



月刊 グラフィックサービス

No.878
2025 1



一般社団法人
日本グラフィックサービス工業会
岡本 泰 会長

全日本印刷工業組合連合会
瀬田 章弘 会長

■ 新春特別企画

全日本印刷工業組合連合会

一般社団法人日本グラフィックサービス工業会

瀬田章弘会長 × 岡本 泰会長 対談

印刷業界が日本の中小企業を元気にする! 価格競争を脱却し、価値づくりへ



■ 巻頭言

2025年 年頭所感

——ジャグラ会長 / (株)クイックス (愛知) 岡本 泰

■ 特別企画

生産性向上委員会

「アナログ工程管理」を無くす社長の働き方改革
第二弾 有限会社近森謄写堂

■ 連載

SPACE-21 広報始めました!!

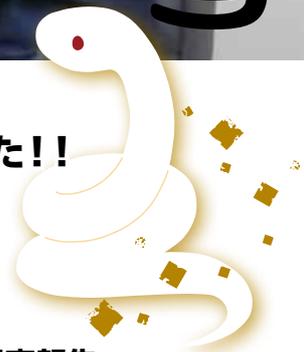
■ NEWSとお知らせ

ジャグラ作品展の活用法!

企業研修受託のご提案

2025年 誌上新春名刺交換会

総務省・個人情報保護委員会 調査報告



CONTENTS

■ 巻頭言

- 1 **2025年 年頭所感**
ジャグラ会長/ (株)クイックス (愛知) 岡本 泰

■ 新春特別企画

- 全日本印刷工業組合連合会 一般社団法人日本グラフィックサービス工業会
2 **瀬田章弘 会長 × 岡本 泰 会長 対談**
印刷業界が日本の中小企業を元気にする！
価格競争を脱却し、価値づくりへ

■ 特別企画

- 25 **生産性向上委員会**
「アナログ工程管理」を無くす社長の働き方改革
第二弾 有限会社近森贈写堂

■ 連載

- 15 **SPACE-21 広報始めました!!**

■ NEWSとお知らせ

- 9 **ジャグラ作品展の活用法！ ～応募のススメ～**
16 **企業研修受託のご提案**
19 **2025年 誌上新春名刺交換会**
22 **総務省・個人情報保護委員会 調査報告**

■ NEWSとお知らせ

- 11 ジャグラBBホットニュース
24 ジャグラショートカット開講日カレンダー
28 業界の動き
2025年 年頭所感
17 雑学コラム②
29 事務局日誌と今後の予定

- 10 (株)研美社
12 富士フィルムグラフィックソリューションズ(株)
13 ホリゾン・ジャパン(株)
14 (株)ショーワ
18 東京リスマチック(株)
表4 リョービMHI グラフィックテクノロジー(株)

月刊グラフィックサービス 発行趣意

月刊『グラフィックサービス』は、一般社団法人日本グラフィックサービス工業会会員、関係諸団体およびすべてのステークホルダーの皆様へ、自社の質的向上に役立ち、知恵と勇気を分かち合うことを目指し発行するものです。

本会の存在意義である人間交流スペースを構築し、社会の多様な要請にタイムリーに対応しつつ、共通の経営課題を持つ会員をネットワーク化し、その交流を積極的に支援するとともに小さいことでも有利となる経営施策も発信する情報ターミナルとなることを理想とします。

またその情報発信手段は誌面にとどまらず、環境に応じて多様な発信方法を検討、遂行することを責務とします。

【概要】

発行回数	月1回/年間12回	配布方法	・全会員へ直接郵送
購読料	ジャグラ会員は無償(会費に含む) ・希望企業、団体への有償配布		・ジャグラホームページからのダウンロード

本誌へのご意見・ご要望・記事提供は下記宛お寄せください

Eメール edit@jagra.or.jp 電話 **03-3667-2271** ファクス **03-3661-9006**

お手紙 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16 〒103-0001 (一社)日本グラフィックサービス工業会 宛

2025年 年頭所感

ジャグラ会長 / (株)クイックス (愛知) **岡本 泰**



新年明けましておめでとうございます。年頭にあたり、一言ご挨拶申し上げます。

昨年は1月1日午後4時10分石川県能登半島を震源とするマグニチュード7.6の地震が発生し、ジャグラ会員企業4社が被災されました。一日も早い復興を心よりお祈りいたします。また、多大なるご支援を頂きましたジャグラ会員の皆様へ厚く御礼申し上げます。

さて、今年はジャグラ創立70周年記念の年です。6月20日には東京・浅草ビューホテルで記念大会として開催します。10年に一度の東京大会「印刷復活—情報文化の可能性は無限大—グラフィックサービス業の逆襲」をテーマに情報産業としてどうあるべきか? という本来の視点で印刷を考えていく機会になります。ジャグラ『50周年記念誌』の中では、ジャグラ組織を「進化を求め続ける印刷集団」と定義しています。目まぐるしく技術進化がなされて来た20年。現在我々は“印刷ができる”を付加価値とした業態へと変革するために事業を推進しています。この先の10年20年、印刷業界は、ジャグラはどんな進化を遂げることができるのか。会員の皆さんと考える機会にしたいと思っています。

さていよいよ、ジャグラが推奨するコンパクトDX関連のソフト、機能が出来上がり、皆様にご案内できるところまで来ました。各委員会の皆様には心より感謝申し上げます。一部機能につきましてはpage2025のリコー様、ジャグラのブースでご紹介いたします。この機会に

是非小規模投資でできるコンパクトDXに触れてみてください。事業を継続するという企業の社会的責任を果たすヒントが見つかるかもしれません。

また、ジャグラ組織のコンテンツがパワーアップしたところで、今期会員拡大特別委員会の活動に力を入れていきます。様々な会員勧誘アイテムを作成予定です。理事、支部長様はじめ全国の会員の皆様のお力添えをいただきながら一人でも多くの仲間がジャグラの一員になってくれるよう取り組んで参ります。

印刷市場は今後も確実に縮小していきます。そんな業界に未来を重ねることはできません。印刷業界を支えてきた周辺業者も後退・撤退が顕著です。この逆境を打破するには価格競争を止めること。そして印刷製作能力を付加価値として競争相手を変えていくしかありません。これからも関連業者にとって魅力ある市場でなければ、供給製品の開発を継続していただけない武器さえなくなります。

ジャグラは他団体とも連携し、危機的現状を打破するための方策を打ち出して業界全体に振上げていきます。また会員拡大に取り組み、創注・業態変革にトライする仲間を増やしていきます。今年もジャグラに乞うご期待ください。

最後になりますが、今年一年が皆様方にとって意義のある充実した一年となりますよう祈念いたしまして、年頭のご挨拶といたします。

印刷業界が日本の中 小企業を元気にする！ 価格競争を脱却し、価値づくりへ



機関誌の新春企画として以前から広報委員会で挙がっていた全日本印刷工業組合連合会の瀬田章弘会長とジャグラの岡本泰会長のトップ対談が実現しました。新春企画ということで、両団体の踏み込んだ事業の話というよりも、両会長と印刷業の関わりやその魅力、業界団体の在り方をお聞きました。
(文責：編集部)

全日本印刷工業組合連合会 瀬田 章弘 会長 × 一般社団法人日本グラフィックサービス工業会 岡本 泰 会長 対談

業態変革から社業をスタート

田中 さっそくですが、最初に印刷との関わりについて、瀬田会長より伺います。

瀬田会長 私のバックボーンの話をする、元々家系は戦国武将だったそうです。戦国の混沌とした時代から江戸初期に今の足立に流れ着いて、百姓になりその地を開拓してきた家柄です。数百年代々農家でした。それが徐々に、都市化が進んでいくと、農業ができなくなってきました。私の父もそんな中、農家ではなく印刷業を始めました。私は家と工場が同じ場所だったこともあり、農家ではなく、印刷インクの匂いや紙の匂いを嗅ぎながら、ずっと育ってきました。今でも家と会社が隣り合わせにあります。

印刷の匂いを嗅ぎ、印刷機の音を聞きながら育ってきたこともあって大学に入った時に、色々で選択で迷いました。父の後を継がなければという想いの一方で、やりたいこともあったので。最終的にはやっぱり家業を継ぐべきなんだろうと決意しました。

そこで父親に相談したところ、「じゃあ頑張れよ」ということでしたが、その前に大阪で修行してこいと、今のハイデルベルグジャパン、当時の印刷機械貿易で4年間、印刷業界の勉強をさせてもらいました。

田中 それでは基本的に、大学の時に家業を継ぐことを決

めたんですね。

瀬田会長 そうです。色々と考えましたがやはり宿命というのでしょうか。長男として生まれて、やるべきなんだろうなと思いました。昔からいる社員さんなんか、小さい頃に一緒に遊んでもらったりとかしてましたね。そういう人たちの顔も見えるので、これは息子としてそれを繋いでいかなければならないのかなと業界に入りました。

田中 しかし、お父様は何故、農業から印刷業への転換を選択されたのでしょうか。

瀬田会長 実は農業から印刷業に切り替わる前に祖母がふすま職人さんを何人か雇って、ふすま工場を運営していました。当時、原材料になる楮（こうぞ）の木を植えている地域でもあったので、その流れでふすま屋をやったみたいなんです。

田中 足立区に楮があったんですね。

瀬田会長 今ではもうすっかり住宅街ですがね。農業からふすま屋に転換して大変そうにしている祖母を見て、父なりに早く自分で商売して、家族を楽にしてあげたいという想いがあった創業したのが60年前になります。その前の農業時期も含めると300年くらい前から足立の地で生業を持っています。

田中 一次産業から、産業構造を変えていくのは大変だったのではないのでしょうか。

瀬田会長 そうですね。父親が印刷業を始めるきっかけは中学生時代に学校の先生に相談したことだったそうです。先生にどんな商売をやったらいいか相談したところ、印刷がいいのではとアドバイスを受けました。ちょうど活版印刷からオフセット印刷に切り替わるタイミングだったみたいで、これからオフセット印刷を勉強しようと水道橋にある都立工芸高校に進学しました。当時は印刷課があってそこで印刷の勉強をした後、大日本印刷で修行して独立しました。

25歳で独立したので、信用もないし、お金もない。だいぶ苦労したという話は小さい頃から聞かされていました。

田中 岡本会長はいかがでしょう。

岡本会長 うち元々、愛知県の碧南市で帆船を作っていました。造船業でしたが、エンジン式の造船に主流が変わり始めた時に廃業し、曾祖父はしばらく通訳や英語教師で生計を立てていました。その流れで教材や資料を謄写版で自製する中、祖父が謄写印刷の資材販売から印刷も手掛け、紆余曲折を経て刈谷に職業訓練所（町営授産所）を創業し、現在のクイックスへと変遷してきました。

曾祖父は若い頃、アメリカに渡って勉強していたことがあり、その時反戦運動でばらまかれていたチラシを見て、謄写印刷をはじめたくなったのではという話を聞いたこと

があります。本当にアメリカ被れの人で、祖父は三男で万利って名前ですが、男らしさを表す“Manly”から当て字で名前をつけたらしいです。ちなみに長男はCow（牛）を連想させる功（こう）で、次男がCliff（切り立つ岸壁）と結び付けて栗扶（くりふ）でした。

曾祖父はアメリカの反戦運動から謄写印刷にのめり込んで印刷業をスタートしました。祖父は三男だったので、兄に使われるのが嫌だったのか満州に渡って、印刷会社に勤めてそこから創業したんですが、敗戦で戦後引き上げてきました。父はその満州時代に生まれました。

祖父も父も満州で戦争を体験したこともあってか、「生きていく力とは」という想いから企業理念の「生活力のある人材を育成する」という言葉が生まれ、今もずっと守り続けています。曾祖父も祖父も金儲けだけじゃダメだ、人としてどうあるべきかを考えなきゃいけないということを常々伝え続けていたそうです。

