

印刷業界の「未来」へとつづく「今」を見つける

Magazine GC

富士フイルム ビジネスサプライ株式会社

Contents

グリーン・レポート
 守り抜く! 製品のクオリティー
 Column ●品質管理のキーワード
 ●品質管理の名企業

印刷会社の先進事例レポート「革新の現場」
 第2回 ヤマゼンコミュニケーションズ株式会社「栃ナビ!」
 光る企業の光るストーリー 02

すぐに分かる! 注目の経営手法や市場の「今」
 グリーン・レポート

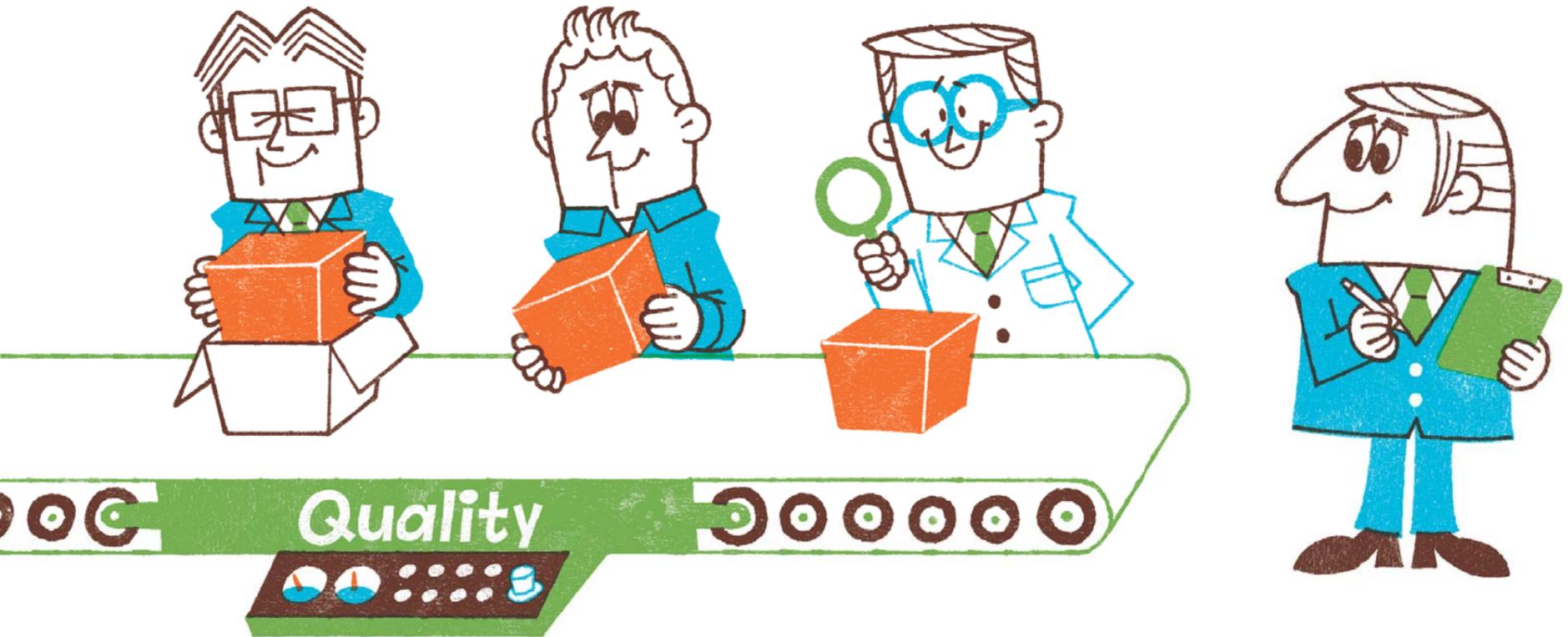
守り抜く! 製品のクオリティー

サービス料金を抑えるために、各印刷会社とも生産コストや人手を抑える方向に向かう中、印刷物の品質管理が難しくなっていると考える方も多いことでしょう。

しかし、コスト優先のあまりに品質を不用意に落とし、お客さまを離れさせては元も子もありません。

今号は、品質管理のプライオリティーが高い他分野の製造業企業の事例を見ながら、

今一度、品質を安定的に守るためにどんな取り組みが有効なのかを考えます。



高度経済成長を支えた TQC活動

かつて、日本のさまざまな製品が海外市場に進出し始めたころ、日本製品は「品質の良さ」で群を抜いていました。日本の製造業が戦後いち早く立ち直り、その後の高度経済成長期に活躍の舞台を海外にまで広げられたのは、国の後押しを受けて各社が品質改善活動に真剣に取り組んだからだとされています。

