月刊関複

2016 October
No.19
10

同い年夫婦、還暦を迎えました（写真提供：米田 和秀氏　株式会社日本工業社）

- 巻頭言⑱　井上正行（イコープリント）
- 平成 28 年度第 6 回理事会
- 企業訪問⑲　誠興社写真製本
- PP 取得企業紹介　京栄社
- PP 更新研修・東日本関複セミナー
- PP に関するご質問

関東複写センター協同組合

ビジネスを
変革する、
この表現力。

RICOH
imagine. change.

さらなる競争力が求められるプリントビジネスの第一線で、勝ち続けるために必要なのは、
変革し続けること、そしてそれに応える卓越した表現力を持つこと。
RICOH Pro C7110S/C7110/C7100S は、ポスターやカタログから、封筒、フォトブックに至るまで、
顧客のニーズに応えるさまざまな印刷物を優れた品質で自在に出力。
さらに、ホワイト印刷やクリア印刷を可能にする 5 色目トナーに対応しました。
できることが増えると、チャンスはもっと広がる。
かつてない表現力を持ったプリンターが、これからのビジネスを変革していきます。

RICOH Pro C7110s/C7110/C7100s

www.ricoh.co.jp/pp/pod/

※写真はRICOH Pro C7110S にオプションを装着したものです。

プロ、体感。

RICOH Printing Innovation Center ショールームスペース　お問い合わせ：050-3534-2121 ※ご利用は予約制となっております。詳細につきましては、担当営業または販売会社までお問い合わせください。
RICOH Pro をはじめ、プロダクション プリンティング ビジネスの新たなソリューションをご覧いただけます。また DTP セミナーも定期的に開催中。

この広告は、リコーが提供する新しいクラウドサービスである RICOH Clickable Paper サービス*に対応しています。 * iPhone/iPad/Android™ アプリケーション『RICOH CP Clicker』(無料)をダウンロードし、広告を撮影（クリック）すると、商品のスペシャルサイトなどインターネット上の関連情報をご覧いただけます。

株式会社リコー　〒104-8222 東京都中央区銀座8-13-1
リコージャパン株式会社 〒105-8503 東京都港区芝 3-8-2

※iPhone、iPadはApple Inc.の商標です。※iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスにもとづき使用されています。※AndroidはGoogle Inc.の商標です。

◆巻頭言18

「私の蕎麦打ち」

井上正行
(株)イコープリント

「私の蕎麦打ちのきっかけ」

私が蕎麦打ちを始めたのは今から６～７年前、私の誕生祝いに娘が何か趣味をと云うことで蕎麦道具一式をプレゼントしてくれた事がきっかけです。自己流ではままならず近くの蕎麦屋さんが蕎麦打ち教室を開いているとのことで友人に誘われて参加することにしました。最初のころはうまく蕎麦が繋がらず、持ち帰ってもまるで蕎麦団子を食べているようだと妻によく言われたものです。包丁もうまく使えず太さもバラバラでした。しかし諦めずに続けた甲斐があって、今ではうまく打て均一に切れるようにもなりました。蕎麦打ちで大切なのは、水回しと練り、そして延し、たたみ･切りです。私がよく打つ蕎麦は２･８蕎麦ですが、今では少し腕が上がって来ましたので10割蕎麦にも挑戦したりしています。

「蕎麦打ちに使う道具」

蕎麦道具はピン・キリですが、飽きがこない為にも少し良い道具を揃えるべきかと思います。必要なのは木鉢，麺棒、こま板、蕎麦切り包丁、量り、ふるい、刷毛、などです。私も最初は東急ハンズの蕎麦道具一式をプレゼントされたのですが、少し腕があがると良い道具がほしくなるものです、通販でも買えますが、浅草河童橋道具街に行くと何でも揃える事が出来ます。良いものは少しお金もかかりますが、使いやすく、大事にし、手入れも良くしますので、長い目で見たらお得です。

「春の花見・夏の納涼蕎麦打ち」

毎年春・夏には社員の希望により蕎麦を打ちます。お酒にバーベキー、20人分打った蕎麦があっという間になくなります。前日に出汁を取って蕎麦つゆも作ります。蕎麦粉やつなぎ粉は山梨の製粉会社から生わさびは長野の安曇野から直接取り寄せます。蕎麦打ちは一回１Kgを３回（20人分）を早朝から打ち午前中に仕上げます。薬味にはねぎや海苔、辛み大根、おろし、とろろなど好みの材料を手分けして用意します。これは社員の親睦や懇親が深められ有意義な会社の年中行事になっています。

関複 平成28年度第６回理事会を開く

個人情報保護体制認定制度の運営委員会を強化

関東複写センター協同組合（斎藤隆正理事長）は９月８日午後５時から、東京・春日の組合事務所で「平成28年度第６回理事会」を開催した。理事・監事・相談役の14人が出席した。

議案審議を前に斎藤理事長は「８月は理事会の開催がありませんでしたが、夏休み中のOFFモードから（組合活動を）ONモードにしていただき、後半の事業にご協力をお願いしたい」とあいさつを述べた。

以下の事項を確認・報告を行った。

① 日本ドキュメントサービス協同組合連合会（旧複写連）から全国大会（近畿大会）の案内が書面で送付されたと報告（斎藤理事長）し、不参加することを決めた。

② 「情報産業個人情報保護体制認定制度」運営委員会の機能強化について（大西茂事務局長）、運営要領の一部変更を報告。

③ PP認定証の発行者変更について（大西事務局長）、株式会社ISO研修評価機構の名称に関東複写センター協同組合・運営委員会を入れる。

④ 各部会活動 ●総務部（亀田真司部長）＝秋のバス旅行は11月12日と決定しており、旅行先には３案を提案し、その内の房総方面２案には総務部の一任となった。●事業推進部（柴田昌彦部長・大西事務局長）＝PP制度の更新・説明会・研修などの日程を報告。キヤノンコレモールの売上実績も報告。●広報企画部（米田和秀部長・早坂淳理事）＝月刊関複の発行状況と新規広告（日本紙パルプ商事）が11月から決まると報告。また表紙写真の提供を要請した。●教育情報部（平澤健一部長）＝関複セミナー「３Dセミナー」を11月11日に文京区・シビックセンター３A会議室で実施すると報告。●青年部（國井洋一部長）＝部会の活動は今後早めに進めていくと報告。

