

印刷技術懇談会 2026年2月13日(第541回)

『印刷産業の未来を考える』

- AI時代の印刷ビジネスの造り方 -

木村 崇義(たかよし)氏 (株)ソウブン・ドットコム 代表取締役社長

- 日時：2月13日(金) 18:00~20:00 (参加者：30名(内 Zoom 8名))
- 場所：(株)モトヤ 東京本社 6F (東京都中央区八丁堀)
- 講演要旨

今回の木村氏の講演を聞いて、強く「伝わる」ものを感じることができた。筆者はもちろんだが、おそらく聴講したかなりの(あるいは全ての)参加者も同じような思いを抱いたのではないだろうか。「伝わってきた」ものとは何か? 「印刷産業は、考え方や実践方法次第で、成長産業ではないか!」という、思わず膝を打つ瞬間の感覚に似ていた。

さて、以下が講演の骨子である。

- ① はじめに
- ② 印刷業の未来を考える
- ③ 情報加工業としての成長性
- ④ 高付加価値コミュニケーション産業としての普遍性
- ⑤ 地域と産業のハブとしての社会的拡張性
- ⑥ これらを複合した成長戦略

オープニングの自己紹介では、10代のころから並外れて「印刷大好き人間」

だったとのこと。さらに同社の祖業(創文印刷工業)は、学術誌の印刷専門だったが、現在の事業は「研究団体の支援を目的としたサービスプラットフォーム」という説明があった。また木村氏は、全印工連の経営革新マーケティング委員会の委員長も務めており、今回のプレゼン全体は、同社の活動と考え方が中心に明示されたものの、同時に全印工連での関連するいくつかの活動への言及もあった。

②の「情報加工業としての成長性」では、加工すべき情報が爆発的に増加していて、コミュニケーションが重要視され、市場が拡張しているというのに、印刷産業が「衰退」するということなどであろうはずがない、問題は「どのように実践していくか」であるという氏の時代認識と印刷産業の可能性が語られた。

③では、AIの利活用に焦点を当てながら、同社の3つの活動内容が述べられた。インターン生が、AIを活用して、2週間で150本のPR動画を作成したエピソードは興味深い。AIのパワーもさることながら、ここで注目すべき点は同社の戦略性である。それらの動画はYouTubeにアップされ、「十分な予算もなく、運営事務局もなく、必要な情報も届いていない小規模な学術団体」への情報提供による「社会課題解決」と併せて、それを「営業活動」につなげるという見事な仕掛けである。

④では、マイクロソフトやユニクロが作成した印刷物を通して、紙媒体の可能性に気づかせてくれる事例の紹介があった。マイクロソフトの「Signal」という雑誌の紹介ページには、「デジタル疲労時代の新戦略」や「印刷物はデジタル時代の儚さに対する解毒剤」という文言もあった。さらに大分県の高山活版社の紹介があり、そのHPには、印刷と思索を結び付けた味わい深い文章があった。筆者は思わず同社から「Company Story」という小冊子を取り寄せてしまったほどであるが、期待通りの内容だった。

⑤が今回のプレゼンテーションのピーク(山場)であろうと思われる。「ローカル・ゼブラ」についての解説から始まって、同社における取組みのステップが述べられた。次にローカル・ゼブラの考え方をCSV経営と連結させて整理し、従来の経済活動と社会課題解決の活動が互いにクロスした結果、「企業の統合的価値」に至るプロセスが示された。この考え方と実践は、(株)オフィスサニーという小規模なバーコ印刷の会社が、「ユニークポジション」を構築する事業活動に当てはめるといっそう理解が促進される。

そして最後に、「ソウブン・ドットコムのビジネスの本質」が述べられた。ここで聴講者は、ビジネスコンセプトと呼ぶべき同社のコア(核)となる考え方「ソーシャル・イノベータ」を理解することができたと同時に、同社の事業展開の方法と内容を明瞭に掴むことができたはずである。

「需要は創造するものだ」という言葉が、改めて想起させられた勉強会だった。



.....以下、メモ.....

■ 木村氏のプロフィール

- ✓ 1985年：生まれ（現在 40歳）
- ✓ 2008年：凸版印刷 入社、プロモーション営業を担当。
- ✓ その後：大手広告代理店へ出向、デジタルマーケティング業務に従事。
- ✓ 2017年：凸版印刷 退社、創文印刷工業（家業）入社
- ✓ 2021年：創文印刷工業 代表取締役社長に就任
- ✓ 2022年：創文印刷工業からソウブン・ドットコムへ社名変更
- ✓ 現在 全日本印刷工業組合連合会 常務理事
経営革新マーケティング委員会 委員長

■ 自己紹介での解説

- ✓ 「印刷大好き人間」
 - 高校時代に、お父様より、凸版印刷が牛乳パックから IC タグまで印刷していると聞いた時には、IC タグの印刷については俄かに信じられず、印刷博物館を訪問してそのことを確認
 - 高校・大学時代は、Page 展、IGAS 展を必ず見学し、全出展業者のカタログの収集とその内容に目を通した。
 - 19歳で DTP エキスパート取得

