

■2019 年度計画の要点

◆基本的な考え方

2018年度のJAGATは「デジタル×紙×マーケティング」を前面に押し出し、JUMP（JAGAT地方大会）や夏フェス、JAGAT大会、エキスパートDAY、そしてpage2019と「デジタル×紙×マーケティング」を謳って活動してきた。おかげさまで印刷業界にはずいぶん浸透し、実践している印刷会社も多くなってきた。

2019年度は、この火を消すのは中途半端すぎるとの判断から、まだ正式名称ではないが「デジタル×紙×マーケティング2.0」「デジタル×紙×マーケティングNextStep」として、このベクトルを発展させる活動をしたいと考えている。

資格試験の受験者減に歯止めをかける目的で開催した「エキスパートDAY」は、イベント自体は成功し、皆様からの反応も良かったが、受験者増に結びついたかという点では残念ながら目的を達成したとは言えない結果だった。今期も11月開催（前年度は12月21日で遅すぎた）として、受験者増を第一の目的として開催したい。また夏フェスは今度で三期目となり、イベントとしての認知度も高く、メーカーからの評価も得られるようになってきたので、事業化を意識して、有料セミナーとスポンサーセミナー等を考えていきたい。

JAGATの活動を持続させるためには人材が必要で、そのためにも研究要員の補充を重点的に考えている。また会員が自由に遊びに来られる環境を整備したいが、昔だったら地方から上京の際には、必ずJAGATにも寄っていただけるという良き習慣があったが、時代も変わり、地方の若い方にも馴染んでもらうために、地方からも参加しやすいイベントを隔月に開催できるよう整備していきたいと考えている。「夏フェス」「JAGAT大会」「エキスパートDAY」「page展」「JAGAT地方大会（JUMP）」と近づいて来てはいるが、もう少し増やしたいと思っている。

●研究調査部

印刷全般の研究と会員への情報発信を通して、技術・メディア・市場の観点から、広く印刷ビジネスの発展に貢献すべく継続的な研究調査活動を展開する。マーケティング・デジタル印刷・クロスメディア・地域活性ビジネス・見える化・海外印刷動向などを特に重点テーマとする。毎月の研究調査の成果は機関誌「JAGAT info」を通して会員に届ける。年間の研究調査の成果は「印刷白書」に集大成する。会員への情報は、月例研究会、会員大会（JAGAT大会・JAGAT地域ブロック大会）、pageカンファレンス等、様々な機会を通して積極的に発信するほか、特定分野の研究成果については適宜、書籍として刊行して業界に提供する。

●CS部

研究調査機能とならぶJAGAT 2大機能の一つである教育機会の提供を担う部門として、各社の教育計画／教育体系づくりを支援する。業界のトレンドをとらえ、顧客ニーズに基づくセミナー・資格事業・通信教育・コンサルティング・書籍発行等の企画、プロモーション、運営実施を通じて人材育成、ビジネス拡充に貢献する。

また、JAGAT大会、JAGAT地域大会、夏フェス、JAGATエキスパートDAY等のイベントを開催し、JAGATの研究調査や事業を披露するとともに、会員相互の交流、非会員の入会促進の機会としての場づくりを行う。

pageは総力を上げて前回以上の出展社、来場者、カンファレンス・セミナー参加者獲得を目指す。印刷会社のソリューションや新たな展開を披露し、中長期的には印刷発注者の来場を促進すべく「印刷パートナーゾーン」はさらに拡充、拡大を目指す。他団体・イベントとのコラボレーションも視野に入れつつpageの将来の新展開を展望する。

エキスパート資格試験の企業への教育プログラムへの採用の働きかけ、対策講座・講師派遣等の教育機会の提供、組合との連携など受験者獲得に向けた活動を継続するとともに、運営体制の見直しを図る。一方で、求められる新たな人材像に応じた試験制度の抜本的見直しを具体的に検討する。

●西部支社

近畿会員および幅広い企業・団体・個人に対し、印刷関連の情報発信、人材育成等を行うことにより、それぞれの発展に貢献する。企業・各種団体との協力、連携をさらに深め、JAGAT ならではの人材育成メニューを強化する。また、企業ニーズに応える人材育成事業を充実し、社内研修にも対応する。

