当)	柳田 道 理事=北海道
佐藤 順 副会長=北陸	齋藤 秀勝 理事(マーケティング担当)	伊藤 政美 理事=東海
岩下 登 副会長	原田 大輔 理事(ジャグラ BB 担当)	中越 忠男 理事=四国
池邊 寛 副会長	沖 敬三 専務理事	
中村 盟 理事=SPACE-21	守田 輝夫 常務理事	





2017年4月ジャグラーBBはリニューアルします!

スマホ・タブレット対応

理解度チェック試験機能

動画倍速再生機能

2006年より運営しております印刷業のためのインターネット放送「ジャグラーBB」は、今年で10周年を迎えました。そして2017年4月、ジャグラーBBは新たなステージへ進むべく、サービスを全面リニューアルします! 特に要望の多かったスマートフォン・タブレット対応、理解度確認のための試験機能、忙しい中でも視聴できる動画の倍速再生機能の実装などを予定しています。これまで以上にジャグラーBBをご活用いただき、自社従業員への教育ツールとして、そして次期経営者を育成するための一つのツールとしてぜひともご利用くださいませ。(ジャグラー理事/ジャグラーBB企画部会長 原田大輔)



今月のおすすめ番組 6 選

▶最新情報はWebでチェック! <http://www.jagrabb.net>



新規獲得作戦会議①ヤフーのネット広告を使った新規開拓

東京グラフィックス商売繁盛セミナー第1弾。(有)ドゥ・プラン 笹岡誠氏によるヤフー広告活用事例紹介です。ヤフー広告の特長や設定の紹介、ネット広告を有効活用するためのポイントを解説します。(時間:14分/パスワード要)



新規獲得作戦会議②入札制度の戦略的な活用

東京グラフィックス商売繁盛セミナー第2弾。(株)研美社 彼谷佳彦氏による電子入札制度活用事例紹介です。入札情報サイトの紹介、入札に取り組むことによってもたらされるメリットを解説します。(時間:15分/パスワード要)



新規獲得作戦会議③Webサイト、SNS、YouTubeなどを駆使した「BtoC」の構築

東京グラフィックス商売繁盛セミナー第3弾。(株)緑陽社 武川優氏によるTwitterと動画の活用事例紹介です。同人誌印刷を中心に業務展開する同社の、若者をターゲットとした特徴的な取り組みをご紹介します。(時間:13分/パスワード要)



新規獲得作戦会議④異業種交流をステップにした人脈拡大と新事業展開

東京グラフィックス商売繁盛セミナー第4弾。(株)アイト 谷口美保氏による異業種交流事例紹介です。早朝に開催される異業種交流会「朝会」への参加でもたらされた売上増・業務拡大などの効果をお話します。(時間:13分/パスワード要)



印刷業界健康セミナー「歩き方と座り姿勢」(全4巻)

デスクワーカー必見! 人とチャンスを引き寄せる良い姿勢、風爽とした歩き方を身につけませんか? 姿勢が良いと心や印象、身体にどんな良い影響があるかをワークで体感しすっきり元気になりましょう。(時間:各10~15分/パスワード1巻のみ不要)



第59回ジャグラー文化典岩手大会PR映像「おでんせ、イーハトーブ岩手へ」

第59回ジャグラー文化典岩手大会実行委員会制作のPRムービーです。東日本大震災から5年、これまでのご支援に対する感謝の意を示し、復興の軌跡を表現しました。(時間:1分/パスワード不要)





特別企画

2016 10.26-28/千葉・幕張メッセ ミニレポート Japan IT Week 秋 見てある記

通販ソリューション展/モバイル活用展など8つの展示会を同時開催

リードエグジジションジャパン主催の「Japan IT Week 秋」は、通販ソリューション展、Web & デジタルマーケティング EXPO、モバイル活用展、情報セキュリティ EXPO、クラウドコンピューティング EXPO、データセンター展、ビッグデータ活用展、IoT/M2M 展の、8つの展示会を同時開催する IT 系の複合展で、10月26～28日の3日間、千葉・幕張メッセで開催された。来場者数は4万572人。ジャグラー会員企業も出展していた同展の様子をレポートする。

×

●通販ソリューション展エリア

通販ソリューション展のなかで、目を惹いたのが DM (ダイレクトメール) ソリューションである。出展社は、古くからのジャグラー会員企業である小松総合印刷 (長野) とガリバー (神奈川) の2社。両者とも通販関係の展示会では常連と言っている企業である。

