

東京グラフィック

1

月刊 東京グラフィックス

2019.vol.57
no.707





Assist Your Potential

— 技術力と創造力で、あなたの可能性を支援する —



ウェアラブル遠隔支援システムの運用イメージ

日ごとに厳しさを増す短納期ニーズに応える、印刷の現場。ウェアラブル遠隔支援システムは、スマートグラス*を通して、印刷機のトラブル箇所を RMGT サービスコントロールセンターから目視して、すばやく対処します。

印刷機のダウンタイムを短縮し、トラブルに直面したオペレーターの不安を軽減します。

RMGTは、技術力と創造力で人を^{たす}援け、印刷会社それぞれが強みを発揮できるように、アシストしていきます。

*スマートグラスとは、カメラとディスプレイを搭載してインターネットに繋がったメガネ型のウェアラブルコンピュータ。

ウェアラブル遠隔支援システムを紹介した動画を公開しています。

右の QR コードからアクセスして、ご覧ください。

QR コードが読み取れない場合は、下記 URL からアクセスしてください。

<https://youtu.be/fmF7E3NlyRw>



YouTube 動画 URL



リョービ MHI グラフィックテクノロジー株式会社
〒726-0002 広島県府中市鷺飼町 800-2 TEL 0847-40-1600
<http://www.ryobi-group.co.jp/graphic/>



ともに、世界へ彩りを。

東グラ 1 CONTENTS

2019.vol.57 no.707

- 03 ■東京グラフィックス会長 年頭所感
公益社団法人東京グラフィックサービス工業会 会長・菅野 潔
- 05 ■東京都知事 年頭所感
東京都知事・小池 百合子
- 06 ■特集
「ビジコン! 2018」入賞作品紹介 ①
- 14 ■2019年 東京グラフィックス誌上賀詞交歓会
- 18 ■連載：こころときめく営業のための道しるべ②②
新しい1年へ営業の提案
株ビジネスコミュニケーション研究所 代表取締役 田中 信一
- 19 ■連載：リスクマネジメントと個人情報保護⑤⑥
EU GDPRって何?
- 22 ■連載：元CAが教える「エグゼクティブSTYLE」⑩
エグゼクティブの外見力
株TFSマナー&EDUCATION 代表取締役 山本洋子
- 24 ■健康プロムナード
首の周辺にできる“しこり”とは?
医療法人社団 同友会(東京グラフィックス賛助会員) 編
- 27 ■東京グラフィックス青年部FACE
- 28 ■東グラNEWS
- 30 ■東グラ・クロニクル(平成30年11月)

※「VOICE」は休みます

軽オフセット印刷・製本の スペシャリスト!

モノクロ印刷ならイナミツ印刷

- 印刷から製本まで安心の自社一貫生産ライン
- 無線綴じも針綴じも、充実した製本設備
- 小・中ロット、大量ページの印刷物に強い!
- PDF 入稿、紙版下入稿、どちらでも OK!

高品質

低価格

短納期



inamitsu
insatsu

株式会社イナミツ印刷

本社：東京都品川区東品川 1-17-2
TEL:03-3471-6010 FAX:03-3471-6345

ホームページからもお気軽にお問い合わせください→



プリントメディアの総合商社

SHOWA

そろそろこのマシンもガタがきてるな… 何か新しいことを始めないと… 最近の技術についていけない…
うちも本気でカラーマネージメントをやらないと…
次の基幹システムはどうしよう… そろそろ買い替え時だな…
よその会社はどうしてるんだろう…
新システムを導入しても、使いこなせてないな… **やばい！また感材がきれてる…**
また発注ミスが… お客様との連携がうまくないな… もう少し効率よくできないものか…
最近トラブル続きだな… **またクレームだ…**
何か新しい提案ができないかな… 負担をもう少し減らせないものか…



そんな悩みを

SHOWAが解決します！

機資材 + 技術サービス + システムサービス + コンサルティング

SHOWAなら…

- ★アフターフォローも万全
- ★ユーザー会で密に情報交換
- ★創業90年の実績
- ★軽快なフットワークが自慢
- ★提案型営業でしっかりサポート

21世紀のグラフィックアーツを共に考えるSHOWAユーザー会

コラボレーション&リサーチ
「SHOWA会」

へのお誘い

— 年間の活動 —

- 研修会
- 工場見学会
- 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

①お問い合わせ、入会お申し込みは事務局まで

SHOWA会 事務局

TEL: 03-3263-6141
FAX: 03-3263-6149

一步先ゆく

株式会社
SHOWA

〒101-0065

東京都千代田区西神田 2-7-8 TEL 03-3263-6141(代) FAX 03-3263-6149

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

2019年 東京グラフィックス会長 年頭所感

公益社団法人
東京グラフィックサービス工業会
the Tokyo Graphic services industry association

会長 菅野 潔



明けましておめでとうございます。皆様におかれましては、「平成」最後の年明けを清々しい新しい気持ちでお迎えのことと、お慶び申し上げます。

昨年の定時総会で、東京グラフィックス会長2期目を拝命し半年余りが経過しました。前期に引き続いて「いいね！ 東グラ。熱い絆」をキャッチフレーズに、「互いに声掛け、共に学び、皆で楽しむ」をスローガンに掲げ、この間、公益目的事業をはじめ会員企業の経営に役立つ事業に取り組み、組織の活性化と強化に努めてまいりました。会員・賛助会員、および関係機関・団体、関連業者の皆様には格段のご理解とご協力を賜りましたことに厚く御礼申し上げます。

*

本年は、4月30日に天皇陛下退位を控え「平成」という時代の終わりを迎えますが、これは同時に5月1日の新天皇即位に始まる新しい時代の幕開けでもあります。

グラフィックサービス市場は、改元をはじめ10月の消費税率引き上げ、2020年東京オリンピック&パラリンピックなど、短期的な印刷需要は見込めます。しかし、用紙をはじめとする原材料費の値上げや、中・長期的な印刷・紙離れの傾向を鑑みれば、新時代の到来に明るい未来ばかりを思い描くことはできません。来る新時代にふさわしいグラフィックサービス市場を、今こそ私たち自身で切り拓いていかなければなりません。

このような状況の中で、我々が進むべき方向を明確に指し示す“羅針盤”を提供することが、東京グラフィックスのミッションであると確信しています。東京グラフィックス会員の皆様と、皆で手を取り合い、しっかりと地に足をつけ、着実に新しい一歩を踏み出していこうではありませんか。

*

今年も公益目的事業として個人情報保護の取組に注力してまいります。また、都民へのグラフィックサービス技術の提供および啓発、雇用の安定および人材の育成、公害防止・資源リサイクルの研究に取り組んでまいります。

会員企業の経営に資する事業としては、教育・技術事業による多様なテーマのセミナー・講習会の開催と、CSR事業による持続可能な市場の開発・育成に関する調査・研究と情報発信を、一層進めてまいります。

特に、一昨年、東京グラフィックサービス工業会コンソーシアム（東京グラフィックス・関東複写センター協同組合・首都圏ポスティング協同組合・マンパワーグループ(株)）として公益財団法人東京しごと財団から受託した「団体課題別人材力支援事業」が、まもなく完遂します。本事業では中小企業の“人”に関する課題解決のため、「採用支援」「育成・定着支援」「雇

用環境整備支援」について、会員企業が無償で利用・参加できる専門家による個別コンサルティングやキャリアカウンセリング、各種研修等を実施したほか、昨年10月には東京都立産業貿易センター「台東館」で会員企業20社が出展した就活イベント・合同説明会「東京グラフィックスフェスタ」を開催しました。200名が来場し、就活生・求職者・一般都民などへ業界PRを行ったほか、出展者同士の交流にもつながるなど、大きな成果を残してきました。今年も3月の成果報告会に向けて、各事業にラストスパートがかかります。

また、東京都中小企業団体中央会の助成を受けて、団体向け生産性向上支援事業に取り組んでいます。この事業では、IoT/ICTを活用した生産性向上について研究していきます。

さらに、恒例となった「ビジコン！」(ビジネスアイデア・コンテスト)は内容が充実し、応募アイデアのレベルも格段にアップしてきています。応募アイデアの中から、グラフィックスサービス市場の起爆剤になるような新しいビジネスモデルが誕生することが期待されています。

一方、東京グラフィックス共済会では、昨年12月からKDDIの閉域網(プライベート回線)を利用した高度なセキュリティを誇るクラウドサービスの紹介事業に着手しました。BCP対策や個人情報をはじめとする重要データの管理に活用してください。また、共済会はさまざまなレクリエーションの開催をはじめ、会員企業の福利厚生のお手伝いにも尽力しています。

*

これらのような多彩なメニューを、会員の皆様に東京グラフィックスのメリットとして、より一層感じていただきたいと考えています。

しかし、残念ながら会員数は300社を切っています。会員数の減少は組織の存続にかかわる問題であることから、前期、危機突破・組織拡大プロジェクトを立ち上げましたが、この取り組みを発展・継続させるため、今期から広報・組織委員会を新設しました。同委員会では現在、会員誰もが勧誘につかえる「加入促進マニュアル」を作成しているところです。

ご承知のとおり、東京グラフィックスは、大きな目標に向かって会員が一丸となる組織風土が伝統的に息づいており、会員間の“絆”がとても濃密・強固です。この“絆”こそが東京グラフィックスの最大の魅力であり、それを支える充実した会の運営と親切的な事務局体制を維持するためにも、加入促進・組織強化は重要な課題です。

組織の活性化には、まず支部の活性化が欠かせません。ぜひ、「互いに声掛け、共に学び、皆で楽しむ」というスローガンのもと、会員の皆様には、支部やお仕事のお仲間に声を掛けていただき、一人でも多くの会員の方が東京グラフィックスに積極的に関わって、東京グラフィックスのメリットを享受していただけることを、心から願っています。そして皆様とともに私たちの“絆”をより熱く、より強いものとすべく、全力を挙げて取り組んでまいる所存です。

会員各位のお力添えを賜りますようお願い申し上げます。

*

最後に、皆様にとって素晴らしい飛躍の一年となりますようお祈り申し上げ、新年のごあいさつといたします。本年もよろしく願い申し上げます。

以上

平成31年 東京都知事 年頭所感

東京都知事

小池百合子



明けましておめでとうございます。

今年は、5月の改元を控え、我が国にとって新たな時代が幕を開ける節目の年となります。名称が「江戸」から改められて以来、明治・大正・昭和・平成の各時代を歩んできた「東京」。その150年の歴史に思いを馳せながら、都民の皆様の輝ける未来のため、さらには、全国各地との共存共栄や日本全体の発展のため、引き続き全力を尽くす決意でございます。

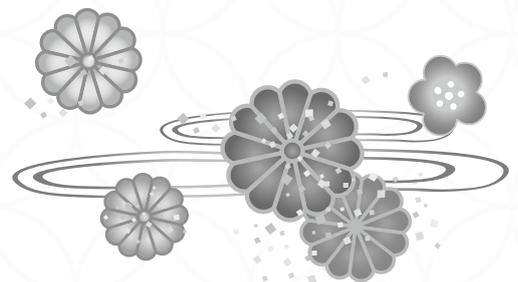
昨年は、新たな時代に向けて、東京をさらに進化させていく条例が数多く成立いたしました。都民の皆様の健康を第一に考えた「受動喫煙防止条例」をはじめ、共生社会の実現に寄与する「障害者への理解促進及び差別解消の推進に関する条例」、人権尊重の理念を広める「オリンピック憲章にうたわれる人権尊重の理念の実現を目指す条例」、そして、中小企業振興の基本理念を定める「中小企業・小規模企業振興条例」などです。今後とも、東京で暮らし、働く「人」がいきいきと輝くための施策を幅広く展開することで、都民の皆様と共に、東京の明るい未来を切り拓いてまいります。

さて、9月にはいよいよ、ラグビーワールドカップ2019™の開催を迎えます。東京スタジアムで行われる日本対ロシアの開幕戦から、約1か月半にわたり、全国12の都市で世界トップレベルの熱戦が繰り広げられます。前回のイングランド大会における、日本代表の活躍は記憶に新しいところですが、それを超える躍進を期待して、東京の「ラグビー熱」を大いに高めてまいりたいと思います。

そして、東京2020オリンピック・パラリンピックも、来年と迫ってまいりました。競技会場の整備や大会気運の醸成など、準備は着実に進んでおります。アスリートと並ぶ大会の主役であり、開催都市・東京の顔であるボランティアにも、多数のご応募をいただきました。大会の成功はもとより、大会準備を通じたバリアフリー化の進展や、働き方改革の推進など、東京を、持続的な成長とさらなる成熟へと導くレガシーの構築に向け、一日一日を大切に積み重ねてまいります。

新しい年が、皆様にとって幸多き輝かしい年となりますよう、心からお祈り申し上げます。

平成31年 元日





入賞作品紹介①

本特集では「ビジコン! 2018」入賞作品（東京グラフィックス2018年11月号既報）を紹介していきます。今回は上位3作品について、「ファイナルプレゼン大会」のプレゼンテーションを採録・編集しました。また、審査委員のアイデア・コーディネーター・高橋晋平先生と中小企業診断士・伊豫田竜二先生のコメントも掲載してあります。（以下、本文文責は編集部）

