印刷会社の新卒採用と新入社員教育実態調査 2020＜速報版＞

JAGAT では今夏、印刷会社の新卒採用及び新入社員教育に関する実態調査を行った。調査対象は、JAGAT 会員、非会員問わず全国の印刷会社とし、81 社に協力をいただいき、回答を得た。今回は、調査結果を速報版として回答企業に報告する。

【調査概要】

調 査 名：印刷会社の新卒採用と新入社員教育に関する実態調査 2020
調査期間：2020 年 7 月 15 日～8 月 20 日
調査対象：2019～21 年に採用実績および予定のある全国の印刷会社の経営者、人事・採用担当者
回答社数：81 社
調査方法：FAX

【回答社属性】

・商業印刷を主力とした企業からの回答が半数以上
・従業員数の平均は 191 名（中央値は 100 名）
・創業年数の平均は 65 年

●業種・業態別

■主力製品別	回答社数	構成比
商業	48	59.3%
出版	13	16.0%
包装	6	7.4%
事務	5	6.2%
その他	9	11.1%

●従業員数別

従業員数	回答社数	構成比
20 人以下	2	2.5%
20 人～49 人	18	22.2%
50 人～99 人	21	25.9%
100 人～299 人	33	40.7%
300 人～499 人	4	4.9%
500 人～999 人	1	1.2%
1000 人以上	2	2.5%

■本調査に関する問い合わせ先
公益社団法人日本印刷技術協会　CS 部　塚本・伊藤
Tel：03-3384-3112　E-mail：seminar@jagat.or.jp

Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

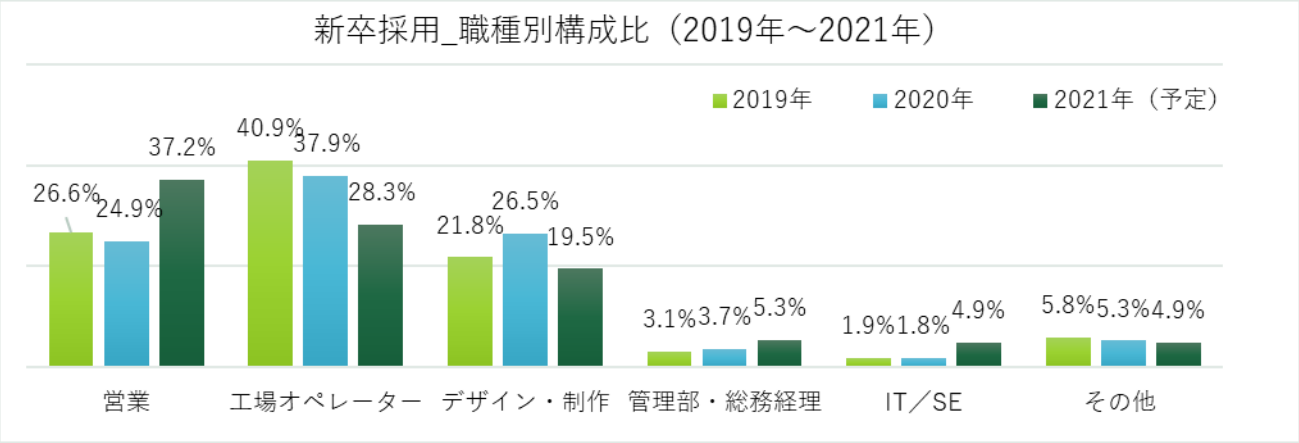
Q１.新卒社員採用について、2019 年 4 月・2020 年 4 月の入社人数と 2021 年 4 月の採用予定人数

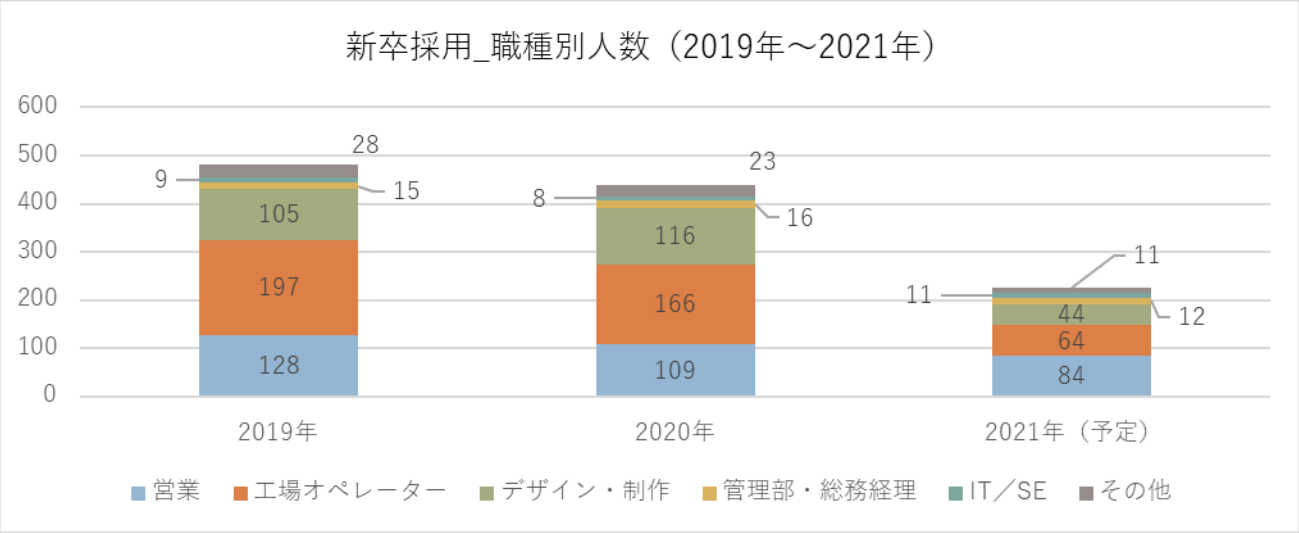
★2021 年 4 月の採用予定人数は 226 名と前年度と比較して 48%減。採用控えが進む

