

印刷業界の「未来」へとつづく「今」を見つける

## Magazine GGC

エム・ビー・エス株式会社

## Contents

グリーン・レポート

業界を超えたアイデアとコンテンツで勝負!

印刷会社の先進事例レポート「革新の現場」

第25回 株式会社イニユニック

「こだわりの強い写真集・美術書に独自の提案力で対応」

「UV印刷の減感に、油性の『FN-300』を選択。  
長年のコスト削減・品質安定効果は絶大です!」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Idea &  
Contents業界を超えた  
アイデアとコンテンツで勝負!

印刷物が売れにくくなっている中、紙媒体本来の魅力をどう生かし、売れるコンテンツを作ればよいのでしょうか。今回は、ネットから優れたコンテンツの原石を見つけ、編集の力で素材の価値をさらに高め、ヒットする書籍を生み出しているワニブックスの事例を紹介します。さらに、漫画やゲームなどの世界を演劇・ミュージカルで展開することで、出版、ゲーム、演劇、グッズなど、幅広い業界を活性化している「2.5次元ミュージカル」も紹介。これら業界を超えた動きをヒントに、今後のコンテンツビジネスへの印刷会社の臨み方を考えます。



株式会社ワニブックス

人気ブログやSNSを書籍化!  
ヒット連発の理由

1979年に設立したワニブックスは、芸能関係の雑誌や書籍、アイドルの写真集などで成長した出版社です。ところが近年、「人気ブログやSNSを発祥とするコンテンツの書籍化」で、ビジネスや食、暮らし、美容などの実用書やエッセイ・小説・絵本など、多様なジャンルのヒット作を送り出すようになりました。

このような書籍には、極力物を持たずに暮らす人を指す「ミニマリスト」という言葉を世に広めた『ぼくたちにもうモフは必要ない』(発行部数16万部、以下同)をはじめ、『だから、そばにいて』(10万部)、『arikoの食卓』(6万部)、『なんでも解決! もひかん家の家族会』(2万部)などがあります。なかにはヒットを受けてシリーズ化された作品も多くあります。

## あえて紙の世界で勝負する

全国出版協会が発表している出版市場調査によると、2017年の紙の出版物(書籍・雑誌合計)の推定販売金額は前年比6.9%減の1兆3701億円と、13年連続でのマイナスとなりました。

「出版業界は一方では厳しい時代と言われていますが、そこには焦点を当てていません」と話すのは、書籍編集部編集長、青柳有紀さんです。青柳さんがネットに目を付け、ネット発コンテンツの書籍化を進めるようになったのは、インスタグラムやツイッターなどのSNSが登場する前でした。「看護師さんや、自衛隊員の奥様といった人たちの書いたユニークなブログを読んだりしていました。こうした魅力あるブロガーさんたちに、ぜひ本を書いていただきたいと思ったんです(青柳さん、以下同)。

LINEやフェイスブック、ツイッターなどの代表的なSNSを利用している人の割合は2016年には71.2%にまで達しました。今こそ出版はネットと手を組むと面白いと思います。現在、SNSの世界では、何十万人ものフォロワーを抱える人気の発信者たちが大勢います。彼らに本を依頼した場合、既存の読み手がいる上に、ネットでも自著を広く宣伝してもらえます。ネットとの連動により、出版はその価値や可能性を広げることができます。

## ネットで見つけた原石を探る

「ブログのアクセス数やSNSのフォロワー数の多さは、魅力あるコンテンツの目安にもなりません」と青柳さんは言います。ただし、ネットで集客力がある文章やイラスト、写真も、ネットでは無料で見られるので、そのまま紙に載せるだけでは必ずしも売れるとは限りません。同社ではこうした素材について、ネットとは違う構成を練ってデザインし、伝わるタイトルを付けることももちろん、著者に書籍用として新たに書き下ろしてもらったり、新たにイラストを付けたりして、紙の本としての価値を創っています（詳しくは下の囲みで紹介）。

「編集者がネットで探しているのは、ブログやSNSのコンテンツそのものではなく、優れた才能を持つ人たちなんです。著書はなくても、独自の感性のイラストや文章表現、写真撮影の能力を持つ原石のような人たちです。特に、そうした人が初めて本を出そうとするときは、強いエネルギーがあります。そこに、読者が惹かれるのだと思います」。

