

印刷業界新入社員の 現実的な成長意欲

—「確かな生活基盤」と 「プロとしての技能習得」を求めて—（後編）

河原 啓太・松津 昌恵

公益社団法人日本印刷技術協会 研究・教育部

本稿では、8月号所収の前編に引き続き、「新入社員意識調査2026」結果報告の後編を収録する。前編では、調査回答者計237名の属性および就職活動における傾向などの整理を皮切りに、「入社前の不安」「上司に求める要素」といった主要テーマについて分析を行ってきた。後編では、「将来のキャリア観」をはじめ、生成AIやサステナビリティといったトレンドに対する向き合い方などを分析し、最後にまとめとして採用広報・教育研修・キャリアパス・組織管理・技術導入の5つの観点から、若手人材の早期戦力化と定着を促進し、印刷業界の持続的な発展に資するための具体的な示唆を提示していく。

6. 入社後の展望と働き方

魅力的な働き方・利用したい制度

新入社員が魅力的に感じる働き方や制度については、時間の自律的な管理と、専門性向上への支援をセットで求める現実的な姿勢が垣間見える。最も多くの回答を集めたのが「フレックスタイム制」で、「資格取得支援」「時短勤務」「テレワーク」「研修制度」「副業」と続く（図17）。

フレックスタイム制や時短勤務、テレワークといった「時間や場所」に関する制度が上位を占めている点

は、「生活の質」に対する新入社員の極めて合理的な評価と合致する。フリーコメントでも、「自分の趣味と両立させながら仕事をするため」という声があり、会社中心の生活ではなく、個人の時間をいかに確保して充実させるかを制度選択の基準にしていることがうかがえる。言い換えると、「魅力的な働き方」とは単なる休みやすさではなく、自分の生活スタイルに合わせて仕事を調整できる柔軟性を備えた働き方のことを指しているともいえる。

「資格取得支援」に多数の回答が寄せられているのは、図11で「仕事に必要な専門知識・技能」に多くの

回答を寄せた新入社員の心理状態と連動している。また、図13においても資格取得を「自身の武器にしたい」「客観的な信頼につながる」と捉えているように、会社からの金銭的・制度的なバックアップを強く期待している。「研修制度」への関心も一定数あり、「会社で自分の市場価値を高める機会があるか」をシビアに見極めている。

「副業」を魅力的と感じる回答者が約4人に1人存在する点は、現代の新入社員のキャリア観を反映している。副

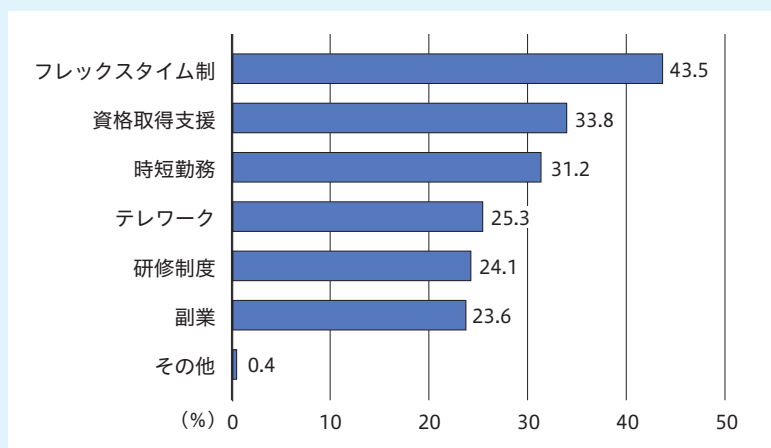


図17 魅力的に感じる働き方や、利用したい制度（複数回答可）

業への関心は2025年度の調査でも一定数の新入社員から示されており、その傾向は継続している。一つの組織に全てを委ねるのではなく、自らのキャリアや収入源を自律的に構築したいという考え方がうかがえる。



新入社員は会社が用意した一律の働き方に適応するのではなく、自らのライフスタイルや成長目標に合わせてカスタマイズできる環境を求めている。すなわち魅力的な職場とは、「時間や場所の制約を自らコントロールでき、かつプロとしての成長を実利的に支えてくれる場」である。今後の組織運営においては、フレックスタイム制や資格取得支援といった新入社員の生活の質とキャリアの武器を同時に充足できる制度を整え、運用することが、若手人材の納得感と定着につながるであろう。