●2021 年の職種別構成比は営業が 37.2%と、限られた採用枠で**営業の採用を重視する傾向**

●工場オペレーターは 28.3%（前年比 9.6 ポイント減）と 2021 年は採用を大きく抑える

職　種	2019 年		2020 年		2021 年（予定）	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
営業	128	26.6%	109	24.9%	84	37.2%
工場オペレーター	197	40.9%	166	37.9%	64	28.3%
デザイン・制作	105	21.8%	116	26.5%	44	19.5%
管理部・総務経理	15	3.1%	16	3.7%	12	5.3%
IT／SE	9	1.9%	8	1.8%	11	4.9%
その他	28	5.8%	23	5.3%	11	4.9%
合　計	482	100%	438	100%	226	100%





Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q２.2020 年入社の新入社員へ実施した教育内容と、今後強化したい教育内容（複数回答）

★営業、マーケティング、IT、デジタル分野の人材育成に力点

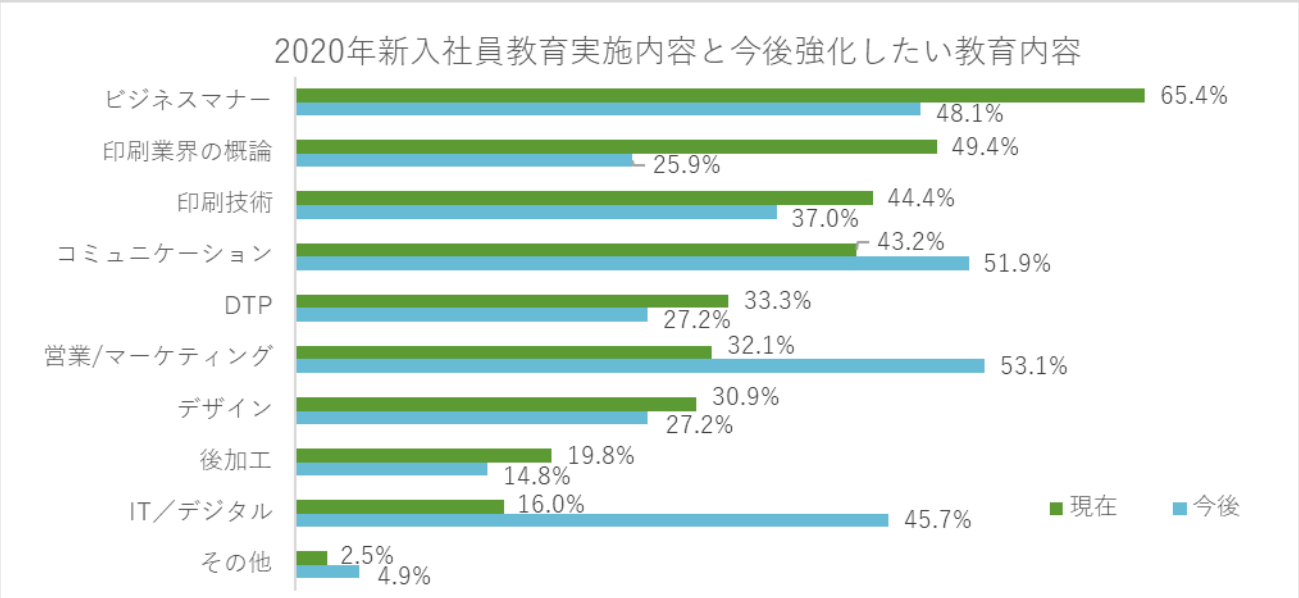
●「ビジネスマナー」「印刷業界の概論」「印刷技術」「コミュニケーション」と、印刷会社の社員として必要な基礎教育を行っている企業が多い

●今後は、基礎教育は重視しつつも、「営業／マーケティング」「コミュニケーション」「IT/デジタル」分野の教育を強化したい企業が増加傾向

●「IT/デジタル」分野は現時点での実施率は 16.0％と低いものの、今後強化すると回答した企業は大きく 29.7 ポイント増加して 45.7％。これからの印刷ビジネスを支える人材に「IT/デジタル」は必要なスキルとして捉えている企業が多い

教育内容	現在（2020 年）	今後
ビジネスマナー	65.4%	48.1%
印刷業界の概論	49.4%	25.9%
印刷技術	44.4%	37.0%
コミュニケーション	43.2%	51.9%
DTP	33.3%	27.2%
営業/マーケティング	32.1%	53.1%
デザイン	30.9%	27.2%
後加工	19.8%	14.8%
IT／デジタル	16.0%	45.7%
その他	2.5%	4.9%

（MA）



Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q3.2020 年入社の新入社員への教育機会の提供方法と、今後強化したい提供方法（複数回答）

