

2004.3.24 発行

<http://www.chouyou25.jp/>

アンケート【我々は、どの科目をどなたに習った？】

3年間、我々は何の科目をどの先生に習ったでしょう？
アンケートで3年間の授業時間割りを完成させましょう！
A組・久保田兼士、D組・渡辺康隆

高校時代を振り返れば、学校の「基本」は授業であります。えっ、高校には部活しかいかなかった？という級友もいたでしょうが、やはり、授業を思い出すことも悪くはないでしょう。そこで、渡辺がかつての時間割りをExcelで一覧にしました。続いて、久保田が埋めてみました。多分あっている筈。

しかし、全クラスのもの各々のクラスでないとわかりません。如何でしょう？みなさんでこの一覧を完成させて戴けませんか？

その方法ですが、このMLでは添付ファイルが付けられません。ということで、久保田が作った「朝陽の館」を利用して、皆さんからの情報を集めさせて戴きます。

見方とやり方は以下の通りです。

ちょっと、面倒ですが、ご協力お願いいたします。

まず担当された先生方の一覧をHTML化してChouyou25別館(朝陽の館)に掲示しました。トップページの「習った先生は誰？」をクリックすると一覧表が表示されます。Chouyou25別館(朝陽の館)のURLは下記です。

http://homepage3.nifty.com/chouyou25/Page_600.htm

一覧表の末尾にアンケートフォームを作成してあります。必要事項を記入又は選択し送信すると幹事宛にアンケートのメールが送られます。

使い方はいたって簡単。次の通りです。

- 1：氏名とメールアドレスを入力。
- 2：プルダウンメニューで年次とクラスを選択。
- 3：教科と担当教官を入力。
- 4：途中で「クリア」ボタンを押すと入力を取り消され初期画面に戻ります。
- 5：入力が終わったら「送信」ボタンを押す。

メールアドレスは必須です。必ず記入してください。氏名は書かなくても送れますが、整理の都合上記入をお願いします。

(例) 幹事に届くアンケートメールです参考までに。

<@homepage mail>

Name:久保田兼士

Address:PXI16612@nifty.ne.jp

Subject:この先生に習った

幹事の皆さん御免なさい。テストメールです。

年次_1:一年
クラス_1:C組
科目_1:現代国語
担当_1:前中先生
年次_2:一年
クラス_2:G組
科目_2:生物(動物)
担当_2:石川太郎
年次_3:二年
クラス_3:A
科目_3:担任
担当_3:北地・井村
年次_4:二年
クラス_4:H組
科目_4:数学
担当_4:井村
年次_5:三年
クラス_5:D組
科目_5:日本史
担当_5:石島

以上のような形式です。是非、宜しく願いいたします。

ところで、この「時間割」ですが30年前のホンモノをお持ちの方はいらっしゃるでしょうか？行く行くは全クラス集めてスキャンして35周年(DVD)に備えたいと思うけど、今のところは、「当時の時間割を保管している人はご一報を」。
連絡先は kanji@chouyou25.jp まで。(もちろんスキャンしてデータで送ってくれる人もいると思うので歓迎します。)

コ ラ ム

「電子商取引と印刷業」

C組・斎藤 成
(社)東京グラフィックサービス工業会 専務理事

.....突然、私の仕事上の話題で恐縮ですが、先週号まで栗屋君が建設業からのお話が披露されましたので、印刷業からちょっと書かせて戴きます。この拙文は、約半年間、補助金事業のワーキング委員を引き受け、今はやりのe-コマースと印刷業の関わりに首を突っ込んだことから、書いたものです。皆さんにとってご興味のない内容かと存じますが、印刷学会誌の4月に掲載するものです。よろしければお目通し下さい。なお、皆さんの趣味やご商売の話なども載せていってもいいかと存じます。.....

IT化の進展と通信インフラの整備により、印刷業界ではここ1~2年、電子商取引に関する対応が避けて通れなくなっている。

2004年e-Japan戦略に基づき、電子政府・自治体が本格的に動き出し、2005年からは電子申請・電子調達を100%実施することになる。また政府・自治体の動きに先行するように、民間ではすでに自動車、情報、電機をはじめ多くの産業で急速に電子商取引が進んでいる。しかし、印刷物の調達では、名刺・封筒といった事務用印刷物を手始めに伝票・帳票類の定型物、マニュアル類は機械部品の一部であることから電子調達の対象物となっているが、印刷物全般では緒についたばかりである。

ビジネス社会の変化は「印刷物」のあり方を変え、典型的な受注産業たる印刷業の営業スタイルを一新させる可能性を持つ。

電子商取引で現時点の話題はGtoBだが、本来はBtoB、BtoCの進展にある。企業間電子商取引の市場規模は、政

府の調査で全産業ですでに 40 兆円を超えたとも言われ、今後各分野で急速な伸びが確実視されている。印刷業界は一日も早く具体的な対応策を準備しなければ、大変なビジネスチャンスを逸することになる。電子調達は印刷業界では「電子入札」と捉える向きも多いが、私たちは調達される側であると同時に調達するケースも増えており、両面から捉えておかななくてはならない。