【広報企画部・編集会議】

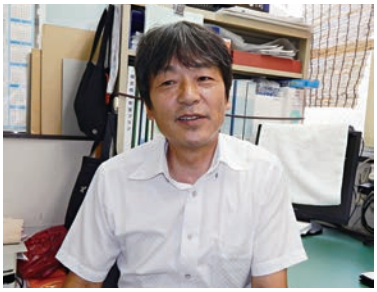
９月８日の午後３時から、組合事務所で関複機関誌「月刊関複」の編集会議が行われた。出席者は、関複から広報企画部の米田和秀部長はじめ早坂淳理事、細井武副理事長、大西茂事務局長と協賛会社からはキヤノンMJの小巻昭一氏・平野清氏・高浦かな子氏、富士ゼロックスの古屋淳氏、リコージャパンの床嶋邦臣氏など９人が出席し、10月以降の記事・編集内容について打ち合わせを行った。

理事会の模様

広報企画部の編集会議

企業訪問 ⑲ 誠興社写真製本㈱

職人技が光る手作業の製本に特化し差別化を図る



三井社長

1977年の創業以来、写真製本、特殊印刷物製本を手掛けているのが誠興社写真製本株式会社（東京都千代田区西神田２－７－２会澤ビル）である。同社は、ゼネコンや官公庁からの建設・土木関連の設計図、施工図などを製本、簡易製本するビジネスを主体にしている。デジタル化の中で特殊製本に特化し得意先を獲得してきた。システムによる自動化ができないため、経験とノウハウが必要な属人的な業務である。そのことから、人材育成の問題で悩みは尽きないという。しかし、職人技が求められる仕事だけに他社との差別化にもなっている。三井健一社長に仕事について話を伺った。

◆年間を通じて仕事量の平準化が目標に

かつて同社は、関東複写センター協組がプライバシー・ポジションマーク制度をスタートすることを聞いて正会員となった。

「PPマークを取得していますと、仕事の流れを問われた時、古紙の出し方から品質管理までしっかりとしている点をお話しできて、お客様に安心して仕事を発注していただくことを強調できるからです。その点がPPマークを取得した大きなメリットです」と、三井社長は語る。

同社は、ゼネコンや官公庁の建設・土木関連の設計図や施工図を製本にする仕事が主体であるが、ほとんどが手作業であるため、人手が大きなポイントになってくる。毎月コンスタントに仕事があればスケジュールも立てやすいが、繁忙期が３月、４月に集中し、その時期は毎日のように遅くまで仕事をすることになるという。つまり、閑散期との落差が激しいという問題で、三井社長はなんとか製本の仕事量の平準化をしたいとのことだ。

「当社のような手作業による製本は、技術を要しますから、アルバイトを雇ってすぐに仕事ができるかと言えばそうではありません。下積みで技術を習得し、仕事を覚えて１人前になれば、続けてくれる可能性が高いのですが、そこに行き着くまでに辞めていく若い人が多いわけです。なかなか定着してくれないのが問題です」と、雇用が最も頭を悩ませる問題になっている。

◆仕事は基本技術を覚えた後は自ら工夫を

「採用時の面接では、周囲の人たちのコミュニケーションは大切ですが、そのことに気をとられることなく、自分の目の前の仕事をいかにリラックスしてこなしていくかを考えてほしいと言っています」と、心の持ちようを新人に説くとのこと。また「仕事の基本的な部分は教えますが、実際に作業するのは本人ですから、作業自体は自分のやりやすいように工夫して取り組んでほしいと常々言っています。結局、最終製品がきちっとできていればそれで良いのですから」と、結局は職人の仕事になるから、技術を磨いて、自分なりの作業を工夫していくことが大切だと言うのである。

時代はデジタル化に突き進んでいるが、他社が真似できない手作業の製本づくりは依然として根強く、今後も求められる分野であるとのこと。「一般の製本会社には対応するのが難しい職人技で、それが差別化になっていますから、得意先のニーズに応えて今後も続けていきます」とのことだ。

今回は愛知県豊田市の株式会社京栄社を紹介します。

社員一人ひとりがしっかりと制度を運用して、セキュリティの強化につなげていく

【会社名】株式会社　京栄社
【代表者】代表取締役　久木田　幸繁
【住　所】愛知県豊田市曙町1丁目2番1
【連絡先】Tel　0565－28－3040
Fax　0565－29－1499
【e-mail】info@kyoueisha.co.jp

認定までの経緯

日常生活において名刺や顧客名簿、契約書などのユーザーの名前入りの個人情報を含む可能性のある書類、お客様の「お客様」の情報の管理を、今までのようにしていると、後で足をすくわれる重大な問題を発生させることになるかもしれないと考えました。個人情報保護に関する認識や体制づくりが対外的に求められていることもあり、社内的にも必要なことは十分認識しながらも、プライバシーマーク認定制度等では費用の面や取得までの経緯を考えると導入までに至りませんでした。

個人情報の取得においても社員全員が統一した認識がなく、その方法は私が「一級文書情報管理士」「準デジタル・アーキビスト」「オフィスセキュリティコーディネータ」の資格を持っていることもあり、社内独自の方法をとっていました。そんな中、PP（プライバシーポジション）のことを知り、当社にとっては適切な認証制度であると思い、早速認証取得の手続きを取らせていただきました。

今後の取り組みなど

これからも社員一人ひとりがしっかりと個人情報保護体制を理解し運用することにより、社内でのセキュリティ強化につながると考えております。更には対外的にも自信を持って対応でき、お客様との信頼関係をよりいっそう築いていけるようになると思っています。

