

## 「日本の印刷業のスタンス」

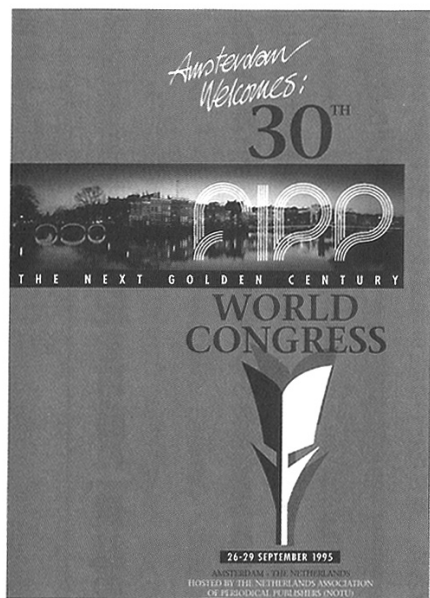
第三十回FIPP（国際雑誌連合）大会

鈴木和夫

一九九五年九月二十八日 於アムステルダム

議長。ご丁寧なご紹介をありがとうございます。紳士、淑女の皆さん。私は日本の凸版印刷株式会社に勤めております鈴木和夫であります。

私に与えられた今回のテーマは、次の世紀には、印刷企業は雑誌出版社の競争相手になるのか、それとも、今までのように印刷物の提供者であるのか？というものでした。私は、今までに出版社の皆さんを、われわれの「競争相手」などということは考えてもみなかったことで、大きなショックを受けました。本日は雑誌出版社の皆さんのたくさん



FIPP第三十回アムステルダム大会のポスター

の目で私は凝視されるのかと思って、内心ピクピクしてこの壇に上かりました。

さて、私がこれから短いコメントをしようとしているのは、ここ四半世紀の間に、日本の印刷業界の経営姿勢に起きている二つの大きな変化についてであります。

その一つは、事業自らの経営スタンスの変化であります。もう一つは、大きく変化している社会の中での、印刷企業の立場の変化であります。

まず最初に、印刷企業自らによる変化を見てみます。

### ①「プリントロニクス」の追求——ワンソース・マルチメディア (One Source Multi-Media)

皆さん、「C&C+P」ちょっと見慣れないアルファベットの表現でしょう。しかしC&CはComputer & Communicationの頭文字であります。それに私どものPrintingのPをプラスすることにより、今の日本の印刷業の経営姿勢を端的に表現するものとして、私が提唱している言葉です。

それは、従来のアナログ技術に、新しいデジタル技術が覆いかぶさってきたことを意味します。デスクトップ・パブリッシングの進展は、出版と印刷の両業界における、編集やプリプレスの方を変容させたことは言うまでもありません。

また、印刷業界は、そのようなデジタル技術を製造技術に取

り込むことだけでなく、エレクトロニクスによる「映像メディア」を、印刷業が取り扱うメディアとして取り込むことに成功しました。それらはCD-ROM、CD-Iなどといった仕事で、音声や画像を含めた情報を、印刷会社のデータベースの中に蓄積し、一つの原稿を印刷物にも映像にも、その複合にも、また、距離の遠近に関係なく展開できるようにしました。

それを私たちは、ワンソース・マルチメディア (One Source Multi-Media) と呼んでいます。これがC&C+Pであり、また、プリンティングとエレクトロニクスの総合・協力作業という意味でIブントロニクス」の追求であると私は言っています。

しかし、私は最近、「C&C+P」を一步進めて、「C&C+P」を提唱しようと思っています。Pに替わるCはCultureのCです。印刷技術は近代文化を支える中心の役目をしています。一例をあげれば、バルーフ・デ・スピノザの『エチカ』を現在でも街の本屋さんで買うことができます。ちなみに、日本の印刷業界には「印刷あり・文化あり」というスローガンがあります。

## ② 「二・五次産業」化の推進

一方、印刷産業の企業構造も大きく変貌し、従来のように、単なる受注・二次加工産業ではなく、三次産業的なソフトサイバシユ的な仕事を取り入れて事業が展開されるようになりまし

た。私はこのような経営姿勢を「二・五次産業」型と呼びます。

しかし、『二・五次産業』とは二次と三次とを足して単純に「割ったのではありません。あくまでも印刷産業は二次産業としての製造業の立場を堅持しているのです。

## ③ 拡印刷—総合印刷業

そのようなプリントロニクス化と二・五次産業化の結果、印刷産業は全方位的の幅広い業界からお仕事をいただくことのできるようになりました。それを私は、日本の印刷企業の総合印刷業化と呼んでいます。

