

東ぐら

月刊 東京でもフィックス

3

2019.vol.57
no.709

江戸は春の海図
後田五七郎書





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 広島県府中市鵜飼町 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 3 CONTENTS

2019.vol.57 no.709

- 04 ■特集
「ビジコン! 2018」入賞作品紹介 ③
- 13 ■東京労働局
4月1日から“働き方改革”関連法が
順次施行されます
- 17 ■連載：こころときめく営業のための道しるべ②④
新規開拓の確率と効率を考える
株式会社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
- 18 ■連載：リスクマネジメントと個人情報保護⑤⑧
3.11—教訓を忘れない BCPの確認を
- 22 ■連載：元CAが教える「エグゼクティブSTYLE」⑫
エグゼクティブの品格
株式会社TFSマナー&EDUCATION 代表取締役 山本洋子
- 24 ■健康プロムナード
高血圧降圧薬服用の注意点
医療法人社団 同友会(東京グラフィックス賛助会員)編
- 26 ■委員会報告
- 28 ■東京グラフィックス青年部FACE
- 29 ■東グラ・クロニクル(平成31年1月)
- 30 ■月刊東京グラフィックス第57巻総目次

※「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



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ショーワユーザー会

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

一歩先ゆく

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>

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





入賞作品紹介③

佳作

人生ハッピー！ あなたを盛り上げ隊

豊泉 里菜

(株)研美社 (中央支部)

概要は、励ましのスペシャリストが、依頼主にあった励まし方法で気持ちを前向きに持っていつてくれる、というサービスです。名付けて「松岡修造サービス」です。松岡修造と言えば、アゲアゲの盛り上げ隊というイメージだったので。

例えば、皆さん、こんな気持ちになったことはありませんか。明日会社に行きたくない、最近人と会っていない、楽しいことが一つもない…。こういうことが一つひとつ積み重なって、どんどん暗い気持ちになってしまったり、そういう経験は誰にもあると思います。

なぜ、「あなたを盛り上げ隊」を考えたかという、今、日本では心を病んでいる人が非常に増えてきていると言われていたからです。平成29年の厚生労働省の調査によると、精神障害者の総数は392万人超になっています。昭和29年では130万人ですから、だんだん上がってきていることがわかります。内訳は、うつ病や統合失調症、不安障害がトップ3になっています。控えめに見積もっても、将来的に5人に1人が何らかの精神疾患に罹るというデータもあります。

世界の自殺者数の表を見ると、日本は世界の中でも上位に入ってきています。特に、働き盛りの50代に自殺者が多いというデータもあります。ニュースでも毎日のように自殺者の報道があり、うつ病を取り上げた映画もできるくらい精神疾患は問題視されています。なぜ、日本人はこんなに精神が病んでしまうのか、一個人の考えではありますが、日本人は

真面目な人が非常に多いのだと思います。一つのことに真摯に取り組むことによって、深く、真剣に考えすぎてしまう。そのために精神を患ってしまう状況もあるのかと思うのです。また、ネット社会になって、人との出会いが少なくなったことも背景にあるのかもしれない。

人は落ち込んでいるとき、一人では暗いイメージしか想像できません。自分自身で気持ちを切り替えていくことができる人は少ないと思います。私も落ち込んだときは、先輩や友人に相談してアドバイスをもらって「ああ、前に進もう」と思います。人は人と関わることによって影響を受けて、前進していこうという気持ちになると思うのです。

でも、まわりに相談できる人がいなく、一人で問題を抱え込んでしまい、病気になったり、誤った方向に進んでしまう人が少なからずいると思います。50代に自殺者が多いのは、50代は役職に就いている方が多いので、相談できる人がいなかったり、家族に話しづらかったりで、気持ちが落ち込んでしまうということがあるのかもしれない。

そんなとき、気持ちを前向きにしてくれる人がいると、まったく違うかもしれません。周りにいなければ、サービスとして作ればいいと考えました。一人ひとりを元気にすることによって、日本をもっと元気にしたいと思ったのです。

このサービスの依頼方法ですが、HPから依頼してもらいます。その際、どのように励ましてほしいかを詳細に記載してもらいます。時間は、1時間から最大で24時間。依頼者の具合によって増やしてもらいます。料金は、スタッフ1人に対して基本料金が2,000円/1hです。交通費は、指定場所や自宅に行く場合、事務所からの交通費をもらいます。「プラスアルファ」とは、依頼者が自由に料金を決めてよいという場合です。これは、サービスに対するチップのようなものです。依頼者が「すごく前向きになった」と思ったら、1万円とか、「まったく前向きになれなかった」と思ったら、最悪、料金はなしでもよいと思います。ちなみに、受付できる人数は最大で30人までです。なぜ、こんなに多いのかというと、励ましの例として、家でダンスパーティーを開催したいからです。今回のアイデアを思いついたとき、私自身がこの方

法で励ましてほしいと思ったのです。

このアイデアを思いついたきっかけは、「リア充代行サービス」です。皆さん、「リア充代行サービス」という言葉を聞かれたことはありますか。今、SNS が流行りですが、SNS に写真をアップしたいけれども、友だちがいないので写真をアップできないという人のために、サービスマンがその人の友だちになりきって写真を撮ってくれるサービスです。このサービスを利用した人のブログを見たとき、その人がちょっと元気になっていたのを見て、「こういうことが励ましに使えるのではないかと」、このサービスを思いつきました。

励ましのサービスとしては、「しっかりと話を聞いてくれる」。スタッフと会いたくないという人は、電話やメール等で元気を届けます。言葉は絶大な威力を持っていると思うので、本を読んで励まされることもあります。私は松岡修造さんの本が好きで、特に好きな言葉が「苦しいか、修造、笑え」という言葉です。その言葉から、私が苦しいとき「苦しいか、里菜、笑え」と思い気持ちを強く持ったりしています。この言葉は、松岡さんが私に言った言葉ではありませんが、それでも元気をもらうので、それが私自身に対して言われた言葉だったら、もっと元気をもらえと思うのです。このようにして依頼者が希望する励まし方で元気にします。

楽しくハッピーな気持ちで毎日を過ごせば、幸福度は上がり、気持ちも高まります。自殺者も減り、精神疾患の患者も減り、さまざまな問題が解消されると思います。私はこのサービスで日本全体、日本の未来を盛り上げていきたいと思っています。

【高橋先生コメント】

今の時代、孤独感は強まっていて、元気が欲しいというニーズはあると思います。実際に家に来なくても、オンライン英会話のように、会話して傾聴してもらうだけでも、サービス化できるかも！ あとは人集めですね。CS 部隊みたいに研修すればできるかもです。

ちなみに僕の知人が「イケメソ宅泣便」というのをやっていて、企業に泣ける動画を持ったイケメンが行って、泣かせてデトックスさせて、涙を拭いてあげるというサービスをしています。

【伊豫田先生コメント】

自殺という社会の課題解決にフォーカスしながらも、明るさを感じさせてくれる素敵なプレゼンテーションでした。人と人が心を通わせる機会をビジネスで創るという点も、現代のニーズをとらえた良いアプローチだと思います。

対人サービスの事業化は、提供者と受益者のバランスをとることが大切です。受益者のニーズや期待はとらえているので、提供する側の人にも相応のやりがいや金銭を与え、ハッピーになれる仕組みを考えてみてください。その仕組みが質の高いサービス人材を集め、正の循環をつくります。それが社会的な流れとして動きだすことができれば、一つのビジネスとして成立し、拡大・安定に向かうことになります。

収益性やオーダー率を高める方法として、ギフト化を考えてはいかがでしょうか？ 悩んでいる大切な人に贈るニーズはあると考えます。これは親族だけではなく、会社のコミュニ

ケーション手段として展開すれば、従業員のメンタルヘルスで悩む人事担当者の解決策としてもビジネスにできそうですね。応用の利くビジネスなので、大きな市場を創ることも可能です。この先の展開を期待しています！

イメージを膨らませるのに下記の2点は役立つと思います。興味があったら覗いてください。

・おっさんレンタル

<http://ossanrental.thebase.in/about>

・漫画「祝福屋福助」(業田良家著)

●サービス概要



家でダンスパーティを開催



しっかりと話を聞いてくれる！



元気になるようなメールが届く



思いっきり笑わせてくれる！

佳作

目的別御朱印帳

齋藤 秀勝

(株)文化ビジネスサービス (港支部)



皆さんの中で、御朱印を集められている方は、いらっしゃるでしょうか？ そもそも御朱印とは、奈良時代・平安時代からあり、もともとは「六十部廻国聖」といういろいろなお寺に写経したものを納経した時に受け取る、「納経請取状」だったとされています。当時、一般の人は他国の神社やお寺に出向くことはできないので、全国の神社仏閣を専門に回る宗教者たちに写経したものを託して目的のお寺に奉納してもらい、確かに納経しましたよという受取証書が御朱印の始まりと言われています。現在の御朱印は、右上に「奉拝」と書かれていますが、当時は「奉納 大乘妙典」と書かれています。つまり、写経したものの納経ということだったわけです。明治時代まではこのように代理の納経が仕事として成立していましたが、現在は禁止されているため、自分で行くしかないということです。

では、なぜ、御朱印がこれほど人気になったのか。パワースポットが人気となる中、神社仏閣がパワースポットとされ、女子がよく行くようになる。女子が行くと、男子も行くということで人気になったようです。行ったら行ったで、昔ならお守りを買うとか、おみくじを引くだけだったのですが、御朱印を行った証、記録として集めることが楽しくなって、現在はスタンプラリー的な感覚の方も多いように思います。

ただ、そうなってくると問題なのが、納経場の混雑です。土

日もなると、有名な神社仏閣では1日に何百人も並び、1時間、2時間待ちが当たり前になっています。

また、私も調べて知ったのですが、御朱印がもらえないお寺もあります。御朱印は本来、写経を納めたことの証明ですから、浄土宗や浄土真宗のお寺では納経を受け付けていないので御朱印がありません。なぜなら、浄土宗や浄土真宗は仏様に助けてもらうことが大前提の宗派なので、写経という自分から何かをするのが宗旨と合わないということです。ただし、昔はそうだったのですが、現在は時世にあわせて御朱印を行っているお寺もあるようです。また、日蓮宗は御首題といい、他宗派の信者には断ったり、「南無妙法蓮華經」を省略して「妙法」としか書かないこともあります。

それから、「書き置き」という形で御朱印を扱っているお寺もあります。昔は、納経をしたときに住職など御朱印を書く人がいないのために、すでに書かれた御朱印が「書き置き」として置かれていました。これが今でもあります。

以上のようなことを踏まえて、本来は宗派によって御朱印帳を分けることがよいのですが、それよりもっと目的を明確にした御朱印帳がよいのではないかと考えました。一つは、「記念スタンプラリー」御朱印帳でよいのではないかとことです。もともと「書き置き」という形もあるのですから、物販の一つとして御朱印をシールにしてしまうということもあるのではないかと考えました。

また、目的に特化した御朱印帳が考えられます。例えば、日本百観音というのがあります。これは、西国三十三ヶ所、坂東三十三ヶ所、秩父三十四ヶ所で日本百観音めぐりができるのですが、これを集める御朱印帳にするというようなことです。また、浅草にある浅草七福神めぐりの御朱印帳を作っ

目的別御朱印帳

御朱印の墨書部分のみを先刷しておいたもの。

また、その寺社は目的にそって選択された内容となっているもの。

例えば、浅草七福神に特化した御朱印帳 → 恵比寿天(浅草神社)・大黒天(浅草寺)・福祿寿(矢先稲荷神社)・寿老人(鷺神社)・弁財天(吉原神社)・布袋尊(橋場不動尊)・寿老人(石浜神社)・福祿寿(今戸神社)・毘沙門天(待乳山聖天)の9社の御朱印の墨版のみを先刷りした朱印帳を作成する。



