

北海道の印刷

PRINTING INDUSTRY IN HOKKAIDO

第 695 号

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

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

4

2014

平成26年

4月10日発行

INDEX

印刷燦燦	3
PRINT NEXT2014	4~6
生産性向上設備投資促進税制施行	7
新ものづくり補助金を公募中!	8・9
Eco&Fast Printing実践技術セミナー	9
2013年日本の総広告費	10

[表紙] 旭橋と大雪山 (旭川市)



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

命の器

運の悪い人は運の悪い人と出会いつながり合っていく。

偏屈な人は偏屈な人と親しみ、心根の清らかな人は心根の清らかな人と出会い、そしてつながり合っていく。

「類は友を呼ぶ」ということわざが含んでいるものより、もっと興味深い法則が、人と人との出会いを作り出していると思えない。

仏教的な言葉を使えば、宿命とか宿業であったりする。

それは、事業家にも言える。

伸びていく人は、たとえどんなに仲が良くても、知らず知らずのうちに、落ちていく人とは疎遠になり、いつのまにか自分と同じ伸びていく人と交わっていく。

たくらんで、そうなるのではなく、知らぬ間にそのようになってしまうのである。

抵抗しても、抵抗しても、自分という人間の核をなすものを共有している人間としか結びついてゆかない。

私は最近、やっと、この人間世界に存在する、数ある法則の中の一つに気が付いた。

「出会い」とは、決して偶然ではないのだ。

でなければ、どうして「出会い」が、一人の人間の転機となり得よう。

どんな人と出会うかは、その人の「命の器」次第なのだ。

「命の器」 宮本 輝

私が、仕事でもプライベートでも「出会い」という転機にいつも思い出し、肝に銘じる文章です。

組合活動も同様に考えています。

「畑が業界で苗が自分。畑が良くなければ良い苗が育たないように業界が良くならなければ良い自分が育たない」

組合に「メリット」が無いから辞めたもしくは辞めようという方々が、自ら自分たちの組合組織を変革し、自社そして地域の役に立てるようにして行こうという意思が無いのであれば、仕方ありません。

当事者性を失い、弱者や被害者意識を勝手に代弁し、ただ与えられるだけ、享受されるのを待っているだけであれば、その言い分は単なる「傍観者」であり「評論家」に過ぎず、当事者意識が無いものです。

「出会っても交わらない」ということです。

北海道印刷工業組合理事・経営革新マーケティング事業委員長 岸 昌洋

株式会社正文舎 代表取締役

PRINT NEXT2014開催される

常識をぶち壊せ! 当事者の時代
新たな知識、判断力がこれからのInsatsuの未来を創造する

印刷関連4団体主催の「PRINT NEXT2014」が、2月15日午前10時から愛知県名古屋市のウインクあいちで、「常識をぶち壊せ! 当事者の時代~新たな価値観と知識、判断力が、これからのInsatsuの未来を創造する」をテーマに、全国から約700人の印刷人が参加し開催された。

基調講演、パネルディスカッション、分科会などを通して、「新しい常識・価値観と知識・判断力で、これからの未来の印刷を創造する」ための糧を得た。



P RINT NEXTは、全国青年印刷人協議会、全国印刷緑友会、日本青年会議所メディア印刷部会、日本グラフィックサービス工業会SPACE21の4団体が、団体の枠を越えて青年印刷人の総力を結集さ

せたイベントとして、2004年のPRINT4から数えて6回目の開催となる。

オープニングで、岸 昌洋運営委員長がPRINT NEXT2014メッセージとして「変化と多様化に対応するためには今までの常識を一掃することであり、新しい常識の前には見識と良識が必要である。PRINT NEXTは単なるイベントでなく印刷産業のムーブメントであり、業界のシーズである。変革は勇気が要る。重要なのは勇気をもって覚悟のスイッチを自分に入れること」を発信した。(詳しいメッセージは別掲)

基調講演は、最初に400mハードル日本記録保持者で世界陸上銅メダリス

トの為末大氏が「遊ぶに学ぶ、夢中の力~考え方で仕事が変わる、自分が変わる」をテーマに、アスリートとしての経験、過去を振り返りながら挫折や苦勞、成功への道程のなかで考えてきたこと、自分のなかの変