また、売れる書籍は、写真やイラストの魅力による場合も多いため、「インスタ映え」などの言葉に代表されるように、センスある画角を意識した画像が多数アップされる今、ネットで著者を探すメリットは多いと言えます。

## 高い重版率も実現！売れる本を作るには

「ブログのアクセス数やSNSのフォロワー数は、必ずしも書籍化の判断材料にはなりません。そういった数字はあくまで参考にとどめておきます。一方で、コンテンツを読み、編集者自身が本当に面白いと感じ、作り手の書籍化への熱量も感じたのであれば、書籍化を前向きに考えたいと思っています」。

また、ブログやSNSのコンテンツは、書籍化されると読み手からは異なる「コンテンツ」として映えるようになります。読者層も変わったたり、広がったりしています。

「ツイッター発信の癒やし系のイラストを書籍化したことがありました。ツイッターでのフォロワーの多くは、20代の若年層でした。ところがこの本のアンケート調査では、60代の読者が多くいることが分かったのです」。

同社が出版する人気ブログやSNSを元に生まれた本の重版率は半分を超えています。現在、書店での書籍返品率の平均は約4割で、平均的な重版率も下がっています。

## 紙の可能性を引き出す工夫

SNSには本のような紙面デザインがなく、画一的な文字と画像があるだけです。ワニブックスでは、このようなコンテンツを書籍化する場合、「強い言葉は、縦組みにする」「ポップなイラストを多用する」などの工夫を施します。

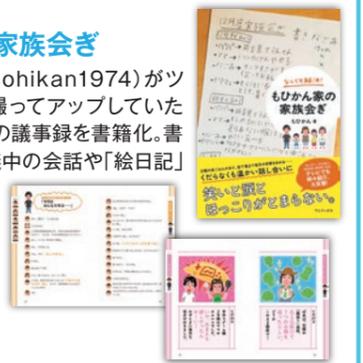
## ただそれだけで、恋しくて。

著者のカフカさん(@kafuka\_monchi)は、2018年6月現在ツイッターで約16万人、インスタグラムで約8万人のフォロワーに向け、恋愛に関する言葉を発信。2冊目の著書となる本書では、ネットで人気のあるイラストレーターを起用。



## なんでも解決！もひかん家の家族会

もひかんさん(@mohikan1974)がツイッターで写真に撮ってアップしていた家族会議の手書きの議事録を書籍化。書籍では、新たに会議中の会話や「絵日記」もふんだんに書き起こし、実際の会議の様子をより分かりやすく楽しく伝えている。テレビドラマ化も実現。



## arikoの食卓

arikoさん(@ariko418)は、受験生の息子のために作った温かい朝ごはんの写真を載せたレシピエッセイをインスタグラムに公開。もともと編集者であり、原稿執筆と写真撮影を担当。本作の原稿はすべて書き下ろしで、6万部のヒットに。続編『arikoの食卓 ～もっと食べたい～』も出版。



## ぼくたちは習慣で、できている。

佐々木典士さん(@minimalandism)は、ワニブックスの元社員。写真集などの担当だったものの、「ミニマリスト」としての個人ブログを読んだ青柳さんの了解のもと、在籍中に書籍『ぼくたちに、もうモノは必要ない。』を出版。国内で16万部を突破し、海外21か国語に翻訳。その続編『ぼくたちは習慣で、できている。』では、100人のレビューを募ったところ、早くも多数ブログにレビューが公開されている。



## 春は曙光、夏は短夜 -季節のうつろ言葉たち-

ツイッターに5万人以上のフォロワーがいる毎日新聞・校閲グループ(@mainichi\_kotoba)を発信する毎日新聞東京本社の校閲担当部長、岩佐義樹さんによる著書。四季にちなんだ古き良き日本語を解説している。和を感じる、美しいデザインで統一。



## 日本2.5次元ミュージカル協会

## 漫画やゲームの魅力を広げ、世界のエンターテインメントへ

「2.5次元ミュージカルとは、漫画・アニメ・ゲームなどを原作とした舞台化作品の総称で、ストリートプレイ（歌唱を含まない通常の演劇）も含まれます。2次元の原作の世界観が3次元に変換されることから来ているネーミングです。2016年の年間上演作品数は133作品。年間総動員数は150万人にも達しました。原作となる出版ゲーム業界はもちろん、演劇業界を盛り上げるとともに、多様なグッズ販売や映像作品としての2次元利用など、新たな市場を生み、昨今注目されています」。