たりなど、そういった霊場ごとに特化した御朱印帳を作る、などです。

派生ビジネスとして考えられるのが、御朱印は朱墨と墨で書かれています、墨で書かれている部分を予め印刷しておいて、参拝者がお寺に詣でたときに朱印のみを押してもらうとか、また、御朱印自体をシールにしていれば、おみくじ等と一緒に物販で買うこともできます。こうした形にすると、御朱印所の混雑が減るのではないのでしょうか。また、スタンプラリー的な思いでめぐっている人や、御朱印所で1時間も2時間も待ってられないという人にとっては、スムーズに御朱印がもらえるようになるのではないかと思います。

【高橋先生コメント】

やっぱり御朱印は、その場で全部書いてもらうからご利益があるのではないかと思います。

ですから、もう御朱印帳とは別の世界観にして、お寺を回って買い集めてコレクションできる全く別のグッズを開発してみたいかでしょう。寺社は、場所によってはお客さんが非常に多いのに、お土産はほとんどないというところがよくあります。それぞれのお寺ならではのお土産を作れるフォーマットを開発すると、化けるかもしれません。

【伊豫田先生コメント】

「普遍的にあるもの」を生かし、アイディアで突破口を創る。ニッチで収益力のあるビジネスを生み出すコツをよくとらえていると思います。

神社仏閣・パワースポットのブームに加え、インバウンドによる需要はますます増えると考えられます。御朱印帳やお札に関するアイテムも、ここ数年の展示会などで多く見られるようになりましたが、まだこれといったヒットにつながるものは見ていません。

神社仏閣、地方自治体など多くの利害関係者と Win-Win の関係を創ることができるので、地方創生の予算に盛り込む、鉄道・旅行会社とツアーを共催する、御朱印帳をあつめる＝エンターテインメントとして“Ingress”などの位置ゲームへ発展させるなど、大きくマネタイズできる可能性も十分です。

まずは自分でできることとして、御朱印帳の組み合わせによる効能、ストーリーを沢山作り、利用者が飽きないコンテンツを握り、その世界の第一人者や専門家を名乗れるぐらいに知識を高めると良いでしょう。

佳作

並べる防災風呂敷



後藤 裕太

(株)イナミツ印刷 (港支部)

皆さん、非常袋を用意しているでしょうか。持っても、どこに置いてあるかわからない方もあるかと思います。また、自宅より会社にいる時間のほうが長いという方もけっこう多いと思いますので、会社に防災物資を備えている方もいらっしゃるかもしれません。ちなみに、日本の非常袋の普及率ですが、わずか31%とされています。

この数字に驚いたのですが、言っている私も自宅に非常袋を持っていません。引っ越し等でばたばたしていたので、すっかり備えを忘れていた次第です。

ただ、実家に私の非常袋があったことを思い出して、取りに行ってみました。すると、ほこりだらけでひどい状態でした。缶詰がたくさん入っていたせいで非常に重く、水も賞味期限が切れており、電池も使えない状態になっていて、非常袋というよりゴミ袋でした。

これではいけないと反省していたときに、たまたま「電通報」のコラムをフェイスブックで目にしました。そのコラムにあったのが「並べる防災」というものでした。「並べる防災」は、2017年5月17日の神戸新聞に掲載されたものです。見開きの新聞紙面に、避難時に必要な物資が“実物大”で印刷してあり、そこに実際の物品を並べて、災害時に持ち出す非常袋を準備してもらおう、という意図で企画されました。そこにある物資は、災害直後の3日間、72時間の環境を良くするためのもので、正式名称は「避難所ももっとより良く非常袋」です。このプロダクトは、ADFEST2018グランプリをはじめ、国内外で数多くの賞を受賞しました。

この紙面に書かれた文章を少し読んでみたいと思います。

「今日は皆さんにお願いがあります。ご家族でこの新聞を囲み、印刷された物の上に実物を置いてほしいのです。災害直後の何もない、援助してくれる人もいない避難所の環境を想像しながら、一つひとつ並べてほしいのです。そして、そ

れらを非常袋に入れてください。これは、並べるという防災です。非常時の不安は、平常時から減らすことができる。一つひとつ並べることで、一つひとつ減らすことができるのです。」

一つひとつの物の上に何が書かれているかというと、例えば、マスクの箇所には「ホコリ除け、感染予防はもちろんのこと、女性にとってはノーメイクを隠せるアイテムに」とあります。それぞれの物に理由が書かれていて、読むとけっこう面白いのです。中には、飴やガム、耳栓、充電器といった意外なものが含まれています。

この企画では、実際に紙面に物を並べていくという動画も配信されました。実際に家族で防災物資を並べていくと、防災への心構えが植え付けられますし、猫を飼っている家庭なら、「うちには、こういう物も必要なんじゃないか」とか、家庭によって必要な物が変わってくると思います。そうやって家族みんなで話し合いながら、1年に1回、非常袋に防災物資を入れることは大切なことではないかと思いました。

私は実際の掲載紙が欲しいと思ったのですが、2017年の新聞なので手に入らないのです。ネットにはあるのですが、それを家のプリンターで出力しても縮小されてしまうので、実物が乗せられないわけです。

そこでひらめいたのが、これを風呂敷にプリントして売り出せば良いのではないかとことでした。新聞だといずれ捨てられてしましますが、風呂敷ならずっと取っておくことができます。

しかも、風呂敷の利点は、そのまま防災カバンにもなります。2枚使えば、けっこう大きなリュックを作ることができます。風呂敷について調べていくと、防災道具としての風呂敷のポテンシャルは非常に高いのです。ずきんやリュック、おむつなどの他、石を包んでハンマーにして窓を割ったりなど、とても役に立ちます。

売り方としては、例えば、この防災風呂敷と風呂敷のいろいろな包み方を載せた風呂敷を2枚セットにしても面白いと思いました。「並べる防災」は海外でも賞を取っているので、この風呂敷を売り出すことができれば、「FUROSHIKI」が世界語になるのではないかと思います。「並べる防災」は国内の避難所の環境を良くしようと考へて出されたアイデアですが、これを風呂敷にして世界に発信すれば、世界の避難所が変わっていくのではないのでしょうか。

風呂敷だけに、大ぶろしきを広げ過ぎました。



【高橋先生コメント】

とてもいい発想ですね。あとは風呂敷を売って儲かるかどうか、に尽きると思います。風呂敷は安いからいいのですが、結び目とか、持ちづらさで、いざ災害から逃げるとなると最良ではない気がします。なので、自分で防災グッズを選んで詰める専用のリュックを売るという発想で、単価と、逃げる時の利便性を同時に上げてはいかががでしょうか。ECサイトも同時に立ち上げて商売もしたいですね。

【伊豫田先生コメント】

簡単・便利、それでいて場所も取らない、電気もいらない。その広告を転用して、優れた防災グッズになること。そして誰も事業化していないこと。そこに気づいたことが素晴らしい、ここに行動力が備われば起業家としての資質十分です。

これまで誰もやらなかったものを事業化・収益化するためには、「誰も気づかないメリットを気づかせる」という、とても高いハードルに挑戦することになります。こういったケースにおいては、ファンラーニングやゲーミフィケーションと呼ばれる、楽しさの中に学びの要素を入れ、自然に身につけられる手法が効果的です。

防災意識は自分ひとりや家族が生活する中で見過ごしがちなことですが、次のステップとして、実際の例を参考に、消費者へ浸透させるためのアイデアづくりにトライしてください！自治体や職場、町内会など、組織の担当者が悩みとすることなので、その課題を解決する取り組みにすると、その効果を価値として売り込むことができると考えられます。

下記は地域にインパクトを与えた例です。参考まで。

・タウンニュース「アウトドアと防災、一緒に・多摩川BBQ 広場で初開催」

<https://www.townnews.co.jp/0202/2018/02/23/420805.html>

佳作

集え！若者たち！！ 印刷業界活性化バスツアー



大倉 太一郎

(株)サンワ (千代田支部)

企画の目的ですが、印刷業界は今、若手の人材不足に悩んでいます。印刷業界にかかわらず、他業種でも若手の人材不足には悩んでいると思います。一方、多くの学生は、就職先に印刷業界を選ばないという現状があります。

では、就職する学生たちは、どのような会社に興味を持っているのでしょうか。「マイナビ学生の窓口」調べでは、人気の業種ランキング1位に輝いたのは「事務・管理系」でした。印刷業界に関連する業種になると、5位のクリエイティブ系が入ってくると思いますが、印刷業界に関しては、残念ながらランク外となっていました。

もう少し掘り下げて、学生たちが重視する要因について見てみると、就職活動において「会社を選ぶときにもっとも重視した要因」の統計データでは1位が「自分の能力、個性が生かせるから」で、約4割の学生がこれを挙げています。この統計データからもわかるように、学生たちが選ぶ要因の上位は、大きく「自分の脳力、個性が生かせるから」「仕事がおもしろいから」「技術が覚えられるから」の3つに絞られるかと思います。就職活動を行う学生たちは「給料」ではなく、自分の能力を生かせる職場や自己成長ができる職場を求めているのです。これは学生だけに限らず、幅広い年齢層にも当てはまります。ある調査では「働きがいを感じる要素は何か？」との問いに対して、1位になったのは「自分の成長」という回答でした。

今回の企画のターゲットは、このように「自分の能力、個性が生かせるから」「仕事がおもしろいから」「技術が覚えられるから」と考える学生たちです。そんな彼らに、印刷業界が面白い、いろんな技術がある、自分の能力を生かせる会社がある、ことを知ってもらうにはどうしたらよいでしょうか。

印刷業は100年以上の歴史があり、非常に幅の広い業界です。多岐にわたる業種があり、各社それぞれに得意分野があります。他社と協力して制作することも多く、さまざまなケースに対応できる応用力も必要となる業務が多いのも特徴です。ですから、1社を紹介しても印刷業界全体を知ることにはできません。そもそも学生に知ってもらいたい印刷業界の魅力とは、何でしょうか。プロ同士の力を集結させて、一つのものを作りあげる。ここにこそ印刷＝情報伝達としての魅力があります。近年ではWebやモバイルと連動した新しい技術の導入があり、歴史に裏打ちされたノウハウとその融合が新たな商品を生み出しています。そんな活力のある印刷業界の魅力をぜひ伝えたいと考えました。

そこで、各社の得意分野を紹介し、自己成長ができる印刷業界の魅力を体験できるバスツアーの開催を提案します。

まず、このバスツアーの狙いですが、学生には、印刷業界のプロフェッショナルな仕事を体験して楽しさを知ってもらうことができると思います。また、バスで各社を回るため、参加企業にとっては1度に多くの学生に対して自社の得意分野をアピールできるのではないかと考えました。また、企業同士の横の繋がりもできることから、業務提携や情報交換が可能と考えます。このバスツアーの実現こそが、印刷業界の活性化に繋がるのではないのでしょうか。

バスツアーのスケジュールですが、参考例として、まず、参加企業を集めるために各会社に趣旨を説明します。そして、日程・スケジュールを調整して告知広告を制作し、就職活動をしている学生に対し、モノを作る楽しさを体験するバスツアーの開催告知を行います。催行日にあわせて、参加企業の担当者、内容、スケジュール等を確認の上、実施します。

バスツアー当日の1例としては、まず、A社で撮影経験を

就職活動において、
「会社を選ぶときにもっとも重視した要因」の統計データ



行います。主に、撮影を得意とする企業の担当者から仕事の流れ、面白さなどを紹介してもらいます。その上で、学生には個々のプロフィール写真など、実際の撮影を体験してもらいます。撮影したデータはB社に送り、学生たちはバスでB社に移動します。

B社では、A社から送られた写真データを用いたデザイン制作の様子、Illustratorなどによる実作業の現場の紹介、体験などをしてもらいます。学生たちにいきなりレイアウトをしてもらうのは難しいと思いますので、予め数パターンを用意して参加者に選んでもらい、レイアウトを進めてもらいます。決定したレイアウトのデータをC社に送り、学生たちはバスでC社に移動します。

