

VOL.670

京 印 季 報

SPRING | 2025

春
号



<https://kyoinko.jp>

KYOKINKIHO

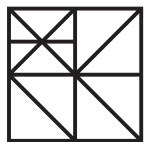
Special Feature;

春季特別企画

「ポストプレス部会キックオフセミナー」開催



京都府印刷工業組合



VOL.670

目次

1. 巻頭言／副理事長 荒川昌浩
2. 春季特別企画「ポストプレス部会キックオフセミナー開催」
7. 令和7年新年互礼会開催
8. 令和6年度近畿地区印刷協議会例会開催
9. ～京都府知事杯争奪戦～ 第4回スポGOMI in 西院開催
9. ダイバーシティ勉強会開催
9. ダイバーシティ経営勉強会・情報交換会開催
10. 京都府印刷企業の賃金実態調査
12. 委員会だより／共済委員会
13. 支部だより／中支部
13. 会合だより／京都府印刷関連団体協議会
京都青年印刷人月曜会
京都印刷協和会
14. 組合員NEWS
16. 事務局からのお知らせ
16. よしみ散歩 ～印刷会館周辺地域のご紹介～
17. 印刷会館利用状況
17. 組合日誌
17. 2月・3月定例理事会開催概要
18. 組合員異動
18. パートナースhip会員異動
18. 訃報
18. 編集後記
18. 表紙写真紹介


<https://kyoinko.jp>

令和7年 | 春号

SPRING | 2025

巻頭言



日を追うごとに暖かくなり、人出も増えてきましたが、花粉症に悩まされている方も多いのではないのでしょうか。季節の変化を肌で感じるのが不快に思えるのは非常に残念なことです。

さて、この春号が届く頃には、いよいよ2025大阪・関西万博が開催されます。今回のテーマは「いのち輝く未来社会のデザイン」ですが、1970年の大阪万博のテーマは「人類の進歩と調和」でした。当時は「月の石」が大きな話題となり、記憶に残っている方も多いかもしれません。過去の万博では、「エレベーター」や「歩く歩道」、そして「ICチップ入り入場券」など、新たな技術や商品が登場し、生活が一層便利になりました。今回の万博でも、地域経済や中小企業の活性化、そして日本文化の発信といった目標が掲げられています。この機会に、皆様もぜひ万博に足を運び、変革と活性化へ向けてのヒントを得られてはいかがでしょうか。

また、日本文化の発信方法についても、これまでとは異なるアプローチを考える時期に来ているように感じます。新聞などによれば、かつて人気の観光地だった京都も、今ではその人の多さゆえに避けられるようになっているそうです。特に日本人観光客が減少しているとのこと。日本を代表する観光地「京都」に足を運んでいただけないことは、非常に残念でなりません。京都生まれ、京都有ちの私としては、昔の京都の雰囲気とは変わってきたと感じています。以前はどこか田舎のような感じがありながらも、伝統と文化が融合した「まったり」や「しっとり」とした雰囲気が魅力的でした。こうした京都の良さや文化を、京都で情報産業に携わる私たちがしっかりと発信していくことが、今後の使命だと強く感じています。

京都府印刷工業組合

副理事長 荒川 昌浩

2025

春季 特別企画

SPRING



セミナー会場

POST-PRESS SEMINAR

京都府印刷工業組合／理事長 爲國 光俊

京都府印刷工業組合

ポストプレス部会キックオフセミナー 開催レポート

- ⇒ 講演「ポストプレスから見たアジアの印刷市場」
- ⇒ ワークショップ「元気になる『紙』加工」
- ⇒ 展示「高付加価値ポストプレス製品のご紹介」

開催
概要

京都府印刷工業組合ポストプレス部会は、紙に加工をすることで広がる印刷物の魅力に関心を持つ人が定期的に集まり、技術を研究し、情報交換を行い、その中で学びや交流を図ることを目的としています。