★O JT、社内研修は控え、オンライン研修や資格試験に新たに取り組む意向

●現在は「OJT」「自社の集合研修（社内講師）」など、教育を内製化している企業が多い

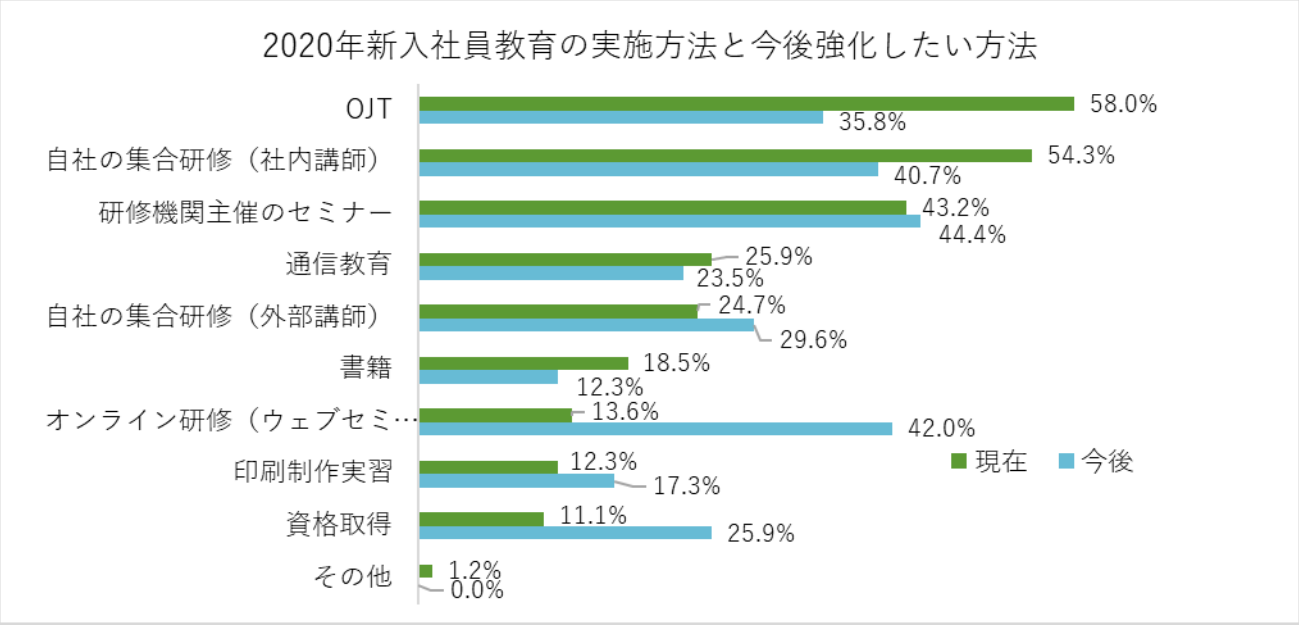
●今後は「OJT」（22.2 ポイント減）「自社の集合研修（社内講師）」（13.6 ポイント減）など、自社内だけで完結する教育には消極的

●新型コロナウイルスの影響もあり「オンライン研修」（28.4 ポイント増）の意欲は大幅に増加。受講環境やオンラインに適した教育カリキュラムの整備が急務となる

●「資格取得」（14.8 ポイント増）を検討している企業も増加。受験勉強を在宅で学習できる点や、合否判定で習熟度を測れるため、テレワーク下でも導入しやすい点がメリットと推察される

教育実施方法	現在（2020 年）	今後
OJT	58.0%	35.8%
自社の集合研修（社内講師）	54.3%	40.7%
研修機関主催のセミナー	43.2%	44.4%
通信教育	25.9%	23.5%
自社の集合研修（外部講師）	24.7%	29.6%
書籍	18.5%	12.3%
オンライン研修（ウェブセミナー等）	13.6%	42.0%
印刷制作実習	12.3%	17.3%
資格取得	11.1%	25.9%
その他	1.2%	0.0%

（MA）



Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q4 .2020 年入社の①新卒採用と②新入社員教育についてそれぞれの満足度

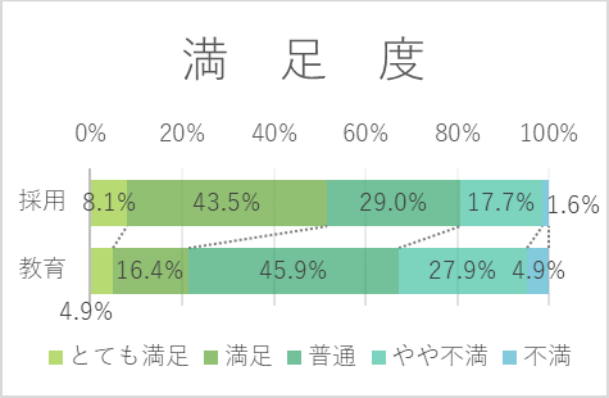
★回答企業の 51.6%が採用に満足。一方、教育に満足した企業は 21.3%に留まる

●2020 年までの新卒採用は売り手市場（学生優位）が続いていたが、印刷会社の 51.6%が満足している。採用人数や欲しい人材の確保は比較的できている

●新入社員の教育に関しては、満足している企業は 21.3%、不満と感じている企業は 32.8%と、採用と比べると教育研修計画が予定や目論見通り達成できていない企業が多い

（SA）

	採用	教育
とても満足	8.1%	4.9%
満足	43.5%	16.4%
普通	29.0%	45.9%
やや不満	17.7%	27.9%
不満	1.6%	4.9%



