

# 平成 20 年度 事業計画書

## 基本方針

### 再生紙偽装に直面した印刷産業

平成 20 年度の経済環境は、政府見通しで実質 GDP 成長は 2.0%と見込まれ、多くの民間調査機関でも 2%前後と底固い成長を予測している。ただし、米国のサブプライムローン問題や原油が 1 バレル 100 ドルを超える高騰によって年度前半の景気減速が見込まれ、国内では株価の急落、円高や建築基準法改正に伴う混乱も不安要素である。政府見通しでは、企業の底固さ、民需・個人消費の緩やかな改善を見込んでいる。緩やかな景気拡大は歓迎すべきことであるが、未だ地方と中小企業の活性化には至っておらず、物価上昇傾向の中で輸出依存の我が国経済の伸長は予断を許さない。

格差社会の広がり、消費の冷え込み、長引く出版不況、原材料・資材・ガソリンの高騰、顧客による各種情報処理の内製化など情報化社会の大きな構造変革が進行している。

印刷業界は、平成 20 年年初に発覚した再生紙の古紙配合率偽装（エコ偽装）事件によって印刷の根幹に関わる再生紙の偽装問題という空前の危機に見舞われている。さらに、大豆油インキの成分偽装も発覚した。環境対応に必死に取り組んでいる最中の事件だけに、対ユーザーへの製造物責任を如何に果たすか？ グリーン購入法との絡みも踏まえ、印刷・複写・紙製品業界と共に重い課題が投げかけられている。製紙・インキ業界に対しては、毅然たる態度で姿勢を糾さなくてはならない。

原油価格の高騰による製版用フィルム、PS 版・CTP 版、インキの値上げ、ガソリン代の値上げがあり、一方印刷単価は下げ止まったまま、受注量総体の減少で多くの企業が経営環境の悪化をきたしている。

平成 18 年の工業統計速報値（10 月発表）によると、全国の印刷出荷額（4 人以上）は 6 兆 7,769 億円に落ち込み、平成 14 年に比べ 8.6%減少した。事業所数も 1 万 6,456 社とこれも 4 年前に比べ 3,037 社（15.6%）減、とりわけ東京都・大阪府の減少の大きさが気にかかる。従業者数も 32 万 8,002 人でこれも 4 年前に比べ 3 万人 10.6%減少した。

出荷額の減少は確実に市場の縮小を意味している。特に東京都の最大の地場産業である印刷産業の落ち込みは、他産業に比べても大きい。その原因は、過当競争の激化、携帯電話・インターネットの発展、大手印刷業者による大量の個人情報漏洩事故をはじめとした情報セキュリティへの要求、再生紙偽装を含んだ環境問題への対応が信用問題ともリンクし、需要構造の変化として表れる可能性もあり、個々の企業の対応では如何ともしがたい課題でもある。加えて、プリントオンデマンド（POD）市場の拡大が「印刷」出荷額の減少に影響している。印刷価格下落のみならず業務用印刷物の減少、枚葉印刷から低価格

対応のオフ輪市場へのシフトも見逃せない。これは顧客ニーズに、「情報の処理・加工」総体でサービスを提供する必要性が迫られている。また郵便局の年賀状名入れ印刷に始まった印刷分野への進出、今後予想されるダイレクトマーケティング分野への参入も予断を許さない。

“危機管理”も必須課題である。各種偽装問題や個人情報・機密情報の漏洩などのリスクに備えるため、業界団体・各企業としてリスクマネジメントの方策と体制づくりを講じる必要がある。ISO9001、14001、27001 やプライバシーマークなどの各種マネジメントシステムを導入する企業が増えているように、PDCA（プラン・ドゥ・チェック・アクト）サイクルを回す企業運営を行うことが重要である。

