

委員各位

東京都印刷工業組合
経営革新委員会
委員長 日比野信也

第 4 回経営革新委員会報告の件

標記会合について下記のとおり報告致します。

1. 日 時 平成 19 年 11 月 28 日 (水) 15:00 ~ 17:00
2. 場 所 東印工組 5 階会議室
3. 出席者 日比野委員長、江馬(江東)、長嶺(練馬)両副委員長、奥村(千代田)、中庭、(日本橋)、永井(京橋)、関(港)、赤羽(文京)、富沢(上野)、亀田(浅草)、小林(墨田)、谷(城南)、福田(山之手)、佐藤(杉並)、深沢(板橋)、富沢(板橋)、佐々木(足立)、小川(墨東)、村上(三多摩)各委員
(事務局)中村情報課長、行川担当
4. 議事の概要

日比野委員長が以下挨拶した。

本日は長嶺副委員長の推薦により、コダックグラフィックコミュニケーションズより講師をお招きし、デジタルプリンティングについて解説していただく。既にデジタルプリンティングを導入されている会社も多いと思うが、メーカー側から見た新たなビジネスモデルなど経営に役立つ情報が得られると思う。

続いて、長嶺副委員長が以下説明した。

オンデマンド印刷は小ロットが多く一つのロットの売上が大きくない中で、どのように展開したらビジネスモデルが成り立つか、またインターネットを活用した対顧客ビジネスについて、事例を交えながらお話をいただく。

【研修会テーマ】「デジタルプリンティングによる新たなビジネス」

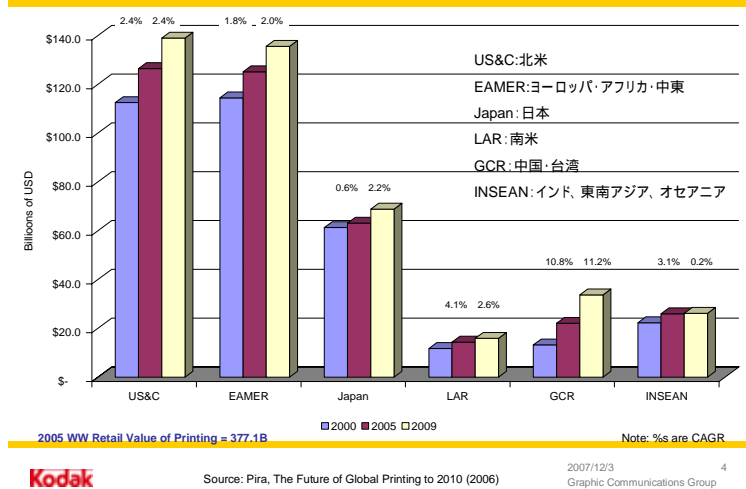
コダックグラフィックコミュニケーションズ DPS 事業部内田哲雄氏が以下説明した。

1. 市場について

(1)印刷&パッケージの市場サイズ

あるリサーチ会社のデータによると、世界の印刷市場を売上高で見ると北米で 33%、ヨーロッパ・アフリカ・中東で 33%、日本は 16%を占め、単一国では世界第 2 位の市場である。しかしデジタル印刷(無版印刷)に占める割合は他国に比べ小さく伸び率も低い。2009 年までの地域別市場サイズ予測では、中国・台湾の伸びが著しい。

地域別市場サイズ



(2)クライアントは高い確率でデジタル印刷を受け入れている

Info Trends によるとクライアントへの調査で、価格は 79%、品質は 72% が受け入れると回答、1000 部までの印刷で対象になるとする回答が 68%、必要な時に必要な部数だけ印刷できるオンデマンド印刷を受け入れるとする回答が 57%あり、クライアントはデジタル印刷を受け入れる環境になってきている。

