

全印工連が新たな業界計画「業態変革実践プラン—全印工連2010計画」を発表

# 業態変革はエンドレス



全日本印刷工業組合連合会  
水上光啓会長

絶え間なく変化し続ける社会と企業環境。そのスピードは加速する状態の中、全日本印刷工業組合連合会(水上光啓会長・全国47工組で構成・以下全印工連)は、平成20年10月17日、鹿児島大会において新たな業界計画「業態変革実践プラン—全印工連2010計画」を発表した。世相の厳しさが企業経営環境を大きく変化させているとき、水上会長は「世の中は大変な時代を迎えているが、自分一人ではなく、みんなが大変な時代を生きている。“厳しい”という言葉はもう止めましょう」と、前置きしたうえで、これからの印刷会社の戦略上の活用を促すとともに「社会が変化し続ける以上は我々の業態変革には終わりが無い。経営者と社員一丸となって挑戦し、常に情熱を持って夢のある新しい印刷産業形成と一緒に努力していこう」と、全国に向けて熱いメッセージを発信した。(以下鹿児島大会の水上会長メッセージ要旨)

## 感性価値創造産業として社会貢献を

### なぜ「業態変革」なのか?

世界的に今、大変な時代を迎えています。こうした状況を踏まえ、印刷業として将来に生き残るべく、全印工連は、過去4年間「業態変革」を皆さんに提唱し、自分の力で自らを変えていく「変革」という言葉にこだわり続けて熱き思いを込めてきました。

何故変革なのか。残念ながら従来のビジネスモデルや成功事例は今や通用しない。この大変革の中で私達は変革スピードを上げる必要があります。

ではどうすれば良いのか、簡単です。経営者と社員が一丸となって情熱を発信できる会社。調整できる会社が成長のカギを握るものと思います。

本大会から新たな「業態変革実践プラン」がスタートしますが、共に実践し、印刷人として夢のある新しい印刷産業を創り上げましょう。

かつて私達はバブルを経験しました。振り返ってみると、1991年と1997年に2つのピークがありました。1つは印刷産業の出荷額が8兆9,000億円に。そして97年を境に下がり続け、2000年には8兆円を割り込み、05年には7兆円を割って現在に至っており、業界も大きな転換期を迎えました。フーテンの寅さんが死んで、隣のタコ社長が経営する印刷会社も無くなりました。従来型の印刷会社がここで終わり、デジタル化による新しい印刷会社がスタートしたわけです。

さらにウインドウズ95が登場してプロとアマの差が無くなり、業界が急激にポータブル化するという変化もありました。変化はまだあります。95年には日本における若年労働層の減少です。雑誌類の販売が落ちたのは単にインターネットだけでなく、この若年層の減少も理由の1つです。ネットや携帯電話の普及、そして出版不況があり、新聞や雑誌の販売低下が叫ばれて現在と全く変わらない厳しい状況でした。

業界は3つの重荷を背負っています。1つは設備過剰による供給価格の低下。2つ目はホワイトカラーの生産性低下。これも厳しい。1日の時間をどう使っているか。多くは移動とモノ探しに費やしている状態で、これでは駄目、変える必要があります。皆さん工場の生産性は数値的に捉えるがホワイトカラーの生産性の認識は薄いものがあり、これから重視していきましょう。

3つ目はソフト・サービス化で永遠の課題でもあります。どうも上手く伸ばせない。

### 顧客と業者間にギャップ

現状、売上高に対してソフト・サービス化は僅か2%程度です。どうして伸びないのか、きっちり回答を出すべきです。アメリカでは2010年には13%になることが見込まれています。

こんな変化の時代の影響が大きいものに人口の減少が挙げられます。95年

には若年層の減少があったが、05年には絶対数が減っています。「よき時代、あの日に戻りたい」。あり得ない。残念ながら市場はシュリンクしていきます。絶えるか、下りるか、真剣に業界として将来を考えるときです。それも1個人では絶対出来ない。

さらにインターネット。改めて印刷とwebを対比してみましょう。

私達は一般の人達には想像もつかないほどの高価な機械と多くの工程を経て高品質な印刷を行なっています。納期も厳守、実に真面目な産業です。

対してインターネットは不真面目というか、私達が最も大切にしている納期がなく、後々は修正だけ。これでは叶わない。

私達は良い商品は高いものという感覚の中に育ってきました。しかしネット社会ではソフトは益々進化し、しかも無料で見られる。これと私達は競争していくことになる。ではどうするか。

ネットの影響は世代にもよりますが、まず1番変化したのはエンドユーザーであり消費者です。消費者が変化したことによって私達のクライアントも変わらざるを得ない。そうすると私達も変わる必要があるわけです。

テレビは見ないがインターネットや携帯電話は見る。こんな世代の人達に対して従来のビジネスモデルは通用しないといっても過言ではないでしょう。

こうした世代は3つに分けられると思う。私はもう団塊の世代の終わりの方で、社会の中心となる軸から外れて卒業する