

あいちの印刷

12

2013.12
No.505



グランプリに輝いた竹内君佳さんの作品

目次

巻頭言「技にこだわる」
／副理事長 細井 俊男 3

愛印工・岐阜印工・三重印工・愛印協主催
第4回「ポスターグランプリ」表彰式 4

労働災害減少と
労働災害件数減少の重点対策 7

全印工連フォーラム 8

全印工連「CSR認定」の案内
第4回ワンスター認定募集中 12

愛印工・マーケティングセミナー 12

身近な催し物のお知らせ 13

2014全日本印刷文化典京都大会 14

最低賃金・改定 14

お詫び／訃報 14

巻頭言

「技にこだわる」

副理事長 細井 俊男

2013年11月6日から10日まで、第4回ポスターグランプリが行われました。

ご後援、ご協賛、ご協力いただきました組合の皆様方には、厚く御礼申し上げます。

今回のポスターグランプリは、学生の方にとどまらず、一般の方からの作品も応募の対象としました。今回のテーマは、「技」あなたがイメージする「技」。グランプリの決定について、①テーマを的確に表現していること、②ポスター機能としてのメッセージ性に優れていること、③斬新な発想とアイデアにより独自の新規性を有すること、④ポスターデザインの観点から、見やすさにおいて優れていることを中心に、総合的に審査。その結果、グランプリには、学生の竹内君佳さんが受賞しました。心よりお祝い申し上げます。

全印工連では、2013年10月4日に、「全印工連フォーラム2013」を開催しました。フォーラム第1部のプレゼンテーションでは、印刷産業新成長戦略「印刷道 ～ソリューション・プロバイダーへの深化～」の骨子・概要、およびソリューション・プロバイダーの6類型（戦略方向性）の説明が行われました。

フォーラムの中では、印刷産業は、2020年、

市場規模17%減などの厳しい状況になることを予測。その厳しい状況を乗り切るため、ソリューション・プロバイダーとして、持続可能な成長をし、未来を創る印刷産業へと進化を遂げるための戦略を6類型の方向性に分けて提言がなされました。

2020年に成長企業として飛躍するためには、印刷のものづくりにこだわる、印刷ワンストップサービスを行い、提供する印刷関連サービスの幅を広げる、印刷関連以外の業務受託までサービスの幅を広げることなどが必要であると言われました。

現在のデジタル化された設備における印刷では、職人芸のようなものがだしづらくなったと思います。言い換えれば、誰にでもできる仕事になったといえます。

しかしながら、デジタル化された設備においても印刷のものづくりにこだわる必要があります。その中から、新たな技が生まれ、その技がビジネスチャンスにつながると思います。

前述したように、第4回ポスターグランプリのテーマは、「技」。今後、厳しいとされる印刷業界ですが、今後の成長のためには、原点に戻って「技」にこだわる必要があると考えます。

Axuas 私たちは、地球に優しい商品とサービスの提供を通して、心豊かな社会の実現に貢献します。

次の世代に豊かな地球を残し、
皆様の幸せに貢献する企業でありたい。



紙・箔材・LEDの
株式会社

AXUAS

本社所在地 〒460-0008 名古屋市中区栄一丁目25番35号
販売営業本部 TEL:052220 5511 IP電話06013533 5511 FAX:052220 5522
Home Page <http://www.axuas.jp> E-mail info@axuas.jp





賑わいを見せるポスターグランプリ展示会場



表彰式で主催者を代表し挨拶する木野瀬理事長

■愛印工・岐阜印工・三重印工・愛印協主催

第4回「ポスターグランプリ」表彰式

最優秀賞（グランプリ）に竹内君佳さん（専門学校日本デザイナー芸術学院）

「技（わざ）」をテーマに作品募集が行われた第4回「ポスターグランプリ」（主催=愛知県印刷工業組合、岐阜県印刷工業組合、三重県印刷工業組合、愛知県印刷協同組合）の入賞者表彰式が、「ポスターグランプリ展」開催中の11月10日午前10時30分より、愛知芸術文化センター・アートスペースAで開催された。表彰式には、主催組合、来賓、審査員とともに入賞関係者

表彰式は、岐阜印工小川優二理事が司会を務め、冒頭主催者を代表して挨拶に立った愛印工木野瀬理事長は、来賓、審査委員、入賞者などの参加者と協賛企業に感謝の意を表した後、次のように述べた。

「ポスターグランプリも今回で第4回目を迎え、今回から一般の部も加わったことで、約350点の多くの応募がありま

ら多数が参加。最優秀賞（グランプリ）を獲得した竹内君佳さん（専門学校日本デザイナー芸術学院）に、愛印工木野瀬吉孝理事長より賞状・副賞が授与された。さらに、優秀賞、特別賞、協賛会社賞の各賞がそれぞれの受賞者に授与された。

なお、愛知県美術館ギャラリーで開催されたポスターグランプリ展には、会期中710人の入場者があった。

した。今回のテーマは『技（わざ）』でした。印刷物を制作するにあたっては、その中にいろいろな技を持ち込んで作り上げなくてはなりません。その技を磨く、その方法には、例えば、新聞にはチラシが折り込まれてきます、電車に乗れば車内吊りポスターなどがかかっています。いろいろなところに皆さんの教材があります。一つ一つのものに気を配り感性を養うことが大事になってきます。世の中は大きく変化し私共の印刷業界も様変わりをしてきていますが、どのような状況になろうとも皆さんの力が必要です。これからも大いに研鑽を積み、活躍されんことを願っております」。

