

北海道の印刷

PRINTING INDUSTRY IN HOKKAIDO

第 690 号

[Website] <http://www.print.or.jp>

[E-mail] info@print.or.jp

11

2013

平成25年
11月10日発行

INDEX

印刷燦燦	3
全印工連フォーラム2013	4・5
平成24年北海道工業統計速報	5
平成25年度全青協北海道ブロック協議会	6~8
2013「印刷の月」記念式典	9
全印工連「特別ライセンスプログラム“CC”」新規募集	10~11
北海道印刷関連業協議会 平成26年新年交礼会	12
業界のうごき	12

[表紙] ハギマシコ (厚岸郡浜中町霧多布: 11月)



北海道印刷工業組合

〒064-0808 札幌市中央区南8条西6丁目 TEL.011-562-6070/FAX.011-562-6072

印刷 燦 燦

チョウセンゴミシ

9月も後半に入った週末、チョウセンゴミシの実を採りにでかけた。果実酒をつくるためだ。自分のためであることは言うまでもないが、表向きは人のためだ。ありがたいことに、思うように採れ、スッキリした気分で、次の9月28日・29日の週末を迎えることができた。

9月28日は札幌に引き続き、「断裁機の『特別教育』講習会」が開催された。地域を越え、業界を越え、様々な事業所より予想をはるかに上回る77名の方に参加いただいた。丸1日のヘビーな講座でしたが、講師の話もおもしろく、参加の皆様にはどうかこらえていただきました。

直接、担当してくれたK社長には終日張り付いていただき、かつ、その上にですよ、翌29日はパークゴルフ大会で朝早くから昼ごろまで頑張っていました。感謝します。

更に翌週末、ひと山越えたゆるい気分で、ノー天気にも、また、チョウセンゴミシを採りに行った。欲張って焼酎を使いすぎたので実の補充のためだ。この情けない心根はこれからも変わらない。

さて、9月28日の断裁機講習会については、何か不思議な気持ちにさせられた。高揚感があるのだ。やはり組合には使命が課せられている。ささやかではあるが、どなたかに代わり、公的な役割の一部を担ったと思う。

北海道印刷工業組合理事・旭川支部長 **井田 多加夫**

株式会社井田印刷工房 代表取締役

全印工連フォーラム2013開催される

利益の源泉は「印刷加工」

全印工連フォーラム2013が、10月4日午後2時から東京都江東区の東京ビッグサイトで、全国から組合員450人が参加して開催され、印刷産業成長戦略ビジョン「『印刷道』〜ソリューション・プロバイダーへの深化」が発表された。

フォーラムは、最初に島村博之全印工連会長があいさつで、「新しいビジョンを策定した産業戦略デザイン室のメンバーは、『自社が良くなるためには、まず業界が良くならなければならない』という共通認識を持っている。今回の提言書には金額では表せない価値がある」と述べた。

次に、臼田真人産業戦略デザイン室委員長が、「印刷会社の役割は、当事者の声を伝わりやすく加工し、社会の変革に貢献していくことにある。日本の中核の産業としての自覚を持ち、業界の変革を全印工連が中小印刷会社の代表として推進する、新しい印刷のカタチとして“Insatsu”を提唱した。ソリューション・プロバイダーへの変革を通じて、各地域の経済・文化・教育・生活を向上させる印刷の底地を共に高めよう」と訴えた。

また、「利益の源泉は、印刷加工である」とし、生産の重要性を説いたうえで、「ソフトサービスは市場と企業を結ぶ接着剤であり、それによって結ばれた商機でハードをフル稼働させ、利益を生む」とした。

さらに、塚田益男氏（故人）の「活字よ、さようなら。コールドタイプよ、こんにちは」に倣い、「紙積み（専業目線）よ、さようなら。価値積み（業態目線）よ、こんにちは」を提唱し、「紙積みしている間があれば、知恵を積み！価値を積みば、紙積みも増える」とし、そうすることによって、「この国の人々の暮らし、文化、教養を今以上に豊かに変えることができる。それが『印刷道』である」と結論付けた。