株式会社　京栄社
代表取締役　久木田　幸繁

東日本地区で「PP維持･更新研修」を実施

個人情報漏洩の事例など４つのテーマで

東日本プライバシーポジション会（代表、渥美和彦）の第３回PP維持･更新研修会を９月３日に仙台市青葉区の「スタイラス」で行いました。

本年度のテーマは、「最近の個人情報漏洩事例」「個人情報漏洩対策の七つのポイント」「番号利用法施行による個人情報保護法の改正概要」「マイナンバー対応の具体的な内容と注意点」の４つのテーマでした。なかでも、特定個人情報等が漏洩した事例解説の際は、なぜ漏洩したのかという原因の追及とその対策が自社の規程類（特に、「個人情報共通管理規定」、「PC・情報システム管理規定」及び「教育規定」）と照らし合わせて不備がないかをチェックして下さいという講師の話を聞く姿が真剣でした。

また、当日参加できなかった東日情報処理センター㈱（宇都宮市）には９月６日に㈱コンサルティング・オフィスの代表取締役神田幸男氏が同社に出向き研修を終了しました。

神田氏が講師となって研修を

キヤノンMJ「キヤノンiPカレッジin品川」（８月度）開催

これからの経営にとって最低限必要な事業計画策定とは

キヤノンマーケティングジャパン（キヤノンMJ）が主催する『キヤノンiPカレッジin品川』（８月度）が８月26日午後３時から、東京・品川のキヤノンSタワーで開催された。

キヤノンMJでは、次世代を見据えたデジタルプリンティングに関わるさまざまな情報を、毎月のiPカレッジを通して提供している。今回は、(株)GIMSの中小企業診断士、寶積昌彦氏が「これからの経営にとって最低限必要な事業計画策定とは」の演題で講演した。

寶積氏は、この事業計画書は、補助金申請、金融機関との交渉、従業員に対する方針説明など様々な場面で活用できると必要性を説いた。その事業計画策定にあたり、まず外部環境と内部環境をきちんと分析し、自社の強みを明確化した上で取り組まないと失敗すると解説し、そのビジネスモデル分析に使えるワークシートを紹介した。

また、来年度予定されている「ものづくり補助金」についても触れ、採択のポイントとして今年の７月から施行された「中小企業等経営力強化法」の「経営力向上計画」の認定を事前に受けておくことだとアドバイスした。この計画が認定されると、ものづくり補助金における加点だけでなく、固定資産税軽減措置も受けられるという。

なお、次回は10月18日（火）14時からで、「印刷物の提供だけでなく集客・売上増を提供し、競争を勝ち抜く」を演題に、グレイスの代表取締役・小澤歩氏が講師となって開催する。

富士ゼロックス／FFGS
「第18期印刷創世研究会」の修了式

富士ゼロックスは９月16日午後５時半すぎから、東京・六本木の同社Document CORE Tokyo Patio CでODPカレッジ「印刷創世研究会」の第18期修了式を行った。富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ（FFGS）も協賛しており、印刷会社の関係者である研究生10人が半年間の研修を修了した。

はじめに主催者あいさつとして富士ゼロックスPS営業本部執行役員営業本部長の麻生修司氏が立ち、第４次産業革命を迎えていると言われている現在の経済状況を紹介しながら、この変化を大きなチャンスと捉えて逆にリーダーシップをとっていただきたいとし、「変化に対応するだけでなく、変化そのものを創っていくことが肝心だ」と述べた。さらに麻生氏は「“ベンチャー・スプリット”起業家精神が大事だ。我々自身が変わらないといけない。自ら変わっていくことによって組織、チームが変わっていく」と語り、起業家精神が大事だと強調した。また麻生氏は今回修了式を迎えた10人の結束を訴えた。

次いで修了盾授与式が行われ、FFGS取締役専務執行役員の辻重紀氏が一人ひとりの研究生に修了盾を渡した。辻氏は10人の仲間を大事にし、それぞれの会社で大きな幹となっていただきたいと述べた。最後に、研究生代表としてイーアンドイーホールディングスの阿部雅信氏があいさつした。

全員で記念写真を

ラグビートップリーグ
「リコー対キヤノン」観戦記

リコージャパン　床嶋邦臣記

国内のラグビートップリーグが熱戦を繰り広げる中で、９月16日、秩父宮ラグビー場で「事務機ダービー」として毎回盛り上がりを見せるリコーブラックラムズとキヤノンイーグルスの対戦があった。天候がはっきりしないにもかかわらず8000人を超える観客が集まった。

前半戦は８－13でキヤノン優勢で後半戦に入る。キヤノンの強力なFWに対抗するため、リコーはFWの選手を入れ替えて、強力な布陣を作った。両チームは「絶対に負けられない試合」と意気込み、黒のリコーブラックラムズと赤のキヤノンイーグルスの戦いが終盤を迎え、リコーはペナルティゴール、さらに後半33分のトライを決め25－20で逆転し、ノーサイドの笛が鳴った。

「赤と黒」の「事務機ダービー」は黒のリコーブラックラムズが勝利を収めた。秩父宮ラグビー場は両チームの戦にの惜しみない拍手が送られた。

〈関複組合員情報〉

◆事務所移転

国際写真株式会社

新住所　東京都中央区日本橋浜町2丁目33番7号

新電話番号＝03－5643－2100

富士ゼロックスの提案②

デジタルと紙を連携させ、思い出を「カタチ」に残す

～富士山５合目で【富士山新聞】を発刊～

これは（富士山新聞の）利用者が急増しているSNS（ソーシャル・ネットワークング・サービス）と、１枚から即時で印刷が可能なデジタル印刷を連携させた、新しい発想のプライベート新聞です。

SNSのリアルタイムな投稿をシェアしながら、紙へ印刷して思い出を「カタチ」として残せる【デジタル】と【紙】を連携させたサービスです。

＜富士山新聞概要＞

富士山新聞は、利用者が富士山５合目や山頂でFacebook（フェイスブック）またはInstagram（インスタグラム）に投稿した写真やコメントと、専用サイトに用意した新聞テンプレート（ひな形）を自動的に組み合わせて作成します。また、紙面には友人からのコメントもレイアウトされます。

