



感動価値創造 magazine Xi [sai]

2024

12



Happy Industry



全日本印刷工業組合連合会

drupaジェネレーションが ついに日本上陸！

UNFOLD
YOUR
POTENTIAL

従来から、drupaで発表された革新的な機器・機能はdrupaジェネレーションと呼ばれる。ハイデルベルグのdrupa2024ジェネレーションと呼ばれる製品群が、いよいよ日本にも上陸し、ハイデルベルグ・ジャパンのカスタマーセンターで行われたオープンハウス 2024でお披露目された。

オープンハウスは、「drupaついに日本上陸！」をテーマとし、オープニングプレゼンテーションではdrupa2024におけるハイデルベルグ社の訴求ポイントが簡潔に説明された。モットーは“Unfold Your Potential”、日本語では「解き放て、ポテンシャル！」と表現される。未だ4.5兆円とも言われる日本の印刷マーケットには大きなポテンシャルがあり、事実、増収・増益を続ける企業も散見される。マーケットシュリンクの影響を直接的に受けるのではなく、売上を確保して、かつ巨大な分母から新規売上を獲得するためのキーワードとして、「労働力」「競争力」「デジタイゼーション」「持続性」が挙げられた。これらは企業としての課題であり、ペイン・ポイントと呼ばれる。ペイン・ポイントは加速度的に変化する時代の流れに対し、企業が対応する上での阻害要因であり、裏を返せばポテンシャルを解放する鍵であることが訴求された。

オープニングプレゼンテーションに続き、すでにハイデルベルグのショーではお馴染みとなった「完全自動運転」、つまり、ヒトの判断や操作を一切介さずに3ジョブを刷了するメインデモンストレーションが行われた。デモに使用されたスピードマスターXL106機もdrupa2024ジェネレーションであり、正式にはニュー・ピーク・パフォーマンス・ジェネレーションと呼ばれる。drupa2016ジェネレーションからすでに完全自動運転を実生産レベルで実現してきたスピードマスターシリーズ



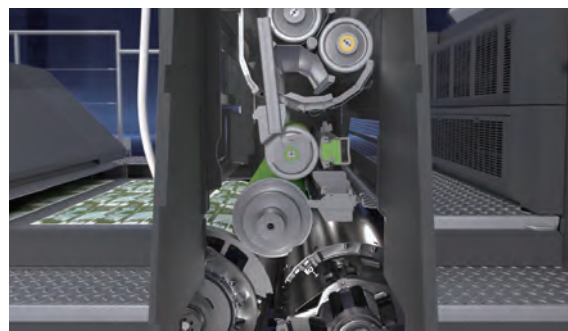
スピードマスターXL106 ピークパフォーマンスジェネレーション

ではあるが、drupa2024ジェネレーションでは、さらに進化したAIによる飛躍的な自動化や生産性向上が特徴として挙げられる。中でもコーティングユニットに関する最新技術はデモンストレーションでも大きな注目を集めた。

すべての情報を含むジョブデータは受注から後加工まで一気通貫で共有され、もちろん印刷機でも利用される。印刷機はジョブデータからジョブチェンジプログラムを生成し、オペレータの判断や操作を介在させることなく実行する。ここまでのプロセスは、ハイデルベルグですでに実運用に域に達していた。今回はさらに、コーターニス、ニス版、アニロックスローラの完全自動交換がプログラムに含まれ、実行されたことに参加者からは驚きの声が上がった。マットニス→グロスニス→疑似エンボスと、まったく異なる表現の印刷物が次々と刷る様子は、現場の実情を知っている参加者ほど、まるでマジックの様に感じられたとの声が聞かれた。

今回のオープンハウスには印刷営業向けコンテンツも含まれていたため、営業部門からの参加者も多く見受けられた。デモンストレーションでは「コーティングやアニロックスの交換に手間がかかるからと交換頻度が高くないケースも見られる。もしも簡単に、これだけの幅広い表現が可能であれば、営業としてのポテンシャルを解放する一助になるのではないのでしょうか？」とも訴求がなされ、その後のセッションでも営業部門の参加者も興味深くオープンハウスを楽しんでいたのが印象的だった。

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。



アニロックスローラ自動交換:オートローダー

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

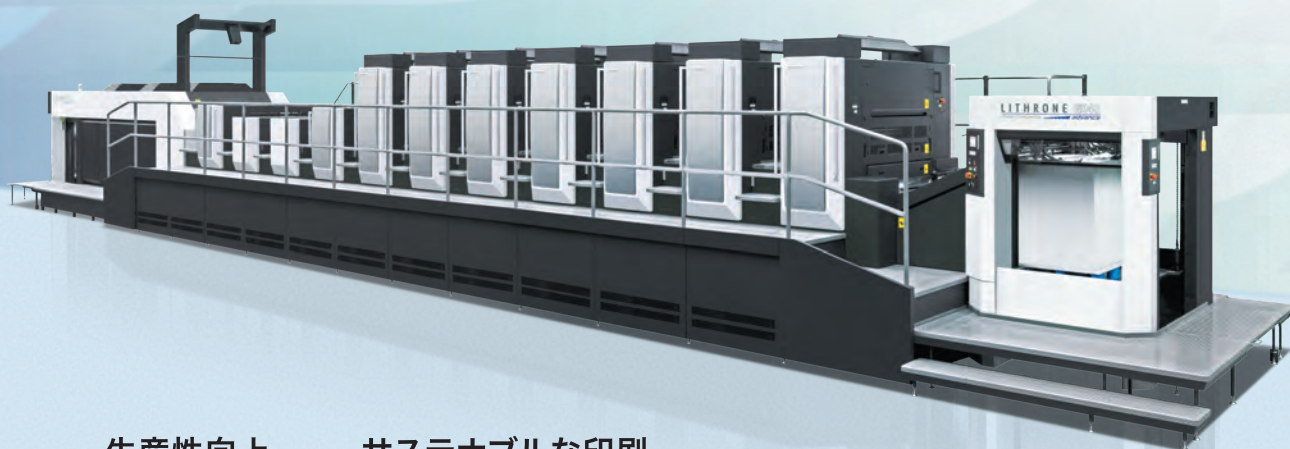
advance

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。

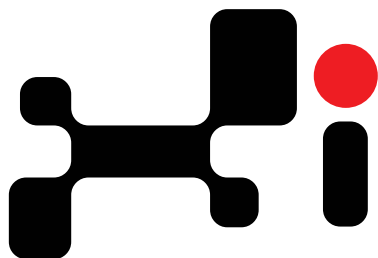


あなたのビジネスに、大塚商会の提案力と対応力を。
<https://www.otsuka-shokai.co.jp/dx/>



 **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

デジタル印刷機メーカー座談会	6
自動化のその先に 株式会社真興社(東京都渋谷区)	12
委員会紹介 サステナビリティ・CSR 委員会	16
共創パートナー企業 ソリューション提案 工程のデジタル管理で実現する経営分析…	17
工組紹介 京都府印刷工業組合	18
全青協 全青協ブロック協議はいかがでした?	19
助成金 衆議院選挙の結果と今後の施策への影響について	20
全印工連 CSR 認定募集のご案内	21



【本号の表紙】

西陣織は、日本を代表する京都の伝統工芸品です。京都の織物の歴史は古く、5～6世紀まで遡りますが、「西陣織」という名称が定着したのは室町時代の応仁の乱以降、約555年前からです。