その上で、ソリューション・プロバイダーに必要な3つの要素として、①原点回帰、②ワンストップ対応、③経営者の志を揚げ、ソリューション・プロバイダーの6類型として、「地域活性プロモーター」「特定機能プロバイダー」「特定業界スペシャリスト」「メディアプロダクトメーカー」「パーソナルメディアショップ」「印刷製造スペシャリスト」を発表した。



ソリューション・プロバイダーの6類型

(1)地域活性プロモーター

地域に固有の文化、風俗、習慣などを熟知していることを活かして、多種多様なメディアや付帯サービスを組み合わせ、地域の活性化や成長を地域ぐるみで実現するために、地域のまとめ役として各種プロモーションを支援する。

(2)特定機能プロバイダー

「販売」「イベント」「広報」「リクルート」「顧客データ管理」など、業種や業界に特定されず多くの企業や組織に必要な『特定機能』を、最適なメディアと付帯サービスを組み合わせながら、高い専門性で追及していく。

(3)特定業界スペシャリスト

特定の業種・業界の製品、ビジネス、あるいは業務プロセスを熟知することで、顧客と同等の立ち位置で、顧客の課題解決に努めるとともに、最適なメディアや付帯サービスの選択と活用を提案・提供する。

(4)メディアプロダクトメーカー

印刷物を含む多種多様なメディアを、顧客から請け

負うのではなく、自らもリスクを負い、商品として自前チャンネルや他のチャンネルで販売する。キャラクターグッズ、ステーショナリー等の紙製品、トランプ、トレーディングカード、フリーペーパー、出版、電子出版など。

(5) パーソナルメディアショップ

個人や商店ユースに対応する「プリントショップ」の発展形としての業態。パーソナライズされた印刷物、ギフト、その他多様なメディア関連商品を扱

い、商品だけではなく、利用者によるコミュニティも提供するなど、同じ価値観を持つ人たちの新たなコミュニケーションハブとしての可能性も期待される。

(6) 印刷製造スペシャリスト

印刷製造に特化し、コスト、品質、納期対応などでの優位性や、特殊加工などでの付加価値を提供する。徹底した合理化と戦略的設備投資により、プリプレスからポストプレスまでのワンストップ対応で印刷製造機能をリードする。

平成24年北海道工業統計速報発表される

印刷・同関連業出荷額1,201億67百万円で対前年比10.4%増

平成24年の北海道工業統計（4人以上の事業所）の速報値が、このほど、北海道総合政策部地域行政局統計課から発表になった。

印刷・同関連業の出荷額は1,201億67百万円で前年比10.4%増と大きく伸びた。

平 成24年の北海道工業統計速報値では、北海道の製造業の全産業で事業所数が5,709事業所で前年に比べ369事業所が減少（△6.1%）している。従業者数は165,539人で前年に比べ3,789人が増加（2.3%）している。製造品出荷額は6兆1,174億40百万円で前年に比べ653億7百万円が増加（1.1%）している。

平成24年の印刷・同関連業は、事業所数は375事業所で前年に比べ48事業所が減少（△11.3%）して

いる。従業者数は7,724人で前年に比べ570人増加（8.0%）している。製造品出荷額は1,201億67百万円で前年に比べ113億13百万円増加（10.4%）している。印刷・同関連業の製造品出荷額が前年を上回ったのは平成17年以来7年振りである。

ただし、平成23年は経済センサス調査のため工業統計調査と単純比較した場合、数値に誤差が生じていることも考慮される。

北海道工業統計
(印刷・同関連業)

