竹橋交流会講演・第一弾

ICタグと印刷業界

2月13日(月)、毎日ホール
講師：大阪シーリング印刷株式会社
取締役　研究開発部長　奥田勝巳 氏

難しい話をわかりやすく解説する奥田勝巳氏

2月13日(月)18時から、竹橋パレスサイドビル地下1F毎日ホールに於いて、第8回竹橋コミュニティスクエア交流会の第1部が、コミュニティスクエア会員企業47社と、㈱帆風、㈱E&E、㈱ジャパンアートを加えて112名が、また、報道機関2社が出席して開催された。

第1部では、これまでのコミュニティスクエア委員会や実務者交流会などで、かねてより、会員企業から開催希望の挙がっていた講演会が実施されることとなった。

今回行われたのは、「ICタグと印刷業界」。大阪シーリング印刷株式会社の取締役であり、研究開発部長でもある奥田勝巳氏が、ICタグの歴史と現状、印刷業界との関わりや活用法の事例などを紹介する講演を行った。

ICタグは、次世代バーコードとしてあらゆる業界から高い注目を集めており、印刷業界に於いても、今後の発展への重要な要素のひとつであることから関心が高く、この講演に多くの会員が集まった。その内容の概要は次の通り。

出席した会員はうなずきながら熱心に聴き入っていた

「これから申し上げる事は、我々が経験した事、又、色々な文献から情報を得て将来どうなるかという事も含んでいます。そういう中で、印刷に携わっておられる皆さんが、自分達のビジネスに繋がる何かヒントになれば…」という前置きから、まず、30年間に及ぶバーコードの歴史を解説。オンデマンドプリントと直接印刷のシェア、「RFID」「バーコード」「2次元バーコード」と3種類ある自動認識システムの比較を。中でも注目のRFIDの、非接触での読込・書出、偽造防止等の優位点を解説。

RFIDは電波を使う関係上、周波数別の特長も持ち合わせており、周波で通信方法や情報量等が異なること。そして、世界各国の適用周波数も紹介され、なぜUHF帯が注目されるのか、その理由が示された。

続いて、電子タグの分類について、形状・寸法・用途別の5種類、電波・電力の有無での分類、データ書換可否による分類を解説。電子タグの利用アプリケーションとコスト、自動車、衣料品メーカー、航空会社など大手企業の活用状況と導入効果が挙げられ、当面、または将来の適用分野として想定される方向性が図式で示される。更に、ネットワーク利用の新サービス、高度利活用イメージ、大手企業による大規模導入計画の一端を紹介。

注目のUHFシステムについては、タグ形状や設置にも触れ「大きなビジネスチャンスが期待できる市場」として、物流管理や交通システム・チケット等を挙げ、市場の経済波及効果は04年からゆるやかに上昇し、07年前後を契機に急上昇すると予測。そして、電子タグの将来として、具体的に想定した利用例と利点を解説。電子機器製造、保険医療、包装の各分野での新ビジネスの可能性を示唆した。

エレクトロラックス社、フィリップス社による導入事例の紹介後、最後に「一番重要なのは仕組みの提案で、皆さんと何か一緒にやらせていただければ嬉しい。現在、大阪シーリング印刷でご提案する事例を簡単にご紹介したい」と、入退室管理、出退勤管理、商品情報閲覧の各ソフトを紹介し、講演は好評のうちに終了した。

各ソフトの操作方法を紹介

「和」をもって、共存共栄を目指す情報紙。
Takebashi Community Press
竹橋コミュニティプレス
March 2006
8号

平成18年3月6日発行

発行人／犬養 俊輔
発行／株式会社 帆風
編集長／小原 紹一郎
編集／株式会社 帆風　小原デザインセンター
スタッフ／石原 有理・横田 みえこ・井口 健太郎・椎橋 信雄
画像補正／山田豊
CTP印刷／竹橋プリンティングセンター

