

SEISHIN APPLICATION *CLICK*

— 適応と前進 特別号 —

学校法人日本プリンティングアカデミー 元・学校長 高畑傳氏が
印刷業界に願うこと

高畑傳氏の栄えある印刷人生のご紹介を今般、本 CLICK 特別号で披露致すこととなりました。多くの関係者皆様には待望のことであると存じます。是非その折々を偲び諸々に随感されることでありましょう。

後半には現日本プリンティングアカデミー 理事長 花井秀勝氏に高畑傳氏との関わりや思い出、そしてこれからの印刷業界の展望の一端など貴重なお話をお伺い致しました。聞き手は世古真一氏です。

どうぞ、ご高覧下さい。

CLICK 編集室 主幹 福田七衛



誠伸商事株式会社

TOKYO	03-5751-3011
SIZUOKA	054-340-1191
TOUHOKU	022-299-6661
KITAKANTOU	028-684-1981
NIIGATA	025-286-9040

■Index

P.2 はじめに～高畑傳氏の印刷人生のご紹介～略歴

P.3～7 高畑傳の印刷人生『印刷教育を変える決心』

学校法人日本プリンティングアカデミー 元・学校長 高畑傳

P.8～11 印刷教育の過去・現在・未来 –需要の創出と変身–

学校法人日本プリンティングアカデミー 理事長 花井秀勝

聞き手：CLICK 編集室 編集スタッフ

ファイルティーチャー 代表 世古真一

■高畑傳氏の印刷人生のご紹介

印刷局勤務の父、製本業の親戚が多い母との間に生まれ、印刷業製本業の多い東京神田で育った高畑傳氏。日本工業を世界と同等の位置に並びたてようとした明治大正昭和の偉人と交流する中で、「日本が発展するために重要なことは江戸時代から発展してきた工芸的なものであるべきだ」と考えていた。そのような志を持ち戦中戦後を生き抜いていく中で軍部との考え方の違いや、外国留学をして技術を学ぶために立ち塞がった様々な問題解決の方法がリアルに伝わってきます。現在直面しているコロナ禍を乗り越えて、未来を作っていかなければならない私たちが見習うべき行動様式として参考にしたいアイデアが満載の内容となっています。

ぜひ、最後までお読みいただきたく存じます。

■高畑傳氏 略歴

昭和 5 年 (1930 年) 長野の上田市にて菓子職人の次男として生まれる。

昭和 9 年 (1934 年) 砂糖の入手難から和菓子作りをあきらめ、一家で上田から東京神田旭町に移り住む。父は大蔵省印刷局に勤務。

昭和 10 年 (1935 年) 神田新龍小学校入学

昭和 16 年 (1941 年) 九段中学 (夜間) 入学。昼は東京駅の改札係として働く。

昭和 20 年 (1945 年) 14 歳で海軍少年兵に志願するも 2 週間で返される。終戦ののちは東京駅の改札係として働く。

昭和 24 年 (1949 年) 千葉大学工芸学部印刷系に入学。

昭和 27 年 (1952 年) 千葉大学工学部工業化学科に編入。有機感光材を研究。

昭和 31 年 (1956 年) 千葉大学を卒業し、新村印刷に就職するも現場の問題解決ができないことに気づき、大学で勉強し直すため、1 年 8 か月で退職。

昭和 32 年 (1957 年) 千葉大学工業短期大学部に勤務

昭和 34 年 (1959 年) 千葉大学工業短期大学部助手

昭和 37 年 (1962 年) 新村印刷より資金援助を受け、2 か月かけて米国、ヨーロッパ歴訪し最新の印刷事情を視察。

帰国後新村印刷の最新鋭印刷工場設計を手伝う。

昭和 44 年 (1969 年) 千葉大学工業短期大学部講師

昭和 47 年 (1972 年) 千葉大学工業短期大学部印刷工学科講師

昭和 48 年 (1973 年) 千葉大学工業短期大学部印刷工学科助教授

昭和 49 年 (1974 年) ドイツに留学生を派遣し、Hochschule für Druck und Medien (現 Hochschule der Medien) と交流開始

昭和 53 年 (1978 年) 千葉大学を退職、**学校法人日本プリンティングアカデミー教授に就任**

初代学校長は元千葉大学教授の中村信夫先生

昭和 58 年 (1983 年) 米国に駐在員 (アメリカマーケット調査員) を派遣

卒業旅行は隔年で米国かドイツを視察することが恒例となる。

昭和 59 年 (1984 年) キャラバン隊としてバン 1 台にて日本全国の旅を開始。

現在までその回数は 500 か所を超す。

ともすれば受け身になりがちな地方の印刷会社にマーケティングの重要性を説く。

平成 2 年 (1990 年) **日本プリンティングアカデミー学校長に就任**

平成 6 年 (1994 年) 中国に招聘され、広州、上海、北京にて最新の印刷技術について

講演を行う。その後多くの中国人留学生を受け入れる。

平成 9 年 (1997 年) **日本プリンティングアカデミー退職**

平成 8 年 (1996 年) 鹿島市長者が浜に居を構え、印多熱徒庵と命名。塩づくりから始まり、副産物のにがりを使った豆腐作り、ビールや焼酎の自作、野菜栽培など、自給自足の生活を目指す。

