

FUJIFILM

富士フイルム〈感圧紙〉50周年記念号

印刷業界の「未来」へとつづく「今」を見つける

Magazine GC

Special 2013

富士フイルム ビジネスサプライ株式会社



富士フイルム〈感圧紙〉は
おかげさまで
50周年。

皆様のご愛顧、誠にありがとうございます。

**富士フイルム〈感圧紙〉
(F・KAN)発売
50周年を迎えて**

2013年4月15日、おかげさまで「F・KAN」の名で親しまれている「富士フイルム〈感圧紙〉」(以下〈感圧紙〉)は、1963(昭和38)年の発売から50周年を迎えます。日頃より〈感圧紙〉をご愛顧いただいているエンドユーザーの皆様、印刷会社の皆様、拡販にご尽力いただいている紙卸商・特約店の皆様、代理店の皆様、生産・輸送などにご協力いただいている関連会社の皆様、数え切れないほどの多くの皆様に支えられての50年と、あらためて関係者皆様に心より厚く御礼申し上げます。

50周年という節目を迎え、私たち富士フイルムビジネスサプライ(FBS)は、昨年夏より「グリーンピック大作戦」を全国で一斉にスタートいたしました。この活動は、エンドユーザーの皆様・印刷会社の皆様・紙卸商の皆様・代理店の皆様とFBSという5つの輪を、より強い絆で結ぶことを目的として、ロンドンオリンピック2012にちなんで「グリーンピック」と名付けました。一社一社お客さまのもとに伺い、〈感圧紙〉の製品特性や印刷適性といった製品と品質・技術の情報について、比較写真や動画などを駆使してあらためて分かりやすくご説明するとともに、お客さまが困りのことに対するソリューションを提案・提供していただくという活動です。50年前、「ビジネスパートナー」としてお客さまの事業拡大のために少しでもお役に立ちたい」と、業界でも独自のマーケティング活動を展開した当時と変わらない気持ちで、「グリーンピック大作戦」という原点回帰の品質・価値訴求活動により、皆様との双方向コミュニケーションを深めてまいります。

これからも、富士フイルムの世界に誇る高い技術力と品質管理力、「人に優しい、地球に優しい」環境配慮設計により、変わることなく高い品質を守り続け、安心・安全な製品をお届けしてまいります。今後とも〈感圧紙〉の末永きご愛顧を心よりお願い申し上げます。

富士フイルムビジネスサプライ株式会社

代表取締役社長 渡辺憲二

● Interview

〈感圧紙〉技術担当者に聞く 品質管理の取り組み

設計、生産、品質保証の思いはひとつ。 「いつでも同じ安心」をお届けすること。



私たちが自らに課した厳しい品質基準。
それを満たす努力を変わらず続けています。

富士フィルムビジネスサプライ株式会社
執行役員・技術本部長
満尾 博文

富士フィルム株式会社で〈感圧紙〉の品質
設計・生産技術を担当。2009年に富士フ
ィルムビジネスサプライ株式会社に移籍。



〈感圧紙〉を手にするると、今も高い品質が
保たれているのが分かり、うれしいですね。

佐藤 由勝

富士フィルム株式会社で〈感圧紙〉の品質
保証を担当。2004年に富士フィルムビ
ジネスサプライ株式会社に移籍、2010年
まで取締役を務めた。

常に高い品質を保ち、「お客さまにいつでも同じ印刷作業性で、安心して使ってもらえること」を第一に作られ続けてきた〈感圧紙〉。富士フィルムがその開発や生産工程で行ってきた取り組みを、富士フィルムビジネスサプライ（FBS）技術本部長の満尾博文と、長年品質保証に携わったFBSのOBで元取締役の佐藤由勝が振り返ります。

**写真感光材料の技術を基盤に、
すべてを自社開発して品質を高める。**

——〈感圧紙〉は、今も品質の高さで評価をいただいています。その源はどこにあるのでしょうか。

満尾 富士フィルムが発色剤や顕色剤の合成技術とマイクログラフセル技術、それらをごく薄く均一に塗布するという独自の技術を持っていることが大きいと思います。いずれも写真感光材料の開発・生産で培ったものです。

佐藤 そうですね。マイクログラフセルや発色剤などの材料合成技術、それを塗布するなどの製造技術、減感インキや接着

糊などの関連薬品までを自社開発しているのは、今も昔もノーカーボン紙メーカーでは富士フィルムだけですね。

満尾 各製品が最適にマッチして、全体で高い印刷適性と発色性、取り扱い性を発揮するように設計されているのが特徴です。

佐藤 私が現役時代、お客さまからよく伺ったのが、富士フィルムの関連薬品は、品質のラチチュード（許容範囲）が広いということ。例えば減感インキなら、顕色剤のさまざまな配合量に対して減感機能を発揮するように設計しています。

