

2023年度 印刷産業経営力調査票



【業績・戦略・設備・需要】

調査対象となる決算期間

昨年 2023 年1月1日から 2023 年 12 月 31 日までの間に
決算を迎えた決算期の経営実績をご記入ください。

調査票のご返送

同封の返信用封筒にて **2024 年 4 月 10 日 (水)** までに
投函下さるようお願い申し上げます。

決算が確定しない場合等、返送が遅れる際は、
下記問合せ先までご一報ください。

(お問合せ)

〒166-8539 東京都杉並区和田 1 丁目 29 番 11 号
公益社団法人日本印刷技術協会
研究調査部「印刷産業経営力調査」係
太齊・花房・藤井 電話(03)3384-3113

調査票の管理

本調査データは回答企業の許可なく第三者に公表するなど、
本調査統計以外の目的に利用することはありません。

調査結果のフィードバック、回答企業への4大特典

- ① 「JAGAT 印刷マネジメントブック 2024」(市価 15,400 円)を回答企業に無料でお届けします。
- ② 「調査報告会セミナー」(市価 15,400 円)の無料参加【リアル開催とオンラインの併用を予定】
- ③ 「経営比較分析表」貴社の経営指標と平均値との見やすい対比表
- ④ 「各種レポート」 貴社の経営特性・課題・戦略の一覧表など

調査票の構成

1. 売上高の構成 (業種分類) …P.1
①印刷業売上高の構成比
②業種分類
③印刷物の製品分類別売上高構成比
2. 損益計算書と貸借対照表 …P.2
④当該決算実績の決算期間
⑤過去 3 期の売上高/経常利益の推移
⑥損益計算書
⑦製造原価報告書
⑧貸借対照表
3. 従業員数・平均年齢・教育研修費 …P.3
⑨オフ輪保有の有無
⑩平均年齢と従業員数
⑪当該期間の社員教育・研修費実績
⑫フリーコメント
4. 戦略動向 …P.4
5. 補助金・技術・投資 …P.13
6. 設備動向(印刷機) …P.14
7. 需要見込み(製品等) …P.17

会社名 _____

所在地 〒 _____

電話 _____

FAX _____

E-mail _____

フリガナ _____

記入者 _____

所属/役職 _____

①印刷業売上高の構成比

貴社の総売上高に占める印刷業売上高の割合を
ご記入ください。

印刷売上高構成比 1. _____ %

②貴社の業種分類

売上の50%以上を占める業種(業態)をチェックしてください。
50%を超えるものがなく、同等の事業が複数ある場合は貴社が主力と考える業種(業態)を
ひとつだけチェックしてください。

2.

- プリプレスデータ加工(出力)業**
印刷物制作を前提としたデータ加工で、納品形態がデータ、ないし中間生成物(刷版/
フィルム/校正刷りなど)である業態。
- 印刷業**
印刷を行なう業態。印刷の前後の工程(プリプレス・製本後加工)まで一括で受注する場
合も「印刷業」とみなします。
- 製本加工業**
自社で印刷は行わず、製本ないし印刷後加工工程を専門に請け負う業態。
- デジタルコンテンツ・Web制作業**
印刷物制作が主たる目的ではないデジタルコンテンツ制作、Web制作などを行なう業態。
- サービス業**
企画、マーケティング、プロモーション、イベント、ソリューション、BPO、物流など。
プリントショップなど直接、印刷物受注に結びつくものは含めません。
- その他(下の欄に業種の内容をご記入ください)**

※印刷業をチェックされた方は、下の「印刷物の製品分類別売上高構成比」にご回答ください。

③印刷物の製品分類別売上高構成比

前項②業種分類において「印刷業」を選択された方のみお答えください。
印刷業以外の業種(業態)の売上は「その他」として扱い、売上構成比合計が100となる
ように記入してください。

品 種	構成比	品 目
商業印刷	3. _____ %	宣伝用印刷(ポスター、カタログ、チラシ、パンフレットなど) 業務用印刷(DM、マニュアル、フリーペーパーなど)
出版印刷	4. _____ %	定期刊行物(新聞、雑誌)、不定期出版物(書籍、地図、参考書) その他出版物(教科書、自費出版物など)
包装その他 特殊印刷	5. _____ %	包装資材印刷(紙器、包装紙、軟包装、プラスチック容器) その他特殊印刷(建装材、布地印刷、精密電子部品など)
事務用印刷 証券印刷	6. _____ %	ビジネスフォーム、事務用品(帳票・名刺・ハガキ・封筒等) 名簿、証券・金券・カード類印刷
デジタル コンテンツ	7. _____ %	ホームページ、スマホアプリ、デジタルサイネージ、 電子書籍、デジタルコンテンツの制作と配信等
その他	8. _____ %	→ { 9. 代表的な製品名・サービス名をご記入ください }
合 計	100%	(←合計が100になるかご確認ください。)