為末大氏

化について講演した。為末氏は、初の五輪出場の敗北や海外遠征で感じた壁を紹介。自分をどうマネジメントするかを考え続け、経験から得た「勝つ場所、戦場を選ぶ」、「全体を俯瞰することが大切」といった教訓を説明した。また、「挑戦は一定の失敗と困難があり、負けることの方が多いが、最後に結果が出れば、その前の負けの意味を変えることができる」と挑戦し続けることの大切さを強調し、自分が掲げる「やってみる」「自分を知る」「見方を変える」の3つの信条を語った。最後に「仕事は一生懸命だけでは駄目で、夢中にならなければならない」と結んだ。



米倉誠一郎氏

つづいて、一橋大学イノベーション研究センターの米倉誠一郎教授が、「創発的破壊～イノベーションと当事者意識」をテーマに講演した。

米倉教授は、「日本経済の低迷について、1人ひとりが付加価値を作って来なかった」と当事者としての責任を指摘した。「イノベーションは技術革新でなく、新しい製品、生産方法、原料、組織の導入や市場の創造など、新しいものを組み合わせること」と説いた。また、人口減少を要因とする国内市場の縮小に対し、グローバルな視点で世界に出て行くことを提案し、「日本人の問題は知的好奇心が薄まっていることにある」と結んだ。

次に、「常識とは何か?パラダイムチェンジの時代」をテーマに、米倉教授がモデレーターを務め、フェリクシード（北海道）の川手貴絵社長、東海林印刷（秋田県）の東海林正豊専務、明和印刷（東京都）の松

村大輔部長、岐阜文芸社（岐阜県）の飯尾賢社長、アイメディア（福岡県）の本村豪経専務と為末大氏の6人がパネリストになり、パネルディスカッションが行われた。

米倉教授は、「印刷は将来も残るといふ希望的観測でなく、具体的な事業として印刷会社の皆さんは何を売りますか?」の質問に対し、各社それぞれのコアとする事業と新しい取り組みを紹介、それを受けて米倉教授が「今後重要になるのはノウハウでなくノウハウの視点である。成長の余地のある市場への進出、小さなマーケットに合わせた事業の組み合わせで発展の糸口を見いだしてほしい」と総括した。

午前の部では、このほか、「未来の印刷大賞」の表彰式、東日本大震災の被災地の復興支援の活動を展開しているPRINT NEXT Troopsによる復興支援ステッカーの販売を通じて被災した子どもたちを支援する「ACT FOR JAPAN PROJECT」の活動報告が行われた。

午後からは、「今を知れ」、「今実践せよ」の2部構成で、北海道、関東、中部、近畿、九州の5ブロックがそれぞれ企画した6つのコンテンツによる分科会が開催された。





PRINT NEXT2014
運営委員長
岸 昌洋氏

PRINT NEXT2014 メッセージ

今

回、私がテーマに掲げたのは、『常識をぶち壊せ～当事者の時代 新たな価値観と知識、判断力が、これからのInsatsuの未来を創造する』としました。

私が言う、ぶち壊すべき常識とはなんでしょう？

我々は今、過去に例を見ない多面的変化の時代にいます。

さまざま変化と多様化に対応するために必要なことは、今までの常識を一掃することです。今まで当たり前のようにやってきたことを一度リセットし、新たな常識、価値観と知識、判断力でこれからの未来を創造することが必要です。

新しい常識の前に見識と良識が必要です。先見性は見識が養い、良識が実行力を生み出します。その先に今ある常識が当事者として正しいのかを問い直すべきです。このPRINT NEXT2014で何をしたらいいのか。PRINT NEXTとは全国から集う志の高いリーダーたちが、新たな時代を切り拓くチャレンジをただ参加して評論するのではなく、当事者としての意識を持ち経済活動のエンジンとして、希望の未来を創造する決意を持ち帰ることです。PRINT NEXT2014は今までの固定概念を一掃し、「モノ」を作るのではなく皆で一緒に「コト」、新たな未来を創造しようとするものです。この私が掲げた開催テーマに沿って本日たくさんのコンテンツを用意しました。PRINT NEXT2014の全コンテンツは、私の掲げた開催テーマを基に構成されていますが、その思想・目的のために既に当事者として手を挙げてくれた有志のメンバーで作り上げています。このメンバーは構成4団体の垣根を越え、全国横断5ブロックに及び、約1年半の歳月を経て本日を迎えました。PRINT NEXTは、2004年に開催されたPRINT4から数え、今回で6回目の開催となります。これは偏に今までのPRINT4、PRINT NEXTを我々産業のムーブメントとして築き上げてこられた先人の方々のお蔭です。PRINT NEXTは単なるイベントではなく我々産業のムーブメントでありシーズでもあるのです。そのことに感謝し、さらにブラッシュアップし、本日PRINT NEXT2014を開催します。

