

あいちの印刷

2

2013.2
No.495



美瑛冬景色

もくじ

巻頭言「明日の顧客」 ／副理事長 細井俊男	3
愛印工	
「平成25年新春印刷と関連業界新年互礼会」.....	4
全印工連／第6回MUDコンペティション	7
印刷工業会設立60周年	
「未来の印刷産業アピール論文」	8
環境に配慮した印刷総合認定制度	
「グリーンプリンティング(GP)制度」について	10
GP認定工場アンケート実施	11
身近な催し物のお知らせ	11
全印工連「印刷業経営動向実態調査」	12
訃報 岩田宗雄氏逝去	13
アドビテクニカルセミナー2013冬の陣	13
愛印工組後援「2013光文堂新春機材展」 ／事務局だより	14

巻頭言

「明日の顧客」

副理事長 細井 俊男

我々は、顧客が求める新しいものを常に提供する為に、絶え間なく挑戦を続けています。

会社では「業態変革」のビジョンを掲げて、新しいことへの挑戦を至上命令とする。

「200円に近い高級おにぎりがコンビニで売れるのか」の消費者調査を行ったら、ほとんどの人が「ノー」と答えた。しかし、実際「こだわりのおむすび」は大ヒットした。

「消費者は不景気で家計の収入が減ったため支出を切り詰めている」と当然のように世間では分析をする。しかし、スマートフォンや旅行などへの支出は伸びていた。物販への支出減は、家計収入が減ったから支出を控えているのではなく、買いたくなるような新しくて質の高い商品が提供されていないことにあるのではないのでしょうか。

このことから価格だけではなく多少高価でも質の高い商品が提供されていないことにある。

つい、「購買力が低下したなら安くしなければ売れない」という間違っただ判断から、結局安くしても売れない悪循環にはまっていく。

営業成績が上がらないとする。「景気が思うように回復しないから仕方がない。競合が進出

してきたからしょうがない」と、何かのせいにして妥協したらそれで終わり。景気も競合のことも何の思い込みを持たず、固定観念を捨て、過去の常識にとらわれず、常に頭の中を白紙にして、どうしてなのか、どうすれば売れるのか、「明日の顧客」が求めるものは、「今日の顧客」が求めたものとは異なる。

明日の顧客の求めるものは目に見えない。

顧客に聞くのではなく自分で「仮説」を立て、その結果を「検証」する。これが最も大事なことであると思う。

新年互礼会での全印工連の島村会長ご挨拶の中で、印刷業界として、まずは組合員が無事に生き残ってほしいとスピーチしてみえました。もちろん極論であるのは、理解しているのですが、たいへん頼もしくも思えました。

我々愛印工の理事・役員も同じ気持ちで活動をしています。業界が持っている諸問題や新しい情報や制度を作り・伝え・啓蒙する。今年は、持続可能な経営を目指す為に「戦略的CSR」（企業の社会的責任）を組合全体で、取得に向けて活動して行こうと考えております。

是非、盛り上げていきたいと思っておりますので、ご協力よろしくお願いたします。

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
販賣本部 TEL052220 5511 F05205013533 5511 FAX052220 5522
Home Page <http://www.axuas.jp> E-mail info@axuas.jp



愛印工「平成25年新春 印刷と関連業界新年互礼会」



新年互礼会の会場



挨拶をする木野瀬理事長

「CSRの最も大事な利害関係者は自分の会社の社員です。社員が幸せな生活をし、幸せな環境を享受できなければ、社会的責任を果たしているとはいえません」と挨拶

CSR(企業の社会的責任)、その重要性を説く 「企業の社会的責任、果たさない企業は生き残れない」(木野瀬理事長)

愛知県印刷工業組合(木野瀬吉孝社長)主催、愛知県印刷産業団体連絡会協賛による「平成25年新春 印刷と関連業界新年互礼会」が、1月16日17時20分より、名古屋東急ホテル「ヴェルサイユの間」において開催されました。参加者は、来賓、組合員、関連業者など300人におよび、2013年の幕開けを祝いました。席上、木野瀬理事長は「CSRは企業にとって大変重要な事項ですので、是非、皆さんも取り組んでいただきたい」と要請しました。

また、新年互礼会に先立ち島村博之全印工連会長による講演会「全印工連会長メッセージ」が行われました。(なお、新年互礼会の司会進行は岡田邦義副理事長が務めました)。

来賓・組合員・関連業者ら300人が新春を祝う

新年互礼会は細井俊男副理事長が登壇し開会の挨拶。その中で、「今年は巳年です。へびは脱皮をしますので、復活と再生という意味合いがあります。新しいことを始めるには一番いい年で、新しいことが起き、発展をする、そのような年です。12年前は小泉政権が誕生し、24年前は昭和から平成になるなど、非常に期待できる年の始まりです。組合も新しいことを進めていきます」と述べました。続いて、主催者を代表し木野瀬理事長が挨拶に立ち、出席者に感謝の意を表したあと、次のように述べました。



司会進行を努めた岡田副理事長



開会挨拶を行った細井副理事長

「新年互礼会の前に島村会長の講演があり、その中でCSRについての話がありました。CSRとは企業の社会的責任のことですが、このCSRをうまく表現されたのが浅野健元全印工連会長です。浅野元会長は、CSRは定期健診だといわれた。それぞれの会社の定期健診をどうするのか。これから全印工連が始めようとしているCSRは、よりよい企業経営を目指していくものであり、そのためにも企業診断というものが大事になってきます。定期健診、健康診断などは、別に受けなくても命は落としません。そのまま生きながらえ長生きするかもしれません。しかし、ひょっとしたらガンに侵されているかもしれない。それを発見するのがCSRの診断である」との認識を示した。

