

大阪商工会議所 会頭
大阪ガス(株) 取締役相談役

尾崎 裕

PRI・O
トップ対談

大阪府印刷工業組合 理事長

浦久保 康裕



尾崎 裕氏

浦久保 理事長



チャンスがあれば一気に成長できる準備を。

今回は、2015年から大阪商工会議所会頭を務められ、
2025年日本国際博覧会協会副会長でもあられる
大阪ガス(株)取締役相談役の尾崎裕氏を訪ね、
大阪の新たな成長や印刷業が果たす役割などについて話し合いました。

アフターコロナを見据えた事業の舵取りが課題

浦久保: 大阪商工会議所会頭の3期目を務められるお立場から、コロナ禍が継続するなか、日本経済、そして大阪の景気動向など、2021年の全般的な見通しをお聞かせいただけますでしょうか。

また印刷業もそうですが、中小・零細規模の多い大阪の企業の実態、今後の動向についてもご意見をいただけますでしょうか。

尾崎: 今回のコロナ禍で多くの常識が変わったように感じています。例えば、今までサラリーマンが通勤するのは当たり前でしたが、在宅でテレワーク勤務をするという選択肢が加わりました。そうすると都心に住む必要性が薄れて、郊外や田舎で暮らした方が家賃も安い環境もよいと思う人が増えるなど、ライフスタイルも大きく変わろうとしています。また、ビジネス面でいえば「移動」に対する考え方が大きく変わりました。オンラインツールが一気に普及したことで、海外を含めて、出張せずに商談ができる社会になりました。コロナによる、このような急激な変化は想定しづらかったと思われるので、

業界によっては非常に厳しい局面にあるのかと思います。

一方で、2021年には、コロナ禍克服に向けた大規模な補正予算の執行による景気の下支えや、2021年7月に予定される東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴う需要が見込まれることから、景気は緩やかながら、持ち直すことを期待しています。当面の事業継続に力を向けつつも、アフターコロナを見据え5年~10年くらい先を予測しながら、事業の舵取りを行っていくことが、いま中小・零細規模の経営者にとって一番求められる姿勢だと考えています。

浦久保: 会頭を続投される理由の一つとして、中小企業の支援を強化し「大阪を新たな成長軌道に乗せる」というご発言、たいへん頼もしく感銘を受けました。

新たな成長軌道とは具体的にはどのようなものを構想されていますでしょうか。また大阪商工会議所が新たに設置する既存企業と新技術やアイデアをもつスタートアップ企業との連携を強化する「スタートアップ小委員会」は、どんな役割

を担うのでしょうか。

尾崎: 足もとでは、コロナ禍を乗り越えるため、中小企業への経営支援が必要なのは言うまでもありません。大阪商工会議所としましては、苦境にある中小企業・小規模事業者の事業継続を最重点に考え、資金繰り支援に継続して全力で取り組みます。同時に、新たな需要を獲得するための方策として、昨年10月に「大阪勤業展」を開催し、コロナ対策を徹底するなかで、大阪府内の中小企業308社に出展いただき、約6,000人が来場する商談機会を提供しています。また、昨年11月には大阪の町工場と東京の大手・中堅製造業をマッチングする「大阪・東京ものづくり加工商談会」を開催するなど、リアルな商談やコミュニケーションの機会を設けています。これらは従来にも増して貴重なものと思いますので、今後より一層注力していきます。そしてコロナで顕在化したニーズをとらえ、新しい事業にチャレンジする企業を支援し、大阪の成長につなげていきたいと考えています。

スタートアップをサポートし、新たな成長軌道へ

尾崎: また、大阪・関西は、大学や研究機関など優秀な人材が育つ土壌があると思いますが、スタートアップにおいて、この芽吹いた素質を世界レベルに押し上げるステージがないことが課題だと感じていました。そこで、AI(人工知能)やMaaS(次世代の移動サービス)などの分野で挑戦する、若く活気にあふれた企業をサポートする「スタートアップ小委員会」を昨年の11月に発足しました。スタートアップにとって課題といわれる試作品開発についても、大阪のものづくり企業とのマッチングをサポートしつつ、あわせて販路拡大のバックアップも行っていきたいと考えています。

ただ、いまはコロナが収束することを第一に考えなければなりません。耐えしのぐことが必要だと思います。木で例えるならば、枝葉を落としてでも、太い幹はしっかりと保ちつつ、チャンスが来たときに、より大きく成長できるように、準備しておかなければなりません。

