



OSP Growth Plan

Neo Package New Market Novel Method for SDGs

OSPグループは、4つの新たな“変革”に取り組みます!



インキ厳選による環境負荷軽減“OSPエコセレクトカラー”

インキ洗浄時の有機溶剤の使用量を軽減し、環境負荷軽減へ

これまで多くのお客さまのシール・ラベルに使われてきた色の実績を基に、最も人気の36色を厳選。OSPエコセレクトカラーのインキを使用することで、刷色時の色ムラがなく、安定した印刷を行うことができます。印刷後のインキユニットを洗浄する際の有機溶剤の使用量を軽減し、環境負荷軽減に繋がります。



詳しくはHPへ

- 01 最も人気の色を“厳選したカラーチップ”
- 02 印刷が安定し“色ムラを軽減できる”
- 03 インキ洗浄時の“有機溶剤の使用量軽減”
- 04 近似色をカメラで読み取れるアプリも

持続可能な未来のために、できることを

Action OSP!



製品・サービスについてのご相談やお問い合わせはOSPホームページから!

お見積りやご質問などの相談も、お気軽にお問い合わせください



お問い合わせフォームへ

プリオ「大阪の印刷」2023 12月号

2023年(令和5年)12月1日発行
第69巻 第12号 通巻第783号

発行所/大阪府印刷工業組合
大阪市都島区中野町4-4-2

発行人/浦久保康裕

電話06-6313-3011

定価330円(税込)

PRINTING OF OSAKA

PRI・O

DECEMBER 2023
プリオ
No.783

大阪府印刷工業組合 令和5年度 組合員アンケート 集計結果



年賀状 事情

詳しくは12・13ページ!

発行元(編集部)
大阪府印刷工業組合
〒534-0027 大阪市都島区中野町4-4-2





Morisawa Fonts

文字とつながる。世界がひろがる。



フォントの
新しいサブスクリプションサービス

豊富な書体ライブラリー / 複数デバイスでの利用 / 簡単なフォントインストール

morisawafonts.com



モリサワ



勇気を持ち、一步前へ。

大阪府印刷工業組合専務理事
マツモト 樹 代表取締役社長

松本 浩一

寒さ厳しい時節になって参りました。あわせて、当組合や皆様の会社も新年度に向けて新しいビジョンを構想する大切な時期にきていると存じます。

さて、先日、故安倍晋三元総理が2022年3月に近畿大学の卒業生に対して祝辞を述べた動画を偶然に観る機会がありました。そこでは、「勇気をもってチャレンジしよう、たとえ失敗に終わろうとも決して諦めずに何度でも一步前に踏み出そう」といったメッセージが旅立つ卒業生に向けられていました。

第一次安倍政権は屈辱的なことに短命に終止符が打たれましたが、その後、再び政権に返り咲き長きにわたり多くの実績を残されたことは皆様もご承知の通りです。実体験に裏付けされた言葉なので一語一句非常に切実な想いや重みを感じるとともに感銘も受けました。

同様に我々の業界を取り巻く危機的な環境を鑑みますと、まさに信念と情熱を持ち失敗を恐れずに新たなモデルを築くために行動する勇気こそが、今リーダーに一番求められる資質であることは言うまでもありません。

勿論、その実現のためにはしっかりと裏付けされた細かな数値やクロージング迄の綿密なストーリー、そしてそれらを説明出来る理論構築された資料が必要でしょう。

また、どの組織や会社でも新しい試みをする際には必ずと言って、時期尚早だ、人材が無い、時間が無いなど反対意見が噴出し、出来ないコト探しははじまります。そこは、自らの覚悟と強い想いで論破してゆかねばならず、大変なエネルギーが必要とされることです。

しかし、それらの障壁を乗り越えて誰もが出来ない、経営者しか判断できない、大きな課題を解決することが本来の本質的な仕事であり、また誰にも味わえない醍醐味なのではないでしょうか。

以上、至らぬ身ながら偉そうな文章になりましたが、私の最終の巻頭言ということで釈迦に説法、ご無礼お許し頂ければ幸いです。

大印工組の今期活動も第四コーナーを回りました。残り期間も素晴らしい行事がありますので、引き続きご支援、ご参加賜りますよう組合員の皆様には宜しくお願い申し上げます。

合わせて、素晴らしい資質を持った若手人材が豊富にいる当組合の輝く未来を信じて巻頭言を終えさせていただきます。最後までお付き合い有難うございました。

令和5年度 組合員アンケート

集計結果

対象者：全組合員（385社）
 回収日程：令和5年6月15日～7月31日
 回答数：161社
 回収率：41.8%

総評

大阪府印刷工業組合は、組合員企業を対象に経営状況と組合運営に関する調査を行った。

まず経営状況については、「組合員の平均像」、「経営の状況と取り組み」、「サステナビリティ」、「経営者と後継者」、「印刷事業の将来と投資」の5点からアプローチした。大印工組の組合員は、小企業が多く、高齢化が進みながらも、業歴が長く、事業継続意欲も強いことが確認された。コロナ禍前よりも売上が減少し、価格転嫁は難航しているものの、目先の見通しは長年の悲観さが後退して明るさが増してきている様子もうかがわれた。こうしたなか、価格、デジタル、事業創造、投資、後継者育成の5点が課題に浮かび上がった。

また、組合運営については、「組合情報の発信と受容」、「組合活動への参加」、「入札・共済・割引へのスタンス」という3点からアプローチした。広報誌『PRI・O』の満足度の高さ、リアルな組合イベントへの参加意欲と満足度の高さ、入札・共済・割引についての関心と利用度の低さが明らかになった。総じて組合員は、交流、対話、情報発信の3点に強い期待を寄せている様子が浮かび上がった。

分析・総評：公益社団法人日本印刷技術協会 研究調査部長 主幹研究員 藤井 建人氏



アンケート集計結果全体は
 大印工組ウェブサイト(PDFファイル)からご覧いただけます。

※グラフに記載のパーセンテージは、小数点以下を四捨五入しています。



1. 組合員の経営状況について

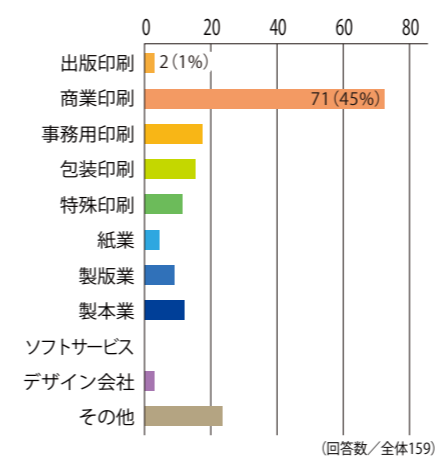
1.1 組合員の平均像

調査は令和5年6月15日から7月31日にかけて、全組合員385社を対象に書面方式にて実施し、41.8%の161社から回答を得た。回答率の高さは大印工組への関心の高さを意味している。

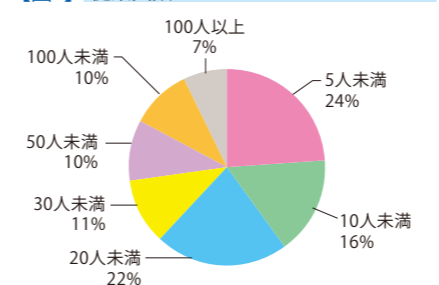
回答企業の業態【図1】は、「商業印刷」が約45%と高い一方、「出版印刷」が1%程度と、商都・大阪ならではの地域特性を見ることができる。従業員数【図2】は「5人未満」が最多、「20人未満」が全体の62%を占めた。年商【図3】は「1億円以上5億円未満」が36%、「1億円未満」が33%、合わせて5億円未満が全体の69%。業歴【図4】は「50年以上100年未満」が65%、30年以上100年未満が84%を占める。「100年以上」の長寿企業が7%に及ぶことは特筆される。社員の平均年齢【図5】は「40歳代」が57%、「50歳代」と合わせると85%と高齢化が進む。

商業印刷、20人未満、年商5億円未満、業歴50年、平均50歳という大印工組のひとつの平均的な組合員像が浮かび上がった。

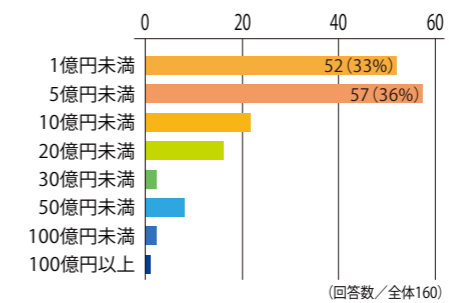
【図1】 主な業態



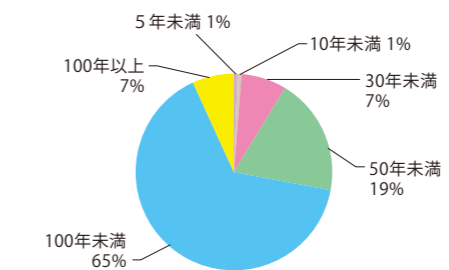
【図2】 従業員数



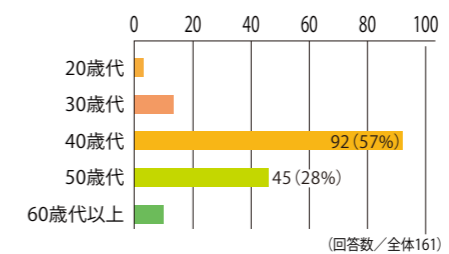
【図3】 年商



【図4】 創業年数



【図5】 社員の平均年齢



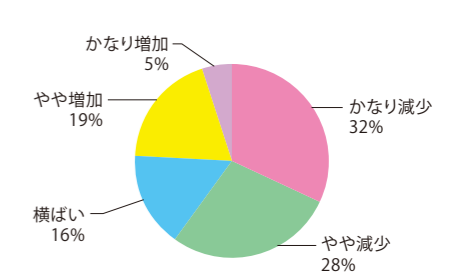
1.2 経営の状況と取り組み

売上高【図6】は、コロナ禍前と比べて60%の企業が「減少」、逆に24%では「増加」した。前年と比べる【図7】と「減少(37%)」を「増加(39%)」が上回っている。コロナ禍前より増えた会社が1/4程度あり、さらに前年より増えた会社が多い点に、足下の着実な回復基調が確認される。

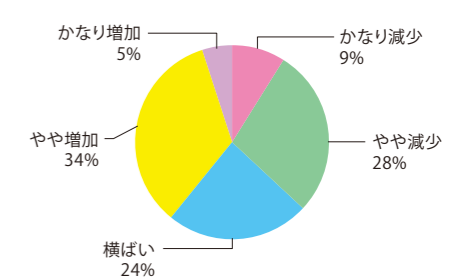
一方、営業利益【図8】は、コロナ禍前と比べて「減少」が58%、「増加」が27%。前年と比べる【図9】と「減少(43%)」の方が「増加(34%)」よりも多い。ともに減少が上回るので、売上増で物価高騰を吸収できない収支構造が多数派といえる。価格転嫁【図10】は、「できていない」18%に対し、「実施中」56%、「できていない」18%。