入社した会社での勤続年数

入社した会社にどのくらいの期間、勤務したいかを質問したところ、「長期的な安定」を望む層と、「自身の成長や環境の変化」を優先して見極めようとする慎重な層とに傾向が二極化している。最も多かった回答は「未定」で、次いで「定年まで」「3～5年」「10年以上」であった（図18）。

まず、「定年まで」「10年以上」の長期勤務を希望する新入社員は、合計すると全体の3割強を占める。フリーコメントからは、腰を据えて専門性を磨きたいという意欲と、生活の安定を求める本音の両方が読み取れる。「定年まで働き、知識を深めていきたい」「手に職を付けるようなことをしたい」「一度、自分の意思で

入った会社なので…長く会社に貢献したい」といった技術習得と組織への帰属意識をセットで捉える意見が目立つ。そして、「転職せずに貢献できるに越したことはない」「腰を下ろして安定したい」「転

職は手間がかかる」などの変化を好まない合理的な安定志向も見受けられる。「80社以上見てきて、今就職した会社が最も自分に合っていると直感して…納得して入社した」という選考段階でのマッチングが長期志向につながっている例もある。

他方、「未定」「3～5年」と回答した層は、会社という組織を絶対的な存在とは見ておらず、自らのキャリアやライフプランに合わせる柔軟な姿勢を持っている。「判断できるほど、まだ働いていない」「長く働きたい気持ちはあるが、働いてみないと合う・合わないが分からない」といった新入社員側での一種のお試し期間的な意識が非常に強い。

また、「実力を付けてさらにステップアップしたい」「スキルを身に付けて出版業界に行きたい」「3～5年働いて社会人としての経験を積みたい」「能力を極めたら退職を考えるとと思う」など会社を自己成長のための場として割り切るドライな考え方も一般的になっている。「人生何があるか分からない」「結婚などのライフステージが変わったときに、また考えたい」というコメントも多くあり、「私生活の変化に仕事を合わせる」という価値観が定着している。



コメントの内容を精査していくと、どのような場合に辞めるのかを具体的に想定している新入社員も少なくない。「3年後に自分自身のスキルや状況を振り返り、成長していると思えなかった場合にはいろいろな道を考える」というように成長を継続の条件とする厳しい姿勢を示した回答が多く見られた。「やりたいことが今のところないので」といった消極的な理由で会社にとどまる一方、「他にやりたいことができれば、それを優先したい」と目的が見つかり次第、離職することを示唆する声もあった。

現代の新入社員にとって、「入社＝一生の保証」という感覚は希薄である。「せっかく入ったので、長く頑張りたい」という願望を持ちつつも、それが叶うかどうかは「自分に合った環境か」「成長できるか」「生活の変化に対応できるか」という条件次第であると、現実的に捉えている。そのため企業は、この見極めの期間において技術習得を早期にサポートし、成長したという実感を与えることが不可欠である。定着を促すためには長期的なキャリアパスだけでなく、ライフイベントに柔軟に対応できる働き方や、資格の取得支援など

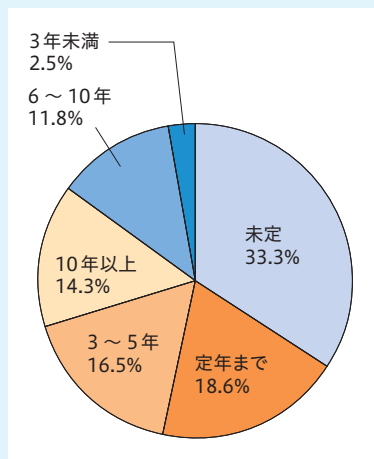


図18 入社した会社でどのくらいの期間、勤務したいか

自分の市場価値を高められるメリットを提示し続けることが、エンゲージメントを維持することになる。

経営幹部・管理職への昇進の希望

経営幹部・管理職への昇進意欲については、管理職というキャリアパスが唯一の正解ではなくなっていることが明らかとなった。「はい」は22.3%にとどまり、「いいえ」が25.9%、そして最も多かったのが「分からない」(51.8%)である(図19-1)。

昇進に意欲的な層(50名)の動機を分析すると、「成長・挑戦したい」が突出している(図19-2)。次いで「報酬・地位」「チームを引っ張りたい」「業界を変えたい」である。役職は単なるステータスや金銭的報酬のためだけではなく、自己をアップデートし、新しい領域へ挑戦するための機会としても捉えている。