「日本2.5次元ミュージカル協会は、国内外における2.5次元ミュージカルのジャンルとしての認知度の確立を目指し、作品のプロモーションのお手伝いや市場調査・分析などを行っています」と、協会広報の遠田尚美さんは言います。

## 出版社との新しい関係

もともと漫画を原作としたミュージカルには、宝塚歌劇団の『ヘルサイユのぼら』などがありました。今のように2.5次元ミュージカルとして人気が高まったのは、2003年の初演から今まで15年間シリーズが上演され続けている、ミュージカル『テニスの王子様』がきっかけといえます。

協会が設立された2014年頃は、出版界でも漫画雑誌や単行本の部数が伸び悩みつつあり、漫画やアニメのドラマ化もやや飽和状態になりつつありました。そ

うした中で出版界でも、原作の舞台化、つまり2.5次元ミュージカルの企画に積極的に向き合うようになり、作品数も増えていきます。最近ではスマホアプリゲームが原作の舞台作品も多くなっています。「刀剣乱舞」はミュージカル、ストリートプレイの両作品が存在し、どちらも人気が高く、実写映画化も予定されています。

## 舞台芸術の「ジャンル」として新しいファンを獲得

2.5次元ミュージカルのファンの中心は、20〜30代の女性で男女比は女性が約8割。年齢層が現在の一般的な演劇市場より比較的若いいため、演劇業界からの期待も高まっています。

「漫画・アニメ・ゲームが原作の2.5次元ミュージカルは、舞台の観劇経験がない方にも入りやすいジャンルです。また、最近では原作を知らなくても純粋な演劇として楽しむファンも増えていきます（遠田さん、以下同）」。

「2.5次元ミュージカルはキャラクターが主役です。ファンの方は、それぞれ好きなキャラクターがいるのです」と遠田さん。一般の演劇での販売グッズは、パンフレットやTシャツ、タオルなどですが、2.5次元ミュージカルの場合は、出演キャラクターが多く、それぞれのキャラクターにファンがいるので、グッズの種類も増え、売上も大きくなります。

## 日本発世界標準ミュージカルとして世界へ

「協会発足の目的の一つは、海外への展開です。近年は2.5次元ミュージカルを観劇するために来日する外国人も増え、海外からの注目度が高まっています。協会公式サイトでは各プレイガイドと協力して海外からも直接



ワニブックス書籍編集部 編集長の青柳 有紀さん。「できあがった本を見て、著者と一緒喜びを分かち合えるような質の良い本作りを心がけています」

株式会社ワニブックス  
http://www.wanibookout.com/

●デジタルコンテンツに押された出版市場の縮小を逆手に取り、ネットから素材を見出し、編集の力でその魅力を深めたり盛り上げたりする新しいアプローチが確立されつつある。

●デジタルコンテンツをそのまま紙の書籍にするのではなく、書籍ならではの独自性や付加価値を創り出すことで、デジタル版の読み手だけでなく、さらに読者を広げ、ヒットに結び付けることができる。

印刷会社の先進事例レポート

# 革新の現場

## 第25回 株式会社イヌニク 「こだわりの強い写真集・美術書に独自の提案力で対応」

写真集や美術書などは、写真家や作家が自分のこだわりを徹底的に追求して制作するもの。そのこだわりにとことん応えつつ、豊富な印刷知識やアイデアを生かした独自の提案を行っているのが株式会社イヌニクです。同社の評判は口コミやネットで広がり、国内外のアーティストから問い合わせが来るなど高い支持を獲得。さらに、自ら出版まで行う展開も始めています。

### 趣味とスキルを生かしたコンサルティングが評判に

イヌニクは1990年に設立。当初は役所向けの冊子印刷の仕事がメインで、徐々に印刷機と取り扱い品目を増やしてきました。しかし、気づけば世間の印刷需要が減少し、売上は低迷。2000年代半ばには起死回生の思いでオンデマンド印刷のネット受注を始めましたが、想定していたほどには売上が伸びませんでした。

「価格競争するのではなく、何か付加価値をつけなければ」。代表取締役の山住 貴志さんの危機感から生まれたのが、現在主力とする写真集や美術書の造本コンサルティングです。もともと山住さんはアートやデザインへの関心が高く、20代の前半から美術館に足しげく通い、美術書や写真集を見るのが趣味でした。加えて、会社設立以来休まず印刷機を回してきたことで、技術者としての知識や技術も蓄積。これらを基にした造本に関する独自のコンサルティングが写真家やアーティストの評判となっています。

