

「堅実・確実・誠実」の精神を受け継ぎ125周年

～編集・デザイン・印刷、デジタル活用まで一貫して提案できる印刷会社～



西濃印刷株式会社

代表取締役社長

河野 俊一郎氏

- 住 所：岐阜市七軒町15
- T E L：058-263-4101
- U R L：https://www.seinou.co.jp/
- 事業内容：書籍等の印刷・製本、情報誌・販促物・WEBサイトの企画・編集・デザイン、WEBマガジン「a un web」の運営、記念誌・自費出版の企画・編集
- 社 員 数：72人

■ 広報物ならまるごとおまかせ お客様とともに作り上げる印刷物

聞き手：まずは事業内容からお聞かせください。

河野社長：紙媒体を主体とした印刷会社で、もともとは、書籍が得意という特徴があります。もちろん現在はチラシやポスターなどの商業印刷物全般を手掛けており、印刷の前工程である編集やデザインといった部分も社内で作しています。さらに最近はwebサイトやそのアクセス解析、昨年からは動画の制作も行っていますので、印刷だけにとどまらず、広報物全般のイメージを統一するなど、一貫してご提案できることを強みとしています。

聞き手：創業は明治30年(1897年)とのことで、長い歴史の中では転換期もあったのでしょうか。

河野社長：始まりは名前の通り西濃で、大垣市の資本家の方が集まってつくられた会社です。

戦中戦後の厳しい状況乗り越える中で、別の印刷会社を営んでいた母方の曾祖父が、西濃印刷の経営もすることになりました。その後は祖父、父、私と受け継ぎ、最初から数えると10代目となります。大垣市の本社から戦時中の昭和19年には現在の本社に移りました。当時ここは県庁が目の前という立地で、その需要も期待してのことだと思います。

そして、ここ最近で大きな転換期と言えるのは、2001年にフリーペーパー「a un」の発行を開始したことです。それまでもデザイン業務は行っていましたが、自社内制作を実現するために編集スタッフも抱えることになりました。そのお

かげで、例えばお客様が「何を作ったらいいかわからない」とおっしゃるような場合でも、取材をしてご要望を聞きながら、お客様と一緒に作り上げていける体制になりました。

ちなみに、2020年末を区切りとして紙での発行はお休みし、現在は「a un web」というwebマガジンとして、さらにはツイッターやInstagramなどのSNSを使って情報を発信しています。

■ 150周年に向けて企業理念を一新 「ちゃんと伝える、を堅実に続ける。」

聞き手：125周年という節目の年を迎えられて、様々な思いをお持ちのことと思います。

河野社長：そうですね。今後も会社を存続させていくためにどうしていくと良いのか、120周年、125周年という節目にあたりとても考えました。

社長就任からは6年が経ちますが、今回、企業理念を一新することとしました。150周年に向けて、お客様に選ばれる、そして世の中に求められる会社でありたいという思いについて、社員にも話をしました。

一方で、社是となっている「堅実・確実・誠実」は変えていません。中でも誠実さを大切にしてきたからこそ、今も信頼していただけているのだと思います。そこはこれからも大切にしていきたいと考えています。

聞き手：以前、建設業界ではコンクリートが必要以上に悪者にされた時期もありました。現在はペーパーレスの取り組みも各所で進んでいますね。



a un webは
こちらのQRコードから
ご覧いただけます



125周年動画は
こちらのQRコードから
ご覧いただけます



【写真左】

a un webでは岐阜市のまちなかをはじめ、岐阜県内全域のすてきなお店や人々、こだわりのものなどを紹介しています。

【写真右】

西濃印刷125周年動画「変化と挑戦の歴史」

河野社長：業界全体では、やはり紙媒体というものは減っていく流れにありますね。そんな中でこの会社の成長をどう描いていくかはなかなか難しいところです。特にDXの流れや、昨今のコロナ禍でペーパーレスが一層加速して、ともすれば紙が必要以上に悪者にされているようにも感じています。

ただ、これまで我々が培ってきたノウハウは印刷以外の場面、HPや動画制作にも十分活かせるものです。紙媒体ならではの良さもありますので、デジタルと紙の良いところをもっと知ってもらい、どちらもうまく使い分けて、活かしていたけると良いなと思います。

聞き手：編集作業というと、取材をする際の受け答えや、そこから文章を作る力というのは、大学を卒業しても必ずしも身に付いているわけではないと思うのですが、そこは入社後に育成されるのでしょうか。

