

## 印刷 (13年3月～4月調査)

印刷の受注動向は、平成12年春頃から増加に転じたものの、13年年初から再び弱含みで推移している。売上げは、発注側の経費削減のため部数やページ数が減少したことにより、弱含みである。受注競争激化のため、受注単価の下落が続く一方で、用紙価格が高止まりの状態にあるため、ほとんどの企業が減収減益の状況となっている。このような状況のもと、新規分野への進出で需要を掘り起こそうと努める企業が出ているが、中小零細層の中にはこうした対応が困難な企業もあり、格差は拡大する方向にあるとみられる。

**業界の概要** 印刷需要は極めて幅広く、印刷物相互に共用性・互換性がない。加えて、個々の発注ロットが小さく、指定事項が極めて多いなど、印刷物は典型的な受注産業となっている。この結果、ユーザーとのきめ細かい連絡やサービス提供の必要が生じ、数多くの中小印刷業者が存立している。このため、従業者規模別構成比をみると、10人未満の事業所が全体の60.6%を占め、50人未満では93.6%を占めているのに対し、300人以上の大規模事業所はわずか0.1%を占めるに過ぎない（平成10年、経済産業省『工業統計表産業編』、従業者4人以上）。

用途別売上げ高割合をみると、商業（カタログ、ちらし等の宣伝印刷物、社内外連絡・案内文書等の業務用印刷等）が50%弱で最も多く、次いで、出版（雑誌、新聞、書籍等）20%程度、事務用印刷（事務用帳票、伝票、ビジネスフォーム等）14～15%となっており（日本印刷工業組合連合会調べ）、事務用のウエイトが年々低下している一方で、商業、マルチメディア関連、印刷付帯サービス等のウエイトが上昇傾向にある。

印刷業の規模は、全国で事業所数が1万8,128、従業者数が33万1,454人、製造品出荷額等は7兆3,330億円となっている（平成10年、経済産業省『工業統計表』、産業編、従業者4人以上）。大阪府内では、事業所数1,979、従業者数3万4,614人、製造品出荷額等8,650億円（10年、大阪府統計課『大阪の工業』、従業者4人以上）で、全国に占める割合は、それぞれ10.9%、10.4%、11.8%と東京に次ぐ地位となっている。

大阪の特色は、商業印刷の比重が大きいことで、出版印刷が東京に集中しているのとは対照的である。印刷物の一般的な生産工程は、企画→原稿→製版→印刷→仕上げ（製本）となっている。このうち大半の印刷業者は製版以降の工程を手掛けることになるが、工程ごとに特化した専門業者も多数存在するため、工程の一部もしくは全部を外注する場合も多い。ただ、最近デジタル化が進展し、製版を自社で手掛けるケースが増えてきている。また、大手は複数用途の印刷を手掛けているのに対し、中小規模ではちらし、カタログといった特定分野の印刷に特化する場合が多い。

**売上げは減少** 受注動向をみると、平成11年中は減少傾向であったが、12年春頃からやや増加に転じた。しかし、13年年初から再び弱含みで推移している。このため、多くの企業で回復を実感するには至っていない。これは、発注側が経費節減を一層推し進めており、カタログ等印刷物の部数やページ数を減らしていることが大きく響いている。さらに、一部大手が大幅な攻勢をかけ、従来なら中小が手掛ける分野（中小企業発注の印刷物や少数の印刷物など）にまで進出していることから受注競争が一層激化しており、特に中小・零細層での受注の減少が続いている。この結果、各社の売上げ高は12年はわずかに増加したものの、13年以降減少している。

用途別にみると、ちらしは、新車販売用ちらしや、マンション供給が増加していることを

反映してマンション販促用ちらしが増加していることから、全体でも数量は増加しているものの、受注単価自体は低下しており、売上げは弱含みとなっている。

製品カタログは、ページ数が削減されるなど盛り上がりにかける状況となっており、情報家電の説明書類もパソコンの売上げが落ちていることを反映して12年年末以降、受注は減少に転じている。業務用印刷物も、社内外連絡・案内文書がさえない動きとなっているほか、伝票類は、OA化が一層進展していることから、落込みがきつくなっている。

規模別にみると、大規模層は増収が続いていたが、減収に転じた。小規模層は競争激化のあおりを受けて、大幅な減収になっている企業が多い。

また、構造的な問題として、発注サイドのデジタル化の進展により、印刷物の電子媒体への置き換えが進展していることも、印刷需要の減少につながっている。例えば、カタログをWEBページにも掲載し発送部数を減らしたほか、電子商取引の進展によって伝票を廃止したなどの例があげられる。さらには、旅行や金融商品等にかかわる法定書類の電子交付が、13年4月以降解禁となる。従来はそれらの商品を提供するためには、紙媒体による説明書の交付が必要とされていたが、これが、電子メール等の電子媒体でも可とされたため、ちらしの受注が減少したなどの例もみられる。

**新規分野への進出が盛ん** 以上のように厳しい環境下にあるため、印刷に関連した新規分野で受注増を図る企業が出てきている。例えば、HTMLに代わる記述言語であるXMLの技術を応用したデータベース作成等に注力したり、インターネット関連技術サービス（顧客のWEBサイトの運営一切を代行等）提供に乗り出したりしている。これによって、本業の印刷需要を掘り起こそうとする企業が出てきている。

**減収減益傾向** 大手の受注攻勢によって、受注単価は大きく低下している。単価が昨年対比で10%以上の下落となった企業が多く、一部を除いて減益となっている。また、設備は過剰傾向にあるため、稼働率アップを意図して一部企業では安値受注もしているとされ、このことも受注単価の下落に結び付いている。

また、製造原価に占める用紙の割合は30～60%程度とされ、大きなウエイトを占めている。この価格も一昨年から上昇し高止まりにあるため、採算は悪化した企業が多い。

こうした状況のなかで、採算を向上させるため、各企業とも生産工程の見直しによる効率アップを図っているが、印刷は見込み生産ができないため、思惑通りには生産性が上昇していないのが実情である。また、顧客が民事再生法に基づく申請をすることによって、売上げ代金回収不能といった事例が徐々に増加傾向にあり、新たな収益圧迫要因となる可能性が出てきた。

**設備投資は消極的** 設備投資については、一部企業を除けば、受注回復の見通しが不透明なことから、極めて低調である。ただ、印刷前工程への投資には積極的な企業が多く、版下製作用パソコンを多数導入したり、DTPソフトを頻繁に更新する動きがみられる。

**今後の見通し** 今後の見通しとしては、受注単価もそろそろ下げ止まりの兆しが出てきており、用紙価格も輸入紙が先導役となって弱含み傾向になっている。このため、業界では、これ以上の悪化はもうないとするところが多い。しかし、従来の受注を待つだけの姿勢では、早晚じり貧になるとして、顧客の需要を引き出す体制作りを積極的に進めたいとする企業が多く、先述のように新規分野で印刷関連需要を確保しようとする企業の事例がみられる。しかし、こうした対応のできる人材を確保・育成できる企業は必ずしも多くはなく、中小・零細企業の中には苦慮するところが多い。このため、企業格差は拡大する方向にあるとみられる。

(柴田)