一方、昇進を望まない層(58名)の理由を見ていくと、「責任ある立場を望まない」「関心がない」「専門分野のエキスパートを

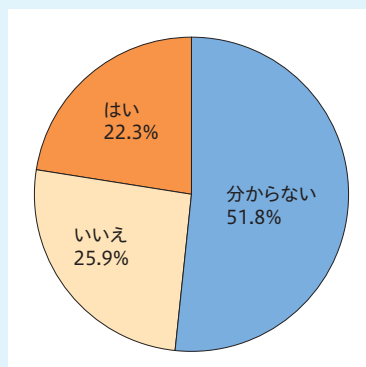


図19-1 将来、経営幹部・管理職に昇進したいと考えているか

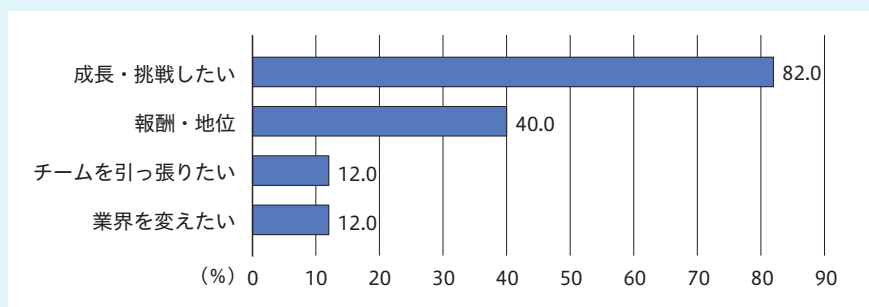


図19-2 図19-1で「はい」と答えた理由(複数回答可)

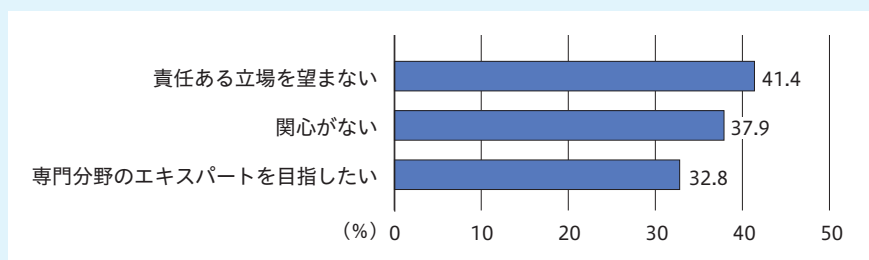


図19-3 図19-1で「いいえ」と答えた理由(複数回答可)

目指したい」の順である(図19-3)。マネジメント業務よりも、特定の技術習得や現場での自己研鑽に価値を見いだす、いわば職人気質なキャリア観も根強く存在することを示唆している。

以上のように、新入社員は必ずしも全員が管理職を目指しているわけではない。専門性を追求するエキスパートとしての道も、重要な選択肢となっている。企業には管理職一辺倒ではない多様なキャリアパスの提示や、専門職を正に評価する制度の拡充など個々の価値観に応じた柔軟なキャリア支援を行っていくことが求められる。

7. 生成AI・サステナビリティ・DX

業務で生成AIを活用したいか

この設問に関して新入社員は、実務の正確性向上とデータ活用による効率性に期待していることがうかがえる。最多の回答は「校正・エラー検知」であり、「顧客データ分析」「生産効率化」「デザイン案自動生成」がそれに続く(図20)。

すなわち、生成AIをクリエイティブな道具としてもよりも、まずは実務を確実かつ迅速に進めるための補助ツールとして捉えていることが読み取れる。「校正・エラー検知」への期待は、ここまでの分析で示してきた

「仕事についていけるか」「専門知識の欠如」といった不安と密接に関係している。人の目では限界がある細かなミスをAIでカバーしたいという実務的な切実さである。また、「顧客データ分析」「生産効率化」も3割以上の支持を得ているのは、印刷工程が複雑であることを理解したうえでボトルネックをテクノロジーで解消しようとする、合理的な姿勢の表れでもあろう。

フリーコメントには、選択肢にない具体的な活用アイデアや、導入に対する冷静な警戒心が寄せられた。例えば具

体的な使用場面として、ウェブサイトのコーディングやシステムプログラミングにおける技術的な補助をはじめ、アイデア出しや不明点の要約・検索といった活用法を想定した意見も見られた。また、ある回答者は「AI導入のために入社したので、全てに活用したい」と述べており、このような層も存在しているとみられる。一方、「著作権の問題や、大衆の中にはAI生成物を嫌う人も少なくないので、デメリットが多いように感じる」といった鋭いコメントもあった。技術の便利さだけでなく、法的・社会的な受容性も判断の材料にしようとする新入社員の知的な慎重さを象徴している。