まず関心事である官公庁への電子入札である。入札は随意契約、一般競争入札、指名競争入札に分かれるが、印刷物の電子入札のきちんとしたルールは現時点では整備されていないが、早急に整えられてくる。電子入札の必要性は、入札の透明性確保と事務の合理化である。印刷物が電子調達される際には、どんな約束事が必要であろうか？何よりもしっかりした「仕様書」が不可欠である。あやふやな発注では現場説明がなくなり、受発注者間のコミュニケーションが欠如していれば「入札の悲劇」も予想される。

契約の確実性、認証と与信審査、セキュリティ、インフラ整備等は、発注サイドの責任によって定められるであろうが、電子入札の特徴は、双方「顔」の見えない中で受発注が成立することであり、それだけに顧客との十分な事前確認が求められる。

東京都では、契約事務を全て電子化した本格的電子入札とする電子入札案件公告が、2004年1月13日より開始され、電子入札開始は2月20日、全国で13番目の実施自治体となった。電子公告を実施し郵便による入札（準電子入札）も全国で83自治体、さらに全国では397の自治体（12.23%）まで発注公告が広がっている。東京都の区市においては、江戸川区の電子入札実施を始め、中央区・新宿区・江東区・杉並区・豊島区・足立区・葛飾区・立川市・町田市・日野市・多摩市の12自治体で準電子入札（電子公告を実施し、郵便による入札）が始まっており、電子入札への対応が迫られてきた。

他方、最近では「印刷組合.com」をはじめ、いくつかのサイトで印刷用紙、諸資材の調達に着実に電子商取引が開始されている。印刷会社も電子入札への対応だけでなく、自社のホームページで直接、名刺・カードの受注や見積引合を行う企業も増えてきた。その動きは東京以外の地域の印刷会社が活発に展開している事情は容易に推察できよう。Yahoo等のサイトでの印刷会社の展開も見逃せない。

ここでは、印刷業が留意しておくべき電子商取引に係る諸点を考えてみると、まず、印刷業の旧態然とした商慣例からの脱却を意味する。一方で顧客とのインターネットを介したコミュニケーションの重要性は一層増していく。すでに一部自治体が行っているが、入札情報が公開されるということに注意しなければならない。（なお、業界では入札の金額を総額ではなく見積りの内訳を付すよう要望している）

さて電子入札を中心に電子商取引の留意点（キーワード）を、いくつか挙げてみたい。

受発注の相互確認

この点は基本中の基本だが、コミュニケーションとルールに則った受発注の確認が第1歩である。顧客が指定する「仕様書」は完璧なものでなければならない。従来印刷物の受発注は口頭で行なわれるケースが多く、「見積書の提出」が確認手段となることもままある。電子入札の場合には、より完全に近い仕様書によって入札が行われることを望みたい。また、今後、自治体での入札結果の情報がホームページ上で公開されるため、その心構えも必要となる（コストを極端に度外視にしたような常識外れの入札は、いつまでも通用するだろうか？業者間のモラルアップも求めたい）。

契約の徹底

これまで民間ベースでは「受注契約」が書面でなされるケースは少ないが、特に電子商取引の場合は契約の締結が重要なポイントとなる。顧客との徹底を図ることは不可欠である。落札決定後の契約にも留意し、仕様変更や予定以上の校正等、契約内容が大きく変更される場合の対応も怠ってはならない。

また事前に、認証局による与信審査も行なわれるため、会社の決算・納税もキチンと行なわなければならない。ISO9001、14001の認証取得が要求されるケースも増えてくるので配慮しておきたい。

見積りのシステム化

官公需の電子入札では、競争入札の際には金額や内容によって予定価格を設定しているケースが多い。仕様書に基づき、印刷会社として営業マン個々の裁量でバラバラな見積もりでは信用問題にもつながるので、自社の統一した見積システムを整えておく必要があり、社内原価の把握はもとより、変動幅の大きい用紙価格、単純な計算ミスや項目記入漏れ等のないチェック体制も必要だ。

課金システムとデリバリーと納期

インターネットショッピングが増えてきているが、支払い・入金をネットによって行うケースは今後ますます増加する。そこで、課金システムとしてカード会社との関係、支払い条件、顧客の預金口座からの自動引き落とし等のシステムは、充分研究していかなくてはならない。

デリバリーは近距離の顧客であれば自社で行えるが、ネットビジネスは距離は関係ない。代金回収も宅配便業者などの料金代引きシステムを活用すれば、デリバリーと集金は一度に済むがそれは小さい仕事か個人顧客にしか通用しにくい。納期・納品と支払い条件の合意は必須条件であり、さらに顧客と同様に協力会社との間で入念な意思疎通が図られていなければ、校正途中の仕様変更や不測の事態（納期遅れ、デリバリーミス、地震等災害時...）への対応も考慮に入れる必要がある。