■ 会社概要

- ✓ <https://www.soubun.com/>
- ✓ 同社の歴史：創業 1939年（86年目） ⇒ 祖業は「学術誌の印刷」
 - <https://www.soubun.com/company/history/>

0. はじめに 会社概要

SOUBUN.COM

社名：株式会社ソウブン・ドットコム
事業：研究団体の支援を目的としたサービスプラットフォーム
精神：創業時と同じく、最先端のIT技術で学術団体を支援する

“助かる”が見つかる！

4つの事業領域

- 学術誌発行サポート**
ネット印刷にはできない学術誌専門印刷サポート
編集事務代行（査読管理） / 組版・デザイン / J-STAGE掲載代行 他
学術誌により特化したデジタル印刷機フロー
- 学会ホームページ制作**
学会運営がラクになる、ホームページのご提案
学会HP制作 / HP保守 / HPリニューアル 他
学術団体運営に特化したサイトの制作
- 学会事務局代行**
時間もコストも削減できるから コア業務に集中できる
各種事務代行 / 会員管理 / 会費管理 / 会計事務 他
学会の事務局支援システム及びサービスの提供
- 学術大会支援**
企画・準備～当日運営まで ご要望に合わせて大会運営サポート
国内・国際大会運営サポート全般 / 宿泊・交通チケット等手配 他
学術大会（イベント）システムと付帯サービスの提供
(旅行業免許取得)

✓ **事業内容**

- 学会誌発行サポート
 - ◇ 学会誌の印刷
 - ◇ 学会誌の編集
 - ◇ 査読のサポート
 - ◇ 電子論文対応
- 学会 HP 作成
 - ◇ 学会に「特化」した HP 作成
 - ◇ DX 支援
 - ◇ 学術団体のシステム構築支援
- 学会事務局代行
 - ◇ 「BPO」業務
 - 各種事務代行
 - 会員管理
 - 会費管理
 - 会計事務
- 学術大会支援
 - ◇ 学術大会システムと付帯サービス
 - ◇ 旅行免許取得
 - 海外の研究者が国内の国際会議出席時
 - チケット手配など（ホテル、航空券など）

印刷産業の未来を考える

■ **（重要）時代認識と印刷産業の可能性 ⇒（市場は拡張している）**

- ✓ 加工すべき情報は爆発的に増加している時代
- ✓ コミュニケーションが重要視されている時代
- ✓ 地域と産業が、今まで以上に課題を抱えている時代



- ✓ 市場が拡張しているにもかかわらず、「衰退」する訳がない。
- ✓ いくらでも成長できる余地はある。



- ✓ どのように「実践」していくかが問題

■ 全印工連での取組み（実践例）

1. 印刷産業の未来を考える

① 情報加工業としての成長性

→AI研究会、デジタルマーケティング

② 高付加価値コミュニケーション産業としての普遍性

→紙育、ペーパーサミット、プロダクトバリュー事業

③ 地域と産業のハブとしての社会的拡張性

→ローカル・ゼブラ

自社での実践と全国の事例

✓ 全印工連としての取組み

➤ <https://www.aj-pia.or.jp/>

➤ 全国 3,700 社

➤ 経営革新マーケティング委員会（木村氏は委員長）

✓ ローカル・ゼブラ

➤ 経産省・中小企業庁

➤ （筆者メモ）

◇ 地域課題解決事業推進に向けた 基本指針

◇ 中小企業の持続的成長戦略

◇ https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/chiiki_kigyou_kyousei/2024/20240301_01.pdf

- ゼブラ企業は、2017 年に4人のアメリカの女性社会起業家が提唱した概念である。時価総額を重視するユニコーン企業と対比させて、社会課題解決と経済成長の両立を目指す企業を、白黒模様、群れで行動するゼブラ（シマウマ）にたとえて命名された。近年、日本でも注目を集めており、その特性に応じたインパクト投資が行われて潜在力を発揮することで、地域課題の解決につながる可能性がある。
- 地域の包摂的成長を実現する担い手となるのは、地域に根ざした中小企業・小規模事業者である。中でも、地域の社会課題を解決し、社会に良い変化（社会的インパクト）を生み出すローカル・ゼブラ企業が、良質な雇用や豊かな暮らしの実現に果たす役割は大きい。
- ローカル・ゼブラ企業が地域の関係者と連携し社会的インパクトを創出し、課題解決に取り組むエコシステムが形成され、それぞれが恩恵を享受しながら持続的な成長を遂げていく。

■ AI の利活用

- ✓ 全印工連 経営革新マーケティング委員会の取組み
 - 全国から公募制でAI 研究会を発足（約 80 社）
 - 講師招聘
 - ◇ マイクロソフト執行役員
 - ◇ Canva Japan 副社長 等
 - 80 社の実践事例などを共有 等