平成 19 年 (2007 年) 鹿島生活を終え、千葉県に戻る。

平成 25 年 (2013 年) 法名 教傳院釋院印熱 を受ける。

平成 31 年 (2019 年) 今までの印刷人生を振り返り小論を執筆。

高畑傅の印刷人生

『印刷教育を変える決心』

学校法人日本プリンティングアカデミー 元・学校長 高畑傅

私は神田の印刷・製本の多い町で成長しました。父親は国立の印刷局勤務。母方の親戚は大正初期からの製本業が多かったのです。振り返ってみると、私の印刷人生は「3名の偉大な方に運よく、お指導を頂きました」ということに尽きます。

■印刷界の巨人中村信夫さん

まずは、父親の上司が私の人生を決めました。印刷学会会長を3回も務められた印刷界の巨人中村信夫さんです。中村さんは東大を卒業して、印刷局に勤務され、局の工場長になられました。そして、「息子がいたら印刷を学ばせなさい」と、多くの部下に呼びかけておられた。私は、あまり気が進みませんでした。千葉大工芸学部印刷系に入学しました。2年間の基礎教育を終わり、専門部に進んだ時、千葉大工芸学部は廃止され「工学部工業化学科印刷専攻」に改組され、工業化学科で印刷に関係ありそうな事を学部というヘンテコ科になりました。

■伊東亮次「前千葉大工芸学部部長」

ふとしたきっかけで、二人目の印刷界の巨人にお近づきになれました。伊東亮次「前千葉大工芸学部部長」です。先生は遅れて出発し

た日本工業を世界に伍して発展させるものは、江戸時代から発展してきた工芸的なもので在るべきだと考えて、多くの文化人、さらには山尾庸三元工務大臣と伊藤博文初代総理大臣（この二人は共に密航して三年間のロンドン留学を経験）にも認めさせ、工芸立国論の主張を広めました。そして多くの文化人、当時の慶応大学長、早稲田大学長、美術学校長、工業大学校長等の多くの賛同も得て大正10年に設立された、東京高等工芸学校に飛び込まれた方です。

その後の活躍は目覚ましく、グラビア印刷をヨーロッパに学び初めて日本に持ち帰った方です。しかし戦争が始まると、文部大臣「荒木大将」に戦争に工芸は不要と工業学校に改組され、全教授が頭を刺って、涙して工業専門学校に改組されました。その後、三田の校舎も空襲で焼失してしまいました。

戦後復活した東京高等工芸学校は、松戸の工兵学校跡地に移転しましたが、千葉県で総合大学を創設することとなり、1949年、その中に工芸学部を作ることに成功、千葉大学工芸学部部長に就任されました。ところが2年後の1951年、千葉県の経済発展に工芸は不要と考える人が多数を占めたため、明治、大正時の文化人の理想で創立された工芸学部は廃止となり、またもや

工芸系の先生は再び涙を流して大学を去りました。私達が入学した工芸学部印刷系は、「工学部工業化学科」印刷専攻 20 名に変化してしまったのです。私は伊東先生の息子さん（律夫）とは、そのヘンテコなコースで同窓生になりました。卒業研究は製版用の有機感光材の合成研究 1 号で、その関連研究論文を探し出しては翻訳を繰り返しました（律夫さんはお父さん譲りで語学が得意でした）。日夜合成実験を繰り返し、結果的に合成に成功して、化学学会にて担当教師が発表されました。そして結果的に私は印刷知らずのまま卒業しました。その年、印刷局は採用なしと分かり、悩んでいるときに伊東先生に呼ばれ、先生が「アメリカから持ち帰って来たオフセット印刷は、まだ慣れないために問題が多い、私は時々指導に出かけているが、私も高齢になった。私の息子は東京工大に進学を望んでいるので、貴兄ができれば、新村印刷（先生に同行しアメリカ行かれた中西虎之助さんの義理の息子である新村長次郎さんが興した会社）に入社し、問題解決してくれないか・・・」と言われるのです。初めは「先生」も協力すると言われるのですが、私は「全く印刷知らずで、出来そうにありません」とお答えすると、「自分も時々行くから、君ならばできるようになりますよ」と言われ、新村印刷初代新村社長と伊東先生と 3 人で 3 回ほどお話しして、やってみましょうかとなってしまいました。

■新村印刷初代新村長次郎社長

その頃の印刷業は全く職人集団でした。紙が伸びれば、版を伸ばして、見当を合わせています。しかしこの問題（紙の伸び）は、伊東先生も、母校の先生もわかりません。私は東大の図書館に友人がいましたので彼に頼んで入館して、紙の文献を探し回ったところ、大正時代の文献ですが、ありました。紙の伸びは、紙の繊維間の相対湿度の変化にあることと書いてあったのです。その頃の私はアメリカの印刷情報誌

を自費で購入していて、その中に、「紙間湿度計」の宣伝を発見、そのおかげで、紙の伸びは用紙の間に差し込んで、相対湿度を測定するのだとやっとなり、さっそくアメリカから紙間湿度計を購入し、使い始めました。問題は 8 カ月で解決できました。「さすが大学出の人はずごい」と新村社長に褒められました。しかしその他の「版の汚れ」の問題解決はできません。他の印刷会社に尋ねたりしましたがわかりません。遂に 1 年 8 か月で新村社長に頭を下げて、印刷は勉強不足です、勉強し直しますと言って、母校に逃げ帰りました。

