印刷会社の新卒採用と新入社員教育実態調査 2021<速報版>

JAGAT では、昨年に続き、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、88 社の企業に協力をいただいた。今回は、速報版として調査アンケートの統計結果を報告する。

【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 2021
調査期間：2021 年 7 月 13 日～8 月 18 日
調査対象：全国の印刷会社
回答社数：88 社
調査方法：FAX、Web

【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 165.4 名（中央値は 99 名）
・創業年数の平均は 63.8 年

●業種・業態

主力製品	回答社数	構成比
商業	47	53.5%
出版	9	10.2%
包装	9	10.2%
事務	6	6.8%
その他	17	19.3%

●従業員数

従業員数	回答社数	構成比
20 人以下	5	5.7%
20 人～49 人	18	20.5%
50 人～99 人	21	23.9%
100 人～299 人	32	36.4%
300 人～499 人	9	10.2%
500 人～999 人	1	1.1%
1000 人以上	2	2.3%

■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・加治
Tel：03-3384-3112　E-mail：seminar@jagat.or.jp

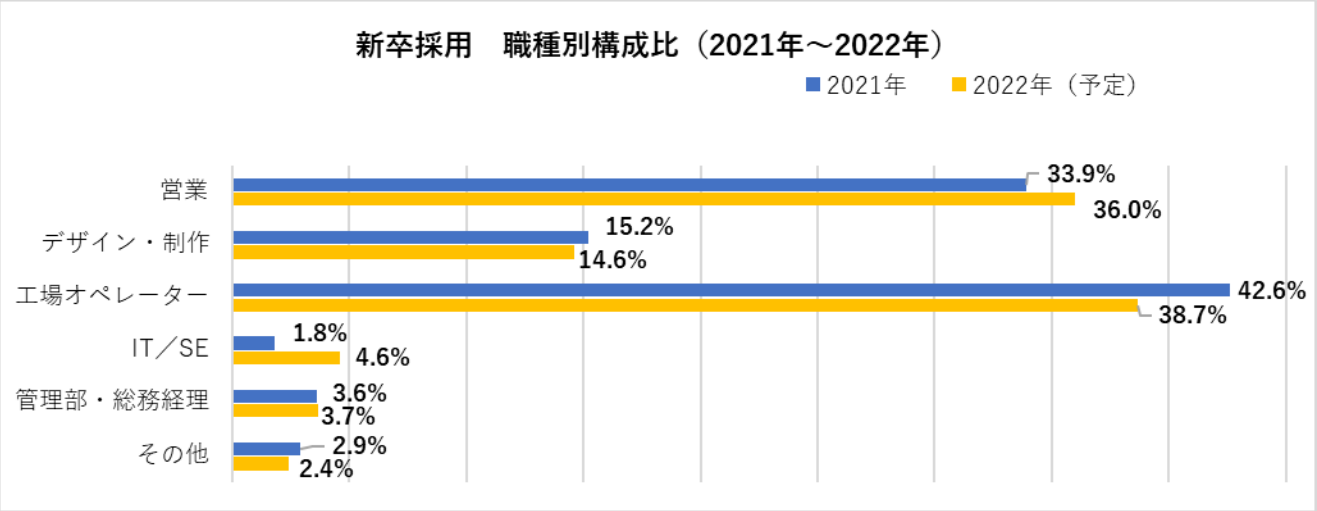
Q１．新卒社員採用について、2021 年 4 月の入社人数と 2022 年の採用予定人数

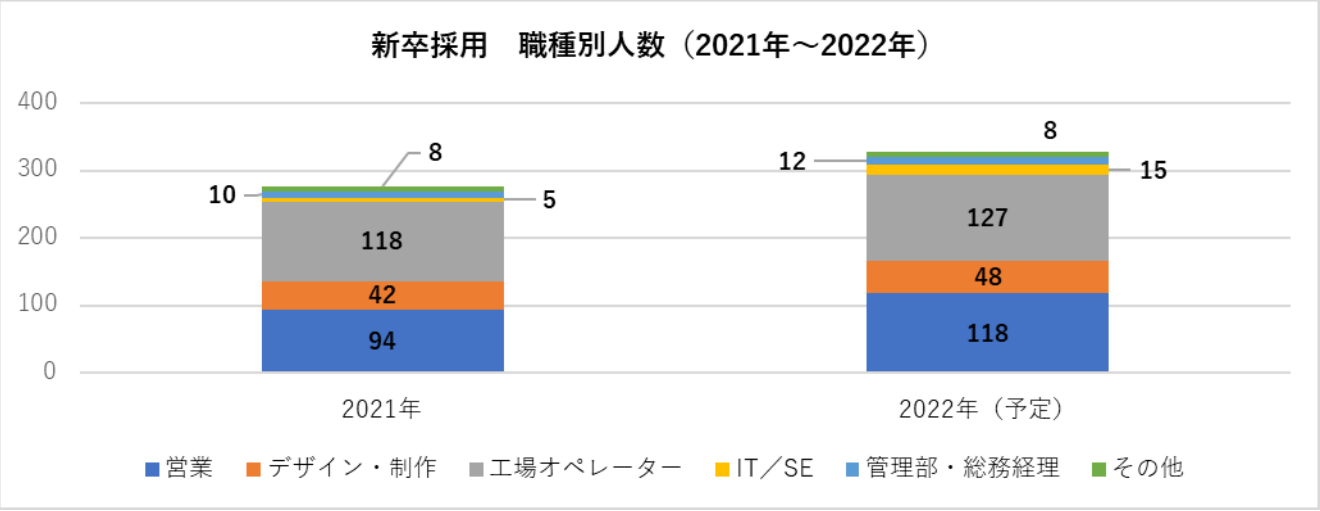
★2022 年 4 月の採用予定人数は対前年 118.4%と採用意欲は回復の兆し

●営業は 36.0%（前年比 2.1 ポイント増）と、営業力強化を重視する企業は増加傾向にある。

●工場オペレーター（前年比 3.9 ポイント減）の採用は抑制する傾向にある。

採用職種	2021 年		2022 年（予定）	
	人数	構成比	人数	構成比
営業	94	33.9%	118	36.0%
デザイン・制作	42	15.2%	48	14.6%
工場オペレーター	118	42.6%	127	38.7%
IT／SE	5	1.8%	15	4.6%
管理部・総務経理	10	3.6%	12	3.7%
その他	8	2.9%	8	2.4%
合計	277	100.0%	328	100.0%



