



『JAGAT info』は最新の経営情報・技術トレンド・ビジネス動向など、印刷関連産業の総合情報誌です。

2016年7月号

『JAGAT info7月号(7月15日発行)』の特集ページ「デジタル印刷最前線(デジタル印刷の今日・明日・未来)」で当社の取り組み～オフ輪会社のデジタル印刷への挑戦～が紹介されました。

公益社団法人 日本印刷技術協会発行

デジタル印刷最前線

デジタル印刷の今日、明日、未来

オフ輪会社のデジタル印刷への挑戦

山協印刷株式会社

オフ輪を主力としている山協印刷(神奈川県平塚市)は、2010年からデジタル印刷事業に進出、小ロット印刷の内製化を図るとともに、ゴールドインクやクリアトナーを生かした高付加価値印刷に取り組んでいる。ロコミサイトをフックとしたWeb to Printの構築も進めている。

PODの先入観を払しょく

山協印刷は1949年創業、従業員110人の印刷会社。当初は地元・平塚の商業印刷が中心だったが、1975年にオフ輪を導入、東京営業所を開設し、事業を拡大していった。現在はB系オフ輪を4台擁し、チラシやタウン誌を県内外から受注している。

特に特許を取得しているB4の6ページ建てや巻き三ツ折りなどインラインの特殊技術で差別化を図っている。B4の6ページ建てはタウン誌などで重宝され、B4巻き三ツ折りは企画力のある広告媒体として広告代理店や大手印刷会社からの受注も多いという。

オフ輪会社である同社が2010年にデジタル印刷機を導入したのは、まさにオフ輪会社であることが理由の一つだった。21人もの営業が受注してきた案件には小ロットの仕事も多くあり、内製化を図りたいという思惑があった。かつてはオフセット枚葉印刷機も持っていたがすでに破棄しており、オフセット枚葉印刷機を改めて導入するには、オペレーターの教育も、機械や諸資材のスペースも必要だった。そこで省スペースでスキルレスのデジタル印刷機を導入することになった。色校正用途にも使え、3台のレーザープリンターを集約できるということもあり、デジタル印刷機の導入を決めた。

最初は富士ゼロックスのカラーオンデマンド機「DocuColor7000」を導入した。デジタル印刷機の黎

明期の印象から品質面で危惧していたものの、実際の品質を見て社内の抵抗感も払しょくされたという。

5胴構造と長尺印刷で提案の幅広がる

その後も小ロットの仕事は増えていき、さらなる内製化を図るために2013年、コダックの菊四裁粉体トナー印刷機「NexPress SX3300」を導入した。

当初、他社製の粉体トナーのハイエンド機と、液体トナー機を含めた3台を検討していたが、決め手になったのは発色の良さだと加藤己喜夫執行役員は話す。「当社の営業に機種名を知らせずに、成果物(印刷物)だけを見せたところ、ほとんどの営業がNexPressの成果物を選んだ。当社はチラシなど商業印刷の仕事が多く、営業も鮮やかな発色の方が顧客に評価されると判断したのだと考える」。

「NexPress SX3300」はこのような高品質と毎時表裏1500枚(菊四裁)の生産性を誇るが、その他にも大きな特徴がある。5胴構造と長尺印刷が可能なことである。

同機では5胴目にゴールドや特色、さらにはクリアトナーを使うことで、高付加価値印刷が可能になる。

ゴールド対応のNexPress導入は同社が国内初。例えば名刺などでライン一本ゴールドを使うことがある



加藤己喜夫執行役員

44 JAGAT info 2016.7

が、見当がずれることもなく、綺麗に仕上がる。特に同社が評価しているのは、オフセットでは難しいゴールドとCMYKの掛け合わせが可能なこと。高級感や表現の幅が一気に広がる。ゴールドは名刺などのスポットのほか、正月向けのPOP、慶事等の案内状などで有効に使われているという。

