

JAGAT

研究調査部部长 シニア・リサーチャー

藤井 建人



動向分析

社会変革と印刷業の問題・課題

成熟化、高度情報化、高齢化する日本社会における印刷業の現状を分析する。

①印刷産業、②印刷市場、③印刷メディア、④印刷経営の4つの視点から振り返り、印刷ビジネスの最新トレンドを把握する。後半は、2015年の印刷ビジネスを考える。経済予測・印刷関連トピック・印刷経営者予想・生活者のライフスタイル変化など、印刷ビジネスを取り巻く各種与件を整理し、市場規模予想を提示する。

株式会社

アサプリホールディングス

代表取締役社長

松岡 祐司



経営理念

経営理念を軸とした経営実践

会社経営で最も重要なものは経営理念である。

「何のために働くのか？」常に「働く目的と経営理念」を全社員で共有することで、各社・各部門・各自までが一丸となって、経営方針のもと目標を達成することができる。印刷需要の減少が続く中、他社との差別化を行い利益を出せなければ、会社は存続できず、全社員の幸せを守れない。「見える化による経営管理」「経営理念の共有」「M & A戦略やIT活用戦略の差別化によるマーケットの拡大」を行うなかで得た実践事例をお話する。

株式会社GIMS

シニアコンサルタント

寶積 昌彦



財務分析

会計基礎と原価計算の考え方

会計に関する基本的な考え方を、印刷業に特有な勘定科目を中心に解説。原価計算は、損益分岐点分析を中心に、総合原価計算、個別原価計算の考え方と概要について講義していく。

経営戦略

事業計画の意味と必要性／経営環境分析

経営革新の中で、その骨格の部分占める事業計画。事業計画を理解すること、適切な事業計画を作成する事が事業の維持・発展に必須条件となりつつある。本講座では、「事業計画とは何か」「事業計画作成の前提条件」「構成要素と作成プロセス」など事業計画作成の必要性と意義、加えて作成に必要な経営環境の分析について解説を行う。後半では、実習に使用する「事業計画フォーマット」の解説、現状分析（SWOT分析）・あるべき姿についてディスカッションしたい。

財務分析

財務分析と資金調達

経営者に必要と思われる財務管理、分析手法を解説していく。財務分析に使用する各種経営指標の解説を中心に講義を行い、理解度を深めるために講義後に演習を実施する。

事業計画作成

投資計画の考え方

資金調達と投資計画を踏まえた損益計画の作成について講義を行う。「損益計画の概要」「売上計画の考え方」「販売管理費・製造原価の考え方」「投資計画の作成」「必要な資金の種類と資金調達」など計画作成時のポイントを中心に解説。理解度を深めるために講義後に演習を行う。

人事・労務・賃金

人材を活かす人事制度および評価制度の構築

長期的視点に立った社内制度を構築し、経営にプラスになる組織体制をつくることは重要だ。経営資源の中でも最重要ともいえる会社組織人材を活かす人事制度、評価制度の構築について解説する。また、労務管理における法改正などのトピックについて紹介する。

事業計画作成

事業計画作成実習／発表

第1回～4回までの講義を基に、事業計画について作成実習を行う。

当講義では、事業計画に盛り込むべき内容を集約した「事業計画作成チャート」を用いて、計画作成に必要な内容を作成しつつ検討し、プレゼンとディスカッションを行う。

JAGAT

CS部副部長

花房 賢



経営管理

見える化による原価管理と運用ポイント

激しい価格競争が続くなか、利益を確保するためには、自社の原価および生産性をより正確に把握するとともに、より精度の高い管理を実施することが求められる。

本講座では、社内製造原価の算出方法とそれを用いた原価管理の手法、そして問題点の発見、解決をするための運用ポイントを理解していただく。

「印刷会社の収益構造と見える化」「部門別、設備別時間当たりコストの算出方法」「原価管理の仕組み」「受注一品別収支把握に向けて」など先行企業の事例を紹介しながら解説する。