さらに、CSRの重要性について、「これからの時代、企業の社会的責任を果たしていかない企業は、生き残れないし、企業としての存続を認められません」とした上で、「それぞれの会社でいろんなステークホルダー、利害関係者があります。社員、お客様、社会、さらには環境や労働安全などにまで広がり、経営理念や地域への貢献度まで問われるようになってきました。私は、CSRの最も大事な利害関係者は自分の会社の社員だと思っています。つまり、社員が幸せな生活をし、幸せな環境を享受できなければ、社会的責任を果たしているとはいえません」と強調しました。

また、「私どもでは、CSRで地域を変える、というスローガンを打ち立てました。CSRが変えるのではなく、CSRで変えるというものです。では誰が変えるのか、それは自分の会社であったり、業界で



来賓挨拶を行う中部経済産業局彦坂課長(左)と愛知県産業労働部加藤技監

あったりします。つまり、全体で根本的に地域を変えていこうとするものです。地域への貢献度が問われている今、皆さんもまじめに取り組んでいただけたら、変わってくるのではないかと思います」との期待を表明しました。

最後に、「今年もいろいろな提案をさせていただき、よりよい業界になるよう努力を重ねてまいります」と結びました。

続いて来賓祝辞に移り、中部経済産業局産業部流通・サービス産業課彦坂謙二課長、愛知県産業労働部加藤丈雄技監が祝辞を述べました。

この中で彦坂課長は、政府の緊急経済対策に触れ、「総額10兆円の補正予算が閣議決定されました」とした上で、経済産業省関連の施策について次のように述べました。「成長率強化、中小企業小規模事業者対策、日本企業の海外展開支援、復興防災対策の4本柱の施策が盛り込まれています。この中でとりわけ小規模企業事業者対策は総額5,400億円で、中小企業の皆様方の活力を高めていただくために、新



乾杯の発生を行う島村全印工連会長



情報交換・親睦に華が咲く新年互礼会

愛知県知事表彰を受ける高井副理事長(上)と岡田副理事長



●講演会「全印工連会長メッセージ」

講師／島村博之全日本印刷工業組合連合会会長

新春互礼会に先立ち、15時30分より「バロックの間」において、島村会長による「全印工連会長メッセージ」の講演が行われました。

この講演内容については次号に詳報します。



「全印工連会長メッセージ」が行われた講演会会場

しい分野への取り組み、経営革新、経営改善、あるいは資金繰りに対する支援など、中小企業の皆さまの活性化に向けた支援をしております。これらは補正予算だけでなく、平成25年度予算についても切り目なく対策を組んでいきます。

今回の経済対策は予算規模が大きいことから、印刷関連業界の皆様にも活用していただけるメニューがあると思います。何かありましたら是非ご相談下さい」。

また、愛知県の加藤技監は、課題が山積する中で県の取り組みについて触れ、「県では産業空洞化対策における産業立地あるいは研究開発の支援、中小企業応援ファンドを利用した新商品開発、県の融資制度を利用した金融面での支援など、積極的に取り

組んでまいります」との姿勢を示しました。

続いて、愛知県知事表彰の授与が行われ、組合への功労を称え前理事長の高井昭弘氏と岡田邦義副理事長に表彰状を加藤技監より記念品を木野瀬理事長よりそれぞれ手渡されました。

次いで、乾杯の発声を全印工連島村会長が行い祝宴に入りました。

情報交換と歓談に華が咲く中、鳥原久資副理事長の中締めでお開きとなりました。



中締めを行った鳥原副理事長

愛知県印刷技能検定使用機種

OLIVER 466SD

菊半裁4色印刷機

LED-UV搭載可能

最高印刷速度16,100回転

高品位印刷を実現する倍径圧胴、
逆くの字調配列を採用した
正菊半サイズの省スペース機



大好評! オリバー-SD/SDPシリーズ 菊半裁・四六半裁・菊全判の3機種

Sakurai

株式会社 桜井クラフトシステムズ
TEL: 011-741-2672 FAX: 011-741-2670

本社
〒105-0032 東京都港区東区福住2-2-0
TEL: (03) 3643-1131 (F) FAX: (03) 3643-1138

中部営業所
〒501-3733 岐阜県美濃市3951
TEL: (0575) 35-2551 (F) FAX: (0575) 35-2881

大阪営業所
〒532-0012 大阪府淀川区東川原3-1-31
TEL: (06) 6308-6651 (F) 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 (F) FAX: (092) 741-2670

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

全印工連／第6回MUDコンペティション

経済産業大臣賞に 大阪シーリング印刷が受賞

評価

「発想豊かな作品が多くレベルも向上」

全日本印刷工業組合連合会（島村博之会長）が主催する「第6回MUDコンペティション」の審査結果が昨年12月25日に発表され、経済産業大臣賞に一般の部から大阪シーリング印刷（松口正社長、大阪市）の「購入者と販売者に向けた園芸たねのパッケージ提案」が、学生の部では、芝浦工業大学の「ボウサイ」が選ばれた。