満尾 現在もその設計は変えていません。同じように〈感圧紙〉には幅広い適性を持たせています。「インクジェットプリンター専用紙」ではありませんが、どの製品にも高いインクジェットプリンター適性があると評価をいただいています。それを実現しているのは、「多様な条件に対応できる製品を作る」ということを当たり前として捉える設計思想だと思います。

**環境や安全性について自ら厳しい基準を設定。
お客さまの安心を実現するための製品開発。**

——「富士フィルムならではの」製品の設計や開発の考え方
には、ほかにもどのようなものがありますか。

佐藤 富士フィルムは、写真というコンシューマー向け製品が主製品でしたので、「お客さまに安心して使っていた

けるものを作る」という意識が、製品の設計・開発の土壌にあります。

満尾 安全性や環境への影響には特に敏感で、使用する化学物質

について独自のリスク

評価基準があります。また有害であると立証されていない物質、法規制がされていない物質でも、リスクが懸念されるものは使用をやめています。例えば、〈感圧紙〉ではホルマリンを残留させないマイクログラフセルへの切り替え、「感圧紙用チェッカー」や「接着糊」などでも有害物質を含まない製品への切り替えをいち早く行いました。

佐藤 また、製品化の進め方については「ステージゲートプロセス」があります。アイデア段階から市場導入までの過程に6つの検証関門を設け、すべての関門で品質、環境・安全性、法規制、ユーザーニーズに合致しているかを検証するものです。

満尾 時間と手間はかかりますが、「製品のトラブルを抑え、使っていただくお客さまの安心・安全を実現するためには必要」というスタンスなんです。

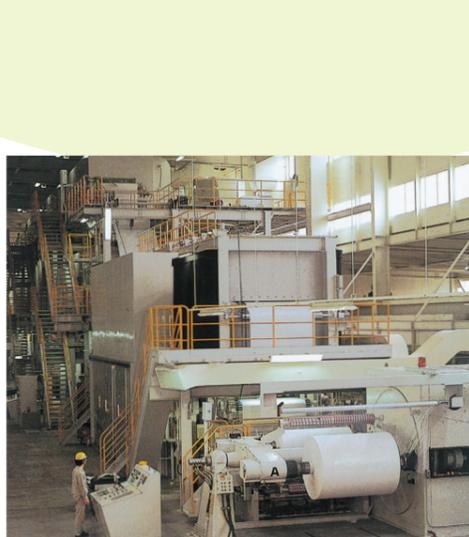
**品質保証部門だけでなく
生産のすべての担当者が品質を管理する。**

——生産工程では、お客さまに安心して使っていただくために、どのような取り組みをしていますか。

佐藤 「いつ作った製品でも、常に同じように印刷できること」がお客さまにとつての安心です。それを実現するには、品質の均一性を守ることが必要です。そのため富士フィルムでは、単に「規格に合っていればよい」ということではなく、規格の「真ん中」を狙って製品を作っています。〈感圧紙〉の規格の、さらに幅の狭い中央ゾーンの数値を決めてそれを目指し、その数値から外れてくると、私も在籍していた品質保証部門が生産部門に警告を出す仕組みになっています。

満尾 生産技術を担当していた私は、「またこんな厳しい要求を持ってきて……」とかなり苦しめられました（笑）。でも私たちが自ら課した厳しい基準を満たす苦労が、お客さまからの評価につながっているんですよ。

佐藤 そう言ってくださってありがたいです。品質保証部門が品質を管理するのはもちろんです



富士フィルムの自社開発による〈感圧紙〉の塗布機



富士フィルム〈感圧紙〉と関連薬品

が、生産部門でも、「自工程保証」という考え方で品質を守っているのが、富士フィルムの特徴です。

満尾 はい。「自分の工程で品質にぶれが出ると、製品を次の工程に回さず、ぶれの原因究明に当たる」というものです。〈感圧紙〉は今でもこの考えで工程を管理しています。生産部門が自ら原材料の受け入れ検査などの管理を行っているのも、「富士フィルムならではの」といえると思います。この仕組みも現在まで変えていません。

佐藤 〈感圧紙〉を手にするると、私が品質保証を担っていた頃と品質が変わっていないことが分かります。OBとして、とてもうれしいことです。

満尾 今も品質保証の検査基準、原材料の検査・管理基準は、佐藤さんの時代から変わっていませんし、富士フィルムの独自技術による塗布機やマイクログラフセル技術を使い、同じ仕組みで生産しています。これからも現在の高い品質を安定的に保てるよう、生産・品質保証体制のチェック・見直しを怠らないとともに、幅広い印刷適性と優れた発色性、取り扱い性を持つ〈感圧紙〉の特性を生かして、新たな用途の開拓もしていきたいと思っています。

