企業環境研究年報
No.13, Dec . 2008

大都市印刷産業の存立基盤の変化と新たな展開

山本　篤民
（日本大学）

はじめに

印刷・同関連産業（以下,「印刷産業」とする）[1]は，日本標準産業分類のうえでは製造業に属している。しかし，情報としての文字・図柄・写真などを主に紙の媒体に加工することを担っていることから，製造業としての特徴だけではなく，情報産業としての特徴も兼ね備えている。そのため，印刷産業は，情報が集中し，発信される首都機能を備える東京と密接な関係をもって形成・発展してきた。

実際に印刷産業は，東京の全製造業のなかで，事業所数・従業者数・製造品出荷額等において最大のウェートを占めている[2]。印刷産業は，東京を代表する産業の１つであり，地域の経済や雇用に与える影響も少なくない。また，東京は，全国でもっとも印刷産業が集中する地域でもある[3]。そのため，東京の印刷産業の動向は，国内の印刷産業の動向を左右する重要な位置にあるといえよう。

しかし，東京の印刷産業は，事業所数については1980年代半ばから，製造品出荷額等については1990年代はじめから，それぞれ減少傾向をたどっている[4]。しかも，それらの減少割合は，全国平均を上回るものとなっている。かつて，東京の印刷産業は，高度経済成長が終焉した1970年代・1980年代になっても増加していることが注目され，その存立条件や増加の要因について議論が交わされていた。だが，今日では，東京は印刷産業の事業所数・製造品出荷額等が全国平均以上に落ち込んでおり，印刷産業が経営を維持していくことが，かえって困難な地域になっているかにみえる。

そこで，本論では，第１に東京の印刷産業が縮小している理由を検討したい。第２に，こうした状況のなかでも経営を維持している東京の印刷産業を取り上げ，経営を維持している要因を明らかにする。そして，第３には，これらを踏まえて現在の東京における印刷産業の存立条件がどのように変化してきたのかを捉えていきたい。

１　東京の印刷産業の存立をめぐる議論

東京の印刷産業の動向や存立条件については，経済地理学や中小企業論などの視点から論じられてきた。こうした議論が展開された背景には，印刷産業が東京で一定規模の生産集団を成しており，しかも高度経済成長が終焉をむかえた後も小零細の印刷産業企業が増加を続けていたことにある。

まず，1960年代後半には，竹内らの研究によって東京に印刷産業が立地・集積した経緯や，集積内の社会的分業構造が明らかにされた[5]。竹内らの研究を１つのきっかけとして，東京の地場産業としての印刷産業に関心が向けられていった。

さらに，1970年代になると清成，中村らにより「都市型産業」[6]として印刷産業が取り上げられるようになった。そこでは，東京の産業構造が「サービス経済化，高付加価値化，知識集約化」

しており，その典型的な産業として印刷産業が存立していると論じられた[7]。一方，中小企業論の研究領域では，関が東京の印刷産業は設備の高額化や印刷需要の多様化により専門化・分業化が進んでいることを指摘した[8]。また，三井は，高度経済成長期以降も東京では中小零細規模の印刷産業企業が増加しており，その要因として外注依存を高めることで設備・建物・人員を抑え，都心部の高地価・高賃金に対応していると分析した[9]。

清成，中村らの議論と三井らの議論には，中小企業の存立条件をめぐる大きな対立点が現われている。清成，中村らの見解は，いわゆる「ベンチャー・ビジネス論」[10]や「中堅企業論」[11]の視点に基づくものである。高度経済成長を経るなかで過剰労働力が解消され，もはや低賃金に依拠した中小企業は淘汰されていったという考えにたち，それに代わり，サービス経済化のなかで高付加価値化を実現する知識集約産業としての印刷産業が都市に集積してきたと捉えている。

それに対して，三井は，東京の印刷産業の存立を高付加価値化に求めることを否定している。三井は，東京における高地価・高賃金の操業条件を専門化による設備費等の節約と社会的分業構造のもとでの外注利用によりカバーしていること，さらに小零細経営者層の「自己雇用」にも注目し，一見非合理な存立が社会構造の末端を合理的に支えていると指摘している[12]。ただし，東京の印刷産業あるいは大都市の中小企業の存立をめぐる議論は，その後，必ずしも活発には行われてこなかった。

こうしたなかで，筆者は，1990年代以降のデジタル技術が導入されていく印刷産業に注目し，東京の中小印刷産業企業において組版・製版・印刷（刷り）など一連の工程を社内に取り込む動きが起きていることを指摘した[13]。つまり，設備の高額化や高地価・高賃金に対応するために，自らは専門化するとともに外注依存していた東京の中小印刷産業企業の存立条件に変化が生じていることを明らかにした。

このように東京の印刷産業の研究は，中小企業間の分業構造や需要条件，技術条件の分析などを通して，大都市東京ならではの印刷産業の存立基盤や存立条件の解明に関心が向けられてきた。しかし，2000年代に入り，印刷産業内外でデジタル技術はいっそう進展したり，印刷需要の低迷に見舞われたりするなど，印刷産業の存立基盤はさらなる変化がもたらされていると考えられる。また，こうした変化のなかで，東京の印刷産業企業も新たな展開をみせている。そこで，大都市東京の印刷産業の存立基盤を改めて捉えなおすとともに，そのなかで，中小印刷産業企業がどのように経営を維持しているのかを示すことが必要になっている。

