

# DAIQ

VOL. 52

# PRESS

JUNE 2024



平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。最近では夏を感じるほど、暑くなる日も多くなってまいりました。皆様お変わりなくお過ごしでしょうか。季節の変わり目で、体調を崩される方も多い時期に入ります。どうぞご自愛ください。さて、今号のDAIQ PRESSは、弊社が発刊している「医療&介護ガイドブック」や新サービス「デジタルサイネージ広告」などについて掲載しております。ご興味のある記事や情報などございましたら、まずはお気軽にお問い合わせください。

**PRODUCER**  
ATSUYA FURUTA

**DESIGNER**  
REINA YAMADA  
KAREN KAWAMURA

**EDITOR**  
MAKOTO FUJII  
KEIZOU BANDO

[今号の特色インキ] 蛍光グリーン

お近くの病院・医院・介護施設などがすぐに見つかる安心の一冊

## 医療&介護ガイドブック発刊のお知らせ(西濃版)

医療&介護ガイドブックとは28年の実績がある地域密着型の医療・介護専門情報誌です。お近くの病院・医院・介護施設などがすぐに見つかる便利な情報誌として、岐阜版、西濃版、中濃・東濃版の3エリアにおいて年3誌(3回)弊社が発刊しています。6月末には大垣市を中心とした西濃版が発刊となります。西濃地域の方はもちろんのこと、各地域版も発刊されておりますので、お見かけの際は一度お手にとってご覧いただければ幸いです。

表紙はコチラ!



**特集** | ●生活習慣病を防ごう!(ストレッチ編) ●人にやさしい街づくり ●あなたの街の小児科

ポータルサイト  
SNSも  
要チェックです!

WEBポータルサイト「医療&介護ガイドぎふ」

<https://iryokaigogifu.com>

医療&介護ガイドぎふ

検索



医療&介護ガイドぎふ  
インスタグラム

@iryokaigo\_gifu



新サービス開始!

### デジタルサイネージ広告で インパクトのある情報を 発信しませんか

高い視認性

LEDの輝度で夜間でも眩しすぎない明るさで、遠くからでも見やすい広告の提供が可能です!

魅力的なロケーション

大垣市の入り口!瑞穂市・岐阜市方面より1日に約30,000台の車が通っている21号線沿い!

多彩な表現が可能

動画や静止画を使用し、人々の関心を惹く、∞の可能性!何よりインパクトを与えます!

※イメージ



サイネージ  
設置場所  
(Google map)

15秒で得られる効果は絶大!

1スポット 月々30,000円(税別)  
15秒 ※2年契約

[表現上の注意事項]

○信号機や標識の効用を妨げる表現は、表示できません。○点滅をさせるなど、運転手を幻惑するような表現や視覚的に強い表現、注視を促すようなストーリー性の強い表現は控えるようお願いいたします。○交通安全・住環境保全・景観保全の観点から、警察・行政当局等から要請や指導があった場合、コンテンツ修正が必要になる場合があります。

ご報告

### 宇留生小学校に フォームボールを 贈りました



岐阜新聞、2024-06-09、日刊、p.9.

創業50周年を記念し、発行手数料の一部を寄付に充てる「OKB地域応援私募債」を活用して、大垣共立銀行様と共に、弊社社長の母校である宇留生小学校にフォームボール20個を寄贈しました。大垣共立銀行様の土屋諭常務と共に小学校を訪問し、「思いっきり使って、たくさんの思い出をつくってほしい」との思いを伝え、代表児童にボールを手渡しました。

印刷・デザイン・WEB・動画など広告における全ての業務はダイキューにおまかせください。

Instagram Official @daiq\_inc / Design team @qqq.design

daiQ printing 株式会社ダイキュー  
<https://daiq-pri.co.jp>



本社  
〒503-2215  
岐阜県大垣市赤坂大門3丁目61-1  
T.0584-92-2481 / F.0584-92-2549

名古屋営業所  
〒452-0834  
愛知県名古屋市中区木下町81-1-201  
T.052-688-0963 / F.052-380-6965

岐阜営業所  
〒500-8372  
岐阜県岐阜市熊野町27-2  
T.058-337-4496

不破営業所  
〒503-2121  
岐阜県不破郡垂井町1101-4  
T.0584-23-2282

# SEIHAN-DO! 製版道

営業・製版・製造部門ごとに  
リレー形式でお届けします。  
今回は…製版部が担当!

NO.4 渡邊 昌紀



いただいたデータを  
そのまま印刷する……だけじゃない!  
オンデマンド印刷は  
繊細な技術が必要とします!

