

Kanpuku News

2023 Summer

関複ニュース No.

3



渡嘉敷にてスキューバダイビング (写真提供：渡邊浩財子氏 事務局)

- 巻頭言 関複理事 朝香 雅文
- 関複 第50期 通常総会懇親会
- 第8回 関複オープンゴルフコンペ
- 関複 令和5年度 第1, 2, 3回定例理事会
- 連載 事業承継問題 第1回「弊社の事業承継の経緯」米田 和秀
- 個人情報保護方針について 神田 幸男

RICOH BUSINESS BOOSTER

私たちは“仕事を創る”、“仕事を回す”、“仕事が見える”の3つの視点から、
印刷事業者のビジネス拡大をさらに支援するための活動

『RICOH BUSINESS BOOSTER』を推進しています。

お客様ごとの課題に真摯に向き合い、

時には共創活動を通じて新たな価値を生み出しながら、

それぞれの解決策を導き出していきます。

印刷事業者の“真”のパートナーとして、

前例にとらわれない新たな答えを創りだす。

『RICOH BUSINESS BOOSTER』は私たちリコー日本の
新たなビジネスコンセプトです。

わが街横浜 「横浜サギ」と郷土愛

関東複写センター協同組合
理事 朝香 雅文



毎日、暑いですね!

これだけ暑くてもマスクの着用者は、まだまだ沢山います。一体、これから日本社会とマスクの関係はどうなっていくのでしょうか?個人的にはコロナ前のノーマスクの時代に戻りたいと…。

さて、私横浜に生まれ育ち60数年になります。40年位前から「みなとみらい地区」の開発が始まり、横浜は大きく変わりました。昭和から平成、そして令和にかけ、日本中がそうだったのでしょうか…。

1859年に横浜港が開港してから、沢山の異人の方が横浜に住み私が小学校の頃もクラスで10人ほど、中国や韓国の方々がありました。ですから幼い頃から外国人慣れはしていました。

他府県の方に聞かれ一番返答に困るのは「中華街で、一番美味しいお店はどこですか?」これって、答えられる人いるのかなー?

また、元町商店街の中で一番有名なお店は?(これも…)訪ねてくる方の気持ちも分からないではないですが、しかし答えが出せないのも仕方がない。

近年「横浜サギ」なる人達が大変増えてます。横浜市以外の神奈川県民が他府県で住まいを聞かれると「横浜です!」という人が大変に多いと耳にします。これは私自身が県外で何人も見てきました!

以前、日光中禅寺湖で家内と6人貸し切りの遊覧モーターボートに乗った時、他4名は2組の老夫婦でした。良くお喋りをする1人の奥さんが「何方からいらしたのですか?」「横浜です。」「あら偶然、私達も横浜なんです。」

ここまでは何て事ない会話なんです、

はどちら?」と聞かれたので「中区の本牧です」と…。「あら中区ですか、私達は横浜でも秦野なんですよ」、私と家内は微笑みながらも「…(汗)」内心、「そんな、横浜市と秦野市は30キロ程離れてて、東名高速を使って1時間以上かかるのに…。」でもこの方達、平然と横浜だと。確かに、神奈川県より横浜市の知名度が高いのはわかるけど、この人達はいったいなんだ?やはり、神奈川県というのが知名度的に弱いから?

そういえば、県名と県庁所在地の市の名前が同じ所は、比較的皆さん県名で言いますね。(青森・山形・千葉・富山・岡山・熊本等々)ということは、県庁所在地の名前が違うところは、(札幌・仙台・水戸・横浜・名古屋・金沢・神戸等々)確かにこれらの都市は都市名で呼ばれていますね。県名と県庁所在地の名前が違うのは、明治維新の時に徳川よりか新政府よりで決まったそうです。

150年以上過ぎても、こういう事って日常に残っているんですね。でもやっぱり、自分の住んでいる市町村の誇りと郷土愛を持って大切にするのが1番だと思います。

最後に横浜でおすすめの美味しいお店は、ズバリ!馬車道に本店がある「勝烈庵」ですか。ここのとんかつは横浜市民のソウルフードのようなもので、今でも月1で私は食べに行ってます!(お薦めは、ヒレカツ定食☆)是非、食べに行ってみてください。

まだまだ暑さが続きます。皆さま体調管理に十分気を付けて、夏を乗り切ってください。

追伸、今年の横浜のビックニュースは【ヨコハマDeNA ベイスターズの日本一です☆☆☆】

関複

「第50期通常総会」を開催

事業方針に会員企業とのコミュニケーションアップをうたう

関東複写センター
協同組合（関複、
米田和秀理事長）
は6月14日午後4
時から東京・新宿区
のTKP市ヶ谷カン
ファレンスセンターで
「第50回通常総
会」を開催した。



米田理事長

冒頭あいさつに立った米田理事長は、1年間の活動を振り返り、コロナ禍の影響で、いくも戻るもなかなか難しい点があったが、その中で「理事の皆さんはじめ、協賛会員の方にもご協力いただきましてなんとか結果を出せたのかなと思う」と総括した。

また、「今までとまっていたものが、すこしずつ動けたということは実感している。本日、皆様にしっかりと関複にむきあっていただいて、来季に向けてまた頑張りたい」と述べた。