山梨日日新聞社が撮影、厳選した富士山の空撮写真をはじめ、世界文化遺産として登録された理由、富士山に関するトリビアを紹介する記事も掲載されます。

作成した新聞は、そのままSNS上でシェアすることができるほか、５合目にある観光施設「富士急雲上閣」に開設した【日本一高い新聞発行所】で富士ゼロックス株式会社のプリンターで高画質印刷し即時に購入する事もできます。新聞は日本語版のほか、英語版も発行。またお土産として人気のあるポストカードもラインナップしています。今後は、中国語版もリリースする予定です。

◇詳細　https://happylogue.com/fujisan/

◇富士山新聞　Ａ３判（オリジナル包装箱付き）　１枚　1000円（税別）

◇ポストカード　４枚組　600円（税別）

今回の「富士山新聞」では、このデジタル印刷の特性を活かしSNS（デジタル）と新聞（紙）を同時に提供することにより富士山へ来訪したユーザーの「共有したい・発信したい（SNS）」と「思い出を残したい（紙）」を同時に叶えることを可能にします。

富士山五合目の「雲上閣」

リコージャパンの提案②

TCシンポジウム・リコーミニセッションレポート

「誰もがわかる、認識できるメディア・ユニバーサルデザインとは?」

テクニカルコミュニケーター協会が主催するテクニカルコミュニケーション（TC）シンポジウムが８月24日、25日の両日、東京都新宿区の工学院大学で開かれた。リコーは25日、シンポジウムでMUD（メディア・ユニバーサル・デザイン）協会の伊藤裕道理事長をモデレーターに迎え、リコーの牧田克彦氏がコーディネーターとなって、「誰もがわかる、認識できるメディア・ユニバーサルデザインとは？」を演題にミニセッションを行った。

高齢者、色覚障がい者に配慮した色と文字

MUDは、『文字や色の使い方』『情報内容・情報伝達方法』などに配慮することで、一般の人、高齢者（白内障）、障がい者（肢体不自由者・弱視者・色覚障がい者）、子ども、外国人など、より多くの人が見やすく使いやすいデザインを指す。MUD協会はMUDの普及啓発、関連書籍の監修、MUD教育検定などを展開している。また、MUD製品認証発行や施設におけるMUD施設認証を手掛けている。リコージャパンは昨年１月、東京・田町のショールームリニューアルに際し、日本で初めてショールームとしてMUD施設認証を取得している。

講演では今年４月１日に施行された「障害者差別解消法」を受け、MUDの配慮がより一層求められることを強調。同法は『不当な差別的扱い』を禁止し、『合理的配慮の提供』を求めるもの。メディアにおける“合理的な配慮”としては、書体や文字サイズ、行間などへの配慮を挙げる。次に難しい漢字や用語、文章・色使いへの配慮、知りたい情報や必要な情報の伝達方法の配慮などが求められるという。

伊藤理事長はMUDの配慮について、高齢者、障害者の２つの視点から解説。「高齢による白内障などの色覚障害と、遺伝を主とする色覚障害では色や文字の見え方が異なる。さらに色覚障害者は１型２色覚（P型）、２型２色覚（D型）で色味が異なって見える。全ての人に見やすくすることは難しいため、その商品、サービスを利用するのはどのような人が多いかを考え、その人たちに合わせたメディアをデザインすることが重要になる」と事例を交えながら説明した。

例えば、高齢者は加齢と共に白濁や黄変化する。特に短波長の青系の色が暗く見えるため、紺と黒などが見分けにくくなる。また、白地に黄色などの濃淡の差のない色は見づらいが、色覚障がい者は濃淡に敏感なため、白地に黄色や黒と紺の差が分かりやすいことが特徴的な違いとして見られる。MUD協会では検定で高齢者や色覚障がい者にも見やすい複数の色の選定方法などを教えている。

文字の見え方の配慮ではUD書体について触れ、近視や遠視者にとって太い線が視認しにくく、白内障や弱視者の場合、横線が細い書体が見えにくいこと、読み書き障害のディスレクシアが、69など対象文字の判別が難しいことを紹介した。また、UD書体は文字の懐を広く取り、ゲタなどの飾りをなくすことで見やすくしているなど特徴を挙げる。一方で級数は同じだが、普通の書体よりもレターサイズ（字面）が大きいため、長文になると行間が通常よりも狭くなり、読みにくくなると指摘。見やすいが、読みにくくなる恐れがあるため、UD書体を使う際も字間や行間に余裕を持たせる必要があるという。

最後に伊藤理事長は「文字を選ぶ時はコンテンツの特性、対象読者の年代、読書シーンなど様々な要件を配慮しなければならない。何でもUD書体を使えばよいというわけではないということを念頭により良い見やすい印刷物を作っていただきたい」と呼びかけた。

ミニセッションの模様

キヤノンＭＪの提案②

情報セキュリティガバナンスとマネジメント

情報管理リスクは重要な経営課題の１つであるため、経営層による情報セキュリティガバナンスのもとで、情報セキュリティマネジメントを推進しています。

CSR委員会による情報セキュリティガバナンスの強化

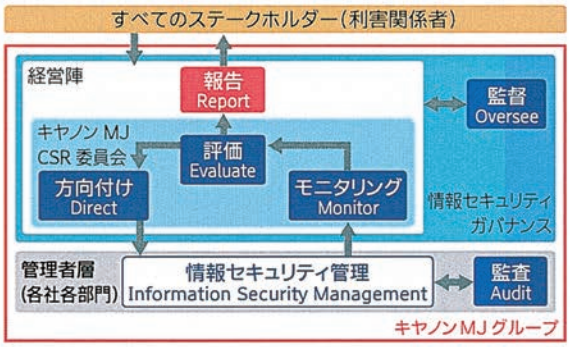
情報セキュリティの取り組みは、コンプライアンスや環境対応、事業継続、品質管理などの社会要請への対応とも密接に関連しています。

そこでこれらの社会的要請事項を所管する「キヤノンMJ CSR委員会」の中で、経営陣がグループの情報セキュリティガバナンスの強化に取り組んでいます。

この委員会の中では、情報セキュリティ方針や戦略などの決定「方向付け（Direct）」を行い、定期的に経営環境やリスクの変化、目標の達成状況などを確認「モニタリング（Monitor）」し、「評価（Evaluate）」し、必要に応じて新たな「方向付け（Direct）」を行うというサイクルを回しています。