いつもDAIQPRESSをご愛読いただきありがとうございます。

私は未経験で製版部に入社し、今年の8月で3年を迎えます。製版は専門的な知識や経験を伴う作業が多く、大変ですが、多岐に渡る業務に携わせていただき、日々充実しております。

さて、近頃ご依頼いただくお仕事の中で、オンデマンド印刷のご要望が多くなってまいりました。オンデマンド印刷のメリットの1つは、オフセット印刷のような版を使わないため、小ロットで多種の異なる内容を印刷するパリアブル印刷などにも適していることです。

製版部としてのオンデマンド印刷作業は、いただいたデータをプリンターにポチッと送って、はい終了!……という訳には行きません。データに不備がないかチェックし、出力した見本があれば忠実に色を合わせます。見本とデータをモニター上で見比べて、問題ないと思って出力してみても全然違っている事もあります。パソコンやプリンター上で特定の

色をピンポイントで調節したりもします。両面の場合には表裏のズレを調整します。上下左右のズレはもちろん、傾きも含め1ミリ以下の幅も合わせていきます。使用する紙の種類も光沢紙やマット紙など、多種多様で、質感や厚みも様々なので、プリンターが紙詰まりを起こさないように、出力物に適した設定にカスタマイズします。また、前回と全く同じものを出力する場合でも、出力した時間や、気温の影響など、プリンターの状況により設定を変更する場合もあり、繊細な技術が必要とします。

オンデマンド印刷について少しだけご説明させていただきましたが、他にも「こんな印刷したいんだけど…」「こんな事は出来るの?」等々疑問がございましたらなんでもお気軽にご相談ください。オフセット、オンデマンド印刷は勿論、WEBに至るまで弊社がこれまで培ってきたノウハウを活かし、最適なお提案をさせていただきます。

## 広告・印刷の ちょっぴり 役立つ話

VOL.7  
飛躍したアイデアを  
生み出す思考法  
【アナロジー思考】

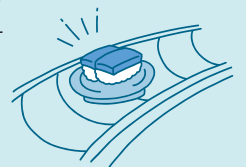
商品やサービス、クリエイティブのコンセプトを考える時など、創造的な仕事において「アイデア」を生み出す力は不可欠です。ビジネスにおいては多くの場合、「論理的思考(logical thinking)」が求められますが、論理的思考に囚われていればいるほど、突発なアイデアを生み出せなくなる側面があることもまた事実…。今回は、論理的思考では辿り着けない、飛躍した発想を得るための思考法「アナロジー思考(analogical thinking)」について少しお話しします。

「アナロジー思考」とは、考えたいアイデア(ターゲット)があるときに、似ている性質や構造を持った別の領域(ソース)から要素を借りてくることで、アイデアを発展させる思考法です。このアナロジー思考によって成功した代表的な例として、今や日本の食文化の1つである「回転寿司」が挙げられます。

従来、寿司屋といえばカウンターとテーブルからなり、注文を聞いてから寿司を提供する業態だったものを、元禄産業株式会社の創設者である故・白石義明氏がビール工場の製造に使われているベルトコンベヤーをソースとして、見込み生産方式で寿司を提供するという新しい業態が生まれました。ここで重要なのは、ソースをそのまま使うのではなく、その本質を抽出して応用するということです。ベルトコンベヤーの「モノを安全に運ぶ」という本質を抽出して、寿司を客席沿いを回るコンベヤーに載せて運び、客は自由に選べるという半セルフサービス方式に応用しました。

このようにして、別の領域から要素を借りてくるかたちで、アイデアを発想する。これが、アナロジー思考を活用した発想法の一例です。今回は成功例を挙げるのにとどまりましたが、この思考法は飛躍的なアイデアを得ることに加え、ビジネスにおける問題解決など様々な場面で役立つはず。興味を持たれた方は、ぜひ詳しく調べて実践してみてください。

参考文献:  
細谷功『アナロジー思考』東洋経済新報社、2011年。



DAIQ 登山部

GWIに鈴鹿山脈の藤原岳に登ってきました。標高1144.8m、タイムは7時間弱、距離にして7.8km。快晴で気持ちのいい登山となりました。登るスピードは皆それぞれでしたが、登頂は揃ってガッツポーズ!山頂で美しい景色を見ながらみんなで食べたおにぎりは美味しかったです。今回の山は工場長の登りたい!の一声で集まったメンバーです。また次回はあるのか!? おつかれ山でした。

## 編集後記

梅雨の季節がやってきますね。雨で出掛けられない時、皆さんはどのようにお過ごしですか?私は最近K-POP熱が再燃し、お家時間は多種多様なアーティストを掘りまくっています。今やエンタメ界を牽引するK-POPですが、美しいビジュアル、洗練された楽曲、完璧なダンスといった表面的な魅力に加え、作り込まれたコンセプトや世界観、衣装やグラフィックデザインなども秀逸で、デザインとして参考にすることもあります。また、デザインだけでなく、マーケティング戦略としても優れた策を講じている点に感心しています。K-POPに限らず、広く愛されるコンテンツには愛される理由があり、学べるポイントが多くあります。デザイナーとしては、こうしたトレンドを追いかけ、そこから学び、デザインに取り入れたいです。とはいえ、実際には「ビジュ良っ」と言いながら、ただ純粋にK-POPを楽しんでいる私です。 山田