例えば写真集を作りたいというお客さまには、「そのコンセプトならこんな紙がいい」「オンデマンド印刷だと少し沈んだ色になるので空の色はこう修正しましょう」「表紙に文字を箔押ししてみてもいい？」などと提案していきます。「お客さまは、造本のアイデアやデザインへの意見、『すでに誰かがやっていないか』などの情報を求めて訪れます。だから、私がこれまで聞き取ってきた表現に関する知見を総動員して、誠心誠意伝えたい。そのため、時にはお客さまと反対の意見を言うこともあります。それがウケたりもしています」（山住さん、以下同）。

印刷会社の経営者ならではの強みは、見積もりが全部頭に入っていること。外部に依頼する特殊な加工や素材なども含め、その場でおおよその料金を伝えられる点が喜ばれています。同時にブログの運営にも力を入れ、印刷の豊富な知識、最新のアートや映画に関する自身の所感なども発信しています。こうして口コミで仕事が拡大。ブログを見て海外から問い合わせをしてくる人も多いそうです。

### 発掘した「原石」が10万部超えのベストセラーに

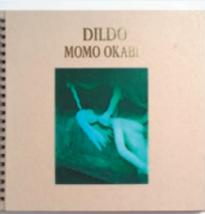
有名写真家を世に送り出した経験も多数あります。人気写真家の川島 小鳥さんもその一人。「はじめて作品を見せてもらったとき、スターの原石を見つけたと思いましたね」。そのときは同社で写真集を500部だけ制作。それが、のちに10万部を超える異例のヒットとなる川島さんの代表作「未来ちゃん」でした。



人気写真家・川島 小鳥さんが2011年に発表した代表作「未来ちゃん」

作品を見て「将来この人は伸びる」と確信した人に対しては、採算を度外視して印刷を請け負うことも。現在世界で活躍する女性写真家・岡部 桃さんの写真集もそんなケースでした。作品はすごいけれども、予算は極めて少ないという状況の中、山住さんは本人に製本作業を手伝ってもらおうなどして本を仕上げました。「写真集は2日で完売し、岡部さんは海外の賞を取りました。『山住さんのおかげです』なんて言われ、とてもうれしかったです。喜ばれることがやりがいですし、お客さまが有名になれば当社の宣伝にもなり、さまざまな仕事にもつながっています」。

山住さんの深い知見をそのまま継承するのは難しいものの、後継者も育てています。写真や編集、デザインなど各分野の専門家が入社し、チームでお客さまに提案する体制ができてきました。最近では「イヌニク/未明編集室」の名で出版コードも取得し、書籍の編集・出版もスタート。お客さまの持ち込んだ素材に対し、デザインから請け負い、印刷・製本まで手掛け、出版社として販売するという構想も進めます。



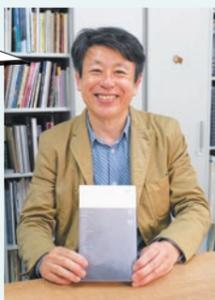
2013年に出版された女性写真家・岡部 桃さんの写真集「DILDO」(Session Press)



イヌニク/未明編集室が2018年5月に出版した「未明02」。詩人、音楽家、料理家、建築家、画家、写真家などが、それぞれの表現を持ち寄った作品集

イヌニクは本も印刷できるし、面白い本も売っている。そんな楽しい印刷会社にしていきます。これからはいろいろなアイデアをかたちにしていきます！

株式会社イヌニク 代表取締役 山住 貴志さん



株式会社イヌニク 東京都板橋区中央町31-3 <https://inuuniq.co.jp/>

1990年創業。現在の代表取締役である山住さんが脱サラをして創業。役所向けの冊子の印刷からスタートし、その後伝票や封筒などへと取り扱い品目を拡大。2000年代半ばにはウェブサイト立ち上げ、オンデマンド印刷のネット受注を開始。現在ではオフセットとオンデマンドの印刷機でさまざまな印刷物に対応。特に写真集や美術書、展覧会のパンフレットなど、こだわりの強い印刷物に対するコンサルティングに強みを持つ。社員数17名。



AiiA 2.5 Theater Tokyo 「いつでも2.5次元ミュージカルに出会える」をコンセプトにした専用劇場(東京・渋谷区)。国内外からたくさんのファンが訪れる