- ✓ ソウブン・ドットコムでの取組み（その1）
 - 10 月にインターン生を 1 名採用とタスク
 - ◇ 2 週間で約 150 本の PR 動画を作成し、自社の YouTube チャンネルにアップ
 - ◇ 学会・協会運営専門チャンネル by SOUBUN TV
https://www.youtube.com/results?search_query=SOUBUN.TV
 - ◇ インターン生の時給：1,300 円 X 60h = 78,000 円
 - ◇ Canva と AI の活用で作成

2. 情報加工業としての成長性



- 経営効果として上記の結果の捉え方
 - ◇ YouTube の再生実績の例
 - YouTube 11 月の実績の一例
 - タイトル「学会業務の外部委託 どうしたらいいの？」(7 分 10 秒)
 - ユニーク視聴者数：190 名

YouTube 11月の実績		ユニーク 視聴者数 ↓	
コンテンツ 長さ	公開日		
合計		749	
12分44秒	7:10	学会業務の外部委託、どうしたらいいの？	190 25.4%
12分44秒	6:17	【初めての学会の司会で気をつけたいポイントと使え...	178 23.8%
12分44秒	7:15	学会の年会費を解説（消費税・科研費・経費の扱い）	65 8.7%
12分44秒	6:35	学会誌の製本にかかる期間は？製本タイプ・綴じ方の...	30 4.0%
12分44秒	4:56	【徹底解説】J-STAGEとCiniiの違いって何？	18 2.4%
12分44秒	6:26	学会のハイブリッド開催のメリットと注意点	13 1.7%

- ◇ 営業行為としての考察
 - インターン生が2週間でAIを活用しながら作成した動画の効果
 - 通常の営業活動で、約7分のプレゼンを190人に行うタフな仕事と比較して考えると、その効果と意味が理解できる。
 - 月を追うごとに動画を閲覧してくれる人が増えていく。

- ◇ デジタルマーケティングの一環と言える。
- ◇ 営業行為のDX化と言える。

- ✓ ソウブン・ドットコムでの取組み（その2）
 - ローカル情報を学習させた顧客対応型セールスAIシステムの構築(AIでのチャットボット)
 - ◇ 今まで長く「学術」に関する情報を蓄積してきた。
 - ◇ それをAIに学習させて、「学術」に関するあらゆる質問に答えるシステムを構築
 - ◇ 近日、自社HP上でリリースする予定

- ✓ ソウブン・ドットコムでの取組み（その3）
 - 官公庁入札用ガバナンスガイドの作成
 - ◇ CSR認証の申告書（分厚い）をAIに読み込ませて作成
 - 社歌の作成
 - ◇ 業務方針をAIに読み込ませて「イメージソング（社歌）」を作成させる。
 - ◇ 業務方針の発表会にイメージソングを流すという趣向につなげる。

高付加価値コミュニケーション産業としての普遍性

■ マイクロソフト：紙の雑誌の発行

- ✓ 創立50周年の記念誌「Signal」の発行（右下の写真）
 - ビル・ゲイツのエッセイなど
 - 1,500部の限定発行



✓ (筆者メモ)

マイクロソフトの以下のサイトより抜粋

<https://news.microsoft.com/signalmagazine/about/>

「なぜデジタルではなく印刷物なのですか？」

私たちはデジタルが大好きですが、印刷物には独特の利点があります。紙(を読む時に)は電力を必要とせず、ページ上に何を届けられるか、それをどこで消費できるかという点で非常に高い融通性を持っています。さらに言えば、デジタルコンテンツの際限のない広がりとは無縁なため、書き手も読者も共に、より深く考えるようになるのです。

私たちは、数分間で読める短い記事から、より長く楽しめる特集記事まで、読んで楽しめるものを提供したいと考えています。Signalはデジタルの儚さに対する解毒剤です。そして印刷物からはある種の香りも感じられます。これは携帯電話やパソコンが持ちえない特性で、紙の印刷物は、人の感覚と結びついた媒体と言えます。」

■ ユニクロの雑誌

- ✓ LifeWear magazine(右図)
 - ユニクロの服作り(LifeWear)の考え方を伝えるフリーマガジン
 - 「『LifeWear magazine』は、人々の生活をより豊かに快適にするユニクロの「LifeWear magazine」のフィロソフィーを伝えるフリーマガジンです。」



- 全国のユニクロ店舗で無料配布されるほか、[ユニクロ公式サイト](https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/lifewear-magazine/?srsltid=AfmBOoofRxVxmUORWeVERzST5tg3tF0smKZUZXS5xLNu5d0nrccGu2Y)でデジタル版が公開
 - ◇ デジタル版 URL
<https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/lifewear-magazine/?srsltid=AfmBOoofRxVxmUORWeVERzST5tg3tF0smKZUZXS5xLNu5d0nrccGu2Y>

