

# 社会へ水なし印刷の意義を広く発信

## — SNS も活用し積極的に広報活動

(一社) 日本WPA 奥継雄会長に聞く

環境に優しく、高品質な印刷物を提供することを目的に、2002年に結成された日本WPA（日本水なし印刷協会）。2010年には一般社団法人となり、印刷業界内だけでなく、一般社会に対する水なし印刷の認知・普及に向けても積極的な事業を展開している。協会の具体的な活動内容と最近の動きについて一般社団法人日本WPAの奥継雄会長（株式会社文星閣代表取締役CEO）に話を聞いた。〈聞き手・編集部〉

### ▶ 「脱炭素」の流れを味方に 水なし印刷の価値向上へ

世界的なSDGsに向けた潮流を背景に、水なし印刷への注目も高まっているように思います。

社会全体がSDGsという共通のゴールに向かっていることは、水なし印刷の普及を目指す私たちにとってもたしかに大きいものです。それ以上に実感しているのは、2020年以降のコロナ禍のインパクトです。コロナ禍の期間に、「脱炭素」という機運が急速に高まってきました。2021年9月に東京ビッグサイトで開かれた第1回脱炭素経営EXPOに、日本WPAほか私の会社も出展しましたが、コロナ禍の最中にも関わらず大変な来場者の数で、関心も非常に高く、真剣に情報収集に来られていることに驚きました。その流れは今も続いています。環境に優しい水なし印刷の普及とカーボンオフセット、カーボンフットプリントなどの推進に努めている日本WPAにとって、水なし印刷の付加価値を社

会に認識してもらえるチャンスだと捉えています。—2年前に会長に就任されてから、対外アピールをより積極的に展開されています。

私の方針として「一に広報、二に広報、三に広報」ということを打ち出しています。具体的な取組みの一つとして、日本WPAは2022年に日本最大規模の広告賞である第60回宣伝会議賞に課題協賛しました。『水なし印刷の普及が多様な社会課題の解決に結びつくことを広く知ってもらうためのアイデア』をテーマに設定し、キャッチコピーの募集を行った結果、応募総数1万点以上の中から協賛企業賞に「このポスター、工程まで美しい。」を選定しました。制作者はコピーライターの長井謙さんです。「工程まで美しい」の言葉で、環境配慮に貢献する水なし印刷を端的に表現できている



バタフライマークのバッジを胸に日本WPAの奥会長

ことが選定理由となりました。「このポスター」となっていますが、会員企業が扱う印刷物によって、「このパンフレット、工程まで美しい。」「このパッケージ、工程まで美しい。」など、いろいろ応用することができます。

日本WPAでは、この新キャッチコピーを核として広報活動をさらに強化していきます。また、それ以外にノミネートされたコピーにも優秀な作品が多く、それらも現在SNSで発信しています。発注者や消費者の方々には、印刷物を通して自分たちが環境保全への取組みに参加できることを知ってもらいたいと思います。

キャッチコピーをより効果的に表現していくため、日本WPAではコピーを使ったビジュアル作品のコンテストを実施しました。会員から募集し、昨年10月の締切りまでに44作品の応募がありました。12月に審査会を行いました。どれも甲乙つけがたい素晴らしいものばかりです。受賞作品は、日本WPAのホームページで順次公開していくほか、SNSなども積極的に活用して広報活動を展開していきます。また、会員企業が自社の営業活動、広報活動に利用できるよう情報共有していきます。

キャッチコピーとビジュアルを使って、どれだけ水なし印刷への認知を広げていけるかが、私の会長としての次の2年間の課題になります。

## ▶ 4つの委員会を新設し組織的に事業展開

—日本WPAの運営体制もかなり変わったようですね。

若い人たちが理事に多く加わり、積極的に発言してくれています。それが広報活動の盛り上がりにもつながっています。SNSを使った情報発信などは、やはり得意な若い世代の力によるところが大きいと感じます。

2023年度は、理事会のもとに新たに委員会を開設しました。理事全員が役割を分担し、企画委員会、広報委員会、カーボンオフセット推進委員会、水なし印刷拡販委員会の4つの委員会活動を展開しています。毎月1回、Zoomで集まりながら活動中です。委員会の目標は、「水なし印刷の認知度を向上させ、市場からの水なし印刷指定を増やすこと」、「カーボンオフセ

ットの認知度を向上させ、市場からのカーボンオフセット指定を増やすこと」の主に2つです。市場からのニーズを高める活動が会員企業に対する日本WPAの一番の役割であり、その結果が、まだ取り組まれている企業の水なし印刷導入につながると考えます。

—今年6月に予定されている定期総会で、日本WPAは一般社団法人となってから15期目に入ります。コロナ禍を経て、昨年の総会からようやく対面式で行えるようになりました。

会員相互の勉強会や見学会は大事な活動の柱でしたが、しばらく停滞してしまいました。日常生活もようやく戻ったので、活動を再開し、地方の会員の会社見学なども行えればと思っています。活発なコミュニケーションを図っていくことは2024年度の大きな活動目標です。

あわせて、様々なメディアを活用した広報活動を本格的に展開していきます。カーボンオフセット事業については、より会員が取り組みやすくするため、水なし印刷とカーボンオフセットに関する情報の提供、お客様に説明する時に使うプレゼンテーション資料の共有化などを進めていく案が出ています。また、日本WPAのカーボンオフセット事業では、会員企業が印刷物の製作時に排出するCO<sub>2</sub>量を、当協会が提供するソフトウェア「PGG<sup>®</sup>：Printing Goes Green」で正確に算出しますが、より簡易なソフトを使い、お客様に水なし印刷物の見積書を提出する段階で概算のCO<sub>2</sub>排出量をいっしょに示し、「これだけのCO<sub>2</sub>削減とカーボンオフセットができますよ」と提案できる仕組みができなにか検討しています。実際に、自社の計算式によってお客様にそのような提案営業をされている会員もいます。

技術面では、水なしUV印刷の安定的な運用が、今後の水なし印刷の普及に大きく影響する課題となっています。そこに向けて、すでに成功されている会員企業に学びつつ、メーカーの協力も得て取り組んでいきます。

いずれにしても、理事から新しい意見や提案、アイデアをいただきながら、より時代に合った活動をスピードリーかつ柔軟に展開していきたいと考えています。