浦久保: スタートアップ小委員会の意図がよくわかりました。我々印刷業においても同じような取り組みが必要であり、たいへん参考になる試みと考えています。大阪商工会議所と印刷組合との連携を今後考えていきたいと思いますが、どのように感じになりますでしょうか。

尾崎: 大阪商工会議所には、紙・パルプ製造業や印刷業などで構成される「紙・印刷部会」がありますので、積極的に情報交換をしていただければと思います。印刷業界で新たな取り組みを行う企業に対しても、スタートアップとの連携から出口までを伴走型で支援していきます。



大商との連携で地域の問題解決に一役

「情報を伝える」ための手法の一つが「紙」なのであって、SNSや動画など他の手法も含めて、いかに効果的に使い分けていくかが重要ではないでしょうか。誰に対して何を伝えるのか、どの媒体(手法)を使うのかを含め、印刷会社がコーディネートできると良いのではないのでしょうか。

浦久保: おっしゃる通りだと思います。我々業界も20年以上前から「紙に印刷するだけが印刷会社じゃない」と掲げながら、業態変革なくして、今後の生き残る道はないと、組合員に対して発信してきましたが、どうしても我々の業界は装置産業的要素が強いため「紙」という選択を勧めがちになってしまっているところが

あります。供給過剰市場であることは間違いないので、製造に関してはDX化を進めながら、本丸としてはクライアントが何を求めているのかを把握したうえで提案していく、問題解決型の企画を進めていく必要を感じています。

印刷業は地域密着型が大半なので、このようなコロナ禍の時こそ、地域の問題解決に役立つことができると確信しています。

浦久保: 2025年の万博を成功に導くために必要なことは何だとお考えでしょうか。

私たち印刷業は、よりよい情報伝達、コミュニケーションのために見やすさ伝わりやすさに配慮したMUD(メディア・ユニバーサルデザイン)を利用した活動や、

印刷+αのコンテンツづくりなどで貢献したいと考えています。

尾崎: 1970年の万博とはまったく違う博覧会をめざしていますので、ワクワクしながらも、一方でプレッシャーも感じているというのが現状でしょうか。今回のコロナ禍で当初の予定どおり準備が進められなくなった部分もありますが、「いのち輝く未来社会のデザイン」というテーマは、コロナによって多くの方がリアリティをもってその必要性を実感されたと思います。万博は、必ず成功させたいですね。同時に、大阪でやるからにはまず、「おもしろいとかかん」というのが根底にあるので、楽しみながら作り上げたいと思います。

2025年の大阪・関西万博の成功とその先を見据えて

「未来社会の実験場」をめざし、多くの企業が万博前から大阪でさまざまな実証実験を繰り返し、「実証するなら大阪で」との認識を広め、万博開催後も国内外の企業が大阪に拠点を置き、イノベーションが生まれ続ける都市を実現していきたいと思っています。

加えて、2025年に向け、万博を開催する都市としての魅力を磨くことも必要です。大阪がもつ歴史・文化・学問・芸術などを世界の方々に知ってもらい、国内外から多くの方々に来ていただく取り組みを強化しなければなりません。例えば「食の街・大阪」のブランドの向上を図り、それを国内

外に発信することによって、大阪、万博会場周辺だけでなく地域経済の振興につながる取り組みも大切だと考えています。大阪都心部と大阪南部地域が連携して発展をめざす「グレートナミ」構想の実現にも寄与していきたいですね。

テーマの中にある「デザイン」という観点からも、多様なコミュニケーション手法をもつ印刷業が担う役割は非常に大きく、重要であると考えます。例えば万博会場で使うサインやガイドブックなどについては、MUDの要素を加えながら世界に対して日本のMUDを発信していくことは、有意義だと思います。

浦久保: データによりますと、欧米では色覚障がいの方が日本人の約2倍いらっしゃるといわれていますので、サインや印刷物の配色には十分な配慮が求められます。ぜひともMUDの概念やデザインを採り入れていただければと思います。伝わりやすさ、使いやすさを世界に発信するチャンスですので、万博の先を見据えて我々もご協力させていただきます。

本日は貴重なお時間を頂戴し、ありがとうございました。



大阪ガス本社にて(右の写真は、左より浦久保理事長、尾崎会頭、家田副理事長、福山広報委員長)

PROFILE

おざき ひろし
尾崎 裕

1950年生まれ。大阪府立北野高等学校を経て、東京大学工学部卒業後、1972年大阪ガス入社。2008年4月に代表取締役社長、2015年4月に代表取締役会長、2021年1月から取締役相談役。2015年12月に大阪商工会議所会頭に就任。公益社団法人2025年日本国際博覧会協会副会長。