

あいちの印刷

12

2008.12

No.445



雪景色の北海道・富良野

も
く
じ

巻頭言 「ワンストップサービス・ソリューションマップ」 のすごさ / 副理事長 木野瀬吉孝	3
全印工連メッセージ 業態変革実践プラン	4
秋の叙勲・褒章 白井紘一氏が藍綬褒章を受章	7
平成20年度 環境・経営革新委員会合同事業	8
永年勤続優良従業員表彰	9
平成19年度工業統計速報	9
身近な催し物のお知らせ	11
新刊書紹介	12
事務局だより	12

巻頭言

「ワンストップサービス・ソリューションマップ」のすごさ

副理事長 木野瀬 吉孝

10月に入りアメリカ発の金融危機が世界中を席巻し、日本でも株の大暴落や円高が進み、予測不可能な経済情勢になりつつあります。しかし、こうした状況とは関係なく、私たちを取り巻く実体経済は、以前から危険水域に入っていたと思います。一部の大手企業の海外での収入や金融取引によってもたらされた収益による好況感は、私たち中小企業には全く無縁のものでした。私たちが感じていた文字通り実体経済の落ち込みが、すべての業態に波及してきただけなのかも知れません。かねてから言われているように、印刷業界はすべての人や企業がお客様です。ということは、私たちのお客様すべてが、今後、未曾有の不況に突入していく時代を迎えたのです。

そんな中、私たちは何をお客様に提供していけばいいのでしょうか。その解決の糸口を、私は先日の全印工連全日本印刷文化典鹿児島大会で見つけました。全印工連業態変革推進企画室の花崎委員長が、大会2日目に業態変革実践プラン 2010計画のコア部分として「ワンストップサービス・ソリューションマップ」を発表しました。それを聞いて、私は今までの印刷業界の営業スタイルに革命が起きると思いました。

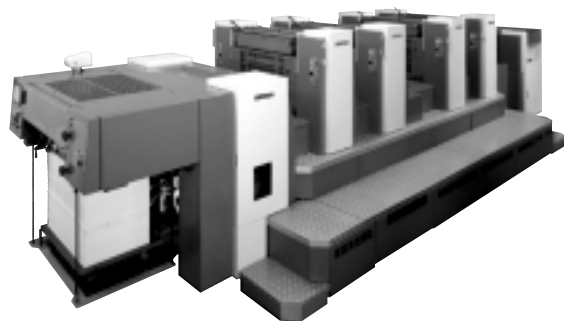
そのマップは、印刷業界ができるサービスを

マーケティング セールスプロモーション
プリプレス 印刷 ポストプレス フルフィル
メント（封入封緘、在庫管理など代行業務全般）

物流 分析・効果測定に分け、それぞれの項目に取り組むべき事例がいくつも記されています。使い方は極めて単純で、私たちがお客様から受注する（相談される）案件に対して、この項目の中の必要な事例を取り出して具体的に提案していけばいいのです。

このマップを導入することによって、営業が企画書を作成する際の観点が明確になり時間短縮と効果的なアプローチが可能となります。詳細は、愛印工組で「業態変革実践プラン」のセミナーが後日開催されますので、その際に参加してご確認ください。また、鹿児島県の全国大会で配布された「業態変革実践プラン」の冊子のご案内を組合員の皆様にはお送りしますので、ご希望の方は組合あてにお申し込みください。無料でお届けします。いずれにしても、私たちはこの不況をお客様が克服するために全叡智を結集し、成果を上げる努力を続けなければいけません。逆の見方をすれば、不況になればなるほど、お客様は私たちの提案を必要としているのだと思います。真のお役立ち企業を目指して、一緒に勉強しながら頑張りましょう。

これが、魅せるマシン。性能ぐんぐん進化。魅力ますます真価。



SHINOHARA
1919

SHINOHARA
75 VIHP

篠原商事株式会社 株式会社 篠原鐵五所

本社 〒420-0813 静岡市長沼596番地
TEL(054)261-2141 FAX(054)262-6279

名古屋営業所 〒454-0985 名古屋市中川区春田3-147
TEL(052)302-5651 FAX(052)302-5654

最新の情報は <http://www.shinohara.com> に掲載しています。

全印工連 メッセージ

業態変革実践プラン ワンストップサービスで収益拡大を！

全日本印刷工業組合連合会 水上 光啓会長

本稿は、先に開催された「2008全日本印刷文化典 in 鹿児島」の席上、全印工連の水上光啓会長が行った基調講演「全印工連メッセージ」をまとめたものです（なお、紙面の都合で、一部を割愛しております。また、タイトル・小見出しは編集部で付けました）。

印刷産業が背負った三つの重荷

印刷業界は1991年と1997年に大きな二つのピークを経験しました。そして、'97年を境になだらかな坂を下り続けて、2000年には8兆円を切り、2005年に7兆円を切って現在に至っています。'91年と'97年のピークの間には落ち込んだ時期があります。そのボトムが'95年で、この年に渥美清さんが亡くなったんですね。それで、寅さんの映画が撮影されなくなり、隣の印刷会社も消えた。これ大きな変化で、大切なんですよ。いわゆる従来型の印刷会社がそこで終わって、新たなデジタル印刷会社がスタートすることになったからです。