最優秀賞・東京都知事賞

デジタルサイネージを使用した
旅行広告の発信と情報をプリントする
“トリッププリント・サイネージ”

齋藤 秀勝

(株)文化ビジネスサービス（港支部）

これは、旅行会社に対するアテンションです。

皆さん、旅行に行くとき、まず、することと言えば、行き先を決めます。では、次に何をされますか？ ネット検索をしますか？ それとも、旅行会社に行きますか？

WEBのアンケートですが、(株)メディアフラッグという会社がサンプル数1,114人で調べたところ、50%以上の人が、まず行きたい場所があって旅行を決める、と答えています。漠然と「どこかに行きたい」と思って旅行に行く人は少ないようです。すでに目的地、観光地が決まっていて、後付けで情報を付けていくという旅行の形が多いようです。

また、「旅行中のプランは事前に立てるか？」との問いに対して「事前に細密に決める」が31%、「行きたい場所だけ決める」が64%で、95%が事前に旅行の行き先を決めてからという人が多いことがわかります。

ネットは情報が豊富に検索できますが、以前は旅行会社に行くのが定番だったと思います。旅行会社の店先は、いろいろな旅行先のパンフレットのディスプレイが一番面積を占めています。少なくとも50～100㎡の店舗面積のうち、人が5、6人いて、それ以外はパンフレットが占めているというのが実情ではないでしょうか。ほぼ本屋さんという感じの旅

行会社もあり、世の中には旅行に関するパンフレットや情報誌が非常に多いと思います。

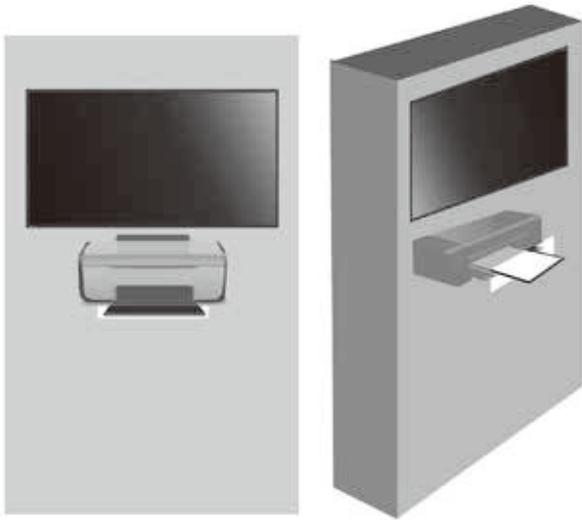
では、なぜ、これほどパンフレットを置いているかというと、通り過ぎる人に対するアテンションもあると思います。こうしたパンフレットは、年2回、春と秋に出すようで、だいたい3～6ヵ月のスパンで出していることとなります。いろいろな鉄道会社や航空会社、また、旅行会社独自のプランもあり、京都一つとっても何社からも旅行プランが出ているのが実情です。

では、紙のパンフレットがこれだけ出ているのなら、デジタルパンフレットはどうかというと、これも当たり前のようにあります。それなのに店舗が必要なのかということです。

店舗にあるパンフレットの8～9割が日本語のものです。最近、中国語や韓国語、英語のパンフレットなどありますが、全体の1割もありません。海外の方は、ほとんどがネットで終わらせているはずですが、ですから、旅行会社の店舗ではインバウンド需要は考えていないようです。インバウンドを狙うのであれば、店舗はあまり必要ではないかと思えます。しかし、逆に狙わなさすぎではないか、だから無くてもよいのかとも思っています。

旅行会社の課題としては、店舗型が多く、家賃や人件費など固定費が大きい。生産性が高いとはとても思えないパンフ





トリッププリントサイネージのイメージ

レットのスペースを広く持っていなければならないということに加えて、これだけのパンフレットの制作費も非常に高いものになっているのではないかと思います。そして、ネットとの整合性が問題ではないかと思います。

ということで、私が提案するのが「トリッププリント・サイネージ」です。タッチセンサー付きモニターとプリンターを付けてしまえば、情報はいくらでも引き出せるのではないかと考えています。簡単に言えば「プリクラ」です。プリクラは、その場でプリントアウトができる。プリンターをもう少し高速で高性能なものにして、街角の旅行会社にあるパンフレット同様のレベルで、その場でプリントアウトできればよいのではないかと思います。

ですから、パンフレットは必要ですが、大量に作る必要性はなくなっていく。必要な部数を必要なときだけ店舗ごとにオンデマンドで出力していく。大量部数を刷って各店舗に配るのではなく、必要な部数、1、2部程度があればよい。あとは、デジタルのサイネージでやってしまう。

また、お客様はモニターで行きたい旅行先を検索、もしくは動画で流れている情報を見て、必要な情報だけを引き出し、プリントアウトして持ち帰るということもできるのではないかと考えています。

メリットとしては、パンフレットの制作部数の削減、パンフレットを置くスペースの削減、必要な時に必要なだけ出力ができる。また、QRコードを付ければ、お客様のタブレット等にデジタルデータの転送も可能です。もちろん、多言語化も可能でしょうし、データ量は無尽ということを見ると、なぜ、やっていないかが不思議なくらいです。デジタルサイ

ネージというものだけでなく、プリントを融合させることで、よりよいサービスが提供できます。

印刷会社としては、データや動画の制作といった形でいろいろな提供物があると思います。印刷の売り上げは減るかもしれませんが、リンクしている市場ですから何が強みかというところに切り替えて、こうしたデータ制作といったところでいろいろなサービス展開ができると思います。

あとは、ローカルエリアのサービスを引っ張れるのではないかと考えています。現在は大手のパンフレットばかりですが、各店舗、地方店舗でも個別に作っていくことができるので、それらを、ネットを介して広く周知していくことも可能ではないかと思っています。

【高橋先生コメント】

確かによく考えたら、なぜ旅行会社の正面にはあんなにたくさん紙のパンフレットがあるのか、不思議ですね。シンプルにサイネージで、思わず行きたくなるような観光地の映像を流しているだけでも、行きたい意欲を高められるかもしれません。

ビジネスモデルとしては、風景流通のベンチャー企業「landskip」のように、映像コンテンツをこちらで所有して、その配信権を月額でとるという考え方もあるかもしれません。真似できない何かをホールドしておきたいですね。大きなビジネスになる可能性が非常にあると思います。

【伊豫田先生コメント】

「ありそうでなかったもの」「あったらいいな」を具現化する素晴らしいアイデアです。顧客・旅行会社のニーズに加え、クリエイターの活動領域を広げることもできます。

自治体や海外の政府観光局が力を入れて制作されている映像など、すでに存在するものも含め、可能性や発展性はかなり大きいと考えます。これを実現していくために、システム開発の部分はITベンダー、大手旅行会社、ネット系旅行会社のほか、公的支援機関、情報系の大学研究室との共同開発に多くの選択肢が得られるでしょう。

また、プレゼンテーションにあるプリントのほか、端末へのダウンロードや予約窓口とのモニター通話機能を盛り込むなどの顧客コミュニケーションに関することや、観光情報に特化したインフラを一元化し情報を一手に握ることで広告収入を得ることなど、ユーザビリティやでマネタイズの部分を煮詰めていくと良いでしょう。

優秀賞・東京都産業労働局長賞

こどもの将来を応援する こども未来プロジェクト



坂井 智子

(株)研美社 (中央支部)

皆さんは子供の頃、大きくなったら何になりたいという夢を持っておられましたか？ その夢がかなった方は、どのくらいいらっしゃるでしょうか？ いらっしゃるんですね…。

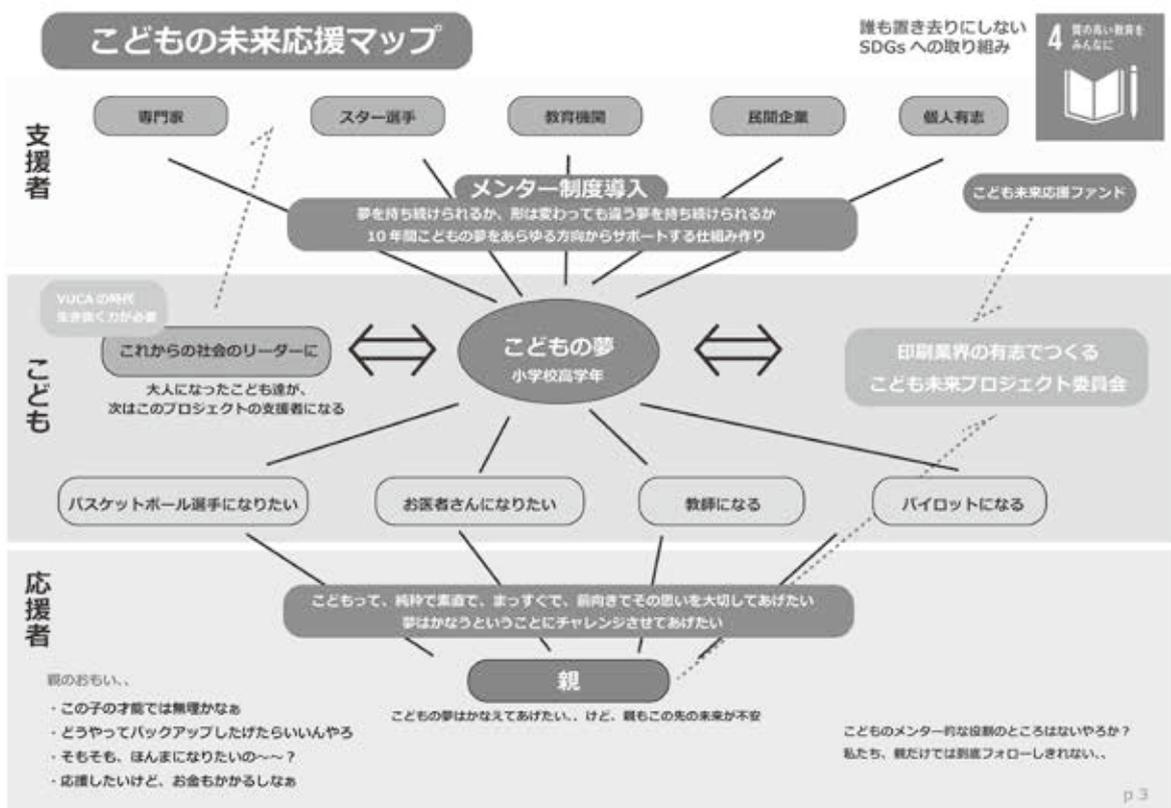
そうなんです。子供の頃、小学校高学年くらいの頃は、将来、野球選手になりたいとか、教師になりたいといった夢を持っているのですが、中学、高校、そして就職を考える頃にはその夢を覚えておらず、何になりたいかもわからないという感じになってしまいます。

反面、オリンピック選手のように夢を叶える子供もいます。この差は何なのかと思ったときに私は、その10年間で出

会う大人によって、その子の夢は変わるのかな、実現できるのかなと思いました。私は3児の母親ですが、高校生の娘が小学校の頃は「〇〇になりたい」と言っていたのですが、それもいつの間にか…、といった感じです。なので、あなたたちの未来はあなたたちで作ることができるよ、と背中を押す大人になりたいと思って、このプロジェクトを立ち上げる決意をしました。

そして、私が考えたのが「印刷業界の有志でつくる こども未来プロジェクト委員会」です。どうして印刷業界なのか。他の業界でもいいじゃないかと言われましたが、印刷業界でなければダメなのです。その理由は、私の思いからです。私の実家は印刷業で、小さい頃から印刷をする父の背中をずっと見てきました。この40年間で印刷業界は大きく変わってきたと思います。

紙からプラスチックに、タイプからコンピューターに、オフセットからオンデマンドに、印刷業界はどんどん進化していくと思います。でも、印刷業界が持つ、世の中に情報を発信するという大きな役割は変わらないと思います。そして、私は、世の中に人の想いを「見える化」して伝えるという大きな役割を担っていきたいということ、私が育ててもらった印刷業界を盛り上げたい、ご恩返しをしたいということで、印刷業界で「こども未来プロジェクト委員会」を立ち



上げたいと思いました。

こどもは「夢」を小学校高学年くらいで持ちます。バスケットボール選手になりたいとか、お医者さんになりたい、教師になりたい、パイロットになりたい…。親は「こどもって、純粋で素直で、まっすぐで、前向きで、その思いを大切にあげたい。夢はかなうということにチャレンジさせてあげたい」と思います。

