

あいちの印刷

4

2026.4
No.653



ヘブンスそのはらの水芭蕉（長野県阿智村）

もくじ

- 巻頭言「全印工連CSR認定制度」の活用を改めて考える 3
- 愛知県印刷工業組合【座談会】
愛印工組執行部1年を振り返る 4
- 日本製紙連合会
2026年 紙・板紙内需見通し報告 9
- 中部地区印刷協議会<令和7年度下期会議>
富山・石川・三重・岐阜・愛知の各県工組役員が出席10
- 取引かけこみ寺 取引上の悩みがあれば相談を!12
- PICKUP NEWS
中小企業庁 ものづくり補助金13
全日本印刷工業組合連合会
「ペーパーサミットJAPAN 2026」13
全印工連 2026全日本印刷文化典沖縄大会13
- 新刊案内
東京都製本工業組合「事業承継ハンドブック」刊行14
- 展示会案内「2026中部パック」14
- 愛印工組
「多種多様な印刷と加工」セミナー14

人に 社会に 想いを カタチに

O//O 愛知県印刷工業組合

FUJIFILM
Value from Innovation

成長は、「省資源」から。

もっと強く、もっと付加価値の高い印刷ビジネスを実現するために
富士フイルムは提案します—— 成長は、「省資源」から。
材料・工数・水・エネルギー・排出、
これまでの「コスト」を減らし利益に還元。
製版・印刷工程を軸にした、
独自のソリューション「FUJIFILM SUPERIA」が
あなたの会社をどこよりも強いものへ変えていきます。

**FFGSは、戦略的『省資源』で、
トータルコストダウンを支援いたします。**

「減らす」がつくる、クオリティ **FUJIFILM SUPERIA**

富士フイルムグラフィックソリューションズ株式会社

RMGT リョービMHIグラフィックテクノロジー株式会社

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-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/>



SCシリーズ断裁機 登場。

効率と安全性能が更に進化。ナイフと
バックゲージの速度が向上し、クラン
プ上昇安全機能を搭載。AIとの連携
(オプション)も可能です。※eRCシリーズ断裁機との比較。写真はオプション仕様。

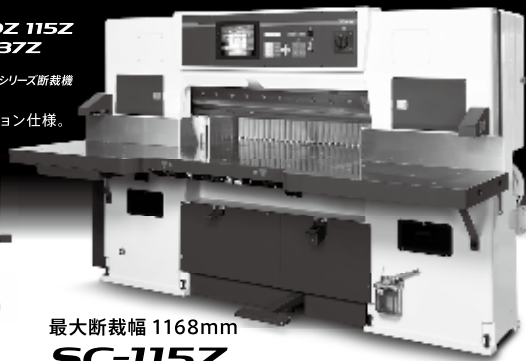
SC 100Z 115Z 137Z
SERIES SCシリーズ断裁機



最大断裁幅 1030mm
SC-100Z



最大断裁幅 1370mm
SC-137Z



最大断裁幅 1168mm
SC-115Z

Safety Speedy Smart



ITOTEC
イトテック株式会社

製品や機能の詳細など、お気軽にお問い合わせください。

<https://www.itotec.co.jp>
e-mail info@itotec.co.jp

本社 〒484-0912 愛知県犬山市舟田10-4 TEL 0568-67-5311 FAX 0568-68-0495
[支店、営業所、サービスセンター] 東京・大阪・四国・福岡・札幌・新潟・仙台

巻頭言

「全印工連CSR認定制度」の活用を改めて考える

副理事長 竹倉 幹雄

昨年10月、弊社は全印工連CSR認定制度の2スターを取得しました。長らくワンスターのままでも十分ではないかと思っておりましたが、最近少し考えが変わってきました。

先行きの不透明さが増している中、経営の考え方について何か一つ基準のようなものが欲しかったということと、取り組みを見える形にしなければ地域やクライアントに伝わらないと考えるようになったのです。

改めて整理すると、CSRは「企業の社会的責任」のことで、コンプライアンスや環境、人権、地域貢献など、企業が社会に与える影響に責任を持ち、様々なステークホルダーに配慮する持続可能な経営を目指す取り組みになります。

2013年に創設された全印工連CSR認定制度は、コンプライアンス、環境、情報セキュリティ、品質、雇用・労働安全、財務・業績、社会貢献・地域志向、情報開示・コミュニケーションの8カテゴリーについて、各社の取り組みを求めるものです。

当初はCSRへの関心の高まりもあって注目され、取得する会社も多くありました。しかし現在は制度への関心が薄れ、取得の動機づけが弱くなっているのが現状だと感じています。CSRという言葉よりも、ESGやサステナビリティという言葉の方が多く使われるようになってきています。ただ一方で、用語の問題ではなく、CSRを経営の中にきちんと実装していくという考え方は、むしろ重要性を増し

ているのではないかと感じています。流行として取り組むのではなく、意図を持って経営の仕組みに組み込むことが、求められ始めているのではないのでしょうか。

実は全印工連のCSR認定取得企業の状況を見て、興味深い動きがあることに気づきました。

ワンスターを新たに取得する企業は数少ない現状。ワンスターからツースターへ進む企業も限られている一方で、ツースターからスリースターへ進む企業は多いという点です。2スター取得の過程で、制度の本来の価値である「経営への実装」に気づくからではないでしょうか。

これまで当社もCSRに関わる取り組みは行ってきました。しかし「やっています」という言葉だけでは誰にも伝わりません。取り組みを言語化し、見える形にして外部に発信する必要があると考えました。同時に、社内のガバナンスやルール整備についても、認定制度の基準に沿って整理していけば、会社の体質そのものが整っていくのではないかという思いがありました。認定取得はゴールではなく、経営を見直すためのフレームだと捉えています。

CSRへの取り組みは、あくまでも経営の選択肢の一つに過ぎませんが、社会的責任として企業に求められることを合理的に整備できる点でCSR認定制度は有効なツールです。改めて自社の経営を見直すツールとして捉えてみてはどうでしょうか。

 **KONICA MINOLTA**

Giving Shape to Ideas

お客様の可能性を引き出す印刷現場での働き方改革をご提案します。

	専任者不要 「スマートに働く」 スキルレスオペレーション
	作業の効率化 「無駄のない」 シンプルな印刷プロセス
	受注体制の拡充 「アイデアの具現化」 高品質を生むテクノロジー



AccurioPress
C4080/C4070

※写真はC4080にオプションを装着したものです。

コニカミノーラ ジャパン株式会社 〒460-0008 名古屋市中区栄3-1-1 広小路本町ビル7階
プロフェッショナルプリント事業部プロフェッショナルプリント事業部中日本営業部

共に印刷の未来を創る
つながるプリントラボ

<https://www.konicaminolta.jp/pr/printlab>

愛印工組執行部1年を振り返る

Resilience Award –レジリエンス・アワード– が刺激に!! いろいろな会社がいろいろな方向へ進化

印刷業はあらゆる産業に関わりを持ち、地域経済の“要”として独自の強みを発揮している。この特色を活かし、新たな事業領域拡大に向けた地域密着型のローカルゼブラ企業への取り組みが模索されている。一方では、多様化するニーズに的確に対応すべく、IT、DX、AIなどを活用した動きも活発化している。そうした中、愛知県印刷工業組合は創立70周年を迎えた。酒井良輔理事長が船出して2年目、依然として多くの経営課題が山積しているが、組合員企業の明日への成長を目指し、活発な事業活動が展開されている。お忙しい中、執行部の皆さんにお集まりいただき、業界の状況、組合運営や今後の方向などお話を伺った。