母校では現業の問題が解る先生は一人もおられません。伊東先生の「世界を見てこないかね！」の、一言をお聞きして、本気で世界を知りたい気になり、文部省に何回も申し出ました。まだ外遊は自由化されていませんでしたが、いろいろの伝手を使って申し出てやっとなり、世間知らずの私はビザが下りるという事は出張費用も出るものだと思っていました。しかし、費用は自分持ちだったのです。そこで、お金を出してくれそうな方を考えましたが思いつきません。最後に思い付いたのは 1 年 8 か月で逃げ出した会社の新村社長でした。お金持ちで、剛毅な方だと思い、懸命にお話して見ました。すると、出す金額も聞かずに、「話は分かった、金は出そう」と言われました。そして出す条件は、「印刷は素人だが語学のできる、私の婿養子の新村重晴と一緒にいけ」と言われたのです。私にとっては思いがけない、嬉しい、心強い話でした。さらにもう一つの条件は、「世界をみて、帰国後世界一の印刷工場を設計してくれ」でした。私は考えることもなく、「はい！」と答えてしまいました。

新村重晴さんとの海外視察は、まずは北米大陸に渡りロスアンゼルスからカナダへ。そしてヨーロッパに移動しロンドン、スイス、最後にドイツのシュツットガルトと、2 か月に及ぶものでした。重晴さんは英語の達人でしたが、印刷の専

門用語はご存じではなく、そこは私がカバーする、という絶妙のコンビで、視察旅行は順調に進みました。シュツットガルトでは印刷大学のご協力を得て、当時の最新の印刷工場を視察することができました。

帰国後は新村社長との約束を果たして、「印刷工場の新設計と管理」で3倍儲かる、という本を出すほど立派な工場ができました。そして、新村社長に「あの時出した旅費は無駄ではなかった」と、お褒めのお言葉頂きました。

■印刷教育を変える決心 工芸学部復活運動

帰国後、私は日本の印刷教育を変える決心をして、今の「工業化学科印刷専攻」では有能な印刷人はできないとして、工芸学部復活運動を始めました。3年、5年と運動しても、上手くできません。やっとできたのは現在の設備を活用して、昼間印刷工場に働いて苦労している、若者の教育の場としての「夜間部の短大案」が出ました。「工業短期大学部」案です。現場で毎日苦労している若者は、積極的に印刷工場の在り方を勉強しました。それに答えて、私も積極的に印刷現場の「問題解決法」、「品質管理法」、「実験計画法」、「統計手法」を私も学び、教えました。

卒業して現場に飛び込んだ若者等と、さらに印刷技術の問題解決を図る研究サロンの場を考えて、卒業生が夜話し合い、研究する場として、私の親戚が新たに建てたビルの地下室を借りて、「プリントピア泉」サロンを作りました。当時大切だった製版前のカラー原稿の「分類法等」ユニークな研究も進めました。そんな中からヨーロッパ印刷技術駐在員制度案が出て、「浜照彦君」を選び出し、世界で一番進んだと思われる、ドイツのシュツットガルト印刷メディア大学 (Hochschule für Druck und Medien) に送り込みました。彼はドイツ語をマスターして大変活躍し、こちらの印刷研究も進み、大学と発表しあいました。のちに日本プリンティング

アカデミーと姉妹校にまでなり、13名の留学生在が日本にやってきました。

■理想の印刷教育の場を求めて

千葉大学で大きな組織変更が始まったのは1975年のことでした。工業短期大学部の工学部への統合が決まり、1975年で学生募集は停止、1976年には印刷科が廃止され、画像工学応用工学専攻へと編入されました。私はこのような組織では印刷を本気でやろうとする学生は集まらない、と絶望しました。中村信夫先生も同意見で、印刷を専門に学べる学校を作るべく動いていただき、各方面から資金を集めてくださいました。また、共同印刷の大橋貞雄社長が、自社の若手社員の教育施設であった印刷工芸高等学校の土地と建物を提供してくださり、1978年日本プリンティングアカデミーが設立されました。初代校長には中村信夫先生が就任していただきました。理想の印刷教育の場がようやく実現したのです。

千葉大学時代から続いていたシュツットガルト印刷メディア大学との交流はさらに深いものになる一方、アメリカにもマーケット調査員制度として山崎君を送り込み、アメリカのマーケット情報誌を作りました。彼はロスアンゼルスで成功し、印刷業でも活躍し、現在ではロスの日本会の会長を務めています。私は彼にアメリカ調査で何回もお世話になりました。日本プリンティングアカデミーでは卒業研究の情報交換は世界中とやっていた。卒業旅行は隔年で米国と欧州の視察旅行を行っていました。

またプリンティングアカデミー時代の大きな活動として、全国キャラバンが上げられます。小さなバン1台に5名の先生方が乗り込み、全国の印刷会社を訪問、日本各地やドイツ、米国において、先端的なマーケティングで顧客にがちり食い込んだ印刷会社の事例を紹介してきました。地方の印刷会社はまだまだ受け身で、注文を待っているだけのところが多く、なかなか

