ビジネス玉手箱特集

緑友

全国印刷緑友会
http://www.greenfriend.jp/

「緑友 ビジネス玉手箱」の趣旨について

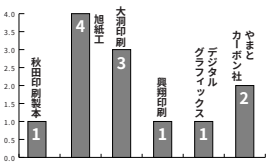
全国印刷緑友会　会長　岩重昌勝

緑友会の会員の皆様、こんにちは。平素より緑友会活動を支援していただき、心より感謝いたします。さて「緑友　ビジネス玉手箱」の第二弾の企画を実施に向けて動き出そうとしたところ事業自体が今ひとつ理解できていない会員の存在や事業そのものが緑友会の理念から逸脱しているのではという会員の声、一部の会員（特に常任幹事）だけの特権的な自己本位の事業にみえるので実施は反対だという会員の声等が寄せられました。平成19年度事業計画で本事業の実施は承認されておりますので、事業計画通り実施しても構わないのでしょうが全会員を対象に応募を求め、全会員へお届けすることを目的に実施する事業である以上、先に述べた様々な声を踏まえて誤解を払拭してもらい全会員の了解が無い限り強行することは差し控えるべきとの判断から今回このような手法を採らせていただきました。ご存知のように緑友会も創立50年を迎えましたし、総会・大会・セミナーを実施し、近年では関連他団体とも交流を深めてPrint-tやP-nextを開催しました。しかしPrint-t以外の事業では概ね交流・懇親が主でした。それなりの費用をかけて懇親だけでは今の業界環境での存在感は薄れると考えます。色々な仕掛けの中で得られた教訓や経験があって50年が紡がれたと思いませんか？ Webでしか知りえない遠方の会員会社の事業内容をその商品を手に取ることによって理解できる。もっと言えば、「あいつ、頑張ってるんだなあ。」という懇親会では嗅ぎ取れない刺激が得られるでしょう。「よし！負けちゃいられない。」という新たな決意が湧いてくるというものです。この双方向のやり取りが形作られれば今後は応募資格や送付先のバリエーションも色々とその他の意見では、「参考になりましたが（試みとしては素晴らしいと思いますが）企画の内容手を入れてブラッシュアップできると思います。立ち止まれば退行を呼び後は消え行くのみです。営利目的云々ではなく胸襟を開き「より良いものへ進化させる」緑友会独自の「仕組」に育てればと考えます。

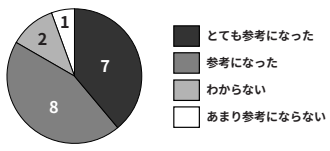
そういう訳で第二回目となる「緑友　ビジネス玉手箱」実現へのご支援とご協力、そして是非参加してくださいますよう宜しくお願いいたします。

緑友ビジネス玉手箱についてのアンケート

2．どの企画がよかったですか？



1．今回の企画全体についていかがでしたか？



として特別なものはありませんでした。

「企業同士のコラボレーション支援が具体化されているアイデア自身が良い」「緑友玉手箱自体は案は悪くないですよ。でもその内容は顧客視点が欠如していたのでは…」「今回の玉手箱を否定するつもりはありません緑友会のメンバーでビジネスをして見たい！　しましょう！」の藤田会長の熱き思いから実現したのですからこれでいいのです。ただ他の会員からは、印刷会社同士でやるよりも他の業種に売り込むなら参加したいという声もありました。そのへんのマーケティング観を整理してフィードバックして顧客にアピールしていく材料にするのも面白いと思うのですが、印刷会社用と個人もしくは一般企業向きと分けるということでしょうか」などがありました。

今後への意見・要望としては「普段印刷アイデア商品について見識を深める機会がなかなか無いので大変参考になりました。是非次回もお願いします」「参加企業交渉、発送等大変なご苦労だったと思っております。可能であれば第二回を期待しています」という声もありました。

全国印刷緑友会
http://www.greenfriend.jp/

〈今後の行事予定〉
2008年5月17日（土）
平成20年度 全国印刷緑友会
第51回神奈川総会

発　行：全国印刷緑友会
責任者：Y-ING やまなし情報メディア研究会
井上雅博
編集人：Y-ING やまなし情報メディア研究会
齊藤理

FAX不要な方はこちらへご連絡下さい

活用した会社の感想

三藤印刷株式会社　後藤規之

名古屋の後藤です。玉手箱について実際仕事をしたかどうかですが確かに仕事になりました。そもそも緑友玉手箱と言うものは文字通り玉手箱だから仕事に直結するんです。会員の各社それぞれ社歴の分だけ経験と試行錯誤を繰り返してきたはずです。その中で今の製品に辿り着いているものと思います。弊社の場合、極薄の段ボールにオフセット印刷をする手法を選択しました。勿論、機械メーカーや資材メーカーの協力を得ての話は申すまでもございません。ただ、長い歴史の中でカラー印刷の品質管理を活かしてチャレンジを試みたのですが意外にも化粧箱としての価値がある処に気がついただけの事です。特殊な技術が必要ではないし、要は、品質管理を印刷に取り入れた結果生まれた産物です。問題なのは市場が受け入れてくれるか否かが心配の種でした。玉手箱に登録した結果、九州の某会長の会社が地元で商品化に成功しました。勿論相談は事前に受けていましたが。緑友玉手箱の使い方は各社それぞれ選択すれば良いのではないのでしょうか。マーケティングとして使用するのもよし。販売路線拡大をねらうのもよし。仲間に商品化のアイデアを広く求めるのもよし。いろんな手法を試してみればよろしいのではないのでしょうか。