2. ビジネス変革ルート、その提案

既存のオフセット印刷を主体にしている印刷会社が、小ロット印刷物の受注機会の拡大を図るために、どのように変革していったらよいか、3つのルートを提案させていただく。

(1)ルート 1：オフセット印刷に可変情報を付加

通常のオフセット固定データ印刷に可変データを取り込む。今までは外注していた宛名印字を、自社で個人データを管理し内製化することで、可変情報を付加する新たなビジネスとして展開する。宛名、ナンバリング、バーコード、スクラッチくじ、チラシの店名の差し替えなどがある。

課題として、可変データや個人情報の取り扱い、クライアントとの役割分担、デジタル追い刷り印刷システムの投入などがある。

(2)ルート 2：オフセット印刷との効率向上・最適化

24 時間ビジネスへの転換などによりビジネス機会の増大を図り、既存のオフセット印刷機を更に効率よく活用する。

課題として受注のタイミングがシビアになる、小ロット・ショートランは儲からない、段取りによっては大ロットの受注を逃すことにもなりかねない、Web to Print への取り組みなどがある。

(3)ルート 3：サービスプロバイダーへの脱皮

印刷（プリンティングプロバイダー）から脱皮し、マーケティングやプロモーション企画などサービスプロバイダー業務に取り組む。

課題としてマーケティングや IT・クロスメディアのノウハウを持つ人材の確保、新規ビジネス開発、高生産型デジタル印刷機の投入などがある。

3. 各変革ルートへのソリューション

(1)ルート 1：ハイブリッドプリンティング

オフセット印刷による高品質カラー（固定）に、バリエブル印字を組み合わせ付加価値を高めるソリューション。

印字方式	主なアプリケーション
枚葉+バリエブル印字	宛名印字、圧着 DM、ナンバリング、スクラッチくじ、バーコード
輪転+バリエブル印字 輪転ライン、折機ライン 連帳デジタル印刷	ビジネスフォーム、パーソナライズド DM クーポン、バーコード、カタログ、チラシ、新聞

ハイブリッドプリンティング: Lehigh Direct社 (ルート1)



Kodak

2007/12/10 23
Graphic Communications Group

(2)ルート 2：デジタル菊四両面印刷機

オフセット印刷とトナー系印刷を混合し、ロット、サイズ、納期で使い分ける、生産効率追求型である。乾燥時間ゼロ、超特急の納品、ワンマンオペレーション、24 時間生産体制が実現される。

ショートラン・オフセットとの共存：A社&B社(ルート2)

- A社
 - 菊全8色機、菊半4色機、NexPress菊四印刷機
 - Web-to-Printによる受注、営業マン、PDF持ち込み
 - 中綴じ小ロット印刷、上製本ブック
 - 製品カタログ、小ロットバージョンing:500部x15種類
 - 海外向け会社案内
 - 社内報
 - 製品リスト表
 - 個人出版、小ロット絵本
- B社
 - オフ輪、菊全8色機、NexPress菊四印刷機、
 - Digimasterモノクロ印刷機
 - チラシ、圧着ハガキDM、POP



Kodak

2007/12/10 25
Graphic Communications Group

(3)ルート 3:サービスプロバイダー

プリンティングプロバイダーから、マーケティングプロモーション支援型のサービスプロバイダーに脱皮していく業態変革型。新規ビジネスの立ち上げ、社名変更、事業部が別会社になり脱皮していく場合などがある。そのために、人材確保、データベースの構築、アウトソーシング契約(BPO=Business Process Outsourcing)などが必要となる。イギリスでは顧客の注文を取りまとめ、印刷会社に入札させるPMC(Print Management Company)が普及し始めている。

サンキューDMポストカード:ATコミュニケーション(ルート3)

- クライアントとの共同企画
 - リード取りからプロスペクトへのセールスプロセス
 - 1-to-1 コミュニケーション
- バリアブルロゴQ(ATコミュニケーション)
- 手書きフォント(ATコミュニケーション)
- コダック Darwin、可変作成ソフト
- 可変データ: Microsoft Excel
- NexPressデジタル印刷機
- Adobe Photoshop, InDesign



