

特集

レザックシリーズ
キャンペーン終了

レザックシリーズキャンペーン終了いたしました。

風薫る、新緑の季節、みなさまはいかがお過ごしですか。

さて、2月から4月までの3ヶ月間のレザックシリーズキャンペーンが終了いたしました。まだ、最終集計は終わっていませんが、今までレザックを使っていたいないお客様にも新たにお使い頂けたりと、まずまずの結果になったのではないかと考えています。これも、たくさんのお客様にご協力頂いた結果だと思います。本当に、ありがとうございました。

なお、お客様ごとの詳細の結果につきましては、担当営業よりご直接ご報告させていただきます。

さて、前回の続きのタントの色を指定するアルファベットの次の数字について説明させていただきます。私は、適当につけていたのかと思っていましたが、実際にはきちんとした理由があったようです。



それは、マンセル色体系を基準に数字を使って表しているそうです。マンセル色体系とは、色を数値的に表すためのもので、色相、彩度、明度の3つの属性に基づいて表現します。

1 (黒) 9 (白)
10 (濃ブラウン) 13 (薄ブラウン)
50 (赤) (黄) (緑)
(青) 73 (紫)
という数字で表しています。たとえば、L-57は、ライトの57番でたまご色です。

記事

レザックシリーズ
キャンペーン終了

プリントマネジメントとは？

カラーユニバーサル
デザイン

プリントマネジメントとは？

プリントマネジメント(PM)とは、クライアントの印刷物に関するすべてを、一括で請負う仕組みのことです。「価格・納期の適正化」「品質の向上・ブランドの維持」「在庫・物流の適正化」などを図ることにより、印刷物関連のコストを、30～50%程度の削減を目標としている印刷物コンサルティングサービスです。イギリスで1990年ごろ「すべての印刷物を請負う」というブローカーが現れたのが始まりです。現在、イギリスでは約200社のプリントマネジメント会社があり、イギリスの全印刷物の35%シェアを占めているそうです。国内でも2012年ごろまでには、一般化されると予測されています。

今までの印刷会社は、請負型の製造業でした。単に印刷物のみを受注し納品して

いました。しかし、日本でもワンストップサービスといわれる、印刷物に関する入口から出口までのすべてを請け負う業態に変化する印刷会社も現れてきました。帆風(バンフー)ではPMにいち早く取組んでいるようです。

もちろん、すべての印刷会社がそのような変化をする必要はないのかもしれませんが、今までの請負型の印刷業もなくなることはないかもしれません。しかし、顧客のニーズが多様になっている状況では、印刷会社のサービスも必然的に多様になっていく必要があるのではないのでしょうか。PMは印刷会社にとっては、顧客サービスの選択肢が増えたということだと思います。

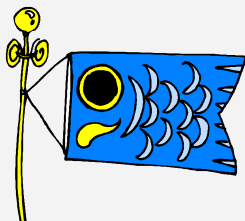


スギウラ株式会社
営業一部
〒370-0006
高崎市問屋町 2-2-8

電話番号
代表
027-361-5808
営業一部
027-361-5734

Fax
027-361-1272

当社 Web サイト
現在、リニューアルにむ
けて、作成中です。



お気付きの点や質問、
疑問などありましたら、
ご遠慮なく営業または、
下記までお問合せくだ
さい。

お問合せ
メールアドレス
sg-takahashi-t
@kamisugiura.co.jp

カラーユニバーサルデザインとは？

ここ最近、「カラーユニバーサルデザイン」(CUD)という言葉が、たびたび聞くようになりました。ご存知だとは思いますが、ユニバーサルデザインとは、文化や言葉、老若男女、障害、能力など問わず、誰でも利用できる施設や製品、デザインなどのことをいいます。そこにカラーがついた、カラーユニバーサルデザインとは、色覚の個人差を問わず、できるだけ多くの人に見やすくしている製品や施設のカラーデザインことです。印刷物はもちろんのこと、標識やカンバン、点字ブロックなど、生活に密着しているありとあらゆるものが対象になります。

では、色覚の個人差とはなんなのでしょうか？それほど、個人個人が見えている色に違いがあるのでしょうか？私も、「自分の見ている空と他人の見えている空が、本当に同じ色に見えているのか？」、なんてことを疑問に思ったことがありますが。

人間の目は、網膜の中にある視細胞というところで光を感じているそうです。網膜は、カメラでいうとフィルムの部分になります。像が映し出される部分です。視細胞には、明暗を識別する部分と、色を識別する錐体(すいたい)という部分があります。この錐体には、青、緑、赤の3種類があります。この錐体のひとつが欠損することによって色を認識するのが弱くなってしまふ部分ができます。それが色弱と呼ばれる視覚障害の一種です。色弱にも先天性と後天性があるそうですが、ほとんどの方が先天性だそうです。色弱には、赤錐体が欠損しているP型と緑錐体が欠損しているD型の方が大部分を占めます。P型・D型の方は赤と緑がほぼ同じ色に見えるそうです。そのため、黒と赤が同じような色に見えたり、薄いグレーと薄いピンクなども同じような色に見えたりします。濃色同士、薄い色同士に識別がしづらようです。ある色弱者の方は、「青信号と外灯の灯り(電球色)が同じ色だと思っています」と言っています。

日本人は、男性は20人に1人、女性は500人に1人の割合で色弱者の方だそうです。人数にすると日本では500万人以上、世界では約2億人を超えるといわれています。

さてなぜ今CUDが注目されているのか？ということですが、もちろん時代の流れで、「環境にやさしく、人にやさしく」ということが主な理由ですが、それ以外にも理由があります。CUDを採用しないと顧客獲得機会の損失になってしまう恐れがあるのです。たとえば、広告などで一般消費者にチラシやカタログなどを見ってもらう場合、男性の20人に1人に対しては、せっかく作ったチラシやカタログの訴求効果が半減してしまうのです。

大企業でもCUDへの認識や採用が高まっているようです。2007年度のCSR(企業の社会的責任)報告書では、大日本印刷、凸版印刷、トヨタ、リコー、JALなど40社が採用しています。

また、実際に、CUDを考慮した印刷物を作る際に役立つツールがあります。一般色覚者が、色弱者の色の見分けにくさを体験できるようにした色弱模擬フィルタ「バリエントール」というメガネ型の特殊フィルタがそれです。これを使うと実際に印刷物を見て、見分けにくい色づかいを確認、修正しながら印刷物を作成することができます。

また、CUDに配慮して作られた印刷物や製品、施設に対して表示できるマークとして、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構が認証している、CUDマークというものがあります。このマークの使用の際には、審査と費用が必要になります。詳細は、カラーユニバーサルデザイン機構にお尋ねください。

アドレス : <http://www.cudo.jp/>