#### 顧客感動を呼び、顧客価値を追求する業界へ

東京グラフィックスのスローガンは前期を引き継ぎ『顧客価値を追求する熱い集団』として、「ジャグラ・ビジョン 2010」を基本に新しいマーケットの創造を模索し、経営管理能力の向上（MIS）、マーケットを絞り込む特化型戦略、他社との差別化戦略等を各社が構築しなければならない。そのための業界としての支援、とりわけ作業交流の拡大によって、各社が自社の強みを最大限生かし、業界内の活性化を図りたい。そうした流れを定着させ、売上・利益の拡大の一助となる実績を上げていきたいと考える。そして名称も新たに 9 月に開催される「PRIMEDEX TOKYO 2008」を利用した情報提供や場作りを行う。全会一丸となって会員の多様なニーズに応え参加型の活動を展開し、マーケティング活動を重視し、Web 関連ビジネスの研究、新市場開発、販売促進、作業交流、会員ネットワークの強化、ビジネスモデルの提示によって会員企業の活力を甦らせ、明るく元気で求心力に溢れた業界に再生させたい。

#### 個人情報保護とプライバシーマーク制度の推奨

個人情報保護法への対応として、平成 18 年にプライバシーマーク付与指定機関に認可され、昨年 5 月にはジャグラも付与指定機関に認可され、一本化した。当会では引き続き付与認定審査を続行している（2 年間の累計で 68 会員）。並行して経済産業大臣認可の認定個人情報保護団体としての活動も行っている（苦情は 0 件、相談件数は前期 15 件）。今期も「プライバシーマーク制度」付与の積極的推進、個人情報保護に資する活動を強化する。因みに、東京グラフィックス会員のプライバシーマークの認定件数は 77 社を数えている。

従業員の教育・研修事業では、新技術への対応と同時にプリプレス、データベース、Web ビジネス、プレス、ポストプレス、営業、工程管理、環境対応と企業の基盤をなす研修も従前にもましてキメ細かい教育カリキュラムの提供と研修を実施する。カラー印刷技術についてはカラー化促進を図るために、カラー印刷技術の「継承」を含めた教育・経

験交流さらに標準化のツール作りに力を注ぐ。

地球環境保全、リサイクルも印刷産業にとって看過できない。今夏には洞爺湖サミットが開催され、環境への対応は一層強化される。再生紙偽装を教訓に印刷物の製造者責任を自覚し、グリーン購入法に基づく自主基準「日印産連・オフセット印刷ガイドライン」の遵守、VOC 対策をはじめ、CO<sub>2</sub> 削減等、確実にできる所から会員全員で環境に配慮した事業運営にあたる。加えて、産業廃棄物の適正処理にも腐心する。また、9 月に開催される PRIMEDEX TOKYO 2008 は環境とやさしさがキーワードになる。東京グラフィックスも一翼を担い成功に万全を期す。とりわけ会員によるビジネス交流の促進、テーマ館の運営、各種セミナー、CG-ART 展（当会が主管）等で協力していく。

#### 委員会の活性化と財政問題

前期から東京グラフィックスは会員減少に歯止めがかからないが（平成 19 年度は 12 社入会、24 社退会 = 2 月末現在）、今期は増勢に転じたい。しかしジャグラの地方会員の減少は続き、東京グラフィックスがジャグラに占める割合は 35%を超えている。それだけ当会のジャグラ運営における責任は重くなっている。

委員会構成は前期の通りとし、経営革新・環境（1、2、5 号事業）、Web 戦略（1、3 号事業）、次世代事業（2、4 号事業）、総務（3、6 号事業）、カラー印刷技術（ジャグラとの合同）、個人情報保護（ジャグラとの合同）の 6 委員会を常設委員会とし、委員の選任方法、委員数には拘らず委員会の活性化を模索する。

財政問題は待ったなしの状況にある。「赤字体質」からの脱却のために各種事業を精力的に実行しなくてはならない。そのために事業（会議）の効率化、事務局のスリム化（職員の減員）・合理化（ジャグラとの一体化を含め）、諸経費の見直しを進め、他方、事業収入の拡大を真剣に追求し、収支の健全化を図る。

また情報提供・交換には細心の注意を払い、Web の充実とりわけホームページ上でのスケジュール、理事会・委員会・支部の動きを正確に掲載し、併せて機関誌・メールニュースの有効利用により、タイムリーな情報の受発信、コミュニケーションの効率化によって業界と会員が一体感を持てる新しい活動スタイルを構築する。