品質の安定化に狙いを定めた日本の取り組みを代表するのが、TQC (Total-Quality-Control: 全社品質管理) です。同活動の中心は、QCサークル活動という現場の数人単位による小集団活動。現場の監督者と作業担当者が、品質管理のための具体的な活動のアイデアを出し合い、実行するものです。TQCは「もともと」、製品の品質向上に照準を合わせたものですが、生産部門だけでなく、営業・総務・経理なども含めた全員参加型であることが大きな特徴。上からの押し付けでなく、ボトムアップによる自主的な改善活動です。その進化形で、経営全般にわたる質の向上を目的とするTQM (Total-Quality-Management: 総合的品質管理) は今日、国内外の製造業の多くが取り入れています。

改善活動には 終わりが無い

暖房器具、キッチン関連機器、学校体育機器などの製造を手掛ける羽生田製作所(新潟県南蒲原郡)は、製品の品質向上を目指す熱心な改善活動を続けたことが評価され、日本科学技術連盟の「日本品質奨励賞」の2011年度「TQM奨励賞」を受賞しました。

「TQMはボトムアップによる全員参加型の活動であるため、会社を一つにする手法としても役立つ」。同社の窪田和司社長は、参加者全員の力がモノを言うTQM活動の成果をそのように振り返ります。

同社では、本社事務所と工場をつなぐ「通路を「QCサークルストーリー」と名付け、QCサークル活動の成果や改善提案の内容などを掲示しています。



羽生田製作所社内「QCサークルストリート」

活動の「見える化」といえるもので、基本的に職場単位で6〜12人が一つのサークルとなり、現在13サークルが取り組んでいます。全員参加ということで、社員はもちろん、パート社員や派遣社員も加わっています。

通路の壁面は、各サークルの掲示板と改善提案「グッジョブシート」の紹介コーナーとなっており、安全対策・品質向上・生産性向上など、提案内容はどのようなものでも構いません。その中で、特に優秀と社長が認めたものは、MVG (Most Valuable Goodjob) として、毎月1〜4件が選ばれます。

窪田社長は「一人一人の経験と勘とコツに寄りかからず、組織的で活力ある職場をつくるのに効果的」と、従業員が一体で臨む活動のメリットを強調します。

また、製造業の現場でよく用いられる5S(下の囲み参照)では5番目に位置付けられる「しつけ」を先頭に並べ替えた、独自の「NEW5S活動」を推進。「職場の教養」という小冊子を従業員が1段落ずつ音読し、最後に当日の担当者が感想を述べる「輪読」や、挨拶の実践、基本理念・行動指針の斉唱などを行う「朝のモラールアップ訓練」を職場単位で毎日行っています。「良質のものづくりをするためには習慣付けられたしつけが大切」(窪田社長)であるという考えによるものです。

油圧機器など各種精密部品加工で定評があり、ロース・ロイス社などを顧客に持つゼロ精工(兵庫県尼崎市)は、品質管理の手法として、誰でも一目で分かる加工作業の「手順書」を生産技術部と現場の作業者が話し合っ作。作業者が変わっても工程を滞らせたり、不

良品を出したりしないようにし、顧客である発注先に見せたときに「そこまで詳しく規定しているんですね」と逆に驚かれるほど、品質管理の「見える化」にアグレッシブに取り組んでいます(同社の取り組みは、左面「品質管理の名企業」でも紹介します)。



