2024年（令和6年）11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　第727号

# Xi

感動価値創造 magazine　Xi [sài]

2024
11

Happy Industry

全日本印刷工業組合連合会

# お客様満足度を高めるサンプル提案とシステムが支えるカラーマネジメント

ハイデルベルグ・ジャパンは９月11～12日の二日間、大阪を拠点とする鈴木美術印刷株式会社（代表取締役 鈴木裕香氏）の協力を得て、内覧会を開催した。
同社は1961年創業。活版時代からハイデルベルグ機を使い続ける従業員22名の会社である。先代社長の創業時から小型（菊四裁）印刷機に拘り、複写伝票、官製年賀はがきなどを得意とし、現在は小物印刷物の特長である、特殊紙など多様な紙を使用したもの、色合わせの厳しいもの、さまざまな後加工を付加するものが多い。2022年に初導入のデジタル印刷システムバーサファイアEV、昨年更新のスピードマスターCX75-4を含め、オフセット機３台が稼働している。内覧会では、バーサファイアEVの活用事例をパネルディスカッションで紹介し、全国から集まった参加者との意見交換が行われた。

オフセット機を主軸としていた同社がデジタル機を導入するにあたっては、既存のオフ機との親和性、多様な用紙、素材への対応力、カラー＋金・銀・白など加飾機能がある割に高価格帯でないことが決め手となったという。長年のハイデルユーザーとして、ハイデルベルグのデジタル印刷機に高い期待と信頼を寄せており、厳しい色管理が求められる仕事でも、バーサファイアは安定した色品質が担保できると評価する。またプリネクトプロダクションマネージャーを導入しており、既存のCtPやデジタル印刷機がひとつのコックピットから操作できるハイブリッドプロダクションが可能なため、現有人員での運用や活用度が高まることも決断の大きな理由となった。

個性的なサンプルで顧客にアプローチする同社の営業部は、他部署も巻き込んだサンプル制作会議を開催し、各人がアイデアを持ち寄って試作を積み重ねている。
サンプル制作にあたっては、社内工程で完結すること、コストをかけないこと、手に取った人の印象に残ることの３つのルールが設定されており、デザイン制作部を持たないため、生成AIを活用してデザインを行なっている。
配布サンプルは、コミュニケーションツールとして活用されており、営業担当者は、顧客からの反応に確かな手ごたえを感じている。バーサファイア導入により、顧客に提案できる商品の幅が広がり、営業活動のモチベーションも高まっている。

続いて生産部からは、カラーマネジメントの取組みが紹介された。複数台設備していた印刷機間で色が合わないという課題を抱えていたところ、2007年アニカラー機導入がきっかけで、ハイデルベルグのサポートのもと、カラーマネジメントと標準印刷に取り組んでいたが、顧客指定の色見本に合わせるためなし崩しになっていたところ、バーサファイア導入を機に顧客満足度の向上、社内の作業時間や損紙の削減を目標にカラーマネジメントと標準化に再度取り組んでいる。
オフセット印刷機でジャパンカラーの濃度値を基準とした印刷物を作成し、その基準印刷物をターゲットにして、他のオフセットやデジタル印刷機と色合わせをしている。印刷担当者は、色の数値管理を徹底しており、色合わせをした後も常に安定した色の再現を維持するためには、印刷機のメンテナンスが非常に重要であると強調する。
バーサファイアのカラーマネジメントはオフセット機から出された基準を元に成立しており、用紙プロファイルはマット系、コート系、上質それぞれを自社で作成運用することで色合わせの精度を高めている。バーサファイアを使った簡易校正の割合も徐々に増えており、そのスピード、コスト、品質で、顧客への対応力、営業の効率化も高まっている。

内覧会では、オフセットで先刷りした用紙に、バーサファイアで同じ絵柄を追刷りするデモンストレーションが行われ、参加者からは、精度の高いカラーマッチングに感嘆の声が上がった。プリプレス担当者は印刷（生産）に直接関わることで「仕事の幅が広がり、生産に対する意識が変化した。」と語る。鈴木社長は、「社員同士のコミュニケーションが密になり、共通の目標に向けた一体感が生まれた。」と笑顔で説明し、二日間の内覧会を締めくくった。

新しくなったバーサファイアシリーズで、ゲームのルールを変えましょう。新しいバーサファイアは最先端の技術と使いやすいシステムを組み合わせ、シームレスで高品質な体験をご提供します。

バーサファイアLV/LP

鈴木美術印刷 鈴木社長とスタッフの皆様

**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

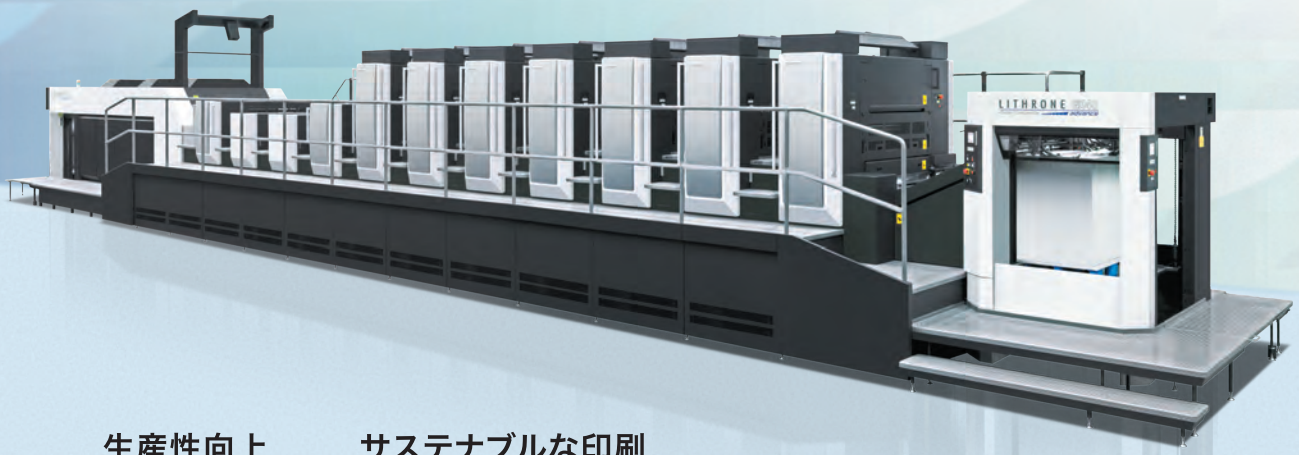
HEIDELBERG

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*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。

車が欲しい！

**自動車販売店からご連絡します。**
価格条件等お客さまが自由に折衝できます。

**まずは東京海上日動にご連絡ください。**
ご希望（車両価格等）をお伝えください。

この条件で
どうですか？

**おクルマ購入を強力にサポート！**
ご商談がスムーズに進むようしっかりサポート！

販売店を
ご紹介します

**ご希望のお車を扱っている
お近くの自動車販売店をご紹介します。**

**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

Happy Industry ロゴマーク　デザイン変更 …… 6

Report　2024 全印工連フォーラム IN 大阪 …… 8

Interview　マイクロソフト流 AI 活用の羅針盤 …… 12

委員会紹介　教育研修委員会 …… 18

共創パートナー企業 ソリューション提案「用途に合わせたフォントでより良い制作物を」… 19

工組紹介　沖縄県印刷工業組合 …… 22

全青協　「らしさ」を活かして、アトツギベンチャーへ!! …… 23

会計　定額減税（年調減税事務） …… 24

令和6年度 地域別最低賃金 …… 25

## [本号の表紙]

琉球絣（りゅうきゅうかすり）は、14～15世紀にインドから伝わった絣が、琉球王府の交易によって沖縄で独自に発展した伝統的な織物です。沖縄の独特の気候や風土に適した絣が生まれ、それが後に薩摩絣や久留米絣、伊予絣など、日本全国に広がる絣のルーツとなりました。

琉球絣の特徴は、約600種類にもおよぶ多彩な幾何学模様で、これらの模様は、琉球王府時代に記録された「御絵図帳」を参考にしながら、職人が一つひとつ手括りで糸を締め上げる、非常に手間のかかる方法で作られています。職人の卓越した技術によって、丁寧に仕上げられた絣は美しく、爽やかな涼感をもたらす織物として知られています。現在でも、伝統を守りつつ、現代の感性を取り入れた新しいデザインが次々と生み出されており、琉球絣は沖縄の文化と歴史を象徴する工芸品として、国内外で高く評価され続けています。

NO.727

令和6年11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。

# Happy Industry のロゴマークを変更

## 夢と誇りのある産業を目指して

会長 瀬田 章弘

『人々の暮らしを彩り幸せを創る印刷産業』これが私たち全印工連の理念です。統計的には印刷物は年々減少しておりますが、私たちが、お客様や地域や社会へお役立ちできる可能性は限りなくあります。