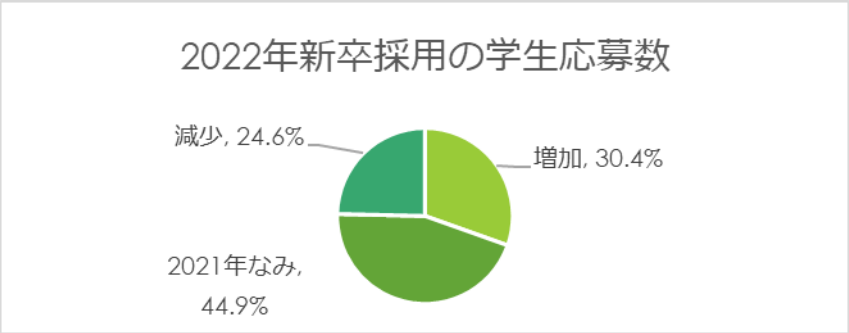


Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q2. 2021 年 4 月入社の新卒採用活動時と比べた 2022 年採用の学生からの応募状況

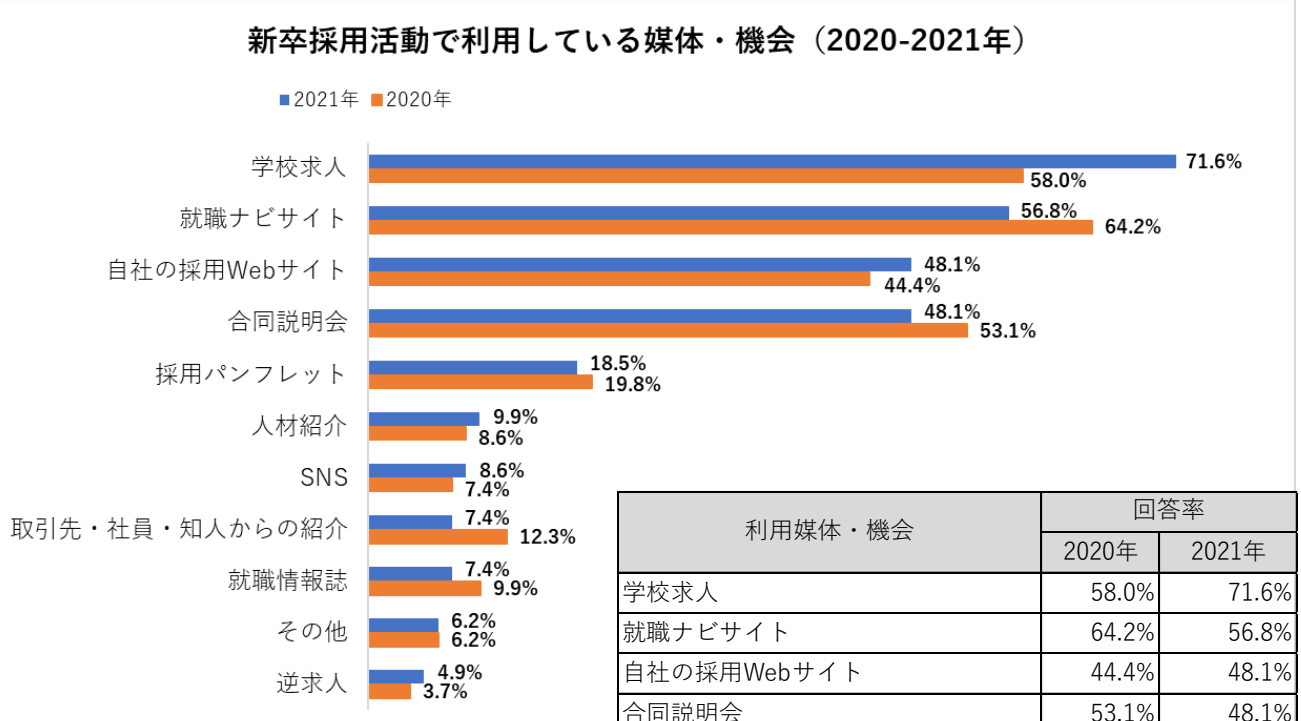
★増加が減少を 5.8 ポイント上回り、印刷業を志望し応募する学生が若干増えている

