

# 次世代リーダー

## 才能座談会



全国青年印刷人協議会 議長  
西岡天芳氏 (新星印刷株式会社 代表取締役)



全国印刷緑友会 会長  
澤田 健氏 (不二印刷工業株式会社 常務取締役)



ジャグラー SPACE-21 代表幹事  
小澤孝一郎氏 (株式会社オズプリンティング 代表取締役社長)



日本青年会議所メディア印刷部会 部会長  
白石陽一氏 (白石封筒工業株式会社 代表取締役)

### 一緒に未来を創りに行こう 次世代のリーダーたちに聞く 業界の課題とこれから

印刷業界には全国青年印刷人協議会、全国印刷緑友会、ジャグラー SPACE-21、日本青年会議所メディア印刷部会という4つの全国組織の青年団体が存在する。それぞれの成り立ちや立ち位置は異なるものの、いずれの組織も若手の経営者や幹部社員たちが集い、切磋琢磨して業界の未来を創っていかようとしていることに変わりはない。今回、4団体のリーダーに団体の垣根を超えて、印刷業界や各団体、自社の現状や課題、今後の取り組みについて意見を交わして頂いた。

#### 業界の課題は縮小均衡

**司会** 早速なんですけれども、まずは各団体の紹介と自己紹介、会社紹介をして頂きます。

**西岡** 全国青年印刷人協議会議長をしております新星印刷株式会社の西岡と申します。全青協は都道府県印刷工業組合の青年会の代表者で構成される全国協議会という位置づけで、活動として9ブロックの協議会と全国協議会を年1回開催しています。

当社は今年創業109年、私で5代目の会社で、大阪市内に位置しており、主に大手鉄道会社の時刻表を製作しております。

**澤田** 今期、全国印刷緑友会の会長を拝命した澤田です。緑友会は全国の都道府県にある青年部や、任意の24グループ、約470名の会員で構成されています。団体のイベントとして総会、大会、セミナーを開いています。セミナーは全青協さん主催のセミナーに相乗りさせて頂いています。

当社は青森県青森市にあり、社名は不二印刷工業株式会社です。一般的な印刷物を何でも扱っています。お客様は幅広いです。

**小澤** 今年4月にSPACE-21の代表幹事に就任した小澤です。SPACE-21は日本グラフィックサービス工業会の青年部の位置づけです。会員数は250名です。色々な団体や組織を拝見させて頂いていますが、固くない楽しい団体というイメージです。

当社は株式会社オズプリンティングという山梨県の会社です。創業72年で私は3代目になります。仕事自体はガリ版(謄写印刷)からスタートして、今は総合的に多種多様な印刷物を作っています。最近はECサイトで色々な印刷商品を販売しています。

**白石** 日本青年会議所メディア印刷部会部会長を務めています白石と申します。メディア印刷部会は、日本青年会議所に41ある業種別部会連絡会議のひとつです。業種別部会連絡会議は41の業種ごとの団体(=部会)の代表者が集まって構成される会議体で、青年会議所のビジネス

ネットワークです。総会と年に4回の例会があり、メンバーは198名です。青年会議所の現役世代となる40歳以下のメンバーが29名で、あとの百数十人は先輩方です。

会社は東大阪市の高井田にある白石封筒工業株式会社です。封筒の製造会社で、印刷ではなく封筒づくりがメインです。1910年に創業し、今年が114年目。私は4代目になります。3年前にオリジナルブランドの文具商品を立ち上げて、文具女子博などのイベントに出展して販売しています。

**司会** ありがとうございます。これから業界や市場のことについてお話をお伺いしたいと思います。まずは業界の課題についてどう感じていますか。

**白石** 当社は印刷業界の中でもちょっと特殊な領域にいて、封筒の加工をメインにしています。私たちの業界の課題はオペレーターが入ってくれない、減っているというところ。オペレーター不足という状況だと聞いています。

**小澤** やはり紙需要の減少と印刷物の価値の下落が大きいかなと感じます。加えて官公庁の仕事がすごく減っています。私たちの地域だと家族経営で5人以下の規模の印刷会社が多いんですよ。その大半が行政からの仕事に結構頼っているということで、経営が厳しくなっている会社が増えていると聞いています。

デジタル化によるペーパーレスの影響がやはり大きいですね。先日も業界としてもっと仕事を出して下さいと行政に陳情に行くと、「諦めて下さい」と言われるんですね。「紙の発注を増やすつもりはございません」と。今までのやり方を何とか変えなければならぬのですが、経営者は変わるかもしれないけれども従業員にその想いをいかに伝えられるかが大きな課題だと思います。