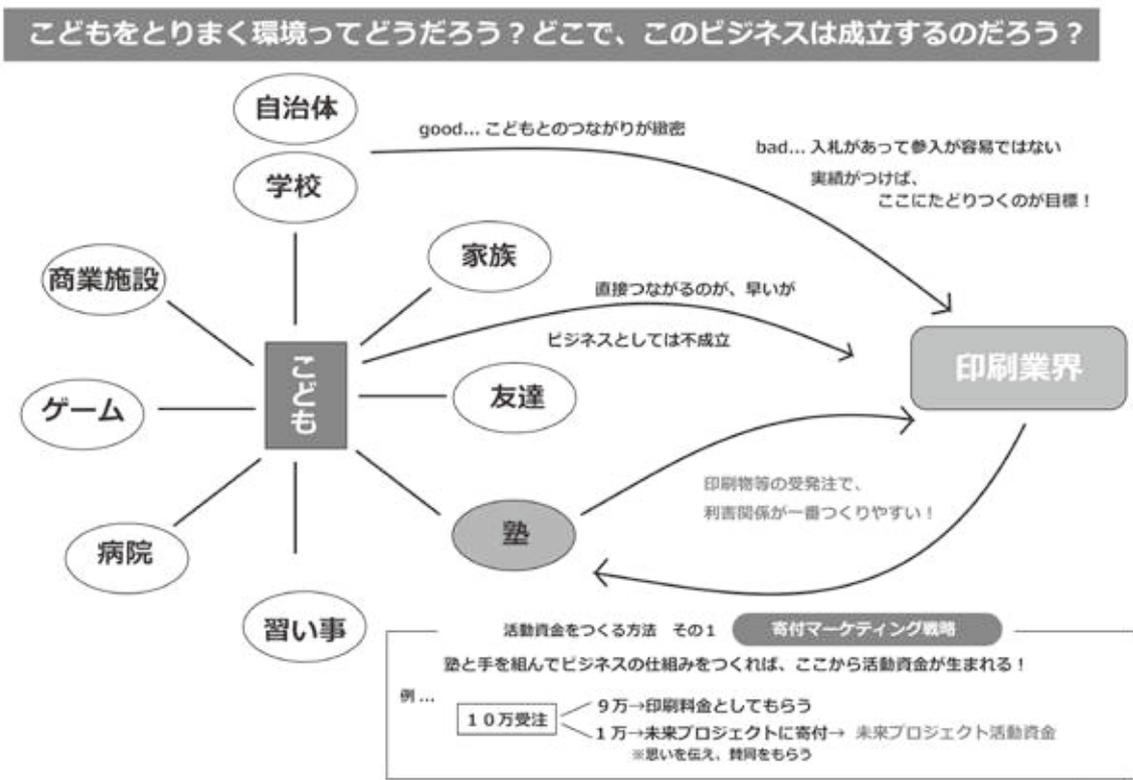
でも、「こどもの夢はかなえてあげたいけれども、この子の才能では無理かなあ」「どうやってバックアップしてあげたらいいんやろ」「そもそも、ほんまになりたいの～?」「応援したいけど、お金もかかるしなあ」といった親の感情が入ります。感情が入ると、せっかくこどもが持っているいいところを摘んでしまうことにもなります。それでも親は、「この子の才能は絶対どこかにあるはず」「この子を伸ばしてやれるところを見つけたい」と思っているのです。でも、「もう私ではどうやってこの子を育てていったらいいのかわからない」とも思っているのです。私もそうです。そんなとき、こどもの夢を支えるのが「印刷業界の有志でつくる こども未来プロジェクト委員会」です。

では、どのように支援するかと言いますと、「こどもの未来応援マップ」というものを作りました。この応援マップの肝と言えるのが、「メンター制度導入」です。ここが、このプロ



ジェクトがうまくいくかどうかにかかわってきます。こどもが夢を持ち続けられるか、形は変わっても違う夢を持ち続けられるか、10年間こどもの夢をあらゆる方向からサポートする仕組み作りが、このメンター制度です。こどもは10年間メンターに支えられて立派な大人になり、これからの社会のリーダーになっていきます。そして、立派に大人になったかたつてのこどもが今度はメンターになって、新たにこどもを支えていく。ここに正のスパイラルができていきます。また、メンターは、専門家やスター選手、教育機関、民間企業、個人有志の方々に支援していただきながら、メンター自身も成長していきます。

こどもを取り巻く環境には、学校、家族、友達、塾、習い



事、病院、ゲーム、商業施設等たくさんあります。その中のどこでこのビジネスを成立させるかと考えたとき、こどもと印刷業界が直接つながればいいのですが、こどもには支払い能力がないので直接はつながりません。また、こどもが毎日通う学校とつながりたいのですが、入札などがあり、新たに参入するのなかなか難しいので、ここも NG です。

そこで考えたのが、塾です。塾は、印刷物等の受発注で利害関係が一番つくりやすいと思いました。そこで考えたのが、「寄付マーケティング戦略」です。塾と手を組んでビジネスの仕組みをつくれれば、そこからプロジェクトの活動資金が生まれます。例えば、10万円の印刷物を受注したら、9万円は印刷料金としてもらいます。残りの1万円は、このプロジェクトの思いを伝えて賛同して寄付してもらい、未来プロジェクトの活動資金にします。

いったい、人ひとり育てるのにどれだけの資産が必要なのか。このプロジェクトが成功するための総資産はいくらいるのだろうか。そこで考えてみました。

第1回は、東京&大阪で同時開催し、ターゲットは小学校高学年・各20名=計40名、メンターも各20名=計40名。

	東京	大阪	
こども	20名	20名	(計40名)
メンター	20名	20名	(計40名)

3ヵ月に1回(年4回)、メンターとの個人面談を実施。

こども40名×年4回×10年=160面談。

- ・メンター料：1面談3万円×160面談=4,800万円
- ・開催雑費：1回30万円×年4回×10年=1,200万円
- ・諸経費：1年120万円×10年=1,200万円

ざっと見積もって10年で7,200万円かかります。ということは、1年720万円、1ヵ月約60万円です。できない数字ではないなあと思いました。

でも、このプロジェクトが本当にこどもたちの役に立つのか、世の中の役に立つのか、と悩んだときに出会った本があります。『GRIT』という本です。この本の中に、私が悩んでいた答えがすべて書いてありました。

「親が子どもにどんなメッセージを伝えようとしているかよりも、子どもがそのメッセージをどう受け取っているかのほうが重要」「他人の子どもたちに対しても、厳しくも支援を惜しまないメンターの役割を務めることによって、私たちは絶大な効果をもたらすことができる」「『やり抜く力』の鉄人

たちは、必ず人生のなかで『誰か』に出会っていた。絶妙のタイミングと適切な方法で彼らを導き、目標を高く持ってがんばるように励ましてくれた人に。そして、なによりも必要だった『自信』と『支援』を与えてくれた人に。

私はこの本と出合って、背中を押してもらったのです。「私が、やらないで誰がやる?」「今、やらないで、いつやる?」と。課題は山積みですが、こどもたちの将来のために教育格差のない、子どもたちの夢を応援し続ける大人でありたい。ひとりの力は微力ですが、みんなで力を合わせれば、絶対にできると確信しています。このプロジェクトに賛同していただける印刷業者の方、ぜひ、お力添え、よろしく願いいたします。

【高橋先生コメント】

素晴らしいコンセプトです。あとは儲け方。塾に長期間通うというより、単発の出張キッズニアみたいなことをやるとか、「2泊3日の旅行で将来の夢を応援」をホテルと組んでやるとか、それぞれ旅行会社と職業体験&夢探しトラベルを企画して、パンフレット&テキストを納品するなどはいかがでしょうか。

具体的なビジネス案を100案ほど考えて、組む相手を探して詰めたら、あとは実現するだけのようには思います。ぜひやりたいです!

【伊豫田先生コメント】

未来ある子供たちにメンターを。自らのニーズを広げ、孤立化が進む現在の社会に必要なことをプロジェクトとし、それを印刷業界の有志で実行しようとすることに好感を持ちました。

長期にわたるプロジェクトとなるので、メンバーを始め利害関係者の全てと「ビジョンの共有」をすることは、成功するために欠かせないポイントです。ビジョンはアイディアマップとして可視化されており、必要な要素が盛り込まれていることは高く評価できます。コンセプトも優れており、この先社会起業として実現に向かうために、マップに描かれた利害関係者と Win-Win になる仕組みと、収益モデルの確立を考えましょう。

発表したモデルでは、寄付で成り立つ図になっていましたが、寄付を集めるためにはリターンが必要です。もちろん寄付者が求めるものは物品やサービスではなく、子供を応援することで社会に貢献している「企業イメージ」という価値で

す。これはW杯やオリンピックの公式スポンサーも同様です。

長期的視野で考えると、支援によって大成した子供から寄付をもらい、資金を循環させることが理想です。これはプロテニスの錦織圭が使った、盛田正明テニス・ファンドの仕組みのイメージがそれに近いので参考になると思います。多くの子供たちに夢を与え、実現させることを期待しています。

優秀賞・審査委員長賞

真夏にくぁーっと！ つめしぼ！



大塚 宜輝

(株)東京商会 (新宿支部)

2018年の夏も暑かったですね。皆さん、どうやって乗り越えましたか？ そんな2018年の猛暑の中で、ふと思ったことをプレゼンしたいと思います。

皆さん、今日は真夏日でメチャクチャ暑い日だと思って、僕の話聞いていただきたいと思います。

で、暑い！ そんな状況の中で目の前に現れたのが、自動販売機です。その自動販売機の中に入っていたのが、「冷たいおしぼり、いかがですか」。これを買って顔を拭くと、「くぁー！！ 気持ちえー！！」。これが、このプレゼンのタイトルです。



冷たいおしぼりだから「つめしぼ」です。正直、あったらいいなと思います。本当に気持ちがいいと思うんです、冷たいおしぼり。自動販売機で売っていたら、私自身、1回は買うなと思います。

このアイデアのメリットの一つは、自動販売機と同じ規格で作れば、コストがかからない。おしぼり専用の自動販売機を作る必要がありません。

二つ目は、ホットもできる。

三つ目は、居酒屋などに行くと、高級なおしぼりから洗いつくしてボロボロになったようなものまで、いろいろなおしぼりがあります。おしぼりにはバリエーションがあり、価格も含めて多種多様なものができる。例えば、今治の高級タオルのおしぼりなんかがあったら、興味が湧くのではないかと思います。また、秋葉原などにあるようなマニアックなキャラクター等がプリントされたおしぼり。そういったタオルで顔を拭いたら、気持ちいいのではないかと思った次第です。

四つ目は、タオルなのでリユースができます。

反対に、課題ですが、一つ目は、駅前でおしぼりを購入したとして、濡れたおしぼりをどうやって持ち帰るかということです。でも、おしぼりが缶に入っていれば、もう一度缶に入れ直して持ち帰ることはできます。

二つ目は、「もう1回購入しよう！」と思わせるような商品価値があるのか、ということです。これは、まだまだ考えなければならぬところです。

三つ目は、夏場は売れる！ しかし、冬（ホット）はどうか、ということです。ホットのおしぼりは、冬にはホットする温かさです。でも、冷えたら、冬ですからすぐ冷たくなります。これをどう考えるかということです。

四つ目は、そもそも、こういうおしぼりに保存期間があるのか。これは、まったくわかりません。

思いつきで考えた企画なので、このような内容で申し訳ないのですが、日本のジュースの自動販売機は、世界的に見ても非常に多い。そうした現状の中で、むりやり繋げるとしたら、インバウンドで、海外の人から「自動販売機の中に、おしぼりがあるよ」と。

秋葉原の自動販売機にはおでん缶があり、売れているのも事実ですから、おしぼり缶も興味があれば買ってくれるのではないかという希望も込めて、「あったらいいな」シリーズでプレゼンをしてみました。

【高橋先生コメント】

おしぼりを自販機から出せる缶(?)への封入ができて、鮮度が保てるなら、すぐできそうですね。まず自販機を1台レンタルして秋葉原で実験して、PR活動をしてメディアで話題にする。その後は缶商品として様々なロケーションの自販機に営業。

どのくらい儲かるか、ですが、柄でコレクション性を持たせたら可能性はあるかもしれません。ニーズが未知数ですが、比較的すぐ始められて収益性も見えることから非常に高く評価させて頂きました。すぐやってみたいです！



「つめしぼ」缶のイメージ

【伊豫田先生コメント】

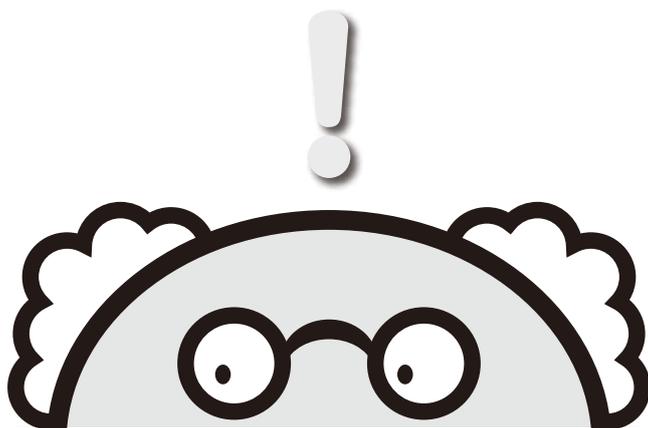
シンプルかつユニークなアイデアに、素直に「面白い！」と感じました。消費者にとって受益するイメージが分かりやすいことは、早期に事業化できるチャンスがあるということです。事業化の際、既存の流通や資材が使えることもポイントです。すべての工程をアウトソースで賄えば、ファブレスメーカーとしてリスクを抑えて、早期の事業開始を見込むことができます。

提供価格もそれほど高価でなければ、多くの人がイロモノとして1回は手に取ります。そのワンチャンスをもものにすればブレイクの道が開かれるので、まずは一瞬で相手の心をつかむオシボリの提供方法、パッケージ、顧客メリットなどのイメージを固めてください。

また、ビジネス街やフィットネスクラブなど、汗を拭きなくなるシチュエーションを掘り起こし市場細分化すれば、ライバルの参入を防げるニッチで強力なビジネスモデルを創る事もできます。

そのほかにも、国産タオルの業界は、一部の元気な企業を除いて市場の縮小に悩まされています。自動販売機が彼らの新たな販路になれば、ご当地ものやキャラクターものへの展開するコラボ事業も可能です。そこにガチャガチャのビジネスモデルを真似て、オシボリをコンプリートする楽しみを与えることもできるでしょう。

いろいろと思考の展開ができビジネスの魅力は十分です。プレゼンテーション時のノリの良さを大切に、こらからも検討を重ねてください。街角でオシボリを買う日を楽しみにしています！



低価格!

