2025年度　印刷産業経営力調査票

JAGAT

【業績・戦略・設備・需要】

調査対象となる決算期間

昨年 2025 年1月1日から 2025 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 2026 年 4 月 10 日（金）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
竹内・花房・藤井　電話(03)3384-3113
Email：pminfo@jagat.or.jp

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

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 2026」（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 13,200 円）の無料参加【オンライン開催】
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

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
自社で印刷は行なわず、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、会社案内、POP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、シール・ラベル) 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） 伝票、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

□ 14
□ 17.
□ 20

※決算期変更による変則決算や企業の合併・分社などにより決算数字の連続性を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			
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			
繰延資産	50		千円
資産合計	51		千円

※51. 資産合計＝47＋48＋50

負債の部			
流動負債	52		千円
固定負債	53		千円
引当金等	54		千円
負債合計	55		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

※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印刷専業　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
③ＢＰＯ（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ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ･ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ支援業　宣伝・販促・広告活動を支援
⑦創業・起業支援含む産業活性　事業・企業・産業の創造と活性化
⑧ブランド構築支援業　企業・製品・地域等の価値向上支援
⑨地域商社・地域活性ビジネス　地域資源の商品化・販売、地域活性支援等
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

	ケティング企画・マー	デザイン	ＤＴＰ制作	印刷	加工	配送	ＷＥＢ制作	電子カタログ電子書籍
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. 市場ポジション

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ンについて、
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ン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

社長への経歴を一つ選んでご記入ください。

①創業者
②２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

社長の得意分野を一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るわけではない

（　　）

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
⑩ＡＩの導入・活用

最も重視（　　）　　次に重視（　　）

3-3. 価格改善

貴社が持続的な価格向上の手法として、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価格転嫁の依頼（用紙・版・インキ代等の仕入コスト）
②原価の説明（光熱費・人件費・投資など固定費的経費）
③オプションサービスの付加（包括販売による受注単価の最大化）
④価値提供（ブランド価値向上・企業価値向上・時間と手間の削減等）
⑤過剰サービス見直し（紙の銘柄減・校正回数減・営業訪問減など）
⑥独自技術およびサービスの開発・説明
⑦スイッチングコストの向上(データ預かり･版の保有･社員の派遣常駐等)
⑧割り増し料金の設定（特急・校正・保管・分納等）
⑨泣き寝入りコストの請求・転嫁（従来は未請求だった費用の請求）

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
⑥CSR／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・オウンドメディア（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インターンシップ学生（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

お客様から受注をいただく際に重視するスタンスはどれですか。
最も重視する番号と、次に重視する番号をご記入ください。

①顧客の希望する仕様に基づいて正確に見積書を作る
②顧客の作った仕様を効率よく集める受注を心がける
③顧客の希望する仕様に提案を含めるようにする
④顧客の課題や面倒などの諸状況から仕様を提案する
⑤顧客の意向を前もって聞いて仕様を提案する
⑥顧客のイメージやアイデアを形にする提案を重視する
⑦顧客に自社の売りたいものを提案する

最も重視（　　）　　次に重視（　　）

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　⑫SNS 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〇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）

⑬CO^2 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ワ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〇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　⑬１人当り売上高

⑭１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クリエイティビティ・発想・創造力
⑥ロジカルシンキング・企画提案力
⑦知的財産権（特許・実用新案権・商標登録・意匠権）
⑧デジタル技術・IT・データトランザクション
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〇で囲んでください。

①１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（価値共創・ローカルゼブラ）
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）
⑭パーパス経営（自社の社会的存在意義を明確にし社内外に訴求）

（　　）（　　）（　　）

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・採用

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
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

①OJT
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
（　　）

		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
③ＩＴ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・プロンプト作成等）
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. 採用チャネル

人材採用の際に、重視するチャネル（接点）を３つ選んでご記入ください。

①求人サイト（リクナビ・マイナビ等）
②求人検索エンジン（Indeed・求人ボックス等）
③自社採用サイト（オウンドメディア・SNS 含む）
④就職情報誌・採用パンフレット
⑤大学・学校への求人票送付
⑥合同企業説明会・イベント
⑦自社主催の企業説明会・イベント
⑧ハローワーク（公共職業安定所）
⑨インターンシップ
⑩人材紹介（エージェント）
⑪紹介（リファラル・縁故・倒産企業等から）

（　）（　）（　）

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

2025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	使途
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、該当の項目に〇をご記入ください。

		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	協働ロボット		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	バリアブルデータ印刷		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（バリアブル加飾）		1－2－3－4－5			
12	生成AI（画像系）　※有料契約（Adobe除く）		1－2－3－4－5			
13	生成AI（テキスト系）　※有料契約		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	資材料発注の電子化（脱FAX）		1－2－3－4－5			

3. 2026年4月～2027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みます。

- ☐ 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（2025年）と5年後（2030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
2025年度実績	100%	%	%
2030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、採用・賃上げ、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・採用・賃上げ等：

6. 設備動向（印刷機）

1. オフセット枚葉印刷機

※フォーム印刷機、シール・ラベル印刷機、フレキソ印刷機は、「4.その他の印刷機」に記入してください。

1－1.オフセット枚葉印刷機：現在の保有状況

	スペック								取得された時期					今後の更新（置換）予定		今後の廃棄・売却予定	
	版サイズ		胴数	台数	片面	両面専用	両面兼用	UV	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															
例1	菊	全	6	1	1				1								
例2	菊	全	4	2	1		1	1		1		1		1			
例3	四六	半	2	1		1					1					1	
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	

1－2.オフセット枚葉印刷機：向こう3年間の取得予定

	スペック								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	台数	片面	両面専用	両面兼用	UV			1年以内	3年以内	
	判型	サイズ							増	換			
1													
2													
3													
4													
5													

1－3.オフセット枚葉印刷機：過去3年以内の廃棄または売却

	スペック							廃棄・売却実績（済み）	
	版サイズ		胴数	台数	片面	両面専用	両面兼用	1年以内	3年以内
	判型	サイズ							
1									
2									
3									
4									
5									

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		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	表 ／ 裏										
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				1年以内	3年以内	
	判型	サイズ	流目	表 ／ 裏		増	換			
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		1年以内	3年以内
	判型	サイズ	流目	表 ／ 裏			
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
					1年以内	3年以内	5年以内	5年以上前	高 ←→ 低
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
パンフレット		1－2－3－4－5
ポスター		1－2－3－4－5
名刺		1－2－3－4－5
カタログ		1－2－3－4－5
チラシ（新聞折込み）		1－2－3－4－5
チラシ（配布・同梱・ポスティング等）		1－2－3－4－5
ダイレクトメール		1－2－3－4－5
サイン（看板、垂れ幕、のぼり等）		1－2－3－4－5
ディスクロージャー CSR・環境・統合報告書等		1－2－3－4－5
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

（2）生産方式	③取扱い	④需要見込み 増加←不変→減少
オフセット枚葉機		1－2－3－4－5
オフセット輪転機		1－2－3－4－5
デジタル印刷・トナー		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
デジタル印刷・ワイドフォーマット		1－2－3－4－5
フレキソ		1－2－3－4－5
グラビア		1－2－3－4－5
非印刷・付加価値サービス		1－2－3－4－5
上記のサービス名・分野等あれば （　　）		

（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
自社独自開発商品		1－2－3－4－5