2　東京と全国の印刷産業の構造と動向

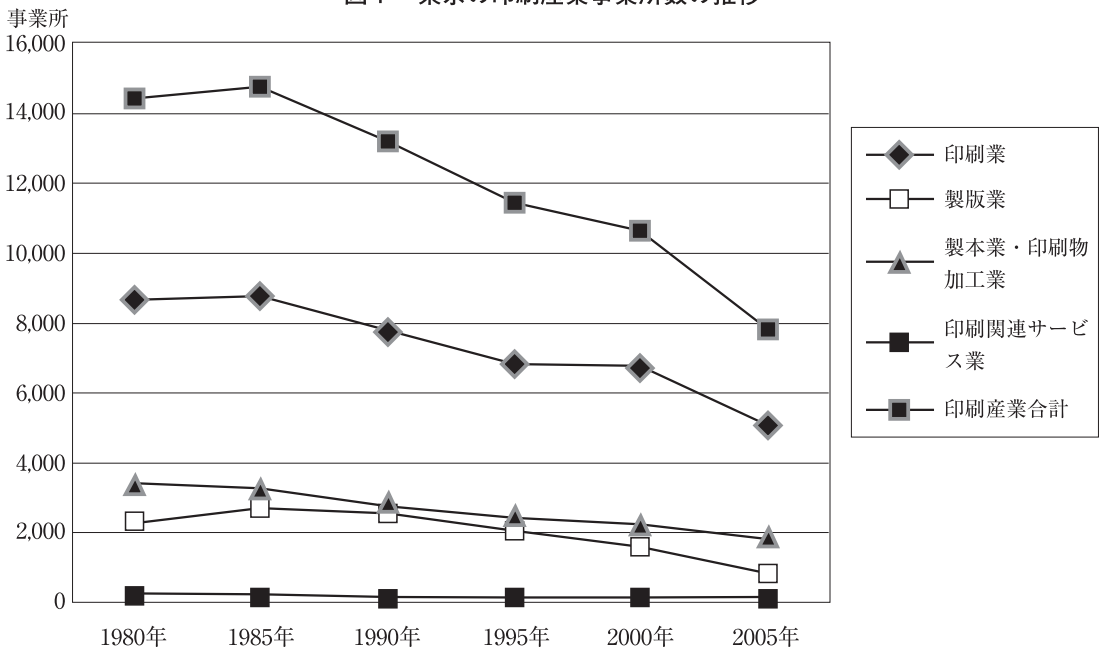
（1）東京の印刷産業の構造

東京の印刷産業は，地方と比べると多様かつ大量の印刷物の需要によって支えられてきたことに特徴がある。大まかに印刷物を分類すると，第1には，書籍や雑誌などから構成される「出版印刷」がある。「出版印刷」に関わる印刷産業は，「文字組み」の技術やノウハウを持ち，かつては活版印刷[14]を行っていた企業も多い。「出版印刷」に携わる印刷産業は，出版社が東京に集中していることから，東京を中心に展開している。

第2には，カタログやパンフレット，チラシなどを扱う「商業印刷」があげられる。これらの印刷物は短納期のものが多い。そのため，従来は「軽印刷」（タイプライターとオフセット印刷機を利用した印刷業）と称される，迅速性と小回りを武器にした形態の企業が得意としてきた分野である。

第3には，「事務用印刷」の分野がある。これらは，伝票・帳票や封筒，名刺，私製ハガキなどの印刷物から構成される。「事務用印刷」や先の「商業印刷」は，企業などの業務活動と関わることから，これらの印刷物を加工する印刷産業企業は，企業の集中する業務エリアに近接立地す

図１　東京の印刷産業事業所数の推移



出所：東京都『東京の工業』東京都、各年版より作成。

る傾向がある。企業数の多い東京はもちろん，地方の都市でも企業の集まる地域に存立している。

第４には，株券や商品券などの証書類を印刷する「証券印刷」があげられる。これらは，偽装を防ぐ工夫や，精度の高い印刷技術を要求される。さらに，印刷過程での紛失，持ち出しなどの事故を防止するために，セキュリティーや厳格な管理・秘密保持が求められる。

第５には，「包装その他特殊印刷」の分野があげられる。これらは，紙だけではなくビニールやプラスチック容器など各種の包装資材を対象とした印刷物である。また，プリント基板の加工や建材の模様付けなどにも印刷技術が活用されている。

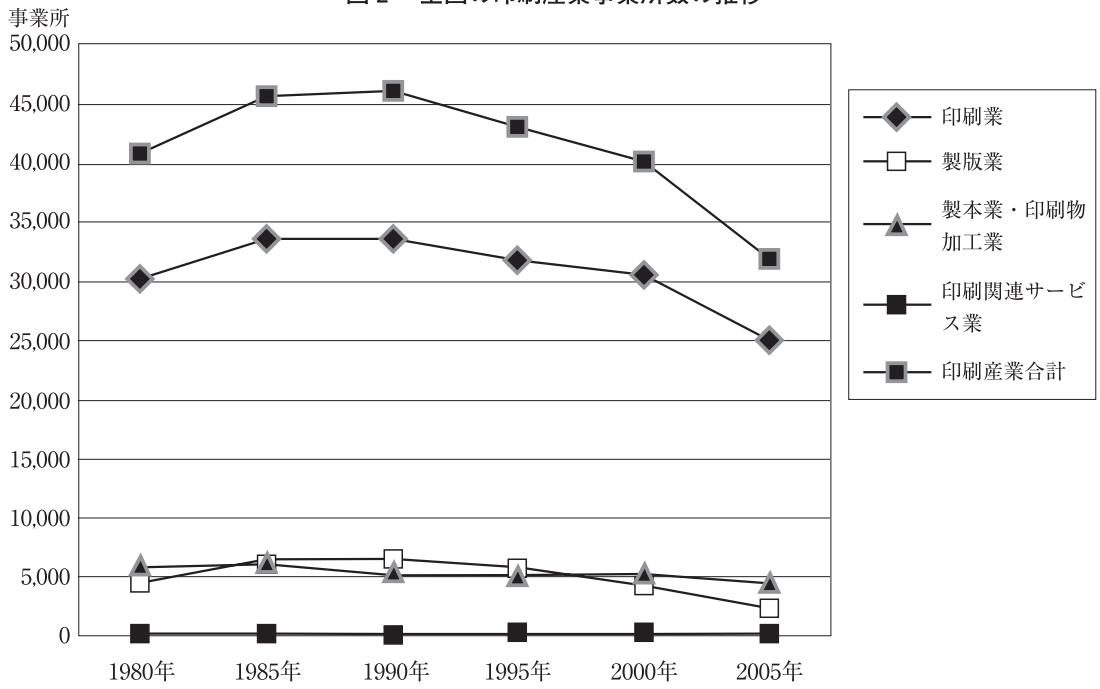
さらに，印刷物の加工ではなく，印刷の前段階で扱われる文字や図柄などの情報をデジタル情報として編集して，データベース化やWeb化するような領域に乗り出す印刷産業企業もある。