	事業所数		従業者数		製造品出荷額等	
	事業所	前年比(%)	人	前年比(%)	百万円	前年比(%)
平成24年	375	88.7	7,724	108.0	120,167	110.4
平成23年	423	103.9	7,154	89.7	108,854	85.7
平成22年	407	96.6	7,973	97.6	126,776	96.7
平成21年	421	88.8	8,162	88.3	130,986	89.4
平成20年	474	96.1	9,243	94.1	146,374	89.8
平成19年	493	91.8	9,827	98.4	162,878	98.3
平成18年	537	92.9	9,985	95.5	165,645	94.6
平成17年	578	96.6	10,449	97.6	175,062	104.6
平成16年	598	89.5	10,699	96.3	167,323	96.5
平成15年	634	104.4	11,110	97.9	173,286	99.5
平成14年	625		11,347		173,995	

平成25年度全青協 北海道ブロック協議会開催される

私たちのブランド戦略・実践編

平成25年度全国青年印刷人協議会北海道ブロック協議会が、9月13日午後1時30分から札幌市中央区のかでる2・7で、滝澤光正全国青年印刷人協議会議長、安平健一同副議長、大木啓稔同副議長、伊藤壽彦同副議長を来賓に迎えて開催された。

ブロック協議会は、最初に来賓紹介が行われ、次に滝澤全青協議長があいさつで、全国青年印刷人協議会の活動内容、今期の活動テーマであるブランディングについての主旨を説明した。

つづいて、ブランディングセミナーが行われ、安平全青協副議長から「もう一つの選択軸創造をめざして～わたしたちのブランド戦略・実践編」をテーマに講演が行われた。

安平氏は、最初に復習として昨年のブロック協議会で行った私たちのブランド戦略の序章を説明した後、今期のテーマである実践編について、①ブランド戦略実践の準備、②ブランドの姿を考える、③ブランドを言葉に、④ブランドを可視化する、⑤ブランドを浸透させる、⑥ブランド戦略の検証について説明し、実際のブランディングは合わせ技であり、ブランド戦略は中長期的な成功のためで、常にブランドを磨き、レベルアップを図ることがブランドを守ると結んだ。

次に、大和繁樹北海道印刷工業組合青年部事業委員長から、ブランディング実践事例として株式会社ヒロミ産業のブランド戦略が発表された。

この後、大木全青協議長をファシリテーターに、参加者全員で「ブランディングへの道・現状認識から観

る自社のブランド」をテーマにグループディスカッションが行われた。

滝澤全青協議長あいさつ要旨



滝澤光正
全青協議長

もう1つの選択軸の創造を目指して～私たちのブランド戦略～というテーマを掲げて皆さんと一緒に勉強している。

なぜ今、我々がブランド戦略なのかということは、皆さんが知っているように、従来の印刷市場は今後縮小していく一方の中で、私たち一社一社が、

会社の個性、特徴を明確に旗印として掲げて、お客様、社会の皆様様に訴求していく必要があるだろうということと、これから一社一社が社会に貢献できる業態として残っていくために「ブランド戦略について勉強していこう」ということで、このテーマを掲げた。

ブランドは、私たちとお客様との約束である。お客様が私たちに対して「まともな会社であったら、きっと期待しているサービスで応えてくれるだろう」というお客様の期待、それに対するサービスを提供することは私たちサイドの問題である。お互い確立することによってブランドというものが確立されてくる。

印刷会社に限らず、世の中のブランドといわれるものは全てそうだと思う。お客様の心の中に輝かせる、それがブランドである。

私たち経営者からすると、ブランドが確立されると、「人」「物」「金」「情報」に次ぐ第5の経営資源になる。ブランドはそれだけで経営資源になる。お客様側からみると「品質」「価格」「納期」に次ぐ第4の選択

肢として「ブランド」が捉えられる。

「安いから」「品質が良い」「スピード重視」などの選択肢の1つとして、「高いかもしれないが安心して頼める」というものがブランドである。

ブランドを構築するには、自社は「何をブランドとして訴えていくのか」ということを明確に定義した上で、インナーとアウトターがある。

インナーはサービス提供側、中心となるのは自社の社員・従業員の皆さん、あるいは協力会社の皆さん、そういったところに「当社のサービスはこういうことを大切にお客様に提供していきたいので、皆一緒に協力してください」ということで、ブランドを守る社員の皆さんに「ブランド価値を浸透させていくこと」がインナーブランディングでといわれるものである。