沖縄の風土に合った フォーム印刷事業の実現を 〈感圧紙〉がサポート



株式会社旭堂
代表取締役社長
中曾根 達幸氏

フォーム印刷分野で、沖縄県内ではトップシェアを持ち、地域最大の地銀・琉球銀行をはじめ、さまざまな企業・官公庁からの信頼も厚い株式会社旭堂。〈感圧紙〉は30年以上にわたり、その事業を支えてきました。

旭堂がフォーム印刷に力を入れるきっかけとなったのは、まだ米軍施政下にあった1960年代のこと。なんと、不慮の火災により工場設備が大きな被害を受けたことがきっかけでした。

「それまでの活版印刷機はもう使えない。何とか残った機械、フォーム平圧機1台と1色輪転機で、『再起のために、できる仕事はなんでもやろう』と決意を固めたんです」

ちょうど応札を募っていた電力会社の領収書印刷業務を受注したのを皮切りとして、旭堂のフォーム印刷事業は、沖縄の本土復帰という時代の節目をも乗り越え、金融や保険などの県内各企業、自治体、さらには駐留米軍にまで顧客を広げながら着実に成長していきました。そんな中、苦労させられたのが複写紙の取り扱いでした。

「湿気の多い気候のために、偏伸びなどの不具合がたびたび発生していたんです。当時は別メーカーの紙を使っていたのですが、なかなか有効な解決手段が見つかりませんでした」

困り果てた末に、相談を持ちかけたのが富士フィルムでした。

「すぐに富士宮（静岡県）の研究所から技術者を派遣してくれ、設備環境を調査。含水分を特に高めた〈感圧紙〉の採用でトラブルを解消できると提案してくれました」

以降、旭堂のノーカーボン紙は全てが〈感圧紙〉に。多分、県内で見かける複写紙の8割は〈感圧紙〉だ

と思いますよ。うちがそれしか使っていませんから(笑)」

2002年に倉庫を新設した際には、富士フィルムビジネスサプライ(FBS)の保管棚の仕様をそっくり取り入れるなど、信頼関係は今も続いています。

フォーム印刷大手を抑えて、旭堂がトップシェアを維持できている理由のひとつが、設計から印刷、加工、データ処理、さらには封筒の製造や封入、封かんまでをワンストップで受注できる体制を早い段階から構築していたこと。

「仕事の多くを占める官公庁の案件は短納期。本土に拠点を置く大手と違って県内企業である当社が、さらに全てを内製化することで、どんなケースにも迅速に対応することが可能になりました」

離島という地理的条件に制約されがちな顧客のニーズに、「量」ではなく「質」で応えるスタイルに、中曾根達幸社長はさらなる発展の可能性を見えています。

「地方の市町村など、規模が小さい上に固有のニーズを抱えたお客さまは全国にいません。大手が対応できないような仕事でこそ、価値を発揮していきたい。富士フィルムには、今後も新しい機能を持った素材を積極的に送り出すなどして、私たちのビジネスを支援してほしいですね」



FBSの設備と仕様を合わせ、品質保持に配慮した旭堂の〈感圧紙〉保管棚

株式会社旭堂

沖縄県那覇市久茂地1-1-1 ハレットくもじ3階

戦後間もない1949(昭和24)年、活版印刷専門会社として那覇市に創業。琉球政府発行の切手や電話帳などの印刷を手掛けた後、ビジネスフォーム印刷を主要事業に。琉球銀行や大同火災海上保険など沖縄の代表的企業のほか、沖縄県庁や各市町村、駐留米軍など幅広い顧客を抱える。フォーム輪転機12台(8色輪転機3台)と多彩な加工機、高度なセキュリティを備えた情報処理センターを持ち、印刷のみならずデータ処理やDM業務でも幅広い実績を蓄積。各市町村の観光PRをフルカラーで印刷した役所封筒など、他に類を見ない独自の製品・サービスを展開し、沖縄の経済・行政に貢献している。



皆様と共に歩んだ50年

with 印刷会社様

富士フィルム〈感圧紙〉を長年ご愛顧いただいている印刷会社様に、社業の歩みと〈感圧紙〉に寄せる思いをお話しいただきました。

〈感圧紙〉との コラボレーションで 成し遂げた医療業界の“変革”