理解してもらえませんでした。賛同者は確実に増えていきました。

■印刷の技術研究を社会に活かしたい

そのようなわけで、私は印刷の技術研究を50年間も続けてきました。それを今生かしてみようと決心しました。そんな折、昨年暮れの読売新聞に、「スマート農業を日本の当たり前」の見出で新聞1ページ全面に「持続可能な農業を考える。主催：読売新聞、共済：農林水産省」と掲載されていました。私はその講師の名前を読んで驚きました。私が統計の師として50年前に教えて頂いた、内閣府実務教育研究所 政策現代統計実務指導陣のトップの芳賀敏郎博士だったのです。芳賀さんと私は、ふとした山歩きで、懇意になりました。そして雑談の中で、私は今、印刷技術を研究しているということをお話しました。芳賀さんは「貴方の実験方法は？」と聞いてきましたので、「学んだばかりのL81直交表です」と答えると、「それは素晴らしい、よろしければ『多変量解析』をしてみませんか」と聞いてきました。やりたくとも、その頃の千葉大にも、東大にも「多変量解析」できるコンピュータはありません。芳賀さんは、「農林省にある大型を借ります」と、言われました。そしてその分析結果を日本で初めて出版された、「多変量解析法」の239ページに、私の名前入りで掲載してくれました。それが嬉しくて、印刷学会で発表報告したのですが、印刷人の応答は全くありませんでした。芳賀さんはその後、慶応大学で医学の発展のために多変量解析を使って、医学の近代的研究、教育を進めておられました。40年後に、芳賀先生へ農業でも活用を始めたことをお聞きしたいと私は考え、お宅に電話するとすでに亡くなられておられました。そこで、私は一人で、少しでも「印刷に特化した」研究を進めようと決心し研究を進めた

ところ、医学、農業、印刷の基礎はすべて自然物（生物）を扱い使う技術だということに気が付きました。そして近頃統計学も変化して、生物統計学が生まれていること知り、調査をはじめました。印刷も生物統計学で分析すべきなのです。芳賀先生がすでに40年前に、私の実験分析をして頂いたのは生物統計学と同じなのだと、私にも分かりましたので、医学、農業に続き、印刷の第4次革命法の研究でも生物統計学を活用し、新しく革命に加わったAIを加えればよいのです。

■医学も、農業も、生物が基礎です

これが今回の私の研究結果です。医学も、農業も、生物が基礎です。印刷も紙に印刷します。紙は農業の土壌に当たります。紙は木材の繊維間の毛管が印刷圧力で圧縮され、インキを吸収、接着する「トラッピング現象」なのです。針葉樹、広葉樹では繊維の太さが大きく違います。ヨーロッパの紙と日本の紙とでは明確に違います。私は印刷固有の網点の「巣抜けや、外形の悪さ」を見るため、拡大した網点の品質検査を行い、シュツガルト印刷メディア大の協力を得て、ヨーロッパ（ドイツ）と5点法で比較してみました。日本では4点はめったに出ません。しかしドイツでは3点以下は出ませんでした。3点以下では印刷製品の品質は管理外となります。日本の紙は広葉樹で水分を葉っぱまでに送るために、針葉樹と違って木材の繊維の「毛管」で上に吸い上げるだけでは水分が不足します。広葉樹で水の上げるのは導管というもので上げます。導管はクッション性が少なく「針葉樹」ほど、水の吸い上げは良くありません。これらの話は印刷の専門家、用紙の専門家でない私の推論ですが。印刷と用紙の印刷品質の共同研究はあまり聞きません。さらに現在の色彩学では、色を見るのは眼球までと、なっています。眼球までを「イージープロブレム」とし、脳情報は「ハードプロブレム」

として中世から色彩学では扱わないことになっています。

5年前の「一般科学誌ニュートン」に遺伝子が解明できた、次は脳の色彩が明確になると「遺伝子解明者」は宣言しておられます。そして脳の意識解明研究者が世界的にふえ、私の調査では世界中（5年前）にドイツ、カナダ、中国始め16カ国が名乗りをあげ、日本は京都大学だけでした。そして東京大学の渡辺正峰先生は脳の意識研究をされ、「脳の意識、機械の意識」（中公新書）を出版され、心躍らせてさらに研究をすすめられておられます。印刷では校正刷りは、眼球だけの色彩的装置（アドビ製）を使い、印刷の発色性を人は脳意識で見ているのに、色彩的な眼球数値で研究している研究者が多いのです。

私は東大の色彩学の専門家と議論して、印刷発色は、網点の離れたところでは加法混色、網点の重なったところでは減法混色と魔訶不思議で、科学的でないと言われ、東大発行の「色彩学ハンドブック」に印刷の発色性を書いていますが、途中でやめました。

今回は40年前から医学の第4次産業化を推進されてきた芳賀先生を実例に、さらに農業が第4次革命をはじめます。芳賀教授は私の40年前の印刷研究実験を一步進めて、多変量解析を発表された方です。

■地方の未来を担う中堅企業を応援します

芳賀先生がいらない今、私は一人で印刷技術の第4次、第5次革命を考えなくてはなりません。しかしそれはすでに40年前に芳賀先生達がやってくれたことだということを私はようやく理解できたのです。