先染めの糸を経糸(たていと)と緯糸(よこいと)に使用し、織細で美しい紋様の織り上げが特徴で、帯や着尺(きもの)をはじめとする和装品が中心ですが、ネクタイやショールなどの洋装品も製作されています。

近年の生活様式の変化に伴い、和装の需要が減少傾向にあるため、対策として新製品の開発や新市場の開拓に取り組んでいます。写真にあるのはファッションやインテリア向けの市場開拓を目指し、国内外の展示会用に制作されたテキスタイルです。伝統技術によって生まれた美しい織物が、斬新なデザインと調和し、西陣織の新たな可能性を示しています。

NO.728

令和6年12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。

【お詫び】 感動価値創造 magazine Xi[sài]11月号における誤りについて

先月発行の「感動価値創造 magazine Xi[sài]11月号」の11ページにおいて、本文全体が右側にずれた状態で皆様のもとにお届けしてしまうという誤りがありましたこと、謹んでお詫び申し上げます。

以後このようなことがないよう、確認手順を見直し確認体制を強化することで再発防止に努めてまいります。今後とも何卒よろしくお願い申し上げます。

デジタル印刷機メーカー座談会

デジタル印刷の先に見える未来



メーカーが本気で語る —印刷デジタルトランスフォーメーションへの提言—

印刷会社の業態変革はデジタルトランスフォーメーション (DX) が鍵を握る。デジタル印刷機メーカー 4 社の協力を得て、今回「デジタル印刷の先に見える未来 ～メーカーが本気で語る印刷デジタルトランスフォーメーションへの提言～」をテーマに座談会を開いた。座談会では DX に向けた各社の取り組みから印刷業界に向けた助言、提言まで意見を交わしながら、デジタル技術を駆使した新たな可能性を探った。

DX=変革に向けた取り組み

岸 デジタル印刷機、いわゆるプロダクションプリンター (POD) が普及し始めて 20 年近くが経っており、すでに日本の主要な印刷会社はほとんど導入している状況です。しかしながら、道具としてうまく活用できているのか甚だ疑問です。

今の印刷産業の大きな課題は印刷需要の減少です。印刷出荷額は全印工連の産業戦略デザイン室が予測した減少ペースの通りに推移しています。日本の印刷産業はほぼ内需に頼っていて、国を跨いでビジネスを展開する環境にありませんから需要を作る必要があります。

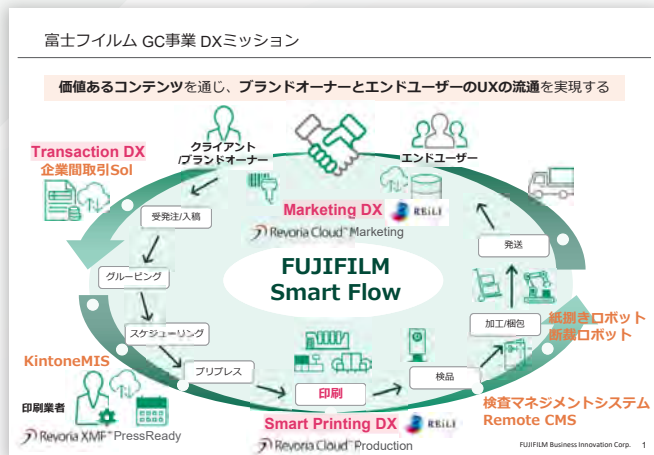
もう一つの課題は人件費や資材の高騰です。印刷の価格に上昇したコストを転嫁できなければ利益は確保できません。加えて人手不足がこれからますます深刻化していくことも予測されていて、印刷会社の業務の在り方がこれからますます問われてくるでしょう。

こうした課題の一つの解決策となるのがデジタルトランスフォーメーション (DX) です。デジタル印刷機は印刷会社にとって DX に向けての一つのツールになり得ると思うのですが、変革の活用事例がまだ多くありません。まずは皆さん、各社 DX をどう定義していますか。

近藤 DX の定義はデジタル技術を使った変革と考えています。

富士フイルムビジネスイノベーションジャパン (以下、富士フイルム BI ジャパン) は明確な DX ビジョンを持っています。「ビジネス DX、結構得意なので相談してほしい。」というキャッチフレーズのコマーシャルをご覧になったことがおありでしょうか。当社の DX ビジョンは一つの土台と三つの柱で構成されており、柱の一つ目が商品・サービスの DX です。二つ目が当社自体の業務の DX です。三つ目が人の DX で、社員の意識を高める教育が含まれます。それを支える土台が ICT (情報コミュニケーション技術) です。その中には AI (人工知能) も含まれます。

例えば当社の業務のDXではRPA（ロボティクス プロセスオートメーション）のサーバーが動いており、人手をかけている業務を自動化しています。このようにシステム化できるものをシステム化していき、その事例を基軸にお客様へDX関連の商品やサービスを提供しています。



岸 RPAというお話が出ましたが、比較的、安価に自動化できるツールとして注目されています。印刷産業にとって、こうしたツールを使うと具体的に何が可能になりますか。

近藤 弊社の商品・サービスのDXは印刷業の方にとって、お客様であるクライアントへの商品・サービスのDXの提供という価値につながると考えています。業務のDXは工場のスマート化による生産性向上に役立ちます。

岸 事例はありますか。

近藤 弊社の Revoria XMF Press Ready はプリプレスのワークフローを自動化します。また Production Cockpit はオフセット印刷、デジタル印刷関係なく工程全体を見える化して生産原価を割り出し、経営指標として利用することができます。これは生産のDXです。

増力化のDXとしては今年7月にリリースした Revoria Cloud Marketing があります。広告予算を最適化するクラウド型のサービスで、ウェブ広告やウェブサイト制作する印刷会社様が、さらに踏み込んだサービスを提供する際の一助になります。

岸 キヤノン MJ さんはいかがですか。

田中 当社のデジタル戦略部では守りのDXと攻めのDXに分類しています。守りのDXが効率化、攻めのDXが変革と創造です。

守りのDXは社内の業務改革です。キヤノン MJ はキヤノンの販売会社なので、商品を仕入れて、販売して、サポートするのが基本的な業務です。RPA や AI などを活用したDXによって、そうした業務に可能な限り人が介在しないように改善していこうとしています。

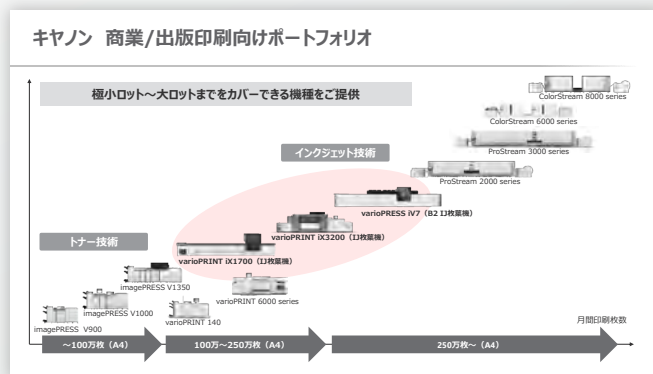
攻めのDXでは、自分たちが取り組んできた守りのDXについて、テーマや業種に応じてお客様にソリューションを提供し、業務改善を支援しています。このように様々なデジタルのデバイスを通じて、お客様の競争力強化や変革という価値提供に努めています。

ただDXには幅広い知見が必要です。お客様にDXを設計して価値として提供するためには人材育成が必要です。そのため、昨年、グループ全体で1万4,000人がDX検定（民間検定で難易度が高い）を受験しました。