応募数	構成比
増加	30.4%
2020 年なみ	44.9%
減少	24.6%



Q3.新卒採用活動で利用している媒体・機会

★自社採用 Web サイトの利用率は年々増加、学校求人も根強く利用率は 7 割を超える



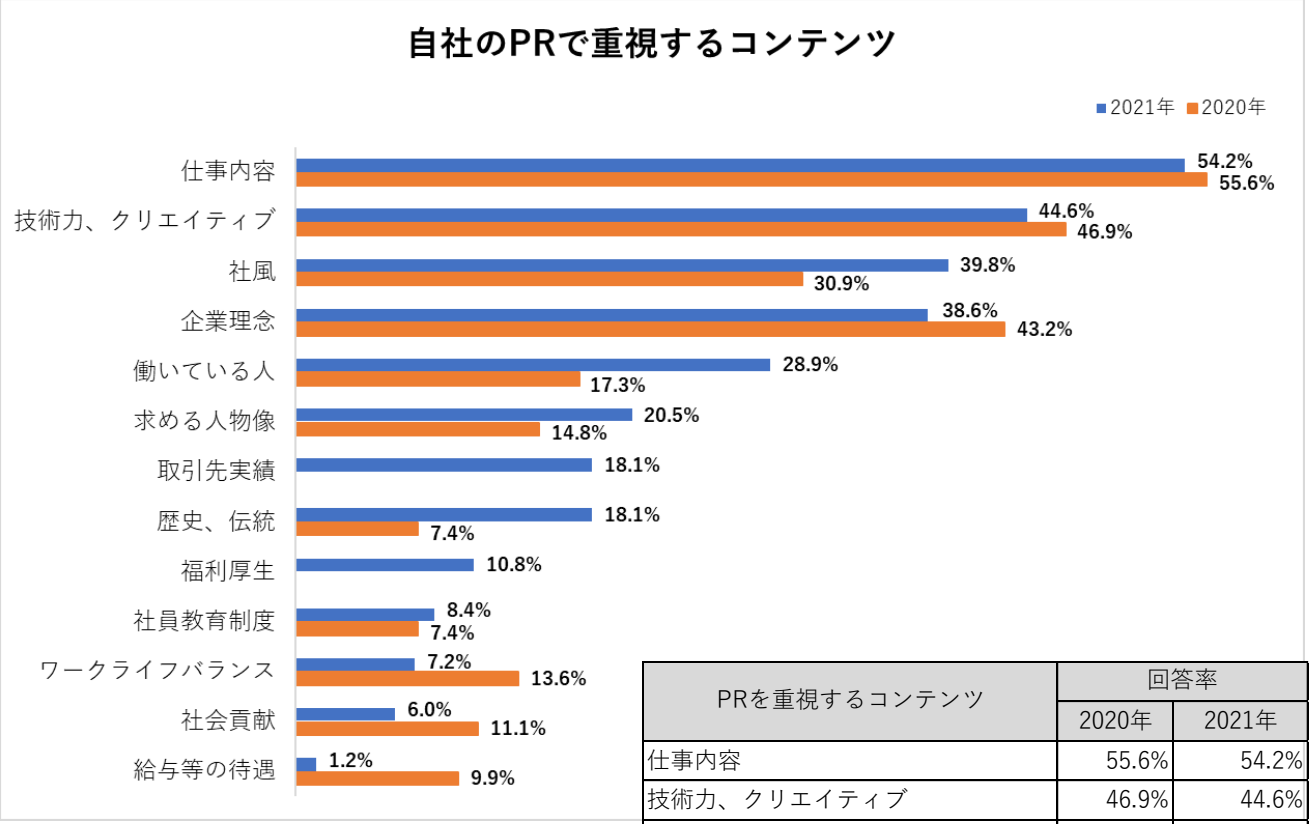
利用媒体・機会	回答率	
	2020年	2021年
学校求人	58.0%	71.6%
就職ナビサイト	64.2%	56.8%
自社の採用Webサイト	44.4%	48.1%
合同説明会	53.1%	48.1%
採用パンフレット	19.8%	18.5%
人材紹介	8.6%	9.9%
SNS	7.4%	8.6%
取引先・社員・知人からの紹介	12.3%	7.4%
就職情報誌	9.9%	7.4%
その他	6.2%	6.2%
逆求人	3.7%	4.9%

Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q4.自社 PR の上で重視するコンテンツ

★働いている人、求めている人物像の回答が増加。「人」「個」が PR のポイントに！

- 「仕事内容」「社風」は会社内容を学生へダイレクトに伝えやすく重視している企業が多い
- 「技術力、クリエィティブ」は自社の強みや印刷会社の個性を伝えやすく 45％の企業が重視している
- 「歴史・伝統」は 10.7 ポイント上昇。コロナ禍で経済不安を抱く学生に対して、長年経営を続けてきた印刷会社の安定性を強みとして訴求していとした意見もあった
- 「福利厚生」「給与」など待遇面での PR は他社との優位性に欠く企業が多く、前年と比べても全体的に大きく下げている。



PRを重視するコンテンツ	回答率	
	2020年	2021年
仕事内容	55.6%	54.2%
技術力、クリエイティブ	46.9%	44.6%
社風	30.9%	39.8%
企業理念	43.2%	38.6%
働いている人	17.3%	28.9%
求める人物像	14.8%	20.5%
取引先実績		18.1%
歴史、伝統	7.4%	18.1%
福利厚生		10.8%
社員教育制度	7.4%	8.4%
ワークライフバランス	13.6%	7.2%
社会貢献	11.1%	6.0%
給与等の待遇	9.9%	1.2%

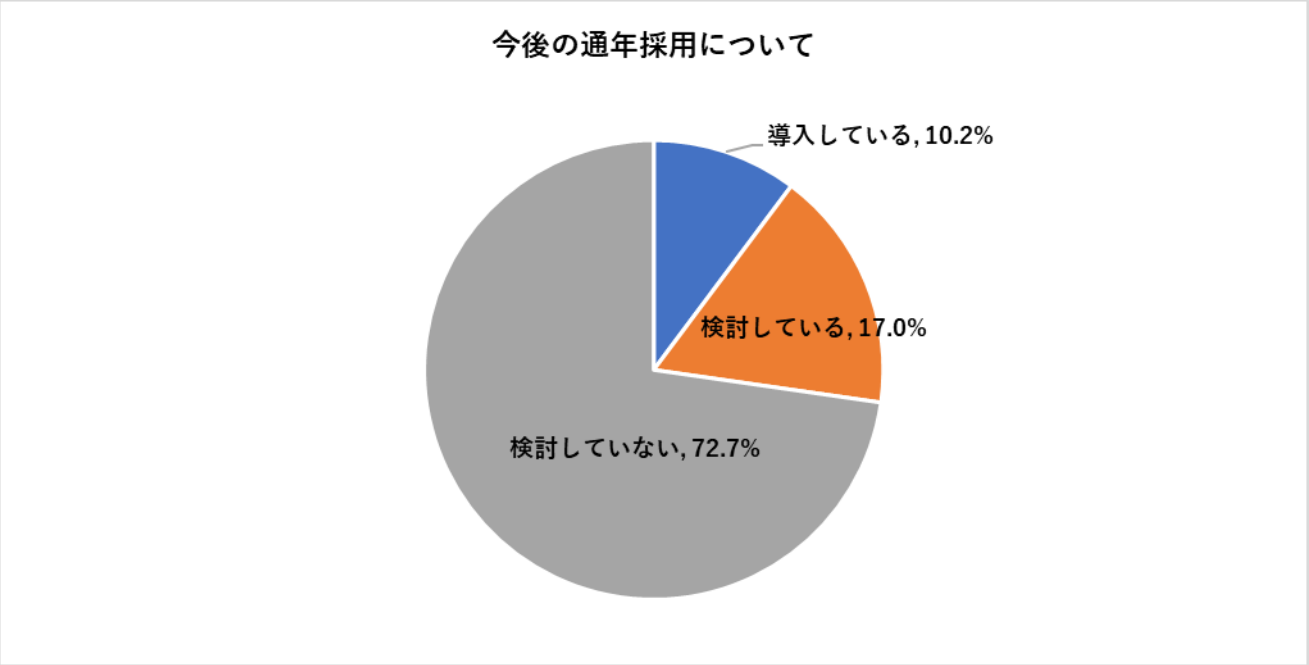
Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