去る2月6日(木)に開催されたキックオフセミナーでは、第一部「ポストプレスから見たアジアの印刷市場」と題した講演において、今も需要が伸びているアジアの印刷事情についてご報告頂いた後、第二部のワークショップ「元気になる『紙』加工」では、紙とハサミを使ってトリッキーな高付加価値ポストプレス(紙加工)製品を作成する過程において、紙の価値を上げる手法をご紹介頂きました。

2025年春号の特別企画では、本セミナーの開催レポートをご紹介します。印刷や紙加工品により深い価値を見出し、新たなビジネスチャンスに結び付ける上でも参考になる内容となっています。是非ご一読下さい。

主催 京都府印刷工業組合・ポストプレス部会準備委員会
日時 令和7年2月6日(木)

展示 午後5時～8時

「高付加価値ポストプレス製品のご紹介」

講演 午後6時～7時

演題 「ポストプレスから見たアジアの印刷市場」

講師 足立 正樹 氏(ハイデルベルグ・ジャパン(株)
エクイップメントソリューションズ本部
ポストプレス部スペシャリスト)

ワークショップ 午後7時～7時30分

演題 「元気になる『紙』加工」

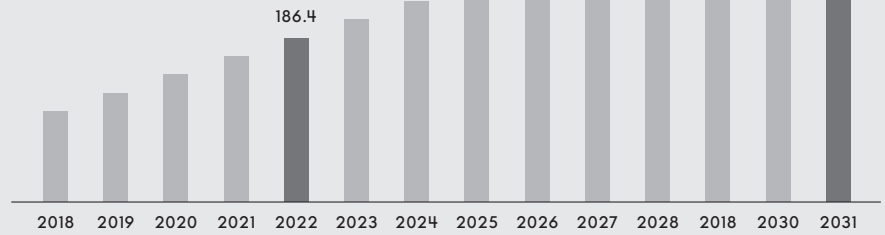
講師 中村 菊男 氏(ハイデルベルグ・ジャパン(株)
エクイップメントソリューションズ本部
ポストプレス部スペシャリスト)

会場 京都印刷会館

参加 40社71名(内組合員21社38名・パートナーシップ
会員4社9名)



講師を務める足立正樹氏



【第一部 講演要旨】

■はじめに

アジアの商業印刷も日本と同様デジタル化の波が押し寄せている。各々特性を生かし、新しいビジネスを展開している。

特徴の一つ目は大量印刷から個別印刷へのシフト。カスタマイズ印刷の需要が高まっている。二つ目はデジタルには無い紙の価値の追求。紙加工、エンボス、箔押し、表面加工などプレミアムな印刷を提供している。三つ目はアジアの多言語市場を利用した印刷サービスや製品の提供。四つ目は、ARやQRコードを紙媒体に組み込むなどデジタルと融合した新しい印刷サービスの提供である。

■アジア太平洋地域のトレンド

商業印刷市場

過去数十年の経済成長をみると、広告、出版等の印刷物の需要が増加している。2022年度は186.4億米ドルだった市場規模が、2031年は282.6億米ドルになり52%増加すると予想されている。

アジアの印刷需要が増加する要因は、一つ目が競争力のある価格で印刷物を生産する労働力。印刷業のBPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）が可能であり、現地の工場に日本の品質管理やデザイン力を持ち込み、海外企業向けに印刷物を製造して成長している事例がある。二つ目は人口増加。アジアには世界人口の60.7%が住んでおり更に増加している。2024年の人口ランキング1位はインドで14億5千万人、2位は中国で14億2千万人、3位はインドネシアで2億8千万人である。日本は12位で1億2千万人。

アジア全体では、2025年はGDPが4.4%成長すると予測されている。最も成長率が高いのはシンガポール。アジア各国へのアクセスがよいという好立地を活かしてアジアを牽引する済成大国となっている。