また、来年開催の第5回ポスターグランプリのテーマが「伝える」に決まったことが報告された。

次いで、審査にあたった審査委員各氏が紹介された後、表彰式に移り、最優秀賞、優秀賞に輝いた各氏が表彰された。（敬称略）



最優秀賞の竹内君佳さんと作品

作品コンセプト

刀が多く使われた江戸時代の刀剣鑢職人は、現代の日本人にも模倣されるデザインを生み出した。時代が移り変わっても日本人が感じる魅力は変わっていないことから、本質の不変を、生み出した職人の技として表現した。



最優秀賞、優秀賞を受けた皆さん。左より相木紀彦（トーヨー印刷㈱）、和田尚樹（半田中央印刷㈱）、稲垣佑衣（サンデザイン専門学校高等課程）竹内君佳（専門学校日本デザイナー芸術学院）、山村萌（専門学校日本デザイナー芸術学院）、上原ミシェル理沙（名古屋コミュニケーションアート専門学校）

■最優秀賞（グランプリ）：竹内君佳（専門学校日本デザイナー芸術学院）

■優秀賞〔一般の部〕：和田尚樹（半田中央印刷㈱）

■優秀賞〔一般の部〕：相木紀彦（トーヨー印刷㈱）

■優秀賞〔大学生・専門学校生の部〕：山村萌（専門学校日本デザイナー芸術学院）

■優秀賞〔大学生・専門学校生の部〕：上原ミシェル理沙（名古屋コミュニケーションアート専門学校）

■優秀賞〔高校生の部〕 稲垣佑衣（サンデザイン専門学校高等課程）

■優秀賞〔高校生の部〕 成田朱里（岐阜県立岐阜各務野高等学校）

また、特別賞、協賛会社賞の授与も行なわれた。

続いて、来賓紹介に移り、中部経済産業局産業部流通・サービス産業課林正実課長、愛知県産業労働部産業振興課丹羽和彦課長、(株)中日新聞社社会事業部村瀬隆治部長の紹介が行われた後、来賓を代表して林課長が祝辞を述べた。

その中で林課長は、「通商産業省も皆さん方のようにデザインに勤しむ方々の育成に力を注いでいます。今回のデザイングランプリを契機として、今後もますますご活躍されることを祈念しております」と期待を寄せた。

最後に、審査報告と作品講評を安藤清審査委員長（中部デザイン団体協議会会長）が行い次のように纏めた。

「今回の作品の審査にあたり若い方々の想像力に感激しました。1枚のポスターを制作することほど難しいものはないと思いますが、今後も精進されデザイン振興に尽力されることを期待しております。ものづくりにはデザインがなくては

成り立ちません。このグランプリが長く続くことで、優秀な方々が多く輩出されるのが楽しみです」。

■特別賞（敬称略）

■中部経済産業局長賞：上越明穂（あいち造形デザイン専門学校）、■愛知県知事賞：中村梨紗（専門学校日本デザイナー芸術学院）、■岐阜県知事賞：溝口美香（名古屋芸術大学）、■三重県知事賞：松尾郁香（名古屋芸術大学）、■名古屋市長賞：小澤未歩（愛知県立起工業高等学校）、■愛知県教育委員会賞：平松里穂（あいち造形デザイン専門学校）、■岐阜県教育委員会賞：野崎綾花（岐阜県立岐阜工業高等学校）、■三重県教育委員会賞：三輪衣里佳（あいち造形デザイン専門学校）、■名古屋市教育委員会賞：伯本蘭奈（専門学校日本デザイナー芸術学院）、■中日新聞社賞：田中理央（名古屋コミュニケーションアート専門学校）、■中部デザイン団体協議会賞：柴田那奈（名古屋総合デザイン専門学校）、■全日本印刷工業組合連合会会長賞：小此木茉莉（愛知県立起工業高等学校）、■愛知県印刷工業組合理事長賞：水野志美（専門学校日本デザイナー芸術学院）、■岐阜県印刷工業組合理事長賞：松野智子（ヨツハシ㈱）、■三重県印刷工業組合理事長賞：桑原菜月（名古屋造形大学）

来年度のテーマは
「伝える」



■労働災害減少と労働災害件数減少の重点対策

職場の安全衛生点検の実施

年末年始安全衛生総点検運動の実施

愛知労働局では、本年度を初年度とする「第12次労働災害防止推進計画」を掲げ、労働災害の防止に取り組んでいます。この目標を達成するために、本年度も「平成25年度年末年始安全衛生総点検運動」を実施します。

【趣旨】

平成25年の愛知県内における労働災害は、9月30日現在、死傷者数は4,206人（前年対比0・4%減）、そのうち死亡者は34人（前年対比1人増）となっています。

本年度は第12次労働災害防止計画の初年度にあたり、労働災害の大幅な削減を図るため、愛知県版の第12次労働災害防止推進計画及び第8次粉じん障害防止総合対策推進計画を策定して、同計画で定める目標の確実な達成に向けて積極的に労働災害防止対策などに取り組んでいます。特に労働災害の多発が懸念される年末年始の繁忙期に、「家族待つ 年末年始 無災害」をスローガンに、職場に潜む危険有害要因を的確に洗い出し、これを除去することにより、安心して働ける職場を目指して、「平成25年度年末年始安全衛生総点検運動」を展開します。

