

《発行》 ■発行所 中部グラフィックコミュニケーションズ工業組合
名古屋市中区東1丁目20番地12号 愛知県印刷会館内1階
TEL052-962-5771 (印刷組合共通)
■編集人 中部グラフィックコミュニケーションズ工業組合広報委員会

新年互礼会

平成25年1月29日(火)に中日ビル5階

中日パレスにおいて新年互礼会が総勢40人で開催されました。

新年互礼会の前に理事会が開催され、

理事長の挨拶の冒頭に「経済の先行きが不透明な昨今、特に印刷関連企業においては、デジタル化を中心とした技術革新にともなう設備コスト増、市町村合併・再編による官公需の減少、更には他業種からの参入、激しい受注競争など、いまだ予断を許さない状況が続いているのが現状であります。そんな中、我々組合の委員会活動を活発にする事によって、横の繋がりを先ず強化することにより組合員の拡大に繋げていきたいと思っております。」と挨拶がありました。

新春講演会には、『笑い』が組織・社内環境を変える』をテーマに、ヨーロッパ



パでは大変地位の高いクラウン。お客様に何が必要なのかを瞬時に掴み、お客様を主役にし、みんなのテンションを上げ続ける。そんな名脇役がクラウンです。と大棟耕介氏はおっしゃっていました。そのホスピタリティクラウン歴20年の大棟耕介氏をお迎えし、企業は、儲けるだけでは長続きしない。本日は、原点に帰って楽しんでお聞き下さい。のご紹介があり、会場の空気を一瞬にして変え、参加者全員を笑顔に変えて賑々しく開催され、大棟耕介氏に会場は引込まれました。次ページでは講演会でお話頂いた内容を抜粋し、講演内容の一部始終をお届けします。

FUJIFILM

日本市場、XMF史上「最強」。

最適化のスケールが違う。仕事をつかみ取る力が違う。
最新のXMFが、いま、古きワークフローの常識を打ち破る。

全国で急速に導入が進んでいます。現場から次々と嬉しい評価が届いています。さらに今回、「シンプルで機能的な独自のユーザーインターフェース」が認められ、2012年度グッドデザイン賞を獲得。日本の市場を見据えた的確な進化により、XMFは、ひと足先にワークフローの未来領域へ突入します。

- XMF PlannerやX Bucketなど多彩なワークフロー製品群とのコラボレーションにより、出力周りの部分最適化ではなく、ワークフロー全体の最適化を実現。
- クラウドを活用し「機種や拠点異なる印刷機」の高精度な色管理が可能^(*)。
- 最新Adobe PDF PrintEngineを搭載し、従来の20~30%の生産性向上を達成。
- 『XMF Remote』がHTML5に対応し^(*)、iPad以外の端末でも、校正作業やジョブの進捗管理が可能。

(*)1) 来春商品化予定 (*2) R9.1対応予定



「『笑い』が

組織・社内環境を変える」

講師 有限会社プレジャー企画 代表取締役
NPO法人日本ホスピタルクラウン協会 理事長

大棟 耕介氏

コミュニケーションで大切なのは、まず相手を見る、話を聞くこと。徹底的に相手を観察することがコミュニケーション構築の第一段階です。そして相手のテンションに合わせる。相手よりテンションが低すぎたり、逆に高すぎてもコミュニケーションはとりづらくなります。テンションは自分でコントロールできません。相手も話しやすくなります。

コミュニケーションを構築する上で最も重要なのは、『大げさ』であること。「コーチング」という言葉があります。一方的に物事を教え込むティーチングと真逆の言葉です。答えは個々の人間が持っているという考えから、相手に様々な質問を投げかけ、よりよい答の方向に導いていく手法です。芸を一方的に見せつけず、お客さまの力を利用してパフォーマンスを組み立てていくクラウンの仕事もコーチングの一つだと思いました。リアクションを大きくして相手のことに関心があるように見せることで、相手は気持ちよく話すことができます。相手のアクションに対するリアクションを大きくするこ

とが大事です。皆さんも昔、彼氏彼女で付き合い始めた頃は、あまり面白くもない話に一生懸命うなずいていたはずです（笑）。日本人は年齢を重ねるに連れて感情表現が小さくなります。プライベートでも職場でもそうです。相手を観察し、同調して、大きく答えていく。これがコミュニケーション構築の鍵です。

