



感動価値創造 magazine Xi[sài]

2024

10



Happy Industry

drupaから半年、 国内印刷業界はどう変わりつつあるか

出展社を問わず、drupa2024でフォーカスされた技術のひとつに、省人化・自動化が挙げられる。働き手不足の補填、合理的品質管理、魅力的な職場づくりなど、その目的は多様で、「ヒトでなくても出来る作業」を自動化する事が昨今のDXと言える。それらのDXは労働力不足を補うだけではなく、生産性を高める事で製品当たりの原価や消費エネルギーを削減し、競争力を高める。結果的に環境対応性も高めるので、顧客へのアピールにもなり、営業力強化に活用される実例もある。

ハイデルベルグブースで特に来場者の耳目を集めたイノベーションとして、印刷プロセスにおけるタッチポイントの削減、ポストプレスにおける省力化、最新のデジタル印刷機を含む、自動ワークフローが挙げられる。

ハイデルベルグは、drupa2016で印刷機における完全自動運転Push to Stopコンセプトを発表した。既に多数の印刷会社が属人性を排除した工程・品質管理に取り組んでおり、昨年では実に7割近くが抜取を必要としない完全自動品質管理装置を装備し、それ以外の印刷機も人の感性に依存しない品質管理が可能な状態で納入された。drupa2024ではオペレータによるマニュアルタッチポイントを最大98%削減する実演が行われたが、今後これらの驚異的な生産を実現する印刷会社が国内でも現れると思われる。



商業印刷のポストプレスでは、毎時21,000回転の印刷機生産に対応するアイデアとしてパレタイジングロボットや、ジョガーへの給紙から始まる完全自動断裁システムが実演された。国内でも労働負荷の大きな断裁工程から自動化を始めるケースは多い。Polar PACEシステムはその代表格で、オペレータの肉体的負担だけではなく、精神的負担をも低減すると高い評価を受ける。

パッケージングエリアではロボットによるグルアーへの給紙や、加工後のブランクスを自動で箱詰めするパッカー、パッキングロボットなどが注目を集め、国内で導入される日も遠くないと思われる。

デジタル印刷機に関しては、最新の印刷技術もさることながら、それらの技術を導入する事で、どの様に生産工程が変化し、工場全体のスループットを向上させるかという点が特徴的であった。



オフセット・トナー・インクジェット等の選択肢から、後加工も含めて最も効率的な手法をAIが自動で判断し、生産を進めるワークフローもそのひとつである。ここでも、ヒトが「認識・判断・操作」を行うプロセスを削減又は完全になくすることが近未来のフローとして注目を集めた。国内でも既にPrinectワークフローを用いて、従来ヒトが行っていた作業の多くを自動化した印刷会社も多数存在する。

今後は、それらの自動化・省力化の技術が加速度的に進化し、引いては、製品一部当たりの人件費を格段に削減し、かつ人為的ミスの発生をより抑制するフローへと進化し続ける。

記事内で、ご興味・ご関心のあるトピックがあれば、
ハイデルベルグ・ジャパン営業担当者まで、
お気軽にお声がけください。

Unfold Your Potential オープンハウス開催のご案内

drupa会場の熱気を、今度はハイデルベルグ・ジャパン東京ショールームで！ 11月6日から8日までの3日間、オープンハウスを開催いたします。8年ぶりに開催されたdrupa、ハイデルベルグ本社で披露した最新のテクノロジーや業界トレンドを、一挙お客様にご紹介いたします。みなさまのご来場をお待ちしております。

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3-31-8 TEL(03)5715-7377 www.heidelberg.com/jp

LITHRONE GX/G

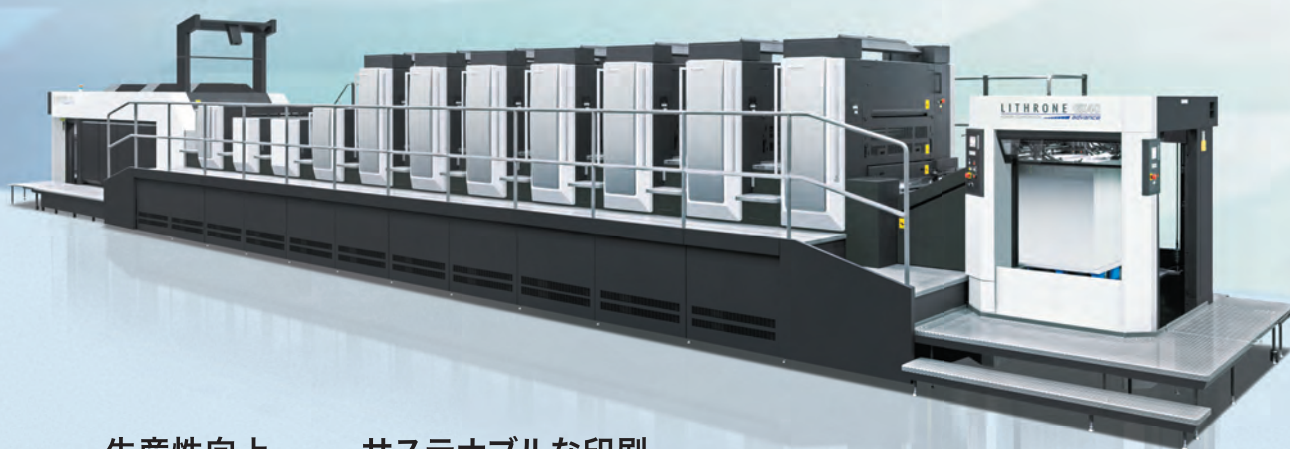
advance

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*1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。

*1 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。

東京海上日動



- 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。

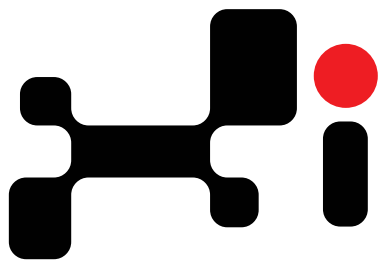


あなたのビジネスに、大塚商会の提案力と対応力を。
<https://www.otsuka-shokai.co.jp/dx/>



 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

座談会・ジェネレーション Z のメディア生態学	6
業態変革その先 原色美術印刷社(広島県広島市)	12
委員会紹介 組織活性化委員会	16
共創パートナー企業 ソリューション提案「DXの一步ば“スモールスタート”から」.....	17
工組紹介 愛知県印刷工業組合	18
全青協 全国の変態の皆さまへ	19
労務 雇用保険制度 現在の制度と今後の主な見直し内容について(2)	20
全国の印刷関連イベントのお知らせ	21
フリーランス・事業者間取引適正化等法が11月から施行されます	



[本号の表紙]

豊橋筆は、文化元年(1804年)に京都から招かれた鈴木甚左衛門が吉田藩(豊橋)で筆作りを始めたことに由来します。豊橋は良質な水に恵まれ、狸やいたち、鹿などの獣毛が容易に手に入り、下級武士の副業として取り入れられたため、筆の産地として発展しました。