■研究調査部

●部門方針

印刷の普及・振興・発展を視野に、印刷全般の研究と会員への印刷情報の発信を通して、広く印刷ビジネスの成長に貢献すべく研究調査活動を展開する。研究調査領域は、①技術②メディア③市場から構成して印刷全般をカバー、研究調査の成果は会員への情報発信を通して、広く業界全般に届ける。

毎月の研究調査の成果は、機関誌「JAGAT info」を通して会員に届ける。年間の研究調査の成果は「印刷白書」に集大成する。会員への情報は、月例研究会、会員大会（JAGAT 大会・JAGAT 地域大会）、page カンファレンス等、様々な機会を通じて発信する。

デジタルメディアの普及に伴い印刷会社はより広い事業領域への対応を求められるようになってきている。こうした変化全般を捕捉するため研究調査領域の拡大を続ける。特に 2019 年度の重点テーマは「マーケティング」「デジタル印刷」「クロスメディア」「地域活性ビジネス」「見える化」「海外印刷動向」など。

当会指導により厚生労働省令の母子健康手帳に採用された「便色カード」サポートの普及啓発活動を継続する。また、大学等での講師活動、印刷会社が発行主体のフリーペーパー展開催など、公益法人として積極的な印刷メディアの普及振興活動に取り組む。

●計画の要点・重点目標

- ・研究会活動は「マーケティング」「デジタル印刷」「クロスメディア」「地域活性ビジネス」「見える化」「海外印刷動向」を共通の重点とした研究調査とミーティングを企画開催、情報発信を展開する。
- ・特に以下を重点的な研究調査分野と位置づける。
 - ① マーケティング
 - ② デジタル印刷
 - ③ クロスメディア対応
 - ④ 地域活性ビジネス
 - ⑤ 見える化
- ・印刷関連団体（日本印刷産業連合会・全日本印刷工業組合連合会等）への協力。
- ・「印刷産業経営動向調査」「印刷業毎月観測アンケート」「カラーマネジメント技術サポート」など、従来の研究調査・コンサルティングの継続。

◆研究会

●テキスト&グラフィックス部会

*研究領域

テキスト・組版技術とグラフィックス・画像技術を基本的な主要研究テーマとし、関連技術分野も含めて研究領域とする。印刷・出版分野にとどまらないテキスト・グラフィックス関連情報を技術視点から研究調査、最新情報を収集・分析・発信する。

*重点テーマ

デジタル印刷周辺の技術動向を中心に、品質保証と検査、後加工など印刷生産のデジタル化における課題やボトルネック、デジタル技術がもたらす表現力や生産性向上の可能性について探る。

*開催テーマ予定

- 第1回 デジタル印刷の潮流
- 第2回 カラーマネジメントの最新動向
- 第3回 デザイン
- 第4回 パーソナルDM
- 第5回 クリエイティブとAI
- 第6回 インクジェットインキと表面処理
- 第7回 Japan Color認証制度
- 第8回 Web to Print
- 第9回 自動化
- 第10回 page2020を総括する

●クロスメディア部会

*研究領域

印刷メディアからデジタルメディアにまたがる情報メディア・コミュニケーション分野全般に関するメディア関連先進技術の動向を基本的な研究領域とする。アナログとデジタルを最大効率で組合せて活用するクロスメディア技術の手法についての動向を収集・分析・発信する。

*重点テーマ

印刷とデジタル両方の知識を持つメディアコーディネータの人材育成に有用な情報の収集やあり方を検討する。

*開催テーマ予定

- 第1回 AIツール・プラットフォーム活用
- 第2回 アニメ・ゲーム周辺情報
- 第3回 動画活用
- 第4回 IoTの基礎
- 第5回 自費出版系
- 第6回 コンテンツマーケティング
- 第7回 『印刷白書2019』発刊記念セミナー
- 第8回 VR /AR
- 第9回 クロスメディアビジネスのヒント
- 第10回 コミュニティ・場をつくる

●印刷マーケット部会

*研究領域

印刷ビジネスを印刷産業・印刷市場・印刷経営・印刷メディアの4視点から研究調査、印刷ビジネスの現状と可能性を定性・定量の双方からできるだけ客観的に捉えることを基本的な研究テーマとし、印刷メディアと印刷会社の現在と可能性に関する調査結果を収集・分析・発信する。