【実施期間】

平成25年12月1日～平成26年1月20日まで。

【主唱者】

愛知県労働局・管下各労働基準監督署。

【協力者】

愛知県労働基準監督署、各地区労働基準協会、その他。

【実施者】

各事業場

【主唱者及び協力者の実施事項】

- ①局署幹部と労働災害防止団体幹部との合同パトロールの実施。
- ②職場の安全衛生点検表の配布。
- ③年末年始安全衛生総点検運動のチラシの作成・掲示、ホームページ掲載などによる広報。
- ④年末に交通労働災害の多発が懸念される業種に対する交通労働災害防止の指導・要請。
- ⑤事業者が行う労働災害防止活動に対する指導及び援助。

【事業者の実施事項】

- ①職場全体の安全衛生総点検の実施（職場の安全衛生点検表の活用／機械など設備の安全措置、用具・工具の使用状況、保護具などの使用状況、製品や原料などで使用されている化学物質の有害性の確認、作業方法の確認など）。
- ②経営トップによる職場巡視・パトロールなどの実施。
- ③系列協会社、構内下請け事業場に対する安全衛生活動の指導及び援助の実施。
- ④安全衛生標語の募集及び発表。

KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

コニカミノルタに全てお任せください。

自校正

Digital Konsensus Premium Ultimate Edition

FolioAQUA

デジタル印刷

bizhub PRESS C7000

環境対応フラット

ケミカルレスCTPシステム

BLUE EARTH

コニカミノルタ ビジネスソリューションズ株式会社 PPG営業統括部 今般営業部 〒460-0008 名古屋市中区栄2-9-15 三井住友海上生命ビル5F TEL. 052-229-4624(代)

印刷産業成長戦略提言

「印刷道～ソリューション・プロバイダーへの深化」

全日本印刷工業組合連合会（島村博之会長）は、10月4日「全印工連フォーラム2013」を東京ビックサイト東6ホールにおいて開催し、2010年秋に発表した「産業成長戦略提言2010」に続く新たなビジョンとして、「産業成長戦略ビジョン2020」を発表しました。フォーラムは、近々発行される提言書「印刷道～ソリューション・プロバイダーへの深化～」の骨子・概要を示す講演会と、深化の6つの方向性についてフォーラム参加者が自由

に意見を交わすワークショップの2部構成で行われました。席上、島村会長は、新しいビジョンについて「策定を主導する産業戦略デザイン室のメンバーは、自社が良くなるためには、まず、業界が良くならなければいけないという共通認識を持っている。今回の提言書には金額では表せない価値がある。じっくりと読み経営に役立てていただきたい」と活用を呼掛けた。講演会での臼田真人委員長と江崎克治副委員長の講演内容を報告します。

印刷業界の2020年に向けた将来展望

利益の源泉は印刷

サービスは顧客との接着剤

臼田 真人

産業戦略デザイン室委員長

□2020年の印刷予測

2020年までの印刷産業を取り巻く環境は、超高齢化社会、経済成長の長期停滞、デジタルメディア時代の本格到来などの要因により、2020年の印刷市場は、市場規模が17%減、従業員数が19%減、事業所数が20%減と予測されている。2010年に発行した「ソリューション・プロバイダーへの進化」でも市場予測を行ったが、ほとんど予測どおり推移している。

電子書籍、スマホなどに代表されるデジタルデバイスに移行する中で、ユーザーがデジタルデバイスの方がいいと判断すれば、それを引き止めるのは難しい。デジタルデバイスの影響が大きい商業印刷・出版印刷は減少していきだろう。一方、堅調なのは包装印刷・特殊印刷・シールラベル印刷だろう。しかし、我々の暮らしに直結した製品は、環境対応の影響はあるだろうがなくなりはない。我々が成長のきっかけとなると判断しているのは、ソフトサービス・ソリューションである。水上光啓全印工連前会長の時代には、「1ドルの印刷物の周りには6～7ドルの付帯サービスがある」と提唱された。印刷の前や後にもっとたくさんの仕事の領域があ

る、と問いかけた。いわゆる「ワンストップサービス」である。また、花崎博己元業態変革推進企画室委員長の時代には、「業態変革マップ」を制作し、得意とする印刷を中核に考える領域の全てを示した。

3年前に「ソリューション・プロバイダーへの進化」を発表した。その時に、「業態変革とソリューション・プロバイダーはどう違うのか」との質問を受けたが、これは全く一緒である、と返答をしている。我々印刷業の生産設備やお客様との関係性などの強み、ノウハウを活かし、お客様のニーズ、情報コミュニケーションにおけるあらゆる悩み事にとことん答えていくこと、業界変革にチャレンジしている会社こそソリューション・プロバイダーになれるのである。

ソフトサービスは全売り上げの3%ほどしかない。ただこのシェアはここ10年で2倍に増えている。このソフトサービスに手を伸ばし、製造とセットで提供している会社は高い売り上げ、経常利益をだしている。このソフトサービスに取り組む必要がある。

□ソフトサービス

印刷会社が成長するためには、どうすればいいのか？ ソフトサービスの話になると印刷業界の悪い習慣で、「ハード志向なのかソフト志向なのか」、あるいは、「設備志向なのかサービス志向なのか」の二極論になってしまう。決してどちらかではなく、あくまでも両方である。今までは設備を中心とした業種目線であったが、これからは、お客様のあらゆるニーズを取り扱っている業態目線への変革が必要である。例えば、お米だけ、お酒だけの「業種店」ではなく、お客様のニーズを満たす「業態店」にならなければならない。