最大の特徴は「練りませ」という技法で、獣毛を水で丁寧に混ぜ合わせることで、墨含みが良く、墨はけが遅く使い易い筆を生み出します。この技術により、書道や絵画用の高級筆として高く評価されています。製造工程は約36に及び、選別から毛もみ、練りませ、仕上げ、刻銘まで、全て手作業で行われます。一日に作られる筆はわずか数十本ほどで、職人の技術と時間が込められていることがうかがい知れます。豊橋筆は、その歴史と品質が高く評価され、経済産業省より「伝統的工芸品」の指定を受け、国内外で広く認められ、今もなおその高い品質が保たれています。

NO.726

令和6年10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。

ジェネレーションZの メディア生態学

Facebook も時代遅れ？ 若者に刺さる情報をいかに届けるか 雑誌・テレビはリーチすらできない

1990年代半ばから2010年頃に生まれた“Z世代”は、デジタルネイティブとして育ち、幼少期からインターネットやスマートフォンに親しんできた。彼らは SNS や動画配信サービスを駆使し、情報収集やコミュニケーションを行う一方で、従来のメディアとの関わり方にも独自のスタイルを持っている。今回、印刷会社経営者の Z 世代の子息 3 人に集まって頂き、「座談会・ジェネレーション Z のメディア生態学」と題してオンラインによる座談会を企画した。彼らはどのようなメディアやデバイスに接し、活用しているのか。これから社会を担う Z 世代の情報コミュニケーションの行動様式から、情報発信のあり方のヒントを探った。

インスタで調べもの 友だちの電話番号は知らない

青木 今日は Z 世代といわれる皆さんに、普段どのようなメディアやデバイスに触れているのか、またコミュニケーションをどう取られているのかをお聞きしていきます。私は45歳なのでゴリゴリのテレビ世代なんですけど、皆さんはきっと見ている目線や感覚も違うと思います。その辺のところをざくばらんに話してもらえるとありがたいです。まずは皆さんの自己紹介からお願いします。

岩間 山形県酒田市の北星印刷に勤めている岩間敦大と申します。地元の調理師学校を卒業して東京の飲食店に就職しました。退職してから酒田市に戻ったのですが、何もやることなく、母が経営している今の会社に入社して1年半ぐらいになります。会社では製本に携わっています。年齢は2002年生まれで今年22歳です。

青木 仕事は楽しい？

岩間 日々、納期に追われていて正直、楽しくは…。印刷業については素人だったので、小学生の頃に手に取っていた本って、こうしてできるんだなと感じられた時は楽しさを感じました。

東 東京農業大学大学院1年の東麟太郎と申します。23歳になります。大学では農業工学を勉強しています。施設園芸において栽培環境を制御して、毎日管理に行かなくても週に1回の管理でも作物を育てられるシステムの構築に取り組んでいます。また水管理を遠隔で行って制御できると、農家さんが台風などの時に水田が気になって危険な田んぼを見に行く必要も減り、川に流されるなどの水難も防ぐことができると考えています。

青木 なぜ、農業系に？

東 父方の家は専業農家で、現在後継者がいないのですが、自分としては農業にこれからビジネスチャンスがあると考えました。母方の家業である印刷業と農業をつなげることもできるかもしれません。



〔出席者〕 岩間 敦大さん(山形県・北星印刷株式会社)：右上
宮崎 慧さん(広島県・株式会社ニシキプリント)：中央
東 麟太郎さん(宮崎県・株式会社文昌堂)：左上

〔ファシリテーター〕 産業戦略デザイン室 副委員長 青木 允(青樹印刷株式会社 代表取締役)

宮崎 広島市のニシキプリントに務めている宮崎慧と申します。私だけちょっと年齢が上がって今28歳です。

大学では福祉を学び、社会福祉士と精神保健福祉士という国家資格を取得しました。今は家業のニシキプリントに入っているのですが、大学卒業後は5年ほどコンクリート製品の製造会社に勤めていました。岩間さんと同じく入社して1年半ぐらいです。

青木 福祉を学んだのは興味があったから？

宮崎 元々ニシキプリントが創業から障害のある方の雇用を続けていて、そうした環境から福祉系に進みたかったのです。当時は正直、印刷分野にあまり興味がありませんでした。

青木 さきほど私はテレビ世代と紹介しましたが、ポケベルとかも皆さんはあまり知らないですね。皆さんは小さいころからデジタルデバイスに触れてきたと思うんです。最初にお聞きしたいのは普段どんな媒体で情報を集めているのかな。

岩間 基本的に調べたい時はスマートフォンで、googleとか Safari の検索エンジンを使っています。スマホ、タブレットで見たいアニメやドラマ、映画は、Netflix とか Amazon Prime、YouTube を視聴することが多いです。たまにパソコンで Yahoo! ニュースを見ています。

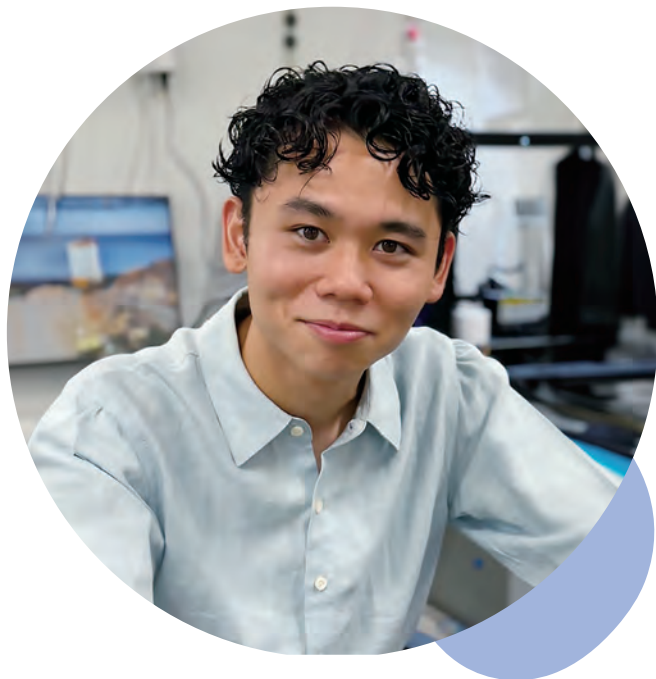
青木 雑誌とか新聞は読みますか？

岩間 読まないですね。印刷業に携わって仕事で見えるくらいです。プライベートで雑誌を手取ることはないです。

東 調べものをする時には、Safari か Instagram を使っています。世の中のニュース的な情報を仕入れる時は、SmartNews で自分の気になる記事を読んでいます。紙媒体を読んで情報を得ることは少ないです。論文などは紙媒体でないと読めないことがあるのですが、それ以外はほとんどデジタル媒体です。

青木 テレビとか見ます？

東 テレビは一応ありますが、ほとんど付けていません。置物状態です。それこそ Amazon Prime 等があるので、映像としての娯楽はテレビがなくても十分足りています。