今回の応募総数は、一般130点、学生191点の計321点。ポスターやカレンダーなどの印刷物から、パッケージや標識の見せ方の提案まで、工夫を凝らした作品が出品された。

これらの中から、経済産業大臣賞ほか、優秀賞には一般・学生合わせ6点、また、佳作には一般・学生合わせ12点が選ばれた。

審査では、「発想豊かな作品が多くレベルが年々上がってきている」との評価の一方、「色使いのルールにとらわれ過ぎず冒険してほしい」といった厳しい指摘もされた。

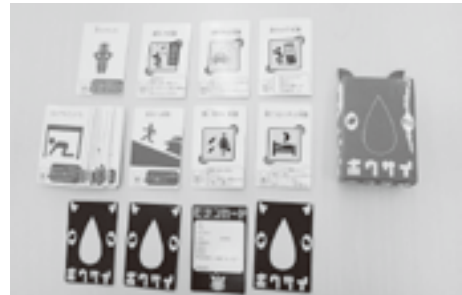
また、講評では、企業や地域、学校と連携し、コンペを通じて製品化やMUD活動への賛同者が増えて欲しいといった要望も聞かれた。

【経済産業大臣賞】

▽一般＝大阪シーリング印刷(株)（坂本精啓、富田美奈子、池田恒、山田あゆみ、岸田朋子、重光隆）「購入者と販売者に向けた園芸たねのパッケージ」（大阪府）



第6回メディア・ユニバーサルデザインコンペティション経済産業大臣賞（一般の部）を受けた大阪シーリング印刷(株)の「購入者と販売者に向けた園芸たねのパッケージ提案」



第6回メディア・ユニバーサルデザインコンペティション経済産業大臣賞（学生の部）を受けた芝浦工業大学・岩井なつみさんの「ボウサイ」

▽学生＝芝浦工業大学（若井なつみ）「ボウサイ」（東京都）

【優秀賞】

▽一般＝(株)野毛印刷社（井田清美）「要援護者のための災害時支援マニュアル」（神奈川県）、(株)一心社（制作部）「SUSHI BOOK」（大阪府）、(株)山縣（マーケティング部門）「2WAY 封筒用ケース」（東京都）

▽学生＝常葉学園大学（上田早織）「マナー箸袋」（静岡県）、芝浦工業大学（永井理菜）「MUDかみしばい」（東京都）、大阪市立デザイン教育研究所（橋沙央莉）「2014年二十四節気別カレンダー」（大阪府）（敬称略）



KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

コニカミノルタに全てお任せください。

色校正

デジタル印刷

環境対応フリオート
ケミカルレスCTPシステム

Digital Konsensus Premium
Ultimate Edition

Falboard AQUA®

bizhub PRESS C7000

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 デジタルイメージング事業部 中部支店 〒460-0008 名古屋市中区栄2-9-15 三井住友海上ビル5F TEL. 052-229-4624(代)

印刷工業会設立60周年 「未来の印刷産業アピール論文」

■最優秀賞

印刷の未来

～印刷技術が有する無限の可能性を求めて～

山田 浩司 凸版印刷(株)広報本部

第1章 印刷産業の現状と課題

印刷産業は、グーテンベルグの活版印刷が発明されたことに端を発し、様々な技術革新を経て、オフセット印刷やグラビア印刷などの印刷手法を導入し、人々の豊かなくらしづくりに大きく貢献してきた。

グーテンベルグ当時の印刷産業の役割は、紙などの媒体に文字を再現し、同時に多くの人々に情報を伝えることであった。その後、印刷技術がさらに発展することにより大量に高速かつ安価に印刷物の複製が可能となり、情報をより多くの人に同時に伝えることを可能にした。そして、いかに大量に高速かつ安価に複製するかという追求が、印刷産業が追及してきた役割であり、同時に発展していくための課題でもあった。

一方、近年、印刷技術の発展以上にデジタル技術が急速に進展し、数多くのデジタル媒体が、印刷物が果たしてきた上記の役割を代替し、印刷物の需要減少が余儀なくされてきている。日本における印刷産業の現状を出荷額ベースで見ると、かつての8兆円をピークに、現在の6兆円台にまで右肩下がり傾向が続いている。今後も、デジタル技術がさらに発展していくことが予想され、これまで以上に情報が容易に提供

印刷工業会（足立直樹会長）は、昨年、設立60周年を迎えたことを記念し、“未来の印刷について”をテーマに、「未来の印刷産業アピール論文」を募集しました。その結果発表と表彰式が昨年12月18日に東京・一ツ橋の如水会館で開催された年末会員懇談会の席上行われました。最優秀賞に凸版印刷(株)の山田浩司氏、優秀賞に大日本印刷(株)の溝尻誠氏と(株)電通テックの馬場裕一郎氏が受賞しました。この記念論文の募集は印刷産業で働く若い人達（40歳未満）を対象に行われ93点の応募がありました。

本誌上で、最優秀賞を受賞した山田氏の論文を紹介します。

（なお、優秀賞には、「印刷の未来の未来」溝尻誠氏（大日本印刷(株)）、「印刷は印刷らしく」馬場裕一郎氏（(株)電通テック）が選ばれています）。

されることが可能となり、印刷産業の役割が変化すると考える。その役割の変化とは、情報伝達だけではなく、印刷物を手にする人に何らかの付加価値や、新たな体験を提供する役割の比重がより大きくなっていくということである。言い換えると、容易に情報を提供できる他の媒体の出現により、情報伝達という単一の価値提供では、印刷産業は役割を果たしているとはいえなくなってしまったということである。そこで、印刷産業に求められているのは、印刷物を通じて新たな価値を創出し、提供することではないかと考える。

