

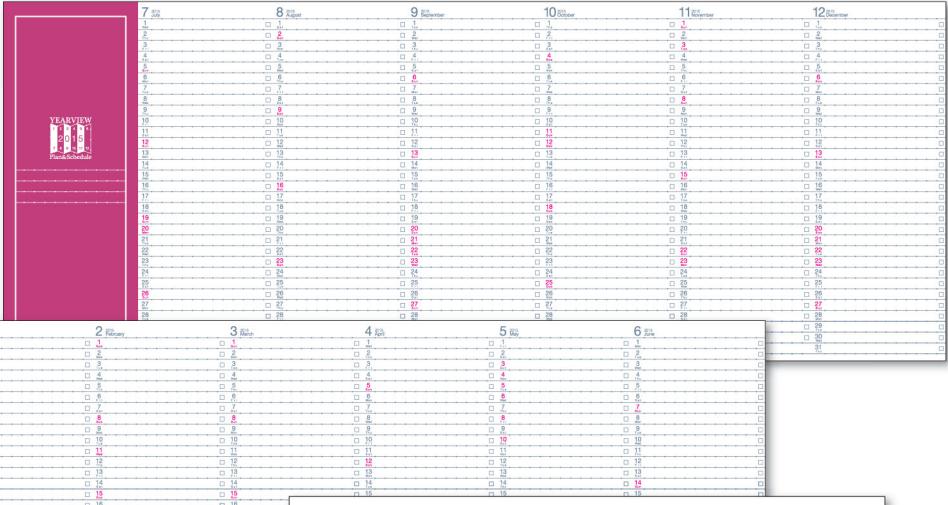
★今月のおすすめ★

HANABUSA®の新作 小さく折りたためてとても便利
YEAR VIEWカレンダーができました。

仕様

- 2015年度YEAR VIEW Panorama Type（イヤビューパノラマタイプ）
- サイズ：閉じたサイズ（75mm×200mm）広げたサイズ（525×200mm）
- オモテ面1月～6月、ウラ面7月～12月 ●日本製
- Designer : Katsumi Takino

一年が見渡せる「年間計画シート」



プラン&スケジュールが一目で把握でき
チェックボックス付きで便利



原寸

YEAR VIEWカレンダーはジャバラ折りの片面6か月、
両面で12か月のカレンダーです。

通常のカレンダーやダイアリーは、日々予定が書き込まれ、発生した新しい予定が追加されていくという流れで利用されています。YEAR VIEWカレンダーは、カレンダーというよりは「年間計画シート」です。つまり、1年間の計画があり、それをどのような流れで進行し、目標の達成、すなわちゴールにたどり着くのか。その予定を進行管理する、全体の進行運営を常に把握するためのツールです。

企業経営者、幹部社員やリーダー、社会人、受験生、クラブ活動、同好会、スポーツ選手など、計画があり、目標を持って生きる人たちの必須アイテムです。

年間スケジュールは滞りなく進行され、目標は達成す

るものであり、だからこそ1年を通した予定は把握することが容易であるべきです。YEAR VIEWカレンダーのような製品は昔からありました。しかし、それは手帳やダイアリーの付録でしかなく、その使い方や有効性もあまり伝えられませんでした。

毎日を真剣に生き、意義ある一年を過ごしたいと思う方にとって、このYEAR VIEWカレンダーは大きな力になるでしょう。

日々がいかに判断や選択の連続であっても、皆様の一年のレールはここにしっかりと刻まれているのです。YEAR VIEWカレンダーは、様々な出来事が発生する日常において、みなさまの行き先をはっきりと示してくれる羅針盤になります。



コンセプトワークの重要性

コンセプトとは「あらゆる行動の前提となる、ゆるぎない考え方、方針」であり、コンセプトワークとはその方針を導きだし、決定する作業のことです。

印刷物の制作、ウェブサイトの構築、新商品やサービスの開発など、あらゆる活動において、コンセプトが正しく確立されていることは、関係者の意思統一を可能にし、方針に筋が通り、成功の可能性を限りなく高めてくれる力になるはずです。物事をその場の思い付きや無意識で始めるのではなく、その目的、意義、方針、考え方を凝縮して文書化し、関係者全員が共有することで、モノづくりはスムーズに進行します。

コンセプトは30文字前後の文章で構築する（コンセプトの例）

● 広報誌発行のコンセプト

「お客様のお役に立て、喜ばれる情報を毎月配信する広報誌」



このコンセプトは毎月発行する広報誌の掲載記事が発行趣旨から外れない効果があります。

広報誌の発行では「読み手にとって利益があるか」「読み手の期待に応えているか」など、読み手（お客様）にとって望ましいものであることが重要です。コンセプトがしっかりといれば組織内から記事の公募をする際にも「面白い社員が入社した」「近所に新しくおいしいお店ができるた」など、コンセプトから外れたものは提案されず、お客様のための有益な情報がつねに準備されることになります。