株式会社イステムジャパン
会長
石川 美雅氏

株式会社イステムジャパン

東京都墨田区東向島6-10-16 ネクストビル

東京都墨田区に本社を置き、病院印刷物の製造を中心に、医療福祉コンサルティング事業、医療用什器・備品販売事業などを展開。創業は1918(大正7)年。1968年に東京都立各病院の診療関連帳票制定に全面協力したことが契機となり、医療機関向け帳票の印刷が主要業務に。1981年には国内でいち早く、コンピューター上のデータベースを利用した病院印刷物の版下作成・印刷システムを完成。2006年にはインターネットを利用した病院印刷物製作システム「どこでも印刷」のサービス提供を開始するなど、コンピューターやITを活用したサービスにも早くから力を入れている。



「カラフルで機能的な帳票」という新たなスタンダードを築き、日本の医療現場を支えてきた株式会社イステムジャパン。その飽くなきチャレンジを助け、共に走り続けてきたのが〈感圧紙〉でした。

今年で創業95周年を迎えるイステムジャパン。検査依頼書など医療機関で使われる帳票類の印刷を中心に、病院向けの業務コンサルティングから備品リースまで、診療現場のニーズを鋭くとらえた幅広いサービスを手掛けています。

医療業界における同社の躍進は、38年前、社長として経営を引き継いだばかりの石川美雅・現会長が、日本初の四色分解による多色刷り医療用複写伝票を世に送り出したことから始まりました。「カラフルで見やすいだけでなく、『血液の項目はピンク』『血清はブルー』といったように、各色に意味を与えて帳票の機能を高めたことが、お客さまに大きく評価されました」

そのインパクトは非常に大きく、今では全国の医療機関で、イステムジャパンの定めたカラーリングルールが、検査依頼書などの標準規格となっているほどです。

石川会長の画期的なアイデアを成功に向けて後押ししたのが〈感圧紙〉でした。「時をほぼ同じくして、富士フィルムが多色印刷用の『ビューティフルA紙』を発売。当社のニーズと見事に合致したんです」

決断の速さを身上とする石川会長。早速複写用紙の全量を〈感圧紙〉に切り替え、以来38年間、同社の複写伝票は〈感圧紙〉で印刷され続けています。

「一度信頼した相手とは、とことん付き合うのが私の主義。その分、富士フィルムさんにもいろいろとご協力いただいています」

富士フィルムによる顧客サービスの向上が、石川会長が特に評価しているのが、「グリーンサークル」誌(詳しくは7面下の囲み参照)の発行です。「再受注を予測する『サイクル管理』の特集からヒントを得て、受発注管理用の基幹ソフトを自社開発。さらに同じシステムを活用して、お客さまへの在庫管理サービスを開始するなど、事業が大きく広がるきっかけにもなりました」

〈感圧紙〉を武器に、「医療現場で使われる複写伝票にとことん特化した事業体系を築き上げてきたイステムジャパン。検査受託機関の大手を軒並み顧客に持つほどの信頼を基盤に、医療機関と他業種とのコラボを提案するための新会社トライを設立するなど、その挑戦は今も続いています」

「デジタルの時代だからこそ、改ざんリスクの低さなど、手書きの良さが見直される余地は必ずあるはず。今後も、富士フィルムでなければ作れない独自の〈感圧紙〉を提供し続けてほしいですね。社会に新たな価値を送り出していけるよう、共にチャレンジしていきましょう」



「グリーンサークル」誌上でも何度も紹介されたイステムジャパンのカラフルで機能的な帳票

Tachikawashigyou

お客さまに伝える マーケティング志向の販売を これからも富士フィルムと



株式会社立川紙業

代表取締役社長
橋詰 亨氏

株式会社立川紙業は、紙卸業を中核にデザイン部門や製本子会社も持ち、印刷会社にトータルな提案を行う体制を整えています。顧客満足度を追求する中で富士フィルム（感圧紙）を選び、長年、立川富士グリーンサークル（立川GC）、詳しくは7面下の囲みを参照）の活動を続けています。

立川紙業は、東京の三多摩地区を中心とした印刷会社をお客さまとして、2,000種類以上の紙製品を提供する「紙のプロフェッショナル」です。その会社がノーカーボン紙の中で唯一「選り、販売しているのが（感圧紙）です。

（感圧紙）を選んだ理由について、橋詰社長は「紙メーカーの中で、異分野のフィルムを作る精密化学の技術と、マーケティングに独自の切り口を持つ富士フィルムさんに大きな可能性を感じたから」と明かします。

「OA化が進んだ1970年代に合理的な帳票事務のあり方を提案した『帳票エコノミー』など、富士フィルムの一連のキャンペーンは、エンドユーザーの動向を見据えた上で印刷会社様をサポートしており、魅力的でした」