議長にはヤエスの
後藤眞氏が選任さ
れた。後藤氏は「デ
ジタル化によるペー
パーレスという波は
景気に関係なく、仕
事量の激減は避けら
れない状態。このよ



議長の後藤氏

うな状況の中で、戦争によるオイル、電気料金あるいは小売商品などの値上がりがあり、従業員の給料を我々業界では上げられないような状況にいたっている。しかしですね、現状を鑑みまして、何とかいろいろ皆さまの知恵で生き残っていただ

きたい」と要望した。

続いて議案審議に入り、第1号議案=令和4年事業報告書および決算関係書類の件、第2号議案=令和5年度事業計画書及び収支予算並びに経費の賦課及び徴収方法決定の件、第3号議案=金融幹旋の件、第4号議案=令和5年度における借入金額の最高限度額決定の件、第5号議案=手数料の最高限度額決定の件、第6号議案=令和5年度加入事務手数料金額決定の件などをすべて原案どおり承認可決した。

また、米田理事長は令和5年度事業計画(案)の説明の中で、総会出席者が12人、委任状26人という状態を取り上げ、組合に不満があったの委任状なのか、それとも予定があったのか。その辺の実態がしっかりとわかるということが一番大事だと思っている。さまざまな事業を再開しながら、その辺の意見交換や、発案をしてもらえるような雰囲気づくりに努め「コミュニケーションアップ」ということを大事にしていくと基本姿勢を明らかにした。

その後、会員交流、協賛会員との友好関係の維持・深耕、複写業他団体との交流、教育情報活動の推進、PP事業の推進など多岐にわたる事業計画を説明した。



総会の模様

関復

「第50期通常総会懇親会」を開く

関復創立 50周年にむけ実行委員会立ち上げを表明

関東複写センター協同組合は6月14日午後5時から、東京・新宿区のTKP市ヶ谷カンファレンスセンターで「第50期通常総会懇親会」を開催した。



米田理事長

はじめにあいさつに立った米田理事長は、関復の事業計画の実現に苦勞していることを、ユーモアを交えて語った後、総会出席者が12人と少なく、さらには委任状の提出がなかった会員も若干あったことを明らかにし「それが非常に残念であり、また我々の大きな課題だ」と語った。あらためて出席している理事、協賛会員にも欠席原因などのヒアリングを依頼したが、さらに「ご返事をいただけなかったところへは私も出向きます。すぐ動くつもりであります」と一歩踏み込む決意を語った。

また、関復創立50周年に触れ、この節目を大きな振り返りと、そして次へのエネルギーにしたいと述べ、具体的に実行委員会を立ち上げて、記念事業などの検討を行うとし、関係者からの支援を求めた。

力を入れている複写業他団体との交流についても言及し、近畿ドキュメントサービス協同組合が60年目に入り、元気に活動していることを紹介し、情報共有の機会を増やしていきたいと述べた。

最後に米田理事長は、2月6日に心臓の緊急手術を受けたことを明らかにし、「この経験を糧に

して、自分自身や周りの人のために具体的に進めることを決意した」と心境を語り、「皆さんには健康管理についてもお話しましたが、些細なことが積み重なることもあるので、良いものが積み重なるように一緒に心がけましょう。関復の発展や各社の繁栄、そして皆さんの健康を願いながら、楽しくやっていきたいと思っている」と結んだ。

続いて、来賓としてあいさつに立った東京都中小企業団体中央会の橋北隆総務課長は「組合を組織する理由の一つに、組合員の保護や意見をまとめ、



橋北総務課長

国や東京都に政策提言することで中小企業施策に反映させることができます。そして、その施策を組合で活用することも可能です。中央会では、皆様が抱える経営課題の解決を、組合を通じて支援していますので、中央会の事業の活用をお願いしたい」と要望した。

協賛会員を代表して、富士フィルムビジネスイノベーションジャパングラフィックコミュニケーション営業統括部 営業2部の山崎和仁部長が祝辞と乾杯の発声を行ない祝宴に入った。



祝杯をあげる山崎部長

優勝は井上一美氏、準優勝に石毛建男氏

第8回 関複オープンゴルフコンペ開催

会員交流推進部長：柴田昌彦

令和5年5月13日（土）、前回と同じく千葉県市原市の「立野クラシック・ゴルフ倶楽部」にて開催いたしました。

前日までの予報では天候が心配されておりましたが、当日はなんとか天候がもち曇り空の下、4組（参加者13名）にご参加いただき、皆様のおかげをもちまして無事終える事が出来ました。

今年の初め、心臓の手術を行ったにも関わらず、米田理事長もリハビリを兼ねコンペに参加し、ゆっくと最後までプレーする事ができた様で本当に安心いたしました。

また、参加された皆さんも楽しくプレーが出来たかと思えます。

これからも、親睦を深めるため（研修会等含め）色々な企画を検討し進めてまいりますので、皆さまお誘いの上ご参加いただけますよう、心よりお願い申し上げます。

成績上位の結果は、下記の通りです。

順位	順位
優勝	井上一美様
準優勝	石毛健男様
第3位	山崎和仁様
富士フィルムビジネス イノベーションジャパン賞	河村浩治様
リコージャパン賞	柴田昌彦様
キャノンマーケティング ジャパン賞	斎藤隆正様