■ 印刷版クーポン vs オンラインクーポン（電子クーポン）

- ✓ 上智大学、早稲田大学、神奈川大学、東京国際大学の共同研究
- ✓ 印刷版のクーポンとオンラインクーポンに関する消費者の行動に関する大規模実験
 - 結果は印刷版クーポンの方が5倍以上高い償還率
 - 伝統的な印刷媒体の有効性を再評価する必要性を示唆

■ 「推し活」グッズの需要と印刷

- ✓ 個性的なデザインやメッセージの印刷による付加価値向上
- ✓ 推し活市場における印刷ビジネスの機会の拡大傾向
- ✓ 団扇も「推し活の団扇」になると高く販売できる。



■ 高山活版社の事例（@大分市）

- ✓ <https://takayama-printinghouse.jp/>
- ✓ 自社の考える「価値」や「ストーリー」を述べているHP
- ✓ （例）同社の料金ページ
この会社が大切にしている考え方、価値について述べるところから始まっている。
その後で、具体的に料金に反映する要素が述べられる。



.....

「料金・制作の流れ

私たちの印刷は安くも速くもありません。

機械設備による制約も大きいかもしれません。

けれど、その中でお客様が実現したい内容を私たちなりに読み解き、できることを組み合わせ
てご提案します。

お望みとあらば、試し刷りや本機本紙校正なども柔軟にご対応します。

より良いものをつくるために手間ひまを惜しまない、

それが私たちの強みです。」

.....

■ ペーパーサミットジャパン (7/24(金)~25(土) @浜松町)

- ✓ 主催：全日本印刷工業組合連合会等
- ✓ 一般の人たちが紙の魅力や印刷技術を体験・購入できるイベント

地域と産業のハブとしての社会的拡張性 (ローカル・ゼブラ)

■ ローカル・ゼブラとは

- ✓ 日本の企業はユニコーン企業よりも、ゼブラ企業に親和性が高い。
- ✓ 日本には、もともと「三方良し」の考え方がある。
 - 「三方良し」 = 「売って良し、買って良し、世間良し」

ローカルゼブラとは？

ユニコーン企業

評価額が10億ドル以上で、
設立10年以内の非上場
ベンチャー企業のこと



2013年に米国のVCが提唱

ゼブラ企業

社会課題の解決と企業利益
の両立を目指す企業のこと
持続可能性を重視



2017年に米国の起業家が提唱



■ 比較（ユニコーン企業 vs ゼブラ企業）

項目	ユニコーン企業	ゼブラ企業
定義	評価額10億ドル以上の未上場企業	社会貢献と持続可能性を重視する企業
目的	急成長と高利益、上場またはM&AでのEXIT	社会課題の解決と持続可能な経営
成長スタイル	ハイリスク・ハイリターン of 爆発的成長	安定したスロウグロース（堅実な成長）
資金調達	ベンチャーキャピタル中心、大量の外部資金	少額の資金、多くは自己資本/共感者資本
EXIT戦略	IPOや買収（短期的な資産価値化）	長期的な自立経営、EXIT志向は希薄
利益の扱い	スケール拡大や投資家還元が中心	利益の一部を社会や地域へ還元
価値観	競争・独占・マーケット制覇	協調・共創・地域貢献・倫理的経営

■ 社会課題とビジネスに関する用語の整理

- ✓ ローカル・ゼブラについて
 - この考え方は、米国の起業家の言葉なので、論理体系が整っていない。
- ✓ CSV 経営
 - マイケル・ポーターの理論で、論理体系が強固
 - 木村氏はどちらかと言えば CSV 経営を好んでいる。
- ✓ ESG
 - 投資の判断基準のひとつ

用語	正式名称/意味	主な対象	中心的な考え
ローカルゼブラ	Local Zebra	中小・地域企業	持続可能で地域志向の経営
ソーシャルビジネス	Social Business	起業家・社会的企業	社会課題の解決と持続可能な収益
CSV	Creating Shared Value	主に大手企業	経済価値と社会価値の同時創出
CSR	Corporate Social Responsibility	全ての企業	社会への責任（主に企業倫理や貢献）
SDGs	Sustainable Development Goals	国連加盟国・全世界のあらゆる主体	地球規模での持続可能な目標
ESG	Environmental, Social and Governance	投資家/上場企業中心	環境・社会・ガバナンスの視点で企業価値を評価する投資基

■ ローカル・ゼブラ政策（経産省）

✓ 地域の生活やコミュニティを支える小規模事業者

- 中小企業政策審議会（第 43 回）（配布資料）
- [参考資料 2 「中小企業施策について」](#)
- <https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/soukai/043/dl/s002.pdf>