岸 印刷会社の攻めのDXについてはどのような価値提供を考えていますか。

田中 私たちはプリンターを効率よく回す、生産性、収益性を高めるという視点で、ワークフローシステムの提供やオペレーション機能の簡素化などに取り組んできました。しかし、印刷会社様が守りのDXで得られた人手やコストの削減というリソースを、攻めに持って頂けるソリューションは、まだ皆さんの期待に応えられていないと認識していますので、今後、この部分にも力を入れていきます。

その一つがインクジェットテクノロジーです。オフセット印刷、トナーによるデジタル印刷とそれぞれ得意分野がありますが、当社のインクジェットテクノロジーは、生産性やスケラビリティに関する印刷ニーズに対し、その中間を埋めるゾーンにフォーカスしており、これまで叶わなかった需要にデジタル印刷で対応できると考えています。



岸 オフセット印刷はどうしても化学反応が必要なので、季節などの環境要因に生産性や品質が左右される場面が多くなります。熟練の人ではないと扱えないし、力のない人にとって紙積み作業は重労働になりますから、インクジェットはオフセット印刷に近いボリュームゾーンで、そうした課題を解決できる可能性がありますね。

内田さんはいかがですか。

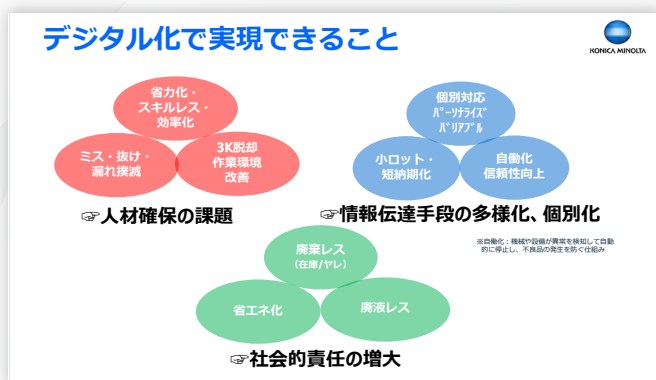
内田 経産省の定義でいえばDXはビジネスモデルの変革です。変革するのは組織、プロセス、企業文化・風土、競争上の優位性確立などです。ビジネスモデルの変革と

は“儲かる仕組み”に変えて行くことだと思います。

儲かる仕組みにするためには、トップラインを上げる、ボトムを下げる、対象を変える、の三つしかないと思います。トップラインを上げるとは売上を増やすことです。ボトムを下げるとはコストを下げることです。対象を変えると売り先を変えることです。

この三つの要素に取り組み、ビジネスモデルを儲ける仕組みに変えるのは、DX というよりも企業として持続的に発展していくために必要なことです。ただ、それらを実行しようとした時に、デジタル技術で今までできなかったことができますね、というのが DX なのだと解釈しています。

キヤノン MJ さんがお話されたように守りの DX はボトムラインを削るという部分です。ボトムラインを削りつつ、トップラインを上げた結果、生み出されたリソースを活用して新たな売り先の対象を作るのが攻めの DX なのではないかと思っています。



弊社の AccurioPro Dashboard JobManager という工程・進捗を可視化するツールをお使いのお客様は非常に喜んでおられます。小規模の会社なので社長が営業に出て、工程管理もしているのですが、今まで紙で管理していた業務から解放されて、営業の時間に当てられるようになったほか、残業時間が減りました。大きな投資をせずとも身近なところから改善して変革した事例です。

ただ、攻めの DX については難しい側面があります。私たちベンダーが商品やサービスを提供したからお客様の売上が倍増したり、新しいビジネスモデルが作れたりするわけではないからです。お客様ご自身がアイデアを出して攻めていく必要があります。私たちも場合によっては一緒にビジネスモデルを作り上げる協創という部分に踏み込んでいく必要があると思っています。

岸 そうですね。印刷業の多くが請け負い型なので、企画を立てて提案することが苦手です。一方で、装置を揃えれば仕事があるという時代は終わりました。全てが変われるとは限りませんが、そうした印刷業に寄り添って協創し

ていくという考え方は私たちにとっても心強いです。

リコージャパンさんは DX についてどのようなアプローチをされていますか。

青木 リコーが考える DX の目的は、業態の変革や進化につなげていくために、業務プロセスを変革して生産性を向上し、それによって捻出された時間を創ることです。そして労働生産性を向上して適正利益を確保していくことだと考えています。そのために最初の一步を踏み出すことが大事だと思います。

リコージャパンではまず、小さいところから踏み出ししようということで“スモール DX”を提案しています。初めは小さな一歩から、業態変革という目的に向けてフェーズを積み重ねて理想に近づいていくという考え方です。正文舎様をはじめ、今、全国各地に少しずつその取り組みが広がっています。

この機関誌の 10 月号でも紹介させて頂いた正文舎様は、工場設備と業務の棚卸しからスタートしました。そこから人が介在しなくてもできる業務を割り出して RPA による自動化を進められて人的ミスの削減などの成果を出しながら DX を進めてきました。今は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、社員の方の働き方を変革されています。

広島市のニシキプリント様では、複雑な判断や暗黙知をデジタル化し、障がい者就労を可能にしました。

正文舎様もニシキプリント様も、一緒に協創し築き上げた結果については、会社見学を受け入れていただいております。ご興味のある皆様はぜひ、リコージャパンまでお声がけください。

岸 当社は縁があってリコージャパンさんにお世話になっているのですが、ベンダーに対して“買ってやっている”という意識があったら成功していないと思います。何か問題があると何とかしてくれという感覚になって、自分たちで解決しようという覚悟が生まれませんからです。当社も一足飛びで無人化できたわけではありません。こうした取り組みは、ベンダーのサービス・システム担当者、当社の幹部、社員による壮大な実験と位置付けています。

この後のお題にも絡むのですが、製造の部分で、同じ時間で 100 個だったものが 200 個作れるようになったとしても、増えた 100 個をどうセールスするのですかという問題があります。当社の DX のフェーズは、今、そこに入っており、SFA (営業支援ツール)、MA (マーケティングオートメーション)、EC (電子商取引) サイトに取り組んでいます。その先には営業面のデジタルのプロセスと、製造面でのデジタルのプロセスの連携があります。

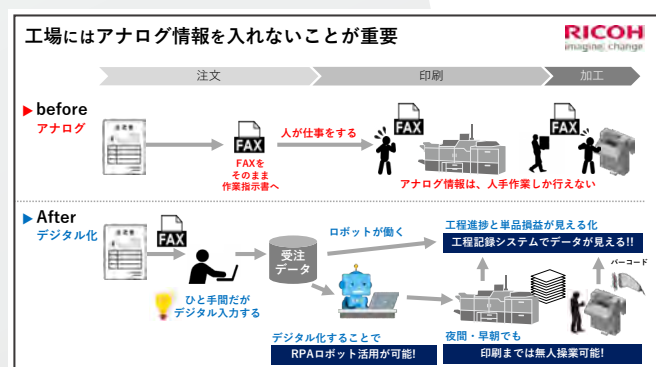
内田 DXを進めるに当たっては、営業プロセス、製造プロセスともにキーワードとして“標準化”が挙げられます。「どんな要求にもお答えします」、「極限にまで品質を高めます」という過剰なサービスの裏側で、標準化が進まずに結果的に人手がかかって属人化が解消できていない状況ではDXが進められません。

