FFGS

AI活用テーマにセミナー

印刷×AIで効率化から生存戦略へ

AI活用をテーマにしたセミナー会場

古田氏

大森氏

富士フイルムグラフィックソリューションズ㈱（FFGS）は5月22日、東京都港区の同社ショールームSolution Design Lab.で「Color Impact2026～AI活用で加速する営業・制作革新～」を午前10時と午後2時の2回にわたり開催した。セミナーでは印刷業界のAI活用をテーマに2つの講演が実施された。

『講演1』では「生成AIで営業はここまで変わる―印刷会社がとるべきAI活用戦略」と題し、㈱オサヤマホールディングス生成AI活用コンサルタントの古田一成氏が登壇した。冒頭、古田氏は「ただ眺めるだけのフェーズはすぎており、AIは効率化ツールではなく生存戦略である」と強調したうえで、「既存の仕事をAIに合わせるのではなく、AIを前提に再創造しなければ実際の武器にするのは難しい」と語った。

古田氏はAI導入で95%の企業が成果を出せていないとされる現状を踏まえ、失敗要因として「技術理解の壁」「組織の壁」「人の壁」の3つの課題を提示。技術理解面では、生成AIの回答には一定のゆらぎが生じるという特性を多くの企業が理解できていないと指摘した。本来生成AIは創造性のある非定型業務のパートナーであるとした上で、仕組みを正しく理解するための教育や投資の必要性を訴えた。組織面ではAI活用が一部にとどまり共有されない実態や、生産性向上が評価に反映されない従業員のジレンマを指摘し、経営層による評価軸の見直しを求めた。人の面ではスキル以上にマインドセットが重要であり、中間管理職が抵抗勢力となりやすい点にも言及した。

さらに人間の指示なしにAIが自律的に判断・実行する「AIエージェント」を紹介し、商談ヒアリングメモから提案書一式を生成し議事録からメール下書きまで自律実行するデモも披露。「AIはまだ過渡期にある。まだ遅くない、これに乗り遅れないように組織としてどう整備していくか向き合ってほしい」と締めくくった。

ショールームで製品の説明を聞く参加者

次に、富士フイルムビジネスイノベーション㈱の大森茂樹氏が「Canva×AIが私たちに見せようとしている世界」をテーマに登壇。月間アクティブユーザー2億6500万人を誇るデザインツール「Canva」を取り上げ、一般ユーザーがCanvaで制作したデータが印刷入稿に使ことから、「業界として認識を合わせておくべき」と説いた。講演では画像内の不要物を自然に除去できる「マジック消しゴム」や一枚の画像を自動でレイヤー分けする「マジックレイヤー」など多彩なAI機能を紹介した。また、2024年にCanvaが買収し、PhotoshopやIllustrator、InDesignのような機能を持つグラフィックデザインツール「Affinity by Canva」も紹介した。

講演後はショールームの見学会が設けられ、担当者が各製品・ソリューションを紹介した。特殊トナーにグリーンとピンクを搭載した「Revoria Press PC2120S」は、CMYKの色域を超えGBモニターで見るような鮮やかな色彩表現のサンプルを紹介。AI機能により用紙の特性に最適な設定を自動で提示し、誰が操作しても安定した品質で印刷できる点も大きな特徴。クラウド型プラットフォーム「Revoria Cloud Marketing」は、各種広告プラットフォームを横断的に分析するレポートの自動作成やAIによる広告予算配分の最適化など、企業のマーケティングDXを力強く後押しするソリューションとして注目を集めた。なお、同社は6月23日に「Color Impact2026 貼りモノEXPO貼りモノ印刷の大革新in東京」の開催を予定している。