1次は狩猟社会、（昭和42年度の福島県全土の私達の調査は一次の狩猟社会でした）2次は農耕社会、3次は工業社会、4次は情報化社会、5次が超スマート社会、IoT社会です。

印刷業界は、3次を無視して、印刷機の近代化を政府補助金でやりました。私はこれに大反対し「キャラバンカー」で日本全県を回り、印刷業の近代化実例を話して回りました。顧客に入り込み、印刷を通じ顧客の問題点とともに解決して成功した企業の実例を挙げ、注文を待っているだけの印刷業からの脱皮を促したのです。北海道から沖縄まで、走行距離は地球一回り半でした。

今回の4次産業革命でもそれを推進する組合、団体は見えてきません。遅れていた農業でさえ4次を始めるのです。4次を経て、今回5次にすすめられる体制作りが始まるのです。しかも今回の新聞記事よれば、近代化を進める企業には各種補助金を用意されているのです。体制づくり募集には、「地方の未来を担う中堅企業を応援します」！と出ています。そしてこの運動にはすでに、24都市が名乗りを上げて研究を始めています。

私は印刷業に限って調査しましたが、印刷業が参加している市は見当たりませんでした。印刷業界誌、組合などでも取り上げている声は聞こえません。そして通産の調査では印刷業の生産性は全産業中で最下位となっていますね。今回私の見てほしい新聞にも「地方の中小企業こそAI、IoTの活用を相談ください」とでています。ぜひとも多くの印刷人にこのような制度を活用して、第4次、第5次革命を実現して欲しいと願ってやみません。



印刷教育の過去・現在・未来

—— 需要の創出と変身 ——

学校法人日本プリンティングアカデミー理事長 花井秀勝

聞き手：CLICK 編集室 編集スタッフ

ファイルティーチャー 代表 世古真一

過去から現在、そして未来へ。高畑傳の印刷人生「印刷教育を変える決心」は「時代を超えた産業人の志のバトンリレー」の記録であり、未来の印刷人に向けてのメッセージです。

それぞれの時代で過去から現在、そして未来へ続く産業の志士によって、バトンを次の世代に手渡ししながら先の長いゴールを目指しているリレーのようです。工芸立国論と多変量解析を需要の創出と変身のための二本の柱とし、アナログからデジタルへの移行期を経て、コロナ禍の後に待ち受けるアナログとデジタルの補完技術が、グローバルからローカルの時代になろうとしている現在、地方の印刷会社が未来を担う準備を始めます。

高畑傳先生の教えを受け、現代の印刷産業を担い、次の世代に向かう準備を進めている学校法人日本プリンティングアカデミーの花井理事長に印刷教育の過去・現在・未来と題して対談させていただきました。

世古：本日はよろしくお願ひします。早速ですが、高畑先生との出会いからお聞かせいただけますか？

花井：高畑先生との出会いは、1984年に当時の印刷機械貿易の宮城社長のご紹介で「高畑先生という方がいるので、一度お会いしたらどうでしょうか？」ということでお話をいただきました。私が30才くらいの時です。当時、高畑先生がマーケティングに興味を持ち始めていた時でしたから、私がそのことについて話すと非常に面白いので学校に来て講義をしてもらいたいということで伺ったのが最初でした。私はエリアマーケティングという、地域を分析しながら印刷物がどのような反応を起こすのか？ということをやっていました。元々アメリカで習った

ことを日本でやると結構反応がいいのです。いろんな分析をする中で多変量解析の内容が高畑先生のハートにうまく結びついたようなのです。すると、高畑先生と一緒に本を書かないかと問われまして、「中小印刷業のためのマーケティング実践集」という本を私どもの会社とJPAの先生方を中心として書きました。でも、この本はちょっと高かったんですね。

■一冊 25,000 円の本を 1,000 冊完売

世古：いくらぐらいの本だったんですか？

花井：それが、一冊 25,000 円だったんですよ。1,000 冊だけの限定販売ということで、全て完売しました。なぜ完売したのかというと、「キャラバンカーで日本全県を回り、印刷業の近代化事例を話してまわりました」と高畑先生の文章にありましたが、印刷組合、当時の全印工連と組んで会場で組合員には5千円引きで販売したところ評判になりました。その頃、通産省の紙業印刷業課という課ができたばかりでした。今までは紙がメインだったのですが、印刷に国が力を入れていくということできたのが1986年頃だと思います。印刷が10兆円産業になるというくらいに膨大な産業を作り上げていくということでした。それを実現するために印刷付帯サービスを充実させることによって、新たな分野に進出しようということでした。印刷付帯サービスとは、企画提案のことであり、マーケティングが中心になっていたのですが、通産省からは当時の課の方が学校を中心にしてそういうことを進めていけないだろうか？という話がありまして、色々アイデアをもらっていました。