（回答者フリーコメント抜粋）

★満足

通信教育で新人向けの教育ができた／採用の予定人数が確保できた／コロナ禍の中でも新入社員の積極的な仕事ぶりを高く評価／新型コロナの関係で仕事が空き気味。その分新人教育に力を入れ、なぜそれをするのか「理由」と「考え方」を教え実践している。今年の新人はとても吸収力がよく、タフ。いつもと次元の違うことになっている。

★不満

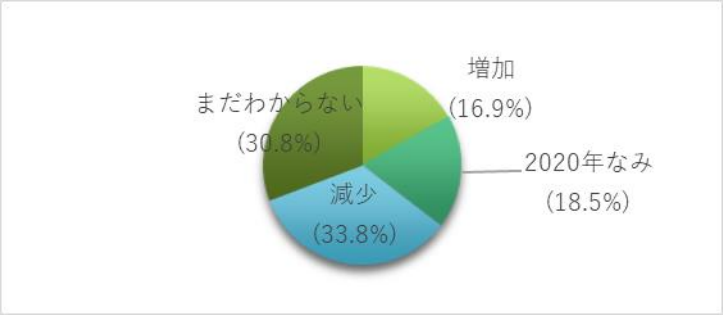
コロナの影響により、満足な研修できず／募集に対して応募が少ない為、人選できない。すぐやめてしまい教育できなかった／リモートにおける OJT の形式が確立していない／製造部門の採用人数が少ない／外部研修の中止／営業職の応募者が少なかった／今年に限り、新人を雇用調整で休ませている

Q5 .2020 年入社の新卒採用活動時と比べた 2021 年採用の学生応募数

●印刷会社は、33.8%が応募数が減少と回答。一方、増加、2020 年なみの回答も 35.4%とほぼ同数。コロナ禍で企業の採用数が絞られ買い手優位の採用市場が予測される。秋以降の採用にチャンスの可能性もある

（SA）

	構成比
増加	16.9%
2020 年なみ	18.5%
減少	33.8%
まだわからない	30.8%



Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q6.新卒採用活動で利用している媒体・機会（複数回答）

★自社の採用向け Web サイトの利用が 44.4%、就職ナビサイトからの誘導を意識

●マイナビ、リクナビなどの就職ナビサイトの利用率が 64.2%と最も高い
●学校求人（58.0%）の利用率も高く、学校との関係性の構築は重要視されている
●採用専用の Web サイトを開設している企業（44.4%）も多く、就職ナビサイトから誘導して自社の魅力をより深く伝えていることが推察される

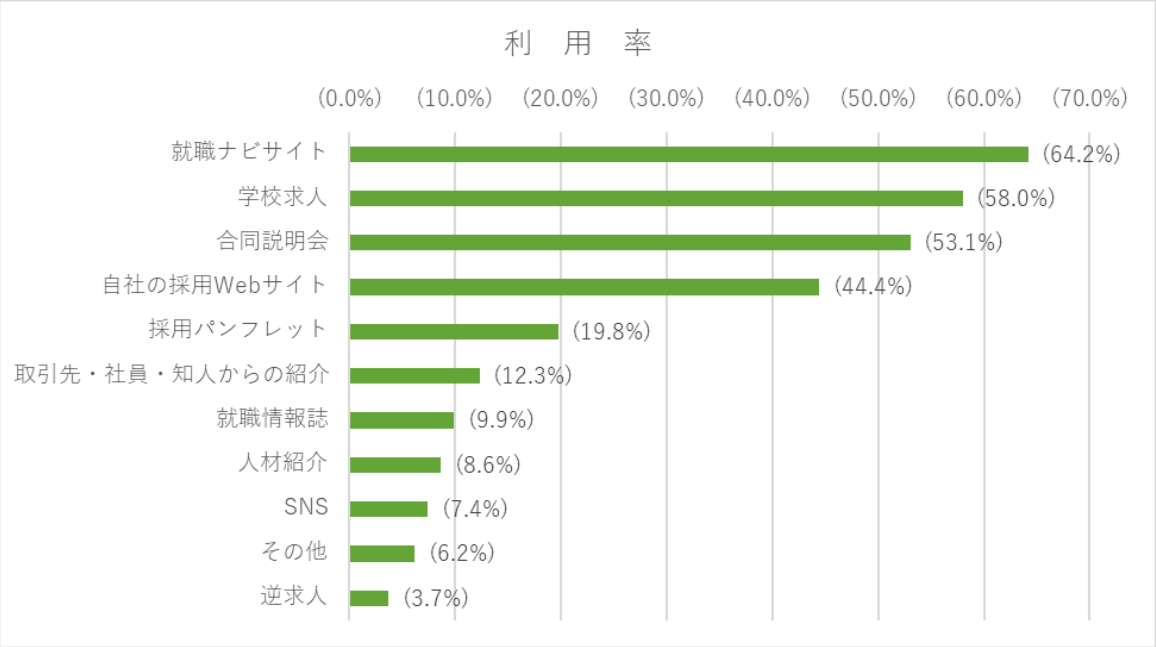
利用媒体・機会	利用率
就職ナビサイト	64.2%
学校求人	58.0%
合同説明会	53.1%
自社の採用 Web サイト	44.4%
採用パンフレット	19.8%
取引先・社員・知人からの紹介	12.3%
就職情報誌	9.9%
人材紹介	8.6%
SNS	7.4%
その他	6.2%
逆求人	3.7%