*重点テーマ

従来型印刷ビジネスの動向把握の継続に加え、地方創生／地域活性化、メディア・コンテンツ分野における印刷会社・印刷メディアの事業可能性など、視点を広く捉えた印刷ビジネスの将来性調査に重点を置く。特にマーケティングとデジタルの組合せによる印刷の可能性に焦点を当てる。

*開催テーマ予定

- 第1回 キャッシュレスと情報化で社会は、ビジネスはどう変わる
- 第2回 フリーペーパーの最新動向
- 第3回 折込チラシとエリアマーケティングを巡る状況
- 第4回 出版ビジネスの最新動向

- 第5回 印刷会社の経営・戦略・設備に関する最新分析2019（東京・愛知・大阪）
- 第6回 新聞・ニュースメディアを取り巻く変化と方向性
- 第7回 DM・データマーケティングの事例と動向
- 第8回 紙メディアとデジタルメディアの比較研究最前線
- 第9回 印刷ビジネスの2019年総括と2020年展望（東京・大阪）
- 第10回 情報メディア・コンテンツの最新動向2020

◆研究調査事業

- 月刊誌『JAGAT info』の発行（年12回）
 - ・毎号の連載では、「デジタル印刷最前線」「私の若手社員時代」「技術トレンド：テキスト／グラフィックス／クロスメディア」「Education」「経営ウォッチング」「マーケティング情報」「キーワードを探せ」「印刷会社と地域活性」など印刷ビジネス関連周辺の研究調査情報を提供する。
 - ・毎号の特集では、経営・技術・教育・海外などタイムリーなトピックを取り上げる。
- 『印刷白書』の刊行（年1回）
 - ・印刷業界唯一の白書として、年間の研究調査活動を集大成して制作。
- 調査と報告書の刊行
 - ・印刷会社の【月次：経営状況調査】と『JAGAT info』への掲載
 - ・印刷会社の【年次：経営動向調査】と年次報告書の刊行
 - ・印刷会社の【クロスメディア実態調査】：アンケート実施とレポートの刊行
 - ・印刷会社の【デジタル印刷事例調査】：企業訪問調査とレポートの刊行
 - ・印刷会社の【地域活性ビジネス事例調査】：企業訪問調査とレポートの刊行
 - ・印刷会社の【フリーペーパー発行実態調査】：現物収集と社会への発信
- 印刷関連団体への協力・委員派遣
 - ・日本印刷産業連合会
 - ・全日本印刷工業組合連合会
 - ・東京都印刷工業組合
- 印刷関連団体の調査研究等への協力
 - ・印刷業界におけるデジタル印刷アンケート調査（日印産連：デジタルプレス協議会）
- 印刷振興のための講師派遣・講座開発提供
 - ・東京工芸大学
 - ・日本大学
 - ・早稲田大学
- 印刷会社の経営見える化支援
 - ・「見える化実践塾」の企画・運営。
 - ・印刷会社の経営改善に向けた啓発、支援、組織化、コンサルティング等。
- トピック技術セミナー2019
 - ・2019年の注目技術を集約して年末に開催する。
- page2020カンファレンス（2020/2/5～7）
 - ・基調講演・グラフィックス・マーケティング・クロスメディアの4カテゴリからなるトータル15カンファレンスを開催する。
- 海外動向調査
 - ・海外の印刷最新事情に関する実地調査を行い、レポートを作成、報告会を開催する。
- 印刷標準・カラーマネジメントサポート

- ・印刷会社及び印刷発注者への助言とコンサルティング。
- 新生児向け予防医療支援「便色カード」
 - ・カラーマネジメント技術を提供して母子健康手帳「便色カード」制作を全面支援。
- XMLパブリッシング準研究会の開催
 - ・XML技術による編集組版・オンデマンド出版・電子書籍をテーマとする研究会の運営。
- コンサルティング（依頼に応じ適宜）
 - ・カラーマネジメント分野
 - ・クロスメディア分野
 - ・その他