● 会社案内制作のコンセプト

「営業活動に合致し、お客様が一目で自社商品を一望できる会社案内」



必然的に新聞形式の会社案内になり、営業マンとお客様との打ち合わせシーンに合致します。

会社案内は企業には欠かせない印刷物ですが、その活用法がポイントになります。取引の際の提出物や、リクルート、会社紹介などで使用する場合は高品質で重厚なものになりますが、営業マンが日々の新規開拓で自社の紹介と共に商品、サービスを「的確に、短時間で、一目でわかるように」ご説明するためのものなら、営業マンの活動シーンに合わせたレイアウトやデザインになります。

● カタログ制作のコンセプト

「地酒とそれに合う肴、器を地域別に紹介する通販カタログ」



このコンセプトによってページネーション（誌面の構成）が明確に決まります。

このコンセプトは、「無名の地酒をどうやって販売し、目標とする売上を達成できるか」というクライアントからの課題に対して出された回答例です。無名の地酒だけでは商品力がないために、肴と器をセット販売することで購買意欲を高め、売上数字を達成したもので、ページネーションもコンセプト通りの「地酒とそれに合う肴、器を地域別に紹介する」レイアウトになっています。

● WEBサイト構築のコンセプト

「自社と営業品目の紹介と受注、自社商品の販売をするためのサイト」

サイト構築の目的と求められる機能、期待している効果を網羅したサイトに出来上がります。

一見当たり前の文章ですが、このコンセプトで「会社の紹介をした上で、営業品目が明確で、サイトからの受注機能があり、自社商品もサイトで購入ができるホームページである」ということが解ります。更に打ち合わせが進んでいけば、営業品目の受注と商品販売のどちらをメインとするかなどが考慮され、会社の運営、営業活動を強力にサポートしてくれるサイトに仕上がります。

このように、コンセプトワークは単なる言葉遊びではなく、企画会議などの意思決定の瞬間や、制作を担当するデザイナーの「最後の砦」とさえ言われるもので、その理由は、意見が分かれた時にコンセプトに沿っているかどうかが最終結論のカギとなることは言うまでもなく、特に経営上層部の方の最終決裁の場面では、コンセプトの文章から「方針や目的に合致し、期待する結果を求めることが可能か」を判断することによって下されるからです。

さて、お読みいただいているこの広報誌のコンセプトは「お客様のお役に立て、喜ばれる情報を毎月配信する広報誌」でございます。コンセプト通り印刷会社としてみなさまのお役にたてておりますでしょうか…?

折り加工・のりしろのある作品、蛇腹折りのチェックポイント



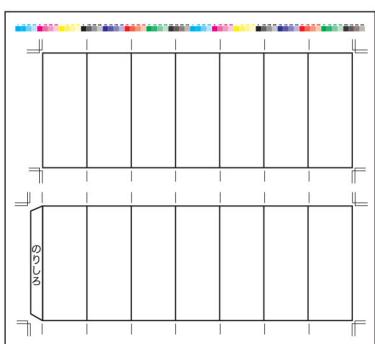
DearCOLORの商品
「POP HARAMITA」は**6山折り**です

紙でできている印刷物は「切る」「折る」「綴じる」という工程を経て完成されます。チラシなどの1枚ものは「切る」で仕上がり、リーフレットなどの折り加工品は「切る」「折る」で完成、冊子や書籍などは「切る」「折る」「綴じる」で出来上がりです。本誌6月号では「中綴じ製本」の折り加工と誌面サイズのポイントについてご紹介しましたが、工程が機械的で単純と思える折り加工品には企画・制作の段階から確認すべき注意点があります。今回は折り加工・のりしろのある作品、蛇腹折りのチェックポイントについてお伝えしたいと思います。

折り加工で仕上がる印刷物では誌面各ページが独立している場合もあれば、誌面が数ページにわたり繋がってデザインされている場合もあります。また、般若心経などが書いてある「お経」は誰もが知っている蛇腹折りの典型的な商品ですが、ひろげてみると長い一枚の紙ではなく途中で繋ぎ合わされて一冊になっています。2枚で繋がれている場合、その2枚はほぼ同じ大きさですが、どちらかに「糊（のり）しろ」があり、一方がその分長くなっています。折り加工や蛇腹折りの製品は使用する印刷用紙のサイズに応じて全体の長さが決定されることが多く、印刷用紙の最大寸法を超える場合は繋ぎあわせるという作業が必要になるのです。