宮崎 調べものをする時はパソコンなりスマートフォンを使って、Google で調べています。紙媒体は地域限定の新聞などを読んでいます。検索エンジンにかからない情報がありますから。テレビはうちでも置物です。妻がドラマを見ている時についているか、朝、出勤する前に天気予報が流れているぐらいです。ドラマなどは Amazon Prime や、U-NEXT で見ています。テレビ番組はほとんど見ていないです。

青木 テレビには皆さんにとって面白いコンテンツがないってことなんだね。

岩間 テレビを使うにしても Amazon Prime や Netflix のスクリーンの代わりです。テレビ番組はほぼ見ないです。

青木 友達とのコミュニケーションはどういうメディアを使っている？

岩間 基本的に LINE のチャットですね。電話もしますが、LINE 通話です。プライベートでは LINE しか使わないですね。

青木 そうか、友達に電話番号聞く必要はないんだね。

岩間 電話番号は知らないですね。

東 自分も同じような感じなんですけど、どうしても LINE のチャットだけだと不十分なところがあって、文字だけだと感情が乗らずに、多少すれ違いみたいなことも起ってしまいます。本当に伝えたい時には電話したり、直接会って話したりします。電話は LINE です。私も友達の電話番号は知りません。

宮崎 基本的なやり取りは LINE で完結します。後は Instagram や X (旧 Twitter) で、子供が生まれたんだとか、友達の近況を見ています。

青木 岩間さんは SNS やっている？

岩間 使っています。Instagram と Facebook ですね。宮崎さんと同じように Instagram で友達が何をやっているのかを見ています。X は情報量が多くて見ませんね。

青木 東さんは Instagram で調べものをするって言っていましたね。

東 高校生ぐらいまでは LINE だったんですけど、文字と通話を中心なので、写真などの映像が入ってくる Instagram が中心です。大学の同期とは Instagram での繋がりが強くて、LINE は最近聞かないです。

青木 皆さん色々買い物すると思うんですけど、影響を受ける広告媒体ってありますか。紙媒体でも、紙媒体でなくてもいいです。

岩間 お店に行って衝動買いすることが多いですね。釣りが好きで、釣り用品はほぼネットで見ています。釣りの道具が使われている YouTube の動画を見ると買おうかなと思います。Instagram でも釣り用品を見ることが多いです。

東 情報を得るツールは Instagram や YouTube です。ネットで購入を決めることはないです。服が好きなんですけど、ネットだとサイズ感が分からないので。服に限らず何でも店舗で実物を見ることが多いです。自分は Z 世代の中でもかなり古い感覚だと思いますね。

宮崎 影響を受けやすいのは Instagram と YouTube です。買う時は現物を見ます。

状況、場面で使い分け デジタルメディアに怖さも

青木 スマホとかを使う時間はどのぐらい？

岩間 測ったことないのでわからないんですけど、スマートフォンの機能で見ている時間を調べたら7時間から8時間ぐらいは触っていました。そんなに触ってないでしょって思いましたが、それぐらいは使っていました。

東 就学している関係で、室内にいる時間と、屋外に出ている時間にかなり波があって日によってもかなり変わりますが、多い日にはやはり7時間から8時間見えています。少ないと3時間を切っています。

宮崎 1日あたり2、3時間でしょうか。仕事中、パソコンをずっと見ているので、情報デバイスの範囲であれば触れていないのは運転中ぐらいです。

青木 どんなデバイスを使うことが多いの？

岩間 スマホとタブレットです。仕事の時にちょっとパソコンを触るくらいですね。



東 私も同じです。大学だとパソコンを使って、家ではタブレットを使っています。持ち歩き用としてスマホがあるイメージです。

宮崎 スマホとパソコンです。

青木 情報媒体として印刷物の話がなかなか出てこないよね。

宮崎 タウン誌とかは見えています。狭い地域の情報は印刷物でなければ入ってこないんですね。ネットの情報は探しに行かないと手に入りませんが、印刷物だと向こうから情報が入ってくるからです。

青木 自分が欲しい情報がどの媒体にあるかだね。皆さん、何かしらの印刷物は見ている？

岩間 自分は雑誌を見ないと言いましたが、漫画が好きなんです。たまに『週刊少年ジャンプ』を読みますし、『ONE PIECE』の単行本が出たら買っています。普段、仕事で紙の本に触っていますが、漫画を買うことが多いです。

青木 ぼくらの世代は毎週『週刊少年マガジン』を買う人、譲り受ける人、電車の網棚から拾ってくる人と3種類いたの。もう網棚に雑誌は乗ってないよね。

学生の東さんは印刷物に触れるチャンスが多いんじゃないですか？

東 大学入学の年がコロナの始まりの2020年で、学習の形態がガラッと変わりました。高校生までずっと紙で学習していたのが、いきなりパソコンになって、すんなりと頭に情報が入ってこないと感じていたので、学習面に関しては紙に出してメモしたりしていました。理解度を深めるためにはそういう形になりますね。

去年、中学校に教育実習で行った頃は、ちょうどタブレットの配布が小中学校で始まった時期でした。子供たちがノートを取らずにタブレットだけで学習しているので、すごく差を感じましたね。

今は漫画もデジタルで読めるようになっていて、紙とデジタルと半々の状況で、人それぞれで使い分けているのかなと思います。

青木 タブレットにすると先生が宿題をいつやったのか、やっていないのかわかっちゃうわけ。青木くんは遅くまで宿題をやっているよねとか。便利かもしれないけれど、どちらが良いかだね。

宮崎さんは結構、印刷物を読んでいるみたいだけれど。

宮崎 そうですね。新聞は毎日読んでいますし、手にする割合でいうと半々でしょうか。何かをしながら情報を受け取るという状況では圧倒的にデジタルが多く、ちゃんとした情報を受け取る場合は紙媒体です。“ながら”で入ってくる情報は流れていってほとんど記憶に残らないと感じます。

青木 今みたいに紙の方が良いなって感じる場面はある？

岩間 さきほど漫画を良く読むって言いましたが、ページをめくる時に、次にどうなるのかハラハラしながら見るのが好きなんです。スマホでスクロールして読むのはあまり好きじゃないし、やっぱり頭に残らないですね。インターネットに繋がってなかったら、何もできないじゃないですか。本だったら物理的に存在しているので、永久的に読もうと思ったら読めるところが良いところだと思います。

東 デジタルだと気が付いた時に情報がものすごく溜まっていて、引き出したい時になかなか見つからないところがあります。紙であれば目に見えるので、書類が溜まっていたら整理しようと思います。その違いがすごく大きくて、何を持って便利っていうのかはその時々で変わってきます。それとデジタルだと少し怖いところがあるなって。誰でもアクセスしようと思えばできてしまうのがインターネットで、そこが怖いと思います。

宮崎 自分が探そうと思えば見つかるのがデジタルですが、思ってもみないような全く新規の情報が入ってきやすいのが紙媒体だと思います。狭い地域でこの公園でお祭りがあります、というような情報はネットに乗らないですよ。情報を届けられるというのが紙媒体の良さで、基本的に正しい情報が載っているのも紙媒体だと思います。