私たちの産業こそが地域や日本を明るく元気にする。その誇りと夢を持って日々事業を進めて欲しいと願い今回 Happy Industry のロゴを新しくしました。

この理念を掲げ、それを実現するために共に歩んで行きましょう。

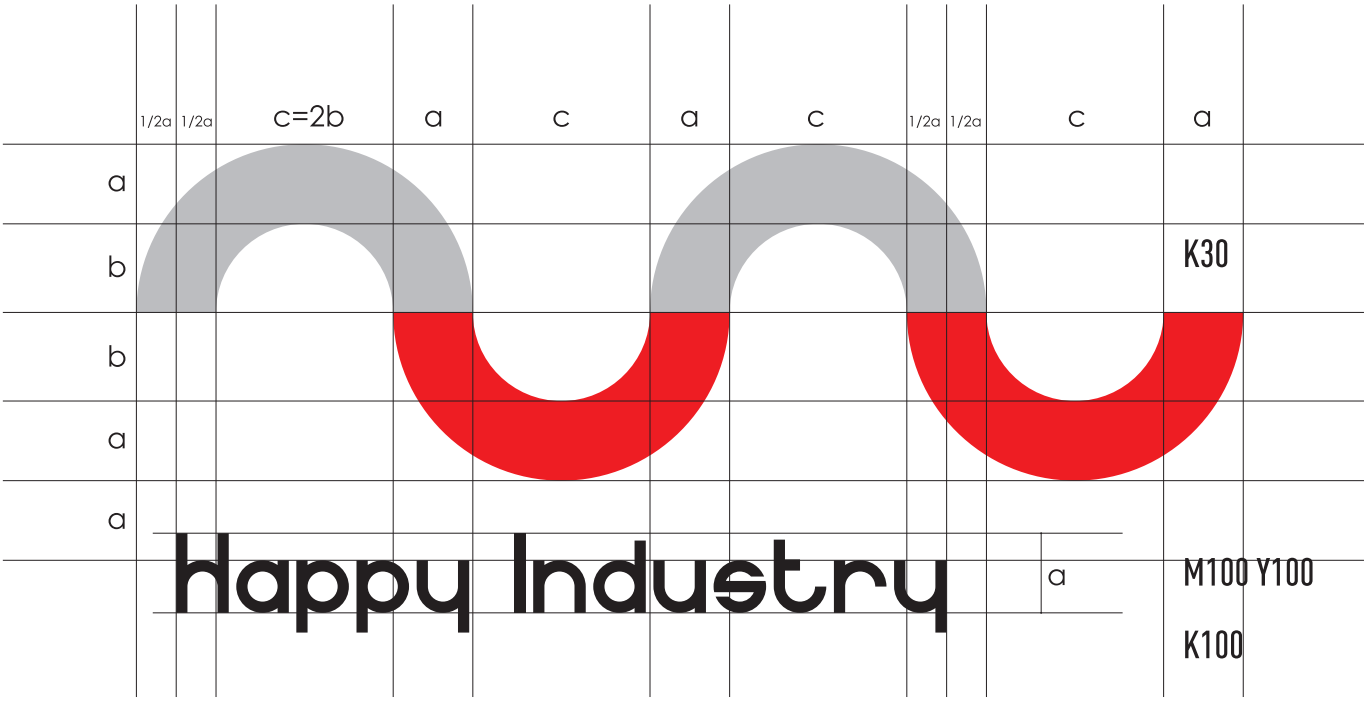
各工組で、各社で襟章をはじめ印刷物やWEBサイトにて利用し発信して下さい。

## デザインコンセプト

デザインの出発点は「笑顔」にあります。笑顔は、ハッピー=幸福の象徴であり、人が自然に幸せを感じる瞬間に表れるものです。この理念に基づき、人々が協力し合い、共に成長する姿、笑顔をロゴで表現しました。その形状は、上から見た「手を取り合う姿」もモチーフにしています。手を取り合うことで、互いのつながりが強まり、協力する力が生まれるというイメージを視覚化しました。

この形状は閉じたものではなく、繋がりと持続性を感じさせるデザインになっています。あたかも鎖のように、永遠に続けてつなげることができる柔軟な形状で、団結や永続的な協力関係を象徴しています。

さらに、色彩の選択には「ハレの日」の概念を取り入れました。ハレの日とは、伝統的に幸福や祝いを意味する日であり、ここでは幸せや前向きなエネルギーを表現するものとして用いました。伝統的な日本の水引をモチーフにした色使いにより、調和と祝福の感覚を伝えます。さらに、全印工連で長く使われてきた「赤」を取り入れることで、歴史的な連続性と組織の伝統を尊重しています。この赤は、力強さと情熱、そしてコミュニティの団結力を象徴しています。



White
M100 Y100

Happy Industry

## 襟章も変更

Report

2024 全印工連フォーラム IN 大阪

# ともに未来を創りに行こう 価格競争から“価値協創”へ

“集おう! 未来を 創りに!”をテーマに、9月27日、大阪市のスイスホテル南海大阪で開催した「2024 全印工連フォーラム IN 大阪」には全国から400名以上が集い、業界課題を共有し、今後の業界の方向を確認した。特別講演では元中小企業庁長官の前田泰宏氏が「もう そこにある未来」を演題に中小企業の成長の可能性を解説。全印工連メッセージでは全印工連の瀬田章弘会長が業界理念“Happy Industry”へとつながる“価値協創”の業界方針と戦略を説明した。理事長会・各委員会・全青協代表者会議・全体会議の終了後の懇親会で、価値協創のベースとなる仲間との絆を深めた。

## 特別講演 もう そこにある未来 元中小企業庁長官 前田泰宏 氏

全印工連フォーラムでは元中小企業庁長官の前田泰宏氏が「もう そこにある未来」をテーマに講演した。

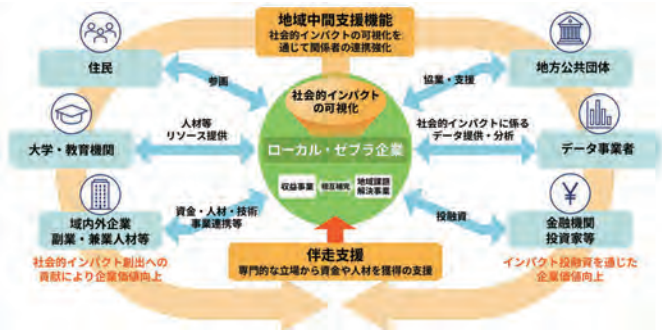
冒頭、前田氏は 2008 年にパリ・ルーブル美術館で開かれた「感性 kansei-Japan Design Exhibition」展に言及。同展には全印工連も経済産業省の支援を受けて組合員が制作したアート作品を展示し、日本の印刷技術から生み出された感性価値の高さを披露している。

当時について前田氏は「当時、ル・モンド紙からの取材で日本ではなぜ週に 1 回、間違いなく漫画雑誌を発行できるのかと質問された。日本ではあたり前のことでも、相手の視点とは乖離がある。日本人は総じて自己否定感が大きい」と振り返り、日本の印刷産業が持つ技術への反響が大きい反面、自らの力を認識できずにいる現状の課題

を指摘した。その上で「今日は自己肯定感へとどう逆回転させるかを話していきたい」と持論を展開し始めた。

中小企業が成長していくポイントとして前田氏は、顧客と接している従業員が意思決定を行い、経営層が従業員の能力を発揮するために権限を与え、サポートする“逆ピラミッド組織”を挙げた。逆ピラミッド組織でリーダーは、従業員の感情をコントロールするマインドフルネスが求められる。それが社会課題の解決とビジネスを両立する“ゼブラ企業”に結び付くという。

ゼブラ企業は価値観を確立して組織全体で共有し、利益と社会課題解決の両立を目指して事業を展開する企業。中小企業庁では地域社会で活躍するゼブラ企業を「ローカル・ゼブラ企業」と位置付けている。ローカル・ゼブラ企業の周辺には金融機関や公共機関、データ事業者などが取り囲み、知識を持つ専門家が伴走支援するエコシステムが構築される。すでに人口 6 万人の香川県三豊市ではこのスキームにより複数の地元企業が連携・協力して 55 万人の観光客を誘致している。




前田氏は「行政はビジネスと絡めて地域の課題を解決する期待感を高めている。これからの印刷業の在り方を考える上で一つの有力な方法ではないだろうか」と提言。その上で「地元での人脈を含め、印刷会社が培ってきたあらゆる知的資産、無形資産を洗い出し、地域のニーズに応える事業を再構築することが必要。印刷会社には地域で情報を収集する力、デザインやライティング、編集などの伝える力、体験価値や精神価値を生み出す力がある。それを使うべき」と強調した。

最後に日本が国家ブランド指数で昨年、アメリカ、ドイツ以外の国で初めて首位となったことを紹介。「GDP で計れない家事、地域社会、自然を価値に変え、資本を回すのがゼブラ企業のバックグランドに思える。印刷業も一歩先を行くクリエイティブ産業であり続けて欲しい」とエールを送り、締めくくった。