私は家業として印刷があるのは分かっていたので、父には継ぐと言っていました。大学に入ったあと、途中でつまらなくなって2年で退学して、プリンティングアカデミーに入学して、それでクイックスに入社しようかと思ったら、高校の恩師と父親に呼ばれて、3人でご飯を食べながら、「ところでアメリカに行つてこい」と言われて、よく分からず「はあ」といった感じで留学しました。英語と

が大嫌いだったんですが、それでも何とか2年半行って帰ってきて、いよいよ入社かなと思ったら、まだダメだと、修行してこいって言われまして、大阪府支部のあさひ高速印刷さんで2年ほど修行してました。この時、阪神淡路大震災にあって、ちょうど宝塚に住んでたんですが、震度7で大変な思いをしました。震災後、1ヶ月くらい頑張って生活していましたが、やっぱりタイミングかなとその年の2月に戻って現在にいたるといふ流れです。

田中 ありがとうございます。お二人とも会社の成り立ちがそもそも全く違うし、業態から印刷以外がスタートしたのはちょっと意外でした。それでもお二人は印刷が生活の基本にある環境で育ったという感覚でしょうか。

岡本会長 私は全くないです。会社と家が離れていたの、父親の会社に行くのはアルバイトで、大学か高校の時、お金欲しさに行ったぐらいです。よくあるインクにまみれてというのは全くなく、プリンティングアカデミーに入学してようやく印刷がなんなのかっていうのを知りました。

田中 あまり印刷に執着がなかったのに、会社を継ぐことは決心していたのですか？

岡本会長 私が生まれた時はすごい汚い家で、古いボロボロの木造建築の長屋みたいなところで、隣には学生が1人で住んでたみたいなんで、そんなに広さが変わらないところに親子5人で住んでいました。もうネズミが毎晩天井を走ってました。

それでも祖父の代からはじめた会社で父が受け継いだ時に社員が多分15、6人くらいいたと思います。祖父の記憶はほとんどないのですが、父親の頑張りを見てきたので、尊敬していました。父が印刷業をやっていたから継いだようなものです。例えば、父が小料理屋や運送屋をやっていたら多分それを継いでいると思います。だから印刷がやりたいというわけじゃなく、最初はもうとにかく、それこそ家業だからみたいな、そんなイメージで取りかかってました。

田中 岡本会長が会社に入社した時は何人ぐらいの規模だったのでしょうか。

岡本会長 バブル期の1番良い時だったので、280人く



くらいだと思います。売上も30億円を突破して、もう上場するかぐらいのすごい勢いがあった頃です。1年で25人とか入社してました。

今でこそ去年、一昨年ぐらいから移動平均でプラスになってきたって言うぐらいで、それまでもずっと売上が下がって、今が23億円くらいでしょうか。この2、30年で10億円近く売上が落ちています。社員数も昔は正社員、パート込みで300人超えていましたが、今は200人ちょっとくらいです。

なんて言うんですかね。家業って好きも嫌いも無いと思います。やらざるを得ないというか、周りから言われますしね。継がなかったらお前何のためにこの家に生まれてきたんだくらいのことを言われる宿命です。

「結ぶ力」「伝える力」

田中 お二人ともよく全国で色々な組合員さん、会員さんに会っていると思いますが、その中小印刷業界が置かれている現状について、全国的な視点も含めてお聞かせください。

瀬田会長 私の体感だと、やはり地方に行くほど顕著に仕事が減少している印象です。地方の印刷会社さんたちは、じゃあどうしようと色々な手を打っています。

東名阪は大手クライアントの本社が多いですし、他の地域に比べて需要があったり、分業体制もできているので、何とか積み上げてやっている感じはあります。全工連フォーラムでお話しましたが、過去の推移から2030年頃には今から印刷同関連業の出荷額が1兆円ほど無くなるのではと予想しています。つまり、今5兆円を切っているので4分の1が無くなる計算になります。無くなるのは仕方ありませんが、平均して同じ率で無くなるのではなく、やはり会社ごとで偏ってその影響が出てくると思います。そういう現実がもう目の前にあることを受け入れて、そこからスタートしていかなければなりません。

田中 無くなるのは既存の仕事でしょうか。

瀬田会長 紙を中心とした今の印刷物です。仮に、大体、今皆さん、体感的に印刷市場規模は4兆円くらいだと思っています。それが2030年にかけて、毎年3%ずつ減っていく感じです。

岡本会長 でも、それは割と楽観的かもしれないですね。紙の出荷量の推移を見ると。

瀬田会長 今年も累計で去年よりも下がっています。かなりのスピードで紙離れが進んでいることが数字から見て取

れます。なので2030年で1兆円減少というのは、割りとか楽観的な予測かもしれません。

岡本会長 15、6年前に支部の会員を拡大しようと、愛知県内のアウトサイダーの印刷会社を回って、勧誘したことがあります。その時リストに載っていたのが10件あったのですが、最近見直したら驚いたことに、10社中8社がもう廃業していました。印刷会社がいかに見えてないところでも減っているかが分かります。

組合に入っていない会社はまだあるはずですが、実際名簿を見て回ると、ほとんどもうやってない。やってたとしても、もうあと何年で辞めますという感じでした。それでもこのうち1割、2割の方はまだ頑張りますと、だけど衰退産業で同業者同士の組合に入る意味が分からないと言ってますよね。

ドサ回りのなこともやってきましたが、今おっしゃられるように地方の方がそういう意味ではきつい状況です。旧態依然の印刷会社はやはり受注産業としてもう成り立たなくなっています。ただ、印刷業の隣である情報サービス業が伸びてきています。そうするとデータ処理という、紙に出力する前のメディアとしての情報伝達作業、コンテンツ制作が日本だけでなく、世界的に結構増えています。印刷物を作るから印刷業と言われますが、そもそも印刷業の能力、機能を情報サービス業にスライドしていかなければ生き残っていくのは難しいと思っています。

印刷会社が情報サービス業に転換し、印刷もできるという風になればカウントの仕方も変わってきます。アウトプットを紙で持っていくから印刷業という括りになりますが、情報サービス業まで入れると産業としては伸びていくので、そこに目をつける方がいいのではと思います。

田中 印刷が無くなって情報が無くなったわけではありません。その分をどこで補っていくかを考えなければなりません。今この話題になりましたので、中小印刷業の今後の展開について、このままだと縮小していくという話でしたが、それではどういふところに活路を見出すか、キーワードみたいなものをいただいてもよろしいでしょうか。

瀬田会長 岡本会長の言われていることに近いのですが、私も生活文化のクリエイティブ産業になるべきだと思っています。それは別に新しい概念とかではなく、そもそも我々の創業者の方々がなんで印刷業を始めたのか。これは明治、大正と地域に色々な産業が起こる中で、「こんなものがあたら便利だろうな」「喜ばれるだろうな」ということで、様々な印刷物を作ってきたわけです。

地域の発展、それから地域の産業の発展のために尽くし

てきて、結果として一緒に成長してきたというのが、大まかなこれまでの印刷業の歴史だと思います。ところが地域の産業が今変わってきました。

地域社会も変わると当然印刷のニーズも変わります。単に紙に何か情報を載せて発信する需要は少なくなっています。でも地域のもっとお役に立つこと、地域のお客様の役に立つことはまだまだたくさんあって、私は印刷業界がこれからお客様に提供するの「結ぶ力」と「伝える力」だと思っています。結ぶ力と伝える力というのが我々の本当の力で、この力を発揮していくべきです。

お客様とか地域が欲しいものがいっぱいあって困ってるわけだから、結ぶ力、伝える力を提供すれば、まだそこに色々な需要が出てくると確信しています。今、頑張ってらっしゃる印刷会社さんはそれに気づいていて、明文化はしてないですが、実際そういう事業をたくさんやっています。IT情報サービスもそうですし、BPOもそうです。地域の色々な製品づくりをお手伝いしたり、輸出してる人たちもいます。

岡本会長がよくおっしゃるように、色々な力を我々は持っていて、要するにデジタルもできるし、フィジカルメディアもできるし、ITとかデータベースもできる。しかし、それを使いきれないと感じます。

お客様が何に困っていて、何が欲しいのか、そこから何を作りましょうという時に、色々なものが必要になるわけです。それらをまとめられるのは印刷業しかいません。そこに気が付けばやれることはまだいっぱいあります。すぐにはお金にならないかもしれませんが、今までみたいな単純な収益モデルじゃないかもしれませんが、需要はあるので、そこにチャレンジして種を撒いていけるかどうかは、経営者次第です。

田中 そこが多分、大きな課題だと思いますが、ジャグラーは事業承継せずにシュリンクしていくままに、タイミングを見計らって、倒産ではなく廃業するケースが見受けられます。

岡本会長 元々印刷業は地域のお助けマン的な役割を担ってきました。ジャグラーもご高齢の先輩たちがたくさんいらっしゃるけど、もっと皆さんご自身がやってきたことに自信を持っていただきたいです。そもそも事業承継されたり、もしくは創業された時って、まず課題解決のための課題を探しに行かれたのではないのでしょうか。それがいつの間にか産業が潤ってきて、ほっといても仕事があるようになったから、完全受け身になってしまった。でも、元々は地域をどう盛り上げていくかというところで商売されてい

たのが本質だったと思います。

私たちは原点に立ち返るべきです。やはり地域の中でこれだけ多職種と接点がある業種は印刷業だけです。印刷だけでなく、デジタルや色んな手段を使って情報の中身に切り込んで、例えば、災害が来たらこういう風にした方がいいとか、色んな問題について解決策を提示できます。

「実はこんな印刷技術を持っている」でも格好いいじゃないですか。印刷以外でもいいと思います。まさしく「印刷も」できるお助け的な、地域活性な、持続可能な社会のための貢献ができると思います。

今求められる業界団体の役割

田中 お二人のお話で感じましたが、なかなか中小印刷会社が単独で変わっていくのは難しいというところで、多分皆さん全印工連さんであったり、ジャグラに所属されていると思うんですが、その点で言うと、今の組合、団体の役割についてどのように捉えていますか。

瀬田会長 逆に言うところの局面で業界団体に入っていない意味がわからないです。冷静に考えて、情報は無いし、これから先、自分たちで道なき道を進んでいかなければならない。そんな時にもう数十人とか数人の会社が単独でできるでしょうか。仲間がいて色々教え合ったり、試し合ったり、力を貸し合ったりしなければ次のステージには行けないと思います。

田中 組合の今の役割は情報集積地みたいな感じでしょうか。

瀬田会長 1つは、色々レイヤーはあると思うんですが情報を集めて、それを共有して、お互いに助け合えばいいです。お互いに設備を融通し合えばいいし、東京なんか特にそうなんですが競争が激しいので、得意な分野も、お客様の



サービスも、ものすごく細かく、細分化されています。大切なのはプロの会社と組むことです。皆いいお客さんを持っています。すごく信頼されている産業なんですよ。真面目だし、誠実だし、なので信頼もされて

いる。そういう我々こそがお客様の本当の困り事を聞いて、自社で解決できないことを仲間と一緒に解決する。それは業界、もしかしたら業界だけじゃなくて、地域にいる人たち、他のプレイヤーたちにも協力してもらって、そのプレイヤーたちも新しく我々の団体に入った方がいいわけです。

我々業界団体はボランティアとか、名誉職の集まりとかではなくて、実際に我々が道なき道を行くための情報収集だったり、色んな連携を組むための仕組みだったり、1社でできない色んな研究開発だったり人材育成だったりを担っています。

地域の中小企業が良くなるのが日本を良くすることにつながるので、国やそれぞれ自治体にバックアップしてもらう必要があります。陳情ではなく、理解してもらって、産業の大切さを知ってもらい、施策を打って応援してもらおう。これは1社ではできないですね。それが今の組合の役割だと思っています。

田中 ジャグラの方はいかがですか。

岡本会長 業界団体に入らずに業態変革はできないと思います。結局、仲間意識や 経営者としての勉強ももちろんありますが、とにかく家業や社員の生活を考えた時に、経営者はチャレンジしないともうどうしようもないじゃないですか。それこそ経営者失格だと思います。

