

株式会社バリューマシーンインターナショナル  
取締役副社長

宮本 泰夫

PRI・O  
トップ対談

大阪府印刷工業組合 理事長

浦久保 康裕

# 印刷近未来戦略

～IGAS 2022にみる印刷の将来像～



情報のデジタル化、個人消費の低迷、環境への配慮、そしてそこに新型コロナウイルスの影響による需要激減で印刷市場の縮小は加速しました。今後、印刷市場が大きく拡大することは、残念ながら考えにくい状況です。これまで培ったノウハウや経験、他企業との繋がりなどを活かしながら、業態変革への対応を早急に打たねばなりません。

今回の対談では、印刷会社の業務コンサルやメーカー、ベンダーとの連携など印刷業の動向を永年ウオッチされています株式会社バリューマシーンインターナショナルの宮本副社長に印刷市場動向や今後の需要への対応を4年ぶりに開催されますIGAS※2022の見どころと絡めてお話しいたします。

※IGAS:日本で4年に1度開催される国際総合印刷機材展

## コロナ禍は経営者が本気になるチャンス

**浦久保:** 早いもので新型コロナウイルスの感染拡大も3年になろうとしています。この間、印刷業は大きなダメージを受けましたし、いまだその状況に大きな変化はありません。宮本様は多くの印刷会社のコンサルティング経験から現状をよく把握されていると思います。率直に今の状況をどのようにみておられますでしょうか。また、その影響は業態によって強弱はあると思いますが、そのあたりも含めてお話いただければと存じます。

**宮本:** コロナ以前から、脱印刷を含めた業態変革のご相談はたくさんありましたが、「何か新しいことをやらないと」程度のお話で、「今はなんとかやっている」というのがほとんどで聞いていても私を感じるほど危機感をお持ちの経営者さんは少なかったように思います。浦久保理事長もご存じのとおり、1990年代から印刷物の出荷額は右肩下がり推移を辿っていましたが、このコロナ禍で売り上げが一気に約3割のダウン・出荷額も4兆円を切るなど、これまで経験したことのない受注減が今もなお続いています。それに拍車をかけるように電力・用紙・刷版など原材料費の高騰によって、印刷会社の経営状況は厳しさを増しているのが現状ではないでしょうか。

しかし見方を変えれば印刷会社の経営者が「本気になるチャンス」がコロナ禍でやって来たともいえるのではないのでしょうか。

老朽化した印刷設備をすべて廃棄してファブレス化の選択をするのもひとつですが、この選択は経営者の本気を表しているとは言えません。主要顧客の状況によってやむなく廃業という選択肢もあるのかもしれませんが、まずは自社の得意分野を見直して新市場へ打って出るのか、印刷物という紙媒体から情報伝達全般のスペシャリストを目指すのか、また他の道を選択するのか決断の時であるといえます。ひとつ言える

## 請負業から顧客サービス業への転換が急務

**宮本:** 広報や販促物の発注担当者に印刷会社との関係性を何度か聞いたことがあります。残念ながらあまりいいお話を聞いたことがありません。発注担当者から見た印刷会社は「請負業者」という認識が強く、コストダウンの対象として見ている感があります。要求された仕様と品質を守り、工程管理もしっかりして指定日に納品するというのは付加価値ではなく、もはや当たり前のことで、その前後でどのようなサービスを提供できるのかが求められています。従来型の営業スタイルから脱却して「顧客サービス業」への転換が必要だと思っています。

「残る印刷物と無くなる印刷物」という議論がよくされますが、納品後のアフターサ

ことは「顧客の課題解決」をビジネスに取り入れることが何より大切だと思います。

**浦久保:** 宮本様は印刷業界の市場・技術調査を行うなかで、販促を含めた広報担当者とお話する機会が多くあるとお伺いしましたが、発注担当者は印刷会社に何を求めていると感じていますか？ またその結果、これからの印刷会社はどのように変革していくべきなのか、お聞かせください。

ポートを含めて顧客からしっかり情報収集しなければこの判断は間違える可能性があります。これは一般論ではなく、残る・残らないの間にある顧客の事業内容と事業計画、そして印刷物のもつ効果を理解したうえで判断していくべきです。

納めた印刷物が現場でどのように使われ、顧客が期待した効果が得られたのかを把握しながら、「次回はこうしましょうか!」という企画へ繋げることで、価格以外での継続的な関係が構築されます。また発注担当者とのコミュニケーションを高めながら信頼関係をつくり、「何かあったら相談してみよう」というポジションを築いていく。いち請負業者・価格だけの関係に、何ら明るい未来はないと思っています。

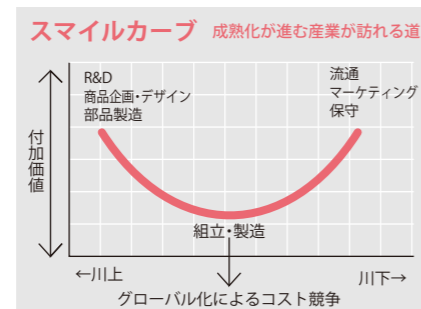
## 川上か川下か! どちらを目指すのか

**浦久保:** 印刷の出荷額がこのコロナ禍で一段とシュリンクし、印刷機材メーカー・ベンダーも業態変革を迫られているように感じます。その動向と合わせて今回のIGASのテーマである「Venture into the innovation」は何を発信しようとしているのでしょうか。ゾーンや各イベント、展示についての情報や見どころをご教示ください。

**宮本:** 印刷機材メーカー・ベンダーは「モノ売り」が基本ですので、ここ15年は需要が縮小して厳しい状況にあります。近年では設備が稼働する仕組みを含めて提供するメーカーが増えています。富士フィルムはデジタルカメラの普及でフィルム事業を一気に縮小してヘルスケア領域へと事業を転換しながら、近年では印刷業界向けに業務の中身を分析して「見える化」するだけでなく、ビジネス改善に向けたコンサル業務を開始するようになりました。