## 全印工連メッセージ　価値協創で拓く未来　会長 瀬田 章弘

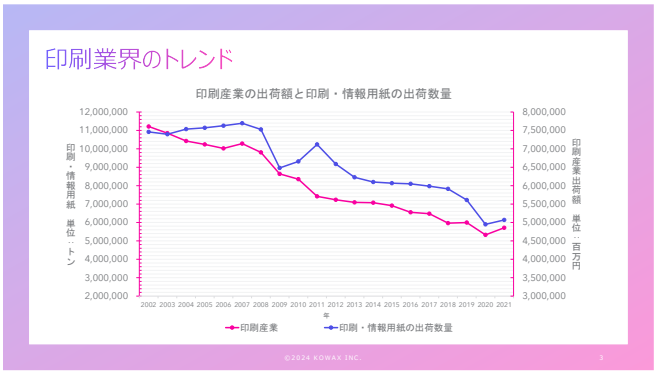
今日は「価値協創で拓く未来」をテーマに印刷業界の今後、全印工連の取り組みについてお話しをします。

過去20年で印刷業の出荷額は36%下がりました。情報用紙の出荷数量は 44%下がっています。印刷出荷額の減少率が低いのは私たちが紙以外のメディアや様々なサービスを手掛けた結果です。リーマンショック後は年平均 3%縮小しています。

この傾向が続くと 2030 年までにさらに 1 兆円規模で市場が縮小します。しかしながら皆が平均的に縮小するわけではありません。上位 20%の強い企業がこの 5、6 年で売上を 2 割増やせば、その他の企業の市場は 3 分の 2 になります。つまり 3 億円だった売上が 2 億円になるということです。

でも、そうした未来は変えられます。未来は我々が作るものだからです。ここにある大きな崖に橋をかけて皆さんとともに渡っていきたい。1 社で橋を架けることは難しいことですが、全印工連の同志が集まることで橋は架かります。

そのためにはまず受注価格を適性化することが重要です。材料費も労務費も、これから毎年のように上がっていくことでしょう。政府も中小企業が発展していくためには価格を適正化していくべきと指摘しています。今が千載一遇のチャンスです。不当な競争の先には未来がないことは市場が縮小している通り明らかです。




そうは言っても価格は需給バランスで決まります。お客様から求められる企業になるには業態変革をさらに進める必要があります。そのためには生産性を向上して時間や資金を獲得し、新しいビジネスにチャレンジしていくことが必要です。そうしたアイデアは経営革新マーケティング委員会から発信していきます。人づくりも重要であり、教育研修委員会で人材育成のヒントを提供します。

そして業態を変革して強みを持った企業が互いに協力し、価値を協創していく。難しいかもしれませんが、道は限られています。考えて頂きたいことは印刷機を回すために、印刷物を作るという発想を捨てるということです。地域の課題、お客様の課題を解決するために何ができるのか、そこに自社のリソースをどう使えるのかを考えて下さい。

## 地域社会で印刷会社が存在感

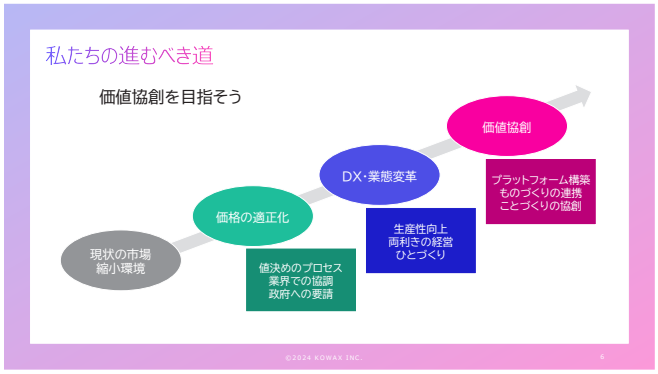
市場は縮小していく一方で、新しい需要が現れており、そのことにすでに気づいている方もいらっしゃいます。地方自治体では財政が厳しくなり、人手が足りず、公共サービスの維持に課題を抱えています。民の力を活かそうという動きが出ており、そこに一つの需要が生まれています。私たち印刷会社は地域に育てられました。地域の医薬業者が全国に薬を売りたい時にはパッケージや販促物を使います。水産業者が魚を缶詰に加工して全国に届けたい時にはラベルが必要です。そうしたお困り事の解決から印刷会社は生まれました。

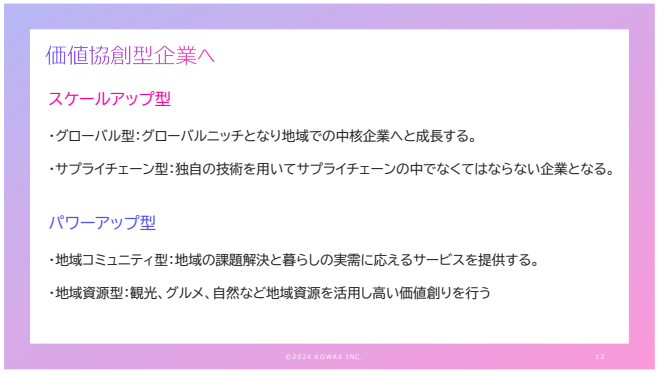
私たちの祖業はそうして地域で勃興する産業から派生しましたが、いつしか印刷することが主体になってしまいました。それが右肩下がりの要因の一つではないかと思います。今、各地で様々なスタートアップ企業が生まれ、地域社会を豊かにしようとしています。地域の課題を知り、地域で暮らしている我々が気付かないうちにスタートアップがその市場に食い込んでいます。

もう一つの新しい需要がインバウンドです。日本のインバウンド市場は 5 兆円と言われています。観光大国のフランスは観光産業が GDP の 7%を占めています。これを日本に当てはまると 30 兆円から 40 兆円です。

東京のある区の観光協会が外国人の方を集めて豆腐作りツアーを実施しました。20 人ほど集まり、好評だったわけですが、参加した人にいくらだったら受けてみたいか聞いたら 2 万円でした。20 人だと 40 万円です。小さな豆腐店が1日に豆腐を 40 万円売り上げるのは難しいことです。一週間にこうしたコンテンツを 5 つ揃えたとします。1 週間で 200 万円になり、1 ヵ月に 800 万円、1 年で 9,600 万円になります。埋まるのはその半分ぐらいだとしても 5,000 万円のビジネスになります。しかも原価がほとんどかかりません。

中小企業庁では中小企業が今後、伸びる形態として、①グローバル型、②サプライチェーン型、③地域資源型、④地域コミュニティ型の 4 つに分類しています。多くの中小印刷業は地域資源型、地域コミュニティ型を目指すべきだと思います。私たちは様々な産業との接点を持って



おり、地域の課題も感じています。私たちの中にもチャレンジしている会社が少なくありません。

山梨県の印刷会社は廃田が増えるという地域課題に対し、米作りを始めました。今では山梨県中央市で作付面積がナンバーワンになっています。作った米をふるさと納税の返礼品に使うなど様々な展開をしています。その印刷会社はけっして大きな企業ではありません。勇気を持って一歩踏み出し、地域の課題に耳を傾ければ色々なことができるということです。

## Happy Industry のプライドを

価値協創型の企業になるためには四つの大事なポイントがあります。一つが「知的資産の活用」です。どうしても機械などの固定資産にばかり目が向きますが、本当の強みは社員や社風、お客様との関係性、ネットワークにあります。とくに社長自身が知らない人的資産がたくさん隠れています。社員の力にもっと目を向けていきましょう。そして「クリエイターとの連携・協調」も必要です。当社には地方のクリエイターから協業のオファーが来ます。ポートフォリオを見ると素晴らしいデザインをするフリーの方が多いものの、仕事がないといいます。各地には優れたクリエイティブ力を持っている人たちがたくさんいます。そうした人たちと協創していきます。

それから「地域のポジション作り」です。商工会議所、法人会、PTA などで地域の重要な役職を担っている方がいらっしゃると思います。どんどんそうしたコミュニティに入って頂いて活躍して頂きたい。そこには必ず地域を良くしたいというキーマンがいます。そうした方と地域でイノベーションが起こせると考えています。

「デジタルマーケティング」も必要です。経験値だけでの営業には限界があります。デジタルマーケティングをしっかりしていきましょう。

全印工連ではこの四つのポイントのベースに CSR を据えています。ここが業界戦略の一丁目一番地です。周りが良くなって自分も良くなろうという利他の精神がなければ共感も協創も生まれませんし、キーマンや異業種ともつながることができません。ぜひ、経営戦略の中心に CSR を置いて頂きたいと思います。

最後になりますが、私たちの目的は印刷物を作ることではありません。また、印刷物を作るだけが私たちの力でもありません。我々が持っているのは「結ぶ力」、「伝える力」です。この原点に帰って、もう一度その力を極めていきましょう。そして、地域になくてはならない生活、文化、クリエイティブを支える産業へと生まれ変わりましょう。

“Happy Industry”が全印工連の理念です。ぜひ、暮らしを彩り、幸せを作る産業だというプライドを持ってお客様や社員と接して頂きたい。そして皆で大きな崖を乗り越えて未来を創っていきましょう。

# マイクロソフト流 AI活用の羅針盤
# ビジネス変革を加速するテクノロジーとは

Interview

日本マイクロソフト株式会社
業務執行役員 エバンジェリスト
西脇資哲氏

［聞き手］
産業戦略デザイン室 副委員長
今井孝治
（今井印刷株式会社 代表取締役）

**AI（人工知能）が身近なものになってきた。2022 年、OpenAI 社が『ChatGPT』を公開して以降、画像や文章、音楽、プログラミングをはじめ、様々なコンテンツの作成で生成 AI の利活用が始まった。生成 AI の功罪は各方面から指摘されているが、実際にビジネスの世界にどのようなインパクトをもたらすのか。産業における活用例を含めて日本マイクロソフト株式会社 業務執行役員 エバンジェリストの西脇資哲氏に話を伺った。**
**（聞き手：今井孝治氏／本文中敬称略）**