■小松総合印刷

ソフトバンクのロボット Pepper が出迎えてくれた同社ブースは、単なる DM サンプルの展示に留まらず、「DMA」という独自サービスを PR していた。「DMA」とは紙の DM とデジタルマーケティングを融合させたサービスで、例えば、「メルマガを送信して専用 Web サイトにアクセスがなかった方へ、3日後に紙の DM を発送」というシナリオを構築しておく、自動的にレスポンスがなかった人たちのリストが生成され、印刷・発送まで行うことができるという。他にも色々なことができるということだが、① DM 送付後のターゲットの行動を知りたい、②反応のなか

ったターゲットにフォローのアクションを起こしたい、③行動別のリストを収集したい、④顧客のメールアドレスを収集したい、④紙と Web を連動させた企画を行いたい、といった顧客におすすめだという (詳細は同社サイト参照)。ブースでは DMA の展開例として、スマホを使ったくじ「デジくじ」などを PR していた。

<http://www.ko-ma-tsu.co.jp/>

■ガリバー

たくさんの DM サンプルを展示していた同社ブース。デザイン性・機能性あふれるサンプルばかりで、見るだけでも楽しいブースで人気を集めていた。ひろがるメール、サンプル in メール、ブックメール、オリメール、カタメール、返信封筒付メール、パタパタメール、マッチングカード DM/ビンゴメール・nakamo、UV エンボスマイル、タタメール、おっとクハガキなど、たくさんのサンプルを展示していたが、これだけの選択肢があれば顧客の要望に応えられるソリューションがきっとみつかるだろう。「最近のヒット作は？」と質問したら、「サンプル in メール」という答えが返ってきた。試供品 (シャンプーとか花の種類とか) と商品パンフレットなどが2点まで封入可能だという (厚みのあるものは、60～120ミリ角/厚さ3ミリ/重さ20gまで、印刷物は B5 または B4 二つ折りなどが封入可能)。会社案内によると、同社が DM を手掛けたのは1992年からということ、20数年のノウハウ実績があるという。夫々の製品の詳細を同社サイトで確認して欲しい。

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



長野県支部の小松総合印刷は「デジくじ」など
同社独自の DMA コンテンツを PR



豊富な DM サンプルで人気を集めていた神奈川支部のガリバー



SPinno の「販促クラウド」の概念図



左上) SPinno ブースで配布していた商品カタログ
550 ページにわたり、同社が扱う豊富な販促グッズが紹介されている

右上) パイプ椅子を広告スペースに変身させる
「メディアチェアポップ」

●Web & デジタルマーケティング展エリア

■SPinno (スピーノ)

Web & デジタルマーケティング展エリアで目に留まったのが、SPinno の「販促クラウド」。これは我々印刷会社が利用するシステムではなく、我々のお客様、つまりエンドユーザー向けの販促物一括管理システムで、例えば、販促パンフのオーダーから見積もり・承認・在庫管理・発注・発送などを一元管理するものである。拠点の多い企業においては、各現場で小ロットの販促物が膨大に発生し、しかも発注印刷会社が夫々別々など、効率が悪くなるものだが、同システム導入により一元管理・効率化がはかれるという。namco、ブックオフ、三城 (パリミキ) など導入実績も豊富とのこと。名刺印刷においては、発注システムを顧客に導入してもらい、全国拠点からの注文を集約・管理

する仕組みを提供しているジャグラー会員企業があるが、その販促物版といったらわかりやすいだろうか? このようなシステムで顧客の囲い込みをはかる動きは今後も増えてゆくだろう。

同社は元々販促物制作プロダクションということだが、会場でもらったカタログは「プロモーション活動に役立つ、売れる戦略への必携本」と称した550ページものボリュームで、あらゆる SP グッズが紹介されていた。一冊用意しておけば、印刷会社としても顧客への提案の際に役立つだろう。「最近のヒット作は？」と質問したら、「メディアチェアポップ」とのこと。これは普通の折りたたみパイプ椅子の背に、すっぽり被せて広告スペースとするもので、サイズや素材、防災・撥水など、バリエーションがあると