地域の生活やコミュニティを支える小規模事業者

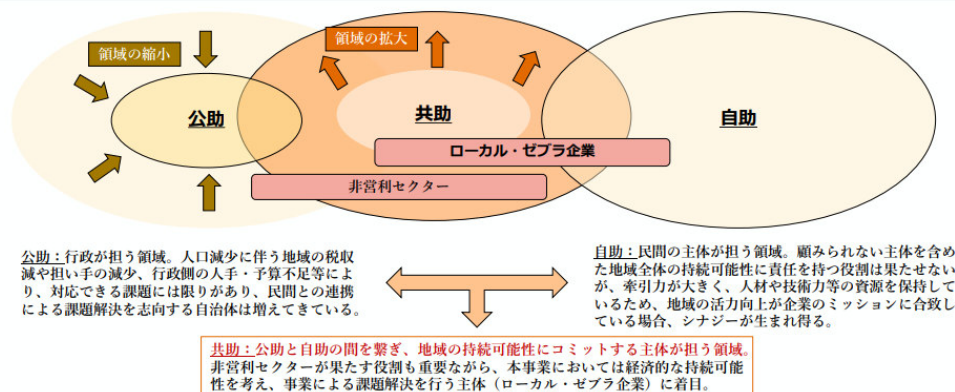
- **地方部ほど、小売業など地域生活を支える小規模事業者が多く存在。**小規模事業者は**地域のお祭り・イベントなど広く地域活動に参加。**
- **4～5 割の地域住民が小規模事業者を通じて「地域とのつながり」を感じており、地域の課題解決に向けた中心的な役割を担う存在としても、小規模事業者への期待は大きい。**

✓ ローカル・ゼブラ企業の存在意義

- 人口減 ⇒ 税収減 ⇒ 「公助」の領域の縮小は必然
- これからは、行政と民間企業・団体で、「共助」の領域を拡張することが重要
- ビジネスの手法で共助の領域を担う、ローカル・ゼブラ企業が活躍する領域の拡大

ローカル・ゼブラ企業の存在意義

- ゼブラ企業とは、**社会課題解決と経済性の両立を目指す企業**を、白黒模様、群れで行動するシマウマに例えて命名された。中小企業庁では、このうち、地域の課題解決に取り組む、**ローカル・ゼブラ企業の育成**を行っている。
- 少子高齢化等の影響で人口が減少し、市場が縮小する時代において、**公的セクター（公助）や資本市場（自助）の間で拡大する「共助」の範囲担う存在**が地域には必要である。
- これまでは非営利セクターが担ってきたが、共助領域の拡大や技術の進展に伴い、**ビジネスの手法で共助の領域を担う、ローカル・ゼブラ企業が活躍できる領域も広がっている。**

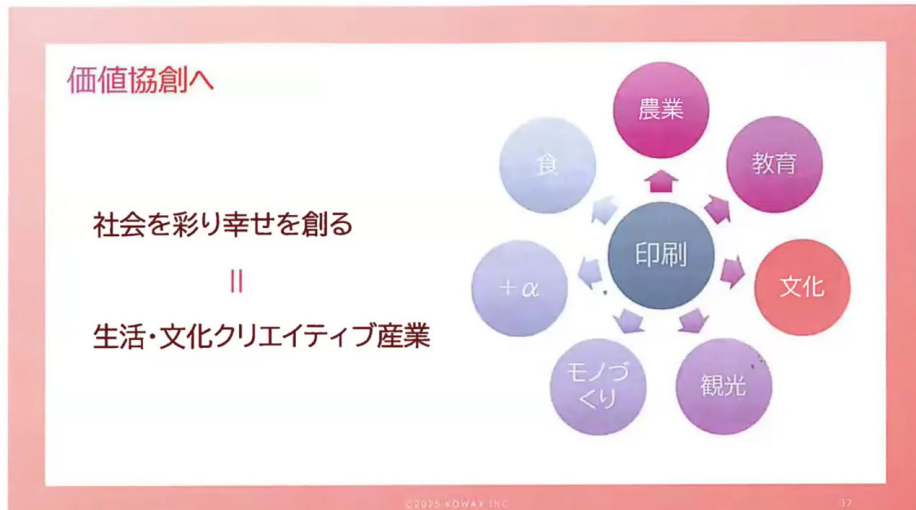


■ 全印工連におけるローカル・ゼブラ

✓ 経済産業省の中での印刷産業の担当課

- 文化創造産業課（かつては「コンテンツ産業課」だった。）

全印工連におけるローカル・ゼブラ



■ ローカル・ゼブラのとらえ方

- ✓ ローカル・ゼブラの「ローカル」をどうとらえるか？
- ✓ 「ローカル」とは何か ⇒ 「地域」とは何か？ ⇒ **「コミュニティ」**と考える。
 - コミュニティは、地理的な区分け（番地等）ではない。
 - 地域のお祭りへの参加するコミュニティ
 - 地域の商店街というコミュニティ
- ✓ ローカル・ゼブラ戦略は、各会社にチャンスがある。
- ✓ **「実利」**としてのローカル・ゼブラをとらえる。

■ ソウブン・ドットコムでのローカル・ゼブラへの取組みステップ

自社事例：自社の取組みステップ

- ①原点に立ち返る
- ②現代の社会課題は身の回りや**白書**にある
- ③社会課題に対応しながら可視化／発信する
- ④可視化／発信するとコミュニティ（輪）が生まれる
- ⑤協創による新たな価値が生まれる **（商売）**