仕事受けたり、頼んだり。

座談会 前編

ご出席：三協タックラベル(株)　兵藤 芳郎 氏
(株)やまとカーボン社　白石 達也 氏
(株)あるす　横山 眞弥 氏
司会：鴨下 昇　事務局長

2月16日(木)
コミュニティスクエア会議室にて

鴨下（以下鴨）：今日は、ざっくばらんなお話を伺うという主旨ですので、宜しくお願いします。まず、入居してどれ位になりますか？

兵藤（以下兵）：私は6月からきましたね。

白石（以下白）：私も6月の半ばから…。

横山（以下横）：私はその後からで7月です。

鴨：皆さん早い方ですね。では、仕事が実際に動き出したのは入居後どれ位ですか？

白：えーと、センターでは：8月ですね。

鴨：ということは、1月半くらいかかった。

白：ええ、それまでは、今まで付き合いのあった会社に顔を出したりとか…。

鴨：あるすさんは、他とはまたちょっとスタンスが違いますよね。

横：違いますけど、基本的に最初の1、2ヶ月くらいは全く動かなかったです。むしろ、うちからの発注で…。元々、発注業務で来てますから構わなかったんですけど…。本当の意味で動き出したのはやっぱり10月になってからかな。それはね、うちはここのブースさんが増えて初めて動ける会社ですので、ちらほらだと仕事ないんですよね。

三協タックラベル(株) 兵藤氏

兵：うちも7月頭頃から。基本的には小さいんですけど、具体的な注文っていうのが少しづつ入ってきて…。商売になるだろうという感じになったのはもっと後ですね。

鴨：3～4ヶ月はかかってるんですね。

兵：そうですね。それを早いと見るか遅いと見るかは、経営者の判断だと思うんですけど…。

横：ただ、ブースだけ構えても…。ある程度常駐者が増えないと、お互いに仕事をやりとりするのは難しいと思いますね。

鴨：常駐は今、約半分位？

兵：週2の方とか入れて半分位かな。べったり常駐しているのは10社…？

横：そうですね。10数社程度ですかね。

鴨：そういう状況の中でも、3～4ヶ月程かかって回り始めた…。

白：でも、ぼちぼちですよ、ブースのやりとりは。現状でも、ぽつんぽつん位で。ブース内での商売が成りたつか、営業成績に結びつくっていうのは…。まして、うちは特殊だから。

鴨：全員が一堂に会するっていうのは、交流会以外にないですもんね。

白：ええ、あったとしても伝票のようなお手軽なものは、皆さんやっておられるだろうし…。

鴨：やまとさんは、営業としての売上は少しづつは伸びていますか？

白：まあ…、センター以外のところで（笑）。

鴨：あるすさんのところはどうですかね。

横：うちの場合は、組版からデザインからっていうのがあるので、正直いって波はあるんですけど…。今いただいているのでも、まとまるとすごい金額になるのもあるし、3ヶ月くらいかかるってものもありますし。

鴨：こうして見ていると、常駐している方のスタンスで全然違いますね、動きが。

横：人のスタンスでなくても、会社のスタンスなんですけど、5つに分かれると思うんです。ひとつは、ブースを設けてるだけ。たまにくるけどブースは関係ないという考え。ふたつめは、ブースにおられるんだけど、受注だけを考えていてブースの他社に発注する考えはないところ。それから、逆に発注だけ考えているところと…。他に、受発注を考えておられるところ、ここの3社はそう。ただ、成果に結びつかない面もありますけどね。あとひとつは、ブースにはいらっしゃるけどブース内で仕事を回す気がなくて、ここを東京営業所がわりに使っている会社さんで、現状のお客様だけで売上も仕事量も十分あるし、これ以上混乱したくない。これ以上仕事増えてもしんどいし、断るわけではないけど積極的に話すわけでもないという…。で、この5つの分類があるためにバラバラなんです。