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



コトブキ企画のデジタルブック作成システム「meclib」



●モバイル活用展エリア

コトブキ企画

モバイル活用展エリアには、電子出版ではおなじみの同社がデジタルブック作成システム「meclib（メクリブ）」を出展していた。iOS/Android スマートフォンをはじめパソコン・タブレットといったマルチデバイスに対応したクラウド型のデジタルブック作成システムで、ドラッグアンドドロップでPDFから簡単にブックを作成、軽快かつ紙冊子のようなめくり感、電子書籍リーダーに負けない読みやすさが特長だという。ライセンスによる利用人数制限がないので、自社内の複数部門・支社など、誰でも何処からでも利用可能。Ver2で、多言語対応、ログ解析、コメント機能が追加されたとのこと。契約形態はスタンダードとプレミアムの2コースがあり、前者の場合、初期費用3万円/月額1万円で、クラウド上に保存可能な容量の上限=500ページ、作成ページ上限=無制限となっている。クラウド契約しなくても、PDFを入稿すれば電子ブックを制作してくれる「データ作成サービス」もあり、こちらはページ数によって900~5000円/ページの4段階に分かれた料金体系となっている。30日間の試用ライセンスがあるので興味のある方はトライしてみたい。http://www.kotonet.co.jp/

●情報セキュリティ展エリア

NEOJAPAN（ネオジャパン）

情報セキュリティ展エリアでは、「ビジネスチャット」



ビジネスチャットのシステムも数多く出展されていたNEOJAPAN社の「ChatLuck」もその一つ

のシステムをPRするブースが多数目についたが、同社もそのひとつ。スマホ普及に伴い、本来個人使用を想定しているLINEをビジネス用に使う傾向があり、何かと社会問題化しているが、「ビジネスチャット」は従来の「電子メール」による社内コミュニケーションに替わる手段として注目されているサービスである。同社の「ChatLuck（チャットラック）」もその一つで、複数メンバー間でリアルタイムな情報共有が可能なグループチャット機能「ルーム」や、1対1のスピーディなコミュニケーションが可能な「コンタクト」などを用いて、今までメールや電話で行っているやりとりを効率化できるという。資料や写真・動画などの共有機能、タスク/スケジュール共有機能、メンバーにアンケートを出してグラフ化する機能、委託先や協力会社の方をゲストとして招待する機能を有するので、協力会社とのやりとりや在宅勤務社員との連絡にも利用できるという。詳細は同社Webサイトにて。http://www.neo.co.jp/

プロット

情報セキュリティ展エリアでは、悪質な添付ファイルを使った標的型攻撃メール対策をPRするブースが数多く見られたが、同社もそのひとつ。そのなかで面白かったのが、標的型攻撃メール訓練クラウドサービス「CYAS（サイアス）」で、定期的に標的型攻撃メールを模した訓練メールを社員に送信し、訓練メール本文に記載されたURLへアクセスするか、添付ファイルを開封した社員には、標的型攻撃の被害にあわない為のポイントを解説するコンテ



標的型攻撃メール訓練クラウドサービス「CYAS（サイアス）」

印刷物とWebを繋ぐ「リアルコードメディア」は日本上陸したばかりで普及はこれから写真外側の黒枠凹凸を専用アプリで読み取ってWebに誘導する専用アプリはGoogle Play/App Storeで「Reel Code Media」で検索

ンツを表示し、教育するというもの。毎月一回10通までという制限付きだが無料プランも用意されているので、試してみたい。http://www.cyas.jp/

●クラウドコンピューティング展エリア

systema（システムナ）

印刷物からWebへの誘導手段としてはQRコードが一般的だが、同社ブースでは、それに替わるソリューションとして「REEL CODE MEDIA（リアルコードメディア）」を出展していた。元々は米Macate社のソリューションで、日本では同社が独占販売するという商品。写真やイラストの外枠にある凹凸がコードの役目を果たす仕組みで、専用アプリで読み取ってWebへ誘導する形はQRコードと同じだが、デザイン的に邪魔にならない点が興味深かった。コード自体に、音声・動画・テキスト・リンクなど、4種類の情報を格納することも可能。日本初上陸ということで資料もパンフレット1枚だけだったが、最近、TVCMが流れていて、ちょっとびっくりした。Facebookのページが用意されているので詳細はそちらで。https://ja-jp.facebook.com/ReelCodeMedia/



●その他

動画関連の製品&サービス

会場では動画関連の各種製品&サービスの出展も多かった。誌幅の都合で簡単な紹介に留めるので、詳細は各々のWebサイトを参照されたい。

◎テンプレート動画制作Webサービス「Fast Video」

LOCUS社の1万円でオリジナル動画を制作するクラウドサービス。http://fast-video.com

◎クラウド型パーソナライズド動画生成・配信サービス「OneDouga」

日本写真印刷コミュニケーションズのサービス。無料体験版あり。www.onedouga.jp

会場ではネット検索された時のSEO対策サービス、AI利用のサービス、VR動画のソリューション、データバックアップのクラウドシステムなどが多く見られた。印刷業を生業とするから紙とインキに詳しくいい時代は、とうの昔に過ぎ去った。モノを売る/情報を伝えるために現代社会に不可欠なネット関連の知識も持ち合わせなければ、顧客からの信頼を得られないことを再認識した展示会であった。（取材：編集部・藤尾泰一）