'95年には、もう一つ大きな変化がありました。でも、その時は気づかなかったんですね。日本の若年労働層が減ってきたんです。雑誌が売れなくなってきたのは、単にネットのせいだけではなく、若年者が減ったという理由があるわけです。そして、この年には、ネットや携帯電話の普及、出版不況、新聞の購読部数の減少が叫ばれていたんですよ。いまと、ほとんど変わらないでしょう。

印刷産業は、それから三つの重荷を背負うことになりました。一つは設備が増えて供給過剰による価格の低下、これは現在も変わっていません。二つ目はホワイトカラーの生産性の低さ、これも厳しくて、工場の生産性は数値として捉えられますが、営業の1日は大半が移動、あるいはモノを探している時間。これじゃあダメですよ。変えていかねばなりません。三つ目はソフト・サービス化で、我々の永遠の課題です。我が国では、ソフト化・サービス化が全体に占める構成比はわずか2%だと言われています。アメリカでは2010年に13%になるそうですが、日本

ではうまくいかない。どうしてうまくいかないのか、きちんと解析して、これから解答を出そうじゃありませんか。

人口の減少とインターネットの普及

さまざまな変化がある中で、経済に一番大きな影響を与えるのは、人口の減少だと思います。これはジワジワと効いてきます。気づいた時は茹でガエル。困りますよね。すでに'95年には若年層が減り始めました。そして、つい先だっただの2005年、絶対人口が減り出したんです。「あの日に戻りたい」と言っただって、もう2度と戻れません。残念ながら、市場はシュリンクしていきます。そういう中で、私たちは仲良くダウンサイジングできますか。これから耐えるか、降るか、そんな競争は嫌ですよ。したくはない。だから、真剣に将来を業界として考えていかなければなりません。一個人ではできません。業界として、ぜひ本気で人口減少への対応策を考えていきましょう。

インターネットの普及も我々にインパクトを与えています。印刷は素人には想像もつかないような高価な機械と高品質で納期を守ってきた超真面目な業界です。一方のインターネットは非常に不真面目です。何が不真面目かというと、私たちが守ってきた納期がない。とにかく、できたものをどんどんネットに載せて、あとは修正していきます。そして、私たち印刷は「良いものは値段が高い」と言われて育ちました。しかし、ネット社会では、インターネットで、「ただ」でダウンロードしたソフトが使えます。ネットの究極は、「ただ」です。それと我々は戦わなければなりません。

ネットが台頭することにより、一番変化したのは消費者です。敏感に反応して、消費者が変化したために、私たちのクライアントも変わらざるを得なくなりました。そうしたら、我々も変わらなければなりません。そして、10代は「テレビは見ないけど、インターネットは見る」「テレビは見ないけど、携帯は見る」と言っています。10代には、こんなビジネスモデルしか通用しないんです。恐ろしいほど変わってしまいました。

マーケティングにも取り組みたい印刷産業

消費者の動向を調べると、高級な買い物はネットで検索して一番安いところを選んでいきます。逆に、日用雑貨は店頭で見てそのまま買っています。これが重要なんです。最後の購買は人間の感性で、瞬間的に判断して数秒で決めています。何で選択するのか、差別化したパッケージ、差別化したポスター、差別化したチラシ、このように印刷物は店頭では強いんですよ。我々は強いところにエネルギーを集中して、活かしていこうではありませんか。

印刷業は、昔からマーケティングは得意ではありませんでした。右肩上がりの時は、モノはつくれば売れるので、マーケティングなんか関係なかった。その次は、良いモノを安く売るだけだったから、マーケティングの必要なし。ところが、いまはどうでしょう、世の中にモノはあふれています。安くても、欲しくなければ買いません。欲しいモノは高くても買う。こういう社会になっています。そうすると、誰が何を欲しがっているのか、なぜ欲しいのかを真剣に考えなければならなくなります。これがマーケティングです。お客様と一緒に、私たちもマーケティングに取り組まなければなりません。

私たちはダイレクトメールを受注すると、「綺麗に写真を再現しよう」とか「素晴らしい印刷をしよう」と真剣に努力します。でも、お客様の立ち場で考えると、綺麗な印刷が本当にベストなんでしょうか。そうじゃないんですよ。お客様は、ダイレクトメールに投資したら、その投資額を回収するために、1人でも多くの消費者に来店して欲しいし、1点でも多くの商品が売れてくれることを望んでいるんです。それなのに、私たちは、単につくることにのみ熱意を傾けていました。このギャップは、どうしても埋めなければなりません。勘違いを解決して、お客様の立ち場に立って考えられる印刷会社だけが勝てると思います。



講演中の水上会長

この厳しい環境の中でも、素晴らしい業績を挙げている仲間もいます。平等に厳しい環境にあるにも関わらず、なぜ好業績なのか、それは経営者の熱き情熱の差だと推察します。「厳しいから」と言い訳したらダメなんです。厳しいからこそ、情熱をもって頑張ります。業態変革の原点も情熱。経営者が熱い情熱をもってチャレンジすることがすべてだと私は考えます。