白：全社がここでの受発注を考えていれば、もう少しスムースに回転すると思いますけどね。それと、ある程度の流れを読んでいく事も、このままいったら無理だなとか…。

横：見積りはするけど、まだ成果に結びつかないところもある。ただ、そういうところは受発注の意識は高い会社なんです。

兵：うちもそうです。見積りしたり差し上げたりとか、具体的にはあがってないですけど、そういう意識はありますので…。

白：そういうやりとりがあればね、お互い意思の疎通ができて、もう少し伸びるっていうか、可能性はあるんでしょうけどね。

横：受発注の意識が高い会社さんが、第一グループ。それから、ある意味じゃ動くというか、発注専門にしたい会社さんが第二。そして、第三グループは受注だけでいいと。この方たちには、見積りをお願いすれば…。

兵：外をずっと営業していればいいという…。

横：この3つのグループが活性化すればね。

兵：個人の問題もあるけれど、会社がどういうスタンスかにつきる気がします。

横：そういう意味だとどこでもいいわけではなく、意識付けの強い会社を…。

鴨：そのうちに、ひとつの方向に向かった集まりになるんじゃないかと考えてます。

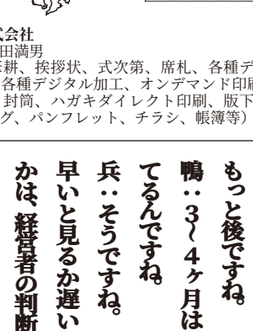
横：ブース内の企業が入れ替わる事があった場合でも、こんな会社がきたらいいねと、全社がプラスにとればいいんですけど、マイナスでとらえたら怖いと思うんです。つまり、我々はここで見てるからわかりますけれども、この報告を受けたトップは「なんだ、動いてないからやっぱり引き上げたのか」と捉えたらこの話は違ってくる。

兵：その辺、やっぱり御社にも意識を持っていてもらいたいんです。そこがうまくいくかどうかっていうのはすごく…。

鴨：重要な事なんですよね。

横：どうですか、どうですかってよく聞かれますしね（笑）。

兵：出てった事自体、悪評につながる事なのからかな。それはね、うちはここのブースさんが増えて初めて動ける会社ですので、ちらほらだと仕事ないんですよね。



(株)あるす 横山氏

鴨：そういう状況の中でも、3～4ヶ月程かかって回り始めた…。

白：でも、ぼちぼちですよ、ブースのやりとりは。現状でも、ぽつんぽつん位で。ブース内での商売が成りたつか、営業成績に結びつくっていうのは…。まして、うちは特殊だから。

鴨：全員が一堂に会するっていうのは、交流会以外にないですもんね。

白：ええ、あったとしても伝票のようなお手軽なものは、皆さんやっておられるだろうし…。

(株)やまとカーボン社 白石氏

鴨：やまとさんは、営業としての売上は少しづつは伸びていますか？

白：まあ…、センター以外のところで（笑）。

鴨：あるすさんのところはどうですかね。

横：うちの場合は、組版からデザインからっていうのがあるので、正直いって波はあるんですけど…。今いただいているのでも、まとまるとすごい金額になるのもあるし、3ヶ月くらいかかるってものもありますし。

鴨：こうして見ていると、常駐している方のスタンスで全然違いますね、動きが。

横：人のスタンスでなくても、会社のスタンスなんですけど、5つに分かれると思うんです。ひとつは、ブースを設けてるだけ。たまにくるけどブースは関係ないという考え。ふたつめは、ブースにおられるんだけど、受注だけを考えていてブースの他社に発注する考えはないところ。それから、逆に発注だけ考えているところと…。他に、受発注を考えておられるところ、ここの3社はそう。ただ、成果に結びつかない面もありますけどね。あとひとつは、ブースにはいらっしゃるけどブース内で仕事を回す気がなくて、ここを東京営業所がわりに使っている会社さんで、現状のお客様だけで売上も仕事量も十分あるし、これ以上混乱したくない。これ以上仕事増えてもしんどいし、断るわけではないけど積極的に話すわけでもないという…。で、この5つの分類があるためにバラバラなんです。

