

平成 21 年度 事業計画書

基本方針

「100年に一度」の不況下の印刷産業

平成 21 年度の経済環境は、政府見通しで実質 GDP 成長はゼロないしマイナスと見込み、多くの民間調査機関でも悲観的な見通しとなっている。「100年に1度」と評される世界同時不況は20年10月以降一気に加速し、国内でも株価の急落、円の独歩高、派遣切りが象徴するように雇用不安の波も押し寄せ、一方で政治の閉塞感も手伝い、年央までの楽観論から一転、先行きの不透明感が増しており、年内の景気回復は期待薄である。自動車を中心に輸出が牽引してきた日本経済だが、雇用環境の悪化、消費マインドの冷え込みにより内需主導の経済運営を指向しても急な舵取りは難しく、まして地方経済と中小企業には深刻な情勢が続くと見るしかない。ただ、米国のオバマ新大統領の指導力、とりわけグリーン・ニューディール政策は日本の環境問題にも参考になろう。東京都では2016年の東京オリンピック・パラリンピックの誘致の成功に期待がかかる。

格差社会の広がり、衝撃的な犯罪の多発による社会不安の増大、消費の冷え込み、他方IT・モバイルの急伸による顧客・消費者の各種情報処理の変化等で、情報化社会は大きな構造変革が進行している。

印刷業界は、長引く出版不況（雑誌の相次ぐ廃刊）、チラシをはじめ商業印刷物の減少、一層の過当競争の激化、...と単価の下落のみならず「仕事がない」という現実に直面している。資材面では原油価格の高騰による製版用フィルム、PS版・CTP版、インキの値上げがあり、原油価格が急落してきた時点でも資材価格の高止まりが続き、受注量総体の減少が続き、国内官民全業種の落ち込みという戦後経験したことのない事態に、殆どの印刷企業で経営環境の悪化が深刻化している。

平成 19 年工業統計速報によると、従業者 4 人以上の印刷・同関連業の事業所数は前年比 7.9%で1万6304事業所、従業者数は同 4.5%で33万3435人、ただし出荷額は6兆9116億6900万円となり、10年振りにプラスに転じているが、20年度の落ち込みは避けられそうもない。

印刷業が構造不況に陥っている原因は、景気の長期にわたったプラス成長にも関わらず廃業・倒産の増加は、過当競争の激化、インターネットの発展、「入力」業務の激減に加え、顧客自身による“印刷・コンテンツの内製化”に拍車がかかり、「印刷」を巡る需要構造の変化と捉えなくてはならず、個々の企業の対応だけでは如何ともしがたい課題である。また、プリントオンデマンド（POD）市場の拡大が「印刷」出荷額の減少にも影響している。業務用印刷物の減少、商業印刷物も枚葉印刷から低価格対応のオフ輪市場へシフトしていることも見逃せない。ただそのオフ輪市場でさえ、翳りが顕著となっている。これは「印刷」の顧客ニーズを見詰め直し、“印刷総需要冷え込み”時代にあって「情報の処理・加工」総体でサービスを提供し、印刷付帯サービス（ワンストップサービス）の展開によって業界の次の方向を探る時期に入ったとも云えよう。

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』、キャッチフレーズは『顧客感動』とする。「J a G r a 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（M I S）、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。なによりも個々の企業が明確な目標を掲げ、その実現へ向け、全社が一丸となり努力するしかない時期にある。業界はそうした個々の努力を様々な形で支援する。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、原価意識を向上し利益重視の経営、W e b 関連ビジネスの研究（W e b to P r i n t 等）、新市場開発、販売促進、会員ネットワークの強化、印刷付帯サービスへの取り組みの強化、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。そして 10 月に開催される「J G A S 2009」を利用した情報提供や場作り、恒例となった「明日へのコラボレーション展」を開催する。

また、昨年 J a G r a が実施した郵便局の年賀状名入れ印刷を契機に、今後展開されるであろうダイレクトマーケティング分野での協調も業界が主導する印刷需要掘り起こし策として前進させるべきであろう。

個人情報保護と人材教育・環境対応

個人情報保護法への対応として、平成 1 8 年にプライバシーマーク付与指定機関に認可されているが、一昨年からは J a G r a が付与指定機関に認可され、一本化された。当会でも引き続き付与認定審査を続行している。（3 年間の累計で 88 + 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、相談ともなかったが、会員企業の漏洩事故は前期 2 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 89 + 社を数え、会員の 20% を超えた。

従業員の教育・研修事業は、益々重要となっている。人材の教育なくして新技術への対応や市場への展開もできない。今期は各層に分けた研修活動の充実を図り、業界の人材力のアップを図る。プリプレス、データベース、W e b ビジネス、プレス・ポストプレス、営業、工程管理、環境対応、他に後継問題、技術の継承等、企業の基盤をなす研修・研究活動をキメ細かい教育カリキュラムの提供、研修会によって実現していく。これは、委員会主催以外に J a G r a D T P 教室の活用、都立中央・城北能力開発センター、日本プリンティングアカデミーとの連携を始め、支部の研修、「次世代の会」「レインボウ」自主研究会とも共同開催も行いたい。さらに、J a G r a が活路開拓事業で作成した D V D 教育ビデオ（全 10 巻）の利用を促進する。