片や、自社のブランド価値が定義できたら、それを積極的に外のお客様、社会に対して「私どもはこういう会社です」という形で、積極的に広報していくことがアウトターブランディングと言われているものである。

インナーブランディングをすることによる狙いは、「会社」「自社への好感」を社員に持ってもらうたり、信頼を持ってもらうたり、この会社に勤めて良かったと思われることである。

アウトターブランディングに関しては、お客様や社会に知ってもらうこと、そしてそのブランドに好感をもってもらうことである。

ブランディング活動をする前提として、まずは、自社は「こういう方針でいく」ということで、経営理念がしっかり確立されていることが大事である。「創業以来変えていない」というところも多いと思うが、ただ額に入れて飾っているだけではなく、経営理念を浸透させる活動がなされているか、今の時代に合った経営理念、経営方針が確立されているかを昨年のブロック協議会で勉強した。



今年は、実際にブランドを持つには「どういうアプローチをしたら良いか」「どういうアクションを起こさなければならぬか」を皆さんで勉強していきたい。

私たち印刷産業は、今どういう状況に置かれているか。人口の減少である。人口の減少はマーケットの縮小である。メディア、通信手段の多様化、今まですべて紙で情報伝達されていたものが他のメディアにスイッチしている。パーソナルデバイスで情報を得ようになってきた。

さらに厳しく見られる世の中になってきた。日本全体も低成長経済ということで、昔のような右肩上がりの成長は期待できない。理性主義の限界、理性主義の限界は合理主義の限界である。いわゆる「安い」「上手い」「速い」を追及している業態では、もうあまり伸びは期待できない。

日本の場合は物が溢れ反っている。印刷機も凄いスペックまで行ってしまった。高スペックの機械を皆が持ったところで、結果的に供給過剰、価格低下を招いていく。合理化の誤謬というが、皆が合理化を追求した故に生まれてしまって、価格競争になっていく。

従来型の印刷需要は、今後拡大を望むのは難しい。そのような状況の中でも私たちは、5年後も10年後も生業としてやっていかねばならない。

印刷業の強みは何か。「多様なデジタルデータを扱える」「データの保管管理能力が高い」「グラフィックデザインができる」「長期にお付き合いいただいている会社を1~2社必ず持っているので、取引基盤が確立している」「お客様との接触頻度が高く、接客能力がある」「地域の情報が集まっている」「地域の中で

の顔役となっている」「地域経済とともに発展してきた実績がある」などである。

逆に弱みは何か。「収益の源泉を印刷物の製造のみに依存」「何が何でも印刷物を作っていくらだというところから脱却できない」「印刷物以外のメディアを総合的にディレクションできる人材が不足している」「会社の体質が受身体質」「印刷物以外のサービス提供が不得手」「印刷物を含む各メディアの費用対効果のアピール不足」などである。

お客様に言われて印刷物の値段を下げることは経験してきたし、苦労をされてきたと思う。このチラシを1枚作ってどのくらいの効果が得られるのかというところまで面倒を見る印刷会社は少ない。業態変革への取り組みが少ない。今まで何とかやってこられた。今まで飯が食えてきたことに安閑としていた。なかなか新しい改革に踏み出せない。今後目指すべきカタチは「顧客最適」「ワンストップ対応」「経営者の志」である。

顧客最適は、お客様の目線で、「何が作れるか」ということでなく、「お客様は何を必要としているのか」を、お客さまの立場に立って考えなければならない。お客様が欲しているものは必ずしも印刷物でないかもしれない。印刷以外のものでもお客様の立場に立ってサービス提供できる立場になる。そのことは「ワンストップ対応」に繋がってくる。お客様の欲しがるサービスは、当社に来れば全部提供できるという立場になるために、印刷物以外のノウハウを持たなければならない。

