



感動価値創造 magazine Xi [sai]

2025

03



# ハイデルベルグが提案する、 CtP工程の無人化を実現する 革新的ソリューション



皆さまのCtP室には、プレートの出力に関わる作業に携わっている方はどのくらいいらっしゃいますか？

プレートが印刷機にセットされるまでには、さまざまな工程が必要です。

具体的には、プレートの出力指示、装填、版曲げ、印刷機までの運搬といった作業が挙げられます。

これらを人力で行った場合、弊社の調査によれば年間400時間もの時間を費やしていることが分かっています。

これは実に、約2.5か月分の作業時間に相当します。

さらに、人が手作業でプレートを扱うことで、移動中にプレートを傷つけたり、

曲げてしまったりしてヤレ版を発生させる可能性も考えられます。

印刷工程でヤレ版が見つくと、生産性の大きな障害要因となります。

しかし、これらの工程は、すでに自動化が可能です。実際にCtP室の無人化を成功させた印刷会社様もいらっしゃいます。ぜひ、ハイデルベルグが提案するソリューションを導入し、生産性を大きく向上させてみませんか。

## 主なソリューション

### スーブラセッターシリーズ

さまざまなスピードから選べるハイデルベルグ製のCtP。独自の設計により、省スペース・省電力を実現。振動にも強いいため、印刷機の横にも設置可能。

### プリネクトプレートパイロット

ブラウザベースで、いつでもどこでもプレートの出力指示が可能。印刷機ごとにジョブをグルーピングし、スタッカーを選択して出力指示を行うことで、後工程をスムーズに進めることが可能。

### オートパレットローダー (APL)

1,200枚のプレートをパレットに乗せた状態で装填でき、さらにAPL2台とDCLを組み合わせることで最大8種類のプレートに対応可能。

### デュアルカセットローダー (DCL)

2段のカセットに最大150枚のプレートを搭載可能、ターンテーブルを備え、後工程の省スペース化を実現。

### コンパクトパレットローダー (CPL)

省スペースのパレットローダー。DCLと同サイズで、パレタイズされたプレート1200枚を装填可能。ターンテーブルも備えており、後工程の省スペース化も実現。

### オートベンダー

プレートの曲げ、ソーティング、スタッキングを自動で行うことが可能。印刷機ごとにスタッカーを仕分け、ジョブごとにプレートをずらしてスタッキングすることで、印刷オペレーターが容易にジョブを見つけることが可能。トロリーを使って印刷機に運ぶことで、印刷機にセットするまでのタッチポイントをゼロに。ヤレ版の発生も大幅に低下。お客様の工場に合わせて、さまざまなレイアウトが可能。

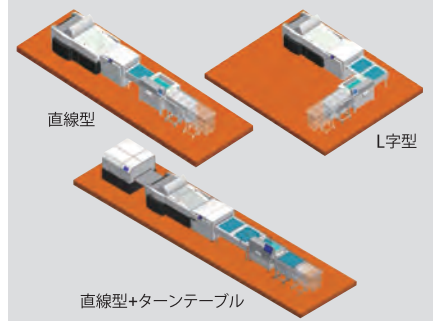
スーブラセッター A75



スーブラセッター format 106/A106+DCL



オートベンダー レイアウト例



## ハイデルベルグ・ジャパン株式会社

〒140-8541 東京都品川区東品川113-31-8 TEL(03)5715-7377  
www.heidelberg.com/jp

HEIDELBERG

# LITHRONE GX/G

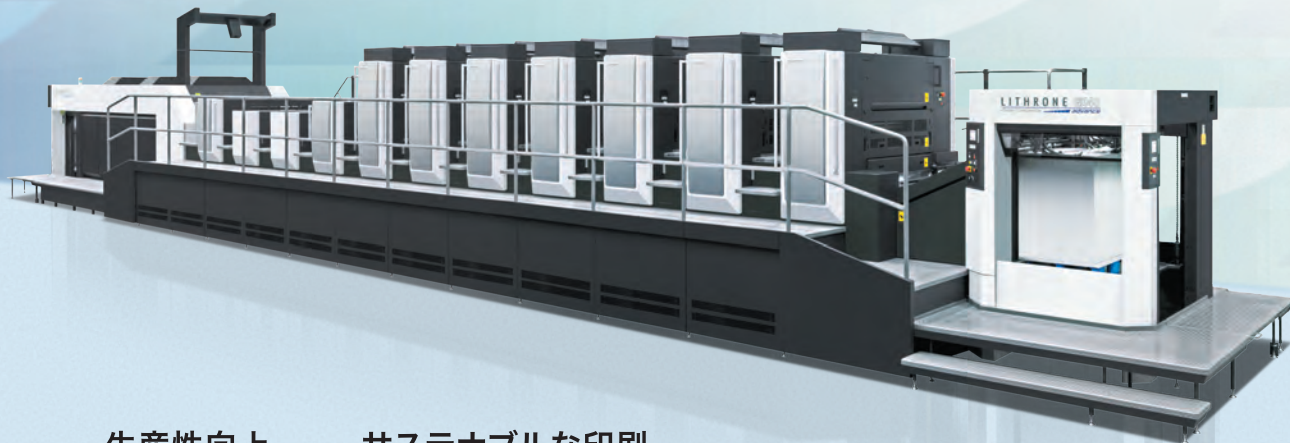
advance

EX Edition

## リスロンGX/Gアドバンス EXエディション 生産性とサステナビリティの新基準

世界最高クラスのROI\*<sup>1</sup>を誇り、全世界での導入が進むオフセット枚葉印刷機、リスロンGX/Gアドバンスシリーズ。KOMORIはさらなる生産性向上とサステナブルな経営を実現するため、革新的な新機能を搭載した新しいリスロンGX/Gアドバンスシリーズを開発しました。最新のプリントテクノロジーを駆使し、エネルギーコストの抑制と印刷オペレーターの作業効率向上を実現するリスロンGX/Gアドバンスシリーズは、ビジネスを新たな次元へと引き上げます。

\*<sup>1</sup> 投資収益率 (Return on Investment)



生産性向上



サステナブルな印刷



Photo: GLX-740A  
※写真のモデルはオプション仕様を含んでいます。

**KOMORI**

株式会社 小森コーポレーション  
〒130-8666 東京都墨田区吾妻橋3-11-1 Tel. 03-5608-7806(代表)

# おクルマのご購入をお考えの皆様へ!

お車購入の際は  
事前にご一報ください。

東京海ジョー



- 全メーカー・全系列対応します!
- 商談後にお断りになることも自由です!
- 日頃付き合いのあるディーラーでもOK!
- 新車・中古車どちらもご相談ください!



## 自動車販売店とご商談を開始する前にご相談ください。



東京海上日動 車両情報センター フリーダイヤル ☎ 0120-086-590

※営業時間 9:00 ~ 17:00 土日祝日休業 ※全印工連の組合員である旨お申し出ください! 併せてご連絡先、購入希望の車種などお伝え下さい。

## あなたのための、DXでありたい。

DXという言葉がなかった時代から、  
デジタルでビジネスの仕組みを変えてきた大塚商会。  
テレワークやAIの活用、紙文書の電子化など、  
新しい働き方を時代に先駆けて自ら取り入れ、  
体感し、お客様に提案してきました。  
あなたのビジネスの現場で、  
ほんとうに役に立つ生きたソリューションを。  
それが、大塚商会のめざすDXです。



あなたのビジネスに、大塚商会の提案力と対応力を。  
<https://www.otsuka-shokai.co.jp/dx/>



 大塚商会

株式会社大塚商会 東京本社:〒102-8573 東京都千代田区飯田橋2-18-4 札幌・仙台・名古屋・京都・大阪・神戸・広島・福岡

## CONTENTS

Interview	幸せ学ぶ印刷学校 人間力と実践力を備えた人財育成	6
	自動化のその先に 大洞印刷株式会社(岐阜県本巣市)	10
	共創パートナー企業 ソリューション提案 印刷現場の「最適な生産環境の構築」をお手伝いします	14
	全印工連 CSR 認定企業訪問 トキワ印刷株式会社(大阪府東大阪市)	15
	全印工連CSR認定募集のご案内	18
	工組紹介 大阪府印刷工業組合	19
	助成金 2025年の中小企業施策の方向性と実施予定の補助金について	20
	全青協 みなさんぜひ「カポッドキャスト」をお聞きください	21