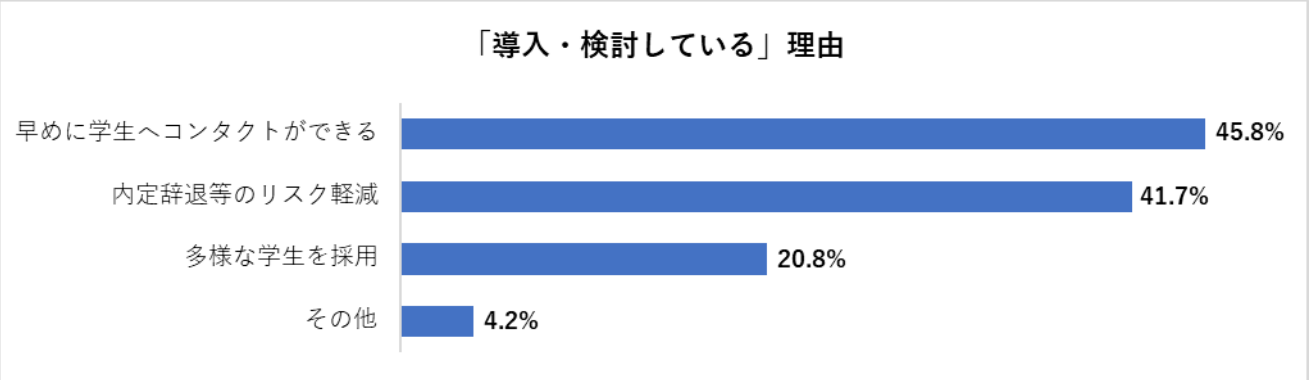
Q5.新卒採用における今後の「通年採用」導入に対するスタンス

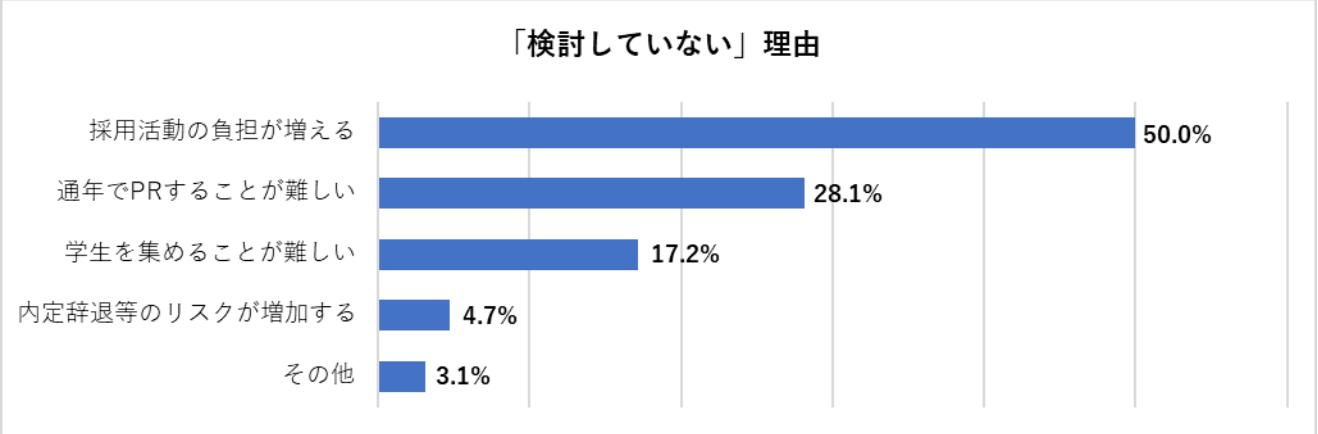
●既に 10%の印刷会社が導入、検討も含めると約 3 割が前向きにとらえている。