**澤田** デジタル化が進む中で紙が市場的に縮小傾向にあって、なおかつ用紙代が高騰している。淘汰される会社が出てきているのが現状だと思っています。

もう一つは人材不足。若手の人が採用できないし、何よりノウハウや技術を次の世代に伝えられないまま、ベテランが退職してしまうのが一番困るんですね。

**西岡** 皆さんと感じていることは一緒なので、中々それ以上の課題が出てこないのですが、業界の魅力が世間に伝わっていない、もしくは魅力そのものが失われてきているかなと。縮小均衡の状況では「儲からなさそうだな」というイメージになってしまう結果、そこに入っていくという若手がいなくなるという負のスパイラルに業界が置かれていると感じます。

**司会** 話を聞いていると明るい未来が見えてきませんね。取り敢えず現状の課題の洗い出しということで各団

体の課題も聞いてみたいと思います。

**西岡** やはり後継者が一番の課題じゃないですか。地域によっては青年部がなくなっています。予算もなかなか付けられない状況ですし、役員までやられていた方が、ご子息を組合には入れておられなかったりする状況も耳にしますね。組合員数が減っているの、積極的な参加人数も少なくなり、資金もプールできないんですね。そんな中にあっても、全青協は仲間とつながれるし、積極的に参加される方は元気が良く、活動的な方だと思いますので、その勢いを外にどう伝えていくかが重要なポイントですね。



**澤田** 緑友会も似たようなところがあって、課題は会員の減少です。ちょっと前までは少しずつ減っていたのですが、近年は減少幅が非常に大きいですね。そうすると当然、取れる予算が限られて、活動の幅も狭くなってやりたいことができなくなることが一番懸念しているところですね。

**小澤** 会員減少はどの団体も同じですよ。それに加えて新しい人があまりいないことも課題だと思っています。例えば新たに業界に参入して、会に入りますという人はそれほどいないじゃないですか。新しい感覚の人が入ってくれば新しい価値観を学べますから新しい人を入れられないかと考えています。

ジャグラーでは青年部がない県支部があります。SPACE-21でそうした支部にも会員を募って拡大していくとしています。

**司会** 他業種の方も入っているのですか。

**小澤** 支部によっても違うみたいですよ。例えば運送業の方が入っている支部もあれば、印刷関連業だけに限定している支部もあります。基本的に印刷関連業だけの支部が多いと思います。

**白石** JCは卒業したら現役からOBになります。ですからメディア印刷部会としては現役世代を拡充し続けることが課題です。現役がものすごく少ないという時もありました。印刷業界でJC自体に入会している人がだいぶ減っていると感じます。

私の拡充の方法は全青協で全国を回った時に、全国のJCの若手会員に声を掛け拡充しました。何人か入会してくれたのですが、声を掛けた方の多くは「そんなのあったの?」という感じで、メディア印刷部会を知らず、声もかけられたことがないという方が意外と多かったんです。こちらからもどんどん声を掛けていくことが重要だということが分かりました。

**西岡** ちょっと小澤さんにお伺いしたいのですが、支部によって異業種や他業種を受け入れたり、受け入れなかったりというお話は、どこで決められるのですか。

**小澤** 本来は定款で示す通り、グラフィックサービス工業を営む法人又は個人及び団体となっていますが、組合ではなく一般社団法人ですので、ジャグラの目的に賛同し、理事会の承認が得られれば異業種、他業種でも入会が可能です。

**司会** どういうメリットがあって入会するのでしょうか。

**小澤** プライバシーマークの取得で、製造業特有の個人情報保護のポイントをおさえられる点でしょうか。あとはSPACE-21の中で、知らない世界を見たいという人もいるという話も出ました。だから制限を掛けずに色々な方面に声を掛けるのは大事だと思います。

## 人の魅力が組織の魅力

**司会** 課題をお聞きしましたがけれども、青年部の意義や魅力について皆さんどう考えていますか。

**小澤** SPACE-21のひとつの役割としては親会の会員獲得ですね。SPACE-21に入ってもらって、結果的にジャグラにも入会してもらおうのが私の仕事だと認識しています。親会の活動にはまだ興味がなかったけど、支部青年部やSPACE-21には入りたいという人もいます。