④当該決算実績の決算期間

自 10. 年 月 日 ~ 至 11. 年 月 日

⑤過去3期の売上高／経常利益の推移

	売上高 (12と22は同じ)				経常利益 (13と36は同じ)			
当期	12			千円	13			千円
前期	15			千円	16			千円
前々期	18			千円	19			千円

特殊決算チェック

- ↓ ※決算期変更による
 14 変則決算や企業の合併・分社などにより
 17 決算数字の連続性を
 20 欠いた場合に該当年度
 をチェックしてください。

21. 特殊決算内容

⑥損益計算書

売上高 (12と同じ)	22								千円
期首製品棚卸高	23	+							千円
当期商品仕入高	24	+							千円
期末製品棚卸高	25	△							千円
当期製品製造原価	26	+							千円
売上原価	27								千円
売上総利益	28								千円
人件費 ※1	29								千円
その他販管費	30								千円
販売費及び一般管理費	31								千円
営業利益	32								千円
営業外収益計	33	+							千円
営業外費用計	34	△							千円
営業外収支	35								千円
経常利益 (13と同じ)	36								千円

⑦製造原価報告書

材料費	37								千円
労務費 ※2	38								千円
外注加工費	39								千円
減価償却費	40								千円
リース料	41								千円
その他製造経費	42								千円
当期総製造費用	43	+							千円
期首仕掛品棚卸高	44	+							千円
期末仕掛品棚卸高	45	△							千円
当期製品製造原価	46								千円

※1 人件費

人件費には、役員報酬、給与手当、賞与、法定福利費、福利厚生費、退職金、通勤費等の合計をご記入ください。

※2 労務費

労務費には、賃金給料、法定福利費、福利厚生費、退職共済掛金、退職金等の合計をご記入ください。

⑧貸借対照表

資産の部				負債の部					
流動資産	47						千円		
固定資産	48						千円		
機械装置額	49						千円		
※固定資産のうちの機械装置額 ※減価償却費控除後残額				流動負債	52				千円
繰延資産	50						千円		
負債合計	55						千円		
資産合計	51						千円		
				固定負債	53				千円
				引当金等	54				千円
				純資産の部					
				資本金	56				千円
				純資産	57				千円
				負債・純資産合計	58				千円

※51. 資産合計 = 47 + 48 + 50

※58. 負債・純資産合計 = 55 + 57

一致していますか？ ご確認ください！

①「売上高」…12=22

②「経常利益」…13=36

③「当期製品製造原価」…26=46

④「51. 資産合計」 = 「58. 負債・純資産合計」

⑨ オフ輪保有の有無

オフ輪を持っていますか？

59. 持っている 持っていない

(オフ輪とは出版・商業用オフ輪で、ロールtoシートのタイプを除いたもの)

⑩ (正規従業員の)平均年齢と従業員数(決算期末時点)

	正規従業員		非正規従業員	
	平均年齢	従業員数	従業員数	
社長・常勤役員	60. 歳	65. 人	/	
生産部門	61. 歳	66. 人	70. 人	
営業部門	62. 歳	67. 人	71. 人	
管理部門	63. 歳	68. 人	72. 人	
合計	64. 歳	69. 人	73. 人	

毎回記入モレと
計算間違いの
多い項目です。

ご記入と確認をお願い
いたします。

全従業員数(=69+73)	74. 人
74に占める 外国籍の人数	75. 人

※従業員のカウントに関する留意点

※社長・常勤役員には兼任の方を含んだ人数をご記入ください。例えば取締役営業部長は社長・常勤役員にカウントして、営業部門の人数には含めないでください。

※無給の非常勤役員は人数に含めないでください。
※管理部門には、総務、経理などを含めてください。
※営業部門には、営業事務、営業工務などを含めてください。

※デザイン部門や開発部門など左記の分類にない部門については、人件費を製造原価扱いにしているか、販売費および一般管理費扱いにしているかを判断基準として、「生産部門」ないし「営業部門」に振り分けて計上してください。

※1人で複数部門を兼務している場合(役員以外)は案分比率でお答えください。

※非正規従業員は、パート、嘱託、契約社員、派遣社員等の方が対象になります。時間勤務の方は月間160時間を1人と換算してください。

⑪ 当該期間の社員教育・研修費実績

当期の教育・研修費はいくらでしたか。

教育・研修費実績 76. 千円

※教育・研修費がなかった場合は記入モレと識別するため「0」とご記入ください。

※把握しづらい場合はおおよその額でかまいません。

⑫ フリーコメント

①貴社の業績変化の留意点・経営課題・施策・見通し、②業界の分析や業界に対する意見、③JAGATに対するご意見・ご要望などを自由にご記入ください。

戦略動向

なるべく考えず、直感的にご回答ください。

1. 総合 1-1. 事業領域①

貴社の事業領域について、現在重視するものと、将来的に重視したい番号をご記入ください。
現在と将来は同じでもかまいません。

- ① 専門化 印刷業を軸に顧客の業種や生産品目を絞り込む
- ② 総合化 印刷業を軸に取扱製品やサービスを多様化
- ③ 多角化 印刷業以外の業種へ進出
- ④ 脱印刷 印刷業で培ったノウハウやつながりを基礎に新事業開発