同社では社内に「デザイナー」を擁し、印刷物のデザイン提案も行っています。2008年には製本の子会社を設立。紙を納品した後の車を使って、印刷会社で作った印刷物を製本工場へ運んで製本したり、製本した完成品をエンドユーザーに発送したりするサービスも行っています。富士フィルムの販売施策は、そんな多角的なサービス体制でお客さま満足度を追求する、同社の理念に込められたものでした。

同社の（感圧紙）のお客さまを会員として活動する立川GCでは、先述の富士フィルムのキャンペーンと連動したセミナーや、新製品の勉強会を

や印刷適性について説明する「グリーンピック大作戦」を進め、その効果に期待を寄せています。

「（感圧紙）の品質には定評があり、現在のラインアップには長く支持されてきた理由があります。

それらをよく知らない印刷会社様にも深くご理解いただき、その品質や印刷適性を十分に生かしていただくことは、エンドユーザーに喜ばれる印刷物の提供につながると思っています」

また、伝票や販促物などの効果的な制作を提案すべく、個々のお客さまに合わせて紙やデザインを考えて印刷物サンプルを作り、こちらから提案するなど、「仕掛ける営業」に注力しています。

「ただ紙を売ればよいという意識を転換し、お客さまの真の要望に込める形で紙を提供していきたいからです。会員様から『ずっと継続してほしい』というありがたい言葉をいただいている立川GCの従来活動に加え、（感圧紙）の新しい用途も開拓したいですね。常に新分野へのチャレンジを忘れない富士フィルムさんと共に、これからも頑張っていきたいと思います」



▲社内デザイン部門



▲配送センター

株式会社立川紙業

東京都立川市柴崎町2-7-6

1959（昭和34）年に東京都立川市に創業。一般紙から筆記図画用紙・包装用紙・特殊紙まで、常備2,000種以上の豊富な在庫を強みに、さまざまなニーズに応えている。武蔵村山市にある最大収容能力1,700トンの配送センターは、業界でも最新鋭の設備を持つ。バーコードによる商品管理によって入庫・出庫・在庫の正確な状況を把握している。

社内にデザイン部門を擁しているほか、製本の子会社も持ち印刷会社の制作工程を多角的にサポートしている。また1981年から社員が取材・執筆を担当し、業界の動きや紙製品の紹介、紙の知識などをお客さまに発信する月刊のミニコミ誌「TP通信」を発行し、お客さまのファンも多い。



立川GC活動での（感圧紙）勉強会の様子。富士フィルムの技術者などとも印刷会社が集まって交流するこのような機会は、現在では数少ない。写真は、1985年のつくば科学万博



夢ひらく新世紀・つくば科学万博会場 1985

2年に1度、立川GCの会員の慰安旅行を継続している。立川紙業にとっても印刷会社が集まって交流するこのような機会は、現在では数少ない。写真は、1985年のつくば科学万博

0年

with 紙卸商様

富士フィルムと共に（感圧紙）を販売いただき、支え続けてくださっている紙卸商様に、これまで展開してきた独自のお客さまサポートについて、お話しいただきました。

顔の見える関係をお客さまと 築く、GC活動の継続が 今の大きな力に



株式会社吉田

代表取締役社長
吉田 福平氏

株式会社吉田は、1971年の山形富士グリーンサークル（山形GC）設立以来、会員の印刷会社の経営に役立つ情報を提供するセミナーや、「品質パトロール」を積極的に実施。活動への評価は、山形県を中心とした南東北3県での（感圧紙）の高い実績に表れています。

1890年に創業し、その歴史は120余年。印刷・出版用紙やパッケージ用紙、OA機器などの幅広い製品で、南東北における印刷業界の成長を支えてきた吉田では、1971年に（感圧紙）ユーザーの印刷会社を会員とした山形GCを設立して以来、細やかなサポート活動で厚い信頼を得ています。

（感圧紙）は、従来の裏カーボン紙とは異なる画期的な技術で生まれた製品ゆえに、当初は特性が十分に理解されていない場合もあり、特に東北地方の印刷会社からは、冬場の寒冷地特有の困り事も寄せられました。

「その都度、富士フィルムの技術者と一緒にお客さまのもとにはせまじ、原因究明やフォローに努めました。それが逆に、他社にはない細やかな対応ということで大変感謝され、現在まで多くのお客さまに変わらないご愛顧をいただけています」と吉田福平社長は当時を振り返ります。

そして今、当時の精神を継ぐ活動として続けているのが、定期的な「品質パトロール」です。「FBSさんと会員様のもとを訪ね、（感圧紙）製品の詳細な説明をしたり、印刷での難題への対処法をお伝えしたりしています。現場の具体的なお

悩みや率直なご要望を知ることのできる大切な機会です」

お客さまに寄り添う活動とともに、同社がGCのもう一つの大きな柱に据えてきたのが、印刷会社が市場で生き抜くために役立つ情報を発信する「トップセミナー」の開催です。講師は、富士フィルムの社員が務めたこともありました。