高品質!!

短納期!!!

菊四裁4色機
菊半裁4色機

小ロット

カラー印刷

特急便

経験豊富な技術力で
高品質印刷物をご提供します!!

安心価格

価格表を明示。本格オフセット印刷で納得の低価格を実現しました。

短納期

「間に合わない」と思う前にご相談ください。ご要望に沿って尽力いたします。

各種用紙
に対応

薄紙から厚紙印刷まで幅広く対応いたします。

お見積り
迅速対応

明確なお見積り明細を迅速にご提出致します。

DTP

データの不備を可能な限り見つけてアドバイスをいたします。修正も可能な範囲で対応いたします。

カラー
マネジメント

カラーマネジメントシステムの確立で高品質な印刷が可能に。

植物性インキ
使用

通常のカラー印刷は環境に優しい植物由来のインキを使用。

各種後加工
対応

ニス引き印刷やPP貼、折り加工や各種製本加工に幅広く対応します。

仕分・配送
まで一括で

製本加工はもちろん、仕分・配送まで一括で承ります。

部数が少なくて頼みづらい? そんなことはありません! 小ロット大歓迎です。お気軽にどうぞ。



株式会社 旭洋社

〒113-0001 東京都文京区白山 1-19-14

TEL: 03-3818-2311

FAX: 03-3814-2937

http://www.kyokuyo-sha.co.jp

E-mail: info@kyokuyo-sha.co.jp





2019年
(平成31年)

東京グラフィックス

謹賀新年

東京グラフィックス
新宿支部一同

謹賀新年

平成31年 元旦
城西支部一同

謹賀新年

今年もよろしくお願ひします
平成31年 元旦
東京グラフィックス 三多摩支部一同

謹賀新年

今年もよろしくお願ひします。
平成31年 元旦
城東支部一同

迎春

今年がよき年でありますように
平成31年 元旦
城南支部一同

謹賀新年

関東複写センター協同組合
(ジャグラ関東複写地方協議会)
〒112-0002 東京都文京区小石川1-4-12
文京ガーデン ザウエスト704
TEL.03-3815-4338 FAX.03-3815-4357



東京グラフィックス
千代田支部一同

支 部 長	林	敬	太
副支部長	山	根	章
副支部長	金	子	博
副支部長	神	崎	一郎
副支部長	金	森	人
会 計	馬	場	太



平成31年 元旦

東京グラフィックス 文京支部一同

支 部 長	谷口	美保	(株) アイ ト
副支部長・会計	浅野	健一	(株) 向陽デジタルワークス
副 支 部 長	森岡	正博	モリゾウ (株)
副 支 部 長	大多和	剛	インフォマネージ(株)
副 支 部 長	松谷	勝広	(株) 松谷メールサービス

経営マネジメントから芸術論まで

東京グラフィックス
自主研究会「社長講座」

Founded in 2005

本年もよろしく
お願ひ申し上げます

平成31年 正月

東京グラフィックス 港支部一同

支 部 長	鈴木	将人
副支部長	深海	正洋
副支部長	宮地	本力
副支部長	佐藤	雄介
副支部長	中臺	信二
支 部 幹 事	及川	利夫
支 部 幹 事	稲満	裕一
支 部 幹 事	大根	久美子
支 部 幹 事	津留	八田 奉
支 部 監 査	八田	

謹賀新年

元 旦

東京グラフィックス中央支部

アート・レイアウト	青樹印刷(株)	中核印刷(株)
(株) アドシステム	(株) いろは堂	(株) 中央騰写堂
(株) インフィニットHR	エクセルアート(株)	日経印刷(株)
(株) エンゼル	(株) クレストアイ	日新事務機器(株)
(株) ケーヨー	(株) 研美社	日フジテクノス
(株) 光文社	小宮山印刷(株)	(株) フラワー
(株) 山王プリント	タナカ印刷(株)	(株) フリントボーイ
		(株) 文栄社
		ホクセイ印刷興業(株)
		メディアランド(株)
		(株) 山櫻
		(株) 遊文舎
		(株) ワイシー・ドキュメント
		(五十音順)

誌上新春賀詞交歓会

謹賀新年

プラスアルファ
「印刷+α」のよろず相談室 株式会社 **アイト**

代表取締役 谷口美保 (文京支部長)

企画・編集～原稿作成、取材からお手伝いします



千代田区神田神保町1-12 太陽堂ビル
TEL. 03-3294-3344
Email: info@kk-aito.co.jp
http://www.kk-aito.co.jp/

株式会社 グッドクロス

代表取締役 原田 大輔

〒141-0031 東京都品川区西五反田2-28-5
第2オークラビル2F
TEL.03-6420-2088 FAX.03-6420-2089

～病院印刷物専門会社として101年～



株式会社 イステムジャパン

代表取締役社長 石川 幸篤

〒131-0032 東京都墨田区東向島6-10-16
tel : 03-3611-3715 fax : 03-3618-4400

<http://www.istem.com/>

株式会社 オレンジ社

代表取締役会長 谷 忠明

〒102-0074 東京都千代田区九段南3-9-12
九段ニッカナビル6F
TEL.03-3239-0700 FAX.03-3239-0711
URL <http://www.orange-sha.co.jp>

倉敷印刷株式会社

代表取締役 清水 隆司

本社 〒130-0013 墨田区錦糸4-16-17
TEL.03-6658-0031 FAX.03-6658-0032

共立速記印刷株式会社

代表取締役会長 吉岡 新
代表取締役社長 笹井 靖夫

東京都千代田区飯田橋 3-11-24
TEL.03(3234)5511
URL <http://www.ksi21.com>

グンジ印刷株式会社

代表取締役 郡司 博史

〒130-0011 墨田区石原 2-6-2
TEL 3624-5837(代) FAX 3624-5956
Eメール gunji@fides.dti.ne.jp

謹賀新年



昨年中は一方ならぬご愛顧を頂き、誠にありがとうございました。
本年も社員一同、一層の精進をいたす所存でございます。
なにとぞ宜しくお引き立ての程お願い申し上げます。

NS印刷製本株式会社

since1962

代表取締役会長 中村 耀
代表取締役社長 中村 盟
専務取締役 中村 睦



〒162-0041 東京都新宿区早稲田鶴巻町 568
TEL 03-3203-5421 FAX 03-5273-0527
URL <http://www.ns-p.co.jp>

菊全判 4色機を導入いたしました
NS PRINT & POSTPRESS

株式会社 金精社

代表取締役社長 金子 貴博

本社 〒176-0003 東京都練馬区羽沢3-28-8
TEL (3994) 5801 (代表)
FAX (5999) 1614
<http://www.kinseisha.co.jp>



善哉

幹事	幹事	幹事	幹事	幹事	幹事	副会長	会長
谷 忠明	添田 隆男	郡司 三郎	川井捷一郎	金森 延武	井上富美子	森田 茂	今井 茂雄

吉岡 新	水口 長	幅 和弘	中村 耀	坂梨 孝義	小林 伸三	金子 徹	江曾 鶴一
------	------	------	------	-------	-------	------	-------

(五十音順)

あけまして
おめでとつございます
東京グラフィックス
悠遊クラブ

謹賀新年

プラスチックカード印刷 総合サイト **研美社**

IDカード・社員証印刷 専門サイト **IDmart**

ICカード印刷・販売 専門サイト **iCカード.com**

下敷き印刷 専門サイト **下敷き.COM**

カードプリンタ販売 専門サイト **カード7/17.com**

株式会社研美社 5サイト運営しております
【本社】☎06-6351-1766 【東京】☎03-6228-3900

K-Print

代表取締役社長
竹内 正浩

〒136-0074
東京都江東区東砂8丁目5番地1号
電話 03(5683)3301 FAX 03(5683)3303



勝美印刷株式会社

代表取締役社長 **米原 正信**

東京都文京区白山1-13-7
電話 東京03(3812)5201(代)
RIFAX 東京03(3816)1561

株式会社 東 邦

代表取締役会長 **竹平 時彦**
代表取締役社長 **吹留 廣矢**

〒143-0024 大田区中央2-2-16
TEL:03-3778-5511 FAX:03-3778-5517
(E-mail) takehira@toho-net.co.jp
(URL) http://www.toho-net.co.jp

株式会社 ケーヨー

代表取締役社長 **早坂 淳**

〒103-0023 東京都中央区日本橋本町4-1-6
ケーヨービル
TEL.03-3242-0191 FAX.03-3242-0167

謹 賀 新 年
シール・ラベル印刷の事なら・・・

有限会社 **ステップファイブ**
代表取締役 **山岸 晴二**

TEL03-3266-9636 FAX03-3266-9637
〒162-0806
東京都新宿区榎町75番地古内ビル1F
メール step5@j5c5.so-net.ne.jp
ホームページ http://step5.jp

日経印刷株式会社

代表取締役社長 **広瀬 智**

〒102-0072 東京都千代田区飯田橋2-15-5
TEL 03 (6758) 1001 FAX 03 (3263) 5814
https://www.nik-prt.co.jp

KES DESIGN & PRINT

興栄社
代表取締役社長 **菅野 潔**

〒136-0071 東京都江東区亀戸2-3-13
TEL.03-3681-2977 FAX.03-3681-2990
e-mail:info@koueisyaya.com
URL http://www.koueisyaya.com




株式会社 双文社

代表取締役
今井 茂雄

ISO9001:2015認証取得
JIS Q 9001:2015
MS JAB CM009
161900181073

〒113-0033 東京都文京区本郷1丁目10番9号
TEL 03(5803)3211
FAX 03(5803)1793
URL:http://www.soubnsha.co.jp

守ります、プライバシー

(有)ハピネス情報処理サービス

代表取締役社長 **井上 富美子**

〒116-0013
東京都荒川区西日暮里2-31-5 根木ビル2階
TEL:03-3806-4501 FAX:03-3806-7170

株式会社 三響社

代表取締役 **金森 直人**
取締役会長 **金森 勝芳**

〒101-0052
東京都千代田区神田小川町3-2
電話 03(3293)0841 FAX 03(3293)0843
E-mail : XLC01661@nifty.com

CAD・テクニカルイラスト・CG・VR・印刷
【テクニカルコンテンツのエキスパート】

TG 株式会社 東京技術協会

代表取締役社長 **鈴木 将人**

〒108-0073 東京都港区三田4-8-41 TEL 03-3444-4331
[関西事業所]
〒530-0003 大阪府大阪市堂島2-1-27 7-F TEL 06-6442-3288
http://www.togi.ne.jp

株式会社 文栄社

代表取締役社長 **渡邊 文隆**

〒103-0023 東京都中央区日本橋本町4-15-4
TEL:03-3662-1951 FAX:03-3661-9735
URL:http://www.bbe.ne.jp E-mail:bunei@bbe.ne.jp

謹賀新年

代表取締役会長 **添田 隆 男**
代表取締役社長 **添田 寛**

株式会社 サンライズ

〒110-0014 東京都台東区北上野2-32-8 TEL.03-3845-0730

ファイルメーカーDBで業務を改善

DoPLAN

代表取締役 **笹岡 誠**

有限会社ドゥ・プラン
〒158-0081 世田谷区深沢6-3-9
TEL.03-6411-6459 FAX.03-4243-2601
URL: http://www.do-plan.co.jp

企画・印刷・製本・グッズ制作

株式会社 緑陽社

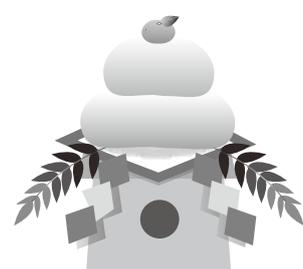
代表取締役 **武川 優**

〒183-0033 東京都府中市分梅町3-58-1
TEL : 042(351)1900 FAX : 042(351)1901
E-mail : info@ryokuyou.co.jp