白：全社がここでの受発注を考えていれば、もう少しスムースに回転すると思いますけどね。それと、ある程度の流れを読んでいく事も、このままいったら無理だなとか…。

横：見積りはするけど、まだ成果に結びつかないところもある。ただ、そういうところは受発注の意識は高い会社なんです。

兵：うちもそうです。見積りしたり差し上げたりとか、具体的にはあがってないですけど、そういう意識はありますので…。

白：そういうやりとりがあればね、お互い意思の疎通ができて、もう少し伸びるっていうか、可能性はあるんでしょうけどね。

横：受発注の意識が高い会社さんが、第一グループ。それから、ある意味じゃ動くというか、発注専門にしたい会社さんが第二。そして、第三グループは受注だけでいいと。この方たちには、見積りをお願いすれば…。

兵：外をずっと営業していればいいという…。

横：この3つのグループが活性化すればね。

兵：個人の問題もあるけれど、会社がどういうスタンスかにつきる気がします。

横：そういう意味だとどこでもいいわけではなく、意識付けの強い会社を…。

鴨：そのうちに、ひとつの方向に向かった集まりになるんじゃないかと考えてます。

横：ブース内の企業が入れ替わる事があった場合でも、こんな会社がきたらいいねと、全社がプラスにとればいいんですけど、マイナスでとらえたら怖いと思うんです。つまり、我々はここで見てるからわかりますけれども、この報告を受けたトップは「なんだ、動いてないからやっぱり引き上げたのか」と捉えたらこの話は違ってくる。

兵：その辺、やっぱり御社にも意識を持っていてもらいたいんです。そこがうまくいくかどうかっていうのはすごく…。

鴨：重要な事なんですよね。

横：どうですか、どうですかってよく聞かれますしね（笑）。

兵：出てった事自体、悪評につながる事なので…。マイナス方向で捉えるんではなく、それはこういう理由なんだよって、御社も、もう一度アピールする必要がありますよね。

横：出ていかれる方を悪く言うのではなく、ここのスタイルとは残念ながら違ったと…。

鴨：では、ここで仕事がスタートして、今までより便利になっているなという話を。

兵：受注は、大体僕が思っていた位のベースで、半年でこれ位、1年でこれ位というのの8割は達成してます。ただ、嬉しい誤算があって。シールっていうのは販促物ですから、付随してPOPや名札、ショーケースに飾るもの等あって、これもできませんかって、今まで断ってたものの問合せがくるんです。その時ネックなのは、大きい金額じゃないけど動かなきゃいけないのが大変なのと、短納期が多い事だった。それがここに入った事で殆ど拾える様になったんです。ひとりの営業マンとして、ツールが増えた事はいい意味で誤算でしたね。こんなに便利で使い勝手がいいと思わなかった。

白：うまく使えば、こんな便利な所ないです。

兵：色校でも、100枚とか大判で10枚とか、カスタマーにお願いしてやってもらって、助かってます。もう1人うちの営業マンが東京にいますが、彼もよく利用して、今まで断ってたものが取れたと喜んでますよ。

鴨：やまとさんは伝票ですけど、それ以外の仕事をやることはあるんですか？

白：ええ、関係ないものは、あるすさんの所に。あと最近は、前から知っている軽印刷の会社さんが入って助かってます。単色の小さいものとか、細かいものをやってもらって…。

兵：軽印刷って、意外といなかったんですね。

白：細かいものだと、京都に往復送ってると時間かかるし、金額が送料に食われる例がかなり多いじゃないですか。

鴨：あるすさんは、窓口広いですけど…。

鴨下事務局長

横：でも昨年、A3ノビの4色機を売っちゃって…、菊全菊半ベースになってくると小回りがきかなくなってくる。極端な話ですけど、A4サイズのものを1000枚以下でも今まで十分利益が出ていたものが、もう利益が出なくなるんですよ。そういう意味だと、抜けてる箇所がたくさんあるんで…。

