

印刷業のための

新入社員コース

I

印刷産業のアウトライン

改訂版



I

印刷産業のアウトライン

I 編で学ぶこと

『I 印刷産業のアウトライン』では「印刷の役割」「社会の変化と印刷」「印刷産業への招待」「印刷のマーケット」「印刷メディアの魅力と今後の可能性」「情報革命と印刷の歴史」をテーマとして、印刷という仕事、印刷産業について、その概要を学びます。

ここで学習する内容は、皆さんが日々印刷会社で携わっている業務から受ける印象とは異なるかもしれませんが、印刷産業で働くにあたり、より広い見方、客観的な立場から印刷という仕事を理解することが大切です。

皆さんの仕事の価値を知り、その魅力に気づき、仕事の質を高めていくうえで必要な内容ですので、しっかり学習してください。

目次

I 印刷産業のアウトライン

1章	印刷の役割	3
1	印刷と私たちの暮らし	3
2	印刷の機能と役割	5
3	印刷の社会的役割	8
2章	社会の変化と印刷	11
1	社会環境の変化	11
2	情報化社会と印刷	12
3章	印刷産業への招待	16
1	印刷産業の定義と今後	16
2	多種多様な印刷および関連業界区分	17
3	印刷産業の7つの顔	18
4	印刷産業の社会的責任 (CSR)	24
4章	印刷のマーケット	29
1	社会と印刷との結びつき	29
2	印刷産業の得意先	31
5章	印刷メディアの魅力と今後の可能性	33
1	他メディアとの共存、印刷の特色、魅力	33
2	印刷と情報メディア	34
6章	情報革命と印刷の歴史	38
1	情報革命と印刷の起源	38
2	企業と企業で働く人々が生き残り、発展していくための条件	43

名刺入れ、筆記用具、口紅やブラシの入ったポーチ、入社式の案内ハガキ、会社からもらった新書本『印刷業界』を揃えて新品のショルダーバッグに入れました。それから、スーツに着替え、新調したプリント地のスカーフを締め、もう一度、鏡で髪型とお化粧をチェックしました。

「ちょっと風邪ぎみなので薬を飲んでおこう」A子さんは薬のパッケージから錠剤を取り出して飲みました。

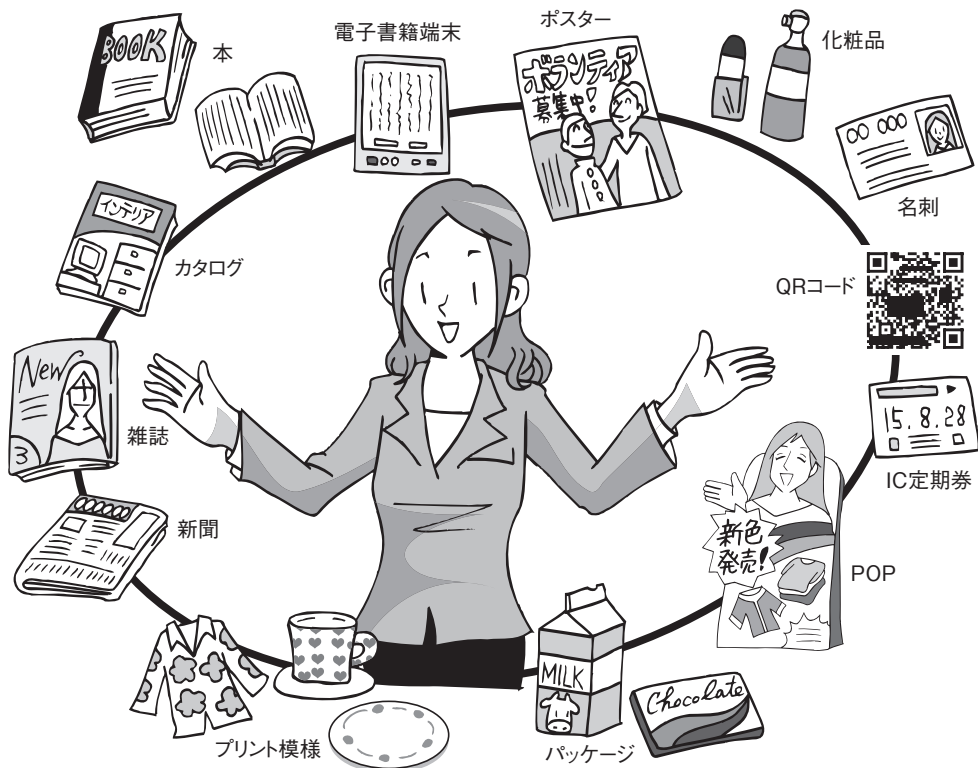
「どんな同僚や先輩がいるのだろう。仕事はうまくやれるかな」いろいろ不安もありますが、「何より新人にとって大切なことは“笑顔と挨拶”だよ」とアドバイスをくれた兄の言葉を思い出し、元気に入社式の会場へ向かいました。