いずれにせよ，印刷物は，一部の書籍のように繰り返し印刷されるものを除くと，毎回異なる印刷物が加工される。しかも，印刷内容は，発注者がほぼ独自に決定するものであることから，多様な印刷需要が生じることになる。東京には，個々の需要でみれば少量であったとしても，多様な印刷需要が存在するために，トータルでは大量の印刷需要が存在している。

これらの印刷物は，単色であるのか多色（写真など）であるか，印刷対象の素材や形状，印刷部数の大小，コストをどれだけかけられるかなどの基準によって，用いられる印刷方式が異なっている。現在，印刷方式の主流となっているのは，「平版印刷」（オフセット印刷）である。しかし，濃厚なインキの色彩を表現する場合には，「凹版印刷」（グラビア印刷）の方式が用いられることもある。また，シールや段ボールなどには，「凸版印刷」（樹脂を用いたフレキソ印刷など）の方式が用いられたり，曲面の物体を対象に印刷がほどこされる場合には，「孔版印刷」（スクリーン印刷）により加工が行われたりする。

印刷方式には，以上の「平版印刷」，「凹版印刷」，「凸版印刷」，「孔版印刷」の４つがあるが，それぞ

図２　全国の印刷産業事業所数の推移



出所：経済産業省『工業統計表　産業編』経済産業省、各年版より作成。

れが異なる設備・技術を用いて，異なる特徴の印刷物を加工している。現在では「平版印刷」（オフセット印刷）を用いる企業が大多数を占めるものの，多様な印刷需要に対して，「凹版印刷」，「凸版印刷」，「孔版印刷」といった多様な印刷方式を用いる企業が存在していることにも東京の特徴を見いだすことができる。

（２）事業所数の動向

ここでは，東京の印刷産業の事業所数や製造品出荷額等の動向を取り上げていくことにしたい。まず，図１は，1980年から５年ごとの印刷産業の事業所数の推移を示している。東京の印刷産業の事業所は1985年に１万4,761を記録し，それ以降は一貫して減少している。工業統計調査の全数調査が実施された2005年には7,867事業所まで減少している。このうち，2000年から2005年にかけての５年間は減少率が26.3％ともっとも大きな落ち込みとなっている。近年になって，事業所数の減少が加速している。特に「製版業」は，この期間の減少率が48.5％という大幅な減少となっている。同期間の「印刷業」の減少率は24.0％なので，「製版業」の減少は際立っている。なお，「製版業」の減少理由については再度言及することにしたい。

さて，次は全国と東京の印刷産業の事業所数について比較しておきたい。全国の印刷産業の事業所数は，図２が示すように，1990年に４万6,083事業所とピークをむかえ，それ以降は減少を続け，2005年には３万1,970事業所となっている。東京の印刷産業は，全国の印刷産業に先駆けて減少がはじまっていたことがわかる。全国的に事業所数が減少に転じた1990年から2005年にかけての減少率を比較すると，全国は30.6％の減少率であるのに対して東京は40.4％の減少となっている。

このように，東京の印刷産業の事業所数の減少は，全国平均を上回るペースで進んでいる。事業所数の推移から判断するならば，東京は印刷産業が経営を維持していくのに極めて困難な

表１　東京の出版・印刷・同関連産業の事業所数（上段：事業所数　下段：割合〈%〉）

	１～３人	４～９人	10～29人	30～49人	50～99人	100人以上	合　計
1985年	6,780	6,459	2,666	351	276	208	16,740
	40.5	38.6	15.9	2.1	1.6	1.2	100.0
2000年	5,470	4,441	1,919	293	265	195	12,583
	43.5	35.3	15.3	2.3	2.1	1.5	100.0

出所：東京都『東京の工業』各年版より作成。

地域になっているといえよう。

（３）規模別構成の動向

東京では，1980年代半ばまで小零細規模の印刷産業企業が増加していることが注目されていた[15]。しかし，前節でみたように，1980年代半ば以降は，東京の印刷産業企業は減少をたどることになった。ここでは，どのような規模の印刷産業企業が減少したのかを明らかにしていきたい。ただし，統計[16]の都合上，2000年以前については「印刷産業」だけを抜き出すことができず，「出版・印刷・同関連産業」の括りで規模別構成を参照しなければならないという制約がある。

表１は，1985年と2000年における「出版・印刷・同関連産業」の従業者規模別の事業所数と構成割合である。これによると，「４～９人」の割合が幾分低下し，「１～３人」の割合が上昇しているほかは，大きく構成割合を変えていないことがわかる。「１～３人」の割合が高まり，「４～９人」の割合が低下した理由は定かでないが，印刷設備を手放すとともに従業員を縮小してブローカ化した企業がでてきたことが影響していると考えられる。

このように，小零細層において若干の構成割合の変化は確認できるが，全ての従業者規模階層においてほぼ同じ割合で事業所数が減少したことを示している。つまり，1980年代半ば以降，特定の規模層だけが大幅に事業所数を減少させる，あるいは特定の規模層に大量の参入がおこるといった変化は生じていない。小零細層において顕著に事業所数が増加した1980年代半ばまでとは異なり，あらゆる階層で経営環境の悪化が進んだといえよう。

（４）製造品出荷額等の動向

次は，製造品出荷額等の動向について取り上げていきたい。東京の印刷産業の製造品出荷額等は1990年の２兆7,336億円を境として，その後は急減し2005年には１兆7,279億円となっている（図３）。製造品出荷額等についても，1990年以降の５年ごとの減少率をみると2000年から2005年にかけての減少率が21.1%となり，どの期間よりも激しい落ち込みとなっている。なお，1990年から2005年にかけての印刷業の製造品出荷額等は35.5%の減少であるが，製版業は47.6%の減少となっている。製造品出荷額等においても，製版業の落ち込みは大きい。