(※座談会は昨年暮れメディアージュ愛知会議室において行なった。聞き手:本誌編集部)。

【出席者】()内は担当委員会 –敬称略–

- 酒井良輔理事長：知多印刷㈱
- 田中賢二副理事長（組織・共済委員会）：神田印刷工業㈱
- 箕浦靖夫副理事長（労務・新人教育委員会）：名鉄局印刷㈱
- 竹倉幹雄副理事長（CSR・ブランディング委員会）：半田中央印刷㈱
- 加藤義章副理事長（教育委員会）：㈱フジカ
- 渡辺達也副理事長（経営革新委員会）：㈱メイセイプリント
- 河原善高専務理事：愛知県印刷工業組合

紙かデジタルかの選択ではなく 両者を統合する視点での姿勢

厳しい環境下での印刷需要

本誌 2025年の印刷需要を振り返って—

酒井 紙の仕事は、統計予想で7%減という指標が出ている。特に諸物価や資材の値上がりなどがあり、引き合いも非常に弱含みである。また、地域企業の活力も厳しい状況下にあることから、印刷物が減少するのも当然である。印刷データを自分で作って、ネット印刷に出す傾向も非常に多く、



メディアージュ会議室での座談会

我々はどういう所でプロフェッショナルの仕事をしていくかを問われている。一方、コロナ明けでイベントなどの開催により様々な物は増えてきている。特にパッケージ印刷業界は伸びていると報告を受けている。商業印刷、事務系の印刷物は10%近くダウンし、非常に厳しい状況が続いているが、デジタル系のWeb関係といったものを新たな情報コミュニケーションツールとして各社が取り組んでいる。

今年度は70周年ということで、業界を更に元気にしたいという思いもあり、レジリエンス・アワードとして皆さんの取り組みを発表する。

田中 今年の前半はゆるやかなスタートであったが、資材などいろいろなものが値上がりしたことで、夏過ぎから資材の値上がり分を価格転嫁した。やっても赤字になる仕事は受ける意味がないので受けないようにして価格転嫁を進めている。ここ数年はそうしたこともあり苦しい部分もあったが、今年は何となく先が見えてきたと感じている。

いろいろなものが上がっている。電気も輪転で使うガスも資材も全部上がった。その間に我々は価格転嫁を何回したか。1年ぐらい経ってから1回程度である。その間、経費削減とかいろいろ努力したが追いつかず、仕事が減るとしても価格を上げざるを得ない状況である。



酒井良輔理事長



田中賢二副理事長



箕浦靖夫副理事長

箕浦 コロナ前と比べても参考にならないかもしれないが、2019年度対比の用紙代としては60%位上がっている。それだけ厳しい状況にある事はいつも全体の会議で伝えている。また、お客様からよく出るのはデジタルマーケティングの話である。解析ツールとして効果のことやSNSなどの提案をしてくれと言われることが非常に増えてきた。

弊社は提案力であったり、聞き出す力であったり、意欲であったり、営業の力が少し弱ってきていると感じていた。今期は外部の力を借りて社員の再教育を図っている。お客様の最初の窓口になるのは営業である。まずは営業の足腰を鍛え直す。一人ひとりが強くなれば既存のお客様により良い提案ができるという考え方で、今期4月から始めている。

竹倉 この3年ほど、印刷部門の加工高ペースでは年10%前後の減少が続いている。今のペースで縮小が進むうちに、次の柱をつくっていかなければならないという危機感がある。こうした環境でも着実に仕事を集めている会社はあり、鍵になるのは受注までのプロセス設計だと感じている。自社においても印刷の在り方を再定義する必要がある。経営としては、あらゆる選択肢をシミュレーションしておかなければならないと思う。

加藤 2025年の印刷需要自体の落ち込みを非常に感じている。ここ数年の流れと思うが、特に商業印刷分野においては顕著で、チラシ、パンフレットは需要が大きく減退している。その一方で、包装印刷やパッケージ印刷などの生活関連に近いものは安定しているように感じる。紙への印刷に関しては、デジタル印刷を活用するケースが非常に増えてきましたし、また、印刷通販の利用も拡大している。

需要以外では、働き方改革や人手不足がある。工場をどのようにして維持していくのか、スマートファクトリーはまだまだ先のことだと思っていたが、すぐそこまで来ており、出来ることから行なっていかねば遅れてしまう。特に、人の問題で調整の難しさを実感している。

渡辺 昨年（2024年）の10月に郵便料金が上がるという事で、2024年の10月、11月という繁忙期には大きく減ったが、そのことは1年ぐらい前から分かっていたので、営業のコンサルタントを入れて、営業力、仕事を集める力を身に付けることを1年間やってきた。なんとか前年を上回る結果になった。弊社のお客様はほぼ印刷会社である。お客様の得意なものを調べて、その中でどのようなものが提案できるか

を徹底的に叩き込まれ、それを実直に実践している感じである。

新規のお客様も増えているが、まだまだ価格転嫁ができておらず、売上は上がったが利益率は少し下がったため、これが今の課題である。

コロナとAIが引き金で変革

本誌 組合の60周年から後のこの10年いろいろなことがあったと思いますが、この10年にどのようなことがあって、それから何を学んだかー。

渡辺 この10年はもろにコロナであった。コロナに入ってから、売上が6割ぐらい一気に下がった。雇用調整助成金などを使いながら、人員の配置転換もした。今、この仕事で幾ら稼いでいるのかを「見える化」している。工場では、1人当たりの生産高は幾ら売り上げが必要か、という目標を立てて、業務を行なっている。案件ごとの損益が判るようにしたことで、工場の人間が数字を意識するようになった。

竹倉 コロナになってから、デジタルマーケティング（デジタル）に力を入れるようになった。今、社内ではデジタルの部門が一番社員数が多くなった。まだ部門単独としての黒字化はできていないが、取り組んでいることで他部門にも良い影響となっていると感じている。人への投資そのものが経営の意思表示になると考えている。

生成AIについては、この1年程すごいスピードで入ってきている。デジタルマーケティングは、1年ぐらい前から、設定とか運用に関しての介入価値が下がっている。一方で広告施策の作り込みとか、メディアをまたいだ施策には一定の介入価値があると考えている。一度内製化したお客様から相談が戻ってくることも出始めている。

デジタルマーケティング部門、制作部門、営業部門の3部門を顧客接点という考え方をしている。以前は営業部門と制作部門の利害が対立する事もあったが、その3部門が顧客接点、それ以外の部門はサポート部隊という位置づけをしたことで、社内での利害対立が無くなってきた。

酒井 生産性を追い求めたときに、やはり、工場の生産性が一番高く、次は制作で、一番生産性が低いのが営業。その営業の生産性を上げるために、どこがデジタル化できるかに取り組んでいる。営業の自動化だったり、Webであったり、ECサイトであったり、それをコロナ前の5年ぐらい追及してい



竹倉幹雄副理事長



加藤義章副理事長



渡辺達也副理事長

たが、コロナで一旦止まり、コロナが明けたら生成AIという事で、産業構造その物をひっくり返されている。今まで10年やってきたことがこの先使えるのか、と問いかけた時には疑問が出る。

方向転換が間違っただとは思っていないが、今年の夏にオフセットを全部撤廃し、デジタル機を4台入れた。その先にあるのは自動化である。人手が係らなくても遠隔で印刷できないかに取り組んでいる。仕事を取ってくるのはまだまだ営業なので、営業教育に力を入れる等、いろいろやっているものの「トライ アンド エラー」が続いている。