## 画像制作だけではない 生産改善にも生成 AI

**今井**　本日は日本マイクロソフト株式会社の西脇資哲さんに AI についてお話をうかがいます。印刷業界のみならず、社会全体で今起きている、またこれから起きるであろう AI の影響をどう認識すれば良いのか、ヒントを頂きたいと思います。

西脇さんはもともとプログラマーをされていて、その後、日本オラクルでプロダクトマーケティング業務とエバンジェリストを担当され、2009 年に日本マイクロソフトに転職されました。日本マイクロソフトに入った動機を教えて下さい。

**西脇**　オラクルはデータベースの会社で、IT 業界でも人気のある会社ですが、関われる仕事の領域はデータベース関連の業務が中心になります。マイクロソフトだったらもっと多くの分野に携われて、仕事の可能性が広がると思いました。マイクロソフトは今日お話する AI から OS、オフィス系ソフトウェア、クラウド、そしてゲーム機まで提供しています。

**今井**　日本マイクロソフトに入社した段階からエバンジェリストという職種だったのですか？ 具体的にどういう活動をしているのでしょうか。

**西脇**　始めからそうでした。皆さんの業界ではあまり馴染のない職種だと思いますが、IT 関連技術や企業の製

品・サービスを広めていく仕事です。印刷業界を含めてあらゆる業界での講演やイベント、執筆、SNS などの活動を通じて、マイクロソフトのバリューや魅力を伝えるのが私の役割です。マイクロソフトの人間なので半分ぐらいがそうした活動ですが、私の立ち位置としては、IT 業界全体のエバンジェリストでありたいと考えています。

**今井**　エバンジェリストという役割は変わっていないと思いますが、お話をされる内容はきっと変わっていますよね。

**西脇**　入社した 2009 年の時と全然違います。2009 年は SaaS が出て間もない頃で、クラウドが話の中心でした。その後、東日本大震災があって、テレワークなどのワークスタイル改革のような話になって、2020 年にコロナ禍に入ってテレワークやクラウドが定着し、3 年後に生成 AI ブームがきました。データに誰でもアクセスできるクラウドがなければ生成 AI が生まれなかったので、流れとしては自然でした。

**今井**　マイクロソフトはもともとOSの開発販売会社です。サーバーというよりもどちらかというとクライアント側の製品を提供してきました。それからインターネットが出てきて、クラウドにつながっていくトレンドですね。

**西脇**　その間にスマートフォンという非常に大きなトレンドがあります。インターネット、クラウド、スマートフォンという生成 AI が生まれる環境が整っていたという状況でしょうね。

**今井**　マイクロソフトのビジネスが OS やオフィス系ソフトウェアを売るというスタイルからクラウド型に変わってきました。アドビもクラウド型のビジネスに変えていますが、IT 業界全体でそうした潮流があったのですか。

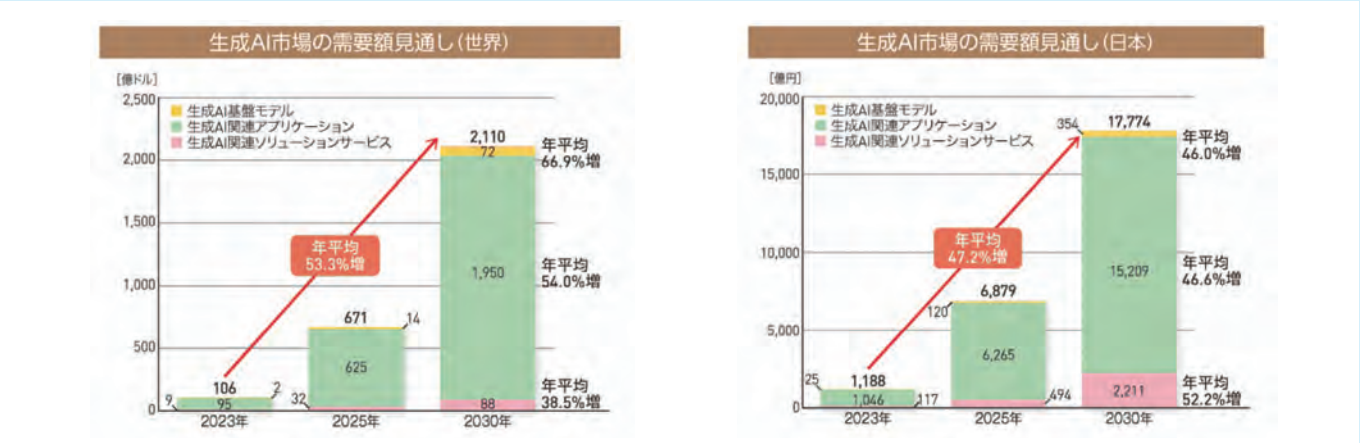
**西脇**　世の中の流れだからクラウドだと言われますけれど、社会の潮流をリードする新しい企業が登場すると、既存の企業は危機感を持ちますよね。その危機感がマイクロソフトを動かしたわけです。クラウドビジネスでトップにならなければ、ごそっと新しい勢力に取られてしまうという外的変化を感じたのですね。

それは生成 AI にも言えることです。マイクロソフトだけでなく、皆が外的変化をすごく敏感に感じていて、何かしなければいけないという危機感を抱いているところではないでしょうか。

**今井**　印刷業界としてはインターネットによる情報伝達がものすごく大きな外的変化になっています。紙からデジタルへという流れです。1993 年に約 9 兆円あった産業規模が今では約半分になって、業態変革しなければ大多数の企業は残ることが難しい状況です。そうは言っても、中小企業はどうしても既存のビジネスモデルから脱却できない。その中で新しいトレンドとして生成 AI が出てきました。こうした外的変化が激しい中で、全印工連では組合員に対して DX による変革の必要性を訴えているところです。マイクロソフトでは DX をどう定義していますか。

**西脇**　デジタルによってトランスフォーメーション、変革を生むということです。デジタル技術を使うことではなく、それを使って何かを変えるということです。企業の売上のポートフォリオが変わる、お客様の体験が変わる、従業員の働き方が変わる。道具を手に入れ、使うことではなく、変化が起こることを指しています。

**今井**　DX に向けてデジタルサービスを提供し、社会やビジネスを変革することがマイクロソフトの一つのビジネスといえますね。Windows を出した頃から変化を与え続けています。




生成 AI 市場の世界需要額見通し（出典：JEITA）

**西脇**　そうですね。その次は Excel、Word、PowerPoint で手書きからパソコンによる文書の作成。それをクラウドに保存してどこからでもアクセスできるようにしました。これから生成 AI が社会やビジネスの DX をもう一段と推進させる可能性は大いにあります。

マイクロソフトはこれまでワークスタイル改革やクラウドビジネス、業務のデジタル化など、基本的な部分でずっと DX を訴求し続けていますし、ニーズもあります。ただ、エッジが非常に立っているという意味ではやはり生成 AI ですよね。

印刷業界向けにも色々なセミナーをしているのですが、あまり知られていない新しい技術ですから、まずは生成 AI って何? という話をしています。生成 AI というと、一般的にテキストや画像が作れるという表面的な部分にスポットが集まって、印刷業界としては大変困った状況になるという話になりがちです。でも、生成 AI はテキストや画像を作り出すだけじゃないんです。できることがたくさんあるんですよね。データの分析や加工、ロールプレイ、壁打ちなど様々な活用方法があります。例えば、印刷業界でいうと、画像の修正・拡張や 1 つの画像から複数の印刷物への展開、生産プロセスの生成などです。

**今井**　その辺のところをぜひ伺いたいです。

**西脇**　分かりやすい例で言うと、インキの使用量が最も少ない画像を作る。これも生成 AI でできるんですよ。最も効率の良い印刷プロセスも作ります。もちろん人間でも作れますけれど、AI は短時間に 10 個作れますということです。皆さんはクリエイティビティを補う方向を見ているかもしれませんが、印刷業界ではプロセスの短縮や在庫管理、ボトルネックの発見、需要予測などにも使えます。目の刺激が少ない印刷物の制作をサポートすることもできます。

**今井**　クリエイティブ以外でももっと活かせるのですね。

**西脇**　画像を生成するデモンストレーションだけを見てしまうと、デザイナーの作業の置き換えで思考が止まってしまいます。それは生成 AI ができる一部ということを理解して欲しいです。印刷会社さんのお仕事は画像を制作することだけではないですよね。お客様のレビューを早めたり、ニーズを汲み取ってサービス力を高めたり、画像制作以外の業務にもっと生成 AI が活用できるという議論が必要です。

## 進化のスピードが想像超える

**今井**　業界人の多くが印刷業の既存のままのビジネスには限界があり、市場がシュリンクするトレンドがこの先も変わらないと認識しています。その中で会社を残して雇用を守っていきたいとなると新しい業態を生み出すことが必要です。そうした領域にも生成 AI が使えますか?