- ✓ **①原点に立ち返る**
 - 印刷会社は老舗が多い。
 - 老舗の会社はもともと「社会課題」に向き合っていた
 - 自社の創業の原点は何だったのか？

- ソウブン・コム の 原点
 - ◇ 初代は「印刷技術」を保有していた。
 - ◇ 2代目は「印刷技術+学術領域(1次産業)の支援」
 - 戦中・戦後の食糧難の状況を踏まえて、農林水産業(1次産業)を豊かにしなければならぬという問題意識を持っていた。
 - 「食文化を豊かにしていこうという思い」が原点

✓ ②現代の社会課題は身の回りや「白書」にある

- 社会課題は概ね「白書」の中にまとめられている。
- 「白書」は政府がお金を使って、社会課題をきちんと整理している。
- 自分のビジネスの関係ある白書に当たってみる必要あり。
- ソウブン・ドットコムの場合は「学術」なので、文部科学省の白書をチェックしている。
 - ◇ 文部科学省白書
 - ◇ 科学技術・イノベーション白書(右図)



✓ ③社会課題に対応しながら可視化し発信する

- 対外的な発信は重要
- 行政からの各種認定を取得し「可視化」して、発信している。
- 押し並べて言えば、印刷会社の発信力は強くはない。
 - ◇ 印刷会社はいろいろやっても「発信」していないケースが多い。
- ソウブン・ドットコムが取得している各種認定例(下図)

③社会課題に対応しながら可視化/発信する

東京ライブ・ワーク・バランス認定企業

東京都「テレワーク東京ルール」実践企業宣言

CSR

GREEN PREMIUM LABEL 010106
本工事は、実際に配慮したGP認定工事です

3級 UDC 在籍

その他 認証等

文部科学省認定 研究サービス パートナーシップ

文部科学省

認定事業者は、A-PRASのロゴマークを使用できます。内が全体に展開していく様子を示すことで、「国、研究機関、民間企業、国民」という4つの主体に研究支援コミュニティが広がっていく願いを込めています。

学会運営サポートサービス/株式会社ソウブン・ドットコム

近年、自費削減の減少やそれに伴う予算の縮小が顕著となり、多くの研究者の存続が研究以外の業務業務に多くの時間を割かざるを得ない状況が現れています。ソウブン・ドットコムは、こうした「研究以外の業務」の負担を軽減するための、年間総額約1億5000万円に相当する研究支援コミュニティを構築し、学術団体に特化したプラットフォームを構築しています。