動画関連ソリューション上)「Fast Video」下)「OneDouga」

東京グラフィックス（東京地協）

「ビジネスアイデアコンテスト」エントリー受付中

東グラ主催 / 締切は来年1月29日

ジャグラ東京地協である公益社団法人東京グラフィックサービス工業会（東グラ）では、現在「ビジネスアイデアコンテスト」へのエントリーを受付中です。

×

都内に在勤・在住・在学なら応募可です

同コンテストでは、一次審査・二次審査で入選作品を10点選出、その後のファイナルプレゼン大会を経て優秀作品を決定します。

●審査基準

- ①都民に有益と判断される
- ②独自性が高い
- ③既存のものであっても、活用方法に工夫がある

※応募アイデアは印刷業界と関連がないジャンルの内容も有効です。

●表彰

- ①最優秀賞「東京都知事賞（予定）」（賞金10万円）
- ②第2位「東京都産業労働局長賞（予定）」（賞金5万円）
- ③第3位「東京グラフィックス会長賞」（賞金5万円）
- ④その他「審査員特別賞」「協賛社賞（予定）」「プレゼン参加賞」など。

●応募資格

東京都内に在勤・在住・在学の方。



●応募方法

規定のエントリーシート（東グラ HP からダウンロード）へ必要事項を記入の上、東京グラフィックサービス工業会事務局へ FAX、E-mail、郵送

●応募締切

2017年1月29日

×

詳細は下記、東京グラフィックサービス工業会 HP をご覧ください。http://www.tokyographics.or.jp/

東北地協

11.25 東北地協幹事会を開催

文化典岩手大会の進捗状況を確認

11月25日、岩手県盛岡市のホテルメトロポリタン盛岡で東北地協幹事会が開催されました。

×

大会の準備作業は順調に進む

冒頭、熊谷正司地協会長が「幹事会に先立って、業界紙（株）ビバン企画の座談会を行い、岩手大会の魅力が大いに発信してきました」と挨拶、続く活動報告では、菅原正行岩手県支部長より進捗状況が説明され、向井一澄事務局長からは「ウェルカムパーティからレセプション、オプショナルツアーまで具体案が立ち上がり、細部の詰めを行っている最中です」と、心強い報告がありました。協賛広告担当の戸来一裕副支部長からは「おおよそ7割の広告割が終わりました。今後は各支部役員への名刺広告のご依頼など何卒よろしくご協力をお願いします」とお願いがあり、各県支部とも協力を約束しました。

岩手大会まであと半年余り。東日本大震災から6年の月日を費やし復興を遂げた東北のジャグリストが、「おでんせ、イーハトーブ岩手へ」をスローガンに、復興への感謝を込めて、全国からお客をお迎えする準備は刻々と進んでおります。

（記：大橋邦弘理事）



日本印刷産業連合会

環境優良工場表彰の応募受付中

第一次審査の締切は来年2月3日

ジャグラなど印刷関連10団体で組織する（一社）日本印刷産業連合会（日産連）では、環境優良工場表彰の受付を開始しました。第1次審査応募受付は12月1日～来年2月3日です。

×

小規模事業所も応募しやすくなっています

日産連では、印刷産業界における各企業の環境問題に対する取組みを促進するとともに、印刷工場の環境改善及び印刷企業に対する社会の一層の支持・理解を獲得することを目的に、平成14年度から印刷産業環境優良工場の表彰制度を実施しています。平成29年度第16回環境表彰制度は、前回と同様に第1次審査と第2次審査に分けて行います。また、応募工場従業員数が29人以下（かつ企業全体従業員数49人以下）の事業所を対象に表彰する「小規模事業所振興部門」を設けています。制限のない部門を「一般部門」としています。

●応募資格

- ①日本印刷産業連合会の会員である10団体傘下の会員企業の工場であること
- ②平成29年2月1日現在において、工場稼働後3年以上経過していること
- ③最近5ヵ年以内に環境法令等に基づき操業停止等の行政による処分を受けていないこと
- ④第2次審査への応募は1企業1工場に限る

