

変化を乗り越え、協業による前進を目指す

—全国組織の強みを発揮へ

日本オフセット輪転印刷協議会・西川誠一会長に聞く

大ロットの印刷を得意としてきたオフ輪業界。しかし時代の流れは大きく変わり、紙媒体への依存度は年々低下している。全国のオフ輪台数もピーク時の半分となり、設備の老朽化や需要の縮小など課題は山積している。コロナ禍を経て、人やモノ、情報の流れが大きく変わった今、オフ輪業界は新たな岐路に立たされている。

そうした状況の中、日本オフセット輪転印刷協議会（以下、オフ輪協）は何を課題とし、どのような未来を描いていくのか。西川誠一会長に現状の認識と今後の展望を聞いた（8月4日、(株)ニシカワ本社にて）。

▶ 構造的な変化による印刷市場の縮小

一オフ輪業界を取り巻く現状について、どのようにとらえていますか。

現在、オフ輪協の会員数はピーク時の半分にまで減少し、47社となっています。その根本には情報メディア全体の構造的な変化が大きな要因としてあると言えるでしょう。

全国のオフ輪台数も、機器メーカーの推計によれば、2000年のピーク時に約1,400台ありましたが、現在はその半分の700台強にまで減少しています。ただし、そのすべてが稼働しているわけではなく、実際には止まっている機械も多い。マーケットの縮小は一層進んでいるとみるのが自然です。さらに、一昨年から昨年にかけて約30台が減少しました。1年間でこれだけの数が減ったのは大きな出来事であり、仕事の急激な減少が如実に現れた結果だと考えられます。

また、大きな懸念は機械の老朽化です。設置から20



西川会長

年以上経過する機械が全体の半数近くを占めるとみられます。当社の設備も18年目を迎えていますが、更新は進んでいません。昨年の新台出荷がわずか10台程度という事実を見ても、この先オフ輪をどこまで継続できるかは不透明であり、構造不況の様相を呈しています。

転換点となったのはやはりコロナです。人やモノの流れが変わり、情報の伝達手段も大きく変化しました。オフ輪は大量に同一のものを印刷するのが強みですが、個別化・多様化が進む「個の時代」にはすぐわなくなりつつあります。とはいえ、バリアブル印刷が紙媒体で広く普及しているわけでもなく、そもそも紙への依存度自体が下がっているのが実情です。

出版分野では電子書籍の普及、教育分野では少子化とタブレット化の進展、消費財はネット購入が主流となり、高層マンションの増加で新聞を購読しない世帯も増えました。こうした社会の変化が、いずれも印刷物には逆風として作用しています。オフ輪が得意とす

る「大量印刷」は時代の流れに逆行しつつあるのは否めない現実だと感じます。

▶ 経営課題の解決につながる情報共有を推進

—オフ輪協としての重点課題は何でしょうか。

オフ輪協そのものの技術に関しては、もはや大きなブレイクスルーは期待しにくいでしょう。もちろん、カラーマッチングのように改善を重ね続けるテーマはありますが、印刷技術そのものに革新的な変化が起こる可能性は低いと思います。

むしろ重要なのは、オフ輪会社を含む印刷会社が直面する経営課題です。SDGsやコンプライアンス、人材採用や雇用の問題など、経営を取り巻くテーマは多岐にわたります。こうした課題にどう取り組むか、その事例や知見を共有し、コミュニケーションを深めることこそがオフ輪協の大きな使命だと考えています。

社会の中で、印刷会社・企業としてどのように貢献し、どんな役割を果たしていくのか。それを示せなければ、いかに優れた機械や人材を抱えていても存在意義そのものが問われてしまいます。変化のスピードは速く、対応にはコストもかかりますが、企業の責任として避けて通れません。だからこそ、他社の事例を知ることによって経営のヒントが得られ、「自分たちもやってみよう」と一歩を踏み出せる。オフ輪協としては、そのきっかけとなる情報を提供し続けたいと考えています。

—オフ輪協の会員各社は印刷業界の中でも中核を担う有力な会社が多いですね。先進的な事例も豊富にあるのではないのでしょうか。

その通りです。過去には11月に開いた「会員交流会」で、各社の取組み事例を2年間にわたって紹介しました。これは非常に興味深く、刺激的な取組みでした。企業ごとに置かれた環境や顧客、目指す方向が異なるため、事例にもそれぞれ個性があり、それと同じオフ輪業界の仲間と共有できたことは大きな意味がありました。私自身とても楽しい経験でしたし、また復活できればと考えています。

また、個社では限界があっても、全国組織として連携することで、厳しい環境の中でも互いに支え合うことができます。即効性があるわけではありませんが、継続して取り組むことで自分たちのポジションを確立できると思います。競合という意識はほとんどなく、むしろ力を合わせて進むことが重要だと考えています。

一方で、印刷会社の中には「自分だけが生き残ればいい」という発想から、いまだ価格競争に走る会社もあります。それも生存競争の一形態ではありますが、最終的に残るのは「価格」だけで、そこからは何も生まれません。オフ輪協ではその方向は選ばず、協業によって生き残りを図っていきたいと考えています。

▶ 次のビジネスを考える、知恵を出し合う場に

—オフ輪協としての今後の役割と活動について教えてください。

オフ輪協の大きな強みは「全国組織」であることです。運営の中心は在京企業ですが、理事には全国から参加いただき、引き続き全国規模で活動を展開していきます。

たとえば、この全国ネットワークは、BCP（事業継続計画）の観点からも有効に機能するでしょう。首都直下型地震や南海トラフ地震など大規模災害の可能性が指摘される中、安定供給に向けた態勢づくりは避けられない課題であり、今後の重要なテーマです。

昨年6月から事務局が誠伸商事(株)さんに変わり、新たなスタートを切りました。誠伸商事さんは豊富なノウハウと人脈をお持ちであり、その強みをオフ輪協の活動にも活かしていけると期待しています。具体的に、オフ輪協ホームページをリニューアルし、会員名簿の公開など新しい取組みも進めています。また、11月には恒例の会員交流会、来年2月には新年会を開く予定です。今後も情報発信を強化し、会員にとって実効性のある活動を展開していきたいと考えています。

—最後に、今後の抱負をお願いします。

オフ輪協の会員が一丸となれば、大きな力を発揮できるはず。そのために、改めて団結できる組織づ