※協賛会員様よりたくさんの賞品提供を頂きました。改めて心よりお礼を申し上げます。



斎藤隆正前理事長もキャノンマーケティングジャパン賞を見事獲得



スタート前の集合写真

リコーはさまざまな**現場の環境改善や管理コストの低減**のために、
複合機開発で培った有機感光体の技術を応用したセンサーを開発しました。

RICOH EH 環境センサー



「温度、湿度、照度、気圧、
電池の電圧」を計測し、
管理することができます。

熱中症対策に！

熱中症になる危険値（温度・湿度）
を設定し、管理者にアラートで通知。

印刷環境の最適化に！

印刷に悪影響を及ぼす温度・湿度
を設定し、管理者にアラートで通知。

RICOH EH CO₂ センサー



「温度、湿度、照度、気圧、
電池の電圧」と合わせて、
CO₂ 濃度を計測し、
管理することができます。

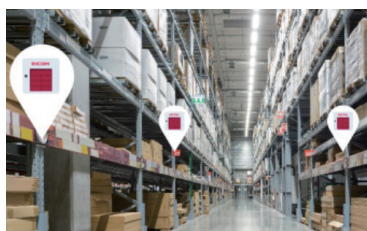
感染症対策に！

感染症対策に求められるCO₂濃度の
危険値を設定し、管理者にアラートで通知。

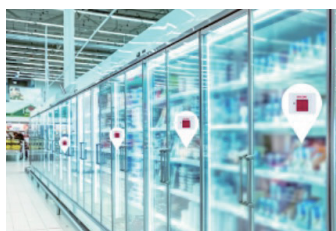


ご利用環境例

「工場や倉庫」の温湿度管理



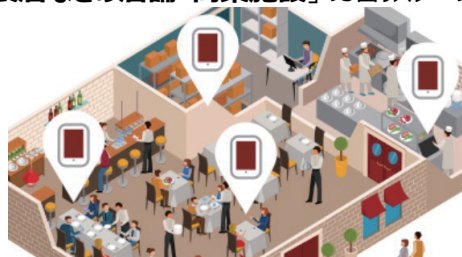
「冷蔵庫・冷凍庫」の温度管理



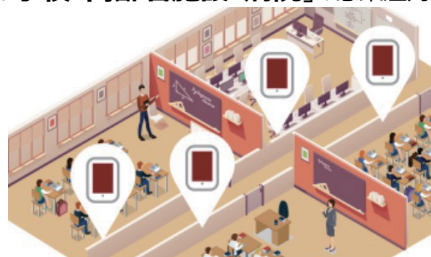
「オフィス空間」の温度管理



「飲食店などの店舗・商業施設」の3密リスクへの安全対策



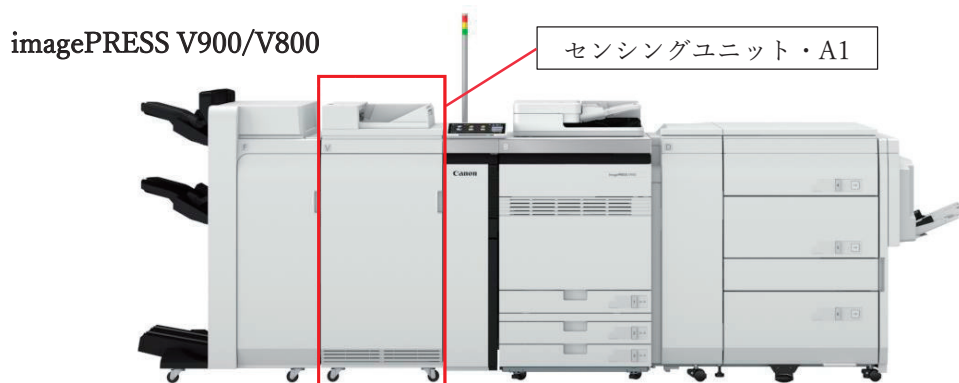
「学校・高齢者施設・病院」の感染症対策



印刷物の表裏・色味調整の自動化オプション！

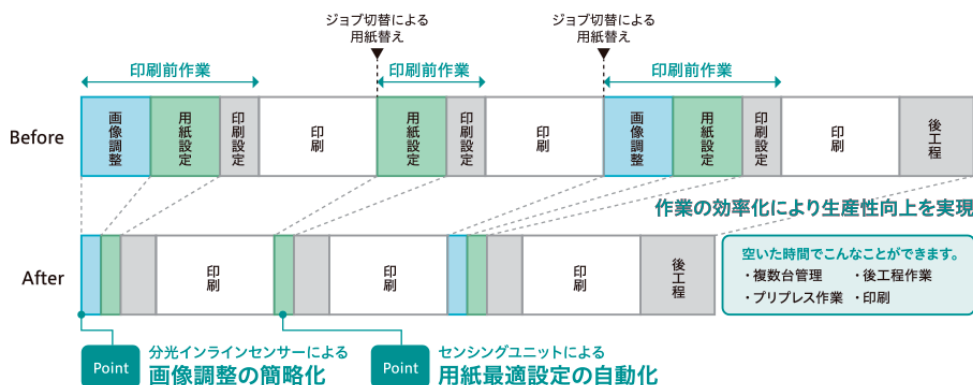
imagePRESS 「センシングユニット・A1」

「センシングユニット・A1」は、これまで人手に頼っていた表裏の画像位置や色味の調整作業を自動で行います。印刷中も常に表裏位置や色味を自動補正しながら印刷する事で、オペレーターの手間や作業時間を削減し、スキルに依存しない高品位な印刷を安定して実現します。