現在重視 () 将来重視 ()

1-2. 事業領域②

将来の事業領域について、最も近いイメージと、次に近いイメージについて、番号をご記入下さい。

- ① 印刷専門 印刷のものづくりに特化する
- ② 印刷ワンストップサービス 印刷を軸に付帯サービスを一括提供する
- ③ BPO (業務受託) 印刷関連以外の周辺業務まで受託する
- ④ ソリューションプロバイダー 顧客の課題解決をビジネスにする
- ⑤ 統合メディア業 デジタル含む情報加工(発信)全般を扱う
- ⑥ プロモーション・マーケティング支援 宣伝・販促・広告活動を支援
- ⑦ 創業・起業支援含む産業活性化 事業・企業・産業の創造と活性化
- ⑧ ブランド構築支援 企業・製品・地域等の価値向上支援
- ⑨ 地域商社・地域活性化ビジネス 地域資源の商品化・販売、地域活性化支援等
- ⑩ その他 (ご記入ください)

最も近い () 次に近い ()

1-3. 事業分野

貴社の工程について、該当の箇所を枠内にいくつでも○印をご記入ください。

- ① 現在の主な内製工程 ② 強化したい工程 ③ 縮小したい工程

	企画・マーケティング	デザイン	DTP制作	印刷	加工	配送	WEB制作	電子書籍	電子カタログ
① 現在の内製工程									
② 強化したい工程									
③ 縮小したい工程									

1-4. 製品と市場に対するスタンス

貴社が市場に臨むスタンスについて、どちらかと言えば重視する番号を一つずつ選んでご記入ください。

- (1) 技術やサービス
 - ① 既存の技術やサービス ()
 - ② 新規の技術やサービス ()
- (2) 顧客や市場
 - ① 既存の顧客や市場 ()
 - ② 新規の顧客や市場 ()

1-5. 市場ポジショニング

貴社の捉える地域商圏と主要製品の市場におけるポジショニングについて、最も近いと思われるものを一つ選んでご記入ください。

- ① 基本的に商圏や市場ではトップ
- ② 商圏や市場でのトップ企業に追随している
- ③ 商圏や市場でのポジショニングを改めて探している
- ④ 商圏や市場での隙間や他社との差別化を重視している

()

2. 経営 2-1. 経営者の経歴

社長への経歴を二つ選んでご記入ください。

- ①創業者
- ②代目以降、または創業者一族
- ③社外からの招聘
- ④生え抜き
- ⑤中途入社

()

2-2. 経営者の得意分野

社長の得意分野を二つ選んでご記入ください。

- ①技術
- ②営業
- ③経理・総務
- ④システム

()

2-3. 意思決定

貴社では、改善や新規の取り組みがどのようなようにして始まりますか。
最も多いパターンと次に多いパターンを選択してご記入ください。

- ①社長の提案を、他の経営陣や従業員が検討する
- ②社長が決めて、他の経営陣や従業員に指示する
- ③従業員の提案を、社長を含む経営陣が検討する
- ④従業員や社長以外の経営陣が合議した上で、社長が決裁する
- ⑤社長と他の経営陣が合議して、従業員に指示する
- ⑥社長と他の経営陣・従業員が合議して決める
- ⑦その他 ()

最も多い () 次に多い ()

2-4. 業績開示

経営状況や決算成績を、全正社員に開示していますか。
どちらかを選択してご記入ください。

- ①全正社員に開示している
- ②全正社員に開示していない

()

3. 財務 3-1. 売上高

貴社が売上高対策として、最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ①既存顧客への深耕による取引量拡大
- ②新市場の開拓（新規客獲得や営業範囲拡大など）
- ③インターネットを活用した新たな販売チャネル
- ④営業担当者の販売スキル
- ⑤CRM・SFA・MAによる営業情報の共有と活用
- ⑥製品の差別化（納期・品質・小ロット対応・加工技術など）
- ⑦独自製品や独自ブランド、独自キャラクターの開発
- ⑧デジタルメディアと組み合わせた取扱い製品・サービスの拡大
- ⑨展示会やビジネスショーへの出展

最も重視（ ） 次に重視（ ）

3-2. 経営効率

貴社が経営効率の改善策として、最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ①稼働率
- ②内製化
- ③人員リストラ・余剰設備や遊休資産の廃棄・売却
- ④有利子負債の圧縮
- ⑤在庫の削減（仕入効率化、仕掛品の削減なども含む）
- ⑥経営の見える化（管理会計・部門別利益管理の導入）
- ⑦ICT/IoTの導入・活用
- ⑧不採算事業の縮小・撤退
- ⑨精度の高い経営・投資計画
- ⑩その他（ ）