「特に、1984年に富士フィルムさんが打ち出した『スリーエス作戦』詳しくは7面下の囲みを参照のセミナーが印象的でした。（感圧紙）の拡販施策にとどまらず、印刷会社の経営全般の施策まで提案し、お客さまにとっても喜ばれました。業界でも非常にインパクトがあったと思います」

同社ではこのセミナーを毎年継続。業界の話題のみならず、「リスクマネジメント」「人を動かす心理術」など幅広いテーマを企画し、お客さまの経営陣はもちろん、若手社員にも参加いただくなど好評です。

「お客さまに密着したGC活動は、富士フィルムさんがいたから続けてこれられました。この継続が、当社の大きな力になっています。富士フィルムさんは、今日まで数々の独自の施策を打ち出してくれました。（感圧紙）の工場見学会もその一つで、実は印刷会社様には、紙の製造工程を見たことのある方は少ないのです。これからもぜひ開催していきたいですね」

株式会社吉田

山形県山形市北町1-5-12

紙箱・紙袋の販売会社として1890（明治23年）年に創業。以来、洋紙・板紙を中軸に包装資材・産業用資材、文具、紙製品、事務・OA機器まで、多岐にわたる製品を販売している総合卸商社。山形市に本社を置き、支店を仙台市に、営業所を酒田市、郡山市に持ち、南東北3県の印刷会社を中心とするお客さまに、きめ細やかなサービスを提供している。

吉田の「Y」をかたどったロゴは、1999年に刷新。同社が社としてきた「奉仕」「開発」「和」を表す3つの緑と、新たなことにチャレンジしようとする熱い思いを表した赤の四角で構成されている。緑色は、富士フィルムのコーポレートカラーにちなんでいる。



2012年のトップセミナーの会場の様子。近年、業界の会にはなかなか人が集まらない中において、毎年盛況



2012年のトップセミナーは、「リスクマネジメント」と題して開催。これまでの講師陣は多彩で、医事評論家のドクトルチエコ氏や、野球解説者の野村 克也氏を招いたことも

●●● お祝いのお言葉をいただきました

頻繁に開催し、好評を得てきました。その交流は現在まで続いています。
現在、同社は富士フィルムビジネスサプライ(FBS)と共に印刷会社を訪ね、〈感圧紙〉の品質

今日までお客さまから 寄せられている支持は、 皆様が50年間積み重ねてきた 努力の成果です



新生紙パルプ商事株式会社

代表取締役社長
若林 紀生氏

このたびは富士フィルム〈感圧紙〉発売50周年を迎えられましたこと、心よりお慶び申し上げます。そして、1963(昭和38)年4月15日の発売以来今日まで、お客さまに親しまれ愛されているのは、日頃の皆様のご努力の成果と、深く敬意を表するものであります。

〈感圧紙〉との出会いは、当時わが社(元株式会社岡本)の社長だった岡本銃一郎が、富士フィルム〈感圧紙〉のマーケティング戦略は従来の製紙会社の取引とは異なるが、将来性のある新製品である」と確信し、1964(昭和39)年6月、販売代理店引き受けの回答を行ったことからです。そして1965(昭和40)年1月、富士フィルムと全国代理店契約を締結し、今日に至っております。

1960(昭和35)年頃の帳票、伝票類の複写方式にはほとんど裏カーボンが使用されておりました。しかし、裏カーボンの帳票などでは手や書類が汚れますし、裏面には印刷や書き込みができ



ないことから、カーボンの不要な複写用紙の開発要求が高まっております。1954(昭和29)年に、アメリカのNCR社が感圧複写用紙の開発に成功してから、わが国でも各社が開発し、製品化がなされました。

当時、富士フィルムのキャッチコピーは、「お客さまの手を汚さない紙〈感圧紙〉」でした。市場拡大に向け、富士フィルムは、草創期より販売戦略として、「ブル作戦」「ブッシュ作戦」「富士グリーンサークル」「BIC」「紙卸商別グリーンサークル」、そして今日の「グリーンピク大作戦」まで、さまざまな施策、キャンペーンを実施されました。常に市場、エンドユーザーに目を向け、技術と適切なマーケティングがあったからこそ今日があると思います。

昨今、われわれを取り巻く環境は、経済的にも社会的にも厳しさが増しておりますが、このようなときこそ50年間培ってこられた経験と英知を集結し、顧客満足度の向上を図り、さらなる富士フィルム〈感圧紙〉ファンが構築されるものと確信しております。今後さらに60周年、70周年と歴史を重ねられ、ますます飛躍・発展されますよう祈念して、お祝いの言葉とさせていただきます。