じゃあチャレンジしていくには、先ほど瀬田会長が言われたように、1人じゃできないわけです。1社ではできません。どんな将来像、業態変革の道、創注のモデルがあるのかというのは実践して見せるしかありません。

ジャグラは今、色んなトライアルを事業として取り組んでいます。この間、全印工連フォーラムにお招きいただいて、産業戦略デザイン室も見学させていただきましたが、若手の人たちを中心に色んな議論をされていて、色んな言葉を使って勉強をされて、このエネルギーはさすが全印工連さんだなと思いました。

今さら私が言うのもなんですが、本当にそうしたエネルギーが今業界団体にはあるわけです。それを全印工連さんも多分、形にされていくと思いますが、ジャグラも積極的に事例を示しながら見せていきたいと思っています。やはり選択肢を増やしていくことは大切です。その選択肢を示すのが業界団体の仕事の1つだと思います。

少しジャグラは偏ったことをやっているかもしれませんが、実際に DX ツールを使えば新しい道が開けるとか、こんな印刷技術があるというように示していくことが今の業界団体にとって大事なことだと思っています。

社員が幸せになる魅力的な業界へ

田中 次の質問ですが、会長職を引き受けたきっかけや、想いをお聞きます。

瀬田会長 私には昔から2つ夢というか目標があって、1つはうちの社員が幸せになることです。そういう会社を作らないとならない、作りたいと常々思っています。もう1つは、我々が一緒に働くこの業界が、尊敬されて社会的な評価が高い業界にしたいです。印刷産業に勤めてることが、素敵ですね、素晴らしいですねとってもらえるような産業になって欲しいと願っています。

会長をやるやらないの話ではなく、その夢を実現するために、たまたまタイミングがあって、仰せつかったので、力を尽くしているという感じです。印刷業界は何となく悲観的過ぎるように思います。我々はもっとやれるし、もっと素晴らしいことをやっていけるし、地域の方々にも認めてもらいたいし、社会全体で認めてもらいたい。そういう産業にしていきたいと会長職を引き受けました。

あともう1つは、素敵な中小企業が多い国の方が豊かな国になると思っています。それぞれ素晴らしい技術やサービスを持っていて、光り輝く中小企業がたくさんある国の方が多様性もあって豊かになるはずですよ。

なのでまず中小企業が元気になってもらう。そのハブになれるのは印刷業しかありません。支援というと少しおこがましいですが、それぞれ地域、産業を助けるエンジンになれるのは多分印刷業しかありません。我々が頑張ってる良い産業になって、それが地域を活性化して、結果的に日本が豊かになり、国が豊かになる。それを次世代に残してあげないと、親父たち何やってたんだって話になってしまいます。経済人、産業人として誇りと自負を持ってやらないとならないのではないのでしょうか。

岡本会長 冒頭の2つは瀬田会長とまるっきり同じことを考えて、本当に目先の父から継いだ会社を大きくしようとか売上を伸ばそうというのは副次的な話で、働いている社員やその家族がクイックスで働いて良かったなって思ってもらえることがやっぱり一番目標にしています。

産業という点では、ドイツでマイスター制度を学んだり、ハイデルベルグさんを見た時に思ったんですが、産業界の中で印刷業は結構上に位置してますよね。やっぱり国営企業ですし、そういうのを見た時に、日本はどうだろうと思うわけです。

印刷業界で働く人たちが本当に誇りを持って、日本の産業界で確固たる地位を築いていく。下請けみたいなイメー

ジではなく、より産業界全体の格が上がってくという、ドイツのように当然なれないでしょうけど、働いている人たちのプライドをもっと上げていきたいと思っています。安売りして自分で自分の首を絞めているのを見ると腹立たしくなります。

もっと誇りを高く持って、自分たちの仕事は値引きなんかしないんだと、それだけ価値のある仕事をしてるんだという風にしたいと思っています。会長を引き受けた理由っていうのは、本当にその2つです。

田中 基本的には今もう皆さん人件費は上がり、資材コストは上がり、お客さんとの値上げ交渉がうまくいかないという話で日々追われる形で、なかなか新しいことへの余力が生まれません。

瀬田会長 皆さん実際大変ですよ。私も一経営者としては大変です。課題はたくさん山のようにありますが、その課題を解決する時に、自分の力で本当にできるのか躊躇してしまいます。それをどうするかという時に、共感できる経営者仲間を作って、そこで一緒になんかやるとか、助けてもらうとか、一緒にビジネスでやるとかということが必要じゃないでしょうか。多分、今抱えている課題は簡単に解決できないですね。だからこそ、トータルでは皆のためにやるのが結局自分のためになるわけです。最終的にそこに繋がらなければやっていることにリアリティがないというか、おかしいですよ。

素敵なこの業界で色んな先輩とか仲間ができて、生のいい話を聞かせてもらって、アイデアや失敗談も聞けるじゃないですか。そういう経営者の色々実践したトライ＆エラーの話は、本当の情報だと思います。今こんなことやってるよって、こういう風が吹いてると思ったから、こういうことやってるんだよとかね、そういう話は団体にいないと聞けないですよ。

田中 異業種団体は結構ありますが、異業種だと業界に特化した話は聞けないですね。

瀬田会長 商工会議所の役員もやっていますが、異業種だと通り一遍の話になってしまうんです。同業者だからこそ、本当に困ることとか、切実な状況が理解し合えて、その中から色んな知恵が交換できるんです。

田中 今お二人にとっての印刷の魅力ってどこに感じられているのでしょうか。

岡本会長 魅力がいっぱいありすぎて、何から喋っていいのか分からないんですが、まずは、コンテンツがいかによにも作れる点でしょうか。デザインやアートの文化産業的な要素にも入り込めて、色んなお客さんを持つことができ

す。しかも印刷物制作は1品1品がオーダーメイドで、右から左の流れ作業ではありません。オーダーメイドの単品を作っていく。アートがあって、文化があって、それをトライ&エラーしていくことでそれぞれの人生を豊かにしていく。色んな失敗を会社でできるのも印刷業の魅力だと思います。

私にとってみれば、先ほどの瀬田会長の中小企業うんぬんというのはまさしくそうだと思いますが、こうした業界団体の活動は、日本を良くする、世界を良くすることだと最近実感しています。

瀬田会長 大上段から話すと、岡本会長がおっしゃったように、僕は印刷業こそが日本を良くすると思っています。それだけ様々な産業と接しているし、そこに色んなソリューションを持つてるのは我々しかいません。しかも誠実に伴奏型でやれる産業はほかにありません。

ソフトウェアみたいに売って、囲い込んで、バージョンアップでお金を取っていかうかっていう考え方もないですし。一緒にそのお客様が良くなって欲しいと思って色んな提案をしてるわけです。こんな誠実な産業ないですよ。そういう産業がやっぱり伸びていけば、各地域が良くなるし、日本全体が良くなるはずですよ。

もちろん医療や第一次産業も重要な産業ですが、我々は困りごとに対して最後の形まで作れます。さらに最初のサービスから、その後使ってどうだったかまで聞くことができます。納めて終わりではなく、効果はどうだったのか、その効果をさらに高めるには次にどうすればいいか、お客様の声を直に聞ける、味わえる産業は少ないと思います。

うちの現場には、あなたが今印刷するまでに、どれだけの人たちがどれだけの時間と想いを込めてここまで形にできたか考えなさいと言っています。撮影やコピーライティング、企画から始まって、ようやく設計図ができて、それを形にするのが印刷じゃないですか。そんな素敵な場所にいるんだということを知ってほしいんです。

現場は今までの人たちの想いが形になるところだから、クリエイターは印刷現場が好きなんだと思います。面白くてしょうがないわけです。これまでの想いが形になるわけですから。そういう意味ではものづくりの現場も素敵だと思うし、お客様の笑顔を対価してもらってるというのは、印刷業の魅力じゃないかと思えます。

田中 最後にお二人が2024年度に掲げていただいているそれぞれの価値協創（競創）についてお聞きします。

瀬田会長 まずは価格競争を止めましょうということですよ。最初のステップでね。誰のためにもなりませんから。

もちろん、イノベーションを起こしたり、工夫して劇的に生産性が上がるようなことをして、その分価格を下げてても利益が十分に出るようにするのはいいと思います。でもそうした事例は少ないのが現実です。単なる価格競争はまず止めなければならない。では何をするのかということの中で、全印工連は価値協創を掲げています。高くても喜んで買ってもらえるもの、高いというか適正な値段を認めてもらえるもの、値引きされないような価値を作っていかなければなりません。

例えば、100万円の印刷物があったとして、それを使って100万円以上の効果があれば、お客さんは買ってくれるわけです。お客さんにとっては投資ですから。高くても効果があれば買ってくれますし、価値があれば買ってくれます。皆で知恵と力を合わせてそうした価値づくりをしていきましょうというメッセージです。

組合の役割のところでもお話しした通り、一社で出来ないことも皆、仲間同士で協力し合ったり、強みをお互いに交換し合って作りましょうよっていう考え方が全印工連の価値協創です。ランチェスターの強者の戦略ではないですが、価格競争で生き残れる会社はほんの一握りです。大多数がそちらに向かうと不幸な結果が待ち受けています。

岡本会長 以下同文という感じです。そもそも瀬田会長のお話を4団体交流会の席でお聞きして、皆その通りだと意気投合して、テーマを設定しました。この話は本当に疑う余地はないというか、120%共感しました。そこにジャグラーの場合は本当にお互いに競い合うってということと、より競争力を意識して各社が強みを創り出そうというメッセージを込めました。

結局、ヒトモノカネを効率的に投資の方へ資源活用しなければなりません。価格競争を止めて競争力をつけ、価格と違う価値で仕事を取りに行く。自社のメリット、特徴は何か、そこに資源を絞って競争道具にできましようという意味です。

今、日本の中小印刷業界は転換期を迎えています。ここから皆で想いを一つに新しい方向へ進んでいきましょう。

瀬田会長 そうは言っても現実には価格競争やっているんだよという話は必ず出ますが、その先に未来はありません。だから今、変えなければならないということです。そういう流れを団体のトップたちが作っていかねばなりません。

ジャグラー作品展の活用法！ ～応募のススメ～

リーブル出版 坂本圭一郎

こんにちは。今期からジャグラー作品展委員会のメンバーになりました、リーブル出版の坂本です。

昨年は、岡本会長の大会令のもと、ジャグラー作品展に多くのご応募をいただきありがとうございました。今年もすでに作品展の募集が始まりましたが、今回、私なりに思う「ジャグラー作品展の活用法」といいますか、作品展に応募することの効能を述べたいと思います。

1966年から60年近く開催されているジャグラー作品展ですが、弊社が初めて応募して受賞したのは12年前の2012年です。前社長が表彰式（広島大会）に参加し、隣に座られた野毛印刷社の金子社長（当時）さんに「一度取ったら何度ももらえるようになりますよ」と言われたそうですが、その言葉通り、この12年間で4度も経済産業大臣賞をいただくこととなりました。

技術力の向上とマーケットへのアピール プラスα

12年前、ちょうど官公庁主体の受注が減り、民間の広告代理店やデザイン事務所などからの受注が増えてきた時期で、それまではクライアントに言われる通りの印刷でしたが、そのとき初めて弊社の印刷オペレーターが「絵本の原画の色（パソコンのモニター画面のような色）をなんとか再現できないか」と思い、FMスクリーンとカレイドインキを使う提案を自ラ行い、試行錯誤しながら挑戦したのが受賞のきっかけとなりました。前社長が築いた「自由で真摯な会社の風土」というものがあってこそですが、この「自ラ提案し、試行錯誤しながら挑戦する」という印刷オペレーターの姿勢が、1つのポイントではないかと思えます。

最近とくに収益や生産性、作業効率ばかりに気を取られがちですが、1つの「印刷物」を唯一無二の「作品」ととらえ、そのクオリティやユニークさを追求していく情熱はやがて社内だけでなく、社外にも波及していきます。