印刷が全部デジタルに置き換わるとは思っていないが、先程、箕浦さんが言われたように、教育の部門では、高校ではデジタルから紙に戻ってきているという話もある中で、印刷をどのように商いにしていくかということである。弊社でも缶バッジなどのグッズの制作を始めているが、このあたりは急激に仕事が増えているので、周辺機器を揃えて工場も拡張し、人も募集している。また、人手不足を今後どう解消していくかを考え、昨年から就労支援(障がい者雇用)を始めた。

いずれにしても、新たなビジネスをどのように作っていくのか、この10年間で思い知らされた。なかなかできなかったことがコロナとAIが引き金になって変革を起こしている。

「必要でないものは売るな」の姿勢

田中 私は社長になってもうすぐ20年になる。たしか2007年が印刷の出荷のピークであり、そこからずっと緩やかに下がっている。何時かはこうした日が来ると思いながら商売をしてきた。私は儲かっているときに投資をするという考え方をしてきた。投資は利益が出ているときにやらないと、なかなか上手くいかない。

印刷通販も15年ぐらい前からやっているが、当時は仕事に困っていたわけではなかった。通販を始めるについては、社内的にはいろいろな意見もあったが、コロナになってから注文が一気に増えた。始めた頃は、1ヶ月の売上が30万円～50万円ぐらいのところ、広告費に100万円ぐらいかけていた。ただ、会社も利益が出ていたので、3年は続けようとしてきたのが、今では全体の売り上げの2割位まで増えている。約20年間で売り上げはあまり変わっていないが、中身が大きく変わった。現在、子会社も含め全部が独立採算を取っている。きちっと利益を上げる体制になっており、デザイン関

連もホームページや動画などいろいろやっており、シールの会社も最初の3年ぐらいはだめであったが、今は良くなってきている。

営業も、商業印刷しかないという見方であったが、間口の広がりとともにいろいろな方向を見るようになってきた。例えば、チラシのお客様から、「今回、チラシを入れたが問い合わせの電話がかかってこなかった」といわれたため、こちらから「チラシを止めましょう」と提案し、ライン広告とかSNS広告に変えたことで、50件ほど電話がかかってきたし、広告予算についてもチラシの半分で済んだという。やはりお客様の立場になって物を考えて、「必要でないものは売るな」というやり方をしている。

加藤 10年前を考えるとリーマンショックや震災があって、徐々に戻ってきた矢先にコロナが人々の生活を大きく変えた。その中で働き方改革とか、人手不足、最近でいえばAIとか、この5年間ぐらいで物事が変わってしまった。弊社では決まった分野が中心であったので、なかなか変化に対して体制を柔軟に適應できなかったのが反省点である。これから生成AIも出てくるとますます劇的な変化が生まれてくると考えられる。もっと柔軟な体制であったり組織であったり、人員もコロナの時は余ってしまい、コロナがあげたら足りないとか、右往左往していた10年であった。その中で我々製造が中心の会社が柔軟に対応していくには、自動化、省人化、省エネ化といったところを中心に、人への投資を含めて、もっと対策をしていかなければいけない、というのがこの10年の学びという気がしている。

そんなことから、弊社では、製造の給与水準が低くて営業の方が高かったところを見直すなど、従来型でやってきたことを全部見直した。

箕浦 会社で言い続けているのは、「すべてはお客様のために」をコンセプトに、お客様の立場に立った提案をしているかどうかである。用紙代をはじめいろいろなコストがアップしたり、仕事が無くなったり部数が減ったりしている中で、今まで行っていなかったアッセンブリ作業や発送業務を増やしたりすることによって、お客様が他社に手配していたものを、入稿から納品まで全て引き受けることでお客様の手間を省く形で仕事をとってきた。

会社の特徴としては学参関係の仕事が得意で、他社との差別化としてはデジタル検版ソフトを使用し訂正がない頁の



河原善幸専務理事

安全性を確保したり、自動組版システムを使い効率化を図り納期短縮につとめるなど、お客様の立場に立った提案を行ない、お客様の手間を減らすことを目標にやってきた10年である。

印刷を軸に企業の存続を！

本誌 この先、印刷を取り巻く環境がどのように変わっていくのか、考えていることをお聞かせください。

箕浦 営業を強化しなくてはいけないと思っている。原点に戻って営業力をつけて、既存のお客様、新規のお客様に提案できるように営業マン個々の力を付けていく。AI市場としても生成AIからAIエージェントの世界に変わってきている。今後はRPAなどの機能も追加されていくと思うので、自動組版の分野にも活用していきたい。社内ですらないようであれば外部の力も借りて行なっていきたい。また、今までであれば、人が何時間も掛けて行っていた作業が無人で行なえる可能性も出てきたので、そうした方面にも取り組んでいきたい。一番重要だと思うことは、理想をあげるということで、現状ではできないことが半年後にはできる可能性が大にある、現場はそういう所に対応できる力をつけていきたい。営業としては、営業力強化を図りながら次の展開を考えていきたい。また、社員の半分近くが女性になっているので、女性管理職のポストを作っていきたい。

渡辺 印刷だけで会社を維持するのは難しいということで、昨年からは外部の知恵を借り新しい事業を始めている。それは息子が先頭に立ってやってくれている。また、社員を守ることも重要であるし、借入もまだまだあるので、今は第二の柱をつくることに一生懸命取り組んでいる。

竹倉 従来の印刷を止めるのも選択肢の一つとしつつ、基本的には印刷は持つておきたいと思っている。メーカーの顔を持ち続けていくことが、誠実さに繋がるとか、真面目さに繋がると思っていて、それが会社全体の風土形成に少なからず影響を及ぼしている。その中で、紙かデジタルかでは無く、お客様のその先のお客様は紙とデジタルとを自由に行き来しながら情報を得ているので、自分たちも紙とデジタルの両方を統合する視点でこれからの10年やっていこうと思う。

また、地域の課題にどう向き合うのかという部分と会社としての切れ味を強くしていきたいと思っている。地域の課題解決に協業を含めて取り組む姿勢を強めていきたい。

酒井 私共も印刷を辞めるつもりはないので、何らかの形で携わっていきたいと思っている。印刷を軸に企業を存続させて行く中で、今までは特定のお客様の仕事はずっとやってきたが、健康とか、食品とか、やったことのない領域を絡めた一大拠点を作ってみたいという夢があり、それに組み込んでいこうと考えている。

今までやったことのない領域に進出するために、AIの力も借り、それを上手くニッチな部分に持っていけないかと考えている。印刷会社というとパッケージやラベルにしか目が行かないが、流通全体を見るとまだまだ印刷会社が活躍できるところが沢山ある。印刷か、デジタルかという話が出たが、結局、印刷もデジタルも、である。もう少し進めると流通もある。可能性として印刷会社はまだ面白い。新しいものを取り入れて、世の中を見渡した時に、我々の業界はまだまだ活躍できるところがたくさんある。そこにチャレンジしたいと思っている。

田中 どの作業でも人手不足が絶対にある。工場などハードなところはお金がかかっても自動化していくしかないと思う。例えば、工場で自動リフトを入れたらいくらかかるか聞いていたら、1台、4,000万といわれた。補助金が活用できるので、7年間で考えたら入れた方が良いのか、考えている。創業して60年、輪転機を入れて来年で30年になるが、会社は30年サイクルで次の事をやっていかなければいけないと思っており、次は輪転工場の裏に、刷り上がったものを発送する作業をオートメーションでできる工場をつくろうと思っている。不易流行ではないが、やはり変えなくてはいけないところはAIなどの力を借りながら変えていく。そこまでやってあとは次の人に引き継いで貰えたら良いかなと思っている。