■「印刷物の力」、「紙の力」

世古：国が印刷産業を後押ししていたのですね。

花井：お客様から原稿をもらってただ単に安く作るというよりも、いわゆる、企画を交えた印刷物を売り物とするということです。情報を得た消費者に行動を起こさせることを「印刷物の力」とか、「紙の力」と言っていましたが、印刷物というものに対して、マーケティングに力を入れていかなければならないということキチッと定義した方がいいのではないかとこのことを高畑先生は強く言われました。印刷会社はテレビ以外で販売促進が主流の時代でした。そこで、いろいろな印刷物をキチッと地元の印刷会社に見せることによって、新しい印刷物の需要を創出することに力点をおこうということで、山内先生をはじめ浜先生などが中心となって世界中からいろいろな印刷物を集めました。特に当時アメリカやヨーロッパでダイレクトマーケティング、いわゆる紙での通信販売が増えてきていました。インターネットが無かった時代でしたから、ダイレクトメールだとか通販カタログだとか、箔押しだとか、特殊加工した印刷物を集めて見せることによって、印刷会社の方々に企画提案をさせられないかということを考えていました。

■アナログとデジタルの架け橋

世古：そのころは、電算写植から始まりDTPの出現などがあって、あっという間にアナログの技術がデジタル化されて行き、今となってはパソコンなどの設備とデザイナーさえいれば印刷物ができてしまうような時代になってしまいましたが、現状としては今、何が起きていますか？

花井：今の印刷会社、特に大手の印刷会社のある部隊では印刷の技術を全くわからない人たちがいます。社員の半分以上はいます。ですから、印刷の見積もりができない、印刷の工程がわからないというのが今の現実です。もっと言うと、デジタル機を作っている会社の人たちはオフセット印刷のことは全くわかりません。機械の性能とかスペックはわかりますが、ではどうするのだ？と、印刷のことわからないで印刷機売れるの？ということになります。ですから、印刷会社とデジタル機のメーカーの会話ができな

いのです。その辺が問題なのです。先日、大手メーカーの幹部の方達とウェブでミーティングをしたのですが、自分のところの社員が印刷会社に営業に行って、「印刷のことをもっと勉強して来い！」と言われ、帰されてしまったそうなんです。オフセットとデジタルの印刷の違いだとか工程だとかそう言ったことがわからないみたいです。最近は印刷機の方もどんどん進んできていますので、例えば、毛抜き合わせという意味がわからないのです。そう言うアナログ技術的なことをわかってもらいながら営業を行うことも必要ではないかと、そのメーカーではオールバリアブルでできるデジタル印刷機をどう売ったらいいのかとか、どんな教育が必要なのか？と言うことも出てきていますね。現在はコロナ禍にあってリモート営業が増えてきています。クライアントさんと話をする中で、印刷会社の営業の方と会ってもデジタルのデータをどう渡したらいいのか？とか、この色だとどうなるのか？という、デジタル用語の理解度があまりにも低すぎるので、印刷会社に発注するのは不信感があり怖いと言うこともあります。例えば、ウェブの通販をやっている会社が初めて紙のカタログを作ろうとしました。その時、「このデータはそのまま使えるんですね？」と聞いたときに、印刷会社さんは「大丈夫ですよ」と言ったら、後から現場で「低解像度すぎて印刷できないよ」と言われるようなことがあるようです。そうなると、撮影し直しになってしまうという問題になり、勉強不足だとか教育不足だと言う話になってくるのです。この辺もやはり、印刷の教育として必要なことですね。

世古：コロナ禍が印刷産業の問題点を浮き彫りにし始めているということですね。

花井：アナログの技術をきちんと理解しておかないとデジタル技術だけが先行してしまってもなかなか難しいと言うことが明確になったのではないかと思います。今までは、営業がわからなければ現場の人間を連れていけばいいというように、なんとか凌いできたのですが、コロナのせいで対面営業ができなくなってくると、それもなかなか叶わなくなっているというのが印刷会社の営業の問題にもなっています。今までは挨拶して言われた通りやっていれば良

かったけれど、原稿の受け渡しから、お客さんを一か所に集めるという集客もできません。イベントも無くなってきている中で、新しいものを提案する企画書を出さなければなりません。そうなると、お客様を説得するプレゼンテーション能力が必要になってきます。ところが、印刷会社の営業はそういう点が弱いということがあらわになってきていますね。

■情報の地産地消

世古：未来への展望としてはどのような課題がありますか？

花井：これから人口が減っていきます。人口が減れば、当然ながら企業数も減ります。そうすると物の売れ方も変わります。地方新聞社や地方の印刷会社も経営が厳しくなってきます。そして、高齢者が増えてきます。印刷会社と言うのは得意先が幅広いのです。これから印刷物と言うのは仕事を待っていても来ないし、自分たちで需要を創出するためには地域の情報をいかにしてキチッと伝える情報の地産地消と言う考え方です。自分たちの周りの情報をいかにして集めて、新しいセールスプロモーションだとか、新しい事業を立ち上げていくのかとか、と言うところがポイントだと思っています。

世古：人口減、企業数減、高齢者増ということですね。具体的な対策事例はありますか？

花井：高齢者が増えると欲しいものもない、お金の使い道がないということになります。使うとしたらどこか？・・・孫です。孫にお金を使いたいのです。地方の新聞社の方と話すのですが、地方のスポーツ大会や文化イベントがあります。特にサッカーとか野球は取り上げられますけど、それ以外は取り上げられない。地元で優勝して、孫が載っていたらちょっとしたアルバムではなくてもカタログを作ったり顔写真を入れたりと言うような印刷物と言うのはこれからものすごく出てくると思います。印刷物と言うのは明るければ見たい時に見られますので、保存と閲覧には便利です。デジタルカメラの中にある大量の写真データを探すのだけでも大変ですよ。そう言ったものを紙媒体に置き換えて保存しておくことで、お孫さんが大きくなっ