加えて、地域の活性化は東京グラフィックス全体の活動の源泉であることから、本部活動と地域が両輪となって業界活動を推進する。他には、会の独自性を保ちつつ東印産協、東政連等を通じ諸要求の貫徹のために、これまで同様、他団体との連携も積極的に行い、これからの東京の印刷産業再生を目指したい。

#### 事務局機能の向上とスリム化

最後に事務局の充実がある。会員満足に徹するには、日常業務事務の合理化・効率化の追求、そして会員への奉仕の精神を前面に、細分化している会員ニーズに応えなくてはな

らない。また多くの「情報」をわかりやすく整理し、会員動向に配慮し、印刷技術、教育面の強化、プライバシーマーク制度のサポートを行う。また様々な質問・要望に極力応えうる事務局としての機能を持たせ、個別課題には専門家等との連携を図り会員メリットを享受できる運営を目指す。

しかし、今期より職員を減員することから、ジャグラ事務局との協力体制を強化しつつも会員サービスは低下を余儀なくされる恐れもある。

いずれにしても、業界は会員企業の発展のために存在するという大原則を確認し、厳しい環境を打破し、よりよい東京グラフィックスとなるように活動することを基本に奮闘したい。以下、公益的な事業、各事業計画を提案する。

## 公益的事業の推進

個人情報保護、環境保全、印刷の普及・啓発、雇用促進

会員企業による印刷を通じた社会への貢献はもとより、東京グラフィックスとしての公益的な事業を以下のように進める。

都民からの印刷に関連する多様な相談・質問については、会員企業・事務局が対応する。特に、個人情報保護法の施行に伴い、印刷業界内外への個人情報保護の必要性を訴え、プライバシーマーク制度の普及のために、プライバシーマーク付与指定機関はジャグラへ移行したが以前と同等の活動を行う。同時に認定個人情報保護団体として会員内外・一般都民からの相談・苦情を受け付け、対応にあたる。

環境保全・公害防止、資源リサイクル事業は、業界にとって最も重要な公益性の高い事業と考えている。再生紙の古紙配合率偽装という大きな問題を受けて、用紙の有効利用を図るためにユーザーと一体となって再生紙問題への対応を進める。同時にグリーン購入法に基づく日産連・オフセット印刷ガイドラインの見直しも提案していく。公害防止では、産業廃棄物処理の適正化・減量化の促進と PRTR 法、改正大気汚染防止法に伴う VOC 排出削減の努力、東京都環境確保条例への対応・周知を急ぎ、化学物質管理方法書の作成、CO<sub>2</sub> 削減へ努力する。

都民への印刷の普及では、都民への印刷技術の公開及び情報発信については東京グラフィックスホームページを充実させ、より広く公開する。今年度は、「PRIMEDEX TOKYO 2008」が開催されるが、ここでも印刷業者自らが情報発信を行うと同時に一般都民へ印刷への理解を促進させる。

都民の雇用創出は、東京都立職業能力開発センター（旧・都立技術専門学校）からの求職、その他デザイン系学校との連携を強化し、東京都中小企業団体中央会と協力して若年層の雇用促進・安定に努める。高年齢労働者の雇用促進、身体障害者の雇用・定着にも努める。

2年間にわたり実施してきた東京労働局の助成金事業「65歳雇用導入」の継続的啓発、「労働時間等設定改善法」に基づいた労働時間短縮事業、いわゆる『ライフ・ワーク・バランス（仕事と生活の調和）』の普及・定着を進める。

最後に、公益法人改正については12月に関連法規・条例が整うことから、当会が選択する「一般社団法人」か「公益社団法人」かの方策を検討し、引き続き公益的事業を推進し、一般都民・消費者に向けた事業展開を図る。

