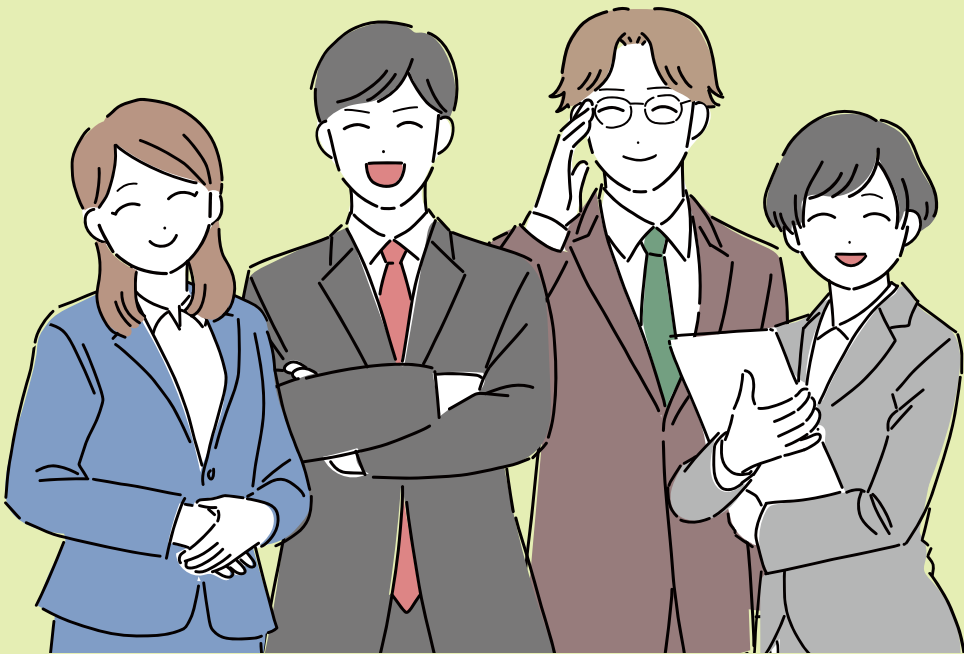


JAGAT
通信教育テキスト

印刷業のための **II** 新入社員コース

印刷物はどのように作られるか 改訂新版



公益社団法人日本印刷技術協会

II

印刷物はどのように作られるか

II編で学ぶこと

『I 印刷産業のアウトライン』では、複製技術である印刷が、いかに社会で役立ってきたか、また、今後どのように社会に貢献できるのかを学びました。『II 印刷物はどのように作られるか』では印刷物が作られる過程について学んでいきましょう。

印刷技術にも長年にわたって培われてきたノウハウがあり、簡単に習得することはできません。ここでは、皆さんがこれから実務をより早く習得する上で参考となる作業の流れやいくつかの基本的な用語を説明します。

II編で説明する事項は、印刷技術の入り口として必要なことです。十分に理解できない事項については、これからの課題として頭の片隅にとどめ、仕事に慣れてからもう一度、考えてみてください。

目次

II 印刷物はどのように作られるか

1章	印刷物ができるまでの流れ	3
1	印刷物づくりに必要な知識	3
2章	コンピューターと印刷表現	7
1	デジタル化と印刷	7
2	DTP の歴史	8
3	DTP による編集と制作	9
4	読みやすい誌面づくり	12
3章	印刷に必要な素材とプリプレス工程	18
1	印刷物のワークフロー	18
2	DTP で使われる文字	19
3	DTP で使われる画像	25
4	プレート（刷版）出力	28
5	色校正の考え方	29
4章	印刷および後工程	33
1	印刷工程	33
2	デジタル印刷	41
3	さまざまな後加工	41

1章 印刷物ができるまでの流れ

1 印刷物づくりに必要な知識

印刷とは「原稿（オリジナル）の複製物を、印刷技術（機械）を駆使して量産すること、あるいは量産された物」といえるでしょう。ところが現在では、パソコンや一般のプリンター出力（プリント）による複製技術が発達・普及して、印刷を大量複製を前提として考える時代ではなくなりました。

長い歴史を持つ印刷の生産技術は高度化し、高品質・高速化が進み、少量印刷から大量印刷まで幅広く対応して、よい印刷物を廉価に提供できるノウハウを蓄積しています。

(1) 印刷物の工程

印刷物を作る工程は、まずは発注先で企画が考案され、実現のための計画が立てられます。発注先では、企画会社、デザイン会社、印刷会社など必要に応じて適切と思われる企業に向けてオリエンテーション（企画の方向性の説明会）を開催し、企画提案あるいは制作見積もりの依頼を、指名または入札で行い、具体的に受注先を決定します。

印刷物を作る仕事は、大きく4つの工程に分類することができます。

- 1) 印刷物の企画・原稿制作・デザインの工程（企画・デザイン）
- 2) 印刷データを作る工程（制作・DTP）
- 3) 印刷機械やプリンターを使用して印刷する工程（印刷）
- 4) 印刷物を製品の形に加工する工程（後加工）

実際の流れはさらに細分化されて、受注品目ごとに制作・印刷方法を検討し、最も合理的な方法が選択されます。

また、上記の工程の中で、3)の印刷機械やプリンターで印刷する「印刷」（プレス）を軸にして、1)と2)を印刷前工程（プリプレス）、4)を印刷後工程（ポストプレス）と大きく3つの工程に分類されます。

このプロセスにおいては、原稿を用意して印刷物を発注する発注者（顧客）と、原稿を受け取り、印刷物を納品する受託加工業者に分かれ、さらに加工業者は制作会社、印刷会社、製本会社などと役割によって分業体制で仕事を進める場合が