C社では、特殊印刷や印刷の工程、印刷機などの説明を聞いた上で、B社で制作したレイアウトデータを用いて、実際に印刷工程を体験してもらいます。

このようにして参加者は、各社を回りながら自分たちでパンフレットを作り上げていきます。バスツアーで体験した内容を盛り込んだパンフレットは、バスツアー終了後に参加者に配布します。学生たちは、パンフレット完成までの工程を実体験することにより、クリエイティブな楽しさや印刷会社の可能性を知ることができます。

ポイントとしては、学生たちが自分たちで制作したパンフレットを持ち帰ることで印象に残りやすく、企業アピールにつながると思います。また、制作したパンフレットは参加しなかった学生にも紹介してもらえるとと思うので、告知の幅が広がっていくと思います。

Web活用についてですが、特設サイトを制作して参加企業を募集したり、バスツアーの詳細をWebで確認できるようにしたいと思います。また、会員企業、関係者の方々に専

用ページを用意して、スケジュールを共有したいと思います。学生に対しては、バスツアーに参加した学生から感想を集めて掲載することにより、次回開催時の学生の参加を促します。参加企業からは、反省点や要望などを吸い取ることで、次の開催に繋がりたいと思います。

バスツアーの開催に伴い、企業同士の情報交換や学生たちとの交流を通じて、印刷業界のさらなる発展と若手のプロフェッショナルへの育成に貢献できればと思います。

【高橋先生コメント】

人が資本ですから、直接のビジネス企画でなくとも、非常に意義のある企画だと思います。

僕がイケてると思っているコミュニティに、CS HACKという団体があり、「カスタマーサポートをイケてるってことにしようぜ！」で、各会社のCS担当者が一堂に会していろいろやっています。ここに参加していると、イケてるイメージがなかったCSが、本当にいい仕事に思えてきます。こういうコミュニティを印刷でつくるのもアリかもです。

【伊豫田先生コメント】

若手人材の不足とミスマッチは、どの業界にも共通している悩み事です。とくに優秀な人材は、Webサイトのエントリーを握る大手就職あっせん業者によって囲い込まれており、中小企業には厳しい現実です。そういう社会課題をビジネスで解決する、社会性のある良いテーマです。

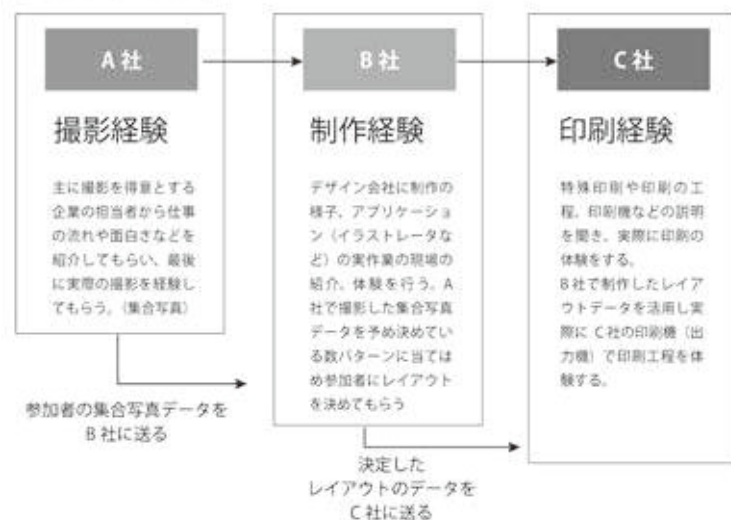
実際に学生に、業界の工程を上流から下流まで一気に見せてしまうこのツアーは、業界の就職を希望する学生に大きなインパクトを与えることができるでしょう。この事業を通じて、そこで働くことの面白さ、自分の学んできたことが活かせるやりがいを学生に伝えてあげてください。

地域の中小企業と大学生に向けて就職ガイドを制作した際の元々のニーズは、

- ・学生側＝地元就職を希望しながらWebサイトで検索できず、学校にも求人情報が集まらない
 - ・企業側＝学生とつながる方法が分からない、自分たちの情報発信のやり方がわからない
- といったものでした。

事業を進めるための資金調達に壁があると考えますが、参加者以外の学生をも受益者にできれば、企画次第でクラウドファンディングなどの手法も使うことが可能になります。実現に向けて、取り組みを続けられることを期待しています。

バスツアー当日の一例



入 選

我ら！ 東グラ スペシャリスト集団！



宮地 本治

(株)創土社（港支部）

①誰に（顧客）：制作プロダクション、デザイン事務所、Web 制作会社、東グラ会員、自治体ほか

②何を（課題）：東グラ会員の専門分野（強み）を掲載し、顧客が欲しいモノ（制作物）を叶える！

『顧客が欲しいモノを叶える！』をテーマに東グラ会員が保有しているアナログやデジタル技術（仕事内容）の強みをアピール！

ネットには、様々な会社の Web が掲載されているが、「その会社が本当に信用できるのか？」「しっかり欲しいものをつくってくれるのか？」

顧客の疑問を東グラの枠（信用）の中で会員（叶えることができる）を紹介する！

③どのように（解決策）：冊子（代表の写真、社内設備、特殊技術などを写真や文章（イラスト）にして詳しく面白く掲載）、DM、メルマガ配信、動画配信も宣伝配信！

今一度、東グラ会員のストロングポイントを結集し内外にアピール！！ 新たな会社同士つながり、仕事のつながりを増やす！

掲載の方法として会員紹介ではなく、「顧客が欲しいモノを叶える！」の制作物のジャンル分けで掲載する。

<例>

「カラーの冊子を 500 部作りたい！」「缶バッジを安く作りたい！」など（Tips 的要素：オフセットとグラビア印刷の違いなどの違い〔専門分野ハウツー〕や特殊技術〔加工〕なども併せて掲載）

配布先として、プロダクション、デザイン事務所、Web 制作会社、東グラ会員に DM やメルマガ（冊子）などで送る。冊子は自治体においてもらう、新規会員に配布もあり！

【高橋先生コメント】

全員で Win-Win が作れるなら、ぜひ運動して、アクセスが一番多い印刷受注サイトを作ってほしいと思います。ノベルティに使えるものを含め、印刷物ならここに来れば絶対に見つかるといえるものです。

僕は職業がら、ノートを作りたい、シールを作りたい、箱を作りたい……など、しょっちゅうあって、そのたびに違う場所を、値段だけを見て探すので、もうここに来れば安心、検索も最初に出るサイトをよろしく願っています！

【伊豫田先生コメント】

業界を横断して個々の企業が持つ強みを生かす。いま自治体や商工会議所などで、工業データベースを構築するなど、中小企業による「横の連携」が、収益や営業力を高める策として注目されています。

その際に起こる大きな課題の一つとして、参加企業の温度差があります。新たな事業活動はリスクが伴うため、無作為な集まりでは行動が保守的になる傾向が強いのです。私が知る限り、機能している異業種連携は、5～7 社の集まりで、どの企業にも属さない調整力のあるリーダーを持っていることが多いです。

既存の業界団体で実践する場合、この課題を回避するために考えられる方法として、いきなり会員全体を対象とするよりも、まずは公募で意欲のある企業を集めマッチング会を開き、5～7 社の小グループを複数つくることから始めることをお勧めします。

そこから小グループ毎にそれぞれの企業が持つ強みを持ち寄り、相乗効果を生むあらたな商材・サービスを開発し、展示会の出展や Web プロモーションをすれば、新たな販路づくりに取り組むことも可能になります。最後に小グループの活動を工業会へフィードバックする仕組みを作れば、会員全体で成果を共有することができ、業界の底上げも見えてきます。この先の取り組みに期待しています。

【おわびと訂正】

本誌 2 月号 6P「ビジコン！2018 入賞作品紹介②」の記事中、後藤裕太氏の会社名が誤っておりました。

正しくは「株式会社イナミツ印刷」（港支部）です。

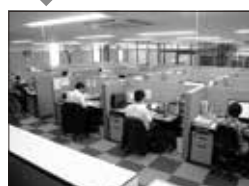
関係各位におわび申し上げ、訂正いたします。

Hcomの ワンストップサービス

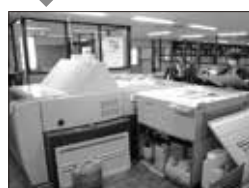
学術書組版からスタートしたハイコムは、その技術を生かし
現在、編集・DTPから印刷・製本・配送の
流通までを一貫して受注できる体制を整えています。



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

本社

〒399-0651 長野県塩尻市大字北小野 4724

TEL：0263-56-2111 FAX：0263-56-2424



責任ある森林管理
のマーク



16190212



No.E1776-ISO14001



CM002

4月1日から “働き方改革”関連法が 順次施行されます

～労働時間法制（労働基準法、労働安全衛生法、労働時間等設定改善法）の見直しについて～

 東京労働局 からのお知らせ

●時間外労働の上限規制が導入されます！（中小企業は2020年4月1日から）

時間外労働の上限について、月45時間、年360時間を原則とし、臨時的な特別な事情がある場合でも年720時間、単月100時間未満（休日労働含む）、複数月平均80時間（休日労働含む）を限度に設定する必要があります。

●年次有給休暇の確実な取得が必要です！

使用者は、10日以上年の年次有給休暇が付与される全ての労働者に対し、毎年5日、時季を指定して有給休暇を与える必要があります。

【見直しの目的】

「働き過ぎ」を防ぎながら、「ワーク・ライフ・バランス」と「多様で柔軟な働き方」を実現します

- ・長時間労働をなくし、年次有給休暇を取得しやすくする、等によって、個々の事情にあった多様なワーク・ライフ・バランスの実現を目指します。
- ・働き過ぎを防いで健康を守る措置をしたうえで、自律的で創造的な働き方を希望する方々のための、新たな制度をつくります。

【見直しの内容】

① 残業時間の上限を規制

（中小企業は2020年4月1日から）

現在

法律上は残業時間の上限がありませんでした（行政指導のみ）

改正後

法律で残業時間の上限を定め、これを超える残業はできなくなります

残業時間の上限は、原則として月45時間・年360時間とし、臨時的な特別な事情がなければこれを超えることはでき

ません（月45時間は、1日当たり2時間程度の残業に相当します）。

臨時的な特別な事情があつて労使が合意する場合でも、

- ・年720時間以内
- ・複数月平均80時間以内（休日労働を含む）
- ・月100時間未満（休日労働を含む）

を超えることはできません（月80時間は、1日当たり4時間程度の残業に相当します）。

また、原則である月45時間を超えることができるのは、年間6か月までです。

※ただし、上限規制には適用を猶予・除外する事業・業務があります。

＜中小企業の事情に配慮しながら助言指導を行います＞

時間外労働の上限は、月45時間、かつ、年360時間が原則です。特例による場合であっても、できる限りこの水準に近づける努力が求められます。このため、新たに労働時間の延長や休日労働を適正なものとするための指針を厚生労働大臣が定め、必要な助言・指導を行うこととしています。

その際、当分の間、中小事業主に対しこの助言・指導を行うに当たっては、中小企業における労働時間の動向、人材確保の状況、取引の実態等を踏まえて行うよう配慮することとしています。

<取引環境の改善も重要です>

長時間労働の是正には取引環境の改善も重要です。

労働時間等設定改善法では、事業主の責務として、短納期発注や発注の内容の頻繁な変更を行わないよう配慮するよう努めることと規定されました。

② 「勤務間インターバル」制度の導入を促進

<「勤務間インターバル」制度とは？>

1日の勤務終了後、翌日の出社までの間に、一定時間以上の休息时间（インターバル）を確保する仕組みです。

この仕組みを企業の努力義務とすることで、働く方々の十分な生活時間や睡眠時間を確保します。

③ 年5日の年次有給休暇の取得を企業に義務づけ

現在

労働者が自ら申し出なければ、年休を取得できませんでした

改正後

使用者が労働者の希望を聴き、希望を踏まえて時季を指定。年5日は取得していただきます。

④ 月60時間を超える残業は割増賃金率を引き上げ (中小企業は2023年4月1日から)