河野社長：残念ながら授業で教えるのは難しい部分だと感じています。そのため、入社後に先輩の指導を受けながら、ということになります。

実は私も転職した18年前、最初はa un編集室に配属されました。自分なりに原稿を作り、先輩社員に読んでもらうのですが、見事に真っ赤になって返ってくるわけです。“もっと良い表現を”などと言われてずいぶん苦しんだのですが、おかげさまで厳しく指導してもらえたなど今では良い思い出です。

特に語彙力は自分で文章を作るにも、お客様の原稿をチェックするのに必要になってきますから、一朝一夕には難しいとしても、「とにかく本を読んで良い文章にたくさん触れよう」と社員には話しています。そもそも、「a un」休刊にあたりweb版を継続したのは、人材育成の観点からです。自社で発行物を持つことで、ある程度失敗しても良い「挑戦の場」となり、ここでの経験がお客様の広報誌や会社案内などの制作に役立っています。

■ 失敗も今後への糧！ 自社を題材にまずは挑戦してみる

聞き手：そのほかにも、人材育成の面で実施されていることはありますか。

河野社長：編集だけでなくデザインや営業もOJTが基本となりますが、一部はマニュアルを作ったり、外部研修も活用しています。また印刷機を操作する印刷技能検定や、PCで紙面制作をするDTP技能検定といった、職種により該当する検定を受けてもらっています。

最近の動画制作については、まず有志で「やりたい!」と言ってくれた社員を集めて、毎月行っていた全体朝礼を収録し、配信することから始めました。さらには、125周年記念の動画も作りました。お客様、つまり“撮られる側”の立場も分かって、良い勉強になりました。

聞き手：今後への展望についてはいかがでしょうか。

河野社長：もうすぐ専用スタジオも完成しますので、動画制作には力を入れていきます。また、従来の紙媒体も、編集スタッフがいて、ページが多い印刷物にも対応できる印刷会社として強みを発揮していきたいですね。例えば、チラシを作る仕事であってただ作るのではなく、クライアントにはどんな目的があって、それをいかに達成するのか、そんなところまでしっかり寄り添って仕事をしなければいけないと考えています。

聞き手：最後になりましたが、ご趣味や休日の過ごし方についても聞かせてください。

河野社長：最近は登山が趣味で、土日のどちらかは金華山に登っています。もう7、8年になりますね。妻と共通の趣味が持てればと模索した結果ですが、長いお休みには信州の山にも出向いたりしていますよ。

聞き手：本日は貴重なお話をありがとうございました。

聞き手 (一社)岐阜県経営者協会 広報部会委員
(株)市川工務店
取締役 **国島 太佳生**

【月60時間を超える残業 中小企業の割増賃金率も2023年4月より50%に】

1ヵ月の時間外労働について、大企業に対しては2010年4月より、月60時間を超える場合の割増賃金率が50%に引き上げられているが、2023年4月からは中小企業にも適用となる。

2023年3月31日まで				2023年4月1日から			
月60時間超の残業割増賃金率 大企業は50%(2010年4月から適用) 中小企業は25%				月60時間超の残業割増賃金率 大企業、中小企業ともに50% ※中小企業の割増賃金率を引上げ			
	1ヵ月の時間外労働 (1日8時間・1週40時間を超える労働時間)				1ヵ月の時間外労働 (1日8時間・1週40時間を超える労働時間)		
	60時間以下	60時間超			60時間以下	60時間超	
大企業	25%	50%		大企業	25%	50%	
中小企業	25%	25%		中小企業	25%	50%	

●深夜労働との関係

月60時間を超える時間外労働を深夜(22:00～5:00)の時間帯に行わせる場合、
深夜割増賃金率25% + 時間外割増賃金率50% = 75%となる。

●代替休暇

月60時間を超える法定時間外労働を行った労働者の健康を確保するため、
引き上げ分の割増賃金の支払の代わりに有給の休暇(代替休暇)を付与することができる。

割増賃金率の引き上げに合わせて就業規則の変更が必要になる場合は、web上で閲覧できるパンフレットの「モデル就業規則」を参考にできる。また、働き方改革に取り組む場合は環境整備に必要な費用の一部を助成してもらえる「働き方改革推進支援助成金」を活用することもできる。