## 事業計画

項目の（ ）内は所管委員会名。

### 1. 企業経営および技術に関する調査研究（1号事業）

「マーケティング・販路拡大・新商品開発」の研究・実践（経営革新・環境委員会）  
会員相互のコラボレーションによる新市場開拓・新商品開発を目的として、会員企業の保有するオリジナル商品・アイデア商品や、特殊加工・専門技術等を紹介する。そこでは、関連する異業種とのコラボレーションも図り「アイデア商品展示会（仮称）」を定期的開催（年2～3回）する。顧客や一般都民・消費者への紹介も行う。

会員企業が顧客や一般都民・消費者へ配布できる営業ツールとしての“リーフレット”（月替わりの読み物、アイデア商品や特殊加工等の紹介）を企画・製作する。このデータをホームページにアップして、会員企業が適宜ダウンロード・加工・出力できる仕組みを提供する。

印刷関連技術の調査・研究（経営革新・環境委員会、自主研究会）  
会員企業の業務（データ処理、DTP、印刷、加工など）における「事故事例」とその「解決方法」を収集して、データベース化する。  
成果は、ホームページ・機関誌等で発表する。  
その他、印刷関連技術について、有志によるテーマごとの研究会（部会）において、調査・研究する。  
成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

印刷経営関連問題の調査・研究（経営革新・環境委員会、自主研究会）  
印刷業の経営関連問題について、有志によるテーマごとの研究会（部会）において、調査・研究する。  
成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

カラー印刷標準化、カラーマネジメント技術の研究・啓発（カラー印刷技術委員会）  
ジャグラと合同で、カラー印刷技術の向上や標準化、およびカラーマネジメント技術等  
について調査・研究する。

成果は、PRIMEDEX TOKYO 2008 での発表のほか、必要に応じてセミナー・ホーム  
ページ・機関誌等で発表する。

原価意識高揚事業と官公需入札の改善（経営革新・環境委員会）

コスト・原価意識高揚運動を掲げ、適正原価の把握、MIS の考え方の徹底を図る。

印刷産業全体で価格問題を取り上げていることから、東京グラフィックスとしても、コ  
スト上昇への対応と、印刷発注者や一般都民・消費者へ向けた価格回復についての啓発を  
検討する。

東京都における印刷物の入札制度については「物品購入」扱いから「製造請負契約」へ  
の変更が認められたが、引き続き、最低制限価格制度の実現など入札方法の改善を求めて  
いく。また、電子入札に関するフォーマット（仕様書、見積ソフトの利用）などについて  
調査・研究するとともに、東京都、区市町村への要望の実現を周辺業界との協調によって  
進める。

労務環境整備事業（経営革新・環境委員会）

会員企業の労務環境問題について、とりわけ前年度に取り組んだ労働時間短縮とライフ  
ワークバランス（仕事と生活の調和）の普及・啓発を行い、改善の方策を研究する。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

個人情報保護の研究（個人情報保護委員会）

ジャグラと合同で中小印刷企業における個人情報保護の問題について、調査・研究する。  
個人情報保護業界ガイドラインの見直しを継続的に行うとともに、個人情報保護の問題に  
ついて会員企業への支援と相談を行う。

また、プライバシーマークの普及・啓発を推進する。

このほか、個人情報保護法に基づく認定個人情報保護団体として、一般都民・消費者か  
らの個人情報に関する相談・苦情を受け付けるとともに、研修会を実施する（年 1 回）。  
その他、関連機関との連絡・協力をを行う。

東京グラフィックス青年部『次世代の会』の運営と関連団体青年部等との連携

（次世代事業委員会）

東京グラフィックス青年部『次世代の会』を運営し、関連団体青年部との連携を通して、  
若手業界人の育成と相互交流の場を提供する。また各地域次世代の会への支援を行う。

また、事業承継・後継者問題の研究会を次世代事業委員会と経営革新・環境委員会と合同で情報交換、懇談会の開催（年1回）を行う。

#### CSRの研究（経営革新・環境委員会）

顧客や一般都民・消費者に対するCSR（Corporate Social Responsibility = 企業の社会的責任）について研究する。グラフィックサービス工業として、環境や地域社会への貢献などを通して社会的責任を果たすべく、CSRの概念と実践方法について調査・研究する。成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