**西脇**　様々なアプローチがあると思います。先日、紙に

### 生成AIがバリューチェーン全体に与えるインパクト

| 新規事業開発や製品開発のアイデア創出 | プログラミング | 生産管理や品質管理工程管理など | プロモーションやマーケティング |
|---|---|---|---|
| ・トレンド分析 | ・試作プログラミング | ・最適な計画の立案 | ・製品名 |
| ・市場ニーズ分析 | ・プログラミング自動生成 | ・不良品の管理 | ・キャッチコピー |
| ・ターゲット分析 | ・過去のプログラム解析 | ・歩留まりの管理 | ・カタログ作成 |
| ・製品の特長分析 | ・コード変換 | ・適切な在庫量の提案 | ・CM作成 |
| ・新しいアイデアの創出 | | ・品質の分析 | ・営業資料や提案書作成 |
| ・サービスの組み合わせ | | ・品質向上のための提案 | ・顧客の声の分析 |
| | | ・仕様書やマニュアル作成 | ・コールセンター支援 |

日々の様々な業務

## 印刷業界における生成AIに対する確かなニーズ

| コピー／テキスト作成支援 | デザイン支援 | 顧客に特化したコンテンツ作成支援 |
|---|---|---|
| 顧客やライター、編集者などが要求する要素に基づいて、キャッチ、コピー、本文テキスト、要約、目次、索引などを生成 | 顧客やデザイナーが要求するテーマや色彩、感情などの要素に基づいて、画像、アイデアやコンセプトを生成、写真撮影を簡略化 | 顧客ごと特化した個別のテキストを生成、印刷物が個々の顧客に対してより個別化 |
| **エディトリアル作業の自動化** | **自動プルーフリーディング** | **顧客コミュニケーション** |
| 適切に編集、レイアウトして、より美しく正確に意図が伝わるようにするエディトリアルデザイナーの作業を支援、自動化 | 文法やスタイル、表現方法のエラーを検出したり、専門用語や顧客ごとの用語のチェックや変更など印刷前の校正作業を自動化 | 顧客の要望や質問に対する自動応答、印刷物のステータスの自動通知などで、印刷会社と顧客との間のコミュニケーションを効率化 |

印刷された OOH（屋外広告・交通広告）を扱う人たちにお話したのですが、例えば、広告を掲示しているエリアで、どういう人が見ているか、ターゲティングをやりましょうと。広告自体がそこにいる人や看板を見ている人のニーズに合っているかということですね。その地域に住んでいる人、その地域に来る人が 20 代が多いのか、50 代が多いのか、男性なのか女性なのか、または時間帯によってどう違うのか。広告のクリエイティブではなくて、広告の受注に至るまでの提案に使うために、生成 AI を活用する。その上でターゲットに合わせて、生成 AI でキャッチコピーや書体、色合いを作ってぶつけていくのです。

もう一つがクリエイティブの領域で、生成 AI を使うと看板デザインの制作時間が短くなるんですね。OOH 業界の人が言うには、大きい看板を作るのに 3 週間から 4 週間ぐらいかかり、実際に広告を展開するのは 3 ヵ月なのだそうです。生成 AI を使って 1 日半で制作して 1 ヵ月間掲示すると 3 ヵ月で 3 回展開できます。つまり、看板が 3 倍売れるんです。さらに 3 種類の広告を使えば ABC テストができます。一番効果が高かった広告をもう一度掲示することで、さらに広告サイクルが改善されて、印刷物も増えます。

OOH がデジタルサイネージに代わる部分があり、需要がシュリンクする方向の議論はもちろんあります。でも生成 AI の力で紙の看板を突き詰めていくと、もっと効率よくする方法があるよということです。

それから効果測定があります。広告を発注する側はその印刷物でどんな効果があって、フィードバックがどのぐらいで、売上がいくら上がったのかが大事なんですね。広告会社の人が言うには、印刷物に印刷されている二次元コードを使ったプロモーションでリーチ数しか見ていないそうです。性別や年齢のデータが取れれば、生成 AI を使って 20 代の女性にはこの時間にアプローチした方が良いという分析ができます。

**今井**　今まではデータサイエンティストの世界だったものが生成 AI でできてしまうと。

**西脇**　おっしゃる通りですね。データサイエンティストの代わりを十分にやってくれると思います。印刷会社さんは企画段階から印刷物を届けるまでの機能をお持ちです。生成 AI を使えばもっとビジネス領域を広げられる可能性があるかと思います。

**今井**　華やかに見える我々の周辺のデータサイエンティストやコピーライターの仕事の方が、私たち印刷の仕事よりも生成 AI に置き換わりやすいのでしょうか。

**西脇**　間違いないと思います。影響は大きいです。

**今井**　アーティストの代わりにはそうそうならないと思いますが、生成 AI でそれに近いことができて、コストが低くなり、我々がクライアントにもっと深いところまで提案しやすくなる世界が来るかもしれないということですね。

**西脇**　そうですね。情報系の領域は AI の恩恵を受けると劇的に変わります。食品メーカー、飲料メーカーは自社のパッケージデザインに生成 AI を活用し始めています。

**今井**　去年、生成 AI が注目された時に、ChatGPT の有料のプランに加入したんですよ。でもこんなもんかと思って有料プランを外したんです。今回、西脇さんとお話ができる機会ができたので、ちょっとやってみようと有料プランを再開したところ・・・。

**西脇**　できることが全然違うでしょう。

**今井**　全然違いますね。びっくりしました。

**西脇**　生成 AI は、生成 AI っぽい画像を作るので、多くの人が「まあこんなもんか」と思うわけです。例えばそこに、「目の不自由な 70 歳以上の人たちが見やすい画像に変換して下さい」って、ひと言投げれば良いのにやる人が少ないんです。人間が画像を変換するのは大変な作業ですが、生成 AI はすぐにできてしまいます。

**今井**　私、X（旧 Twitter）をよく見るんです。ポスト（以前のツイート）を検索する時にコマンドをつけることで、「いつからいつまでのポスト」「いいね 50 以上のポスト」などの条件付けするような高度な検索ができるんですけど、スマホではこれが簡単にはできないんです。スマホで簡単に検索ができる仕組みを作る方法がないか ChatGPT に相談したら、最初は X の開発者登録をする方法を提案してきたのですが、それには月に 100 ドルかかるのです。そこで、シングルページアプリケーションを作って条件に合う URL を生成し、それをクリックすれば X のアプリに遷移して検索結果が表示されるので、それで実現できるよね、と聞いたら、それでもできますと言ってきて、その後のやり取りも含めたった1時間でソースコードができたのです。出来上がった HTML と JavaScript と CSS をサーバーにアップすれば、アプリケーションができてしまう。

印刷会社はランディングページを作るところまで請け負っているところも多いようなのですが、基礎的なことさえ分かっていれば、アプリケーションまでできるということが分かりました。すごいですね。生成 AI はかなり進化しています。

ところで、よく「シンギュラリティ」という言葉が言われますが、こうしたペースで進化していけば、いずれシンギュラリティが来るのでしょうか。

**西脇**　特異分岐点のことですね。AI が人間の知能を超えてコントロールできないぐらい進化するということですが、シンギュラリティに近い現象は起きています。今の生成 AI は文章やアプリを作るじゃないですか。半年前にはこんな簡単に誰もがアプリを作れると考えていなかった。AI の進化は人間が想像している領域を超えているので、その言葉を当てはめればそういうことなのだと思います。ただ SF チックに AI と戦うことがシンギュラリティの本質ではないと考えています。

## 自律するエージェント型 AI もう一人のスタッフに

**今井**　総務省の情報通信白書によると生成 AI の市場規模は 2024 年で 350 億ドルと想定されています。3 年後には1,200億ドルになると予想されています。マイクロソフトの生成 AI ビジネスは直近では Copilot のクラウド課金がメインになると思います。どこをゴールとして見ていますか。

**西脇**　基本的に世界中の多くのパソコン上で Excel、Word、PowerPoint が動いています。世界中の多くのパソコンで Windows が使われています。私たちはそれが 100%になることを目指しています。世界中の人たちが Copilot の恩恵を受けるようになって欲しいし、そこがひとつのゴールですね。

**今井**　マイクロソフトの売上の中でも、生成 AI のビジネスがだんだん大きくなっていくということですね。

**西脇**　Copilot for Microsoft 365 の売上は四半期ごとにとんでもない勢いで増えているので、それがひとつあります。もうひとつは企業独自の生成 AI を提供したいと考えています。これは実際にニーズがあります。企業の情報には在庫情報や設計図面、顧客情報など様々なデータがあります。それらを活用して生成 AI が仕事をサポートしてくれたらいいですよね。そうしたガチガチの企業のシステム作りの分野で生成 AI の利用が増えると思います。