写真やイラストを入れ、作業を詳細に規定したゼロ精工の作業書。ある部品を製造する工程のほんの一部を抜粋

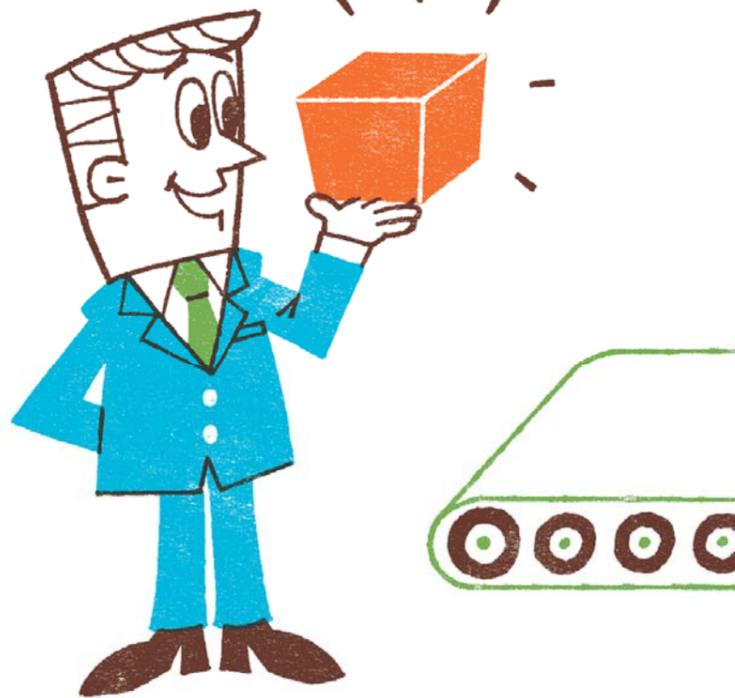
自ら原因を発見し 改善する意識を促す

日本が世界に品質を誇る製造業の代表格である自動車産業でも、やはり多くの企業が高い品質を維持するための活動に熱心に取り組み、不良品を出さない仕組みづくりに不断の努力を払っています。

例えば、ある自動車部品メーカーでは、製造ラインの一角にスチール製の「やり直し棚」を設けることで、品質に対する従業員の意識が日常的に高まるように工夫しています。「不具合の原因と改善方法を自ら見つけ出すことの大切さ」を常に忘れないために導入された仕組みです。

この会社の管理者は、製造工程で作業者のミスを発見すると、すぐには叱らず、その不良品を黙って「やり直し棚」の本人の区画に置いておきます。この棚は全員

Good!



が目にするので、「彼が社内クレームを起こした」ということが一気に知れ渡ります。

半ば名指しをされたことで、その不良品は彼が自分で解決しなければならぬ「個人の問題」となります。彼は「どこに原因があったのか、同じ過ちを二度としないためには、どうすればよいのか」を必死に考え、不具合が起きないような答えを自ら導き出します。やり直し品が不合格であれば、試行錯誤を繰り返すことになりません。自分で考え抜いた解決策は必ず身につくはずで

この仕組みの背景には「失敗はただ単に叱るのではなく、どこがなぜいけなかったのか、本人に発見させることが大切」という考え方があります。実際、「やり直し棚」を取り入れたことで、この会社では、不良品の発生につながらうっかりミスが激減したそうです。これは、より良い品質での納品が求められる印刷の世界でも、参考になる手法ではないでしょうか。

これらの会社に通ずるのは、良質の製品提供による顧客満足を目指して、全員参加で改善活動を重ねていることです。部門担当者だけが分かるのではなく、誰にでも理解できるようなツール類の整備も、全員が情報共有するための手段といえるでしょう。

これらの事例は印刷業界でも応用できます。自社の顧客が製品やサービスに何を求めているかを具体的に規定し、それを「守るべき品質」としてしっかりとつかむことを従業員が習慣化できれば、健全な競争に打ち勝つためにも有効な手立てとなるはずで

品質管理のキーワード

「デミング賞」

総合的品質管理(TQM)の普及や発展に寄与した業績に対して授けられる賞。日本製品の品質を世界最高水準に押し上げるのに尽力した米国の故W.E.デミング博士の業績を記念し、1951年に日本で創設されました。製品やサービスの質だけでなく、経営の質も審査対象となるため、受賞を目指すことで新製品開発、新技術獲得、継続的な売上目標の達成などにも効果があるとされています。審査・授与・運営は日本科学技術連盟に事務局を置く「デミング賞委員会」が担当。TQM活動を行う組織であれば自由に応募できます。1956・1996年に富士フィルム、1980年に富士ゼロックスも受賞しました。

さまざまな「品質」

一口に「品質」といっても、製品の企画から顧客の手に届くまでの過程で、さまざまな品質があります。「企画品質」は、製品本来の性能や効果・耐用時間・外観など、顧客の要求を想定した品質です。「設計品質」は、企画品質を設計図に反映させたもので、生産技術力・生産能力・安全性・コスト・メンテナンス性などの総合的な製造目標となる品質です。「製造品質」は、設計品質を踏まえて製造されたものの品質です。「使用品質」は顧客が使用するときの品質のことで、一般にいわゆる「品質」の多くはこれにあたります。