加藤 ここ2～3年で考えるとデジタルシフトがますます加速していくだろうと思う。印刷もデジタル印刷に置き換わっていく。また、印刷通販がさらに伸張していくと考えられ、オフセット印刷は、補完的な位置づけになるといわれている。その中で、やはりIoTとかDXとかAIも含めて、効率化、省エネ化、省人化、その先には自動化がある。皆さんスマートファクトリーといういい方をされているが、働き方改革、人手不足を考えると、われわれもしっかりと考えていかなければならない。輪転を搬出してそのスペースに加工機を入れて、社内で一貫していく。スロースタートであるが、次を見据えていきたいと考えている。

創立70周年記念『レジリエンス・アワード』

本誌 創立70周年事業としてレジリエンス・アワードが実施されるが、何社のエントリーがあったか、また祝賀会までの流れを河原専務理事から教えてください。

河原 今回、70周年記念としてレジリエンス・アワードという表彰制度を作った。7月の理事会で各支部長に推薦を依頼。1支部で何社でもよいということで9月末を期限として出してもらった結果、11社が推薦された。複数出していた支部が1支部、8支部から各1社であった。良かったのは、名古屋市内を始め、尾張、知多、西三河、東三河と県全地区から推薦企業が出されたことである。

レジリエンス・アワードの選考を10月の三役会で行ない、推薦をいただいた11社は全てレジリエンス・アワードとし、その中からグランプリ1社を決定した。1月14日の祝賀会の中の表彰式で発表する。

今後の組合運営について

本誌 この1年を振り返っての感想、印刷業界の将来に向けてどのような事業運営を目指して行きたいか、そしてレジリエンス・アワード選考の感想についてお聞かせください。

渡辺 経営革新委員会でのAIのセミナーを行なった。時代の流れが目まぐるしい中で、すぐ役に立つ内容であった。ここ数年は変化が早くまだまだ勉強しなくてはならないと実感した。

レジリエンス・アワードは、皆さん本当にいろいろなことに取り組んでおられると感じた。自分自身は刺激をいただいたというところである。

竹倉 CSR・ブランディング委員会の担当として、第2回目のクリエイターコラボ事業を10月のワクワクぷりんと博覧会で完了できた。今年もマルシェイベントは盛況であった。ただ、この事業をどのように改善していくか、どのように方向付けをしていくのかについてはまだまだ課題が残っている。参加企業がきちんと事業につなげられるのかなど、もう少し戦略的な視点が必要だと感じている。

田中 今の状況では、ポスターはデジタルサイネージが出て需要が少なくなり、チラシは新聞購読者が減って折り込み広告がなくなったりしている。組合も10年したらガラッと変わる。印刷にかかわってやっていく若い組合員の方が80周年、90周年、100周年と夢が持てるような道筋を付ける必要がある。印刷がペーパーレスでどんどん減っていくとなると夢が持てないと思われがちだが、まだまだやり方によっては儲かっているところも沢山あると教えていきたい。

レジリエンス・アワードも、印刷が減っていくから機械を出してWebとかホームページ制作等へ移行することはどこでもできる。IT企業の若い経営者はお金を掛けずに済むから簡単に起業ができる。逆に言うと印刷の機械は高くなっている。そうした機械を入れて起業する人は何処にいるか。次の若い組合員の人達に、印刷はまだまだ元気にやっていけるといふところを見せてあげるようにしていかなないと、と感じている。

加藤 教育委員会を担当しているが、委員会は技能検定が活動の中心である。良い言い方をすれば教育に対するニーズはデジタル化を含めて多様化している。検定事業の実施において受検者数の減少という課題が明確になった。ただ技能検定は、国家資格であるし、制度として確立されているので、こうした資格制度の良さを組合員の方にも理解してもらう必要がある。オフセット印刷は技術ということをもっと言われる分野なので、魅力ある技術ということをもっと発信していかなければと思っている。

レジリエンス・アワードの選考に立ち会ったが、印刷を核としながら、いろいろな方向へ進化している会社を目の当たりにして、本当に勉強になったし刺激を受けた。印刷という

コアな部分はこれからもオフセット印刷がまだまだ大きなウェイトを占めていく。その中で、技能検定に関して今までは資格取得に力点が置かれていたが、これからは魅力も伝えていく。若い人のキャリア形成であったり、昇給にも繋がるような位置づけにしていけると良いと思う。これからの教育委員会は、オフセット印刷を含めた技能の伝承を途切れさせないことを考えながら、活動していければと思っている。

箕浦 この厳しい環境を乗り越えていくには、情報がなければ非常に選択肢も少なくなると感じている。情報という面では、組合は多くのコンテンツや研修事業があり情報もある。来期、新入社員研修会では、AI・DXに関する講座を新しく追加する。情報があれば次の展開の発想や困っていることの問題解決にも繋がっていくので、是非活用していただきたい。

今回の70周年記念事業の「レジリエンス・アワード」にもあるように、組合員の中には新しい取り組みを行なっている会社も沢山ある。委員会では、そのような会社から実際の取り組みや考え方などを、懇親会を通じて聞いたり質問したりできるので、是非、委員会にも参加して欲しいと思う。

組織を再定義するタイミング

本誌 最後に来年に向けて一言お願いします。

酒井 少し振り返ると、私が昨年理事長に就任した時に一つの事業を終了とした。組合活動が安定しているときは、将来の事を考え、時代を担うデザイナーを採用しやすくなるように、長い間ポスターグランプリを続けてきたが、時代が変わった事もあり終了することとした。そして、竹倉副理事長の発案で「組合員に光を当てましょう」ということで、三役会の中でレジリエンス・アワードを組合員に贈ることを決めた。組合員に直接的に光を当てる初めての事業である。

この1年は組織を再定義するタイミングだと思っている。印刷組合をどのように活性化し、継続させていくかという大命題があるが、そこも含めて考えるタイミングにきた。田中副理事長が不易流行といわれたように、過去から続いてきているもので残すものはきちんと残し、変えるべきものは変えていく、「ワクワクぷりんと博覧会」を2回続けてやってきたが、今後の方向性も考えなければならない。

我々の業界というのは、全ての産業に非常に近い所に存在しているからこそ、そういったグラフコンテンツも含めて我々の業界がどのようなポジションで存続していけるか、また存続していかなければいけないかというような転換点である。今年は特に転換期であるし、来年を含めて世の中が大きく変化するタイミングに、役員をやっている我々が、そこをしっかりと見据えて、某総理大臣の言葉ではないが、働いて、働いて、働いて、働いて行く1年にしていきたいと考えている。

本誌 ありがとうございます。

2026年 紙・板紙内需見通し報告

グラフィック用紙・パッケージング用紙は
各品種とも減少

日本製紙連合会は1月20日、「2026年の紙・板紙内需見通し」を発表した。それによると、紙・板紙(計)では、5年連続のマイナスとなり、グラフィック用紙やパッケージング用紙は前年を下回った。

■紙・板紙(計)

紙・板紙の内需は長期にわたり減少傾向にある。特に、コロナ禍の影響を受けた2020年は前年比9.5%減と大幅に減少し、その後も低調に推移している。2025年は、グラフィック用紙やパッケージング用紙は前年を下回ったことから、紙・板紙(計)では2.6%減と引き続きマイナスとなった。