**今井**　仕組みづくりにとどまらず、戦略面でも活用が進みそうですね。企業が持っている情報を元に、SWOT 分析して下さいとか、カスタマージャーニーを作って下さいとか、すぐにできてしまうわけですよね。

**西脇**　一瞬ですね。あとはそれを見てどう判断し、次の行動につなげるかにかかってくると思います。マインドマップを書くことは誰でもできるけど面倒です。そうしたことをAI に任せれば、誰も同じ結果が得られます。

**今井**　すでにそうしたことができるわけですけど、将来はどうなっていくとお考えですか。

**西脇**　あくまで私個人の意見として聞いて下さい。今は割とコンパクトな文章や画像、音、動画を作ってくれていますが、これからは長尺のコンテンツの創作ができてくるでしょう。より多くの、より大きな制作物を作ってくれると思っています。先ほどの今井さんが生成 AI を使って作った X の検索プログラムはコンパクトでしたね。今後はもっと大きなプログラムを一緒に作ってくれるようになると考えています。

もう一つがエージェント型の AI です。今、Copilot for Windows 365 では会議を要約して、アクションアイテムまでを出してくれます。エージェント型とはさらに会議中に「アクションアイテムの整理に入りましょう」とか、「発言していないですよね。意見ありますか」とか仕切ってくれる AI です。これまでは人間がお願いしないとできなかったのが、AI が自律的に何かをやってくれるようになります。Excel を開くと「この分析は途中までしか進んでいませんよね。最後まで分析しておきましたので、これで上司に報告したらどうですか」ということをしてくれます。もう一人のスタッフがいる感覚がエージェント型です。

三つ目が薬や素材の開発です。創薬はお金と時間がすごくかかります。何年も実証実験を重ねるんですね。生成 AI を使って、仮想空間で実証実験をすれば 2 時間ぐらいでできてしまいます。そうした活用が期待されていますし、マイクロソフトはすでに素材開発と創薬をスタートしています。

**今井**　エージェント型が出てくると管理だけをする管理職がいらなくなりますよね。すると求められる人材やスキルが変わってきますよね。

**西脇**　会議を進行するような仕事はなくなりますね。これから必要となるスキルの要素はメンタルとフィジカルです。

メンタルとはより人間的なことです。AI にモチベーションマネジメントはできません。これからは人を応援する仕事、人の悩みを聞く仕事、ゴールを共有する仕事、伴走する仕事のスキルが求められてきます。フィジカル面もそうです。肉体がないので AI はカバーできません。加えて課題を見つけ出す力が必要になります。人材教育の在り方や採用の基準は変わってくると思います。

こういうお話をすると恐怖心を抱く方が少なくありません。AI が自分の仕事を奪うのではないかと。AI=自分の仕事の置き換えという定義を頭に入れてしまうのは良くない発想です。AI が仕事を奪うのではなく、AI を使っているどこかの誰かが仕事を奪うのです。

**今井**　AI に対する好奇心やこれからどうなるんだろうという想像力が必要ですね。ちょっと使えば面白いなと感じます。

**西脇**　あまり恐怖心を抱かず、難しいものとも思わずに気軽に接して欲しいですね。そこから興味を持てば、会社の業務効率やお客様への提供価値をいかに上げられるかを考えるきっかけになりますよ。

**今井**　日本マイクロソフトはもちろん国内市場を見ていると思います。でも、日本とアメリカの情報投資金額の差を見ると大きいですよね。AI の活用でも置いていかれるように思います。

**西脇**　企業の数と時価総額の差があるので、アメリカの IT 投資が多いのは当たり前だと思うんですよね。日本は単一言語で 1 億人が話をして、単一通貨を使って、同じ商習慣や倫理観がある人が経済活動をしています。こんな国は他にないですよ。1 億人のマーケットで戦えるチャンスはそうないです。

**今井**　見方を変えれば巨大なマーケットですよね。私たちはその中でビジネスをしていることをもっと認識すれば違う景色が見えてきそうです。生成 AI にしても、見方を変えればものすごく有効なツールになると思います。今回、西脇さんとお話ができる機会を頂き、私自身、生成 AI に対する考え方が変わり始めました。使ってみないと分からないことはたくさんあります。そうした意味で全国の仲間たちにもぜひ、触れてみて頂きたい気持ちです。本日は生成 AI 活用や考え方のへのヒントを頂き、ありがとうございました。

# 教育研修委員会

委員長　関野　里美

## 社員の定着と成長に繋がるプログラムを

## 他社同職種間コミュニケーションを広げる

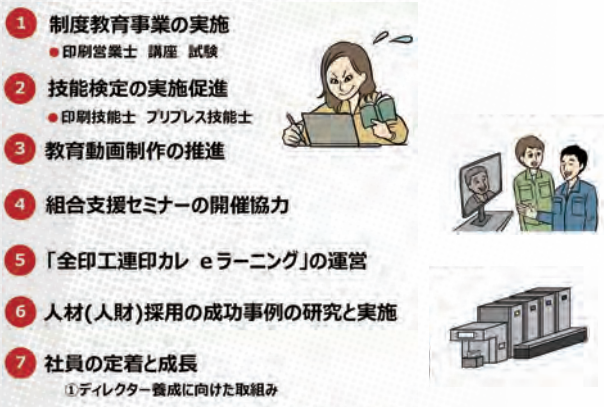
今期から教育研修委員会の委員長を仰せつかりました東京都の関野里美です。2年間よろしくお願いいたします。

教育研修委員会は今年度、社員の定着と成長に繋がる事業に力を入れていきます。これまでの制度教育・技能検定に、AI やリスキリングなどの新たな要素を加え、今後必要になるスキルが学べる場を提供します。新しい研修では、経営者対象だけでなく、社員向けのプログラムを拡大していきます。社員の方々が「ぜひ学びたい」と思うようなテーマを目指します。社員の時間を研修に割くことは、一時的に仕事がストップするため、躊躇される方も多いかと思います。当委員会は、仕事がストップしたとしても、より多くのメリットが得られるプロジェクトを提供していきます。

「価値協創」を実現させる、経営者間ではなく、同職種社員間でコミュニケーションを広げる取り組みも進めています。今年7月には“会社の二番手”の方々がオンラインで交流する「番頭会議」を開催しました。当日は全国から集まった参加者が、部下とのコミュニケーションといったテーマについて課題や解決のヒントを語り合い、交流を深めていただきました。今後も、各社の工場長、部門長、DTP オペレーターの方々が会社の垣根を超えて繋がる場を提供していきます。社員が他社の強みを直接知ることが「価値協創」を実現すると考えます。

印刷業界の魅力を伝えるために業界をブランディングする事業も展開していきます。既に東京都印刷工業組合内で「ブランディング部会」を立ち上げて、印刷業界への求職者を増やす取り組みを構想しています。まずは東印工組内で構想を実践し、結果を全印工連全体へフィードバックする予定です。「印刷会社で働く」と聞くと、多くの人は印刷機が動いている製造の現場を想像します。実際にはマーケティングやデザイン、プロモーションまで携わる業種であることは社会に知られていません。印刷業は広い業界と関り、多彩な働き方があることを求職者に知ってもらう。自分もこんな働き方がしてみたい、と求職者の方々に思っていただく。印刷業界の人材の獲得と定着のため、一層ブランディングに力を入れていきます。

私は「社員の得意なことを軸に仕事を創る」ことをビジネスの軸としています。好きなこと、得意なことこそ、その人材がポテンシャルを一番発揮できるためです。経営者の皆様には、社員の方々の特性に目を向けてみてください。現場で働く皆様は、自分の得意なことを見つけ、周囲にアピールしてみてください。その特性が、新しいビジネスに繋がります。当委員会はこれからの時代に必須となる知識、積極的に学びたいと思える情報を、広く発信していきます。



モリサワ

# 用途に合わせたフォントでより良い制作物を

株式会社モリサワでは、「文字を通じて社会に貢献する」を社是に、お客様の利用環境や用途に合わせたフォントサービスを取り扱っています。今回はその一部をご紹介します。

## Morisawa Fonts

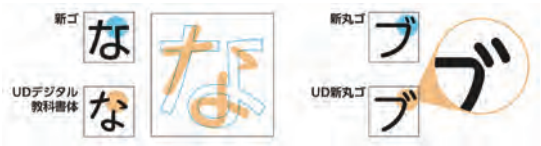
「Morisawa Fonts」はクラウド型のフォントサブスクリプションサービスです。グラフィックデザインや Web サイトなど、さまざまなクリエイティブスタイルに必要なフォント環境を柔軟に提供しています。また、事業規模に応じたエンタープライズ要件に対応する機能も随時アップデートし、効率的なワークフローをサポートします。日本国内だけでなく2024年3月にはシンガポールで販売開始するなど、国境をまたぐグローバルなクリエイティブワークにも対応していきます。

2,000書体以上を自由に使用できる「スタンダードプラン」に加えて、2024年9月からはお好きなフォントを選択して使える「Select8」「Select24」、Web サイトのフォントを統一できる「Web フォント」などの新たなプランもご利用いただけるようになりました。用途やプロジェクトの規模に応じて最適なプランを選択できるため、豊富なフォントライブラリーを効率的に利用することや、より効果的なデザインを実現することができます。