「5S」

ローマ字書きの頭文字がSの「整理・整頓・清掃・清潔・しつけ」を表す、いわずと知れた改善活動の基本です。「整理」は、要るものと要らないものを区別し、要らないものを撤去すること。「整頓」は、必要なものを必要なときに直ちに取出せるように、順序よく保管する仕組みをつくること。「清掃」は、汚れのないきれいな状態に戻し、汚れなどの異常を見つけやすくすること。「清潔」は、整理・整頓・清掃した状態を維持し、さらにステップアップを図ること。「しつけ」は、決められたことを決められたように行えるように習慣づける教育・指導をすること——とされています。

革新の現場

第2回 ヤマゼンコミュニケーションズ株式会社 「栃ナビ!」

栃木県で最大級の情報サイト「栃ナビ!」には、23万件以上のクチコミ、9,200件以上のグルメ、お店情報などが掲載されています。運営しているのは、地元宇都宮市の印刷会社、ヤマゼンコミュニケーションズ(株)。この「栃ナビ!」を核に多面的な事業を展開しています。

リアルな声を大切に生活者目線の情報サイト

1日のアクセス数は、57万ページビュー。栃木県民の絶大な支持を得るタウン情報サイト「栃ナビ!」のスタートは、2000年。きっかけは、同社の役員が米国で地元の情報を得られず困った体験からでした。社内にデザイナーやイラストレーターなどがそろっていた同社は、そのクリエイティブ力を生かし、地元の特化した情報をウェブで発信しようと思ひ立ちました。

「ウェブ制作の知識がある社員はわずかでしたが、注文どおりに制作・印刷をする受注型の営業では先が細るばかりだという危機感のほうが強かった。タウン情報誌の経験がありませんでしたが、世の中のネット環境はまだ充実していませんでしたし、先んじて特徴を出せば、面白いことができると思いました」(ヤマゼンコミュニケーションズ 小林 正幸さん、以下同)

目をつけたのは、公共メディアではまだ珍しかった「クチコミ」です。会員登録してもらい、クチコミを投稿した会員にはポイントを付与。ポイントは商品券などのプレゼントと交換できるほか、良い情報を発信すると別の会員から「ファン」登録されるなど、当初から参加のモチベーションを上げる仕組みを取り入れました。情報が集まることでヘビーユーザーが付き、クチコミの量も数も拡大しました。



「栃ナビ!」の収益源は、バナー広告、スポットページ広告、記事広告など。そこから派生する冊子やチラシなどの印刷物も多数。この「栃ナビ!」のウェブシステムとノウハウは、フランチャイズ形式で他県の企業にも提供

ウェブコンテンツを印刷事業の拡大に結び付ける

もう一つの特徴は、クチコミ情報を基にして、社内スタッフが取材したオリジナル記事を配信していることです。毎日必ず特集をアップ。企業とのタイアップ広告も、会員のリアルな声を生かした生活者目線の記事広告を制作。独自情報の多さと新鮮さを感じさせる工夫をしています。

「制作はすべて社内の人材で対応し、外注はしていません。企画やデザイン、取材ノウハウの蓄積は大きな力になりますから」

また、会員からは定期的にアンケートやモニター協力も得るようにし、セグメント化された生活者の生の声を蓄積できるようにしました。

「独自の情報チャネルとコンテンツ制作力を持つことで、クライアントに対して説得力のある企画や、メディアをミックスした提案ができるようになったことも大きな収穫です。価格競争もなくなりました」

ある自動車ディーラーには、店舗ごとにキャラクターを制作して、各店の認知度アップや他社との差別化を図る広告戦略を提案。「栃ナビ!」に、キャラクターを使ったバナーやスポット広告を展開すると同時に、ディーラー社員が登場する取材記事「おすすめドライブコース」を掲載してファンを獲得。そこから、ポスターやカタログ、ノベルティなどの印刷物も次々と派生しています。

「『栃ナビ!』を始めて、『自分たちにはできない、新しいことをやろう!』というのが、スタッフ全員の思いになりました。今後もサイトを核にしてお客さまの悩みを解決する提案をしていきたいです」