本格的な物価高騰から2年以上経っても、80%以上はまだ全面的な転嫁ができない長期戦になって収益性を低下させている。

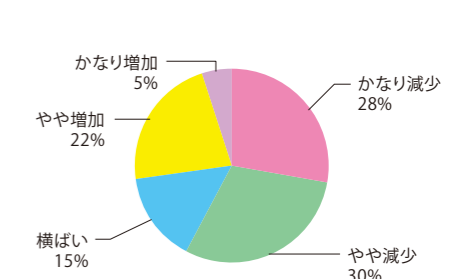
【図6】 2019年と比較した売上高



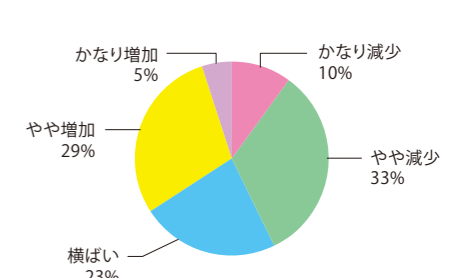
【図7】 前年同期と比較した売上高



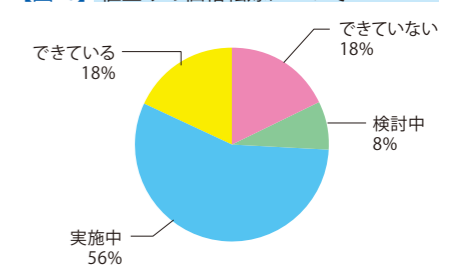
【図8】 2019年と比較した営業利益



【図9】 前年同期と比較した営業利益

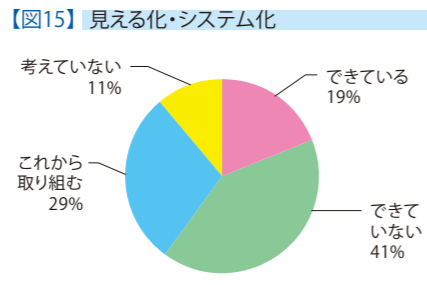
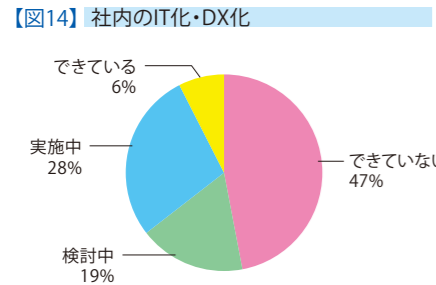
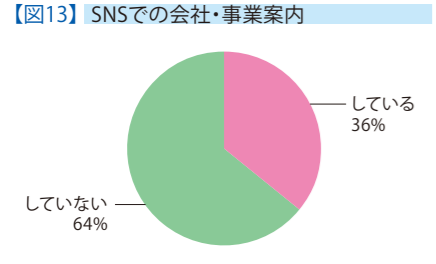
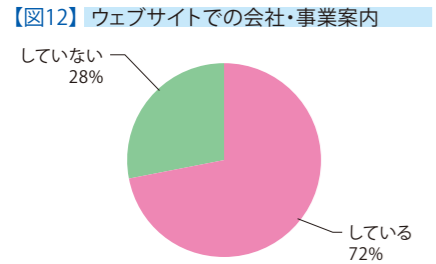
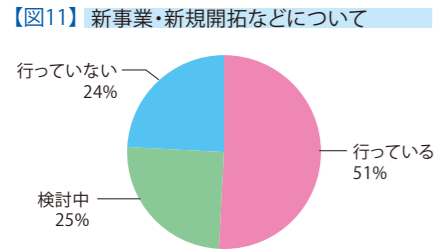


【図10】 値上げの価格転嫁について



新事業開発【図11】は、過半数の51%が“実施中”、25%が“検討中”の段階にある。ウェブサイト【図12】は72%が“活用している”が、SNS【図13】は36%。さらにIT化・DX化【図14】は34% (“できている”6%、“実施中”28%)にとどまった。見える化・システム化【図15】は“できている”が19%に過ぎない。

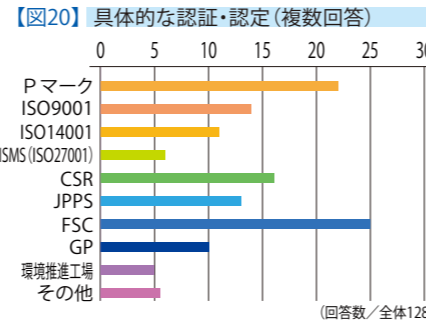
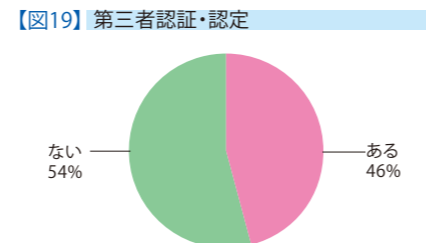
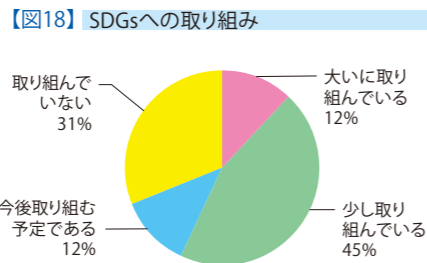
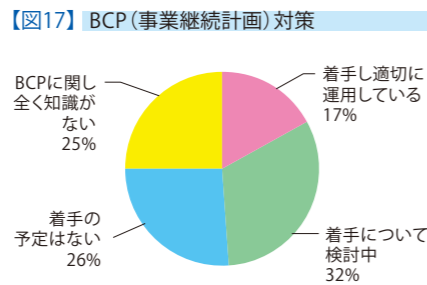
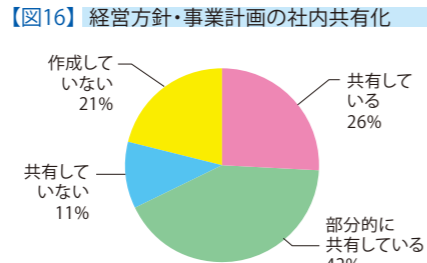
価格転嫁は相手次第の部分もあるが、事業開発やデジタル化は自助努力なので、両面から経営改善を進める余地が見えてくる。



1.3 サステナビリティ

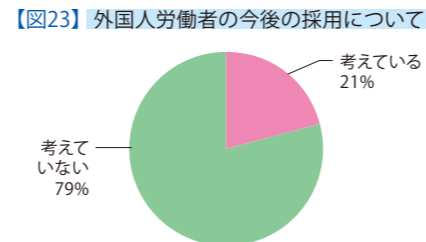
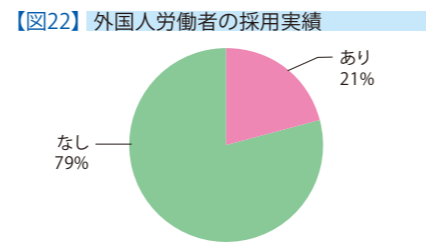
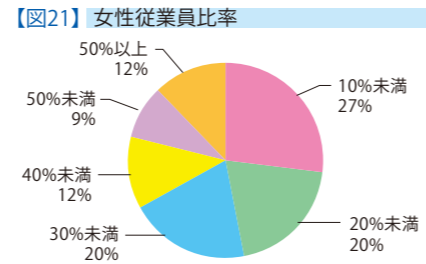
経営計画【図16】は、68%が何らかの形で“社員と共有”している。21%はそもそも“作成していない”、11%は作成しても“共有していない”。BCP【図17】は、17%しか“運用していない”が、32%は“検討中”なので、関心がないわけではなく先延ばしされている感が強い。

SDGs【図18】は、程度の差はあるが57%が“取り組む”。第三者認証・公的認定等【図19】は、何らか“保有している”46%、“保有していない”54%と別れた。具体的【図20】に多いのはFSCなど環境系、Pマークなど個人情報保護系、CSR系、ISOなど品質系である。



顧客との取引上の必要性から後追的に、なかば外圧に押される形で対応が進む様子が推定される。

女性従業員比率【図21】は、“10%未満”が最多で27%、“20%未満”、“30%未満”が各20%で続く。つまり、67%の企業は女性比率が30%に満たない。外国人【図22】は、21%が“採用実績がある”、“実績はない”79%のうちの21%が“今後の採用を考える”【図23】。女性も外国人も活用は充分ではなく、可能性を大きく残している。

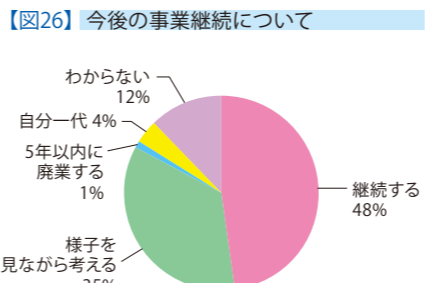
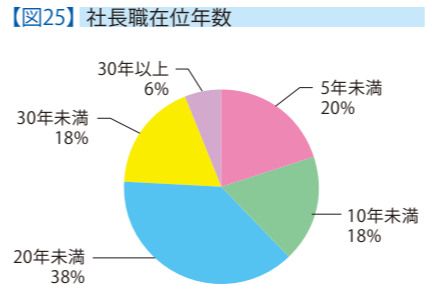
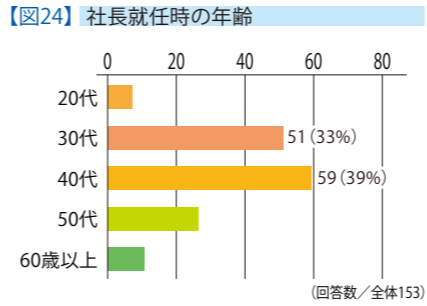


1.4 経営者と後継者

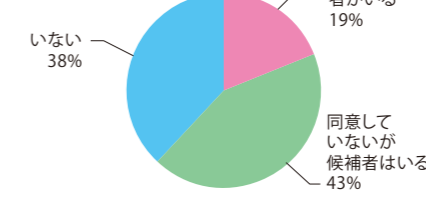
現在の社長【図24】は、72%が“30代~40代”で就任し、【図25】在職“10年以上20年未満”の38%が最多でその前後が多い。したがって、ボリュームゾーンは現在60歳前後と推定される。今後【図26】は、48%が“事業継続の意欲”を示す反面、35%が“考慮中”、17%が“廃業”も視野に迷う様子が見られた。後継者【図27】は、“確定”19%、“候補者がいる”43%、“いない”38%と、まだ80%以上が決まっていない。そして後継者【図28】は、“必ずしも肉親でなくてもよい”が83%にのぼる。

M&A【図29】については、“考える”が54%、“考えたことはない”と“考えない”が46%と賛否が分かれた。

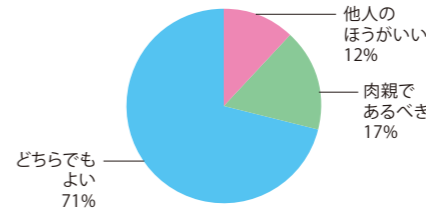
多くの経営者は、事業の継続意欲はあるが、後継者は未定で、必ずしも血縁にこだわらずに企業の存続を優先するが、M&Aについてはスタンスが別れるという構図になっている。



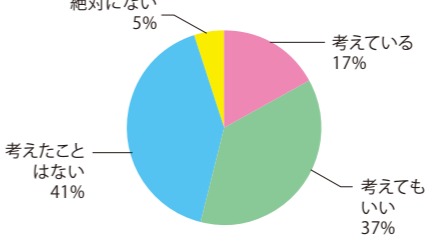
【図27】 後継者について



【図28】 後継者は他人か身内か



【図29】 M&Aについて



1.5 印刷事業の将来と投資

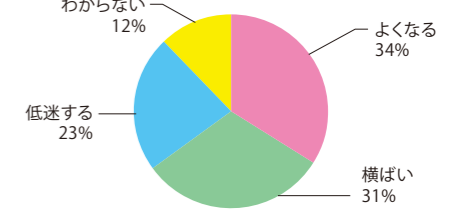
3年後の業績見通し【図30】は、“よくなる”が34%で最多、“横ばい”31%、“低迷”23%の順。コロナ禍を終えた底打ち感にインフレの高揚感も加わったのか、長期に続いた悲観さと楽観さが入れ替わるような変化が起きている。自社の将来の見通し期間【図31】は、“5~10年”という長期が47%で最多。“10年以上”の超長期と“1~5年”の中期が各25・22%のほぼ同数で続く。経営者の72%は5年以上先を見据える長期視点に立っている。