そして、「分からない」「特にない」とした回答者が合計で約3割存在している点も、無視できない。これは、生成AIを身近な実務ツールとしてイメージできていない層が一定数いること、あるいは印刷業という品

質と信頼が重視される業務において、AIの導入には慎重な姿勢をとっている可能性も考えられる。



新入社員にとって、生成AIは自らの可能性を広げる武器として期待される一方、リスクを伴う諸刃の剣としても認識されている。従って、安易な自動化ではなく、校正やデータ分析といった確実な成果に結び付く実務領域での活用を求めている。

そのため、今後の組織運営においては、アイデア出しやコーディングといった具体的なニーズをくみ取りつつ、権利関係などへの懸念に対して明確なガイドラインを策定していくことが不可欠であろう。新技術への期待と慎重さを併せ持つ新入社員のバランス感覚を生かし、安全かつ納得感のある利用推進を図ることが、組織のデジタル変革を加速させる。

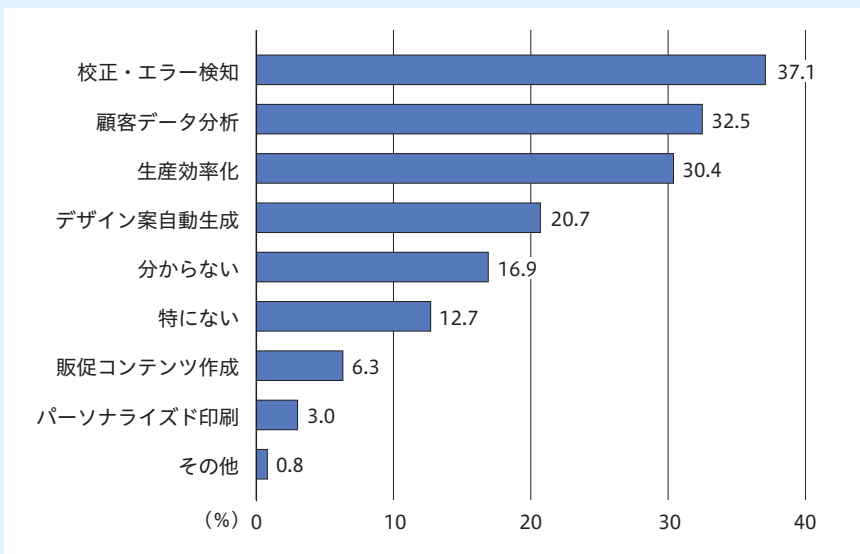


図20 業務で生成AIを活用したい場面（複数回答可）

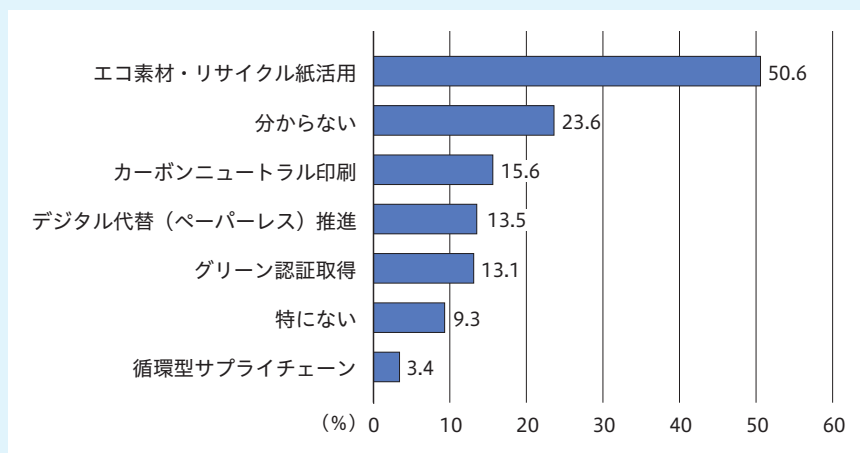


図21 サステナビリティ（持続可能性）に関して印刷業界に期待すること（複数回答可）

サステナビリティ（持続可能性）への期待

印刷業界のサステナビリティ（持続可能性）に対してはどうか。回答は、「環境に配慮した素材の活用」という具体的かつ視覚的な取り組みに集中している（図21）。最も多い期待されているのは「エコ素材・リサイクル紙活用」で、「カーボンニュートラル印刷」「グリーン認証取得」といった専門的な項目を大きく上回った。この結果は、図6や図12において、サステナビリティがわずかな支持しか得ていなかったことと対照的である。