第2章 未来の印刷産業のあり方

印刷産業が新たに直面している「新たな価値を創出し、提供する」という課題に対するアプローチとして、今後の印刷産業は、究極のアナログを追及すべきであると私は考える。ここで述べる究極のアナログの追求とは、2つの意味を有する。

1つは、アナログ印刷物における質的内美を追求することである。ここで述べるアナログ印刷物とは、紙の上にインクを載せた、本のように形あるものを指す。デジタル技術が駆使され、情報は高速かつ広範に伝達することが可能となり、さらには、情報を自由に保存することさえ可能となった。しかし、こうしたデジタル化が発展し続けるとしても、印刷産業が果たしてきた役割のうち、情報伝達という部分が、新たに出現したデジタル媒体に変わられたということに過ぎない。私は、アナログ印刷物が有する価値の最も大切な部分は、デジタルでは決して表現できない質的内美、すなわち、アナログ印刷物から得られる感触や色味を通して得られる人間的な感情や感性であると考え。素材、質感、色味、文字などにこだわりをもたせた類のないアナログ印刷物は、大量生産されたものであるのは事実ではあるが、印刷物を手にする側からすると、手に取った瞬間からそれはその人にとっての1点物となる。提供する側と手にする側。産業としての印刷を追及すると、ともすると、提供する側の理論で1点1点に対す

るこだわりが欠けてしまうことがある。しかし、手にする側にとっては、印刷物を手にすることにより、新たな体験を得たいとする想いが必ずあるはずである。我々は、手にする側の想いを常に心に留めていただろうか。アナログ印刷物が大量に複製されたものであっても、製造する側が手にする一人ひとりの顔を思い浮かべ、印刷物に心を込めて作り上げることで、人々の心を揺さぶる究極のアナログ印刷物としての役割を果たすものになるはずである。印刷産業は、この価値を提供することについてもう一度しっかりと向き合う必要があると考える。

2つ目は、アナログ印刷物にデジタル要素を掛け合わせ、新たな価値を持たせることである。新たな価値とは、情報伝達という従来の役割とは別に、アナログ印刷物を通して得られる「体験」である。例えば、AR（Augmented Reality 拡張現実）が挙げられる。ARでは、アナログ印刷物上に表示された情報を読み込むことによって、人工的に構築された仮想物体を通じて情報を得ることができる。こうした体験を通じて人々の五感を刺激することができ、情報伝達に留まらない新たな価値を提供することができる。このような体験や、体験を通じて得られる感情は、アナログ印刷物があるからこそ初めて提供できる価値である。

以上のように、究極のアナログを追求することにより、印刷産業でしか提供できない価値を提供し、人々が持つ感情に訴えかけることが、印刷産業が直面する課題に対してアプローチすることであり、果たすべき役割であるとも考える。

第3章 未来の印刷産業を切り開く新たな提案

しかし、印刷産業の現状を見ると、第2章で述べたアナログ印刷物の追求だけでは、印刷産業の未来を切り開くには十分とは言えない。そこで、印刷産業の未来を切り開くもう一つの提案として、紙という媒体に、材料である印刷用インクを載せるという印刷技術の原点を再認識してみてもうどうだろうかかと私は考える。

従来の印刷産業は、紙にインクを載せるというコーティング技術を駆使することにより、同様の機能を持ったものを大量に高速かつ安価に生産し、アナログ印刷物を提供してきた。時代が進むにつれて、印刷産業は紙やインクだけにとらわれず、フィルムやガラスなどの基材に機能性材料などをコーティングすることにより、カラーフィルタや太陽電池バックシートなどの新たな価値を提供している。私は、コーティング技術に着目し、Aという媒体にBという材料をコーティングする。すなわち、「AにBを載せる」という発想により、印刷産業は新たな価値を生み出す無限の可能性を秘めているのではないかと考える。

私は大学院で応用科学を専攻し、1秒で充電完了可能な「高速充電型二次電池電極材料」の研究を行なってきた。私の研究では、合成した導電性高分子を電極上に、均一にかつ再現性高くコーティングするという工程を通じて、実用化には至らなかったが、従来の概念を覆すほど速く充電可能な電池という新たな価値を創出することができた。ここに印刷産業の未来を切り開くヒントがあると私は考える。すなわち、印刷産業が得意とするコーティングという観点から、「AにBを載せる」という印刷技術を駆使したアプローチに着目し、従来の印刷の概念にとらわれない無限の発想から新たな価値を創出できるのではないかとという提案である。

例えば、私が研究に取り組んでいた高速充電型二次電池電極材料を実用化し、「スマートフォンの充電自動販売機」を創出するというアイデアである。街に存在する自動販売機のように、例えば、NFC（Near Field Communication、近距離無線通信サービス）を搭載したスマートフォンを充電自動販売機にかざすと、決済すると同時に、瞬時にスマートフォンを充電完了できるというサービスである。印刷産業が得意とするコーティング技術を駆使し電極材料の研究・開発だけでなく、様々な業種の顧客と幅広い接点を持つ印刷産業の特徴を活かし、企業とアライアンスを組むことにより、決済を含めたサービスの提供を可能とするのである。日本にお