ミュージカル「美少女戦士セーラームーン」-Le Mouvement Final-(ル ヴマン フィナル) 社会現象にもなった人気漫画が原作。2.5次元ミュージカルの代表的なタイトルとして、海外でも公演し、多くのファンを獲得

©武内直子・P.N.P./ミュージカル「美少女戦士セーラームーン」製作委員会 2017



ミュージカル「テニスの王子様」15周年記念コンサート Dream Live 2018

人気漫画「テニスの王子様」が2003年に初めてミュージカルに。当時漫画の舞台化は珍しかったものの、口コミで爆発的な人気となってシリーズ化された

©許斐剛/集英社・NAS・新テニスの王子様プロジェクト ©許斐剛/集英社・テニミュ製作委員会



ミュージカル「刀剣乱舞」～阿津賀志山異聞2018 巴里～ ゲーム原案のミュージカル作品。海外でも人気を博し、2017年に中国公演も実現

©ミュージカル「刀剣乱舞」製作委員会



日本2.5次元ミュージカル協会広報の遠田 尚美さん。「観劇が初めての方も、原作を知らない方も楽しめます。千秋楽に映画館でライブビューイングを行う演目が非常に多いので、まずはそこからぜひ一度ご体験ください」



世界初、メガネ型多言語字幕システム「字幕メガネ」をAiiA 2.5 Theater Tokyoに常設。最大4カ国語から選んだ言語の字幕をリアルタイムに表示する

チケットを購入できるサービスを導入しています。2015年には専用劇場の運用も始まり、世界初のメガネ型多言語字幕システムも常設して、外国人の観客から好評です。

「日本では海外から舞台作品の権利を購入し、上演するケースが多いのですが、私たちは逆に日本の作品が原作である2.5次元ミュージカルの権利を、海外に向けて販売し、世界中で上演されることを目指しています」。今年、フランスのパリで開催される「ジャポニスム2018」では、ミュージカル『刀剣乱舞』と『美少女戦士セーラームーン』のパフォーマンスショーが公式演目として採用され、上演予定です。

日本2.5次元ミュージカル協会には現在、ネルケプランニング、ホリプロ、マーベラス、バンダイナムコクリエイティブ、エイティブ、ぴえろ、エイベックス・エンタテインメント、ゴーチ・プラザード他、観光業や専門学校など多業種75団体が加盟しています。「企業が力を合わせることで、ビジネスをより大きく展開し、世界規模のチャンスをつかむことができるのです」。

一般社団法人 日本2.5次元ミュージカル協会 <https://www.j25musical.jp/>

● 漫画やゲームのアニメ化、テレビアニメのDVD化などの流れに、ミュージカルや舞台という古くからのエンターテインメントとの融合も起こり、新市場として急成長している。

● 2.5次元ミュージカルという新ジャンルは、さらに、世界的な人気を持つ日本の漫画・アニメの強みを生かし、作品輸出による市場開拓も進行。外国人ファン向けの関連グッズの需要なども期待できる。

業界内だけを見ずに、業界を「広げる」発想を

書籍出版物の部数や売上低下の要因に、SNSやブログなどのネットコンテンツの爆発的な普及が挙げられています。しかし、ネットを脅威と捉える見方を変えたとき、優れた出版物を生み出す素材の宝の山に変わりました。

日本の少子高齢化の波は将来、演劇市場にも及ぶことは明らかです。そこに2.5次元ミュージカルで若い客層を取り込む可能性が見えてきました。新たなグッズ販売はさまざまな印刷需要も生んでいます。従来の演劇業界では難しかった作品輸出も実行段階に入ってきました。

これらの事例に共通するのは、属する業界や自社の事情にとらわれず、さまざまな業界との連携やコンテンツの応用を大切にしていることです。また、市場を固定化されたものと考えずに、それぞれの関係者が意欲的に市場開拓の取り組みを行っているのも注目すべき点です。見過ごしているものを見逃さず、現在の印刷業界にとって新たな一歩になるかもしれせん。

ノーカーボン紙印刷のコスト削減 成功事例

# 「UV印刷の減感に、油性の『FN-300』を選択。長年のコスト削減・品質安定効果は絶大です！」

ビジネスフォーム印刷を専門で手掛ける内外カーボンインキ株式会社は、UV印刷機100%の生産体制でありながら、ノーカーボン紙で使う減感インキには、あえて油性の「FN-300」のみを10年以上使ってきました。理由は、UV減感インキと比べた大幅なコスト削減効果に加え、実は薄盛りで確実な減感効果が出ることにより、安定した品質と、トラブルとは無縁の高い生産性も実現しているからです。