地元の高知新聞に受賞の記事が掲載されたこともあってか、クオリティやユニークさを求めるデザイン事務

所さんからの「印刷立ち会い」や相談が増えたり、同業他社からも難しい精度の印刷が回ってきたり、当時立ち上げたHPでの自費出版受注でも素晴らしい素材（原画・写真）が入ってきたりするようになりました。

作品展の目的でもある「技術力の向上とマーケットへのアピール」が結果的に自然に生まれることになったのです。これ以降、私も含めとくに社員の意識が高まり、作品やクライアントに真摯に向き合う姿勢が社内でも確立されていったように思います。

本来、出版物や印刷物を生み出す仕事は自由度の高い仕事だと思います。「価格競争から価値競創へ、今こそグラフィックサービス業に転換しよう」というジャグラーだからこそ、企画・編集・デザイン・マーケティングなども含め「作品」の価値を高めるために、工夫・提案・挑戦が求められる時代になっているのだと思います。

作品に込められた情熱・努力・取り組みを共有しよう

また、私自身、2014年からジャグラーの全国大会に参加するようになり、受賞作品の展示を見ることが毎年の楽しい学びの時間となっています。私はもともと美術館で作品を鑑賞するような気質ではありませんが、それでも作品展での受賞作品を見てみると、その作品が生み出されるまでのクライアントとのやり取りも含めた苦労や試行錯誤を想像することができ、自分も負けずに頑張ろうと元気をいただいています。もちろん私だけでなく多くの方がそのような見方をされていると思いますので、皆さん、自分の会社の取り組みを仲間へ披露してヒントを与えてあげる意味でも、ぜひ



ひかるもの



炭都 高知新聞



「踏み出す力」になる。
 価値ある情報、豊富な知見、確かな技術で。

さまざまな現場課題、経営課題を、どう解決するか。
 これから進むべき方向性を、どう見極めるか。
 その答えは、一つとは限りません。だからこそ、
 信頼できるパートナーと共に、ベストな道を選び
 たいもの。FFGSは、広範なネットワークを
 活かした実践的な情報と、一社一社の戦略や
 課題に合った効果的なソリューションで、
 お客様の「最良の選択」をサポートします。
 そして、長年培ってきた知見と技術力を
 活かし、変革の一步一步をしっかりと支え、
 新たな未来へ向け、共に前進していきます。

一緒に答えを導き出す会社へ。

FUJIFILM
 Value from Innovation

富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社



Horizon

Change the focus

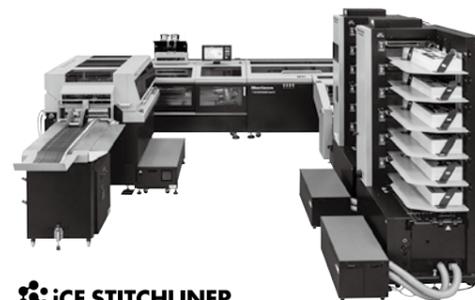
Connected をキーワードに製本工程の自動化を実現します。

iCE Series は、お客様へさらなる高付加価値を提供することを目指した次世代型商品群です。
 ユーザーフレンドリーなインターフェースで作業性を向上させ、安定した生産性と自動化を高次元で追求しています。
 さらに、ワークフローシステム「iCE LiNK」との連携により、先進的な作業環境を構築できます。

ペラ丁合鞍掛け中綴じ製本システム iCE STITCHLINER Mark IV

自動化と製本品質の向上を追求

多品種少量生産に対応するために、全自動化することでセット替えの時間を極限まで短縮しました。筋入れ機構や突き揃え機構、折り部、針金の長さ調整、断裁前の位置調整など、各工程における高精度な調整と加工技術で高品質な製本を実現します。



iCE STITCHLINER

無線綴じ機 iCE BINDER BQ-300

使いやすく進化した無線綴じ製本機

新世代 15 インチパネル HorizonXUI(ホリゾンクロスユーアイ)初搭載。製本のノウハウと自動化技術を融合し、オペレーターの経験や能力に頼ることなく簡単に製本作業を行うことができます。



iCE BINDER

紙折機

iCE FOLDER AFV-566FKT / AFV-564FKT

生産性と折り品質が向上

ナイフ折り時の最適な給紙間隔をリアルタイムに計測演算し、最高の処理速度を引き出すなど、ナイフストッパーの脱着作業を含めた様々な設定を自動化し、幅広いアプリケーションに迅速に対応します。



iCE FOLDER

三方断裁機 iCE TRIMMER HT-300

高生産性と自動化を追求

一枚の断裁刃で天地、小口の三辺を断裁します。断裁前と断裁後の寸法をタッチパネルに入力することで設定が完了し、最高 300 サイクル / 時で高生産性を実現します。冊子厚さの自動測定や、断裁角度の微調整など、自動調整機能により、精度の高い仕上がりを実現します。



iCE TRIMMER

fb.me/Horizon.sns

ホリゾン・ジャパン株式会社 www.horizon.co.jp

本社 〒101-0031 東京都千代田区東神田2-4-5 東神田堀商ビル5F TEL.03-3863-5361(代) FAX.03-3863-5360
 東京支社 〒132-8562 東京都江戸川区松江5丁目10-9 TEL.03-3652-7631(代) FAX.03-3652-8083
 京都支社 〒601-8206 京都府京都市南区久世大数町510 TEL.075-933-3060(代) FAX.075-933-4025
 福岡営業所 〒813-0034 福岡県福岡市東区多の津4-12-17 TEL.092-626-8111(代) FAX.092-626-8112
 仙台サービスセンター 〒984-0002 宮城県仙台市若林区卸町東1-7-31 TEL.022-782-2821(代) FAX.022-782-3068



| 連 | 載 | ① |

SPACE-21 広報始めました!!

SPACE-21 副代表幹事 **松谷 勝広**
(株)松谷メールサービス



■ 広報始めました

皆さんこんにちは！ JaGra 青年部 SPACE-21 でこの度広報（の雑用係）を仰せつかりました、株式会社松谷メールサービス、松谷と申します。

表題の勢いの割にですが、ネタに乏しいのでちょっとだけ自己紹介させていただきます。《業務連絡：東〇林さん、急な記事執筆を命じていただき誠にありがとうございました。しばらく根に持ちます》

私、元々は東京の青年部FACEで活動をしておりまして、コロナ期に会長も務めさせていただきました。お陰様で現在でも「あ〜。あの時のコロナ会長ね」と、東京の方達の記憶に少しは残っている（ハズ？）と思います。コロナ禍ではありましたが、活発な皆さんのお陰で、何とか無事会長職を終えることが出来ました。そして同年度より（東グラ）文京支部長に大抜擢され、大変な重責でしたが、支部運営に大きなやりがいを感じつつ、あっという間の二年間を過ごしました。

支部の次期体制も決まり支部長職の終わりが見えたころ、「さあ、これでしばらくのんびりだ」と油断していたら、「松谷くんさあ、SPACEの副代表やってくれない？」って言う人がいるんです。親会の大役が終わったと思ったら青年会に逆輸入されるって……。大変ありがたいことです。《業務連絡2：小〇代表幹事、こちらもしばらく根に持っておきます》

不意に記事執筆をぶち込まれ、文字数稼ぎにつまらない話をしてしまいました、すみません。気を取り直して本題に入ります。

この度SPACE-21では、これまで以上にJaGraの皆様が青年会活動を広く知っていただきたく、小澤代表幹事の命の元、広報を立ち上げました。

SPACE-21の活動は元より、各地協の青年会が活発に活動している情報など、広報誌やJaGraアプリ、Facebook等を活用して皆様に広くお伝えできればと思っておりますので、引き続き青年会への温かいご支援と、ご指導ご鞭撻の程宜しく願いいたします。



SPACE-21
Facebook



■ 早速！ 活動報告!!

SPACE-21では昨年10月5日に全国協議会を大阪にて開催いたしました。当日お越しくくださった皆様、応援してくださった諸先輩方、大変ありがとうございました。

年に一度の大イベントを終えたばかりですが、既に来年の全国協議会が動き始めています。流石SPACEの活発さは半端じゃないです（自画自賛）。

次年度はなんと、現副代表幹事の稲本氏の地元である茨城での全国協議会の開催が決定しました!!

ということで、来年度の開催に向け、茨城県支部の諸先輩方にご挨拶とご協力をお願いを兼ね、小澤代表幹事、笹井前代表幹事、副代表幹事の三役で、早速現地を訪問させていただきました。

当日は茨城県支部長でセンター印刷(株)の鈴木支部長様、(株)高野高速印刷の高野様にお迎えをいただき、茨城での全国協議会開催についてご快諾をいただきました。

鈴木様はSPACE幹事の
大先輩でもあり、ご自身のご経験を重ね合わせるように、私達の全国協議会開催に対する想いを聞いてくださいました。そして高野様には青年会を心から応援してくださる激励の言葉を沢山いただき、心温まる思いで懇親会からの帰路（勿論寄り道あり）につきました。また、同日に開催予定会場の内覧、稲本副代表幹事の会社見学もさせていただきました。実り多き一日となりました。

一年の歳月をかけ、SPACE-21はご参加いただく皆様に学びと交流という有益なお土産を沢山持ち帰っていただくために、全国協議会を創り上げていきます。

2025年10月（予定）の茨城での全国協議会、この記事を読んだ方なら必ず参加してくれるハズ！と想いを馳せながら記事をしたためました。

今後とも、JaGra 青年部 SPACE-21 へのご理解ご協力、そして皆様の積極的なご参加をお待ちしております。



茨城支部長
センター印刷(株)
鈴木真吾社長
(株)高野高速印刷
高野秀樹社長



ユーザーサポート こそ商品

株式会社ショーワは、謄写版および付属品の販売と謄写印刷業の「昭和謄写堂」として、昭和3年に幅弓之助が創業しました。

創業者の幅弓之助は「良いものを売り、売ったものには責任を持つ事」に頑固なまでにこだわり続け、そのこだわりは創業から100年に向けて今なおショーワの社員一人一人にDNAとして脈々と受け継がれています。

長きに渡り、多くの取引先企業様より厚い信頼を寄せて頂けるのも、企業理念にもあります様にユーザーサポートという目に見えない、形のない「商品」だからこそ、付加価値を創造し続け、溢れる情報、市場状況を正確に分析・判断しうる知識とユーザーサイドで常に物事を考える「誠意」が評価して頂けているものと考えています。