向こう5年の設備投資【図32】は、“考えていない”35%。“前向きに検討”37%、“考えている”28%。全体の2/3が投資に積極的というより、考えるだけなら誰でもできるので、むしろ1/3が明確に否定したことを重く受け止める必要があるだろう。設備投資の補助金【図33】は81%が“活用する”が、なぜか19%は“していない”。この設問は回答率が極端に低いことから多くの企業が回答を留保

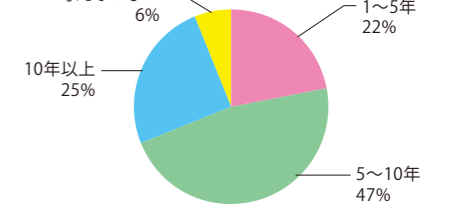
した様子が見られる。ここからも、設備投資への消極姿勢が想像される。

他方、ものづくり補助金・事業再構築補助金【図34】を“活用している”企業は43%、“活用していない”企業は57%。組合としては補助金の周知と助言体制の強化、組合員としては活用を貪欲に考える姿勢への転換が期待される。

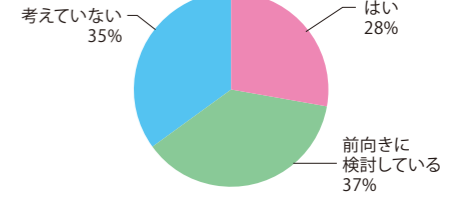
【図30】 3年後の業績の見通しについて



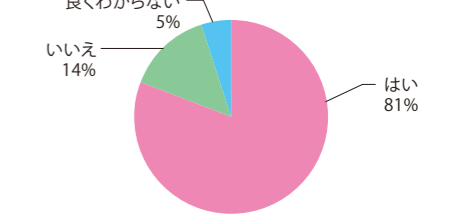
【図31】 自社の将来を何年先まで考えているか



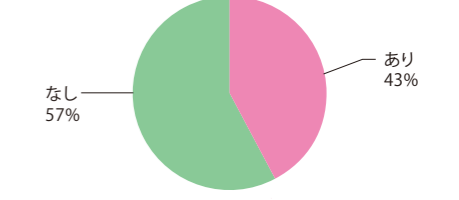
【図32】 5年以内に設備投資を考えているか



【図33】 設備投資には補助金を活用するか



【図34】 ものづくり補助金・事業再構築補助金の活用実績

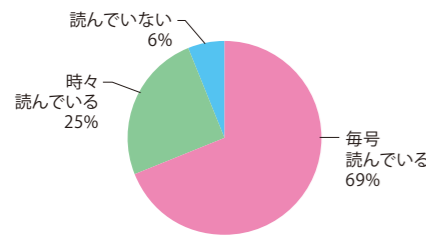


2. 組合運営について

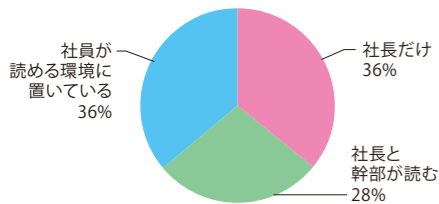
2.1 組合情報の発信と受容

広報誌『PRI・O』の94%と極めて高い購読率【図35】が明らかになった。主要読者【図36】は、“社長”もしくは“社長を含む幹部”が64%、“社員が読めるように配慮している”企業も36%ある。PC、スマートフォン、タブレット【図37】でも見られるが、“知っている”人が39%いるのに、“既に見ている”デジタル読者は皆無だった。同じコンテンツならば、デジタルよりも紙が圧倒的に選好されている。

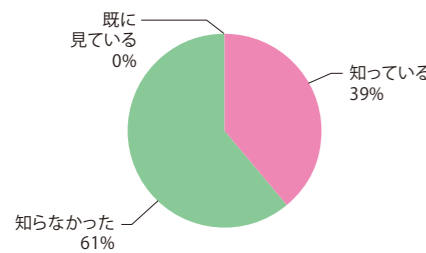
【図35】 広報誌「PRI・O」を読んでいるか



【図36】 誰が読んでいるか

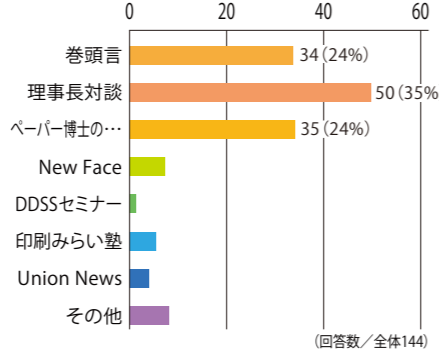


【図37】 PC・スマホで閲覧できることを知っているか

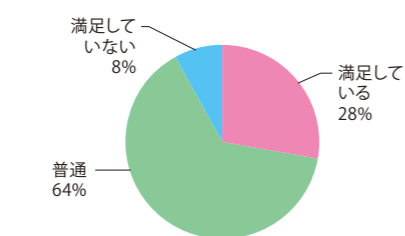


コンテンツ【図38】は、“理事長対談”、“ペーパー博士のinsatsu Labo.”、“巻頭言”の3コーナーが購読率20%を超える人気になっている。広報誌の評価【図39】は、28%が“満足”、64%が“普通”なので、満足度は一定水準以上の高さを見てよいのではないかと。94%が手に取り、少なくとも社長・幹部は、巻頭言から始まる重点企画を一通りは目を通すイメージである。今後の掲載希望コンテンツ【図40】は、“経営に役立つ情報全般”48%、“印刷関連の最新情報”34%と、経営に直結する情報への期待が高い。

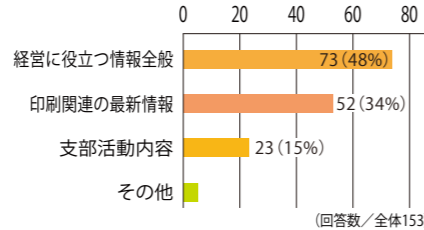
【図38】 特によく読むコーナーは？



【図39】 内容について満足しているか

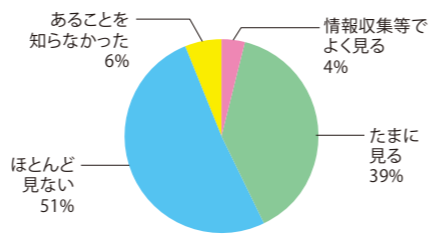


【図40】 掲載して欲しい情報は？

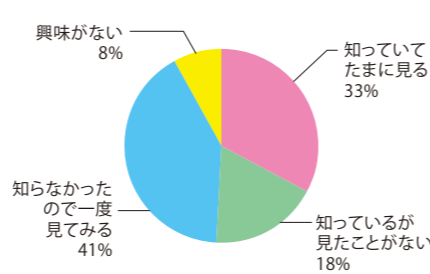


組合ホームページ【図41】の閲覧率(43%)は、先述の広報誌(94%)に比べて半分以下の低さである。新たに開設された支部ページ【図42】はまだ認知度(51%)が低い、“知らなかったので一度見てみる”と“知っていたがたまに見る”が合わせて74%と高いので、今後はもう少し関心が高まる可能性も否定できない。しかし現時点では、組合員への情報発信において、紙の広報誌は明らかな優位性を持って機能している。

【図41】 大印工組のホームページは見るか



【図42】 支部ページが開設したことを知っているか

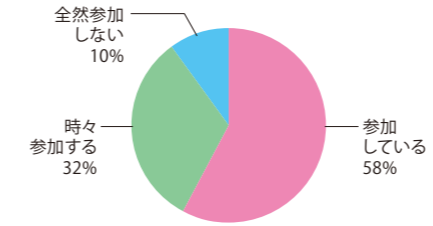


2.2 組合活動への参加

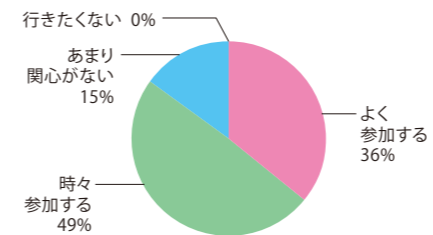
支部行事【図43】に“全然参加しない”人は10%だけで、90%は参加に前向きだ。組合主催イベント【図44】に“関心がない”、“行きたくない”人は15%に過ぎず、85%は前向き。参加経験・参加希望のイベント【図47】は多い順に、“新春会員交流大会”(25%)、“情報交換会(総代会)”(21%)、“ゴルフ大会”(13%)、“高野山印刷産業人納骨塔慰霊祭”(11%)がそれぞれ10%を超えている。

委員会活動【図45】には75%が参加経験を持ち、うち参加して“良かった”と感じた人は実に89%にのぼる【図46】。組合活動において、実際に対面でコミュニケーションする人的交流の満足度は極めて高い。教育セミナー【図48】の要望は、“補助金”、“異業種交流”、“経営戦略”、“販売促進”、“会社見学”の5分野が9%を超えた。生産技術よりは、事業開発につながるような分野が望まれている。