病気も伝染しますが、笑いも伝染します。皆さんの明るい表情、暗い表情は周りに伝わります。以前、カーディーラーのキャンペーン会場に呼ばれたとき、営業開始時間になっても来客が一人もなく、会場全体が暗い空気になったことがあり、従業員を笑わせることから始めたことがあります。もちろんこの暗い空気が続けば、一番初めに来たお客さまが「無理に車を買わされるのでは」と警戒してしまいます。私はクラウンとして催事場の中で演じることで、カーディーラーのスタッフを通して、お客さまに笑いを伝播させているのです。

小児病棟に長く入院している子どもは、とてもデリケートです。彼らは大人

びていて、単にパフォーマンスをしても笑いません。それは隣にいる母親が暗い顔をしているからです。母親は様々な思いが錯綜し、暗い表情になっていると思います。私はまず母親を徹底的に笑わせます。すると子どもは笑います。中にはそれでも笑わないこともある。そのときはナースセンターに行つて看護士の方も笑わせます。ナースセンターからの笑い声が病室に届きます。さらにお医者さんにも演技を見せて笑わせる。病院全体に明るい空気が伝播することで、子どもは笑顔になります。

会社も同じだと思います。社長や幹部が暗い顔をしていると社員にうつり、それがお客さまに伝わります。まずは社内を明るい雰囲気にするからです。まずは社員が大事です。一度、社長や幹部の方が部屋に入ったとき、社内がどんな雰囲気になるのか観察してみてください。感情を表に出さない日本人は、笑い下手であると言われます。確かに不謹慎な笑いも存在します。しかし怒っている人には近づけません。コミュニケーションで笑顔、笑いは一番大切です。笑いはメンタル面も健全にし、身体の健康にもいい効果をもたらします。意図的に笑うだけでも違います。そして社員の話をしっかり聞く姿勢を持ち、評価できるところ



は口に出して評価する。相手を気持ちよくさせることです。「ありがとう」の一言で相手に無限の力を与えます。明るい空気のもとで、意思の疎通が図られます。いろいろなアイデアが出ます。社員が能力を存分に発揮できることになります。笑いはプラスのスパイラルをつくり出します。みんなで一緒に職場環境をつくること。みんなでいろいろな意見を出し合うことで、シェアした時間の質が高まります。そうしたコミュニケーションを、お客さま・地域社会に伝播させていくことが重要です。

講師プロフィール

おおむね こうすけ
大棟 浩介 さん



有限会社プレジャー企画
代表取締役。
NPO 法人日本ホスピタル・
クラウン協会理事長。
愛知教育大学非常勤講師。

- ① 大棟浩介氏。
- ②③ ジャグリングの実演披露に皆さん釘付けになりました。
- ④ 会場の参加者は講師のお話に熱心に聴講されました。
- ⑤ 会場から大棟氏へ盛大な拍手が送られました。



懇親会では、講師の大棟耕介氏、来賓に愛知県印刷工業組合の木野瀬吉孝理事長、愛知県中小企業団体中央会小山保正事務局長、公益社団法人日本広告制作協会中部の竹中僑浩理事、安藤禮市代表幹事、OAC夢クラブの山崎晃会長、にご臨席賜り、挨拶を、愛知県印刷工業組合の木野瀬吉孝理事長、公益社団法人日本広告制作協会中部の竹中僑浩理事に頂きました。富士ファイルムグループバルグラフィックシステムズ(株)加藤好洋支社長、乾杯の発声の後懇親会に入りご出席の皆様とのアツという間の楽しい時間を過ごしました。



- ⑥ 川本嘉博理事長からご挨拶を頂きました。
- ⑦ 左から(株)光文堂 安東良吾氏、(株)伊藤美芸社製版所 伊藤公一氏、(株)モリサワ 坂上利治氏、(有)シャチ工芸社 後藤康之氏
- ⑧ 左から今尾進副理事長、ウエノ(株) 北村英一氏、(株)プロセスセンター 古川昇氏



SCREEN Creating a Future in Print

YOUR WISH

IS OUR PRINT ON DEMAND

株式会社 メディアテクノロジー ジャパン Document Industrial Display
<http://www.mtjn.co.jp>

名古屋支店 TEL:052-218-6400 東京支店 TEL:03-3237-3111
 〒460-0003 名古屋市中区錦2丁目14-21 大阪支店 TEL:06-6268-6600
 円山ニッセイビル 福岡支店 TEL:092-436-7081