### [本号の表紙]

和泉蜻蛉玉(いずみとんぼだま)は、大阪府堺市以南で奈良時代以前から作られていた伝統的なガラス工芸品です。江戸時代には「泉州玉」や「さかとんぼ」とも呼ばれ、明治初期には製造技術が確立しました。色彩豊かなガラスを溶かし、大小様々な独自の模様を加えながら成形する技法が特徴で、国宝や文化財の修復にも活用されています。製作は職人の手作業で行われ、着色ガラスの準備から玉巻き、模様の仕上げ、冷却まで、精緻な工程を経て仕上げられます。装飾品としてはネックレスやかんざし、イヤリングなどが人気で、現代のライフスタイルにも調和するデザインが生まれています。現在、この伝統を受け継ぐ工房では、文化財の復元や新たな作品づくりにも力を注ぎ、1000年以上続く技術を未来へとつなげています。また、インテリアや芸術作品としての価値も見直されており、その魅力はさらに広がりを見せています。 ※「和泉蜻蛉玉」は山月工房の登録商標です。

### NO.731

令和7年3月10日発行(毎月1回10日発行) 昭和44年4月26日第三種郵便物認可 発行人 / 瀬田章弘 編集人 / 高橋秀明 発行所 / 全日本印刷工業組合連合会 〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 TEL.03-3552-4571(代) FAX.03-3552-7727

<https://www.aj-pia.or.jp>

本誌では、本文に(株)モリサワのユニバーサルデザインフォントを使用しています。

Interview  
この人に  
聞きたい



## 幸せ学ぶ印刷学校

# 人間力と実践力を備えた人財育成

学校法人日本プリンティングアカデミー 学校長 曹 于鉉 氏

聞き手：全印工連常務理事／教育研修委員会委員長 関野里美氏(株式会社セントラル印刷 代表取締役)

学校法人日本プリンティングアカデミー (JPA / 花井秀勝理事長) は印刷を学べる国内唯一の専門学校として 1978 年に共同印刷をはじめとする業界関連企業の支援で創立した。“印刷業界の事業革新と社会的価値向上に貢献できる人財を育成する”を教育理念に掲げ、これまで 1,000 人以上の卒業生を輩出し、専門学校としての役割以外にも短期の業界特化型の企業研修のプログラムも組まれている。自らも同校の卒業生でもある JPA 学校長の曹 于鉉(チョウ ウヒョン) 氏にお話を伺った。

### 不易流行の教育

**関野** 様々な課題を抱えている印刷業界で、人材不足は本当に切実です。人をただ集めれば良いということではなく、業界自体に魅力があって、若い人たちに「働きたい」と思ってもらうことが大事だと思います。今日は JPA の曹先生にその辺りのお考えや、学校の教育方針をお伺いしていきます。

**曹** 実は私たちも同じ悩みを持っているのです。印刷業界が、若者たちが働きたいと思える魅力を持ち続けていくためにはどうすれば良いのかと。

企業の研修や採用担当の方からお聞きすると、一番人手不足で困っているのは現場職です。ところが現場職を望んで、JPA に入学を希望する若者はほとんどいないのです。彼ら、彼女らの多くが「デザインがやりたい」、「システムがやりたい」と希望して入学してきます。

印刷会社は、適材適所で人材を獲得し、入社した人に長く働いてもらって、会社がより発展できる戦力になって欲しいと考えています。しかしながら、多くの若者は“印刷”というと大きな機械で紙に印刷するというような認識しか持っていません。そこにモノづくりの魅力が十分に伝わっていないという課題が見えます。

あなたたちは生活していく中で、一日にどれだけの印刷物に触れているんですかということです。印刷には社会的に価値があり、その仕事に就くことであなたたちの素晴らしいキャリアが築けるんだよ、ということを伝えていくことが非常に重要だと思います。また、経営者の方や採用担当の方は、取り敢えず現場の仕事を回さなければならぬというところから採用を考えがちです。それもちょっと残念なところですよ。

一般の方は印刷業界の職種や仕事のイメージをあまり持っていません。パソコンで Word のファイルをクリック

して印刷というぐらいの認識です。ところが印刷という仕事に就くと色々な創作活動に携われます。印刷の方式も様々で、素材によって色々な表現が可能です。しかも印刷業はモノづくりだけではなく、お客様の製品の良さをその先のお客様に伝えるという印刷の活用方法を考えたり、企画したりというサービス業的な側面もあります。そこにデジタル技術が加わってきました。こんなに幅広い職種を有する業界は世の中になんにもないと思います。

JPA のカリキュラムはモノづくりから IT の活用、マーケティングまでを網羅しています。もちろんサービス業的な側面があるので、人間力を身に付けるための基本的なマナーも学びます。

実は少しずつ印刷業界の魅力が上がっていると感じています。若い人からの問い合わせが増えているのです。かつては高校の先生に「印刷の専門学校です」と言っても「何を教えているんですか?」と JPA の存在があまり認識されていなかったのですが、JPA の職員たちの地道な努力で少しずつ変わってきていると感じます。

**関野** 曹先生の印刷業界に対する情熱や想いがすごく伝わってきます。先ほど IT の活用というお話がありましたが、必要とされるスキルがどんどん変化している中で、新たに教えなければならないことが毎年のように積み重なっていくと思います。JPA のカリキュラムは毎年変わっていくのですか?

**曹** 私たちの教育理念は「印刷業界の事業革新と社会的価値向上に貢献できる人財を育成する」です。理念として、人を育て、サポートするという根幹があって、その方針として用意するカリキュラムをどうするかということです。だから手法としてのカリキュラムは変わっていきます。

“不易流行”という言葉がありますが、学内では“教育”と“研修”をはっきり区別しています。“研修”は短期間でできるだけ多くの情報や知識を伝えることです。そこに受講者が情報や知識を消化できたかという確認はありません。“教育”はそれと違うんです。学生をケアしながら、学んだことを身に付けてもらい、持っている潜在能力や感性を引き出すことが教育です。これは“不易”です。一方で印刷を取り巻く技術は目まぐるしく変わります。変わったならカリキュラムの内容も変える必要があります。これが“流行”です。

JPA の外部講師は全て現役の方です。現役の方から学ばなければ、会社に入った時に「学んだことと違う」ということになりかねません。そのため、私たちは実践的な人財育成を心がけています。だからカリキュラムは今必要とされている印刷技術、知識を常に取り入れています。

## 魅力ある印刷業の多彩な職種

**関野** こう言っただけでは誤解を招くかもしれませんが、女性のほうがリカレント教育やリスキリングへの関心が肌感覚で多いような気がします。もしかすると習い事が好きだからかもしれません。業界で若い女性が学びたいというカリキュラムを作れば、優秀な人材が集まりやすくなると思っています。女性の活躍についてどうお考えですか?

**曹** 今の若い人はきつい仕事や時間に拘束されることを好まない時代です。今、印刷の現場は男性でも女性でも同じ仕事ができる環境になってきました。重い物を持って運ぶ必要があるとか、走り回らなければならないとか、少なくなっているじゃないですか。デジタル印刷機が最たるものです。そうした環境が整ってきたことで、印刷の現場でも繊細な感覚で色を見ることができ女性のオペレーターが増えています。経営者の方から、オペレーターに女性を採用してからクレームが減ったという話を聞きます。細やかなチェックができるので、潜在的に色に関するハンドリングは向いているのでしょう。

私が JPA に入学した当時、学生はほとんどが男性でした。今、在籍している 6 人の学生のうち、4 人が女性です。女性の比率が高まっているのは、オープンキャンパスなどを通じて印刷を学びたいと感じてもらっているからだと思います。入る時にデザインがやりたいと言っているけど、JPA で学ぶことによって、現場で仕事を望む女性の卒業生もいます。印刷の仕事を知ってもらうことによって、自分に合った仕事が見つかることがあるということです。



**関野** 多様な働き方ができるというのは、職種がたくさんある印刷業界の一つの魅力ですね。確かにそうした部分がうまくアピールできていないかもしれません。

ご卒業された方は印刷会社に就職される方が多いのですか。

**青** JPA が始まってから 35 年ぐらいはほぼ、印刷会社の経営者の子息子女が学んでから印刷会社、印刷関連会社に就職しました。この 10 年ぐらいは後継者に限らず、一般からの入学が増えています。後継者が 1～2 割、一般が 8～9 割です。ここ数年は 93%が印刷業界に就職しています。なぜ 93%かという留学生の中には JPA で学んでから大学や大学院に進学するケースがあるからです。