最も重視（ ） 次に重視（ ）

3-3. コスト

貴社がコストの削減策として、最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ①人件費（残業時間削減、非正規社員の活用など）
- ②外注費
- ③資材料
- ④物流費
- ⑤間接費（管理部門の見直しなど）
- ⑥予算実績対比統制（部門別予算の運用など）
- ⑦小集団活動（5SやQCなど）による経費節減運動
- ⑧設備・システム投資
- ⑨光熱費（電気・ガス代）

最も重視（ ） 次に重視（ ）

3-4. 主要業績指標（KPI）

貴社が、企業経営における財務の視点から特に重視されている指標は、どのようなものですか。該当するものをいくつでも○で囲んでください。

- ①加工高及びその伸び率、加工高比率 ②経常利益及び売上高対経常利益率
- ③総資本利益率（ROA） ④株主資本利益率（ROE） ⑤総資本回転率
- ⑥自己資本及び自己資本比率 ⑦キャッシュフロー
- ⑧1人当り売上高 ⑨1人当り加工高 ⑩1人当り機械装置額（労働装置備率）
- ⑪変動費比率 ⑫長短借入金または負債比率 ⑬粗利益率
- ⑭値引率 ⑮投資対効果（ROI） ⑯外注比率
- ⑰CO2排出量・削減量 ⑱間接部門費用比率 ⑲時間当り加工高
- ⑳その他（ ）

4. 顧客 4-1. 顧客の評価

貴社は、顧客からの評価を高めるために何を重視しますか。最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ① 価格
- ② 機動力 (納期の短さや確実さを含む)
- ③ 技術 (品質の確かさや安定感を含む)
- ④ 提案力・課題解決能力
- ⑤ 人的信頼関係
- ⑥ CSR/SDGs/ESG (企業の社会性)
- ⑦ 各種公的認証の取得 (ISOなど)
- ⑧ 情報提供力
- ⑨ デジタルメディア対応力
- ⑩ クリエイティブ力

最も重視 () 次に重視 ()

4-2. 企業ロイヤリティ

貴社が、自社へのロイヤリティ向上のために取り組んでいることは何ですか。最も重視するものと、次に重視する番号をご記入下さい。

- ① 情報の定期発信・オンラインメディア (SNS・ブログ・フリーペーパー等)
- ② 訪問回数増加やトップセールス
- ③ 優良顧客育成プログラムの策定
- ④ 顧客会・取引先会の組織化
- ⑤ 自社主催のセミナー開催
- ⑥ 工場見学の受け入れ、工場のショールーム化
- ⑦ オープンハウス (地域住民や顧客を会社や工場に招く見学・交流イベント)
- ⑧ インターネット学生 (就業体験) の受け入れ
- ⑨ 地域活性・地域貢献・地方創生・地域ブランディング
- ⑩ 印刷通販やWeb to Print など顧客-自社間の受発注システム構築
- ⑪ 顧客への自社社員常駐
- ⑫ 納品後のヒアリングやフォロー
- ⑬ その他 ()

最も重視 () 次に重視 ()

4-3. 価格

貴社、お客様から納得いただいただけの価格提示のための課題は何ですか。最大の課題と、次の課題に該当する番号をご記入ください。

- ① 価格の透明性
- ② 競合及び市場の価格動向調査
- ③ 見積り積算の精度向上
- ④ 原価計算の精度向上
- ⑤ 充分な費用対効果の説明
- ⑥ 価格表及び価格体系の整備
- ⑦ 顧客ランクや割引率の整備
- ⑧ その他 ()

最大の課題 () 次に課題 ()

4-4. 主要業績指標 (KPI)

お客様からの評価を分析する際に、重視する指標はどのようなものですか。該当するものいくつでも○印で囲んで下さい。

- ① 見積り提出率 (見積り提出数/引き合い件数)
- ② 受注率 (受注件数/見積り提出件数)
- ③ 顧客シェア (顧客における自社シェア)
- ④ 市場シェア (都道府県市町村などにおける自社シェア)
- ⑤ 顧客別売上高構成比 ⑥ クレーム数 ⑦ 認知度
- ⑧ 受注金額推移 ⑨ 受注件数推移 ⑩ 見積り提出数
- ⑪ ホームページアクセス数 ⑫ SNSのフォロワー数・読者数・いいね数等
- ⑬ その他 ()

5. 生産 5-1. 生産部門の課題

生産部門の課題はどのようなものですか。
最大の課題と、次の課題に該当する番号をご記入ください。

- ①新規技術の研究や獲得
- ②オペレータのスキルアップ
- ③作業の標準化
- ④多能工化
- ⑤原価の低減
- ⑥品質の向上
- ⑦納期の短縮
- ⑧小ロット対応
- ⑨自動化

最大の課題 () 次に課題 ()

5-2. 効率化

生産効率向上に向けた生産部門の課題はどのようなものですか。
最大の課題と、次の課題に該当する番号をご記入ください。

- ①スケジューリングの合理化や可視化
- ②物流改善 (設備レイアウトや作業導線見直しを含む)
- ③非稼働時間の計測と分析
- ④部門間コミュニケーションの改善
- ⑤設備投資
- ⑥環境整備 (5S、調温調湿、メンテナンスなど)
- ⑦人員数の削減
- ⑧スマートファクトリー化
- ⑨在庫や仕掛品の最小化
- ⑩生産管理・工務の機能強化
- ⑪その他 ()