サービスはお客様と会社を結ぶ接着剤である。結ばれた商

機で設備をフル稼働させる。結論を申し上げる。利益の源泉は「印刷・加工」である。では、ソフトサービスとは何か？それは、何をもって顧客に選ばれつついていけるかという接着剤である。私の会社（㈱アドピア）は、印刷機を持っていません。だからわかる。企画・デザイン・マーケティングでビルが建つか一、どれだけ売り上げが上げられるか一。当社の売り上げの9割は印刷である。企画・マーケティングは1割に満たない。我々は実態に即して、印刷・加工で利益を上げなければならない。但し、ソフトサービスという接着剤がないと印刷・加工部門は回らない。

□印刷周辺のサービスを徹底する

「紙積みしている間があれば価値を積んでほしい。価値を積み紙積みも増える」という言葉があった。

故塚田益男氏の言葉をお借りすると「紙積み（専門目線）よさようなら、価値積み（業態目線）よこんにちは」である。私たち印刷人も目線を変えなければ、お客様から選ばれない時代がとうにきていることを、皆さんと認識を共有したい。

印刷業は、印刷のものづくりにこだわってきた。また、印刷ワンストップサービス（業態変革）は提供する印刷関連サービスの幅を広げてきた。そして、2020年を目指すソリューション・プロバイダーである。ソリューション・プロバイダーになるには段階がある。第1段階は、PSP（プリントサービスプロバイダー）である。印刷関連以外の業務委託までサービスの幅を広げ、徹底して提供する。第2段階が、MSP（マーケティングサービスプロバイダー）である。印刷の領域を超えてお客様のマーケティングに係る。つまり、最適なサービスの組み合わせをソリューションとして必要に応じて提供することである。いわゆるコンサルタント的な役割を担う。こうした存在になると、お客様は他の会社を選ばなくなる。接着剤（ソフトサービス）の割合がどんどん増えていく。つまり利益率が向上してくるということである。

□チャレンジする土壌づくり

2020年成長企業への飛躍を図るに、もうサービス対もの



450余名が参加したフォーラム会場

づくりの議論はやめにしましょう。自社の強みを存分に活かし、お客様に価値を提供し、会社が潤うようになれば、次の事業にチャレンジする土壌ができる。2020年に向けて皆さんと進んでいきたい。

2020年には、1社あたりの売上高は4.4%増、1社あたりの従業員数は2.2%増、1人あたりの売上高は2.1%になると予測するが、変革に取り組まれている会社と取り組まれていない会社では大きな差がでる。

印刷は「当事者のメディア」

原点回帰、ワンストップ対応、経営者の心

江森 克治

産業戦略デザイン室副委員長

□社会的存在意義

この時代をどう捉えるか、コミュニケーション環境とメディアの変化を考えてみる。何十年にわたる人口減少はかつて経験したことのない大きな影響を与えている。2100年には人口が半分になると予測される。このことはお客様も物も半分になるということである。さらに、メディアの多様化に

TOYO INK

生活文化創造企業

あなたが企業に求めるものは何ですか？私たちはモノ作りの会社として、先端の技術、最高の製品と品質、そしてまた、さまざまな企業活動を通じて、あらゆる人々に“満足”を届け、しあわせな生活のシーンを支えていくことだと考えます。

私たち東洋インキグループは、世界にひろがる「生活文化創造企業」を目指します。

東洋インキ株式会社 www.toyoink.co.jp

中部支社 〒460-0002 名古屋市中区丸の内1-15-20 丸の内ビルディング12F Tel:052-218-7460

より、以前は伝達する手段が電話か手紙であったものが、いまは電子メディアになった。このメディアの利用時間を3年前と比較してみると、一番増えたのは、「スマートフォンでインターネットを使う」、次いで、「パソコンでインターネットを使う」、「携帯電話でインターネットを使う」などがある。反対に一番減ったのは、「雑誌を読む」、次いで、「ラジオを聴く」、「テレビを見る」、「新聞を読む」である。

新しいメディアが登場し、コミュニケーションの方法が多様化してきたが、しかし、コミュニケーションの総量が減ったわけではない。新しいコミュニケーションスタイルに対応するには、原点に還り「印刷」の特性を検証する必要がある。いずれにせよ、こうした変化の中で、“印刷産業は衰退に向かうのか”というところは思わない。

印刷の原点をグーテンベルグの活版印刷に遡って考えてみる。印刷は「当事者のメディアである」。16世紀のヨーロッパは教会が腐敗・墮落し、マルチン・ルターらの宗教改革が起こった。ルターらは教会に行かず家に聖書を置いて読むように呼掛けた。こうして活版印刷の聖書はヨーロッパ中に広まった。プロテスタントの信者は勤勉で質素だったので、貯蓄を次の投資に回し、それが資本主義の発祥となったといわれている。印刷業は社会を変える情報産業であり、そのことこそ印刷の社会的な存在意義があったと考える。

メディアをコップにたとえると、コンテンツは中に入った水である。テレビやラジオ、新聞はコップと水が一体化しているが、一体化している弊害はメディアに合わせてコンテンツを変えることである。印刷業は預かったコンテンツを変えたりはせずに正確にメディアに仕上げていく。コンテンツとメディアの間を繋ぐことに特化してきた産業である。メディアには嘘が多い。大企業の宣伝よりも、当事者のリアルなメッセージが消費を動かしている。当事者の声をわかりやすく伝えるデザイン、組版、製版、印刷が求められている。

世の中は便利になった。しかし逆に、メッセージが伝わらない時代になった。誰しものが必要としているコミュニケーションに係るソリューションを、デザインや印刷・加工の技術を駆使して、社会を変えていくことに印刷産業の使命がある。コンテンツをWeb、印刷物、電子書籍などと結び付けることがサービスで、これが「価値の源泉」である。また、プロダクトは「利益の源泉」であるというのが我々の考えである。