皆さんの社会人スタート初日はどうでしたか。

(2) 身のまわりにあるすべての素材が印刷の対象

A子さんにとって記念すべき社会人スタートの朝の一コマを見ました。さて、この中で明らかに印刷物、印刷技術にかかわりがあると思われるモノはどれとどれでしょう。

図表2 身近な印刷物の例



印刷物といえば、本や雑誌、新聞、ダイレクトメール、チラシなどをイメージする方が多いと思いますが、生活用品の多くが印刷物あるいは印刷技術を応用したものといっても過言ではありません。紙以外の素材を用いる印刷物も多く、すべての素材が印刷の対象となるといえるでしょう。スマートフォンやタブレット端末などの液晶パネルのカラーフィルター、タッチパネルも印刷技術で培った高度な技術を応用して作られています。

印刷技術の応用範囲の広さは、それだけ印刷には多様な目的と用途があることを意味しています。身のまわりの印刷物にはどのようなものがあるか、また、自社で生産している印刷物にはどのようなものがあるか調べてみましょう。

2 印刷の機能と役割

(1) 印刷とは何か

印刷とは、原稿（文字・図形など）をもとに印刷するための版を作り、その版にインキを着けて、それを紙などに刷ること、またはその技術を意味します。つまり、インキにより、紙などの媒体（メディア）に文字や図形、写真などの画像を複製することが印刷であり、印刷された物を印刷物といいます。また、パソコンで作成したデータをプリンターから出力することも印刷といいます。

印刷技術に関しては、テキスト『Ⅱ 印刷物はどのように作られるか』で詳しくみていきます。ここでは、印刷が私たちの生活に密接に関わる技術であること、そして関連する技術や媒体（メディア）などが変化するに従って、印刷の意味するところも変化していることを覚えておいてください。

(2) 印刷の役割は情報伝達

印刷の最も重要な役割は「情報を伝える」ことです。情報伝達の手段が多様化し、インターネットや携帯電話などの普及によって、印刷の役割や価値も変化しています。しかし、印刷が情報を伝達する重要な手段であることは変わっていません。だからこそ、印刷産業は情報産業といわれるのです。つまり、印刷産業は印刷物を作り出す製造業ですが、情報を扱う産業でもあるのです。

印刷人としてのスタート地点に立った皆さんは、情報のプロとしての立場から情報（Information）とは何か、伝達（Communication）とは何かということを常に意識してください。印刷物を単なる「物」としてではなく、得意先の情報伝達のための機能を果たしているという意識を持つことが重要なのです。

(3) 印刷製品・サービスの分野類型と用途

印刷製品・サービスにはさまざまな種類があって、そのすべてを取り扱っている印刷会社もあれば、一部の製品に特化している会社もあります。自社の製品をどのように分類するかは、その事業戦略とも関わるもので、顧客から見てわかりやすいように独自の分類を行っている印刷会社もあります。

ここでは印刷製品・サービスを、その用途によって、8つの分野に分けて解説します（図表3参照）。

1) 出版印刷物

一般的に読み物として使用される印刷物で、表紙と本文に異なる用紙を使用し、紙面構成は文章が中心になる場合が多いものです。出版社や新聞社などが、定期的に発行する出版物（雑誌、新聞など）と、不定期に発行する出版物（書籍など）に大別されます。研究機関や団体などが発行する書籍類や自費出版物も含まれます。

また、パッケージ系電子出版物（DVD や CD-ROM など）は含まれますが、デジタルコンテンツを配信するオンライン系電子出版物は「ソフト・サービス」に分類されます。

2) 商業印刷物

一般的に販売促進や宣伝・案内用として使用される印刷物で、商印または商印ものと略す場合もあります。宣伝用印刷物と業務用印刷物に大別されます。

宣伝用印刷物は、企業が商品・サービスを宣伝広告・販売することを目的として作成する印刷物です。さまざまな販売促進用途を目的とすることから、印刷物としての形態もバラエティに富んでいます。

業務用印刷物は、官庁、企業、団体などで業務活動を行うために作られる印刷物です。形態は出版印刷物と同じでも、その機能から記念誌紙、社内報などはこの分野に組み入れられます。

3) 証券印刷物

社会的な信用、金券としての価値を持つ印刷物で、一般証券印刷物とカード類印刷物に大別されます。偽造防止、セキュリティ、不正発見の容易さ、長時間の耐久性などが要求されるため、紙幣の印刷とともに特殊な技術要素やノウハウが伴う印刷分野です。