青木 それじゃさあ、想像でいいんだけど、印刷メディアの将来性ってどんなところにあると思う？

岩間 印刷メディアに携わっていますけれど、正直、需要はデジタルメディアにどんどん持っていかれると思うんです。人工知能が進化して、自分たちの普段の生活の中にも入り始めている状況なので、印刷メディアもそうした流れに沿って進化しないといけないと会社に入ってから思いました。全く興味がなかった業界ですが、働いてみて、印刷メディアとデジタルメディアをつなげれば面白いかなと。飲食店で PayPay で支払う時の二次元コードって

印刷されていますよね。これも印刷とデジタルが結びついています。

東 業界にいるわけではないのですが、デジタルが良くて、紙が悪いということではないと思います。互いの強みを見つけて社会に訴えていくことが課題でもあり、可能性でもあると見ています。それと若い世代もデジタルメディアの扱いに難しさを感じているので、そうしたところにも情報を扱う業界としてアプローチしていけると思います。

宮崎 印刷の需要は減っていくかもしれませんが、全くなくなるわけではないと思います。正確な情報を安定して供給できるのが印刷物ですし、福祉領域ではパンフレットやリーフレットだから伝えられる内容もあります。地域の祭りなどのイベントを訴えるという意味で、チラシの配布は有効です。逆に課題といえるのが、デジタルメディアが持っている情報のスピード感です。デジタルと融合することで、印刷メディアも情報のスピード性を持てることであれば良いなと思います。



岩間 情報メディアに関しては東さんが言ったようにちょっと怖いところがあって、最近のニュースで大谷翔平の豪邸を撮影したテレビ局が炎上した話があったじゃないですか。情報がすぐに拡散してしまうのが怖いですね。印刷メディアがデジタルメディアと戦った時に、きちんと時間とお金と人を使っているという信頼性の面では勝つと思うんです。でも、そういう良さを皆が知らない。知って

もらえるようになればデジタルメディアと一緒に成長していけると思います。

東 母親から聞いて衝撃的だったのが、印刷会社の数がコンビニと同じ数ぐらいあると聞いた時です。縮小傾向の中でもそれだけあるというのは驚きでした。地域の小さいコミュニティに強いのがこの業界だと思うので、それをどう活かしていけるかだと思います。逆に会社が多いので仕事の取り合いになって、必要以上に価格が下がっているところが課題なのかなと思います。

青木 印刷自体の需要は減っていくけど、産業としては可能性があるっていう感じかな。



岩間 私はまだまだやれると思います。必要な時は必要だし。でも、将来的なことを考えると、印刷物を必要としているのが年配の方が多いという印象で、今の若い世代が社会の中心になってきた時に印刷メディアが刺さるのかなという心配はあります。

東 まだまだ印刷メディアが重要というところはあると思うんですけど、会社経営という側面からは難しいのかなと感じています。デザインが個人でもできるようになっていて、印刷も年賀状のように家庭でもできるじゃないですか。会社としてデザインして印刷して製本するという必要性が落ちて、ビジネスとしてのバランスが難しくなる気がします。

宮崎 逆に印刷ができること自体が付加価値になっていくのではと思うんです。デザイン、編集、印刷、製本、納品を一人でやるにはとても労力がかかるので。その価値をどう展開して提案していくかは、印刷業に関わるこちら側の責任で、イベントがあればチラシが効果的ですとか、むしろ Instagram で発信した方が伝わりますよという展開が必要だと思います。

青木 最後の質問です。皆さんまだ若くて色々な可能性を持っていると思うんですけど、ちなみに親御さんが経営している会社を継ぐつもりはある？ 今の段階でいいんですけど。

岩間 ありますね。一から起業するとすごくお金と時間がかかるじゃないですか。ありがたく使わせて頂きますというぐらいの気持ちで普段の業務にあたっています。

東 結論から言うと前向きに継ぎたいと考えています。Z世代は公務員志望など安定志向が多いのですが、良くも悪くも自分の仕事に対する結果が見える方にやりがいがあると思っています。会社経営にはすごく興味があります。

宮崎 入社する前からそのつもりでした。もちろん社長の考えはあると思いますが、継ぐ意思はあります。

青木 今日はとても興味深い話が皆さんから聞けました。テレビ世代としてはテレビをほぼ見ないとか、X もあまり見ないという話が衝撃的でしたけれども。新しいメディアが続々と出てきて多様化する中で、印刷メディアの立ち位置も考えさせられました。宣伝にしてもターゲットが接触しているメディアを意識しないと、全くリーチできないんだなということも感じました。皆さん、印刷会社を継ぐという意味をお持ちなので、Z世代の新しい感覚をぜひ、印刷産業にももたらしてもらいたいと思います。本日はどうもありがとうございました。



CASE STUDY 🔍

業態変革その先

原色美術印刷社(広島県広島市)

“グッズ”で開く未来への扉 オフ輪からの撤退で退路を断つ



代表取締役 田尾直也氏

これまで会社を支えてきた事業を切り離すことは、中小企業の経営者にとってリスクを伴う大きな決断である。株式会社原色美術印刷社代表取締役社長の田尾直也氏も、2023年3月に長らく商業印刷事業の主力だったオフセット輪転印刷機の稼働を終了させるまで、煩悶として毎日、眠れぬ夜を過ごした。“グッズ”という新たな道に大きな手ごたえをつかんだ現在、その決断が未来の扉を開きつつある。

背中を押したコロナ禍

1953年創業の原色美術印刷社は1972年、中四国地区初のオフセット輪転印刷機を導入し、大手流通チラシの需要を取り込みながら事業を拡大してきた。

商業印刷市場のターニングポイントは2008年のリーマンショックである。クライアントが販促費を絞り込み、需要が急激に冷え込んだ。その頃から、国内でも普及し始めたスマートフォンが新たなコミュニケーションの可能性をもたらし、企業の販促活動のデジタルシフトが始まっていく。田尾氏が原色美術印刷社の代表取締役社長に就いたのは、商業印刷市場の行方が不透明になりつつある2013年、創業60周年を迎えた年だった。

「社長に就任した時、業界でもこの先、紙の印刷自体がどうなるのだろうという状況でした。このままではいけないとは思っていましたが、この先、これをやりたい、という明確な方向がなかなか見出せませんでした」

2008年には新規顧客の開拓と既存顧客の深耕を強化するためにWeb事業を開始し、デジタルメディアの分野にも手をかけた。Web事業は10年後の2018年からスタートした動画や空撮、VR、ARといったコンテンツ制作と

関連し、印刷を含めたメディアのクロスセル戦略の起点となったが、当時はチラシ印刷の売上減少をカバーできるものではなかった。田尾氏が危機感を募らせながらも、社内の雰囲気は旧来の物量を追いかける業態のままだった。

社会がリーマンショック以上のパラダイムシフトを突き付けられたのは新型コロナウイルス感染症の世界的な流行だった。あらゆる企業、店舗の集客に伴う販促活動がストップし、商業印刷需要を直撃した。オフセット輪転印刷機による商業印刷が売上の大半を占めていた同社も、まともにその影響を受けた。