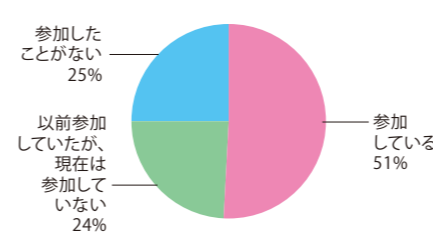
【図43】 支部行事に参加しているか



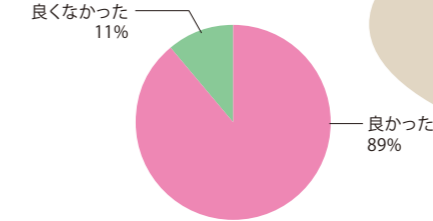
【図44】 組合主催イベントに参加したことはあるか



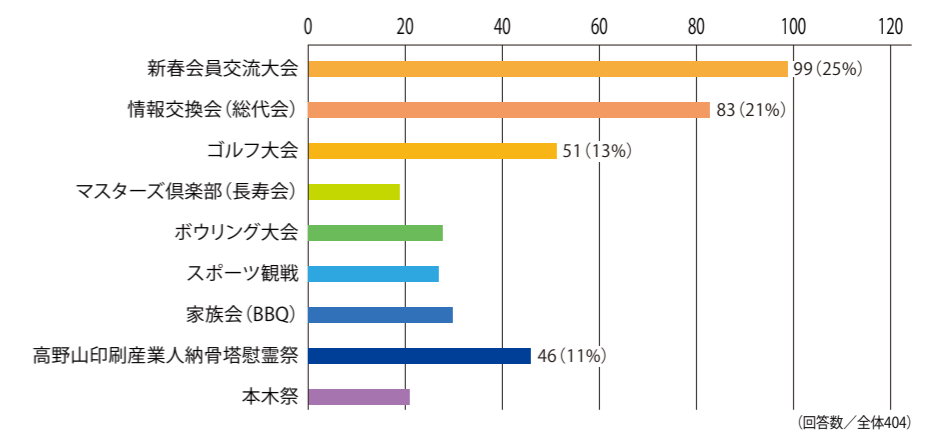
【図45】 委員会活動に参加したことはあるか



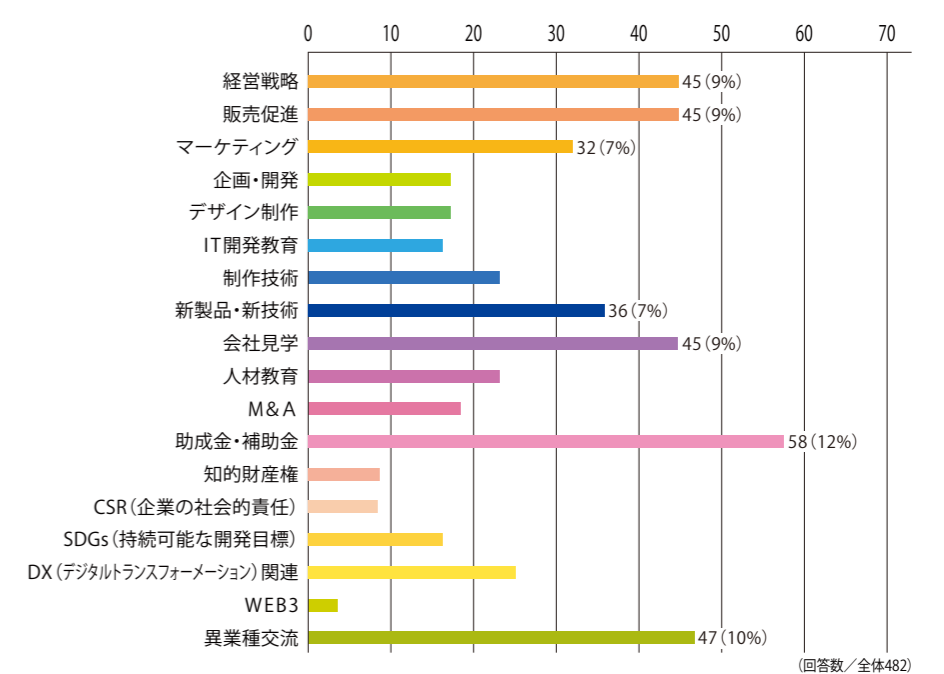
【図46】 参加して良かったか



【図47】 本部主催のイベントで参加経験・参加希望のイベントは？(複数回答)



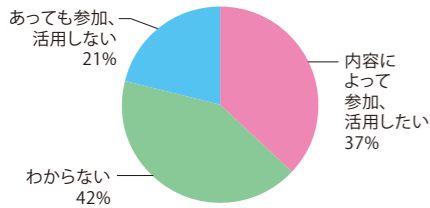
【図48】 支部で開催を希望するセミナーは？(複数回答)



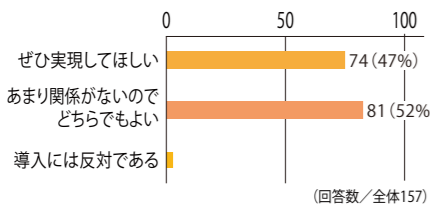
2.3 入札・共済・割引へのスタンス

官公需の組合員合同受注【図49】があったとして、“活用したい”37%、“活用したくない”21%、“わからない”42%と、やや様子見的なスタンスが大半を占めた。活用したくない企業のしない理由には過去の撤退理由や収益面の辛辣な記述が並ぶ。最低制限価格制度・地元優先発注制度【図50】の導入も、“ぜひ実現してほしい”47%に対し、“どちらでもよい”が52%にのぼった。官公需は特定企業の関心事に近く、全体としての関心は必ずしも高くないように受け取れる。

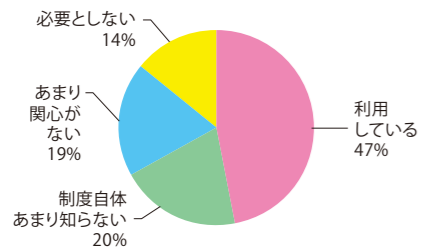
【図49】 組合員合同の入札案件に参加・活用したいか



【図50】 行政の入札に「最低制限価格制度」「地元優先発注」が取り入れられたら?



【図51】 組合の共済制度を利用しているか

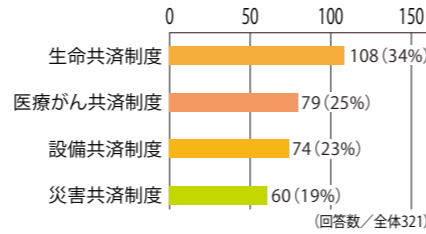


共済制度【図51】は、利用率が47%、その中でも、知名度【図52】は“生命共済”が34%で最も高く、利用率【図53】も73%と、続く“設備共済”(11%)よりも遥かに高い。

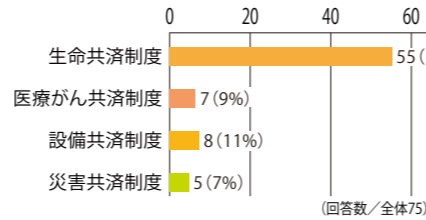
各種割引(全印工連)の認知度【図54】は、“Adobeソフト割引”が30%、“GP認定”11%、“CSR認定”11%の順で高い。利用率【図55】は、Adobeソフト割引(51%)だけが突出するほかは、どれも12%に満たない。

各種割引(大印工組)の認知度【図56】は、“ETC”と“給油カード”が各25%、“経営者保険”が22%の順。利用率【図57】は、“ETC”が30%と最多である。

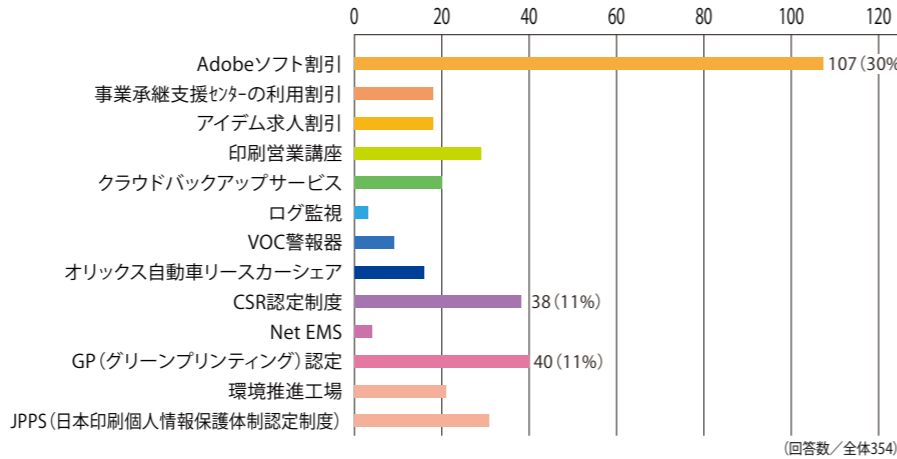
【図52】 知っている共済制度サービスは?(複数回答)



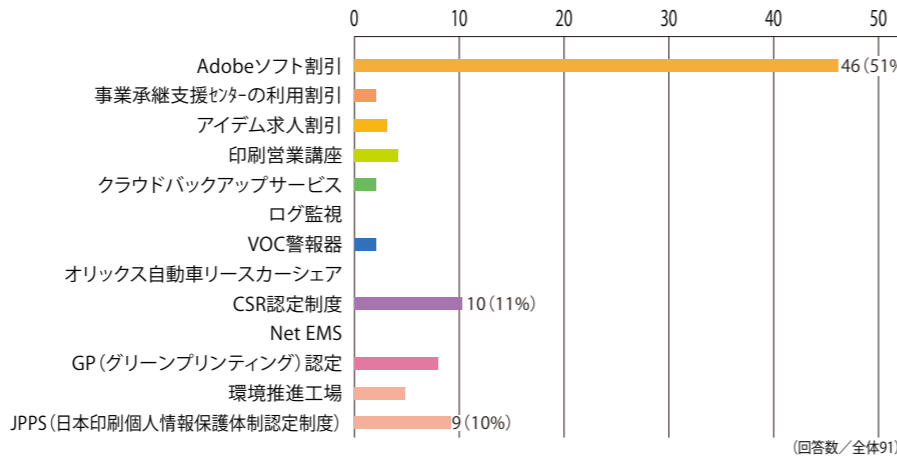
【図53】 利用している共済制度サービスは?(複数回答)



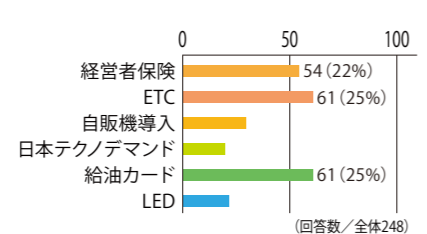
【図54】 知っている全印工連の割引制度は?(複数回答)



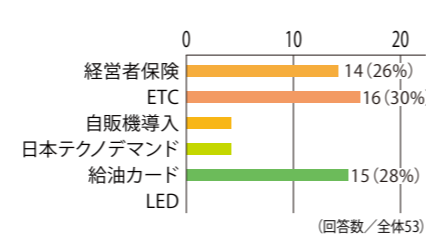
【図55】 利用している全印工連の割引制度は?(複数回答)



【図56】 知っている大印工組の割引制度は?(複数回答)



【図57】 利用している大印工組の割引制度は?(複数回答)



印刷営業みらい塾

Vol.11 新規開拓営業指南<その6>

釣った魚にエサを!

まずは、新規得意先を釣った魚に例える無礼をどうか、ご容赦ください。

さて、営業パーソンの中には、新規口座開設までは熱心なのですが、その後の関係を維持し、継続的に案件を受注するための対応が苦手な方が少なからず、おられます。新規得意先とは、婚姻関係のように、法律に縛られているわけでもないため、何かミスでもあれば、新規受注に費やした時間と労力、注いだ情熱も一瞬にして水泡に帰すわけです。そのため、新規得意先に対しては受注金額の大小に関わらず、すべての対応に既存得意先以上の気遣いで、不手際のないように臨む必要があります。そして、これは、社内関係者にも充分かつ正確に周知徹底してください。そうして、顧客満足を追求する姿勢と心がけの維持・継続が次の発注に繋がりを、将来の主要得意先化を可能とするのです。

あなたが新規開拓できない理由

新規開拓営業活動において、成果が出せない理由は極論すれば「行動していない」か「意志がない」かです。「意志がない」というのは「熱意がない」と言い換えてもよいでしょう。新規訪問先の方があなたの話を聞くためには、それ相応の理由が必要です。あなたがターゲットにリストアップして訪問するような企業には日々、多くの同業他社もアタックしているはずですから、熱意すら感じられない営業パーソンの話などに、貴重な時間を割いてくれるはずありません。

上記を踏まえて、新規開拓営業活動における失敗事例(要因)を4つご紹介いたします。

まず1つめは、単純に『アタック回数不足』です。たった、2~3回アタックして、脈がないと諦めている方が結構、多いのですが、通常、2~3回の訪問では、顔と名前を覚えてもらうことはできませんから、当然、先方からあなたに連絡が来ることもないワケです。

次に2つめは『アプローチ方法に工夫がないこと』です。門前払いなどで先方に会えないのであれば、接点

をつくる工夫が必要です。例えば、顔写真入り名刺をはじめとして、記憶と印象に残るようなプロフィールなどの営業ツールを活用しましょう。元来、こういったツールの制作は印刷会社の得意分野のはずです。

そして3つめは、『売り込み過ぎ』です。まずは良好な関係の構築からです。短時間でも会話を重ねてください。ただし、その際、自社のサービスや製品の長所をアピールしたいばかりに、既存出入り業者批判に繋がるようなトークは避けてください。既存出入り業者は先方の身内になりますから。そして、他社情報や噂話も避ける方が無難です。口が軽いと誤解され、信用を得られません。

最後の4つめは、『ターゲット設定ミス』です。例えば、グループ会社に印刷会社があったり、既存印刷業者との関係が強固(血縁関係や大きな利害関係ありなど)で案件が乏しいなど。取り引きすることで大きなメリットを得られそうな魅力的な企業ほど、もちろん、既存出入り業者のガードも堅く強豪揃いのため、事前の下調べは充分にしてください。

背中を押してくれるもの

新規開拓営業活動に取り組み、成果が出せない期間の辛さは、まるで自身の存在価値を社会から否定されているかのようなキツイものです。しかし、それでも成果を出さなければならないのが営業パーソンの使命です。そのため、ぜひ実践していただきたいのが、活動や実績の数値による記録です。例えば「5回目の訪問で担当者に会えた」「10社にアタックして1社を新規開拓できた」など。そして、その記録から『あなたなりの意味』を見出してください。その『意味』が、一步を踏み出せなくなった時のあなたの背中をきつと、押ししてくれるはずなんです。

筆者プロフィール

高岩進一

印刷会社専門営業支援サービス P-FREE(ピーフリー) 代表
印刷会社6社、デザイン会社1社にて、計27年超の勤務経験あり。
印刷機オペレーター、グラフィックデザイナー、新規開拓専門営業、営業支援部門リーダー、役員(取締役営業部長、専務取締役)まで経験。



経営判断を疑似体験

社員と共に学ぶ
ケースメソッドで
新たな経営の第一歩を!