今後も常に「ユーザーサポートこそ商品」の企業理念、創業者・幅弓之助の熱い志を胸に社員一同業務につとめていく所存です。

21世紀のグラフィックアーツを共に考えるショーワユーザー会

コラボレーション&リサーチ ユーザー会で密に情報交換

SHOWA会

- 年間活動
- 研修会 ○工場見学 ○総会・幹事会
- 会報・メールマガジンの発行 ○有志グループ活動

問い合わせ、入会お申込みは事務局まで
SHOWA会事務局 TEL.03-3263-6141 FAX.03-3263-6149



株式会社

プリントメディアの総合商社

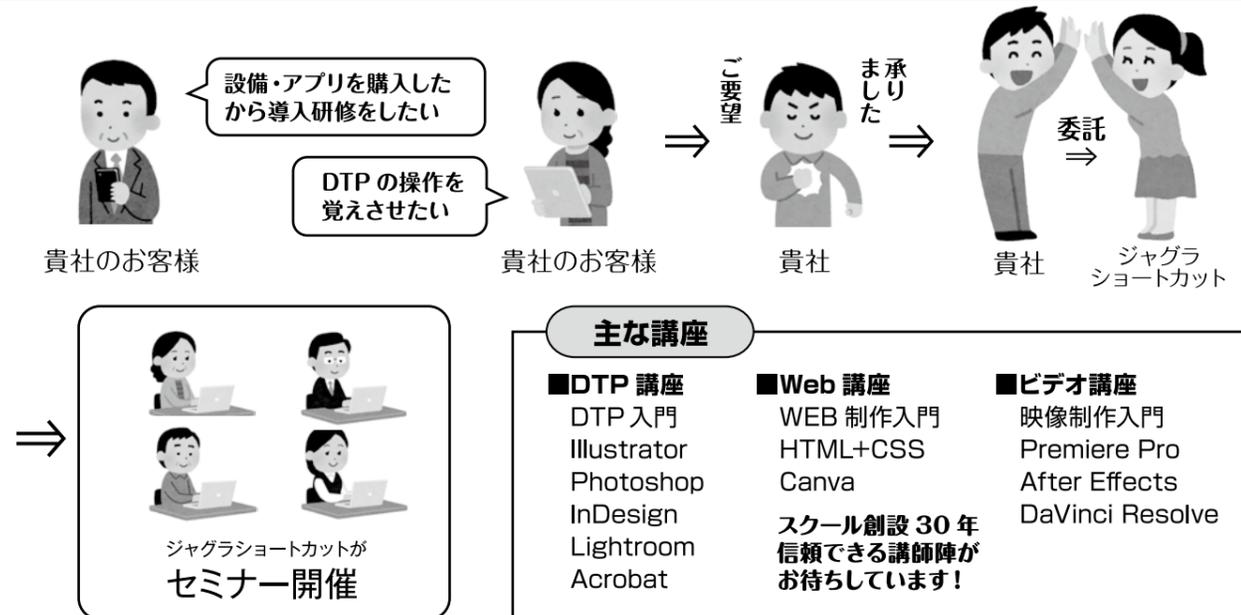
http://www.showa-corp.jp/

〒101-0065 東京都千代田区西神田2丁目7番8号 TEL 03-3263-6141(代) FAX 03-3263-6149

SHOWA

企業研修受託のご提案

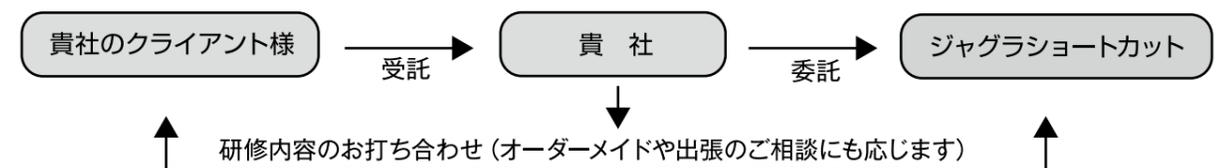
ジャグラショートカットで クライアントさんに研修を提供しませんか



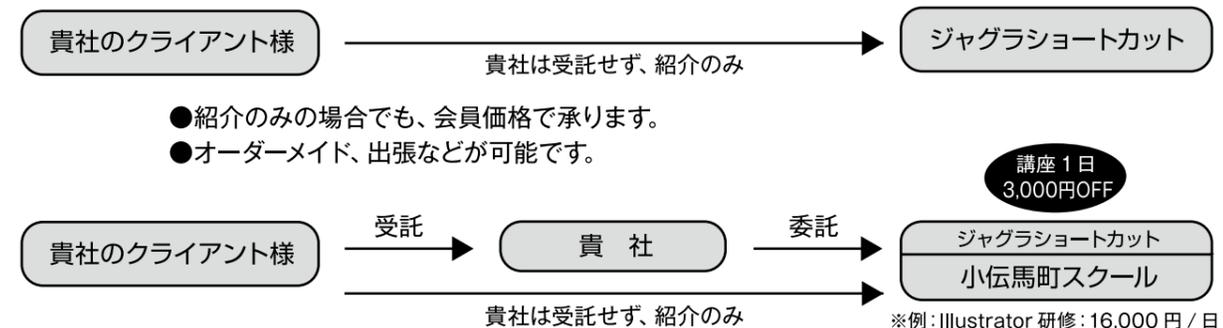
次の研修をお選びください

出張研修 (全国どこでも) WEB 研修 小伝馬町スクール

オーダーメイド も承れます ご相談ください



- ジャグラショートカットは、値引きしたジャグラ会員価格で受注いたします。
- 貴社は受託料金をご自由に設定してください。



- 紹介のみの場合でも、会員価格で承ります。
- 受託した貴社がクライアント様に正規な料金を請求することも可能です。

お問い合わせ、ご相談は下記まで
 一般社団法人日本グラフィックサービス工業会 本部事務局 担当:阿部
 e-mail:support@jagra.or.jp 電話:03-3667-2271

最短半日でデジタル技術が学べる
ジャグラショートカット



47 都道府県のお話 (その 23 特別編: 浅草)

ジャグラ会報をご覧の皆様、こん〇〇は。ジャグラ東京・東
 グラ文京支部のアクティブ・野口です。

昨年も1年間このコラムにお付き合いいただき誠にありがとう
 ございます。今年もゆるゆるのお付き合いください。

で、今月なのですが今年 2025 年はジャグラ 70 周年であり、
 6月に文化典が東京・浅草で開催されます。私もお世話になっ
 ている東京グラフィックサービス工業会・文京支部や東グラの
 青年部である FACE もスタッフとしてイベントの成功に向け
 て協力体制を敷いて備えております。そこで、ジャグラ広報誌
 としても何かお手伝い出来ないか、となって委員長の「コラ
 ムで浅草のことも」との鶴の一声でここに筆をとった次第で
 あります。

元々私は東京の下町・荒川区に育っておりましたのでハレの
 日は上野か浅草で、という生活でしたから浅草には色々顔を出
 しています。そこまで難しいことを書く訳でもありませんので
 いつも通り肩の力を抜いて読んでいただければ幸いです。宜し
 くお願いします。

浅草と聞いて皆さんが最初に口にするのは浅草寺ですかね。
 その金亀山浅草寺、大概写真で見ると五重塔が雷門に吊るされ
 ている巨大な提灯のイメージだと思います。ところでこの提灯
 を奉納した人をご存知ですか。答えは松下電器産業 (現パナソ
 ニック) 創業者の松下幸之助さんです。昭和 35 年、松下さん
 が関節の痛みを抱えていた時の貴首様が祈禱を行ったところた
 ちどころに回復しそのことに感謝した松下さんが個人で寄進し
 たんだそうです。さすが世界の Panasonic。

そんな浅草寺の裏側、言問通りに面しているいわゆる観音裏
 と呼ばれるエリアも中々面白いものがそろってます。まずは「あ
 んです MATOBA」さん、ここはあんこを造っている会社の直
 営のあんぱんの専門店です。とにかくここでしか見ないような
 珍しいあんぱんがたくさんあります。次に紹介したいのは
 MATOBA さんから言問通りを少し西に向かった所にある「千
 葉屋」さん、ここは大学いもで知られるお店です。とにかくお
 芋がホクホクしておいしい。開店と同時に行列が必至
 のお店です。

この辺でおなかを満たしたらちょっと言問通りをぶらつきま
 しょう、文化典会場の浅草ビューホテルがある国際通りを越
 えて数分、少し大きな通りが見えてきます。ここが合羽橋通り、
 世に聞こえる合羽橋道具街が並ぶエリアです。でもその前に、
 合羽橋通りに入ってすぐ左手にある台東区生涯学習センター
 (台東区中央図書館) に立ち寄りましょう。ここにはここ
 で生まれた小説家・池波正太郎さんの記念文庫が置かれていま
 す。常設で本人直筆の原稿や資料などが飾られています。私は
 時代小説は読まないのですが、池波先生のエッセイはほぼ全部
 読んでるので面白かったです。

さらに合羽橋通りを南に下ってみますか。料理する人はもう
 足が動かなくなるでしょう(笑) それこそ様々な料理道具が所

狭しとありますよ。料理にそこまで興味がなくても途中には食
 品サンプルのお店とかあるので歩いていただけでも飽きません
 よ。このまま浅草通りまで歩くと菊谷橋交差点の角にあるのが
 「ニイミ洋食器店」です。名前だけだと「？」の人もいらっしゃる
 でしょうが、ビルを見上げてください。多分観たことがある、
 なかった人にはびっくりの光景が観れますよ。

さて、浅草通りまで来ました。ここを右に曲がり上野方面に
 向かうと左右に見えてくるのは都内随一の仏具街です。お仏壇
 が沢山並んでいるので芸術品と思って見ていくのも良いかも。
 因みにこの辺りでも規模の大きい「翠雲堂」と云うお店、あの
 山口もえさんの実家です。でこのお店の社長さん (つまりもえ
 さんのお父さん) は私の高校の先輩であり「同じ学校の出身で
 す」と云うと仏具が割引になる、という裏ワザも。

菊谷橋交差点を浅草方向に左に向かい、一つ目の信号 (西浅
 草 1 丁目) を更に左に曲がって数分、少し大きいお寺が出てき
 ます。ここのお寺の名前は東本願寺といい、元々は京都の同名
 のお寺の東京別院となっていましたがお家騒動 (お東騒動) の
 勃発で現在は浄土真宗東本願寺派の本山となっています。

因みに浅草通りの下には東京メトロ銀座線が走ってます。こ
 こは 1927 年 (昭和 2 年) に開通した日本最初の地下鉄 (浅草一
 上野) の正にその箇所であり、稲荷町駅の入口は開通当時の建
 物が現在でも使われています。東京駅から来られる方は上野ま
 で来て銀座線に乗ってみるのも一興かと。ここからは余り役に
 立たない知識ではありますが、上記の地下鉄を開通させた日本の
 地下鉄の父と呼ばれる人物は「早川徳次」さんと云います。こ
 の字面を見て「ん？」と思った方は相当雑学に詳しいので自慢
 しましょう(笑) シャープペンシルの発明者であり、家電会社
 のシャープの創業者である方も「早川徳次」さんと云います。
 でもこの二人、全くの別人なのでご注意ください。前者は「のりつぐ」
 さん、後者は「とくじ」さんです。

閑話休題、国際通りに戻ってきたらよいよ浅草の中心いわ
 ゆる浅草六区に向かいましょうか。まずそもそも「六区」とは
 何ぞや、という話ですがこれは明治の頃に浅草寺周辺を公園と
 して区画分けした際の 6 番目に当たった所から来ています。こ
 の辺りは映画館がたくさん並び江戸・明治・大正・昭和と文化
 の中心地だった訳で。でも映画産業が斜陽になり、映画館も封
 鎖が相次いだ平成の時期 (2014 年) に地元の関係者が興した
 のが「浅草六区再生プロジェクト」なのです。このプロジェク
 トに賛同し、イメージキャラクターをデザインしたのが浅草芸
 人の一人でもあるビートたけしさんなのです。このプロジェク
 ト以降新しい建物やお店が出来て六区を中心にした浅草に人が
 戻ってきたといえます。嬉しい話です。

さて、六区の話をするとなるといっぱいあり過ぎて困る、が
 本音です(笑) ですので六区だけは目的もなくぶらぶら歩いて
 みてください、としか。まあ花やしきでも行って日本最古の
 ジェットコースター (マジ怖い) や都内のその中でも相当怖
 いと云われたお化け屋敷でもいかがでしょうか。お腹が空いたら
 洋食の「ヨシカミ」・永井荷風も愛した「キッチンアリゾナ」・
 すき焼きなら「浅草今半」「米久」、日本そばなら特大海老天で
 知られる「尾張屋」等々挙げたらキリがない。

さらっと書いたこれだけでもこんなにあるのでさらさらとは
 実際に来て楽しんでください。6月に皆様にお会いできるのを
 楽しみにしております。

今日はこの辺りにしましょうか。重ねて今年もこのコラム・
 このジャグラ機関誌を宜しくお願いします。

TOKYO QUALITY.