県民のインフラとして「水・電気・栃ナビ!」と言われるよう、さらにステップアップさせたいですね。

ヤマゼンコミュニケーションズ
小林 正幸さん



A3をポケットサイズに折りたたんだ紙版「Tchinarabi!」も月刊で発行。県内のさまざまな店に置かれ、こちらの人気も高いとか



ヤマゼンコミュニケーションズ株式会社
栃木県宇都宮市インターパーク4-3-1
http://www.yamazen-net.co.jp

1950年創業。1970年に付加価値の高い印刷サービスの提供を目指して、デザイン部門を設立。2000年にはタウン情報サイト「栃ナビ!」を開発。地元を根ざしたウェブサービスを提供するとともに、印刷ビジネスとの連携による新しい事業体制を推進

品質管理の名企業

「全員参加」と 「率先垂範」に徹する



ゼロ精工株式会社

兵庫県尼崎市南初島10-135
http://www.zero-seiko.com



文具市場でヒットを呼んでいる「溜息3秒」。ボールペンもペンスタンドもゼロ精工の精緻な技で作られている

「溜息3秒」。精密部品加工メーカーのゼロ精工が開発してコンシューマー市場に送り出し、話題となっているボールペンとスタンドの名前です。無垢の金属から削り出したような美しいボールペンを差し込むと、まるで深い溜息をつくように、ゆっくりに3秒をかけてスタンドに吸い込まれていきます。この動きは、ペンの重みで押されたスタンド内の空気が小穴から静かに抜けることで生じる摩擦の力によるもの。ペン本体とスタンドの穴との隙間は、びつたり1000分の3ミリ。同社の圧倒的な加工精度を利用したものです。高品質への要求が格段に厳しいといわれる最新鋭旅客機「ボーイング787」にエンジンを供給するロールス・ロイス社の「ベストサプライヤー」に選ばれるなど、その実力は国際的にも認められています。

測定器も及ばぬ人間の力

同社の最新鋭工場は、材料投入から完成品の測定まで自動化されています。ところが、最終工程では、なんと人の手による全品検査が行われています。活躍するのは、1000分の1ミリの凹凸を見極める指先を持ったマイスターと呼ばれる熟練者。現場作業ばかりでなく、その技を後進に伝える役目を委ねられています。「品質を高いレベルで継続的に保つためには機械任せではなく、測定器も及ばぬ人間の五感がモノを言う。品質に対する思いを岡本仁会長は



品質の高さで世界的に評価を受けるゼロ精工の金属部品

そう語ります。「人間の力」を尊重するために同社が心掛けているのは、社員本位の職場環境づくりです。「会社は社員のもの。だから、全員が製造や経営の改善に関わる意識を持つことが大切」という岡本会長の考え方が社内に浸透。「大切なのは、上からの押し付けではなく、自分の仕事や毎日使う設備を愛し、意識を傾けること。そこへ導く手立てとして同社が取り入れているのが、**全員参加の「改善提案制度」**です。

例えば、これまで業者に委託していた清掃を従業員が手分けするようにして、業者への支払い分を福利厚生に充てるという提案は、社員から自発的に出されたものでした。

この制度は、製品の品質をはじめ、製造設備、職場環境など、仕事に関わるあらゆるものへの意識付けを促すのが狙い。提案の内容や方法は不問で、数行の走り書きでも、写真を添えた書面でも構いません。優秀提案には、社員全員の投票が行われ、それを踏まえた上で役員が評価する「ベスト社員賞」として、年度初めに表彰されます。



岡本 仁会長

併せて同社が重視しているのは、「健康管理」です。これは、「心身共に健康な状態が品質の安定的な維持につながる」という岡本会長の信念に基づくもの。熟練者の指先がささいな傷を見逃さないのも健康の支えがあるからこそでしょう。社員の体も健康で、誰でも自由にモノが言えるという空気も健全な職場は、同じ社員が辞めず長く働き続けられる環境をつくり、熟練者の輩出や品質の安定を導きます。実際に、同社では途中で辞める社員はほとんどいないといえます。「全員が経営者」の意識で重なる地道な努力が、高いレベルの品質を保ち続ける秘訣であることを物語っているようです。

従業員も機械も健康が第一

「全員参加」と「率先垂範」を重視する姿勢は、上下の別なく、徹底的に論議するという社内風土を育みました。例えば、若い社員が「上司の度重なる喫煙時間が作業を滞らせる」と直訴。その勇気は「喫煙は時間と場所を決めて1日4回」という残業時間軽減策に結び付きました。これを機に喫煙者は半減し、週末の定時退社を根付かせたそうです。また、各部署で毎朝、現状に問題がないかを話し合う「朝会」では、1年目の社員も意見をぶつけ合います。