「経営者の志」は、印刷産業は、今まで日本の経済

の発展に貢献してきたという自負を基に、これからも日本の発展に貢献していくという気概を持って事業にあたる経営者の志が重要である。

ブランドになるための6つの条件は、「独自性」「新規性」「稀少性」「時代性」「社会性」「集中性」である。これを全部クリアするのは難しい。自社のブランドを考えていく上で、1つでも2つでも当てはまるブランドを構築してほしい。ブランドは作ったら終わりではなく、育てていく。ブランディングは新しい顧客づくりに繋がっていく。今までお金を頂いていなかったサービスもこれからは対価をいただく。サービスを最大限の価値に変えていくことが必要である。その時にブランディングという手法を知っているのと知らないのでは大きく違う。

2013「印刷の月」アピール発表

日印刷連2013「印刷の月」記念式典開催

一般社団法人日本印刷産業連合会は、2013「印刷の月」記念式典を、9月18日午後4時から東京都千代田区のホテルニューオータニで650人が出席して開催し、2013「印刷の月」アピールを発表した。

記 念式典は、島村博之日印産連副会長の開会の辞で始まり、足立直樹日印産連会長が、「印刷の月は、印刷産業の活動を広く社会にアピールするとともに、我々印刷産業人は印刷人としての社会的・文化的役割の認識を深め、印刷産業のさらなる発展に向けて互いに努力することを確認する場でもある。日本経済のGDPは年換算で4%と高い伸びを示しており、業況感も向上しているが、印刷産業は回復基調になく、資材の値上げなど厳しい状況が続いている。しかし、2020年の東京オリンピック開催が決定した。オリンピックはスポーツの祭典であるとともに印刷産業にも大きな事業機会をもたらすと期待している。これからの7年間、我々も印刷を通して東京オリンピックとパラリンピック、そして日本経済への貢献をすすめていきたい」と、主催者を代表してあいさつを述べた。

来賓紹介、富田健介経済産業省商務情報政策局長の来賓祝辞に続き、小原隆日印産連常任理事が



「2013印刷の月アピール」を読み上げ、印刷産業人として日本経済の復興と成長に向け、知恵と力を結集していくことを確認した。

このあと、日印産連表彰、第12回環境優良工場表彰、公募ポスター表彰、印刷功労賞を受賞した花崎博己氏による受賞者代表謝辞が行われ、浅野健日印産連副会長の閉会の辞で記念式典を終了した。

2013印刷の月アピール

2013年9月印刷の月にあたり、私たち印刷人は本日一堂に会し、社会に対して果たすべき責任と使命を改めて確認するとともに、印刷産業に携わる誇りと喜びを感じています。

印刷産業は、グーテンベルグ以来、情報化社会における基盤を提供する役割を果たしてきました。しかし、「印刷メディア」は、「デジタルメディア」の急激な成長に多くの分野で劣勢に立たされている事実があります。人間にとっての価値は機能面だけではありません。「心地よさ」「愛着」などの感性に訴えかけることの出来る「印刷」の価値を再認識することが今こそ重要です。

昨年来、産業の信頼を揺るがしかねない「安全衛生」面での大きな課題に直面し、総力あげて対処して参りました。この挑戦はまだまだ続きます。印刷産業の期待する未来のためにも、禍根を残すことのないように、全力で「信頼回復」を図っていかねばなりません。

日本印刷産業連合会は、本年4月より「一般社団法人」として再スタートいたしました。当連合会は大きな課題である「持続可能な事業としての印刷産業の基盤整備」、「印刷産業の地位向上」、「印刷産業で働く女性の活躍支援」等に真摯に取り組んで参ります。

ここに会員10団体は、会員の独自性・個性を生かしながら、「印刷産業人綱領」の「われわれ印刷産業人は、情報社会の推進者としての使命を自覚し、国民生活及び文化の向上に寄与するとともに、産業基盤の確立と限りない発展を目指す」という原点をもう一度認識し、エネルギーな団体として、より一層強く事業活動を展開する決意をここに表明いたします。