●早めのコンタクトによる学生との関係性構築、付随する内定辞退のリスク軽減が導入理由の半数近くを占める

●一方、通年採用は日々採用にコミットする必要があり中小印刷会社には負担が大きいのがネック





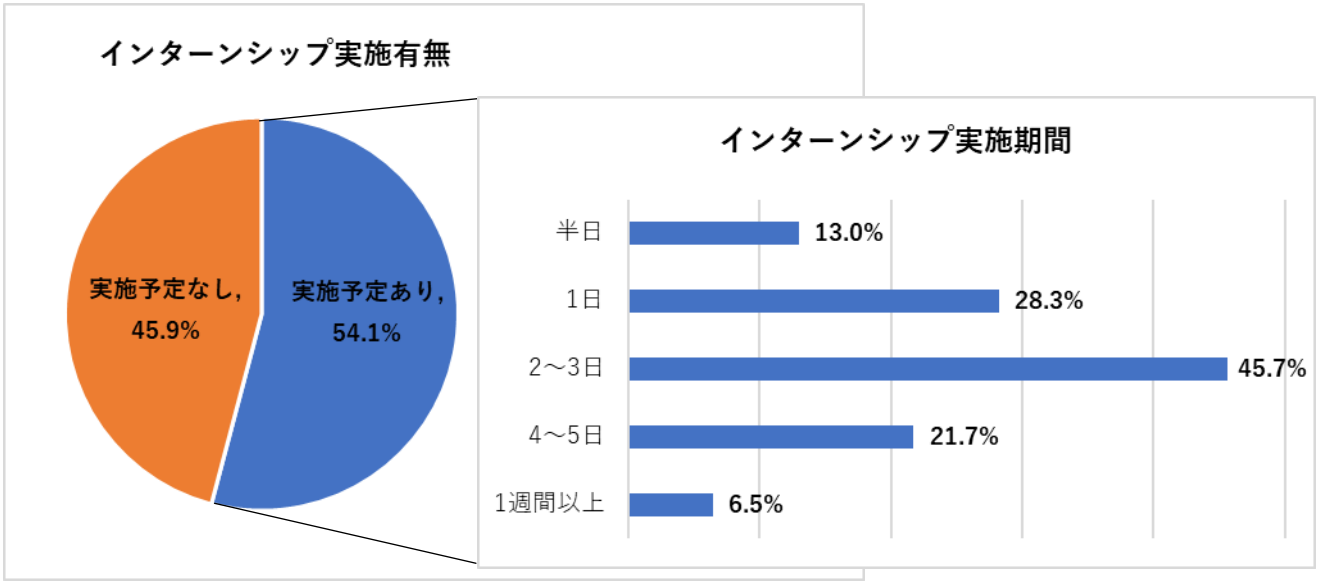


Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q6. インターンシップの実施（予定）期間について

★54.1%の印刷企業がインターンシップを実施している

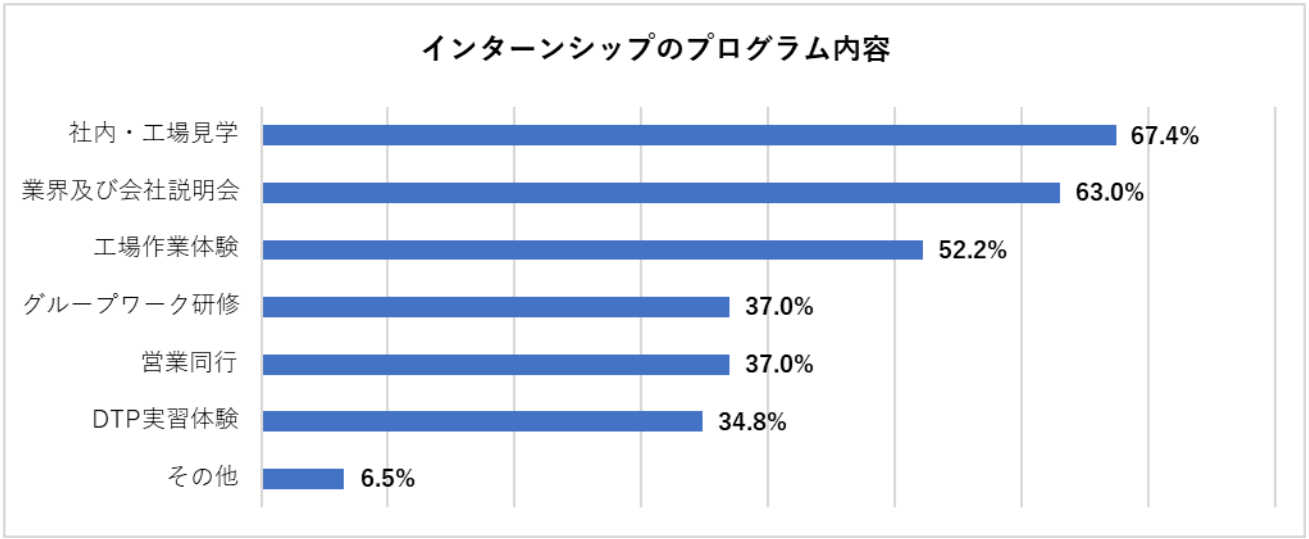
●1 回当たりのインターンシップ実施期間は、2～3 日で行うケースが半数近くを占めている
●長い期間の開催は企業負担も多く、 1 週間以上の開催は 6.5%と少ない



Q7.インターンシップのプログラム内容について

★工場見学や体験を中心としたプログラムが多い

●社内・工場見学、会社説明会は企画がしやすく、過半数の会社が行っている
●体験企画は、印刷工場での作業への取り組みは多いが、印刷営業や制作に関係するものは少ない



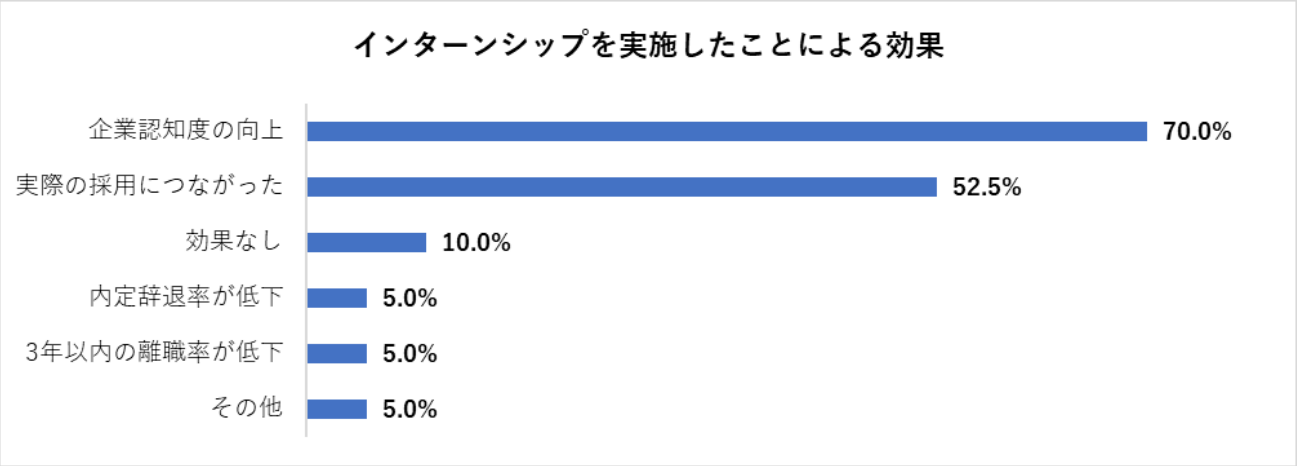
Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q8. インターンシップを実施したことによる効果