株式会社 ジェーピークリエイト

代表取締役 **野田 晃司**

〒105-0014 東京都港区芝2-27-8
VORT芝公園2階
TEL.03-6435-0020 FAX.03-6435-0495



日本印刷機材協議会

会長 幅 和弘

事務局 東京都千代田区飯田橋 2-8-5
ニュープリンティング棟内
電話 03(3264)2054

富士ゼロックス株式会社

執行役員
グラフィックコミュニケーションサービス事業
事業企画管理および営業領域担当

麻生 修司

〒106-0032 東京都港区六本木3-1-1
T-Cube13F
TEL.03-3584-8444

謹賀新年

業界で一番お客様思考に立った機材商社を目指す

株式会社 モトヤ
代表取締役社長 古門 慶造

〒104-0032 東京都中央区八丁堀4丁目5番5号
大阪・横浜・千葉・名古屋・京都・神戸・姫路・福岡
<http://www.motoya.co.jp/>

ウエノ株式会社 東京営業所

代表取締役社長 上野 耕治

〒130-0014 東京都墨田区亀沢4-21-12
TEL.03-3625-3814 FAX.03-3626-2180

FUJIFILM

Value from Innovation

富士フイルム グローバルグラフィックシステムズ株式会社

代表取締役社長 辻 重紀

本社 〒106-0031 東京都港区西麻布二丁目26番地30号
富士フイルム西麻布ビル 03(6419)0300
☎️ <http://fjgs.fujifilm.co.jp>

株式会社モリサワ

代表取締役社長

森澤 彰彦

〒556-0012
大阪市浪速区敷津東 2-6-25 Tel.06-6649-2151

KONICA MINOLTA

コニカミノルタ ジャパン株式会社

代表取締役社長 原口 淳

〒105-0023
東京都港区芝浦1-1-1 浜松町ビルディング 24F
<http://konicaminolta.jp>

MUSASHI

株式会社 ムサシ

代表取締役社長 羽鳥 雅孝

〒104-0061 東京都中央区銀座8-20-36
TEL 03(3546)7733 FAX 03(3546)7839
<http://www.musashinet.co.jp>

月刊誌・旬刊ニュース **ズイテイクステージ**

印刷業界ニュースサイト「ニュープリネット」

代表取締役 楠本 英夫
ニュープリンティング株式会社

〒102-0072 東京都千代田区飯田橋 2-8-5 多幸ビル九段
TEL 03(3264)2054
FAX 03(5214)6357

KOMORI

株式会社 小森コーポレーション
代表取締役社長 持田 訓

本社 〒130-8666 墨田区吾妻橋3-11-1
TEL.03-5608-7803~9(営業直通)
URL:<https://www.komori.com>



リョービMHI

グラフィックテクノロジー株式会社

代表取締役社長

広川 勝士

〒726-0002 広島県府中市鶉飼町800-2
Tel.(0847)40-1600 Fax.(0847)40-1601
<http://www.ryobi-group.co.jp/graphic/>

取締役会長 幅 和弘

代表取締役 伊澤 秀春

プリントメディアの総合商社



株式会社
〒101-0065
東京都千代田区西神田 2-7-8
TEL 03-3263-6141(代) FAX 03-3263-6149
<http://www.showa-corp.jp>



公益社団法人

東京グラフィックサービス工業会

the Tokyo Graphic services industry association

三菱製紙株式会社代理店
DIAMIC **ダイヤモンド株式会社**

代表取締役社長 星野 浩之

〒130-0026
東京都墨田区両国二丁目10番14号 両国シティコア12F
TEL 03-5600-1540 FAX 03-5600-1599

「ころときめ」
♥

営業のための道しるべ

新しい1年へ営業の提案

(株)ビジネスコミュニケーション研究所 代表取締役 田中 信一

オ

営業の原点を見つめ直そう

■「ありがとう」と言っていただけ仕事をする

どんなに“よい印刷物”ができて、またどんなに効果が上がっても、お客様は印刷物に対して「ありがとう」とは言わないだろう。

一緒に作ってくれた営業パーソンに「ありがとう」と言ってくれるに違いない。「ありがとう」と言われる仕事は、少しだけ価格が高くなり、信頼関係の預金残高は増え、次の仕事でのあなたの優先順位は上がる。

新しい年2019年は、1年に何回「ありがとう」と言っていただけ仕事ができるかが楽しみだ。“ありがとう”の数が増えるほど、あなたも成長していける。

■“買いにくい”ものは売れない

あの店は買いにくいとか、ある人（営業）は頼みやすいなど、お店や営業パーソンに対するイメージは買い手（お客様）の心の中にできるものだ。だから買い手（お客様）が買いやすい品揃えや雰囲気づくりが重要だし、お客様が選びやすいようにわかりやすく説明してあげる必要がある。

印刷の営業パーソンはお客様に「何でも言ってください。どんなご要望でもお応えします」と言うが、それは実は買いにくくてしょうがない。そう言われたお客様には「要望は具体的に出してください」と聞こえている。

お客様は、“どんな印刷物を作ればよいのか”がわからない。だから具体的な要望が出せない。ただ自分の商売がうまくいかなくて悩んでいるのだ。こんな営業を続けていては、印刷需要は減る一方だろう。

■仕事は「名詞」ではなく「動詞」で考える

お客様はわれわれが提供する「モノ（印刷物）」に対して、高い/安いと評価することから、われわれもどうしても「モノ（印刷物）」を売ろうとしてしまう。

しかし、一步引いて考えてみると、お客様は「モノ」ではなく「モノの働き」、つまり“機能”を必要としているはずだ。だから、われわれも売り方を変えてみてはどうだろう。「印刷物」を買ってもらうのではなく、「店頭への集客のお手伝い」とか「商品の深い理解と買う気にさせるきっかけ」を買ってもらうのだ。

つまり営業パーソンは、自分の仕事を印刷物の製造という「名詞」ではなく、“～できることや、～を助ける”ことと「動詞」で考えることで、どんなお役に立てるかが見えてくるのではないだろうか…。

あなたは“どんな働き（機能）”を売りに行きますか？

■お客様を味方につける…

営業パーソンや営業活動は、お客様に“迎合する”のではなく、お客様を“味方につける”ことを意識した行動でなければならない。迎合するのと、味方につけるのは似て非なるものだ。

迎合とは“言いなり、片思い”であり、味方とは“Win/Win、両思い”と言える。味方は多いほうが、お客様もあなたもお互いに得をする。そもそもお客様は“敵”ではないし、営業パーソンの仕事は、味方をできるだけ増やすことなのではないだろうか。

2019年、あなたは味方を何人増やせるだろうか…、そのために年明けからどんな行動をしていくべきなのだろうか。

EU GDPRって何？ 日本企業が対応することは

個人情報保護を巡り欧州・EUでは、GDPR（General Data Protection Regulation・一般データ保護規則）が2018年5月25日に適用開始され、世界的に適用が始まりました。GDPRは、個人データ（personal data）の取得・処理・移転に関するルールを定めたEUの個人情報保護法であり、EU域内にいる個人の個人データを保護するための規制となります。

この規制は、EU域外の企業も適用対象となります。具体的には、例えば、データの侵害に気付いた時点から、72時間以内にデータ漏洩を報告する義務が生じます。違反した企業には、最大で”年間総売り上げの4%か2千万ユーロ（約25億円）のうちいずれか高い方”の罰金が科せられるというものです。

EUでは、すでに「データ保護指令」（およびこれに基づきEU加盟各国で制定・施行されていたデータ保護法）の時代から、EU域内から域外への個人データの移転が厳しく制限されてきていました。

それを受け継いだGDPRにおいては、

- ①十分な個人情報保護の水準が保障されていることを欧州委員会が認めた国への移転であること。
- ②欧州委員会が認めた標準データ保護条項やデータ保護機関の承認を受けた拘束的企業準則によって、移転先事業者における適切な個人情報保護を確保すること。
- ③本人の明示的な同意を得ること。

—という3点が、主な移転ツール（EU域内から域外へ個人データを移転するために依拠することのできる法的根拠）として用意されています。

つまり、事業者がEU域内から十分に認定されていない国に個人情報を移転する場合（EU域内の海外現地法人の従業員情報や顧客情報をEU域外に所在する本社において一元管理する場合等）には、標準データ保護条項に依拠ないし本人同意を得るなどしなければなりません。

🔒 対象企業・情報について

では、GDPRの対象となる企業はどのような企業となるのでしょうか、①EUに子会社や支店・営業所を有している企業、②日本からEUに商品やサービスを提供している企業、等が対象となります。

また、短期出張や旅行で欧州経済領域に所在する日本人の個人データを日本に移転する場合には、上記のGDPRの域外移転の規制が及ぶ可能性があり、日本企業から出向した従業員情報なども域外移転の規制対象となるので注意が必要です。

印刷業においても、EUとの取引等がある場合はGDPRの適用対象となるか十分な確認が必要でしょう。

注意すべき点は、個人情報を取得するときは、本人・ユーザーの同意その他の法的根拠を満たすことが必要であり、IPアドレスやCookieのようなオンライン識別子も個人情報とみなされます。また、企業は個人情報を取得する場合、自らの身元や連絡先、処理の目的、第三者提供先、保管期間などについてユーザーに明記しなければなりません。加えて、大量の個人情報を扱う企業は、“データ保護オフィサー”を任命すること、個人情報を使用する目的達成のために必要な期間以上に保持してはならない、と厳しく制限が掛けられています。

🔒 日・EU間の相互の円滑な個人データ移転を図る枠組み構築に係る最終合意について

我が国の個人情報保護委員会と欧州委員会は2018年7月17日、個人データの越境移転枠組みに関する日・EU相互認証（個人情報保護委員会がEUを「わが国と同等の水準にある個人情報保護制度を有する国」であることを、また、欧州委員会がわが国を「十分な個人情報保護の水準が保障されている国」であることを、相互に認め合うことにより、日・EU

双方向での個人データの円滑な流通を確保すること)に向けた対話の終結を確認し、共同プレスステートメントが公表されました。これは、2015年の法改正により、我が国の個人情報保護法も、個人データの越境移転規制に関して GDPR と類似の制度的フレームワークを有することとなったことを契機として、我が国と EU の間で相互に個人データの円滑な越境移転を可能とする枠組みを構築することとなったものです。

個人情報の保護に関する法律に係る EU 域内から十分性認定により移転を受けた個人データの取扱いに関する補完的ルール

個人情報保護委員会は、9月6日付でプレスリリースを発表しました。その中で、欧州委員会が9月5日に日本に対する十分性認定手続きを開始すると閣議決定したこと、日本も EU 側の十分性認定の決定に合わせて EU をわが国と同等の水準にある個人情報保護制度を有する国・地域として指定する手続きを行うこととしています。

また、これに先立ち、個人情報保護委員会は「個人情報の保護に関する法律に係る EU 域内から十分性認定により移転を受けた個人データの取扱いに関する補完的ルール」を発表しており、このルールを施行することが EU から「十分性認定」(GDPR 第45条に基づき、欧州委員会が、国又は地域等を個人データについて十分な保護水準を確保していると認める決定)を受ける条件となっています。

日・EU 双方の制度は極めて類似しているものの、いくつかの関連する相違点が存在するという事実を照らして、個人情報の保護に関する基本方針を踏まえ、EU 域内から十分性認定により移転を受けた個人情報について高い水準の保護を確保するために、個人情報取扱事業者による EU 域内から十分性認定により移転を受けた個人情報の適切な取扱い及び適切かつ有効な義務の履行を確保する観点から、各国政府との協力の実施等に関する法の規定(※1)に基づき個人情報保護委員会は、補完的ルール(以下「本ルール」という)を策定しました。

特に法第6条は、個人情報に関する一層の保護を図り国際的に整合のとれた個人情報に係る制度を構築する観点から、法令で定める内容を補完し上回る、より厳格な規律を設けられるよう必要な法制上の措置その他の措置を講ずる権限を規定しています。したがって、個人情報保護委員会は、個人情

報保護法を所管する機関として、法第6条に従い、法第2条第3項に定める要配慮個人情報及び法第2条第7項に定める保有個人データ(保有期間に関する定めを含む)に関する定義を含め、EU 域内から十分性認定により移転を受けた個人データの取扱いについて、個人の権利利益のより高い水準の保護を規定した補完的ルールを策定することにより、より厳しい規律を策定する権限を有しています。

これに基づき、本ルールは、EU 域内から十分性認定により移転される個人データを受領する個人情報取扱事業者を拘束し、個人情報取扱事業者はこれを遵守する必要があります。本ルールは法的拘束力を有する規律であり、本ルールに基づく権利及び義務は、本ルールがより厳格でより詳細な規律により補完する法の規定と同様に個人情報保護委員会の執行対象となります。本ルールに定める権利及び義務に対する侵害があった場合は、本ルールがより厳格でより詳細な規律により補完する法の規定と同様に、本人は裁判所からも救済を得ることができます。

個人情報保護委員会による執行に関しては、個人情報取扱事業者が本ルールに定める一つ以上の義務を遵守しない場合、個人情報保護委員会は法第42条に基づく措置を講ずる権限を有します。一般的に、EU 域内から十分性認定により移転を受けた個人情報について、法第42条第1項の規定による勧告を受けた個人情報取扱事業者が正当な理由(※2)がなくその勧告に係る措置をとらなかった場合は、法第42条第2項に定める「個人の権利利益の重大な侵害が切迫している」と認められます。