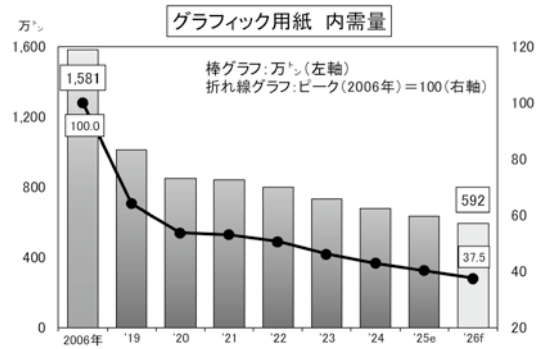
2026年の見通しでは、グラフィック用紙は、デジタル化や需要家のコスト削減に伴う使用量の減少などにより引き続きマイナスを予想。パッケージング用紙は、加工食品向けなどで堅調な需要が見込まれるものの、物価高による節約志向の定着や需要家のコスト削減によりマイナスを予想。衛生用紙は、販売チャネルの拡大などによりプラスを予想している。

品種別では、紙・板紙(計)は1,999万トン、前年比2.7%減となる。5年連続のマイナスで、1988年からの現行統計において2,000万トンを下回るのは初めて。2019年比では8割弱、ピーク時の2000年に対しては6割強の水準となる。用途別では、グラフィック用紙が前年比6.8%減、パッケージング用紙が同1.0%減、衛生用紙が同0.1%増。

【グラフィック用紙】

グラフィック用紙の内需は、デジタル化などの構造的要因に加えて、物価上昇に伴う需要家のコスト削減も影響し、減少が続いている。2025年は、新聞用紙、非塗工印刷用紙、塗工印刷用紙、情報用紙のいずれも前年を下回り、グラフィック用紙計では6.3%減と、前年の7.0%減から減少幅は縮小したものの、依然として厳しい状況が続いている。

2026年の見通しは、グラフィック用紙のうち、新聞用紙は発行部数と頁数の減少で引き続きマイナスを予想。印刷・情報用紙も需要家のコスト削減やデジタル化などにより引き続



グラフィック用紙は、20年連続のマイナス。デジタル化や需要家のコスト削減により各品種とも減少

きマイナスを予想。

品種別では、グラフィック用紙は合計で592万トン、前年比6.3%減、20年連続のマイナス。2019年比では6割弱、ピークの2006年に対しては4割弱の水準になる。品種別では、新聞用紙が前年比9.4%減、非塗工印刷用紙が同5.6%減、塗工印刷用紙が同4.9%減、情報用紙が同5.9%減。

【パッケージング用紙】

パッケージング用紙の内需は、コロナ禍の2020年に5.8%減少し、その後は緩やかな回復に転じたが、2023年以降はコロナ禍の水準を下回って推移している。2025年は、物価高による節約志向の定着や需要家のコスト削減などを背景に、包装用紙、段ボール原紙、白板紙のいずれも前年を下回り、パッケージング用紙計では1.0%減と、3年連続でマイナス。

2026年の見通しでは、パッケージング用紙は、各品種とも物価高の影響を受け、総じて弱含みで推移すると見込まれる。包装用紙は需要家のコスト削減に伴う省包装・簡易包装化でマイナスを予想。段ボール原紙も、包装形態の変化や軽量化の継続でマイナスを予想。白板紙も需要家のコスト削減や物流問題などを背景としたパッケージの見直しなどによりマイナスを予想。

品種別では、パッケージング用紙は合計で1,196万トン、前年比1.0%減となる。4年連続のマイナス。2019年比では9割強、ピークの1997年に対しては8割強の水準となる。主要品目では、包装用紙が前年比2.0%減、段ボール原紙が同0.8%減、白板紙が同2.0%減。

※詳細は [2026年紙・板紙内需見通し](#) で検索

盛功社の創業は1889年。2023年に135周年を迎えました。
3世紀にわたるご愛顧をいしずえとして
新たな未来へ羽ばたきます。



●印刷機械 ●製版機械 ●製本機械
●DTP関連機 ●印刷諸材料

株式会社 盛功社
〒461-0014 名古屋市東区榑木町3丁目17番地
TEL 052-932-5611 FAX 052-931-0280
http://seikosha-net.jp/

高精細印刷と PUR製本の最強タッグ

データから印刷・製本・発送まで
自社一貫体制でお引き受けします

大日印刷株式会社

☎0564-62-8461(代)
FAX 0564-62-8463

大日印刷

検索

■中部地区印刷協議会<令和7年度下期会議>



メルパルク名古屋で開催された中部地区印刷協議会全体会議。中部地区5県の役員ら52名が参加。

挨拶をする大洞正和
中部地区協会長

富山・石川・三重・岐阜・愛知の各県工組役員が出席



「森を見る」機会 組合に出てこないと得られない（瀬田会長）

中部地区印刷協議会（大洞正和会長・岐阜県印刷工業組合理事長、中部地区協）の下期会議（愛知県会議）が2月20日、名古屋市東区のホテルメルパルク名古屋で開催され、中部5県（愛知、岐阜、三重、富山、石川）の印刷工業組合の執行部、役員な

ど52名が出席。全日本印刷工業組合連合会（全印工連）からは瀬田章弘会長、橋本唱一副会長、酒井良輔副会長、高橋秀明専務理事が出席した。司会進行は中部地区協の河原善高事務局長（愛印工専務理事）が務めた。

【全体会議】

全体会議の冒頭、箕浦靖夫愛知県工組副理事長が開催挨拶を行なった後、大洞中部地区協会長（岐阜県工組）が次のように述べた。

「開催中の冬季オリンピック、来月からのWBCワールドベースボールクラシック、そしてFIFAワールドカップなど、スポーツ業界が盛り上がっている。印刷業界も盛り上がりたくてはいけない。厳しい環境が続くと思われるが、これらを払拭し、これからもっと印刷業界が良くなるように、全体会議や分科会でいろいろな意見を出し合い、さらに懇親会では活発に交流・親睦を深めて、中部から元気なパワーを全国に送りたい。」

続いて、瀬田全印工連会長が次のように挨拶。

「今年は丙午ということで、慌ただしい年の始まりとと思っている。選挙があったが全印工連としてもやりやすい結果になった。印刷業はピンチでもあるが大チャンスでもある。根拠の一つはAIが出てきたこと、そしてローカルゼブラの時代がきたことである。これらに取り組むには地域に根ざした我々印刷業が一番いいスタートラインに立っていると感じている。我々印刷業は、価格競争から価値協創へと転換を図る必要がある。価値協創とは、お客様の欲しい物、そして今ない物、自社しかできない物に取り組んでいくことである。それぞれが自社の最適解と全体としての解を経営者として見

据えていかないと、5年後、10年後にはまた同じようなことを繰り返してしまう。そういう意味で組合は非常に大事な組織である。『木を見て森を見ず』という言葉があるが、『他社がやって儲かりそうだから、うちもやる』という近視眼的な発想で同じことをやると、結局みんなダメになってしまう。業界全体や社会全体の動きからビジネスチャンスを見出すという『森を見る』機会は、組合に出てこないとなかなか得られない。組合員同士の交流を通じて、自社と他者を対比し、自分たちが持つ強みを考える。いずれにしても、印刷各社みんなが良くなる共存共栄の業界を目指して行きたい。」

全体会議前半では、全印工連の高橋専務理事が全印工連事業報告を行なった。その中で、官公需や民間取引を適正に行



挨拶をする瀬田章弘全印工連会長



笈田公生委員長



土井弘人委員長



北川毅委員長



小川優二委員長



田中逸郎委員長

なうためのガイドブックを年度内に配布する予定であることを報告。また、10月16・17の両日、沖縄で開催する「2026全日本印刷文化典沖縄大会」の概要を紹介し、大会への参加を呼び掛けた。続いて、産業戦略デザイン室SR部会委員の竹倉幹雄愛知県工組副理事長より、全印工連が昨年11月に発行した冊子「SR調達と公民連携でつくる地域のミライ ～選ばれる企業になる実践ガイド」について解説。価格以外の評価軸で印刷会社と自治体が協働関係を築くためのポイントが示されているとし活用を勧めた。続いて、紙育実行委員会委員の高田華子岐阜県工組副理事長から、7月24・25の両日、東京都立産業貿易センター浜町町館で開催される印刷の新たな魅力や可能性を発信する「ペーパーサミットJAPAN2026」について紹介があった。その中で、印刷業界が一般消費者や企業に紙製品のアイデア・魅力を発信できる良い機会であるとしブースへの出展を要請した。