これら一連のガバナンスと、そのもとで取り組まれている情報セキュリティマネジメントの状況は、「情報セキュリティ報告書」を通じて社内外のステークホルダー（利害関係者）へ「報告（Report）」しています。

■ キヤノンMJグループの情報セキュリティガバナンス



効率的なマネジメント体制

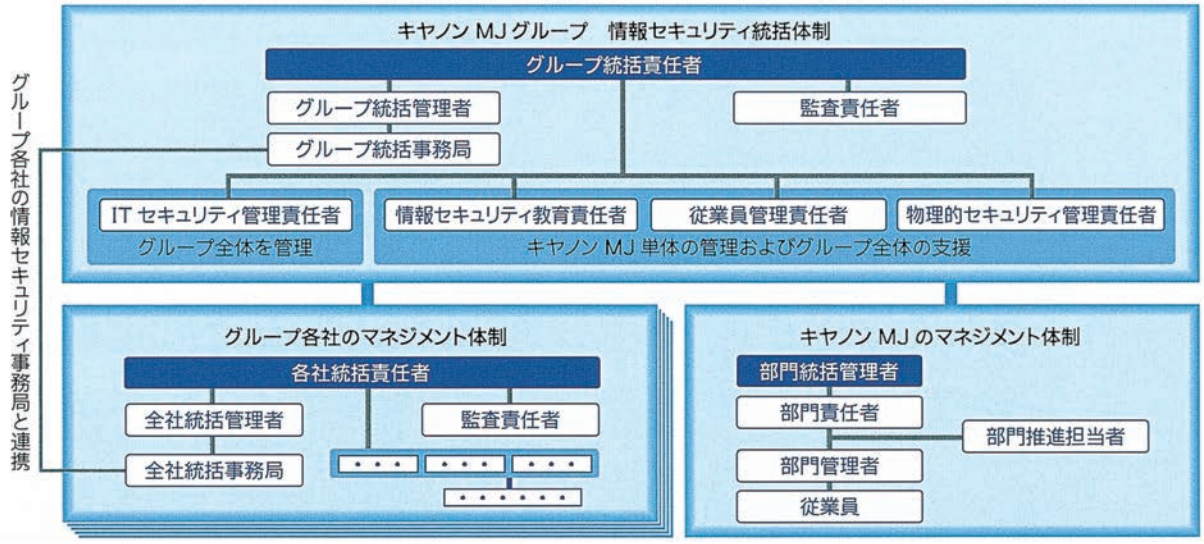
マネジメント体制は、グループ情報セキュリティ統括体制と各社マネジメント体制の２つに分けています。

グループ情報セキュリティ統括体制はキヤノンMJの情報セキュリティ主管部門がグループ統括事務局の役割を果たし、グループ全体の情報セキュリティマネジメントを統括しています。

そして、グループ本社機能を持つ組織が、IT・物理・人的セキュリティ施策など、グループ共通のルールや対策の企画立案・推進を行っています。

一方、各社マネジメント体制では、それぞれの会社の事業特性に応じて、情報セキュリティ主管部門や部門管理体制を設置し、運用しています。

■ キヤノンMJグループの情報セキュリティマネジメント体制



ＰＰに関するご質問

株式会社コンサルティング・オフィス
代表取締役　神田幸男（中小企業診断士）

今月号は、個人情報保護法やPP（プライバシーポジション）に関する質問にお答えするということにしました。

Ｑ１　プライバシーマーク（Pマーク）とPP（プライバシーポジション）の違いについて、区役所の担当者から聞かれてうまく説明できませんでした。違いについてうまく説明するポイントを教えてください。

Ａ１　プライバシーマーク（Pマーク）は、一般社団法人日本情報経済社会推進協会が日本工業規格「JIS Q 15001個人情報保護マネジメントシステム」に適合し、個人情報について適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者等を認定し、その事業者の事業活動に使用を認めるマークのことです。

それに対して、PP（プライバシーポジション）は、株式会社ISO研修評価機構が「個人情報保護法」及び「個人情報保護ガイドライン」の要求事項に適合し、個人情報について法令等に遵守した保護措置を講じていると認定した事業者に対して、その事業者の事業活動に使用を認めるマークのことです。

Ｑ２　当団体の「PP（プライバシーポジション）の認定証書」には、「情報産業個人情報保護体制制度」と記載されており、「情報」に関連する業務だけに有効なのですか。

Ａ２　認定証書に記載されている「情報産業」とは、印刷、製本、複写、情報処理などの業界を示すもので、業務内容を示すものではありません。

PP（プライバシーポジション）は、個人情報について法令等に遵守した保護措置を講じていると認定した事業者に対して、その事業者の事業活動に使用を認めるマークのことです。すなわち、印刷、製本、複写、データ加工、スキャニング、ソフトウエア開発など個人情報に関する業務全てが対象となります。当然、従業員の個人情報を取り扱う総務・経理などの業務も対象となります。

Ｑ３　個人情報保護法が昨年９月に改正されたと聞きましたが、主な改正点について教えてください。

Ａ３　個人情報の定義の明確化やビッグデータを有効利用するために新しく設けられた匿名加工情報などありますが、最も重要なポイントは、小規模取扱事業者への対応です。具体的には、取り扱う個人情報が、5,000人以下であっても個人の権利利益への侵害はありえるため、5,000人以下の取扱事業者へも個人情報保護法を適用することになりました。すなわち、適用除外規定の廃止が行われました。

プライバシーポジションは、「個人情報保護体制認定制度」に加盟し、複写産業の独自性を生かした制度です。全従業員の教育訓練を徹底することにより、個人情報漏洩を防ぐことを最大の目的にしています。