「ほとんどのイベントが中止になり、人を集めるなという社会に変わったわけですから、当然、チラシはいらなくなるわけです。当社も売上がガクッと落ちました」

まもなくすると電気、ガスのエネルギー価格、インキ・紙の資材価格が上昇した。中には7割が紙代という受注案件がある中、「ここまで来たら決断せざるを得ない。オフ輪を持っていると、会社全体が新しい仕事を生み出そうという発想に切り替わらないという思いもありました」と、1972年から50年もの間、原色美術印刷社の基幹を担ってきたオフ輪事業からの撤退を決断する。

その間、田尾氏は眠れぬ夜を何ヵ月も過ごした。経営者

としての覚悟を抑えていた一番の要因はオフセット輪転印刷機に関わる社員の行く先だった。それでも企業の持続可能性、他の社員の将来、今、自社が置かれている状況を考え、2023年2月にオフセット輪転印刷機の稼働を停止し、同年5月に撤去した。

インバウンド需要に活路

広島市は国際平和文化都市として訪日来客に人気があり、国内を含めると年間1,000万人以上が訪れる。

同社のフラットベッドUVインクジェットプリンター、レーザー加工機、3Dプリンターは2022年、そうしたインバウンド需要向けに導入されたもので、これを機にオリジナル商品とノベルティーの制作の内製化を始めた。オリジナル商品であれば、チラシ印刷と異なり価格が決定でき、納期にもそれほど縛りが無い。

「ワクワクしながらモノづくりができ、広島という土地柄からインバウンド需要が見込めると考え、グッズに着目しました」

2022年に設備を導入してから、プリプレス担当だった社員が中心となって約1年間、機器を使い込んでその特性を把握。ボトルや絵馬へのプリントやボールペンの名入れなどの足元の受注案件をこなしながら、自由な発想でアクリル商品の試作を繰り返し、『HACO レイヤー』、『ACZURU』、『vari シリーズ』というアクリルを素材としたグッズを開発した。使ったアクリル素材は山ほどになるが、田尾氏は先行投資と割り切った。

当初、「正直、売れるかどうか賭けでした」という平和のシンボルである折り鶴を象った『ACZURU』は、原爆ドーム近くのおりづるタワーでの販売が決まった。「外国人に良く売れることが分かったので、飛び込みをかけた東京駅の東京キャラクターストリートのお店の方から、歌舞伎座がいいんじゃないかというアドバイスを頂きました。歌舞伎座に持っていったところ、すぐに置いてもらえました」と、販路を一つひとつ獲得していった。

今年7月、東京ビッグサイトで開催された推し活グッズEXPOでは『ACZURU』と、絵柄を印刷した複数のアクリル板を重ね、多層構造と同社の編集技術により写真や絵を立体的に表現したグッズ『HACO レイヤー』、観光シンボルを象った『vari シリーズ』を展示。想定を超える数のライセンスやバイヤーがブースに足を運び、商談を交わし、現在、広島市以外の観光地や量販店での販売の話が進んでいる。

オリジナル商品やノベルティーの内製化に取り組み始

めて約2年が経過し、「オフ輪を回していた時には長時間仕事してもマイナスの仕事がありました。売上は多いかもしれませんが、社内に残るお金は圧倒的にオリジナル商品、ノベルティーの方が多くですね。粗利率もオフ輪の比ではありません。この部分が価値なのだと思います」と、経営面での成果が見えてきている。

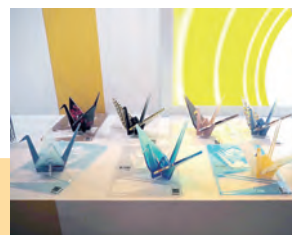
推し活グッズEXPOでは同業も含めた来場者から、オリジナル商品の細やかな加工精度を評価する声が寄せられた。社員の「紙への印刷」で培った品質に対する厳しい目やノウハウが活かされており、『HACO レイヤー』は複数の画像を重ねて一つのデザインを生成する“レイヤー”の技法から生まれている。

現在、同社の社員の平均年齢は約47歳である。「4代のおじさんが商品を企画しました。伸びる市場に関わっているというワクワク感があれば、年齢なんて関係ないですね。社員の力、アイデアに本当に助けられたなという思いです」

田尾氏はこれまでを振り返って「私たち印刷業界は値段頑張ります、納期頑張りますと過剰サービスで対価を転嫁できていないんですよ」と述べ、直近の目標として「その逆で、価格決定権と時間の主導権を持って、うちの商品はこうですから待って下さいねという状況を作り出すことです」と先を見据える。新しい領域に手応えを感じつつも、不安もある。しかし、それを確かな道にするのは自らの情熱と信念にあると、社員とともに未来への扉を開く意を固める。



アクリルを重ねて立体感を出した
HACO レイヤー



ACZURU



観光シンボルを象った
vari シリーズ

株式会社原色美術印刷社

代表者：代表取締役 田尾直也
従業員：14名（2024年8月現在）
所在地：広島市西区商工センター7丁目5-48
<https://www.genshoku.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



モリサワ

印刷と 共に、27年。

PrintSapiensは導入シェア、JDF連携実績、
販売実績期間ともに国内1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

PRINT SAPIENS

見積面付計算シミュレーションパッケージ

MIZMO SAPIENS

紙卸商向け基幹業務管理システム

KAMI SAPIENS

B2C B2B対応Web to Print 受注サイト構築アプリケーション

SAPIENS SHOP FRONT

印刷積算シミュレーションソフト

MITSUMOZINURUS

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

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

箱押名入れクリアホルダー
安と早い
17.8円
(5,000枚製作)
自社工場だから
高品質
短納期
最短3日間
数量 単価 価格 納期
500 36.8円 18,400円
1,000 23.8円 23,800円 3日
3,000 19.8円 59,400円
5,000 17.8円 89,000円 4日
※クリアーの価格です。色物は@5UP。箱押の版サイズは50cm以内となっております。デザインは完全データ(イラストレータ8.0~CS6)にてご支給下さい。

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>



●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 ●ホットスタンプ(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・エコドジック・ツイインリング・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1ダブル・II、スーパークリスタルカレンダー、タビメモリ



組織活性化委員会

委員長 浜田 彰

共済事業のメリットを追求し、
発信し続ける

隣接領域にも組合員広げる

今期から組織活性化委員会の委員長を仰せつかりました東京都の浜田彰です。2年間よろしくお願いいたします。

今期より組織共済委員会から組織活性化委員会と名称を改めました。当委員会は共済制度に加えて、組合員のコミュニケーション強化や加入者増強を推進し、組織全体を活性化させる、という方針に則り、新しい委員会としてスタートしました。

共済制度は全印工連が組合員に提供する大きなメリットであることは変わりません。今後も生命共済制度（ライフピア）をはじめとした各種共済制度の情報発信を徹底していきます。全印工連が提供する共済制度は少ない負担で手厚い補償を受けられます。福利厚生や設備能力を充実させ、企業としての価値を高める素晴らしい共済制度です。詳細は全印工連の公式サイトなどで情報を発信しております。ぜひ触れてみて、共済制度の加入で会社の負担が軽減できること、介護や設備投資など様々なメリットが得られることを、確かめてみてください。

