

創造性がますます求められる時代に drupa 2016をどうみるか——

谷口 有三氏

有功社シトー貿易株式会社
代表取締役 チーフディレクター

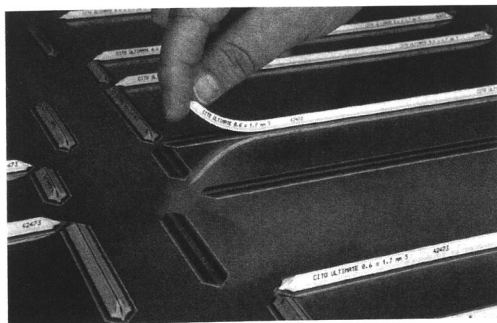


drupa 2016の開催に合わせてドイツ・シトーシステム社のブースのサポートと、イギリス・ドイツの段ボール工場を視察してきました。欧州でも利益を上げているのは高級路線の段ボールメーカーだと改めて認識を確かめました。創業300年を超える企業も視察しましたが、長寿企業はイノベーションに取り組んでいるから事業を続けていけるのだと思います。

シトーシステムでは、drupa 2016で次世代シトーテープと位置づける「シトーアルティメット」を発表しました。前回のdrupa 2012では紙系プレスボードを新開発のエンジニアリングプラスチックに変更した「シトープロプラスRY」を発表しました。「アルティメット」は素材構成を改良した2層構造で、硬度のある素材の上に弾力性のある表面の層を組み合わせることで磨耗を軽減し、高品質な折れ筋を実現します。

デジタルが変える競争条件

今回のdrupaをどうみるか——はなかなか難しい問題です。ボックスメイキングの分野だけみ



シトーアルティメット

ると、強烈な印象を残したものは多くはありませんでした。段ボールの製造技術は、海外よりも日本にみるべきものがあると思います。

紙器・段ボール関係者が従来の視点でdrupa 2016を視察したら「面白いものはなかった」という結論になるかもしれません。ですが、本来紙と印刷の見本市だったdrupaが『印刷とメディア産業展』となり、今回の主役だったデジタルは、これまでのオフセットやフレキソといった印刷方式と同列の概念ではないことが明らかになりました。デジタルの登場により『業界』の垣根が撤廃され、『異業種』への参入が容易になりました。よほどの技術的な優位性がなければ、印刷や加工それ自体で差別化を図るのは難しくなりました。競争力の鍵はクリエイティビティ（創造性）に移ろうとしています。

日本の紙器・段ボール業界のデジタル化への取り組みは、先進国の中では遅れている方だと思います。ドイツがインダストリー4.0に取り組んでいる背景は、人件費の高騰によりデジタル化しないと経済的に成り立たなくなるという危機感が一因となっています。この過程では単純労働者の仕事が減り失業率が上がる懸念もあります。これまでの職人的な技能ではない専門性が求められる時代が目前に迫っていることを、drupa 2016は示したのではないかと思います。

ドイツには「マイスター」という国家資格があります。マイスターになるためには、技能に加えてマネジメント能力が必要となります。ものづくりには技術が必要なことは言うまでもありませんが、デジタルの普及で「技術者」の条件も変わってくるのではないのでしょうか。☞