すべてのSPコミュニケーションに最良の品質を。



ジャグラ創立70周年記念
第60回 定時総会 第67回 ジャグラ文化典式典

東京大会



日時 2025年6月21日(土) 13:00~(予定) 場所 浅草ビューホテル 〒111-3765 東京都台東区西浅草3-17-11

KWIX コミュニケーション・テクノロジー追求により、顧客ビジネスの発展に貢献する

Info. + Design

「情報」と「デザイン」の融合により、最適なメディアの選定から効果測定まで、お客様の真のビジネスパートナーを目指します。

販促支援サービス | マニュアルサービス | 教育機関支援サービス | P&Dサービス

株式会社 **クワイックス** <http://www.kwix.co.jp>

■本社 〒448-0025 愛知県刈谷市幸町2-2 TEL 0566-24-5511 FAX 0566-26-0200 代表取締役社長 岡本 泰

株式会社 **グッドクロス**

代表取締役 **原田大輔**

〒141-0003
東京都品川区西五反田8-2の2
FAX 03 (6420) 20888
TEL 03 (6420) 20889

株式会社 **カミヤマ**

代表取締役 **神山明彦**

〒451-0042
名古屋市西区那古野1-21-14
FAX 052 (565) 10548
TEL 052 (565) 11118

株式会社 **松栄印刷所**

代表取締役社長 **森 孝**

〒790-0003
愛媛県松山市三番町七丁目9の2
FAX 089 (941) 79114
TEL 089 (941) 79114

ジャグラ大阪府支部
大阪府グラフィックサービス協同組合

支部長 **小幡利之**
会員一同

〒541-0048
大阪府中央区瓦町1の6の10
FAX 06 (6627) 85522
TEL 06 (6627) 85522

ジャグラ副会長
東北地方協議会 会長
山形県支部長

後藤卓也

〒990-0051 山形県山形市銅町1の1の5 中央印刷(株)内
TEL 023 (631) 5533 FAX 023 (631) 5535
メール goto@chuo-printing.co.jp

ジャグラ中国地方協議会

会長 **山本康彦**
会員一同

〒745-0043
山口県周南市都町39-1
FAX 083 (33) 112334
TEL 083 (33) 112334

ジャグラ北海道支部

支部長 **渡辺辰美**

〒070-0033
旭川市3条通4丁目右1号
FAX 01166126123
TEL 01166126123
TEL 01166126123

株式会社 **興版社**

副支部長 (全国理事) **戸来一裕**
Kazuhiro Herai

〒020-0816 岩手県盛岡市中野1-4-14
TEL 019-624-3456 FAX 019-625-3456

ジャグラ秋田県支部

支部長 **松原巧**

〒010-0951
秋田県秋田市山王7の6の29
FAX 018 (862) 00600
TEL 018 (862) 00600

東京リスマチック株式会社
なんでも相談窓口
プリントデスク ☎ 0120-269-132
平日(月~金) 9:00~17:00 E-mail: support@lithmatic.co.jp

Lithmatic
<http://www.lithmatic.net>

総務省・個人情報保護委員会

「中小規模事業者における個人情報等の安全管理措置に関する実態調査」

総務省・個人情報保護委員会は、従業員数 100 人以下の中小規模事業者を対象とした一般統計調査を実施し、令和 5 年度（令和 6 年 3 月 31 日現在）における、①個人情報の保有状況、②個人情報等の管理に関する取組状況、③不正アクセスによる被害、④個人データの漏えい等、⑤個人データの取扱いに関する委託等、⑥個人情報保護委員会への要望等について、調査結果を取りまとめた。調査結果の概要を紹介する。

(1) 個人情報の保有状況

- 顧客情報 100 人以下の中小規模事業者が 65.8% を占めるが、顧客情報 1 万人超の中小規模事業者も一部 (3.1%) 存在
- 保有する個人情報（※従業員情報を除く）の内容は、
 - 基本 4 情報（氏名:84.5%、生年月日:43.9%、性別:53.4%、住所:74.0%）
 - 電話番号:79.1%
 - メールアドレス:28.4%
 - 銀行口座情報:20.0%
 - 販売履歴:13.8%
 - マイナンバー:13.1%
 - 健康状態（健康診断情報を含む）:12.2%

(2) 個人情報等の管理に関する取組

- 個人情報の取扱いに関する課題
 - 「何をしてよいか分からない」:40.0%
 - 「個人情報保護法等の理解不足」:26.9%

- 「個人情報保護のための資金不足」:9.2%
- 「個人情報保護のための人材不足」:8.9%
- 個人情報保護に関する担当者を設置していない:65.5%
- 個人情報の管理に当たり参考にしているもの
 - 「法律・ガイドライン」:47.5%
 - 「弁護士や税理士、コンサルティング業者等への相談」:15.8%
 - （うち、「税理士」83.6%、「社会保険労務士」26.4%、「弁護士」12.7%）

具体的な措置内容	実施済み	実施予定	将来的にも実施する予定なし
個人情報保護方針（プライバシーポリシー）の策定・公表	17.4%	16.4%	34.4%
個人データの取扱いに係る社内規程やマニュアル等の策定	17.2%	18.2%	35.4%
組織的安全管理措置			
個人データの取扱いに関する責任者の設置	28.9%	14.5%	31.1%
安全管理措置の定期的な見直し、評価の実施	13.3%	21.2%	33.7%
個人データを取り扱う従業員とその役割の明確化	22.9%	16.2%	32.0%
従業員が取り扱う個人データの範囲の明確化	22.5%	16.5%	31.7%
個人データが適正に取り扱われているかについて定期的な点検の実施	15.7%	21.1%	33.4%
人的安全管理措置			
秘密保持に関する事項を就業規則等に盛り込む	20.8%	15.3%	33.1%
個人データの取扱い等に関する従業員研修の定期的な実施	9.6%	19.0%	39.4%
物理的安全管理措置			
間仕切り等の設置、のぞき込みを防止する措置の実施等による、権限を有しない者の個人データの閲覧防止	20.1%	12.7%	38.4%
個人データを取り扱う部署・区域の入退室管理	13.2%	12.7%	43.6%
個人データが記録された媒体（紙・USB・パソコンなど）の施錠保管	25.0%	14.1%	34.2%
個人データを取り扱うパソコン等のセキュリティワイヤーによる固定（盗難防止）	13.6%	15.5%	40.8%
USB等で個人データを含むデータを持ち運び際のデータの暗号化やパスワードによる保護	17.1%	15.0%	36.1%
個人データが記録された媒体（紙・USB・パソコンなど）を復元不可能な手段で廃棄	34.0%	12.1%	25.2%
技術的安全管理措置			
個人データを取り扱わない従業員の個人データへのアクセス制限（アクセス権の設定による管理）	25.3%	11.5%	32.3%
従業員に付与する利用者権限の必要最小限化（利用できる範囲の管理）	26.6%	11.0%	31.5%
ウイルス対策ソフトウェアの導入	41.7%	8.9%	19.1%
ウイルス対策ソフトウェアの自動更新などによる最新状態の維持	44.2%	8.7%	18.7%
メールに添付するファイルの暗号化・パスワードによる保護	17.6%	15.6%	31.9%
個人データを取り扱うパソコンやネットワークは、インターネットと接続しない	14.9%	13.2%	38.5%
個人データを暗号化して保存	2.7%	14.9%	39.3%
ファイアウォールの設置（ポートスキャン等への対策）	18.1%	10.4%	27.1%
不正アクセス対策に用いているソフトウェアの自動更新などによる最新状態の維持（ウイルス対策ソフトウェアを除く）	21.0%	11.4%	26.4%
ログの取得、保存	4.8%	12.4%	29.9%
ログの定期的な分析による不正アクセス等の検知	7.5%	12.9%	31.4%
脆弱性情報の常時収集と、迅速なセキュリティパッチの適用	10.4%	11.4%	29.0%
WAF（Web Application Firewall）の設置	3.3%	10.9%	30.7%
システムネットワークの監視ツールの導入	6.0%	10.7%	31.8%
IDS/IPS（不正侵入検知システム、不正侵入防御システム）の導入	3.6%	10.6%	30.8%
脆弱性の診断の実施	6.3%	11.1%	30.0%
PCI-DSS（クレジットカード情報セキュリティ基準）への準拠	3.3%	10.4%	32.3%
仮想ブラウザの導入	0.8%	8.8%	33.4%
その他	0.5%	2.8%	17.4%

- 個人データの安全管理措置に関する取組状況について、その他を除いた全ての項目で「実施済み」及び「実施予定」の割合が約 1 割から 5 割にとどまっている。
- ※「分からない・不明」及び「無回答」を除く。

(3) 不正アクセスによる被害

- 不正アクセスを受けた経験の有無
 - 「ある」:2.1%
- ※以下は「ある」との回答者のうちの比率
- 被害状況
 - 「システム等の停止」:34.1%
 - 「クレジットカード情報等の決済情報の漏えい」:17.1%
 - 「顧客・取引先情報の漏えい」:8.5%
- 不正アクセスの原因
 - 「システムの脆弱性」:25.6%
 - 「フィッシングメール」:24.4%
 - 「原因不明」:46.3%

(4) 個人データの漏えい等

- 漏えい等報告が義務化されたことについて
 - 「知っている」:15.7%
- ※なお、顧客情報を 1,000 人超保有する事業者においては、26.6% が「知っている」と回答している。
- 漏えい等発生時の規程・マニュアル等の整備状況について
 - 「規定・マニュアル等を作成している」:7.3%
 - 「今はないが、これから作成する予定」:31.4%

(5) 個人データの取扱いに関する委託等

- 個人データの取扱いの外部事業者への委託状況
 - 「委託している」:9.2%
- ※以下は「委託している」との回答者のうちの比率
- 委託先の選定に当たり、委託先における個人データの安全管理に関する事前調査
 - 「行っている」:40.0%
- 再委託の把握状況
 - 「再委託している」:14.0%
 - 「把握していない」:38.0%

- 委託先において、漏えい等事案が発生した場合の対応
 - 「何かあれば委託先から連絡があると思うので特にルール等は決めていない」:9.1%

(6) 個人情報保護委員会への要望等

- 今回の調査以前における個人情報保護委員会の認知
 - 「知っている」:13.7%
- 「知っている」と回答した中小規模事業者における個人情報保護委員会を知ったきっかけ

- 「テレビのニュース等の番組」:44.6%
- 「ネットニュース」:28.0%
- 個人情報保護委員会のホームページの閲覧経験
 - 「閲覧したことがある」:5.3%
- 「閲覧したことがある」と回答した中小規模事業者の閲覧による参考度合い
 - 「大変参考になった」:27.0%
 - 「まあまあ参考になった」:50.5%
- 個人情報保護委員会への要望等
 - 「資料の充実」:11.2%

まとめ

～ 中小規模事業者の個人情報保護に関する意識の向上

- 中小規模事業者においては、個人データの安全管理措置に関する取組が十分でない状況にあり、また、漏えい等報告の義務化を認知していない事業者が多数を占めており、個人情報の漏えい等が発生した場合の対応手順を文書化した規程・マニュアル等を作成している割合も約 1 割にとどまっている。
- これらの要因として、「何をしてよいか分からない」や「個人情報保護法等の理解不足」といった個人情報保護に関する認識不足や、個人情報保護に関する担当者の不在といった、限られた経営リソースの下で十分な体制整備ができていない状況が挙げられる。
- 中小規模事業者に対し、漏えい等事案の報告等の義務化や、本調査で把握した中小規模事業者の個人データの安全管理措置の問題点等を広く周知し、適切な取扱いを促すために、引き続き広報・啓発を実施する必要がある。
- また、「今回の調査以前には個人情報保護委員会を知らなかった」や「個人情報保護委員会のホームページを閲覧したことがない」と回答した中小規模事業者が多数を占めているものの、閲覧したことがあると回答した中小規模事業者においては、「参考になった」との回答が多数を占めていることから、個人情報保護委員会のホームページの掲載資料は有用であると考えられる。
- このため、説明資料の更なる充実も重要であるが、当委員会及び資料の存在自体を周知広報していくことが必要と考えられる。
- 中小規模事業者においては、個人情報等の管理に当たり、税理士・社会保険労務士・弁護士等への相談等を参考にしているとの回答が多数あった。

代表取締役社長 森澤 彰彦	株式会社モリサワ
代表取締役社長 羽鳥 雅孝	株式会社ムサシ
〒104-0061 東京都中央区銀座8-20-36 TEL 03-3546-7717 FAX 03-3546-7718	〒155-0011 大阪府浪速区敷津東1-1-25 電話 06-16649-1251