□必要な3つの要素

全印工連が提唱してきたソリューション・プロバイダーに

必要な要素をまとめてみると、①原点回帰、②ワンストップ対応、③経営者の志である。

原点回帰は、コンテンツとメディアを繋ぐ会社として、自社が結び付けるものは何なのか、もっとも強いものは何なのか、きちんと認識することが大切である。

ワンストップ対応は、あらゆるコミュニケーションに対応し加工する。自社でできなければお互いに助け合って行なう共創ネットワークが求められる。

経営者の志は、メディアと同様に人の価値観は多様化している。社員に何を提供するのかを明確にしなければならない。幕末・明治時代にも、時代の価値観に馴染めない人が多い中、資本主義のリーダーがいたからこそ今の我々がある。新しい経営スタイルをもって皆さんを引っ張っていく必要があると思っている。

自社の強みを生かした具体的な戦略方向性には次の6つがある。

「地域活性プロモーター」は、全国津々浦々どこでもある業種という特性を活かす。今回の提言にあたり、全国5箇所ですテークホルダーダイアログ（利害関係者との対話）を行なったが、これからの印刷産業は様々な顧客を持ち、地域に根ざしている利点を活かし、地域活性化のまとめ役、中心役になって欲しいとのご意見を頂戴した。

「特定機能プロバイダー」は、業種や業界に関係なく、どの会社にもあるような販促物などの最適なメディアを付帯サービスと組み合わせる。

「特定業界スペシャリスト」は、特定の業種・業界に絞る。その業界に必要な物を包括的に提供する。

「メディアプロダクトメーカー」は、印刷を中心とした製品を自社開発し、自らのチャンネルで販売する。ステーションリーやキャラクターグッズなどである。

「パーソナルメディアショップ」は、プリントショップの発展形だがより名前や画像などをバリエーション豊かに制作し、パーソナライズ印刷がより中心となっていこう。フォトブックなどはリアル店舗でもネットでも展開できる。例えば、写真が趣味という人などのコミュニティのハブとしても可能性がある。

「印刷製造スペシャリスト」は、印刷製造に特化することも当然考えられる。コスト・品質・納期を徹底化する。プリプレスからポストプレスまでワンストップ対応することができる。

●印刷機械
●製版機械
●製本機械
●DTP関連機
●印刷諸材料
●データ制作
●オンデマンド印刷
●データ出力

お役に立てる
印刷関連
総合商社

株式会社 盛功社
〒461-0014 名古屋市東区種本町3丁目17番地
TEL 052-932-0611 FAX 052-931-0280
http://sekokofarmet.jp/

120余年の伝統に
培われた信頼と
先進の
テクノロジー

紙でご愛顧65年

印刷用紙専門商社
メイカミ
名古屋紙商事株式会社
社長 長谷川 志

名古屋東区主税町4-63 〒461-0018
TEL 052-931-2221(PO) FAX 052-932-1418
豊田加工センター 豊田西春日井郡豊山町豊場
TEL (0566) 28-2049

ソリューション・プロバイダーの6類型

□地域活性プロモーター

ー地域活性プロモーターとは、地域に固有の文化、風俗、習慣などを熟知し、多種多様なメディアや付帯サービスを組み合わせ、地域の活性化や成長を地域ぐるみで実現するために、地域のまとめ役として各種のプロモーションを支援ー

地域の資源を発掘（見つける）し、ブランド化（磨く）して、広く知らしめ（伝える）ることで、住む人にも来る人にも楽しい（輝く）市場を築く業態である。地域活性化のプロデューサーとして、地元の課題を把握し、解決策を提示していく能力が問われる。

□特定機能プロバイダー

ー特定機能プロバイダーとは、「販促」「イベント」「広報」「顧客データ管理」など、業種や業界に特定されず、多くの企業や組織に必要な「特定の機能」を、最適なメディアと付帯サービスを組み合わせ、高い専門性で提供していくー販売促進、権利問題、広報などの顧客の事業活動に伴う業務の外注先となる業態。BPOに代表されるように、外注できるところは外注しようという企業の動きを捉え、印刷会社がその受け皿となることで、顧客との新しい関係性を築く提案になる。

□特定業界スペシャリスト

ー特定業界スペシャリストとは、特定の業種・業界の製品、ビジネス、あるいは、業務プロセスを熟知することで、顧客との同等の立ち位置で顧客の問題解決に努め、最適なメディアや付帯サービスの選択と活用を提案・提供するー

介護や出版といった特定の業種、業界に特化し、業界固有の課題解決を提案する業態。必要なリソースとしても、顧客のマーケティングや人材育成を指南できるコンサルタントに近い立場が求められる。

□メディアプロダクトメーカー

ーメディアプロダクトメーカーとは、印刷物を含む多種多様なメディアを、顧客から請け負うのではなく、自らリスクを負い、商品として自前チャンネルや他のチャンネルで販

売する。キャラクターグッズ、ステーションナリーなどの紙製品、トランプ・トレーディングカード、フリーペーパー、出版、電子出版などー

自社開発した個別の製品・商品、サービス、製造ラインを武器に、企画開発力を強みとして市場を切り開いていく業態。印刷物の製造ノウハウだけでなく、物売るためのインターネットなど、多様なメディアチャンネルを用いた展開や、ヒアリング能力に長け、販売支援までの業務の幅を広げる人材の獲得が課題となる。