新入社員にとって「サステナビリティ」という概念は、自らの生活や教育内容の優先順位としては低く、印刷業界が扱う「紙」という実体を通じてのみ、その必要性を具体的にイメージしていることが推測される。一方で「分から

ない」という回答も一定数存在している。このことは、印刷業界が直面する課題に対する具体的な認識が、まだ十分には浸透していない状況を表している。

フリーコメントには、環境問題にとどまらず独自の視点での期待が寄せられた。「伝統的な印刷技法の存続」などの文化継承や、「夜勤がなくても経営できる会社になること」といった労働環境改善に

関する声である。新入社員は地球環境の持続可能性と同等、あるいはそれ以上に「技術の継承」や「働く人間の健全な継続性」を重視していることを、これらのコメントは物語る。

企業に求められるのは、単なる環境対応のポーズではなく、人や技術の持続可能性を担保する具体的な姿勢を示すことであろう。それが結果として新入社員の安心感を醸成し、組織への定着を促す。

DXの推進に必要なスキル・体制

新入社員は、テクノロジーの重要性は認識しつつも、例えばDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進において具体的にどのような変革が必要かについては、半数以上が判断を保留している。最多の回答は「分からない」で、「AI・データサイエンティスト」「サイバーセキュリティ」「クラウドDTP・Web to Print」と続く（図22）。

「分からない」が半数を超えているのは、新入社員にとってDXという概念が抽象的であり、自社の業務とどのように結び付くのか具体像が描けていないことが主な理由であろう。図12のフリーコメントにおいても、「お客様と話せる程度には知っておきたい」といった控えめな意見や、「最新技術がどうなっていくのかが気になる」など遠巻きの関心にとどまる。DXは実務上の手触り感のあるものではなく、外部からの変化として捉えていることがうかがえる。

他方、具体的なスキルとして約2割が「AI・データサイエンティスト」を挙げた背景には、業務効率化へ

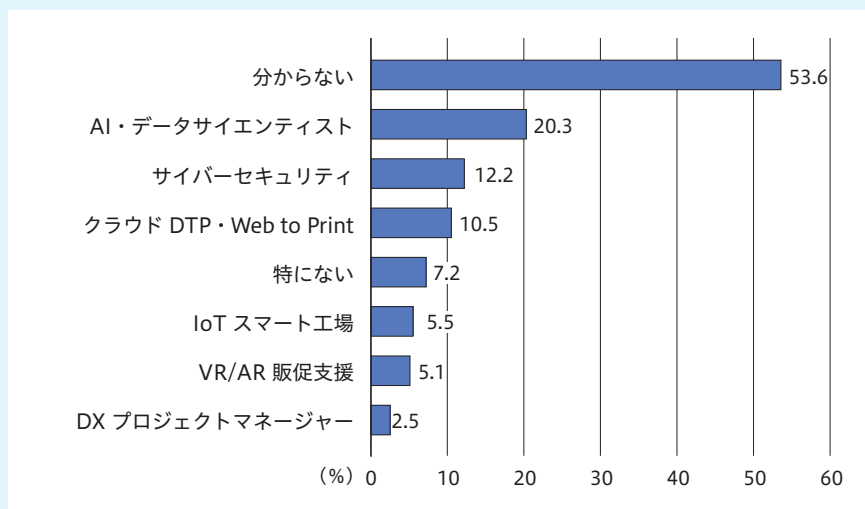


図22 DXの推進において印刷会社に必要なこと（複数回答可）

の期待があると推測される。図20で「校正・エラー検知」が最多回答であったことも関連しており、活用に向けて意欲的な声がある一方で、法的なリスクやデメリットを懸念するコメントも寄せられた。

「サイバーセキュリティ」については、情報を扱うプロとしての責任感の表れだといえる。「一つのミスが全体のミスにつながる」という業界特有の危機管理の意識が、デジタルの領域においても正確性・安全性を優先する姿勢に結び付いている。

「クラウドDTP・Web to Print」「IoT スマート工場」などの項目は、印刷業の核心に近い部分での進化を期待する層に支持されているようだ。現場実習を希望する新入社員にとって、製造工程の効率化は関心事の一つである。「営業として印刷の仕組みが分かれば、説得力が上がる」といった向上心が、デジタル技術を活用した納期管理や工程共有の必要性の認識へとつながっている。図14において「斜陽産業と言わせない」「変革を求められている」などの決意を表明した新入社員は、DXを「古い体質を打破するための手段」として肯定的に捉えようとしている。