#### Web活用の戦略研究と実践（Web戦略委員会）

これからの東京グラフィックスの魅力・財産・武器になり得るようなWebの活用方法・コンテンツ等について企画・研究し、ホームページ構築・運営に反映させる。

また、Web上で同業・異業種交流を行う仕組みを研究する。

委員会において、委員持ち回りの「ミニセミナー」を開催していく。（年4回）

業界団体が行える研究・開発事業は、財政面で難しい条件もあるが、今後の方向性を模索するテーマを定め、実施する。

#### 「ビジネス交流名簿」の拡充とWebでの公開（総務委員会）

会員企業の保有する、会員相互のビジネス交流に活用できる技術・設備をはじめ、オリジナル商品・アイデア商品や、特殊加工・専門技術等のデータを収集し、データベース化する。これをホームページなどにアップすることで、会員企業の情報共有を図る。

## 2. 人材の確保・育成事業（2号事業）

#### 能力開発推進事業（経営革新・環境委員会）

会員企業に必要な従業員の能力開発を推進する。

企業内の教育システム、能力開発について研究する。東京都、東京都中小企業団体中央会、各教育機関等の協力を得て実施する。

#### 東京都立職業能力開発センター、各種学校等との協調

（経営革新・環境委員会、次世代事業委員会）

印刷業界の要求に応えられる雇用の協力と、インターンシップの受け入れ、業界内における人材の再教育（向上訓練）を、都立中央・城北職業能力開発センター、日本プリンティングアカデミー等と協調して行う。

都立中央・城北職業能力開発センターの向上訓練（オーダーメイド講習）の、企画・運

営を行う。

経営革新・環境委員会と次世代事業委員会の合同で、日本プリンティングアカデミー等の学生との交流の機会を設ける。印刷・グラフィックサービス工業への就業を目指す学生へ、業界のPRを行うとともに、彼らの質疑にも応答する場とする。

若年者雇用促進対策（経営革新・環境委員会、次世代事業委員会）

東京都中小企業団体中央会とタイアップした若年者雇用研究や日本版デュアルシステムの試行事業を専門学校の協力を得て実施する。

高齢労働者の雇用対策（経営革新・環境委員会）

少子高齢化社会の中で、業界内高齢労働者に対して、前年度に取り組んだ65歳雇用導入プロジェクト事業を継承し、啓発を行い、雇用、年金対策を考える。

「印刷の基礎知識」テキストの発行（経営革新・環境委員会）

「これだけは知っておきたい印刷の基礎知識」の改訂版の発行を行う。

### 3. 都民への印刷技術の普及・啓発事業（3号事業）

都民・エンドユーザーへの印刷技術に関する啓発事業（総務委員会）

一般都民・消費者向けに「グラフィックサービス工業」を紹介し、印刷・情報サービス技術に関する啓発を行う。「PRIMEDEX TOKYO 2008」へ東京グラフィックスとして出展する。

この他、地域及び会員が参画する地方自治体の産業展等への支援等を行う。

東京グラフィックスが所有する印刷関連書籍・資料については、一般都民・消費者の求めに応じて公開する。

一般都民・消費者からの“印刷”に関わる疑問・質問を受け付ける。同時に、印刷に関連する情報等をホームページに公開し、普及・啓発を図る。

月刊「東京グラフィックス」誌の発行（Web戦略委員会）

月刊「東京グラフィックス」誌を発行し、会員・非会員、関連業界、および一般都民・消費者に対して、業界活動や、印刷関連技術および経営等の情報を、広報する。

機関誌とホームページのコンテンツを有効に相互展開する。

東京グラフィックサービス工業会の宣伝広報活動（総務委員会）

東京グラフィックサービス工業会の事業全般について、「PRIMEDEX TOKYO



2008」や、地域産業展等を通じ、広く一般都民・消費者に広報する。

#### 組織の拡充（総務委員会）

当会の対外的な PR と、業界周辺の未加入業者の加入促進によって組織化を推進する。

会員の退会防止に努め、強固な団体を目指す。“魅力ある東京グラフィックス”を考える研究を行う（年 1 回）。

また、各地域（支部）の活性化を促進するために、会員ニーズに即した幅広い（例えば年齢層毎、課題毎...）会合・行事の支部合同による開催を促す。

このほか、賛助会員懇談会の開催などにより、賛助会員との連携を強める。

#### ホームページの更新・運用（Web 戦略委員会、各委員会）

ホームページや e-mail による情報提供・コミュニケーションの充実を図る。ホームページの利用向上を図るため、コンテンツを充実させる。

各委員会は、ホームページのコンテンツの充実を図るために、連携を密にして情報交換に努める。また、ホームページを情報発信に活用して、会員企業をはじめ、一般都民・消費者へ情報を提供する。