**関野** 留学生はどういう経緯で入学されるのですか？

**青** 色々なケースがあります。中国の男の子の場合、JPA に連絡があり、日本で技能研修生として印刷会社で 3 年働いた後、中国に帰ったのですが、帰らずにそのまま仕事をしたかったというんです。どうしても日本で就職したいと JPA を調べてきたということでした。「入学できますか」というから「応援するよ」ということになって、日本語学校に通っている間もコンタクトを取って、その後、JPA に入学し、卒業しました。今、印刷関連のメーカーに就職して活躍していると聞いています。

比率としては母国で親が印刷関連の会社を営んでいるケースが多いです。中には全く関係なく、本が好きとか、日本のコミックを作りたいとか、様々な動機で入学してくる留学生がいます。

**関野** どの地域、国が多いのですか？

**青** アジアが多いです。中国、ネパール、今は台湾、モンゴルです。一時期、留学生を募集しない方針だったのですが、私が 2019 年に学校長をバトンタッチしてから留学生を再び受け入れています。

**関野** 他の国に JPA のような専門学校はあるのでしょうか。

**青** 私が知っている限りありません。理論中心の大学があります。理論、実践つまり設備を備えた専門学校もないです。逆に日本に印刷を教える大学はありませんね。韓国に印刷学科がある大学は 3 つあります。ただし「印刷」という名称ではなく、グラフィック学科などです。中国にもベトナムにも印刷の大学があります。

JPA は 1978 年の設立から今年で 48 年目に入ります。まもなく 100 年に向けての折り返し地点になります。もともとは共同印刷の社員教育の施設でしたから、この地で人材育成を始めてから 120 年を超える歴史があります。しかし、残念ながら「印刷」という冠がある教育機関は日本でここだけです。JPA がなければリスキリングはまだしも、リカレントまで考えると教える場がなくなります。

**関野** 業界はもっとサポートしていく必要がありますね。業界の専門的な学校があるというのは貴重です。

**青** JPA に毎年 2、30 人が入ると、実践的な教育を受けた 2、30 人が毎年業界に入るということです。良い循環を作りたいですね。

**関野** この JPA のガイドブックの表紙はいいですよ。印刷というと印刷機を回しているという印象を持ってしまいがちですが、この表紙からは色々な仕事があるというイメージが伝わります。

**青** 印刷業界って、ものすごく夢のある業界なんです。自動車業界だったら自動車だけじゃないですか。

印刷業界は広告代理店や製造業、町の小売店とかあらゆる業種と仕事ができます。

**関野** 実は当社も創業 48 年目なんです。

**青** 一緒ですね。それは嬉しいです(笑)。

**関野** JPA は 100 年を目指すということですが、印刷産業の未来についてどうお考えですか。

**青** 未来を予測するのは難しい時代になってきました。その中で印刷業の世界は広がると思います。現在、ヨーロッパとアメリカの色の基準を統一しようという広い構想があり、日本も加わればもっとグローバルに展開できると思います。ただし、日本の印刷会社が提供する品質・サービスの単価と、お客様のニーズが妥当ですか？という問題があります。その前にそこを改善する必要があると思います。

例えば、立ち合い印刷があります。日本ではその費用を請





求しません。海外では30分は無料でもオーバーチャージが発生します。そこを変えていかないと、これから印刷業界がどうなるかという質問に対して答えが出てこないんですよ。未来を変えるためには取引慣行を改めることだと思います。

**関野** 日本人って、“やってあげる”ことに美学を感じて、皆が同じである同質の環境に居心地の良さを感じる文化の中にいるんですけど、海外ではサービスを受ければ対価を払うのが当然なんですよ。ところが日本人は自分たちが働いたのに、タダであげる。

**曹** それが“おもてなし”と言うんですよ。

**関野** きちんと費用を請求しなければ、産業自体も成り立たなくなってしまうですし、グローバル化の中で競争力も失われてしまいます。

**曹** 印刷業界はこれからモノを作るだけではなく、お客様をサポートするビジネスを創っていくわけです。言いなりではお客様のビジネスパートナーになれないですよ。

**関野** パートナーとして認めてもらうために意見を言うていくためには、きちんとした能力を持っていないといけないですよ。そのための能力や知識を身に付けるためにも教育や学校が大事です。

## いつでも帰れる学び舎に

**関野** JPAとしてこれから目指すところはどこですか。

**曹** 卒業生の一人ひとりが、自分が考える人生観の中で幸せを感じられること。それが学校として教育を提供する使命と考えています。それから、卒業して、さようならではなく、一生お付き合いしていく学び舎であり続けたいです。連絡をくれる卒業生は少なくないですし、地方から出張で東京に来れば顔を出してくれる卒業生が大勢います。中には連絡もなく来る卒業生もいるんです。それってすごいことだと思いませんか？ コロナ禍の前には月に平均して10人もOBが来ていました。

アポなしでも来ることができる環境があるということは、仕事や人生の悩みをいつでも相談できるということです。私たちがフォローすることによって、会社に戻って元気で頑張ってもらえれば、所属する会社にとっても、JPAにとっても良いことです。

“幸せ”って定義は難しいですけども、それがプレゼントできる組織でありたいと思います。

**関野** 高校を卒業して18歳で入学される学生もいると聞きました。まだまだ多感な時期に人として幸せになるための教育が受けられる。その上で印刷の技術を学んでいくわけですね。

**曹** 技術だけを習得するのだったら、ここで1、2年も学ぶ必要はないです。JPAで学ぶ技術のボリュームであれば、3ヵ月もあれば十分です。しかし、JPAで学ぶということは、なぜこの技術を学ぶのですか、学んだらどう活用しますか、それを通じて幸せを感じられますか、ということを考え、身に着けるといことです。

先ほども言いましたけれども、教育と研修の違いです。教育は、1年間、2年間であなたの成長を支援しますよという一種の契約です。それをきちんと達成できる組織でありたいです。

「ジンザイ」って3つの字があって、働こうにも難しい“人在”、組織の中で適材適所で働く“人材”、宝物の“人財”です。私たちの教育の目的、ゴールは“人財”を育てることです。この学校で学んだ学生は、どの組織、輪の中でも輝く、あるいはそうした役割を担える人財であって欲しい。そして、これからの課題は若い“人在”をいかに“人材”や“人財”として企業で活躍してもらうかだと思います。

**関野** 就業意欲がなかったり、問題を抱えて就職が難しかったりする若者に働いてもらうのは、印刷業界も取り組むべき社会的な課題です。結構、周りに困っているお母さんたちがいて、能力がないわけではないけれども就職しない子の話を聞きます。印刷業界は色々な職種があり、様々なプロセスがあるので、そうした若い人たちが力を発揮できる場があります。ぜひ、一緒になってこうした問題にも向き合っていきたいと思います。

本日は曹学校長に、業界に人財を送り出して頂いているJPAの教育方針をお聞きました。情熱的で優しい曹先生のお話から、巣立った学生が、なぜ頻りに学び舎を訪れるかがわかるような気がします。これからも業界に素晴らしい人財を送り出して頂きたいと思います。本日はありがとうございました。



# CASE STUDY

大洞印刷株式会社  
(岐阜県)

## 自動化のその先に

起点は顧客ニーズにあり  
セールスフォース導入で  
「営業やめます」

「20数年前は町のビジネスフォーム屋でした」。大洞印刷株式会社代表取締役社長の大洞広和氏は、業態が大きく変わった起点に“顧客志向”を挙げる。顧客データの分析、活用が事業変革の基盤となっており、そのトリガーの一つが2008年のクラウドベースの顧客関係管理(CRM)ソフトウェア『salesforce(セールスフォース)』の導入だった。

1932年、活版印刷業として創業した大洞印刷は、複写伝票などビジネスフォーム印刷を主体に成長してきた。2004年には主力だったビジネスフォームのペーパーレス化を予測。商業印刷会社の中でいち早くUV仕様のオフセット枚葉6色機を導入し、特殊印刷やコーティングなどの新事業分野へと乗り出した。特殊印刷のうち、大きなターニングポイントになったのがクリアファイルへの印刷サービスだった。