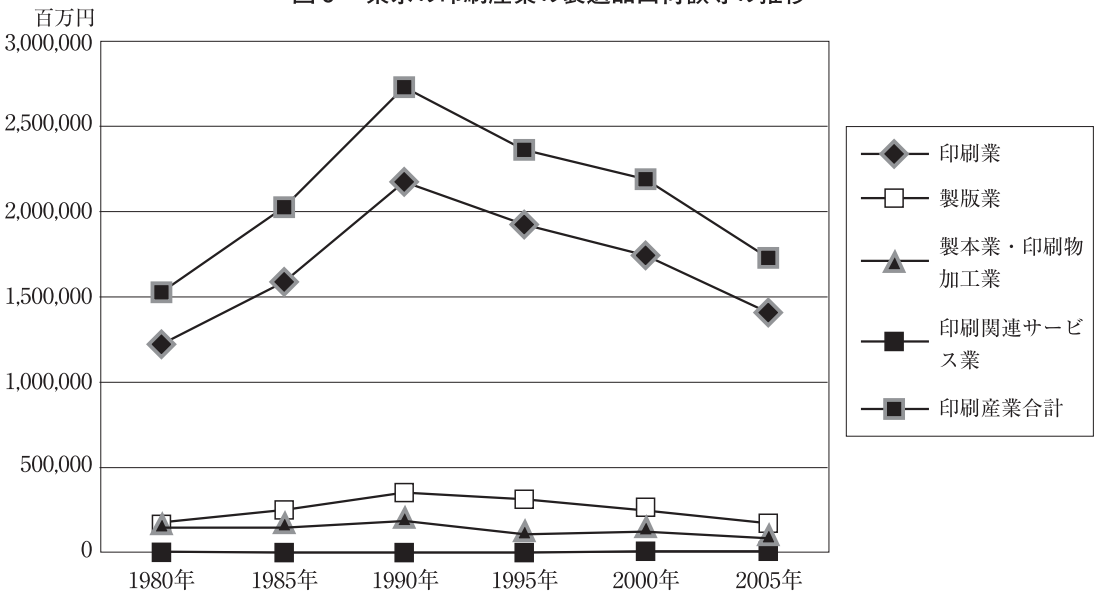
さらに，東京と全国の動向を比較していくことにしたい。図４は，全国の印刷産業の製造品出荷額等の推移を表している。全国の印刷産業の製造品出荷額等は，1990年代に入ると大幅な伸びは止まり，1995年に８兆4,909億円となる。その後は減少していき，2005年は７兆1,202億円となっている。

製造品出荷額等についても東京の印刷産業は，全国の印刷産業の減少率を上回る形で推移していることがわかる。東京における印刷需要が縮小していることや，東京で発生する印刷需要を地方の印刷産業企業が受注しているものと考えられる。

（５）東京の印刷産業の付加価値額

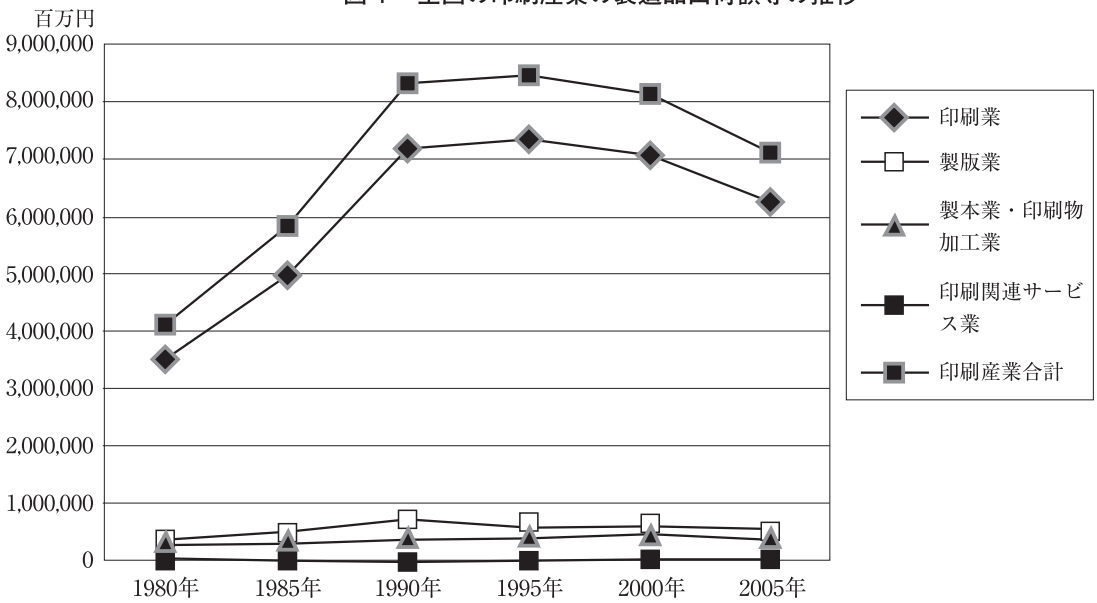
かつて「都市型産業」[17]論において，東京の印刷産業は，高付加価値産業であると指摘されて

図３　東京の印刷産業の製造品出荷額等の推移



出所：東京都『東京の工業』東京都、各年版より作成。

図４　全国の印刷産業の製造品出荷額等の推移



出所：経済産業省『工業統計表　産業編』経済産業省、各年版より作成。

いた。では，現在の東京の印刷産業も高付加価値産業として存立しているのか検証していくことにしたい。

『東京の工業』[18] によると，2005年の東京の印刷産業の「１事業所当たり付加価値額」は9,481万円である。これは東京の製造業平均10,708万円を下回っている。また,「１従業者当たり付加価値額」は，印刷産業が894万円，製造業平均

1,112万円となっている。印刷産業は，どちらの値をとっても製造業平均を下回っている。

さらに，東京の印刷産業の縮小が激しかった，2000年から2005年の５年間の変化をみると「１事業所当たり付加価値額」は9,425万円から9,481万円へとわずかに増加しているが，「１従業者当たり付加価値額」は964万円から894万円へと減少している。このように，印刷産業を積極的に高付加価値産業として位置付けることはできなくなっている。

3. 印刷産業の縮小背景

（１）印刷物の加工工程における技術変化

印刷産業の事業所数や製造品出荷額等が減少した背景の１つとして，印刷物の加工工程における技術変化があげられる。特に顕著な影響を受けたのが製版業である。1980年代後半から印刷物の加工工程にデジタル技術が取り入れられていき，従来の製版工程が徐々に省かれていくことになった[19]。現在，CTP出力機を導入すると，コンピュータ上のイメージから，印刷機にかけるための刷版を直接作成できる。その結果，刷り専門であった印刷専業企業のなかには，CTP出力機を導入して製版工程を内製化したり，製版の仕事が減少することを見越した製版専業企業が印刷機を設備して印刷（刷り）に進出したりする動きがおこった[20]。