資料出所：厚生労働省・中小企業庁「中小企業の事業主の皆さまへ 2023年4月1日から 月60時間を超える時間外労働の割増賃金率が引き上げられます」

【2023年4月からは「育児休業取得状況の公表」も義務化へ (従業員数1,000人以上の企業)】

育児・介護休業法の改正が2022年4月1日より3段階で施行されている。

【2022年4月1日施行】 ①雇用環境整備、個別の周知・意向確認の措置の義務化

②有期雇用労働者の育児・介護休業取得要件の緩和

【2022年10月1日施行】 ③産後パパ育休(出生時育児休業)の創設

④育児休業の分割取得

※①～④は全企業が対象

【2023年4月1日施行】 ⑤育児休業取得状況の公表の義務化

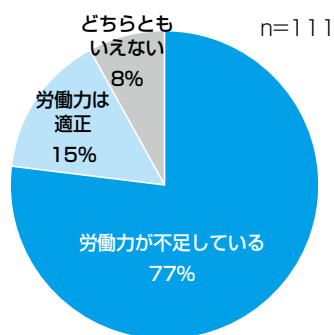
これにより、2023年4月からは、従業員1,000人超の企業は、育児休業等の取得の状況を年1回公表することが義務付けられる。公表内容は、男性の「育児休業等の取得率」または「育児休業等と育児目的休暇の取得率」で、取得率の算定期間は「公表を行う日の属する事業年度(会計年度)の直前の事業年度」。インターネット等、一般の人が閲覧できる方法で公開することが求められる。

資料出所：厚生労働省 都道府県労働局雇用環境・均等部(室)「事業主の皆さまへ 育児・介護休業法 改正ポイントのご案内 令和4年4月1日から3段階で施行」

【岐阜経協会員の約8割が「労働力不足」と回答】

(一社)岐阜県経営者協会では、会員企業のうち545社を対象として「求人・雇用に関するアンケート」を実施し、111社にご回答いただきました。結果の一部をご紹介します。(結果の詳細は当協会webサイトから『会員専用』ページをご覧ください)

■現在の雇用(人材)の状況について

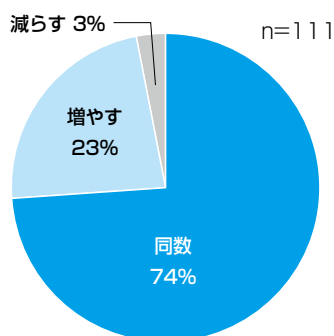


回答のあった事業所について、規模別の内訳を見ると、50人未満が9%、50～99人が21%、100～299人が40%、300～900人が23%、1,000人以上は7%となっている。

労働力については「不足している」との回答が77%(85社)となり、前回調査(2021年12月)より5ポイント上昇した。

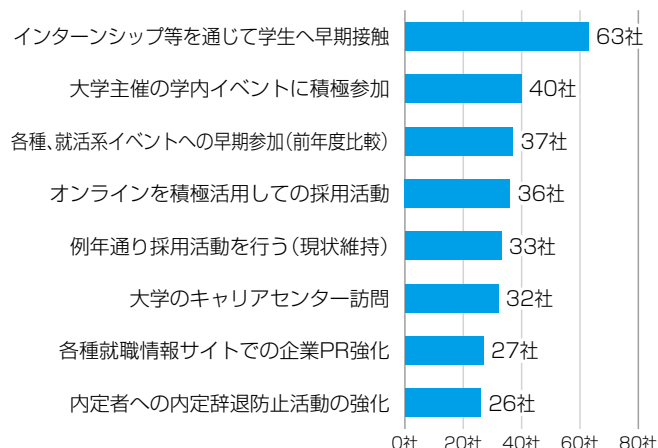
現在の大学3年生等(2024年卒学生)の採用については、2023年卒学生の採用計画と「同数」とする事業所が4分の3を占めることが分かった。

■2024年(現3年生)新卒学生の採用計画について



この新卒採用(学卒者)に向けて、今後力を入れて取り組むことについては、下記のグラフの通り。特に「インターンシップ等を通じて学生へ早期接触」をはかるとの回答が最多となった。

■新卒採用(学卒者)において、今後力を入れて取り組みたいこと



労働行政リーダー ヘッドライン

令和4年3月新卒者の内定取り消し状況は

厚生労働省によると、大学や高等学校などを卒業して就職を予定していた人のうち、内定取消しとなった人は、令和4年8月末時点の取りまとめで27事業所50人(前年度は37事業所136人)。入職(入社)時期が繰下げ(延期)となった新卒者は、令和4年度は該当なしだった。なお、内定の取消しや入職時期の繰下げを行う場合、事業主等がハローワークに通知する必要がある。