■POD の作業現場でこんな事が起きていませんか？

- ・1日に何度もキャリブレーションや用紙設定作業を行うため、印刷以外の拘束時間が長い
- ・手動の調整、設定が多く、オペレーターのスキルにより品質のばらつきが発生する



Point 分光インラインセンサーによる 画像調整の簡略化 Point センシングユニットによる 用紙最適設定の自動化

画像調整作業の簡略化

i1による測色作業
スキャナーでの読み込みが不要

スキャナーによるチャート
読み込みが不要

本体内に高精度な分光インラインセンサーを標準で内蔵し、日々行う各種画像調整作業を自動化。パネルで指示を行うだけで、インラインセンサーが自動でチャートを読み取り補正まで完了させるため、原稿台でのチャート読み込み作業や手動での測色作業が不要となり、オペレーターの拘束時間を大幅に削減します。

用紙最適設定の自動化

スキャナーによるチャート
読み込みが不要

作業者の経験に頼った
オペレーションが不要

オペレーターのスキルによりばらつきが発生しやすい用紙ごとのレジ調整やトナー載り量調整を自動で検知し、オペレーターの経験値に左右されることなく、最適値に設定することができます。手動で行うと日々業務の負担となる調整作業を簡素化することで、印刷前の調整作業を軽減し、生産性の向上に貢献します。
※オプションが必要です。

キヤノン品川Sタワーにてデモンストレーション受付中。ご依頼は担当営業までお願いします。

世界初、接着機能を持つ「圧着トナー」新発売

プロダクションカラープリンター「Revoria Press™ PC1120」に特殊トナーとして搭載し、用紙への印字と糊付けをワンパスで完結

富士フイルムビジネスイノベーションは、ハイエンドプロ市場向けプロダクションカラープリンター「Revoria Press PC1120」用の特殊トナーとして、**世界初※1**の**接着機能を持つ「圧着トナー」**を、国内で発売しました。デジタル印刷の小ロット生産や可変（バリエブル）印刷といった特性を生かしながら、販促目的で使用される圧着はがきなどの制作工程を効率化することができます。

「圧着トナー」は、当社独自のトナー製法技術であるEA製法※2により、内部に自社開発の圧力応答性樹脂を微細に分散させた無色透明のトナーです。高い圧力を加えたときのみ樹脂が軟化し、用紙と用紙を接着する機能を発揮します。

「Revoria Press PC1120」はシアン・マゼンダ・イエロー・ブラック Revoria Press™ (CMYK) トナーに加えて最大2種類の特殊トナーを搭載できるプロダクションプリンターです。「圧着トナー」を搭載した「Revoria Press PC1120」でプリントした用紙の印字面同士を重ねて、圧着機※3で高い圧力と熱を加えることで、圧力応答性樹脂が反応してトナーが糊のような機能を発揮し、用紙同士を接着することができます。CMYKトナーによる画像や文字の印刷と、「圧着トナー」による接着材塗布がワンパスで完結し、従来は印刷後に別工程で行っていた糊付け工程の削減が可能です。印刷データ上で接着箇所を自在に指定できるほか、用紙同士の接着力の強弱をトナーの量や圧力の強さにより調整することもできます。



DMとして活用される圧着はがきのイメージ

「圧着トナー」は圧着はがきのような用紙同士を接着する印刷物を小ロット生産・可変印刷する用途に適しています。通常のはがきと同じ郵送料で2倍以上の情報を掲載できる圧着はがきは、企業が販促のために顧客へ送付するダイレクトメール（DM）として広く活用されています。デジタル印刷の特性と「圧着トナー」の機能を組み合わせることで、受け取る人の嗜好や興味に合わせた内容の圧着はがきやA4サイズの圧着DMなどを、短納期で必要な分だけ効率的に制作できるようになります。これにより、DMの活用機会を広げ、企業と顧客の効果的なコミュニケーションを実現します。

また当社は、後加工機メーカーと協業し、印刷から圧着までに必要な後加工の機器をインラインで接続する自動化ラインのシステム開発をお客様とともに進めています。印刷後の断裁や折り、圧着にいたるまでの多岐に渡る工程を人手を介さず自動化することで、印刷生産プロセス全体の効率化を目指します。