業態変革の推進力は経営者の情熱

全印工連は、ちょうど4年前に「業態変革推進プラン」を皆さんに提案しました。その間、業態変革を成し遂げた会社と、業態変革に手をつけなかった会社とでは、差がますます開いてきたような気がしてなりません。社会が大きく変化する中で、経営者は危機意識をもっと強くもつ必要があります。そして、変革は躊躇している場合ではありません。すぐに決断し、具体的に行動しなければならぬのです。いま、全世界が厳しいんです。アメリカは、この10年で6万社あった印刷会社が2万社になってしまいました。ドイツもEUになって国境がなくなったので、隣の国まで車で数時間走るだけです。数時間走ると、賃金が数分の1の会社がある。お客様の立ち場で考えれば、隣の国に発注したくなるでしょう。そういう中で、ドイツの印刷会社は頑張っています。本気で頑張らなきゃ、生き残れないんですよ。また、イギリスも厳しい。すべてをまとめて一括受注するプリントマネージメント会社が台頭しています。全英の出荷量の3分の1がプリントマネージメント会社経由だと聞いています。だから、その傘下に入るか、自らプリントマネージメント会社になるか、まさにハムレットの心境だとのこと。それに比べたら、日本の印刷会社はまだまだ危機感が乏しいような気がします。

経営には四つの要素があります。「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」の四つです。でも、私はこの四要素があるからといって、業態変革ができるとは思いません。この四要素は業態変革を後押しする要素にはなりますが、推進力にはならないと思います。業態変革の推進力は経営者なんです。「自分はこうありたい」「自社を素晴らしい会社にしたい」という明確な思いと情熱、それを実現するまでの飽くなき執念と実行力、これが推進力になります。例えば、会社の規模が小さくて、地域や資金に恵まれなくても、お客様から喜ばれる会社は必ずあります。そういう会社は、経営者が決して言い訳をしません。環境や人に責任転嫁しないんです。そして、自ら強い意思をもって業態変革にチャレンジし続けます。

変革をするにあたって、私は改めて会社とは何かを考えてみました。会社とは、社長と社員が互いに正面を向き合って約束するところだと私は思います。経営者は、社員の前で、ビジョンに基づいた戦略・方向性を明確に打ち出し、それを約束します。一方、社員は経営者の前で、後ろ向きな言い訳はやめて、与えられた目標に向かって自発的にチャレンジすることを約束します。そして、お互いが実行するわけです。そのためには、経営者と社員の間に深い信頼関係を築かねばなりません。それを構築する元は「教育」です。これも業態変革の大きなポイントになります。

私は繰り返し「変革」という言葉を述べてきましたが、「なかなか変革はできない」と考える経営者もおられるかも知れません。それは、いままで培ってきた自社のビジネスモデル、経営システム、人事管理システム、目標管理システムを変えるのが大変だからです。また、業態変革をしようと思っても、先の見えない荒海に乗り出していくことになります。これも大変なことです。でも、私は皆さんに「本気でやるんですか」と問いたいのです。変革をするリスクと、変革をしないリスクと、どっちが大きいのでしょうか。私は変革しないリスクの方が大きいと思います。変革しないで現状維持ができればいいですよ。しかし、社会が激変しているんですから、自社だけが現状維持できるなんて絶対にあり得ません。皆さん、ぜひ一歩先に出て、熱い情熱で業態変革にチャレンジして下さい。

経営の四つの基本的な考え方

ここで、経営の基本的な考え方を四つ説明させて

いただきます。まず、一つ目は「絞り込むこと」です。「集中と選択」ですね。新しい分野にチャレンジするためには、自社の事業領域をきちんと再定義しなければなりません。そこが原点です。「7Keys」で改めて自社の原点を確認し、変革を実践していこうではありませんか。原点から新しい領域にチャレンジします。既存の殻を剥がし、何を捨てて何を残し、新たに何をを入れていくのか、限られた経営資源の中で、どこにエネルギーを集中投入していくのか、これができるのは経営者だけです。

二つ目は深掘りをする「深耕営業」です。破壊的な価格競争をやめて、付加価値の高い仕事を探しましょう。そのために、もう1回原点に戻ってみます。既存のクライアントの足元に宝は落ちていないでしょうか。従来の発想をもう少し広げて、既存のクライアントの足元を見直します。そして、足元には宝が落ちているという見方で新しいチャレンジをします。深耕営業をすることによって、業態変革を成し遂げます。

三つ目は「逆転の発想」です。少子高齢化はマイナスに考えがちですが、プラスに考えます。子供の数が減るんだから、1人あたりの教育費は増えます。祖父母は孫に小遣いを与えます。そして、高齢者は趣味を楽しみます。そういう人が増えて、お金ももっています。そこに大きなビジネスチャンスがあると考えます。このように、絶えず逆転の発想をします。他業界の例ですが、山形に1604年創業の鋳物業界の老舗・菊池保寿堂があります。この会社は山形出身でイタリアの高級車のデザインも手掛けたデザイナーと組んで、新しい感性の鋳物をつくってパリの見本市に出展しました。斜陽と言われる鋳物業界にあって、世界的な好評を得て、世界中から注文が殺到しています。同じようなことが、どうして印刷会社にできないのでしょうか。私は逆転の発想が必要だと思えます。