最短半日でデジタル技術が学べる

ジャグラショートカット 開講日カレンダー

日程	カテゴリ	講座名	難易度	ジャグラ会員受講料(税別)
01月10日(金)	DTP	DTP入門	入門	16,000円(通常19,000円)
01月14日(火)	DTP	Photoshopベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
01月15日(水)	DTP	Illustratorベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
01月16日(木)	Video	ゼロから学ぶ映像制作実習講座	基本	17,000円(通常20,000円)
01月17日(金)	DTP	InDesignベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
01月20日(月) 01月21日(火)	DTP	Photoshop実務必須テクニック	応用	32,000円(通常38,000円)
01月30日(水)	Video	Premiere Proベーシックトレーニング	基本	27,000円(通常30,000円)
01月31日(木)	DTP	Illustrator実践講座～作図・描画編	応用	16,000円(通常19,000円)
02月06日(水)	Video	Premiere Proステップアップ講座	応用	27,000円(通常30,000円)
02月07日(木)	DTP	Photoshopベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
02月12日(水)	DTP	Illustratorベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
02月14日(金)	DTP	InDesignベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
02月19日(水)	Web	HTML+CSS入門	基本	16,000円(通常19,000円)
02月20日(木) 02月21日(金)	DTP	InDesign実務必須テクニック	応用	32,000円(通常38,000円)
02月25日(火)	Web	Canva入門バナー作成編	基本	8,500円(通常10,000円)
02月26日(水)	Video	After Effectsベーシックトレーニング	基本	28,000円(通常31,000円)
02月27日(木)	DTP	Illustrator実務必須テクニック	基本	16,000円(通常19,000円)
03月04日(火)	DTP	Photoshopベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
03月06日(木)	Video	Premiere Proベーシックトレーニング	基本	27,000円(通常30,000円)
03月07日(金)	DTP	Illustratorベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
03月11日(火)	DTP	InDesignベーシックトレーニング	基本	16,000円(通常19,000円)
03月12日(水)	DTP	Lightroomベーシックトレーニング	基本	17,000円(通常20,000円)
03月13日(木)	DTP	Acrobatベーシックトレーニング	基本	10,500円(通常12,000円)
03月17日(月)	DTP	Illustrator実践講座～文字組み・レイアウト編	応用	16,000円(通常19,000円)
03月18日(火)	Web	HTML+CSS実務必須テクニック	応用	17,000円(通常20,000円)
03月19日(水)	Video	Davinci Resolveベーシックトレーニング	基本	29,000円(通常32,000円)
03月25日(火) 03月26日(水)	DTP	Photoshop実務必須テクニック	応用	32,000円(通常38,000円)
03月27日(木)	Web	Canva応用チラシ作成編	応用	8,500円(通常10,000円)

※ジャグラ会員は講座1日間に付き本体価格より3,000円(半日講座は1,500円)割引

スクール 名称変更の ご案内

JaGraスクールは、2024年4月より「ジャグラショートカット」という新名称で再スタートしました！
"最短半日でデジタル技術が学べる"をキャッチフレーズに、今後も実務にすぐ役立つ短期講座を提供してまいります。
講座内容詳細や受講方法はジャグラショートカットのウェブサイトをご確認ください。

URL <https://www.jagra.or.jp/school/>



生産性向上委員会

「アナログ工程管理」を無くす 社長の働き方改革

第二弾

有限会社近森騰写堂



2023年11月に開催された全国協議会での北海道支部・株式会社正文舎のライブ配信を通じて、生産性向上委員会が推進してきたPODの自動化への関心が高まってきました。しかし、全国協議会でお見せした正文舎の事例はPODの自動化の最終形態に近く、「ファーストステップをどのように踏めばよいか？」というご質問を多くいただいています。そこで生産性向上委員会は今期、会員3社にご協力をいただき、「社長の働き方改革」のキーワードのもと、等身大で生産性向上に挑戦するモデル企業による事例作りに努めてきました。第二弾では、軽オフからデジタルに切り替え、工程管理による作業時間の短縮に着手した高知県支部・有限会社近森騰写堂の取り組みについて、同社の近森純一郎社長に話を伺いました。

近森騰写堂は近森純一郎社長の祖父が1953年に同じく高知県支部の西村騰写堂から暖簾分けする形で創業した。その後、純一郎氏の母親が継ぎ、三代目として純一郎氏が社長に就任して3年目になる。

現在の売上規模は約9,000万円。一時期1億円を超えたが、官公庁の印刷物のデジタル化などにより売上が減少して現在の規模まで推移している。社員は7名、パート2名で、そのほか近森社長の母親、妻の12名体制となっている。

仕事の9割は高知県内、本社周辺5～10kmを商圏に事業を展開している。もともと官公庁の仕事が多く、全体の6割を占めていたが、最近では入札競争が激しく4割にまで落ち込んでいる。

地元の同業者の先輩などからはもっと積極的に商圏を広げた方がいいとアドバイスを受けるも、「今は縁のあった顧客や地域の繋がりを大切にしたい」と無理に商圏を拡大しない。「お客様のお困りごと、たとえば今晚入稿して明日納期などの急な要望に応えることで、当社がなくて

はならないと感じてくれるお客様が残ってくれるからです」と自社の強みを語る。こうした近森社長の想いは祖父の代から続く「致誠」(=真心を尽くす)という社是が根底にある。

今回、DXに取り組むきっかけとなったのはジャグラだったというが、今から17年ほど前、近森社長が大学生の頃、すでに印刷業の将来的なデジタルシフトに高い関心を示していた。三代にわたり取引している地元印刷機材商社にも指南を受け、自分なりに当時調べた結果、これからデジタル化が進むことを確信していた。

しかし、当時は軽オフ2台でビジネスが成立する時代。データをデジタルで作ってアナログの印刷で出力することに現実味が感じられず、社内のデジタル化は後回しになっていた。そんな中、二人いた印刷オペレーター(職人)のうち一人が退職することになった。退職した職人さんが使っていた印刷機はその人の独自仕様になっており、他の人が誰も扱えないという事態に陥った。

「これは今後も考えてどうにかしなければ」とカラーデジタル印刷機を1台導入し、名刺などの印刷物から軽オフと並行運用を開始。事業継続の観点からもリスク対策としてデジタル印刷機の運用を進めていた。

そんな同社だが、2023年に大阪で開催された印刷機材展JP2023で生産性向上委員会の活動のベースとなっている印刷革新会ブースを目の当たりにしたことが転機となって、急速にデジタル化への舵をきった。

ジャグラ文化典高知大会のこともあり、岡本会長と会う機会が増える中、「大阪の展示会で見てもらいたいものがある」と言われ、JP展に足を運び、そこで「大きな衝撃を受けました。まさに自分がイメージしていた将来の自社の姿でした」と近森社長。デジタル印刷機から製本機まで自社と全く同じ構成でデジタル化によって自動化するフローを見て、すぐに正文舎(北海道支部)の会社見学を申し入れ、デジタル印刷機担当者と二人で高知から北海道まで飛んで行った。

「正文舎さんではデジタル印刷機を多数並べて受注からのワークフローを自動化し、機械にできることは機械に任せ、徹底的に属人化を排除していました。将来的な人員減も予想して対応すべきこと、さらにできることから一個ずつやっていけばいいことも教わりました」。

近森社長が少しずつデジタル化に着手しようとした矢先、もともと高齢だった最後の職人さんが病気を理由に急きょ退職することとなり、ほぼ強制的に軽オフからの卒業を余儀なくされ、特色対応可能なコニカミノルタのカラーデジタル印刷機を追加で導入し現在に至る。



有限会社近森謄写堂
高知県高知市本町 5-5-18
代表取締役 近森純一郎
従業員 12名

デジタル印刷機のみになったこのタイミングに合わせて、また大阪の展示会での印刷会社のリアルなデジタル化への変貌を

見て、自社の現状と照らし合わせていくと問題点が見つかった。

以前から受注情報管理がアナログ的であり、作業伝票の発行担当の近森社長の時間的ロス、紙の作業伝票による人的ミスが多発し、結果として生産性が低くなっていた。現場の作業環境の改善が必要だと気づいた近森社長は、工程管理のデジタル化への関心が高まり、同じ高知県支部の三宮支部長(三宮印刷)が自社で工程管理をデジタル化していることを聞きつけ、見学させてもらった。

三宮印刷の工程管理はジョブ工程をすべてデータで管理していて、変更や検索が容易に行え、理想的だと感じつつも、大掛かりなシステムを導入しなくてはいけない部分がネックだった。その後、コニカミノルタの展示会が開かれるため、東京ショールームを訪ねることに。そこで見たものが、Accurio Pro Dashboard Job Manager(プロトモデル)のデモだった。そこで、自身がイメージしていたデジタル工程管理が存在していたことに衝撃を受け、その場でモニターの打診を受けて、試用期間を経て導入に至った。

そこから手作業+紙ベースの作業指示や工程管理をデジタルで対応できるよう着手していくことになる。(詳細は強いジャグラの教科書Ⅱを参照)

正文舎の岸社長には複写式の紙伝票をすぐ止めて、紙の作業伝票を出さないよう指導を受けたものの、現場の変化アレルギーもありデジタルとアナログを併用していたが、次第にディスプレイやスマホですぐに全体把握ができるよ



コニカミノルタのデジタル印刷を設備

うになっていき、見やすい、使いやすいとデジタルの利便性を現場も感じるようになっていった。

「それなりに社内でも反発もありましたが、紙じゃなければならないというのは根拠がありません。また、デジタルで受注した仕事を紙伝票に起こして、再びデータ入力するのは無駄が多い。はじめからJob Managerで入力した方が、全部履歴を残せますし、間違いやすい手書きの文字よりも便利です。メリット、デメリットありますが、メリットが大きかったので現場でも少しずつ受け入れてもらったのだと思います」

現場の社員の意見を聞きながら一緒になって、デジタル印刷機やJob Managerの運用をスタートした同社だが、それでも本格的な活用まで3年の時間を要すると見ている。データの蓄積に2年、それを経て3年目から本当のデジタル化による工程管理が可能になる計算だ。

近森社長はDXの取り組みについて「データを蓄積して活用できるようになればリピート案件は本当に簡単になります。以前は夕方までお客さんを回って、帰ってきてから19時くらいまで伝票を記入していましたが、今では帰ろうと思えば社員さんと同じ17時に仕事を切り上げることができるようになりました。そうすると本来やるべきこと、やりたかったことに手を付けることができるようになりました。疲れて帰ってきてガラガラと仕事をしていても生産性なんて上がりません。こうしたツールを使ってどんどん作業をデジタル化し、不要な作業時間を削減していくべきだと思いました」と効果を話す。

同社デジタル印刷機担当の山本さんも正文舎を見学して「無駄な時間を減らし、減らした分、自分の時間を作ることができればいいなと思いました」と率直な思いを語る。



デジタル担当の山本さん

生産性向上委員会ではこの2年間、「社長の働き方改革」をテーマに活動してきた。その理由として、外回りから帰ってきて伝票整理などを夜行う社長が多いことが挙げられる。さらにデータ制作から印刷、納品、月末の経理処理まで「ワンオペ」でこなすという声も多く、なかなか新しい仕事を創り出す余裕が生まれにくい意見があった。その現状を脱却する究極的な形の一つが正文舎の事例だが、近森謄写堂のようにまず工程管理をデジタル化することからでも余力を生みだしている。

また、手書き作業から解放されるだけでなく、仕事は途中で納期が変わることが普通にあるため、システム上で管理すればリアルタイムに更新でき、それを全員が共有できるのもメリットになる。

Job Manager そのものが売上を創出することはないが、例えば工程管理をデジタル化すると、進捗をスマートフォンで見られるため、頻繁に行っていた社内への確認連絡が不要になる。「削減できた時間を時給換算すれば導入費用に見合うだけの価値は十分ありました」と近森社長。

体感的だが一日当たり30分ほど時間が削減できており、1週間で2時間半、1ヵ月10時間くらいの余力が生じることになる。業務効率的には、時間当たり6,500円を基本とすると、年間で一人当たり78万円の労務費削減になると試算する。視覚的に現場が見れるようになったことで、仕事の流れが明確になり、納品忘れなどの抜け落ちミスも無くなったと社員の反応も上々だ。