（MA）

★利用している就職ナビサイトのサービス

就職ナビサイト	構成比
マイナビ	45.1%
リクナビ	25.6%
キャリタス就活	7.3%
Jobway	3.7%
TSUNORU	2.4%
その他	15.9%

マイナビ、リクナビサイトが大半を占めるもの、その他として、地元の商工会議所のナビサイトを利用している企業も一定数ある



Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q7.自社の採用をＰＲする上で重視するコンテンツ（3つまで回答可）

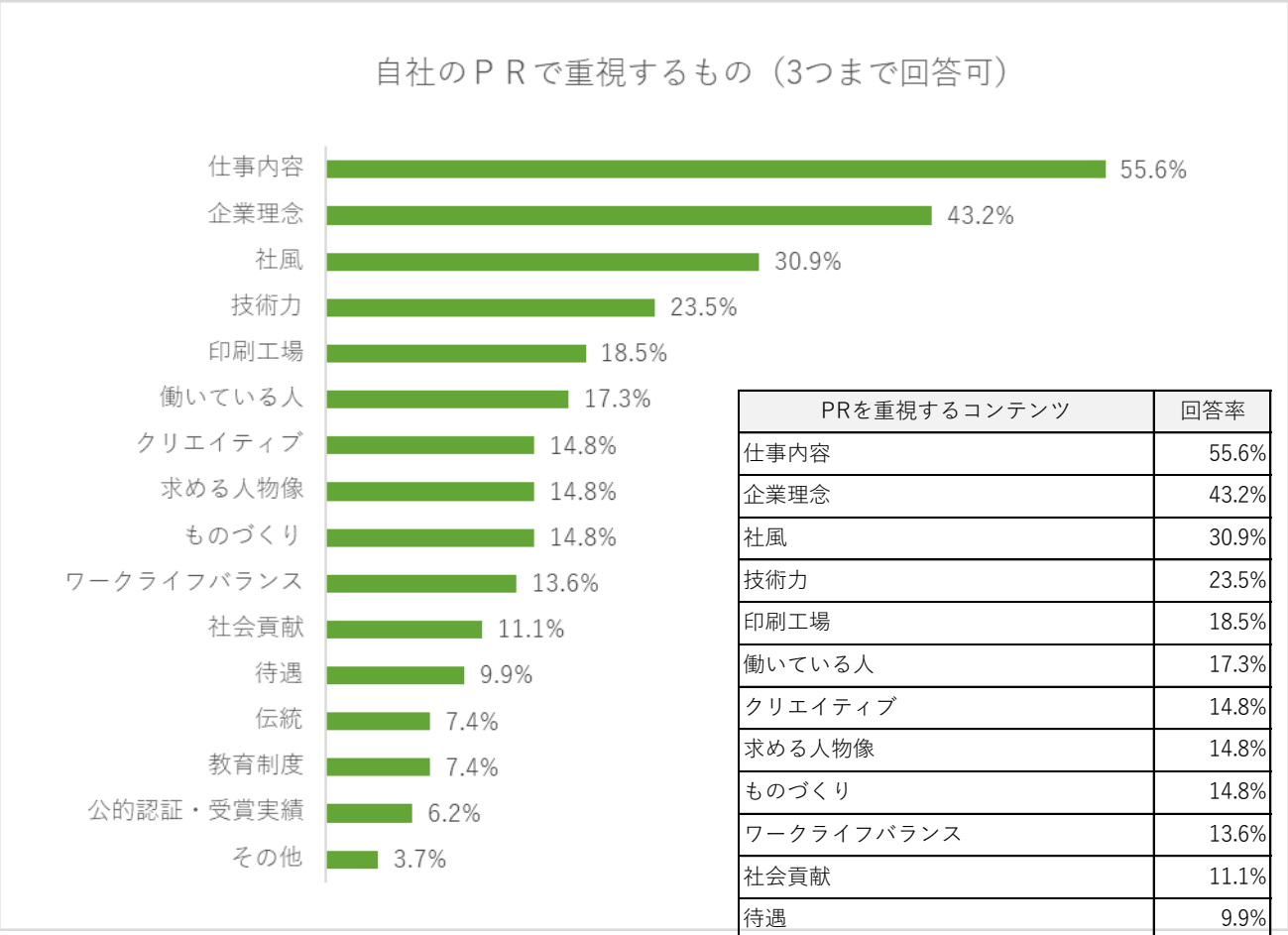
★企業理念や社風、仕事内容など価値観の PR を重視している企業が多い

●「仕事内容」「企業理念」「社風」の回答が上位を占め、企業の価値観を中心に学生へ訴求することが重視されている

●「技術力」「印刷工場」など、印刷会社の製造業としての強みや特徴を重視する企業も多い

●「ワークライフバランス」「待遇」など学生は関心があるものだが、大手企業と比べて優位性が保ちにくいコンテンツの重要度は低い

●回答企業の平均創業年数は 65 年と歴史がある印刷会社が多いが、「伝統」（7.4%）を PR ポイントとして重視する企業は少ない



PRを重視するコンテンツ	回答率
仕事内容	55.6%
企業理念	43.2%
社風	30.9%
技術力	23.5%
印刷工場	18.5%
働いている人	17.3%
クリエイティブ	14.8%
求める人物像	14.8%
ものづくり	14.8%
ワークライフバランス	13.6%
社会貢献	11.1%
待遇	9.9%
伝統	7.4%
教育制度	7.4%
公的認証・受賞実績	6.2%
その他	3.7%

Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q8. 重点を置く採用プロセスと、コロナ対策でオンライン化を検討・実施するプロセス（3つまで回答可）

★個人面接を重視している企業が 67.9%、今後は面接のオンライン化が課題となる

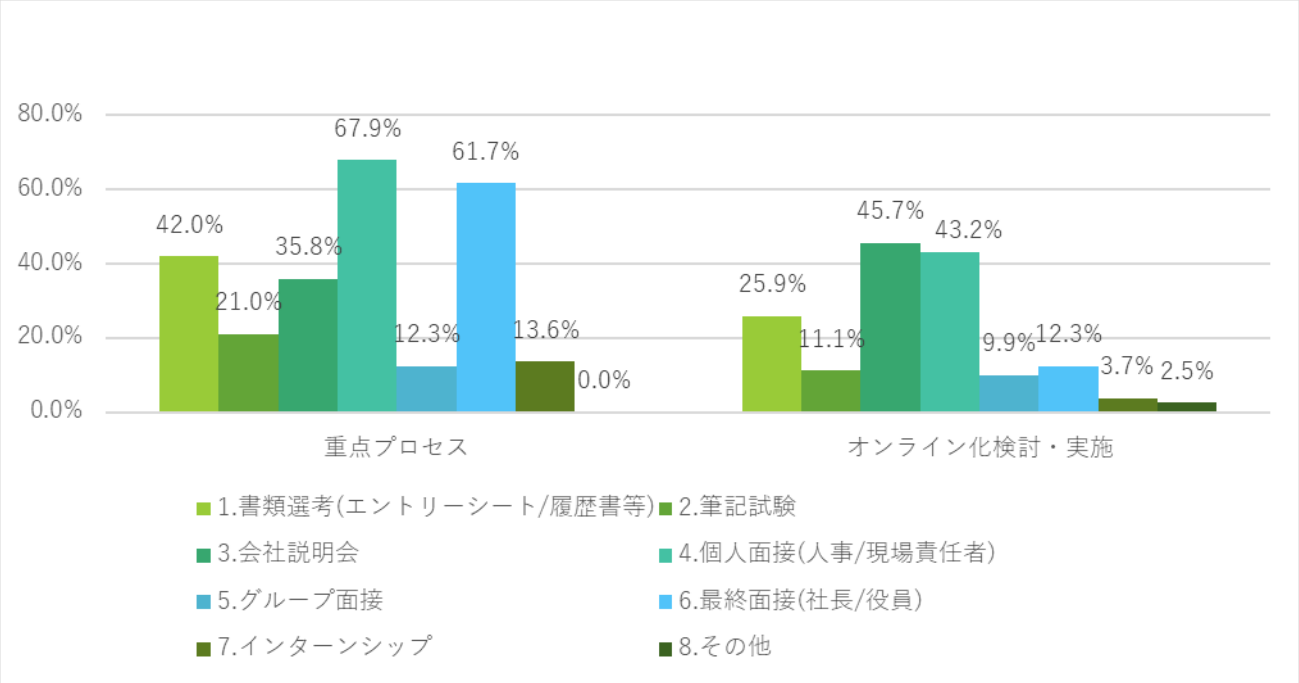
●採用プロセスで印刷会社が最も重視しているのが「個人面接(人事/現場責任者)」（67.9%）、次いで「最終面接(社長/役員)」である。オーナー経営が大半を占める印刷業において、社長、役員が最終的な決定を下すものの、現場責任者の意向も大きく反映していることが推察される

●書類選考は 42.0%と最初の選考ハードルとして比較的重視している。一方、筆記試験は 21.0%と低く筆記試験による足切りよりも、対面面接によるコミュニケーションの選考を重視している

●約半数の企業が「会社説明会」「個人面接（人事/現場責任者)」については、今後オンライン化を検討

●「最終面接(社長/役員)」は、対面による面接を行う企業が多い。ただし、12.3%の企業が最終面接もオンライン化を検討している

採用プロセス	重点プロセス	オンライン化検討・実施
1.書類選考(エントリーシート/履歴書等)	42.0%	25.9%
2.筆記試験	21.0%	11.1%
3.会社説明会	35.8%	45.7%
4.個人面接(人事/現場責任者)	67.9%	43.2%
5.グループ面接	12.3%	9.9%
6.最終面接(社長/役員)	61.7%	12.3%
7.インターンシップ	13.6%	3.7%
8.その他	0.0%	2.5%



Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q9.採用プロセスのオンライン化によるメリット（2 つまで回答可）