凸版印刷の実例で説明しますと、情報関連分野では、出版印刷はもちろん、商業印刷、証券印刷、ビジネスフォーム印刷があり、一方、生活関連分野としては、包装材、建築材、事務用品の製造などの仕事があります。またそのほかに精密電子部品の製造の仕事があります。

これらの活動は幅広い業界の得意先に対するセールスと技術を通して培った、得意先との良好な業際的關係の上に成り立っているのです。

次に、第二番目の変化について説明しましょう。

それは印刷業界の経営スタンスの変化というよりは、むしろ、大きく変化しつつある社会での印刷業のポジションの変化の間

題であるような気がします。

今日まで、近代的印刷業界は熟練した製版や印刷、製本の職人たちによって支えられ、彼らのクラフトマンシップの誇り高い仕事、出版界を中心にして得意先からの高い評価をいただき発展してきました。もちろん、それらの技術はすべてアナログの技術でありました。

今までは、出版会社と印刷会社との間には、それぞれの専門に従った責任分担を明確にするための垣根がありました。その垣根の出入口を通過して、お互いに協力し合うことで、より良い商品を市場に提供しよう両方で努力してきました。

DTPのような新しいデジタル技術は、両業界の垣根を低くしているのは事実です。今や、印刷企業にとっても、そのような社会構造の変化の中のポジションの変化を考えなくてはならないという、二つ目の重大な変化に襲われています。

この重要なテーマこそ、われわれの「次の黄金の世紀」に向けての「生き様」を真剣に考えるという、今回のこのFIPPの大切なテーマでありましょう。

### ① 全方位のデータベース

われわれ印刷業は、出版業はもちろんのこと、あらゆる産業界の方たちと接触があります。従って、われわれ印刷会社の扱うデータベースは、将来は、百科辞典や法律書、電話帳、それ

に色々な雑誌記事や商品カタログそして住所録などの、複合化された広範囲の文字や写真や音も人つたものになる可能性かあります。

それらの印刷企業の持つデータベースは、インターネットなどの通信システムを通して、日に日にリニューアルされていくことでしょう。そこには一般生活者の側に立った企業活動へのシフトが考えられます。ここにこそ、その集団の文化の根があると私は思っています。

出版社の皆さん方には、それらの持つ情報を上手に活用していただいて、新しい幅の広いマーケットに挑戦していただくことができれば、皆さん方のお役に立つと同時に、われわれ印刷企業の発展にも寄与することになります。

人間の「心」をしつかりと捉えているのは、感性豊かな皆さん方、出版社の方々であります。昨今のように変化の激しい時代において、読者の求めているものは、一つは心の安定であり、もう一つは超最先端の知識・情報のスピーディーな獲得でありましょう。

それを満足させるのは、デジタル技術にアナログ技術の温かさを加えたメディアであると思います。従って、私も印刷業界は、これまで培ってきた「感性」や「美意識」などによる様々な表現技術を、電子メディアの中でも追求していく役割を担っていくのではないかと考えています。

例えば、印刷業界はデジタル技術によるマルチメディアを自家薬餌中のものとして取り込み、印刷物との新しいメディアミックスをシステムティックに組み上げていく努力をしています。

## ②新画像処理技術と各種の通信形式との融合

昨年末から、サイバー・パブリッシング・ジャパンという、大学の研究室と出版、情報通信、ビール、化粧品、クレジットなどの業界の日本企業のみならず、ごく最近、米国の出版ベンチャー企業のUSフロントライナーニュース社も参加して、私たち凸版印刷がワールドワイドウェブ（www）サーバーを構築し、インターネットの上で情報提供を行う実験サービスを始めました。

このように、今後ますます新しいメディアの創出が予想される中で、印刷業として何を提供できるのかということを探り出すために、凸版印刷はこのプロジェクトに参加したのです。この実験を通して、われわれが将来大きく出版業やその他の得意先に貢献できるであろう技術の一つとして、カラーマネージメントや画像データの圧縮などの新画像処理技術があることを発見しました。

カラーマネージメントは、カラーモニターと印刷物の色をどう一致させるかということで、私ども業界は長年培ってきた「感性」による独自の交換ソフトを開発しています。つまり、今後、

われわれは先ほど述べたデータベース事業の拡大やカラーマネージメントなどの固有技術の発展を通して、いわば、「インフォメーションファクトリー」として位置づけられていくことでしょう。

最後になりましたが、私たちはこれらの印刷業界ならではの技術を通して、決して競争相手としてではなく、皆さん方、出版者の方々の良きパートナーとして、二十一世紀の出版環境の創造に向け、ノウハウを提供していきたいと考えております。

ご清聴を感謝します。



オランダ・アムステルダムで行われたFIPP会議が終わってからのパーティーで。その日が七十五歳の誕生日だったので花束をいただいた

（写真は鈴木和夫著「八十歳のラブレター」（二〇〇六年）より）