クレーム処理

前段で電子商取引は双方の「顔」が見えない中でのビジネスであると説いた。色の違い、責了後のトラブル、納期確認等、従来でも「言った、言わない、聞いていない」というトラブルは多い。クレーム発生時の是正、事後の予防措置も事前に約束事としておかななくてはならない。

営業の仕事の範囲・権限・社内決済

インターネット万能時代の「営業」のあり方は、どう変化していくのだろうか？ 従来の御用聞き営業は姿を変え、営業は本来の企画・提案型への変化を余儀なくされる。官公需特有の入札説明が姿を潜める訳だから、メール等での確認作業の徹底、仕事のやり方（企画提案・プレゼン・カンパの提出方法）や社内の決済方法、値引き等の交渉等も考え直す時期にある。

IT時代ではあっても、顧客との人間関係は営業マンがポイントとなる。ITはあくまでもツールであることを忘れてはならない。

セキュリティ（暗号化、プライバシーマーク）

インターネットの利用にはセキュリティ問題がある。「なりすまし」や電送上でのデータの盗聴が危惧されることから電子署名、公開鍵暗号方式が必須の技術となってきた。少数の限られた範囲内での利用であれば、直接対面などの手段により安全に公開鍵を流布することが可能であるが、インターネットのような多数で広範囲に渡る通信においては不可能である。そこで個人・組織・サーバに対する公開鍵の正当性を保証する信用のおける第三者機関である認証局（Certificate Authority）という概念が生まれた。認証局では利用者と公開鍵の対を認証局（の秘密鍵）によるデジタル署名した「公開鍵証明書」を発行する。公開鍵証明書を検証する側では公開鍵証明書の（認証局による）署名を検証して、公開鍵が正当なものであるかどうか確認することができる。東京都では電子認証を（株）帝国データバンク、日本電子認証（株）に委託している。こうした暗号化は充分な研究が必要であろう。さらにウィルス対策も必須である。

また、印刷会社では顧客からのデータやDM発送の際に個人情報扱うケースもある。これまでも個人情報流失は問題になっているが、印刷会社でもプライバシーマークを取得する等、自社のプライバシー保護を保証する手立てが必要となってきている。顧客支給品の受け渡し、データベース管理、著作権を含めた知的財産権にも注意したい。

校正の確認システム（特にレイアウトと色校正）

校正の方法も営業マンが校正刷を持ち歩く、あるいはMO・FDを介在させることが多いが、リモートブルーフィングの発展で今後は通信によって原稿の送受信、校正の確認が常態化してくる。最近、レイアウトの異常や文字化けはかなり改善されてきているが、インターネット・デジタル上の最終確認が多くなればなるほど、本紙校正を行わない色校正の確認（リモートプルーフと刷り本の違いと許容範囲）や責了・校了の扱いは双方の確認と許容範囲の合意が大切になる。

これは電子商取引と直接関係はないが、IT時代では大切なポイントである。

印刷技術の標準化

印刷技術の標準化が叫ばれて久しい。カラー印刷ではISO12647等で標準化が進み、日本でもJapanカラー2001が採用されている。これからは自社の標準も当然必要だが、日本雑誌協会が定めたJMPAカラーのように、顧客からカラーターゲットなしに指定されてくるようになれば、業界共通の標準を整備・利用できるようにしなければならない。同一データによる分散印刷にも標準化は避けて通れない。

以上の 2 の 2 点は、コミュニケーションと技術面の課題だが軽視することはできない。

他にも、one to one ビジネスへの対応、業者間ネットワーク間の有効活用...といった展開に期待も大きい。

今後のビジネスが否応なくインターネットを介して進む以上、情報産業の一翼を担い、メディアコンテンツ業を標榜する印刷業界としては、デジタル技術の対応に遅れをとってはならない。電子商取引の進展と相俟って、ITに馴染み、多様なコミュニケーションの手段を用意し、顧客満足に徹するビジネスモデルの構築と具体化を早急に確立する必要がある。

《追記》印刷産業と電子商取引については、全国中小企業団体中央会の助成による国際印刷大学の平成15年度「印刷産業における電子商取引のe-ラーニングによる研修」事業が実施され、同大学が電子商取引の印刷業の導入についての研修と、ecエキスパート認証も行っている。筆者もこの事業の実行委員とWG委員を務めたが、中小印刷会社の関心はまだ低い。今後の業界全体の関心が高まることを期待したい。

日本印刷学会誌・「印刷雑誌」2004年4月号 より

バックナンバーをご覧になりたい方は、
<http://www.chouyou25.jp/shukan-shinjuku/> より、見ることができます。

では、また来週！

感想などは、 henshu@chouyou25.jp 迄お送り下さい。

「週刊新宿」(毎週一回発行予定)

発行元：朝陽同窓会新 25 回同期会

発行人：25 回代表幹事 渡辺康隆

編集長：斎藤 成

編集：斎藤 成、渡辺 康隆

編集技術：土橋 英三

Website： <http://www.chouyou25.jp/>

お問い合わせ： henshu@chouyou25.jp

(C)2003 Chouyou25 All Rights Reserved 無断転載禁止