新入社員の多くは、印刷業界がデジタル化の波に直面していることを冷静に理解している。だが、それに対応するための具体的なDXスキルについては、まだ自らのものとして認識できていない。そして、抽象的なDX推進の掛け声ではなく、営業の場面で活用できるIT知識やミスのないAI校正といった実務における具体的なツールの提示を期待している。

今後の体制構築においては、新入社員のITに対する苦手意識や不安をくみ取り、まずはサイバーセキュリティやAIの基礎教育といった守りと補助の両側面からデジタル教育を充実させることが必要だろう。現場のリアリティを重視する新入社員の姿勢を尊重し、「印刷のプロがデジタルを使いこなす」という納得感のあるステップを提示することが、会社全体のデジタル変革の加速にもつながる。

8. 仕事を通じた自己実現

印刷×他業界のコラボレーション

視点を少し変えて、印刷業と他業界とのコラボレーションに興味のある領域についても質問した。その結果、「エンターテインメント」「ファッション」という生活者に身近であり、かつ感性的な価値が高い領域に強い関心を寄せていることが明らかになった。最も多かった回答が「エンターテインメント（AR絵本など）」で、続いて「ファッション（オンデマンドプリントなど）」「食品（食用インクなど）」である（図23）。

これらへの関心の高さは、図5で「本や紙の製品が好き」「デザイン系の仕事がしたい」が上位にランクしたとと密接に関係していよう。新入社員は印刷技術を単なる製造手段としてではなく、表現を豊かにし、楽しさを提供するものとして捉えている。フリーコメントの中には、具体的にアニメ業界への関心を挙げる声もあった。AR（拡張現実）を活用した絵本などの新たな体験の提供は、図14における「可能性たっぷり」「変革期」などの前向きな展望の具体化だといえる。また、ファッション領域への興味は、オンデマンドプリントなどによる個々のニーズに合わせたものづくりへの関心の高さを反映している。

「食品」については、食用インクなどの特殊技術を用いた具体的な社会貢献のアイデアが寄せられている。フリーコメントでも、「食用インクで幼児向けのおもちゃに印刷したら、口にしても安全な

おもちゃにできそう」といった具体的な活用案が示された。印刷技術を「安全性」という付加価値に転換しようとする柔軟な発想である。

4位の「医療（パーソナライズドドラッグなど）」についても、各患者に最適化された情報の提供など「情報の整理・伝達」という印刷業界の強みを生かそうとする姿勢がうかがえる。また、選択肢以外の「その他」やフリーコメントでも、既存の枠組みにとらわれない多様な関心事が示された。「ネットでのニュースの伝達」や、「スポーツ」「音楽」といった趣味・ライフスタイルに直結する分野でのコラボレーションを望む声も多い。

一方、「分からない」とする回答も一定数ある。図22でも同様の傾向が見られたように、最新技術や他業界との具体的な接点については、まだ学習段階にあることから、入社後の実務を通じて可能性を模索するという慎重な姿勢をとっているものと考えられる。



新入社員は印刷業のことを、伝統を守りつつも他業界と交わることで新たな価値を生み出す変革の場として捉えている。紙への印刷だけにとどまらない、例えば「アニメ」「おもちゃ」「スポーツ」といった多様な領域と自社の技術を掛け合わせる、能動的な挑戦を求めている。

こうした「印刷×〇〇」という好奇心を尊重し、既存の枠を超えたプロジェクトの事例を提示したり、部署横断的なアイデア出しの機会を設けたりすることが、新入社員のエンゲージメントを高めることにつながる。そして新入社員の柔軟な発想は、印刷業界が進化し続けるための原動力であるともいえる。