クリアファイルの需要拡大を見込むと2005年にクリアファイル専門の通販サイトを開設。印刷通販サイトが社会に受け入れられていった時期と並行して、同社の『ボラネット』の受注も拡大していった。

ECサイトから新規顧客が増加する一方、サービス開始から3年もすると顧客管理は煩雑化していった。「社内に顧客マスターが複数存在する状態に陥り、各々の顧客情報の整合性が取れなくなっていました」(大洞社長)。そのため、2008年にセールスフォースを導入。顧客情報を一元化するとともに、デジタル技術を活用したビジネスプロセスの管理手法を取り入れていった。

### 営業からカンと経験を排除

大洞印刷の生産ワークフローはECビジネスの開始を契機に自動化を進めていった。例えばRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)を取り入れ、一定のルールに基づいた自動のデータチェック、オーダー情報から生産スケジュールの自動生成など、生産データを連携させながら人手を必要とする作業を除いている。しかしながら大洞社長は「ポイントはそこではない」と言い切る。

「印刷物を作ることは印刷会社であればどこでもでき



代表取締役社長 大洞広和氏

るんですよ。当社のシステムの考え方のスタートポイントはお客様のニーズ。マーケットが起点にならないと、最適化ができないと考えてセールスフォースを導入しました」セールスフォースの機能の中核になるのがCRMと営業支援(SFA)。顧客情報をベースにした販促活動情報の記録や進捗、タスクの管理などで、データに基づく効率的なビジネス形態を築くことができる。

同社では早くから営業をシステム化し、カンと経験に頼る属人的な営業形態からの脱却を図っていった。2015年には「営業やめます」と宣言し、組織を大きく変えた。それ以降、「カスタマーサポート」が既存顧客への対応を、8名の“スマーケティング”が新規顧客開拓や顧客の維持、見込み客の育成などを担う。顧客先に商談に向くのはこのうち2名で、6名が主にマーケティング活動や商品サービス企画などに携わる。“スマーケティング”はセールスとマーケティングの掛け合わせた造語で、セールスフォースを活用して効果的な販促活動を展開している。

「旧来型の営業活動は人の能力に左右されてしまいます。ECビジネスなどの新規事業で顧客と関われるのが私しかなくて、将来的に同じことを誰かに任せることが大きな課題でした」



MAGICは左図の6つの機能を有します。

これらを組み合わせ、

1. 高解像度の印刷データを自動生成
  2. パersonalize商品の製造、個別発送
  3. トラッキング機能の構築
- などを実現することが可能です。

顧客データプラットフォーム図解

まずは顧客接点の確保からクロージングまでの一連のプロセスを分解し、標準化。それらの情報がセールスフォースに反映され、リアルタイムで変化する顧客情報と紐づき、システムがマーケティング活動を支援する。これにより人の能力だけに頼った営業活動を排除した。

例えば、展示会や工場見学会などのイベントに出展して得られた名刺から、見込み客として顧客の基本情報がCRMに入力される。その見込み客をターゲットに、メールマガジンなどで関心のありそうな情報とさらに詳細な情報を知るためのURLを送信。見込み客がURLをクリックしてWebサイトにアクセスすると、閲覧ページ、閲覧時間などが記録されていく。“スマーケティング”の担当者は、それらの情報に基づき、顧客にアプローチする。

そうしたマーケティングオートメーション(MA)は、セールスフォースの一つの機能で、資料をダウンロードした見込み客には必ず“スマーケティング”に通知するなど、一定のルールに基づき運用される。また、毎年、同じ時期にECサイトで発注していた顧客が今年発注しなかった情報を通知し、翌年に発注月の数ヵ月前にアプローチするという失注対策を打つこともできる。1件ずつ案件を積み重ね、1件ごとの顧客がどのフェーズにあるのかが可視化されるので、見積りを出したものの、担当者が失念して数ヵ月放置してしまうということもなくなる。

「日々、私もスマーケティングも数字やリストを見るだけです。顧客の伸びが悪ければ、施策が違っているということなので、セールスフォースのルールを見直します」

## EC顧客はプラットフォームに続く

大洞印刷にとっての『ボラネット』をはじめとするECサイトの位置づけは、今やモノを販売して売上を上げる通販の窓口ではない。

「お客様がクリアファイルを作るのは、ビジネスを成功させたいためです。それはノベルティ用途かもしれないし、キャラクターグッズの販売用途かもしれません。いかに

ビジネスを成功させていくのかが私たちの仕事です」

2010年にHP社のデジタル印刷機を導入して以降、大洞印刷は小ロット・多品種の生産体制を確立していった。ECサイトの事業ではサイト運用やデータ連携、商品発送時のフルフィルメント業務などのノウハウを積み重ねている。それらの機能を組み合わせたソリューションがプリントサービスプラットフォーム『MAGIC』で、事業の軸足はECによる物販から、プラットフォームを活用したソリューションへと移っている。

『MAGIC』は、ECサイトでオリジナルグッズなどの販売・提供を支援するサービス。顧客のECサイトと大洞印刷の生産現場をAPI(異なるWebサービスやシステム間をつなぐインターフェイス)で連携し、顧客のECサイトで受注した商品を製造、フルフィルメント、発送する。これにより『ボラネット』などのECサイトはプラットフォームビジネスの顧客開拓の窓口の位置づけとなった。ECサイトを活用する不特定の顧客の中から、セールスフォースを利用し、プラットフォームのソリューションに関心を寄せる本物の見込み客を発掘していく。

現在、同社の売上構成比は、祖業といえるビジネスフォームが6%、一般的な受注活動が30%、2005年に始めたEC事業が30%。2018年に開始したプラットフォーム事業はすでに30%にまで成長している。この10年で新規事業の成長が加速し、ポートフォリオは大きく変化した。「印刷物を作るのではなく、お客様を作ることに集中してきました」というプロセスの結果である。その手法としてセールスフォースを活用し、顧客育成のプロセスやマーケティング業務の自動化に取り組んでおり、今もなお営業活動のDXを進めている。



### 大洞印刷株式会社

代表者：代表取締役社長 大洞広和  
従業員：109名(正社員60名、2025年1月現在)  
所在地：岐阜県本巣市下真桑290番1  
<https://www.obora-pri.co.jp/>



# Morisawa Fonts

文字とつながる。世界がひろがる。



フォントのサブスクリプションサービス

豊富な書体ライブラリー / 複数デバイスでの利用 / 簡単なフォントインストール

[morisawafonts.com](http://morisawafonts.com)



**モリサワ**



# 印刷と 共に、28年。

プリントサピエンスは導入シェア、JDF連携実績、販売実績期間ともに国内一位の印刷業基幹業務システムです。

印刷業トータルワークフローシステム



見積面付計算シミュレーションパッケージ



紙卸商向け基幹業務管理システム



B2C B2B対応Web to Print 受注サイト構築アプリケーション



印刷積算シミュレーションソフト



JDF対応MIS

検索

J Spirits 株式会社J SPIRITS TEL:03-6206-0681

東京都千代田区神田司町二丁目2番地7 パークサイド1ビル1F  
HP▶https://jspirits.co.jp E-Mail▶info@jspirits.co.jp

**タビメモリ**  
御集印帳 3,600円(税別)

ロイヤルブルー

ブライトオレンジ

ファインゴールド

実用新案登録 第3249069号

**白いファイル**

PF-II 3面のタイトル紙  
A4タイプ(縦型) 差し替え自由

差し替え自由

差し替え自由

品番	PF II20	PF II30	PF II40	PF II50	PF II60	PF II80
標準価格	1,800円	1,810円	1,890円	1,950円	2,010円	2,140円

10部単位の販売となります。(税別)

●ファイル・バインダー ●証書入れ ●メニュー ●プラスチックカード ●ホッスタンプ(箱押) ●クリアホルダー ●機関紙ファイル ●社内報ファイル ●手帳 ●表紙・製本(ペーパーリング・エコジック®・ツインリング・セルリング・バイラルリング) ●W箱押 《オリジナル品》ビットインフリーファイルIダブル・II、スーパーキスタルカレンダー、タビメモリ®

**箱押名入れクリアホルダー**

安と早い

17.8円

(5000枚製作)