第７回CUDプレミアム･セミナー

「何からはじめる?ユニバーサルデザイン（CUD）」

2016年７月29日（金）、DNP市谷田町ビル２Ｆイベントゾーンにおいて大日本印刷㈱とNPO法人カラーユニバーサルデザイン機構（CUDO）の共同主催で第７回CUDプレミアム・セミナーが行われました。バリアフリー社会の到来となり、情報を誰にとっても受け取りやすいものにするために、ユニバーサルデザインは我々複写業界においても、とても重要なものと捉えています。今後数回にわたり、CUDのポイント、実践例などを紹介していきます。第１回目は､「カラーユニバーサルデザインってなに？」です。

◎モノクロ情報からカラー情報へ

印刷技術や電子機器などの開発が進んで、以前はモノクロ表示されていたものがカラーで表現される時代になりました。皆さんの身の回りにも、携帯電話のディスプレイ、バスの路線図、雑誌、リーフレット、ホームページなど、多くのものが色とりどりに表現され、情報は色によって表現されています。

しかし、見た目に奇麗なカラー情報も、皮肉な事に特定の方には見えにくいという思いもよらない現象が生じてきたのです。コントラストの差で表現していたモノクロとは違い、カラー情報は、その無限大にある色の組み合わせによって「色弱者」「色覚障がい者」（色覚異常・色盲・色覚特性とも称されます）の方には見えづらい事があるのです。

◎多くの「色弱者」「色覚障がい者」が存在

「色弱」「色覚障がい」とは、大多数の方の色の見え方と明らかに異なる色覚のことで、日本では男性の約20人に１人､女性の約500人に１人、人数にすると全国に300万人以上いるとされています。人間の色の見え方・感じ方（色覚）は、個人個人が持つ遺伝子のタイプによって異なり、また老化や目の疾患によっても変化するようです。このような「色弱者」「色覚障がい者」は、色の面積が狭いときや、暗い場所で色を見分けるときなど、特定の条件下で色の区別がつきにくかったり、色の混同が生じたりすることがあります。しかし、誤解してはならないのは、決して色が分からないわけでも、白黒の世界を見ているわけでもなく、大半は日常生活に支障なく生活ができるということです。 自分の色の見え方と別の人の色の見え方は、違うかもしれないという意識を持つ事が大切なのです。

◎カラーユニバーサルデザインの考え方

情報のバリアフリー化を目指す為に、色の見え方が異なることへの理解を深め、できるだけ多くの人に正確な情報を伝えることを目指す「カラーユニバーサルデザイン」が重要視されています。「カラーユニバーサルデザイン」とは、さまざまな利用者が使いやすいよう考えられた配色を含めた視覚情報デザインの総称で、単に色相・彩度・明度の差を上手に組み合わせることだけではなく、形やハッチングや塗り分けパターンの違いを併用するなどの表現法を駆使し、一般色覚の人にも「色弱者」「色覚障がい者」にも同じように情報が読み取れる工夫のことを言います。

◎シミュレーションツール

「色弱者」「色覚障がい者」の色の見え方をパソコン画面上に疑似表示し、製作中の情報における配色の問題点を調べたり、新しいデザインを考えたりするために、採用する色の選択をサポートするソフトが開発されています。これらのソフトを使用しデザインを作りあげる事で、より多くの方に見やすい情報が作成できます。

CUDマーク：ユニバーサルデザインに関して一定の要件を満たした印刷物・製品や施設などに対して表示できる。

JBRが第41期第４回経営セミナー開く

Web活用とPODの強みで新規開拓を実践

情報ビジネスリコー会（JBR、細井武会長）は８月26日午後３時半から東京・田町のリコージャパン・プリンティングイノベーションセンター（PIC）で、「第41期第４回経営セミナー」を３部形式で開催した。

セミナーに先立って細井会長は「前回の経営セミナーは３回続けて３Dを勉強してきましたが、今回は“新規顧客を開拓する”のテーマです。自社の経営に反映していただきたい」とあいさつを述べた。続いて、リコージャパン・常務執行役員の宮下佳之氏は「先日終了したリオ五輪では、日本選手の活躍が目覚しかった。特に陸上の400ｍリレーでは、１人ひとりの記録ではメダルが取れないのに、チームワークで銀メダルを取った」と、そのチームワークを「JBR会員の１社１社がそれぞれ力を発揮すれば、金メダルが取れるような知恵が生まれるのではないか」と、組織の力を活用してほしいと提言した。

宮下常務執行役員

第１部は、バリューマシーンインターナショナルの河嶋弘司社長が「『Web活用×PODの強み』で新規顧客を開拓する実践手順～チャレンジ企業に学ぶ、新規事業立ち上げ戦略～」のテーマで講演した。河嶋氏は、今は誰でもPC、タブレット、スマホを使っている時代だと述べ「物を買うのにも常に比較できる」と買い手の環境に触れ、HP（ホームページ）で顧客から選ばれるための活用など事例を紹介した。また河嶋氏は「最近は、はがきや手紙と比べFAX（ファックス）のダイレクトが効率よくなってきた」と販促の効果を指摘した。

講演する河嶋氏

第２部はリコータイムで、「業務効率化ソリューションTotal Flow Prep Ｖ４の紹介」のテーマでリコージャパン・産業ソリューション事業本部CP事業部商品計画室ソリューション計画グループの小池達也氏が講演。小池氏は「お客様からの（印刷に関する）困り事には積極的に対応していただきたい。そのフォローはリコーのTotal Flow Prep Ｖ４のシステムで対応できる」と印刷工程やオペレーターに解りやすい業務フローを紹介した。

第３部は、会場を移した懇親会場では講師を交えた情報交換会が和やかに開かれた。

ベンチマーキングについて

未来予測研究所
藤田　友久

今回は、ベンチマーキングについて述べていきます。皆さんの中にも聞いたことがある人が多いと思いますが、少し視点を変えて述べていきたいと思います。

本来、ベンチマーキングは、経営戦略の１つの技法であり、その企業が強く生き抜く為の手段として用いるものです。では、初めにベンチマーキングとは、どのようものなのでしょうか？

ベンチマーキングとは、自己革新を目標とし、高い革新成果を達成している他社のやり方を学び、自己の革新を最高水準に高める方法を考え出すことであり、優れた競合他社や参照すべき優良企業の最も優れた実践方法である「ベストプラクティス」を探し出し、比較検討を行うことです。

