

変化に挑戦する経営者の声①

「情報産業」としての原点に立ち返る

—グーテンベルクに続く次の印刷産業へ

(株)ソウブン・ドットコムの木村崇義社長に聞く

急速に進むデジタルシフトの波を受け、印刷業界では「印刷物がなくなった」「顧客がいなくなった」といった嘆きを耳にすることが多くなった。確かに現状は厳しい。だが、その声の裏には、印刷会社自らが「印刷物を作る会社」「紙にインキをのせる仕事」という固定観念に縛られてしまっていないだろうか。

「印刷は情報産業である。歴史を振り返ってみれば、それは明らかだ」と語るのは、株式会社ソウブン・ドットコム（東京都荒川区）の木村崇義社長だ。この言葉には、印刷の本質をあらためて見つめ直し、未来へとつなぐ視座が込められている。印刷物に限定されることなく、「情報を扱う会社として、何を提供できるか」。その本質が、いま印刷会社に問われている。

▶ 歴史に見る、人類が情報を伝えてきた営み

古代エジプトの文字を刻んだ石碑「ロゼッタ・ストーン」、現存する世界最古の印刷物とされる「百万塔陀羅尼」、ヨハネス・グーテンベルクの「42行聖書」……。ソウブン・ドットコムの本社応接室には、歴史的な印刷物のレプリカが並ぶ。これらはすべて「情報を残し、伝える」という、人類の営みの証だ。

印刷の起源は紀元前4,000年頃、古代バビロニアの粘土板に楔形文字を刻んだ瓦書といわれている。紙の誕生以前から、情報を伝える手段として、石や粘土板などに文字を記録する技術は存在していた。その後、パピルス、竹簡・木簡、羊皮紙などが書写材として用いられていたが、2世紀には中国で製紙法が発明され、



「印刷会社こそがITを牽引していくべき」と話す木村社長

やがて7世紀末頃には木版印刷、そして1440年頃にはドイツのグーテンベルクによる活版印刷が登場し、大量の情報が人々の手に届くようになった。

「紀元前4,000年頃には、私たちの“同業者”がすでにいて、その頃から情報を伝える仕事に携わってきたのである。初めは石などに刻んでいたのが、紙になり、Webになり、今はAIだ。これから数百年後に印刷会社は何を扱っているかわからないが、形を変えながらも情報産業であり続ける」と木村社長は言う。

▶ 「印刷＝情報技術」と気づいた原体験

木村社長は「印刷のことが、誰よりも好きである」と自負する。

木村社長は、小さい頃から本を読むことが苦手で、出版物にあまり興味がなかった。しかし、高校1年生の時、印刷会社が牛乳パックからクレジットカードの

ICタグまで作っていることを知り、「印刷の守備範囲はこんなにも広いのか」と衝撃を受けた。すぐに印刷博物館を訪れ、「印刷が、人類の情報伝達にいかに関与してきたか」に目を開かれたという。

それ以来、高校生の時からIGASやpageなどの展示会に通い、19歳でJAGATのDTPエキスパートの資格を当時最年少で取得した。大学では生産工学部で経営や製造業を学び、凸版印刷株式会社（現TOPPAN株式会社）に入社した。高校、大学を通じての7年間、印刷に関しての勉強は誰にも負けないと話す。現場で営業経験を積み、出向先では発注側としてのマーケティングの視点も得た。ITベンチャー企業とも付き合いの中で、デジタル化の新しい息吹を感じつつ、印刷への危機感も感じた。やがて父の印刷会社を継ぎ、同時にデジタルマーケティングの事業も立ち上げた。

そんな木村社長は自社の未来や産業のビジョンを考える際に、応接室の印刷物のレプリカを眺めながら、連綿と続く印刷の歴史に思いを寄せる。木村社長の根底にあるのは、「印刷＝情報を扱うこと」というブレない軸だ。



歴史的な印刷物のレプリカ。人類が情報を残し伝えてきた軌跡である

「本来、印刷の歴史を理解していれば、『脱・印刷』という発想には至らないはずである。印刷物を作ることだけに固執してしまうと、やがて限界を感じることになる。しかし、情報産業としての系譜を受け継ぐ印刷業には大きなポテンシャルがあり、本当は成長産業であるはずだ」

▶ 「老舗IT企業」として、進化を続ける

木村社長は「印刷は衰退産業ではない」と断言する。「印刷会社は、“老舗のIT企業”である。情報を扱ってきた歴史において、現在のIT企業は後発に過ぎず、私たち印刷会社の方が先駆者だ。確かに印刷『物』の需要は減っているが、データベースマーケティングや顧客情報管理といった情報処理の分野には膨大なニーズが存在する。それを誰が担うのか。突如現れたIT企業に任せるのか、それとも、長年にわたり情報を扱ってきた印刷会社が担うのか。私は印刷会社こそが真の情報産業の担い手であると考えている。デジタルやAIといった最先端技術もどんどん使いこなし、“ゲーテンベルクに続く次の情報産業”を創り出していく。それこそが、今の時代を生きる印刷会社の使命だと信じている」

時代の転換点に立つ今、印刷の役割を再定義し、その可能性を見つめ直すべき時かもしれない。

▶ 「脱・印刷」ではなく、「本業」の追求

ソウブン・ドットコムでは、学術団体向けに特化した支援サービスを展開している。そのサービスは事務局管理から学術大会の運営、学会誌の発行、ホームページ制作に至るまで幅広い。事業には、クラウドサービスやAIなどのデジタル技術を積極的に取り入れている。

「当社が進めてきた多角化・デジタル化は、『脱・印刷』ではない。情報産業としての印刷会社の本業であると考えている」と木村社長は語る。その根本にあるのは「顧客の情報を取り扱い、サポートする」という本業を追求する姿勢だ。

「印刷は古い」「脱・印刷」。そんな言葉が、時に業界内から聞こえてくることがある。だが、木村社長は、そうした考えに警鐘を鳴らす。