2023年3月に合同委員会（経営トランスフォーム委員会 & 事業承継委員会）が開催した「ケースメソッドによる経営戦略セミナー」は、50歳以下の若手を中心とした47名の参加のもと、印刷会社のケース（事例）をもとにグループワークを通してメソッド（方法）を学ぶことができ、好評を博しました。

このたび、来年の第2回開催に向け、ケースメソッドの重要性について大阪府商工労働部大阪産業経済リサーチセンターの松下隆氏をお招きしてお話を伺いました。



伊東 裕二 ㈱サンセイ代表取締役

伊東： 今年の3月に開催したケースメソッドセミナーは、4つのフェーズに分けて行いました。最初にSWOT分析による現状分析を行い、次にそれを基にした経営戦略の立案と続き、第3フェーズでは経営戦略に基づいた中期業績目標の策定をディスカッションし、最後にグループ発表という流れで週末

の1日をかけて行いました。経営者及び後継者というくくりの中で、さまざまな会社のさまざまな立場の人が同じグループでディスカッションを行いましたから、その経営判断や価値観から、発表内容の違いもあり、大いに盛り上がったと思います。松下様はこれまでにいろいろな会社に携わり、また、ご自身が中小企業診断士でもあられますが、自己紹介を含めケースメソッドのメリットや重要性についてお話いただけますでしょうか。

松下： 私は大阪の製造業の現状をリサーチしたうえで報告書を作成し、支援策を考えていくのが主な仕事です。近年では3Dプリンターで金型を作ったりするような企業の支援なんかも行っていますので、いつでもご相談いただければと思います。

ケースメソッドのメリットは、意思決定するための分析をグループワークで行うことです。いわゆる戦略が意思決定とした場合、戦術が分析であり戦うための術になります。伊東委員長がおっしゃったSWOT分析や、企業の健康診断にあたる経営指標や流動比率など財務諸表からも分析し、経営を疑似的ではありますが一挙に体験できる場所だと思っています。

私は業務上、生産管理や5Sなど、経営のあくまで一部分に関わることがほとんどで、経営全般について従業員の皆さんを巻き込んでお話しする機会はそうありません。そういう意味で今回、伊東さんの委員会でいうケースメソッドセミナーは「従業員さんも一緒に経営課題を考える」ことを目的とされているので、大変価値のあるものだと思っています。

経営判断に従業員が関与するケースは本当にまれで、社長と従業員が一緒になって経営を考える機会として有意義なセミナーになるとと思っています。

伊東： ありがとうございます。第1回目に経営者と後継者の方々が一緒になってディスカッションをする光景を見て、すごくいい事だと感じました。今回はそこに更に社員さんにもスポットを当てて、もっと有意義なセミナーにしていきたいと思っています。経営に携わる人が多ければ多いほど、企業の成長は加速していく部分があるかと思いますが、

我々中小企業にとっても同じことがいえるのでしょうか。

松下： 中小の印刷会社でいうと、経営判断をする社長とそれを支える右腕、欲をいえば左腕までいけば良いと思っています。製造の現場の人はやはり技術面など専門的なスキルを伸ばしていただき、規律立てて組織を作ることが強い会社になる近道になると思います。私の経験談ですが、小さな会社で経営判断をする人が多いと、もめるケースが多くなるように思いますが、経営判断をする社長と、それを支える人が多いほど企業は成長していくように思います。



大阪府商工労働部 松下 隆氏

長していくように思います。

国の中小企業政策の中核的実施機関である中小機構などもケースメソッドの勉強会を開催していますが、大阪の印刷組合が主催することでよりリアルな疑似体験ができ、白熱した議論のなかにも和気あいあいとした雰囲気になるかと思っています。次回の盛会を期待しています。

伊東： ありがとうございます！次回は2024年3月9日（土）に開催が決まっておりますから、ぜひ多くの方にご参加いただきたいと思っています！！



2023年3月4日に行われたセミナーの様子

「2023 ケースメソッドによる経営戦略セミナー」受講生の声

恒元 宏信 ㈱恒和プロダクト 常務取締役



兄が私の会社の代表者として二人三脚で経営を切り盛りしていますので、従業員にもっと経営に前のめりになって欲しいと常々思っています。今回のケースメソッドセミナーには幹部クラスを数名参加させる予定をしています。他の会社の同様な立場の人たちと接点を持つことで、モチベーションアップにつながる可能性もあるので楽しみにしています。

今市 靖大 ㈱イマイチ 代表取締役



弊社では部署ごとに技術面や生産管理の教育を定期的に行っているのですが、自発的に学びに行くことは少なく、こちらから「こんなセミナーあるけどどう？」といった感じですが、もちろん現状の仕事があるので無理もないのですが、少しでも経営者と同じ目線で物事を考えられる人を育てていければと思っています。従業員との参加を目指します。

谷口 和宏 谷口印刷紙業㈱ 代表取締役社長



話を聞いて終わりのセミナーではなく、経営者以外の人や他の会社の人たちとディスカッションすることで、「あ〜、こんなやり方や考え方もあるんだ」と気付かされる部分が多くありました。一回で終わりではなく、継続して次回も参加したいと思っています。

もう12月か、
そろそろ年賀状の
準備をしないとな。



たしか来年は辰年でしたよね。
どんな年賀状にしようかな?



そもそも年賀状は、平安時代の貴族の間で
書状で年始の挨拶をする風習からはじまり、
現在のようながきのスタイルになったのは
官製ながきが登場した明治初期らしいぞ。

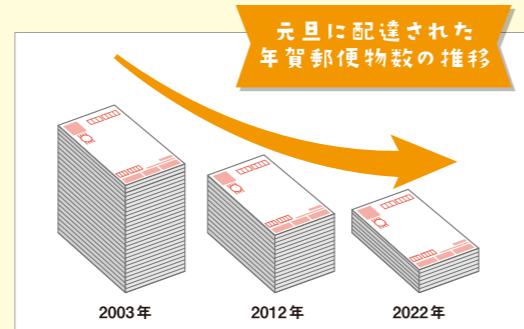


元旦に届くよう同時に
多くの枚数を書かないと
いけないから、年賀状を
印刷する人が
増えてきたのですね。

おっ、若いのにちゃんと
年賀状を出すなんて偉いね。



残念なことに全国で配達される年賀状は、
ピークだった2003年に比べると
半分以上に減っているというからな。



そういえば、ずいぶん前に
「プリントゴッコ」という
簡易孔版印刷機があつてのう。
家族で楽しみながら
年賀状を印刷したものじゃ。



えっ? 自宅で
シルクスクリーン印刷が
できたんですか?



まだパソコンや
インクジェットプリンター
などがなかった頃じゃ。

一枚ずつ刷るから、
ときどきかすれたり
ズレたりしてそれは
それで味があつたぞ。



やっぱりそうなの?
私のお友達も
メールやSNSで
済ましてしまう人が
ほとんどだわ。



2005年に施行された
個人情報保護法も影響して
いるとか。会社や学校でも
住所が分かる名簿などは
作成されなくな
りましたものね。



もちろんSNSが
いけない訳じゃないけど、
やっぱりお正月ぐらいは
郵便受けに年賀状が
届くとうれしいもんだね。



新しい年の
はじまり~! って
気持ちになるわね。



その頃に比べると今では
写真も簡単に取り込めるし、
ネット上には素材もいっぱいあるし、
ずいぶん簡単にできるよう
になりましたね。



だからこそ、
手書きにせよ印刷するにせよ
年賀状はちゃんと心のもつたものに
したいもんじゃないな。



わーい、来年の年賀状楽しみだわ!
でも、お年玉はもっと楽しみ!



TSUKATANIの刃物は、信頼される確かな品質で抜群の切れ味を実現!
お客様のあらゆるご要望にお応えします。

- 販売商品
- ・ロータリー・平圧加工用
フレキシブルビナクルダイ*
 - ・ビジネスフォーム印刷用刃物
 - ・製袋用パンチ部品
 - ・トムソン刃
 - ・マグネットシリンダー
 - ・各種ユニット 他



株式会社 塚谷刃物製作所
https://www.tsukatani-hamono.co.jp

本社営業部 〒581-0814 大阪府八尾市楠根町5-30
TEL: 072-996-8770 FAX: 072-996-8777
E-Mail: anvil@tsukatani-hamono.co.jp

東京営業部 〒143-0024 東京都大田区中央7-7-3
TEL: 03-3754-8131 FAX: 03-3754-8134
E-Mail: tokyo@tsukatani-hamono.co.jp

色校正が変わります。

次世代デジタル印刷機
Jet Press 750S
2022年9月より稼働中

作道印刷株式会社
〒578-0921 大阪府東大阪市水走1-12-20
TEL.072-963-6339 FAX.072-963-4013

出展企業決定 & 一般参加予約開始

ペーパーサミット出展企業決定

10/31(火)に「ペーパーサミット2024」への出展エントリーを締め切りました。エントリーの種類は以下のとおり。

- ①クリエイターとのコラボレーション商品の販売(+自社商品)
大阪のクリエイターとコラボして、オリジナル商品を開発するエントリー
- ②自社商品の物販のみ
すでに自社商品をお持ちで、実際の物販やモニタリングを目的とするエントリー

③ワークショップ参加

物販や商品開発ではなく、自社サービスをワークショップとして一般に広く紹介するエントリー

現状①が17社・②が8社・③が9社の全28ブースが決定しています。(重複あり)

一般参加予約開始しています!

「ペーパーサミット2024」は予約制です!