★インターンシップは実際の採用につながる有効な手段としてとらえられている

●仕事を体験した学生からの口コミによる企業認知度向上の効果が大きい

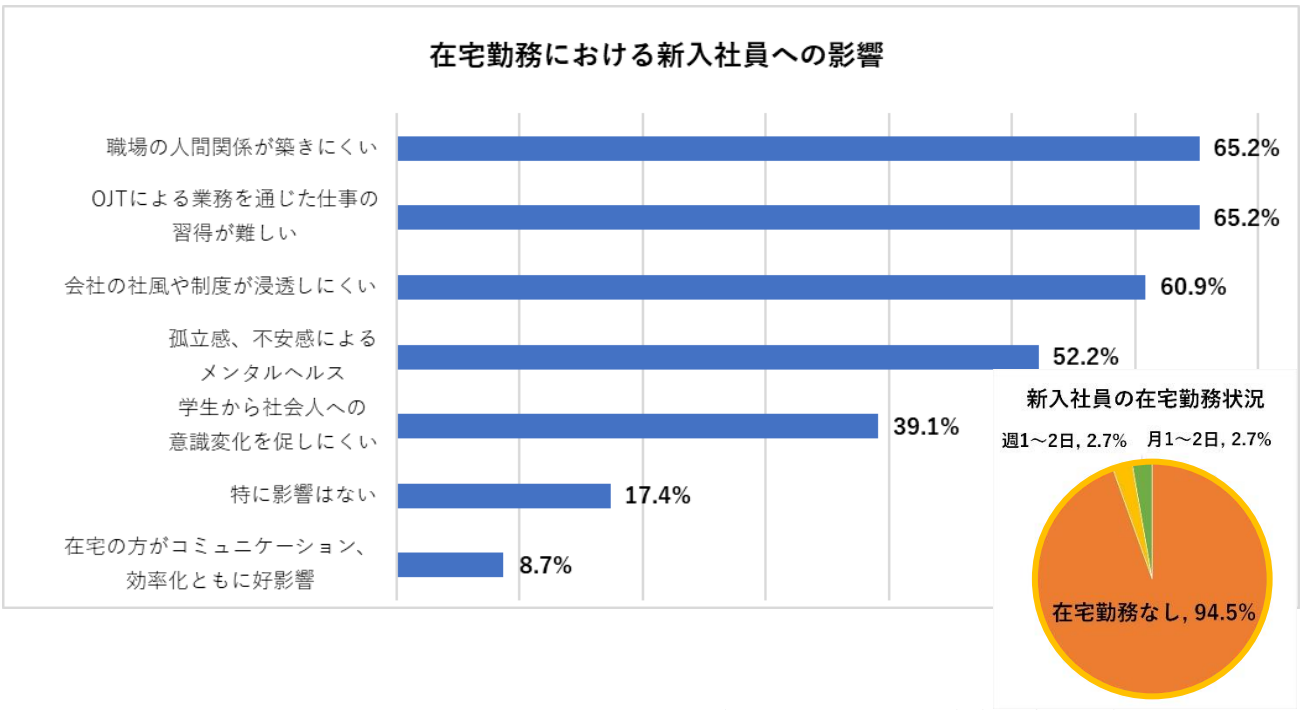
●学生との関係構築や魅力を伝えきるのは難しく、内定辞退率、早期離職の防止にはつながりにくい



Q9. 2021 年 4～6 月の新入社員の在宅勤務状況と理由

★新人の在宅勤務の懸念点は、関係性構築や仕事のコミュニケーション難

●新入社員へ在宅勤務をさせていない印刷企業は 94.5％と大多数だった。また、月 1～2 回又は週 1～2 回のみ在宅勤務させている企業も 5.5％に留まる。



Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q10. 2021 年入社の新入社員へ実施した教育と今後強化したいもの

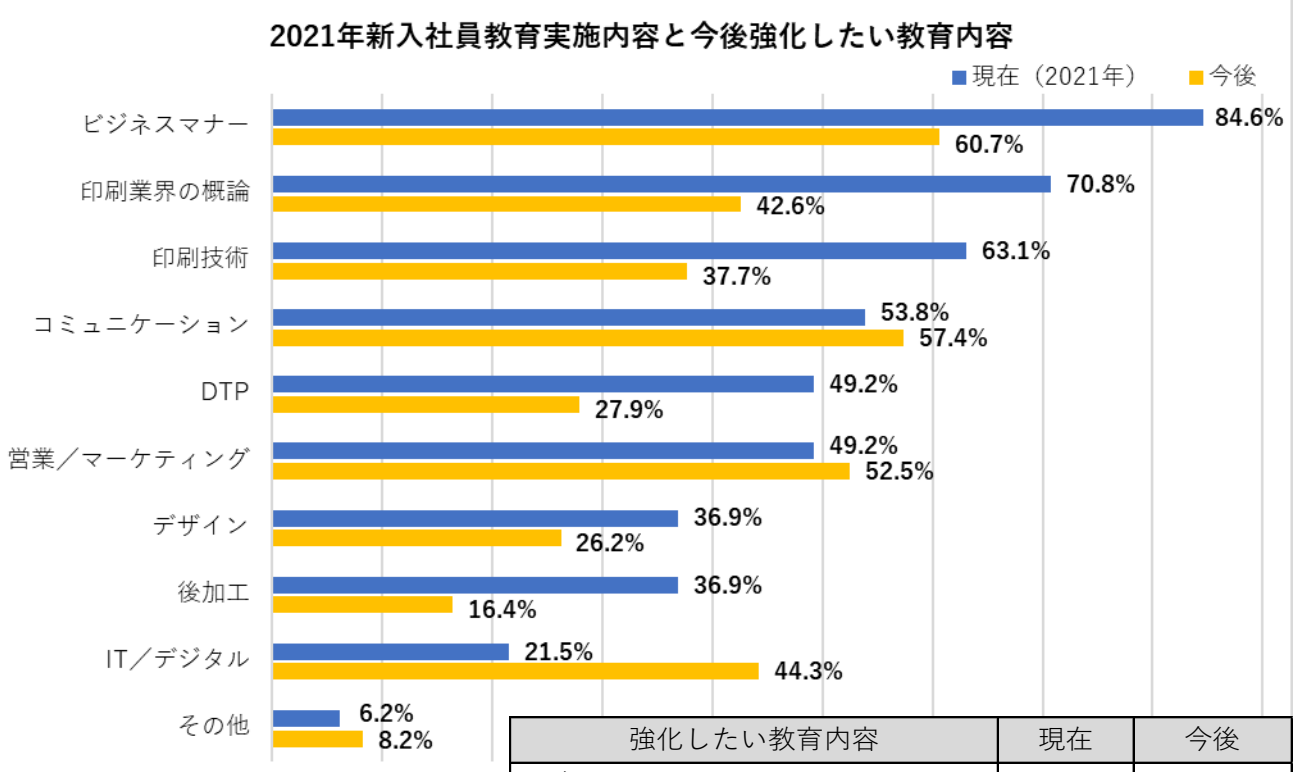
★営業、マーケティング、IT デジタル分野の教育強化と早期戦力化を図る傾向

●「ビジネスマナー」「印刷業界」「技術基礎」「コミュニケーション」をテーマにした基礎教育は過半数の企業が既に実施している。

●「DTP」「営業／マーケティング」「デザイン」「後加工」など、応用、専門教育についても 4～5 割の企業が 4～6 月の間に既に実施している。前年の調査に比べて教育を先行し早期戦力化を図る傾向にある。