DXでコストダウンする部分は人手による作業、つまり固定費です。欧米に比べて日本の印刷産業は労働分配率が低いと言われています。標準化を進めて営業プロセスでも製造プロセスでも、人手がかかる作業を機械やソフトウェアに置き換える。それによって機械やソフトウェアができない付加価値が高い業務に人的リソースをシフトできます。そうした意味でDXを進めるためには標準化を意識する必要があります。

経営課題から戦略に落とし込む

岸 印刷業はデジタルで武装しないと生き残っていけないと思います。内田さんからお話を頂いたように、まず標準化できる業務を洗い出して、自動化を進めて人工(人)を減らすことが収益にもつながります。営業活動や生産活動、働き方改革、収益性の改善という印刷会社の課題解決に向けた戦略や取り組みはあります。

青木 印刷会社様への価値提供はPODを中心とした工場のデジタル化の話に終始してしまいがちですが、工場のデジタル化の前に、営業が受注してから扱う、作業指示書からデジタル化を提案しなければならないと思っています。なぜなら、手書き伝票やFAXなどに代表されるようなアナログデータがあると、DXは進まないからです。



印刷会社様は地域密着型のビジネスを展開しており、しかも直接クライアントと取引引きされている企業が多いと感じています。とくに地方自治体や教育機関と近く、地域の行政や教育に密接に関わっておられます。リコージャパンには全国地域ごとに営業所がありますので、プ

ログクシヨンプリンティング以外の部分でも印刷会社様のDXのご相談をお受けできるようになっています。リコージャパンでは、プロダクシヨンの商材、全業種向けのICTソリューションも持っておりますので、ぜひこちらについてもお声がけください。

近藤 当社もプロダクシヨンプリンターの商材以外にも様々なソリューションを扱っています。例えば地域創生です。人を呼び込むための企業誘致も地域の方々と一緒にやらせて頂いています。弊社の経営支援チームでは様々な補助金の分析や支援も提供しています。

最近感じるのは企業の商品を企画してから提供するまでのサイクルが早くなっていることです。それに伴ってプロモーションのサイクルも早くなっています。デジタル技術を活用して、いち早くそうした変化に対応できる仕組みを構築していくことでビジネスの機会が生まれると思います。富士フイルムBIジャパンではそうした視点からもお手伝いすることが可能です。

青木 もう一つが RICOH kintone Plus という業務改善クラウドサービスがあります。

「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。それには各自で管理している名刺のデジタル化も必要です。

kintone Plus 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組むことが可能です。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ることができます。また、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。

これもリコージャパンが提供しているスモールDXのひとつです。営業力の強化は顧客の情報管理からスタートしてはいかがでしょうか。

近藤 kintone というキーワードが出てきましたが、企業が現在所有しているデータを活用して最適化し、アドオンでシステム化できる良いツールです。基幹システムも時代とともに変わっています。落ちないことが前提だった基幹システムが Windows OS で運用方法やセキュリティ対策が確実に変わってきています。弊社は kintone を利用した簡易的な基幹システムや業務システムも得意としており、これからも提案していきたいと考えています。

青木 やはり紙で管理していると、昨年の実績などの振り返りが難しくアナログの部分をデジタルに変えることが、変革 (DX) の最初の一步だと思います。

近藤 多くの商品デザイナーの方はあまり出社していませんよね。コロナ禍からのリモートワークが続いています。そうするとアナログのやり取りではモックが作れないということになりますから、青木さんが言うようにデジタル化するのが第一歩だと思います。

岸 デジタル化が進まないのは国民性があるかもしれません。できれば変わりたいくないという意識がどこかにあります。社員に説明して納得してもらい、自ら変わっていく方向に導くことが、経営者として一番大変ですね。それには経営者の“覚悟”が必要です。

内田 四国のお客様との話の中で出てきた DX 成功のキーワードが、岸社長が今お話された“覚悟”でした。経営者の方が覚悟を決めた上で戦略、道筋を示し、ここを目指すために、こう取り組むというシナリオを明確化することです。

もう一つが企業のカルチャーにも関わることなのですが、経営者と実務者とのコミュニケーションです。社長がやるぞと言って巻き込んで、実務レベルでリアルに考えて実現していく。現場にこうあるべき、こうやりたいというのが出てくると話が進んでいくと思います。

岸 そういうことですね。ここにいらっしゃる皆さんも会社の戦略をベースに、戦術を実践していると思います。その戦術の受け手が私たちです。私たちが戦略を持たずして、提案された戦術に乗っただけではうまくいきません。「刀いりますか?」と聞かれて、単に「いります」と答えるのではなく、戦略目的の達成のために何本必要で、他にも武器が必要じゃないかと考えることが求められます。

田中 デジタル武装して、印刷領域を超えてお客様にサービスや体験という価値を提供する方向を指向し、業態変革を目指される印刷会社様が増えているとお聞きしています。ただし、デジタル武装と言ってもウェブサイトが作れます、動画が編集できますだけで、成長していくことは困難です。

キヤノンとしてもデジタル武装して新たな価値提供を目指すためのソリューションを持っています。ここにおられる皆さんと同じように、そうした武器を印刷業界にお伝えしていきたいと考えています。

岸 今、地方自治体が税収減となっています。官公需に依存してきた印刷会社は少なくなく、厳しい状況です。また多くが受託型の企業です。田中さんが言うように、厳しいから新たにリッチなウェブサイトを作るビジネスを加えたとしても、受託型の体質からは抜け出せません。本来は印

刷会社なのだけれども、お客様が望むことを提供しますというスタンスが必要で、様々な媒体やサービスをディレクションができる能力がこれから一層必要とされてきます。

青木 媒体の多様化によってコンテンツのアウトプットを何にするのか? 印刷するかどうかは、クライアント (お客様) が決めることだと思います。私たちリコージャパンも「POD はどうですか」だけでは、お客様の課題が見えなくなるのと同様です。クライアント (お客様) からいただいた情報や自身でキャッチした情報をどうやって最適な提案につなげるかが重要であると思っております。

最近では 3 社の印刷会社様とともに、自動化の枠組みを実務レベルで構築する印刷革新会の取り組みを通じて、徐々に私たちの戦略の方向性も変わりつつあります。お客様の課題を見据えて、私たちも的確なソリューションをディレクションすることが求められていると感じています。

“協創”がキーワード

岸 皆さんが販売している POD は多くの印刷会社に行き渡っています。一方で、プリント量が期待したほど上がっていないと感じています。

田中 それぞれのメーカーによって機械に特徴があるものの、スピード、品質で差を出すことが難しくなっています。プリンターの台数だけを追いかけていても、収益の上がるビジネスがやりにくくなる。とは言ってもワールドワイドでデジタル印刷のプリントボリュームが上がっているの、キヤノンとしてはオフセット印刷と POD をつなぐインクジェットのテクノロジーに投資しています。

岸 そうですね。欧米市場と日本市場のマーケットの動きは逆になっているようです。オフセット印刷でも小ロットをこなしてしまいますから。

田中 欧米と日本のマーケットは連動していませんね。そもそも欧米では人口、需要に対して印刷会社の数が少ないわけです。先般ドイツで開催された drupa2024 のレポートを見ても、デジタル印刷の捉え方が日本と少し違います。