現在

月60時間超の残業割増賃金率は、大企業は50%、中小企業は25%でした

改正後

月60時間超の残業割増賃金率は、大企業、中小企業ともに50%になります（中小企業の割増賃金率を引き上げ）

	1か月の時間外労働 (1日8時間・1週40時間 超える労働時間)	
	60時間以下	60時間超
大企業	25%	50%
中小企業	25%	現在25%→改正後50%

⑤ 労働時間の状況の客観的な把握を企業に義務づけ

現在

割増賃金を適正に支払うため、労働時間を客観的に把握することを通達で規定（裁量労働制が適用される人などは、この通達の対象外でした）

(理由)

- ・裁量労働制の適用者は、みなし時間（実際の労働時間にかかわらず、あらかじめ定められた時間労働したものとみなすこと）に基づき割増賃金の算定をするため、通達の対象としない。
- ・管理監督者は、時間外・休日労働の割増賃金の支払義務がかからないため、通達の対象としない。

改正後

健康管理の観点から、裁量労働制が適用される人や管理監督者も含め、すべての人の労働時間の状況が客観的な方法その他適切な方法で把握されるよう法律で義務づけます

労働時間の状況を客観的に把握することで、長時間働いた労働者に対する“医師による面接指導”を確実に実施します。

※「労働安全衛生法」に基づいて、残業が一定時間を超えた労働者から申出があった場合、使用者は“医師による面接指導”を実施する義務があります。

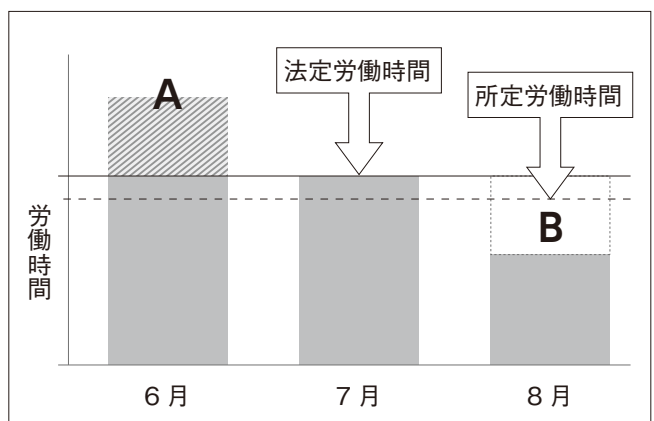
⑥ 「フレックスタイム制」を拡充

現在

労働時間の清算期間：1か月

改正後

労働時間の清算期間：3か月



労働時間の清算期間が3か月になると、この例の場合は、6月に働いた時間分を8月の休んだ分に振替できます。

従来は、1か月単位で清算するため、「A」の分（法定労働時間を超える残業）の割増賃金を支払う必要がありました。一方、所定労働時間（法定労働時間以内で設定）働いていない「B」の分は欠勤扱いとなっていました。

改正後は、3か月の平均で“法定労働時間以内”にすれば、割増賃金の支払いは必要ありません（「A」を「B」に充当）。この例では、6月に働いた時間分があるので、8月の「B」は欠勤扱いとはなりません。

例えば、こんなメリットがあります！「6・7・8月の3か月」の中で労働時間の調整が可能となるため、子育て中の親が8月の労働時間を短くすることで、夏休み中の子どもと過ごす時間を確保しやすくなります。

子育てや介護といった生活上のニーズに合わせて労働時間が決められ、より柔軟な働き方が可能になります。

⑦「産業医・産業保健機能」を強化

（1）産業医の活動環境の整備

《《《 現在

産業医は、労働者の健康を確保するために必要があると認めるときは、事業者に対して勧告することができます。

改正後》》》》

◎事業者から産業医への情報提供を充実・強化します

事業者は、長時間労働者の状況や労働者の業務の状況など産業医が労働者の健康管理等を適切に行うために必要な情報を提供しなければならないこととします。

《《《 現在

事業者は、産業医から勧告を受けた場合は、その勧告を尊重する義務があります。

改正後》》》》

◎産業医の活動と衛生委員会との関係を強化します

事業者は、産業医から受けた勧告の内容を事業場の労使や産業医で構成する衛生委員会に報告することとしなければならないこととし、衛生委員会での実効性のある健康確保対策の検討に役立てます。

（2）労働者に対する健康相談の体制整備、労働者の健康情報の適正な取扱い・ルールへの推進

《《《 現在

事業者は、労働者の健康相談等を継続的かつ計画的に行う必要があります（努力義務）。

改正後》》》》

◎産業医等による労働者の健康相談を強化します

事業者は、産業医等が労働者からの健康相談に応じるための体制整備に努めなければならないこととします。

◎事業者による労働者の健康情報の適正な取扱いを推進します
事業者による労働者の健康情報の収集、保管、使用及び適正な管理について、指針を定め、労働者が安心して事業場における健康相談や健康診断を受けられるようにします。

<産業医とは？>

産業医とは、労働者の健康管理等について、専門的な立場から指導や助言を行う医師のことです。労働安全衛生法では、労働者数50人以上の事業場においては、産業医の選任が事業者の義務となっています。また、小規模事業場（労働者数50人未満の事業場）においては、産業医の選任義務はありませんが、労働者の健康管理を医師等に行わせるように努めなければなりません。

<衛生委員会とは？>

衛生委員会とは、労働者の健康管理等について、労使が協力して効果的な対策を進めるために、事業場に設置する協議の場です。衛生委員会のメンバーは、総括安全衛生管理者、産業医、衛生管理者、衛生に関する経験を有する労働者で構成されます。労働者数50人以上の事業場においては、衛生委員会の設置が事業者の義務となっています。

【問い合わせ先】

■労働基準法の改正に関するお問い合わせ

東京労働局労働基準部監督課 TEL.03-3512-1612

■労働安全衛生法の改正に関するお問い合わせ

東京労働局労働基準部健康課 TEL.03-3512-1616

■労働時間等設定改善法の改正に関するお問い合わせ

東京労働局雇用環境・均等部指導課 TEL.03-6867-0211

■具体的な労務管理の手法に関するお問い合わせ

東京働き方改革推進支援センター TEL.0120-662-556

【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



営業のための道しるべ

新規開拓の確率と効率を考える

(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



◆ 確率・効率を高める3つのポイント

【ポイント1】既存顧客でトレーニングをしっかりとる

①既存客で「情報収集」「情報提供」「提案」「人間関係づくり」をしっかり練習する

②もっとも親しいお客様にどんな新規開拓をされたいのか、またどんな新規開拓は迷惑かを学ばせてもらう

新規開拓に限らず、営業パーソンには実戦のためのトレーニングの場が少ない。トレーニングとは、文字通り“試合”に向けての“練習”のことだが、現実にはろくに練習もせず日々実戦に明け暮れる。これでは上達するわけがない。

だから日々の営業活動で“実戦”と“練習”の両方をおこなう。“練習相手”はもちろん既存のお客様で、情報提供、情報収集、提案、人間関係づくりなどを“意識して”練習する（もちろん実は実戦なのだが…）。さらに、仲の良いお客様に、直接尋ねてみる。少しリスクもあるが、このような話が気軽にできる人間関係を作ること目標にしたいものだ。

●新規開拓時には「下手くそな営業」をしない

【ポイント2】できれば“ペア”で実行する

①ベテランと若手でペアを組み、役割分担を決める

②ペアで実行すると情報収集が的確にできる

③ペアで実行すると継続しやすい

④ベテランと若手の持ち味が活かせる

ベテランは豊富な経験をもとに、相手の役職や性格に合わせたさり気ない質問と対応、若手は詳細なメモ取りなど、役割を決めて臨むと、情報収集や発見に漏れがなくなる。

また、おのおのが担当する既存顧客への対応を優先しながら、新規訪問も一定のサイクルで継続させるには、ペアでの訪問、ベテランの訪問、若手の訪問など、3パターンの訪問パターンが使える。しかもペア営業により、ベテランから若

手へのOJT（教育）ができるし、ベテランにとっても、若手に常に見られている緊張感が生まれる。

●新規開拓は一人だけの孤独な戦いでは勝てない

【ポイント3】既存重要顧客と似たタイプを選ぶ

①業種・業態が同じか、または似ている

②印刷分野（製品）が似ている

③発注部署、発注構造が似ている

④ニーズ（困りごと）が似ている

既存顧客の中で重要顧客とは、言うまでもなく多くの発注をいただいているという意味。多くの受注経験から、もろもろの対処に“手慣れている”はずだ。従って、以下の①～③までは、見込み客を選定する際の選定基準になっている。

④は例えば、既存重要顧客の「英会話スクール」で生徒募集のチラシ、入会した生徒の顧客情報を活かした別コース案内のDMやメール配信などで囲い込みを手伝っているとすると、これを活かして別の「英会話スクール」に営業をかけるのは王道だが、「ニーズ（困りごと）が似ている見込み客」を考えれば、例えば「スポーツジム」も手伝えることがわかる。業種は異なるが「ニーズ（困りごと）が似ている」からだ。

●売り物（自社の得意技）を活かせる見込み客を選ぶ

以上のように、新規開拓は、既存顧客への営業力が試される場でもあり、確率を高め、効率的に進めようとするほど、まずは既存顧客への深耕営業も上達させる必然性があるという両輪の関係にある。また、ベテランと若手のペアによる新規開拓は、一見非効率に見えるかもしれないが、実は相互に教育の場になっており、結果として確率と効率を高める。そして、自社の得意技を活かせる見込み客の選定は、得意技を改めて振り返るきっかけを与えてくれ、お客様にどのようなメリットがあるのかを考えさせてくれる。

3.11—教訓を忘れない BCPの確認を 日常の備えあれば憂いなし

最近の水害・地震と天災の多発はその頻度があがっているように感じられます。さらに今冬のインフルエンザの猛威など一般の生活への影響と企業活動にとってのBCP（事業継続計画）策定と準備は、不可欠な課題となっております。

折しも今年は年初より亥年の災害ジンクスが取りざたされております。偶然というか単に巡り合わせかもしれませんが、古くは、慶長三陸地震（1611年）、富士山宝永噴火（1707年）、関東大震災（1923年）、戦後では伊勢湾台風（1959年）、日本海中部地震と三宅島噴火（1983年）、阪神淡路大震災（1995年）、新潟県中越地震（2007年）と、偶然とはいえ亥年は大災害に縁があるようです。

昨年も1月の首都圏での大雪、9月の北海道のブラックアウト、今年に入ってもインフルエンザの大流行と北海道でのマイナス30度超えという大寒波の襲来と事業に支障を来たす予期せぬ災害やパンデミック（感染症）による事態にも見舞われています。

BCPは企業の大小に関係ありません。企業だけでなく家庭や学校、地域全てで事前の準備をしておかなければならないものです。首都圏直下型地震や南海トラフ地震も近く起こるという予測が示されております。日常からの備えをする、用心に越したことはありません。

3.11から8年目を迎えた今年、各々の立場で対策を考えておきましょう。今号では、ジャグラ神奈川支部の(株)野毛印刷社のBCPの一例を紹介し、神奈川県商工労働局の提案やこれまで東京グラフィックスが提唱したBCP宣言とBCP取り組みチェックリストの一部を再掲します。今一度、身の回りをチェックしてみてください。

（東京グラフィックス専務理事・斎藤成）

【事例紹介】

コンビニ向け事業の早期（24時間）再開をめざす

ジャグラ神奈川支部・(株)野毛印刷社（森下治社長）

神奈川県商工労働局発行「BCP作成事例集」より転載

1. 事業継続計画の概要

◎対象事業：コンビニエンス・ストア事業

◎対象リスク：首都圏直下型地震

◎被災シナリオ：

- ・営業企画本部は被害が比較的小
- ・福浦工場は津波による浸水で印刷機・製本設備停止
- ・その他ライフライン復旧のメドは電気7日間、水道14日間
- ・印刷用紙の供給停止（取引先6社中5社被災）