兵：御社のパックサービス、あれもCMYKオンリーで、特色1色ってないですよね。だから、他にお願いする方がベストなんです。

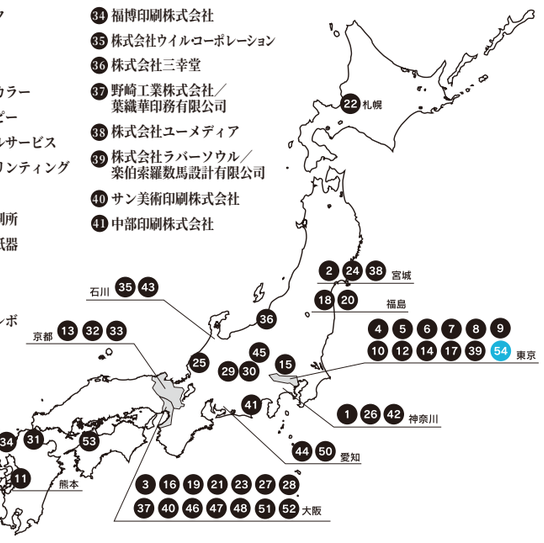
横：あと残っているのは4色系の軽印刷、ミニ輪、製本・型抜き関係、まだ足りない…。

兵：僕ね、袋物やっている会社さんに入ってほしいです。製袋、結構問合せくるんです。あと、紙の製袋以外に、ビニールも…。

（2面へ続く）

1 株式会社日相印刷
2 三協タックラベル株式会社
3 旭紙工株式会社
4 双葉ネクストワークス株式会社
5 マコト印刷株式会社
6 グラパックジャパン株式会社
7 株式会社あるす
8 株式会社セイコー紙業
9 星野製本株式会社
10 株式会社東京パック
11 敷島印刷株式会社
12 株式会社共栄校正
13 株式会社サンエムカラー
14 株式会社ティシピー
15 株式会社梅垣ラベルサービス
16 株式会社ウイズプリンティング
17 白山印刷株式会社
18 株式会社日進堂印刷所
19 株式会社東和印刷紙器
20 北斗印刷株式会社
21 ハート株式会社
22 有限会社プロセスレボ
23 株式会社光陽社
24 今野印刷株式会社
25 小川印刷株式会社
26 冨士印刷株式会社
27 大阪シーリング印刷株式会社
28 石本紙工株式会社
29 高山印刷株式会社
30 株式会社大包
31 二葉印刷株式会社
32 株式会社やまとカーボン社
33 株式会社図書印刷同朋舎
34 福博印刷株式会社
35 株式会社ウイルコーポレーション
36 株式会社三幸堂
37 野崎工業株式会社／葉織華印務有限公司
38 株式会社ユーメディア
39 株式会社ラバーソウル／楽伯索羅数馬設計有限公司
40 サン美術印刷株式会社
41 中部印刷株式会社
42 株式会社大和
43 宮下印刷株式会社
44 株式会社サクラ印刷／株式会社ジェイ・エス／株式会社ジャパンプランニングセンター／小鹿印刷株式会社
45 株式会社渋谷文泉閣
46 株式会社 林 歐文堂
47 株式会社古田デザイン事務所
48 新日本カレンダー株式会社 福州信日華印刷有限公司
49 株式会社昭和堂
50 大陽出版株式会社
51 大享印刷株式会社
52 株式会社イマイチ
53 佐川印刷株式会社
54 彩光印刷株式会社
代表取締役　德田満男
印刷業（毛筆筆耕、挨拶状、式次第、席札、各種データベース構築、各種デジタル加工、オンデマンド印刷、企画書、名刺、封筒、ハガキダイレクト印刷、版下作成全般、カタログ、パンフレット、チラシ、帳簿等）

竹橋コミュニティスクエアのメンバーご紹介



〒101-0047東京都千代田区内神田2-5-6
Tel 03-5289-4301

（ナンバー、順序はお申込み順・敬称略／2月20日現在）