資料出所:厚生労働省「令和4年3月新卒者内定取消し等の状況を公表します
～27事業所で50人が内定取消し～」

「令和4年版厚生労働白書」のポイントは

厚生労働行政の現状や今後の見通しなどについて取りまとめるもので、今年版の第1部では「社会保障を支える人材の確保」をテーマとして、現役世代が急減していく人口構造を踏まえ、医療・福祉サービスの提供の在り方や、人材確保に関する今後の対応の方向性について取り上げている。第2部では「現下の政策課題への対応」として各分野の施策の動きについてまとめている。

資料出所:厚生労働省「令和4年版厚生労働白書(令和3年度厚生労働行政年次報告)
—社会保障を支える人材の確保—」

<11月のお知らせ>

「しわ寄せ」防止キャンペーン月間です

「大企業等と下請等中小事業者は共存共栄!」。事業主は、他の事業主との取引において、長時間労働につながる短納期発注や発注内容の頻繁な変更を行わないよう配慮する必要があります。取引先の労働者の健康障害防止のためにも、社内に周知・徹底を図りましょう。

しわ寄せ防止特設サイト

検索

<https://work-holiday.mhlw.go.jp/shiwayoseboushi/>

「過労死等防止啓発月間」です

厚生労働省では「過労死等防止対策推進法」に基づき、「過重労働解消キャンペーン」を実施します。過労死等につながる過重労働等への対応として、長時間労働の是正や賃金不払残業等の解消に向けた重点的な監督指導等が行われます。なおポータルサイトでは働き方や休み方について企業の取組事例等が紹介されています。

働き方・休み方改善ポータルサイト

検索

<https://work-holiday.mhlw.go.jp/>

SDGsを持続的な企業価値向上に資する価値共創につなげる ～サンメッセ価値共創戦略SSIG～

まずは私自身こそ、コンサルタントでありながら経営者皆さまと同様で、サンメッセにおける経営推進を担う立場であることを前提にお伝えせねばならない。前職金融機関において20数年にわたり財務やM&Aなどのファイナンスを中心にアドバイザー業務に携わる中、BS・PLなどの目に見える財務資産に長年携わっていると、ある時行き詰った経験がある。直近では岸田内閣が「新しい資本主義」をテーマに、経済界にも様々な要請がきている。この中に、人的資本こそがこれからの経営視点において非常に重要であることが示され、その具体的示唆が現在、問われていることはいうまでもない。

言わば「企業は人なり」を可視化し、財務諸表に表せない非財務といわれる見えない資産価値を可視化し企業価値向上を図ることの一角にSDGsがあると考えている。この数年、名だたる企業や財界トップの方々と生々しい議論を交わさせていただく中で、この非財務資本の可視化に関わるアドバイザー業務の要請は大手企業を中心に待ったなしの状況下にあることを実感している。

SDGsは世界共通言語であり、企業だけでなく、学校教育の現場、地方創生、地域活性化における地方自治体活動の中でもメインテーマになりつつあることは皆さまも共通認識であろう。

世界では新型コロナウイルス感染症の拡大、ウクライナ侵攻による地政学的リスクの高まりなど、VUCAの時代に標榜される経営の不確定要素が拡がり、社会の不透明性が増大している。印刷業界においても例外ではなく、コロナ禍によるリモートワークの急速な普及によりペーパーレス化が加速化し、事業環境はより厳しく複雑化している。

とかく当社は創業以来、本社を置く岐阜県大垣市の活性に向け多様な貢献に努めさせていただいていることは、当社の経営理念に基づく活動そのものであり、国連提唱の「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に貢献し、全てのステークホルダーと持続的な未来を創造する社会形成の実現に資するものと考えている。

この中で、当社のSDGs推進における社会価値共創事業モデル「Sun Messe Social Impact Gifu(略称 SSIG)」を2022年5月に公表した。当社ではSDGsの経営実装に向け、岐阜県初SDGsコミュニティポータル「SDGsで触れる、ぎふのみらい Re:touch(リ:タッチ)」の開設を基軸に、社内外の様々なステークホルダーとの連携に努め多様なSDGs活動を展開させていただいている。SSIG策定は、SDGsに関する取り組みを体系的に示し、当社がめざす社会価値の創出に向けた考え方とSDGsを社会実装することの影響度合いを示すものである。