暮らしや仕事の楽しみを深める、
さまざまな情報をお届けします。

光る企業の光るストーリー 02

貴重な伝統技術をデジタルの力で継承

8色の糸でリアルな画像を彩る「写真織」

人の腕をモチーフにした巨大なタペストリー。一見写真と見まちがうほどだが、まさしく織物だ。「写真が色の点の集まりなら、織物にも応用できるはずだ!」。山口 英夫さん(織元山口代表)のひらめきは、画像を忠実に表現する「写真織」を生み出した。伝統の織物とデジタル技術を融合させた、新しい織物の世界だ。

写真のようにリアルな表現を求めて

「写真織」は、山口さんの変化に富むキャリアの集大成だ。実家は、米沢市で祖父の代から織物業を営んでいた。米沢は「米織(よねおり)」と呼ばれる日本有数の伝統的な織物の産地。米織は、先染め細番手の糸で織る、緻密で深みのある色合いの紋織りが特長の高級織物だ。だが山口さんの興味は、伝統とは正反対のエレクトロニクスへ。高校卒業後、東京の大手電機メーカーに就職し、パソコン開発チームに配属される。そこで出会ったのが当時話題をさらったApple社のMacintoshだった。MacintoshでのデザインやDTPを学び、写真が点で作られていることを知る。「これは織物の原理と同じだ。写真の表現は、織り機でもできる」——。柄を織る伝統的な「ジャカード織り」では、まずは職人が表したい柄に合わせて、織り目の目にどの色を配置するかという「紋の設計」を行う。次に、織り目を表すマス目の並んだ「紋紙」を用意し、ある1色を配置する目をマークしたら、パンチ穴を開ける。織り機では、穴のある目だけその糸を通す仕組みで、色数に合わせて何枚も紋紙を組み合わせて柄を織る。山口さんはそれを見て育っていたのだ。

一方で、当時DCブランドなどのファッションを好んで身に着けていた山口さん。ある日地元に戻ると、世界的ブランドの伝票がついた高級服地が実家に並んでいた。「驚きました。好きなファッション業界の「川上」が自分の家だと初めて気付いたんです」。

山口さんは、写真のようにリアルな柄の織物を形にしようと動き出す。「ただ何か面白いことができそう、という期待だけでした。もうからないのは承知の上で(笑)」。4年勤めた電機メーカーを退職し、服飾専門学校を経て、米沢に戻った。着手したのは、紋の設計をコンピューターで自動化すること。「写真のリアルさを出そうとしても、人の目でドットの色を決めると絵画のようになってしまふんです。そこで、スキャンした画像データから自動的に設計データを作り、そのデータどおりに織り機を動かすコントローラーを開発。1年後の1989年には最初の写真織に成功する。数週間、数カ月という膨大な手間と費用がかかる紋の設計から開放され、数

で、スキャンした画像データから自動的に設計データを作り、そのデータどおりに織り機を動かすコントローラーを開発。1年後の1989年には最初の写真織に成功する。数週間、数カ月という膨大な手間と費用がかかる紋の設計から開放され、数

500円硬貨との比較で分かるように、小さな面積に多数の色のドットが凝縮。「織物業界の人には、1色の糸で他の7色の糸を隠していることを見せると非常に驚かれる」という

時間から数日でデータが作れるため、「何百枚でも1枚でも、大きくかけ離れない単価で作れた」のだ。

「現在は、黒白2色を縦糸に、CMYKとその補色のRGB、そしてW(ホワイト)の8色を横糸に使っています。各ドットは、横糸の1色の糸を前に出し、あとの7色は後ろに隠すことで表現します。印刷なら4色あればよいのですが、糸の場合は白地がないのでW、そしてCMYの3色の組み合わせの合間にRGBを入れることで、格段に正確で綿密な表現になります」



織元山口の代表、山口 英夫さん

米国メトロポリタン美術館にも展示

山口さんの写真織は、伝統の米織とデジタル技術、そしてデザインを高い次元で融合させたとして、アート分野でも高く評価されている。米国メトロポリタン美術館などに作品が常設されるほか、タイ国王など海外の王族の肖像画タペストリーの依頼まである。