各種印刷製版用機器・資材販売
 製版・油性・UV印刷薬品製造販売

UENO
ウエノ株式会社
 名古屋営業所
 〒464-0855 名古屋千種区千種通り5-8
 TEL 052-741-5351 (代)
<http://www.uenocorp.co.jp>

TOYO INK

生活文化創造企業
www.toyoink.co.jp

東洋インキ製造株式会社 中部支社
 Tel: 052-979-7451

KOBUNDOは、
真の「ソリューション企業」へ

クライアントのみならず、クライアントが抱えるユーザーの満足度を満たすために。

KOBUNDO

印刷機材の総合商社 **光文堂**
 株式会社
 本店/〒460-0022 名古屋市中区金山二丁目15番18号 TEL 052(331)4111(代)

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

セミナーレポート

セミナーレポートでは近日開催された、
勉強会・セミナーの内容を一部抜粋してご紹介致します。

フルメディア時代を勝ち残る価値ある印刷物を
活かした『売れるブランドの仕組み』



2月16日(土)名古屋国際センターにて、アートディレクターのウジトモコ氏を講師に迎え、『フルメディア時代を勝ち残る価値ある印刷物を活かした「売れるブランドの仕組み」』についてのデザインセミナーが開催されました。中部グラフィックコミュニケーションズ工業組合を始めとして、印刷工業組合や学生の方々など、総勢80名余りの方々が出席されました。

講演に先駆け、川本嘉博理事長より中部グラフィックコミュニケーションズ組合の近況と、ウジトモコさんの簡単な紹介がされた後、3部構成にて約3時間半にわたって講演が行われました。

視覚マーケティングとは

最初に視覚マーケティングとは何かということについて説明がされました。ウジさんが提唱される視覚マーケティングとは、『デザインを経営戦略として捉える』『媒体依存ではなくフルメディア』『計画的』『独創的』なデザイン戦略』の3つを指されています。

一般的にデザインというと「形」「色」「レイアウト」などをどのようにデザインするかと考えられがちですが、いかなりデザインを行うのではなく、事前に『間違っはいけない方向』と『進むべき方向』を整理した上で、『コンセプト・ガイドライン』を作成する事が重要であり、売れるブランドに繋がると、具体的な事例と共にお話頂きました。

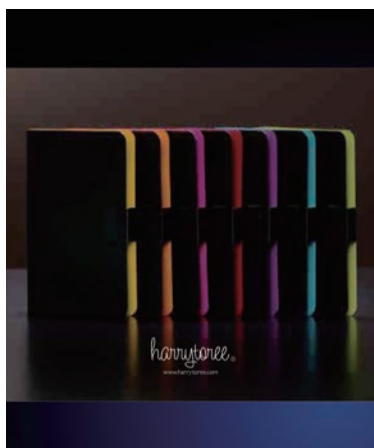
『進むべき方向』について

『コンセプト・ガイドライン』を作成する上で、まず必要な事は『間違えられないいけない方向』を整理する事です。

まず最も間違えてはいけない方向は、従来の商品・デザインと比較した際、それらの商品の良いと思う部分を寄せ集める事です。商品・デザインが持つ印象はそれぞれの要素から成り立っており、良い部分だけを寄せ集めたとしても決して良い物は出来ません。またたとえ寄せ集めて作ったとしても、偽物は決して本物にはかなわず、他を参考に真似るという事は、本物に提訴されるリスクのみが伴います。クライアントが『A商品の丸』『B商品の四角』『C商品の三角』など、参考者として商品・デザインをたとえ指定してきたとしても、アイデンティティとオリジナリティを資産と捉え、似せる事・真似する事でのリスクをクライアントに対し十分に伝える必要があります。それらのような『間違えられないいけない方向』へ進まない為には、『A商品の丸のようにする』『B商品の四角のようにする』という参考にするような情報整理では無く、『A商品の丸ではない』『B商品の四角でもない』と進んではいけない方向を十分整理した上で、その商品が持つ『価値の意味』を『可視化』し、未来に繋がるブランドアイデンティティ(オリジナルテイ)を重視したデザインをする事が重要となります。

