

印刷技術懇談会 2020年 7月度例会(第481回)
 CD勉強会との共催によるオンライン(Zoom)での開催
「フォーム工連 12年間の運営・セミナー—等の企画から、今後の印刷業への提言」
 山口 実氏 (日本フォーム印刷工業連合会 前専務理事)

- 日時：2020年7月10日 18時30分～20時
- 場所：日本印刷会館 501号 + オンライン(Zoom)
 (コロナ禍のために3月～6月まで勉強会開催を自粛し、ようやく今月、5ヶ月ぶりにCD勉強会との共催という形で、オンライン(Zoom)による開催となった。)

■ **講演要旨**

今回の講演は、山口氏による、ご自身のフォーム印刷業界における職業人として取り組んでこられた軌跡の紹介と言える。

氏は、合計して49年間、そのうち37年間はトッパン・ムーア(株)とトッパン・フォームズ(株)で技術者として勤務し、フォーム印刷機をはじめとして周辺機器等の開発に従事された。その後の12年間は日本フォーム印刷工業連合会(フォーム工連)で専務理事を務められた。



この度の「講演の肝」は、フォーム工連時代に、時代を先取りした優れた企画力により、非常に多くの充実した講演会や研修会を開催し、山口氏自身がその時々の問題意識や開催の意味合いを語りながら説明された点にある。言及された講演会・研修会・海外視察は、筆者のメモでは31回にもなった。しかし、フォーム工連のHPを改めて目を通してみると、それは一部で、実際は次から次へと、まさに間断なく開催されており、その多彩さやその頻度には驚いてしまう。それらの内容については、次ページに、表にまとめて記載した。

それでは、「技術者」からフォーム工連の役員になった時に、なぜ、このような活動を精力的に行ったのかという理由について、氏は以下のように語っている。

「(とかく思い入れが強すぎる)技術者が、優れた製品開発をするためには、マーケッターであるべきだと思う。技術者はマーケティングの力を身に付けてこそ、使用者の立場に立った、長く使ってもらえる事の出来るハードを開発することができる。そのための学び場、情報吸収の場を提供したかった。」

また、どのようにして、これだけ多彩な講師陣を招聘できたのか？という問いに対して次のように語っている。

「ほとんどの講師は友達や知り合い。自分の人的ネットワークを惜しみなく動員した。講師自身が主催しているセミナーにも参加して、自分でその内容を十分把握し、納得したものを皆にシェアした。フォーム工連は予算の限られた団体なので、(講師紹介の)エージェントは使わない。」

印刷業界では知られている「**未来を破壊する**」(Disrupting the Future)という本がある。山口氏は、その内容を広く世に知ってもらいたいという思いで、自身が「自費出版」したものだとの事。筆者も含めてそのことを知らなかった人は多かったのではないだろうか。

今後は、JAGATの客員研究員、フォーム工連の顧問という肩書を持ちながら、より「自由な立場」でお仕事をしていくとの事。要望のあるところには100%サポートをしたいと語っておられた。山口氏が、新しい立場と環境で、その新境地を示してくれるものと思っている。 以上

山口氏が講演の最後のほうで、以下の内容を提示された。今回の講演の結論ともいえるものであり、かつ氏の印刷業界への提言でもある。

■ 印刷企業が気を付けること

- 事業計画ではなく市場の変化を注視
- 評価基準が昔のままになっていないか？
- 調査結果を鵜呑みにするな！
- 印刷関連の設備投資は慎重に
- 原価償却した印刷設備は廃棄せよ！
- デジタルプリントは印刷業界の救世主ではない
- コミュニケーションプロバイダーへの脱皮
- 外部の人材の活用
- 新規事業を従来事業の統合させるな
- 失敗を許容する風土を！

■ 以下は、今回、山口氏が説明されたれた講演会、研修会、海外視察などのメモである。氏が、12年間で、どういうテーマをピックアップしてきたかを知ることができる。

■ 同時に、このリストの中には、現在でも決して色褪せていないテーマが多々存在する。山口氏自身が、講演の中で、「取り上げるタイミングが早すぎたものもあったかもしれない」と語っておられたが、他方、そのことは氏の情報の「目利き」としての臭覚の鋭さを示しているものともいえる。

■ リストの中には、その講演を聞きたいと思う講師の方も多々存在する。その著作も山口氏のプレゼンの中で紹介されていたのでそのタイトルを記した。まずはその本を読んでみるというのも良いのではないだろうか。(赤字部分は、講演を聞きながら、筆者が特に注目した点である。)