【特徴】

- 学会事務局代行
- 学術協会代行
- 学術誌発行サポート
- 学会ホームページ制作

【大学の活用実績】

- 【提携先】

認定状授与式

ネットワークバランス EXPO 東京2025

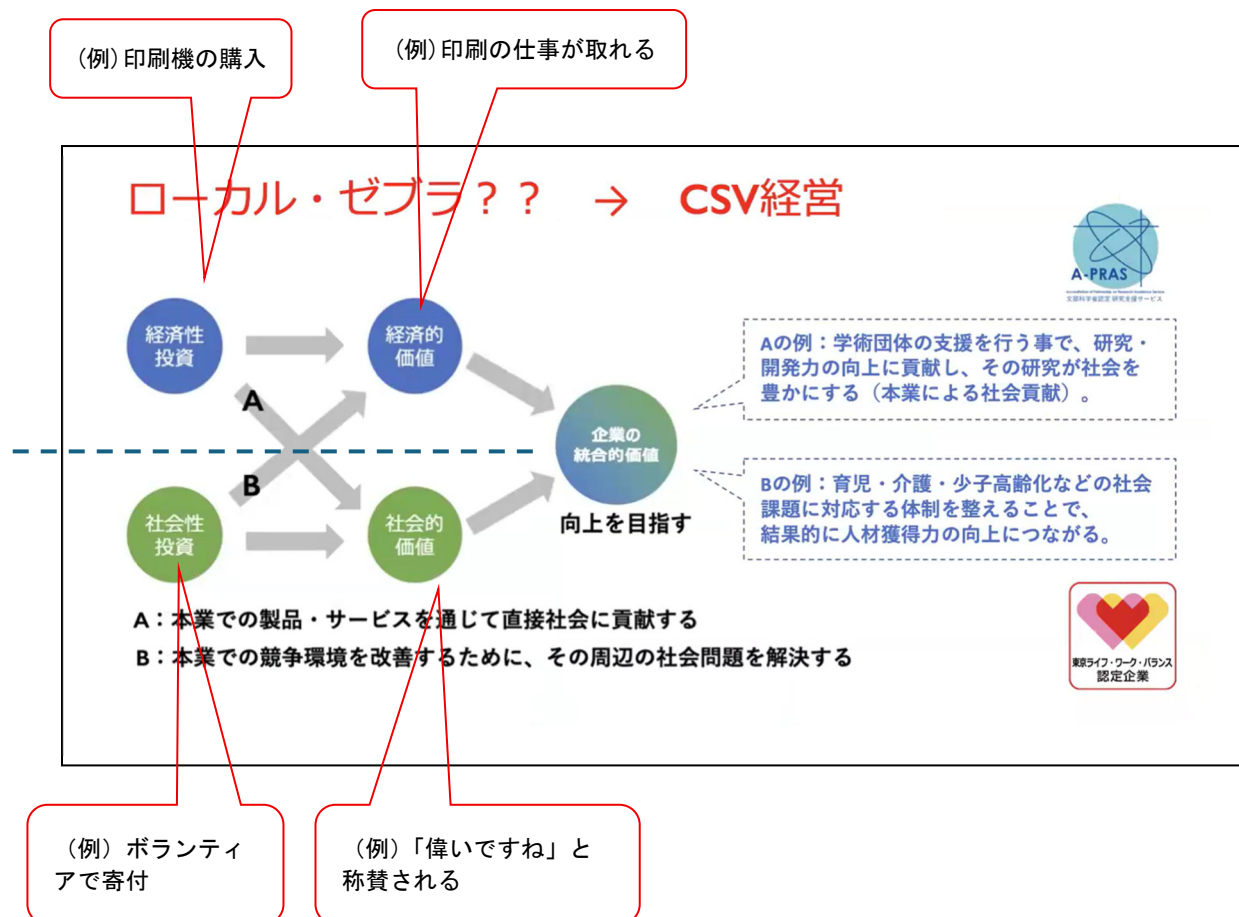
✓ ④可視化/発信するとコミュニティ(輪)が生まれる

- 「発信」の結果、各方面から取材申し込みが生まれる効果あり。
 - ◇ (例) 東京都から取材あり。⇒ 記事が東京都のWebサイトに掲載され、自社へのリンクを貼ってもらえる効果

- AI 検索時代の効果
 - ◇ 「東京都の認定企業」という看板の方が、圧倒的に AI に引っかかりやすい。
 - ◇ 自社でいくら素晴らしい活動をやっている、「可視化」が不十分だと AI に引っかからない時代になった。
- 新たな繋がり の発生
 - ◇ 今まで接点が無かった組織からの声掛け等があり、新たな繋がり（コミュニティ）が生まれる。
- ✓ ⑤協創による **新たな価値** が生まれる（商売＝実利につながる）
 - 人材採用での優位性
 - ◇ 応募者は事前に Web でチェックしているので、プラスの情報が伝わりやすい状況になる。
 - 海外からのオファーを受ける機会の発生
 - ◇ ドバイのスタートアップからの協業のオファーあり。

■ 「ローカル・ゼブラ」の考え方を CSV 経営の考え方で整理

- ✓ CSV 経営：マイケル・ポーターの提唱した理論
- ✓ 今までは、下図の上部の流れと、下部の流れが分離していた。
 - 「経済」の部分と「ボランティア」の部分に分けて考えていた。
- ✓ 下図の A のライン、B のラインクロスがポイント
 - 下図の A のライン（経済の視点から社会課題の視点へ）
 - 下図の B のライン（社会課題の視点から経済の視点へ）
- ✓ 最終的に「**企業の統合的価値**」の向上へつながる。



■ ソウブン・ドットコムでのビジネスモデル

- ✓ 文部科学省が掲げている「課題」
 - 学術団体に「事務局」がないという社会課題の指摘
- ✓ ソウブン・ドットコムの中に事務局機能を設ける。
 - そのための投資は必要
 - 文科省が指摘している「社会課題」の解決につなげる。
 - 同時に事務局機能により「経済的な利益」も得る。
- ✓ ワーク・ライフバランスの推進（フレックス勤務、ノー残業など）
 - （社会課題解決）育児、介護等の課題対応
 - （経済的側面）人材採用力の強化につながる。
- ✓ 結果として「**統合的価値の向上**」へつなげている。

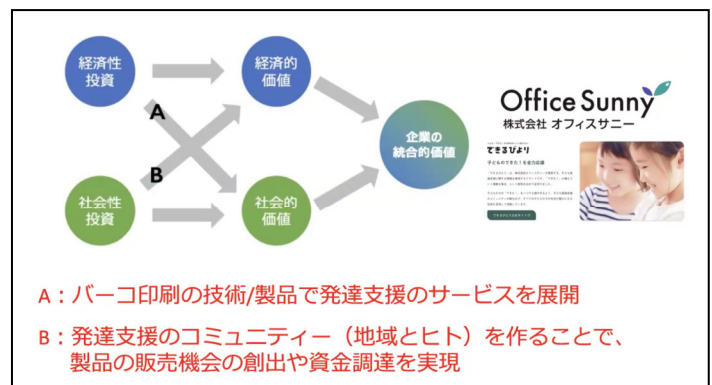
■ 株式会社サニーの事例

- ✓ 企業の「統合的価値」の構築の好事例
- ✓ <https://office-sunny.co.jp/>
 - 東京都荒川区
 - 創業：1966年
 - 従業員：6名
 - 代表者：代表取締役 高橋淳一氏