◎対策

<短期的対策>

- ・福浦工場での制作業務を営業企画本部へ移管（データ、人、もの）して継続

<長期的対策>

- ・印刷・製本・加工業務は、互恵・外部委託（県外同業者とのコラボレーション）

2. 事業の内容

弊社のお客様は、神奈川県及び横浜市をはじめとする県内各市、独立行政法人、公益法人、学校法人、一般企業と多岐にわたっています。印刷業の特性から事業の大半は、お客様から案件毎にご発注いただくお仕事となっています。今回、BCPの対象事業として「コンビニ向け事業」を選んだ理由は、「コンビニ本部の命」ともいえるサプライチェーンの一角を弊社業務が担っているためです。また、地域のコンビニエンスストア各店が、大規模災害発生時に帰宅困難者の「帰宅支援ステーション」となることから、弊社として社会的責任（CSR）を果たすという側面もあります。

3. BCPの内容

実際には、①首都圏直下型地震の発生、②感染症の大流行、③電力供給が3日間以上停止する大規模停電の3つの災害タイプを想定してBCP作成の検討を行いました。

（本欄では①首都圏直下型地震の発生について）

<現場からの災害情報（第一報確認）>

- ・安否確認：社員の携行する大規模地震対応マニュアルの災害時行動基準により連絡行動をとる。

<エスカレーション手順>

- ・ 厳戒態勢・警戒態勢・注意体制

<初動体制：自助・共助・公助>

- ・ 人命安全・安否確認・緊急避難手順・財産保護・被害状況把握・関連部署への継続的通報

<災害対策本部と現地対策本部設置>

- ・ 本部長：社長、現地対策本部始動
- ・ BCP 発動・重要業務の24時間以内の再開を図る

4.BCP 作成の効果

リスクアセスメントを行うことにより、どのようなリスクが存在し、どのような頻度で起こりどのような影響があるかをイメージできたことです。

また、ビジネスインパクト分析により自社にとっての重要業務の特定とそれに係るボトルネック対策について整理できたことです。同時に、他の業務が本当に社会から求められている仕事なのか、仕事の進め方・組織にムダは無いのか、協力会社・ステークホルダーとの関係は今のままで良いのか、といった疑問が生じました。手順を変えることによって画期的な時間短縮・工数の削減等付加価値向上に繋がるのではないかと期待が膨らみます。

5.BCP を実行するための課題

弊社の BCP 作成にあたっては、適宜、専門家のアドバイスを頂きながら社長がリーダーとなり BCMS（事業継続マネジメントシステム）委員会での RA（リスクアセスメント）、BIA（ビジネス影響度分析）を行い、その結果に基づき議論を重ねました。

今後は、実際の訓練を重ねることにより、社員の一人ひとりに BCM を根付かせる活動が重要だと考えています。

【神奈川県商工労働局が提案する経営資源代替案】

◎要員

- ・ 多能工化
- ・ OB 人材の活用

◎施設

- ・ 耐震診断、補強工事
- ・ 整理・片付けで済むように

◎設備

- ・ 耐震補強工事

- ・ 簡単な修理は自社でできるように

- ・ キーとなる設備は代替機を購入

- ・ 自家発電機の購入、発災時には借用

◎IT・システム

- ・ デスクトップはノート PC に置き換える
- ・ クラウドサービスを導入する
- ・ 無停電電源装置の導入
- ・ データを USB メモリーに保存
- ・ 紙媒体を複数箇所に保管（耐火金庫等）

◎協力会社

- ・ BCP 導入を要請
- ・ 代替できる協力会社を探す
- ・ 広域停電に備え、代替生産を依頼できる会社を探す

◎インフラ（電気・ガス・水道）

- ・ LP ガスの活用を考える
- ・ 広域停電や断水への対応を考える

【東京グラフィックス BCP 宣言】（平成24年9月1日制定）

3.11 東日本大震災によって、私たち東京で営業・生産活動を行う中で地震・風水害等の緊急災害時における事業継続計画（BCP）が、重要な課題であることを改めて認識いたしました。また、懸念されている首都直下型大地震もこの間、より具体的に対応が急がれることとなっております。私たち東京グラフィックスは、首都東京を生業地とする事業者団体として、地域貢献と災害時における有効なステークホルダーたるべく、ここに業界としての BCP を策定し、共助・相互扶助の精神を発揮し、会員企業に対する啓発と緊急事態への対応策を提示します。

◎緊急時：

災害時に会員企業の被災状況あるいは復旧状況を把握します。具体的には、支部・本部事務局への情報集中を行います。東京グラフィックスホームページに「災害掲示板」を作ります。理事会が緊急対策本部を構成します。本部長には会長があたります。事務局が対策本部となり、情報収集、各種連絡を行います。

事業所・工場の被害、従業員の安否、機器の損傷等、各種救済を求める内容を把握します。

生産続行の可否、用紙・諸資材の確保、メーカー・ディーラーとの連携、代替生産（応援要員の派遣等）のネットワーク、対顧客へ必要なサービスの対応を把握します。

◎事前準備：

事前準備として、事業所内の耐震・停電対策（機器・溶剤類、PC、サーバの固定）、消火設備の設置、社内外緊急連絡網の整備、エレベータ保守、データ類の遠隔地でのバックアップ等の対応を行います。

平時にあって東京グラフィックス事務局との連絡体制の確認、業界内作業交流・協力会社とのネットワーク確認、機資材・用紙確保の方法を検討します。

従業員の安全確保のために、非常食・水・ヘルメット・毛布等の備蓄、社外避難場所、簡易トイレ、帰宅ルートの確認

を行います。

◎地域・行政との連携：

「防災隣組」の考えのもと、地域内事業者として地域組織（町内会・自治会）との連携を強化し、帰宅困難、被災者への物的支援等を想定し地域防災力の強化に努めます。

警察・消防関連行政、自治体、他の関連団体と事前協議を行い、緊急災害時対応を図ります。

会員企業における BCP 策定（チェックリスト等）を支援します。

【BCP 取組状況 事前チェックリスト】

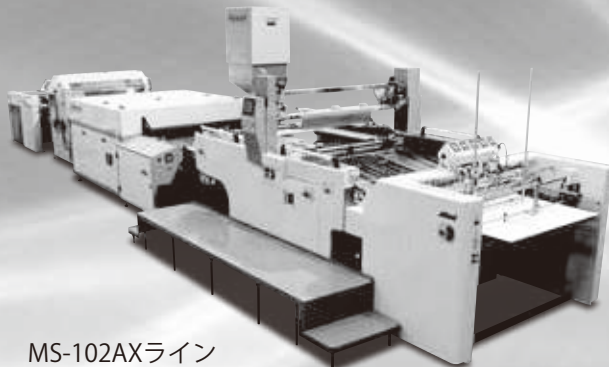
BCP 計画策定に入る前に、あなたの会社の現在の事業継続能力を診断してみましょう。 以下のチェックリストの設問ごとに、「はい・いいえ・未定」でお答え下さい。		はい	いいえ	未定
人的 資源	緊急事態発生時に、支援が到着するまでの従業員の安全や健康を確保するための災害対応計画を作成していますか？			
	災害が勤務時間中に起こった場合、勤務時間外に起こった場合、あなたの会社は従業員と連絡を取り合うことができますか？			
	緊急時に必要な従業員が出社できない場合に、代行できる従業員を育成していますか？			
	定期的に避難訓練や初期救急、心肺蘇生法の訓練を実施していますか？			
物的 資源 (モノ)	あなたの会社のビルや工場は地震や風水害に耐えることができますか？そして、ビル内や工場内にある設備は地震や風水害から保護されますか？			
	あなたの会社周辺の地震や風水害の被害に関する危険性を把握していますか？			
	あなたの会社の設備の流動を管理し、目録を更新していますか？			
	あなたの会社の工場が操業できなくなる、仕入先からの原材料の納品がストップする等の場合に備えて、代替で生産や調達する手段を準備していますか？			
物的 資源 (金)	1 週間又は 1 ヶ月程度、事業を中断した際の損失を把握していますか？			
	あなたは、災害後に事業を再開させる上で現在の保険の損害補償範囲が適切であるかどうかを決定するために保険の専門家と相談しましたか？			
	事前の災害対策や被災時復旧を目的とした融資制度を把握していますか？			
	1 ヶ月分程度の事業運転資金に相当する額のキャッシュフローを確保していますか？			
物的 資源 (情報)	情報のコピーまたはバックアップをとっていますか？			
	あなたの会社のオフィス以外の場所に情報のコピーまたはバックアップを保管していますか？			
	主要顧客や各種公共機関の連絡先リストを作成する等、緊急時に情報を発信・収集する手段を準備していますか？			
	操業に不可欠な IT 機器システムが故障等で使用できない場合の代替方法がありますか？			
体制等	あなたの会社が自然災害や人的災害に遭遇した場合、会社の事業活動がどうなりそうかを考えたことがありますか？			
	緊急事態に遭遇した場合、あなたの会社のどの事業を優先的に継続・復旧すべきであり、そのためには何をすべきか考え、実際に何らかの対策を打っていますか？			
	社長であるあなたが出張中だったり、負傷したりした場合、代わりの者が指揮をとる体制が整っていますか？			
	取引先及び同業者等と災害発生時の相互支援について取り決めていますか？			

第9回 サクライ岐阜工場 新技術発表会

平成31年4月16日(火)~19日(金) 10:00~17:00

ストップシリンダー型
全自動スクリーン印刷機

MS-102AX



MS-102AXライン

+ ホットフォイルライン

LQM-105

ラグジュアリークオリティメタル



NEW

スクリーン印刷とホットフォイル加工を ワンシステムで実現

印刷シート自動検査装置

SI-1020L

NEW



2種類の照明で フィルム検査が可能

その他の出展機種

MSDR-30S シリンダー型ロールツーロールスクリーン印刷機<スマートモデル>+ダイカット

New! MS-80SD+SI-80IN+ 版裏クリーナー サーボ駆動シリンダー型全自動スクリーン印刷機+検査装置

New! SSW-104 スクリーン版洗浄装置

New! OL-66RCS ロータリー複合加工機

最高の製品をお届けすることで、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
中部営業所 〒501-3733 岐阜県美濃市3951
大阪営業所 〒532-0012 大阪市淀川区木川東3-1-31
九州営業所 〒810-0001 福岡市中央区天神5-5-8
岐阜工場 〒501-3733 岐阜県美濃市3951

TEL.(03) 3643-1131 (代) FAX.(03) 3643-1138
TEL.(0575) 35-2551 (代) FAX.(0575) 35-2881
TEL.(06) 6308-6651 (代) FAX.(06) 6308-6679
TEL.(092) 741-2672 (代) FAX.(092) 741-2670
TEL.(0575) 33-1260 (代) FAX.(0575) 33-3146



ISO 9001・14001 認証取得
生産技術本部

「エグゼクティブStyle」



最終回 エグゼクティブの品格

株式会社TFSマナー&EDUCATION 代表取締役 山本洋子

品格や風格というものは、それ自体は目に見えません。しかし、品性を備え持つ人からは目に見えない品格が醸し出されています。同じことを言ったり、行ったりしているのに、なぜあの人是一目置かれているのでしょうか？ それは目に見えない、内面からにじみ出る品位の違いです。そしてその品位には格付けがあります。一流の品位が「品格」となるのです。最終回のテーマは「エグゼクティブの品格」です。

一流の「品格」の条件

人気のあるテレビ番組に芸能人の格付けチェックがあります。目利き、耳利き、味利きなど様々な分野で一流、二流、三流、それ以下を決めランク付けするものです。芸能界で一流と呼ばれる出演者が、容赦なくランク付けされます。本物と偽物を見分けられないとランクが下がっていき、最後は存在まで消され画面に映してもらえなくなるというシュールな番組です。番組ではA5ランクの牛肉と普通の牛肉の違いを食べ分けたり、ストラディバリウスの音色を聞き分けたりすることができる、一流とされています。