『間違えられないいけない方向』について

『間違えられないいけない方向』の事例では、スタイリッシュなデザインと斬新なアイディアで、たちまちヒット商品となった、貼って剥がせる名刺入れ「harrytorre」の例が事例として上げられました。



harrytorreは最初はロゴのデザインからの依頼から始まった物という話でしたが、『間違えられないいけない方向』と『進むべき方向』を整理する上で、その商品のブランドアイデンティティを含めてウジさんがデザインを担当された商品となりました。harrytorreを考案する際まず『間違えられないいけない方向』としては「大手文房具メーカーと戦うこと(普通の名刺入れ)」を、『進むべき方向』には「おしゃれな文房具」とされました。次にロゴだけでなく商品自体のデザインを検討し、価格の検討の際には、実際に使って欲しい層・使い方についても検討をされたそうです。使い方に関しては

『安価で手頃な物として使われる場合』『高額品としてメインで使う場合』『サブの名刺入れで使う場合』の3パターンを想定し検討。それぞれのニーズを検討し、価格面・使い方を考慮した結果、既に名刺入れを持っている人に使って欲しい『サプ的なものである事を想定して商品としてのデザインをされた』とお話がありました。これらのように『進むべき方向』を整理・設定を行う事で、その商品・デザインが持つデザインのコンセプト・ブランド戦略が固まり、デザインのガイドラインの作成へと移る事が可能になります。



harrytorreの場合、デザインのガイドラインは『製品カラー』と『書体』を一貫している事だそう。当初の名刺入れからメモホルダーへ展開した際や、宣伝用のポスターなど、新た

にデザインを起こす必要がある場合でも、最初に決められたデザインのガイドラインは必ず守ることで、その商品のコンセプト・ブランド戦略は一貫した物が作成できるというお話がありました。

『書体』『製品カラー』は共通の物を使うという取り決めをすることで、各商品・ポスターやチラシなどで装飾としての形・レイアウトがたとえ異なっていたとしても、その商品としての全体のコンセプトは統一されたままデザインが出来るというお話です。その結果、デザイナーはコンセプトを守った上であれば自由なデザインが出来、クライアントとしても一度作られたデザインを資産として何十年と長持ちさせる事ができ、結果としてクライアントも制作者も、関係する人皆が幸せになれる形を作る事が出来る。ガイドライン・コンセプトを作る事の重要性を力強く話されていました。

『売る』のではなく『見つけて貰う』

ブランドアイデンティティを重視する別の事例では、ある油類を扱っている企業のWEBサイトリニューアルの事例が紹介されました。

そのメーカーは中小企業であったため、大企業では対応が厳しいような少量受注にも対応出来る企業でしたが、以前のWEBサイトでは『Aが対応出来る』『Bも対応出来る』『Cも対応可能』...と多くの情報が掲載されていたために、少量受注が可能であるという一番伝えたい

事が埋もれてしまい、WEBサイトを訪問した人にとってその情報は見つけにくい状態となっていました。しかしウジさんが提唱される『間違えられてはいけない方向』を整理し、『進むべき方向』を『少量受注が出来る事』として伝えたい事を限定させたところ、少量の受注を探し求めていたお客さんが顧客として増えたという事例です。

この事例から読み取れることは、既に時代は買って下さいと『売る』時代ではなく、消費者・クライアントが探し物を『見つけて貰う』時代へ移行してきているということ。単に既にあるものを真似たり、参考にするのは無く、消費者やクライアントが求めている『探し物』により重点を置き、『進むべきところ』自分の良い所をブランドアイデンティティ』を重点的に伝える事が大切であるということが読み取られます。

まとめ

人々がもつ印象は勝手に作られてしまふものであり、見る人によって受ける印象は様々です。『何かを見せる』という事は『何かを見せない』という事であり、伝えたい事を相手にただ見せるのでは無く、本当に見せたい物は何なのか『進むべき方向』を整理し、ブランドアイデンティティに重点を置いて伝える事。それが結果として今まで『買ってください』と売り込みをしていた時代から、『探し物はこれだった』クライアント・お客様

に見つけてもらう事に繋がり、これからの時代に必要な事であると考えられます。

質疑応答の時間には経営側としての戦略やコンセプトについての質問や、デザインを勉強している若手デザイナーからのデザインの質問など、幅広い分野の内容が質問され、多くの方が興味深そうに耳を傾けていました。最後に山田学専務と川本嘉博理事長より『デザインコンセプトの大切さ』についてお話を頂き、講演は好評のまま幕を閉じました。