このように製版工程の作業が大幅に削減されたことにより，製版業独自の市場が縮小していくとともに，工程ごとに専門化するといった印刷産業の社会的分業構造にも変化がもたらされていった。

また，印刷（刷り）の工程においても，次々に高速かつ自動化された印刷機が開発され，印刷企業に導入されている。さらに，大量の印刷物を刷ることを前提とした輪転機も設置台数が増えている。こうした状況は，後から示すように印刷需要の低迷期には，著しい過剰設備状況となり，印刷企業同士の過当競争を引き起こしている。生産性の高い大型・高速の印刷設備を抱える印刷業企業は，設備稼働率を下げないために，比較的少部数の印刷分野にも参入している。そのため，中小規模の印刷業企業が市場から締め出される事態となっている。

（２）印刷需要の低迷

1990年代半ば以降，国内の各種出版物の販売額は減少しており，その影響は印刷産業の業績に影響を与えている。図５は，取次ルートにおける出版販売額であるが，月刊誌や書籍はピーク時には１兆億円を超えていたが，現在では１兆円を下回っている。また，週刊誌も4,000億円台から2,000億円台に低下している[21]。

出版部門の不況だけではなく，広告やチラシの印刷を行う商業印刷の分野も，さらに市場が縮小することが懸念される。景気の低迷により企業が宣伝広告費を削減しているだけではなく，インターネットを宣伝広告に活用することが広がっている。このような傾向は，印刷物需要の縮小に拍車をかけている。

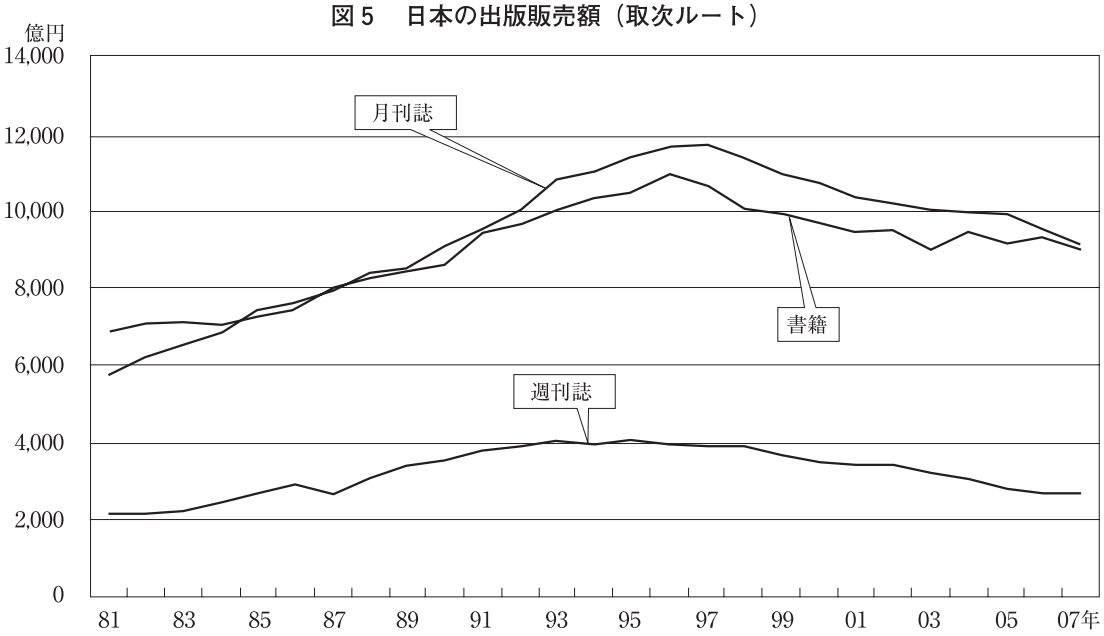
また，見逃してはならない点は，パソコンやプリンター，コピー機，あるいはオンデマンド印刷機などの普及により，印刷物の需要家が簡易な印刷物の内製を進めていることである[22]。印刷物の需要家であった企業や個人は，複雑で手間のかかる印刷物や高品質が求められる印刷物でなければ，専門の印刷業者に発注しなくなっていくと考えられる。また，発注する際にも，内製でのコストを勘案するため，よりシビアな発注単価を要求することになるであろう。

（３）東京の印刷産業ならではの縮小背景

これまで，印刷産業の縮小要因を考察してきたが，これらの要因は，東京の印刷産業のみにあてはまるものではない。ここでは，東京の印刷産業に焦点をあてて，その縮小要因を検討していく。

1980年代半ばまでは，東京の印刷産業は都市における高地価・高賃金といったマイナス要因

図５　日本の出版販売額（取次ルート）



出所：出版科学研究所ホームページ（http://www.ajpea.or.jp/statistics/statistics.html）2008年11月1日参照。

を抱えつつも，都市で発生する大量かつ多様な印刷需要や発注者との近接性，東京に集積する印刷産業企業の外注利用などのメリットを活かして経営を維持・発展させてきた。印刷物の多くは，情報を扱うことから納期の短いものが多く，しかも製造過程に入ってからも校正などのために発注者との行き来が頻繁に行われる。そのため，発注者や外注先と近接していることが重要である。東京は，印刷需要がもっとも集中する地域であり，しかも印刷産業企業が集積するため，印刷産業企業の経営に適した地域であった。

しかし，近年は，情報通信技術の発達や物流網が整備され，情報のやり取りや物品の輸送も低コスト化している。そのため，発注者や外注先と近接することの重要性も一定程度薄らいだ。その結果，地方の印刷産業企業が東京で仕事を受注していくことや，東京の印刷産業企業が外注先として地方の印刷産業企業を利用する動きが強まった。

また，設備増強の面をあげると，東京の印刷産業企業は，地方の企業と比べると工場スペースの確保や拡大に関して制約が大きい。そのため，大型・高速化した設備を導入した地方の企業は，設備の稼働率を維持するために，地元だけではなく東京の大ロットの仕事，さらには，ロットの小さな仕事も受注している。こうしたことから，そもそも中小ロットの受注に依拠していた東京の企業が受注から締め出されていくことになった。