●今後も基礎教育を重視しつつも、「コミュニケーション」「営業／マーケティング」の教育を更に強化していく企業が増えている。人材の営業・企画提案力強化が企業の成長力を高めるエンジンととらえている。

●前年の調査同様、「IT／デジタル」は 21.5％と現時点での実施率は低いものの、44.3％の企業（22.8 ポイント増加）が重要な教育テーマとしてとらえている。



強化したい教育内容	現在	今後
ビジネスマナー	84.6%	60.7%
印刷業界の概論	70.8%	42.6%
印刷技術	63.1%	37.7%
コミュニケーション	53.8%	57.4%
DTP	49.2%	27.9%
営業／マーケティング	49.2%	52.5%
デザイン	36.9%	26.2%
後加工	36.9%	16.4%
IT／デジタル	21.5%	44.3%
その他	6.2%	8.2%

Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

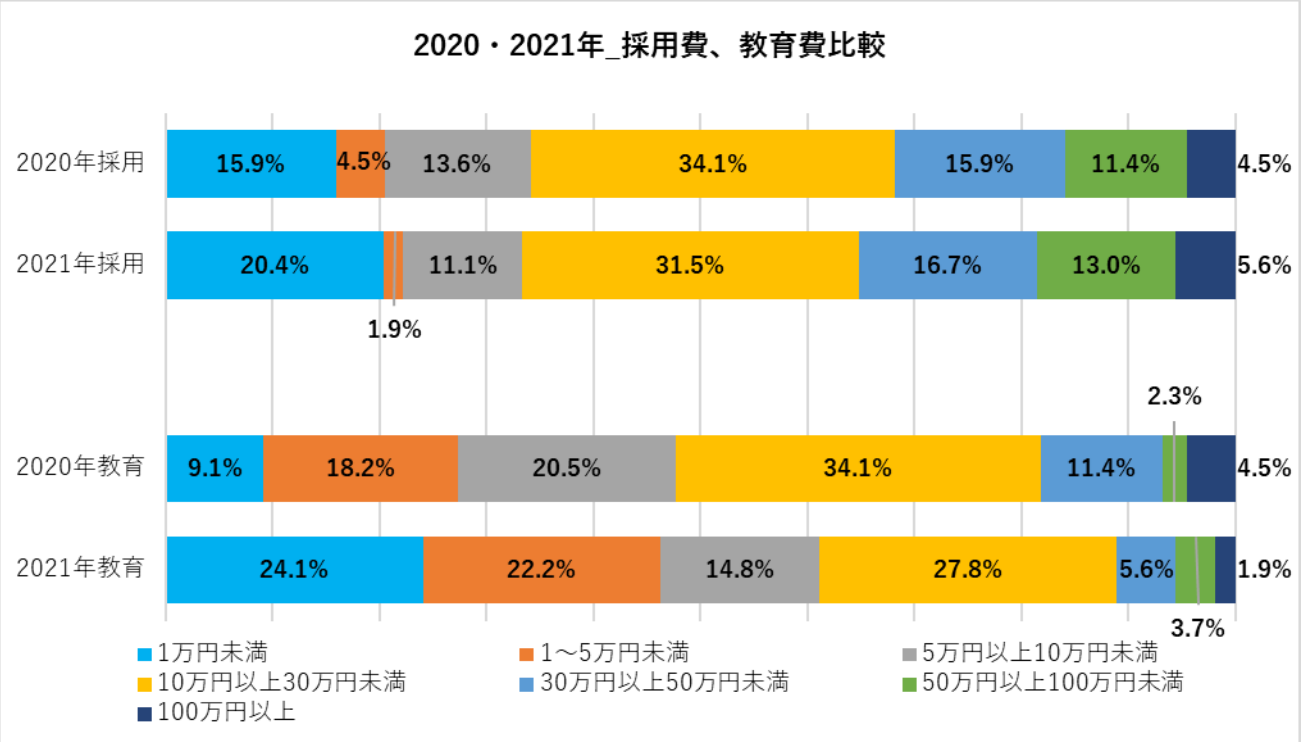
Q11. 2021 年入社の新卒採用費実績と教育年間予定額

★1 人あたりの平均採用費は 299,812 円、平均教育費は 133,267 円

●採用費は前年（258,445 円）と比べて増加、一方、教育費は前年（188,187 円）と比べて減少傾向

●採用費 30 万円以上が 35.3％と前年比 6.5 ポイント上昇。一方で、1 万円以下も 20.4％と前年比 4.5 ポイント上昇し採用への投資スタンスが大きく分かれている。

1 人当たりの金額	採用費		教育費	
	2020 年	2021 年	2020 年	2021 年
1 万円未満	15.9%	20.4%	9.1%	24.1%
1～5 万円未満	4.5%	1.9%	18.2%	22.2%
5 万円以上 10 万円未満	13.6%	11.1%	20.5%	14.8%
10 万円以上 30 万円未満	34.1%	31.5%	34.1%	27.8%
30 万円以上 50 万円未満	15.9%	16.7%	11.4%	5.6%
50 万円以上 100 万円未満	11.4%	13.0%	2.3%	3.7%
100 万円以上	4.5%	5.6%	4.5%	1.9%



Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q12. 2021 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