イベント当日に一般参加者として入場いただくためには、電子チケット販売サービスteket(テケト)で入場チケットを予約いただく必要があります。

teketで購入したチケットは、購入時に入力したメールアドレス宛にPDFで送付されます。

会員登録をして購入した場合は、マイページのチケットリストでチケットの確認ができます。PDFチケットを印刷すると、紙のチケットとしてもご利用いただけます。

ホームページで随時情報発信しています

公式サイトでは、
▽イベントの詳細情報
▽昨年の会場の様子や
コラボの実例
▽よくある質問 ▽今後の予定
などの情報を随時発信中です。
商品開発、クリエイターとの仕事の進め方・契約方法などに迷ったときには参考にしてください。

(報告/ペーパーサミット実行委員会)



「ペーパーサミット」公式サイト <https://paper-summit.com/>

ペーパーサミットで生まれた商品 事例紹介 その②

ペーパーサミットとは一体何をするイベントなの? という疑問のひとつの答えとして、過去のペーパーサミットで生まれたクリエイターとのコラボ商品を事例としてご紹介します。

M5スクエアバインダー

開発・販売: 有限会社サンクラール
クリエイター: 今西香織 / ふくだあいこ

■開発こぼれ話

最小サイズのシステム手帳として密かな人気がある「マイクロ5穴」のバインダーをより身近に知ってもらえるよう、使用する紙の手触りや質感にこだわり合紙して作りました。

固さや耐久性などの問題をクリアし、見た目だけでなく長く使ってもらえる"セレクトを心掛けました。

■商品情報

手のひらサイズの小さな紙バインダーです。選定する紙からこだわり、すべて2枚



【M5スクエア】バイカラーバインダー



【M5スクエア】プリズムインデックス



【M5スクエア】プリズムインデックス

の紙を合紙して作りました。手帳としてだけでなく、リフィルの保存用としてもお使いいただけます。

商品は有限会社サンクラールの紙ブランド「POP-PAPER」のサイトから購入可能。
<https://poppapersun.base.shop/>

今こそ自らの手でイノベーションを

業態変革

新規事業

チャレンジ精神を燃やせ!

ペーパーレス化による市場の縮小、コロナ禍ショックによる印刷需要の減少、材料費の高騰による利益率の低下など、印刷業界はかつてない困難に直面しています。今こそ業態変革、新規事業開発にチャレンジし、自らの手で未来を創造する時ではないでしょうか。

新たな取り組みにはトライ&エラーのくり返しが必要。様々なビジネスに挑戦し続けてきた徳丸氏の実体験から考え方を学び、胸の内のチャレンジ精神を燃やしましょう!!

2024年1月27日(土)

勉強会 14:00~16:30 (13:30受付開始)
● ツイン21 MIDタワー 20階 8会議室

懇親会 17:00~19:00
● goodspoon ジョーテラス大阪店

会費 一名一律 **7,000円**
※1人目は「勉強会」「懇親会」両方参加となります。
※同社で2人目以降の参加について
「勉強会」のみ参加 → 3,000円
「勉強会」「懇親会」両方参加 → 7,000円

申込締切 2023年12月27日(水)

WEBからお申込みいただけます。
QRコードを読み込んでください。▶▶▶



講師

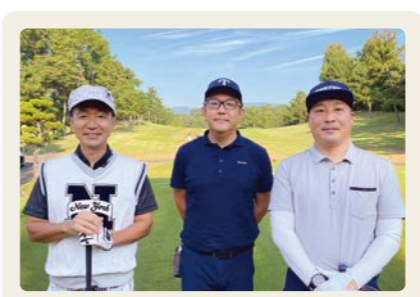
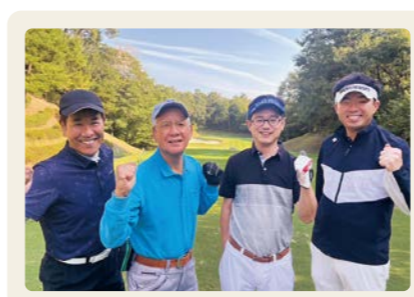
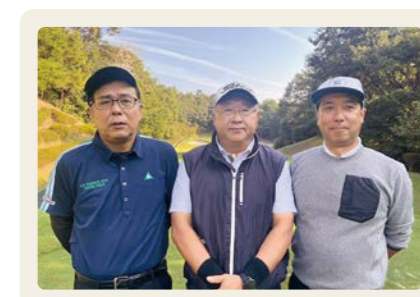
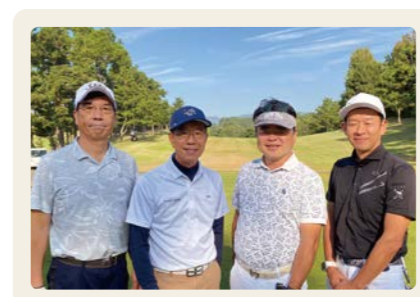
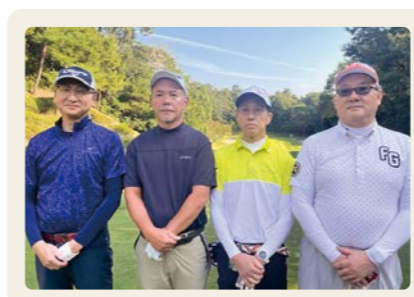
株式会社
グリーティングワークス
代表取締役 徳丸博之氏



1969年10月大阪生まれ。1992年関西大学卒業。三和銀行(現三菱UFJ)に入社し、融資業務・営業に従事。2000年3月に退職し、30歳で家業の印刷会社を継ぐ。様々なビジネスにチャレンジしながら、2003年6月有限会社「こう社」設立。2004年10月「挨拶ドットコム」をリリース。ネットの認知がまだ低い時代からネット中心の商売スタイルを確立し、ECサイトでは「日本オンラインショッピング大賞」など様々な賞を受賞。プライベートでは学生時代から社会人まで野球に取り組む。大学時代には全国大会で決勝進出。チームワークで実現困難と思われた高い目標を達成した経験が後の起業の原点に。現在は京橋・堺・豊中・奈良の4店舗を構えるアスリートジムを展開。

お問合せ: 大阪府印刷工業組合 TEL.06-6353-3035 FAX.06-6352-2360

爽やかな秋晴れの中、大阪No.1 コース茨木カンツリー倶楽部にて 節目となる第50回大会開催!!



10月19日(木)に、第50回大阪印刷産業人ゴルフ大会を茨木カンツリー倶楽部で開催しました。大きな節目に相応しい「特別感」をいかに出すか担当委員で協議した結果、会場は「せっかくなら大阪ナンバーワンのコースで!」と同CCに狙いを定めました。そして開催時期も、同CCの開場100周年に合わせ(西コースで)開催される日本オープンの「どうせなら直後週で!」とさらに欲張りしました。

しかも10組でとの無謀な企画の実現に向け、同CCメンバーの松口正社長(株式会社OSPホールディングス)と和田副支社長(日本紙パルプ商事株式会社 関西支社)、そしてご両名にお取り次ぎくださった清井滝典社長(日本ウェブ印刷株式会社)には一方ならぬお力添えを賜りました。この場をお借りし、改めて厚くお礼を申し上げる次第です。

また、これを機に大阪印刷関連団体協議会(全16団体)の懇親コンペという本来の主旨に立ち返ろうと、各団体様には「第50回」を強調してご案内を差しあげました。我々のその意図や思いを汲み取ってくださり12団体での開催に至りましたことにも重ねてお礼を申し上げます。

当日は見事な秋晴れの中、東コースを8:32にスタート。同CCが誇る名コースの伝統と格式を噛み締めながら、38名による熱い戦いが繰り広げられました。

プレー終了後の表彰式には浦久保康裕理事長がわざわざかけつけてくださり、参加者へのご挨拶とともに賞品のプレゼンターもお務めくださいました。

実力者多数のなか、優勝は大印工組北親支部の黒川貴仁氏(株式会社阪和)がネット69.4(グロス91)で獲得。誠に

おめでとうございます。

なお今回は記念品として、参加者にネームプレートとランドリーバッグ(それぞれの氏名を刺繍)を贈呈しました。担当委員で議論を重ね作製したのですが、お手元でご活用いただけましたら幸いです。

最後は大阪府グラフィックサービス協同組合の小幡利之専務理事(株式会社TOP印刷)と大印工組の西井幾雄元理事長よりご挨拶をいただき、中締めとなりました。

関連団体どうしの交流がこれをきっかけとして今後さらに活発に続くことを祈りつつ、我々もコースをあとにしました。参加者の皆さまはもちろん、ご尽力くださった方々も本当にありがとうございました。

(報告/総務特別委員会 高橋孝一)

優勝者レポート 株式会社阪和 黒川貴仁

感謝! 感謝! 感謝!



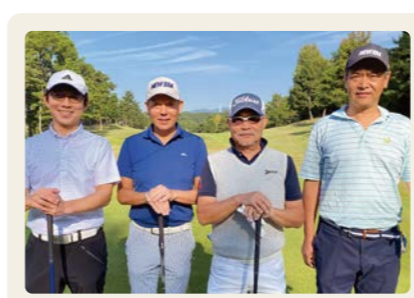
この度は第50回大阪印刷産業人ゴルフ大会にお声掛けを賜り誠にありがとうございました。第50回大会という節目に、茨木カンツリー倶楽部という日本を代表する名門コースで、プレーさせていただいたことに感謝します。またこのコースのご手配にご尽力くださった皆さまに、重ねてお礼申し上げます。当日は天候にも恵まれ、最終組のスタートということもあり、何も気にせず気楽にプレーしておりました。同じパーティーも気さくな方ばかりで、仕事の情報交換など有意義な時間を共有させていただきました。ありがとうございました。

でスコアは? という、いつもだいたいお決まりの〇〇前後、一向に上達しません。たまたまダブルペリアにうまくはまったのでしょうか? 自分自身が「えっ? まさか!」と驚いたのですが、運を味方に付けたとはいえず第50回という節目に優勝し、こうして皆さまにご挨拶というの、何かの巡り合わせなのかもしれません。

しかし、100周年と第50回という大きな節目なのに本当に俺で良かったのか...? はい、分不相応です。

次回、またお会いする機会までしっかりと精進してまいります。お会いできる日を楽しみにしております。

末筆ながら、皆さまのご健康とご多幸を心よりお祈り申し上げます。ありがとうございました。



★個人順位(上位10位・敬省略)	NET
1位・黒川貴仁(株阪和)	69.4
2位・岩倉大介(岩倉印刷紙業株)	72.4
3位・田畑良一(株SEIUNDO)	72.4
4位・菅幸男(エステック株)	72.8
5位・國安泰造(東京インキ株)	73.0
6位・松本耕一(和合印刷株)	73.4
7位・門那進(門那シーリング印刷株)	73.6
8位・吉田貴俊(株エス・ユー・ケイ)	73.6
9位・松本浩一(マツモト株)	74.2
10位・梶田豊彦(株米進アート)	75.0

Adviser's Room

顧問の部屋 労務 税務 法律

大印工組の顧問の先生方から有益情報をお届けします。

事業承継について 後継者候補との対話をはじめましょう

前回(「PRI・O」2023年4月号)は、概要、経営者が60歳になる頃には事業承継のことを意識しはじめることが望ましい旨、記載させていただきました。

最近では、定年が70歳に延長されるような動きもあったり、シニア層の雇用拡大の動きもあったり、経営層の平均引退年齢も上がっているため、60歳と若い年代で次世代への承継は早い、というような意識もあるかもしれません。

そこで今回は、前回に続いて、事業承継の早期準備の必要性について、後継者の観点から、もう少し具体的に説明していきたいと思えます。

まず、後継者選びについてです。親族、従業員いずれに引き継いでもらう場合であっても、当たり前のことですが、次期社長にふさわしい人物を選定しなければなりません。明確な経営ビジョンを持つことができるか、従業員の生活保障など経営を行うことの覚悟を持っているか、意欲的であるか、実務的な能力はどうか、といった視点で検討することになるかと思われまます。このような特性は一瞬で判断できるものではなく、日頃の動きぶりから判断していくものです。

そして、適性に思ってもらえる人が現れたとしても、本人がやる気になってくれるかがわかりません。不安な気持ちを払しょくし、やる気を後押しするためには、事業承継のリスクを考えてもなお、自分でやりたい、と思ってもらえるような魅力的な事業にしていかなければなりませんし、納得してもらえような対話の時間が必要になってきます。

弁護士法人
なにわ共同法律事務所

河端 直

●ご相談は…TEL 06-6363-2191 FAX 06-6363-1468
大阪市北区西天満2丁目3番15号 千都ビル2階



また、候補者が複数いる場合にも注意が必要です。兄弟姉妹が典型ですが、想定していなかった人が次期社長に名乗り上げた場合、関係者との調整等の時間が必要になってきます。

次に、候補者が納得したとして、「経営者」としての教育が必要になります。社内での地位の向上(責任ある地位への就任)、各部門のローテーションなど社内ですることもあります。特に社内のメンバーに受け入れてもらう期間が必要です。社外に出て研修を受けたり、経営者の集まりや勉強会に参加して自身としても経営者の自覚を促していくことも考えられます。このような取り組みは、一朝一夕でできるものではありません。

以上のようなことから、たとえ、今社長が「自分の子どもは、いずれは会社を引き継いでくれるはずだから。言わなくてもわかってくれている」と思っておられたとしても、ある日突然その人に承継できるわけではないのが通常です。現社長が十分にサポートできる状態であるからこそ、円滑な承継ができていくものです。このため、候補者の方とは、早くから事業承継に関する対話を行い、徐々に、時間をかけて気持ちと実務上の段取りを調整付けていく必要があるのです。

社長の皆様、候補者の方も言ってもらえなければわからない、ということもありますので、この機会に、一度事業承継に関してお話しされてはいかがでしょうか。

事業承継については、
まずは全日本印刷工業組合連合会の
事業承継支援センターへ
ご相談ください。



RICOH Pro C7210s/C7200s

RICOH
imagine. change.

