

# 体験は無限，アイデアは無尽

— “体験” を触媒に価値の高いビジネスの創造を

## ▶ 外の目で地域や自社の資源を見直す

印刷業界で近年，“体験価値”が語られることが増えた。単にモノを売る，その販促を支援するだけでは，印刷ビジネスが行き詰まると多くの人が感じ始めている。そして，体験という触媒を加えることで化学反応が起こり，モノやサービスの価値を高められることに気づき始めた。地域密着の強みを持つ印刷業に向いている取り組みでもある。

インバウンドの隆盛も気づきを与えてくれる。たとえば，豆腐店による豆腐づくり体験が，参加費3万円で人気だという。商品として豆腐だけを売るなら一丁300円程度，それが100倍もの価値に変わる。浮世絵を使ったシルクスクリーン印刷の体験会が5万円の参加費で超満員という話もある。自分たちは当たり前だと思っても，外からの目で見れば特別で魅力的に映る。

近年人気の工場見学会も体験価値のひとつ。子どもの頃の社会科見学のように，今や家族や大人がものづくりの現場を楽しむ時代となった。印刷・製本会社が自社工場を開放する試みは各地で年々増えている。百貨店と提携し，正月の福袋に工場見学を組み込んだ製本会社の例もある。また，顧客が工場体験を通じてファンを増やす取り組みを印刷・製本会社が手伝うこともできる。

全国のまちなみイラストを核に地域の魅力を掘り起こす印刷会社のネットワーク「一般社団法人マーケティング委員会」の活動も，結果的に「体験」を通じて人々の交流を広げ，印刷業の新しいビジネスモデルを創ってきた。

岩手県盛岡市の永代印刷(株) (みちのくマーケティング委員会) では昨年，地域魅力向上事業として神社周遊+



「外からの視点と擦り合わせることで新しい発想が開けた」と佐々木副社長 (永代印刷)

みちのくマーケティング委員会が企画した日帰りツアーの案内パンフレット



神楽鑑賞日帰りツアーを企画。ユネスコ無形文化遺産に指定されている神楽の鑑賞体験と由緒ある3つの神社巡り，ワイン工場見学などを結びつけたツアーを実現し，好評だった。佐々木秋枝副社長は「観光庁の補助金事業にも採択され，補助金を使って神社に説明看板の設置もできた。通訳ができる地元の女性やコンサルタントの方と組んで，英文パンフレットの作製，インバウンド向けツアー実施などを計画している。作成した神社のイラストは御朱印帳に採用された」と話す。

東京都足立区の弘和印刷(株) (あだちマーケティング委員会) は，区内に拠点がある一般社団法人ロボットスポーツ協会と協創事業を展開。2025年は，区内の様々なイベント・まつり等に出展し，ワークショップも実施した。7月に開催した「第1回ロボスポフェスタ」では，大手企業がスポンサーとなり，ロボット競技大会，操作体験，ロボット展示など約1万人が来場した。小・中・高校生を中心とした競技大会には65人の選手が出場し，熱戦が繰り広げられた。2026年は，新規の地域へも横展開していく。瀬田章弘社長は「町工場が多い足立区の強みとロボットを結びつけた地域活性事業。2030年に東京でロボットスポーツの世界大会の開催を目指す」と話す。

体験は無限，アイデアは無尽。あとはビジネスにどう結びつけるか。業界内外での活発な議論と情報交換を期待したい。

# これからの印刷業がつくるのは「体験」だ

—「Impression!」全印工連 XI カンファレンス2026」より

全日本印刷工業組合連合会（以下、全印工連）は1月23日、「体験価値」による印刷産業のイノベーションの可能性について考えるイベント「Impression!—全印工連XIカンファレンス2026」を横浜市中区の「象の鼻テラス」で開催し、印刷会社が取り組む新たな価値創造の方向性として「体験価値ビジネス」を提示した。全印工連が試行してきた取組みの成果報告を交えながら、印刷会社が“体験づくり”にどのように関わることができるのかを5時間にわたって考え、全国からの参加者が様々な視点と情報を共有した。

同カンファレンスの主な内容と、業界内外でXIビジネスの確立と浸透を目指す全印工連の取組みを紹介する。

## ▶ 「XI」は印刷業の未来の職能モデル

全印工連の産業戦略デザイン室は、今後10年を見据えた印刷業の新たなビジネスモデル構築と社会実装を



全国からの参加者が印刷業の新しい価値について考えた「XIカンファレンス」

目指している。今期は、2023年にプロトタイプとして発表した「XI（エックスアイ）」のビジネスモデル構築をテーマに、事業化に向けたテストマーケティングなどを行った。

XI = Experience Integrator（体験価値の統合者）とは、「体験」をビジネス価値に変換する存在を指す。人の行動が変わる瞬間を中心に据えて、情報・空間・体験・コミュニケーションをつなぎ合わせ、新しい価値を生み出す役割—。これこそが印刷業の“未来の職能モデル”、“未来の仕事像”なのではないか？ とい

なぜ今「XI」なのか

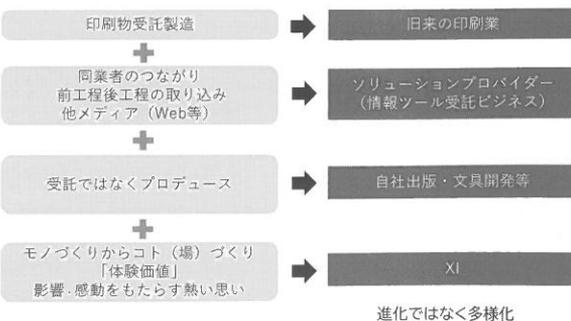
印刷業の役割は「つくる」から「設計する」へ

- 人口減少と市場縮小は、すでに現実の課題
- 品質・納期・価格だけでは差別化が難しくなっている
- 今後は「何を刷るか」より「どんな価値を生むか」が問われる時代



- 印刷は、情報・空間・人をつなぐメディア
- 紙だけでなく展示・イベント・地域・行動と組み合わせることで新しい価値を生み出せる
- その中心に立つ考え方が「XI」

これまでの印刷業とXI



※全印工連発表資料より