**司会** そういう方はどこに魅力を感じているんですか。

**小澤** 自由なところだと思うんですよ。仲間になっただけじゃなく、楽しもうよ、というところがSPACE-21の魅力です。どの会もそうかもしれないのですが、会そのものの魅力と

いうよりも、尊敬できる人がいるとか、仲良くできる人がいるとか、その会にいる人の魅力が大きいと思います。

**西岡** 全青協は、未来の全印工連を担う人材育成の一つの道としての意味があると思います。全青協はけっこうまじめで、しっかり勉強します。もちろん勉強が終わったら仲間たちと飲みにいりますが、そのまじめさのところは私にとっての魅力で、合っているのかなと思います。

**白石** JCメディア印刷部会の最大の魅力は、色々な業種の人たちがいることです。全員がLINEでつながっており、仕事の相談や悩みをLINEで送ると、「うちでできますよ」、「紹介しますよ」と返信がくる環境があります。

**澤田** 私が所属している青森県印刷工業組合には青年部がないんですよ。青年部があると学びも深まるだろうなというのが他の青年部を見て感じているところです。緑友会には親会に当たる団体がありません。先輩方との縦の関係ができるのは親会のある青年部の良さだと思います。

緑友会の魅力は、交流に重きを置いているところです。各グループの集まりがゆえに、フラットな関係で横の繋がりは非常に強固だと感じています。



## 可能性はたくさんある

**司会** 1人の若手経営者として、皆さんは印刷市場やビジネスの可能性をどう見えていますか。

**澤田** さきほど市場的に縮小傾向にあると言いましたが、ピンチはチャンスだとも思っています。デジタルという今の世の中の流れの中でうまく立ち回って、柔軟な

シフトチェンジができる会社になっていけば変わるはずで、その可能性は十分にあると考えています。

**小澤** 当社では活版印刷が体験できるお店を開いています。そこで観光客をはじめ、県外から甲府に来て頂いた方に印刷体験と、ペーパーアイテムを中心とした雑貨を提供しています。地域活性化と自社ブランディングの一環として始めたものです。山梨県とコラボレーションして、アニメ好きの方々向けの観光周遊のイベントを実施していて、そうした方々に来て頂くと、金額とか関係なく結構買ってくれるんですよ。そうした高付加価値化という部分に私たちの可能性があると思っています。

去年、緑友会の長野大会に参加させて頂いた時に、講演された方がインフレ時代をテーマに話をされていました。安くてそこそこのものが売っていたデフレ時代から、良い品質でしっかりとしたものが売れるインフレ時代が変わったということで、印刷物もそういう流れにあると感じました。私たちの業界の可能性はあると思うのですが、もっと技術力を上げて、色々な商品開発に力を入れていくべきです。



**白石** 可能性としては製造業として機械を持ち続けることです。封筒の製造は特殊な技能が必要で、誰もができません。紙の癖を見抜いていく能力が求められ、修行にも結構時間がかかります。技術者を育てて能力を上げ、技能を継承していけば絶対にもっと良い未来になると思います。

当社のやり方は、自分たちが作った商品に対して絶対

的な自信を持ち、基本的に値引きをしないことです。その一方でお客様から選ばれるためのサービスに力を入れています。

**西岡** 当社で作っている時刻表は鉄道会社向けです。内部の人に向けた製品で、ちょっと特殊なところがあります。鉄道会社が一番に重視するのは安心、安全です。それが紙媒体でなければ担保できないと認識されています。いざ停電になった、地震が来たとなった時に、紙が手元にあるということがすごく価値になるんですよ。

そして、なんといっても五感との融合が紙媒体の強みだと思っています。私は、聴覚に関心があって、紙に触れながら耳で聞くというような領域もできるのではないかと考えています。全青協でもポッドキャストで情報の配信をしています。それからAIをどれだけ使いこなすか、これから需要になってくると思っています。

**司会** 皆さん、これからの印刷業界を引っ張っていくわけですが、DXの視点は外せないですね。

**白石** 今、弊社では Kintone を使ってクラウド上で生産管理を実行する仕組みを作っています。

**小澤** 人が携わっていた業務をデジタル化することで、特定の人だけができていたことが誰でもできるというのがデジタルトランスフォーメーションだと思います。そうした側面からジャグラーとして現在、コンパクトDXという事業を進めています。

私がかちょっと取り組もうとして頓挫してしまったのがレコメンドプリンティングです。デジタルで人の行動を分析して自動的にDMが発送されるような仕組みです。クライアントのお客様リストを使ってターゲットの好みから自動的に印刷物を作成し、発送まで請けるというものです。結果的に断念したのですが、デジタルの力を使えばそうしたことも可能です。デジタルの力を使って、お客様から求められる商品を開発するのが重要ではないかと思っています。DXとはデジタル化の先にある価値の創造だと考えています。