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 le丸の内ビルディング12F Tel:052-218-7460

けるスマートフォンの普及率は、昨年の6%から約3倍の20%に増加しており、今後さらなるスマートフォンの普及が見込まれるため、「スマートフォンの充電自動販売機」の需要の可能性は十分秘めているはずである。

このように、紙にインクをコーティングするという印刷の原点に着目し、印刷産業が有する無限の可能性を引き出すべきである。そして、環境・エネルギー分野やエレクトロニクス分野、さらには、情報セキュリティ分野における偽造防止・情報管理技術、医療分野における薬品包装フィルムなど、あらゆる分野において、印刷産業がコーティング技術を進化・発展させることにより、非常に大きな役割を果たすことができる可能性があると考えられる。

第4章 まとめ

アナログ印刷物を代替するデジタル媒体の出現に伴い、今後もデジタル化の追求のみを図り続けていくと、印刷産業としての役割や価値が薄れていってしまう。なぜなら、デジタル化の発展に伴い、他のあらゆる企業も同じ価値を提供することが可能になるからである。一方で、アナログ印刷物の追求のみにこだわり続けても、利益を生み出す産業としては、印刷産業の現状を見ても限界がある。

したがって、未来の印刷産業のあり方は、まず、第2章で述べた2つの視点からアナログ印刷物を追求することにより、人々の精神的満足を提供するという役割を再認識することが第一に重要であると考えられる。アナログ印刷物を手にする人にとっての1点物の価値が、デジタル化の波にのまれることなく、今後の印刷産業を支えていくこともまた確かであると考えられる。そして、第3章で触れたように、印刷の原点であるコーティング技術の視点に立ち返り、「AにBを載せる」という究極な印刷技術を追求することが2つ目に必要であると考えられる。

このように、新たな価値の創出という印刷産業全体に立ちかかる課題に対し、かつての情報伝達という単一的な役割には留まらず、無限の可能性を秘めたアプローチをし続けることが、印刷産業として果たすべく役割、すなわち、未来であると私は考える。

●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 名古屋市中区栄区本町3丁目17番地
TEL 052-632-5611 FAX 052-631-0280
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

■環境に配慮した印刷総合認定制度 「グリーンプリンティング(GP)制度」について

第27回GP工場認定募集受付中

—締め切りは2月末日—

(社)日本印刷産業連合会(以下、日印産連)では、印刷業界の環境自主基準である『日印産連「各種印刷サービス」グリーン基準』に準拠した「グリーンプリンティング認定(以下、GP認定)」を行っている。現在、GP認定工場数は289工場となり、そのうち全印工連の会員155工場がGP認定工場となっている。

第27回GP工場認定の申請募集を行っているので、以下、GP認定の概要を紹介してみる。なお、申請締め切りは2月末日まで。

■GP認定取得のメリット

GP認定は、日印産連グリーン基準(工程及び事業者の取組)を達成した工場に対し客観的評価による認定を行い、環境優良工場としてクライアント等社会に対し、幅広くPRすることができる制度。GP認定取得の主なメリットは下記の通り。

①紙・ゴミ・電気の削減でコストダウン効果が期待できる／印刷工場から出るゴミは産業廃棄物になりますが、用紙の使用枚数管理、ミス削減、ゴミの分別排出などを行うことで、廃棄物を削減して産廃処理費用を削減することができ、上質紙はリサイクルにまわせば逆有償で利益も出すことができる。

また、省エネ対策として空調設定温度の緩和や印刷機補機の不要時停止、最大電力の抑制等を行うことで電力を削減して電気料金を削減することができ、コストダウン効果が期待できる。

紙・ゴミ・電気などはパソコンで簡単に数値管理が可能であり、経営管理に直結する。

②顧客に環境にやさしい企業であることをアピールできる(環境配慮製品の営業提案など)／GP認

PP貼りサービス始めました
PP貼りだけの仕事やります

制作から印刷・製本・発送まで自社一貫体制

- ◎カラーもモノクロもページもの印刷得意です
- ◎菊全シルバーマスターでのページもの印刷もできます
- ◎厚紙パッケージ菊全4色印刷始めました

大日印刷株式会社

☎0564-62-8461(代)

幸田工場 豊田郡幸田町大字坂崎字石ノ塔46-1 FAX(0564)62-8463

定工場は、「グリーンプリンティングマーク（GPマーク）」を名刺、ホームページ等に表示することができ、顧客に環境にやさしい企業であることをアピールでき、企業のイメージアップにもなる。また、GP認定工場は、工程や印刷資材の環境配慮の度合いに応じて、GPマークにワンスター、ツースター、スリースターを表示した印刷物をお客様へ提案することができる。

③全社員で取り組む環境活動は社員教育になり業績アップが期待できる／日産連のグリーンプリンティング認定制度専用ホームページ (http://www.jfpi.or.jp/greenprinting/how_to/index.html)にあるガイドライン(PDF)や認定審査申請書・認定評価表兼チェックシート(EXCEL)に則った全社的な環境活動(環境に配慮した印刷用紙やインキ等の採用、ゴミの分別・リサイクル、省エネ、5Sなど)は社員教育になり業績アップが期待できる。

GP認定工場アンケート実施

取得メリット:工場の環境配慮が進んだ(72%)
／従業員の意識が変わった(46%)

