



平成会
セミナー

決算書の読み方から 強い会社作りへの第一歩へ

地銀での勤務経験がある山口氏はまず損益計算書（P/L）を題材に、売上や利益の数字だけでは会社の状況を十分に把握できないことを説明。続いて貸借対照表（B/S）を取り上げ、資産と負債のバランスを確認することで企業の体質や安定性を判断できると紹介しました。普段は難しく感じる数字も、具体的な例を交えた解説で理解が進みました。

さらに、金融機関が融資の際に参考にする「格付けスコアリングシート」について



9月24日、平成会主催のセミナー「社長！それ利益じゃなくお金ですか？知らなきゃ損する、お金とリスクの本当の話」が開催されました。講師はソニー生命保険株式会社コンサルティングライフプランナーの山口陽氏^{あきら}。銀行営業の経験を踏まえ、決算書の読み方や金融機関の視点について、実務に役立つ解説をいただきました。〔平成会 ㈱ジオン 今井克〕



平成会 宇野会長(左)と講師のソニー生命保険(株) 山口さん

も解説がありました。決算書の数値をもとに点検し、信用力や将来性を評価する仕組みを学ぶことで、銀行がどこを見ているのかが明確になりました。これは自社の経営改善を考える上でも大きなヒントになります。

数字の背景を理解することが、リスクに備え強い会社をつくる第一歩であると感じられる、有意義なセミナーとなりました。セミナーの終盤、大阪の大御所が講師の見解をただす場面も。まだまだ若輩の平成会メンバーはついていけないようなハイレベルな討論を見聞きすることもできました。

会長の横目

学びの行事を催行できてよかったです。何か気付きを得られたと存じます。セミナー本筋の話からは少し逸れることですが、SNS等を駆使した採用施策について質問があり、強い会社作りという意味において人の採用に話が及んだのが経営者目線だなと感じました。

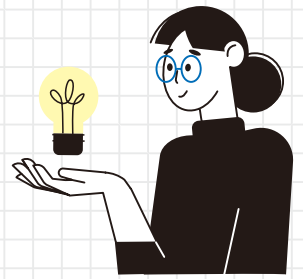
当社でも採用面接にお越しになる方の多くがインスタをご覧になっており、社長自らがダンスしていて楽しそうな会社と思った！等感想をいただきます。一方でネガティブな面を見せる機会はほとんどなく、大なり小なり入社後ギャップを感じることもあろうかと思っています。

折角の採用投資がギャップ起因で水の泡になるのは誰の得にもならず採用面接ではリアルも知っていたくことが大切と思えました。講師の山口氏の回答でも幾多の企業でSNS採用の定着率が低いということだったので、まずは誰にどこを見ていただいても誇れるそんな会社作りに注力しようと気付くことができました。（平成会会長 ㈱研美社 宇野伸弥）



近年、印刷業界は大きな変革の時代を迎えています。従来の「印刷物を作るだけ」のビジネスモデルは限界を迎えており、顧客の多様化するニーズに応えるためには、単なる印刷会社から「ソリューションデザイン&バリュープロバイダー」へと進化することが求められています。本稿では、印刷会社が直面する課題と、その進化のポイント、そしてDXやAIを活用した新たな価値創造の方向性について考察します。

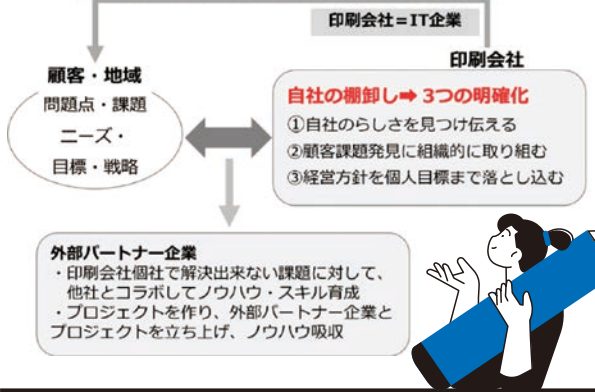
(富士フィルムグラフィックソリューションズ(株) 広報宣伝部 前田正樹)



顧客の期待に応えられる新しい企業イメージへの変革

- ・ 自社を棚卸し、リブランディングしWebを中心に自社PRの強化。
- ・ 課題把握力・提案力及び営業力強化によるベストパートナー企業へ。
- ・ 個社での実現は難しく、時間がかかるためにコンサル、外部企業コラボ、ネットワークなどの「外部の力」の活用。