その後、瀬田会長より令和8年度事業構想について説明があり、その中で瀬田会長は、「人口減少や人手不足はさらに深刻化すると思われる。そうした状況を打破するために、同業種、異業種、顧客とも連携しながら新たな価値を創り出す『価値協創』に今年度も尽力する」とした上で、売上の3要素に触れ、「売上を伸ばす3要素には3つの方向性がある。一つは縦軸の専門化、顧客特化（自助）である。二つ目はY軸の品揃え、そして三つ目が仕事を創っていく、需要を創っていくZ軸が大事になる」と述べた。

具体的な事業としては、●地域の課題解決と自社の利益追求を両立させた「ローカルゼブラ企業」の研究と発信●SR調達の普及促進●紙の新たな価値を社会へ発信●印刷業のAI活用促進●女性活躍、ダイバーシティの推進などに取り組むとした。

休憩を挟み分科会が行なわれた(分科会と報告者)。

●経営革新マーケティング分科会＝笈田公生委員長(富山)



組織活性化分科会

県工組)

●サステナビリティ・CSR分科会＝土井弘人委員長(三重県工組)

●組織活性化分科会＝北川毅委員長(愛知県工組)

●教育研修分科会＝小川優二委員長(岐阜県工組)

●官公需対策分科会＝田中逸郎委員長(石川県工組)

●事務局会＝西川幸洋事務局長(石川県工組)

●理事会＝小杉善文理事長(石川県工組)

全体会議後半では、各分科会報告、理事会報告、質疑応答、大洞会長の下期会議のまとめなどがあり、三重県工組の山口史高理事長の閉会の挨拶で全体会議は終了した。

休憩を挟んで交流会が行なわれ、大洞会長の挨拶、酒井全印工連副会長の乾杯の発声で始まり、懇親と情報交換の一時を過ごした。宴半ばで、小杉善文石川県工組理事長の中締めで下期会議を終了した。

【分科会報告】

●経営革新マーケティング分科会

笈田公生委員長(富山県)

AIの先端活用事例の研究と発信を行なうため、今年度、全国の組合を対象にした公募制による「AI研究会PT」を立ち上げた。これまで3回の勉強会を行ない、外部講師による講演や参加企業間の情報共有を行ってきた。4回目を開催するが4回目は事例発表になる。これをズームで視聴できれば聞きたいという要望があった。5月ごろには研究結果を報告書にまとめる予定にしている。

●サステナビリティ・CSR分科会

土井弘人委員長(三重県)

CSR認定制度が取りやすくなった。ワンスターが8項目から5項目に、ツースターも8項目から6項目に、スリースターが8項目から6項目になった。加えてスリースタープレミアムという高い目標も出来た。また、CSR認定企業であることを取引企業や官公庁にアピールするために、4月1日から全印工連で「CSR認定取組証明書」の発行を有料で始める。



西川幸洋事務局長



小杉善文理事長

●組織活性化分科会

北川毅委員長(愛知県)

各県工組の生命共済制度の加入数値目標は、組合員総数の32%であるが、加入促進を図るには組合員の増強が不可欠である。そのためには、外国人労働者の受け入れが可能な「特定技能1号」に印刷業が対象業種となっており全印工連への所属が要件になったことなどをアピールしたり、組合加入のための資格要件を広げることも必要になってくると思われる。

現在開発中の、組合員同士の情報共有や組合運営の省力化促進を図るための新プラットフォーム「J-CONNECT」については、さらに周知に努め、また、事業承継に関して全印工連にはしっかりしたサポート制もあり、無料相談もできることも発信、周知をしていく。

●教育研修分科会

小川優二委員長(岐阜県)

技能検定「プリプレス職種DTP作業」の受験申請者は78人で、毎年100人を切ると国家資格としての存続が危ぶまれる。今年度の受験申請者のうち33人が中部地区からの受験者数であり、全体の約4割を占める。すでに受験者数を確保できている中部で呼び掛けをするよりも、受験者数が全くない工組へのテコ入れを行なう方がよい。

いろいろな資格試験があるが、現代印刷人の基礎知識を最低限知っておくことが、帰属意識の高まりにも繋がって、業界を盛り上げていくための大切な要素になる。業界に身を置くもの全体を対象にしたような教育をしていくことも必要でないかと思う。

●官公需対策分科会

田中逸郎委員長(石川県)

石川県工組では1月末に官公需対策セミナーを開催したところ、営業職20人が参加した。セミナー後にアンケート調査を行なうと、「官公需対策に対して興味を持った」とか「発注担

当官と著作権関係のコンテンツ版バйдール契約とか、きちんと説明する必要性を強く感じた」などの回答があった。

各県で入札制度がいろいろあるが、中部5県で最低制限価格制度が導入されているのは岐阜と三重のみである。ダンピングする業者を回避するためにも最低制限価格制度は必要である。分科会に参加した瀬田会長、橋本副会長からは、官公需の取引改善には、自治体トップである首長との関係を構築し、随時働きかけを行なうことも有効であるとの話があった。

●理事長会

小杉善文理事長(石川県)

2028年の全国印刷文化典石川大会の件については、石川県で受けることになった。開催日時は2028年10月の13・14の両日になる。

BCP協定の話で、富山県工組と石川県工組は昨年10月、災害時連携協定を締結した。この経緯は、富山県工組の須垣理事長が「能登に地震があった時、組合として対応できなかった」といい、より大きな災害を想定した時にBCP協定や生産代替協定などの支援態勢が欠かせないということで、富山県と石川県で協定を結ぶことになった。富山県14社、石川県15社が協定を結んだ。これが引き金になり、より広域での支援態勢を構築するためにも、今後は中部5県での協定締結を検討していくことで意見が一致した。

●事務局会

西川幸洋事務局長(石川県)

事務局として知りたい情報などについて事前にメールやwebを活用して情報交換を行った。賦課金の徴収方法や事務局員の給与計算方法、年度途中における予算執行の状況の確認、議事録の作成やフォーマットなどについて共有した。併せて、Googleフォーム作成の演習を行なった。

取引かけこみ寺 取引上の悩みがあれば相談を！

昨年5月「下請代金支払遅延防止法及び下請中小企業振興法の一部改正する法律案」が可決成立し、「下請」などの用語も見直され、令和8年1月1日から「下請かけこみ寺」から「取引かけこみ寺」に名称が変更された。

「取引かけこみ寺」は、中小企業、小規模事業者、あるいはフリーランスの皆さんの取引上の悩みやトラブルを、専門の相談員や弁護士が解決に向けてアドバイスしてくれる相談所になる。取引先との信頼関係を崩さずスムーズな中小受託取引を行なうためのサポートをしてくれる。

【悩みごと相談】●代金の未払い・支払い遅延 ● 買ったたき ● 代金の減額・値引き ● 価格交渉・一方的な代金決定 ● 不当なやり直し ● 不当な受取拒否・返品 ● 不当な経済上の利益提供 ● 知的財産権の侵害など。

【悩み事対応】相談は無料、秘密厳守で匿名でも可能、全国48か所に設置。フリーダイヤル(0120-418-618)から、近くの取引かけこみ寺に直接つながる。担当する全国中小企業振興機関協会では、「悩みが大きくなる前にお近くの`取引かけこみ寺。までご相談ください」と、利用を呼び掛けている。

※名称変更で新たな啓蒙資料が用意されている。 で検索。



中小企業 小規模事業者 フリーランスの皆さん
取引上の悩みを抱えていませんか?