では品格はどうでしょうか？

経営者の中にも高級車に乗り、高級時計を身につけ、高級なスーツで身を包んでいる方は多くいらっしゃいますが、素敵に見える方とそうでない方に分かれます。どちらも経済力は一流なのですが、品格のあるなしは別物です。

■「姿勢」

一流と呼ばれる人はいい物を身につけています。でもそのいい物だけが目立ってはいないのです。いいスーツを着ても、スーツが悪目立ちしていません。何が違うのでしょうか。

まず「姿勢」が違います。風格を備えた方で姿勢が悪い方をお見掛けしません。猫背でも、ふんぞり返るのでもなく、立った時、歩く時、座った時、常に正しく美しい姿勢が保たれています。男女問わず、美しい立ち居振る舞いの基本である正しい姿勢を身につけることは、品格を醸し出す一番の近道です。これがないといくら仕事がデキても、一流の品格は醸し出すことはできません。特に日本人は海外の方と比べると姿勢に注意を払う方が少ないような気がします。

■「着こなし」

次に「着こなし」です。どんな服を着ていてもだらしなく見える人がいます。服のサイズが合っていないのです。スーツはまず肩でサイズを合わせます。肩に合わせるとウエストがあまってしまったり、袖が短かったり、どこか身体に合わない箇所がでできます。既成品でピッタリ合うものをみつけるのは本当に難しいのです。

品格や風格をだすことに重点を置くのであれば、スーツはオーダーメイドに限ります。身体にピッタリ合ったスーツはそれだけで、見え方が違ってきます。服に着られている感、服に負けているという状態がなくなります。戦闘服であるスーツには、多少のお金をかけるくらいの勝負感が必要です。上質を身にまとい、それを普段着として着こなすことで品格が違って見えます。オーダーメイドの洋服であればいいというものではありません。

ネクタイの締め方、シャツの着方、ベルトの締め方、靴紐の結び方、これらをきちんと整えることが重要です。これらを整えるだけで品格はあらわるものです。

そして、ポケットに物を入れないということも重要なポイントです。男性はバッグを持ち歩きません。それでもお財布

や携帯電話、名刺入れなど最低限の所持品は持ち歩かないといけませんが、物を入れ過ぎてポケットが型崩れしている人が結構多いのです。

実用と理想にどう折り合いをつけるか。実はそれが品格の差となって表れるのです。女性が足が痛いのを我慢してハイヒールを履くのと同じです。その感覚を経営者の皆様には理解していただきたいものです。

■「振る舞い」

服装が変わると無意識のうちに姿勢も変わります。女性はパーティーでロングドレスを着ると姿勢も「振る舞い」も変わります。着物の時も同様です。着物を着て猫背にはなれないのです。男性もブラックタイの装いの時には姿勢を良くしたり、振る舞いも普段よりは注意を払うはずです。

パーティーでドレスアップしている時の振る舞いや意識を、非日常ではなく、日常にするのです。今まで特別なシーンでしか意識しなかった姿勢や振る舞いを日常に心掛けるだけで、普段の振る舞いが変わるのです。そこに品位が隠れています。

■「美学」

そして大きく差が出るのが、カジュアルな装いの時です。

スーツを脱ぐ休日はリラックスできることが一番なのですが、スーツ姿はカッコいいのにカジュアルな装いにがっかり…、という ON と OFF の落差が大きい男性は意外に多いようです。ドレスアップと日常の落差同様、この落差が大きければ大きいほど品格とは程遠くなるものです。

私の知人に休日には白いシャツやセーターしか着ないという経営者がいます。それがとてもお似合いでダンディなのです。なぜ白なのか尋ねたところ、「白はすぐ汚れるけど、汚れが目立つから」とおっしゃったのです。黒やグレーは汚れが目立たないので安心感がありますが、あえて汚れが目立つ白を着ると緊張感が生まれるとのこと。

そんな「美学」を貫いている男性が素敵に見えるのは当然です。便利で楽なものをばかりを選ぶのではなく、少しでもやせ我慢することも必要なかもしれません。

■「マナー」

そして一流の品格がある人は、「マナー」をわきまえている人です。作法や礼節がきちんと身につけている人には、品格を感じます。特に経営者はマナーに敏感になっていただき

たいと思います。経営者のマナーが部下にも伝わるからです。部下には厳しく指導するのにご自身ができていないケースやマナーに無関心な経営者が多いのが現状です。

私のクライアントのある物流会社の社長さんはマナーにとっても厳しく、社員の一挙手一投足、日常業務での言動が気になって仕方がないということでビジネスマナーの研修をご依頼いただきました。打ち合わせのため会社に向うと、すれ違う社員の皆さんが作業の手を止め、立ち止まり、私に向かって「いらっしゃいませ」と明るい笑顔で丁寧にお辞儀されるのです。外部からの来客に挨拶もきちんとできない会社が多い中、全員が立ち止まり笑顔で挨拶できる会社には、マナー研修は必要ないと思ったほどの衝撃でした。

そしてその社長さんはこうおっしゃったのです。「うちは物流会社なので物を扱うことがメインです。ですから、来訪されるお客様はめったにいらっしゃいません。日々の業務で扱うのは物品だけけど、その向こうには必ず人がいる。そのことを常に社員には意識してもらいたいのです。だからマナーには厳しくしているのです」。

こんな社長の下で働く社員は幸せです。この社長さんが一流の品格を漂わせていらっしゃるのは言うまでもありません。スーツの着こなしも、人に対する接し方もカジュアルなゴルフの装いもとても素敵なのです。女性だけでなく、男性の経営者仲間からも一目置かれている存在です。

＊

「品」はあるのとないのとは大違いです。品格に肩書きは関係ありません。少しの意識と少しの背伸びと少しのやせ我慢。これを積み重ねると「品」は漂い始めます。エグゼクティブな品格を意識してみてはいかがでしょうか？

(この連載おわり)

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 ⑦②

高血圧降圧薬服用の注意点



降圧薬のせいか体調がすぐれません

私は以前から血圧が高めでしたが、先日、健康診断を受けたところ、年々悪化しているようで、再検査を受けた結果、薬による治療をはじめることになりました。

降圧薬を処方してもらって飲みはじめたのですが、その後、逆に体の調子が悪くなったような気がします。体がだるくなったり、食欲が落ちたり、よく咳が出て風邪を引きやすくなったようにも思えます。

もしかすると、高血圧が進行して、体力や抵抗力が落ちたのでしょうか。それとも、何か別の病気が隠れているのでしょうか。



主治医とよく相談してください

今回は高血圧の治療のため、降圧薬を飲み始めたところ、体の調子が悪くなったという男性の方からの相談です。

高血圧を放置すると、心臓や腎臓、血管などにダメージを与え、心筋梗塞、脳梗塞、心不全など様々な病気の原因になるので、血圧はきちんとコントロールすることが大切です。

最高血圧が140、最低血圧が90という値が一般的な高血圧の基準です。塩分制限や肥満の解消など、生活習慣の改善を行ってもこの基準を下回らないような場合は、やはり降圧薬による治療を行うことになります。

今回のあなたの場合も、おそらくそういう経緯があって降圧薬を飲むことになったと思うのですが、まずはその薬を使って、どれくらい血圧が下がったのかがポイントになります。

「白衣高血圧」といって、病院の診察室などで血圧を測った

場合、普段ご家庭で測った場合よりも高めに出てしまう方がいます。そういう方が、その数値だけで判断して降圧薬を飲むと、下がりすぎてしまう場合があるのです。

例えば、若い頃から低血圧気味で、上が100を切っていても、まったく問題なく元気に生活している方も多くいます。ところが、もともと血圧が高めだった人が、いきなり100を切るくらいまで血圧が落ちてしまうと、だるさやふらつきなどの症状が出てくることがあるのです。

もともととの血圧からどれくらい下がったのか、また急に下がりがすぎているのか、そういった部分を主治医に相談して、薬の調整をしてもらう必要があります。

一方、よく咳が出て風邪を引きやすくなったとのことですが、降圧薬のある種のは、副作用として咳が出やすくなることもあります。念のため主治医に咳が出ることを伝えて、薬に関係がないかどうか確認してみてください。

その上で、やはり風邪のような症状が続く場合には、何か他の病気が進行している可能性も否定できません。咳が出るのであれば、健診の胸部X線撮影だけでは分からないこともありますので、CT検査なども行い、他の病気が隠れていないかきちんと調べるようにしてください。



主治医に症状や気になる点をよく伝えましょう



リフレッシュ・タイム



自宅でできる胸のトレーニング

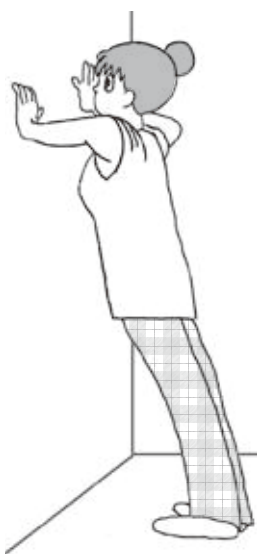
健康の維持・増進に大切だと言われている筋力。今回は自宅でできる胸のトレーニングを紹介します。胸の筋肉は、歩いたり走ったりする時に腕を大きく動かしたり、野球の投げる動作やテニスのサーブ、体を支える時などに大切な役割を果たします。また、呼吸動作に関しても重要な働きをします。胸の筋肉を鍛えるトレーニングといえば、まず腕立て伏せを思い浮かべるでしょう。腕立て伏せは重い物は使いませんが、腰にも負担がかかる運動です。今回紹介する「立って行う腕立て伏せ」などのトレーニングも、力んで無理をし過ぎないように気をつけましょう。

【簡単な 立って行う腕立て伏せ】

壁に手をつけて行う腕立て伏せです。

腕を曲げた時に背中の中の肩甲骨を背骨の方に近づけることを意識して行います。

通常の床で行う腕立て伏せよりも楽にできます。



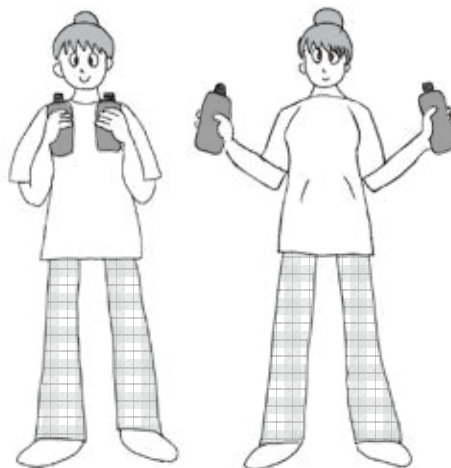
【観音開き】

ペットボトルやダンベルを持って行う運動です。

肩幅に脚を開いて両手を胸の高さで脇を締めます。

脇を締めたまま息を吸いながら腕を開きます。

腕を閉じる時に息を吐きます。



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



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/>

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。

第6回 総務委員会

■日時：1月16日（水）18：30～20：00

■場所：ニッケイビル8F会議室

■出席（敬称略）：中村（盟）、大瀧、林（敬）、榎本、中川、鈴木（将）、田中、篠崎、比嘉（斎藤、鈴木、吉野）

<議 事>

①新春賀詞交歓会の運営確認

- ・日時：1月21日（月）18：00
- ・場所：上野東天紅

○ビジコン表彰式の挙行

- ・総務委員は16：30に東天紅集合
- ・スポンサーパネルの設置位置等を確認。
- ・17：30集合予定の被表彰者と段取りを確認。
- ・表彰式進行：大瀧委員長
- ・ほか台本の読み合わせ等