■CS部

●部門方針

- ・CS部のCSとは、“カスタマーサポート”、“カスタマーサティスファクション”、そして“コミュニケーションサポート”のすべてを象徴、包括した名称である。
会員を中心とした顧客に対して、JAGAT全体の相談窓口・ハブ機能を果たすべく、会員社・有力企業訪問、各県工組との連携、JAGATの総合力を発揮したpage・各地域でのJAGAT大会運営等の機会を通じて最適なソリューションを提供、会員社の企業価値向上へ貢献を果たしていく。
- ・JAGATが持つ研究調査機能（情報収集・発信、コンテンツ生成等）と並ぶ2大機能の一つである教育機会の提供を担う部門として、各社の教育計画／教育体系づくりを支援しつつ、セミナー、資格事業、通信教育、コンサルティング、書籍発行等の企画、プロモーション、運営実施をニーズに応えるようタイムリーに効率よく実行していく。
- ・公益法人としてのJAGATオリジナルの企画、コンテンツの提供を通じ、JAGATらしさを追求していく。クライアント（印刷発注側企業）の課題解決も視野に入れた場づくりなど、JAGATならではの企画、コンテンツにより、他との差別化、付加価値向上を目指す。

●計画の要点・重点目標

- ・部門方針のもと、魅力あるJAGATとそのメリットを訴求し、非会員社には入会を促す。特に大型セミナー参加企業、page出展企業、各地域JAGAT大会（JUMP）参加企業の入会促進を図る。
- ・pageは総力を上げて前回以上の出展社、来場者、カンファレンス・セミナー参加者獲得を目指す。印刷会社のソリューションや新たな展開を披露し、中長期的には印刷発注者の来場を促進すべく「印刷パートナーゾーン」はさらに拡充、拡大を目指す。
また、他団体・イベントとのコラボレーションも視野に入れつつpageの新展開を展望する。
- ・教育商品の主体であるセミナー、通信教育は、業界のトレンドをとらえ、顧客ニーズに基づく新企画、個別カスタマイズ等により人材育成、ビジネス拡充に貢献する。
- ・エキスパート資格試験の企業への教育プログラムへの採用の働きかけ、対策講座・講師派遣等の教育機会の提供、組合との連携など受験者獲得に向けた活動を継続するとともに、コストの抜本的見直しのため運営体制の見直しを図る。
一方で、求められる新たな人材像に応じた試験制度の抜本的見直しを具体的に検討する。
また、昨年度初めて実施したJAGATエキスパートDAYの定着化を目指す。
- ・JAGAT Summer Fes（夏フェス）をpageと共にJAGATの2大イベントとして定着させるため、持続可能な事業としての確立を図る。

◆会 員

業界が縮小し、印刷会社の減少が加速する中、会費にも費用対効果が求められる。JAGAT 会員の最大のメリットである情報の提供が、ネットをはじめどこでも得やすくなっている現状において、JAGAT 職員全員が、顧客とのより密接なコミュニケーションを通じて共感を得る努力をしながら、教育機会や各種レポート提供などサービスの充実をもって訴求し、公益社団としての存在価値を示していく。

*目 標

入会 14 社（再入会 4 社）：page5 社、セミナー・JGAT 地域大会 5 社、西部支社・その他 4 社

◆交流イベント／サービス

●JAGAT大会

会員大会＝JAGAT 大会は 10 月 23 日（水）に椿山荘にて開催を計画。
『印刷白書 2019』発表の場とする。

*目 標 有料参加 100 名

●JAGAT地域大会（JUMP）

地域単位での JAGAT 会員相互の集いの場である JAGAT 地域大会（JUMP）は、引き続き東北、中・四国、九州、近畿、中部の 5ヶ所で開催。各地域の企画推進メンバーの協力を仰ぎつつ、魅力ある JAGAT らしい内容構成で各地を行脚する。
また、引き続き各地域でジョイントセミナーを展開し、地域大会とあわせて、参加の非会員企業に JAGAT への理解と入会、事業参加を促進する。

*計 画

東北・・・9 月（宮城県印刷会館）、目標 30 人 協力：東北地区印刷協議会、宮城県印刷工業組合
中国・四国・・・9 月（未定）、目標 30 人 協力：中国地区印刷協議会、四国印刷協議会
九州・・・10 月（福岡印刷会館）、目標 30 人 協力：九州地区印刷協議会、
近畿・・・11 月（太閤園）、目標 80 人 共催：大阪府印刷工業組合、協力：近畿地区印刷協議会
中部・・・1 月（吹上ホール）、目標 50 人 協力：愛知・岐阜・三重各県工組、（株）光文堂
※日程、内容等は各地区企画推進メンバーと協議