富士フイルムビジネスイノベーションは、印刷業務の効率化と印刷会社のお客様への提供価値拡大を実現する商品の提供を通じて、印刷ビジネスの拡大に貢献します。

※1：当社調べ。接着機能を持つ実用化されたトナーおよびその技術は世界初。（2023年4月25日時点）

※2：Emulsion Aggregation(乳化凝集)製法。

※3：後加工機メーカーが提供する汎用の圧着機。ご利用にあたっては事前の検証が必要です。

【標準価格】

商品名	標準価格（税別）	備考
圧着トナーイネープリングキット※4	132,800円	取付費、搬入料金が別途必要です
トナーカートリッジ（圧着）	71,000円	

※4：Revoria Press PC1120で圧着トナーを使用開始する際に必要となる消耗品など。初回用のトナーカートリッジ（圧着）を含む。

令和5年度 定例理事会 報告

第1回定例理事会 4月13日 開催

開催場所：関東複写センター協同組合事務局、Zoom ハイブリッド形式

I. 【審議事項】

- ・エフ・アイ・エスがワイシー・ドキュメントとの会社合併のため、3月末に脱退したことが報告され、確認した。

II. 【確認事項】

各部会の活動について

▽会員交流推進部

- ・第8回関復オープンゴルフコンペについて参加者は現在12人。前回参加者で今回未参加者には直接勧誘を行う。

▽広報企画部

- ・Kanpuku News 巻頭言の担当者については、新年度からは氏名の50音順に担当するという方針が出されており、Summer号は朝香雅文理事が担当となった。
- ・関復ホームページ上の会員名簿、組織図の更新作業をスタートする。

▽教育情報部

- ・セミナーの開催について「災害に備える、地震に備える」をキーワードにセミナーを企画中。講師として、TVやYouTubeで活躍中の高荷智也氏を考えていると発表があった。

▽PP事業部

- ・1月から3月までの期間、教育実施報告書を提出し、PPの更新をもとめている企業20社から申請書がすべて提出された。
- ・今年度のPP維持更新研修会の実施場所、開催スケジュールは、北海道、東北地区を含め現在検討中。

III. 【その他】

- ・令和5年6月14日に開かれる第50期通常総会にむけ、今年度の決算書、次年度の予算案を精査した。

第2回定例理事会 5月18日 開催

開催場所：関東複写センター協同組合事務局

I. 【審議事項】

- ・6月14日に開催される総会にむけ、総会関連資料である令和4年度事業報告及び決算関係書類、令和5年度事業報告及び収支予算(案)などについて協議された。

II. 【確認事項】

各部会の活動について

▽会員交流推進部

- ・第8回関復オープンゴルフコンペは13人が

参加し、4組に分かれ開催した。(詳細は本誌6頁に) 次回は秋に開催を予定。

- ・今後、忘年会、バス旅行など組合員の親睦を深められるような企画を提案していきたい。

▽広報企画部

- ・各会員企業から会社情報の関復ホームページ掲載の同意が得られたので、会員企業ページを公開した。

・「Kanpuku News Summer号」は7月発行。

▽教育情報部

・災害対策に関するセミナーを開催したい。講師は「備える.jp」を運営する防災アドバイザーの高荷智智也氏。会場はリコージャパンの田町事業所で、講師、会場、視聴者をオンラインで結ぶ方式を採用。開催日は8月2、9、10日のいずれかを予定。

▽PP事業部

・今期のPP維持・更新研修会の開催予定日、時間がつぎのように発表された。

北海道：9月9日16時～18時／宇都宮：9月20日15時～17時／東日本：10月7

日13時～15時／東京：10月18日14時～16時／東京：11月16日18時～20時

Ⅲ. 【その他】

・関復50周年にともない、記念行事、記念品作成などが協議された。



理事会のもよう

第3回定例理事会 6月14日 開催

開催場所：東京・市ヶ谷TKPカンファレンスセンター

I. 【審議事項】

・東京都中小企業団体中央会会長表彰については、松岡豊副理事長が推薦対象者であることが確認され、推薦のための関連資料を作成する。

II. 【確認事項】

1) 第50期通常総会、同懇親会の運営について打ち合わせを行った。

・総会での司会者、議長、資料説明担当者や、進行スケジュールなどを再確認した。
・懇親会の司会者、来賓あいさつ、乾杯の発声、中締め担当者、進行スケジュールなどを最終確認した。

2) 各部会の活動について

▽会員交流推進部

・会員懇親会などをただいま準備中。総会で予算が確定してから本格的検討に入る。

▽広報企画部

・Kanpuku Newsの巻頭言執筆者を協議した。従来の理事だけではなく、対象を会員にまで広げ、50音順で担当者を指名する。

▽教育情報部

・防災に関するセミナーの詳細案が発表され、協議の結果承認された。セミナーは8月2日に、リコープリンティングイノベーションセンター（田町）で、オンラインハイブリッド方式で開催され、リコーショールームツアーなども併催する。

▽PP事業部

・関復事務局もPP認定を取得した事が報告された。
・入札時での、「PP認定取得」の活用方法などが議論された。

Ⅲ. 【その他】

・来年開催される50周年記念行事について、開催場所などを協議した。



杉山金太郎相談役も出席

関東複写センター協同組合事務局もPP加入

関東複写センター協同組合 事務局 渡邊 浩財子

令和5年4月より、関複事務局もPP（プライバシーポジション）に加入しました

現代では、コンピューターやネットワーク技術が生活の一部となっており、ネットワークを通じてデータのやりとりを行う場合がほとんどです。しかし、取り扱うデータには、外部に漏えいしてはならない重要な機密情報も含まれているため、ネットワークを利用・管理する際は安全性の確保が求められます。