内田 そうですね。デジタル化に対する意欲が違います。だから日本が悪いということではなく、日本ならではのデジタル活用を考える必要があるということだと思います。

岸 クライアントからの品質要求の基準も欧米と日本で異なります。日本人は品質に対してナーバスで、それが国民性といえるでしょう。その割にコスト要求も厳しい。逆にその土台があるから用紙、インキ、製本機、POD 機、オフセット印刷機など印刷に関わる機械、資材が国内で生産できるのだと思います。

現在、全印工連では“価値協創”をコンセプトに事業を推進しています。価格競争から脱却し、ともに価値を創造していくという意味です。その先に全印工連が目指すコンセプト“Happy Industry”があります。クライアントや地域からなくてはならない存在になるために何が必要でしょうか。

青木 これがあれば儲かりますというスーパーアンサーはないと思います。そういう意味では印刷会社様の課題も、リコーの課題も同じです。その中で私たちができることは地道にお客様から信頼して頂く活動を続けることです。信頼して頂くにはお客様の経営課題と一緒に考えていくことが最も大事だと考えています。そうした関係を築くことで、私たちは日々、お客様の課題を把握できます。メーカーとしてのリコーも POD を販売して終わりではなく、お客様の課題に沿ったカスタマイズ対応が非常に多くなっています。お客様の信頼を得ることと、技術向上の積み重ねしかありません。印刷会社様も日々の積み重ねからお客様から信頼を得られていると思います。

1社でお客様の課題を解決していくことは非常に難しい時代ですから、お客様や他のメーカーの皆様、ベンダーの皆様との協創も必要と感じています。価値協創には DX が欠かせません。DX を目指すためにも協創し続けることが重要です。

繰り返しになりますが、ゴールに向けて小さな一歩をまず踏み出し、成功体験を重ねて一つ一つのフェーズを超えた先に変革があります。ぜひ、小さいところから歩みを始めて頂きたいと思います。

田中 デジタル社会が進化する中でも、ものを考える、共同作業をする、生活を楽しむといった紙がもたらす価値は変わらずに人間の知的な活動を支えています。紙媒体はなくなりはいませんが、減ってきていることは事実です。高品質な印刷物を約束通りの納期と価格で納品することを重視するだけでなく、お客様のその先のお客様へのサービスや体験の提供を通じて顧客満足を追求し、体験やサービスの結果で対価を得ることを目指すことも一つの方向性だと思います。加えて価格を下げず、逆に価格を上げる方向に向かって頂きたいと思います。

内田 印刷会社の方々にもっと自信を持って頂きたいですね。強みや特徴は探せば色々あると思います。そうした強みや特徴を見つけるためにも、できるところからデジタルを活用した効率化に取り組んで頂きたいと思っています。

DX を進めていくにあたっては、従業員の方も意識ややり方を変えていく必要があると思います。そのために社内コミュニケーションが重要です。それによって次の一歩を踏み出す先が見えてくるのではないのでしょうか。

またコミュニケーションには数字を根拠にすることです。ここもデジタルでしっかり見える化することをお勧めします。その時にどうすれば良いのか悩まれた時に、私たちのようなベンダーに相談して頂きたいと思います。

近藤 今日の感想になってしまいましたが、皆さんのお話から、世の中の変化に対応していくことが DX だと思いました。また、その変化に追従することで、地域にある様々な社会課題を解決していけるのだと感じました。

印刷産業はコンテンツ産業の側面もあります。コンテンツの領域はとても幅が広く、まだまだ伸ばしていける部分です。そのためにも価値を高めるための増力化と、足を固める省力化の両軸が必要です。ここにいる 4 社が一緒になって印刷会社様のお役に立てていければいいなと強く感じています。

岸 先ほど、印刷物に必要な機械、資材は日本で全て揃うと言いましたが、まさにデジタル印刷に関して世界を代表するメーカーが 4 社もあるのは日本だけです。裏返せば、皆さんがいなくなれば私たちは物が作れなくなります。対等な立ち位置で日本の印刷産業をとともに良くしていくために、皆さんとますます協創していきたいと思っています。

本日はありがとうございました。

座談会出席者 紹介



キャノンマーケティングジャパン株式会社
プロダクションプリンティング企画本部
プロダクションシステム企画部
部長 田中修一 氏

2006 年から九州でプロダクションプリンターの営業として従事。現商品企画担当。



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
ビジネス DX 商品総括部
部長 内田 剛 氏

4 年前迄コニカミノルタで POD 機商品群のマーケティングを担当。現在はコニカミノルタジャパンに在籍し、POD 機を始めとした DX 関連の商品の取り扱い及び他メーカーや顧客との商品・システム連携に関する協業を推進。



富士フイルムビジネスイノベーションジャパン株式会社
グラフィックコミュニケーション営業統括部
統括部長 近藤哲也 氏

プロダクションプリンター商品及びソフトウェア、サービスを扱っている営業統括。北海道から九州までの全国エリアを担当。入社してから 35 年間、このビジネスに携わる。



リコージャパン株式会社
PP 事業部 PP ビジネスサポート部
部長 青木麗子 氏

リコーの POD 事業立ち上げからプロダクション事業を担当、プロダクション営業を経て、現在は、国内全般を担当「お客様目線でのビジネスモデル」の企画・推進に携わる。

CASE STUDY

株式会社真興社
(東京都渋谷区)

自動化のその先に

目指すは全体最適化された
スマートファクトリー
立地に制約も
1 台当たりの生産力を高める

限られたスペースで最大の効果を生み出す。東京・代官山に生産拠点を持つ株式会社真興社(福田真太郎社長)の根本的な考え方である。立地上、印刷設備の増設に制約がある同社では常に機械 1 台当たり、従業員 1 人当たりの生産性向上を見据えている。意識しているのは“タッチポイント”の削減。人がかかわる工程を省くことで、ミスなく自動的に作業を進めることができる。今年はずいぶん面付けの自動化を実現。受注データから抽出した印刷の仕様情報を元に、ワークフローシステム『EQUIOS』で面付けすることで、プレート出力手前までの人手を削減した。

1919 年に創業した同社は医学書・工学書・自然科学書などの専門書の頁物印刷を主力とし、早くから複雑な組版の自動化・効率化に取り組んできた。印刷設備は菊全判 8 色オフセット枚葉印刷機をはじめ、菊全機が計 3 台、菊四裁 4 色機が 1 台。菊全判機にはインライン検査装置を備え、人手を介さずに全品検査による品質維持を図っている。

福田真太郎社長の方針は①最新設備の導入による先行者利益の追求、②徹底した生産性の向上、③顧客の困りごとの解決。この中で、とくに重視しているのが徹底した生産性の向上。機械の増設が難しい工場立地の制約は成長の壁になる。機械を増設せずにアウトプット量が高めるためにはソフトウェアを駆使したオートメーション化が欠かせなかった。

同社の本社工場が立地するのは高級住宅やブティック、レストラン、カフェが連なるファッションタウンである。工場の拡張がかなり難しく、生産力を上げるためには機械 1 台当たりの効率を高める必要があった。工場移転も選択肢の一つだったが、クリエイターが多い土地柄であり、かつ人材獲得に有利で「採用に困ったことは 1 度もありません。若い社員たちにアンケートを取ると、仕事の内容よりも立地と駅近を優先していました」(福田社長)と、“代官山”のブランド力を手放せなかった。このため、早くから生産の全体最適化を指向し、印刷の前後工程の自動化を進めてきた。