現在の印刷産業は、もはや高度経済成長下での装置産業として、同質の競争を繰り広げてきた今までのビジネスモデルが、全く通用しなくなりました。しかし、我々はこれからも社会に信頼され、世の中に必要とされ、今後も事業を継続させなくてはなりません。この地球上の歴史上で唯一変わらないことは、それは変化し続けなければ生き残れないということです。

我々にとって一番有利なのは、変化できるチャンスがあるということです。業種を変えることはできても業態を変えることのできない産業はたくさんあります。変革するには勇気が要ります。さらに、もっと重要なのは、勇気を持って覚悟のスイッチを自分に入れることです。その変化を、変革を、誰が、何時、当事者として行うのでしょうか。

生産性向上設備投資促進税制が施行

即時償却または税額控除

生産性向上設備投資促進税制が本年1月20日に施行された。

同税制は、生産性向上につながる設備投資について、即時償却または5%の税額控除が選択でき、中小企業投資促進税制との組み合わせで、資本金1億円以下の中小企業者に割り増しがあり手厚い制度となっている。

中 小企業投資促進税制との組み合わせで、資本金3,000万円以下の法人等および個人事業主は、即時償却または10%の税額控除の選択適用。資本金3,000円超1億円以下の法人は、即時償却または7%の税額控除の選択適用。

同制度の投資対象は、「先端設備」、「生産ラインやオペレーションの改善に資する設備」となっている。

「先端設備」は、「機械装置」及び一定の「工具」、「器具備品」、「建物」、「建物附属設備」、「ソフトウェア」が対象となる。

条件は、①最新モデルであること、②旧モデルと比較して生産性向上が年平均1%以上であること、③最低取得価額が160万円以上であること、この全てを満たすこととなっている。

「機械装置」の①最新モデルとは10年以内に販売が開始された最も新しいモデル、または販売開始年度が取得等を行う年度およびその前年度のモデルとなっている。②生産性向上は一世代前のモデルと比較して生産性が年平均1%以上向上しているものであること。「生産性」の指標については「単位時間あた

りの生産量」、「精度」、「エネルギー効率」等となっている。

印刷関連機械の証明書の発行窓口は、日本印刷産業機械工業会となり、担当する機械は「デジタル印刷システム設備（印刷設備・写真製版業用設備）」、「製本設備」、「日刊新聞紙印刷設備」、「その他の設備（印刷設備・活字鋳造業用設備・金属板その他の特殊印刷設備・枚葉紙樹脂加工設備）」、「段ボール箱または板紙製容器製造設備」となっている。

ユーザーがメーカーに証明書の発行を依頼し、メーカーが工業会に設備の確認と証明書の発行を要請し、工業会は証明書を発行する。

ユーザーは税務申告の際に証明書を添付する。

「生産ラインやオペレーションの改善に資する設備」を導入する場合は、設備投資計画を作成し、公認会計士または税理士の事前確認を受けたいうえで、経済産業省に申請する。

要件は、投資利益率が年平均15%以上（中小企業者等は5%以上）であり、最低取得価額（機械装置は160万円以上）であることとなっている。

【生産性向上投資促進税制対象設備等】

類 型	A 先端設備	B 生産ラインやオペレーションの改善に資する設備
対象設備 (要件)	「機械装置」及び一定の「工具」「器具備品」「建物」「建物附属設備」「ソフトウェア」のうち、下記の要件を全て満たすもの。（サーバー、ソフトウェアは中小企業者等の取得に限定） ①最新モデル ②生産性向上（年平均1%以上） ③最低取得価額以上（機械装置は単品160万円以上）	「機械装置」「工具」「器具備品」「建物」「建物附属設備」「構築物」「ソフトウェア」のうち、下記の要件を全て満たすもの。 ①投資計画における投資利益率が年平均15%以上（中小企業者等は5%以上） ②最低取得価額以上（機械装置は単品160万円以上）
確認者	日本印刷産業機械工業会	北海道経済産業局
税制措置	○平成26年1月20日～平成28年3月31日 即時償却または5%税額控除（中小企業投資促進税制との組み合わせで、資本金3,000万円以下は10%、同3,000万円超1億円以下は7%）のいずれかを選択 ○平成28年4月1日～平成29年3月31日 即時償却50%または税額控除4%のいずれかを選択 ※税額控除における税額控除額は、当期法人税額の20%が上限	