当組合事務局では、組合会員、協賛会員、PP会員の皆様方の秘密保持資料等、大事なデータをお預かりしている為、不正アクセス対策や情報漏えい対策を、強固なセキュリティー・ネットワーク環境の整備の為、4月よりbeatサービスを導入し、安全なネットワーク環境にいたしました。



第65回 ジャグラ文化典

高知大会に 385 人が参加

日本グラフィックサービス工業会（ジャグラ、岡本泰会長）は6月9～12日、ホテル三翠園をメイン会場に「第65回ジャグラ文化典高知大会」を盛大に開催した。「揺れる！沸き立つ！ジャグラグラグラ～」と銘打った同大会はてんこ盛りの企画の中でもメイン行事は10日に集中した。第58回定時総会、第65回文化典式典、ジャグラコンパクトDX発表会、第65回ジャグラ文化典懇親会であり、会場はいずれもホテル三翠園。同大会には385人が参加した。高知大会運営委員長は山中克彦四国地協会長、同

大会実行委員長は坂本圭一郎ジャグラ高知県支部長。



総会会場の様子

キヤノンMJ

iP カレッジオンラインを開催

印刷会社の DX 営業戦略

～いまこそ印刷サービス業が取り組むべきこと～ をテーマに



久保田氏

キヤノンマーケティングジャパン（キヤノン MJ）は 5 月 19 日まで、キヤノン iP カレッジオンラインを配信した。

セミナーは“印刷会社の DX 営業戦略”をテーマに、「最新の営業 DX 事例から学ぶ、プロセス分解&マーケティングのすすめ～シュリンクする市場での生き残りと成長のために～」をタイトルに、エムエム総研ビジネストランスフォーメーション Div. Div. 長の久保田光就氏が 1 時間にわたり講演した。

法人営業の世界でも購買、情報収集などデジタル化などの環境変化に合わせて、いわゆる訪問主体の営業スタイルから脱却をしなくてはならない。これからは分業とデジタル活用によって顧客満足と再現性の担保をぜひ実現してもらいたい。

それにはプランをもとにした戦略的アプローチが必要です。そして営業プロセスをちゃんと分解し明確化する。データとかデジタルテクノロジーを使い顧客とコミュニケーションをとったり、営業活動の記録をデータベースに残す。そして協業体制、分業と連携を敷くことで、再現性と生産性効率のアップをはかります。

次の 4 要素を機能させるのが最近の主流です。「マーケティング」市場開拓、見込み顧客獲得。「インサイドセールス」アカウント開拓、フォロー、見込み客育成、精査。「セールス」商談推進、提案、ビジネス創出。「カスタマーサクセス」顧客の成功に向けた伴走。

印刷業界の方々には、ぜひマーケティングの観点を取り入れた経営をしていただきたい。

顧客を継続的に生み営業部門へ渡す、見込み案件の創出・発掘活動など能動的な活動全般を「デマンドジェネレーション」といいます。

この観点から、業務プロセスを分解すると、見込み顧客がまずどこにいるのか、顧客は一体何を求めているのかということを理解し、ちゃんと繋がる連絡先をゲットするリードジェネレーション。そしてその顧客に対してコミュニケーションをとりながら、すぐにアプローチすべきなのか、もうちょっと育成した方がいいのかを判断し、育成をするならば定期的にお客様が喜ぶ情報提供を行うリードナーチャリング。今このタイミングに商談すべきだすべきだという見込み顧客から購入可能性の高い見込み顧客を選別するリードクオリフィケーション。ここぞというときに、ちゃんと案件供給をして商談に持っていく。

これらをきちんとやることにより自分たちが対象とできる市場を創出する。そして一つ一つ顧客からのシェアを拡大する。既存客に対してのカスタマーサクセスで市場創出とシェアの拡大、これをしっかりと、効果的、効率的に実現するというのが大事なポイント。

さらに全ての内容をデータベースに記録して、誰でも、今の営業進捗がわかる状態にする。その情報を定期的に分析し、どういった顧客だと受注率が高いとか、今の市場ニーズの傾向は何か、それらを分析してその内容を営業や、育成、あるいはマーケティングの集客に反映させるということをぜひやっていただきたい。

連載

事業承継問題

〈第1回〉弊社の事業承継の経緯

株式会社日本工業社 会長：米田 和秀（関東複写センター協同組合理事長）



米田理事長

■はじめに

企業の第一目的は継続して顧客へのサービス、従業員の雇用を通じ社会に貢献することです。昨今、企業経営者の高齢化、

後継者不足・不在など事業承継問題が深刻化しています。また後継者がいても親子間のコミュニケーションギャップでとん挫する例が数多く見受けられます。

そんな中、何とか後継者経営がスタートしている弊社の事例をお話しさせていただき、会員企業の参考にしていただければ幸いです。

次回からは、私が関わった事業承継の事例から学んでいきたいと思えます。

■事業承継の本質

「事業承継」に経験豊富な経営者はいません。創業者にとっては初体験。後継経営者にとっても引き継いだ経験はあっても、継がせることは初めて。どちらも具体的に何をすればよいかわからない。まずは先代側が、自身の想いや企業の実態をすべて開示することが先決です。