Morisawa Fonts

※各プランのサービス内容について、詳しくは
Morisawa Fonts サービスサイトをご覧ください。

## ユニバーサルデザイン（UD）フォント




※UD フォントについて、詳しくはこちらをご覧ください。

### ●開発コンセプトとエビデンス

モリサワでは、ユニバーサルデザインの考え方に基づき、より多くの人にとって読みやすく設計された UD フォントを開発しています。コンセプトは「文字のかたちがわかりやすいこと」「文章が読みやすいこと」「読み間違えにくいこと」です。例えば、なるべく文字を手書きに近い形にしたり、濁点や半濁点を大きくして区別をつけやすくしたりといった工夫をしています。一方で、わかりやすさを重視するあまりに文字の美しさが損なわれることのないよう、フォントデザイナーが視認性とデザイン性、双方のバランスを調整しています。また、大学や企業など第三者機関と共同で実証実験を行い、読みやすさのエビデンスを取得しているほか、その実験結果を書体開発にも生かしています。2023年には、国立研究開発法人科学技術振興機構が実施する「STI for SDGs」アワードにおいて「UD フォント開発と普及促進」の取り組みが優秀賞を受賞しました。

### ●活用事例

UD フォントは、公共交通機関や金融・医療機関、自治体のように、子供から高齢者まで幅広いバックグラウンドの方々への正確な情報伝達が求められる分野で多く使われています。加えて、日経225選出企業の9割で IR 資料にモリサワの UD フォントが活用されているといった調査結果も出ているほか（2020年調査）、Web アクセシビリティの観点から企業の Web サイトやアプリケーションに UD フォントが使われることも増えています。

また、成分表示や手続きの申請方法など、情報量が多くかつ読み間違いを防ぎたい場面では、長体をかけたコンデンス書体が役立ちます。通常のフォントをアプリケーション上で長体加工をすることも可能ですが、モリサワのコンデンス書体は、長体加工を施した上で最適な太さに調整しており、加工なしで使っても読みやすいフォントです。

# 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
MITSUMOZNURUS

印刷と共に、27年。

プリントサピエンスは、販売実績期間国内一位の印刷業向けMISです。

JDF対応MIS 検索

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

白いファイル
PF-II 3面のタイトル紙 差し替え自由
A4タイプ(縦型)
差し替え自由
商売繁盛カタログ
取扱説明書
プリンテックカラーチャート
製品ガイド
商売繁盛カタログ
差し替え自由
10部単位の販売となります。(税別)

| 品番 | PFII20 | PFII30 | PFII40 | PFII50 | PFII60 | PFII80 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 標準価格 | 1,800円 | 1,810円 | 1,890円 | 1,950円 | 2,010円 | 2,140円 |

箔押名入れクリアホルダー
安くて早い
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 |

【初回のみ版代3,400円】(税別)
※クリアーの価格です。色物は@5UP。 箔押の版サイズは50cm²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グ
〒110-0008 東京都台東区池之端2-9-3
TEL03-3821-2151 FAX03-5842-1405
E-mail infomail@printbag.co.jp URL https://www.printbag.co.jp

営業品目
●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(箔押)●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・エコトジック・ツインリング・セルリング・スパイラルリング)
●W箔押 《オリジナル品》ピットインフリーファイルIダブル・II、スーパークリスタルカレンダー、タビメモリ

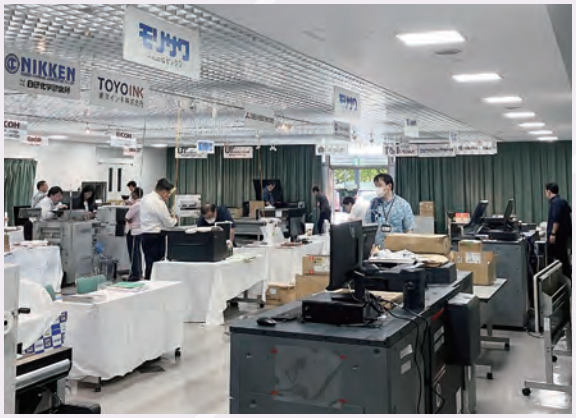
# 工組紹介　沖縄県印刷工業組合

沖縄県印刷工業組合は業界の組織強化と地位向上のため、昭和47年に設立し、沖縄県の日本復帰に伴い昭和50年に全印工連に参画しました。平成21年には昭和42年に設立された共同購買事業を主とする沖縄印刷協同組合との「組合一本化」を実現し、組織強化と地位向上及び経営基盤強化を図り、現在に至ります。今年で創立57周年を迎え、令和3年より印刷業界の発展を祈願し、理事・賛助会員の皆様と初祈祷を毎年行っています。

組合一本化に伴い、沖縄県印刷工業組合には印刷に関連する資機材を販売する「購買事業部」があり、取扱品目はインキ・紙加工製品・PS 版・関連機器等を中心に揃え、事務局が日々営業活動に励んでいます。

沖縄県本島全域の組合員企業を軸に員外企業とも取引をしており、状況に応じて組合員企業には、利用分量に対して配当を行っています。それも組合加入への大きなメリットの一つとなっています。

毎年行っている初祈祷




2024 沖縄プリンティング & サインショー　展示会場

## ■ 2024 沖縄プリンティング & サインショー

毎年県内の販売店と共同主催で展示会を実施しています。今年度は新たな取り組みとして、沖縄県広告美術協同組合と県内販売店との共同開催で「2024沖縄プリンティング&サインショー」を10月29日・30日に開催しました。展示会中には「クライアント視点からの生成AI」や「フリーランスに関する新しい法律」さらに「ラッピング技術」に関するセミナー等を併催し、多くの方々にご来場頂きました。展示会場では、出展企業各社が印刷業界の未来の可能性を拡げる様々なご提案を行い、新たな取り組みの展示会を大盛況に終えることができました。

盛況の併催セミナー

また教育事業部では今年7月に、官民合同の積算講習会を開催、沖縄県を含む41市町村にも案内し、組合員企業や県を含む各市町村の行政担当者が多く参加されました。今後も官公需問題の取り組みの一貫で講習会を計画していきます。

当工業組合では今後も購買事業部及び教育事業部を柱に、組合員企業の安定経営、持続的な成長、発展を目指し、真に役立つ組合を実現するため諸事業を進めてまいります。

**沖縄県印刷工業組合 事務局**
〒901-1111 沖縄県島尻郡南風原町兼城577 印刷団地内
TEL 098-889-3039 / FAX 098-889-6142
URL　**https://okiinkyo.or.jp/**

全国青年
印刷人協議会

# 「らしさ」を活かして、アトツギベンチャーへ!!

今期議長指名副議長を拝命しております香川県タナカ印刷株式会社の田中です。今回はブロック協議会のテーマにもなっているアトツギベンチャーについて少しお話をさせていただければと思います。

私たち印刷業は社歴が長く後継者の多い業界とも言えます。経営者の皆さんの多くは創業者ではなく、アトツギになるのではないでしょうか?そんなアトツギの皆さんの喫緊の課題となっているのが、DX や新規事業、業態変革などへの対応です。市場が縮小しているにも関わらず、老朽化する設備の更新や社員の労働環境の整備、賃上げなど気がつけばお金がかかることばかり。会社を維持発展させるためには利益の確保が必要ですが、今まで通りのやり方だけでは本当に厳しい環境となってきています。そのためベンチャーと呼ばれる新規事業や業態変革など新しいことに取り組まなければなりません。とはいえ、何かを始めようと思って何から手を付けていいのかわからない。そもそも新しいことに取り組んで本当に成功できるの?と思われる方も多いのではないかと思います。

実はイノベーションと呼ばれるものは狙ってできるものではなく、取り組んだ結果として成功したものだけがイノベーションと呼ばれていると言われるくらい難しくなってきています。そんな中で「やらなきゃいけない」というマインドで進めても上手くいくはずはありません。むしろ「えっ、これを仕事にしていいの?」と思うような趣味や推しなど、自分たちが熱量高く取り組めるものを軸として新規事業や業態変革に取り組もう!というのがブロック協議会の学びとなっています。

いかがでしょうか? ちょっと興味がでてきたのではないでしょうか?ブロック協議会では自分らしさを起点として考えた新しい事業の種をいかにして利益に結びつけるのか?という部分も含めたワークを行っています。少しでも興味を持たれた方は是非ブロック協議会に足を運んでいただければと思います。

全青協では今期の学びを 2025 年 4 月 27 日（日）に大阪・関西万博の TEAM EXPO パビリオンにて発表・発信いたします。「自分らしさ」から始まった変化が会社、地域、業界を変える契機になれば嬉しく思います。

会計

# 定額減税（年調減税事務）

塚越税理士・公認会計士事務所
https://www.bizup.jp/member/tukakosi/

**ここ数年の物価高の支援策として、所得税・住民税を一定額減らす『定額減税』が 2024 年 6 月からスタートしています。そのため、令和 6 年分の年末調整の際には、年末調整時点で算出した定額減税額（年調減税額）に基づき、年間の所得税額との精算を行う手続き（年調減税事務）が必要となります。そこで、今回は給与所得者の定額減税における年調減税事務についてお伝えしていきたいと思います。**

## Q　年調減税事務の手順について教えてください

A　所得税の年調減税事務の手順は、①対象者の確認 ②年調減税額の計算 ③年調減税額の控除の順で手続きを行なうこととなります。それぞれについて確認していきましょう。

**① 対象者の確認**

年末調整の対象となる人が、原則として年調減税の対象者となります。ただし、年末調整の対象者となる人のうち、合計所得金額が1 ,805万円を超えると見込まれる人などは年調減税の対象外となります。この判定については、令和6年分給与所得者の基礎控除申告書などにより確認してください。