アジアでは中間層が増加しており、電子商取引、ソーシャルメディアの人気の高まり広告費が増加している。これにより、パンフレット、チラシ、バナー、ポスターなど商業印刷の広告素材の需要も高まっている。

アジアの企業はデジタルの広告素材と紙の広告素材の両方を組み込んだ商品を推進しており、デジタル印刷への移行が進んでいる。納期短縮に加え、高品質の印刷も可能になった。

■アジア太平洋地域のトレンド

パッケージ印刷市場

ラベル、プラスチック製品、板紙、包装、段ボールなどを含めてパッケージ印刷という。高品質で魅力的なパッケージの需要が高まっており成長している。その要因はEC市場・Eコマースの拡大である。2022年度のEC市場は中国が世界の50.4%を占めていた。アメリカは18.4%、日本は3.1%。

EC市場・Eコマースが活性化すると印刷市場はどう影響するだろう？実は増加するものと減少するものがある。パッケージやラベル、ダイレクトメールなどは増加するが、これまで紙のカタログから発注していたものがネットに置き換わるので、カタログ、チラシ、請求書、契約書など従来の紙媒体は減少する。

2019年から2028年度までに、世界のパッケージおよびラベルの生産量は1.7%増加すると予想している。要因は所得の上昇、人口増加、都市化、新興国及び発展途上国のインフラの整備等が挙げられる。地域別でみるとアジア（中国を除く）の増加量・増加率が最も高い。アジア圏はパッケージ市場において最も急成長している地域の一つで、世界の1/4を占める大きなマーケットである。

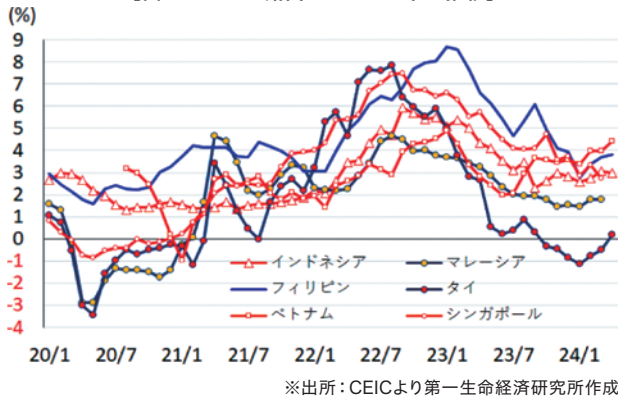
次に中国経済の動向に着目したい。2020年度くらいまでは、農村と都市間の大規模な人口移動に伴い都市化が進み、小売業が活発になり労働生産性が高まった。政府は2030年度までに都市化率を約70%近くに上げようとしているが、ここにきて不動産市況、市場とも低迷している。個人消費の停滞感もあり、目標が達成できるかどうか不透明だと感じている。なお、セグメント別の印刷生産量の推移をみると、2023年（15兆円）から2028年（16.2兆円）まで、パッケージ分野は1.5%上昇、商業印刷は0.9%減少すると予測されている。

EC市場に話を戻すと、2029年までにアジアのEC市場とパッケージは637億1969万米ドルに達すると予想されている。要因としては、人口増加、中流階級の増加、可処分所得の増加がある。

環境面では、包装廃棄減少の推進、環境配慮型パッケージの推進を行っているが、経済発展と産業の構造変化の影響もあり、対応が十分ではないように見える。各国々で取り組みに差が生じており、これからの課題との印象を受けている

財務省の貿易統計では、印刷物だけをみると、日本の

【図1 ASEAN諸国のインフレ率の推移】



最大の取引先はアジアである。2023年度の輸出額208億円に対して輸入額は478億円。13年連続して輸入が超過しており今後も続くだろう。

最近アジアに旅行された方は物価の高さに驚かれたのではないだろうか。ASEAN諸国のインフレ率の推移をみると、2022年度がピークだが今も高い数値を維持している。一方、日本は円安である。ここに着目して欲しい。もしかしたら、アジアの国々で日本の製品を高く売れる可能性も考えられる。実際にそれを実現している企業もある。考え方を換えれば、大きなビジネスチャンスに結び付けることができるのではないかな。