最大の課題 () 次に課題 ()

5-3. 原価

製造原価の低減に向けた生産部門の課題はどのようなものですか。
最大の課題と、次の課題に該当する番号をご記入ください。

- ①作業時間の短縮
- ②ミス・ロス・ヤレ・やり直しなどの削減
- ③外注や仕入時の相見積り励行などの購買管理
- ④外注の内製取り込み推進
- ⑤生産部門の部門損益による評価
- ⑥精度の高い原価の測定
- ⑦残業代・非正規社員費用などの変動費的人件費の削減
- ⑧非正規社員の活用
- ⑨小集団活動による継続的改善運動
- ⑩外注や協力会社の活用
- ⑪その他 ()

最大の課題 () 次に課題 ()

5-4. 主要業績指標 (KPI)

生産部門において重視する指標はどのようなものですか。
該当するものをいくつでも○印で囲んでください。

- ①加工高 ②1人当り加工高 ③損紙率 ④準備紙率 ⑤予備紙率
- ⑥稼働率 ⑦やり直し件数 ⑧故障回数 ⑨内製可能外注比率
- ⑩通し数 ⑪ジョブ数 ⑫時間当り平均印刷速度 (sph.rpm)
- ⑬CO₂排出量 ⑭インキ・トナー購入額 ⑮平均準備時間
- ⑯仲間仕事比率 ⑰外注比率 ⑱1人当り機械装置置額 ⑲カウンター料金
- ⑳その他 ()

6. 営業 6-1. ターゲット

貴社が、重視する営業ターゲットはどれですか。
最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ① 既存得意先の深耕によるシェア拡大
- ② 商圏内における同業他社顧客の獲得、商圏内の新規顧客開拓
- ③ 営業範囲を広げて既存商圏の拡大をはかる
- ④ 新規商圏への進出（営業所の開設など）
- ⑤ 同業者からの仲間仕事
- ⑥ 遠隔地からの受注（通販・DM・Web等）を増やす
- ⑦ 一般消費者（BtoC、生活者）

最も重視（ ） 次に重視（ ）

6-2. 営業手法

貴社は、受注を増やすために何を重視しますか。
最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ① 営業担当者の価格交渉力を高める
- ② インサイドセールス機能の強化
- ③ 提案型営業を増やす
- ④ フォンストップ型サービスの提案を増やす
- ⑤ ネット受注（印刷通販・Web to Print）
- ⑥ インバウンドマーケティング（SEO対策・展示会出展・工場見学受け入れ等）
- ⑦ 販促ツール（ホームページ・メルマガ・製品カタログなど）
- ⑧ 広告媒体（テレビ・新聞・インターネット・交通広告・DM・看板など）

最も重視（ ） 次に重視（ ）

6-3. 売価（見積り）

貴社が、売価設定において重視する項目はどれですか。
最も重視するものと、次に重視する番号をご記入ください。

- ① 製造・提供に要した費用
- ② 製品・サービスが生み出す効果
- ③ 競合他社の価格
- ④ 顧客の希望価格
- ⑤ 顧客の支払い可能額
- ⑥ 条件（納期・品質等）による複数価格の提示
- ⑦ その他（ ）

最も重視（ ） 次に重視（ ）

6-4. 主要業績指標（KPI）

営業部門において重視する指標はどのようなものですか。
該当するものをいくつでも○印で囲んでください。

- ① 問い合わせ数 ② 引き合い数 ③ 訪問件数
- ④ 見積り提出件数 ⑤ プレゼン件数 ⑥ 受注件数
- ⑦ 失注件数 ⑧ クレーム件数 ⑨ 顧客シェア ⑩ 指示ミス損金
- ⑪ 受注金額 ⑫ 受注平均ロット ⑬ 1人当り売上高
- ⑭ 1人当り差益高 ⑮ 獲得名刺枚数 ⑯ 外注比率
- ⑰ その他（ ）

7. マーケティング・投資・人材 7-1. マーケティング

マーケティングにおける課題は何ですか。

最大の課題と、次の課題に該当する番号をご記入ください。

- ①受け身的な営業体質の転換
- ②マーケティング人材
- ③マーケティング専門部門の設置
- ④市場分析・顧客の課題抽出
- ⑤クリエイティブ・発想・創造力
- ⑥ロジカルシンキング・企画提案力
- ⑦製品・サービスのライナナップ・協力ネットワーク
- ⑧デジタル技術・IT・データトラッキング
- ⑨プレゼンテーション能力

最大の課題 () 次に課題 ()

