

IGAS2015 国際印刷フォーラム

IGAS2015 の期間中に、日本印刷産業連合会主催の国際印刷フォーラムが開催された。同フォーラムでは基調講演として、欧州の印刷連合会 Intergraf の前会長であり、かつノルウェーの大手印刷会社 07 Media 社の CEO でもある Havard Grjotheim 氏をお招きして欧州の印刷業界の動向に関して講演をいただいた。また基調講演後には、日本の業界代表者を含めたパネルディスカッションを開催し、日欧の印刷業界の比較を行った。なお当日のプレゼン資料は日印産連のホームページよりダウンロードできるので、是非そちらを参考にしたい。

07Media 社の紹介

同社は従業員 300 名、年商 84 億円 (6,000 万ユーロ) の印刷会社で、ノルウェーでは最大手の印刷会社。事業に占める印刷の割合は 48%で、そのほかはデザイン 28%、ウェブ 16%、コミュニケーション関連 8%とビジネス分野を積極的に広げている。

欧州の印刷業界



欧州の印刷業界は企業数 11.7 万社、従業員数 63.7 万人、出荷額 11.9 兆円 (850 億ユーロ) という規模で、これは日本の印刷業界の 2.8 万社、31.3 万人、5.6 兆円と比較すると、従業員数、出荷額はほぼ 2 倍の規模となる。一方、企業数は約 4 倍と 1 社当たりの規模が日本よりもさらに小さく、90%以上の企業が従業員数 9 名以下となっている。

2002 年から 2012 年の 10 年間に、企業数は 6%減、従業員数は 30%減、出荷額は 19%減と、日本同様に右肩下がり傾向を示しているが、同期間の日本の実

績は各々 24%減、22%減、26%減と欧州以上に大きな減少となっている。

欧州の印刷産業の目指すもの

今後の印刷業界はプリントとデジタルメディアの新しいバランスを目指す必要がある。ネットショッピングや検索エンジン、オンライン出版など、プリント中心からデジタルメディア移行していく分野もあるが、プリントカタログからオンラインショッピングに誘導するように、プリントがデジタルメディアを活性化させるケースや、QR コード・AR のようにプリントがデジタルとともに活用されるケースなど、新しいバランスの在り方が模索されている。このようなプリントメディアを取り巻く業界の変化に伴い、欧州では業態変革を進めるための施策を進めており、それは経営者、労働組合、さらには顧客企業なども含めた幅広い活動となっている。



さらにプリントメディアの活性化のために、印刷産業の環境サステナビリティを広く社会に伝える Two Sides の活動や、プリントメディアの価値や有効性を伝える Print Power などの活動を推進している。これらの活動で特徴的なのは、印刷業界単独の活動ではなくプリントメディアのバリューチェーンにかかわる全ての業界、すなわち製紙、紙商社、印刷、出版、新聞、DM、郵便事業といったあらゆる業界が力を合わせて活動していることにある。

またプリンティッドエレクトロニクスや機能性インク、3D プリンティングなどの技術革新にも注力し、印刷産業の事業分野の拡大を目指している。

Keep Me Posted EU (「郵便で通知してください」) 活動のように、高齢者やデジタル弱者救済の観点からプリントメディアによる通知の選択肢を提供することを義務付けるような活動を EU に対して働き掛けている。これらの活動を通じプリントとデジタルのバランスをめざし、その共存を模索している。印刷産業は過去 1000 年(ミ

レニウム)における最も重要なイノベーションであり、グリーンかつ持続可能な産業で、学びと教育をサポートする産業であり、信頼における質の高いコミュニケーション手段で、今後ともメディアミックスにおいて重要な役割を担う産業である。

パネルディスカッション

このような講演内容をもとに、日本の業界代表者として以下の5名の方々にご参加いただき、パネルディスカッションを行った。(敬称略)

株式会社アドピア	代表取締役社長	白田真人
株式会社一九堂印刷所	取締役社長	岩尾純一
岩岡印刷工業株式会社	代表取締役社長	岩岡正哲
錦明印刷株式会社	代表取締役社長	塚田司郎
株式会社ローヤル企画	取締役会長	松浦豊

以下にその概要を紹介する。

- ・日本でも全印工連を中心に2004年ころから業態変革を進めてきている。2008年より「ソリューション・プロバイダーへの進化」を提唱し情報共有・ベストプラクティスの紹介などが行われている。
- ・欧州における業態変革の活動の中でカスタマーパーティシペーションというものがあるが、これは主要な得意先(イケア、BMW、ルフトハンザやその他の中小顧客を含め)と共にセミナーやカンファレンスを通じてプリントメディアの将来を議論する試みで、相互にとって有効なものであった。
- ・業態変革で一番難しいのは人材の問題で、07Mediaでの対応が質問された。同社では買収などを通じて新しい分野に進出するときは少人数のプロフィットセンターを必ず構築し、責任範囲となすべきことが明確化することによって買収した企業が速やかに立ち上がれるようにしている。
- ・企業買収においても、欧州ではオーナー会社が多いために会社に対する思い入れが強く、売却のタイミングを逸してしまうケースが多い。また、買収した時には何が必要で何が不要なのかを設備や従業員に対してかなり厳しい判断をしなくてはならないことが多い。
- ・欧州の出版業界の状況やアマゾンの影響などに関する質問に対し、2-3年前まではかなりアマゾンを恐れていたが、最近はそれほどでもなく、むしろ生活者がスマホなどに時間を取られ、本を読まなくなったこ



とに危機感を抱いている。この影響で出版社、書店は減っている。

- ・07Mediaにとって一番成功した買収企業はなにかとの質問に対しては小売り分野の顧客開拓のケースを挙げた。この分野は成長していたが、顧客は取引先を頻繁に変更し、発注は安定していなかった。そこである1社に対して、専任者を2名設け、よりエージェンシーとしてのアドバイスを提供できる体制を構築した。1年後には、顧客の数は4-5社に増えていて、アドバイザーは12人にもなっていた。外部からの専門家の活用、顧客との対話を進めることによって顧客にとって必要なパートナーとしての地位を確保でき、安定したビジネスを構築できた。
- ・PrintPowerなどの活動のようにプリントメディア全体を包括した活動が日本ではできていないが、欧州で推進母体となっているのはどこかとの質問に対しては製紙業界が資金面も含め一番の推進母体となっているとの説明があった。現在では13か国が参加し、各国にプロジェクトリーダーが任命され、関係者をすべて含めると400名程度の規模になる。資金面だけでなく業界間での相互の協力やネットワークの構築がなされている。
- ・プリンティッドエレクトロニクスの分野は、顧客が本当に求めるものを提供できるようになるには、まだ技術進歩がさらに進む必要があり、本格化するにはまだ時間がかかる。
- ・日本では印刷会社と顧客の関係が、どうしてもイコールパートナーになり切れていないが欧州での状況はどうかとの質問に対して、欧州でも同じような傾向はどうしてもあるとの事であった。それでもデザイン、プリプレス、コンピューターサイエンスなどの分野に力を入れ、クロスメディア、ニューデザイン、ニューソリューションを提供するようになれば人材の採用でも有利になるほか、顧客との関係も改善しやすい。