■ アジア各国の印刷市場

フィリピンの印刷市場

2023年度のGDP成長率は5.6%と高い。
個人消費を中心に内需が成長を牽引している。

【商業印刷】

- ・販促資料の需要が高まる。
- ・デジタル印刷への移行が進んでいる。

【パッケージ印刷】

- ・食品への支出は過去5年間で15%増加。
- ・印刷需要は1億1500万人の人口に対応。

マレーシアの印刷市場

日本含め諸外国の印刷会社がM&Aで進出。
中国の印刷会社の進出が目立つ。

【商業印刷】

- ・学参書籍の印刷需要は安定。
- ・印刷物は減少、いくつかの印刷会社が閉鎖。

【パッケージ印刷】

- ・新興市場の成長に伴い需要が高まる。
- ・ゴム手袋、電子機器、食品パッケージは主製品。ゴム手袋のパッケージは輸出用。

インドの印刷市場

人口14億人を超える。
広告予算を通して政府が印刷メディアを支援。

【商業印刷】

- ・多様な言語を使うので印刷物が増える。また、識字率が上昇して学参関係の需要も高まる。
- ・グリーン印刷への意識が高い。
- ・一部でサブスクリプションサービスを採用。

【パッケージ印刷】

- ・政府はプラスチック禁止やリサイクルを奨励。

- ・パッケージにQRコードやNFC(Near field communication：近距離無線通信)、RFID(Radio Frequency Identification)タグを入れようという動きが加速。

韓国の印刷市場

2023年、写真印刷というカテゴリー(フォトブック、カスタマーフォトギフト等)の売り上げが9240億円に達し、2033年には、1兆1030億円に達すると見られている。成長率は3.9%。

政府も協力するK-POPの2021年の市場は81億ドル(約1億2300億円)。2031年には200億ドルに上がるとみられている。韓国の芸能事務所では、印刷会社は芸能人を売り出すためのツールを作る協力会社と認識している。従って印刷会社にも、モノを売るだけでなく、コトを成功させるためには何を売ればよいのかという考え方が浸透している。

ソウルの地下鉄駅構内には、商品の写真とバーコード、QRコード付きパッケージを通して商品を販売する仮想店舗がある。待ち時間に立ち寄りスマホで購入、帰ると商品が届いているというシステム。地場産業と連携すれば、ECサイトを作らなくても特産品を売ることができるので個人的に面白いと思った。

シンガポールの印刷市場

2022年の印刷出荷額は1360億円で日本の3%程度。
金融、保険、卸売り、情報通信が経済を牽引してGDP成長率は2.6%。

印刷ジョブはEメディアやデジタルに移行。

タイの印刷市場

東アジアの奇跡として注目されていたタイ経済だが近年少し減速。要因は輸出の伸び悩みと低調な個人消費。

マレーシアと同様、日系企業の集積地だが、労働者のコスト等の面では、最近ではベトナムの評価が上がっている。
EC市場においてタイは重要なプレイヤーとして台頭。段ボールの需要が高い。

インドネシアの印刷市場

10年間の長期政権だったが昨年10月20日に新政権がスタート。首都ジャカルタは移転の方針。

輸出依存度が低く、人口2億8千万人の個人消費が経済成長を牽引。内需主導型経済。

世界第3位の喫煙大国。たばこ産業が盛ん。

■ 最後に

グローバル化が進む中、世界の印刷会社を知ることでも自社の現状認識ができる。世界の潮流を知った上で、成長のためのヒントを掴むことが大事。お国柄は異なるが、マーケットの増強策には様々なアイデアが溢れている。印刷業界は次のステージに進む節目にあり、受注型から提案型、もしくは市場のニーズを先取りしてクライアントに新しい価値を発信することが求められる。本日はポストプレス部会のキックオフセミナーとして、アジアの印刷市場の様々な事例を紹介させて頂いた。これをヒントに印刷や紙加工品により深い価値を見出して頂きたい。皆様とともに、これからも業界発展のため尽力していきたい。