講師プロフィール

ウジ トモコ さん



株式会社ウジパブリシティ
代表取締役。アートディレクター・ビジュアルコンサルタント・デザイナーと幅広い分野で活躍。

イベントレポート

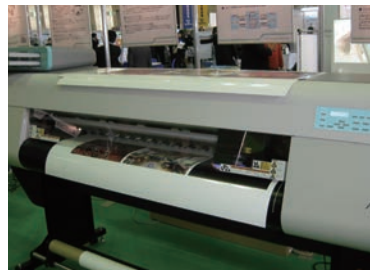
中部グラフィック組合では様々な会・行事を主催しております。
今回はその様子の一部始終をお届けします。

2013年1月23日～24日
名古屋市吹上ホールにて
第49回 光文堂新春機材展が開催

今回は、初めての平日開催となった光文堂様の新春機材展ですが、平日のため見学者数が少なくなるとは思いましたが、結構な数の見学者があり、新たな設備への期待の高さを伺う事が出来ました。

今回の機材展で印象的だった事は、薄紙以外への印刷の提案などを多く目にしました。例をあげると紙以外の素材に印刷をとという提案や、ワイドフォーマット対応のUVインクジェットプリンターや特色カートリッジを搭載したUVインクジェットプリンターなど、クリアインクやホワイトインクを使用し、ニスの表現やシユリンク素材などへプリントできるなど、パッケージ業界向けのソリューションが多かったように感じます。また、コラボレーション展も例年以上の盛り上がりを見せ、各社仕事での交流を深めようと、いつも以上に活気あふれるコラボレーション展だったと感じました。

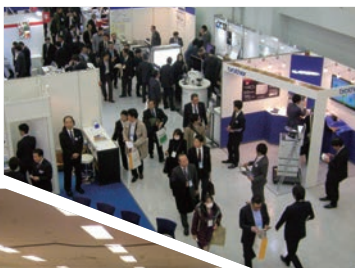
今年の機材展で、今後の我々やメーカーが進むべき方向性がいままでもより明確に見えてきたように感じた展示会だったと思います。



2013年2月6日～8日
日本印刷技術協会 JAGAT主催で
page2013が開催

今年のテーマは「拡大！コミュニケーション支援ビジネス」。会場には印刷関連の製品、サービスを提供する企業129社がサンシャインシティコンベンションセンターTOKYOの3つのホールで展示を行いました。

来場者は、印刷会社、新聞社、出版社、広告代理店、IT系企業、デザイン会社などの企画・編集・制作を担当されている方、企業の広報宣伝およびメディアの発注者の方、ドキュメント管理の担当の方、3日間の展示会来場者数は、64,760名（1日目2月6日（水）12,650名、2月7日（木）23,590名、2月8日（金）28,520名）と発表されました。



中部GCからは、「株式会社ニューキャスト」が今年も出展。オンライン自動組版、画像管理、PDF差分チェックシステムを展示していました。同社の川原社長に感想を伺うと、「pageは当社が唯一全国的に営業をかけられる場です。今年は、校正支援という看板で足を止めていただくケースが多く、PDF差分チェックシステムがかなり好評でした。制作会社という視点で開発しているその他の製品も紹介し、当社を知っていただくというようなアピールができました。展示会後、その他の製品も含めてのレスポンスが例年よりも多かったのですが、これが成果に結びつくように頑張りたいと思います。」と好感触のようでした。

来年は、2014年2月5日（水）～7日（金）に開催予定とのことです。

※株式会社ニューキャストのpage2013展示製品の情報は、<http://xmido.jp/products/>に掲載されています。

平成25年3月9日（土）、4月13日（土）

メディア・ユニバーサルデザイン教育検定

前号（vol.142）にて紹介したメディア・ユニバーサルデザインの検定試験が4月13日（土）と6月22日（土）にNPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会主催で開催されます。

MUD教育検定は、老眼や白内障の中・高齢者や色覚障がいの方々などにもわかりやすい印刷物、Web、サインなどを、制作・発注できる知識・技術を習得することを目的とした検定試験です。試験の日程・詳細については次の通りです。ご興味をもたれた方は是非一度受験をご検討下さい。

	東京	仙台
開催日	平成25年4月13日（土）	平成25年6月22日（土）
会場	日本印刷会館2階	TKP 仙台カンファレンスセンター
時間	午前10時から午後4時30分まで（予定）	
定員	80名	75名
受験料	一般 15,000円/学生 5,000円	