- ✓ 代表者メッセージ（同社 HP より抜粋、下線は筆者）
 - 「オフィスサニーは1968年（昭和41年）に、先代社長（現社長の父）によって「サニー写植」として設立されました。2002年には「有限会社オフィスサニー」として法人化。写植業からDTP、企画デザイン、印刷と、お客様のニーズに応じて、その都度業務を変えたり増やしたりしてきました。合わせて、受注による製造だけでなく、自社ブランドを立ち上げ、メーカーとしての立ち位置も確立してきました。」

- ✓ 取組み内容
 - 発達支援教材の制作（バーコ印刷）
 - <https://dekirubiyori.com/products/>
 - 発達支援に対する情報発信・お悩み相談
 - YouTubeでの発信
 - SNS
- ✓ 発達支援のコミュニティ（地域と人）の形成
 - 資金調達の機会の創出（クラウドファンディング）
 - 製品の販売機会の創出



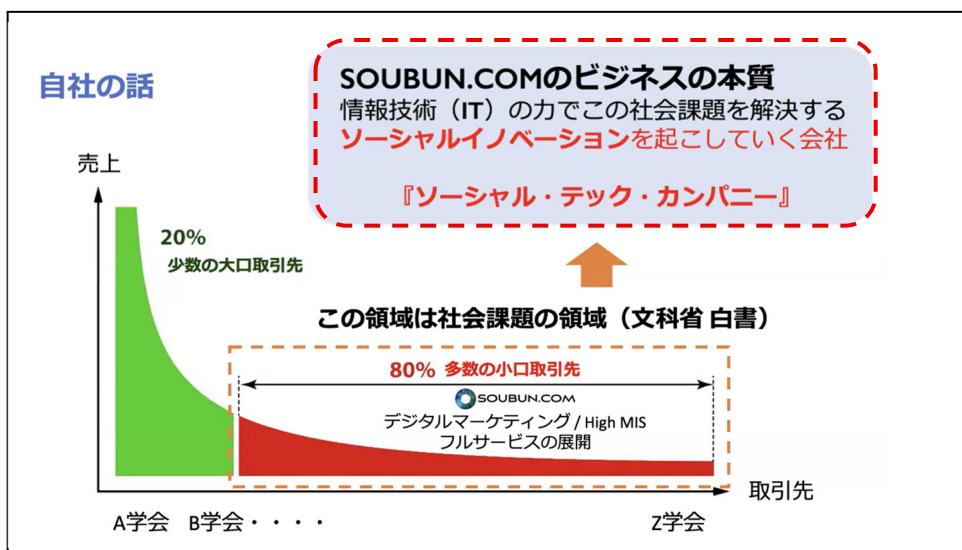
■ ローカル・ゼブラ戦略の有用性 ⇒ 「ユニークポジショニング」

- ✓ ローカル・ゼブラは中小企業には有効なビジネス戦略
- ✓ 小さな会社、資本力が少ない会社でも高い「参入障壁」を築くことができる。
- ✓ 小さな会社でも競争優位な独自の姿「ユニークポジショニング」の獲得が可能
- ✓ 「ユニークポジション」(マイケル・ポーター「競争戦略論」)
 - マイケル・ポーターは、中小企業は大企業に淘汰されないで、なぜ生き残るのかの研究を行った。
 - 生き残っている中小企業は「ユニークポジション」を築いているからだ。
- ✓ ユニークポジションを形成する上で、ローカル・ゼブラ戦略は非常に有効

これらを複合した成長戦略

■ (重要) ソубン・ドットコムビジネスの本質

- ✓ 「ソーシャル・テック・カンパニー」
 - 情報技術 (IT) の力で、下図のロングテールの領域の社会課題を解決する「ソーシャルイノベーション」を起こしていく会社
 - ロングテールの領域 (下図の茶色の部分) をカバー
 - ◇ 「社会課題」の領域への対応。(文科省の白書での指摘)
 - 予算の少ない小規模な様々な学会が多数存在し運営に困っている。
 - 見捨てられたような学会が多数存在する。
 - ▶ 多数の学会ごとの訪問はできないので、YouTubeで効率的に情報を提供する。
 - ▶ 「置いてきぼりの学術団体」を作らないという考え方
 - それらの学術団体が発展、伸びていくことが、結果的に、日本の学術・学会を豊かにしていくことにつながる。
 - ◇ 「情報技術」の活用によるフルサービスの展開
 - デジタルマーケティング
 - 高度 MIS (management information system 経営情報システム)
 - Data Base 等



■ 成長産業としての印刷業

印刷業界は成長産業である

価値協創へ

社会を彩り幸せを創る

||

生活・文化クリエイティブ産業

©2022 ROWAY INC. 47