サステナブルな経営の伴走者～西武信金と歩む「環境力」企業～（4）

日精ピーアール代表取締役社長 中村 慎一郎 氏に聞く

退路を断ち、環境配慮印刷を強みに

「プロモーション企業」へさらなる進化



東京、神奈川、埼玉を拠点に地域の中小企業の経営課題に寄り添う西武信用金庫（東京都中野区）。同金庫は、融資先への伴走支援のみならず、環境問題などの社会的課題解決に取り組む企業へのサポートを積極的に行っている。本連載では、同金庫の取引先の中から、サステナブルな経営を実践する「環境力」のある企業・経営者を紹介する。今回は、環境に配慮した印刷を中核に顧客の販売促進を支援する「環境配慮型プロモーション企業」へと発展している日精ピーアール（東京都千代田区）の中村慎一郎社長に話を聞いた。

「水なし印刷」を差別化の武器に

1935年創業の日精ピーアールが大きな舵を切ったのは2007年。当時の印刷業界は、2000年代初頭からのデジタルシフトにより、市場が右肩下がりに転じた過渡期にあった。この閉塞感を打破すべく、父である先代社長が下した決断が「水なし印刷」の導入。

「水なし印刷」は、従来のオフセット印刷に不可欠だった「湿し水（有害な化学物質を含む水）」を一切使用しない。そのため廃液を大幅に削減でき、大気中への揮発性有機化合物（VOC）の排出を抑制できる。しかし、導入へのハードルは高い。工場内の温度・湿度を厳密に管理し、水を使わないことで発生しやすくなる静電気を制御するには、高度な運用ノウハウと設備投資が不可欠だからだ。

全国に約2万社ある印刷会社の中で、水なし印刷を採用しているのはわずか100社程度に過ぎない。大学卒業後、保険業界でキャリアを積んでいた中村社長が同社に入社したのはこの年。中村氏は当時をこう振り返る。

「厳しい状況の中で、自社に工場と機械がある以上、いかに他社と差別化を図るかという課題があった。水なし印刷の導入こそが、新たな価値提供の武器になると父は判断した」

環境価値を「標準仕様」に

水なし印刷の導入以降、同社は森林保全に貢献するFSC認証紙の採用、ベジタブルインキへの切り替え、工場のグリーン電力化と、環境対応の歩みを加速させた。ここで特筆すべきは、これらの環境配慮をオプションではなく「標準仕様」として提供している点。中村氏は「標準仕様という言葉を明示的に使っているわけではないが」としつつも、結果的に全ての印刷工程で環境対応を実現する仕組みを構築した。

同社が保有する印刷機は2台。大手企業が数十台の設備を抱え、その全てを環境対応型に転換することがコスト面で困難であるのに対し、同社はその小規模さを逆手に取った。顧客は同社に発注するだけで、意識せずとも自社の調達活動における環境負荷を低減できる。

さらに、10年からはJ-クレジットを活用したカーボンオフセットも開始。19年には水なし印刷に「LED-UV（紫外線発光ダイオード）乾燥装置」を組み合わせた最先端の印刷機を導入した。この装置は、紫外線を照射し瞬時にインキを硬化させる技術で、乾燥待ちの時間をゼロにし、短納期ニーズに応えるだけでなく、刷り直しのロス（廃棄）を大幅に削減。品質向上と環境負荷低減を同時に実現した。

顧客の「想い」を形や価値に変える

現在、同社は単なる印刷会社の枠を越え、顧客の課題を解決する「環境配慮型プロモーション企業」へと進化している。その象徴が「SDGsプリントラボ」を通じた情報発信と、積極的なアップサイクルの提案だ。

今、同社には大手建設会社などから「廃棄物の価値化」に関する相談が寄せられている。例えば、建設現場で発生する廃材やコーヒー豆のカスといった残渣を素材として活用し、オリジナルのショッパー（袋）を作成する試みだ。これは、顧客企業にとって自社の廃棄物をブランディングツールへと転換するものになる。

「環境」を軸に、素材選定から企画デザイン、印刷、ウェブ・動画制作、ノベルティや記念品・物販品の製造、イベントまでをワンストップで手掛ける同社は、顧客の「想い」を具体的な形や価値へと変えるプロモーション企業へ進化している。

環境対応は避けて通れない「投資」

こうした同社の挑戦を伴走支援しているのが西武信用金庫。人材採用や研修、ビジネスマッチングといった面で同金庫のネットワークが活用されている。また同社が奨励賞を受賞した「経営者環境力」大賞」（環境文明21主催）に推薦したのは同金庫だ。

中村氏は、「環境対応は『コスト』ではなく、未来への『投資』。取引先から選ばれ続け、事業を拡大するために、これは避けて通れない」と語る。

かつては「コストがかかる」と敬遠されてきた環境対応に、退路を断って邁進してきた同社だけに、この言葉には重みがある。

（聞き手・野田宜践）