このように，東京で発生した仕事の地方への流出と，印刷需要そのものの低迷とがあいまって，東京の印刷産業は全国平均を上回る形で事業所数や製造品出荷額が減少したと考えられる。つまり，大都市東京に立地することによって享受できる経営上のメリットよりも，デメリットが上回る状況になっているといえよう。

４　東京の印刷産業企業の新たな展開

（１）東京の印刷産業の市場と経営戦略

これまで検討してきたように，東京の印刷産業を取り巻く経営環境は厳しさを増している。こうしたなかで，経営を維持しつづけている東

京の印刷産業企業を眺めると，大別すると３つの方向で活路をみいだしていることがわかる。ここでは，印刷物の加工に，どれだけサービス業的な要素を付加しているかという基準で分類を試みた。つまり，印刷物の加工にとどまるものから，徐々にサービス業的な要素が強まり，最終的には印刷物の加工をほぼ行わずにサービス業分野に移行した企業をそれぞれ位置づけることにした。

第１の方向は，あくまでも印刷物を加工することに力点を置くものである。このなかでは２つに分かれ,1つは印刷物の加工に関して主に自社で量的・質的対応を高めていくものである。もう１つは，自社ではある特定の加工分野に特化し，それ以外の部分は外注を多用していくものである。前者は，印刷技術を高めることはもちろん，印刷設備の拡充・強化に進む傾向がある。後者は，比較的規模の小さな層にみられ，従来から東京の印刷産業企業の存立形態として指摘されてきたものである。ただし，後から示すように，こうした形態の企業も，外注先に変化が生じていることが確認される。

第２の方向は，印刷物の受注を引き出すために，印刷物に付随するサービスを提供していくものである。例えば，印刷物のデザインを含めて受注したり，ダイレクトメールの印刷受注に際して，発送サービスをまとめて行ったりするものである。こうした方向は，印刷物の量的・質的な対応だけではなく，どのようなサービスを提案できるかが受注獲得を左右することになる。

第３の方向は，印刷産業からサービス業への業態転換をともなうものである。サービスの提供が主となり，それに付随する印刷物の加工を行うというものである。具体的には，販売促進のプロモーションを請負い，それに必要な広告やダイレクトメールを印刷するようなものである。

３つの方向において，それぞれに経営を維持していく可能性はあるが，第１の方向は前章までみてきたように，受注を獲得するうえでの市場としての広がりは少ない。一方，第２から第３に進むに従って，市場は広がるが印刷物加工の要素は弱まっていき，サービスの提案内容などが問われていくことになる。

（２）印刷分野での経営維持

①印刷物加工の量的・質的対応の強化

ここからは，上記の方向に展開する企業の事例を紹介し，具体的に経営を維持してきた要因について考察する。

まず，A社（資本金9,000万円，従業者150名）は，印刷設備の充実を図り，24時間稼働により生産性を向上させている企業である。同社は，東京都内の４工場に加え，埼玉県にも２つの工場を開設して製版から印刷工程までを一貫して手掛けている。自社で設備を抱えない，または自社設備では対応しきれない印刷産業企業から仕事を受注している。

同社は，東京都内に立地することで発注者との近在性を確保するとともに，埼玉県に工場を設けることで都内の高地価・高賃金を一定程度カバーしているものと考えられる。いわば，東京の印刷産業企業の優位点と，地方の印刷産業企業の優位点を部分的に取り入れることで，印刷物の加工に力点を置いた経営を維持してきた。

B社（資本金1,000万円，従業者48名）は，製版分野で特殊な技術を確立している。同社が得意とするのは，新聞用の製版である。新聞は，紙質が悪く，しかも高速で大量に印刷される。悪条件のもとで印刷されるにもかかわらず，デザイナーや広告会社は，高い品質を求める。こうした要求に応えるなかで，新聞製版にかかわる独自の技術を高めていった。新聞印刷の製版分野には，時折，新規参入企業が登場するが，技術的に対応が困難なために定着しないようである。また，同社も積極的に設備投資を行ってきたことが，技術力を高める前提となっていると考えられる。

A社やB社は，本業の印刷分野にとどまりな

がら，量的・質的な対応力を高めることで，経営を維持してきた事例である。両者は，積極的な設備投資や技術向上により，他の印刷産業企業と差別化を図ってきた。しかし，A社を例にあげるならば，東京のみに立地しているのではなく，企業内の地域間分業が埼玉県にまで広がっている。このことは，東京では，設備を拡充して量的な対応力を高めるには限界があること，また，一方では，情報通信技術や物流網の整備により，東京都と埼玉県の一部の地域を含めた社会的分業を容易に可能ならしめていることを示している。

②特定加工への特化・外注の活用

ここで取り上げる企業は，特定の加工へ特化してその他は外注に依存する印刷業である。C社（資本金1,000万円，従業者５名）は，小ロットのチラシや小冊子を主に受注している。同社は，DTPシステムと２色印刷機を設備しており，簡易なデザインは社内で行うものの，本格的なデザインや製版，カラー印刷などは外注を活用している。同社の経営者は，今後，デザインや編集は強化していくが，印刷設備を増強することは考えていないという。自社の設備は限られているので，デザインや製版，印刷などの外注先は40～50社に及び，それら外注先は東京都内や埼玉県に立地している。

製版業のD社（資本金2,000万円，従業者11名）も，印刷工程を外注に依存している。同社は，編集・組版からフィルム出力までを社内で行うが，それ以降の工程は10社程の外注企業を活用する。外注先は，東京都内や埼玉県のほか，一部の定期刊行物は長野県の企業を利用している。同社も，デザイン力を強化することやCTPシステムの導入を検討しているが，印刷機を設備することはないという。

C社やD社は，かつて三井が指摘をした，外注依存を高めることで設備・建物・人員を抑えて都心部で存立を図るといった形態をとっている[23]。小規模層においては，依然としてこのような形態により存立を維持している企業がみられるが，外注先は東京都内で完結するのではなく，埼玉県や長野県に及んでいる点は注目すべき変化である。