組合の活性化には、組合員のコミュニケーションの促進も必要です。当委員会は現在、これまでにない新たな情報プラットフォームを構想しています。全国組合員の情報交換の円滑化により、コミュニケーションを豊かにし、更に自社情報を登録することでワークシェアも可能にするツールを目指します。

また、組合員の増強も推し進めていきます。業態変革を実践し、新しい領域でのパートナーとのお付き合いもあるかもしれません。今後は印刷業に留まらず、デザイナー・

フォトグラファーなど幅広い事業領域へアプローチを広げていきます。これまで接触のなかった業種の企業が組合に加わることで、新たな協業関係が構築され、業界の“協創”の実現が期待できます。新たな仲間から刺激を受けることで、自社のビジネスモデルの再考と仕事の領域拡大にも繋がります。今後は新たなパートナーに全印工連の共済制度、Adobe ライセンスプログラム、特定技能制度など様々なメリットを、粘り強く伝えていきます。

当委員会は組合員に提供できるメリットを追求し続けていきます。皆様も、全印工連の提供する各種制度から、自社のメリットを探してみてください。経費削減に繋がる制度や、新たな仲間探し等、必ずプラスになるものが見つかります。是非とも、自分のこと、自社のこととして全印工連の事業を紐解いて頂きたいと思います。当委員会は今後も、組合の全ての皆様に情報が行き渡るよう、繰り返し発信していきます。またパートナーの輪を広げるためにも、勧誘のお声がけにご協力いただければ幸いです。



右のQRから「ライフピア」のPR動画を
是非ご覧ください
(パスワード：kyoiku)



DX の一步は“スモールスタート”から

リコージャパン株式会社はプロダクションプリンターに限らず、プリプレスから発送まで工場全体の最適化、営業力強化、事務の効率化に至るまでの幅広いデジタルソリューションにより、印刷業の皆様のDXによる変革を支援しています。私たちは、足元の小さな課題を改善する“スモールスタート”で短期間に成果を出し、社員の方たちのモチベーションを上げ、徐々に拡げていくロードマップを描くことをお勧めしています。

スマートファクトリーまでの道筋

現在、モノクロプロダクションプリンターの無人稼働を実現している札幌市の正文舎様も、取り掛かりはスモールスタートでした。最初のステップは、工場内の作業を洗い出し、ソフトウェアや機械による自動化が可能な工程の選定でした。Excel のマクロ処理からスタートし、徐々にRPA（ロボティクス プロセス オートメーション）に広げて人によるルーチンワークを自動化し、作業の効率化、人的なケアレスミスの削減という成果を出されました。

モノクロプロダクションプリンターの無人稼働ではジョブ送信ロボがプリンターに出力指示をかけています。今では印刷枚数やトレイ選択、差し込みページの指示など、これまでオペレーターがジョブごとに入力していた作業を取り除きました。これらのワークフローにはプロダクションプリンター以外のリコージャパンの技術や製品が採用されています。そうしたソリューションを利用しながら、正文舎の社員の方たちとリコージャパンのスタッフが協働で一つひとつ、アナログ作業をデジタル化していきました。

営業力強化は顧客情報の管理から

「既存顧客の営業が中心で担当者に聞かないと分からないことがある」、「営業先で見積りを依頼されても会社に戻らないと提出できない」などのお悩みはないでしょうか。お客様の情報がデジタル化され、社内でも共有化されていれば、そうした課題は解消されます。それには社員の方が各自で管理している名刺のデジタル化が必要です。

リコージャパンが提供している『KintonePlus』は、複合機を活用したソリューションにてデジタル化した名刺情報を取り込むことが可能です。また、顧客管理、見積管理、受注管理のテンプレートを用意していますので、スモールスタートで始められます。その先には、MIS（経営情報システム）や、SFA（営業支援システム）、MA（マーケティングオートメーション）の活用による営業効率の向上というロードマップが見えてきます。

リコージャパンが印刷業の皆様と伴走します

DX は人員削減の取り組みではありません。リコージャパンでは効率化によってもたらされた時間やコストを利用して、人が人にしかできない業務に集中できるようにし、新たな価値を創出することがゴールと考えます。

『RICOH BUSINESS BOOSTER』は、既存製品やソフトの組み合わせや価値共創プロジェクトによる新規開発により、“仕事を創る”、“仕事を回す”、仕事が見える“の3つの軸で、印刷業やビジネスパートナーの皆様とともに課題解決に取り組みます。少ない投資から始めて成果を確認しながら少しずつステップアップし、ゴールを目指していきます。

リコージャパンではそうした取り組みのヒントを集めた『小さなDX アイディア集』、皆様の各課題に対するリコージャパンの提供価値をまとめた『課題探索工場歩き』をお配りしています。どこから手を付けようかとお悩みでしたら、リコージャパンとまずは小さなところからスタートしてはいかがでしょうか。



愛知県印刷工業組合は、69年の歴史を誇り、「連帯、共済、対外窓口」という工業組合の機能のもと、一社では解決できない共通課題に取り組んでいます。中小印刷関連会社が力を合わせ、様々な課題解決を図っており、組合員の経営基盤確立のための各種事業を通して、地域の印刷産業の振興をバックアップしています。組合の独自事業としては今期、クリエイターとのコラボレーションイベント「ワクワクぷりんと博覧会」を開催しました。また、毎年、「ポスターグランプリコンペティション」を開催し、将来性あるデザイナーの育成を支援しています。当組合は今後も様々な活動を通して、未来のクリエイターを育成する事業を進めていきます。

■ ワクワクぷりんと博覧会

当組合は2023年9月、組合初のクリエイターとのコラボレーションプロジェクトを始動しました。プロジェクトでは当組合に所属する会員企業26社と、外部クリエイター43名がアイデアを出し合い、印刷産業だからこそできるオリジナル商品やサービスの開発に挑みました。プロジェクトでは、約8か月の開発期間を経て、個性的な商品が生まれました。その成果披露として、2024年5月11・12日、名古屋市のショッピングモール「星が丘テラス」のイベント広場で販売イベント「ワクワクぷりんと博覧会」を初開催しています。



当日はさわやかな快晴の下、「星が丘テラス」の開放感ある屋外スペースにブースを開き、大変多くのお客様にご来場いただきました。数多くの商品、こだわりあるブース、工夫を凝らしたワークショップなど、出展内容は予想を超えるボリュームとなりました。業界関係者のみならず、さまざまな世代のお客様の感動と共感を得て、笑顔あふれる賑わいを創出しました。

今後も当組合は様々な活動を展開することで印刷会社とクリエイターとをつなぎ、連携を通してまさに「価値協創」を実現します。

■ ポスターグランプリコンペティション



当組合は毎年、グラフィックデザインのポスター作品コンペティション「ポスターグランプリ」を通して、将来性のあるデザイナーの育成と印刷・デザイン関連業界の発展を支援しています。同コンペティションは愛知県と岐阜県、三重県、石川県、富山県の会社・大学・専門学校・高等学校に在籍しているデザイナー・学生から募集しています。昨年は、過去最高の応募総数となる456点もの力作が寄せられました。コンペティションの入賞作品は4県の美術館や公共施設で展示。また、入賞作品を一冊の作品集にまとめ、今年1月に発刊致しました。

ポスターグランプリは印刷業界と次世代のデザイナーを繋ぐ大切な機会として企画され、中部5県に広く認知されるコンペティションとして15回目を数えています。

◀ R5 第14回ポスターGP 最優秀賞作品

愛知県印刷工業組合 事務局

〒461-0001 名古屋市東区泉一丁目20番12号
TEL 052-962-5771 / FAX 052-951-0569
URL <https://www.ai-in-ko.or.jp/>



全国の変態の皆さまへ

こんにちは!