このほか、東京グラフィックス各地域（支部）ホームページの運用支援を行う。

#### ジャグラ BB の活用（Web 戦略委員会、各委員会）

ジャグラ BB の全会員視聴を継続し、情報提供のみならず企業内教育等活用方法を研究し、番組コンテンツの提供や強化をジャグラへ要請する。

## 4. 講習・研修会事業（4号事業）

#### 営業マン育成事業（次世代事業委員会）

会員企業および関連企業の、営業担当者の資質向上を目的とした、セミナーを年 1 回以上開催する。

#### 各種オペレーター育成事業（次世代事業委員会）

会員企業および関連企業の、プリプレスおよび印刷・製本担当者の資質向上と新技術の習得を目的とした、セミナーを年 1 回以上開催する。

#### 技術セミナーの開催（次世代事業委員会、各委員会）

会員企業および関連企業向けに、他の委員会と連携をとり、印刷関連技術のセミナーを年 1 回以上開催する。

経営セミナーの開催（次世代事業委員会）

会員企業および関連企業の経営者、経営幹部向けに、経営問題のセミナーを年 1 回以上開催する。

各地域（支部）におけるセミナー・講習会等の支援

（次世代事業委員会、個人情報保護委員会）

各地域（支部）においてセミナーや講習会を開催する際に、カリキュラム提案や講師紹介等を行う。

このほか、各地域（支部）において、個人情報保護法やプライバシーマーク制度についてのセミナーを開催する。

## 5．公害防止・リサイクル等事業（5号事業）

各種公害防止対策事業（経営革新・環境委員会）

各種公害防止対策について研究する。業界として自主的な取り組みを継続する。

再生紙の古紙配合率偽装問題への対処をはじめ、グリーン購入法、PRTR 法・大気汚染防止法等への対応、東京都環境確保条例への対応、VOC 対応を図る。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

ゴミ、資源リサイクル対策事業（経営革新・環境委員会）

ゴミ、資源リサイクル対策についての研究では、容器リサイクル法等の研究、廃棄物処理、廃棄物の減量化の研究を行う。ユーザーと協力してグリーン購入法への対応として日印産連「オフセット印刷ガイドライン」の活用を図る。また、日印産連「グリーンプリンティング（GP）マーク」取得を推奨する。

成果は、必要に応じてセミナー・ホームページ・機関誌等で発表する。

工場見学会（経営革新・環境委員会）

環境問題に関連する工場見学会を実施する（年 1 回）。

## 6．関係機関との連絡・協力事業（6号事業）

関係官庁、関係各機関との連絡・協力事業

業界の指導官公庁である経済産業省、厚生労働省、東京都をはじめ、東京都印刷産業団体協議会、各関係機関と連携を保ち、一般都民・消費者の生活に資する各種事業を行う。

## 7. その他の事業（7号事業）

「PRIMEDEX TOKYO 2008」への参画

9月18日から3日間、池袋・サンシャインで開催される「PRIMEDEX TOKYO 2008」は、当会も実行委員会の構成団体として企画・運営に参画し、業界のみならず一般都民・消費者、学生の参加も呼び掛け、印刷・情報産業をPRする。

CG-ART展の実施

「PRIMEDEX TOKYO 2008」の企画の一環として隔年で当会が主管しているCG-ART展を実施する。このコンテストは広く一般都民・消費者、学生を対象に、コンピュータグラフィックスによる動画、静止画の作品を募集し、東京都知事賞、産業労働局長賞等を授与する。