大東印刷工業株式会社
代表取締役社長
佐竹 一郎



経営管理 徹底した見える化（数値化）による経営管理

厳しい受注環境がつづくなか収益性重視の経営を志向する企業が増えている。印刷業に限らず緻密なコスト管理の手法として注目されているのが「見える化」である。受注一品単位、あるいは部門単位での収支をつまびらかにし、そこを出発点にしてPDCAの改善サイクルをまわしていくことが重要だ。実際原価を用いたコスト管理でリアルタイムに製造原価が計算され、受注一品単位のその時点の収支情報が全社で共有する「経営情報の見える化」と「利益重視に転換した背景」への取り組みを豊富な実践例を交えながら学ぶ。

凸版印刷株式会社
法務本部 知的財産部 部長
澤竹 正光



経営法務 経営法務とコンプライアンス

印刷業が情報産業として成長するために欠かせない、コンプライアンスの確立、営業活動における著作権問題、契約等の戦術的展開について学ぶ。

1. コンプライアンス経営の重要性
2. 情報管理の重要性（個人情報の管理 インサイダー取引違反の防止）
3. 独占禁止法、印刷と知的財産権
4. 印刷取引と契約（契約書の重要性、印刷データは誰のものか）
5. 印刷経営とガバナンス

クラウドマネジメント協会
事務局長
原田 光治



経営戦略 印刷会社のクロスメディア戦略

経営の視点で、印刷会社が印刷物以外のメディア制作に取り組むときの考え方、事業戦略の立て方、人材育成、組織・体制づくりを学ぶ。

1. インターネットメディアの成長と変化を読み取る
2. クロスメディア化に取り組むための人材教育と組織管理について
3. クロスメディアを実現させるオムニチャネル戦略の具体的なフローづくり
4. クロスメディア戦略で重要な鍵を握るビジュアル&コンテンツの作成ポイント
5. クロスメディアに不可欠な効果測定の新手法について

株式会社ビジネス
コミュニケーション研究所
代表取締役
田中 信一



営業戦略 営業戦略の策定

印刷業における現状と課題を把握し、営業戦略策定に向けセオリーと戦略分析手法を理解する。「印刷業営業戦略の現状と課題」「経営計画における営業戦略の必然性」「営業戦略の定石（セオリー）を理解」を講義したうえで、自社の戦略を分析できる視点をもつていただく。

営業戦略 顧客戦略の進め方

顧客獲得、維持拡大のためにどのような営業をすべきか？本講義では既存顧客の深耕営業における重点ポイント、重要顧客別の年間行動計画づくりとフォロー、新規市場・新規顧客開拓営業の進め方を確認し、営業力強化の仕組みづくりを理解する。

営業戦略 競争優位の創り方

ソリューション営業展開の仕組みづくりとして、①自社の売り物（ソリューション商品）の発見と整備、②設計と営業手順を講義。得意先ABC分析として、①顧客タイプに合わせた組織営業の基本モデル、②組織営業展開の営業資源（担当役割）配分と個人営業力の強化計画を話す。

株式会社バリューマシーン
インターナショナル
代表取締役社長
河島 弘司



マーケティング 印刷会社を骨太にする“価値伝達”マーケティング実践法

全国各地の印刷関連会社がチャレンジしている実践事例を紹介しながら、印刷会社に必要な“顧客視点”への転換、マーケティング戦略構築を解説する。

また、Web・リアルメディアを活用したマーケティング手法など、これからの印刷会社に必須となる考え方、実践のヒントを学んでいただく。

「“価値伝達”マーケティングとは何か？」「各地域で輝く印刷会社のマーケティング“実践”事例」「お客様にちゃんと選ばれるための『Web営業戦略』」を柱に、ワーク、ディベートをとり混ぜながら、実践的な講座にする。