福田真太郎社長

福田社長が全体最適化された印刷工場の構想に触れたのは 1990 年に開催された drupa だった。社内のパソコンの台数が限られ、インターネットもない時代、「そんなことができるわけはないと思いました」と半信半疑だったが、原価管理の徹底を目的に 1996 年に導入した経営情報システム『PrintSapiens』が、フルオートメーション化への引き金を引くことになる。

『PrintSapiens』は立ち上げに時間がかかったものの、2002 年ごろから機能しはじめ、印刷機とのデータ連携をスタート。印刷機の遠隔プリセットと群管理の原型ができ、2006 年には JDF、JMF に対応してリアルタイムでの稼動状況の把握を含めた工場の集中制御を実現した。さらにはプリプレス部門で印刷機の状態をプリセットする

“遠隔プリセット”をはじめ、DTP 部門でも作業量・時間を可視化し、原価に反映させる仕組みを構築。その成果は 2009 年、優秀な JDF 活用企業に贈られる CIPPI アワード (CIP4 国際印刷生産革新賞) の 2 部門で受賞という形で現れた。



3台で6台分の生産力 面付けまでタッチレス

3 台の印刷機の平均稼働率は年々向上し、集中制御による機械稼働状況を可視化した当時の 33%から、現在 69%に向上した。単純計算で 3 台の印刷機が 6 台分に相当する生産力を備えたことになる。オペレーターの人員は変わらないため、6 台分以上の成果が生まれたといえる。

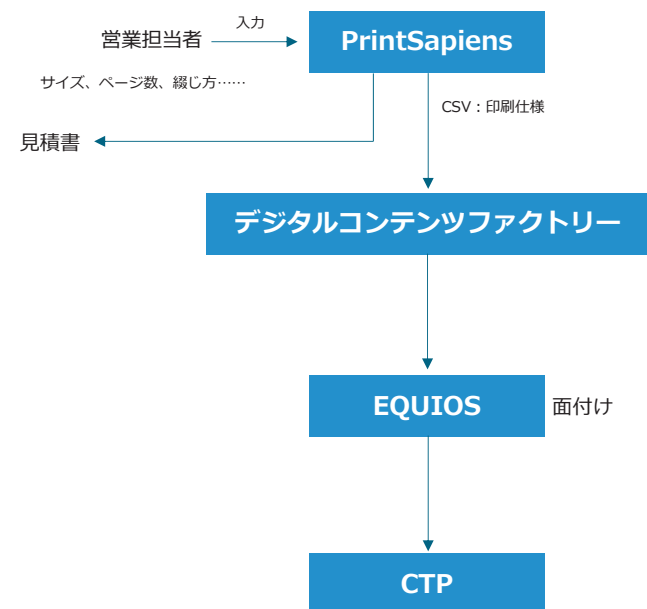
一方、印刷機の生産性の向上は、プレート供給のスピードアップという課題を浮上させた。使用プレートは最高で 1 日 (12 時間 30 分) 当たり 608 版を記録。単純にプレート出力機の台数を増やしたところで、面付けデータが間に合わなくなることは明らかで、これまで以上の面付け作業の自動化が必要だった。

同社では『PrintSapiens』で生成した受注データから CSV で面付けに必要な仕様情報を抽出。印刷工程のデータ連携を実現する SCREEN の『デジタルコンテンツファクトリー E2E』を通し、ワークフローシステム『EQUIOS』上で仕様情報に基づき、ジョブに紐づけされた PDF データを自動で面付けする。

「これで誰もが面付けができて、誰もがプレートを出力できるようになりました」。面付けの生産性向上に加え、プレート関連の業務と生産管理に関わるスタッフが 4 人から 2 人に減員し、より付加価値の高い業務へと人的リソースをシフトさせることができた。プレート出力機も毎時 40 版から 70 版の機種へと入れ替えた。

同社のこうした全体最適化に向けた道のりは決して平坦ではなかった。「一番の問題点は誰も今までのやり方が良いと感じていて、新しいことに積極的に取り組んでくれないことでした」と、社員が新しい仕組みに対応するまでに時間がかかった。

●面付け自動化の流れ



現在は入稿・校正から DTP・制作、プリプレス、印刷までの全体最適化が見えてきたが、一足飛びで実現したものではない。『PrintSapiens』が動き始めるにも数年をかけた。自動でデバイスやソフトウェアを動かすためには経営情報システムへの仕様情報の入力がかかせない。そうした一つひとつの習慣付けを積み重ねてきた結果が今につながっている。

福田社長は、今後について「将来的には全ての印刷設備をデジタル印刷機に切り替えて、データで制御できるようにしたいですね。内製化できるものだけを生産し、後は面付したデータを支給してアウトソーシングしていくのが理想かなと考えています」という姿を思い描く。それらのアウトソーシング先ともデータで連携させ、新しい印刷生産のサプライチェーンを構築することが、同社のスマートファクトリー化に向けた次のステップとなる。

株式会社真興社

代表者：代表取締役 福田真太郎
従業員：60名 (2024 年10月現在)
所在地：東京都渋谷区猿樂町 19-2
<https://www.shinkousha.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。

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

MITSUMOZUKUS

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。

JDF対応MIS

検索

Jspirits 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** TEL03-3821-2151
〒110-0008 東京都台東区池之端2-9-3 FAX03-5842-1405
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・エコトジック・ツイニング・セルリング・スパイラルリング)
●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



サステナビリティ・CSR委員会

委員長 小島 武也

企業の永続をサポート CSR で長期的な利益を

今期から、サステナビリティ・CSR 委員会の委員長を仰せつかりました東京都の小島武也です。2 年間よろしくお願い致します。

サステナビリティ・CSR 委員会は企業の永続的な経営に繋がる CSR(企業の社会的責任)の情報を発信し、経営に取り組んでいただく事を目的としています。全印工連の基本方針である「価値協創」を実現するために、組合員企業の事業継続が必須です。変化の多い時代の中で、事業を安定的に持続させていくためには、短期的な利益のみならず、長期的な利益に目を向けることが重要となります。戦略的な CSR 経営への対応は、長期的な利益の獲得に繋がります。

当委員会は全印工連 CSR 認定の普及啓発と、認定取得のサポートを推進しています。CSR 経営を実現する第一歩は、全印工連 CSR 認定を取得していただくことです。CSR 認定は、中小印刷業が取り組むべき CSR 活動をどれほど達成しているかを審査する制度です。CSR 認定の取り組み項目チェックリストを見れば、CSR 経営実現のために何から取り組めばいいかがわかります。そのほかにも、当委員会は CSR 経営を収益の増加に繋げた組合員企業の事例を紹介するセミナーや、CSR 経営の武器となるサステナビリティレポートの作成に向けたセミナーなども実施していきます。

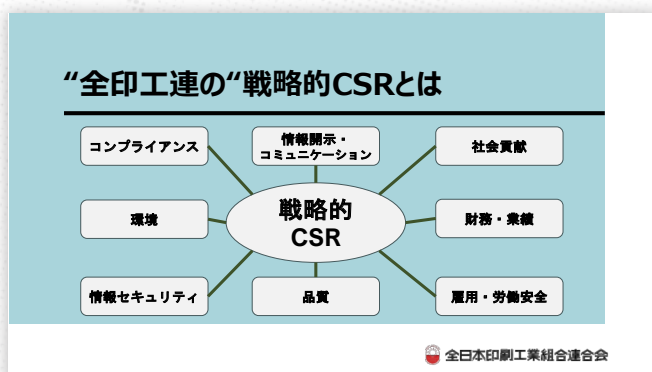
「人的資本経営」は CSR を構成する大事な要素です。当委員会は人材活用に関わる調査と啓発も努めていきます。