四つ目は「諦めないこと」です。新しいチャレンジはなかなかうまくいきません。新しい専門的な知識も必要だし、人材教育もしなければなりません。でも、1回や2回の失敗で諦めてはいけません。何が足りなかったのか、すぐに分析して、もう1回チャレンジします。これも必要なことです。

「厳しい」と言われながらも、印刷業界にはまだまだ大きなビジネスチャンスがあります。私はまず「タッチポイントの速さ」を挙げたいと思います。理由は二つあります。一つは印刷メディア自体のタ

秋の叙勲・褒章

白井紘一氏が藍綬褒章を受章

秋の叙勲・褒章の受賞者が発表されました。藍綬褒章に愛知県印刷工業組合の前理事長・白井紘一氏(株奉仕堂印刷会長)がその荣誉に輝きました。ちなみに、叙勲には、愛知県印刷関連団体協議会(現・愛知県印刷関連団体連絡会)元専務理事の鬼頭正男氏(名古屋紙商事(株)会長)が旭日中綬章を受けました。

【藍綬褒章】

白井紘一氏

元全日本印刷工業組合連合会副会長 / 元愛知県印刷工業組合理事長

(株奉仕堂印刷会長)

昭和18年生まれ。昭和57年愛知県印刷工業組合理事長に就任、副理事長を経て、平成18年から同20年まで理事長を務め、愛知県の中小印刷業



界の発展に貢献。

全日本印刷工業組合にあっては平成14年に理事、同18年から副会長と要職を歴任、この間、業態変革推進プランをはじめとする諸事業の推進に尽力、全印工連傘下組合員の経営基盤の安定とその強化に務め、全印工連全体の底上げを図った。

ッチポイントの速さです。朝、起きた時、パソコンを立ち上げる気になりますか。多くの人が郵便受けから新聞を取ってきて、それを広げてコーヒーやお茶でも飲みながら読んでいます。印刷物はタッチポイントが速くて便利なんです。新聞は部数が減ったかも知れませんが、タッチポイントの速さではまだまだ大丈夫だと思います。

もう一つの理由は、営業のタッチポイントの速さです。「こんにちは」「毎度」と言って、お客様の横に立っていただけるのが印刷営業です。お客様のところへ日参してコミュニケーションを密にし、問題を聞き出して解決できる立ち場にあるじゃないですか。素晴らしい立ち位置にあるはずですよ。但し、従来通りの業務主体で御用聞きをやっていたのでは、仕事は縮小していくでしょうね。タッチポイントの速さを活かし、お客様にアイデアを提供するスタンスに変えれば、共感を得てパートナーになれる。印刷の営業ほど知的な活動はないと思います。

「業態変革実践プラン 全印工連2010計画」の基本テーマは「ワンストップサービスで収益拡大を」です。私たちのコアビジネスは印刷です。だから、印刷は大切にしましょう。しかし、従来と同じこと

を同じようにやっているのは、社会がシュリンクする中で印刷もシュリンクしていきます。やはり、付加価値を上げるために、印刷というコアビジネスを大事にしながら、領域を一步一步広げていくべきです。これが「ワンストップサービス」の始まりで、それでお客様のお役に立っていきます。そして、最後は全部受ければいいわけです。

印刷産業は情報産業の一員です。情報産業の中で、印刷は人間の五感を形にできる素晴らしい産業です。他にない五感を形にする産業として発展していきましょう。ITは人間の感性を超えることはできません。人間の感性はITを超えることができます。印刷における「感性価値創造」は、単に紙にインキを載せるのではなく、更にその上に、お客様の感性をもう一層載せるんですよ。それが「感性価値創造」です。印刷産業は情報産業の一員としてモノづくり機能をもった「感性価値創造産業」として、更に進化できると思います。業態変革はエンドレスで続いています。皆さん、ぜひ一緒に業態変革を実践しようではありませんか。実践することで、夢のある新しい印刷産業をつくっていきましょう。

企業見学会 & 環境勉強会 報告

経営革新委員会 加藤 義章(株ノリタケ)

愛印工組の環境・経営革新委員会合同事業として、平成20年度企業見学会 & 環境勉強会を11月7日(金)～8日(土)の2日間にわたり実施し、企業見学会には17社26名、環境勉強会には14社19名が参加しました。初日の企業見学会は、(株)金羊社本社見学及び浅野社長の講話、2日目の環境勉強会では、コクヨ(株)CSR部環境グループリーダー齊藤申一氏の講演を拝聴しました。

1日目：(株)金羊社本社見学

場所：東京都大田区鶴の木2丁目8番4号

創業：大正15年

従業員数：293人(平成20年3月末時点)

主要営業品目：1)オーディオ・ビジュアルソフト関連ジャケット、パッケージ類、2)ゲームソフト関連ジャケット、パッケージ類、3)商業・出版印刷、4)デジタルメディア関連