※1：法第4条、第6条、第8条、第24条、第60条及び第78条、並びに規則第11条

※2：正当な理由とは、個人情報取扱事業者にとって合理的に予測できない不可抗力のできごと(たとえば自然災害)による場合や、個人情報取扱事業者が違反を完全に是正する代替的措置をとったことにより、法第42条第1項に基づく個人情報保護委員会による勧告に係る措置を講じる必要性が失われた場合が考えられます。

個人情報保護に関する法令及びガイドラインに加えて 最低遵守すべき5つの規律

(1) 要配慮個人情報（法第2条第3項関係）

EU 域内から十分性認定に基づき提供を受けた個人データに、GDPR において特別な種類の個人データと定義されている性生活、性的指向又は労働組合に関する情報が含まれる場合には、個人情報取扱事業者は、当該情報について法第2条第3項における要配慮個人情報と同様に取り扱うこととする。

(2) 保有個人データ（法第2条第7項関係）

個人情報取扱事業者が、EU 域内から十分性認定に基づき提供を受けた個人データについては、消去することとしている期間にかかわらず、法第2条第7項における保有個人データとして取り扱うこととする。

なお、EU 域内から十分性認定に基づき提供を受けた個人データであっても、「その存否が明らかになることにより公益その他の利益が害されるものとして政令で定めるもの」は、「保有個人データ」から除かれる（政令第4条、通則ガイドライン「2-7 保有個人データ」参照）。

(3) 利用目的の特定、利用目的による制限（法第15条第1項・法第16条第1項・法第26条第1項・第3項関係）

個人情報取扱事業者は、法第15条第1項により特定した利用目的の達成に必要な範囲を超えて、個人情報を取り扱う場合は、あらかじめ本人の同意を得なければならず（法第16条第1項）、また、第三者から個人データの提供を受ける際は、規則で定めるところにより、当該第三者による当該個人データの取得の経緯等を確認し、記録しなければならないこととなっている（法第26条第1項・第3項）。

個人情報取扱事業者が、EU 域内から十分性認定に基づき個人データの提供を受ける場合、法第26条第1項及び第3項の規定に基づき、EU 域内から当該個人データの提供を受ける際に特定された利用目的を含め、その取得の経緯を確認し、記録することとする。

同様に、個人情報取扱事業者が、EU 域内から十分性認定に基づき移転された個人データの提供を受けた他の個人情報取扱事業者から、当該個人データの提供を受ける場合、法第26条第1項及び第3項の規定に基づき、当該個人データの提供を受ける際に特定された利用目的を含め、その取得の経緯を確認し、記録することとする。

上記のいずれの場合においても、個人情報取扱事業者は、法第26条第1項及び第3項の規定に基づき確認し、記録した当該個人データを当初又はその後提供を受ける際に特定された利用目的の範囲内で利用目的を特定し、その範囲内で当該個人データを利用することとする（法第15条第1項、法第16条第1項）。

(4) 外国にある第三者への提供の制限（法第24条・規則第11条の2関係）

法第24条

個人情報取扱事業者は、EU 域内から十分性認定に基づき提供を受けた個人データを外国にある第三者へ提供するに当たっては、法第24条に従い、次の①から③までのいずれかに該当する場合を除き、本人が同意に係る判断を行うために必要な移転先の状況についての情報を提供した上で、あらかじめ外国にある第三者への個人データの提供を認める旨の本人の同意を得ることとする。

- ① 当該第三者が、個人の権利利益の保護に関して、我が国と同等の水準にあると認められる個人情報保護制度を有している国として規則で定める国にある場合
- ② 個人情報取扱事業者と個人データの提供を受ける第三者との間で、当該第三者による個人データの取扱いについて、適切かつ合理的な方法（契約、その他の形式の拘束力のある取決め又は企業グループにおける拘束力のある取扱い）により、本ルールを含め法と同等水準の個人情報の保護に関する措置を連携して実施している場合
- ③ 法第23条第1項各号に該当する場合

(5) 匿名加工情報（法第2条第9項・法第36条第1項・第2項関係）

EU 域内から十分性認定に基づき提供を受けた個人情報については、個人情報取扱事業者が、加工方法等情報（匿名加工情報の作成に用いた個人情報から削除した記述等及び個人識別符号並びに法第36条第1項の規定により行った加工の方法に関する情報（その情報を用いて当該個人情報を復元することができるものに限る）をいう）を削除することにより、匿名化された個人を再識別することを何人にとっても不可能とした場合に限り、法第2条第9項に定める匿名加工情報とみなすこととする。

【おことわり】

東京グラフィックス2018年11月号及び12月号で掲載した「リスクマネジメントと個人情報・BCP」第54回と第55回に個人情報保護委員会から公表されたとして掲載した資料は、公表前のものであり、且つ現在公表されているものとは内容が異なります。そこで、閲覧等する場合は、正式に同委員会 HP で公表された資料を確認し、他者への配布は行わないでください。

「エグゼクティブStyle」



第10回 エグゼクティブの外見力

株式会社TFSマナー&EDUCATION 代表取締役 山本洋子

人は見かけが9割とはよく言われていることです。第一印象が勝負のCAも外見を整えることを厳しく教えられます。外見を整えるということはどういうことなのでしょう？

特に年を重ねた年代の男性の中には、外見よりも中身が大事という概念が強く、見た目をこだわることにに対して抵抗感がある方が多いように思います。必要以上に外見にこだわることはおすすめしませんが、外見を磨くということは現在のビジネス社会において最低限求められていることだと考えたほうがよさそうです。

今回は、「エグゼクティブの外見力」についてです。外見力を高めるのに必要な要素は、「身だしなみ」「表情」「態度」です。

🌀 「身だしなみ」「表情」「態度」そして「姿勢」

■ 「身だしなみ」の3つのポイント

これは言わずと知れたことですが、ビジネスシーンにおいては常に「身だしなみ」をきちんと整えます。

「身だしなみ」は「おしゃれ」とは異なります。「身だしなみ」とは相手に対して不快な思いをさせない身のたしなみのことで、他者評価です。これに対して「おしゃれ」とは自分の個性や好みを表現して着飾ることで、自己評価なのです。これをき違えるとビジネスマンとしては不合格です。

ファーストクラスに搭乗される方は、ホノルルなどの観光路線においてもジャケットをお召しになる方が多いです。当然機内ではくつろぎやすい服装にお着替えになるのですが、ご搭乗時の装いはジャケット姿です。

ホノルル線のエコノミークラスでよくお見掛けするTシャ

ツに短パン姿は、まずファーストクラスではお見掛けしません。ファーストクラスは社交の場ととらえる方が多く、TPOを考えて洋服をお選びになっているのだと思います。

「身だしなみ」の3つのポイントは、「清潔感」「機能性」「調和」と言われています。

洗い立ての清潔なシャツを着ていても「清潔感」があるとは限りません。清潔感ある着こなしは、汚れやしわ、ほつれがない状態の洋服を決められたルールで着ることで、Yシャツなら一番上のボタンを留める。3つボタンジャケットなら3番目のボタンだけ外す。ジャケットのポケットのフラップは外出時は外に出す等のルールをきちんと守っているかどうかで見た目の印象が大きく変わってきます。

「機能性」は身体に合ったサイズの洋服を着用することで、身体に合っていないサイズの洋服は、だらしない印象を与えます。エグゼクティブは洋服に身体を合わせるくらいのセルフコントロールが必要です。

最後の「調和」はTPOといわれるものです。TIME（時）、PLACE（場所）、OCCASION（場合、行事等）です。最近ではTPOに加えPERSON（相手）、POSITION（立場）にも注意が必要で、TPPPOと言われています。

■ 「表情」は練習あるのみ

接客業において「表情」、とりわけ笑顔は商売道具です。CAはクレーム対応と緊急時以外は常に笑顔であることを強いられます。接客業には笑顔が必須条件ですが、それ以外の業種ではいかがでしょうか？ 商売道具としての笑顔は必要ないかもしれませんが、常に柔かな表情を保つことは高い外見力には必要な要素です。



さりげない微笑みで「外見力」アップ!

日本人は他人と目が合うと微笑むという習慣がありません。特に男性の場合、必要以上にニコニコしていると要らぬ嫌疑をかけられることもあります。へらへらした印象を与える表情ではなく、柔和で豊かな印象を与えるには口角を上げる必要があります。無表情でいると自然と口角は下がって見えます。口角が下がっていると人によっては怒っている顔になるのです。普通にしているも怖いと思われる人は口角が下がっています。人は怒っている人間には近づかないものです。怒っていないのに怒って見える人は、人と仲良くなれるチャンスを自ら逃しているかもしれません。

ファーストクラスで出逢うエグゼクティブの多くが、目が合ったら微笑むということをサラリとやってのけるのはこのあたりを心得ているのでしょう!

女性から見ても優しいまなざしの男性はとても魅力的です。恥ずかしがらずに目が合ったら少し微笑むことを試してみてください。外見力がアップすること間違いなしです。ただし今のご時世、厄介なことに巻き込まれることとなりますので、眼つきに変な意味を込めてはいけません。あくまでもサラリと微笑むがポイントです。

プロの役者でも表情は練習をしています。鏡の前でこっそりと練習あるのみです。

■「態度」は正しいあごの位置を意識

「態度」には心が現れます。横柄な態度は相手に威圧感を与えるだけでなく、不快な思いを抱かせます。横柄な態度は高い外見力とはいえません。

相手に誠実で謙虚な印象を与えるには、あごの位置が重要です。正しい姿勢にも直結するのがあごの位置なのです。あごの位置が上がると不遜で相手を見下しているように見えます。逆にあごの位置が下がると不安や疑いの印象を与えま

す。相手に対する印象を左右するあごの位置はとても重要なのです。

正しいあごの位置は相手に対してまっすぐな位置です。正しい位置にあごをおさめていると自然に姿勢もよくなります。これだけで外見力は確実にアップします。

■「姿勢」は座っているときも気をつけて

そして大切なのは「姿勢」です。姿勢が悪いと全てが台無しです。悪い姿勢で特に多いのが猫背です。エグゼクティブと呼ばれる人には猫背は見当たりません。常に背筋がピンと伸び清々しい印象を振りまいています。猫背とは反対に、腰が反り、ふんぞり返っている印象を与える姿勢もよくありません。

正しい姿勢は背骨がまっすぐで、横から見るとくるぶし、肩、耳の位置がまっすぐになる姿勢です。丸肩になっていたり、頭が前に倒れたりしていると横から見たとき肩と耳のラインが崩れます。

また姿勢は立っているときだけではなく、逆に座っているときの方が気を付けなければいけないのです。肘をついたり、猫背になったり、背もたれにもたれかかったりしがちです。工作中、食事時の姿勢にも気を配りたいものです。

外見力を磨くということは、高価な洋服を身にまといファッションに気を配ることではありません。相手に対する配慮や仕事に向かう姿勢を「外に見せる」力です。ビジネスマンには必須の要素でもあるのです。

まずは先導する経営者の皆様が自身の外見力を磨き、部下が憧れるような外見力を身につけてみませんか?

山本 洋子
 (株)TFSマナー & EDUCATION
 代表取締役



25年間大手航空会社にて勤務。チーフパーサーとして世界中のVIPを接客し、教官として1200名以上のCAを育成、サービスアドバイザーとして6000名のCAの指導を行う。その後外資系保険会社でFPとして営業に携わる。一流の接客マナーと営業経験に基づいた独自のメソッドで実践的かつ効果的な研修を行う。



医療法人社団 同友会 理事長

高谷典秀先生のなんでも健康相談 ⑦〇

首の周辺にできる“しこり”とは？



首の後ろにあるコブが心配です

首の後ろにあるコブについて教えてください。

私の首の後ろには、3センチくらいのコブのようなものがあります。それは何年も前からあり、以前はもう少し小さかったような気がしています。

痛みや違和感などはまったくなく過ごしてきて、大きさもほとんど変わりません。毛髪で隠れるので、全く気にしていませんでした。

しかし先日、たまたま息子が帰省したときに見られて「場所が場所だけに検査をした方が良い」とすすめられました。

これは、悪性のものなのでしょうか。もし検査をするなら、何科へかかればよいのでしょうか。教えてください。



「粉瘤」か「脂肪腫」と思われますが硬くて大きい場合は要注意です

今回は首の後ろにコブのようなものができるという方からのご相談です。コブのある場所が首ということで、心配をされているようです。

首の周辺に“しこり”ができる原因には、いくつかの可能性が考えられます。

まずはリンパ腺が腫れている場合です。リンパ腺の腫れは、がんの転移や「悪性リンパ腫」というリンパ腺の悪性腫瘍の可能性も考えられるので注意が必要です。しかし、リンパ腺は首の前側に多くあるものなので、あなたのように首の後ろが腫れるケースはほとんどありません。また、かなり長い期間、“しこり”があるようなので、そういった面でも悪