あります。もちろん、印刷会社のなかに企画・デザイン部門、制作部門と製本・加工部門すべてを備えている企業もあります。

(2) 印刷物の企画とデザイン

テキスト『I 印刷産業のアウトライン』で学んだように、印刷物の位置付け、品目とその用途はさまざまです。しかし、印刷物を作り、顧客に納品するまでの生産プロセスには共通点が多くあります。

まず、どのような分野の印刷物であっても製作にあたっては企画意図（コンセプト）があります。その意図を明確に伝える場が、発注先からのオリエンテーションです。依頼を受けた印刷会社が企画意図に沿った製品企画を考案します。それを提案する場がプレゼンテーションです。このプレゼンテーションには企画書、仕上がり見本のカンパ（デザインカンパ）が提出され、議論され、発注先の合意を受け実作業に入ります。この企画段階でボタンの掛け違いがあると、後の作業工程で大幅な修正が発生することがあるので、発注先のニーズ、あるいは企画意図をしっかり理解し、確認することが大切です。その役割を果たすのが、営業担当者です。発注先のさまざまなニーズに対応するには、自社だけでなく外部の会社、また専門家（フォトグラファー、イラストレーター、コピーライター）の力をうまく活用することも大切です。それには発注先が求めるニーズの優先順位をしっかり把握することが重要です。

印刷工程という視点では共通点の多い印刷物も実作業では印刷製品・サービス（テキスト『I 印刷産業のアウトライン』9 ページ図表 3）にあるように、さまざまな目的、形状、技術、ノウハウが必要であることから、それぞれの専門知識が必要です。

ここでは、さまざまな印刷物がある中で、大きく2つのタイプの印刷物を取り上げその企画の流れを概観しましょう。

カンパ

Comprehensive の略。日本語直訳では「わかりよい、理解力のある、包括的な」という意味があります。プレゼン用ツールとしては欠かすことができませんが、企画書が文字と図表で解説したものであるのに対して、カンパはまさにビジュアルそのもので、完成予想図です。場合によっては大変費用がかかるものもあり、カンパは単なるプロセス材料ではなく、企画段階の完成商品になります。

1) 販促・宣伝系印刷物の企画デザイン

発注先の「商品やサービス」を販売支援する PR・宣伝ツール（パンフレット、カタログ、ポスターなど）となる販促・宣伝系の印刷物です。

発注先企業は商品開発と販売促進のためにさまざまなマーケティング調査を行います。その調査に基づいて新製品や新サービスをどのような方法で告知・販売をするかといった市場・流通チャネルの開発、価格政策などを検討して、プロモーション（消費者の購買意欲を喚起する活動）の全体を形作っていきます。メディアは大きな宣伝効果を上げるための戦略ツールです。その中で印刷物がどう役立つのか、他のメディアとの連携・分担はどうするのかを決めていきます。販促・宣伝系の印刷物の企画提案は全体像が決まってしまってからでは遅すぎるので、普段から自社の支援企画や新技術の情報はしっかり届けておく必要があります。

また、発注先のオリエンテーション情報をしっかり理解するには、マーケティングの知識のみならず、発注先企業や業界の専門用語や動向をつかんでおく必要があります。販促・宣伝系印刷物のクロスメディア化が進んでいるので、印刷メディアとインターネットメディアとの連携ができるように、それぞれのメディアの特徴や事例などの情報収集が必要です。

2) 商品系印刷物の企画デザイン

印刷物そのものが商品、または商品の一部となる、雑誌、書籍や絵葉書、パズル、グリーティングカード、ノート、カレンダー、手帳などです。

雑誌・書籍などの出版物は出版社自身の企画がほとんどで、印刷会社からの企画提案は少ないでしょう。しかし、出版物という商品を完成させるのは印刷会社、製本会社であるため、制作品質の要求度は高いものがあります。一概に本といっても発行形態、読者対象、内容分野などはさまざまで、それぞれに特有の装丁（そうてい：出版物の表紙・カバーなどのデザイン）、組版（くみはん：文字や図版などをページに配置し、誌面を構成していくこと）、レイアウト、判型（本のサイズ）、製本方式があり、分野ごとに慣習やルール、出版社独自のやり方などがあるので、個々に精通する必要があります（12～17 ページ「**4** 読みやすい誌面づくり」参照）。

最近では、印刷会社自らが企画・販売する事務用品印刷物や出版印刷物が増えています。これらは受注製品とは違い自らが商品化し販売までを行うことから、従来の印刷会社とはビジネスモデル（利益を生み出す構造）がかなり違ったものになります。

このように、印刷会社の企画デザインといっても製品内容によって要求レベルや責任レベルなどさまざまですが、前工程である企画デザインに対する期待度は確実に高くなっています。

3) 感性と技術とマーケティング能力が求められる前工程

顧客の製品サービスを理解して、的確な販促プランやメディア制作プランを提案できるマーケティング知識や感性が必要とされています。単に作業の受注ではなくパートナーとして付加価値の高い仕事をするためには、どうしても企画提案能力が必要です。

もう一つ大切なことは、よい印刷物を作る技能と知識をもっていることです。当たり前のようなことですが、技術の発展によってプロとアマの境界線がハッキリしなくなってきています。今までは職人技でなければ不可能であったことが、コンピューターによって簡単に実現できるようになったからです。つまり職人技の大半が「道具」の使いこなし方であったことから、コンピューターという平均的スキルを持った道具を手に入れたことで、プロとは何かが問われることとなりました。このように平準化されやすい技能環境の中で、プロとして一線を画すには、専門知識を身につけることと、システムチックに仕事を進めるためのトータルな知識を持つことが必要です。