(株)金羊社は、創業以来約80年の歴史を有する総合印刷会社であり、オーディオ、ビジュアル、ゲーム関連のエンタテインメントパッケージ業界においては、常にトップシェアを有されています。今回、5月に操業を開始された新本社社屋の見学をさせていただきました。新本社社屋は、東急多摩川線、鶴の木駅より徒歩数分の位置にあります。玄関が全面ガラス張りです。今回の見学会開催にあたり、細井環境委員長(副理事長)の「とても同じ印刷会社とは思えず、圧倒される」との言葉のごとく、とても形

容しきれないほどの素晴らしい工場です。

本社に到着後、まず、浅野社長より、『環境変革期における印刷業界』という演題のもと、講話を聞きました。複雑に変化するIT社会の中で、印刷業界のあり方を、共生ネットワークから続く業態変革を踏まえて、詳しく説明していただきました。「これからは、コンペティションからコラボレーションへ、製造業からサービス業へ、そして、プロフェッショナルがよりプロフェッショナルでなければいけない時代である。

また、印刷は手段、我々は、印刷が目的になっていないか、そうではなく、お客様が必要とされる最適メディアを選択しながらサービスを提供していくことを、目指さなくてはならない」と浅野社長は、熱く語られました。

講話後は、社員の方々の意見を取り入れられたという新社屋を案内いただき、隅々まで余すところなく、見学させていただきました。そして、5Sのゆき届いた社屋に、参加者全員が感心させられました。その後社内にて、浅野社長及び同社の方々と、懇親会を兼ねた意見・情報交流会を行い、第1日目を終了しました。

2日目：環境勉強会

演題：「独走環境企業を目指して～コクヨグループの環境保全への取り組み」

講師：コクヨ(株)CSR部環境グループ齊藤申一氏



(株)金羊社 本社にて

会場：(株)カウネット会議室

環境勉強会は、昨今話題となることの多い環境問題について、コクヨの取り組みをお話いただきました。まず始めに、トルエンなど、印刷業界にも馴染みのある有機溶剤や、FSC認証などについて、また、我々の近隣である三重県など環境先進地域などの条例・事例などを踏まえて、もはや、環境配慮は当たり前であり、企業の選別が始まっているとお話をいただきました。

そうした中で、コクヨでは、省資源、リサイクル、グリーン調達、有害化学物質の削減など、様々なテーマの中でも、具体的な重点取り組みとして、地球温暖化防止、エコプロダクツの開発を挙げられていました。地球温暖化防止では、工場、物流、オフィスの3つに分け、それぞれの削減活動に取り組み、工場では、部分負荷時のコンプレッサ運転方法の見直しや空調温度管理の徹底など、物流では、配送拠点の統廃合、オフィスでは、CO₂排出量の「見える化」推進による、不要な照明のこまめな消灯や「クールビズ」、あるいは「ノー残業デー」などの実施といった活動とその成果をお話いただきました。

また、第2のテーマであるエコプロダクツ開発については、エコロジー活動への強い決意を表したも



コクヨ(株) 齊藤申一氏

のとして、2008年度から始められた「エコパツ」マークの表示があります。これは、現状のエコ製品につけるマークでは、環境問題に十分対応できないとの考えから、環境に配慮が足りないと判断した製品にはエコパツマークをつけ、3年間でこのマークをなくし、環境対応商品100%のメーカーを目指すとのことでした。

印刷業界でもISO14000、GP工場など、環境面の意識が高まっていますが、より高い次元を目指さなくていけないと参加者も感じました。

以上、2日間の有意義な見学会、勉強会を行い、全行程を無事終了致しました。

印刷物の発注について 愛知県中小企業共済協同組合への申し入れ

愛知県印刷工業組合では、平成20年11月20日に愛知県中小企業共済協同組合における発注印刷物の業者選定について申し入れを行いましたので、組合員各位におかれましては、積極的に営業活動を行って下さい。

愛知県中小企業共済協同組合 企画室
〒460-0002 名古屋市中区丸の内2丁目4番7号
愛知県産業貿易館西館
電話(052)587-2227 FAX(052)220-3775

OLIVER496SD

大型多色SDシリーズ 第一弾

菊全判4色
印刷機

オールインワン

最新自動化設備 完全装備

最高の製品を担うことで、お客様の満足をお約束します。

Sakurai
株式会社 桜井グラフィックシステムズ
<http://www.sakurai-gs.co.jp>

本社 〒135-0032 東京都江東区福住2-2-9
TEL.(03)3643-1131(代) FAX.(03)3643-1138

名古屋営業所 〒451-0084 名古屋市中区上郷2-9-1
TEL.(052)524-5541(代) FAX.(052)524-5545

大阪営業所 〒532-0012 大阪府淀川区木川東3-1-31
TEL.(06)6308-6651(代) FAX.(06)6308-6679

九州営業所 〒810-0001 福岡市中央区天神5-5-8
TEL.(092)741-2672(代) FAX.(092)741-2670

岐阜工場 〒501-3733 岐阜県美濃市3951
TEL.(0575)33-1260(代) FAX.(0575)33-3146

マルチプレーヤー、現る。

<http://www.komori.com>

「SPICA」は、「4色印刷物の増大、短納期、低価格化、高品質、ワンパス化」といったニーズにパーフェクトに答える片面4色両面2色カラー印刷機のスタンダードモデル、A3サイズからA2サイズ、着半量へとステップアップを目指す印刷会社の次世代戦略機として大きな威力を発揮するコストパフォーマンスに優れたマシンです。そのキーワードは、小さなスペース、大きな利益、バリバリ稼ぐ!。現状の印刷ビジネスに、さらなる活力を与えます。