性のものとは考えにくくなります。

このような皮膚の“しこり”ができる場合に多いのが、「粉瘤」や「脂肪腫」という皮下腫瘍しゅりゅうです。

「粉瘤」とは、垢あかなどの老廃物が、皮膚の下にできた袋状の組織の中に溜まってしまうものです。時間をかけて少しずつ大きくなり、通常は痛みやかゆみなどありませんが、ときに細菌感染を起こすことがあります。その場合、赤くなったり、痛みを感じたりすることもあります。なるべく小さなうちに手術を行い、中の袋ごと切除してしまえば問題ありませんが、ごくまれに、がんへ進行することもありますので注意が必要です。

一方、「脂肪腫」は、皮膚の下に脂肪の塊ができる腫瘍のひとつです。なぜか首や肩、背中周辺にできることが多く、触ってもとくに痛みも感じません。長い年月をかけて大きくなっていくものなので、大きさは人によって様々です。

通常は良性なので、あえて治療をしない人も多いようですが、目立つ場所にできてしまって人目が気になるような場合には、手術で切除することもできます。

一般的にはこの「粉瘤」か「脂肪腫」のどちらかの可能性が高いのですが、悪性かどうかは調べてみないと分かりません。とくに硬く、大きくなっている場合には注意が必要です。

視診や触診などでおおむね判断がつくことが多いのですが、CTやMRI、超音波検査等の画像診断を行うこともあります。また、ときには針生検で内部組織を顕微鏡で観察するなどして内部の成分を調べ、原因を特定することが必要な場合もあります。一度、皮膚科を受診することをおすすめいたします。



リフレッシュ・タイム

自宅でできる腹筋トレーニング

健康維持に大切だとされている筋力。今回は、自宅でできる腹筋トレーニングをご紹介します。

腹筋は姿勢を保つ重要な役割があるので、腹筋の筋力が低下すると腰痛などの症状があらわれてきます。腰痛の予防・解消のためにも腹筋をトレーニングしておきましょう。

腰の痛みの強い方は、痛みが弱まるまで運動は行わないようにしてください。



【からだひねり体操】

- ①右腕（左腕）と左足（右足）を、体をひねりながら近づける。
- ②近づける時は息を吐き、元の姿勢に戻す時は息を吸うようにする。
- ③左右交互に10～20回行う。

の部分鍛えます。



【上体起こし体操】

- ①両ひざを90度に曲げ、両手は胸の前で組む。
- ②頭・肩・腰を一直線に保ちながら、3秒かけてイラストの位置まで上体を後ろに倒す。
- ③この姿勢を3秒間キープする。
- ④3秒かけて最初の姿勢に戻る。
- ⑤3～5回行う。

あなたの健康管理、

私たちにお任せください

協会けんぽ、全国印刷工業健康保健組合ほか
各種健康保健組合様の健診も承ります。

— 東京グラフィックス工業会共済会会員様のお得な人間ドック —

	一般価格	会員価格
人間ドックAコース日帰り	53,000円+税	39,500円+税



人間ドック・健診とその後の健康管理を
高い医療技術と安心できる空間で
ご提供いたします。



経鼻内視鏡機器を揃えた
内視鏡センター



女性スタッフだけによる
レディース健診フロア



画像検査センター



再検査・精密検査
専門外来フロア



医療法人社団 **同友会**
春日クリニック

東京都文京区小石川1-12-16TGビル
TEL03(3816)5840 FAX03(3814)0004
<http://www.kasuga-clinic.com/>

HCOMの ワンストップサービス

学術書組版からスタートしたハイコムは、その技術を生かし
現在、編集・DTPから印刷・製本・配送の
流通までを一貫して受注できる体制を整えています。



企画・編集



DTP



CTP



POD



LED-UV印刷



PP加工



製本



仕分・梱包



流通

美しい
確かな
本造り



第17回

印刷産業環境優良工場表彰
「日本印刷産業連合会会長賞」受賞

HCOM

美しい文字の故郷

www.hcom.co.jp

HCOM

ご相談窓口：03-3235-4441

日本ハイコム株式会社

〒112-0014 文京区関口1-19-2

TEL：03-3235-4441 FAX：03-5261-7070



責任ある森林管理のマーク



16190212



No.E1776-ISO14001



CM002

本社

〒399-0651 長野県塩尻市大字北小野4724

TEL：0263-56-2111 FAX：0263-56-2424



◎ ヨガ教室、忘年会など各種行事盛んに

東京グラフィックス青年部 FACE（稲満信祐会長）は年度後半の諸事業について予定通り進捗している。11月22日（木）は大井町のきゅりあんにおいて、ヨガ教室を開いた。講師は西畑亜美さん。西畑さんは2005年に上海へ1年間語学留学後、社会人として朝から終電まで仕事の毎日を送っていた。自分に自信が持てず、身体と心の不調から過呼吸や不眠症に悩み、2008年にヨガと出会う。ヨガを通してどんどん変化をしていく自分自身を体感し、ヨガインストラクターの道を歩み始める。ヨガと出会い心身共に変容していった、その経験を踏まえ、ヨガを通して年齢・性別関係なく伝えていきたいと様々な場所、シチュエーションで活動している。

12月21日（金）には新宿神戸屋において忘年会を開催した。年内最後の青年部行事とあって30人以上が参加した。

今年度のFACE活動を振り返ると、5月同日に総会と青年部設立30周年の記念祝賀会を挙行了た。総会では今期役員改選にあたることから、谷口高広会長から稲満信祐氏に会長職がバトンタッチされた。2018年は、FACEの前身である

次世代の会設立から30年目にあたることから、有志で実行委員会を立ち上げ、数か月をかけて企画、内容を検討、準備してきた。当日は100人以上の関係者が参集し、祝賀会は盛大に執り行われた。アトラクションではFACE歴代会長による二人羽織りがおこなわれ、後輩たちの無茶な要求にも快く応えた。

ほか月1回の定例会を軸に諸活動をおこなっている。ジャングラ青年部SPACE-21（本村豪経代表幹事）や、都内印刷関連団体青年部の集まりである印刷産業青年連絡協議会への役員、委員派遣もおこなっており、関連団体活動への協力も積極的にしている。また今期は東京都中小企業団体中央会の青年部にも加盟した。

SPACE-21は9月、山梨県の石和名湯館糸柳において第27回全国協議会山梨大会を開催し、全国の各都道府県青年部メンバー93人が参加した。FACEからも5人が参加した。テーマは「よってけし、甲斐の国」。協議会ではSPACE-21の新しいロゴの発表があった。これは7月から、SPACEメンバーからデザインを公募し、応募のあった10作品を対象にネット上で投票、一番投票数の多かった作品を公式デザインとして採用したもの。今後SPACE-21の諸活動で活用していく。



ヨガ教室に参加したみなさん



ヨガ教室のようす



盛況だった忘年会

お詫びと訂正

東グラ12月号につきまして、下記の訂正がございます。ご迷惑をおかけいたしましたことを深くお詫び申し上げます。

12月号26ページ・左下写真キャプション
誤・あいさつする本村代表
正・地元熊本の高光幹事

【団体向け生産性向上支援事業】IoT/ICTの活用セミナー開く

東京グラフィックスでは、東京都の団体向け生産性向上支援事業の指定を受け、11、12月の2回にわたり「入門編」と「応用編」のセミナーを実施した。

11月26日の第1回セミナーは菅野会長の開会あいさつに始まり、笹岡担当副会長からは、「今後の我々業界にとってIoT/ICTの活用は大きな経営課題となる。逼迫する人材不足への対応・働き方改革には、生産性向上は避けて通れない。今回のセミナーは東京都の支援を受けて開催されるもので、2回の座学でIoT/ICTについての概論と活用事例を学び、3回目はFFGSさんの協力でIT



「入門編」セミナーのようす

活用を実際の印刷ビジネスに活かすかを学ぶ趣旨、是非これからの経営の参考にされたい」とこのセミナーの意義を述べた。

講師は、(一社)城西コンサルタントグループ・中小企業診断士で元富士写真フイルムの神谷俊彦氏が務めた。内容は、IoT/ICTの概要を説明した後、中小企業にとっての生産性向上をどのように考え、経営に活かすかを用語解説から現場の事例を交え、具体的な生産性向上について基礎、IT利活用の現状と課題を解説した。

2回目の応用編は12月17日に開かれ、先進的事例を紹介し、実際に生産性向上計画と人材育成計画の立て方をロボットの導入やAI技術の紹介、実際にこれからの「ありたい姿」、「四半期毎の行動計画」をBSC（バランススコアカード）の考え方を元に具体的に展開された。

なお、第3回は1月29日にFFGS・佐々木健至氏を講師に実施する。

■お悔やみ

名誉会員・木下幸彦氏が昨年8月にご逝去

（株）みづほ創業者／東京軽印刷工業会・元常任理事、相談役、日本軽印刷工業会・元常任理事、相談役／（公社）王子法人会・第8代会長

木下幸彦氏は、早稲田大学雄弁会から国会議員秘書を経て、昭和37年北区田端で印刷会社「みづほ企業」を創業。東京軽印刷工業会に入会。昭和46年に常任理事就任、昭和63年から平成21年まで相談役、以降、現在まで名誉会員。日本軽印刷工業会では昭和51年から常任理事、昭和57年から相談役を歴任された。

また地元北区での役職も多く（公社）王子法人会では平成10年から6年間、第8代会長として区内の中小企業振興に尽力された。

木下氏は、昭和50年からQプリントの軽印刷業への参入に危機感を覚えた当業界の急先鋒として（株）さとう印刷社・佐藤公彦氏（元・日軽印会長）と二人三脚で反対運動を牽引され、昭和52年には中小企業の権益擁護のために中小企業事業分野確保法（分野法）の成立に尽力され、同時に中小企業事業分野確保協議会（分野協）を設立され、業界の地位向上に力を尽くされた功績は大きい。

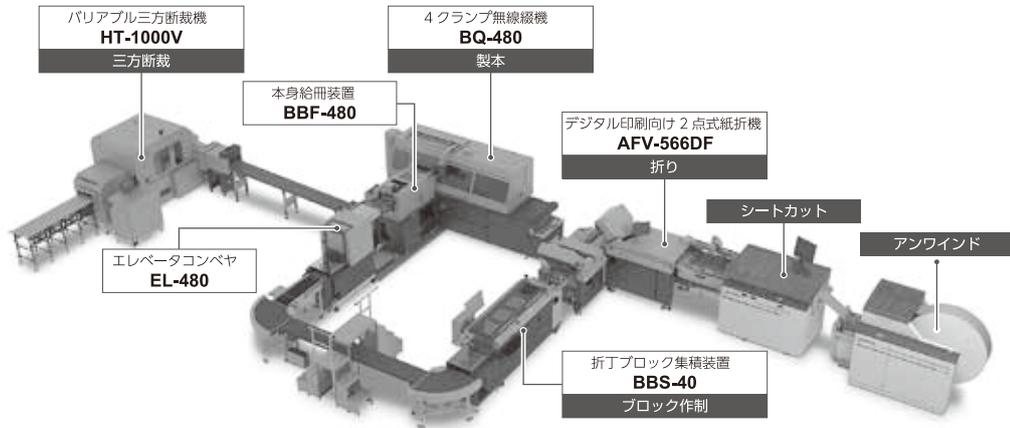


「理屈」で考えるワークフロー、
ポストプレスにフォーカスしてみませんか



Smart Binding System デジタル印刷向け書籍製本システム

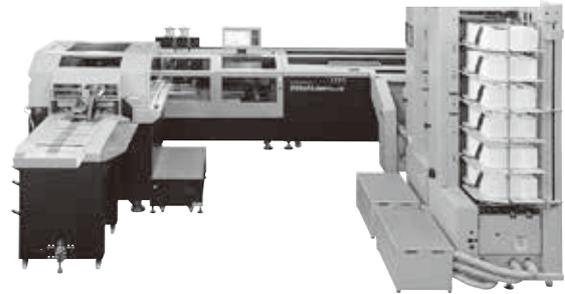
ロール紙対応で、仕上がりサイズに合わせた効率的な面付けを可能とする中小ロット向け製本システムです。



ペラ丁合鞍掛け中綴じ製本システム

StitchLiner MarkⅢ

厚みの異なる冊子に応じて各部を自動で調整、作業を中断することなく安定した高品質な製本を実現。A4S綴じ冊子は最高6,000冊/時間、A4E綴じ冊子は最高5,300冊/時間で処理することが可能です。(製本速度は紙質や紙の厚さによって異なります。)



四六判半裁全自動紙折機+横型プレススタッカー **AFC-566FKT+PST-44**

大型カラータッチパネルを搭載し、用紙を1枚挟むだけで、全ての設定を数秒で行えます。便利なワイヤレスリモコンを標準装備し、操作パネルから離れている場所でも操作できます。



自動無線綴機4クランプタイプ **BQ-480**

セット替えの高速化による、小ロット、バリアブル製本での高生産性を実現。1冊ずつ厚みの異なるバリアブル製本を最高で時間800冊で処理することが可能です。



全油圧断裁機 **APC-610**

幅61cm、厚さ10cmまで一度に断裁でき、プレッシャとともに、カッティングも油圧式で強力です。



www.horizon.co.jp

株式会社 **ホリゾン東テック**

[本社] 〒132-8562 東京都江戸川区松江5-10-9 TEL.03(3652)7631(代) FAX.03(3652)8083
 [東北営業所] 〒984-0002 仙台市若林区卸町東1-7-31 TEL.022(782)2821(代) FAX.022(782)3068