7-2. 投資重点分野

今後3年以内の投資において、重視する分野はどちらですか。

最も重視する分野と、次に重視する分野の番号をご記入ください。

- ①企画・マーケティング
- ②プリプレス工程
- ③印刷工程
- ④後加工工程
- ⑤工場・各種拠点の新設や拡張、改築
- ⑥M&A (会社や事業の買収、他社との資本提携)
- ⑦CRM (顧客管理)・SFA (営業支援)・MA
- ⑧物流・ロジスティクス
- ⑨MISなどの経営統合システム
- ⑩Web to Print、印刷通販など受注ネットワーク系
- ⑪ (電子出版除く) デジタルコンテンツ、クロスメディア的なIT
- ⑫人材 (採用)
- ⑬人材 (教育)
- ⑭AI (人工知能)・RPA (ロボティック・プロセス・オートメーション)

最も重視 () 次に重視 ()

7-3. 見積り額決定プロセスにおける社内関与者

常連顧客に提出する日常的な受注の見積り額の、作成から決定までに関与するのはどの人または部門ですか。

最も多いパターンと、次に多いパターンの番号をご記入下さい。

※社長は営業責任者にカウントします

- ① 営業担当者
- ② 営業責任者
- ③ 営業担当者と営業責任者の両方
- ④ ①～③のいずれかに生産管理(工務)が加わる
- ⑤ ①～③のいずれかに製造部門が加わる
- ⑥ ①～③のいずれかに生産管理(工務)と製造部門が加わる
- ⑦ 生産管理(工務)のみ
- ⑧ その他 ()

最も多い () 次に多い ()

7-4. 主要業績指標 (KPI)

人的資源のマネジメントにおいて重視する指標はどのようなものですか。該当するものをいくつでも○で囲んでください。

- ① 1人当り人件費 ②労働分配率 ③有資格者数
- ④平均年齢 ⑤平均勤続年数 ⑥正社員比率
- ⑦女性社員比率 ⑧労働災害件数 ⑨有休消化率
- ⑩残業時間 (残業代) ⑪定着率 (離職率)
- ⑫教育研修費予算 ⑬従業員満足度

8. 人材 8-1. 組織

業績向上を目指すに適した組織はどのような形ですか。
一つ選んでご記入ください。

- ①階層が少なくフラットで機動的な組織
- ②秩序ある階層によって指揮命令系統の明確な組織
- ③部門長やスタッフに権限を委譲する自律的な組織
- ④複数プロジェクトが同時に進行するような部門間連携の良い組織
- ⑤自発的提案や意見交換を重視する自主的な組織
- ⑥その他 ()

()

8-2. 経営管理

導入を考えたい経営手法を3つ選んでご記入ください。

- ①部門別利益管理
- ②CSV (共有価値の創造)
- ③M&A
- ④DX (デジタル・トランスフォーメーション)
- ⑤中期経営計画
- ⑥管理会計
- ⑦MISの整備
- ⑧キャッシュフロー
- ⑨人的資本経営
- ⑩環境経営 (GX)
- ⑪CSR/SDGs/ESG
- ⑫見える化経営
- ⑬BCP (緊急時企業存続計画)
- ⑭CRM・SFA・MA

() () ()

8-3. 人事ポリシー

人事ポリシーの現在は以下のどれに近く、将来はどのような形を目指そうとしていますか。一つずつ選んでご記入ください。

- ①年功序列主義
- ②実力(能力)主義
- ③実力(能力)・成果主義 (給与は実力・賞与は成果などの混合型)
- ④成果主義
- ⑤その他 ()

現在 () 将来 ()

8-4. 働き方・生産性向上・人手不足対策

現在採用している制度と、将来的に移行や導入を検討したい制度はどれですか。5つまで選んでご記入ください。

- ①テレワーク
- ②リスキリング (新しい職業のスキル獲得)
- ③副業の許可
- ④短時間勤務
- ⑤フレックスタイム
- ⑥ジョブリターン (カムバック制度、退職後の復職)
- ⑦非正規社員の正社員化
- ⑧ジョブ型雇用・ジョブ型採用
- ⑨サテライトオフィスの設置
- ⑩外国人の採用 (研修生受入れ含む)
- ⑪裁量労働制

現在の制度 () () () () () ()

導入を検討したい制度 () () () () () ()

9. 教育

9-1. 教育対象者と教育手法

教育対象者として重視しているクラスは何ですか？
最も重視している対象と、次に重視している対象の番号、そして、それぞれの対象について、教育の手法として重視、またはよく利用しているものとして、最も重視する手法と、次に重視する番号をご記入ください。

教育対象者 ① 新人 ② 現場オペレーター ③ 一般営業職 ④ 管理職候補、経営幹部候補 ⑤ 管理職、経営幹部 ⑥ 経営者 ⑦ その他 ()	教育手法 ① 0JT ② セミナー ③ コンサルタントへの依頼 ④ メーカー・ベンダー教育プログラム ⑤ 通信教育 ⑥ 社内勉強会 ⑦ 講師の招聘 ⑧ 資格取得 ⑨ 小集団活動 ⑩ その他 ()	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>最も重視</td> <td>次に重視</td> </tr> <tr> <td>教育対象者</td> <td>()</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">教育手法</td> <td>最も重視</td> <td>()</td> </tr> <tr> <td>次に重視</td> <td>()</td> </tr> </table>		最も重視	次に重視	教育対象者	()	()	教育手法	最も重視	()	次に重視	()
	最も重視	次に重視											
教育対象者	()	()											
教育手法	最も重視	()											
	次に重視	()											