Kodak

2007/12/10 26
Graphic Communications Group

「サンキューDMポストカード」の主なバリアブル情報

表面

- 名刺などの情報に基づき、来場者情報をバリアブル出力。
- アンケート返答時の個人情報再入力の手間を省くため、ユーザーを特定するシリアル番号を記載。
- お客様に向けたメッセージとして、各営業からのメッセージをバリアブルで出力。

- ・営業の顔写真をバリエーション画像で、営業の所属および連絡先をバリエーションテキストで出力。

裏面

- ・お客様の苗字を、Photoshop と Darwin (可変ソフト) を連動させて、写真中の文字メッセージとして作成。
- ・会場での接客内容に合わせたメッセージをバリエーション出力。
- ・ユニファイドワークフローのロゴデザインをベースに作成した QR コード(ロゴ Q)。

(4)情報付印刷時代の誕生

QR コードを可変で個人のデータに置き換え、更にロゴマークをデザインしたロゴ Q の採用により、1to1 のコミュニケーションを図ることができ、アクセス記録からフォローアップのプロモーションもかけられ、驚異的なレスポンス率 15%を達成した事例もある。ロゴ Q は A・T コミュニケーションズ株が特許を持つ独自の技術であり、印刷物から携帯サイトへの架け橋とすることで、情報付印刷は大きな市場となることが見込まれる。

情報付印刷時代の誕生

ケータイ情報コード付印刷により印刷物が立体化する。

	印刷方式の進化		
	モノクロ印刷	カラー印刷	情報付カラー印刷
情報量	△	○	◎
コスト	△	○	○
双方向	×	×	○
顧客メリット	△	○	◎
利益	△	○	◎
時代の流れ			
二次元バーコードの時代の流れ			

Kodak

2007/12/10 30
Graphic Communications Group

5. ビジネス開発の提案

(1)デジタル印刷で成功するためのステップ

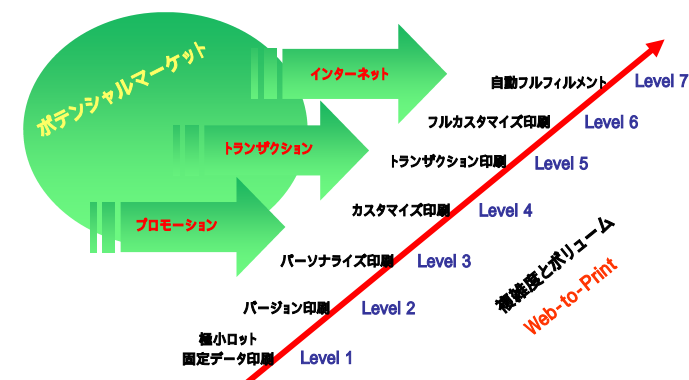
自己分析：SWOT 分析

(Strength・強み、Weakness・弱み、Opportunity・機会、Threat・脅威)

ビジネスチャンスと市場規模(トレンド)の理解、ビジネスを改善するチャンス、独自のビジネス戦略を具体的に企画する、マーケティング戦略を企画する、営業計画を企画する、実行、実証、方向性の再確認

(2)デジタル印刷アプリケーションの種類

デジタル印刷アプリケーションの種類



Kodak

2007/1/2/5
Graphic Communications Group

(3)新しい価値の提案

顧客の問題を解決するツールを提案しなければならない。新しい価値の提案は、頁あたりの単価ではなくお客様の売上向上のためのプログラムの提案、印刷物の提供でなく顧客とのつながりを強くするための CRM (Customer Relationship Management) 提案である。