●応募の手続き

第1次審査用の応募票は、下記、同会HPよりダウンロードできます。

https://www.jfpi.or.jp/topics/detail/id=549

◎原稿 / 編集 / 校正

沖 敬三 守田 輝夫 並木 清乃 長島 安雄 酒井 玲子
阿部奈津子 今田 豪（以上、ジャグラ事務局）
斎藤 成（東グラ / 広報委員）
藤尾 泰一（尚インフォ・ディー / 広報委員） 日経印刷機（校正のみ）

◎組版 / デザイン

尚インフォ・ディー
組 版 = Adobe Creative Suite 6 フォント = モリサワ OTF ほか

◎印刷

日経印刷機（東京・千代田支部）
RIP = 大日本スクリーン Trueflow
CTP = 富士フィルム XP-1310R 東レ TWL-1160F
刷 版 = 大日本スクリーン PT-R8800ZX

◎用紙

三菱ニューVマット FSC®-MX 菊判 62.5kg

※本誌は FSC® 森林認証紙（管理された森林の木から作られた紙）とベジタブルインキ（環境配慮型インキ）を用いて、環境に配慮した印刷工場で作成されています。http://www.nik-prt.co.jp/



編集後記

来年のジャグラ文化典岩手大会の準備は順調で、10月7～8日の全国協議会において菅原実行委員長が「すぐにも開催できる」と大見得を切っていました。その言葉通り、岩手大会の準備は着々と進んでいるようです。文化典当日は運良く地元の無形文化財である「チャグチャグ馬コ」も催されるとか期待が高まります。それに負けじとということでもないと思いますが、平成30年の文化典開催地が福岡に決まったところ、早速、準備が始まりました。11月19日に福岡市にて地協幹事会が開催されるというので、中村会長とでお邪魔してきました。地協では、前回開催地の鹿児島県、前々回開催の大分県の支部長・支部役員も参加しましたが、何より前々々回が福岡県だったこともあり、約30年前の文化典経験者がたくさん参加され、準備に取り組みうと前向きな発言が相次ぎました。ジャグラはまだまだ元気がど実感しました。（T.M）



月刊

グラフィックサービス

No.781

2016

12

新 知 孔 温

懐かしき 謄写印刷とその魅力
—— 今こそ先達の精神を学ぶとき



ジャグラ山形県支部長 (中央印刷株)
山形謄写印刷資料館 館長

後藤 卓也

第12回 (最終回) :
安藤信義さんと謄写印刷文化を守っている人たち

謄写印刷の全盛期は昭和20年代後半から40年代前半くらいまでで、それから40年以上経っていますので、ろう原紙、ヤスリ板、修正液、印刷機はすでに製造中止となっていますが、現在、謄写印刷文化の伝承運動を行っている個人や団体が、当館も含めて幾つかありますので、それらを紹介して最終回といたします。

まず、「最後のガリ版職人」と自他ともに宣言し、生涯謄写印刷専門職人として「ガリ版の灯を守る会」を運営しながら、毎年のように謄写印刷文集を制作し続けた安藤信義さん*を紹介しします。

全国唯一の「ガリ版専門店」アンドー・トーシャを数年前まで営業していた愛称「頑固親父・ガリ版一筋」安藤信義さんは、1935年(昭和10)兵庫県明石市に生まれました。同地で1960年(昭和35)から亡くなる2010年(平成22)までの約50年間、「生涯一孔版人」「ガリ版は手で刻むことばである。」を信条に制作を続け、同時に自ら灯台守に、放送作家三条杜夫氏を灯台長に謄写印刷文化の西日本での拠点となった「ガリ版の灯を守る会」を結成・組織し、定期的に数十ページの質の高い映画復刻台本や謄写印刷による本を作成し頒布を行っていました。安藤さんの個人的魅力によるものが大きいのですが、会員も常時百人を超え、筆者も安藤さんから依頼を受け、定期的に出稿していました。電話すると関西弁で謄写印刷の魅力と、それに対する思いを数十分にわたり語り続ける熱意に、いつも圧倒されましたが、2010年(平成22)2月12日、心筋梗塞のため急逝。わずか4日前に元気に電話で話したのが信じられないくらいの急逝でした。安藤さんは単なる「ガリ版職人」