※詳細はNPO法人メディア・ユニバーサル・デザイン協会事務局へお問合せ下さい。

URL：<http://www.media-ud.org/assay/>

TEL：03-3634-2970

平成25年4月中旬

組合のWEBサイトがリニューアルします

中部グラフィックコミュニケーションズ工業組合の公式WEBサイトが、平成25年4月中旬に新たな内容へリニューアルします。内容を新たに更新をしたWEBサイトでは、今後の活動予定・過去の会報など各種情報が確認出来ます。リニューアルの際は是非一度内容をご確認下さい。

URL：<http://gcc.sky-inet.jp/>



また3月中旬からはソーシャルブックライティングサイト『mybetabook』でも電子書籍版（epub・mobi for kindle）を随時掲載予定です。合わせてご確認下さい。

URL：<http://beta.mybetabook.com/u/gcc/>

編集後記

先日デザインセミナーにて初めてウジさんとお逢いしました。考え方にとっても芯を持たれた方で、お話頂いた内容はどれも大変興味深い物ばかりの内容となっていました。今号ではその中からごく一部のみをお届けしましたが、まだまだ伝え切れていない内容は多いかと思えます。もしご興味を持たれた方は、是非ウジさんが出版されている本も読んでみて頂けると、より深い内容が伝わるかと思えます。

記事を募集しています

本誌「GCC」では、組合各企業の紹介をさせていただいています。紹介したい商品・サービスや、事務所移転、新規店舗展開などありましたら、まずは事務局までお寄せください。



高品質な組版を実現する自動組版システム

大量のデータを自動レイアウトでスピード処理。
高品質組版と高生産性を実現。

MDS-B²

— 自動組版システム / モリスワ・ドキュメント・ソリューション —

本社：〒556-0012 大阪市浪速区敷津東2-6-25 Tel.06-6649-2151
東京本社：〒162-0822 東京都新宿区下宮比町2-27 Tel.03-3267-1231

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

印刷、製版の廃液処理について御相談下さい!!

- 貴事業所の排水の水質検査も致します
- 定着廃液・古フィルム回収
- 現像液・他製版廃液回収
- 銀回収電解機のレンタル

● 中部工組指定業者 ● 産廃許可業者(全国)

アサヒプリテック株式会社

名古屋営業所 / 小牧市大字上本字久留田2-3-5 0568(76)5981
北陸営業所 / 富山県富山市森原5-5-6-1 0764(68)0101
神戸本社 / 神戸市東灘区魚崎町2-1 078(431)2981

造る印刷から創る印刷へ

株式会社コムテックス

名古屋支店 名古屋市中川区野田1-609
TEL 052-369-1221

住友の伸銅品、アルミニウム
印刷用銅版、亜鉛板

兼岩株式会社

ノースセンター 西春日井郡新川町大字阿原字橋池188番
電話 <052> 401-0555
本社 名古屋市中区伊勢山二丁目5番9号
電話 <052> 332-0555 代表

フィルム・写真定着・現像液
廃液・スラッジ・PS現像・ダウ液回収

東洋金属(株)

TEL 0587(93)3399
愛知県丹羽郡扶桑町
大字南山名字名護橋6-0-1



KONICA MINOLTA

The essentials of imaging

Next Generation Digital Color Press

bizhub PRESS 封筒印刷対応。

プロダクションプリント事業を成功に導くために誕生した新ブランド「bizhub PRESS」。コニカミノルタが培ってきた高度な製品技術力に新たなワークフロー技術を融合した「トータルソリューション」でハイレベルなニーズへの対応はもちろん、新たな価値を創造します。

ワンランク上のデジタルカラープレスが満足度の向上、ビジネス展開の拡充、事業強化へと貢献します。

洋2,長3,洋長3,角2から最大 角0までの封筒サイズ対応

毎分71枚 (A4ヨコ) フルカラー出力

リアル1200dpiの高解像度出力

最大300g/m²、厚紙両面印刷対応

変わらない美しさを追求した画像安定性

オフセット画質に迫る、高度な画像処理技術

多様なバリエーション、インラインフィニッシング

フルカラー・デジタルプリンティングシステム

bizhub PRESS

C7000/C7000P

*写真はC7000にオプションを装着したものです。

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 中部営業部

〒460-0008 名古屋市中区栄2-9-15 三井住友海上しらかわビル11F TEL.052-229-4624

オンデマンド・プリントの詳細情報は、インターネットでご覧いただけます。

<http://konicaminolta.jp/pr/odp>