全印工連「特別ライセンスプログラム“CC”」(2013) 新規募集のご案内

全日本印刷工業組合連合会は、本年度もアドビシステムズ株式会社の協力を得て、「Adobe Creative Cloud(略称:CC)」を組合員に特別価格で提供する全印工連「特別ライセンスプログラム“CC”」(2013)の新規募集を行っています。

今回の募集は、これまでの全印工連「特別ライセンスプログラム」に、まだ参加をいただいていない組合員を対象とするものです。

本年度は、CC+CSの下位バージョン使用権付(従

来のCS Design Premium6.0 または CS Design Standard6.0以下の下位バージョン使用許諾権付)のAプラン2種類と、CCのみの利用となるBプラン6種類を用意しました。

〈ご注意〉

契約内容の関係上、AプランとBプランを混在させての申込みはできません。どちらか一方だけのプラン選択となりますので予め了承願います。

■Aプラン(2種類)

内容/CC+CS Design Premiumまたは CS Design Standard 6.0以下の下位バージョン使用権付プラン

【A-1プラン】Creative Suite® Design Premium 6.0以下の下位バージョン使用権付

【A-2プラン】Creative Suite® Design Standard6.0以下の下位バージョン使用権付

① 特別ライセンスプログラムへの参加メリット

- (1)全印工連のスケールメリットを最大限に活用して、全印工連傘下の組合員という限定条件で、これまでにない特別な提供価格とサポート体制を実現します。
- (2)特別ライセンスプログラム契約を結ぶことにより、契約期間中は常に最新のCCの利用が可能となりますので契約期間中は無償(インストールメディア代のみ有償)で最新バージョンのCCを提供します。
- (3)このプランで、特別ライセンスプログラムに参加されますと従来の Creative Suite® Design Premium6.0 または Design Standard6.0以下の下位バージョンの使用に関する許諾が得られることとなり、同一PCに下位バージョンをインストールして使用することができるようになります。これにより、著作権侵害のリスクを軽減することができ、企業コンプライアンスと社会的信用度を高める効果が期待できます。

② 特別ライセンスプログラムへの参加条件

- (1)参加資格:全印工連傘下47都道府県印刷工業組合に所属する組合員企業
- (2)契約期間:1年間(途中からの新規参加・途中で脱退はできません)
- (3)参加条件:参加するためには以下の諸条件についての同意が必要となります
 - ①契約期間中は全印工連がサブスクリプション(期限付き使用権)の管理を行います。
 - ②会社が保有するDTP用PC全台数分のCCを購入していただきます。(Mac版、Windows版が混在していても構いません)
※Aプラン契約料のご購入により本プログラムへの参加権利を獲得した場合、Creative Suite®のDesign Premium6.0 または Design Standard6.0 に含まれる製品の低バージョンを同一PCにインストールして、使用することが許諾されます。
 - ③すでにCS6.0を購入されている場合、それぞれの本数分のCC利用料のみで本プログラムに参加することができます。その場合、使用中のCS6.0のシリアルナンバー等の確認をさせていただきます。
 - ④契約後1年経過時に会社が保有するDTP用PC全台数と、インストールされた製品の本数を確認いただき、購入本数より超過があった場合は補正をしていただきます。
 - ⑤契約期間中に購入本数に対して利用本数が減った場合でも、その払い戻しはいたしません。
 - ⑥原則として、契約期間満了時まで契約の変更、中止はできません。
 - ⑦これらの内容につきまして、別途、契約を結んでいただきます。

③ 提供価格（税込）〈(1)+(2)の合計金額となります〉

(1)【A-1プラン】契約料 (Creative Suite® Design Premium 6.0以下の下位バージョン使用权) =120,750円

(2)全印工連特別ライセンスプログラム“CC” 利用料 (1年間分)

(単位：円)