[システムデザイン営業部]

〒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

株式会社 **ホリゾン西コンサル**

[本社] 〒601-8206 京都市南区久世大薮町510 TEL.075(933)3060(代) FAX.075(933)4025
 [九州営業所] 〒813-0034 福岡市東区多の津4-12-17 TEL.092(626)8111(代) FAX.092(626)8112

11月1日

●第5回四役会

16:00～ ニッケイビル

議題／①今期事業の進捗②上半期の財政③事務局賃金規定④報告・その他
出席／菅野、笹岡、清水、中村（盟）、鈴木（将）、斎藤〔鈴木〕

●第4回理事会

18:00～ ニッケイビル

議題／①代表理事・業務執行理事の職務執行状況報告②公益目的事業報告③入・退会の承認④平成30年度事業の進捗⑤各報告・スケジュール、等
出席／菅野、笹岡、清水、中村（盟）、鈴木（将）、林（敬）、中田、大塚、谷口（美）、谷口（理）、児玉、原田（大）、比嘉、青木、武川、落合、斎藤、守田、斎藤（秀）、吉澤〔吉野、鈴木〕

11月2日

●業界諸先輩感謝の集い

11:00～ 神田明神

出席／清水、綿貫、井上（富）、松田、西岡、山下（英）、田中、武川（ス）
参加／34人〔八木田、斎藤〕

11月3日

●共済会ゴルフ大会

8:00～ トムソンカントリークラブ
出席／松田、春名、山下（英）、林（泉）、小林（隆） 参加／21人

11月4日

★女性の会レインボー勉強会

14:00～ 東京理科大

内容／アパホテル講演会（講師：元谷芙美子） 参加／5人

◆中央区産業文化典

（～6日）晴海トリトンスクエア
参画／中央支部

11月5日

◆城東支部会

11月6日

★悠遊クラブ幹事会

15:00～ ニッケイビル

出席／今井、添田、川井（捷）、金森（延）、森田、井上（富）、谷〔斎藤〕

◆文京支部会

18:30～ 文京シビックセンター

11月7日

◎プライバシーマーク現地審査

ジェーピークリエイイト〔渡部、斎藤〕

11月8日

☆日本印刷機材協議会総会

17:00～ 如水会館

出席／菅野、笹岡、早坂、中村（盟）、鈴木（将）、斎藤

★青年部 FACE 定例

18:30～ ニッケイビル

内容／コンセンサスゲーム
参加／30人

11月9日

■ジャグラ全国協議会（～10日）

東京ドームホテル／日本教育会館

11月12日

●「ビジコン! 2018」ファイナルプレゼン大会&最終審査会

14:00～ ニッケイビル

審査委員会／東京都産業労働局商工部
経営支援課、高橋晋平氏、伊豫田竜二氏、菅野潔会長

出席／中村（盟）、田中、大瀧、大塚、武川〔吉野、鈴木〕

11月14日

●団体課題別人材力支援事業セミナー

16:00～ ニッケイビル

内容／ビジネスモデルセミナー「ビジネスモデル構築の基礎」①

☆産業交流展

（～16日）東京ビッグサイト

出展／港支部

11月15日

●第5回総務委員会

18:30～ ニッケイビル

議題／①「ビジコン! 2018」②賛助会員懇談会の運営③新春賀詞交歓会④東京グラフィックス HP ⑤機関誌印刷委託先の選定について、他

出席／中村（盟）、大瀧、林（敬）、榎本、宮地、大塚、只野、田中、篠崎、比嘉

〔吉野、鈴木、斎藤〕

11月16日

◆文京区博覧会

（～17日）文京シビックセンター
参画／文京支部

◆新宿産業観光フェア

（～17日）新宿駅西口広場

参画／新宿支部（新宿区工団連）

11月19日

●賛助会員懇談会

18:00～ 喜山倶楽部

内容／①事業報告会②懇談会
参加／70人

〔吉野、八木田、鈴木、斎藤〕

11月20日

●広報・組織委員会

18:30～ ニッケイビル

議題／①加入促進マニュアル・手順書の活用方法

出席/鈴木(将)、原田(大)、武川
〔吉野、鈴木、斎藤〕

●団体課題別人材力支援事業セミナー
16:00～ マンパワーグループ浜松町
内容/ビジネスモデルセミナー「ビジネスモデル構築の基礎」②

11月21日

●団体課題別人材力支援事業研修会
10:00～ ニッケイビル
内容/個人情報保護内部監査養成講座

11月22日

☆東京都知事・業界団体ヒアリング
10:45～ 都庁会議室
出席/菅野、笹岡、斎藤

11月26日

●団体向け生産性向上支援研修会①
18:00～ ニッケイビル
内容/IoT/ICT 研修・入門編(講師:神谷俊彦氏)
参加/41人

11月28日

◆千代田支部三役会

11月29日

●第4回ビジネスマッチング・サロン
18:00～ ニッケイビル
プレゼンター/株エムツークリエイト、菁文堂(株)、株向陽デジタルワークス、株ホリゾン東テクノ
参加/27人〔渡部、鈴木〕

◎プライバシーマーク審査
NS印刷製本〔吉野、守田〕

◆港支部

12月6日 18:00～
第一ホテル東京「フローラ」

出席/清水

◆新宿支部

12月12日 18:30～
神楽坂「志満金」

出席/清水

◆文京支部

12月14日 18:30～
浅草橋「三浦屋」(屋形船)

出席/中村(盟)

◆城東支部

12月7日 18:30～
アパホテル京成上野「かまくらハウス」

出席/笹岡

◆城西・城南支部

12月14日 19:00～
五反田「吾作」

出席/清水

◆三多摩支部

(ジャグラ山梨合同)
12月8日～9日(1泊)

石和温泉「ホテル常盤」

出席/笹岡

【2018年 各支部忘年会】

◆千代田支部

12月7日 18:00～
ホテル椿山荘東京「瑠璃」

出席/中村(盟)

◆中央支部

12月5日 18:00～
帝国ホテル「楓」

出席/笹岡

今、よく売れています!! (常備在庫品)

プリントバックオリジナルファイル
ピットインフリーファイルI-W
風格のスタンダード(貼表紙)

PF-I-W

品番 PFIW30 PFIW40 PFIW50 PFIW60 PFIW80
標準価格 900円 990円 990円 1,040円 1,140円
※いずれも、1箱10部入(販売単位)(税別)

PF-II

A4タイプ (PF-II) 価格表
品番 PFI20 PFI30 PFI40 PFI50 PFI60 PFI80
標準価格 1,490円 1,540円 1,590円 1,640円 1,740円
※いずれも、1箱10部入(販売単位)(税別)

ピットインフリーファイルII
高級感のある3面自在の使いよさ
(塩化ビニール) A3タイプ 品番 PFI20A3 PFI30A3 PFI50A3
(PF-II) 価格表 標準価格 3,280円 3,280円 3,380円

オーダー数量により割引料金となります。ご相談ください。

●ファイル・バインダー ●証書入れ ●メニュー ●プラスチックカード ●ホットスタンプ(箔押) ●クリアホルダー ●機関紙ファイル ●社内報ファイル ●手帳 ●スーパークリスタルカレンダー ●表紙・製本(ペーパーリング・タンザック・ツインリング・セルリング・スパイラルリング) ●W箔押 《オリジナル品》ピットインフリーファイルI ダブル・II

箔押名入れクリアホルダー **激安**

15.7円 (5,000枚製作)

(自社工場だから) **高品質 短納期 (最短3日間)**

数量(枚)	単価	価格	納期
100	85.0円	8,500円	3日間
200	49.4円	9,880円	
300	38.5円	11,550円	
400	31.7円	12,680円	
500	27.7円	13,850円	
1,000	22.5円	22,500円	4日間
2,000	20.2円	40,400円	
3,000	17.8円	53,400円	
5,000	15.7円	78,500円	5日間
10,000	15.3円	153,000円	

※クリアーの価格です。色物は@4UP ※消費税は別途申し受けます。【初回のみ版代3,400円】(税抜)
箔押の版サイズは50cm以内となっております。デザインは完全データ(イラストレーター8.0~CS6)にてご支給下さい。

株式会社 **プリントバック** TEL 03-3821-2151
〒110-0008 東京都台東区池之端2-9-3 FAX 03-3821-8115
E-mail info@printbag.co.jp URL http://www.printbag.co.jp/

表紙の絵



月岡芳年 「正月羽子突図」

板橋区立美術館蔵

※本作品は現在展示されていません。

◇ 板橋区立美術館のご案内 ◇

〒175-0092 東京都板橋区赤塚5-34-27

<http://www.itabashiartmuseum.jp/>

TEL.03-3979-3251 FAX.03-3979-3252

【お知らせ】

当館は、2019年6月頃まで
改修工事のため休館します。

東グラ

月刊 東京グラフィックス

2019年1月号

Vol. 57 No. 707

■発行日 平成31年1月15日

■発行人 清水 隆司

■編集人 中村 盟

■発行所 東京グラフィックサービス工業会共済会

<http://www.tokyographics.or.jp>

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16

TEL.03-3667-3771 FAX.03-3249-0377

■年間購読料 12,960円 (税・送料込み)

■印刷・製本 (株)文栄社 (中央支部)

- ・組版ソフト：InDesign cs6, Illustrator cs6
- ・RIP (表紙)：Kodak トレンドセッター400
- ・RIP (本文)：SCREEN EQUIOS Ver.4.50 EQ019 EQ1
SCREEN Trueflow SE Ver7.30 TF359
- ・CTPセッター (表紙)：Trendsetter400 II QuantumAL
- ・CTPセッター (本文)：PT-R8900S
- ・CTP版 (表紙)：FUJIFILM XP-F 19-03 633525
- ・CTP版 (本文)：FUJIFILM XP-F 19-01 631943
- ・印刷機 (表紙)：RMGT7 790
- ・印刷機 (本文)：SpeedMaster SMK2-2P
- ・用紙 (表紙)：ブライトーン菊判62.5kg
- ・用紙 (本文)：b7バルキー-A判38.5kg
- ・インキ (表紙)：女神インキ工業株式会社
- ・インキ (本文)：DICグラフィックス株式会社

【本誌の無断転載を禁ず】

KOMORI

高品位フルカラーデジタル印刷機

Impremia C Series

その仕事、
KOMORIのPODIに
お任せください!

POD特設サイトにて
ラインアップ・活用事例を紹介中



D i g i t a l O n D e m a n d : T h e N e x t K o m o r i S o l u t i o n

株式会社 小森コーポレーション

本 社 〒130-8666 東京都墨田区吾妻橋 3-11-1 TEL.03-5608-7806

www.komori.com

印刷とDTPに精通したモトヤの強み

社会保険料・福利厚生費など固定費が不要な
貴社が必要とする印刷とDTPのプロフェッショナルを
必要なとき、必要な期間だけ派遣します。
求人・採用の手間も不要です。
お気軽にお問い合わせください。

MOTOYA

人材
派遣

導入実績100社以上!



見積／受注・制作・印刷・配送予定／加工
在庫／発注仕入／販売／原価システム
(ピーマン)

P-MAN Business e-Brain

今こそ、情報の見える化(MIS)を!

経営者に必要な利益管理の仕組創りをお手伝い

営業情報を正確に早く

制作・製造部門に伝えます。

生産性向上、ミス・ロス低減で利益向上
印刷業向け業務パッケージの決定版

人材を探している企業と仕事を探している人材の出逢いのサイト

M-JOB-N@VI

<http://www.m-job-navi.com/>

モトヤ人材派遣部 東京 ☎(03)3523-8719

派遣事業許可番号 般 27-030254 / 紹介事業許可番号 27-コ-030174

印刷のソリューションプロバイダー

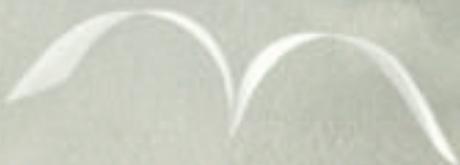
株式会社 **モトヤ**

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

東京 〒104-0032 東京都中央区八丁堀 4-5-5 ☎(03)3523-8711(代)
大阪 〒542-0081 大阪市中央区南船場1-10-25 ☎(06)6261-1931(代)
横浜・千葉・名古屋・京都・神戸・姫路・福岡



To the Next.



印刷の「近未来」が、カタチになる。



印刷には、大きな可能性がある。技術やアイデアによって、自在に進化していく力がある。そんな印刷の力を、もっともっと引き出すために、FFGSは絶えず挑戦を続けます。最新の取り組みの一つが、「スマートファクトリー構想」を具現化していくこと。新たな価値、新たなビジネスの創出を可能にする、製造工程のイノベーションです。“印刷の近未来像”を、いち早く現実のものに。私たちはこれからも、時代の先を見据え、お客さまと共に、印刷の革新に取り組んでまいります。



共に創る。共に拡げる。