※クリアーの価格です。色物は@SUP。箱押の版サイズは50cm<sup>2</sup>以内となっております。デザインは完全アート(イラストレータ8.0~CS6)にてご支給下さい。

数量	単価	価格	納期
500	36.8円	18,400円	3日
1,000	23.8円	23,800円	
3,000	19.8円	59,400円	
5,000	17.8円	89,000円	4日

(初回の改版は3,400円)(税別)

株式会社 **プリントバック** TEL:03-3821-2151

〒110-0008 東京都台東区池之端2-9-3 FAX:03-5842-1405

E-mail infomail@printbag.co.jp URL https://www.printbag.co.jp

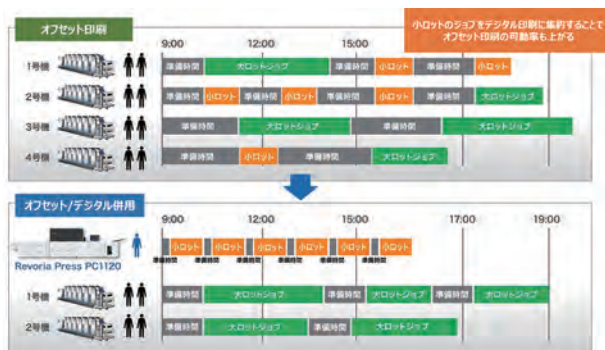
## 印刷現場の「最適な生産環境の構築」をお手伝いします

**FUJIFILM**  
Value from Innovation

デジタルとアナログ双方のソリューションを持つ富士フィルムグループでは、一社一社のお客さまの課題や戦略に応じて「最適な生産環境の構築」をお手伝いしています。お客さまごとに、課題の発掘から解決策のご提案、導入後の機器運用や品質管理まで、一貫してサポートいたします。

### ●「最適な生産環境」とは

富士フィルムでは、小ロット・多品種化、短納期化が進む中でも利益を上げられる生産環境を構築するために、「デジタル印刷機とオフセット印刷機を共存させ、ジョブに合わせて使い分ける運用」をご提案しています。小ロットをデジタル印刷機、中ロット以上をオフセット印刷機で生産することで、印刷工程全体の稼働効率が上がり、準備時間や損紙などのムダを低減することができます。



デジタル・オフセット併用図

### ●オフセット印刷機と併用を可能にする『Revoria Press PC1120』

デジタル印刷機とオフセット印刷機を柔軟に併用するには、オフセットと遜色のないデジタル印刷機の品質や安定性が必要です。1,000枚単位の連続出力でも色再現や見当精度が安定していることはもちろん、長時間稼働に耐えられる耐久性など、生産機としての高い性能が求められます。富士フィルムビジネスイノベーションのフラッグシップ機『Revoria Press PC1120』は、これまでのPOD機とは異なる設計思想と独自技術により、オフセット印刷機とのシームレスな運用を可能にしています。



Revoria Press PC1120

#### ○小粒径・均一形状の『Super EA Eco トナー』

業界最小フラスの粒径と均一な形状のトナーにより、画像部の層が薄く、均一でなめらかな画質を実現。

#### ○独自の用紙搬送機構

用紙の端をサイドガイドに当て安定させる搬送機構により、用紙断裁精度の影響を受けにくく、安定した見当精度を実現。また、部材に滑らかで錆びないステンレスを採用したことで、キズトラブルが低減し、耐久性が向上。

#### ○強力な冷却装置とモジュール機構

定着後の用紙を、強力な冷却装置で瞬時に常温レベルまで冷却し、波打ちやカール、ブロッキングを抑制。温湿度の影響を受けやすいエンジンモジュールを熱源モジュールと完全分離し、温湿度による色・濃度の変動も極めて低いレベルに抑制。

### ●デジタル印刷機の効率的な運用を実現する『Revoria XMF PressReady』

オフセット印刷に比べて付帯業務の割合が多くなりがちなデジタル印刷ジョブにおいて、「生産性向上」「工数削減」「工程の見える化」を実現するソフトウェアです。

紙種やサイズ、部数、色数などの条件に応じてジョブを自動的にグルーピングして振り分けることで、用紙替え

を減らし、デジタル印刷機の停止時間を最小限に抑え、作業負荷を軽減。

また、手動で行っていたプレフライトや面付け作業を自動化することで、工数を削減し、人為的なミス・ロスを防止することができます。

### ●幅広いソリューションで課題解決をお手伝いします

富士フィルムグループは他にも、オフセット印刷機とデジタル印刷機の印刷品質を共通の色基準で維持・管理する総合カラーマネージメントソリューション『FFGS QC Navi』や、多様なバリエーション印刷への対応を可能にする自

動組版ソフト『Form Magic 5』など、お客さまの課題に合わせて、幅広いソリューションで課題解決のお手伝いをさせていただきますので、ぜひお気軽にご相談ください。

お客さま事例や最新ソリューションを掲載した情報サイト『FG Platz (エフジープラッツ)』はこちら



## トキワ印刷株式会社

本社：大阪府東大阪市池島町8丁目6番32号 創業：昭和14年(設立昭和29年) 従業員数：31名  
 代表者：渡辺貞城 認定取得：2021年12月(ワンスター) <https://www.tokiwa-print.co.jp/>

## 将来も選ばれ続ける企業を目指して CSRの旗振り役が実践する社会貢献



大阪府印刷工業組合 CSR 推進委員長であり、全印工連 CSR 推進委員会の委員も務める渡辺社長

### —— まずトキワ印刷の事業内容と強みを教えてください。

**渡辺貞城代表取締役社長** 弊社は印刷の中でも商品パッケージをメインに印刷加工している会社でございます。コンビニやスーパーに並んでいる商品類のパッケージを製造しております。具体例を挙げますと、下着や肌着を生産するアパレルメーカーのグンゼさんのパンストのパッケージですね。あとはカミソリや調理器具関係といった、雑貨類の厚紙のパッケージの製造をメインに行っている会社です。最近では、ウェブサイトを通じて厚紙印刷通販事業を展開し、好評いただいております。また、脱プラの流れに乗った環境パッケージの提案にも力を入れております。



トキワ印刷が得意とするパッケージ印刷を使用した商品

### —— CSR についてですが、2021年12月にワンスター認定を取得されました。取得を目指したきっかけは？

**渡辺** 弊社の取引先には上場企業など大手企業が多く、仕入れ先である弊社に対して、SDGs や CSR、環境問題への取り組み状況についてのヒアリングが増加しており、どう対応していけばいいか考えておりました。環境や労働安全などをスポットごとに聞かれるのなら、企業が取り組むべき社会的責任が網羅され、色々なものがパッケージされている CSR 認定を取ればスタートしやすく、対外的にもわかりやすいのではと思います。取得を目指したのが始まりになります。

CSR 認定は、「これをやりなさい」というのが決まっていますよね。なので、それぞれ違うレギュレーションを採用している取引先に対し、「弊社はこれをやっています」と示せるのはメリットが大きいですね。

また、近年は環境面に対する要請が強く、特に温室効果ガスの排出の削減については、大手企業はサプライチェーンも含めて取り組まなければならないため、我々としてもきちんと対応していくことが求められています。

### —— CSR 認定のワンスターを取得したことで、効果やメリットなどを感じる場面はありましたか？

**渡辺** CSR 認定を取得したことが直接的な利益に繋がるわけではないですが、CSR に取り組むと、お客さんから選ばれる企業として生き残れるという点が大きいと考えています。環境問題に敏感な企業や、様々な社会課題に対して問題意識のある企業が、CSR に積極的な会社を選んでくれると。そういうところが CSR に取り組むメリットだと私は考えています。逆に言うと、それらに対応できないと、行く行くは仕事の受注を失う結果を招くことになるかもしれません。

### —— CSR への取り組みを始めたことにより、社員の意識や社内環境に変化は表れましたか？

**渡辺** 省エネや地域清掃に取り組み始めたばかりの頃は、どうしても社員のなかでも半ばやらされているという態度が見られることもありましたが、取り組みを継続するうちに、クライアントの問題意識や課題を共有できるようになり、社員自身にもやはりこういうことをしていかなければならないと課題に対する意識がどんどん芽生

え、会社の中でも自主的な取り組みが出てきたので、そういうのは嬉しいなと思っていますね。小さなことですが、紙コップを止めてマイカップやマイグラスを利用したり、ごみの分別もきちっと行ったりするようになりました。