て次の世代に手渡す時には写真集にしておこうとか、孫が小さい時のことを自慢できるようなものがあると変わってくると思うのです。

■デザイン編集技術と需要の創出

世古：そうなると、これからは編集技術の能力を持った人材が必要になるとは思いますけどどのようにお考えですか？

花井：まず一つは製版や組版をやっている人たちの配置転換、ただ文章を書けるかどうかと言う能力には問題があります。今後、教員の大量退職者が出てきますが、70歳以上の退職者が全国でもものすごくいるんです。文章を書く能力を持ったそういう方々のちょっとしたアルバイトとした形で使っていくということも考えられます。それから、地元のアマチュア写真家というのはいっぱいいますので、この人たちに写真や動画を撮っていただき地域でうまく連携して地域での地産地消とでもいうのでしょうか、物だけではなくて紙でいろいろなものを表現する物の地産地消型のものをやっていくことだと思います。そこに生まれて育った方々の人脈ネットワークがありますし、そういうものをうまく作ることによって新しいものができるのではないかという気がしています。

世古：高畑先生から教えられたことで印象に残っていることはありますか？

花井：需要の創出と変身です。印刷会社はやはり変わらなければなりません。それと同時に各印刷を中心にしていろいろなものを派生させていくということです。例えば、その一つが印刷を核にしてマーケティング研究開発ネットワーク、印刷会社同士のネットワーク、デザイン力を持つことです。東京の印刷会社でデザイン部門を持っているところは少ないんですよ。地方に行くとデザイナーを社内に抱える印刷会社は多いのです。これから、地産地消を考えていくのであれば、自社にデザイナーを抱えておかなければならないということです。特にこれからはスピードが大事です。ネットだと速いのでそれに対抗するように紙媒体としてもスピードが必要になり、紙とネットの補完関係が必要だと考えています。ECでモノを買ってカート

に入れます。でも決済まで行かない物が結構多いのです。そこに対して24時間以内に印刷物のダイレクトメールでレコメンドと共に行うと決済率が一気に上がります。

■捨てられない印刷物の需要をどうやって創出していくのか？

世古：コロナ禍の後のことはどのようにになると予想されていますか？

花井：ネットの時代からコロナになったことで、印刷物の再定義をする必要があるのではないかと思います。それはなぜかというと印刷通販が非常に安くて早い。これは告知だけで投げられてしまう印刷物と言えます。そういうものはあってもいいけど、投げられない捨てられない印刷物をどうやって作っていくのかということがある程度求められます。それには特殊加工とか、特殊用紙だとか、特別寸法というものが大きなポイントになってきます。保存ができる印刷物を作っていかなければならないのです。それが高畑先生がいう工芸的な印刷物につながってくるのだと思います。ハイタッチという言葉をよく教わりました。タッチして五感に訴えるような印刷物がこれからのポイントです。捨てられない印刷物の需要を創出するには、特殊加工とか、特殊用紙だとか、特別寸法というのが必要です。決まった形だと負けてしまう。それによって保存率が高まる。印刷物が机にあったり、居間にあったりすることによって、いろいろな方々の目に触れることによって印刷物の価値が上がってくる家庭内滞留時間を意識する必要があります。保存しておきたいね、とっておきたいねという、そういうものを作ることです。

世古：そこに工芸立国論が生かされてくるのですね。

花井：工芸的という意味では、本が売れないという出版社にもいろいろと提案しています。上製本にして、後ろにナンバリングを入れて、千の何番というようにリトグラフと同じように作家のサインを入れて、それ以上作らない。ただし、1万円とか1万5千円とか高額にして売る。高額でもいいから残したいモノを買いたいというニーズはあります。特に高齢者が増えていくとなおさら増えていくと思います。こう言った

ところをどこの、誰が、提案するのかということだと思います。デジタル庁の平井大臣と話した時のことですが、高齢者がお金を持っているのに使ってくれないと言っていました。この1年で20兆円現預金が増えているということです。そのお金をどうやって使わせるかということです。一番大事なことは地方のデータとそこに住んでいる人たちのデータを掛け合わせて、新しい需要はなんであるのか創造することです。これはAIで予測が立ちます。今後、マイナンバーのカードのデータを使って新しいセールスプロモーションができるような仕組みになってきます。そう言ったようなことができるのは大手広告代理店ではなく、地元の企業です。そして、地元の企業でどこができるかという印刷会社が一番手取り早いんです。ですから、これから地方の印刷会社が大きくなる可能性があるということなのです。

■階段のない高層ビルはない・・・対談を終わって

今回の対談の収穫はデジタルとアナログの補完作業をできるかできないかが印刷産業の未来を決めるということが見えたことです。補完とはお互いに補い合うことです。

「高層ビルに高速のエレベーターがついてもビルに階段はなくなることはない」という言葉を戒めとしていつも心に留めています。先進的な技術を使ってもそこにたどりつくまでに苦労された先人の苦労を忘れることなく尊敬する姿勢が大事ではないでしょうか？エレベーターが止まって階段があることを忘れてパニックにならないように、先人からの教えというバトンを実確につないでいきたいと思いました。