新ものづくり補助金を公募中！

設備投資の2/3を補助

経済産業省は、「中小企業・小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業」（通称：新ものづくり補助金）の公募を行っています。

同 事業は、革新的なものづくり・サービスの提供等にチャレンジする中小企業・小規模事業者に対し、地方産業競争力協議会と連携しつつ、試作品開発・設備投資等を支援するものである。

「ものづくり技術」と「革新的サービス」の2類型があり、それぞれに「成長分野型（補助上額1,500万円、設備投資が条件）」、「一般型（補助上額1,000万円、設備投資が条件）」、「小規模事業者型（補助上額700万円、設備投資は不可）」があり、いずれも補助率は3分の2である。

「ものづくり技術」は、①「中小ものづくり高度化法」の技術を活用した事業であること、②どのように他社と差別化し競争力を強化するかを明記した事業計画をつくり、その実効性について認定支援機関の確認を受けていること。

「革新的サービス」は、①革新的な役務提供等を行う、3～5年の事業計画で「付加価値額（営業利益+人件費+減価償却費）」が年率3%及び「経常利益」が年率1%以上を達成する計画であること。②どのように他社と差別化し競争力を強化するかを明記した事業計画をつくり、その実効性について認定支援機関により確認されていること。

公募期間、1次公募が3月14日で終了し、2次公募（5月14日締切）を行っている。

【「中小企業・小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業」（通称：新ものづくり補助金）】

(1)事業目的

ものづくり・商業・サービスの分野で環境等の成長分野へ参入するなど、革新的な取り組みにチャレンジする中小企業・小規模事業者に対し、地方産業競争力協議会とも連携しつつ、試作品・新サービス開発、設備投資等を支援します。

(2)補助額

○成長分野型:1,500万円(上限)～100万円(下限)

○一般型:1,000万円(上限)～100万円(下限)

○小規模事業者型:700万円(上限)～100万円(下限)

※それぞれの類型について、「ものづくり技術」分野と「革新的サービス」分野があります。

(3)補助率

3分の2以内

(4)対象経費

原材料費、機械装置費、外注加工費、技術導入費、直接人件費、委託費、知的財産権関連経費、専門家謝金、専門家旅費、運搬費、雑役務費

※成長分野型及び一般型は設備投資（単価50万円（税抜き）以上の機械装置費の計上）が必須となります。

(5)対象要件

以下の要件をすべて満たすこと。

【ものづくり技術】

- わが国製造業の競争力を支える「中小ものづくり高度化法」11分野の技術を活用した事業であること。
- どのように他社と差別化し競争力を強化するかを明記した事業計画を作り、その実効性について認定支援機関の確認を受けていること。

【革新的サービス】

- 革新的な役務提供等を行う、3～5年の事業計画で「付加価値額」年率3%及び「経常利益」年率1%の向上を達成する計画であること。

○どのように他社と差別化し競争力を強化するかを明記した事業計画を作り、その実効性について認定支援機関により確認されていること。

(6)公募期間

- 受付開始：平成26年2月17日(月)
 - 1次締切：平成26年3月14日(金) (終了)
 - 2次締切：平成26年5月14日(水) (当日消印有効)
- ※提出は郵送のみとなります。

(7)申請書受付先・問い合わせ先

北海道中小企業団体中央会
〒060-0001
札幌市中央区北1条西7丁目 プレスト1・7
電話011-231-1919

Eco&Fast Printing実践技術セミナーのご案内

富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ株式会社は、「Eco&Fast Printing実践技術セミナーVol.2」を開催します。

同社は、印刷作業そのものを改善し、印刷会社の効率化・コストダウンに貢献すべく「Eco&Fast Printing活動」（印刷品質管理支援）を広く推進し、多くのお客様から評価の声をいただいています。

そこで、同活動をさらに発展させ、印刷品質を大きく左右する「湿し水」と、完全無処理CTPプレート[XZ-R]にフォーカスしたEco&Fast Printingを新たにスタートしました。