今期全国青年印刷人協議会指名副議長を仰せつかっております、東京の株式会社東京巧版社の村井雄大と申します。

8月31日の北海道ブロック協議会を皮切りに全国各地で開催されるブロック協議会が、いよいよスタートしています!

この協議会は、私たち印刷業界の若手が集い、業界の未来を見据えた議論や学びの場を共有する貴重な機会です。業界を取り巻く環境が変化し続ける中で、新たな視点で市場の動向を理解し、共に成長していくための知見を深める場として、毎年多くの方にご参加いただいています。

今回のブロック協議会は、「地域変態計画～アトツギベンチャーが未来を変える～」と題して既にアトツギベンチャーとしてご活躍している方の講演やパネルディスカッションなども盛り込まれる非常に有意義なブロック協議会を準備しております!

これらを通じて、印刷業界が直面する課題やその解決

策を探るだけでなく、業界の未来に向けたビジョンを描くヒントになると思っております。

また、この協議会の大きな魅力は異なる地域やバックグラウンドを持つ仲間たちと意見を交わし、新しい視点やアイデアを得ることで、自身のビジネスに新たな風を吹き込むことができます。さらに、業界内での人脈を広げ、今後のビジネスチャンスに繋がる可能性も大いにあるはずですよ。

協議会後の懇親会も含めて、よりカジュアルな雰囲気の中で親睦を深めることができるため、普段なかなか話す機会のない方とも交流し、ビジネスの枠を越えた友情や信頼関係を築くことで、自分の武器をさらに強力にすることができます。

ブロック協議会は学びと交流の両面で非常に有意義な時間となります。皆様の変態をさらけ出していただき、それを自社の経営に役立つヒントを持ち帰っていただければ幸いです!

皆さまのご参加を心よりお待ちしております。



全青協カポッドキャスト

カポッドキャスト
400
再生突破!

QRコード

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

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

雇用保険制度 現在の制度と今後の主な見直し内容について(2)

株式会社 GIMS 特定社会保険労務士 小倉 絵里

<https://gims-consulting.com/>

前回に引き続き、雇用保険制度の今後の見直し内容について確認します。

【教育訓練給付の拡充について】

施行期日：2024(令和6)年10月

雇用保険制度では失業等給付の中で【教育訓練給付】を担っています。

主体的な能力開発支援のため、雇用保険の被保険者又は被保険者でなくなってから1年以内にある者等が厚生労働大臣の指定する教育訓練を受け修了した場合に、訓練費用の一定割合(※)支給されるもので、講座の内容等に応じ、専門実践・特定一般・一般の3類型が設けられています。(図1)

※①一般教育訓練給付金：20% (上限 10 万円 / 年)、②特定一般教育訓練給付金：40% (上限 20 万円 / 年)、③専門実践教育訓練給付金：最大 70% (上限 56 万円 / 年)

(現行の対象資格・講座の例)

②特定一般教育訓練給付金

運転免許関係(大型自動車第一種免許等)、医療・社会福祉・保健衛生関係の講座(介護職員初任者研修等)等

③専門実践教育訓練給付金

医療・社会福祉・保健衛生関係の専門資格(看護師、介護福祉士等)、デジタル関連技術の習得講座(データサイエンス・テスト養成コース等)、専門職大学院 等

教育訓練給付制度は労働者の学びなおし等の支援を目的としていますが、今後はより個人の主体的なり・スキニング等への直接支援を一層強化、推進し、教育訓練の効果(賃金上昇や再就職等)を高めていくが必要とされ、見直しにより受講費用の追加支給が行われることになりました。

《見直しの内容》

②特定一般教育訓練給付金(速やかな再就職及び早期のキャリア形成に資する教育訓練講座を対象)

資格取得し、就職等した場合には、受講費用の10%(最大給付率50%)を追加で支給する

③専門実践教育訓練給付金(中長期的キャリア形成に資する専門的・実践的な教育訓練講座を対象)

教育訓練の受講後に賃金が増加した場合 → 受講費用の10%(最大給付率80%)を追加で支給する

【教育訓練中の生活を支えるための給付と融資制度の創設】

施行期日：2025(令和7)年10月

労働者が自発的に教育訓練に専念する為に仕事から離れる場合、その訓練期間中の生活費を支援する仕組みがない、あるいは雇用保険の被保険者でない者が公共職業訓練等以外の教

育訓練を自発的に受ける為の費用や生活費を支援する仕組みがないことが、現状の課題となっています。

《見直しの内容》(図2、3)

・教育訓練は、在職中の雇用保険被保険者が受講することも可能ですが教育訓練受講期間中の休暇については無休となるケースも多くあります。このような場合に、賃金の一定割合を支給する教育訓練休暇給付金(仮称)の創設が予定されています。

(・雇用保険の新たな給付金として実施 ・国庫負担 1/4 又は 1/40 予定) また、雇用保険の適用が無い雇用労働者や離職者、雇用保険の受給が終了した離職者や、雇用されることを目指すフリーランスの方等、雇用保険の被保険者ではない者を対象とし、求職者支援事業制度の一つとして、教育訓練費用や生活費を対象とした融資制度も創設が予定されています。

(・求職者支援制度の一環として実施 ・国庫負担 1/2 (暫定措置としてその 55/100))

【図1】

	専門実践教育訓練給付金	特定一般教育訓練給付金	一般教育訓練給付金
対象講座	労働者の中長期的キャリア形成に資する専門的・実践的な教育訓練講座	労働者の速やかな再就職及び早期のキャリア形成に資する教育訓練講座	左記以外の雇用の安定・就職の促進に資する教育訓練講座
支給要件	○受講費用の50%(上限年間40万円)を6か月ごとに支給 ○訓練修了後1年以内に、資格取得等し、就職等した場合には、受講費用の20%(上限年間16万円)を追加支給	受講費用の40%(上限20万円)を受講修了後に支給	受講費用の20%(上限10万円)を受講修了後に支給
支給要件	在職中又は離職後1年以内(妊娠、出産、育児、疾病、負傷等の理由により延長した場合は最大20年以内)に受講を開始したこと + 雇用保険の被保険者期間3年以上(初回の場合は2年以上)		
	+ 雇用保険の被保険者期間3年以上(初回の場合は1年以上)		+ 雇用保険の被保険者期間3年以上(初回の場合は1年以上)