★39.4%が採用に満足。一方、教育は 23.0%に留まる

【採用】

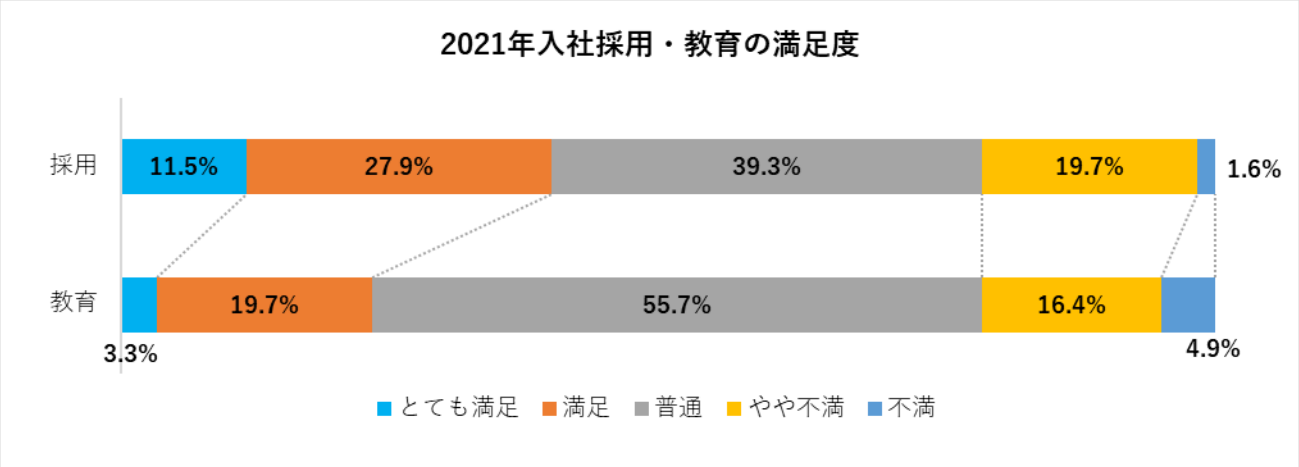
●とても満足、満足併せて 39.4%、とても不満、不満併せて 21%と一定水準の人材を採用できている傾向

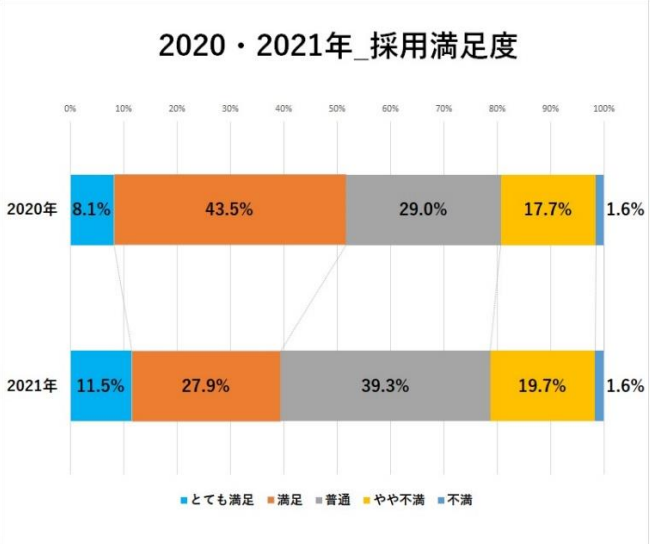
●ただし、前年の 2020 年 4 月入社採用と比べると 12.2 ポイント下げており満足度は低下している。

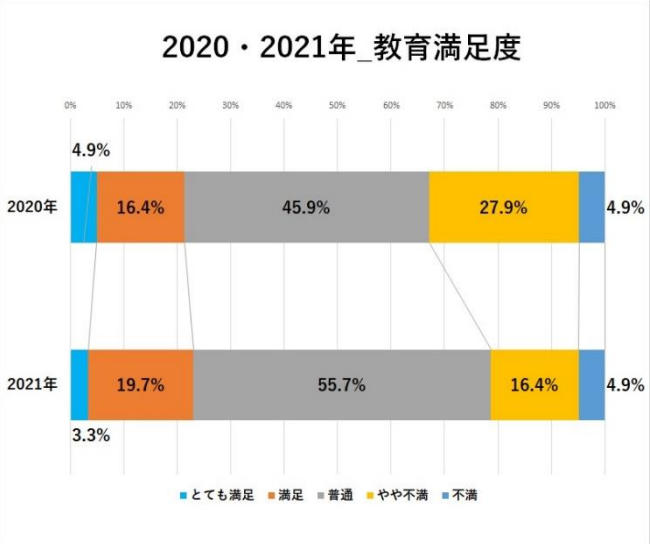
【教育】

●新人教育の満足度は 23%で採用と比べると低い傾向

●前年と比べると不満は 11.5 ポイント改善している。コロナ禍での教育体制は十分な域には達していないものの、ある一定レベルの水準で機会を提供できている。







Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

Q13. 新卒採用・教育に対する今後の課題や意見（フリー記述）※一部抜粋

■商業　31 名
コロナ禍で、当初の計画どおりの活動ができず、試行錯誤を重ねながら行った。
Web 面接を取り入れ、慣れると効率よくできることがわかったので、今年も続けて行っている。

■商業　35 名
採用に関しては、辞退があるかと思ったが、結果的に今までで 1 番多い採用数となった。課題は、採用業務に携わる人材不足。

■商業　40 名
デザイン・制作部入社の 1 名が退社。
技術習得に対する意欲と我慢強さが全く感じられませんでした。

■商業　110 名
採用については、男性新入社員をより多く獲得したかった。
コロナの影響により研修が進まず、モチベーションの維持が保てたか不安が残る。

■商業　120 名
校正だけでも早くできるようにしたいが、なかなか実践にたどりつけない。時間がかかる。
新しい概念を自分の中に構築できる人物が望ましいと思っていたところ、今年は、今のところ全員期待以上である。入社してからでは他にも習得するスキルが多く、こなしきれなくなるため、入社前にブラインドタッチと漢検準 2 級レベルの漢字能力をつけさせた。

■出版　185 名
応募者が女性に偏りがちなこと。

■包装　160 名
コロナ禍で集合研修を自粛。Web 研修を検討中。

■事務　100 名
応募者が無く採用予定人員未達。

■その他　83 名
時期もあるが、既存社員と比較してポテンシャルがある人材を採用できた事は良かった。
教育に関しては新たな分野の教育、特にデジタル関係の教育が遅れている。

■その他　450 名
工場勤務（製造職希望)の応募者が少ない。

以上

Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology

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、JAGATinfo11 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、11 月中旬ごろ、1 冊献本させていただきます。

Copyright 2021 Japan Association of Graphic Arts Technology