その内容を詳しく紹介する技術セミナーです。

詳細・申し込みは、同社北海道支店（TEL.011-241-9325）まで。

日時	平成26年5月14日(水) 16:00
会場	富士ゼロックス北海道 2Fセミナールーム 札幌市中央区大通西6丁目1 富士フイルム札幌ビル2F
定員	80人

2013年日本の総広告費 5兆9,762億円

株式会社電通は、2013年の全国の総広告費と媒体別、業種別広告費を推定した「2013年日本の広告費」を発表した。

これによると、2013年(1~12月)の日本の総広告費は5兆9,762億円、前年比101.4%であった。2013年の総広告費は、「アベノミクス」効果による持続的な景気の回復傾向と消費税増税前の駆け込み需要の影響もあり、2年連続で前年実績を上回った。

2013年の総広告費は、「アベノミクス」効果による持続的な景気の回復傾向と消費税増税前の駆け込み需要の影響が出始めた年後半は好調に推移した。前半は、高額商品の売れ行きが良くなるなど日本経済は上向き基調となったが、広告費全体の押し上げまでには至らなかった。通年での総広告費は5兆9,762億円、前年比101.4%と、2年連続で増加した。

媒体別にみると、「テレビ広告費」(前年比100.9%)、「新聞広告費」(同98.8%)、「雑誌広告費」(同98.0%)、「ラジオ広告費」(同99.8%)の「マスコミ四媒体広告費」は同100.1%と微増。また、「プロモーションメディア広告費」も同100.1%と2年連続で前年を上回った。メディア価値が定着してきた「衛星メディア関連広告費」(同109.6%)と運用型広告が好調の「インターネット広告費」(同108.1%)は、引き続き日本の広告費

堅調に伸びた。

業種別(マスコミ四媒体)では、「金融・保険」(前年比115.6%:通販型保険商品、NISAなどが増加)、「外食・各種サービス」(同110.3%:法律サービスなどが増加)、「不動産・住宅設備」(同105.8%:一般住宅などが増加)、「家庭用品」(同105.5%:ベッドなどが増加)、「教育・医療サービス・宗教」(同103.1%:予備校・学習塾、病院・医療サービスなどが増加)など21業種中8業種で前年を上回った。減少業種は、「趣味・スポーツ用品」(同94.2%:オーディオソフト、人形・玩具などが減少)、「官公庁・団体」(同94.6%:政党・政治団体などが減少)、「エネルギー・素材・機械」(同94.9%:電力、ガスなどが減少)、「流通・小売業」(同95.0%:大型量販店などが減少)など13業種であった。

日本の広告費

媒体	広告費	広告費(億円)			前年比(%)		構成比(%)		
		2011年 (平成23年)	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)	2011年 (平成23年)	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)
総 広 告 費		57,096	58,913	59,762	103.2	101.4	100.0	100.0	100.0
マスコミ4媒体広告費		27,016	27,796	27,825	102.9	100.1	47.3	47.2	46.6
新聞		5,990	6,242	6,170	104.2	98.8	10.5	10.6	10.3
雑誌		2,542	2,551	2,499	100.4	98.0	4.4	4.3	4.2
ラジオ		1,247	1,246	1,243	99.9	99.8	2.2	2.1	2.1
テレビ		17,237	17,757	17,913	103.0	100.9	30.2	30.2	30.0
衛星メディア関連広告費		891	1,013	1,110	113.7	109.6	1.6	1.7	1.8
インターネット広告費		8,062	8,680	9,381	107.7	108.1	14.1	14.7	15.7
媒体費		6,189	6,629	7,203	107.1	108.7	10.8	11.2	12.1
広告制作費		1,873	2,051	2,178	109.5	106.2	3.3	3.5	3.6
プロモーションメディア広告費		21,127	21,424	21,446	101.4	100.1	37.0	36.4	35.9
屋外		2,885	2,995	3,071	103.8	102.5	5.1	5.1	5.1
交通		1,900	1,975	2,004	103.9	101.5	3.3	3.4	3.4
折込		5,061	5,165	5,103	102.1	98.8	8.9	8.8	8.5
DM		3,910	3,960	2,893	101.3	98.3	6.8	6.7	6.5
フリーペーパー・フリーマガジン		2,550	2,367	2,289	92.8	96.7	4.5	4.0	3.8
POP		1,832	1,842	1,953	100.5	106.0	3.2	3.1	3.3
電話帳		583	514	453	88.2	88.1	1.0	0.9	0.8
展示・映像他		2,406	2,606	2,680	108.3	102.8	4.2	4.4	4.5