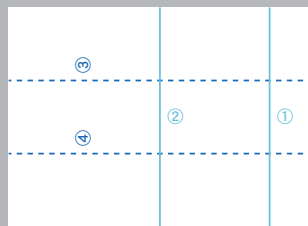
講師を務める中村菊男氏

【 第二部 ワークショップ概要 】

本日は初心者コースとして、一般的な紙折り機があれば『こんなことが出来る』という話をさせて頂く。具体的には、着物折り、マジック折り、投げ込みチラシ入り製本をご紹介します。

山折り ———
谷折り - - - - -

01. 帯び付き折り・着物折り



【メリット】

- 第1・第2ステーションの折り機で可能
 - 2方向カットすれば着物折り
 - 設備は一般的な後加工機でOK
 - 第1・第2ステーションの折り機又はKT羽根付折り機
 - 断裁機
- 色を付けて印刷物にすると、開くと帯びがついたように見えるので観光パンフレット等に使える。2か所に切込みを入れることで着物のような状態に見せることもできる。普通の折り機、断裁機があれば簡単にできる。

02. マジック折り



【メリット】

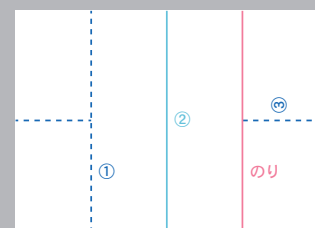
- 糊も針金も使用せず、8P製本とポスター制作が可能
- 部分カットは外注に加工
- 折り機に部分カットでインライン加工も可能
- 設備は一般的な後加工機と外注抜き加工機
 - 16P折り可能な折り機
 - 断裁機



ワークショップ

1枚の紙なのに8頁の冊子になる。ポスター状態の紙の真ん中が切れており、糊も針金も使わず冊子になる。切る方法は、トムソンがあればベターだが、無い場合は紙折り機にオプションでタイミングミシン、タイミングカッターを付ければワンパスで折る前に切ることが出来る。

03. 投げ込みチラシ入り製本

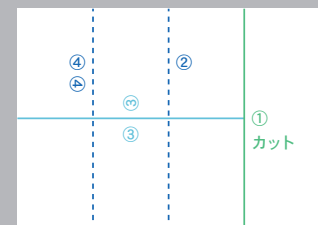


【メリット】

- 折り加工で投げ込みチラシ入り中綴じ製本
- 高単価が期待出来る
- 設備は一般的な後加工機でOK
 - 16P折り可能な折り機
 - 投げ込みチラシを糊付け希望
 - > 糊付け装置
 - 断裁機
 - 中綴じ機

谷折り、山折りを行った後、直角に谷折り2回の工程で完成。ラップもあるので簡単に中綴じできる。天地、小口を切れば完成。サンプルは針金で中綴じするが、ワークショップでは糊を使用。

04. 観音折り入り・中綴じ製本



【メリット】

- 折り加工で観音装置が不要
- 高単価が期待出来る
- W観音入りも可能
- 設備は一般的な後加工機でOK
 - 16P折り可能な折り機
 - 断裁機
 - 中綴じ機

どのような面付かという、本来あるべき片側(前頁の右図「①カット」の部分)の面を切っておき、折りを入れた後、重ねて中綴じすると観音開きになる。このように考え次第でバリューを上げる方法を生み出せる。

本日お話ししたようなアイデアが「デザイン引き出し54」(グラフィック社)という本に紹介されている。紙のメディアのバリューを上げようと考えている方は参考にして頂きたい。

まだまだ紙の価値を上げる方法がある。皆様のお仕事のヒントになるのではないかと思います、これまで展示会等で公開してきた様々な紙加工の手法を紹介させて頂いた。是非参考にして頂きたい。