日本印刷産業連合会(足立直樹会長)は、グリーンプリンティング(GP)認定制度をよりよく改善し、同制度を広く普及・周知するため、全GP認定工場289工場に対してアンケート調査を実施しその結果を発表した。回答数は105工場、回答率38.7%。

質問項目は、GP工場認定に申請したきっかけ、取得したメリット、GP工場としてのアピールの方法、得意先のGPマーク表示の意向、GP制度への要望など。回答はすべて複数回答。

「申請のきっかけ」では、自主的判断(75%)、団体・組合からの働きかけ(34%)、得意先からの要請(16%)となっており、自主的判断の中では、自社の特徴の一つにしたかった(42%)、営業の武

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

名古屋市東区主税町4-63 〒461-0018
TEL.052-931-2221(代) FAX.052-932-1418
豊山加工センター 愛知県西春日井郡豊山町豊場
TEL (0568) 28-2049

●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	
3月4日(月) 18:30~ 20:00	事業名	印刷寺子屋
	ところ	メディアージュ愛知
4月2日(月)~ 9月9日(月)	事業名	平成25年度新入社員研修及び社員研修のご案内 印刷会社の社員研修
		愛知県印刷工業組合ホームページでご確認ください。

●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	
2月15日(金) ~16日(土)	事業名	中部地区印刷協議会
	ところ	「平成24年度下期会議」 名古屋市中村区 「キャッスルプラザ」
2月23日(土) 13:00~ 17:00	事業名	印刷学会中部支部 冬季印刷技術新講座“実録” 「職場診断から見る印刷のツボ」①
	ところ	名古屋国際会議場 2号館 2階 221会議室
	参加費	会員7,000円 (3名以上の参加費:1人につき5,000円) (会員以外は9,000円) 定員:60名 全4回シリーズ

器にしたかった(34%)、環境ISOなどに変わるものとして(31%)との結果であった。

「認定を取得したメリット」としては、工場の環境配慮が進んだ(72%)と圧倒的に高く、次いで、従業員の意識が変わった(46%)、営業が環境配慮の提案に積極的になった(18%)、得意先からの評価が上がった(16%)となっており、環境面だけでなく、経営や営業面においても、多くの企業(工場)が認定取得してメリットがあったと回答している。

また、「印刷製品へのGPマーク表示」については、得意先に提案し採用された(42%)、得意先からGPマーク表示の依頼がある(14%)、問い合わせがある(11%)など、着実にGPマークが社会に受け入れられ始めていることが判明している。一方、得意先へ提案すると興味は示してくれる(27%)、提案しても反応はほとんどない(11%)など、さらにGPマークの認知度を向上させる必要がある点など、対処すべき課題も浮き彫りになった。

日産連グリーンプリンティング認定事務局では、「これらの結果を参考に、印刷業界への取得メリットのPRだけでなく、得意先へのGPマークの説明と認知度向上に努めていく必要がある」としている。

調査年度 (年度)	企業数 (社)	平均人員 (人)	純売上高 (1人平均、千円)	前年度比 (%)	材料費 (%)	外注加工費 (%)	商品仕入 (%)	加工高 (1人平均、千円)	前年度比 (%)	加工高比率 (%)	減価償却費 (%)	1-10-製造料 (%)	純加工高 (1人平均、千円)	純加工高比率 (%)
平成15	564	61.1	18,729	▲1.7	21.7	25.0	5.0	9,053	▲1.9	48.4	3.5	2.3	7,963	42.5
16	532	62.4	18,823	▲0.5	21.7	24.6	6.1	8,870	▲2.0	47.6	3.5	2.3	7,783	42.8
17	474	61.9	18,890	1.4	21.3	25.3	5.4	9,074	2.3	48.0	3.5	2.1	8,012	42.4
18	443	60.7	18,594	▲2.0	23.2	24.0	5.3	8,886	▲3.0	47.6	3.7	1.9	7,792	42.1
19	422	64.8	18,794	1.4	22.9	25.4	4.5	8,851	0.6	47.2	3.6	2.1	7,787	42.5
20	402	69.0	18,758	0.0	24.0	23.2	6.1	8,753	▲1.2	46.7	3.8	1.9	7,697	42.0
21	393	63.8	19,545	4.2	25.6	22.9	5.8	8,958	2.3	45.8	4.0	2.2	7,730	39.5
22	380	65.4	17,600	▲9.9	25.0	20.8	5.9	8,587	▲3.9	48.3	4.4	2.0	7,381	42.9
23	350	63.7	16,965	▲3.6	24.8	21.5	5.3	8,289	▲3.5	48.4	4.4	1.8	7,196	43.2
24	383	66.7	17,000	0.2	23.3	20.8	4.0	8,834	7.6	52.0	4.0	1.6	7,877	46.3

売上高構成比

調査年度 (年度)	純売上高 (1人平均、千円)	目録別パッケージ									
		出版	事務用	商業	証券	印刷	その他	特殊印刷	ソフト・サービス	印刷以外	計
平成15	18,683	13.7	13.3	48.4	3.4	12.1	0.8	1.1	5.1	100	
16	18,596	16.1	13.8	46.9	3.5	11.4	1.1	1.5	3.6	100	
17	18,478	18.2	13.3	46.8	3.1	13.3	0.7	1.7	3.9	100	
18	18,421	16.6	13.4	47.1	2.0	12.6	0.8	1.8	3.8	100	
19	18,848	17.4	11.5	49.3	1.1	11.6	0.7	2.1	6.3	100	
20	18,814	16.1	10.7	47.7	1.0	14.5	0.8	2.4	6.8	100	
21	19,952	14.6	10.0	50.6	0.8	14.7	1.8	3.0	4.4	100	
22	17,596	19.0	11.3	44.5	1.6	14.1	1.9	2.5	3.2	100	
23	17,144	15.2	12.2	45.0	1.1	17.7	2.5	2.5	3.9	100	
24	17,050	16.1	9.6	43.2	1.2	17.9	3.2	3.2	4.7	100	