■ 新生紙パルプ商事株式会社 東京都千代田区神田錦町1-8

1889(明治22)年創業の大倉三幸株式会社と、1692年創業の株式会社岡本が2005(平成17)年に合併して設立された。

変化を先取りした先進性のある事業活動を通じて、機能材の新分野や海外市場への取り組みを進めている。地球環境保全活動にも力を入れ、木質系天然素材の特性を生かした循環型ビジネスモデルを幅広く展開。紙・フィルムなどの購入額の1%を森林育成の植林プロジェクトに活用する「1%for Present Tree」などの活動を進めている。



皆様と共に歩んだ50

富士フィルム〈感圧紙〉のご用命は、お取引先の紙卸商様にお問い合わせください。

■ 富士フィルム〈感圧紙〉販売代理店および弊社 拠点一覧

■ 大丸藤井株式会社

本社 札幌市白石区菊水3条1-8-20
紙包材営業部 札幌市西区発寒10条14-1069-1
道北支店 旭川市流通団地2条1-7
道東支店 帯広市西19条南1-4-22
函館支店 函館市西栢梗町595-1

■ 新生紙パルプ商事株式会社

本社・東京本店 東京都千代田区神田錦町1-8
大阪支店 大阪府大阪市中央区安土町2-4-10
名古屋支店 愛知県名古屋市中村区名駅南2-9-18
九州支店 福岡県福岡市博多区店屋町4-12
札幌支店 札幌市中央区大通西5-1-2
仙台支店 宮城県仙台市若林区卸町2-10-1

■ 富士フィルムビジネスサプライ株式会社

東京本社 東京都港区西麻布2-26-30 富士フィルム西麻布ビル
札幌営業所 札幌市中央区大通西6-1 富士フィルム札幌ビル8階
仙台営業所 宮城県仙台市宮城野区二十人町99 富士フィルム仙台ビル5階
名古屋営業所 愛知県名古屋市中区栄2-6-1 白川ビル別館
大阪支店 大阪府大阪市中央区備後町3-5-11 富士フィルム大阪ビル7階
福岡営業所 福岡県福岡市博多区住吉3-1-1 富士フィルム福岡ビル4階



〈感圧紙〉は、富士フィルムの登録商標名です。
ロゴ「F-KAN」から、「エフカン」とも呼んでいただいています。

富士フィルム〈感圧紙〉のマーケティング活動 キーワード集

▶ 富士グリーンサークル(GC)

〈感圧紙〉を販売する紙卸商様、ユーザーである印刷会社様のサポートを目的とした会員制組織。1967(昭和42)年に創設された。富士フィルムは、会員に向けて〈感圧紙〉の製品知識に関するセミナーや工場見学会、ビジネスに関する各種講演などを実施。

▶ 『グリーンサークル』誌

富士フィルムが「富士グリーンサークル」会員に向けて発行していた機関誌。〈感圧紙〉にとどまらず、帳票のあり方、印刷業界の方向など幅広い情報を掲載していた。



▶ スリーエス作戦

1984(昭和59)年、OA化の進展など業界を取り巻く環境が激変する中、セミナーなどを通じてGC会員の経営・生産・販売をサポートしたキャンペーン活動。スリーエスには、「シェイプアップ、サバイバル、シェアアップ」という意味を込めている。





〈感圧紙〉をよりよく扱うための情報をご提供する

グリーンピック大作戦 を実施中です

富士フィルムビジネスサプライ(FBS)では、2012年夏より紙卸商様、印刷会社様と一体になった新たなマーケティングの取り組みとして「グリーンピック大作戦」を始めました。富士フィルム〈感圧紙〉の優れた製品特性を、エンドユーザーの皆様のご満足につなげていただけるよう、印刷現場で役立つ製品情報、便利なツールのご提供など、さまざまな取り組みを行っています。

皆様のもとへ伺い、よりよい印刷につながる製品情報や課題解決策をご提供

「グリーンピック大作戦」は、近年、富士フィルム〈感圧紙〉をご愛用いただいている印刷会社様からも、若手のオペレーターの皆様を中心に「〈感圧紙〉のことを深く知らない」という声を伺うことが多くなっていることから、あらためて製品のラインアップや特性、それらをよりよく扱うための情報をご提供する活動です。同時に、皆様のお困りのことについて伺い、それを解決するソリューションも提供しています。

活動の中心は、当社の営業担当者や技術者が、主に全国各地の紙卸商様、印刷会社様のもとに伺って行う勉強会です。印刷会社様のオペレーターの皆様や紙卸商様の販売担当の皆様などを中心にご参加いただいています。その回数は、2012年の夏から現在まで900回を越え、ご参加いただいた方はおかげさまで延べ2,500人以上にのぼります。