●JAGAT Summer Fes 2019（夏フェス）

8 月 22 日（木）～23 日（金）、JAGAT 本社にて開催予定。夏のイベントとして定着化を図るため、持続可能なビジネスモデル化を図る。

◆page／イベント

2019 年度は、IGAS、drupa の開催の狭間にあたり、大手機器メーカーを中心に、PR の場としてのイベントへの要求が高いことが見込まれる。よって 8 月に実施予定の JAGAT Summer Fes（夏フェス）2019 は、前回の流れを汲みつつ、大手機器メーカーの要求に沿えるよう新たな企画や、他団体・イベントとのコラボレーションを検討し、イベントを確実に実施していく。また page2020 は半

年後の drupa2020 出展企業にとって、その橋渡しとなるべく、プロモーションを強化していく。

***目 標**

展示小間数 570 小間以上 (出展社 概ね 165 社以上)

***計 画**

page2020 は、さまざまなオプションサービスによる出展価値の強化、広告連動企画の実現拡大を目指す。通期での事業展開を図り、8月に実施する「夏フェス 2019」と連動し、JAGAT のあらゆる事業と page2020 の浸透・PR を結び付けて、出展拡大をはかり、収益事業として予算達成を目指す。「印刷パートナーゾーン」をさらに拡大し、新規出展社の増加を目指すとともに、JAGAT への入会促進につなげていく。さらに来場者目線に立ったクオリティアップを行い、イベントの価値向上によって業界全体の活性化に寄与すべく、様々な企画を検討する。

◆ 広 告

イベントと連動した媒体は、イベントに参加する企業にとっては相乗効果が見込まれ、広告出稿や協賛が期待できる。夏フェス 2019 及び page2020 においては、プロモーションプランを拡充する。また研究調査部や、外部ライターと連携し、企画広告の充実を図る。

***目 標**

広告枠 Ji 誌 78 本以上 (企画広告 12 本以上を含む)、不定期媒体などの広告枠 10 本以上

◆ 通信教育

JAGAT の通信教育は、唯一業界に特化した講座を提供できるという強みをもつ。特定時間の拘束や場所・距離といった制約を受けないというメリットとともに、これを広くアピールしていく。大口受注企業、中堅規模の企業開拓、そのための内定者教育としての「新入社員コース」のプロモーションや短期受講型の新講座開発、個別企業の教育ツール開発協力など、新たな施策を講じていく。

***計 画**

- *JAGAT : 18 講座+受託販売講座 : 42 講座 合計 1200 名受講
- ・「新入社員コース」内定者向け教育採用キャンペーンの早期実施。
- ・既存大口受注企業の継続受注。
- ・個別企業の教育ツール開発協力の実施

◆ 刊行物

JAGAT の使命である情報発信ツールとしてのパブリッシングを継続していく。「みんなの印刷入門」「オフセット印刷技術」「トラブル解決」等の印刷業界基本図書のテキスト採用等による販売維持。受験促進も含め、主催資格の対策参考書の発行。「印刷白書」「経営動向調査」といったコアな統計情報、「デジタル印刷レポート」等各種レポート類の発行、拡販を通じて公益事業体としてのパブリッシング、コンテンツ発信に努める。

***計 画**

- *JAGAT 発行 25 点+受託販売 合計 1,600 冊+page 販売
- ・新刊「みんなの新印刷入門」のプロモーション、年間 500 冊以上
- ・「DTP エキスパート受験サポートガイド」改訂版のプロモーションと資格受験者拡大

◆セミナー事業

●本社セミナー

印刷技術から営業、マーケティング、デザインまで印刷業界に特化した内容でセミナーを展開していく。また、受講者の教育効果を追求するために、グループワークを取り入れての実践型セミナーも強化していく。

*目 標

定期プログラム 50 講座を準備し年間 90 回開催、総受講者数 1,000 名を予定する。

*計 画

- ・大型ゼミのリニューアル（経営幹部ゼミ、印刷営業 20 日集中ゼミ）
- ・講師の発掘及び新規セミナーの開発
- ・生産性向上訓練の受託
- ・個別企業への教育及びコンサルティングの拡充