印刷業がソフト産業化し、モノづくりよりコトづくりに業態が変化している中で、人材の重要性は高まっています。

また、年々求職者が会社を選ぶ基準はシビアなものになっており、人的資本を重視した経営が人材獲得と事業継続のため必要となります。

脱炭素・環境対応事業も推進すべき取り組みです。カーボンニュートラルの風潮はここ数年で急激に加速しています。今からこの流れに対応しておかなければ、長期的な損失を受けてしまうでしょう。

CSR とは、「より良い会社を目指すことで、社会に貢献していく」という考え方です。全国の組合員の方も同じ思いを持っていると思います。CSR 経営を実践したいが具体的に何をしたらいいかわからない方は、まずは CSR 認定(本誌 P.21)を取得していただき、CSR 経営に一步踏み出してみてください。当委員会は組合員の CSR 活動をサポートしていきます。





KONICA MINOLTA

工程のデジタル管理で実現する経営分析

AccurioPro Dashboard JobManager (以下 JM) は印刷業務の各工程をデジタル管理する事で ①リアルタイムにジョブの進捗状況を可視化、確認する事が可能 ②アナログ管理により発生する手作業、情報の属人化、視えていない情報の埋没から生じる様々な弊害を軽減し、業務全体の生産性向上を可能とするクラウドソリューションサービスです。

また、マイクロソフト社が提供する BI ツール(別途有償)、Power BI 用の専用テンプレートもご用意しており、JM と連携して頂く事で経営分析を行うためのデータ収集ツールとしてご活用いただくことも可能です

●可視化&デジタル管理が促す効果 各レイヤーの課題を解決

- **生産管理者**：工程の進捗状況をリアルタイムで把握する事が可能です。それにより急な生産計画の変更や営業関係者からの問い合わせにも迅速に対応する事が出来ます。また、データで管理する事により、どの様なタイミングでも即実績把握が行え、確認の作業時間を大幅に短縮します
- **オペレーター**：各工程での伝票手書作業をはじめ、突発的に発生するジョブの処理順の変更に伴う差し戻しや訂正停止といった際に伝票を探しに走るという様な作業をしなくても済み、変更・管理を容易に行えます。加えて、日々の作業終了後の作業報告(日報)の入力業務を大幅に軽減する事が出来ます。
- **営業担当**：お客様からの問い合わせや、突然の発注内容変更に対応可能です。自身のモバイル端末やパソコンで出先からでもリアルタイムで進捗状況が把握できます。

- **経営者**：JM 専用テンプレートをご利用頂く事により、損益管理を行う事が出来ます(Power BI は別途有償)。仕入れコスト、人件費、外注費用などを予め登録・設定頂く事でどのお客様からの仕事か、或いはどの仕事かどの程度の利益が出ているのかを視覚的に捉えることが出来ます

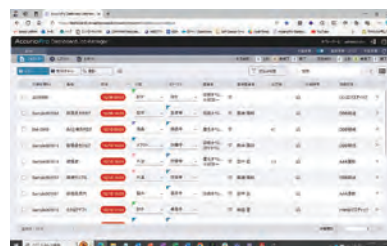


損益管理画面イメージ

●受注システムとの連携

受注情報は JM に CSV ファイルをインポートする事で自動的に登録する事が可能です。既存システム連携をしない場合は印刷仕様をはじめとしたジョブ情報を登録する事で工程管理を開始します。

会社様毎、異なる工程に対応する為、オリジナルで工程を追加・編集する事ができ、全工程を表示させる、各自担当工程のみを表示させるといった選択が出来ます。



全体表示



印刷指示書

各工程は項目のステータスを変更するか、JM より出力した作業指示書にプリントされている QR コードを読み取る方法のいずれかで管理する事が可能です。

紙伝票管理からデジタル管理になる事により、手書き情報の漏れ、伝票そのものが埋もれる(探す手間)などといったミスに繋がる原因を排除する事が出来ます。また、重要な追加情報や伝達メモも記入できる為、関係者全てへ同じ情報を共有する事が可能です。

レポートオーダーも過去受注データを再利用(コピー&変更)する事により、業務の効率化を図れます。データを蓄積、共有化する事で情報の属人化を防ぎ、その人に聞かないと分からない、伝票を探すのが手間という様な作業や業務が滞るという様な事態も避ける事が出来ます。

※無料トライアルお申し込みはこちら



京都府印刷工業組合は、前身である申合組合の発足(明治24年)を起点として、本年で創始133年目を迎えます。組合員相互の連携や情報提供を行える組織として、「共済・組織活性化・経営支援・連携」のもと各事業を推進しています。

近年では、印刷・同関連業界に共通する課題を解決するため昭和48年に設立した京都府印刷関連団体協議会(参画団体: 京都府印刷工業組合、京都府製本工業組合、京都府紙器段ボール箱工業組合、(一社)日本グラフィックサービス工業会京都府支部、京都紙工協同組合、京都シール印刷工業協同組合、京都グラフィックコミュニケーションズ協同組合)との連携を密にし、その活動を通して印刷産業全体の振興発展にも注力しています。

京都府印刷関連団体協議会、並びに加盟 7 団体合同による主な活動

■ 管外研修



協議会事業として各分野のリーディングカンパニーへの見学会を実施。視察や現地での意見交流を通して経営戦略、生産工程、職場環境等を研修し、協議会並びに各団体傘下の会員事業所にフィードバックしています。

■ 京都ものづくりフェアへの合同出展

協議会加盟の 7 団体合同で京都府等主催による「京都ものづくりフェア」に出展し、府民の皆さまに対して印刷・同関連業界のPRに努めています。本年度においては活版印刷の体験コーナーを設け、次世代を担う高校生、大学生等に印刷の文化と印刷物を製作する楽しさを体感して頂く予定です。



■ 合同新年互礼会の開催

協議会加盟の 7 団体に加えて京都箔押業組合にも参画頂き、8 団体合同による新年互礼会を開催しています。本事業は各団体の役員だけでなく、会員事業所の経営者、従業員、並びに関連業界等にも参加して頂けるので、垣根を超えた会員事業所間の交流や連携にも結び付いています。



その他、京都府商工労働観光部の振興対策・補助事業の説明会を兼ねた例会の開催、7 団体合同による忘年交流会の開催、各団体行事の相互参加・共催等、活発な活動に取り組んでいます。

今後も組合の業界振興施策の一環として、積極的に協議会との連携を深め、各団体・会員事業所間の交流事業を通して新たなビジネスチャンスや価値創出を支援したいと考えています

京都府印刷工業組合 事務局

〒615-0064 京都市右京区西院久田町 1 番地
TEL 075-312-0020 / FAX 075-314-8692
URL <https://kyoinko.jp/>



全青協ブロック協議はいかがでした？

こんにちは！

今期、全国青年印刷人協議会九州ブロック担当副議長を仰せつかっております、福岡県のアド印刷株式会社の古賀照也と申します。

今月から「全青協」ページは、ブロック担当副議長が月替わりリレー形式で担当させていただきます！「カポッドキャスト」の方でも副議長編のトップバッターを務めましたので、今回もトップを飾らせていただき、九州ブロック協議会について触れたいと思います。