勉強会では、「印刷ガイド」などの冊子をご提供するだけでなく、ポイントとなる情報を丁寧に説明しています。「接着糊」の塗り方などについては、当社の者がデモンストレーションを行い、参加者の方々にも体験していただいています。

もちろん当社からの発信だけでなく、印刷会社様から製品や印刷機の扱い方、温度や湿度といった環境作りなど、さまざまな疑問・お悩みも伺っています。伺った声に対して、FBSは勉強会で課題を解決する情報を提供したり、あらためて印刷会社様の現場に伺って一緒に改善策を考えたり、ご要望を持ち帰ってソリューションに活かしたりしています。

印刷の現場ですぐに役立つ使い勝手の良いツールも充実

ご提供しているツールの中身にもこだわりがあります。「印刷ガイド」は、内容を刷新し、最新ラインアップの製品解説にプラスして、従来から好評をいただいている「テクニカルインフォメーション」の内容も一体化。トラブル対策やFAQ集、保管・運搬・断裁などの工程の注意事項、印刷の現場ですぐに役立つ情報をまとめて、使い勝手をよくしました。

インキの盛り量や糊の塗り方など、文章だけでは伝わりにくい薬品類の細かな扱い方については、さまざまな作業の動画をタブレット端末でお見せし、「一目瞭然ととても分かりやすい」とお喜びいただいています。

そのほか、印刷会社様の経営のヒントとなる情報を提供すべく、本誌「Magazine GC」を紙媒体で発行。他業界の企業の事業成功事例を取材して得た情報を提供しています。



活動でお届けしているツール一式。製品情報と技術情報が一つになった「印刷ガイド」(中央)、減感インキや接着糊などの薬品情報をもとめた「関連製品総合カタログ」(右)のほか、「減感インキ盛り量チェック用紙」や〈感圧紙〉のサンプル(左)も



タブレット端末による動画は、「非常に分かりやすい」と好評

多くの印刷会社様から活動をご評価いただいています

「グリーンピック大作戦」にご参加いただいた印刷会社様からは、「使っている〈感圧紙〉の特性をより深く知ったことで、作業性が上がり、トラブルの心配が減った」「こういう活動をしてくれるのは富士フィルムだけ」というありがたい声をいただいています。また、製品情報にとどまらず、ノーカーボン紙全般に使える「減感インキ盛り過ぎチェックの方法」など、幅広いお役立ち情報を提供していることも、皆様から魅力だと感じていただいているようです。

製品ラインアップについても、サンプルも用いてそれぞれの特性を分かりやすくご説明することで、「こんな製品もあるのか」と、新たに〈感圧紙〉の製品をご使用いただくことになった印刷会社様も増えています。

特に、減感効果が高く薄盛りで済み、保管管理もしやすい減感インキ「FN-300」や、ジクロロメタンを一切使用していない安全設計で、環境にも優しい「感圧紙用チェッカー」などが好評です。

また、富士フィルムの減感インキは、インキ盛り量のラチチュード(許容範囲)が広いということをご理解いただき、「製品の単価は安くはないが、作業のスピードアップにつながるので、結果としてトータルでコストダウンできる」と、新たにご契約いただいた印刷会社様もいらっしゃいます。

FBSでは、今後もこの「グリーンピック大作戦」を中心に、さらに印刷会社様のビジネスのお役に立つ情報をご提供できるよう努めてまいります。

多くの印刷会社様にお問い合わせいただいている、ジクロロメタンを使用しない「感圧紙用チェッカー」



活動へのお問い合わせはこちらへ

富士フィルムビジネスサプライ株式会社
TEL:03-5468-1740

情報記録紙営業本部 企画グループ(担当: 萬年)

FUJIFILM

富士フィルムの品質を ビジネスの価値に。

印刷会社様の現場に向けたFace to Faceのサポート。環境に配慮した、安全性の高い製品ラインアップ。富士フィルムの優れた製品品質に、プラスアルファの「安心」がある。それが富士フィルム〈感圧紙〉の総合品質です。富士フィルムビジネスサプライは、印刷会社様、エンドユーザー様のビジネスに価値を生む〈感圧紙〉の品質を、これからもお届けしてまいります。

おかげさまで50周年
富士フィルム〈感圧紙〉 F-KAN

Many thanks
F-KAN 50th

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/> [Magazine GC]はウェブサイトでもご覧いただけます。

編集・発行 富士フィルム ビジネスサプライ株式会社 東京本社 情報記録紙営業本部 〒106-0031東京都港区西麻布2-26-30 富士フィルム西麻布ビル TEL:03-5468-1740
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