株式会社野毛印刷社
営業企画本部長
田中 浩



生産管理

生産管理と現場マネジメント

オフ輪全盛で、仕事を取れば確実に儲かった時代は、もう二度とやってこない。大事なものは「受注額を増やすのは難しい」「自社だけ画期的な商品開発は難しい」「他社と同じ設備しか持っていない」という時代に、どう儲けていくか？ということなのだ。いかに原価を落として「同じ仕事を同じ価格で受注しても他所よりは我が社の方に儲けが出る」という体制にしなくては行けない。生産性向上、コストダウンを実現し、日々の生産活動をマネジメントするために、どのような視点を持ち、どのように現場を改善していけばよいのかポイントを学ぶ。

株式会社サンエー印刷
常務執行役員 研究開発部長
吉川 昭二



品質管理

品質管理

「よりよい印刷のための品質管理」をテーマに、品質を決めるCMS、「標準印刷」の確立、印刷の管理ポイント、印刷工程のトラブルと管理を中心に解説する。「印刷品質」を支えるのは、デジタルを活用した「計数管理」、人間の「感性」による判定を車の両輪のように統制することと考える。多品種小ロット、短納期などのさまざまな理由から印刷現場における品質管理、技術者教育が満足に行われていないのが現状である。本講座では、人的要因によるトラブルにも目を向け、事故削減のポイント、人材育成のポイントにも触れたい。

株式会社シー・レップ
代表取締役
北田 浩之



経営戦略

経営革新のための戦略立案と実践

成熟した産業において、その商品力が衰えているなど感じた時、何を価値として提供できればお客様が発注したくなる要因となるか。経営者が真剣に考えなければならない。既存のビジネスがうまくいかない。新しい何かを始めたい思いはある。しかし、何かを始めたからうまくいくわけではないし、うまくいく何かがあるわけでもない。だから何もしないではなく何かを始めよう。そして、始めた何かがうまくいくように試行錯誤を繰り返すことが次の何かにつながる。1990年の起業から今に至るまで、変化する外部環境にいかに対応してきたのか？また独自の社内制度や組織づくりなどのマネジメントの実践例を紹介する。

株式会社story I
代表
猪俣 恭子



人材活性化

経営者に必要なリーダーシップ

リーダーのあり方が大きく変わってきている。「リーダーとしてのコミュニケーション」のいかにによって、会社の業績や生産性にも大きく影響を与える。本講座では、これまでのリーダーシップにありがちだった「管理して、指示するマネジメント」ではなく、「部下が自ら考え、意欲と行動を引きだす」、コーチングを基礎としたリーダーシップ術を、ワークショップ形式で学ぶ。
1. 「指示命令」ではなく「やる気」を引きだすマネジメント術
2. 「弱みの克服」ではなく「強み」を活かす考え方
3. 「すること」ではなく「ビジョン」を語る

株式会社マルワ
代表取締役社長
鳥原 久資



人材活性化

社員が輝く人材育成

「安く効率よくたくさん作る」今まで価値あるものとされた経済活動が、人口減少によって通用なくなり、これからは「わけあり消費」つまり「あなたから買いたい」が消費のキーワードとなる。それを作り出すのは“人”、企業でいえば社員である。企業がいかに「やりがい」を社員に提供できるか、また社員がいかに「主体的」に行動できるかが大切な要素となる。キーワードは「絆」。社員が主体的に動く仕組み作りについて、自らの教育現場の経験を生かした実践事例を紹介する。経営者に必要なコミュニケーションの極意もお話するので、ぜひ実践いただきたい。

錦明印刷株式会社
代表取締役社長
JAGAT会長
塚田 司郎



特別講演

これからの印刷経営

東日本大震災後に日本の産業各社が印刷物に対する費用だけでなく、さまざまな費用を見直した。震災後取引条件がかなり変わった分野も多いだろうが、このような変化に対して会社の体質を変えなければならない。社会一般で起こっていること、自社周りのこと、お客様の業界ことをさまざまな切り口で考え、統計情報も参考にしながら、次の時代に進むためのチャレンジが必要だ。そこに求められるのは、経営者のリーダーシップと決断である。印刷企業の経営者でもある当協会会長による経営実践論と今後の展望を紹介する。