売上高の分野別構成比

調査年度 (年度)	機械設備額 (1人平均、千円)	人件費 (1人平均、千円)	前年度比 (%)	加工高対 人件費比率(%)	営業売上高 (1人平均、千円)	前年度比 (%)	営業利益率 (%)	経常利益率 (%)	純利益 (1人平均、千円)	純利益率 (%)	自己資本比率 (%)
16	2,183	5,019	▲1.4	96.5	87,446	▲0.7	2.6	2.5	172	0.9	34.7
17	2,287	5,062	0.9	88.7	85,420	▲2.3	3.3	3.0	232	1.2	32.6
18	2,384	4,999	▲3.2	85.6	88,582	3.7	2.7	3.0	223	1.2	32.5
19	2,294	4,972	1.5	96.0	90,431	2.1	2.1	2.3	191	1.0	36.1
20	2,445	4,940	▲3.6	96.1	91,189	0.8	2.0	2.4	206	1.1	32.0
21	2,344	4,968	▲3.5	94.3	90,482	2.5	2.0	2.2	128	0.6	35.5
22	2,281	4,880	▲1.3	96.5	84,015	▲19.1	1.4	1.9	126	0.7	36.7
23	1,972	4,532	▲5.5	88.2	77,177	▲8.1	1.6	2.0	119	0.7	38.3
24	1,735	4,632	2.1	92.4	82,423	8.1	2.0	2.5	209	1.2	41.1

経営諸数値

■全印工連「印刷業経営動向実態調査」

営業利益率、経常利益率とも上昇、回復傾向が！

■383社の動向を調査

全日本印刷工業組合連合会は、この程、平成24年度「印刷業経営動向実態調査」の速報値をまとめた。1人あたりの純売上高はほぼ横ばいであったが、1人あたりの加工高は7.6%増となっている。23年度の調査では、純売上高、加工高とも過去10年間で最も数字が悪かったが、営業利益率、経常利益率も上昇し、回復傾向が見てとれる。

全印工連の「印刷業経営動向実態調査」は、組合員企業を対象に毎年実施しているもので、今回の調査は、24年直近決算期分で、昨年実施された。全国のモニター企業の中から調査票を提出した383社の動向を集計している。

■純売上高0.2%増

調査では、1社あたりの平均人員は60.7人、1人あたりの純売上高は1,700.0万円で前年比0.2%の増、加工高は883.4万円で同7.6%の増、純加工高は787.7万円で同10.1%の増となった。

売上高に占める材料費は23.3%、外注加工費は20.8%、商品仕入は4.0%である。

1人あたりの人件費は463.2万円で前年比2.1%の増。これは5年ぶりの増加である。加工高対人件費率は52.4%、営業員売上高は8,342.3万円で8.1%増加した。

また、営業利益率は2.0%、経常利益率は2.5%と、前年

をそれぞれ0.4ポイント、0.5ポイント上回った。一方、自己資本比率は長く30%台後半で推移していたのが40%台に達した。

■分野別売上高は商業印刷がトップ

売上高の分野別構成比は、商業印刷が45.2%で最も多く、包装（パッケージ）印刷17.9%、出版印刷16.1%、事務用印刷9.6%、証券印刷1.2%、その他特殊印刷2.2%、ソフト・サービス3.2%、印刷以外4.7%となっている。包装が出版を逆転し、事務用印刷は始めて10%台を割った。一方、ソフト・サービスは前年の2.5%から増えている。

受注先の業種別売上高は、建設業、製造業（食品・飲料、製版・製本・印刷物加工）、情報通信（新聞・出版、広告・包装・情報サービス）、卸売・小売、学術研究、専門・技術サービス、教育・学習支援、医療・福祉などの業種が前年比より増えている。

■1日の所定労働時間7.49時間

就業人員の部門別構成は、事務部門42.0%（営業20.4%）、生産部門53.4%（プリプレス21.6%、プレス17.6%、ポストプレス14.2%）。年間労働日数258.5日、1日の所定労働時間7.49時間、年間総実労働時間2148.59時間

訃報

岩田宗雄氏逝去

(元愛知県印刷工業組合理事長、元日大印刷株式会社社長)

岩田宗雄氏（元愛知県印刷工業組合理事長、元日大印刷株式会社社長）は、病氣療養中のところ薬石効なく1月5日逝去された。葬儀・告別式は1月8日東海典礼名東斎場において近親者のみにて執り行われた。謹んでご冥福をお祈り申し上げます。

故岩田宗雄氏は、昭和13年11月20日名古屋市昭和区亀城町で生まれ、昭和33年4月日本大学芸術学部写真学科で勉強のかたわら、千葉大学工業短期大学印刷学科において印刷技術を習得、37年卒業と同時に巖父宗一郎氏の経営する日大印刷株式会社に入社。38年取締役就任後、常務、専務と歴任。51年代表取締役就任。一貫して堅実経営を基本方針とし、時代の趨勢に合わせ活字から電算写植、独自開発のコンピュータ組版処理を推進し、ページ物の日大印刷として確固たる地位を確立した。