9-2. 習得知識

教育において重点を置いている分野を3つ選んでご記入ください。

- ① 印刷関連技術
- ② マーケティング
- ③ IT技術
- ④ ミスロス・トラブル対策
- ⑤ 新しいメディアやクロスメディアの動向・知識
- ⑥ 提案・プレゼンテーション手法
- ⑦ 新規開拓
- ⑧ 見積もり
- ⑨ 思考法（ロジカルシンキング・クリエイティブ等）
- ⑩ 自社業界・得意先の市場・業界動向
- ⑪ リーダーシップ
- ⑫ 経営管理
- ⑬ その他 ()

() () ()

9-3. 教育目的

新たな教育機会を考える際に、重視する項目を3つ選んでご記入ください。

- ① 人間関係・人脈づくり（チームワーク・コミュニケーション含む）
- ② 意識改革・人間的成長
- ③ 技術のスキルアップ
- ④ 最新動向のキャッチアップ
- ⑤ 事例の収集と調査
- ⑥ アイデアの創出
- ⑦ ノハウの取得・蓄積・継承
- ⑧ 地域性
- ⑨ 収益性
- ⑩ 即効性
- ⑪ 情報共有

() () ()

5. 補助金・技術・投資スタンス・見通し・コメント

1. 公的補助金・助成金の利用

2023年度に採択された助成金についてご記入ください。

	補助金名(事業主体)	採択年月	金額	用途
1		年 月	円	
2		年 月	円	
3		年 月	円	

2. 下記の技術・サービス・システムについて、該当の項目に○をご記入ください。

		現在活用	満足度 高 ← → 低	今後の導入・活用予定		
				1年以内	3年以内	予定なし
1	オンライン校正(リモートプルーフ)		1-2-3-4-5			
2	JDFワークフロー		1-2-3-4-5			
3	品質検査装置		1-2-3-4-5			
4	Web to Print/印刷通販		1-2-3-4-5			
5	営業支援ツール(CRM/SFA/MA)		1-2-3-4-5			
6	自動組版		1-2-3-4-5			
7	バリエーションデータ印刷		1-2-3-4-5			
8	自動面付け		1-2-3-4-5			
9	プロセスレスプレート		1-2-3-4-5			
10	動画制作		1-2-3-4-5			
11	デジタル加飾(バリエーション加飾)		1-2-3-4-5			
12	生成AI(画像系)		1-2-3-4-5			
13	生成AI(テキスト系)		1-2-3-4-5			
14	CG(コンピュータグラフィックス)制作		1-2-3-4-5			
15	スマホ/タブレット対応アプリ制作		1-2-3-4-5			
16	RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)		1-2-3-4-5			
17	カッティングプロッター		1-2-3-4-5			
18	資材発注の電子化(脱FAX)		1-2-3-4-5			

3. 2024年4月～2025年3月の設備投資予定を一つ

選んでください。※システムやソフトウェアへの投資も含まれます。

- 前期より大幅に増やす
- 前期よりやや増やす
- 前期とほぼ同じ
- 前期よりやや減らす
- 前期より大幅に減らす

4. 印刷事業の売上高割合の現在と予想について、

現在(2023年)と5年後(2028年)を記入ください。

※実績・予想とも、あまり考えず記入者様の直観的な数字でかまいません

	合計	印刷事業の割合	非印刷事業の割合
2023年度実績	100%	%	%
2028年度予想	100%	%	%

5. フリーコメント

今後の投資スタンスや見通し、事業展開、課題・抱負などを自由にご記入ください。

投資スタンス：

見通し：

事業展開等：

2. オフセット輪転印刷機

2-1. オフセット輪転印刷機：保有状況

※BF輪転は、「4. その他の印刷機」に記載してください。

	スペック				保有 台数	取得時期					今後の更新 (置換)予定		今後の廃棄・ 売却予定	
	版サイズ			胴数 表 / 裏		1年 以内	3年 以内	5年 以内	10年 以内	10年 以上前	1年 以内	3年 以内	1年 以内	3年 以内
	判型	サイズ	流目											
例1	B	1	T	4 / 4	4	1		2	1		1		1	
例2	A	2	Y	4 / 4	1			1						
1				/										
2				/										
3				/										
4				/										
5				/										
6				/										
7				/										
8				/										
9				/										
10				/										

2-2. オフセット輪転印刷機：向こう3年間の取得予定

	スペック				台数	増設or 更新		取得予定		導入理由、機種選定理由など
	版サイズ			胴数 表 / 裏		増	換	1年 以内	3年 以内	
	判型	サイズ	流目							
1				/						
2				/						
3				/						
4				/						
5				/						