世界を魅了する表現が生まれた理由は? 「コンピューターと、趣味が高じた服飾デザイン、そして織物、どれも決して極めてはいませんが、いろいろなことを面白がる性格がよかったのかもしれない」当初はタペストリーなどインテリア商品を手掛けていたが、新たな



① 米国メトロポリタン美術館のパーマメントコレクションになった作品「視線」。4枚のシャツを一つのキャンバスのように使い、群衆の画像を織り出している
② 初の緞帳作品。米沢市・置賜文化ホールでの展示(20×10m)。原画は郷土の画家、福王寺一彦氏の「月映る頃」。青の奥からも金色の糸がキラキラ光り、美しい



(株)織元山口/(有)フォトテックス 山形県米沢市 <http://www.yamakuchi.co.jp>
(株)織元山口は、1988年より「写真織」の開発に着手。現在は緞帳など一品制作の織物を中心に展開。兄弟会社である(有)フォトテックスは、写真織技術を基にコンシューマー向けの製品開発・製造・販売・プロデュースを手掛ける。写真は、フォトテックス・デザイナーの高橋 育子さん(左)とディレクターの山口 道子さん(右)。後ろの作品は国際テキスタイルコンペティションでITF大賞を受賞したタペストリー「腕」

市場として取り組んだのが、舞台などに使われる緞帳だ。メーカーは日本に数社あり、織元山口以外は京都でほとんどが手織りで作っている。写真織ならその約1/3~1/5のコストで済み、節約できた分、高品質で細い糸を使い、緻密な画像を再現できる。

2008年には、浅草寺(東京都台東区)本堂落慶50周年記念事業である御戸帳(本尊の前に置かれる幕)の修復制作も請け負った。ただ、色は宗教的な意味も持っているということで、特殊な色合いに糸を染め、糸の使い方を少しずつ変えて試し織りを重ねるなど、試行錯誤の連続。その結果、精密で優美な仕上がりに、浅草寺の方々から感激されたという。

米織を気軽に楽しむ新ブランド「米織小紋」

「米織」という伝統ある高級織物を、写真織でもっと身近にできないか——。山口 英夫さんの奥様、山口 道子さんの思いから生まれたのが新ブランド「米織小紋」だ。「米織小紋」は、1枚1枚染めて作る小紋柄を、写真織で表現したもの。大手アパレルメーカーで服飾デザイナーを務めた道子さんは、山口さんと知り合う前から米織にほれこみ、米沢に向かっていたほど。しかし、今は米織を愛用する人は少ない。「なくなってほしくない」という危機感が原動力になった。小紋柄を従来の織りで表現すると大変な工程になるが、「例えば、写真織でがま口ポーチを作ると、約200種類の色柄の生地が、従来数カ月かかったところを約1週間で織り上げられます。小紋の角度や大きさ、色を商品にマッチするように変化させるのも自在です」と道子さん。

山口英夫さんも、米織をもっと多くの人に手にしてもらいたいという。「日本の織物の産地には世界でも類を見ない技術が集積しています。写真織は新しい技術といっても、染屋さん、糸屋さん、織り機の糸の仕掛けを作る仕掛け屋さんなど、さまざまな伝統技術を持つ人がいてはじめて成り立つ。各工程でも、それぞれの家で全く独自の技術を持っています。写真織が、それらの継承に少しでも役立てば」。伝統と新技術の融合が、織物の未来をさらに膨らませる。



「米織小紋」商品。巾着、バッグ、クッションカバーなど多岐にわたる。デザインのバリエーションも豊かだ

チャレンジする化粧品。

新生アスタリフト、登場。

サイエンスに裏付けられて。

ASTALIFT

商品の詳細、お買い求め、お近くの取扱店は、こちらから [アスタリフト](#) [検索](#)

FUJIFILM

「変わらぬ安心」をユーザーにまで。富士フィルム感圧紙の「品質力」。

「富士フィルム感圧紙」の身上は、富士フィルムならではの最先端テクノロジーと厳しい品質管理。感圧紙はもちろん周辺製品まで、優れた品質を実現し続けています。エンドユーザーからの信頼を守り続けていくこと。私たちにどうぞお任せください。

ウェブサイトで読者アンケートを実施しています。充実した誌面づくりのために、ぜひご協力ください。
抽選でプレゼントを差し上げます ウェブサイト <http://fbs.fujifilm.co.jp/>

IMagazine GCはウェブサイトでもご覧いただけます。