■プロフィール

花井秀勝（はないひでかつ）

1951年6月生

AMA マーケティングスクール（USA）応用研究科終了後、北海道大学工学部勤務を経て、松阪屋百貨店企画販促部、道政調査会勤務後札幌凸版印刷株式会社に入社。

1991年 フェュージョン株式会社を設立、代表取締役社長に就任
2000年 一般社団法人 日本ダイレクトメール協会理事に就任
<現任>

2008年 フェュージョン株式会社 代表取締役会長に就任<現任>
2011年 札幌市立大学 経営審議委員・学長選考委員に就任
<現任>

2017年 2月札幌証券取引所アンビシャス市場へ上場
2017年 学校法人 日本プリンティングアカデミー理事長に就任
<現任>

2018年 札幌市産業振興財団主幹研究員 <現任>
2018年 公益社団法人日本印刷技術協会理事就任 <現任>

日本プリンティングアカデミーは、印刷業界各社の支援により1978年に創立された日本で唯一の専門学校です。当校では、これまで印刷専門知識・技術を教えてきたノウハウを活かし、企業向けの研修を開催しています。当校の強みは、校内に実際の印刷会社と同じレベルの設備を完備し、企画デザイン・撮影から印刷までの全工程を体系的かつ実践的に学べる所。貴社社員の基礎力向上/教育・スキルアップなどに本研修プログラムをご活用ください。

新入社員/中途採用社員研修

印刷関連業界企業の新入社員・中途社員に適した“即効性”のあるプログラムです。教えることを専門にしている学校だからこそ出来る、印刷全行程を総合的に学べるコースで、各種媒体の製作を通して、実践的に印刷基礎力を身につけます。

3日間コース：90,000円/1名

※当校の研修は、厚生労働省・人材開発支援助成金を活用することができます。詳細についてはお問い合わせください。



日本人財育成 新しいビジネスを創造する

中堅社員/管理職者研修

自社の製造工程を客観的に分析し、印刷技術だけでなく、経営戦略を意識した製造管理を学べます。そのうえで、中堅社員・管理職として求められる、現場の改革(Cost削減、多能工化、ISS、高品質管理、付加価値の創出)に伴う製造の省力化(見える化、数値化、標準化、自動化)について再認識します。

3日間コース：100,000円/1名



その他各種講座

マーケティング基礎セミナー

新しいビジネスを創造していくために欠かせないマーケティング戦略を体系的に習得できます。経営/管理/営業職の方に最適なセミナーです。

印刷営業セミナー

営業に必要な知識を短時間で効率的に学べるセミナーです。

経営シミュレーションセミナー (MG)

経営シミュレーションゲーム「MG=マネジメントゲーム」を通して、参加者全員が経営感覚を体感し、MQ管理会計による利益が出る『管理会計』が学べます。

費用やプログラム内容についてのご相談は、下記までお問い合わせください。



学校法人 日本プリンティングアカデミー

TEL 03-3811-2734 平日9:00~17:00 土・日・祝日を除く

日本プリンティングアカデミー 企業研修

検索

〒112-0002 東京都文京区小石川 4-13-2 丸の内線「茗荷谷(みょうがだに)駅」徒歩13分

info@jpa.ac.jp

https://jpa.ac.jp/seminar/



PDF Change Server 2

Office データ変換システム

Officeデータ入稿に革命を!

- 「Officeデータはバージョンの差異がいろいろ」
 - 「レイアウト崩れや文字化けチェックが大変」
 - 「罫線や地模様が上手く再現されない」
 - 「データ変換作業に時間とコストが掛かる」
- そんなお困りごとはございませんか?



PDF Change Server 2 は、Microsoft社のWordやExcel、PowerPointなどで作成されたデータをプリフライト。レイアウト崩れや文字化けなく、簡単にPDFに変換できるシステムです。印刷会社様の従来の社内ワークフローに導入して頂くことで、データのチェックや変換に掛かる時間・コストを大幅に削減するOfficeデータ専用システムです。

SEISHIN 誠伸商事株式会社 www.seishin.co.jp

- 本社 〒145-0062 東京都大田区北千束 2-9-10 TEL.03-5751-3011
- 静岡支店 〒422-8034 静岡県静岡市駿河区高松 2-17-11 TEL.054-340-1191
- 北関東営業所 〒321-0104 栃木県宇都宮市台新田 1-6-9 TEL.028-684-1981
- 東北営業所 〒983-0841 宮城県仙台市宮城野区原町 3-8-9 TEL.022-299-6661
- 新潟営業所 〒950-0853 新潟県新潟市東区東明 7-2-24 TEL.025-286-9040

「SEISHIN APPLICATION CLICK - 適応と前進 特別号 -」

発行：誠伸商事株式会社内 CLICK 編集室 編集室主幹：福田七衛
 〒145-0062 東京都大田区北千束 2-9-10 編集スタッフ：杉本なつみ・世古真一
 TEL 03 (5751) 3386 制作スタッフ：日比野悠太・山田七重

誠伸商事株式会社ホームページに CLICK バックナンバーを掲載しています。URL→https://seishin.co.jp/click