代金の未払い 支払遅延 買ったたき 代金の減額 値引き
不当な受取拒否 不当なやり直し 不当な経済上の利益提供 知的財産権の侵害
価格交渉 一方的な代金決定 官公需 不当な返品

皆さん、だれここに相談を!
これまでの「下請かけこみ寺」は2026年1月1日より「取引かけこみ寺」に名称変更しました。
取引かけこみ寺 0120-418-618
https://www.kokusaikoban.com/kyoukai/kyoukai.html

「取引かけこみ寺」では、中小企業・小規模事業者・フリーランスの皆さんが抱える取引上の悩み相談をお受けします。迅速解決に向けて、専門の相談員や弁護士がアドバイスを行います。

中小企業庁委託事業 (公財)全国中小企業振興機関協会

PICKUP NEWS

中小企業庁

ものづくり補助金

第23次公募:4月3日から申請開始

中小企業庁は「ものづくり・商業・サービス・生産性向上促進補助金」の第23次公募要領を公表した。申請締め切りは5月8日、採択結果の公表は8月上旬を予定している。

この補助金は、中小企業・小規模事業者などの生産性向上や持続的な賃上げに向けた新製品・新サービスの開発に必要な設備投資を支援する。製品・サービス開発の取り組みを支援する「製品・サービス高付加価値化枠」と海外需要開拓などの取り組みを支援する「グローバル枠」がある。

製品・サービス高付加価値化枠は、革新的な新製品・新サービスの開発による高付加価値化を要件としており、補助上限は、750万円～2,500万円になる。補助率は中小企業1/2、小規模事業者2/3になる。

また、大幅な賃上げに取り組む事業者には、補助上限額が100～1,000万円上乘せができる。

※ものづくり補助金は、次年度以降について、「新事業進出・ものづくり補助金」として公募予定。

※問い合わせ先:ものづくり補助金事務局サポートセンター(TEL050-3821-7013)。

全日本印刷工業組合連合会

「ペーパーサミットJAPAN 2026」

2026年7月24・25日開催

【4月末まで出展者募集】

全日本印刷工業組合連合会、日本製紙連合会、日本洋紙板紙卸商業組合共催による新事業「ペーパーサミットJAPAN 2026」が開催される。

ペーパーサミットJAPAN 2026は、「紙(印刷)の持つ魅力や楽しさを伝え、新たな発見や体験を提供する」、「紙に対する誤った認識を是正し、紙の可能性を拡げる」ことを目的とし、オリジナル商品の出展・物販、ワークショップ、展示、セミナーなどを通じて、広く一般に紙や印刷の魅力を発信する総合イベントとして企画・実施される。

●紙(印刷)はもっと楽しい ●紙(印刷)はもっと面白い ●紙(印刷)の可能性は無限大を掲げ、組合員が保有する技術とクリエイターのデザイン力を掛け合わせて新たな商品を開発。イベントでは、各社のオリジナル商品やクリエイターと共同で開発した商品を来場した参加者に販売する。また、ワークショップなどで、印刷や紙の持つ可能性や楽しさを参加者に体験してもらうイベントコーナーが併催される。

【開催概要】

●開催日時 / 7月24日(金)10:00～18:00

7月25日(土)10:00～17:00

●開催場所 / 東京都立産業貿易センター浜松町館3F

【出展社募集】

●テーブルサイズ / W1800×D900×H740mm

●料金 / 1テーブル30,000円、2テーブル目以降+20,000円(例:4テーブルの場合30,000+20,000×3=90,000円)、椅子は1テーブルに2脚用意、各ブースの装飾及び金銭の授受はブースごとに対応

●締切日 / 2026年4月末

【詳細について】

中部地区における問い合わせは、高田華子ペーパーサミット準備委員(岐阜県印刷工業組合理事/㈱タカダ印刷代表)まで e-mail hanako@takadadcg.com

全印工連

2026全日本印刷文化典沖縄大会

10月16・17の両日開催

全日本印刷工業組合連合会では「2026全日本印刷文化典沖縄大会」を下記日程で開催する。

【印刷文化典沖縄大会】

●主催:全日本印刷工業組合連合会・九州地区印刷協議会・沖縄県印刷工業組合

●名称:「2026全日本印刷文化典沖縄大会」

●テーマ:「ゆいまーるの心、文化を刻み 未来を彩る～よみがえる首里城 印刷の未来 沖縄から～」

●会場:沖縄ハーバービューホテル(〒900-0021 沖縄県那覇市泉崎2-46 TEL098-853-2111)

●開催日:2026年10月16(金)・17(土)

●詳細: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 TEL098-889-3039)



meikami
メイカミ
〒461-0018名古屋市東区主税町4-83
名古屋紙商事株式会社
TEL:052-931-2221
FAX:052-932-1418



創造を超えるデザイン、
心に残る印刷。.....
デザイン~印刷まで
トータルサポート
お気軽にお問合せ下さい。
..... カラー印刷全般

株式会社 プロスペック
〒453-0855
名古屋市中村区烏森町6丁目108番地
TEL(052)482-3117(代表)
FAX(052)482-3118

info@ps-prospec.co.jp https://www.ps-prospec.co.jp/

■ 新刊案内



東京都製本工業組合

「事業承継ハンドブック」刊行

次世代に繋ぐ製本業の承継・発展ははじめの一步

東京都製本工業組合（鈴木博理事長）では、「Seihon Succession Plan2025～2027～製本業界の未来を拓く後継者育成と事業承継計画策定支援事業～」の一環として、「事業承継ハンドブック 次世代に繋ぐ製本業の承継・発展ははじめの一步」を作成。

作成の経緯について、「製本業界の経営者の高齢化や後継者不在といった問題に対応し、組合企業の経営力の強化の支援や業界再編を見据えた取り組みで、東京都中小

■ 展示会案内

「2026中部パック」

主催：(一社)中部包装食品機械工業会

一般社団法人中部包装食品機械工業会主催による「CHUBU PACK 想像から創造へ～新たなる包装のカタチ～」が4月22日から4日間、ポートメッセなごや第1展示館を会場に開催される。

●内容：包装・食品・製パン製菓、物流機械、衛生・環境、検査機器、包装資材、食品材料などの総合展

●テーマ：「CHUBU PACK 想像から創造へ～新たなる包装のカタチ～」

●日時：4月22日（水）～25日（土）、AM10:00～PM5:00（25日PM4:00まで）

●会場：ポートメッセなごや第1展示

企業団体中央会による団体連携型事業承継支援事業として、2025年9月にスタートし、2028年3月までの3事業年度に渡って推進される。この、団体連携型事業承継支援事業とは、東京都中小企業団体中央会が団体などの事業承継支援に関わる取り組みを支援し、先進事業として広く発信することで、他の団体などが追従して取り組み潮流を創出するとともに、各業界の持続的な発展を目指すことを目的とする事業で、3事業年度に渡り、事業費として1事業年度当たり2,000万円（3事業年度で総額6,000万円）が投じられる」と紹介している。

作成したハンドブックは、後継者世代を対象とし、製本業界の次世代を担う後継者に向けた、経営力向上のための実践的マニュアルとして作成された。一般的な事業承継ハンドブックは、主に現経営者に向けて作成されたものが多いなか、後継者世代を対象として、事業承継に必要な基礎的な財務や、経営に関するスキルを体系的に習得することを目的としたマニュアルである点が大きな特徴になっている。