## 生産安定性も経済性も高い油性減感インキ。さらに「FN-300」に替えて、悩みを一掃

ビジネスフォーム印刷を全てUV印刷機で生産し、高い品質と生産性で大手印刷会社をはじめとする多くのお客さまから高く評価されている内外カーボンインキ株式会社。UV印刷機導入当初から、ノーカーボン紙印刷での減感に、UV減感インキではなく、あえて富士フィルムの油性減感インキ「FN-104」を主に使っていました。本社工場 生産部 品質管理次長の川上 昇一さんは、その理由をこう振り返ります。



本社工場 生産部 品質管理次長 川上 昇一さん

「UVインキは単価が高いので、減感インキだけでも油性にすれば、コストが大きく抑えられます。また、当社では環境対応でIPAや代替アルコールを含まない湿し水を使っていますが、UV減感インキはこの湿し水とのバランス調整がとても難しく、トラブルが起きやすい。かたや油性のFN-104は非常に安定感がいいんです。さらに、UV減感インキで問題になるテカリもありません。だから当社では、以前はほとんどの仕事でFN-104を使っていました」。

しかし、減感面積が大きい印刷物や黒発色の印刷物では、減感効果を実感し出そうと量を多く盛るため、ガイドロールの汚れやブロッキング、発色させたい箇所が減感されるなどの不良が起きていました。そんな中、約10年前に薄盛りの油性減感インキ「FN-300」を試したところ、「これで悩みが一気に解決したので、全面的に切り替えました。事実、当社は全メーカーのノーカーボン紙に、FN-300だけを使っています」(川上次長)。

## 驚くほどの薄盛りで効果は十分。印刷機も止めず、安心して生産できるのがうれしい

一般的には、UV印刷機で油性減感インキを使うと、先述のようなトラブルが懸念されがちです。しかし、現場で毎日、油性減感インキFN-300を使用する本社工場 製造第3課

係長の川阪 智道さんは、「FN-300は、黒発色のノーカーボン紙の印刷でも、インキ付けロールの地色がうっすら見える程度の盛りで、しっかり発色が止まります。そのため、盛り量は2g/m<sup>2</sup>以下になり、ロールの汚れやブロッキングの心配は一切なくなりました。減感インキによる発色・減感不良のクレームは一度もなく、この10年、本当に安心して生産しています」と話します。



本社工場 製造第3課 係長 川阪 智道さん

同社では品質対策として、大量印刷でも2万回転ごとに版を交換する決まりにしています。以前は、その2万回転の間に数回、約15分ずつガイドロールの減感インキ汚れの掃除をしていましたが、FN-300にしてからは、機械を止めず通して生産できているといえます。

また、「今でもお客さまからの指定でUV減感インキを使うこともありますが、湿し水との調整などが大変で、原紙のロスも多い。UV減感インキは水元ロールにからみやすいので、掃除のために生産も止めなくてはなりません。その点からみても、FN-300の生産性はすごく高いですね。UV減感インキは、以前のFN-104よりもさらに厚く盛らないと減感効果が十分でなく、使用量も大きく増えます」(川上次長)。

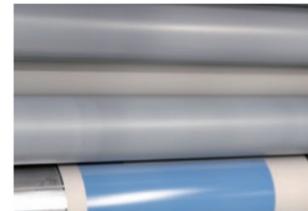
## 時間・紙のロス、電力も削減、コスト効果は圧倒的。今は高耐刷の「FN-LP300」も使用

常務取締役の田中 章裕さんは、「FN-300は、UV減感インキよりも安く、盛り量も3分の1程度で、生産を止めないので時間と原紙のロスも少ない。当社には44台印刷機がありますが、通常1時間で約8kWを使うUV減感インキ用のUVランプも不要なので、電力の削減効果も大きい。総合的に見て、コストメリットが絶大です」と笑顔を見せます。



常務取締役 田中 章裕さん

さらに同社は2017年から、薄盛



油性減感インキFN-300を適量に盛ったインキ付けロール(下から2本目)。ロールがうっすら白く、地色が見える程度の薄盛りで十分な減感効果だという

りで高耐刷性タイプのCTP版用減感インキ「FN-LP300」も導入。「使い勝手も盛り量もFN-300と変わりなく、版の持ちは格段上がるので、すぐ導入しました。版交換の回数