—— 週に1回、地域の清掃活動が行われているのですよね。どの辺りを清掃されているのですか？

**渡辺** 社屋の前の道路を100メートルほど掃除させていただいています。ご近所の方や、向かいにある病院の患者さんやスタッフの方に、「いつもありがとう」とお礼を言われたと社員が喜んで報告してくれますね。どうしてもトラックが出入りするなど、近隣の方にご迷惑をおかけすることもあるので、ご近所づきあいも含めて良い効果が生まれています。他には、印刷用紙の余り紙や切れ端を、福祉施設等へ定期的にお持ちする活動をしています。お渡しした紙に絵を描いて送ってくれることもあり、結構喜んでもらっているようです。



週に1回の地域清掃の様子

—— 環境保護の観点から何か取り組まれていることはありますか？

**渡辺** 昨年(2022年)8月に、社屋の屋根の上に太陽光パネルを設置しました。弊社の電力の2割から3割程を太陽光発電で賄っています。まとまった額の投資が必要でしたが、大体5、6年で回収できる見込みです。ここ最近の光熱費の値上がりを見ると、環境にやさしいだけでなく、コスト面でも太陽光発電を導入してよかったなと実感しています。

—— 電力を2割から3割賄えるという、結構大きな割合を占めますね。

**渡辺** 弊社は元々大阪市内に本社があったのですが、2021年3月に現在の東大阪市の社屋へ移転しまして、その際にせっかくの機会だからと様々な対策を行いました。照明を全てLEDに変更し、エアコンもすべて省エネタイプの最新のものを採用しました。そういった施策のひとつとして、太陽光発電を導入することにしました。加えて、今年の6月からは購入する電力も再生可能エネルギー

100%の電力へ変更しましたので、現時点で弊社の電力は、太陽光発電と購入電力合わせて再生可能エネルギー100%を達成している状況になります。

—— 素晴らしいですね。



トキワ印刷社屋の屋根に設置された太陽光パネル

**渡辺** 他にCSRに関わる取り組みとしては、コロナウイルスの影響で一時期中断していたのですが、障害者の方に向けた職業訓練の場の提供を行っています。発達障害を抱える学生や卒業生の方に2週間ほど弊社の工場に入ってもらって、仕事とはどういうことか、製造業とはどういったものなのか、という経験をしてもらっています。

—— CSRについて、社員の方はどのように関わられていますか？

**渡辺** CSRの取り組みを始めるときに、社内集まって、自分たちにどういうことができるかという話を皆でしました。募金箱を置こうとか、マイカップを持ってきたらどうとか、せっかくだから地域清掃をしたらどうかといった従業員からの意見を集めて、できることからやってみよう。また、実際にCSR認定を取っている他社の方へお話を伺い、「これだったらうちでもできるよね」と従業員と共に選んで、他社の良い点を自社でも取り入れていくようにしました。

—— 社員の方のCSRに対するモチベーションを上げる試みはありますか？

**渡辺** ピンポイントでモチベーションを上げる取り組みではないかもしれませんが、社内では「改善提案活動」を継続的に行っています。改善提案活動とは、月1回、各部署から改善案を上げてもらい、優秀な提案を表彰する試みです。提案の内容は、生産性の改善や品質の向上に限らず、CSRの活動に資するような提案についてもOKという形を採っておりまして、新たな取り組みを随時受け付けています。



—— CSRの一環として、トキワ印刷ではMUDアドバイザー検定を取得された社員の方がいらっしゃるとお聞きしました。

**渡辺** はい。制作スタッフの2名がMUDアドバイザー検定を取得しております。弊社の主力商品は商品パッケージですが、多くの商品が店頭で陳列されているなか、消費者が商品を手取るかどうかは、一瞬で決まります。パッと見たときにお客さんが手に取ってくれるかどうかは、やはりいかに情報が伝わりやすくパッケージに記載されているかというところに絞られると思います。

我々としても、お客さんに手に取ってもらえば、取引先の商品が売れる、商品が売れば我々のパッケージも売り上げが増えるということで、視認性が良く情報をきちんと伝えるために、MUDの考え方をパッケージに取り入れるべきだと考えております。ですので、せっかくMUDアドバイザー検定というMUDを学べる手段があるのだから、MUDを勉強して資格を取得し、その観点からのアイデアを取引先にどんどん提案していきましょうというのが、我々の考えでございます。

—— 特に商品パッケージだとMUDの観点は重要ですよね。実際にお取引先にはこういったご提案をされていますか？

**渡辺** 分かりやすいところかというと、文字についてはUDフォントを使いませんか、と提案させていただきました。先日、従来のフォントからUDフォントへ変更しただけでも格段に分かりやすくなるということを示した企画資料を作成しまして、取引先の一部の部門だけではなく、すべての部門に情報を回覧して下さるようお願いしました。

また、さすがにこれは色的に見にくいですよねというのをこちらから指摘して、改善案のアドバイスさせていただくこともありました。なかなか見え方の検証をするのは難しいですが、弊社では人間の視線を全部データ化できるアイトラッキングという海外のシステムも導入しております。

—— 今回資料としてご用意くださった統合報告書、大変よくまとまっていてトキワ印刷のCSRやSDGsに対する取り組みが一覧できますね。

**渡辺** 統合報告書とは、財務情報に加え、企業の経営戦略やCSR、ESGなどの非財務情報を併せてまとめたものです。日本でも多くの上場企業が発行していますが、我々一般企業でも、こういう風にやっていると、私が作成しました。統合報告書を作成しておく、取引先にそのまま渡せば弊社はこういったことに取り組んでいますよ、ということが報告しやすくなり、負担が軽減されます。

—— 渡辺社長自ら作成されたのですか？

**渡辺** はい、経営計画書と重複する箇所も多いですが、私が作成しました。先日、統合報告書の作成方法の指導なども含む、全印工連主催のサステナビリティレポートアドバイザー養成セミナーを受講しまして、大変勉強になりました。修了書もいただいたので、フェイスブックにセミナーを修了したことを投稿したら、他の印刷会社の社長さんが「僕もこのセミナーを受けたい」とおっしゃって。ただ、こちらのセミナーはCSR認定企業の社員でないと受けられないセミナーだったんですね。それを伝えると、CSR認定に興味を持ってくださったのです。こういうコンテンツが動機となって、CSR認定を目指すのもきっかけのひとつとして良いのではないのでしょうか。



全印工連が主催する  
サステナビリティレポートや  
統合報告書の作成セミナー  
(記載日程は既に終了しています)

—— サステナビリティレポートアドバイザー養成セミナーは、CSR認定制度を設計された影山摩子弥先生が講師をご担当されているのですね。CSRへの理解が一層深まりそうです。

**渡辺** そもそもツースター認定を目指すとなると、統合報告書の作成は必須になりますね。統合報告書の作成要請は年々高まっているのですが、作成できる人が少ない状況にあります。印刷会社が統合報告書を作成できる知識を取得し、取引先に統合報告書の作成を提案できるようになると、今後大きな強みになると思います。

—— 最後に、大阪府印刷工業組合のCSR推進委員会委員長であり、全印工連CSR推進委員会の委員として、CSRのワンスター認定の取得を考えている印刷会社の方に向けて、メッセージをお願いします。

**渡辺** 先ほどの繰り返しになりますが、CSRやSDGs、ESGに今企業として取り組まないと、クライアントの取引企業の選択肢から外されてしまうリスクがあります。少し言い方としては消極的かもしれませんが、やはり選ばれる企業であるためには、CSRは必須として取り組むべきものというのが私の考えですね。

# 全印工連CSR認定募集のご案内

## 第49期ワンスター認定(応募締切：2025年4月30日)

CSRは、企業が社会から信頼され魅力ある会社となるための企業戦略・成長戦略であり、地域密着型の中小印刷業においては、優秀な人材の確保や企業ブランドの確立、顧客や金融機関による企業評価の向上等につながり、持続可能な経営に寄与するものです。

全日本印刷工業組合連合会(以下、全印工連)では、CSR研究の第一人者である横浜市立大学の影山教授監修のもと中小印刷業CSR規格を策定し、企業のCSR認定に取り組んでいます。これからCSRに取り組む企業様も既に取り組まれている企業様もCSR認定をご活用くださいますよう、ご案内申し上げます。