【 展示 高付加価値ポストプレス製品のご紹介 】

セミナー開催前と終了後の午後8時まで、第2会議室ではハイデルベルグ・ジャパン様、並びにキックオフセミナー受講事業所の皆様よりご提供頂いたトリッキーな高付加価値ポストプレス(紙加工)製品を展示致しました。会場内は終始来場者で賑わい、あちこちで情報交換やテクニカルな技術談議に花を咲かせていました。



ポストプレス製品ご紹介会場

【 ポストプレス部会設立の趣旨と主な活動 】

手に取って見たいと思える印刷物や、わくわく感、楽しさがある印刷物。そのような印刷物に欠かせない印刷の後工程を研究するのがポストプレス部会です。

6月の発足に向けて第1期の部会員を募集しております。是非ご加入ください。

#01. 設立趣旨

印刷の付加価値を高める為に、ポストプレスの現状と課題、最新トレンド等を学び共有するとともに、業界内に情報発信することで、印刷需要の機会拡大や新しいビジネスチャンスの創出を目指します。業界を取り巻く様々なビジネス環境の変化を踏まえ、会員間の情報交換と連携を密にし、相互に有意義なネットワーク作りを支援します。

#02. 主な活動

① ポストプレスに関する研究・情報収集・情報交換

- ・定期的に情報交換会や勉強会を開催し、ポストプレス分野の最新の技術動向やトレンド情報を収集できます。
- ・また、「ポストプレス分野の原価管理」、「ポストプレス工程の労務管理」等、ポストプレスの工程ならではの課題についても、部会員同士で自社の取り組みについて情報交換を行い、業界の垣根を超えてアイデアを出し合い問題解決に結び付けたいと考えています。

② 対外PRに向けたポストプレス分野の新商品・アイデアの研究

- ・部会員同士で互いの技術やアイデアを出し合い、新商品、ツールの開発に向けて研究します。
- ・また、展示会等での発表を通して、対外的に当部会や部会員事業所、更には印刷後加工の可能性をアピールし、ポストプレス分野の成長発展に結び付けたいと考えています。

#03. 年会費(一括払い・期中加入の場合も同額)

京印工組組合員：3,000円 | 一般：6,000円

現在加入を受け付けております。加入ご希望の方、またお問合せは京印工組事務局までご連絡下さい。

→ TEL : 075-312-0020

準備委員会からのメッセージ



昨年春にポストプレス部会設立の理事会承認を経て、少人数でのワーキンググループで基本方針を煮詰め、秋口から準備委員会を立ち上げました。準備委員には、印刷組合の他、月曜会や協和会でポストプレスを生業にしている若い経営者を中心に参画して貰い、短期集中にも拘わらず委員全員の高い熱量とポテンシャルを持って、近年にはない70名以上が参加して戴いた2月のキックオフセミナー開催に辿り着きました。

セミナー冒頭でもお話させて戴きましたが、現代の電気やモバイルの依存度は大き過ぎ、アナログとデジタルも、白か黒のように極論が多く見受けられます。印刷物というアナログが、白黒ではないグラデーションの一部であることが、印刷物が安全な生活に寄与出来、そこに生き残りの商機があるのではないかと、本部会の趣旨になります。

今回は、通常終われば廃棄する案内ツールも、形状設計・デザイン・印刷・表面加工・トムソン・箔押を準備委員会で企画製作して、携帯電話スタンドへアフターユースとして価値を高めた印刷物にしました。これこそが我々からのプロポーザルで、一緒に研鑽していきましょう！

最後に、まだまだ伸びているアジアの印刷トレンドで元気を発信してもらい、ポストプレスの技法で楽しませてくれたたハイデルベルグ・ジャパンの足立様、中村様、岸本様に感謝申し上げます。

ポストプレス部会準備委員会
藤井康央氏(京印工組副理事長)

[文責：編集委員会]