	開催年	講演名	講師	講師の著書	山口氏のコメントメモ
1	2009	日本で一番大切にしたい会社	法政大学 大学院教授 坂本浩二氏	「日本で一番大切にしたい会社」 (あさ出版) 2008年	会社の存在意義・存在価値の根本を知った講演内容でした
2	2009	異業種から学ぶ「感動を呼ぶサービスの真髄」 顧客の心を掴むサービスの本質とは	・元ザ・リッツ・カールトン大阪 営業統括支配人 ・ (株) HAYSHIDA-CS 総研代表 林田正光氏	「リッツ・カールトンから学んだ仕事で一番大切なこと」 (あさ出版) 2004年	全ての社員が企業の理念実践できるクレド (企業の信条・価値観の具体的な行動指針)の紹介
3	2010	見える化による業務改善勉強会 「ナレッジファシリテーション」	資産工学研究所 代表取締役 坂本善博氏		暗黙知の可視化を図り、共通の財産とする

4	2010	新たなビジネスモデルへの挑戦 Why Twitter? マズローの欲求：5段階 ① 生理的欲求 ② 安全の欲求 ③ 所属の欲求 ④ 自尊の欲求 ⑤ 自己実現の欲求 第6の欲求(SNSの本質) ⑥ コミュニティー発展の欲求	(株)ドリームビジョン 代表取締役 白石郁生氏		Twitter(SNS)の本質のひとつは 自分と同じ価値観の「コミュニティー」の必要性とその発展欲求
5	2011	「自分を経営する」 「創造性経営する」 「エッジを効かせるためには」	早稲田大学 大学院教授 友成真一氏	「自分経営入門」 問題は「タコつぼ」ではなく「タコ」だった!? (ディスカヴァー携書)2008年	個人としてどう生きるかを根本的に考え、自分とその周辺を変革することこそが、ひいては世の中を変えていくことになる。
6	2011	知的障害者に導かれた企業経営と私の人生	日本理化学工業(株) 取締役会長 大山泰弘氏	「働く幸せ」の道 (WAVE出版) 2018年	人間の究極の幸せは 愛されること 褒められること 人に褒められること 人に必要とされること
7	2012	「ファシリティーマネージメントによる企業経営」 ～世界標準に遅れをとっている日本のファシリティーマネージメント～	(株)エフエム・パートナーズ・ジャパン 代表取締役 カックス・グレイグ氏		「管理体制」から「戦略体制」へ 「PDCA」から「MeGAKA」へ M: Measure 現状把握 (数値化) G: Goal 最終目標 A: Alignment アライメント (方向性のシェアーと一致(滑らかに一定方向へ進める)) K: Kaizen Plan 改善手段 A: Action 実行
8	2012	The Communication ～情報革命の本質とは～	メディアデザイナー 坪田知己氏	「2030年メディアのかたち」(現代	ロスチャイルドがワートルローの戦いの結果をいち早く入手し、大

				プレミアムブック)2009年	儲け！ 情報によってアクションを起こすことが重要
9	2013	ISO9001 取得への共同取組み	(株)PG ネットシステム代表取締役 阿部和由氏		企業の壁を越えて共同作業が重要。担当者レベルで知合いになり、価値観を共有できる
10	2013	「インキジェットの時代が来た！ “液晶テレビも骨も作れる驚異の技術」	マイクロジェット 農工大サテライトオフィス 山口修一氏	「インクジェット時代が来た！液晶テレビも骨も作れる驚異の技術」 (光文社新書) 新書	インキジェット万能時代を予感させるエポック的な技術セミナー
11	2014	新しい市場の作り方	専修大学 経済大学准教授 三宅秀道氏	「新しい市場の作り方」 (東洋経済新報社) 2012年	「モノの価値と性能は別」 「問題は発見されるものではなく発明されるもの」 豪華客船に搭載されている最新鋭のジャイロスコープは荒波の海用ではなく、港に係留されているときのパーティーの揺れ対策用
12	2014	今の時代と経営者の使命	富山和彦氏	「会社は頭から腐る」 (PHP文庫) 2013年	ボトムアップとトップダウンをバランスさせることが経営者としての重要な仕事
13	2015	ケースメソッドによるコンプライアンス研修会	慶應義塾大学 商学部 准教授 梅津光弘氏	「仕事に役立つ経営学」 共著(日本経済新聞社) 2014年	ピーター・ドラッカー「インティグリティ」こそが組織のマネジメントを担う人にとって決定的に重要な資質」(インティグリティ(integrity):、正直、清廉、誠実、高潔)
14	2015	AppForum2015 参加ツアー			マーケティングについて