全5色のスペシャルカラー印刷に対応

最大360g/m²の厚紙印刷対応

330.2×1260mm長尺印刷対応

レザックや封筒など様々な用紙への対応力UP

ノーカーボンN40の印刷に対応

ビジネスを変革する表現力

Value Special Color



リコージャパン株式会社 新規事業本部 PP事業部 西日本CP営業部 関西1グループ 〒541-0056 大阪市中央区久太郎1-6-29 TEL:050-3534-0191

「属性で括る」と、オンデマンド印刷は効率化する

出力業務効率化ソリューション

RICOH Total Flow BatchBuilder

RICOH Total Flow BatchBuilderは、大量に入ってくる多品種・少量のジョブを「使用する用紙」「後工程の種類」などの属性によって一括自動で実行。プリントオンデマンド印刷の業務効率を向上させます。



あなたのための、DXでありたい。

DXという言葉がなかった時代から、

デジタルでビジネスの仕組みを変えてきた大塚商会。

テレワークやAIの活用、紙文書の電子化など、

新しい働き方を時代に先駆けて自ら取り入れ、

体感し、お客様に提案してきました。

あなたのビジネスの現場で、

ほんとうに役に立つ生きたソリューションを。

それが、大塚商会のめざすDXです。



あなたのビジネスに、大塚商会の提案力と対応力を。
<https://www.otsuka-shokai.co.jp/products/lp/multiple/office/>



大塚商会

株式会社大塚商会 POD推進部 西日本POD特販課担当 〒553-8558 大阪市福島区福島6-14-1 TEL:06-6458-6021
東京本社・札幌・仙台・名古屋・京都・大阪・神戸・広島・福岡



事業報告

本部
総務特別委員会 10月3日(火) 18:00~
大青協定例会 10月3日(火) 18:30~
大阪印刷関連団体協議会団体長会議 10月4日(水) 16:00~
広報渉外委員会 10月10日(火) 18:00~
CSR推進委員会 10月12日(木) 18:00~
印刷文化典広島大会 10月13日(金)
 全印工連フォーラム(広島) 10月14日(土)
事業承継委員会 10月16日(月) 18:00~

「日本印刷個人情報保護体制認定制度」(JPPS)更新講習会 10月17日(火) 15:00~ オンライン講習
地域共生委員会 10月17日(火) 18:30~
組織共済・支部サポート委員会 10月18日(水) 18:00~
大阪印刷産業人ゴルフ大会 10月19日(木)
印刷経営革新塾 10月19日(木) 18:00~
全青協近畿ブロック協議会 10月21日(土) 
経営トランスフォーム委員会 10月24日(火) 18:00~
 第1回 大印工組バーベキュー大会 10月28日(土) 11:00~

支部
北親支部 献血運動 10月11日(水) 
北親支部 月例・役員会 10月12日(木) 11:30~
福島支部 三役会 10月19日(木) 18:30~
東和支部 三役会 10月23日(月) 18:30~
北・東和支部 合同献血運動 10月25日(水) 

事業予定

本部
事業承継委員会セミナー(技術者編①) 12月1日(金) 15:00~ 大阪印刷会館
事業承継委員会 12月4日(月) 18:00~ 大阪印刷会館
大青協定例会 12月5日(火) 18:30~ 大阪印刷会館
広報渉外委員会 12月6日(水) 18:00~ 大阪印刷会館
CSR推進委員会 12月7日(木) 18:00~ 大阪印刷会館

大阪印刷関連団体協議会事務局会議 12月8日(金)
組織共済・支部サポート委員会 12月14日(木) 18:00~ 大阪印刷会館
経営トランスフォーム委員会セミナー 12月16日(土) 9:45~ 大阪産業創造館
地域共生委員会 12月18日(月) 18:30~ 大阪印刷会館
経営トランスフォーム委員会 12月19日(火) 18:00~ 大阪印刷会館

事業承継委員会セミナー(技術者編②) 12月22日(金) 15:00~ 大阪印刷会館
大青協定例会 1月9日(火) 18:30~ 大阪印刷会館
支部
北・東支部 合同ゴルフコンペ 12月3日(日) 阪奈カントリークラブ
東和支部 役員会忘年会 12月8日(金) 18:00~ 花外楼大阪城店
福島支部 班別懇談会 12月8日(金) 18:30~ かに道楽梅田店

※記載の事業予定については、変更もしくは中止になる場合があります。 ※開催場所・時間等の記載のないものは未定です。

INFORMATION

【新入会員】 ■(株)小橋印刷(なにわ支部)小橋一雄 代表取締役 〒537-0025 大阪市東成区中道3-16-31 TEL:06-6981-9363 FAX:06-6981-0745	【訃報】 ■横内正法氏(堺支部)(有)宏正印刷 代表者 2023年8月30日死去 75歳 ■倉田房子氏(福島支部)倉田印刷(株) 代表者のご母堂 2023年10月14日死去 103歳 ■赤木昌夫氏(生栄支部)赤木印刷(株) 前代表者 2023年10月27日死去 79歳
【移 転】 ■(株)高速オフセット(北親支部)2023年10月10日から以下に移転 〒550-0014 大阪市西区北堀江2丁目5番24号 KOUSOKU堀江ビル TEL:06-6556-6500 FAX:06-6760-4021	

大阪府印刷工業組合 組織共済・支部サポート委員会

新春会員 交流大会

開催のご案内

2024
1/10 水

時間:17:00開会(16:00受付開始)
場所:リーガロイヤルホテル(大阪)
大阪市北区中之島5-3-68
TEL.06-6448-1121

平素は組合活動にご支援・ご協力を賜り誠に有難うございます。
令和6年新春会員交流大会を左記の通り執り行います。
初春を寿ぎ、合わせて組合員相互の親睦を図る予定でございます。
ご多忙のこととは存じますが万障お繰り合わせの上、是非ご参加くださいますようお願い申し上げます。

◆詳細は改めてご案内させていただきます。
お問い合わせ・お申し込み 大印工組事務局まで
TEL.06-6353-3035 FAX.06-6352-2360

heart

抗菌・抗ウイルスの
名刺と封筒を
ご用意しています

対面での名刺交換、資料の手渡しや
郵送でも安心してお使いいただけます



詳しくは当社ホームページをご覧ください
印刷用のAg+マークもご用意しております



Ag+ 銀イオンのチカラで
細菌やウイルスの増殖を抑えます



印刷関連機械を売るなら"DAITSU"へ!!

遊休機械を現金にて高価買取致します!
買取が出来ない機械につきましても、ご希望にあわせて
処分も可能ですのでお気軽にご相談下さい。

《買取査定 対象機械》
オフセット印刷機/シール印刷機/フォーム印刷機
CTP/断裁機/製本機/トムソン機/製袋機 など



大通機械販売株式会社 〒577-0012 大阪府東大阪市長田東 2-1-33
TEL:06-6747-3561 FAX:06-6747-3591 MAIL:e-mail@daitsu-m.co.jp

www.daitsu-m.co.jp

木とともに未来を拓く

木とともに未来を拓く総合バイオマス企業として、
これまでにない新たな価値を創造し続け、真に豊かな暮らしと
文化の発展に貢献します。



日本製紙株式会社

東京都千代田区神田駿河台4-6 御茶ノ水ランティ 〒101-0062 TEL.03-6665-1111
www.nipponpapergroup.com



印刷営業みらい塾



Vol.12(最終回) <エピローグ> 卒塾

復習&ワンポイントアドバイス

おかげさまで、この「シンちゃんの印刷営業みらい塾」も今回で12回目の最終回となりました。これまで、ご観くださった皆様には、この場をお借りして、心より感謝とお礼を申し上げます。

さて、今回は、これまでの復習をさせていただきたいと思しますので、各回の内容の簡潔な振り返りとワンポイントアドバイスを列記させていただきます。

Vol.1 <プロローグ> そもそも、『印刷』とは何か？

・印刷会社の商品は単なる紙媒体ではなく、『コミュニケーションツール』だということを念頭に価値提供に努めましょう！

Vol.2 未来(あした)のための新規開拓営業

・新規顧客を獲得して新陳代謝を図らなければ、衰退への一途をたどるのみ、将来を見据えて今、活動を始めましょう！

Vol.3 これからの印刷営業に必要なこと

・印刷会社の『真の商品』はアナタであり、アナタの対応力であり、『アナタが提供する価値』です！

Vol.4 『媒介』から『触媒』への進化を！

・段取りや手配に終始せず、顧客の利益や発展に貢献できるような営業活動を心がけましょう！

Vol.5 競合他社による侵攻について

・競合他社の侵攻に常にアンテナを張り、新たな武器を磨き、援軍を増やしておきましょう！

Vol.6 新規開拓営業指南<その1>

・工夫によって、新規開拓営業活動を『面白く』して、厳しい長期戦を乗り切りましょう！

Vol.7 新規開拓営業指南<その2>

・新規開拓営業活動に要する多大な労力とコストを無駄にしないよう、事前の情報収集に努めましょう！

Vol.8 新規開拓営業指南<その3>

・知恵と工夫で、無理・無駄がなく、効率的かつ効果的な訪問パターンとアプローチ方法を設定しましょう！

Vol.9 新規開拓営業指南<その4>

・まだ多くの印刷会社には『人とのつながり』で仕事を

獲得するための営業テクニックの鍛錬は必要不可欠！

Vol.10 新規開拓営業指南<その5>

・新規開拓営業活動は受注活動ではなく『関係構築活動』である！

Vol.11 新規開拓営業指南<その6>

・戦意喪失時に立ち直るため、活動を記録し、その記録に自分なりの意味(価値)を見出しておきましょう！

卒塾証書授与

以上をもちまして、「印刷営業みらい塾」は修了となります。

業界事情は、何かと波高く風向きも読み難くはありますが、媒体にとらわれず、『印刷の本質はコミュニケーションの効率化にある』ということを忘れずに、それを軸とした『価値』を顧客に、社会に、誠実に提供し続けることができれば、アナタの歩む先にある未来は、きっと明るいはずですよ。