*通常、故人や歴史的人物は敬称略としますが、筆者と親しかったこともあり、あえて「さん」付けで表記します



安藤謄写店 (1999年撮影) と筆耕する安藤信義さん



「ガリ版の灯を守る会」発行文集

でなく、文化の継承者として兵庫県芸術文化協会表彰を受け、逝去後、同年5月29日の朝日新聞全国版「惜別」記事に、文化人の逝去として掲載されました。おそらく印刷業界人でこの惜別欄に掲載されたのは極めて珍しいのではと思います。なお、ご子息の光信氏は現在、業界紙「印刷タイムス」で活躍しておられます。

次に謄写印刷文化の伝承運動を行っている団体等を紹介しします。

まず、「ガリ版ネットワーク」——1994年(平成6年)9月に発足した謄写印刷愛好者団体です。謄写印刷研究では他の追随を許さない研究者・志村章子さんを中心として結成され、各地の不要になった資機材を収集し謄写印刷を愛好している人たちに譲る地道な活動を行っています。数年一度、資料展や佐藤勝英さんや坂本秀童子さんたちによる実演会を開催し、いずれも大盛況でした。当初は志村さんの自宅が事務局でしたが、数年前から「新ガリ版ネットワーク」としてガリ版伝承館内に事務局を移して活動しています。筆者が謄写印刷文化保存運動を始めたのが1996年(平成8)で、父が始めたことが一番の要因ですが、最初に志村さんの本に出会ったことも大きなきっかけです。3冊の専門書が出版されていますが、その中でも「ガリ版文化を歩く」はガリ版の面白さ・奥深さを分かり易く書いてあり、入門書としても研究書としても素晴らしい内容です。志村さんとは何回もお目にかかる機会があり、旧



志村章子さんの謄写印刷関連書籍



志村章子さんと筆者の父 後藤義樹 (1997年)



ガリ版伝承館
開館当時のパンフレットから転載



実演中の佐藤勝英氏 (2004年) と謄写印刷うちわ



里美村発行「草間京平伝」を編集した時には時間も無く原稿料もほとんど無い中で無理にお願いして原稿を書いていただきました。真面目でしっかりとした研究姿勢には敬意を感じずにはおられません。他に「ガリ版文化史」「ガリ版ものがたり」が三部作として謄写印刷研究の必読書です。「ガリ版ものがたり」(大修館書店刊)は平成22年の発行で入手が容易なため、最初に読むには特におすすめです。

松本市にある重要文化財「開智学校」の一室に謄写印刷のコーナーがあります。松本市にはかつて赤羽藤一郎を中心に「ガリ版伝承館」があり、質の高い作品が生み出されたのですが、赤羽没後なくなってしまったのは残念なことです。熊本県在住の佐藤勝英氏は、赤羽藤一郎晩年の弟子であり、草間京平が創始した「黒船工房」の正統な後継者といえます。作品は浮世絵復刻版画が中心であり、草間京平・赤羽藤一郎の流れを汲む作品は極めて質が高く、素晴らしいものです。また、佐藤氏はガリ版伝承館等さまざまな場所で実演を行っています。今年、熊本大震災支援のため、謄写印刷浮世絵うちわを制作頒布しました。謄写印刷名人の作にふさわしい素晴らしい作品であり、震災復興のために全国組合員の支援購入をお願いいたします。問い合わせ先は下記です。

〒869-1602 熊本県阿蘇郡高森町高森 615
浮世絵郵趣会 Tel.0967-62-3950

また、1998年(平成10)4月、滋賀県東近江市(旧蒲生町)に堀井新治郎親子がかつて住んでいた洋館を修復して「ガリ版伝承館」がオープンしました。堀井1号機やさまざまな資料機材が展示されています。謄写印刷講座を定期的に行ったり、意欲的な活動を展開しています。

その他、謄写印刷関連資料展示館として、鳥取県の「祐生出合いの館」、岐阜市の大東加工(株)「謄写技術資料館」、そして当館があります。

今も謄写印刷作品を制作されている方々としては、東京都在住の本間吉郎氏、田上正子氏、徳島県在住の坂本秀童子氏があげられます。坂本さんは第8回で取り上げたドイツ人俘虜制作作品の復刻や、謄写印刷作品「謄写技法」の発行等、意欲的な作品制作を続けておられます。田上正子さんは、謄写印刷会報「あめつうしん」を定期的に発行しており、今年10月31日号で297号となりました。現在も退職教員・公務員等かつて謄写印刷をされていた方を中心に、全国で約300の方が趣味で謄写印刷を行っているそうです。

さて、本号をもってこの連載はひとまず終了させていただきます。12回にわたってご愛読いただきありがとうございました。詳しく紹介できなかったものもあり、今後また機会がありましたらご紹介させていただければ幸いです。(連載おわり)