※2024年12月現在のCSR認定企業は146社

### 募集期間

2025年2月3日(月)～4月30日(水) ※2025年6月認定登録(予定)

### 申請書類

応募申込書の到着後、全印工連より申請書類をお送りいたしますので、次の①～⑤を提出して下さい。

- ①CSR取り組み項目チェックリスト
- ②法令遵守宣誓書(所定様式)
- ③納税証明書(税務署が交付した証明書)
- ④過去3年の行政処分がないことの宣誓書(所定様式)
- ⑤添付書類(CSR取り組み項目チェックリストでチェックした項目を証明する書類)

### 認定の概要

ワンスター認定はCSR認定の標準認定であり、審査機関のCSR&サステナビリティセンターが書類審査を実施し、外部の有識者で構成する全印工連CSR認定委員会において認定します。認定企業は、CSRマークを自社の名刺やホームページ、顧客の印刷製品に表示することができます。

認定取得後は2年毎に更新審査を行い、上位認定であるツースター認定を取得することも可能です。

ワンスター認定 CSRマーク



P-00000

### 認定の仕組み



CSR認定証



(単位：円・税込)

### 認定費用

※認定費用は従業員規模により異なります。従業員数には従業員のほか役員も含まれます。

従業員数	1～9	10～19	20～29	30～39	40～49	50～99	100～199	200～299	300～
組員	55,000	60,500	66,000	77,000	88,000	99,000	110,000	121,000	132,000
組員外	110,000	121,000	132,000	154,000	176,000	198,000	220,000	242,000	264,000

### お問合せ

CSR認定の詳しい内容、申請書類等については、CSR認定のホームページをご覧ください(右記QRコードからご覧いただけます)。

URL [https://www.aj-pia.or.jp/csr\\_main/](https://www.aj-pia.or.jp/csr_main/)  
e-mail [csr@aj-pia.or.jp](mailto:csr@aj-pia.or.jp)



大阪府印刷工業組合は、過去から引き継いだ有形無形の組合資産を最大限に活かし、印刷業界の枠を超えた周辺の産業と積極的に繋がり・協創する「情報産業のハブ」になり「産業の枠を上げ」、「組合員各社の可能性を上げる」3つの軸を核に活動・推進に努めています。また、本部主催の定期的なイベントやネットワーキングの機会を通じ、組合員同士の連携と情報交換の場を提供し、組合員の結束の強化につなげています。「ものづくりの印刷工業組合」から、「モノからコトへ」=「印刷+α」へと、大阪府印刷工業組合の提供事業・サービスを通じて新たな価値創造ができる改革にチャレンジしています。

2024年に大阪府印刷工業組合は70周年を迎えました。印刷産業がこの先の未来も永続的に発展できるよう、新たなビジョン「“実用性”から“意味性”へ／新たなメディアとしての印刷の可能性」をテーマに70周年記念事業を企画しています。

## ■ 組織交流：組合参画メリットの充実・強化策を実行

「組織活性化委員会」では本部主催の組合員交流事業（組合員例会やサークル活動）を企画・実施することにより、組合員のみならず社員やご家族の満足度を高めています。「パートナーシップ特別委員会」ではメーカー・ベンダーとの連携を強化し、国の補助金の説明会を含めて、各組合員企業の新事業開発を支援します。

## ■ 次世代教育：会社を「継ぐ」から「創る」へ

「経営革新委員会」は大阪府印刷工業組合が2023年から開講している経営者養成プログラム「印刷経営革新塾」塾生一期生が委員となり、二期目に入る塾のカリキュラムを見直し、講座の企画並びに塾の運営を担当しています。「教育研修委員会」では次世代教育の一環として、経営者自らアップデートするとともに「会社の成長=社員の成長」とも考え、社員を対象にした教育研修事業も実施しています。青年部の「大阪青年印刷人協議会（大青協）」では次世代を担う印刷人のネットワークを形成しています。



印刷経営革新塾

## ■ 事業開発：正しく群れる可能性を拡げる



ペーパーサミットの会場

「協創特別委員会」では自社単体では実現が難しいような事業を組合員が共同で開発できるような環境を創出します。「地域共生委員会」ではペーパーサミットのコンテンツの深耕と運営を通じて、新たなビジネス・プロダクトを創造します。そして、開発した商品を一般流通させるまでを目標に掲げて活動します。



SNS インサツグラム



広報誌 PRI・O

## ■ 広報渉外：サステナブルな未来を実現するために

「広報委員会」では大印工の活動を業界内外に広く発信し、印刷業界のプレゼンスを向上します。「サステナビリティ委員会」では業界において印刷会社が社会課題の解決に取り組むにあたり、CSR 活動を通じて今後、社会に求められる SDGs の思想・ESG 経営=「21世紀のいい会社」を啓発します。

大阪府印刷工業組合 事務局

〒534-0027 大阪府大阪市都島区中野町 4-4-2  
TEL 06-6353-3035 / FAX 06-6352-2360  
URL <https://osaka-pia.or.jp/>



# 2025年の中小企業施策の方向性と実施予定の補助金について

株式会社 GIMS 中小企業診断士 寶積 昌彦

<https://gims-consulting.com/houzumi@gims.co.jp>

今回は2024年10月に実施された衆議院選挙の結果を受け、各党の選挙公約に記載されていた中小企業向け施策について紹介をいたしました。その後、12月17日には令和6年度補正予算が閣議決定されました。補正予算における中小企業対策費として6,681億円が計上されています。これに従前からの基金約3,500億円を加えた1兆円程度が補助金を含めた施策に費やされることとなります。

また、2025年1月1日には年頭所感として毎年中小企業庁長官が、その年の中小企業支援に関する方向性について声明を発表しています。この所感を確認することで当該年度の支援の方向性を見定めることができます。

そこで今回は、2025年に実施が予定されている補助金と国の支援の方向性について確認をしてみたいと思います。

## 設備投資に活用可能な補助金

設備投資に活用が可能な補助金としては、昨年から実施している「中小企業省力化投資補助金(省力化補助金)」「ものづくり補助金」の他、新たに「新事業進出促進補助金」が実施される予定です。中でも、省力化補助金は昨年から実施している「カタログ注文型」に加えて、新たに「一般型」が実施されます。これは昨年実施した「ものづくり補助金省力化オーダーメイド枠」の後継制度のイメージです。単なる設備導入だけでなく、導入先ごとに必要な改造や設備の組み合わせといったものが対象となります。

また、新たに実施される「新事業進出促進補助金」は現段階で実施されている「事業再構築補助金(成長枠)」の後継制度のような位置づけと考えられます。まだ現段階で「事業再構築補助金」の交付事業者が「新事業進出促進補助金」に申請できるかなど詳細は不明です。今後の追加情報が待たれます。

事業名	補助金額・補助率	備考(賃上げ要件等)
省力化補助金 (カタログ注文型)	5人以下 200万円 6～20人 500万円 21人以上 1,000万円 補助率 1/2	人手不足解消に効果がある「汎用製品」導入支援 ・カタログ登録されている設備を選択して申請 ・労働生産性を3年間において年平均成長率3%以上
省力化補助金 (一般型)	5人以下 750万円 6～20人 1,500万円 21～50人 3,000万円 51～100人 5,000万円 101人以上 8,000万円 補助率 1/2(小規模 2/3) ※ 補助金額 1,500万円までは 1/2 または 2/3、1,500万円を超える部分は 1/3	業務プロセスの自動化・高度化、ロボット生産プロセスの改善、DX など事業内容に合わせた省力化設備が対象 【対象例】 ・カスタマイズ機器・設備 ・設備とソフトウェアの組み合わせ ※ 補助金額 1,500万円までは 1/2 または 2/3、1,500万円を超える部分は 1/3

事業名	補助金額・補助率	備考(賃上げ要件等)
ものづくり補助金 (製品・サービス高付加価値化枠)	5人以下 750万円 6～20人 1,000万円 21～50人 1,500万円 51人以上 2,500万円 補助率 1/2(小規模 2/3)	革新的な新製品・新サービス開発に必要な設備が対象 ・1人あたり給与支給総額の年平均成長率が実施都道府県における最低賃金の直近5年間の年平均成長率以上、または給与支給総額の年平均成長率が+2.0%以上 ・事業所内最低賃金が実施都道府県における最低賃金+30円
新事業進出促進補助金	0人以下 2,500万円 21～50人 4,000万円 51～100人 5,500万円 101人以上 7,000万円 補助率 1/2 ※ 補助下限 750万円	既存事業とは異なる、新市場・高付加価値事業への進出にかかる設備投資を支援 ・新製品(サービス)と新規顧客の両方が条件 ・1人あたり給与支給総額の年平均成長率が実施都道府県における最低賃金の直近5年間の年平均成長率以上、または給与支給総額の年平均成長率が+2.0%以上 ・事業所内最低賃金が実施都道府県における最低賃金+30円