					ての初めての海外ツアー
15	2015	産業用インクジェットは『もはや潮流ではない。爆発だ!』			ドロップオンデマンド方式による産業用フルカラープリンターの主要各社が開発販売を開始
16	2015	ビッグデータを分析する「Excel Power Pivot 活用実践講座」	データーマケッター 内野明彦氏	「Excel Power BI による企業データ分析入門」(日経BP) 2014年	システム導入前にExcelを使用して手作業で。 原理を知るために手作業入力のワークショップ
17	2016	知っておきたい!この知識	(株)FRONTED 取締役 CTO 行動情報科学研究所 所長 武田秀樹氏		印刷産業と親和性が高いテキストデータ7を使用したAIを紹介 特許情報とAI 社員のメール管理とAI
18	2016	武家の作法 美と品格	山根折形礼法 宗主 山根一誠氏	「暮らしに使える折形の本」(PHP研究) 2007年	紙の文化の歴史的背景を知って 紙と情報の親和性 「折り紙付」の言葉の由来=保証書付き、確かなもの
19	2017	経営シュミレーションセミナー	アイ・シー・ラボ社長川口福太郎氏		ゲームを通して「MQ 管理会計」を学び、職種・役職を越えた「全員経営」への取組
20	2017	決断・命のビザ 杉原千畝物語	俳優 水澤心吾氏 NPO 法人「杉原千畝のビザ」副理事長 杉原まどか氏	「水澤心吾の杉原千畝物語」2012年	人間として当たり前のことをしただけだ。私のしたことは外交官としては間違っただけかもしないが?
21	2017	サステナビリティ経営とソーシャルマーケティング	(株)朝日エル 会長 岡山慶子氏	「ピンクリボン咲いた! 認知率 95%のひみつ」(ブックエンド) 2015	ソーシャルマーケティングとして、時代の風を読み、行政やCSRと連携し、大切な人に寄り添ってきた活動の記録

				年	
22	2018	第四次産業革命と印刷業のインパクト “IoT/AI 時代に求められるイノベーション”	ブロードバンドタワー代表取締役会長兼社長 CEO 藤原洋氏	「日本はなぜ負けるのか—インターネットが創り出す 21世紀の経済力学」(インプレス R&D) 2017年	自前主義から、開発のプロセスを可視化し、企業・組織・立場を超えて集められるアイデアや技術による取組みの「オープンイノベーション」
23	2018	DMA との共同開発マーケター育成プログラム MDA 公認 ファンダメンタルマーケター資格			初期の受講者が受注活動に良い結果を残し、注目の資格取得教材となった
24	2018	ソーシャルメディア活用の基本と事例	アジャイルメディアネットワーク 取締役 CMO ブロガー 徳力基彦氏	「顧客視点の企業戦略-アンバサダープログラムの思考」(宣伝会議) 2017年	従来のマーケティング VS アンバサダープログラム 「ファンやアンバサダーのクチコミを軸に評判が広まる仕組みを構築する」
25	2018	ビジネスフォーム印刷技能研修会	(株)ミヤコン オフィス知識代表 知識三富氏		会社を超え、全国の印刷担当者に実機を使用して印刷技能研修を実施
26	2018	DMA (Data & Marketing Association) & THEN・企業訪問			充実した内容のプログラムと企業訪問
27	2018	我が国の経済成長に向け 人工知能が人間と社会にもたらす マイナスと未来	国立情報学研究所教授 同社会共有知研究センター長 新井紀子氏	「AI vs 教科書が読めない子供たち」(東洋経済新報社) 2018年	東ロボ君が人間よりも賢くなってしまった！ ホワイトカラーの仕事の半分は機械化される。 話題の「リーディングスキルテスト」みんなで受験
28	2018	オープンイノベーションによる自動化	左に記載		製造部門の自動化、事務部門の自動化、情報

		<ul style="list-style-type: none"> ・生産部門の自動化 千葉工業大学未来ロボット研究センター所長 吉田貴之氏 ・事務部門の自動化 アビームコンサルティング(株) 執行役員 安倍慶喜氏 ・情報の自動化 (株)インターネット総合研究所 取締役 佐々木一人氏 			部門の自動化施策を紹介
29	2019	「アクティブ・ブック・ダイアログ」講座	ファシリテーター： 山本彩代氏		一冊の本があれば、社内でも団体活動でも、自主的な勉強会の開催が可能
30	2019	なぜ いまDMなのか！	<ul style="list-style-type: none"> ・パネラー： 岡本幸憲氏 目黒 友氏 石川森生氏 吉川景博氏 ・ファシリテーター： 亀井雅彦氏 		4名の講師からDMに関する講演と討議を行い、出演をされた講師の将来も変える切っ掛けになったセミナーとなった
31	2019	世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか？ “世界は変わり、戦い方も大きく変わる”	ライブニッツ代表 山口 周氏	世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか？ 経営における「アート」と「サイエンス」(光文社新書)2017年	これからの時代のビジネスは、過去の成功例をなぞるだけでは通用しない。何が起こるかわからない未知の時代を生きていくには、アート思考を鍛え、想像力を養うことが重要になる