②機関誌印刷委託先企業の選定

- ・入札説明会参加：5社
- ・応札：5社
- 2019年4月号から2年間の機関誌印刷委託会社を選定した。
- ・前年実績等を参考に基準価格を決定。
- ・基準価格＋発送費を最低価格とし＋20,000円を上限価格に設定して開札。最低価格以上・上限価格以下を合格とした。
- ・結果、1社（勝美印刷㈱・文京）が該当した。
- ・該当企業と詳細打ち合わせ・条件の詰めを行ったうえで、正式に委託決定とする。

③その他

- ・来期委員会予算については今期を踏襲し、変動ある場合には補正予算で対応する。
- ・ビジコン応募者にアンケートを実施する。
- ・ビジコンは来期も実施し、部会長（リーダー）の選出は担当副会長、委員長、今期部会長で検討する。

（報告作成：吉野）

第5回 教育・技術委員会

■日時：2月8日（金）18：30～19：40

■会場：ニッケイビル8F会議室

■出席（敬称略）：笹岡、金子、神崎、水野、西野、林田、落合（鈴木、渡部）

<議 事>

①今期の積み残し企画

今年度は、団体課題別人材力支援事業の集合研修が多数あり、教育・技術委員会のセミナーを多数開催できなかった。次年度は、4月1日の新元号発表や5月の10連休に伴う一時的な繁忙が予想されることから、セミナー事業の開始は5月後半からとする。

●ワード組版

（影山先生への依頼内容について）

以下の内容で、笹岡副会長から打診していただく。

- ・開催日：5月23日（木）18：30-20
- ・テーマ：POD 出力に適したワード組版の作成方法
- ・時間：90分）

●ビジネスマッチング・サロン → 次年度3回開催

- ・次年度は、①6月19日（水）、②10月16日（水）、③2月19日（水）の3回開催する。
- ・プレゼンターを3社とし、1社のプレゼン時間を長くする。1社15～20分ぐらいか。賛助は10分。
- ・オーディエンスの自社紹介は、時間短縮のため希望者のみとする。
- ・参加者の名簿・名札には、業種を記入する。
- ・第1回のプレゼンター候補は、長岡通商（港＝深海委員から確認）、インプレッソ（城東＝事務局から確認）、朝日印刷（員外＝落合副委員長から確認）、モリサワ（賛助＝事務局から確認）。（補欠として入船製本工房）

②次年度事業（セミナー・見学会等）の企画

●断裁機従事の「特別教育」

- ・ホリゾンから協力を得られることになったので、金子委員長と事務局が出向いて詳細を詰める。
- ・複数回の開催を希望。

（報告作成：鈴木）

第6回 広報・組織委員会

■日時：2月21日（木）18：30～20：00

■会場：ニッケイビル8F会議室

■出席（敬称略）：早坂、中田、鈴木（將）、原田（大）、武川

<議 事>

①入会促進マニュアルの運用

- ・これまで理事会、支部長会での呼びかけを行った。
- ・運用（テレアポ）は支部毎に実施し、委員会はバックアップ、フォローする。
- ・以降の支部会で具体的な説明を行う。
- ・活動予算として次年度予算に300,000円の計上申請を行う。内訳は1支部20,000円＋α。
- ・4月から運用を開始し、1年をかけてテレアポを行う。
- ・テレアポ後、レスポがあった場合には教育セミナー等に招待する。
- ・委員会で4月10日（水）14：00～事務局7階で委員が中心となりトライアルで架電を行う。

②その他

- ・委員会予算は上記300,000円＋200,000円（業界PR・くみあい祭等）を要望する。
- ・来期は東京都中央会主催の組合まつり（1月開催予定）に出展を予定。
- ・産業交流展への出展は費用対効果等を勘案し、今後も検討。ただし委員会事業としては、組織拡大につなげられるような業界PR（同業者向け）となる。

（報告作成：吉野）

第4回 共済会常任幹事会

■日時：2月13日（水）18：00～19：30

■場所：ニッケイビル8F会議室

■出席（敬称略）：清水、綿貫、井上（富）、西岡、佐藤、春名、山下（英）、田中、山下（昭）、武川（ス）〔斎藤、八木田〕

<議 事>

①事業報告

○業界諸先輩感謝の集い

- ・11月2日（金）
- ・場所：神田明神
- ・参加者：29名

○ゴルフ大会

- ・11月3日（土）
- ・場所：トムソンカントリー倶楽部
- ・参加者：21名
- ・優勝：小倉健治（㈱友美堂・新宿）

○ボウリング大会

- ・2月1日（金）
- ・場所：東京ドームボウリングセンター
- ・参加者：57名
- ・優勝：佐藤久二男（㈱サンワ・千代田）

今回は懇親会場を銀蔵からリラッサに変更し概ね好評だったが、配膳・個室ではないため銀蔵の方がのびのび楽しめるという意見もあった。今後検討していく。

○新春賀詞交歓会

- ・1月21日（月）
- ・場所：東天紅
- ・参加者：230名

②今後の事業について

支部助成金事業として文京支部主催のハイキングを行う。（3月16日（土））

③次期事業計画について

次年度は例年通りのイベントを行う。

各イベントの予算がわかりにくいという意見があり、税理士に相談したが、公益社団とのからみもあるため予算の組み方を変更するのは難しいという報告があった。

④その他

- ・1月31日に行う予定だった㈱エスリー主催のクラウドアップサービスのセミナーは、参加者が集まらなかったため延期となり、2月25日（月）に共済会主催でセミナーを行うこととなった。
- ・東京都火災共済のPRを各支部総会などで行うことをお願いした。また、他の物販幹旋事業についてもチラシなどを配ってPRの協力をお願いした。

（報告作成：八木田）



● 大人の着こなし講座を開催



定例会のようす

東京グラフィックス青年部 FACE（稲満信祐会長）は2月14日（木）午後6時30分から、ニッケイビルにおいて2月度の定例会を開催した。参加者はゲストを合わせて40人。

定例会では稲満会長あいさつの後、各種事業報告があった。1月21日に本部主催で開かれた、新春賀詞交歓会ではアトラクションの一環で印刷体操が披露され、FACEメンバーが中心となってステージに上がった。印刷体操はFACEが所属する印刷産業青年連絡協議会（略称、印青連：原田大輔会長）で考案された体操で、印刷の工程に沿った動きを体操に取り入れたのが大きな特徴となっている。1月28日はTokyo Insatsu Shout オフ会が開かれた。Insatsu Shout は印青連が所管するビジネスマッチングサービスで、印刷関連のビジネス案件を相談し、メンバー間で質問に回答、紹介、受注等をしている。

FACE 関連では4月11日に総会を開催する。来期も引き続き稲満会長の下、事業を推進していく。4月13日にはジャグラー青年部 SPACE-21の総会が予定されている。同総会は東京開催ということもあり、地元FACEが主管して企画、運営をおこなう。今回は富士ゼロックスの協力を仰ぎ、六本木にある同社のオフィススペースを借りて、セミナー、事例発表等をおこなう。ほか東京都中小企業団体中央会青年部の諸事業について報告があった。

Print Next2020の開催が決定した。同イベントは隔年で開催される印刷団体青年部の大きな集まりのひとつ。構成団体は全国印刷団体の青年部であるSPACE - 21、全国青年

印刷人協議会、緑友会。今回は開催地が秋田となり、これまでの大都市開催とは違った形態のイベントとなる。

大人の着こなし講座

定例会後半では「大人の着こなし講座」と題し、主にスーツの着こなし方について勉強をした。講師は現在も大手百貨店でTPOに応じたスーツの着こなしを提案している吉村朋代氏と山本玲伊子氏。

スーツのボタンの締め方から始まり、チーフの折り方、挿し方等、普段は気づきにくい部分まで勉強した。お互いにスーツをチェックしながら着こなしを修正した。



大人の着こなし講座



スーツをお互いにチェック

1月7日

●事務局仕事始め

1月8日

●ジャグラ・東京グラフィックス会長新年訓示

10:30～ ニッケイビル

出席／中村（耀）、菅野、沖〔事務局全員〕

■ジャグラ理事会

1月9日

★青年部 FACE 定例会

18:30～ ニッケイビル

内容／菁文堂のクラウドファンディング事例発表、他

参加／35人

◎プライバシーマーク現地審査
アベコ〔渡部、斎藤〕

1月10日

●団体課題別人材力支援事業研修会

16:30～ ニッケイビル

内容／ハラスメントが起きない職場を築く3大実務

1月11日

●都庁新年挨拶まわり

14:00～ 都庁

出席／菅野〔斎藤〕

1月15日

◎プライバシーマーク現地審査

松谷メールサービス〔渡部、斎藤〕

1月16日

●第6回総務委員会

18:30～ ニッケイビル

議題／①新春賀詞交歓会の運営確認
②機関誌印刷委託先企業の選定③その他

出席／中村（盟）、大瀧、林（敬）、榎本、中川、鈴木（将）、田中、篠崎、比嘉〔吉野、鈴木、斎藤〕

1月17日

●団体課題別人材力支援事業研修会

16:30～ マンパワーグループ神保町

内容／業績アップと人材育成につながる目標管理制度の作り方研修②

1月18日

●新春賀詞交歓会打ち合わせ

10:30～ 東天紅上野本店

出席／田中〔鈴木、斎藤〕

1月21日

●東京グラフィックス新春賀詞交歓会

18:00～ 東天紅上野本店

参加／230人〔事務局全員〕

1月22日

●団体課題別人材力支援事業研修会

16:30～ マンパワーグループ神保町

内容／就業規則作成&改定セミナー①

1月24日

★悠遊クラブ大相撲観戦

両国国技館

参加／20人

1月28日

●認定個人情報保護団体セミナー

18:00～ 日印会館

内容／JIS Q15001-2017対応と安全管理措置について（講師：日印産連・壇一雄氏、斎藤専務理事）

参加／58人〔渡部、斎藤〕

1月29日

●団体向け生産性向上支援研修会③

14:00～ 六本木ティーキューブ

内容／IT活用で伸ばす印刷ビジネス・事例で学ぶ生産性向上のポイント（講師：FFGS・佐々木健至氏）

参加／20人〔斎藤〕

1月30日

●第7回四役会

16:00～ ニッケイビル

議題／①スケジュール確認②今期事業の報告・進捗について③次年度事業計画と予算案の作り方④その他
出席／菅野、笹岡、清水、中村（盟）、鈴木（将）、斎藤〔鈴木〕

1月30日

●第5回理事会

18:00～ ニッケイビル

議題／①公益目的事業②入退会の承認③新春賀詞交歓会の報告・反省④平成30年度事業の進捗・報告⑤次年度事業計画と予算案の作り方⑥各報告⑦スケジュール確認、他

出席／菅野、笹岡、早坂、清水、中村（盟）、鈴木（将）、林（敬）、谷口（美）、谷口（理）、児玉、原田（大）、比嘉、青木、綿貫、山手、武川、落合、斎藤、沖、稲満（祐）

〔吉野、鈴木〕

【関連団体等新年会】

○日本印刷産業連合会（1月8日）
菅野会長はじめ15人

○東京都中小企業団体中央会（10日）菅野

○東京都製本工業組合（17日）清水

○東京都印刷工業組合（17日）中村（盟）

○日本印刷産業機械工業会（17日）斎藤

○ジャグラ長野県支部（19日）笹岡

○関東複写センター協同組合（22日）菅野

○日本印刷機材協議会（24日）菅野、笹岡、清水、鈴木（将）、斎藤

○ジャグラ神奈川県支部（25日）笹岡

○東京スクリーン・デジタル印刷協同組合（31日）早坂

○東京都職業能力開発協会（2月1日）斎藤

○リョービ新春ショー（7日）菅野、笹岡、清水、鈴木（将）、斎藤

○東京グラフィックコミュニケーションズ工業組合（8日）中村（盟）

○日本プリンティングアカデミー（22日）斎藤

月刊東京グラフィックス 第57巻 総目次

2018年(平成30年)4月号～2019年(平成31年)3月号

4月号 (No.698)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑬北千住 (村井隆)
- 04 ■特集：平成30年版・東京の中小企業向け融資制度
- 15 ■連載：こころときめく営業のための道しるべ⑬ (田中信一)
- 16 ■連載：リスクマネジメント (RM) と個人情報保護④⑥
- 22 ■連載：元CAが教える「エグゼクティブSTYLE」① (山本洋子)
- 24 ■健康プロムナード⑥ (医療法人社団 同友会)
- 26 ■業界 NOW
- 27 ■東京グラフィックス青年部 FACE
- 28 ■第7回理事会報告
- 29 ■委員会報告：教育・技術⑨