リブランディング・事例紹介と自社PR(自社Webサイト)



- 顧客の本質的な課題を捉える営業力の不足
 - 自社のリブランディングやPRの不足
 - AIやDXを活用した新規事業創出や生産効率化の遅れ
 - 厳しい環境下での人材育成の難しさ
- 全国各地の印刷会社経営者に取材やアンケートを実施したところ、多くの共通の悩みが浮かび上がりました。経営者たちが口を揃えて語るのは、「このまま現状維持では会社の将来はない」「変革をしなければ生き残れない」という深刻な危機意識です。では、具体的にどのような課題が経営の足かせになっているのでしょうか。

印刷会社の進化ポイント

1 自社の棚卸しとリブランディング

印刷会社が進化するためのポイントは大きく3つに整理できます。

まずは自社の強みや「らしさ」を明確に定義し、リブランディングを行うことが必要です。

これまでの歴史や受け継がれてきた技術、社風などを徹底的に棚卸しし、「私たちはどんな会社なのか」「どんな価値を提供できるのか」を言語化しましょう。リブランディングは単にロゴや名刺を刷新することではありません。社内外のブランド

● 顧客課題に対するソリューション提案力やプレゼン力の強化が必要

このような状況を打破するためには、なぜ変われないのか、どのような障壁があるのかを分析し、進化のヒントを見つけることが重要です。

2 顧客課題発見力と提案力の強化

認知を強化し、社員一人ひとりが自社の価値を誇りに思い、発信できる状態に作り上げることが理想です。この「インナーブランディング」がしっかりと機能することで、対外的なブランディングやPRにも一貫性が生まれ、顧客の信頼獲得や新規開拓の土台となります。

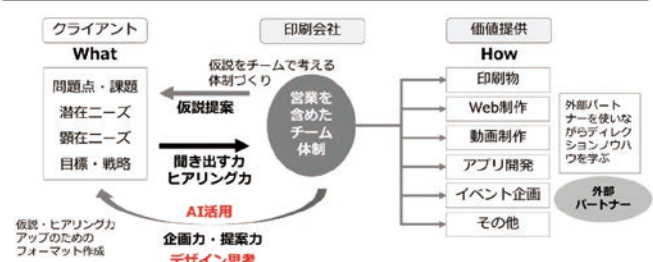
具体的な施策例としては、社内ワークショップでの自社価値の再定義や、ブランドガイドラインの策定、社長メッセージや企業理念の刷新が挙げられます。こうした取り組みは、従業員のモチベーションアップや社内コミュニケーションの活性化にも直結します。そして社内外におけるブランド力の強化を図り、社外PRにもつなげます。

印刷会社がただ印刷を請け負うだけでなく、お客様の事業課題やマーケティング目標の達成に寄与するパートナーとして認められるためには、顧客の本質的な課題を発見し、最適解を提案する力が不可欠です。営業担当者は「ヒアリング力」を磨き上げる必要があります。顧客への質問の質を高め、言葉の裏に隠れた悩みや要望を丁寧に抽出しましょう。さらに、集めた情報を「課題の分解」「仮説検証」により整理し、最も適した解決策を組み立てる能力が求められます。また、提案内容を魅力的かつ論理的に伝えるための「プレゼンター