もっとも、釈迦に説法ですが、印刷商品が広く一般消費者に浸透させるには時間と労力が莫大にかかりますよね。ヒット商品の開発も同様です。

多くの仲間に知恵を授けてもらいながら温めれば有効活用の道は無限大なのではないでしょうか。

ダンディ後藤

旭紙工株式会社　井上豊史

当社は大阪で断裁・折り・中綴じ・無線綴じ・カレンダーなどの各種製本を行なっています。

24時間・365日の営業と機械台数により、そこそこの馬力はあると自負しているのですが、付加価値の低い製本加工だけでは先行きが非常に不透明です。

その不透明感を打破するために、特殊な折りや型抜き製本、当社オリジナルの加工などにチャレンジをしていますが、なかなか皆さんに知っていただく機会がありません。IGASやPAGEなどの展示会には積極的に出展していますが、もっと多くの方に当社の加工を知っていただき、利用していただきたい。その意味で緑友玉手箱は絶好のツールだと感じています。

昨年は参加させていただき、当社の「オリカレ」をご紹介させていただきました。反響としては、「オリカレ」そのもののお仕事は…ですが、カレンダー等一般製本のお話を数件いただきました。

当社のお客様は、ほぼ100％が印刷会社です。印刷会社の営業の方がお客様に新しい提案をしていただくことが、当社の仕事にも繋がると思っています。皆様に目新しい加工の提案をさせていただくためにも、また玉手箱があれば参加させていただきたいと思っています。

リレーエッセイ

私と緑友会

全国印刷緑友会
北部九州ブロック担当常任　原　健三
（佐賀県印刷人若楠会）

皆さんこんにちは。北部九州地区担当常任の原です。

私は今年めでたく５０歳を迎えることが出来ました。５０年の人生の半分以上を印刷業界で過ごしたことになります。業界に足を踏み入れたときは、まだ活版印刷がかなり残っていましたし、オフセット印刷といってもカラー印刷をする為に大きなカメラのレンズの前にフィルターを付け、裏の暗室に入って網点形成する為に、コンタクトスクリーンを色毎に角度を替え撮影をしている時代でした。その後スキャナが出来、ダイレクトスキャナが出来、手動の写植機から電算写植機へと変わり、セップスと言われる総合デジタル処理が出来る製版機が誕生し、ＤＴＰ、ＣＴＰへと製造過程のイノベーションが行われてきました。そして現在、これら生産工程の変革ではなく、社会構造の変化の中で業界は変革を余儀なくされています。厳密に言えば、業界ではなく各社それぞれが抱えている経営資源や、経営課題に合わせた変革を余儀なくされていると思うのです。したがって会社が変革するために、各県青年部が変革する為に、多くの答えを学ぶべきだと思うのです。

私の全国印刷緑友会の意味もそこにあります。次代を担う印刷経営者や、卵は大海を知るべきなのです。一社で出来ないこと、県単位で出来ない答えがそこに眠っていると思います。緑友会の良い所は、全国組織でありながらも会員であればいろんな交流が誰でも自分の意思で交流出来るところにあります。特にグループ長の方、どんどん若手の会員を押し上げていただきたいと思います。

一つお知らせがあります。会員減少に悩む佐世保若潮会が10月25日（土曜日）14時より佐世保セントラルホテルにおいて、九州沖縄大会を受けてくれました。当日会場近くで「佐世保よさこい祭りが開催中」です。佐世保バーガーのおいしいお店も近くにあります。

動機はともあれ全国で真剣に印刷経営や、業界存続に向き合っている仲間と交流をしてみませんか？ よろしくお願いします。

編集後記

今年度で、我が緑友会は、五十周年を迎えた。企業でいえば、老舗企業と言える。

帝国データバンク（TDB）の調査によると、倒産企業の年齢は、一九九一年当時は、社歴十年未満の会社が、全体の五十三％を占め、老舗企業（社歴三十年以上）の割合は、七％しかなかった。

それが、二〇〇七年の統計では、十年未満が二十一％、老舗企業は三十％で、二十年以上の企業で見ると、何と五十一％を占めるに至っている。つまり、社歴の長い企業ほど、危ないと思え。ということになる。

老舗企業の倒産理由、一番目に『過去の成功体験にこだわることで、変革が遅れている』が、挙げられていた。

我々の業界は、様々な業種の中でも、社歴の長い会社が多い業種であろう。この統計を待つまでもなく、これまでのやり方では、倒産は避けられないと思っている方は、多いのではないだろうか。

〝どう変わるか〟は、とても大事なことではあるが、〝まずは変えてみる〟も、とても大事なことだろう。

我々緑友会も、いつまでも、改革に敏感な若い組織でありたいものだ。日日是好日。

（徹熊）