Job Managerはメーカーありけりの既製品ではなく、ローンチまでに近森謄写堂をはじめ数社の印刷会社でヒアリングからテスト運用されてきた製品で、ユーザーとメーカーが一緒になって作り上げてきた好例になる。MIS研究委員会では単品損益管理の考えのもと、MISの活用を進めようとしているが、一般的にMISは非常に価格が高く、費用対効果が出にくい状況にある。その点、Job Managerはデジタル印刷機との親和性が高く、代替システムとしても期待される。

設備投資にはお金がかかる。「お金がないからできない」という声はリスクを取りたくないという経営者として当然の意識だと思う。しかし、既存の仕事が減り、資機材コストが上がって利益率が低くなれば、さらに生き残るための変化のチャンスを見逃しかねない。その点では、リスクを軽減するため、補助金や助成金の活用が必須になる。

近森謄写堂も設備投資に際し、2022年9月にデジタル印刷機2台を導入した時、高知県の新事業チャレンジ支援事業を活用し、実質1台分がタダになっている。2023年12月にJob Managerを導入した時には、AccurioPro Fluxと合わせて県のデジタル技術活用促進事業費補助金を活用し、リスクを抑えつつ、将来を見据えた変革の道を歩み出している。



Job Manager 画面



業界の動き



事務局日誌と今後の予定

最新情報はHPでご確認ください

2025年 年頭所感

一般社団法人 日本印刷産業連合会 会長 磨 秀 晴



令和7年の新春を迎え、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。昨年の印刷産業は、長引く円安と地政学リスクの影響によるエネルギー、原材料価格の高騰や構造的な人手不足、デジタル化による印刷需要の縮小など、引き続き厳しい経営環境が続きました。そのため、「下請適正取引の推進に向けた自主行動計画」を改訂し、労務費の適切な価格転嫁の促進やパートナーシップ構築宣言の拡大など、サプライチェーンにおける取引改善に努めました。また、人手不足への対策として、特定技能制度の対象分野の追加が3月に閣議決定され、「印刷・製本」業務区分が追加認定されましたことは、人材獲得に苦慮されている多くの事業者にとって朗報となりました。

本年は日印産連設立40周年という節目の年であります。設立当時（1980年代）の印刷産業は、製品出荷額が10年間で2倍に拡大するほどの成長産業であり、印刷関連業界には業種や地域ごとに組織形態や事業規模も様々な団体が存在していました。そのような中、来るべき高度情報化社会の一翼を担う産業として、社会や行政に対する発信力の強化と印刷産業のさらなる発展と地位向上を目的に、大手印刷企業と中小企業団体が大同団結し、印刷産業全体を包括する社団法人として、1985年6月に設立されました。

その後のバブル崩壊やインターネットによる情報革命を経て、印刷の製品出荷額はこの30年間で約半分に減少しましたが、その間、印刷各社は印刷技術を核に新たな情報技術を融合して事業領域を拡大してきました。今後さらに、社会全体のDXやAI活用が加速し、生活やビジネスが大きく変化するなかにおいても、印刷産業が社会に求められ続ける産業であるためには、「高付加価値コミュニケーションサービス産業」としてのあるべき姿を見据え、長期的な視点に立って会員10団体が力を合わせ、新たな価値創出、事業領域の拡大に向けた連携・共創を推進することが大切です。

4月には、いよいよ大阪・関西万博が「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに開幕し、SDGs達成を見据えた新たな社会を世界に向けて発信します。関連するビジネスはもちろん

のこと、多くの外国人観光客を迎えインバウンド需要も期待できます。自治体や様々な業種の企業と連携し、新たなビジネスを生み出す年にしていきたいと思います。

日本印刷機材協議会 代表幹事 宮 崎 進



新年あけましておめでとうございます。昨年は国際情勢の不安定が続き、世界的にインフレ傾向が続く一年でした。エネルギーや原材料の価格が高止まりし、さらなる上昇も見込まれているところ。米国大統領選挙では保護主義的な政策を掲げるトランプ氏が再選され、今年1月の大統領就任後の国際経済に大きな影響を与えそうです。

国内ではインバウンド需要が好調なもの、実質賃金の上昇が追い付かず、個人消費が低迷しております。企業も原材料価格の高止まりによる利益圧迫、人材不足による既存事業継続のリスク上昇など、様々な課題を抱えています。印刷産業でも原材料価格の値上げと人材不足による人件費の増加は世界的にも深刻です。

昨年開催された drupa2024 の一つのキーワードは、労働生産性を高めてそれらの課題を解決する“自動化”でした。中でも複数のデバイス、ソフトウェアが連携し、生産プロセスを最適化するスマートソリューションが各社から出展されました。これらは複数のメーカー、ベンダーが協力したものであり、実際の導入に際してユーザー企業ごとの事情に合わせて構築されるシステムといえます。

当協議会は前年度に組織としてのビジョン、ミッション、バリューを制定しました。その骨子となる“共創”の理念は、会員企業が競争の枠を超えて互いにつながることで、お客様が抱える課題を解決し、ひいては印刷産業全体と文化的な社会の維持・発展に貢献することを主旨としています。複雑化するお客様の課題の解決に向けてスマートソリューションを提供するためにも、私たちメーカー、ベンダーの連携は不可欠です。今期も引き続き、会員一同で新しい理念を共有し、印刷業界の皆様を支援して参りたいと思います。

2024年12月の事務局日誌

- 2日 広報委員会 (Web 会議)
- 3日 会員拡大特別委員会 (Web 会議)
正副会長会議 (Web 会議)
- 4日 MIS 研究委員会 (Web 会議)
- 5日 70 周年誌編纂委員会 (Web 会議)
- 6日 P マーク現地審査 (神奈川) →今田、長野、古田
- 10日 P マーク現地審査 (長野) →今田、長野
- 11日 サスティナブル委員会 (Web 会議)
- 13日 ジャグラショートカット運営委員会 (Web 会議)
- 18日 P マーク審査会 (本部) →田中専務、今田、長野、古田
- 19日 地域活性化委員会 (東京・八丁堀ビル)
JIPDEC 感謝の集い (ANA インターコンチネンタルホテル東京) →今田
- 24日 業態進化委員会 (Web 会議)
- 27日 事務局仕事納め

1月のスケジュール

- 6日 事務局仕事始め
- 7日 広報委員会 (Web 会議)
- 8日 理事会 (Web 会議)
日印産連新年交歓会 (オークラ)
- 16日 地域活性化委員会 (Web 会議) 日印機工年始会 →田中専務
山形県支部新年会 (山形) →岡本会長
- 17日 生産性向上委員会 (本部)
福島県支部新年会 (福島) →岡本会長
- 18日 長野県支部新年会 (長野) →原田副会長
北陸地協新年会 (新潟)
- 20日 東グラ新年会 →岡本会長、田中専務
- 22日 P マーク審査会 (本部) →田中専務、今田、長野、古田
- 24日 JIPDEC 事務所審査 (本部)
ジャグラショートカット運営委員会 (Web 会議)
P マーク現地審査 (広島) →長野
- 27日 P マーク現地審査 (香川) →田中専務 愛知県支部新年会 (名古屋) →岡本会長
- 28日 P マーク現地審査 (徳島) →田中専務
- 29日 日印産連ステコミュ →岡本会長、田中専務
- 31日 会員拡大特別委員会 (本部)

2月のスケジュール

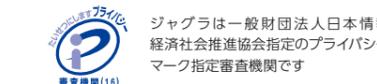
- 4日 P マーク現地審査 (大阪) →今田 委員長会議 (Web 会議)
- 5日 P マーク現地審査 (大阪) →今田 MIS 研究委員会 (Web 会議)
- 6日 作品展委員会 (Web 会議) サスティナブル委員会 (Web 会議)
- 7日 P マーク現地審査 (福岡) →田中専務
- 8日 SPACE-21 キャラバン in 鹿児島 →岡本会長、田中専務
- 12日 P マーク現地審査 (福島) →今田、田中専務
- 13日 日印産連 環境自主行動計画推進 WG →田中専務
- 14日 年賀状デザインコンテスト委員会 (本部)
- 19日 page 2025 →岡本会長、田中専務
- 20日 page 2025 →岡本会長、田中専務
- 21日 page 2025 →岡本会長、田中専務
- 27日 地域活性化委員会 (Web 会議)

事・務・局・便・り

あけましておめでとうございます。2025年がスタートしました。今年の干支は巳といわれていますが、実は干支と十二支は別物であることをご存知でしょうか？干支は、十干（じっかん）と十二支の組み合わせで、その組み合わせが60通りあることから「六十干支（ろくじっかんし）」というのが正式な名前です。60歳になると還暦のお祝いをしますが、これは干支が60年で一周するからなのですね。さて、今年の干支は、巳は巳でも60年に一度の「乙巳（きのとみ）」となります。乙巳は、「変革」と「成長」を象徴し、古いものを終わらせて新しい始まりを迎えるエネルギーが強い年とされています。特に金運や繁栄を引き寄せる力が高まる年であり、新たな飛躍に最良の年なのだそうです。ジャグラ会員の皆様にとって、乙巳である2025年が飛躍の年となるよう、お祈り申し上げます。（阿部）
※「事務局便り」は本部事務局員が交替で執筆しています

月刊「グラフィックサービス」878号

■発行日 令和7年1月10日（毎月1回）
■発行人 岡本 泰
■編集人 本村 豪経
■発行所 一般社団法人 日本グラフィックサービス工業会 略称ジャグラ
〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16
電話 03-3667-2271 ファクス 03-3661-9006
ウェブ <https://www.jagra.or.jp/>

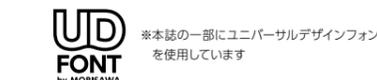


■編集部宛メール edit@jagra.or.jp

◎企画：ジャグラ広報委員会
担当理事 神山 明彦 愛知・(株)カミヤマ / 副会長
委員長 本村 豪経 福岡・アイメディア(株) / 理事
委員 東海林正豊 秋田 / (株)東海林印刷
谷山 和也 東京 / 菁文堂(株)
野口 聡 東京 / (株)アクティブ
小澤孝一郎 山梨 / (株)オズプリンティング
安達 睦男 大分 / (有)舞鶴孔版
蛇嶋 悠太 広島 / (株)ideal
三宮 健司 高知 / (有)三宮印刷
佐藤 愛子 大分 / (株)クリエイツ
西谷 毅 東京・文京 / 西谷印刷(株)
松谷 勝広 東京・文京 / (株)松谷メールサービス
笹井 靖夫 東京・文京 / 共立速記印刷(株)
田中 良平 専務理事
◎原稿・編集・校正
田中 良平 阿部奈津子 今田 豪
長野未奈美 岩崎 琴美 古田 理子
以上、ジャグラ事務局

◎渉外 田中 良平
◎広告 田中 良平
◎Web 阿部奈津子 古田 理子
◎動画 今田 豪

◎組版 (株)クリエイツ
DTP = Adobe CC ほか
フォント = モリサワ OTF / モリサワ BIZ+ ほか



◎製版 / 印刷 (有)西村謄写堂 (高知・高知支部)
RIP = FUJIFILM WORKFLOW xmf
CTP = Luxel T-6300 (自現:富士フィルム XP-1310R)
刷版 = FUJIFILM SURERIA XP-F
印刷機 = RYOBI 924D
インキ = 東洋インキ
用紙 = 三菱ニューVマットA判 57.5kg

Copyright 2025 JaGra
禁無断引用
※本誌記載の製品名は一般に各メーカーの登録商標です
原則、TMや®マークは省略しています
※乱丁 / 落丁本はお取り替えいたしません

RMGT-CSPI

ともに創る印刷の未来



RMGT-CSPIが
SDGs達成をアシスト



印刷会社のSDGs達成のためのソリューションを提案、具現化するRMGT-CSPI。
各分野の企業が連携し、お客さまに寄り添いながら課題を解決・サポートします。