3 最新技術と外部リソースの積極活用

AIやDXを活用した生産効率化や営業力強化、新規事業創出は不可欠です。自社だけで解決できない課題は外部パートナー企業と連携し、

What(課題)→How(価値)へ価値変換できるスキル・ノウハウの獲得



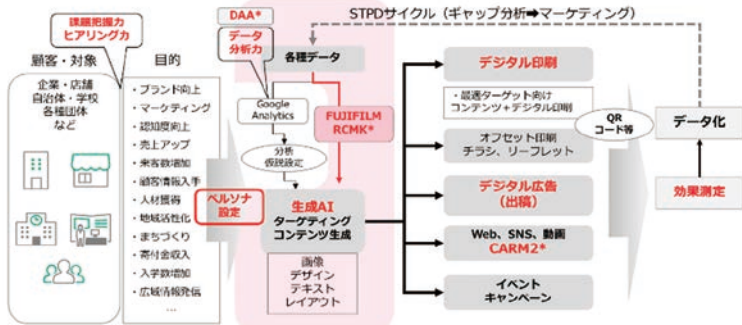
- ・ 顧客の周辺問題から、あるべき姿の設定と現状のギャップを認識 (AS IS/TO BE)
- ・ 仮説設定のために、AIを活用 (ヘルプナ設定)
- ・ 顧客のお困りごとの本質を探り出す (なぜなぜの深掘り)
- ・ 顧客の出来ない事、難しい事、面倒な事、人手が不足している事がないか探索 (BPO)
- ・ 価値提供のためのソリューションを外部と連携、ディレクションノウハウを吸収 (育成)

ソリューションデザイン&
バリュープロバイダーへの進化

AIの積極的活用+デジタル印刷による価値提案

DX/AIの活用+デジタル印刷

・マーケティングAIツールの有効活用による、付加価値付与、業務効率化の恩恵を得る



・RCMKは、富士フイルムビジネスソリューション株式会社のマーケティングDXを支援するクラウド型プラットフォームです。
 ・CARM2は、株式会社ワイズの次世代型販促支援サービスです
 ・DAAは、株式会社イリスホールディングスの次世代型印刷業社最優秀プログラムです。

FUJIFILM Holdings Corporation 3

ノウハウやスキルを吸収するようにします。これにより、業務の省人化や自動化、快適な職場環境づくりも推進されます。

また、「新規事業創出」として、たとえばAIを駆使したマーケティング分析ツールによって顧客の購買行動を予測し、効果的な販促物を提案するサービスなど、これまでの印刷とは違った価値提供が可能です。

自社だけでなく、外部の専門企業やITベンダーと連携し、自社の弱点を補完しスピーディーな改革を実行する戦略が有効です。

近年、AI等のデジタル技術の進歩は印刷業界の可能性を大きく広げています。

AIの活用については、先日弊社でウェビナーを実施し、そのアンケートからAIをすでに活用もしくは活用計画があると72%の回答を得ました。活用計画の目的は多い順に、クリエイティブ、営業活動、マーケティング、生産ワークフローの順。

またすでに活用している企業は、多い順に情報収集、デザイン制作、ワークフロー管理、プログラミングとなっていました。AIにより社内の効率化が進められる中、同時に営業活動やマーケティングでの活用が検討されていることが読み取れます。AIを活用したマーケティングツールが顧客の属性や行動パターンを分析し、精緻なターゲットニングを可能にすることで、単なる「印刷物」から「顧客に響くコンテンツ」への進化が期待できます。

DX・AI活用とデジタル印刷の融合による新たな価値創造

そこにデジタル印刷技術を組み合わせることで、単一の販促物ではなく、顧客それぞれにパーソナライズされたDMやパンフレット、販促ツールの作成が可能に。加えて、施策実施後の効果測定も迅速に行い、PDCAサイクルを即座に回せる体制が構築できます。

ここで重要なポイント忘れてはいけません。それは顧客との良好なビジネスパートナー構築のためには、顧客との目的の共有化が重要であるということです。顧客は印刷物やWebサイトの制作が目的ではなく、新規顧客獲得・売上増といったある目的や課題解決の実現のために印刷物やWebサイトの活用を検討しています。したがって印刷会社の営業は、その顧客の目的（ゴール）を達成したのか、していなければ要因は何かを確認する必要があります。これは印刷会社営業が不足している点ではないでしょうか。この確認作業により、ベストパートナーとして関係強化されていくはずです。

印刷業界を支えるFUJIFILMの最新プラットフォームとツールの活用

ここで必要になるのがデータの収集と分析力、そして効果的なタイミングでのメディアに展開すればいいかを考えるディレクション力が問われます。またデジタル印刷の場合、できるだけ人手をかけないJOBフローも重要となります。

FUJIFILMではデータ分

「まとめ」印刷会社の未来を切り拓くために

AIやデジタル技術を活用した高度な課題分析、効果測定と次回提案の繰り返しにより、顧客満足度を高められます。組織全体のチーム体制強化やリブランディング、そして外部パートナーとの協業も重要な鍵となります。また、「紙」の価値を再評価し、その特性を活かした高付加価値の提供も競争力強化につながります。