事実後継者の悩みには、先代がきちんと話をしないことで不信感を持っていることが多いです。それではスタートすら切れずに、自身の人生をかける自覚など生まれるわけがありません。後継者とは、明日先代が倒れたとしても、経営を継続できる人のことなのですから。

■弊社の事業とこれまでの経緯

弊社は、複写のもとになる、設計図面の作成やトレースからスタートし、創業82年を迎えます。創業者（伯父）、2代目（実父）ともに、43歳、

51歳の急逝による承継でした。当時24歳だった私は入社していたものの社内外からは認知されず、大番頭に10年間のリリーフをお願いし、その後4代目として紆余曲折だらけではありましたが、26年間経営の舵を切って参りました。

思い返すに、先代の急逝は、遺族並びに従業員にとって悲しんでいる時間はなく、事業の停滞を防ぐために冷静さを取り戻し、結果、根拠のない覚悟は醸成されました。

事業承継の難しいところは、一朝一夕では実現不可能であること。また、たとえ10年前から準備しても、ほとんどの人が初めて経験する壮大なプロジェクトゆえに手探り状態であること。他にもあげればキリがありません。

■心身ともに限界に

ボンコツ経営者の私は、2004年に2期連続の大赤字を計上、その後大手得意先の事業拡大のおかげでその3倍の利益を計上することができました。ところが、その後は経営者として自信が持てず、既存事業の衰退を自覚しつつも、次の手が打てず、未来を描くことなく赤字が出ない程度の数字合わせが続きました。

そんな折、人間ドックで、狭心症が発覚し、事業承継をスタートさせざるを得ない状況に追い込まれたのです。

折しもスタートアップ企業を経営していた長男が私の病気を心配し、入社覚悟をしてくれ、ナンバー2だった実弟を介しての事業承継プログラムがスタートしたのです。

■事業承継への行動開始

先にも触れたように、初代、2代と急逝によるリスクな承継を繰り返し、会社存続が危ぶま

れる体験を何度となくしてきました。そこで次は生存継承をしたいと考えていました。

まずは、顧問税理士に相談したものの、通り一遍の答えで、満足できず、中小企業団体の事業承継セミナーや専門家の講演会に参加しませんでした。しかし税理士が税法面、弁護士が法律面と専門分野からの断片的なもので期待を裏切られました。そこで、仲間に声をかけ、中堅・中小ファミリー企業の永続的かつ革新的な成長を相互協力によって目指す経営者倶楽部を設立しました。老舗の当主や変革企業のトップを講話者として招聘し学びを深めました。

■後継者の学校との出会い

後継者が経営するためのポイントとなる4つの要素（ビジネス・財務・人組織・統治基盤）の本質を体系的に学びながら、経営者となるための心技体を鍛え、経営者としての基本を身につける集合研修プログラムです。

私が主宰する会で大川原代表を招聘したことが機会で、長男は入社直前に受講しました。

特筆すべきは先代のセカンドライフと一緒に考えることを課題としていることです。後継者は、先代のことに関心が回らなく、結果スムーズな承継に繋がらない危険があるのです。

■期待の共有セッション

事業承継のスタートにあたり、大川原代表のサポートのもと実弟、長男、私の3者間で「相手に期待すること」「相手が自分に期待していると思うこと」を洗い出し、意識のズレを徹底的に修正しました。

実際、かなり辛らつな言葉のやり取りもありましたが、三者の本音も分かり、思いのすり合わせもでき、経営に対する方向性を一致させてスタートできました。当然時間の経過とともにズレが生ずるのですが、スムーズに修正することができました。

弊社では、各部門内でも活用しました。上司、部下、同僚の擦り合わせに大変効果があり、会

社内での意思疎通が図られるようになりました。

■後継者との向き合い

スタートアップ経営者は、成熟企業である弊社をどう見るのかが興味深い反面、スピード感の違いから、精力的な社内ヒアリングにより既存社員が消化不良を起こさないかが心配でもありました。急激な変化を起こし過ぎて、後継者への協力が得られず、改革がとん挫しては意味がありません。そこで、私との2人ミーティング（質問・詰問・提案）を繰り返し、その結果を経営会議に提案し、会社の決断として社内告知することを徹底しました。ミーティングでは、過去の経営判断を非難されることも多々あり、しんどい思いもしました（笑）。

■弊社の具体的な変革施策

将来を見据え、同一労働同一賃金・IT化・クラウド化・DXをキーワードに変革プログラムを推進しました。コロナ禍前に完了していたことが、救いでした。

- ①経営パートナーの一新：税理士、社労士変更
- ②管理部門改革：クラウド化（ジョブカン／G suite／MFクラウド／SmartHR）
- ③経営陣の刷新：事業承継計画を2名の取締役と共有。共感できない1名は退社。初の女性取締役誕生
- ④組織改正：営業と製作の一体化。サイト責任者に権限移譲。ビジスタント（チャット活用営業）
- ⑤本社レイアウト変更、移転：フリーアドレス、テレワーク定着後、本社移転
- ⑥コミュニケーション（同期型→非同期型）：「Slack」活用で社内電話、社内メール削減、Jii ラジオ（社長＋社員ゲスト）・シャッフルランチ・リモートオフィス
- ⑦Hero's ラボ発足：弊社の行動指針である「Hero'S」に則り、社員の自主的行動を促す取り組み。商品開発・働き方改革（夢の実現）・副業推奨