ベストプラクティスとは、ある結果を得る為に、最も効率の良い技法・手法・プロセス・活動の事をいい、仕事を行う為の効率の良い最善の技法・手法の事を言います。

長崎県佐世保市にハウステンボスというテーマパークがあります。今はHTB（ハウステンボスリゾート）となっていますが、かつて会社更生法適用で整理存続会社になり、幾度となく事業の再生を行ったが成功しませんでした。敷地面積は浦安のディズニーランドとディズニーシーの合わせた位の広さです。ディズニーランドのように集客力があれば、採算は取れたのでしょうが、長崎まで足を運ぶ人が何人いるでしょうか。

2010年にHIS（エイチ・アイ・エス）の当時社長であった澤田秀雄氏が支援して、わずか３年で見事に再建を成功させました。HISグループとしては年商5000億円程度の会社です。当時のハウステンボスの不良債権は2000億円一応不良債権が０になっても、先行きが見えない状況でよく支援したものです。HISの役員も反対したと思いますが、澤田社長の持つしっかりしたビジョンが役員を納得させたのだと思います。

また、ディズニーランドのよきところをベンチマーキングしているところはさすがであり、社員が楽しく充実して働ける職場環境を作りあげています。前にも書いたことはありましたがES（エンプロイーサティスファクション）が大事であり、社員が生き生きと働くことによって、色々なアイデアが生まれたからこそ成功したのではないでしょうか。

広大な敷地を管理するのは並大抵ではない、植栽管理等にも相当な費用が掛かっていたと思います。何もしなくても樹木は伸びてきます。手入れしてないととんでもないことになります。必要でないものはなくし付加価値が出るものをいかに残せるかが、再建のキーワードです。

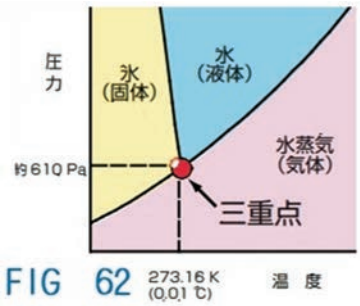
でも、これも非常に難しい選択であり、将来、何が付加価値になるかは、はっきり目には見えてこないからです。

ここ最近HTBは、四季折々楽しめるイベントの開催をして集客数を伸ばしていると言います。HIS創業者の澤田秀雄氏の卓越した経営手腕には頭が下がる思いです。みなさんの会社でも、しっかりした理念の下に、ベンチマーキングをしてベストプラクティスを探し出し、大きく成長していってもらいたいものです。

複写を考える㉔　（複写業を中心とする　複写の歴史）

細井　大建

温度単位の定義



ケルビンは熱力学温度の単位で、物質の中では、原子や分子などの粒子が活発に動いて熱を発しています。温度が下がる分子の動きが鈍くなってきます。

小学校当時、温度の基準は、「氷点が０° C　水の沸点は１００℃」と習っておりましたが、1954 年以降はより正確に定義できる「水の三重点の温度」が基準となっております。

固体、液体、気体の３つの状態を物質の三態といいますが、圧力と温度を調節することによって３つの状態が共存することが三重点といいます。

古典力学では、あるところまで温度を下げると、分子が全く動かなくなってしまうと考えられておりました。その温度が摂氏-273.15 度「絶対零度」なのです。現在では、最低の温度になっても原子の振動は完全には止まらないで、最低のエネルギーを保っている状態でこれを「零点振動」と言います。

水の三重点は、正確には 0.01 ℃ (273.16 K)であり　このときの圧力は 611.654　Pa（パスカル）（約 0.006 036 563 atm）です。
現在の国際温度目盛(ITS-90)では、水の融点と沸点は厳密には 0℃、100 ℃ ではなく、それぞれ 0.002 519 ℃ 、99.9743 ℃ です。

寒暖計　Fig63

単位「℃」で表されるセルシウス温度（摂氏）は、「K」ケルビンで表される熱力学温度の数値から 273.15 を引いた数値と同じです。スウェーデンのセルシウス（1701～1744）が 1742 年に水の氷点を０℃、沸点を 100℃とし、その間を 100 等分した温度目盛りを定めました。当初は現在のものとは逆に 1 気圧下における水の沸点を 0 度、凝固点を 100 度と規定します。命名の由来はセルシウスの中国音訳「摂爾修斯」の頭文字「摂」に氏（ミスター）を付けました。

アメリカでよく使われる（華氏）° F は、ファーレンハイト温度は真水の凝固点を 32 度、沸騰点を 212 度とし、その間を 180 等分して 1 度と規定。中国音訳「華倫海特」（ファルンハイトゥの頭文字「華」にこちらも氏（ミスター）を付けました。

（次号につづく）

『月刊関複』表紙掲載写真ご提供のお願い

企画広報部では当組合機関誌である月間『関複』を今春より正式に発刊致しました。月間『関複』では毎月、表紙の掲載写真を理事の皆様の協力で投稿頂いております。今後は会員同士のコミュニケーションも含め多くの会員皆様からの投稿をお願いしたいと思います。

題　　材：フリー
撮影機材：一眼レフ～スマホ全て可能
※タイトル又は簡単な説明を 30 文字程度付けて下さい
送 付 先：メールにて以下へ送付して下さい
kjun@keyo.co.jp
※写真は横長タイプを推奨します

■今月号の掲載写真

同い年夫婦、還暦を迎えました
（米田 和秀氏　株式会社日本工業社）

9月号：細井 武氏（亜細亜工業写真株式会社）
平標山【上越国境谷川連峰の西端】

8月号：早坂 淳氏（株式会社ケーヨー）
Birthday Cake

7月号：早坂 淳氏（株式会社ケーヨー）
「都をどり」

関東複写センター協同組合月刊誌

月刊関複　第 19 号

平成 28 年 10 月 1 日発行

購読料／年間購読 6,000 円（消費税・送料込む）
1 部 500 円（税込み・送料別）

編集発行人：**関東複写センター協同組合**
広報企画部　月刊関複編集委員会

発　行　所：**関東複写センター協同組合**
住　所　〒113-0033
文京区本郷 4-24-5 春日ビル 7F
ＴＥＬ　03-3815-4338
ＦＡＸ　03-3815-4357
Eメール　info@kfcc.or.jp

