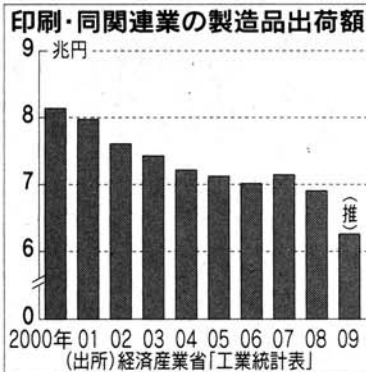


# 中小印刷、環境に活路

中小印刷会社が環境事業に相次ぎ進出してきている。印刷データの運用ノウハウを生かした省エネ管理サービスや、環境配慮型商品の販売促進で企業を支援する。本業の印刷も環境対応を加速させ、新たなサービスとして企業に売り込む。出版不況と広告用チラシの減少で印刷市場の縮小が続く中、環境を軸に提案力を高め生き残りを図る。



## ディグ 企業の省エネ管理 カワセ CO<sub>2</sub>低減を支援



ディグ(東京・中央、杉井康之社長)は工場やオフィス、学校の省エネを支援する事業に乗り出した。印刷で使うデジタルデータの交換技術や、遠隔地で印刷するサービスのシステム構築ノウハウを活用。空調機器稼働状況や室温をデータ化してきめ細かく管理し、無駄な電力使用を防ぐ。専門の子会社ミノリョン・ソリューションズ(東京・区の上場)

本業でも二酸化炭素削減など対応を加速させている(カワセ印刷の東京都荒川区の上場)

中央)を設立。気象データをもとに最適な温度設定で空調機器を運用するシステムも開発した。エアコン10台を制御する場合は価格は、初期費用が70万~80万円、運用費が月額1万円から。ネットワーク管理のアドックイランターナショナル(東京都立川市)などと共同で提案営業を展開し、年間1億~2億円の売り上げを目指す。

川瀬健二社長)は企業などの環境保全活動を支援する事業を始めた。チラシやカタログ印刷の経験を生かし、企業への取り組みをわかりやすく伝える報告書を作成したり、環境配慮型商品の販促物を作ったりするサービスを提供する。

紙に印刷する技術も使

川哲郎社長)は自社の環境保全を徹底し、環境配慮型の印刷で企業の需要の掘り起こしを狙う。営業活動にカーシェアリングを活用し、印刷では石油系溶剤をほとんど含まないインクや森林認証付の紙を使用。印刷物の

配送にも圧縮天然ガス車の導入した。環境対応のコストは印刷の価格には上乗せせず、使用する車の分だけ年間計9.5トンのCO<sub>2</sub>を削減できる効果を企業に訴え、受注の底上げを図る。

印刷技術協会(東京・杉並)の浅野健会長は「事業者の淘汰は始まっているが、市場の縮小の方が先行している」と話す。ペーパーレス化は今後もあらゆる分野で進む見通しで、従来の印刷だけでは生き残れない。浅野会長は「ソリューションプロバイダーに進化できるかがカギ」と指摘する。具体策のひとつが環境関連サービスの強化だ。顧客の要求をくみ取り、印刷物の作り方や売り込み方、環境に優しい効率的な手法などを、どう提案するかが重要になる。

## 印刷市場 縮小止まらず 生き残りへ提案力課題

印刷業界を取り巻く環境は厳しい。出版不況や額約6兆2500億円と、91年のピークと比べ減り、市場は1998年以降ほぼ一貫して縮小

続けている。09年の出荷額は約6兆2500億円と、91年のピークと比べ減り、市場は1998年以降ほぼ一貫して縮小

印刷は凸版印刷、大日本印刷など大手を除き、中小が事業所数で99%を占める業界。以前から供給過剰といわれ、日本印