□パーソナルメディアショップ

ーパーソナルメディアショップとは、個人や商店ユースに対応する「プリントショップ」の発展形としての挑戦。パーソナライズされた印刷物、ギフト、その他、多様なメディア関連商品を扱い、商品だけでなく利用者によるコミュニティも提供するなど、同じ価値を持つ人達の新たなコミュニケーションハブとしての可能性も期待されるー

印刷物、ギフトなど多様なメディア関連商品を取り扱い、地域コミュニティや特定の嗜好を持った客層のコミュニケーションハブとなる業態。

パーソナルニーズに応え、パリアブルプリントから他メディアへの導線設計を行なえるプロデュースカや、地域課題に応えるサービス力が強みとなる。

□印刷製造スペシャリスト

ー印刷製造に特化し、コスト、品質、納期対応などでの優位性や、特殊加工などでの付加価値を提供する。徹底した合理化と戦略的設備投資により、プリプレスからポストプレスまでのワンストップ対応で印刷製造機能をリードするー

品質、価格、納期は勿論、データ加工や特殊印刷などでもものづくりを極める業態。競合他社からめきんでた技術力とそれを存分に発揮できる設備はもとより、絶え間ない改善活動が価値を生みだす。並行して新しい加工法や技術の転用先を開発していくことで、従来の印刷業から一歩進んだ事業形態へと発展できる。

※事例として紹介された企業

(株)豊予社「八幡浜ちゃんぽんで街を元気に」、(株)ユニバーサルポスト「折り鶴に込めた思いをソリューションで繋ぐ」、佐川印刷(株)「製造業からコミュニケーション業への変革」、

(株)タニシ企画印刷「介護保険制度開始とともに、今では業界のオピニオンリーダーとして」、(株)ポプルス「コミック分野に特化、顧客が喜ぶ仕掛け次々に」、(株)メイセイプリント「徹底的な強みの追及が自社ブランド力をアップ」、本山印刷(株)「常に耳を傾けていく姿勢と行動力が作り上げた自社ブランド」、(株)長英「受身営業からの脱却」、精巧印刷(株)「印刷の枠を超えた価値を生みだすサービス業へ」、(株)セントラルプロフィックス「高品質のカテゴリーカラーに」、(有)篠原紙工「加工技術を元に印刷製品企画・開発へ」。

※新印刷産業成長戦略ビジョン『印刷道』～ソリューション・プロバイダーへの深化～は近々冊子として発行され、組合員に配布の予定。

カラーもモノクロもページもの印刷得意です

◎厚紙印刷菊全4色0.8mmまで可

◎PP貼のみの仕事引き受けます

データから印刷・製本・発送まで自社一貫体制

 **大日印刷株式会社**

☎0564-62-8461 代 ☎

FAX0564-62-8463

■全印工連「CSR認定」の案内

第4回ワンスター認定募集中

2014年1月31日締切り

全日本印刷工業組合連合会では、「企業が持続可能な経営をするためには、社会から求められる様々な要請に応えるCSR（企業の社会的責任）に取り組み、経営戦略としてマーケティングに活用することが必要である」との認識から、「全印工連CSR認定制度」を創設しています。

平成25年4月に第1回のCSR認定募集を行い、現在までに認定企業は60社になりました

只今、第4回の認定募集を行っています。

〈応募資格〉

都道府県印刷工業組合に所属する組合員企業。

〈募集期間〉

2013年11月1日から2014年1月31日。※2014年3月認定登録（予定）。

〈申請書類〉

応募申込書の受領後、全印工連より申請書を送付。次の書類を提出。①CSR取り組みチェックリスト、②法令遵守宣誓書（所定用紙）、③納税証明書（税務署が交付した証明書）、④過去3年の行政処分がないことの宣誓書（所定用紙）、⑤添付書類（CSR取り組み項目チェックリストで選択した項目を証明する書類）。

〈認定の概要〉

ワンスター認定はCSR認定の標準認定であり、審査機関の横浜市立大学CSRセンターが書類審査を実施し、外部の有識者で構成する全印工連CSR認定委員会において認定する。認定後は2年ごとに更新審査を行い、上位認定であるツースター認定（準備中）を取得することが可能。

〈認定費用〉

認定費用は従業員規模で異なる。詳細は下記まで問い合わせを。

〈問い合わせ先〉

「全印工連CSR」で検索

□愛印工・マーケティングセミナー

安売りせずに、お客さんをごっちりつかむ技術

「客が来る」「売れる」ためのアクション

講師：竹内 謙礼

経営コンサルタント・(有)いろは代表



竹内謙礼講師

【セミナー要旨】

□客が来ないのはなぜか？

竹内講師は、印刷業界の「客が来ない」「売れない」の悩みに陥る2大要因を挙げる。それは、「売り上げを伸ばすことを複雑に考えすぎている」、また、「何から手をつけていい

愛印工・マーケティング委員会（鬼頭則夫委員長）によるマーケティングセミナーが、10月8日ウインクあいちにおいて、講師に経営コンサルタントの竹内謙礼氏（(有)いろは代表）を招き、「安売りせずに、お客さんをごっちりつかむ技術」と題し行われた。セミナーの中で竹内氏は、「客が来ない理由」「売れない理由」について、経営コンサルタント業で培った持論を展開し、「客が来る」「売れる」ためのアクションを紐解いた。