2-3. オフセット輪転印刷機：過去3年以内の廃棄または売却動向

	スペック				台数	廃棄・売却 実績(済み)	
	版サイズ			胴数 表 / 裏		1年 以内	3年 以内
	判型	サイズ	流目				
1				/			
2				/			
3				/			
4				/			
5				/			

3. デジタル印刷機／4. その他の印刷機

3-1. デジタル印刷機(業務用) : 保有状況

	メーカー名	機種名	色数	台数	取得時期				満足度 高 ← → 低
					1年以内	3年以内	5年以内	5年以上前	
1			カラー／白黒						1-2-3-4-5
2			カラー／白黒						1-2-3-4-5
3			カラー／白黒						1-2-3-4-5
4			カラー／白黒						1-2-3-4-5
5			カラー／白黒						1-2-3-4-5

3-2. デジタル印刷機(業務用) : 取得予定

	メーカー名	機種名	色数	台数	取得予定		導入理由、機種選定理由など		
					1年以内	3年以内	新規	増設	更新
1			カラー／白黒						
2			カラー／白黒						
3			カラー／白黒						
4			カラー／白黒						
5			カラー／白黒						

4. その他の印刷機の保有状況について、下記回答欄にご記入ください。

	方式(機種など)	サイズ	色数	台数
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

5. 昨年取得した印刷機以外の設備、システム、サービスについて、下記回答欄にご記入ください。

	設備名・システム名・サービス名	用途・機能等
1		
2		
3		
4		
5		

7. 製品・生産方式・付帯サービスの自社取扱いと需要見込み

(1) 貴社の取扱い製品①② (2) 貴社の保有精算方式③④、 (3) 提供付帯サービス⑤⑥について

取扱いのあるもの (①③⑤) に○、需要見込み (②④⑥) について該当の番号に○を記入ください。

(1) 取扱い製品	① 取 扱 い	②需要見込み 増加←不変→減少	(2) 生産方式	③ 取 扱 い	④需要見込み 増加←不変→減少
パンフレット		1-2-3-4-5	オフセット枚葉機		1-2-3-4-5
ポスター		1-2-3-4-5	オフセット輪転機		1-2-3-4-5
名刺		1-2-3-4-5	デジタル印刷・トナー		1-2-3-4-5
カタログ		1-2-3-4-5	デジタル印刷・高速インクジェット		1-2-3-4-5
チラシ (新聞折込み)		1-2-3-4-5	デジタル印刷・ワイドフォーマット		1-2-3-4-5
チラシ (配布・同梱・ ポスティング等)		1-2-3-4-5	フレキソ		1-2-3-4-5
ダイレクトメール		1-2-3-4-5	グラビア		1-2-3-4-5
サイン (看板、垂れ幕、 のぼり等)		1-2-3-4-5	非印刷・付加価値サービス		1-2-3-4-5
名簿・住所録		1-2-3-4-5	上記のサービス名・分野等あれば ()		
店頭POP		1-2-3-4-5			
書籍印刷		1-2-3-4-5			
雑誌・定期刊行物		1-2-3-4-5			
新聞		1-2-3-4-5			
ビジネスフォーム		1-2-3-4-5			
金融・法務印刷		1-2-3-4-5			
特殊印刷		1-2-3-4-5			
パッケージ印刷 (紙器)		1-2-3-4-5			
パッケージ印刷 (軟包装)		1-2-3-4-5			
封筒印刷		1-2-3-4-5			
表面加工		1-2-3-4-5			
ハガキ・グリーティング カード		1-2-3-4-5			
帳簿製本		1-2-3-4-5			
文房具		1-2-3-4-5			
ノート/ルーズリーフ		1-2-3-4-5			
ラベル (製品貼付用)		1-2-3-4-5			
ラベル (宛名等)		1-2-3-4-5			
取扱説明書		1-2-3-4-5			
			(3) 付帯サービス	⑤ 取 扱 い	⑥需要見込み 増加←不変→減少
			メーリング管理 (宛先・レスポンスデータ管理)		1-2-3-4-5
			キット・フルフィルメント (封入・帳合・セッティング等)		1-2-3-4-5
			物流管理		1-2-3-4-5
			顧客のデジタルコンテンツ管理支援		1-2-3-4-5
			印刷通販 (BtoC、消費者向け)		1-2-3-4-5
			印刷通販 (BtoB、事業者向け)		1-2-3-4-5
			クロスメディア・マーケティング・ サービスまたはサポート		1-2-3-4-5
			CD / DVD 制作		1-2-3-4-5
			クリエイティブ・デザイン		1-2-3-4-5
			収録・撮影スタジオ運営		1-2-3-4-5
			ウェブサイト制作		1-2-3-4-5
			動画制作		1-2-3-4-5
			出版編集		1-2-3-4-5
			事務局の受託		1-2-3-4-5
			その他 ()		1-2-3-4-5