【図2】

	育訓練休暇給付金(仮称)
対象者	雇用保険被保険者
支給要件	・教育訓練のための休暇(無給)を取得すること ・被保険者期間が5年以上あること
給付内容	・離職した場合に支給される基本手当の額と同じ ・給付日数は、被保険者期間に応じて90日、120日、150日のいずれか

【図3】

	新たな融資制度
対象者	雇用保険被保険者以外の者 (雇用保険の適用がない雇用労働者や離職者、雇用保険の受給が終了した離職者、雇用されることを目指すフリーランス等)
融資対象	教育訓練費用及び生活費
融資内容 (現時点での想定)	貸付上限：240万円(年間)(最大2年間) 利率：年2%
その他	教育訓練修了後に賃金が増加した場合は残債務の一部を免除する

参考：令和6年1月12日職業安定分科会雇用保険部会(第193回)参考資料より



全国の印刷関連イベントのお知らせ

今後開催予定の全国の印刷関連イベントの開催日、イベント名、開催場所をお知らせいたします。
多くの組合員の皆様のご参加をお待ちしております。

開催日	イベント名	開催場所
10/18(金)～19(土)	第18回 2024 印刷産業夢メッセ	広島ガーデンパレス(広島県広島市)
10/23(水)～25(金)	ラベルフォーラムジャパン 2024	東京ビックサイト(東京都江東区)
1/8(水) ²⁰²⁵	2025 年 新年交歓会(日印産連)	The Okura Tokyo(東京都港区)
2/15(土)～16(日)	ペーパーサミット 2025	大阪産業創造館(大阪府大阪市)
2/19(水)～21(金)	page2025	サンシャインシティ(東京都豊島区)
3/13(木)～14(金)	JP2025・印刷 DX 展	インテックス大阪(大阪府大阪市)

フリーランス・事業者間取引適正化等法が 11月から施行されます

本年11月1日からフリーランス・事業者間取引適正化等法が施行されます。この法律は、フリーランスの方が安心して働ける環境を整備するため、①フリーランスの方と企業などの発注事業者の間の取引の適正化と、②フリーランスの方の就労環境の整備を図ることを目的としています。

法律の適用対象は、フリーランスの方と発注事業者であり、フリーランスと定義される条件は「発注事業者の業務委託の相手方である事業者で、従業員を使用しないもの」とされています。一般的にフリーランスと呼ばれる方には、「従業員を使用している」「消費者を相手に取引をしている」方も含まれる場合がありますが、これらの方はこの法律における「フリーランス」には該当しません。

発注事業者は、従業員の有無や一定の期間以上行う業務委託など要件に応じてフリーランスに対しての義務の内容が異なり、7つの項目(①書面等による取引条件の明示 ②報酬支払期日の設定・期日内の支払 ③禁止行為 ④募集情報の的確表示 ⑤育児介護等と業務の両立に対する配慮 ⑥ハラスメント対策に係る体制整備 ⑦中途解除等の事前予告・理由開示)が義務付けられています。7つの義務項目のうち、どの項目が該当するかは、発注事業者の満たす要件によりしますので、ご確認ください。



詳細PDFはコチラ→

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

コニカミノルタ ジャパン株式会社

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

つながるプリントラボ

検索

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、オペレーターの経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。



フルカラーバリアブルプリンティングシステム

Truepress JET 560HDX

詳しくはこちら



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 ヤマタネ深川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



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。

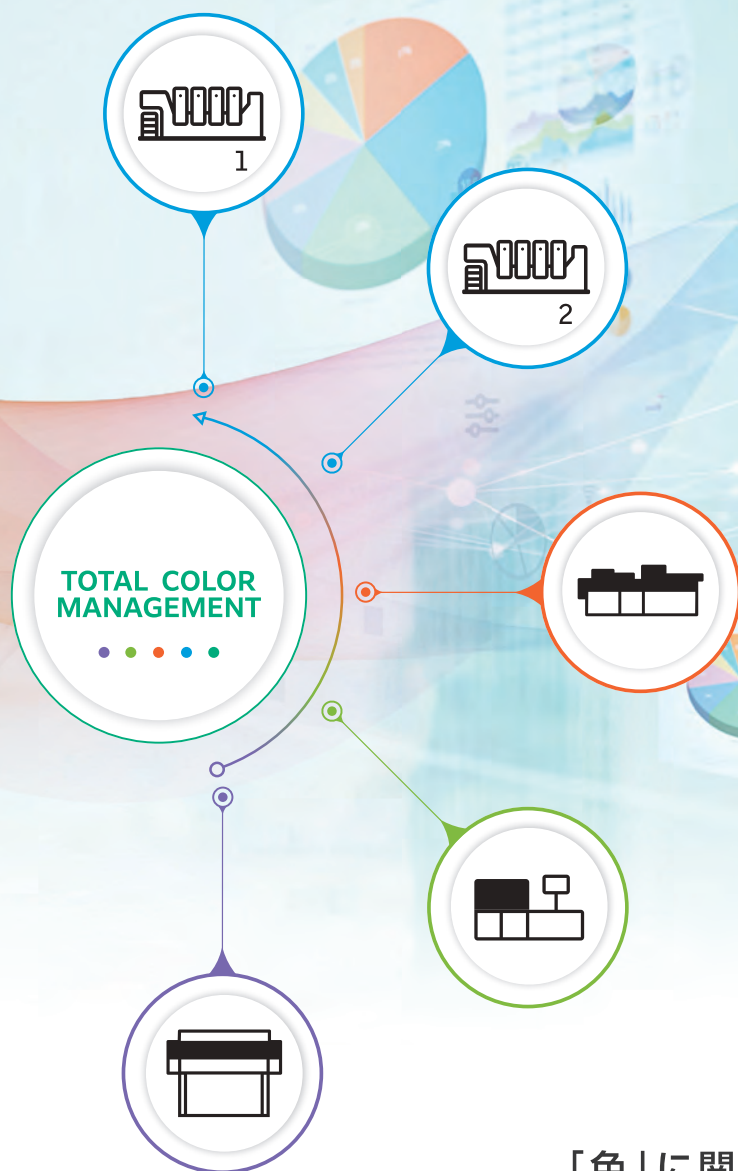
RMGT リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社

〒726-0002 広島県府中市鵜飼町 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/>





総合カラーマネージメントソリューション

FFGS QC Navi

「色」に関する課題を共に解決し、 生産効率の最大化を目指す トータルソリューション。

さまざまなジョブをつねに最適なコスト・時間で生産するには、
工程全体の品質の統一と安定化が必要です。
すなわち、「オフセット印刷・デジタル印刷の色品質が統一され、安定した状態」。
この理想的な生産環境の実現に向け、富士フイルムは、
長年にわたる印刷診断活動で得たデータや、独自の知見・ノウハウを活かし、
お客さまの生産設備に合わせた課題解決から、色品質の維持管理まで、
ワンストップでサポートいたします。

富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社