8/31に波乱の幕開けとなった（笑）北海道ブロック協議会の熱気を引き継ぎ、全国で2番目のブロック協議会を9/14九州で開催しました。今回のテーマ「地域変態計画～アトツギベンチャーが未来を変える～」を掲げ、そのテーマに基づき、ブロック協議会ごとに実際に挑戦を続けている「先輩アトツギベンチャー」をゲストにお招きしています。

先輩アトツギベンチャーの話はとにかく興味深かつ面白く、用意していた質疑応答の時間が足りなくなるほど、たくさんの質問が飛び交いました。「講師のような情熱を持って地域のために事業に挑みたいと思いました！」「もっと講師の話を聞きたかったです！」「跡を継ぎたいと思われる会社にするため、"変態"になって頑張ります！」などの感想もたくさんいただきました。他のブロック協議会でも毎回異なるゲストのお話を聞くのが、自分にとっても大きな学びで、とても楽しみでした。

今回の九州のゲストには、（有）山口陶器の山口社長にご登壇いただきました。ゲストに関しては、ブロック担当副議長が自己的人脈から人選を進めるのですが、知り合い

との日程がなかなか合わず難航していました。そんな中、全青協で経済産業局とも連携を深めていこうという動きが始まっていたため、九州経済産業局を訪問する機会がありました。そこで局主催の「ジセダイ新事業挑戦支援プロジェクト『EMBARK ON』」のイベントに参加し、山口社長と奇跡的な出会いがあり、登壇をお願いすることができました。今回の運営を通じて、素敵なお縁をいただけたことを、改めてラッキーだったと思います！

もちろん共通コンテンツの方も高い評価をいただき、協議会は盛り上がりました！

今期のブロック協議会に参加できなかった皆さん、ぜひ2月の全国協議会、そして来期のブロック協議会でお会いできることを心から楽しみにしています！（もちろん参加していただいた皆さんも、来期もぜひお越しください！笑）

それまでの間は、定期配信している「カポッドキャスト」を時々、聞いていただきながら、お待ちください。それでは、最後までお読みいただきありがとうございました！



衆議院選挙の結果と今後の施策への影響について

株式会社 GIMS 中小企業診断士 實積 昌彦

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

石破首相は2024年10月9日に衆議院を解散、10月27日に衆議院議員選挙が実施されました。10月1日の新政権誕生から1週間余りという短い期間での選挙は様々な混乱をもたらしました。結果については既報通りですが、政権与党である自民党・公明党合わせて215議席と過半数の233議席に届きませんでした。公示前が自民党・公明党合わせて279議席ですから64議席が失われたという結果です。

冒頭に記載した通り政権与党の勢力図が入れ替わる中、従前の経済対策がそのまま採用されるかについては不透明感を増してきました。恐らく自民党・公明党で過半数を超過できていない状況の中にあつては、他党との連携を模索せねばなりません。

そこで今回は先の衆議院選挙の選挙公約の内容から各党の「中小企業対策・施策」の内容を確認し、今後の影響について考察をしてみたいと思います。

●自民党

自民党の選挙公約の中で「中小企業」という項目がありますのでその内容の確認と、関連する支援策についても確認してみましょう。なお、公約文については資料からの抜粋ですが、関連施策について文脈から想定される施策を私なりに抽出しております。あくまでも予想ですのでこの点ご留意ください。

公約文	関連が予想される施策
中堅・中小企業の賃上げ環境の整備として、省力化のための投資促進や価格転嫁の徹底等を進め、賃上げの継続を支援します。	ものづくり補助金（省力化オーダーメイド枠）
中小企業・小規模事業者が直面する構造的な人手不足に対応するため、省力化に必要な設備・機器等の導入支援を行います	中小企業省力化投資補助金

上記のように非常にわかりやすい表現で「省力化投資」の支援を実施する姿勢を打ち出しています。一方で、これまで記載があった「事業再構築」の文言は出ていません。今後は省力化を重点的に支援するようです。

●公明党

公明党においても衆院選重点政策の中にいくつか中小企業支援について記載されている箇所があります。上記と同じく公約文と関連が予想される施策を取り上げます。

公約文	関連が予想される施策
持続的な賃上げの実現に向けて、事業者が人手不足の中においても生産性を向上させ、収益力を拡大していけるよう、省力化や自動化などのDX化投資を協力的に支援します。	ものづくり補助金（省力化オーダーメイド枠） ものづくり補助金（DX枠）

公明党は、自民党が主張する省力化だけでなくDX化も含めて生産性向上支援を行う意向を示しています。これはものづくり補助金のDX枠などが該当すると考えます。

●立憲民主党

今回の選挙で大きく議席を伸ばした立憲民主党ですが、同党の政策集2024は政策ごとに非常に詳細に施策が記載されています。その中で「経済政策」「中小企業・中堅企業」の箇所を見てみましょう。

公約文	関連が予想される施策
中小企業憲章の理念に基づき、産業・雇用の中核的な役割を担う地域の中小企業を育て、地域資源を生かした事業への投資を促進し、事業継続、生産性向上、新事業の創出、事業承継などへの支援・拡充を総合的に行います。	事業承継・引継ぎ補助金 ものづくり補助金

立憲民主党の場合も中小企業支援施策としては、記載の方法は違えども投資促進を進めるようです。省力化ではなく生産性向上としている点は与党との違いを感じます。

●国民民主党

立憲民主党と同じく大きく議席を伸ばした国民民主党。同党のスローガンは「手取りを増やす」とされており、率直に言うと企業よりも従業員視点での施策が中心のようです。補足として政策パンフレットに記載されている内容を含めて確認してみましょう。

公約文	関連が予想される施策
正社員を雇用した中小企業には、社会保険料の事業主負担を半減します（政策パンフレットより）	社会保険料負担の軽減
中小企業、非正規、介護従事者等の賃上げを応援（価格転嫁の徹底、賃上げ減税の拡充、介護報酬等のアップ）	賃上げ税制の拡充

これまでの政党との違いは、直接的な事業者支援というよりも従業員支援のための事業者支援といったイメージが強いです。しかしながら賃上げ実施を事業者に強いということであればもっと強力な支援策が必要ではないかと思います。

今回は今後の中小企業支援策にも影響を及ぼす主要政党の中小企業支援についてのポリシーを確認しました。今後の施策が大きく変化するとは考えにくいですが、連立政権等により政策の考え方が異なる政党との調整が図られる可能性もあります。いずれにしても今後の動きに目が離せません。



全印工連CSR認定募集のご案内

2025年3月ワンスター認定(応募締切:2025年1月31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10月現在のCSR認定企業は144社

募集期間

2024年11月1日(金)～2025年1月31日(金) ※2025年3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



CSR認定証



認定の仕組み



(単位:円・税込)

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

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。

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/
e-mail csr@aj-pia.or.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

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/>



FUJIFILM
Value from Innovation

お客さま一社一社の 変革ストーリーを、 共に紡ぐ。

生産環境のムダをなくすことで、経営資源に余力を生み出す。
その余力を原資として、成長に向けた新たな一歩を踏み出す。
富士フイルムは、「最適生産」を軸としたお客さまの企業変革を
共に考え、共に推進し、「持続的な企業成長」へと導きます。



FUJIFILM 最適生産ソリューション

■最適生産ソリューションの詳しい情報はこちらから

FFGS 最適生産ソリューション



富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社

富士フイルム ビジネス イノベーションジャパン株式会社



この印刷物は、CSR
に取り組み印刷会社が
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
資材と工場で製造されています。

GREEN PRINTING JFPI
P-B10026