## 大規模投資補助金

冒頭に述べた 2025 年元旦の中小企業庁長官の所感では、中小企業施策の方向性として、「取引適正化の推進」「生産性向上支援」の他に「成長投資支援」が挙げられていました。これは具体的には売上高 100 億円を目指す会社への支援や中堅企業への重点支援といったものが挙げられます。下記の制度は大規模投資の実行を行う際の大型補助金となります。

事業名	補助金額・補助率	備考(賃上げ要件等)
中小企業成長加速化補助金	5億円 補助率 1/2 ※ 最低投資額 1億円以上	売上高 100 億円への飛躍的成長を目指す企業の支援(建物費・設備投資等の補助) ・申請時に「売上高 100 億円を目指す宣言」を行っていること 府県における最低賃金+30円
中堅・中小企業成長投資補助金	50億円 補助率 1/3 ※ 最低投資額 10円以上	中堅・中小企業の大規模投資(設備投資・工場・倉庫の新設や増築等)を支援 ・新製品(サービス)と新規顧客の両方が条件 ・補助事業の終了後 3年間の対象事業に関わる従業員等 1人あたり給与支給総額の年平均上昇率が、事業実施場所の都道府県における直近 5年間の最低賃金の年平均上昇率以上

## まとめ

現時点では詳細不明なものも多く今後の発表が待たれますが、賃上げと大きく関連付けされている事や支援対象が中規模・中堅企業の大規模投資にシフトしている点は気がかりです。なお現状で売上高 100 億円以上の会社は全体の 0.4%の 1.4 万社です。ここに支援を集中する施策には個人的に違和感が残るのですが。



## みなさんぜひ「カポッドキャスト」をお聞きください

こんにちは! 今期、全国青年印刷人協議会東北ブロック担当副議長を仰せつかっております、岩手県の有限会社紫波印刷の熊谷賢と申します。今月の「全青協ページ」を担当させていただきます! 日々、地元岩手県で印刷業に携わりながら、自分自身の好きな事を仕事にして『印刷』で地域貢献できないか模索してる変態です(笑)

昨年10月に開催された東北ブロック協議会では、講師選定で躓きましたが、同じ副議長の中部ブロック担当の四ツ橋副議長から講師を紹介をいただき助けられました。講師によるお話や実践的なアドバイス、さらには地域課題に取り組む深い話に感銘を受けました。そして参加者同士で行ったグループワークがとても熱心で、非常に有意義な時間を過ごすことができました。

私は、PRINT NEXT 2022 をきっかけに全国青年印刷人協議会の活動に参加させていただきました。業界に関わる人々と交流し、新たな人脈を築くことができ、全国の印刷人

から多くの刺激を受け、新しいアイデアにも繋がっております。夢中になれる好きな事で商品を作る楽しさを日々、感じております。

2月には全国協議会もあります。昨年のブロック協議会「地域変態計画～アトツギベンチャーが未来を変える～」のダイジェスト報告の準備を進めております。ここまでの一年はあっという間でした。西岡議長をはじめ、素晴らしい仲間たちとコンテンツを作っております。

ラスト一年! 東北ブロック担当副議長として皆さんと共により良い活動を進めていけるよう頑張っております。

最後に、定期配信している「カポッドキャスト」をぜひお聞きください! 全国青年印刷人協議会の活動内容など、楽しみながら知ることができる内容となっております。

ここまでお読みいただき、ありがとうございました。今後ともよろしく願いいたします!



全青協カポッドキャスト



全国青年  
印刷人協議会  
ALL JAPAN YOUTH PRINTING ASSOCIATION

<https://blue-print.jp/>

## 印刷ビジネスの課題を共に解決



受注拡大

デジタルを活用した受注体制の強化で  
顧客拡大を支援

印刷物への多様な付加価値創造で  
他社との差別化を支援



生産性向上

自動化やスキルレスでの作業性で  
効率化&工数削減

生産プロセスのスリム化で  
生産性&利益率向上



環境配慮

SDGsや環境課題解決への  
取り組み支援

働き方改革など事業継続に必要な  
社内環境構築支援

多様な視点で  
印刷の未来をデザインする  
RETHINK WHAT'S POSSIBLE

コニカミルタ ジャパン株式会社

つながるプリントラボ

検索

プロフェッショナルプリント事業部 〒105-0023 東京都港区芝浦1-1-1 TEL. 03-6311-9061

印刷業の未来を  
共に創る



インサツのこれからをかんがえる

Print Compass

Powered by RICOH

プリントコンパス

検索

リコージャパン株式会社

〒104-6033 中央区晴海1-8-10 晴海アイランド トリトンスクエア オフィスタワーX33F

**Horizon**  
Change the focus

ホリゾン・ジャパン株式会社

www.horizon.co.jp

使いやすく進化した無線綴じ製本機

無線綴じ機 ICE BINDER BQ-300

新世代15インチパネルHorizonXUI(ホリゾンクロスユーアイ) 初搭載。  
製本のノウハウと自動化技術を融合し、オペレーターの実験や能力に頼ることなく簡単に製本作業を行うことができます。



ICE BINDER

**SCREEN**

印刷市場に革新をもたらす。



詳しくはこちら

フルカラーバリアブルプリンティングシステム

Truepress JET 560HDX



株式会社 SCREEN GP ジャパン 本社/03(5621)8266(代)  
〒135-0044 東京都江東区越中島一丁目1-1 ヤマトネ深川1号館

株式会社 SCREEN グラフィックソリューションズ  
www.screen.co.jp/ga

# RMGT-CSPI

## ともに創る印刷の未来



RMGT-CSPIが  
SDGs達成をアシスト

印刷会社のSDGs達成のためのソリューションを提案、具現化するRMGT-CSPI。  
各分野の企業が連携し、お客さまに寄り添いながら課題を解決・サポートします。

**RMGT** リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社  
〒726-0002 広島県府中市鞆飼町 800-2 TEL 0847-40-1600

RMGT-CSPIの詳細については、こちらをご覧ください。  
<https://www.ryobi-group.co.jp/graphic/cspi/>



**FUJIFILM**  
Value from Innovation

 **Revoria™**

Revoria™ (レヴォリア)は  
富士フィルムビジネスイノベーションによる  
プロダクション・プリンティング・ソリューションの  
ブランドです。

Revoria Press™ —— 乾式トナー方式プロダクション・プリンター  
Revoria Flow™ —— プリントサーバー  
Revoria One™ —— 印刷ワークフロー関連ソフトウェア

プリンティングビジネス全域にかかわる  
この3領域の製品を連動させながら  
グローバルにサービスを展開していきます。

わたしたち富士フィルムビジネスイノベーションは、  
皆様と共にプリントビジネスの可能性を広げ、  
富士フィルムグループの一員として  
真に価値ある製品やサービスの創出に貢献します。



**FUJIFILM**

富士フィルム ビジネス イノベーション株式会社  
〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-3  
TEL:03-6271-5111 (代表)  
<http://fujifilm.com/tb>

富士フィルムグラフィックソリューションズ株式会社  
〒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:03-6419-0300 (代表)  
<https://www.fujifilm.com/ffgs/ja>

FUJIFILM、および FUJIFILM ロゴは、富士フィルム株式会社の登録商標または商標です。  
Revoria、Revoria ロゴ、Revoria Press、Revoria Flow、および Revoria One は  
富士フィルムビジネスイノベーション株式会社の登録商標または商標です。



三月号

二〇二五年(令和七年)三月十日発行(第三種郵便物認可)第七三二号

全日本印刷工業組合連合会発行



この印刷物は、CSR  
に取り組む印刷会社が  
製作した印刷物です。

P-00082



この印刷製品は、環境に配慮した  
素材と工場で作られています。

GREEN PRINTING JFPI  
P-B10026