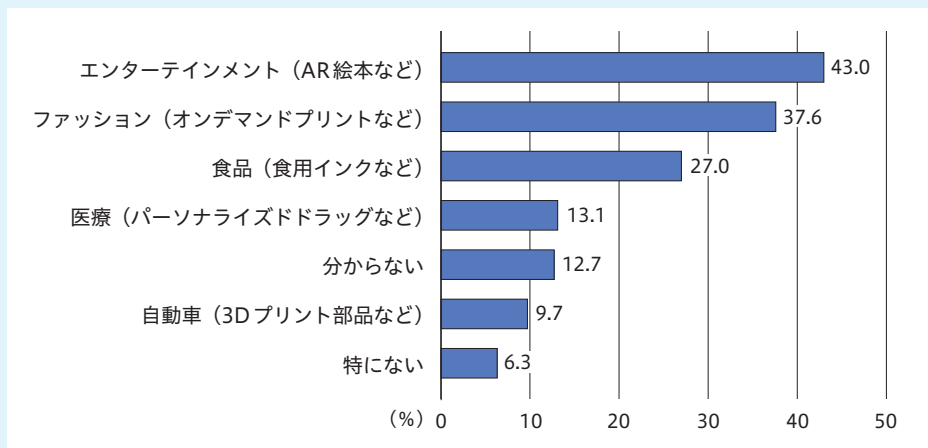


図23 他業界とのコラボレーションに興味のある領域（複数回答可）

仕事を通じて将来実現したいこと

将来実現したい目標や夢については、「プロとしての自己成長」「社会・顧客への貢献」「私生活の充実と安定」という3つの軸が並行して存在している。フリーコメントからは、単なる願望ではなく具体的かつ現実的なキャリア観を読み取ることができる。以下では、象徴的なコメントをいくつか紹介してみたい。

技術を習得して専門性を高める

最も多く見られたのが、目の前の仕事を覚え、専門性を高めようとする自己研鑽^{せん}に関する記述である。「パッケージ印刷におけるプロになりたい」「DTPオペレーターとしてマルチに働ける人材になる」「会社にある全ての機械に触れるようになりたい」など印刷・制作の現場で不可欠な技術を極めようとする意欲が強い。

「社会で強く生きていける力を付ける」「PCスキルや専門性に強くありたい」「知識と情報を吸収し、問題解決できる力を付けたい」といったどこでも通用する実戦的なスキルを求める声も目立つ。「社会人としてふさわしい大人になる」「全力で何事にも頑張ります」「どのような仕事も楽しんで行えるような人になりたい」などの新社会人らしい記述も散見された。

ものづくりに携わることのやりがい

印刷業というもののづくりの現場に身を置く者として、製品を通じた価値提供にやりがいを見いだそうとする姿勢も鮮明である。「自分が担当するお客様に信頼してもらうこと」「誰か1人でも役に立った、ありがとうと思ってもらえる人材になる」といった相手からの承認を目標とするコメントが多い。「自分が携わった商品が誰かの手に渡ること」「スーパーなどの身近な場所で自分のデザインした商品を見たい」「自分が作った製品を友達や親に買ってもらい、『すごい!』と言われること」などの「自分が作ったものが世に出る」という手触り感のある成果が活動の原動力である。同時に、「SDGsに貢献できる印刷物を実現して地球温暖化を止めたい」「医療に関する仕事で社会に貢献したい」「印刷を活用した地域活性化」といった社会的な意義を見いだそうとする高い志も示されている。

また、業界が転換期にあることを理解したうえで、その未来を自ら切り開こうとする能動的なコメントも寄せられた。「紙がなくなる方向で動き始めている現代

で、印刷会社が生き残るには何が必要かを考えながら働きたい」「紙とインターネットのハイブリッドを進めていきたい」といったデジタル時代における印刷の在り方を模索する姿勢が見られる。「印刷物が世の中に必要不可欠であることを世の中に伝えたい」「印刷業界がこれからも末永く続く業界になってほしい」「時代が進んでも印刷業界を風化させないように精進します」など自らが業界の担い手であるという自負を感じさせるコメントも力強い。

プライベートの充実と将来の目標

仕事のやりがいと同様、あるいはそれ以上に、個人の生活を重視する冷静な視点も数多く見られた。「広い家に住める程度の安定した暮らしがしたい」「安定したお金をもらって、良い家庭を作る」「生活に困らないくらいのお金を安定して稼ぎたい」など経済的な安定を率直に求める声は少なくない。そして、「夜勤がなく、みんなで楽しく働くことができる職場」「体調を崩さないようにする」「仕事で得た知識を私生活でも生かし、プライベートを充実させていきたい」といった記述からは、新入社員の多くは持続可能な働き方を求めていることを示唆している。

既存の枠組みにとらわれない、独自の目標を掲げた新入社員も存在する。例えば「会社を自分で作って社長になりたい」「いつか独立した会社を建てたい」「漫画家やイラストレーターになりたい」などの組織に依存しない自律的なキャリアパスを描いている。「機長（現場の責任者）になりたい」「父が部長だからそれを超える」「政治家」といった具体的なロールモデルを挙げるコメントも見られた。