（３）印刷物にサービスを付加して受注確保

印刷物の受注を確保するために関連するサービスを提供する，あるいは印刷物の受注から派生した新たなサービスを開始する企業がみられる。

E社（資本金4,800万円，従業者97名）は，製版から印刷までを手掛ける総合印刷会社である[24]。同社は，テーブルコーディネート業界の会報誌の受注をきっかけに，印刷物の受注にとどまらず団体の運営にも関わっていくことになった。現在は，年に１回開催される業界の展示会の案内状を印刷して会員に発送することや，資格試験のお知らせや受験手続の作業なども担っている。こうした案内状や受験のお知らせ状を送るためのデータベースの管理や団体のホームページの管理も任されている。このように，印刷受注の維持・獲得のために関連するサービスの提案を行い，実施してきた。

次に取り上げるF社（資本金6,000万円，従業者64名）は，印刷物の受注からデータベースの構築やシステム開発に発展していった事例である。総合印刷企業の同社は，古くから大手製薬会社との取引があり，薬品の添付文書の印刷を手掛けてきた。やがて，製薬業界では，薬による副作用の発生を防止することが求められるようになり，薬品のデータベース化が必要になった。その際，同社は薬品の添付文書を印刷していた関係から，それらのデータを活用してデータベースの構築に取り組むことになった。その後，これらの実績をもとに，厚生労働省が音頭をとる感染症例報告システムの開発にも着手していった。その他，システム関係では，学校用のシラバス作成システムも開発している。現在では，印刷以外の売上が全体の20％程度に達するまでになった。

E社やF社は印刷物のデータを活用するなど

して，新たなサービス，システム開発を実施していった。印刷需要の縮小が見込まれるなかで，既存の顧客との関係を維持・強化するとともに，新たな分野に事業領域を広げていくことも重要になっているとみられる。

(4)印刷業からの業態転換

最後は，印刷産業からサービス業分野などに軸足を移していく動きを取り上げる。G社(資本金5,900万円，従業者55名)は，デュープリケーション技術や製版技術を活かして1973年に創業した。しかし，1990年代末には製版の受注は縮小していき，それに代わるものとしてデザイン分野に力を入れていくことになった。しかし，デザインだけではデザイン会社などとの競争にさらされることから，新たな事業の柱とすべく広告企画に進出することになった。雑誌のデザインの仕事を受注する一方で，広告会社のOBを迎え入れるなど社内の体制を整えていった。

同社は，現在，製版機器などは廃棄していまい，デザイン制作と広告企画を中心に事業を展開している。時折，製版の仕事が持ち込まれることもあるが，それらは外注によって処理している。このように，同社は印刷産業からスタートしデザイン・広告宣伝業に転換していった事例といえる。

H社(資本金5,000万円，従業者63名)は，依然として印刷産業として事業を営んでいるが，業態を転換しつつある事例として取り上げたい。同社は，総合印刷企業であるが，1990年代末から販促事業などの新事業を展開している。顧客である企業から，チラシや広告の印刷を受注するだけではなく，販促のイベントの企画や運営も受注している。同社は，この事業を立ち上げるために，広告会社に継続的に10名ほどの社員を出向させてノウハウ等を学ばせてきた。現在，販促事業は，売上全体の15～20%を占めるようになった。さらに，同社では，フリーペーパーの編集・発行なども準備している。今後，同社は，販促事業などに力を入れて，印刷産業からの業態転換を図っていくことを目指している。

このように，1990年代末頃から，印刷需要の落ち込みや技術変化を受けて，印刷産業のなかから業態転換を行う動きが生じていることが確認できる。その際，事業展開を図る業態の企業から人材を招いたり，反対に研修に送り出したりするなど知識・ノウハウの取得を試みている。

おわりに

東京の印刷産業の事業所数や，製造品出荷額等は1980年代半ばから減少傾向をとたどり，特に2000年代に入ってからはその傾向が強まっている。また，東京における事業所数や製造品出荷額等の減少割合は，全国平均を上回るものとなっている。これは，先に指摘したように，東京に印刷産業企業が立地するメリットをデメリットが上回る状況となっているからである。

しかし，こうしたなかでも東京において経営を維持しつづけている印刷産業企業があり，大別すると３つの方向で事業を展開していることが明らかになった。第１の方向は，印刷物の加工にとどまるもので，そのうちの１つは，印刷受注に対して量的・質的に対応力を高めているものである。もう１つは，自社の内製加工分野を絞り込み，外注先を活用していくものである。第２の方向は，印刷物の受注確保・維持のために付加的なサービスを加えたり，印刷受注から新たなサービスを展開したりするものである。第３の方向は，印刷産業からサービス業へと業態転換するもので，印刷物の加工はあくまでも付属的な位置に置かれることになる。

最後に改めて，「都市型産業」論[25]をはじめとした東京の印刷産業をめぐる議論に立ち返り，それぞれに展開する印刷産業企業の存立条件がどのようなものなのかを検討したい。まず，「都市型産業」論で指摘されたような高付加価値の産業という印刷産業に対する規定は，現在，統計を見るかぎりでは当てはまらなくなっている。印刷需要が低迷するなかで過剰設備・過剰供給

状態に陥り，低価格受注による過当競争が引き起こされている。さらに，地方の印刷産業企業が東京の市場に参入することで，より過当競争が激しくなっている。

ただし，調査事例企業の事業展開をみると，高付加価値化を実現しうる可能性も持っている。例えば，B社のように特殊な技術を確立することは，低下価格受注を回避することができる。同じ第１の方向に属するA社のように量的対応を向上させる企業は，最新の設備を導入することで高付加価値を実現していくことも考えられる。しかし，こうした高付加価値を実現できる期間は限られているばかりが，過剰設備・過剰供給をもたらすことを内在している。

次に，第２・第３の方向として分類される企業の存立条件を考えたい。これらは，過当競争に陥る印刷産業のみに依拠するのではなく，サービス分野の仕事を取り入れていった。それにより，受注を確保する機会は広がったとみられるが，高付加価値化したかは疑問が残る。サービス分野の仕事のコスト等をきちんとトータルの受注価格に反映していればよいが，単に印刷物を受注するためにサービス分野の仕事を廉価で提供しているならば，高付加価値を実現することはできない。