印　刷　所：**株式会社ケーヨー**

Paper and Goods

デジタル･オンデマンド用紙
プリンタ用フィルム･クロス･
ラベル用紙を購入するなら・・・

Paper and Goods.com

日本紙パルプ商事(株) が運営する、豊富な品揃え！便利！リーズナブル！なオンラインショップ

テスト用サンプルご用意致します。
用紙選定にお悩みの方、別途請求(掛売り)
でのお取引もご相談ください。

ペーパーアンドグッズ　検索

写真(右２枚)は合成紙【ユポ ®】の使用イメージです。

〈取扱商品〉

- 水性インクジェット紙・フィルム・合成紙・和紙(ロール / カット判)
- 溶剤インクジェット紙・フィルム・合成紙・和紙(ロール)
- インクジェット紙粘着・自己吸着品(ロール / カット紙)
- オンデマンド(カラーレーザー) 紙・フィルム・合成紙・和紙
- 名刺用紙、PPC 用紙
- オンデマンド紙粘着・自己吸着・静電気接着品(カット判)
- A-one ラベル全種類
- ラミネートフィルム、サイン・ディスプレイ資材各種

Paper and Goods
http://www.paperandgoods.com/shop/
E-MAIL　paperandgoods@kamipa.co.jp
TEL 03-5548-4276　FAX 03-5548-4277
コンビニ･郵便局等でお支払いの【GMO後払い】もご利用できます。

電話受付時間 9:00 ～ 17:00
土日祝日は休業となります。
ご注文はホームページよりお願い致します。
(FAX 注文のご相談も承ります)

運営：日本紙パルプ商事株式会社
特殊用紙部
〒104-8656 東京都中央区勝どき 3-12-1
フォアフロントタワー

Canon

make it possible with canon

imagePRESS シリーズ最高の高画質で プリントビジネスを スマートに支援します。

カタログ、アルバム、同人誌、パッケージ・・・
プロダクションプリンターの成果物に
求められる品質は日々高くなっています。
imagePRESS C10000VP/C8000VPでは、
トナー、レーザースキャナー、スクリーンなどを改良することで、
imagePRESSシリーズ最高の高画質を実現しました。
さらに、レジ精度などの画像品質も向上し、
仕上がりにこだわるお客様のニーズにスマートにお応えします。

※オプションを含みます。

imagePRESS C10000VP/C8000VP

本体価格：2,500万円（税別）
連続プリント速度：100ppm
（カラー/モノクロ・A4ヨコ片面）

本体価格：1,500万円（税別）
連続プリント速度：80ppm
（カラー/モノクロ・A4ヨコ片面）

◎オンデマンドプリンター ホームページ
canon.jp/pod-printer

◎キヤノンお客様相談センター
プロダクション向け複合機
050-555-90053
受付時間 平日9:00～17:00（土・日・祝日および年末年始弊社休業日は休ませていただきます。）

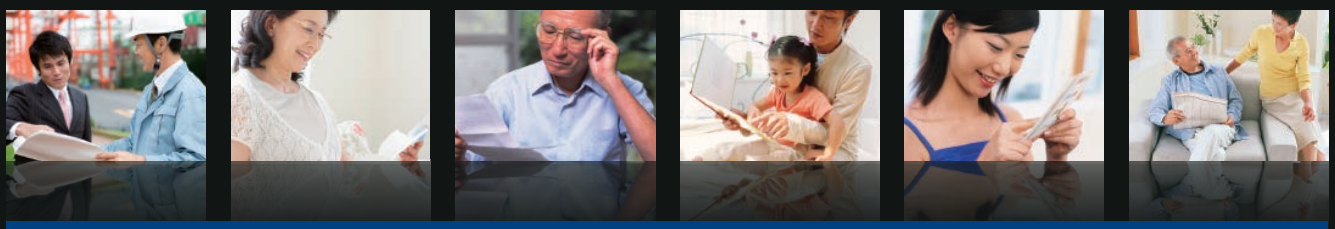
※海外からご利用の方、または050からはじまるIP電話番号をご利用いただけない方は043-211-9626をご利用ください。※受付時間は予告なく変更する場合があります。あらかじめご了承ください。

カタログは、canon.jp/catalogからダウンロードしていただくか、ハガキの場合は、住所、氏名、電話番号を明記の上、〒261-8711 千葉県千葉市美浜区中瀬1-7-2 キヤノンマーケティングジャパン（株）カタログ請求「imagePRESS」係までお送りください。※カタログ請求を通じてお客様より任意でご提供いただいた個人情報は、カタログ送付の目的のみに使用いたします。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

FUJI xerox

デジタル・プリンティングの新たなステージへ。



オンデマンド印刷による新たな価値の創造へ

「一人ひとり」に応えるパワーを

消費者ニーズが急速に変化し多様化する中、一人ひとりと親密なコミュニケーションをとることができるオンデマンド印刷が大きな注目を集めています。新商品Color 1000 Pressは、より豊かな高画質プリントを実現する新技術や、薄紙から厚紙までの幅広い用紙対応により、高級カタログやラベル・パッケージといった、より広範囲なマーケティング・アプリケーションのオンデマンド対応を可能にしました。バリアブルプリンティングによる印刷物のカストマイズで、一人ひとりの心をしっかりつかむ、消費者向けのパーソナルコンテンツプリントがこれからのビジネスを拓きます。

Color 1000 Press

富士ゼロックス株式会社

http://www.fujixerox.co.jp/

富士ゼロックスに対するご意見、ご相談などは「お客様相談センター」へ。

0120-27-4100〈受付時間〉9:00～12:00、13:00～17:00(土、日、祝除く)

※XEROX、およびそのロゴと"コネクティング・シンボル"のマークは米国ゼロックス社の登録商標です。