セミナーに先立ち鬼頭委員長が「印刷業界は大変厳しい環境におかれている。そんな状況の中で得てして安売り競争に走ってしまうが、結局その行為は、自分の首を自分で絞めていることに他ならない。そうならないために、安売りせずにどのようにしてお客さんの心を掴み、売り上げを伸ばすことができるのか、竹内先生からそのいろはをお聞きする。何か一つでも感じるところがあれば、是非実践していただきたい」と挨拶。120名の聴講者があった。

のかわからない」からといい、この要因を具体的に掘り下げてみると、「①情報が入りすぎ、いろいろな販促に手をだしすぎている、②『業界の常識』と『新しくやるべきこと』の狭間で悩んでいる、③既存の販促を諦めてしまい、基本ができていない販促を展開している、などがある。さらに、④限られた『人』と『予算』と『時間』の優先順位がわからない、⑤業界全体への不安から、すべての販促が中途半端になっている」などを挙げる。

「客が来ないのはなぜか」その要因を、「①他の印刷会社の方が安い、②他の印刷会社の方が質が良い、③他の印刷会社の方が近いし買いやすい、④他の印刷会社の方が接客が良い」などにより、客が流れるからだとする。これを食い止めるにはどうするか。「価格を下げる、広く告知してお客さんを集める」などがあるとしながらも、「価格を下げたり宣伝をするなど、中小の企業ではとても無理な話である」と指摘。逆に、「価格を上げ、広告費はできるだけ使わない方法を考えてみる」と提案する。しかし、この厳しい競争の中で、価格を据え置いたり、上げることは至難の業である。

□顧客の心理を掴む

竹内講師は、「そこで考えていただきたいのは、高くても

買うという顧客の心理である」と、顧客の心理動向に触れ、「①大好きだから高くても買う、②大好きだからその店で買う、③大好きだから文句も言わない、④大好きだから遠くまで買いに行く」といった顧客の行動から、「大好き」にさせることができれば、「顧客は来るし、値下げをしなくても済む」とする。

この大好きにさせるためにはどうするか。「ストーリーの必要性」、「人を好きにさせる」、「時間をかける」、そのためには、「情報発信、コミュニケーションを増やす」ことが必要だと強調する。そこで、客が来るためのアクションをどうするか、それが仕事の優先順位、ランク付けになる。具体的には、「①どうせダメだ、そんなことやっても無駄だ、と絶対に思わない、②お客さんとたくさん話すチャンスをつくる、③独自のニュースレターを配布する、④販促企画を積極的に展開する、⑤営業DM、営業チラシで新規顧客を獲得する、⑥常連客扱いを徹底する、⑦礼状を出す」などを挙げる。

□仕事ができると思わせる

さらに竹内講師は、印刷営業で「売れない（契約が取れない）のはなぜか」と疑問を投げかける。「売れないのは顧客に情報が伝わっていないからだ」とし、その要因として、「①お得な商品だと思わない、②価格が高い理由がわからない、③性能がわからない、④購入後のイメージがわからない、⑤興味がわいてこない、⑥他社との違いがわからない」などを指摘。

情報を「伝える」ためにはどうするか。その答えは、「仕事ができると思わせる」ことにあるという。では、どうすればいいのか、その具体例として、「①売り上げを伸ばすネタをもっている、②相手に、自分は大切な客だと思わせる、③仕事のスピードが速い」などと、「分かりやすく伝える」点にも触れ、「①効果をはっきりと伝える、②イメージをわかせる（説明文ではダメ）、③面白い・楽しい、④違いを明確に伝える」などを列挙する。

そして、「売れる」ためのアクションについて、次のように伝授する。「①いまの仕事をさらに効率よくして、顧客に喜んでもらう方法を実践する、②営業のシミュレーションをスタッフ全員で行なう、③競合他社を徹底的に考察し、対策方法を協議する」とし、さらに、「①顧客に喜んでもらう情報（売り上げを伸ばす情報）を集める、②新規事業、新サービスの模索」なども付け加える。

●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26年 1月10日(金)	事業名	平成26年新春 新年互礼会
	ところ	名古屋東急ホテル
	演題:「印刷道～ソリューション・プロバイダーへの深化～」 講師:鳥原久資氏 全印工連産業戦略デザイン室委員 講演会のみ参加も受け付けます。 詳細は開催案内をご確認ください。 参加費:13,000円(組合員・講演会含) 16,000円(一般・講演会含)	
1月20日(月) 14:00～17:00	事業名	アドビテクニカルセミナー 2014 冬の陣
	ところ	ウインクあいち 1103会議室
1月25日(土) 10:00～ 12:00	事業名	印刷機の予防保全セミナー
	ところ	メディアージュ愛知 3階 大会議室
	定員	40名 参加費無料
2月25日(火) 19:00～20:30	事業名	第2回マーケティングセミナー
	ところ	メディアージュ愛知 3階 大会議室
3月6日(木) 18:30～ 20:00	事業名	第2回経営セミナー「未来を破壊する」を読み解く
	ところ	ウインクあいち 1202会議室
	参加費	組合員4,000円、2人目から3,000円・一般6,000円

●身近な催し物のお知らせ(関連団体)

開催日時	事業・行事、場所、備考	
1月24日(金) 13:00～ 18:50	事業名	中部グラフィックコミュニケーションズ工業組合 「第一回クロスメディアカンファレンスNAGOYA」
	ところ	ウインクあいち 1002会議室
	参加費:7,000円(学生3,000円) 定員:100名 講演:小林 弘人氏 (株)インフォバーン代表取締役CEO 「メディア化する企業と新しい時代のマーケティング」90分 徳力基彦氏 アジャイルメディア・ネットワーク(株) 代表取締役社長 「企業のソーシャルメディア活用の基本コンセプト」90分 町田 聡氏 アンビエントメディア代表 「最先端映像表現を用いたマーケティング手法」90分 お問合せ先:電話052-962-5771FAX052-951-0569(担当:高屋)	