唐突で恐縮ですが、私は『生きる』ということは『鍛錬』だと思っています。ですから、その手段である労働(仕事)は『楽しい』はずはないと割り切っています。しかし、『面白く』することは、自分の努力や工夫次第でできると思うのです。

ぜひ、アナタの日々の仕事の中に『面白さのタネ』を見つけて、それを育むことをモチベーションに変えてください。

さて、この約1年間にわたり連載させていただいた「シンちゃんの印刷営業みらい塾」ですが、印刷業界で日々、営業活動に励むアナタに、心からエールを送り、この最終12回目をアナタへの卒塾証書とさせていただきます。

筆者プロフィール

高岩進一

印刷会社専門営業支援サービス P-FREE (ピーフリー) 代表
印刷会社6社、デザイン会社1社にて、計27年超の勤務経験あり。
印刷機オペレーター、グラフィックデザイナー、新規開拓専門営業、営業支援部門リーダー、役員(取締役営業部長、専務取締役)まで経験。

著名営業案内

(順不同)

岩岡印刷(株) 住之江区中加賀屋 4-2-10 TEL.6685-5221 FAX.6685-5634	内外インキ製造(株) 福島区海老江 8-10-1 TEL.6458-1161 FAX.6458-3808	NIKKO 日広株式会社 八尾市若林町2丁目127番地 TEL:072-948-1151(代)	昌和(株) 平野区瓜破南 2-4-138 TEL.6707-1051 FAX.6790-4072
寿印刷(株) 西淀川区歌島 1-4-4 TEL.6471-3434 FAX.6472-9840	青葉印刷(株) 都島区中野町 2-10-11 TEL.6351-5428 FAX.6351-5299	田中手帳(株) 住之江区平林南 1-2-52 TEL.6681-8648 FAX.6681-0058	富士精版印刷(株) 淀川区西宮原 2-4-33 TEL.6394-1181 FAX.6394-1199
(株)ケーエスアイ 西成区南津守 7-15-16 TEL.6652-8000 FAX.6652-8894	白石封筒工業(株) 東大阪市高井田中 4-1-22 TEL.6789-0018 FAX.6789-0028	キハラ工芸(株) 中央区内淡路町 2-1-10 TEL.6943-7955 FAX.6943-7958	ウエノ(株) 淀川区西中島 7-4-17 TEL.6301-1555 FAX.6301-1557
(株)一心社 天王寺区大道 1-14-15 TEL.6771-1121 FAX.6772-6970	サン美術印刷(株) 東成区東今里 2-15-30 TEL.6976-0231 FAX.6978-2807	(株)美生社 西成区出城 1-7-4 TEL.6647-8555 FAX.6647-3176	カキモト化工(株) 門真市月出町 9-10 TEL.6901-3821 FAX.6905-9248
レスター工業(株) 中央区糸屋町 2-3-2 TEL.6941-8572 FAX.6941-0781	大興印刷(株) 大阪市港区弁天1丁目2番1号 大阪ベイタワーオフィス16階 TEL.6577-2205 FAX.6577-2207 神戸ポートアイランド工場 神戸市中央区港島南町 4-6-3 TEL.078-303-3660 FAX.078-303-3669	(株)フリーテック 天王寺区寺田町 1-3-8 TEL.6772-3300 FAX.6772-6424	マツモト(株) 中央区上町 1-15-36 TEL.6762-9151 FAX.6762-7292
(株)NPCコーポレーション 北区天満 1-9-19 TEL.6351-7271 FAX.6352-7479			

地球と子どもたちの未来のために。

SDGs目標達成に貢献する次世代型印刷用インク「サステナブルブラックインク」
産業廃棄物として処理されているインクを回収してリサイクルするエコシステムを採用
貴重な資源を再利用することで、廃棄処理に関わるCO₂排出を抑えています。

サステナブルブラックインク リユースサイクル

約2.17t削減

インク1tあたりCO₂排出量

都インキは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

印刷インキと資材の都インキ株式会社
都インキ株式会社

【本社・工場】〒538-0044 大阪市鶴見区放出東1-7-13
TEL 06-6961-0101 FAX 06-6961-0303
【東京支店】〒134-0084 東京都江戸川区東葛西4-24-4
TEL 03-6456-0525 FAX 03-6456-0526
www.miyakoink.co.jp

「顧客第一主義」を実践。

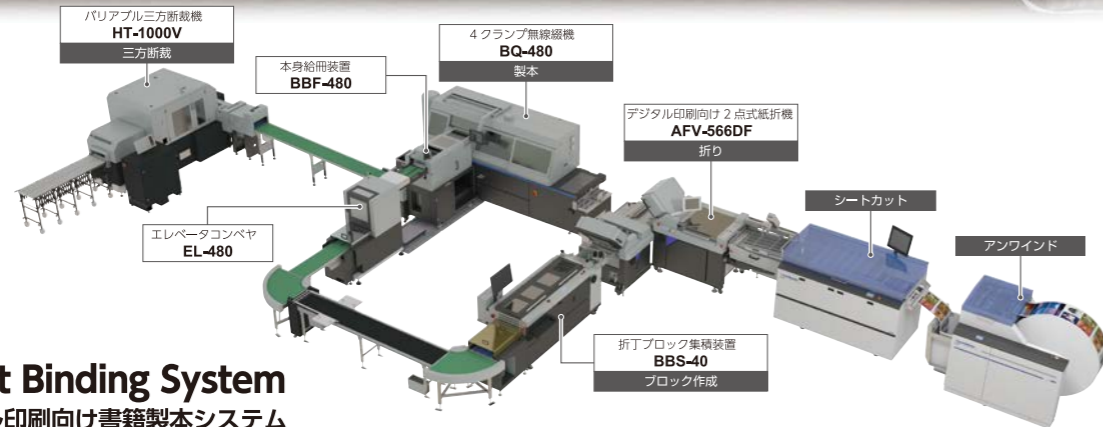
大同印刷株式会社

本社工場 大阪市鶴見区鶴見4-6-4 Tel 06-6934-2121
東京支店 東京都荒川区西日暮里5-7-2 Tel 03-6806-7207
深江工場 大阪市東成区深江南1-5-24 Tel 06-6981-6981

DAIDO PRINTING
http://www.daidoprinting.com

Horizon
Change the focus

「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

ホリゾン・ジャパン株式会社 www.horizon.co.jp
 本社 〒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
 東京支社 〒132-8562 東京都江戸川区松江5丁目10-9 TEL.03(3652)7631(代) FAX.03(3652)8083
 京都支社 〒601-8206 京都市南区久世大藪町510 TEL.075(933)3060(代) FAX.075(933)4025
 福岡営業所 〒813-0034 福岡市東区多の津4-12-17 TEL.092(626)8111(代) FAX.092(626)8112

FUJIFILM
Value from Innovation

Revoria™

Revoria™ (レヴォリア)は
富士フイルムビジネスイノベーションによる
プロダクション・プリンティング・ソリューションの
ブランドです。

わたしたち富士フイルムビジネスイノベーションは、
皆様と共にプリントビジネスの可能性を広げ、
富士フイルムグループの一員として
真に価値ある製品やサービスの創出に貢献します。

富士フイルム ビジネス イノベーション株式会社 <http://fujifilm.com/fb>
 〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-3 TEL:03-6271-5111(代表)

FUJIFILM、および FUJIFILM ロゴは、富士フイルム株式会社の登録商標または商標です。
Revoria、Revoria ロゴ、Revoria Press、Revoria Flow、および Revoria One は富士フイルムビジネスイノベーション株式会社の登録商標または商標です。

無料! 各種相談のご案内

大阪印刷会館にて開催 **予約制** オンライン Zoom対応もOK

お申し込み・お問い合わせ
大印工組事務局
TEL.06-6353-3035
info@osaka-pia.or.jp

労務相談 労務顧問の中尾文彦先生にご相談ください。
12/22(金)、1/15(月)、1/26(金)
【ストレスチェックについて】【残業時間】【就業規則】等

税務相談 税務顧問の森田昌宏先生にご相談ください。
令和6年 1/12(金)、2/9(金)、3/8(金)
【消費税】【税金】等

法律相談 法律顧問の河端直先生にご相談ください。
12/20(水)、1/17(水)、2/21(水)
【著作権】【著作権】【事業承継・廃業支援】等

※新型コロナウイルス感染拡大の状況により
開催を中止させていただく場合があります。

FUJIFILM
Value from Innovation

**お客さま一社一社の
変革ストーリーを、共に紡ぐ。**

FUJIFILM
最適生産ソリューション

富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社 富士フイルム ビジネス イノベーション株式会社

組員員[約400社]や外部に向けて自社の魅力をアピール!

PRINTING OF OSAKA
PRI・O に広告を
出しませんか?

随時受付中 **06-6353-3035**
大阪府印刷工業組合 担当:大喜多まで

企画から美術印刷まで

お客様のニーズに応える...

化粧品、医薬品メーカーとタイアップして
デザインからパッケージまで
高級美術印刷を一括受注製造
個性のある付加価値の高い製品創りを
行っています

●化粧品、医薬品などのパッケージ・ラベル・能書・説明書・ディスプレイ・カレンダー・
ポスター・カタログ・チラシ・パンフレット・リーフレット・その他美術印刷

時代の感性を包む
岡本印刷株式会社

本社・工場
〒582-0027 大阪府柏原市円明町1000-29 TEL072(976)0861 FAX072(977)7079
営業統括本部
〒582-0027 大阪府柏原市円明町1000-29 TEL072(978)1160 FAX072(976)3735
東京営業所
〒105-0013 東京都港区浜松町2-12-9 倉田ビル2F TEL03(5733)2577 FAX03(5733)2578

KOMORI

CONNECTED AUTOMATION

印刷会社のスマートファクトリー化を
実現するソリューション

MADE IN JAPAN WITH STATE-OF-THE-ART TECHNOLOGY

株式会社 小森コーポレーション www.komori.com
 本社 〒130-8666 東京都墨田区吾妻橋 3-11-1 TEL.03-5608-7806
 西日本支社 〒536-0016 大阪府城東区蒲生 2-11-3 TEL.06-6939-3051

超! 高速

特許取得
オリジナルの先端技術!
オフセット輪転機で抗菌加工

期待を 超える!
印刷の枠を 超える!
想像を 超える!

SIAA
ISO 22196
抗菌加工

株式会社 **高速オフセット**
KOUSOKU OFFSET CO.,LTD.

大阪府西区北堀江2丁目5番24号 KOUSOKU堀江ビル
Tel.06-6556-6500
詳しくはWebサイトへ▶ www.kousoku-offset.com

ライメックス
LIMEXシートの取り扱い開始!!

LIMEXシートとは...

石灰石から作られた
耐水性、耐久性に優れた
環境にやさしい新素材

SDGs・減プラに対応

名刺、ポスター、ラベル、タグ、メニュー
地図、POP、クリアファイル
電飾フィルム、横断幕、折箱などに最適

レジ袋、ショッパー、ごみ袋も受注生産
にて対応可能

KAMIX
PAPER SOLUTION COMPANY
KAMIX 株式会社 (カミックス)

高井田支店: 〒577-0066 大阪府東大阪市高井田本通 6-2-10
TEL: 06-6785-1036 / FAX: 06-6785-1039

今月号の
用紙 **シルバーダイヤS**
(塗工紙・104.7g/m² A/Y (57.5)) (表紙・本文とも)

当社A2マットコート紙の関西以西限定銘柄です。伝統技術と長年の経験を継承し、お客様の
声を取り入れながら造り上げた、西日本で最も品質に定評のあるマットコート紙です。

用紙提供: 日本製紙(株) 関西営業支社 印刷用紙グループ TEL.06-6363-7184

デザイン・制作: (有)ティーズ/印刷: (株)ハラタ