印刷産業を含め国内の製造業は成熟化が進んでいます。これまで儲けの柱だった組立・製造といった「モノ売り」では付加価値

が取れなくなっています。成熟化が進む産業が訪れる道として図のような「スマイルカーブ」をご存じだと思いますが、組立・製造で利益確保が厳しくなり、付加価値の取れる川上か川下のサービスへと業態変革しなければジリ貧になることを指しています。



IGASは国際印刷機材展ですので、最新設備を検討される方に向けた機材の展示が中心となりがちですが、アフターコロナを見据えた業態変革をお考えの方、特に次の世代の方は未来の事業のヒントと気づきの場になると思いますので、11月24日(木)～28日(月)までの会期中に是非とも東京ビックサイトへお越しいただければと思

ます。現時点で出展企業の展示内容は未発表の部分が多く詳細はお伝えできませんが、デジタル印刷機を使った自動化・省力化による生産効率を高めるための展示が多くなるでしょう。

「DX(デジタルトランスフォーメーション)」や「環境」はホットなワードですし、紙ベース以外の包材、ラベル、サインディスプレイ、ゲーム印刷などの産業用途向け印刷技術などと合わせて、印刷ビジネス面での展示をご覧になれば、未来のヒントになると思います。またIGAS会期中にはさまざまなパネルディスカッションが開催され、無料で参加することができます(要事前登録)。どうしても会場に行けない方は、オンライン配信のIGAS Live TVにてアーカイブ配信を予定していますので、そちらで見いただければと思います。ちなみに私は26日(土)にKeynoteセッションにて「DXと印刷産業の接点を考える」というテーマでJ.フロントリテイリング株式会社の林直孝氏をお迎えし、株式会社グーフの岡本幸憲氏とディスカッションしますので楽しみにしておいてください。



会期:2022年11月24日(木)～28日(月) 会場:東京ビックサイト 東展示棟1・2・3・5・6ホール

## IGASには未来の事業に向けたヒントを期待したい

**宮本:** DXについてはさまざまな議論がありますが、従来の業務をデジタル化することで生産性や効率化を図るものと理解されている方も多く見受けられます。これは「ものづくりDX」であって、本来のDXの一部に過ぎません。ITの浸透によって、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させることがDXです。デジタル化により我々の生活が便利になり、その恩恵で誰かを幸せにしたり豊かさを提供できるようになることが本来のDXです。

全印連で構築されている「DXプラット」についても現時点ではものづくりDXに近いものに仕上がっていくのかと思いますが、印刷物の需要と供給のバランスが崩れたこの状態を正常値に戻していく取り組みとして理解しています。DXプラットを使いながら利益を生み出す産業構造にシフトしながら、自社の得意分野を伸ばし、顧客の課題解決に役立てる企業へ生まれ変わり、最終的にマーケットや消費者に対して豊かさを提供できるようになることが印刷関連業に求められているのではないのでしょうか。

IGASは機材展を中心とした今後の印刷業界の未来を示す展示会です。「印刷設備はもう必要ないから展示会には行かない」というお声もあろうかと思いますが、ご自身で会場に足を運ぶことで、未来の事業に向けたヒントがたくさん得られることでしょう。その頃にはコロナが落ち着いていることを願います。

**浦久保:** 印刷業は地場産業として印刷をはじめさまざまなサービスを提供しながら、地域の企業や市民生活と密接なつながりを築いてきました。言い換えれば御用聞きを通じて顧客・地域の課題に知らず知らずに向き合ってきました。しかしここに来てその課題も複雑、高度化しその解決のためには「印刷物」だけでは対応しきれなくなってきたのも事実です。

例えば永年、生徒手帳の作成業務でお付き合いいただいていた顧客が生徒手帳のアプリ化を考えた時に相談を受けるポジションを築いているかどうかを自問自答してみてください。もしご相談が来なかったとしたら、自社の設備稼働や自前の商材だけの売り込みに専念したがために顧客の意識の中に「印刷物」だけしかできないイメージを持たれてしまっているのではないのでしょうか。

か? その結果、「アプリ化」の相談は来ずに従来の受注を失うだけでなく、その代替え商材にも関われなくなりその顧客とのパイはどんどん細くなり、代替品から派生する印刷物においてもアプリ制作会社からの下請けでしかお声が掛からなくなる。まさに負のスパイラルになっていきます。

宮本さんもおっしゃるように「印刷物製造業」から顧客が求めるもの、問題解決ができる「サービス業」として意識改革、そして業態変革を行わなければなりません。さまざまな切り口のセミナーや各メーカー、ベンダーの展示の中から自社の方向性を定め、行動に移すヒントをIGASで感じていただければと思います。

IGAS間近のお忙しい中、貴重なお話をいただきありがとうございます。IGASを楽しみにしています。



Zoom画面(左上:浦久理事長、左下:宮本氏、右上:福山広報渉外委員長)

## PROFILE

宮本 泰夫

1993年より東洋インキにてデジタル印刷機の技術、アプリケーション開発に携わる。2003年に株式会社バリューマシーンインターナショナルを設立し現職。独立系コンサルタントとして、デジタル印刷を中心とした基礎技術から、デジタルワークフローやWeb-to-Printなどビジネス技術面でのコンサルティング、企画・セールス・マーケティング面でのビジネス開発コンサルティングを多数手掛ける。クロスメディアソリューション研究会運営理事、全日本印刷工業組合連合会専任講師、日本印刷技術協会客員研究員、日本プリンティングアカデミー専任講師、日本グラフィックサービス懇話会顧問、情報工学修士。