1本	2本	3本	4本	5本	6本	7本	8本	9本	10本	11本以上
34,650	34,125	33,600	33,075	32,550	32,025	31,500	30,975	30,450	29,925	29,400

(1)【A-2プラン】契約料 (Creative Suite® Design Standard6.0以下の下位バージョン使用权) =105,000円

(2)全印工連特別ライセンスプログラム“CC” 利用料 (1年間分)

(単位：円)

1本	2本	3本	4本	5本	6本	7本	8本	9本	10本	11本以上
31,500	30,975	30,450	29,925	29,400	28,875	28,350	27,825	27,300	26,775	26,250

■Bプラン (6種類)

内容/CCのみの利用で従来のCS 6.0以下の下位バージョン使用权が付かないプラン

【B-1プラン】CCE(FULL) の新規購入

【B-2プラン】CCE(FULL) CS5/6からのアップグレード

【B-3プラン】CCE(DWP) (CSのPremium相当) の新規購入

【B-4プラン】CCE(DWP) (CSのPremium相当) CS5/6からのアップグレード

【B-5プラン】CCE(DS) (CSのStandard相当) の新規購入

【B-6プラン】CCE(DS) (CSのStandard相当) CS5/6からのアップグレード

※【B-1プラン】、【B-2プラン】のCCE(FULL) 以外は、Muse/Edge等のアプリケーションは使用できません。

① 特別ライセンスプログラムへの参加メリット

(1)全印工連のスケールメリットを最大限に活用して、全印工連傘下の組合員という限定条件で、これまでにない特別な提供価格を実現します。

② 特別ライセンスプログラムへの参加条件

(1)参加資格：全印工連傘下47都道府県印刷工業組合に所属する組合員企業

(2)契約期間：1年間（途中からの新規参加・途中での脱退はできません）

(3)参加条件：参加するためには以下の諸条件についての同意が必要となります

①契約期間中は全印工連がサブスクリプション（期限付き使用权）の管理を行います。

②会社が保有するDTP用PC全台数分のCCを購入していただきます。（Mac版、Windows版が混在していても構いません）

③契約後1年経過時に会社が保有するDTP用PC全台数と、インストールされた製品の本数を確認いただき、購入本数より超過があった場合は補正をしていただきます。

④契約期間中に、購入本数に対して利用本数が減った場合でも、その払い戻しはいたしません。

⑤原則として、契約期間満了時まで契約の変更、中止はできません。

⑥これらの内容につきまして、別途、契約を結んでいただきます。

③ 提供価格（税込）

※どれも1ライセンスあたり、1年契約、税込の料金です。

(1)【B-1プラン】CCE(FULL) 新規	75,000円
(2)【B-2プラン】CCE(FULL) CS5/6からのアップグレード	60,000円
(3)【B-3プラン】CCE(DWP：CSのPremium相当) 新規	57,000円
(4)【B-4プラン】CCE(DWP：CSのPremium相当) CS5/6からのアップグレード	48,000円
(5)【B-5プラン】CCE(DS：CSのStandard相当) 新規	42,000円
(6)【B-6プラン】CCE(DS：CSのStandard相当) CS5/6からのアップグレード	34,500円

北海道印刷関連業協議会 平成26年新年交礼会

北海道印刷関連業協議会の平成26年新年交礼会が下記により開催されます。

記

日 時 : 平成26年1月10日(金)午後5時
会 場 : 札幌グランドホテル(札幌市中央区北1条西4丁目 電話011-261-3311)
会 費 : 8,000円

業 界 の う ご き

▶松本印刷(株)社長に松本真人氏

松本印刷株式会社(深川市6条8番10号)は、このたび、松本美智子社長が退任し取締役となり、新しく代表取締役に松本真人氏が就任した。

お悔やみ

瀬尾京二氏(有限会社三和印刷代表取締役・函館支部)は、10月10日にご逝去されました。69歳。
通夜は、10月12日午後6時から、告別式は13日午後3時30分から、いずれも函館市内の田家シティーホールでしめやかに執り行われました。