このように，高付加価値化を実現している印刷産業企業は，数が少ないのではないかと考えられる。一方，大都市東京における印刷産業企業の存立形態としては，自社の内製加工分野は絞り込み，外注先を活用していくものがあると指摘されてきた[26]。こうした存立の形態は，今回の調査においてもC社やD社を通して確認することができた。ただし，外注先は広範囲に広がり，東京都内の印刷産業の集積にのみ依拠しなくなっている。情報通信や物流コストの低下を活かして，東京周辺の受注単価を抑えられる企業を外注先として活用している。このような小規模層の印刷産業企業の社会的分業が面的に広がっていることが明らかになったが，もう１つの存立条件に関わる問題として，事業主の「自己雇用」[27]といったことは今回の研究では明確に検証することができなかったので，今後の課題としたい。

いずれにせよ，今日の東京の印刷産業企業の展開は，印刷需要が縮小し，過剰設備・過剰供給状態となっていること。情報通信技術や物流網の整備により，発注者や外注先との近接立地のメリットが薄れたこと。さらに，それにともない地方の印刷産業企業を含めた受注競争が激しくなったことによって規定されている。

1）本論では，日本標準産業分類の「印刷業」，「製版業」，「製本業・印刷物加工業」，「印刷関連サービス業」の４業種からなる中分類「印刷・同関連産業」を「印刷産業」と称することにする。
2）東京都（2007）によると，2005年における東京の印刷産業事業所は7,867で，全製造業事業所の17.6％を占めている。同様に印刷産業の従業者数は８万3,467人で19.4％を占め，製造品出荷額等は１兆7,280億円で15.6％を占めている。
3）経済産業省編（2007）によれば，東京には全国の印刷産業事業所の24.6％，従業者数の22.5％，製造品出荷額等の24.2％が集中している。
4）東京の印刷産業の事業所数や製造品出荷額等の推移は，後の章で取り上げる。
5）経済地理学における代表的な東京の印刷産業の研究としては，竹内淳彦（1969）や板倉勝高・井出策夫・竹内淳彦（1970）があげられる。
6）清成忠男（1972）や中村秀一郎（1980）において「都市型産業」論が展開されている。
7）都市型産業論からの印刷産業研究については，清成忠男・稲上毅・安部雍子・山本真人（1982）があげられる。
8）関満博（1978）。
9）当時の写真植字業者の増加については，三井逸友（1981a），印刷産業の存立については，三井逸友（1981b）（1985）。
10）「ベンチャー・ビジネス論」は，清成忠男・中村秀一郎・平尾光司（1971）としてまとめられている。
11）「中堅企業論」は中村秀一郎（1964）としてまとめられている。
12）三井逸友（1981a）。
13）山本篤民（2001a）（2001b）を参照。
14）金属の活字によって版を組み，印刷を行う方式。1445年頃にドイツのグーテンベルグによって発明された。
15）例えば，三井逸友（1981b）（1985）によって指摘されている。
16）東京都『東京の工業』の2005年版からは，印刷産業だけで従業者規模別の事業所数が集計されている

が，それ以前は「出版・印刷・同関連産業」として集計されている。

17)清成忠男・稲上毅・安部雍子・山本真人(1982)。

18)東京都(2005)を参照。

19)従来は，版下作成→フィルム作成(製版カメラ)→刷版作成(刷版焼付機)といった製版の工程を経て，印刷(刷り)工程に入っていた。製版工程では，文字や図柄，写真を貼り合せ，色の分解などを機械と手作業を組み合わせて行ってきた。しかし，現在はコンピュータ上で版を組んだあと，直接，印刷機にかける刷版を作製している(CTP方式)。さらに，オンデマンド印刷と言われる少部数の印刷では，コンピュータで版を組んで，版を作らずにオンデマンド印刷機にかけるという方法も取り入れられている。

20)このような印刷技術の変化と，工程間の分業構造の変化については，山本篤民(2001a)において実証している。

21)出版物の販売低下は，単に不況や活字離れというだけではなく，書店，流通，出版に渡る各分野での制度疲労が生じていることをルポライターの佐野眞一(2004)が指摘している。

22)「印刷」と「プリント」,「複写」は，それぞれ異なる技術体系に属するが，ここではそれぞれ代替されるものでもあることから，印刷物として括った。

23)三井逸友(1981a)(1981b)(1985)。

24)同社の事例は，中小企業研究センター編(2004)で詳しく取り上げている。

25)清成忠男(1972)や中村秀一郎(1980)。

26)三井逸友(1981a)(1981b)(1985)。

27)事業主の「自己雇用」については，三井逸友(1981a)において指摘されている。

参考文献

板倉勝高・井出策夫・竹内淳彦(1970)『東京の地場産業』大明堂

清成忠男・中村秀一郎・平尾光司(1971)『ベンチャー・ビジネス　頭脳を売る小さな大企業』日本経済新聞社

清成忠男(1972)『現代中小企業の新展開』日本経済新聞社

清成忠男・稲上毅・安部雍子・山本真人(1982)『都市型中小企業の新展開』日本経済新聞

経済産業省編(2007)『平成17年　工業統計表　産業編』経済産業省

佐野眞一(2004)『だれが「本」を殺すのか　上・下』新潮社

関満博(1978)「都市型専門企業による社会的分業体制の形成―印刷業を事例として―」『商工指導』323号

竹内淳彦(1969)「XXV 印刷工業」『経済情報』第80号

中小企業研究センター編(2004)『巨大都市印刷業の新展開』同友館

東京都(2007)『東京の工業』(平成17年工業統計調査報告)東京都

中村秀一郎(1964)『中堅企業論』東洋経済新報社

中村秀一郎(1980)「都市と産業―都市型産業の新生」今井賢一・中村秀一郎編『地域からの産業論』筑摩書房

三井逸友(1981a)「大都市小零細工業簇生の一検討―写真植字業小零細経営増加の実態と要因」『三田学会誌』74巻3号，1981．6月

三井逸友(1981b)「VⅡ 印刷・印刷関連産業」佐藤芳雄編著『巨大都市の零細工業』日本経済評論社

三井逸友(1985)「高度情報化時代と『都市型工業』―東京の印刷産業の変貌と問題―」『中小企業季報』1985，No.1。

山本篤民(2001a)「印刷産業の技術変化と受注構造」日本中小企業学会編『日本中小企業学会論集20』

山本篤民(2001b)「都市型集積における技術革新と経営革新―中小印刷業の新分野への展開」三井逸友編著『現代中小企業の創業と革新』同友館