●地方・組合セミナー／認定講習会

地方セミナーは単に実施運営の場ではなく、情報のタイムラグ・地域間格差の解消の場であり、JAGAT の総合的プロモーションの場としても展開する。

組合主催セミナーを含め、要望の多い page セミナーや東京で多くの人に関心を寄せたテーマを積極的に提案・実施していく。

*計 画

JAGAT 主催地方セミナー・・・大阪を除く地域大会 4 カ所（仙台・広島・福岡・名古屋）でジョイントセミナーを実施、さらに別途広島、名古屋、仙台各所で年 1 回 → 合計 11 本

組合主催セミナー・・・新入社員研修会 6 県（宮城、富山、石川、岐阜、愛知、東京）

その他、各県工組に計 10 回講師派遣に向け提案

◆資格制度

*方 針

- ・DTP エキスパート及びクロスメディアエキスパートの人物像、役割を明確にし、業界及びメディア関連企業の将来を支えるために必要な人材であることを訴求する。
一方で、求められる新たな人材像に応じた試験制度の抜本的見直しを具体的に検討する。
- ・模擬試験講座、個別企業への講師派遣、組合タイアップ、参考書発行・通信講座改訂などの受験対策のための教育機会を増強し、受験者増につなげる。
- ・昨年初めて実施した JAGAT エキスパート DAY の定着化を目指す。

想定受験者数（新規受験）

| DTP エキスパート | 実績／計画 | 8 月 | 3 月 | 合計 |
|------------|-----------|-----|-----|-----|
| | 2018 年度実績 | 298 | 156 | 454 |
| | 2019 年度計画 | 356 | 183 | 539 |

| クロスメディアエキスパート | 実績／計画 | 8 月 | 3 月 | 合計 |
|---------------|-----------|-----|-----|-----|
| | 2018 年度実績 | 71 | 61 | 132 |
| | 2019 年度計画 | 131 | 90 | 221 |

2019 年度更新試験対象者、申請見込み（年間）

- ・ DTP エキスパート： 3557 人 → 2652 人（申請率 74.6%）
- ・ クロスメディアエキスパート：426 人 → 270 人（申請率 63.4%）

●DTP エキスパート

業界に必要な人材としての DTP エキスパートのあるべき姿、理想像に近づけるべく、運用体制の充実、試験問題の作成（筆記、課題）と改訂を行っていく。

受験者動向、企業受験状況などの現状分析に基づき、対象ごとに最適な手法、ツール、タイミングをもってプロモーションを展開する。

●クロスメディアエキスパート

JAGAT が提唱する「デジタル×紙×マーケティング」を具現化、実践していく人材としてのクロスメディアエキスパートを訴求していく。

印刷会社の経営層に対し、多様なメディア（印刷＝紙だけでない）への対応が必要な時代にあって、クロスメディアエキスパートは、提案力（提案活動の基礎的な知識とソリューション構築力）を身につけるためのプログラムであることを様々なツール、機会を通じて訴えていく。

資格制度施策

- ・ 対策講座、集合型模擬試験、県工組との連携、個別講師派遣を増強
- ・ 企業訪問等の人事・教育担当者との直接コンタクト機会の増強
- ・ 受験者減少傾向に歯止めをかけるべく、業界で求められる人材像、あるべき教育プログラムをベースに、資格制度の抜本的見直しについて検討していく。

■西部支社

*方針⇒支社としての役割の充実

- ・ 会員および幅広い企業・団体・個人に対し、印刷関連の情報発信、人材育成等を行うことにより、それぞれの発展に貢献する。
- ・ 印刷および関連団体との協力関係をより強化し、情報交換および人材育成の機会を創出する。

*計画

- ・ セミナー58本（ライブ中継セミナー10本）開催、680名の受講を計画する。
- ・ 講師発掘による実践的、体験型セミナーおよび出張講座の開催を強化する。
- ・ 顧客ニーズに対応する実践的、体験型講座を開発し、人材育成事業の充実を図る。

■管理部

*計画

- ・ 老朽化する施設設備の適切なメンテナンス及び中期修繕計画の見直し。
- ・ 遊休資産活用と社内環境整備。
- ・ 適正な人材補充。