4) 事務用印刷物

官庁、企業、団体などで事務を処理するために使われる印刷物で、ビジネスフォーム印刷物と事務用品印刷物に大別されます。

ビジネスフォーム印刷（BFまたはフォーム印刷と略す場合もあります）は、一般的にはコンピューター用の連続伝票の特殊印刷を指し、印刷加工は専門化しています（テキスト『Ⅱ 印刷物はどのように作られるか』37～38ページ参照）。伝票類は減少傾向にあります。印刷と同時に用紙にさまざまな加工が可能なことから、ダイレクトメールや給与明細、宅配便伝票、通知ハガキ、マークシート用紙など、ビジネスフォーム印刷の分野は拡大しています。

コンビニエンスストアや書店などで販売されているノートや手帳、封筒や便箋は、事務用品メーカーが印刷加工した市販品で、紙製品に分類されます。事務用品印刷物は、官庁や企業などが使用する個別の様式で注文生産されたもので、印刷加工は一般印刷会社が行っています。

5) 包装資材印刷物

商品の流通、保護に用いられる印刷物で、商品の内容、目的用途からさまざまな素材が使われます。素材によって、紙器印刷物、軟包装印刷物、その他の包装資材印刷物に大別されます。

食料品から電子機器まで、世の中のあらゆる商品が流通する基本形態としてパッケージング（包装）は欠かせません。商品とパッケージは一体化して流通するもので、個々の商品に合わせて作られた包装紙やショッピングバッグは包装資材印刷物に分類されます。しかし、デパートやスーパーのオリジナル品は宣伝印刷物になり、市販品は紙製品に分類されます。

6) 建装材印刷物

建装材印刷物は建築材料などの表面化粧・表面保護のための印刷物です。壁紙や室内ドア、家具、浴室内装などに用いる化粧シートは、グラビア印刷で木目などをフィルムに印刷して合板などに貼り付けたものです。木材や大理石などの自然な美しさや質感を再現し、安全性や耐久性を追求し、付加価値の高い製品開発が続けられています。

7) その他の印刷物

特殊なインキや素材、印刷手法を使って産業用の素材などを作る、成長分野の

一つです。大手印刷会社ではエレクトロニクスや産業資材の分野が大きなウエイトを占めています。

8) ソフト・サービス

ハードとしての印刷物に対して、印刷物の価値をより高めるための新たな成長分野として注目されているのが、印刷物に付帯する新しい印刷ビジネスです。印刷付帯サービスは、一部の印刷会社で以前から行われていましたが、より多くの印刷会社に取り組むようになりました。

IT 関連サービスは、印刷工程の電子化技術を活用した情報の加工・蓄積・提供サービスや、デジタルネットワークを通じた新たなビジネスです。インターネット関連サービスやスマートフォン、専用端末を活用したオンライン系電子出版物や音楽配信なども含まれます。

3 印刷の社会的役割

(1) 価値観の多様化と印刷

社会が豊かになるにつれて、価値観の多様化や高級志向が強まり、社会の日常的な情報だけでなく、趣味や嗜好を満足させる感性的な情報も求められるようになりました。国際化によって、今後さらにさまざまな価値観の人々が増え、多様な生活スタイルを選択するようになるでしょう。

多様なデザインが花開き、消費者自らが制作・デザインを可能にするシステム（道具）の出現によって、印刷物においてもいっそうの多品種少量ビジネスが要求されています。ほかの情報メディアとともに印刷は表現メディアとしてより高度で複雑な役割を果たさなければならない時代を迎えています。

その一方、情報社会における印刷物の氾濫は、豊かさではなく、浪費と取られかねないことから、ムダな印刷物を極力なくし、リデュース（減らす）、リユース（再利用）、リサイクル（再資源化）が企業としての社会的責任となっています。

(2) コミュニケーションの変化と印刷

現代社会は高度情報社会とも、コミュニケーション社会とも呼ばれます。個人と個人、個人と企業、個人と社会、あるいは企業と企業、企業と社会、社会と社会のあいだにおけるコミュニケーションの重要性が過去に比べて増大し、グローバル規模で広がっています。