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、さらにジャパンカラーに基づく標準化の研究を行う。

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。前期に作成した「まったなし・・・わたしたちは地球防衛軍」のリーフレットの活用をはじめ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、CO2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。

企業の社会的責任と貢献（CSR運動）が近年注目され、多くの業界・企業が取り組みを始めている。わが業界も情報セキュリティの強化、“地球環境の有力な防衛軍”としてCSR活動を通してより積極的に取り組んでいきたい。

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ず（21社入会、50社退会《予想》）、退潮傾向にある。今期はまず退会防止に努め、「支部員全員参加」のローガンの下、活性化に促す。しかしながら、昨今の経済状況から楽観視はできず、組織問題は大きな課題と捉えている。

委員会構成は、再編し、経営革新・環境（1号事業）、Web戦略（1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（JaGraとの合同）、個人情報保護（JaGraとの合同）の委員会に加え、教育担当理事を専任し、各委員会を横断する形で委員を募り整合性を図る。また、若年労働者、新入社員の採用、教育、技能継承についての研究も行っていく。

なお委員の選任方法、委員数には拘らず委員会の活性化を模索する。

会員相互・会員と委員会の双方向のコミュニケーションを強めるためにWebの「掲示板」機能の活用、地域（支部）とのジョイント企画の推進を図る。

財政問題は深刻な状況に至ってきた。前期には職員のリストラを実行したが「赤字」からの脱却はできず、会員減少による収入の減少は続く。そのために今期は事業（会議）の効率化、合理化（JaGraとの一体化を含め）、諸経費を見直しを進め、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・Webメルマガの有効利用により、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。

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、会員ニーズに即した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、東京都の印刷物の入札制度の改善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ない、これからの東京の印刷産業全体の協調を図る。

公益法人改革が進行している中で、当会も2年後を目標に公益社団法人か一般社団法人かの選択を行うべく、対応する。

事務局機能の向上

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・発信し、会員動向に配慮し、印刷技術、教育面の強化、労務問題、プライバシーマーク制度のサポートを行なう。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。J a G r a事務局との協力体制を強化し、機関誌の共同制作をはじめ会員サービスに努める。

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J a G r aへ移行したが以前と同等の活動を行い会員内外・一般都民からの相談・苦情を受け付け、対応にもあたる。

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。同時にグリーン購入法に基づく日印産連・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P R T R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、C O2 削減へ向けた努力、産業廃棄物のマニフェスト報告業務の周知を図る。

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。各行政区レベルの産業展における“印刷”の啓発活動への協力と同時に、今年度は、「J G A S 2009」が開催されるが、ここでも印刷業者自らが情報発信を行な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、東京都能力開発推進センター（旧・都立技術専門校）からの求職、その他デザイン学校との連携を強化し、東京都中小企業団体中央会等と若年層の雇用促進・安定に努める活動を行う。高年齢労働者や正規雇用を経験していない労働者の雇用促進、身体障害者の雇用・定着にも努める。

最後に、公益法人改正については、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、平成22年度移行へ向け、準備を進め、今期は引き続き

公益的事業の推進し、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、業界内にとどまらず関連する異業種ともコラボレーションも図り「明日へのコラボレーション展」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。各種データ類のマルチユース展開の研究を行う。

成果は、ホームページ・機関誌等で発表する。

その他、新しい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、タイムリーな課題を取り上げ検討する。同時に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、前期に実施したアナログ技術の継承の課題等について調査・研究する。また、今期からジャパンカラーの認証制度が始まる(日印機工:主管)ことから、検討を行う。

成果は、JGAS2009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）

労務環境問題については、労働安全衛生面での啓発を行う。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。その他、関連機関との連絡・協力を行う。

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ないし研究会の開催（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・異業種交流を行う一方、業界としての『Web 関連ビジネス』として Web to Print の仕組み等を研究する。

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・環境委員会ほか）

会員企業に必要な従業員の能力開発を推進する。

各委員会が行う教育研修事業を教育担当理事がスケジュール、カリキュラム等の整合を図り、階層・分野毎のテーマを調整し、効率の良い能力開発に努める。

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。

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・障害者の雇用促進対策（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、障害者雇用の研究を専門学校の協力を得て実施する。

「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。「JGAS 2009」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、ほか）

東京グラフィックサービス工業会の事業全般について、「JGAS 2009」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。

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（年1回）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、有用な作業交流のツールとして、また“掲示板”を通じた会員相互の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、更新を続ける。

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、セミナーを賛助会員とのタイアップも含め年数回開催する。

また、J a G r a が全国中小企業団体中央会の助成事業で作成した印刷の全工程を網羅した教育ビデオの活用を推奨する。

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。

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、産業廃棄物の適正処理を促進するとともにマニフェスト制度の徹底を図る。他に日印産連「グリーンプリンティング（GP）マーク」取得を推奨する。

以前作成した「環境チェックリスト」の見直し、環境関連法令をリストアップし活用を図る。

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。

環境見学会（経営革新・環境委員会）

環境問題に関連する見学会を実施する（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）

「JGAS 2009」への参画

10月6日から5日間、東京ビッグサイトで開催される「JGAS 2009」は、今年度最大の印刷関連機材店である。当会も会員企業と共に出席し、業界のみならず一般都民・消費者、学生らへ、印刷・グラフィックサービス業をPRする。