★採用のオンライン化により遠方の学生との接点の増加、但し母集団が増えるかは不安

●全体的に、採用プロセスのオンライン化をメリットと捉えている企業は少ないが、コロナ禍の状況において検討の必要性を感じている企業が多い

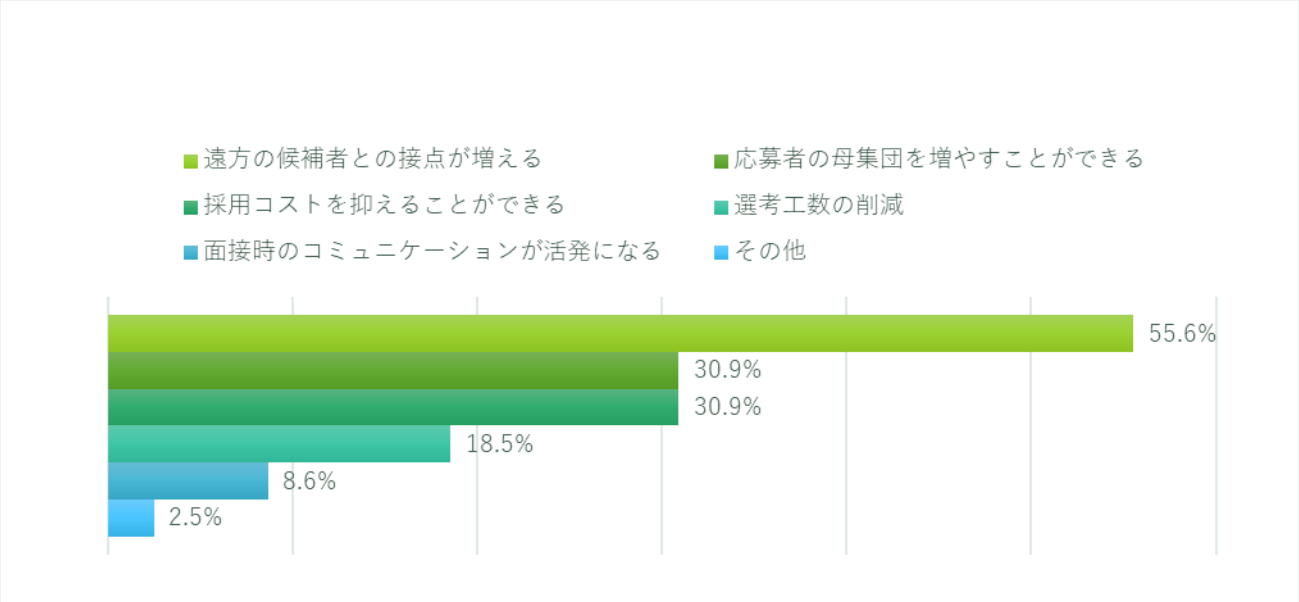
●オンラインにより距離の壁がなくなるため、全国の学生へ会社説明会や面接の機会を得ることができる。結果、55.6％の企業が「遠方の候補者との接点が増える」ことをメリットとして捉えている

●一方、「応募者の母集団を増やすことができる」と回答した企業は 30.9％に留まっている。上記の 55.6％の企業の内、応募者の母集団を増やすことにはつながらないと考えている企業は約 45％にのぼる

●約 3 割の企業がオンライン化により採用コストを抑えることができるとポジティブに捉えている

●after コロナの時代にも、採用プロセスのオンライン化志向の傾向は続くのか注視したい

メリット	回答率
遠方の候補者との接点が増える	55.6%
応募者の母集団を増やすことができる	30.9%
採用コストを抑えることができる	30.9%
選考工数の削減	18.5%
面接時のコミュニケーションが活発になる	8.6%
その他	2.5%



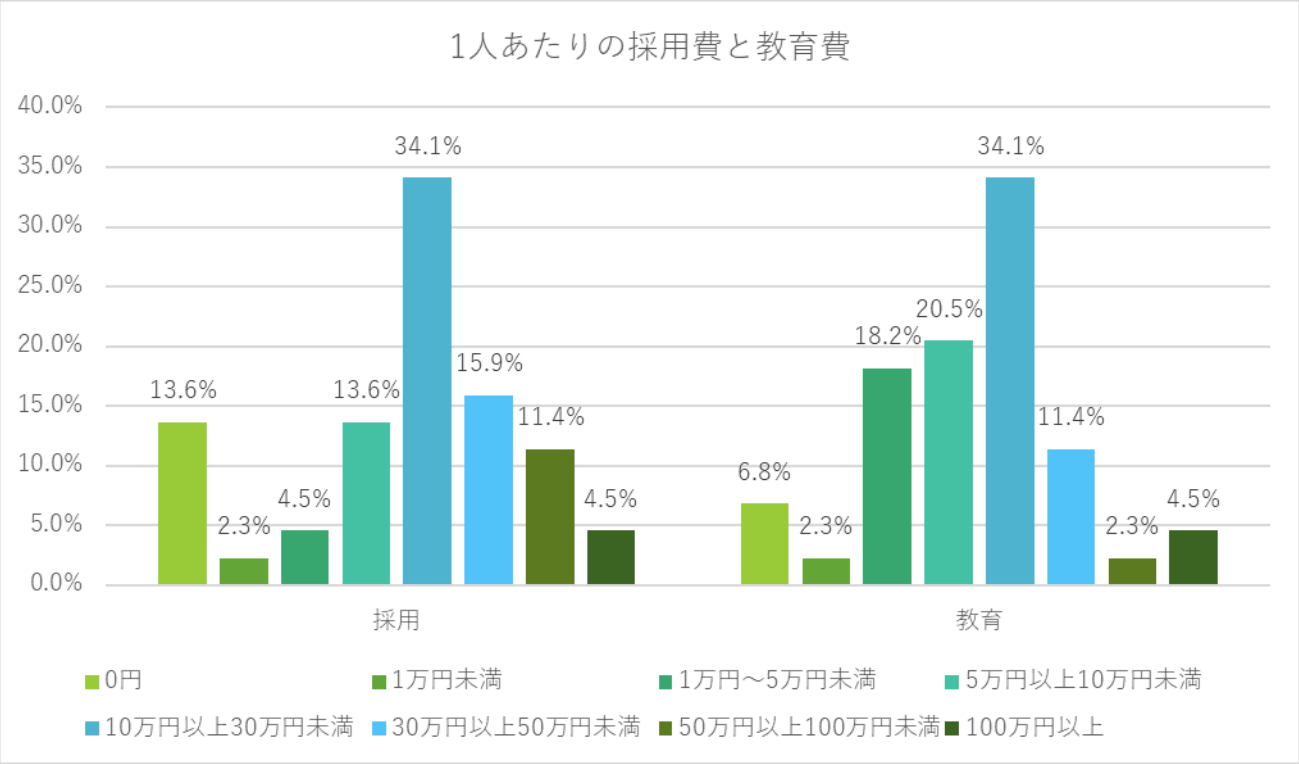
Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q10.新入社員 1 人当たり採用及び教育費用