図表3 印刷製品・サービスの分類

製品分類	定義	具体例
出版印刷物		
定期出版印刷物	出版社などから定期的に発行される出版物	新聞（日刊紙、夕刊紙、業界紙、色刷新聞など）、雑誌（週刊誌、隔週刊誌、旬刊誌、月刊誌、隔月刊誌、季刊誌など）、官広報、広報紙など
不定期出版印刷物	出版社などから不定期に発行される出版物	書籍（単行本、全集、事辞典、百科事典、美術書、年鑑、文庫・新書本など）、地図、楽譜、カレンダー（広告用でないもの）、ドリルなど
その他の出版印刷物	上記以外の出版物	教科書、電話帳、自費出版物、パッケージ系電子出版物（CD-ROM、DVD）など
商業印刷物		
宣伝用印刷物	企業などの広告宣伝、販売促進などに使用される印刷物	ポスター、チラシ、PR誌紙、カタログ、POP、カレンダー、シール・ラベル、グリーティングカード、絵はがきなど
業務用印刷物	官庁、企業、団体などの内部で使用される報告書、議事録、名簿など主として業務に利用される印刷物	記念誌紙（社史、年史）、報告書（議事録、営業報告書など）、名簿、使用書（マニュアル、料金表、料率表）、社内報など
証券印刷物		
一般証券印刷物	金銭または信用に関わる証券類	株券、債券、預金通帳、商品券、印紙、切手・官製はがき、宝くじ、お年玉付郵便はがき、乗車券、入場券、保証書など
カード類印刷物	銀行口座の入出金、各種代金決済などに使用される磁気カードおよびその他のカード類	キャッシュカード、クレジットカード、プリペイドカード、IDカード、ICカード、ICタグ、光カードなど
事務用印刷物		
ビジネスフォーム印刷物	伝票類およびコンピューターで使用される連続伝票	各種伝票、ビジネスフォームなど
事務用品印刷物	官公庁、企業、学校などで事務処理上使用される紙製の事務用品（既成印刷物は除く）	ノート、封筒、事務用便箋（レターヘッドなど）、手帳、ダイアリー、名刺、はがき（私製）、案内状など
包装資材印刷物		
紙器印刷物	紙製のパッケージ印刷物	紙器、包装紙（カートン、贈答箱、美粧段ボール、液体容器、紙コップ、紙皿、ショッピングバッグなど）など
軟包装印刷物	軟包装材製のパッケージ印刷物	袋物用軟包装、軟包装用紙、ラミネートチューブなど
その他の包装資材印刷物	上記以外の包装資材印刷物	金属チューブ、プラスチック容器（中空成形容器、プラスチックトレイなど）、シール・ラベル、缶類など
建装材印刷物	建築材料などの表面化粧・表面保護のための印刷物	建装材（プリント合板、壁紙、ビニール床材など）、内装材（化粧材、自動車用内装材など）、家電製品の化粧材、家具用化粧材など
その他の印刷物		
エレクトロニクス	印刷技術を応用した精密電子部品	半導体デバイス関連（ICリードフレームなど）、ディスプレイデバイス関連（カラーフィルター、シャドーマスクなど）、プリント基板など
産業資材	印刷・コーティング技術を応用した産業資材	光学部材、キャリアテープ、電池関連など
その他	上記以外の紙以外のものに対する印刷物	布地印刷（プリント布地など）、玩具（ビニール玩具、木製玩具など）、文具、点字印刷、ホログラム印刷、3D印刷、高級美術品複製など
ソフト・サービス		
印刷付帯サービス	印刷物に付帯するサービス	商品企画、販売促進、イベント企画、デザイン、マーケティング、入力代行、発送など
IT関連サービス	情報加工技術を利用したサービス	顧客データ管理、データベース構築支援、データプリントサービス、動画制作、オンライン系電子出版物、音楽配信、インターネット関連業務など

資料：総務省「日本標準商品分類（平成2年〔1990年〕6月改定）」

経済産業省「印刷月報記入要領」製品別分類表

印刷メディアが情報伝達メディアの中心であったころは、情報力の圧倒的な格差によって、情報の流れは企業から個人への一方向でした。しかしインターネット社会の中で SNS が主要なインフラとなってからは、個人の情報発信力が格段と強くなり、企業を超える力を持つようになりました。そこで企業もビジネスに SNS を活用することが当たり前のようになりつつあります。

コミュニケーションの中身をよりよいものにし、価値を高めるには、印刷メディアとネットワークメディアが融合することが重要となっています。2つ以上のメディアを組み合わせる仕組みを持つクロスメディアが、新しい社会のインフラとして注目されています。

クロスメディア

Information Technology (IT: 情報技術) の発展により、ビジネス環境が大きく変化しました。メディアを提供するビジネスにおいては、付加価値のある新たな取り組みが不可欠です。ビジネスに関する戦略を理解し、一つのメディアではなく、複合的なメディア活用により、課題解決をすることが求められています。このようなときに必要な技術手法をクロスメディアと言います。印刷された QR コードから携帯電話やスマートフォンでネットへ誘導するのもクロスメディアの初歩的な手法です。