SPICA 29P-W (標準仕様) 印刷部幅: 297mm (最大幅: 315mm) 印刷部高さ: 1050mm

SPICA 29P-W

(株)小森コーポレーション

名古屋支店 / TEL.052-363-5011
〒454-0807 名古屋市中川区愛知町4-6

永年勤続優良従業員表彰

21名が愛知県知事表彰
会長・理事長表彰は53名

愛知県印刷工業組合（高井昭弘理事長）では、平成20年度の永年勤続優良従業員表彰として、11月1日付けで合計74名を表彰しました。

その伝達式は10月31日午前11時より、愛知県印刷会館3階・会議室において行われ、高井理事長から各企業代表者を通じて、賞状と記念品が授与されました。

受賞者の内訳は、愛知県知事表彰の15年以上勤務優良従業員が21名、全日本印刷工業組合連合会会長・愛知県印刷工業組合理事長表彰の10年以上勤務者が53名でした。

被表彰者（敬称略）



知事表彰＝鈴木鋭子／水野祐子／小林昌矢（共生印刷株式会社）、大知竹彦／鈴置智康／関広樹／高木清志／塚本浩史／丹羽良文／渡邊真二／山本陽子／冨田義明／水野啓一（中日本印刷株式会社）、黒柳直幸／日下部礼子（オフリン株式会社）、宇藤俊樹（株式会社一誠社）、新家恭弘（株式会社プリ・テック）、鈴村正己（半田中央印刷株式会社）、成田尚史（あいち印刷株式会社）、明壁正和／松山浩（株式会社エムアイシーグループ）

全印工連会長・愛印工組理事長表彰＝野中英二／古橋朋子（株式会社文方社）、平岡貢（昭和印刷株式会社）、中野小枝子（名鉄局印刷株式会社）、宅見淳／飯尾三友／金森輝幸（菱源株式会社）、市瀬丈裕／小杉恭生／飯村雄二／神谷好識／碓井攻／山森英樹（中日本印刷株式会社）、福井美臣（オフリン株式会社）、宇津野友貴紀／木下佳史（鬼頭印刷株式会社）、増田崇／永田証巳／原田猛／伊藤裕次／水上敬介／西牟田聡子／樋野直子／小川徳洋／橋目一貴／児島達司／服部賢司／古田早苗／杉山幹浩／藤王崇（長苗印刷株式会社）、石黒公子（株式会社一誠社）、小笠原聡美（株式会社丸和印刷）、内田真一／大嶽剛／山口亘（株式会社プリ・テック）、水野尚之（半田中央印刷株式会社）、石井宏樹（知多印刷株式会社）、後藤春紀／落合清美／米田利治（三井堂株式会社）、岡田守正（株式会社ヨシノ印刷）、梅田孝利／角谷恵（あいち印刷株式会社）、竹之内律子／澤田里美／大津康彦（東名印刷株式会社）、松崎光宗／石丸将司／神谷忠章／松山英希（株式会社エムアイシーグループ）、白井宏明／石原芳人／尾崎吉顕（株式会社奉仕堂印刷）

身近な催し物のお知らせ（愛印工組関係）

開催日時	事業・行事、場所、備考
平成21年 1月15日(木)	事業・行事 平成21年 新春印刷と関連業界 新年互礼会 ところ 名古屋国際ホテル 講演会 15:30～17:00 2階「老松の間」 講師 全日本印刷工業組合連合会 会長 水上光啓氏 演題 「業態変革推進プラン(2008計画)から、業態変 革実践プラン(2010計画)へ『実践!業態変 革実践プラン実践サービスで収益拡大へ』」 新年互礼会 17:30～19:30 2階「国際ホール」
1月30日(金) 13:30 ～20:30	事業・行事 業態変革実践プラン 全印工連2010計画 説明会 ところ 栄ガスビル 4階 「会議室」 西三河協議会2月23日(月) 東三河地区2月13日(金)
2月7日(土) 13:30 ～16:30	事業・行事 印刷営業基礎セミナー「営業の基礎を 確認し、営業の原点をみつめなおす」 ところ 名古屋国際センター 5階 「第一会議室」 講師：岩野行雄氏
2月16日(月) 15:30～	事業・行事 理事会 ところ 印刷会館 3階 会議室