印刷業界のことを自らのスキルを磨く場として活用しながらも、社会に具体的な価値を届けるという理想を抱き、同時に自分自身の豊かな生活も守りたいという、ハイブリッドで合理的な将来像を多くの新入社員が描いている。「会社を支える一員になりたい」「信頼される人になりたい」といった目標をスローガンで終わらせないためには、1日でも早く仕事を覚えたいという新入社員のエネルギーを適切に受け止めること、そして確実な技術習得と、関わった製品が世に出る喜びを早期に体験させることが不可欠であろう。豊かさへの多様な欲求を尊重しつつ、それを組織の成長に結

び付けるような対話を継続することが、新入社員の定着と活躍を促す鍵となる。

9. まとめ

2026年度の新入社員意識調査から得られた知見に基づき、印刷会社・同関連企業が今後取り組むべき具体的な施策について、本稿の結びに提示したい。

①採用広報

抽象的なメッセージから実利・実体の提示へ

新入社員は企業の将来性やビジョンよりも、具体的な業務内容や待遇、残業時間といった実利的な情報をシビアに受け止め、企業選別の基準にしている。モデルケースのような抽象的なイメージではなく、実働時間や有給取得の実績、配属後の具体的な作業内容を詳細に開示した方がよい。

個別最適化されたフォロー体制の構築

学生はオンラインでの集団イベントよりも、人事担当者からの個別連絡（メールや電話など）に強い安心感を抱いている。従って内定者に対しては「一対多」の広報ではなく、「一対一」の丁寧な対話を継続することが、内定辞退と離職防止の鍵となる。

②教育研修

身体的体験を軸とした不安解消プログラム

新入社員は「プロとして通用するのか」という強い不安を抱えており、具体的かつ専門的な武器を早い段階で手にすることを望んでいる。そのため、座学中心の研修ではなく、五感で理解できる工場見学や実習などを研修の軸に据えるべきであろう。機械の音や匂い、現場の空気に触れることで、初めて働く自分を具体的にイメージでき、知識を吸収できる。

即戦力化を支える資格取得支援

資格取得を「自身の武器」「客観的な信頼」と捉える傾向も強い。企業側は受験料補助や社内勉強会開催などの制度面を整え、成長意欲に実利で応えることを考慮したい。

③キャリアパス

管理職一辺倒ではないエキスパート職の確立

管理職への昇進を望む者は全体の約2割にとどまり、

他方で望まない者のうち3割強は専門性の追求の方を希望している。そのため、管理職コースだけでなく、技術やデザインの専門性を極める現場のスペシャリスト（専門職）としてのキャリアパスも定義すべきではなかろうか。専門職であっても管理職と同等、あるいはそれ以上の処遇が得られる仕組みを作ること、新入社員の高い成長意欲を組織の定着へとつなげられる。

④組織管理

心理的安全性を担保する公平なフィードバック

上司や先輩に対しては、威圧的なリーダーシップではなく、個別の事情に寄り添う丁寧な伴走者であることが期待されている。「好き嫌いで判断しない」という切実な声に応えるため、評価基準を可能な限り客観的かつ数値で示していきたい。

ポジティブな承認文化の醸成

努力を認める言葉や、具体的な改善点を指摘するフィードバックは、新入社員のモチベーションを維持するための決定的な要素となり得る。ミスを恐れずに質問できる雰囲気を作ることが、新入社員にとって働きやすい環境を整えることになる。

⑤技術導入

実務を固めるテクノロジーの活用

生成AIやDXに対しては、魔法のツールとしての過度な期待はしていない。むしろ、実務の精度を高める手段の一種として捉えている。「仕事に付いていけるのか」という不安を軽減するためにも、校正やデータ分析といった「正確性が求められる実務の補助」としてAIを早期に導入・提供すべきではなかろうか。

具体的なリスク教育の実施

新入社員の著作権やセキュリティへの慎重な姿勢を尊重し、使用を促すだけでなく安全に活用するためのガイドラインをセットで提示する。そのようにすることで、納得感のあるデジタル変革を促進できよう。

＊

本稿の分析が、新人育成方針や採用戦略を再考する契機となり、若手人材の定着と活躍を両立させるための第一歩につながれば幸いである。末筆ではあるが、調査にご協力いただいた宮城・岐阜・愛知・石川・富山の各県印刷工業組合の皆様、およびご回答いただいた新入社員の皆様に改めて感謝を申し上げたい。