当社の事業活動における温室効果ガス排出量を2050年度までに実質ゼロにする「サンメッセ カーボンニュートラル宣言」表明もこの一環であり、岐阜県の「脱炭素社会ぎふ」、大垣市の「ゼロカーボンシティおおがき」宣言など、社会を取り巻く脱炭素の流れはますます強くなっており、急速に進展するペーパーレス化をふまえ、「印刷に依存しない新たな価値創出」に向け事業モデル転換を進め、SDGsを基軸としたチャレンジはまさにこれからの生き残り戦略といっても過言ではない。

この「Re:touch(リタッチ)」推進により、次第に成果があらわつつある。①大垣市にある中小企業連携により環境省のモデル事業に採択、②古民家再生において美濃市の事業に出資しイノベーションによる地方創生貢献、③大垣市3社連携に

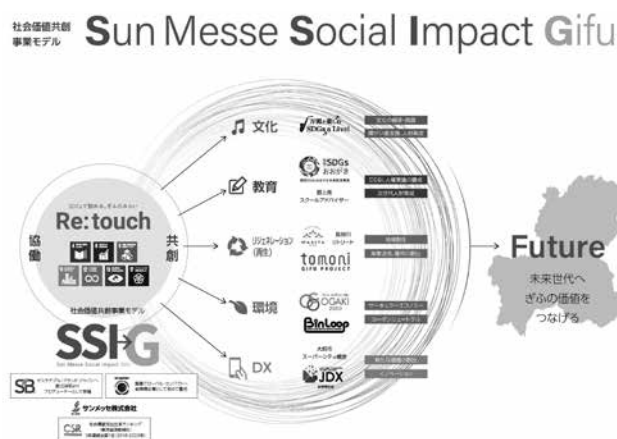
よるマールクレヨンプロジェクト、④音楽を通じたSDGsの普及啓蒙のため岐阜のアーティストとの連携、⑤朝日大学とSDGsの連携協定締結、⑥岐阜県立高校における地域協働SDGs学習プログラムの実践、⑦大垣市との連携による「スパーシティ構想」、⑧「環境SDGsおおがき未来創造事業」におけるSDGsを通じた人材育成支援等々、地域の様々なステークホルダーと世代間を超えた連携によって、当社にこれまでなかった仕組みのビジネス創出につながりつつある。

現代のデジタル革命において、AIが人間の頭脳を超えることを意味するシンギュラリティという言葉も台頭する中、変革にともない正解のない時代に呼応するため、新しいパラダイムの中で成功するためには、デジタルを使いこなしながら、早く小さく失敗し、高速で学ぶことが重要になる。

「Leave no one behind」というSDGsの崇高な理念、SDGsアジェンダ序文にある、「Transforming our world」に謳われた内容は、まさに世代の利益を損なうことなく、現代世代のニーズを満たす開発でなければならない、と言っていることにつながる。

この推進の上で当社の大きな課題は、①目標ベースのガバナンス実践、②ライフサイクル視点、③デジタル化と自律分散協調という3つの視点を踏まえた社会課題解決型のビジネスモデルに繋げていくことであろう。

SDGsは解答が書かれた問題集であり、SDGsを正確に理解して行動に移すことによって未来に期待が持てるヒントがいくつも見えてくる、といっても過言ではない。今後、これらを目指すため多様な思考や意見、価値観の違いを活かせる「未来創造組織」を創ること、「企業は人なり」を人財価値につなげ経営に活かすこと、「Well-being」つまり健康で幸せを感じることを大切に、SDGsを自分ごと化させることで、経済的価値向上と社会的価値向上の両輪を高めていくことを強く意識せねばならない。



■ 著者



田中 信康氏

サンメッセ(株)取締役 専務執行役員経営企画室長
サンメッセ総合研究所(Sinc)代表
SMBC日興証券にて複数部門を歴任。
財務・IR・M&Aアドバイザー、CC支援業務、財務・非財務コンサルティングのキャリアを活かし、企業経営にかかわるアドバイザー業務に携わる。サステナブル・ブランドJapan ESG プロデューサーに就任し、SDGsを共通言語にマルチステークホルダーとの地方創生・地域連携プロデュースを担う。