身近な催し物のお知らせ（関係団体）

開催日時	事業・行事、場所、備考
平成21年 1月26日(月)	事業・行事 中部グラフィックコミュニケーションズ 工業組合「新年互礼会」 ところ 中区栄「中日パレス」 詳細は調整中
2月7日(土)	事業・行事 (社)日本印刷学会 中部支部 「冬季印刷セミナー」 ところ 名古屋市中区栄「第3会議室」 印刷に関する技術講演会 その他調整中
2月17日(火)	事業・行事 愛知県印刷産業団体連絡会 平成20年度講習会 ところ 名古屋ガーデンパレス 2階「鼓の間」 詳細は調整中
2月20日(金) ～21日(土)	事業・行事 中部地区印刷協議会 下期会議 ところ キャッスルプラザ 理事・正副委員長各位におかれましては積極 的なご参加をお願い致します。 詳細については、事務局までお問い合わせ下さい。

職業能力開発関係表彰

平成20年度の職業能力開発関係表彰式が11月17日明治記念館で行われました。席上、愛印工組は技能検定事業関係（団体）で、職業中央職業能力開発協会会長表彰を受けました。代表として、教育・労務委員会岡田邦義委員長が出席しました。



前列右側が岡田委員長

平成19年度工業統計速報

愛知県にみる動向
印刷業の製造品出荷額は4,396億円

平成19年度工業統計調査結果速報から。愛知県県民生活部統計課では、愛知県における従業員4人以上の事業所について集計を行った。以下はその集計結果である。

【調査結果の概要】

事業所数は2万1,753事業所、従業者数は87万3,495人、製造品出荷額は47兆4,000億円、付加価値額は14兆1,947億円であった。

【事業所数】

事業所数2万1,753事業所を業種別構成比で見ると一般機械が18.2%（3,966事業所）と最も高く、次いで、金属製品の13.8%（3,001事業所）、輸送機械の10.2%（2,219事業所）、プラスチック8.7%（1,897事業所）、食品7.1%（1,542事業所）となっている。地域別にみると、尾張地区は1万4,516事業所（構成比66.7%）、西三河地区は4,954事業所（同22.8%）、東三河地区は2,283事業所（同10.5%）となっている。

【従業者数】

従業者数87万3,495人を業種別構成比で見ると、輸送機械が34.4%（30万8,665人）と最も高く、次いで、一般機械の12.4%（10万8,056人）、食品7.6%（6万6,805人）、プラスチック6.8%（5万9,477人）、金属製品6.8%（5万

9,350人）の順になっている。ちなみに、印刷は2.4%（2万1,396人）となっている。地域別にみると、尾張地区は43万1,893人（構成比49.4%）、西三河地区は34万3,849人（同39.4%）東三河地区は9万7,753人（同11.2%）となっている。

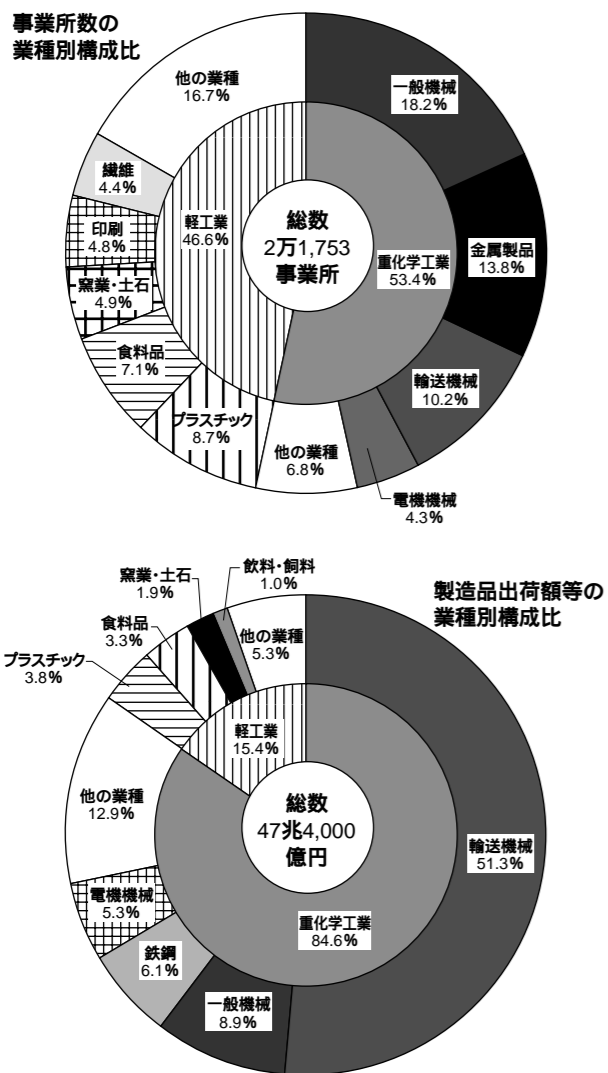
【製造品出荷額】

製造品出荷額は47兆4,000億円。これを業種別構成比で見ると、輸送機械が51.3%（24兆3,289億円）と最も高く、一般機械8.9%（4兆2,265億円）、鉄鋼6.1%（2兆9,053億円）、電気機械5.3%（2兆5,318億円）、プラスチック3.8%（1兆8,010億円）の順になった。ちなみに、印刷は0.9%（4,396億円）となっている。市町村別にみると、豊田市が13兆2,428億円で1位、次いで、名古屋市（4兆2,754億円）、田原市（2兆7,170億円）、安城市（1兆8,214億円）、岡崎市（1兆8,185億円）の順になった。地位別にみると、尾張地区は17兆1,117億円（構成比35.9%）、西三河地区は24兆3,950億円（同51.5%）、東三河地区は5兆9,933億円（同12.6%）となった。

