

製本産業ビジョン2030 〈紙の未来プロジェクト〉発表

—デザイナーの力を使いこなし、自ら市場に近づく商品企画力を

全日本製本工業組合連合会

全日本製本工業組合連合会の第61回全国大会が9月6日に福岡市のANAクラウンプラザホテル福岡で開かれ、11工組の組合員と来賓あわせて180名が参加して活況を呈した。大会では、「製本産業ビジョン2030—紙の未来プロジェクト—」の発表が行われた。製本会社が自らマーケットに近づく商品企画力を持つことを提唱し、製本業界が2030年に目指すべきゴールとして、「デザイナーの力を使いこなす」、「オリジナル商品づくりを通して、市場の今を感じとり、そして飛び込む」を設定。具体的なステップを示した。

▶ 変化を恐れず、新たな挑戦へ

式典で開催地を代表してあいさつした福岡県製本工業組合の宮地啓一理事長は、「製本業界を取り巻く環境がますます厳しさを増している中で、われわれのやるべきことは何なのか。紙媒体は決して悪くない。しかし、旧態依然としたままでは生き残りは難しい。そういう想いから常に新しい発想、アイデア、知恵を出し、創造力を発揮していくことが重要だと考える。全製工連は、『第3の市場』の開拓を提唱した『製本産業ビジョン2025』から、新たに『製本産業ビジョン2030』へと入っていく」と述べた。

また、主催者を代表して全製工連の田中眞文会長は次のようにあいさつした。

「あらゆるコストが上昇し、デジタル化や紙離れで従来の製本の仕事が減少している。まさに二重三重の試練に直面しているが、私はこのような現状を危機で

あると同時に、転機だとも考えている。印刷物の最終工程である製本は、単に紙をまとめる作業ではなく、情報や思いを形にして残す仕事だ。デジタルが主流となる時代だからこそ、紙の持つ質感



田中会長

や長く残せる保存性、手に取った時の喜びはむしろ新しい価値として見直され始めている。この価値を守り、さらに高めていくために私たちが今、勇気をもって進めなくてはならないのが単価の適正化、すなわち値上げだ。資材価格や人件費が上昇している中で単価を据え置くことは、結局は品質の低下や人材の流出を招き、業界全体の力を弱めてしまう。もちろん、一社だけで取り組むことは難しいが、全国の仲間が歩調を合わせ、同じ方向を向くことで、お客様の理解を得る道は必ず開けると思う。もうひとつ大切なのは、新しい挑戦を恐れないこと。小ロット・オンデマンド対応、異業種とのコラボレーション、環境に配慮した資材の活用、新しいデザインの提案など、すでに多くの仲間が取り組み始めている。本日発表される〈紙の未来プロジェクト〉でも具体的な提案を行う。それをヒントとして大いに活用いただきたい。いずれにしても、世の中の変化を受け入れ、工夫と知恵で新しい価値を生み出すことこそ、私たちの存在意義を次の時代につなげる力となる」

▶ ユーザーに一番近い製本の優位性を活かす

「製本産業ビジョン2030—紙の未来プロジェクト—」の冊子（A4判・16頁）には、田中尚寛委員長はじめ全国から集まった12人の委員がこれまで議論、実践してきたことのエッセンスが詰まっている。初めのページには、プロジェクトの狙いと2030年の目指すべきゴールを示した。

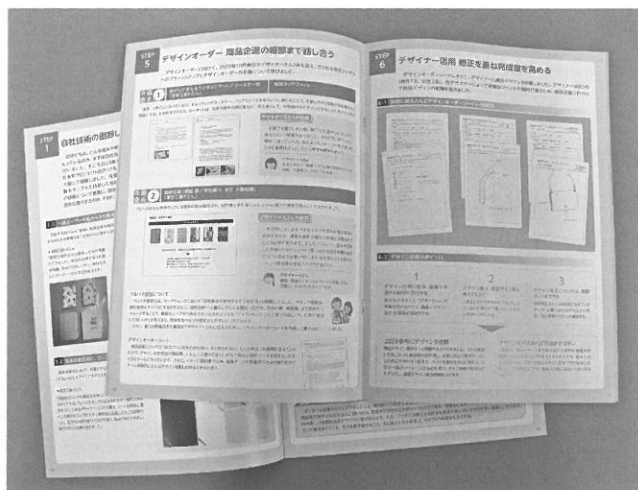
前回のビジョン2025では、出版社・印刷会社のみを顧客としてきた製本業のビジネススタイルが行き詰まりを見せ始めた状況に対して、突破口として「再・創業（リ・スタート）」を提唱し、「第3の市場創り」への取組みを促した。これを受けて今回のプロジェクトでは、その「実践編」として、製本会社が主導権をもつものづくりを進め、デザイナーとともに、オリジナル商品を作り上げることに取り組んだ。

2030年に目指すべきゴールは次のような表現で設定した。

- ・デザイナーにお願いするのではなく、デザイナーの力を使いこなす。
 - ・オリジナル商品づくりを通して、市場の今を感じとり、そして飛び込む。
- その説明には次のようにある。

「製本会社は、出版→印刷→製本というものづくりの流れからみると、もっともエンドユーザーに近い場所にいます。製本人は自分たちが感じている以上に、たいへん高度なものづくりの力をもっており、第3の

市場に飛び込める実践力があります。すでに、ものづくりの技術をもった製本人に今必要なのが、自分たちでアイデアを生み出す『商品企画力』。消費者の心を探り、市場の『今』を感じとり、商品企画をまとめあげることができれば、外部



3名のデザイナーと組んだオリジナル商品づくりの過程をわかりやすく紹介している

デザイナーの力を活用して一気通貫でものづくりをカタチにできます。そして、今よりももっと市場へと近づくことができます。」

ビジョン2030では、設定したゴールに対して、そこに至るまでのステップ1～8（図）を示し、オリジナル商品づくりの実践と関連づけて解説している。

- ・ステップ1
自社技術の棚卸し 自分たちの強みを見つける
- ・ステップ2
アイデアラッシュ！ みんなで意見を出しあう
- ・ステップ3
市場の「今」を感じとる デザイナーと意見をかわす
- ・ステップ4
商品アイデアの整理・分類 方向性で分ける
- ・ステップ5
デザインオーダー 商品企画の細部まで話し合う
- ・ステップ6
デザイナー活用 修正を重ね完成度を高める
- ・ステップ7
デザインをカタチに！ プロト作品が完成
- ・ステップ8
プロト作品を商品化、そして販売へとつなげる



「製本産業ビジョン2030」の冊子