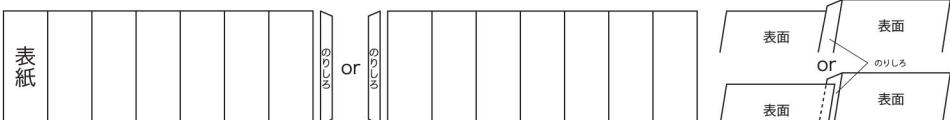
► この様な製品を作る場合、私たちが最初に考慮するのは次の通りです。

★効率の良い全体寸法

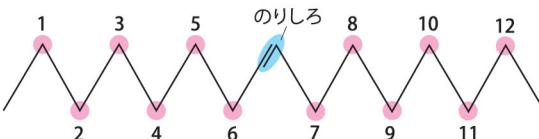


★「糊しろ」の位置とその幅を決める

のりしろはどちら側につけるのか、のりは表か裏か、制作を始める前に決めておくべきである。
*誌面とは関係がない部分のため忘れられやすい。

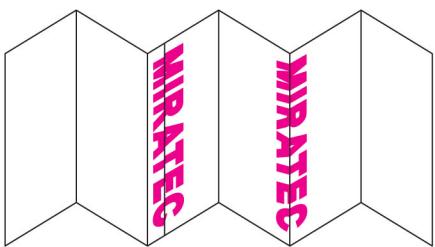


★折り山の数の確認

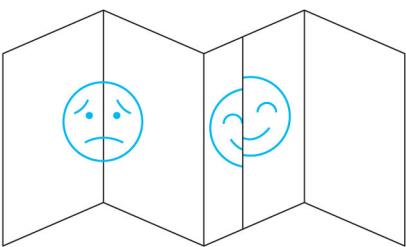


印刷会社や依頼先が所有する折り機によって加工が可能な山数が異なります
*必ず印刷会社に折り加工が可能な「山数」を確認しましょう。
ページ数は山数によって決まります。

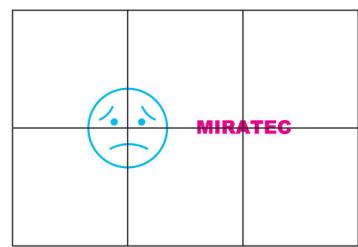
★「糊しろ」とデザインの関係（問題があるケース）



のりしろや折り目に文字を配置してしまうと読みにくくなる場合がある。



のりしろや折り目に顔写真などが配置されるとクレームの原因となる。



十文字折りなど、開閉を繰り返すことで穴が開いてしまいやすい位置には文字や顔写真が来ないように注意しましょう。

この様に折り加工や蛇腹折りの製品には意外に多くのチェックポイントがあります。これらはあらゆるタイプの折り加工を施す印刷物に共通することですので、企画・制作の際に役立てください。



*最初にチェックポイントに基づいた完成型のプロトタイプをつくり、それに対して文字を置いたりデザイン制作をすれば、間違いない製品ができます。

人と環境にやさしいEM (Effective Microorganisms)について

1993年からお取扱いを始めさせていただいているEM (Effective Microorganisms) 関連の製品群は、印刷会社には関係の無い商品のようですが、実はこの業界ならではの課題がその始まりでした。毎日何トンもの様々な印刷用紙がFAX一枚で工場に届けられ、その用紙にインキを乗せて加工するのが私たちの仕事です。その用紙は「いったいどこからくるのだろう?」、この疑問と共に、森林の伐採、地球環境の悪化など、人類が抱える様々な問題に無関係とはいえない私たちの仕事に少しでも再生と循環をもたらしたいという思いで始めたものです。



EMとは、Effective Microorganismsの略で、有効或いは、有用(役に立つ、効き目がある)微生物の事です。土の性質を微生物の活動を通して根本的に変えてしまう働きを持つ「有用微生物群」、このEMを使用することで人の体も、地球も、活性酸素を減らして抗酸化力を高め、更に水系の生物が豊かになり、海の浄化にも役立ちます。EM大阪販売所では、このEMを使用して作られた各種製品を販売しております。

詳しくは弊社「EM大阪販売所」のサイトをご覧くださいませ。



EM大阪販売所



EM体験ブログ



MIRATEC Monthly Report 6

事業やモノづくりの前提となるコンセプトは、コンセプトワークによって様々な思考を繰り返す中で組み立てられ、導き出されて成立していきます。それが正しく文書化されていれば、新規事業、新商品、新サービスの目的である「結果の獲得」を可能にします。考え方のコンセプトを元に事業に取り組み、是が非でも望まれた結果を得る、目標を達成する、コンセプトワークはこれらの結果を100%求められるとしてもシビアなものです。新規事業には経費がかかり、必ずそれを回収して利益を上げることが求められるのですから当然ですが、そんな折、本誌が少しでもご繁栄の一助となりましたら幸いです。



バックナンバーは
こちらから →



・お問合せ・