【付加価値額】

付加価値額は14兆1,947億円。これを業種別構成比で見ると、輸送機械が49.1%（6兆9,676億円）と最も高く、次いで、一般機械10.9%（1兆5,480億円）、電気機械4.5%（6,405億円）、プラスチック4.2%（5,897億円）、食品4.1%（5,850億円）の順になった。ちなみに、印刷は1.4%（2,022億円）である。

地域別にみると、尾張地区は5兆485億円（構成比35.6%）、西三河地区は6兆9,760億円（同49.1%）、東三河地区は2兆1,702億円（同15.3%）となった。



全日本印刷工業組合連合会

「業態変革・ワンストップサービス実践ガイドブック」

全日本印刷工業組合連合会がこの程発行した「業態変革・ワンストップサービス実践ガイドブック」には、ワンストップサービス・ソリューションマップが掲載され、その活用方法が詳しく解説されています。

「ワンストップサービス」は、「業態変革実践プラン - 全印工連2010計画」の主題であり、ソリューションマップは、それを具体的に推進するためのツールとして、全印工連が作成したものです。印刷会社を取り組み可能な項目が一覧でき、ワンストップサービスの全体像を把握できるようになっています。これにより、顧客が抱えている悩み事に対し、どのようなソリューションを提供できるのか、ヒントを得ることができます。

ソリューションマップは、横軸と縦軸から構成され、横軸には「印刷」

を基点として、「プリプレス」「セールスプロモーション・クリエイティブ」「マーケティング」に向かう川上戦略の分野。そして、「印刷」から「ポストプレス」「フルフィルメント/保管業務・アセンブリ」「ロジステックス/物流」「分析・効果測定」に向かう川下戦略の分野が並んでいます。一方、縦軸には印刷会社が各分野において提供可能な具体的な項目が並んでいます。

トータルで約230に及ぶサービスを掲げ、このマップで、自社の事業領域を確認し、今後どの事業領域に向けてワンストップサービスを展開していくのか方向性を見極めます。

顧客の要求するサービスを1社で提供することは不可能なことから、共創ネットワーク化をさらに拡大し、ホームページを積極的に活用した全



国コラボレーション推進対策を進めます。具体的な支援策の一つとして、今後、ソリューションマップを全印工連ホームページに掲載し、個々のサービス項目のクリックやキーワード検索をすることでコラボレーションの相手探しが簡単にでき、各企業のセールスポイントを動画で確認できるウェブサイトも開設します。

2008年(平成20年)度版 「愛知県印刷産業団体 連絡会・名簿」刊行

愛知県印刷産業団体連絡会(高井昭弘会長)では、この程、会員19団体の組合員を網羅した「愛知県印刷産業団体連絡会・名簿」(B5判128頁)を刊行しました。この名簿には、愛知県印刷工業組合、中部グラフィックコミュニケーションズ工業組合、愛知県製本工業組合、(社)日本グラフ

ックサービス工業会愛知県支部、名古屋洋紙同業界、愛知見識段ボール箱工業組合、東海北陸シーリング印刷協同組合愛知支部、名活会、中部印刷製本機械工業協同組合、名古屋印刷インキ協会、愛知県紙加工工業協同組合、名古屋紙製品工業協同組合、中部光沢加工紙協同組合、中部印刷機材協議会、中部フォーム印刷工業界、東海グラビア印刷協同組合、愛知県印刷協同組合(同組合の名簿掲載は省略)の役員及び組合員名簿を掲載しています。

また、名簿には、「情報ひろば」のページを設け、知っておきたい制度や法規制、融資、環境用語などについて解説しています。お役に立つ

情報源としてご利用していただけたと思います。ご利用の向きは、当組合までお申し出下さい。1冊800円(消費税込み)でお分けしております。

事務局だより

今年も残り少なくなり、気ぜわしさだけが漂っています。今年の前半はまだしも、後半になり一挙に経済が混沌としてきました。このままの状態を年を越してしまいそうです。一刻も早く正常になることを祈るばかりです。事務局の年末年始の休みは27日から4日までです。新年は5日からとなりますので、よろしくお祈りいたします。



あいの印刷

No.445

平成20年12月10日発行

発行人 高井昭弘

編集 組織・共済委員会

発行所 愛知県印刷工業組合

〒461-0001 名古屋市東区泉一丁目20番12号

TEL 052 962-5771

FAX 052 951-0569

ホームページアドレス <http://www.ai-in-ko.or.jp/>

E-mail アドレス jimukyoku@ai-in-ko.or.jp