**② 年調減税額の計算**

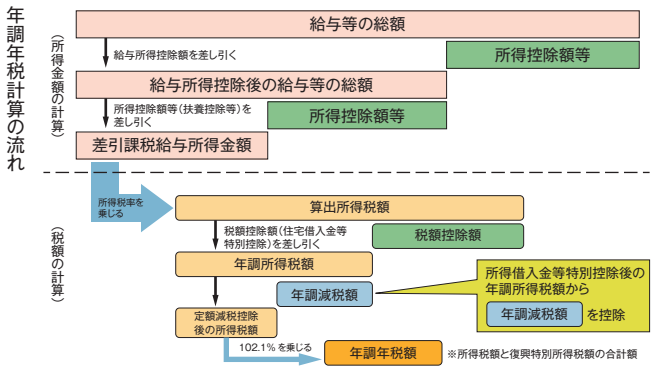
年調減税額は、納税者本人3万円と同一生計配偶者又は扶養親族1人につき3万円との合計額になります。年調減税額の計算にあたっては、年末調整時の現況における同一生計配偶者の有無及び扶養親族の人数を、令和6年分給与所得者の扶養控除等（異動）申告書（以下、「扶養控除等申告書」という。）や配偶者控除等申告書から改めて確認することとなります。なお、年調減税額の計算のための人数に含まれる同一生計配偶者は、次のいずれかに該当する配偶者となります。

イ）「**配偶者控除等申告書**」に記載された控除対象配偶者
ロ）合計所得金額が48万円以下の配偶者のうち、年調減税額の計算に含める配偶者として「**年末調整に係る定額減税のための申告書**」に記載された配偶者

同一生計配偶者を年調減税額の計算に含めるためには、該当する申告書を提出する必要がありますのでご注意ください。

**③ 年調減税額の控除**

年調所得税額（年末調整により算出された所得税額で、住宅ローン控除の適用を受ける場合には、その控除後の金額）から年調減税額を控除します。ただし、年調減税額が年調所得税額を上回る場合は、年調所得税額を限度に行います。そして、年調減税額控除後の金額に 102.1%を乗じて復興特別所得税を含めた年調年税額を計算します。




［注1］ 年末調整の過不足額の精算におけるその年中の源泉徴収税額は、各月（日々）の控除前税額から月次減税額を控除した残額の合計額ということになります。

［注2］ 年調減税額は、年末調整時までに提出された扶養控除等申告書、配偶者控除等申告書及び「年末調整に係る申告書」の記載内容に基づき、それぞれ計算します。

（出典：国税庁「令和 6 年分所得税の定額減税 Q&A 1-6」）

## Q　年調減税事務を行うために、新しく申告書を提出してもらう必要がありますか。

A　同一生計配偶者の有無や扶養親族の人数は、扶養控除等申告書等で確認ができるため、新しく申告書を提出してもらう必要はありません。しかし、年調減税事務から新たに扶養親族等を年調減税額の計算に含めるためには、給与所得者から、年末調整を行うときまでに「年末調整に係る定額減税のための申告書」の提出を受ける必要があります。

## Q　年調減税額が大きく、年調年税額がゼロとなる場合、控除しきれなった年調減税額はどうなりますか。

A　令和6年分の所得税から定額減税額を控除しきれないと見込まれる場合は、控除しきれないおおよその額が市区町村から給付されます。

## Q　今年の源泉徴収票の作成にあたって、気を付けることはありますか。

A　給与所得の源泉徴収票の「（摘要）」欄に、実際に控除した年調減税額と控除しきれなかった金額（控除しきれなかった金額がない場合は 0 円）を記載する必要があります。なお、定額減税に関する事項を最初に記載するなど、書ききれないことがないように留意してください。

記載例

（概要）
源泉徴収時所得税減税控除済額 120,000円、控除外額 0円

（出典：国税庁「令和 6 年分所得税の定額減税のしかた」）

一般的な内容を前提として回答してあります。具体的な個別事例は、事前に専門家へご相談ください。

# 令和６年度 地域別最低賃金

厚生労働省より、令和6年度地域別最低賃金額の改定状況が、以下のとおり発表された。

各都道府県で50円～84円の範囲において最低賃金額の改訂が行われ、全国加重平均では昨年を51円上回る時給1,055円となった。

（単位：円）

| | 地域別最低賃金 | | 備　考 |
|---|---|---|---|
| | 最低賃金時間額 | 効力発生日 | |
| 北海道 | 1,010 | 2024年10月　1日 | 1) 地域別最低賃金は、産業や業種に関わりなく各都道府県内の全ての労働者と使用者に、使用者に適用される。<br>2) 最低賃金の対象となる賃金は、通常の労働時間、労働日に対応する賃金に限られ、次のものは除かれる。<br>①臨時に支払われる賃金（結婚手当など）<br>②1ヶ月を超える期間毎に支払われる賃金（賞与など）<br>③時間外勤務手当、休日出勤手当、深夜勤務手当など<br>④精皆勤手当、通勤手当、家族手当<br>3) 一般の労働者と労働能力などが異なるため、最低賃金を画一的に適用することが必ずしも適当でない労働者については、労働基準局長の許可を条件に適用除外が認められている。適用除外が受けられる労働者は次のとおり。<br>①精神または身体の障害により著しく労働能力の低い者<br>②試用期間中の者<br>③認定職業訓練を受ける者<br>④軽易な業務に従事する者その他の労働省令で定める者<br>全国加重平均時間額　1,055円<br>（前年度　1,004円） |
| 青　森 | 953 | 2024年10月　5日 | |
| 岩　手 | 952 | 2024年10月27日 | |
| 宮　城 | 973 | 2024年10月　1日 | |
| 秋　田 | 951 | 2024年10月　1日 | |
| 山　形 | 955 | 2024年10月19日 | |
| 福　島 | 955 | 2024年10月　5日 | |
| 茨　城 | 1,005 | 2024年10月　1日 | |
| 栃　木 | 1,004 | 2024年10月　1日 | |
| 群　馬 | 985 | 2024年10月　4日 | |
| 埼　玉 | 1,078 | 2024年10月　1日 | |
| 千　葉 | 1,076 | 2024年10月　1日 | |
| 神奈川 | 1,162 | 2024年10月　1日 | |
| 新　潟 | 985 | 2024年10月　1日 | |
| 長　野 | 998 | 2024年10月　1日 | |
| 山　梨 | 988 | 2024年10月　1日 | |
| 静　岡 | 1,034 | 2024年10月　1日 | |
| 東　京 | 1,163 | 2024年10月　1日 | |
| 愛　知 | 1,077 | 2024年10月　1日 | |
| 三　重 | 1,023 | 2024年10月　1日 | |
| 岐　阜 | 1,001 | 2024年10月　1日 | |
| 富　山 | 998 | 2024年10月　1日 | |
| 石　川 | 984 | 2024年10月　5日 | |
| 福　井 | 984 | 2024年10月　5日 | |
| 滋　賀 | 1,017 | 2024年10月　1日 | |
| 京　都 | 1,058 | 2024年10月　1日 | |
| 大　阪 | 1,114 | 2024年10月　1日 | |
| 兵　庫 | 1,052 | 2024年10月　1日 | |
| 奈　良 | 986 | 2024年10月　1日 | |
| 和歌山 | 980 | 2024年10月　1日 | |
| 鳥　取 | 957 | 2024年10月　5日 | |
| 島　根 | 962 | 2024年10月12日 | |
| 岡　山 | 982 | 2024年10月　2日 | |
| 広　島 | 1,020 | 2024年10月　1日 | |
| 山　口 | 979 | 2024年10月　1日 | |
| 徳　島 | 980 | 2024年11月　1日 | |
| 香　川 | 970 | 2024年10月　2日 | |
| 愛　媛 | 956 | 2024年10月13日 | |
| 高　知 | 952 | 2024年10月　9日 | |
| 福　岡 | 992 | 2024年10月　5日 | |
| 佐　賀 | 956 | 2024年10月17日 | |
| 長　崎 | 953 | 2024年10月12日 | |
| 熊　本 | 952 | 2024年10月　5日 | |
| 大　分 | 954 | 2024年10月　5日 | |
| 宮　崎 | 952 | 2024年10月　5日 | |
| 鹿児島 | 953 | 2024年10月　5日 | |
| 沖　縄 | 952 | 2024年10月　9日 | |

Giving Shape to Ideas

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

コニカミノルタ 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

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。

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

RMGT
Consortium
Sustainable
Printing
Industry

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/

FUJIFILM
Value from Innovation

Revoria™

Revoria™（レヴォリア）は
富士フイ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。

わたしたち富士フイ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、
富士フイ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
富士フイルム 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/fb

富士フイ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 富士フイルム西麻布ビル
TEL:03-6419-0300（代表）
https://www.fujifilm.com/ffgs/ja

FUJIFILM、および FUJIFILM ロゴは、富士フイ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
富士フイ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。

CSR
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

GREEN PRINTING JFPI
この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。
P-B10026

十一月号 二〇二四年（令和六年）十一月十日発行（第三種郵便物認可）第七二七号 全日本印刷工業組合連合会発行