が減り、生産性がさらに上がりました。FN-LP300はCTP版用とのことですが、当社ではCTP版・PS版を問わず、1万回転以上の仕事はFN-LP300、それ以下はFN-300と使い分け、今ではFN-LP300が約8割になりました」(田中常務)。

「UV印刷の減感の定番がUV減感インキになっていることが、正直、私たちには不思議なんです(笑)。FN-300、FN-LP300のほうがUV印刷機が安定し、安心して生産できる。それでコストメリットも大きく、品質も見映えも良いのですから」と川上次長。「扱いやすいので、訓練もコツもいりません。最初はとにかく薄く盛り、もし発色が止まっていなければ少しずつ増やす、ということくらい。慣れれば、インキ付けロールをさっと目視するだけで適量が分かるようになります。ノンアルコールの湿し水によく合うので、環境対応を進める印刷会社さんには特にいいですね」と教えてくれました。

同社では、品質を維持するために、印刷機の詳細な調整マニュアルの実行やオペレーターの定期的なローテーションなどで印刷機間の状態を均一にし、安定的な生産を実現しています。薄盛りで誰にでも扱いやすいFN-300、FN-LP300は、今日もそんな現場の安心を支えます。

### 内外カーボンインキ株式会社

1958年創業。OEMによるビジネスフォーム印刷のほか、カーボンインキの開発、熱転写リボン、ファブリックリボンの製造を手掛ける。印刷やカーボンインキ開発の技術力、品質の高さで、大手印刷会社をはじめとする多くのお客さまから高く評価されています。ウェブサイト <http://www.ncikk.co.jp/>



## 富士フィルム減感インキ

## 高い減感効果と快適な生産環境を実現!

「少ない盛り量で高い減感効果が出る」とご好評いただいています。ミस्टィング(飛散)やセットオフ(転移)を大きく抑える独自技術で、印刷機と周辺のを防止。生産環境の改善、生産効率アップに貢献します。 オフセット印刷・凸版印刷兼用で、枚葉機・フォーム輪転機のどちらでも減感印刷が可能です。

### 富士フィルム減感インキのラインアップ

	汎用タイプ		高耐刷性タイプ
	一般用	硬め [FN-104H] (夏など温度が高い環境用)	
油性	[FN-104]	[FN-104H]	[FN-LP100]
薄盛り用	[FN-300]		[FN-LP300]
UV硬化	[UV減感]		

### ■盛り量30%減を実現!

#### 薄盛り用 [FN-300]

一般用減感インキ「FN-104」の30%減の盛り量で十分な減感効果を発揮。セットオフや汚れ等の心配もさらに低減し、安定生産と高い品質を実現します。



FN-300

### ■CTP版の寿命が2倍以上に! 高生産・低コスト化に貢献。\*

#### 高耐刷性 [FN-LP100]

#### 高耐刷性・薄盛り用 [FN-LP300]

耐刷性が約2倍に向上。\*版の交換回数が増えるため生産性が向上。版はもちろん、試し刷り用の紙などのトータルコストを大きく削減します。  
\* 薄盛り用・汎用タイプ減感インキ「FN-300」比



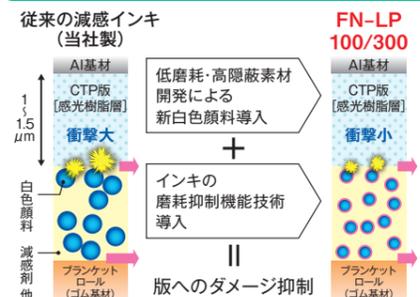
FN-LP100



FN-LP300

### 「磨耗抑制技術」(特許取得)で版のスリ傷を大きく低減。

#### インキ設計の考え方



この効果を御社の環境でぜひお試しください! お問い合わせ先 エム・ピー・エス株式会社 東京販売部 03-5244-9324

<http://mbsnet.co.jp/> [Magazine GC]はウェブサイトでもご覧いただけます。

編集・発行 エム・ピー・エス株式会社 東京本社 〒104-0033 東京都中央区新川1-24-1 ユニゾ永代通りビル5階 TEL:03-5244-9324  
編集協力・印刷 富士フィルム ビジネスエキスパート株式会社