**西岡** デジタルなのか、トランスフォーメーションなのか、どちらにフォーカスするのかが意味が違ってくるでしょうね。業務の効率化というよりも、ビジネスモデルを変えるぐらいのトランスフォーメーションが焦点になるのかなと思っています。AIにしてもツールに過ぎず、使っていくのは当たり前で、何かを変えるという視点が必要だと思います。

**澤田** 最近感じたことがひとつあって、皆さん居酒屋に飲みに行くと、二次元コードとスマホで注文することがないですか？絶対に紙のメニューを見て、注文するものを選ん

で伝えた方がいいと思うんですよ。居酒屋にとってのDXなのでしょけれども、お客様にサービスを提供する場合に自分よがりの自己満足にならないように気を付けないといけないですよ。ある意味、アナログが大切な場面もあるということです。

**司会** これから各団体のリーダーとして何に取り組みたいですか。

**小澤** SPACE-21として単独で何らかの事業を展開したいと思っています。今年の総会では組織大改革をテーマに挙げました。事業としては社員の人と一緒に考える「ビジネスコンテスト」を開こうという案を出しました。会社を変えるのは社員を変えることなので、一緒に考えたビジネスモデルをコンテスト形式で集めて発表するというものです。コンテストが目的ではなく、社員の人たちと考えていく過程に価値を見出していこうということです。

**西岡** 全青協の今期のテーマは「地域変態計画～アツギベンチャーが未来を変える～」です。先の見えないご時世、旗を振って進んでいくべきは社長です。リーダーがワクワクしながら「変態的 (NotNormal)」に取り組んでいける事業をうち立て推進することで、会社や地域も「変態 (metamorphose) する。全9ブロックの特色を活かしながらそれぞれに新たな波を起こそうとしています。2年の集大成としては、先ほど小澤さんがお話された「ビジネスコンテスト」にかなり近いビジョンを持っています。

**澤田** やりたいことのひとつが海外視察です。ベトナムの平均年齢は31歳ぐらいで、パワフルな国です。もちろんヨーロッパやアメリカもそうですが、その地で今の時代の日本とのギャップを体感してもらいたいという思いがあります。そこで印刷のことを勉強しなくても良いので、風習や風土を感じることで、意識や考え方が変わってくると思うんです。

**白石** JCメディア印刷部会の今年のテーマは「強靱なつながり」を掲げています。私自身が全青協、緑友会にも入っていて、SPACE-21にも仲の良い会員の方がいます。そんな私であれば、他団体との架け橋になれると思い、このテーマを掲げました。緑友会やジャグラの大会にメディア印刷部会として参加させて頂いております。もっとつながりを広げていきたいと考えています。

もうひとつは現役世代とシニア部会の方々との交流です。今年は積極的にシニア部会と合同でイベントを開催しております。

**司会** 今までお話を伺って、変わっていくというのが共通のキーワードだと思います。変わるためには何が必要ですか。

**澤田** ちょっと思い浮かんだのが、想いとか信念とかでは

ないかと思います。精神的な話ですみません。揺るがない軸の通った想いが、会社を変えるためには一番重要ではないでしょうか。

**西岡** 全青協の今期のテーマである「変態」に通じるのですが、澤田さんと同じで、けた違いの熱量や行動量が何かを変えるのだと思います。

**白石** 自ら動いてその姿を見せることです。コミュニケーションで伝えたい人に本気で語りかけていく。俺はやりたんだよ、と言う機会をできるだけ多くしていくことです。



**小澤** 当社の場合、自分の考えを伝えて、こう変わって行こうぜ、と言ったら社員の半分ぐらいが辞めたんですね。そこから残ってくれた社員とともに組織を変えました。代表の下に統括部長という役職を設けて全体を把握する仕組みにしました。給与体系や人事評価制度も変えてようやく社員が変わってきています。それと社員と飲みに行つて関係を深めることです。

**司会** ありがとうございます。各々団体のアイデンティティは違えども、皆さんは同じ若手の印刷人です。競合するわけではなく、刺激し合つて力を合わせていく仲間といえるでしょう。共通する課題も多く、タッグを組んでいけば大きな波が起こせるのではないのでしょうか。ぜひとも4団体が連携して、魅力ある印刷業界の未来を創つて頂きたいというのが正直な思いです。本日は色々とお話を頂きありがとうございました。