最後に竹内講師は、「客が来ない、売れないの悩みは3ヶ月で決着を付け、難しいことからやらない、売れる成功体験を積む」ことなどを強調した。

竹内講師の無料メールマガジン「ポカんと売れるネット通信講座」を開講している。この講座は、週に一回、竹内氏がビジネスやネット販促について最新情報を紹介する無料のメールマガジン。
<http://e-iroha.com>

KOMORI
Kando Beyond Expectations

H-UV Innovative Curing System
ハイブリッドUVシステム

瞬間乾燥とパウダーレスが短納期と高品質をもたらす
革新的な乾燥システムが商業印刷を変えました。

Made in Japan with state-of-the-art technologies

株式会社 小森コーポレーション 名古屋支店 〒454-0807 名古屋市中川区愛知町 4-6 Tel:052-363-5011 www.komori.com

2014全日本印刷文化典京都大会

「販促アイデアグランプリ2014」 出展社募集

京都府印刷工業組合（滝本正明理事長）では、全国の印刷組合並びに関連企業が結集する「2014全日本印刷文化典京都大会」（平成26年10月24日・25日）に合わせ、「販促アイデアグランプリ2014」を開催する。この催事は、デジタル技術の発展により情報伝達手段が多様化する中で、様々なアイデアを駆使して印刷需要の拡大に成功している全国各地の組合員より出展を募集する。「販促アイデアグランプリを実施することで、出展社の一層の販促拡大と組合員間の連携やコラボレーションに繋がり印刷業界全体の活性化に結び付く」としている。

【出展募集要項】

- ▼名称：「販促アイデアグランプリ」
- ▼会期：平成26年10月24日午後5時～7時
- ▼会場：ウェスティン都ホテル東館2階
- ▼募集対象：第一次募集／全国の印刷工業組合並びに印刷工業組合会員企業



▼出展募集：①斬新で独創性のある販促アイデアであること、②具体的な販促活動が可能であること

▼募集時期：平成26年3月

▼出展小間：直径2メートルの円卓

▼出展料：1小間3万円(消費税込み)

▼審査方法：来場者1人1票の投票

▼賞金：グランプリ他（賞金総額100万円）

▼表彰：会期当日午後7時より開催の「記念パーティー」の席上で表彰

▼詳細：京都府印刷工業組合事務局
TEL075(312)0020 FAX075(314)8692

間を超える時間の労働に対して支払われる賃金（時間外割増賃金など）、④所定労働日以外の日の労働に対して支払われる賃金（休日割増賃金など）、⑤午後10時～午前5時までの間の労働に対して支払われる賃金の内、通常の労働時間の賃金の計算額を超える部分（深夜割増賃金など）、⑥精皆勤手当、通勤手当、家族手当。

(1)時間給の場合

時間給 \geq 最低賃金額（時間額）

(2)日給の場合

日給 \div 1日平均所定労働時間 \geq 最低賃金額（時間給）ただし、日額が定められている特定（産業別）最低賃金が適用される場合には、日給 \geq 最低賃金額（日額）

(3)月給の場合

月給 \div 1ヶ月平均所定労働時間 \geq 最低賃金額（時間額）

(4)上記の組み合わせの場合

例えば、基本給が時間給制で各手当（職務手当など）が月給制などの場合は、それぞれ上記(1)、(3)の式により時間額に換算し、それらを合計したものを最低賃金額（時間額）と比較します。

■最低賃金・改定

愛知県の最低賃金780円に!!

臨時、パート、アルバイト、嘱託など雇用形態に係らず、すべての労働者に適用

最低賃金（時間額）が各都道府県で改定されました。愛知県の場合これまでの758円から22円アップし780円になりました。

最低賃金制度とは、最低賃金法に基づき国が賃金の最低額を決め、使用者（事業主）は、その最低賃金額以上の賃金を労働者に支払わなければならないとする制度です。最低賃金額以上の賃金を支払わない場合には、罰則（50万円以下の罰金）が定められています。

最低賃金には、「地域別最低賃金」と「特定（産業別）最低賃金」の2種類があります。

地域別最低賃金は、常用、臨時、パート、アルバイト、嘱託などの雇用形態や呼称に係らず、都道府県内で働くすべての労働者とその使用者に適用されます。特定（産業別）最低賃金は、特定地域内の特定産業の

基幹的労働者とその使用者に対して適用されます。また、派遣労働者は、派遣先の最低賃金が適用されます。

(※)最低賃金には次の賃金は算入しません。①臨時に支払われる賃金（結婚手当など）、②1ヶ月を超える期間ごとに支払われる賃金（賞与など）、③所定労働時

【お詫び】

先月号において、協同印刷(株)の訃報をお伝えしましたところお名前に誤りがありました。関係各位にご迷惑をお掛けしましたこと、深くお詫び申し上げますとともに、再度、正しい内容を掲載いたします。

訃報

■協同印刷(株)専務取締役川合浩氏は10月23日ご逝去されました。葬儀・告別式は10月26日豊橋市の「葬儀会館ティア豊橋南」において執り行われました。謹んでご冥福をお祈りいたします。

あいの印刷

No.505

平成25年12月10日発行

発行人 木野瀬 吉孝

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

メディアージュ愛知1階

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