こうして「ソリューションデザイン&バリュープロバイダー」への進化を図ることで、印刷会社は顧客の経営戦略やマーケティング戦略のパートナーとしての役割を果たし、従来の枠組みを超えた新たなビジネスモデルを創造していくことが可能です。今まさに、印刷会社の未来が、大きく拓かれる時代を迎えています。

析、配信・発信メディアの最適化をAIが処理する「Revoria Cloud Marketing」を提供しています。また印刷生産フローの効率化のため、パーソナライズデータ処理（FormTag）、ワークフロー自動化処理（Revotax）、オフセット品質のデジタル印刷機（Revotia Press）を展開。一気通貫の効率のいいJOBフローを提供しています。

11月の活動予定

状況により中止・変更の可能性もあります

1	土	
2	日	
3	月	
4	火	
5	水	OGS 役員会 (堺・ホウユウさん開催)
6	木	
7	金	ジャグラー全国協議会 (東京)
8	土	
9	日	
10	月	
11	火	JP セミナー
12	水	
13	木	
14	金	
15	土	

今後の予定

12月3日(水) OGS 役員会・忘年会
※詳細については後日ごあんない予定

2026年1月15日(木) OGS 新年互礼会
ウェスティンホテル大阪

16	日	
17	月	
18	火	印関協 マスターズ倶楽部の集い
19	水	
20	木	
21	金	
22	土	
23	日	
24	月	
25	火	近畿地協幹事会 (リモート開催)
26	水	
27	木	印関連 印刷産業人ゴルフ大会
28	金	
29	土	
30	日	

ジャグラー文化典 近畿・大阪大会

2026年 6月20日(土)

| 総会・文化典・記念式典・懇親会等は20日(土) |

役員会報告

日 時：2025年10月9日(木) 18：00より

場 所：JP ビル 8 階会議室(一部リモート参加)

出席者：小幡理事長、岡副理事長、木原副理事長、佐藤専務理事、
田治理事、田中理事、東條理事、中田理事、宗次理事、
オブザーバー：平成会 宇野会長

報告事項 その他

【ジャグラー本部】

- ・11月7・8日 ジャグラー全国協議会(東京)について

【近畿地協】

- ・10月16日(木) 15時～ 大阪大会全体会議(リモート)

[今後の地協関連行事予定]

- ・11月7～8日 ジャグラー全国協議会
- ・11月25日(火) 15：30～ 地協幹事会(Zoom 開催)
- ・来年2月(日程・詳細未定)京都府支部担当 幹事会・勉強会他

【OGS】

- ・10月25日(土)OGS ゴルフコンペ途中経過報告
- ・11月5日役員会スケジュールその他

- ・忘年会のスケジュールその他について

12月3日(水) 大阪ガーデンパレス(新大阪) @ 8,000

賛助会員1社1名は無料招待、2名以降は実費

役員会 17：30～、忘年会 19：00～

(受付開始は18：30～)

- ・オンライン会議システムの導入検討について

【2026ジャグラー近畿・大阪大会】

- ・協賛広告・来賓関係の進捗状況について
- ・10月16日(木)15時より第2回全体会議(リモート開催)
- ・11月7～8日の全国協議会においてアピールを予定

【青年部】

スペース21

- ・10月25日(土)土浦での全国協議会について

平成会

- ・9月24日開催 決算書の読解セミナー報告
- ・立花製本さん見学会を企画について

第18回OGS親睦ゴルフコンペ開催報告

2025年10月25日、神戸パインウッズゴルフクラブにて、「第18回 OGS 親睦ゴルフコンペ」が盛大に開催されました。曇り空でしたが、秋の絶好のコンディションの中、総勢22名の参加者の皆様は日頃の練習の成果を発揮し、熱のこもったプレーを展開されました。

競技はWペリア方式で争われ、見事、**(株) クイックの小林 敦郎様**がNet 70.4の好スコアで**優勝**の栄冠に輝きました。おめでとうございます！なお、ベストグロス、グロス79の素晴らしいスコアを記録された**伸光洋紙(株)の澤田 博文様**でした。

ご参加いただいた皆様の笑顔あふれる一日となり、親睦を深める大変良い機会となりました。来年はJAGRA 全国大会が近畿で開催されるので6月に記念コンペを開催予定です。こちらら多数のご参加をお待ちしております。【OGS 理事 (株) コンパス 東條章樹】