★1 人あたりの平均採用費は 258,445 円、平均教育費は 188,187 円

●一人当たりの採用費の平均は 60～70 万円前後（就職白書 2019）であるため、約半分以下の採用投資額（26 万円）で運用。回答社の 51.6%が採用に満足しているため、費用対効果の高い採用ができている
●就職ナビサイトの利用（64.2%）が多く、採用費に占める広告宣伝費の比重が高いと推察される
●コロナ禍の影響で、当初計画していた教育を実行できず、回答企業の 32.8%が新卒教育に不満と感じているものの、一人当たりの教育費として平均 188,187 円を投資し人材育成への意識は高い

1 人当たりの金額	採用	教育
0 円	13.6%	6.8%
1 万円未満	2.3%	2.3%
1 万円～5 万円未満	4.5%	18.2%
5 万円以上 10 万円未満	13.6%	20.5%
10 万円以上 30 万円未満	34.1%	34.1%
30 万円以上 50 万円未満	15.9%	11.4%
50 万円以上 100 万円未満	11.4%	2.3%
100 万円以上	4.5%	4.5%



Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q11. コロナ禍における新卒採用・教育に対する印刷会社の意見（フリー記述）※一部抜粋

■商業　126 名
工場で勤務する社員の確保・令和 2 年 4 月に中途採用を含め 8 人の社員が入社したため、令和 3 年 4 月入社の採用は、抑える方針。

■商業　34 名
会社説明会時のコロナ対策（マスク、サーマルカメラ、消毒等)の用意が必要だった。「リアルの説明会の方が社風や熱意が伝わりやすい」と、学生からも感想をいただきました。

■商業　100 名
4 月採用者については、一部休業の時期などもあり、OJT の遅れや、精神面のフォローに留意した。次年度採用については現在一時保留としている。

■商業　140 名
新卒採用:・会社説明会及び選考の一時中断・再スタート後もコロナ対策をしているため、例年になくとまどった。教育:・外部セミナーの中止等により社内で全て行った。

■商業　450 名
コロナ禍により急速にオンライン化を進めざるを得ない状況となったが、導入にあたっては様々な困難はあるが、当社の目指していた現場主導の面接へのシフトに大きな成果を期待できそうに感じている。

■商業　169 名
5~6 月には Web 説明会により学生にアプローチ、6~7 月には工場見学、面接と 1、2 カ月遅れている状況。工場見学をしたくてもできないという学生のために、工場案内の VR 動画を作成し、活用している。

■商業　120 名
採用：面接以外に筆記+実技で 8 種の試験をしている。散々考えたが採用のオンライン化は諦めた。書類選考で絞って少人数の説明会、従来 4 回来社のところ、同内容を 2 回に圧縮した。会う回数が少ないと、自分の中で内々定の確信が醸成しづらい。教育：InDesign 初歩など、マニュアルに沿った研修はオンラインで問題なかった。研修の応用編になると細かい質問に応えるのに時間がかかり、無理と悟った。逆に、Zoom 面談はとてもよかった。1 時間半やっても疲れず（通常は表情や態度にも注意するせいか 30 分×2 人で疲れる）、ホワイトボード画面に「そのときの感情を書いて」などお互い目で確認でき、共有化もしやすく、確実に意思が伝わるように思う。

Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology

■出版　82 名
採用:コロナ対策として会場の消毒や少人数での開催　教育:Zoom によって自宅待機中の新人の管理やオンライン研修の実施課題：特に採用はオンライン化を進めることや合説以外の方法での母集団形成

■出版　2002 名
面接、説明会および研修の Web 化・在宅研修時の端末手配及び通信費が課題

■事務　28 名
コロナでは、通信教育を利用はしたが、オンラインではなく面着での新卒教育の方が、新人からの研修報告が多かったです。

■その他　3463 名
（講じた施策）Web 会社説明会、Web 面接の実施、入社式、新入社員研修の分散開催（今後）オンライン研修の検討

■その他　80 名
SNS を通じた広報活動自体は取り組んでいるが、まだまだ結果が出ていないのと、採用活動への活用ができていないので、今後注力していく。教育に関してはフォローアップが重要だと感じている。

以上

本調査にご協力いただきました皆さまには心より感謝申し上げます。詳細レポートにつきましては、JAGATinfo10 月号に掲載する予定です。調査にご協力いただいた皆さまには、10 月中旬ごろ、1 冊献本させていただきます。

JAGAT
Copyright 2020 Japan Association of Graphic Arts Technology