個人情報保護方針について

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）



個人情報保護法違反が身近に起きるケースとは？

個人情報保護法上、重大事故につながる危険のあるケース（ヒヤリハット事例）には、どのようなものがあるのでしょうか。本稿では、「第三者提供」と「メールの送信」のケースにおける具体例をみていきましょう。

ケース1(第三者提供)

会社の営業部に、従業員の親を名乗る者から電話があり、至急子供（従業員）と連絡を取りたいので、携帯電話番号を教えてくださいと言われた。従業員が営業で外出中であったため、携帯電話番号を教えてしまいそうになった。

人の生命、身体または財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるときなど第三者提供制限の例外事由に該当する場合を除き、個人データを第三者に提供する場合には、あらかじめ本人の同意が必要です。

社会通念上、やむを得ないと思われる場合や本人の家族・親族等からの照会であっても、個人データを第三者に提供する場合には、

あらかじめ本人の同意が必要であることから、まずは会社から従業員に連絡するなどの対応が望ましいと考えられます。

また、個人データの第三者提供に当たっては、必ずしも第三者提供のたびに同意を得なければならないわけではありません。例えば、個人情報の取得時に、その時点で予測される個人データの第三者提供について、包括的に同意を得ておくことも可能です。

ケース2(メールの送信)

複数の顧客に展示会（イベント）の案内を電子メールで知らせる際に、BCCに顧客のメールアドレスを入力すべきところ、CCに入力して送信しそうになった。

「yukio-kanda@consul-office.jp」のようにフルネームが入っているようなメールアドレスについては、個人情報に該当する可能性があり、事例については、同意のない第三者提供、漏洩に該当する場合がありますので、注意しましょう。

『Kanpuku News』表紙掲載写真ご提供のお願い

Kanpuku News では毎月、表紙の掲載写真を理事の皆様のご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

渡嘉敷にてスキューバダイビング
渡邊 浩財子氏（事務局）



Kanpuku News No.2: 渡邊 浩財子氏
春爛漫



Kanpuku News No.1: 朝香 雅文氏
真っ白に雪化粧した富士（芦ノ湖）



月刊閲複 8 月号：渡邊 浩財子氏
東京明治神宮

関東複写センター協同組合季刊誌

Kanpuku News

2023 Summer **No.3**

令和 5 年 7 月 1 日発行

購読料／年間購読 2,000 円（消費税・送料込み）
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 Kanpuku News 編集委員会

発 行 所：関東複写センター協同組合

住 所 〒112-0002

文京区小石川 1-4-12

文京ガーデン ザ ウエスト 704 号室

T E L 03-3815-4338

F A X 03-3815-4357

Eメール info@kfcc.or.jp

U R L <http://www.kfcc.or.jp>

印 刷 所：株式会社ケーヨー



KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

真の プロダクション 印刷システム



印刷生産機としての実稼働率の向上、より高い品質の印刷物をより確実に、安定して供給。そしてそれらをスキルレスでのオペレーションで実現する。プロダクション印刷システムの基本性能向上に拘った真の生産機、それが、AccurioPress C6100シリーズです。

AccurioPress C6100/C6085

色管理・表裏見当調整を自動化

用紙厚によらず毎分100枚※1の高速出力

受注幅を拡大する400g/m²の厚紙対応力

独自技術を駆使した高画質と色安定性

サービスの多様化を推進するフィニッシャー群

※1: C6100にて、A4ヨコ・52~400g/m²紙時



*写真はC6100にオプションを装着したものです。

コニカミノルタ ジャパン株式会社 〒105-0023 東京都港区芝浦1-1-1

●商品に関するお問い合わせは ☎0120-805039 受付時間/9:00~12:00 13:00~17:00(土、日、祝日を除く)

<http://www.konicaminolta.jp>

Canon

品質が
雄弁に語る、
現場が求める
一台。



印刷現場が求める、安定性と生産性、
そして高いメディア対応力を発揮。顧客ニーズに
応えた高品質な成果物で、プリントビジネスの
新たな可能性を生み出します。

imagePRESS
V1000



©オンデマンドプリンター ホームページ

canon.jp/pod-printer

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。



©キヤノンお客様相談センター

プロダクション向け
複合機

0570-08-0053

(ナビダイヤル) ※おかけ間違いのないようご注意ください。

※ナビダイヤルをご利用いただけない場合は、03-6634-4392におかけください。
※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。



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。)

キヤノンマーケティングジャパン株式会社



Revoria™

Revoria™ (レヴォリア)は
富士フィ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。

Revoria Press™ —— 乾式トナー方式プロダクション・プリンター

Revoria Flow™ —— プリントサーバー

Revoria One™ —— 印刷ワークフロー関連ソフトウェア

プリンティングビジネス全域にかかわる
この3領域の製品を連動させながら
グローバルにサービスを展開していきます。

わたしたち富士フィ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、
富士フィ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。



FUJIFILM

富士フィルム ビジネス イノベーション株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-3

TEL:03-6271-5111 (代表)

<http://fujifilm.com/fb>

FUJIFILM、および FUJIFILM ロゴは、富士フィ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
富士フィ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。