組合関連においては、昭和47年5月愛知県印刷工業組合の理事に就任、ついで、昭和61年5月に同組合の副理事長に就任、平成11年5月に理事長に就任、7年の長きにわたり卓越した手腕を発揮し組合を牽引してきた。また、昭和58年5月全日本印刷工業組合連合会監事に就任、昭和61年5月に同連合会理事、平成12年5月に



同連合会常務理事、平成14年5月に同連合会副会長に就任し、全国視野で活躍、常に業界の指導的役割を果たしてきた。

一方、平成11年4月には愛知県中小企業団体中央会理事に就任、平成13年4月から同会常任理事、平成15年から同会副会長に就任し、印刷業界のみならず他産業界の振興にもその手腕を発揮した。

中部地区はもとより全国的な展開を含め、中小印刷産業をはじめとし産業界の進展と発展に尽力した功績はきわめて大きく、この功績により平成23年春の叙勲において旭日小授章を受章した。

故岩田宗雄氏は、強い責任感と使命感、さらには、たぐい稀なる技術知識と積極的な行動力をもって、若手経営者は無論のこと組合運営などにおいても的確なアドバイスにより、幅広い信頼と人望を集めた。「誠実と信念」「強調と和合」が座右の銘であった。 —合掌—

■アドビテクニカルセミナー2013冬の陣

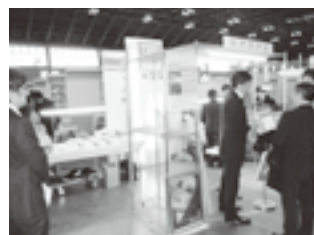
PDFとカラーマネージメントを学ぶ

全印工連、愛印工組主催によるアドビテクニカルセミナー「いまさら聞けないPDFとカラーマネージメント」をテーマに、1月23日午後1時よりウィンクあいちにおいて開催された。今回は、DTPワークフローの中で最も質問が寄せられている「PDF」と「カラーマネージメント」に焦点をしぼり、概要から設定方法に至るまでの基礎的な情報が提供された。参加者は60名。

セミナーでは、PDFについて、①PDF形式のおさらい、②PDF生産のポイント、③PDF原稿のチェックポイント、④DTPワークフローの課題、⑤デジタルコンテンツとしての



PDFなどについて、また、カラーマネージメントについては、①カラーマネージメントの概要、②カラー変換について、③デジタルコンテンツを扱うためのワークフローについて、などが解説され、実践的な取り組みに関する知識を習得した。



光文堂(上)、大信印刷(下)

エムアイシーグループ(上)、二和印刷紙業(下) 大西印刷(上)、プリ・テック(下)

大幸[アクアス](上)、メイセイプリント(下)

■愛印工組後援

「2013光文堂新春機材展」

連日大勢の見学者で賑わいを見せる

愛知県印刷工業組合など9団体が後援する、新春恒例の(株)光文堂主催による第49回を迎えた印刷機材総合展示会「2013光文堂新春機材展」が1月23、24の両日名古屋市中小企業振興会館(吹上ホール)において開催された。

初日、9時30分より会場入り口においてオープニングセレモニーが開かれ、主催する(株)光文堂讃岐秀昭社長の挨拶、来賓を代表して木野瀬吉孝愛印工組理事長らの祝辞に続き、テープカットが行われ2日間の展示会がオープンした。

「Make The Tomorrow (変化は未来への投資だ!)」をテーマにした展示会は、111社315小間の規模になり、内外の優良メーカー・ディーラーが自

慢の新鋭機材を出展し、最新技術を披露した。会場には、オフセット4色機、オンデマンド印刷機、環境対応関連機材、品質検査装置、サイネージ関連機材、シール・ラベル関連機器など、初公開の製品が多数出展された。

また、恒例のコラボレーション展が併催され、出展した29社が自慢のノウハウをアピールした。さらに、会期中4講座のセミナーも開催され

たほか、2工場の工場見学会も行われた。

主催した(株)光文堂の発表によると、地元を始め、沖縄、九州、東北、さらには、関東甲信越静、関西、北陸などからのツアー客もあり、2日間で1,945社7,800人が訪れ、大変な賑わいを見せた。参観者は会場での情報収集に余念がなかった。

コラボレーション展には、愛印工組組合員からも、アミエ(株)、(株)エムアイシーグループ、大西印刷(株)、(株)大幸(株)アクアス、大信印刷(株)、(株)二和印刷紙業、プリ・テック(株)、(株)メイセイプリントなどが参加した。

事務局だより

■年始めの大仕事、新年互礼会も無事終わることができました。今年は300名の皆さんの参加があり、新しい年を祝うとともに、歓談と情報交換に和気満々の輪が広がりました。乾杯の終了と同時に、名刺交換をする姿が見かけられ、テーブルを囲ん

での仕事の話、ゴルフの話、旅行の話などが飛びかかっていました。特に、政権交代による景気回復に対する期待への話が多かったようです。■まだまだ寒い日が続くと思いますが、この機関誌がお手元に届く頃は立春も過ぎ、春の足音を聞くことができるでしょう。ただ、体調管理には万全を期して下さい。



あいの印刷

No.495

平成25年 2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

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