5月号 (No.699)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑭雪が谷大塚 (大塚宜輝)
- 05 ■特集：ビジコン！2017入賞作品一挙紹介！！
- 12 ■営業のための道しるべ⑭
- 14 ■RMと個人情報保護④⑥
- 18 ■「エグゼクティブSTYLE」②
- 20 ■健康プロムナード⑥②
- 22 ■業界 NOW
- 23 ■青年部 FACE
- 24 ■東グラNEWS：増田光仁氏お別れ会／社長講座「いまさら人に聞けない！「仮想通貨」って何だ？」／教育・技術委員会「プロとして知っておきたいフォント講座」／教育・技術2017年度セミナー事業に延べ240名が参加
- 26 ■第1回理事会報告 (みなし決議に関する理事会決議)
- 27 ■委員会報告：総務⑦／共済会

6月号 (No.700)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑮白金高輪 (宮地本治)
- 04 ■東京グラフィックス平成30年度定時総会／2018・2019年度理事・監事のご紹介

- 10 ■機関誌・月刊「東京グラフィックス」おかげさまで700号を迎えました！700号のあゆみ／機関誌700号発行に寄せて (菅野潔)／会員読者からのメッセージ
- 15 ■営業のための道しるべ⑮
- 17 ■RMと個人情報保護・番外編
- 20 ■「エグゼクティブSTYLE」③
- 22 ■健康プロムナード⑥③
- 25 ■青年部 FACE：新会長に稲満氏

7月号 (No.701)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑯津田沼 (吉野玲緒)
- 04 ■特集：データで読む「東京の印刷業」(平成28年経済センサス)
- 14 ■営業のための道しるべ⑯
- 15 ■RMと個人情報保護⑤⑦
- 18 ■「エグゼクティブSTYLE」④
- 20 ■健康プロムナード⑥④
- 23 ■業界 NOW
- 24 ■青年部 FACE：設立30周年祝賀会
- 26 ■東グラNEWS：悠遊クラブ平成30年度総会／共済会・城東支部、潮干狩り&BBQ／教育・技術委員会、第3回ビジネスマッチング・サロン／東政連総会
- 28 ■ジャグラ福岡大会に東京グラフィックスから53人が参加
- 29 ■第2回理事会報告
- 30 ■委員会報告：総務①

8月号 (No.702)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑰高田馬場 (中村盟)
- 04 ■団体課題別人材力支援事業「東京グラフィックスフェスタ2018」出展者募集
- 06 ■特集：都の助成を活用して「働き方改革」に取り組もう
- 13 ■営業のための道しるべ⑰
- 14 ■RMと個人情報保護⑥⑧
- 20 ■「エグゼクティブSTYLE」⑤
- 22 ■健康プロムナード⑥⑤
- 24 ■業界 NOW
- 25 ■青年部 FACE
- 26 ■東グラNEWS：三多摩支部マス釣り大会／共済会「特選演芸会」

- 28 ■委員会報告：教育・技術①／広報・組織①／総務②
- 31 ■「ビジコン！2018」応募要領

9月号 (No.703)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑱中野坂上 (篠崎正之)
- 04 ■平成29年度 東京都中小企業業種別経営動向調査「製造業」
- 11 ■営業のための道しるべ⑱
- 12 ■RMと個人情報保護⑥②
- 16 ■「エグゼクティブSTYLE」⑥
- 18 ■健康プロムナード⑥⑥
- 22 ■業界 NOW
- 23 ■青年部 FACE
- 24 ■東グラNEWS：顧問・相談役会／社長講座、新代表に原田大輔氏
- 25 ■第3回理事会報告
- 26 ■委員会報告：共済会①／広報・組織②③／教育・技術②／総務③／「会員ステッカー」について

10月号 (No.704)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑲メガロポリス中央駅 (林敬太)
- 04 ■2018年版「ものづくり白書」のポイント：全ての経営者が持つべき4つの「危機感」
- 10 ■「働き方改革関連法施行」
- 11 ■「ビジネスチャンス・ナビ2020」
- 12 ■平成31年年賀はがき情報
- 13 ■営業のための道しるべ⑲
- 14 ■RMと個人情報保護⑥③
- 18 ■「エグゼクティブSTYLE」⑦
- 20 ■健康プロムナード⑥⑦
- 24 ■青年部 FACE
- 25 ■東グラNEWS：POINT2018出展／日印産連印刷振興賞に林田桂一氏、特別賞に自費出版ネットワーク
- 26 ■第21回日本自費出版文化賞発表
- 27 ■提言：「正念場を迎えた正字・正かな」(市川浩)
- 28 ■委員会報告：共済会②／総務④

11月号 (No.705)

- 03 ■「駅にまつわる話」⑳京都 (中川恭介)

- 04 ■団体課題別人材力支援事業：東京グラフィックスフェスタ2018に200人が来場／集合研修・キャリアカウンセリングのご案内
- 12 ■ビジコン！2018入賞作品決定！
- 15 ■営業のための道しるべ②
- 16 ■RM と個人情報保護⑤
- 20 ■「エグゼクティブ STYLE」⑧
- 22 ■健康プロムナード⑥
- 27 ■東グラ NEWS：業界諸先輩感謝の集い／団体課題別人材力支援事業中間報告会
- 28 ■青年部 FACE
- 29 ■第4回理事会報告：広報・組織④／教育・技術③
- 30 ■委員会報告

12月号 (No.706)

- 03 ■「駅にまつわる話」②小伝馬町（鈴木孝尚）
- 05 ■東京グラフィックス共済会「クラウドサービス」のご紹介
- 08 ■統計調査報告「東京の印刷業」（平成29年工業統計調査報告＝平成28年実績）
- 14 ■営業のための道しるべ②
- 16 ■RM と個人情報保護⑤
- 20 ■「エグゼクティブ STYLE」⑨

- 22 ■健康プロムナード⑥
- 26 ■青年部 FACE
- 27 ■東グラ NEWS：賛助会員懇談会
- 28 ■委員会報告：共済会③／総務⑤／教育・技術④／広報・組織⑤

1月号 (No.707)

- 03 ■東京グラフィックス会長年頭所感（菅野潔）／東京都知事年頭所感（小池百合子）
- 06 ■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 ■営業のための道しるべ②
- 19 ■RM と個人情報保護⑥
- 22 ■「エグゼクティブ STYLE」⑩
- 24 ■健康プロムナード⑦
- 27 ■青年部 FACE
- 28 ■東グラ NEWS：団体向け生産性向上支援事業セミナー①②／訃報・木下幸彦氏

2月号 (No.708)

- 04 ■ビジコン！2018入賞作品紹介②
- 08 ■2018年新春賀詞交歓会230人が新春の宴に集う

- 12 ■東京都産業労働局調査（平成30年版）「中小企業の賃金事情」より
- 19 ■営業のための道しるべ③
- 20 ■RM と個人情報保護⑦
- 22 ■「エグゼクティブ STYLE」⑪
- 24 ■健康プロムナード⑧
- 26 ■東グラ NEWS：認定個人情報保護団体セミナー／団体向け生産性向上支援事業セミナー③／共済会ボウリング大会
- 28 ■青年部 FACE
- 29 ■第5回理事会報告
- 30 ■ジャグラ作品展応募受付

3月号 (No.709)

- 04 ■ビジコン！2018入賞作品紹介③
- 13 ■東京労働局：4月1日から“働き方改革”関連法が順次施行されます
- 17 ■営業のための道しるべ④
- 18 ■RM と個人情報保護⑧
- 22 ■「エグゼクティブ STYLE」⑫
- 24 ■健康プロムナード⑨
- 26 ■委員会報告：総務⑥／教育・技術⑤／広報・組織⑥／共済会④
- 28 ■青年部 FACE

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

A4タイプ (PF-I) 価格表

品番	PF120	PF130	PF140	PF150	PF160	PF180
標準価格	1,490円	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面自在の使いやすさ
(塩化ビニール) A3タイプ

品番 PF120A3 PF130A3 PF150A3
標準価格 3,280円 3,280円 3,380円

※いずれも、1箱10部入(販売単位)(税別)

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 ●機能紙ファイル ●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・ツイニング・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④4UP ※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



織田瑟瑟「江戸法来寺桜図」

板橋区立美術館蔵

※本作品は現在展示されていません。

東グラ

月刊 東京グラフィックス

2019年3月号

Vol. 57 No. 709

■発行日 平成31年3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

◇ 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。

【本誌の無断転載を禁ず】

第22回 日本自費出版文化賞 作品募集

「日本自費出版文化賞」は、インターネット「自費出版ホームページ」による自費出版データの蓄積・公開活動と連動しながら、自費出版に光を当て、著者の功績を讃え、かつ自費出版に再評価、活性化を促進しようとするものです。

応募締切
3月31日

■応募資格

制作費用の全額または一部を著者(個人・団体)が負担し、日本国内で2010年以降に出版され、主として日本語で書かれた一般書で、製本された著書が対象。著者の国籍は問いません。

※一般書とは、一般の人が理解できる内容の書籍を指し、特定の専門的な内容の著書については審査できないことがあります。

※カルタや屏風・巻物など書籍以外のものは含まれません。

■募集部門

①地域文化部門、②個人誌部門、③小説部門、④エッセー部門、⑤詩歌部門、⑥研究・評論部門、⑦グラフィック部門

■賞

【大賞】賞状・賞金20万円(1点) / 【部門賞】賞状・賞金5万円(各部門1点) /

【特別賞(協賛各社賞)】賞状・記念品(各部門1点) / 【入選】賞状(各部門10点程度)

■選考委員

鎌田慧(選考委員長・ルポライター) / 中山千夏(作家) / 秋林哲也(編集者) /

佐藤和夫(哲学思想研究者) / 藤野健一(編集者) / 小池一子(クリエイティブ・ディレクター) /

成田龍一(日本女子大学教授・歴史家)

■主催

一般社団法人日本グラフィックサービス工業会

■主管

NPO法人日本自費出版ネットワーク

詳細はコチラ
<https://www.jsjapan.net/>



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

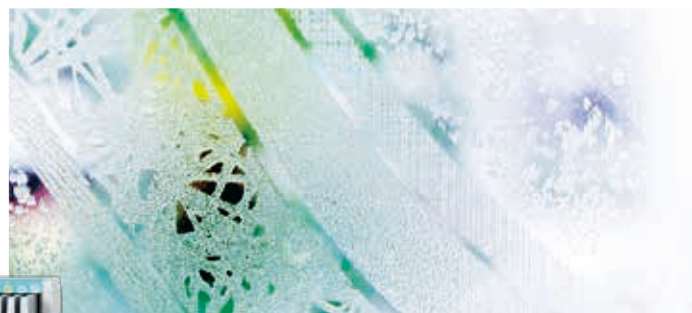
株式会社 モトヤ

<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



彩速兼備

卓越した画質とハイスピードで
ロールメディアへのプリントを革新

AcuityLED 1600R

ハイパフォーマンス LED UVインクジェットロールプリンター

- 圧倒的な高画質と生産性
- 8色から4色まで選べるインクカラー
- 40kgまでのロール重量に対応
- 専用インクがGREENGUARD Gold認証を取得



FUJIFILM
INKJET
TECHNOLOGY

独自のインクジェット技術「FUJIFILM Inkjet Technology」
「ヘッド」「インク」「画像処理」と、それらを連携・統合したシステムに
おいて、世界トップクラスの技術・商品を保有しています。