組合員企業全社に配布するほか、2026年2月に開講した「第1期次世代経営者勉強会」の副読本としても使用する。そして、「このハンドブックが製本業界の次世代を担う後継者候補の育成と、組合員企業の事業承継の醸成に寄与することを期待している」とコメントしている。

●問い合わせ：東京都製本工業組合事務局 総務部 事務局長（TEL03-5248-2451）まで。

館（名古屋市港区金城ふ頭2-2）

※特別講演会、食品メーカー企業セミナー、プレゼンテーションセミナー、主催者セミナー、出展社リストなど、詳細については、<https://chubupack.or.jp> から。

※なお、愛印工組にチケットがありますので連絡下さい（担当：平田）。

愛印工組

「多種多様な印刷と加工」セミナー

売れる印刷を生む特殊印刷と加工

【誰でも受講可能】

本セミナーは、シルクスクリーン印刷、インクジェット印刷・曲面印刷など、多種多様な印刷技術と加工の世界について紹介する、売れる印刷を生む特殊印刷と加工の実践セミナー。また、ASGA 国際印刷コンクールで金賞を受賞した太美工芸の「パンダの両面ステッカー」が生まれるまでの制作秘話や試行錯誤の過程など、貴重な裏話も聞くことができる。普段目にはしている製品がどのようにつくられるのか、特殊印刷の世界ではどんな表現や可能性が広がるのか、実際の実例や制作の裏側など楽しく学ぶことができる。

本セミナーは新入社員向けの内容ではあるが、誰でも受講ができる。

【セミナー概要】

●タイトル：「多種多様な印刷と加工」

①特殊印刷（シルク・インクジェット・曲面印刷・加工）

②特殊印刷加工（シールやステッカーの違い・印刷方法や用途、営業提案）

●日時：4月17日（金）、①9:00～12:00（3時間）、②13:00～17:00（4時間）

●会場：メディアージュ愛知3F会議室

●講師：①プリントス 榎塚貴弘代表取締役、②東海北陸シーリング印刷協同組合 永瀬雅人理事長／太美工芸 榎野田哲也代表取締役

●参加費：①11,000円、②14,300円、①+②25,300円（税込み）

※①のみ／②のみの受講も可能

【申し込み方法など詳細は】

愛知県印刷工業組合：TEL052-962-5771（担当：飯澤・勝野）まで

あいの印刷

No.653

令和8年4月10日発行

発行人 酒井良輔
編集 組織・共済委員会
発行所 愛知県印刷工業組合
〒461-0001 名古屋市東区泉一丁目20番12号
メディアージュ愛知1階
TEL (052) 962-5771
FAX (052) 951-0569

◆ホームページアドレス <https://www.ai-in-ko.or.jp/>
◆E-mailアドレス jimukyoku@ai-in-ko.or.jp

美しさ・誠実・挑戦

お客様に企画、デザインを通し、
真の感動を提供出来る様、
常に進化し続ける企業を目指します。

グラフィックデザイン	Graphic design
ウェブデザイン	Web design
セールスプロモーションデザイン	Sales promotion design
エディトリアルデザイン	Editorial design
アドバイジングデザイン	Advertising design
オンデマンドプリンティング	On-demand printing

adWISE

株式会社 アドワイス

〒451-0031 名古屋市西区城西3丁目21-12 サンシャイン浄心南601

TEL 052-528-1070

FAX 052-528-1071

E-mail: ad-wise@ad-wise.biz <https://www.ad-wise.biz/>

字由字在

モリサワ

文字とつながる。世界がひろがる。



Morisawa Fonts

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



Axuas

印刷用紙は、紙営業本部 TEL (052)220-5511
紙のプロフェッショナルとして
「最適」をご提案いたします。



パッケージは、包材営業部 TEL (052)220-5507
皆様の「包む」を
サポートいたします。



LED 照明は、開発事業部 TEL (052)220-5518
地球に優しい
「LED照明」を中心に省エネ化の
お手伝いをいたします。



株式会社 AXUAS

〒460-0008 名古屋市中区栄一丁目25番35号 <https://www.axuas.jp>

heart

人から人へ心を伝える ハート紙製品

グリーン購入法適合封筒・環境配慮型製品
名刺・封筒・はがき・カード・賞状・カレンダー

デザイン作成・企画提案から印刷・納品までトータルにサポート
官公庁・企業様、ユーザー様など幅広くご利用いただいております

ハート株式会社

URL : www.heart-group.co.jp



日本のまごころを包む紙製品のスペシャリストです。



株式会社キングコーポレーション

本社 / 〒460-0002 愛知県名古屋市中区丸の内3丁目7番23号 TEL:052-961-7661
名古屋本店 / 〒490-1113 愛知県あま市中津津大坊30番地 TEL:052-444-7151・7161



現在・過去・未来 その先へ

KOBUNDO
<http://www.kobundo.co.jp>
K BAZAAR
KOBUNDO Online Shopping Mall
<https://ec.kobundo.co.jp/>

KBD New Products

オンデマンド段ボール加工機 (強化ダンボール対応)

KBD AUTO SLOTTER NEW
AB2500 HD

各種特許を取得した構造設計により、強化段ボールをワンパスで連続生産可能にしたモデル

1回の操作で、裁断、溝切り、段違いの線溝、段潰し、手穴あけなど、この1台で対応可能



オプションにて幅方向の2面付け加工に対応

自動給紙カッティングマシン

NEW

KBD AUTO CTM 0710 PLUS

B1相当サイズ・菊全判サイズオフセット印刷、オンデマンド機B2サイズまでのシール、ラベル、コートボール、15mm厚までの段ボール等の紙器を自動給紙、カット、排出処理を全自動で行います。15mmまでの各種ボードや硬い樹脂板のカットも連続処理ができます

- QRコードもスキャンしてカットデータファイルを自動取得し、連続で異なるカットを行えます。
- ドラックナイフ2本・電動振動刃・ユニバーサルカットツール・筋押しホイールが標準装備です。

ルーターで15mmまでのアクリル板加工ができます。

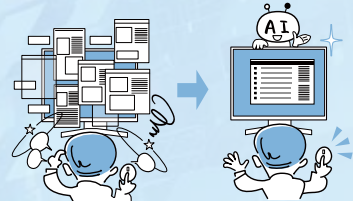


生成AIで実現する印刷前データ校正システム

NEW

KBD ファイナルデータアドバイザー

文字校正だけじゃない！AIがデザインのアドバイスまでしてくれる画期的なシステム登場！



QRコードチェック用ソフト

NEW

KBD QRエビデンサー AD アドバンス

ご好評いただいている KBD QRエビデンサーが進化！レポート作成前に、システムが認識した二次元コードを

事前に確認できる新たな機能を追加！



スマホに表示されたPDF上のQRコードがタップできる

NEW

KBD リンクリンク AD アドバンス

ご好評いただいている KBD リンクリンクが進化！新たにSNS用の二次元コードもタップできるようになりました！



印刷機材の総合商社
株式会社 光文堂

本店 / 〒460-0022 名古屋市中区金山二丁目15番18号 TEL 052(331)4111(代)
支社 / 東京 支店 / 東北・静岡・金沢・大阪・北九州・福岡 営業所 / 北海道 青森・山形・千葉・富山・滋賀・浜松・岐阜・福井・富山・京都・徳島・山口・大分・熊本・沖縄 事業部 / カラーソリューション・Pro-vision 技術部 / KOBUNDOテクニカルソリューション