(4)クライアントにとっての有益性

マーケティング投資に対して高いリターンが期待でき、1 レスポンスに対しての低コスト化が図れ、在庫削減にもなる。

(5)プリントサービスプロバイダーにとっての有益性

サービスの差別化、既存顧客への新しい提案、より収益性の高いサービスへの展開、新しい市場への参入、新規顧客と新しい仕事の創出などが図れる。

6. ワークフローの全体最適化とインターネットの戦略的活用

コダックグラフィックコミュニケーションズ

エンタープライズ製品統括部プロダクトマネージャー郡正也氏が以下説明した。

既存のオフセット印刷とデジタル印刷を同じワークフローの中に置き、納期や部数などの用途に応じてデバイスを切り替えることで、ワークフローの全体最適化を図る考え方である。狭義のワークフローではなく、受注から納品までを一つのワークフローと捉え最適化することで、無駄なコストをカットし、短納期、小部数印刷にも対応できる。

(1)コダックユニファイドワークフローが提供する付加価値

柔軟性：オフセット・デジタルのブレンドプロダクション

(オフセット印刷とデジタル印刷のワークフローを統合)

差別化：顧客との戦略的 Web コミュニケーション

(プリントバイヤーとプリントプロバイダーを統合)

効率化：生産プロセス全体の高度なオートメーション

(生産性向上・コスト削減、小ロット・短納期への対応)

(2) インターネットのビジネスへの活用

インターネットをどれだけ活用できているか？

IT インフラとしてのインターネットは印刷会社、顧客双方にあるが、現状ではホームページをとりあえず立ち上げている、データのやり取りをしているという会社が大多数で、ビジネスへの活用ができていないのが実情である。

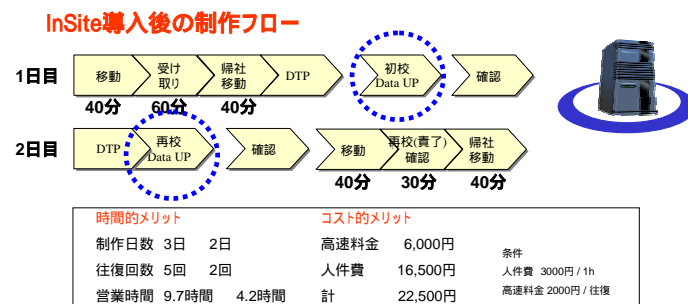
インターネットを活用したポータルは対顧客ビジネス、社内業務改革に有効なツール

データ入稿から制作、校正に至る一連のワークフローをオンライン化することで、地理的・時間的制約の解消、営業、制作・業務の改善、納期短縮が可能となる。また、Web to Print ソリューションにより、営業リソースの効果的活用、ビジネスエリアの拡大、リピート率の向上など新規ビジネス展開ができる。ポータルは顧客、印刷会社、協力会社などが全員使用できるツールとなっている。

(3) ポータルシステム kodak Insite Prepress 導入システム事例

校正プロセスを合理化し、スピードと信頼性向上の手段として導入。

導入事例 A社



1ジョブにつき...

制作日数1日削減	22,500円のコスト削減	5.5時間分を新規営業活動に
----------	---------------	----------------

Kodak

2007/12/11 57
Graphic Communications Group

非効率な訪問の削減、新規活動の時間的余裕、差別化提案可能な営業ツールとして活用。

製作現場と顧客が直結（お客様の生の声を現場に反映）、両者で同じデータや校正状況をリアルタイムで共有し、原稿の混在や指示漏れもない。

顧客の時間を束縛せず、顧客の都合に合わせて、校正・確認作業が可能、校正作業のスピードアップによる納期短縮への対応。

【報告事項】

資材動向調査実施状況

事務局が以下報告し、調査票回収への協力要請がなされた。

- ・モニター企業：全組合員 1780 社
- ・実施方法：東京の印刷 11 月号に調査用紙（A4、2 枚）同封
- ・回答方法：ファクシミリ、東印工組ホームページに調査票を掲載し回答可能
- ・調査項目：インキ、用紙、PS 版、ブランケット
- ・回収状況：11 月 28 日現在 45 社

以 上