クリアトナーも高付加価値の武器だ。5胴目でクリアトナーを印刷した後に、グロッサーによる熟処理で光沢を出すこともできる。さらに厚盛り用のクリアトナーにより、盛り上げ印刷も可能。通常の盛り上げ効果だけでなく、デザイン部分以外を盛り上げ印刷することで、押しの効果も出せる。

長尺印刷は最大914mmも可能。A4の巻き三ツ・観音折りパンフやビールメーカーの居酒屋用店内ポスターなどで活躍している。

以上の機能で、ポスターのほか、名刺・トレーディングカード、ポイントカード・クーポン券・A4チラシなど多様な仕事をこなしている。ロットは1000前後が多いが、6000通しなども楽にこなせる。一方で名刺の仕事で5枚通しの仕事もある。現在は菊四裁ベースで月産6万枚ほどであるが、内製化の効果は出ている。なお同社にはアメリカ・コダック社から認証を受けたオペレーターもいる。

インラインフィニッシャーも有効活用

「DocuColor7000」の老朽化に際し、2015年、コニカミノルタの粉体トナー印刷機「bizhub PRESS」を一気に3台導入した。カラーの「1060」「1070」、モノクロの「1250」である。色校正が必要な2階の制作部門に1台と、NexPress導入を機に1階に設けたデジタル印刷部門に1台、それぞれ必要と考えたためである。

さらにモノクロも1台導入したことで、冊子やページものもこなせるという判断もあった。

しかし同時に、意外な理由もあった。後加工機用途としての活用である。同社はオフ輪会社であり、枚葉印刷会社のようにオフラインの後加工機は充実していなかった。そこで中綴じから無線綴じ、Z折りまでを



「NexPress SX3300」。5胴目でゴールドやクリアトナーを使うことで高付加価値印刷も可能にしている



「bizhub PRESS」を一気に3台導入した。インラインフィニッシャーを有効活用している

搭載する「bizhub PRESS」のインラインフィニッシャーに白羽の矢が立った。「bizhub PRESS」のインラインフィニッシャーはbizhub PRESSの出力紙だけでなく、他の印刷機で出力した印刷物のフィニッシャーとしても使える。例えばNexPressで印刷した印刷物をbizhub PRESSのフィニッシャーでZ折りするなどである。

「bizhub PRESS」のインラインフィニッシャーは中綴じ、無線綴じなどさまざまな加工が可能で、自費出版の仕事なども入り始めている。

現在のデジタル印刷機体制は以上のNexPress1台とbizhub PRESS3台である。

Web to Printで受注の仕組みづくり

数十万枚、数百万円単位のオフ輪の仕事を中心にしてきた同社。営業をはじめ、デジタル印刷への意識改革はどのように進んだのだろうか。経営戦略においてどのように位置付けているのだろうか。加藤執行役員は次のように話す。

「営業は当初のデジタル印刷への抵抗感はほとんどなくなった。顧客に対して、自信のある営業ほどわざわざ

JAGAT info 2016.7 45

デジタル印刷最前線

わが『これはデジタル印刷です』とことわることはしない。同業者であればともかく、一般のクライアントがデジタル印刷だからといってクレームを出すことは100人中100人ない。それだけの品質になっている。

オフ輪から一気にオフセット枚葉機を飛び越えてデジタル印刷機を導入したことで、(営業などの)考え方を要するに時間がなかった。一般的なデジタル印刷をやらぬことに小ロット・バリエーションなどの可能性をお客さまには認知していただけない。設備投資を躍起になって回収するのではなく、少しずつ経験値を積んで、(デジタル印刷市場が拡大する)来たときに備えたい。市場も拡大していて、見逃すわけにはいかない。

また、デジタル印刷は『きっかけ』になると考える。新規の顧客にとってオフ輪のチラシは敷居が高い。(端物などの)ライトなもの印刷物から入っていただいて、オフ輪のチラシにもつないでいければ、デジタル印刷によって、企画の幅も広がっていくと思う。

営業の意識改革も大事だが、「仕事をする仕組みづくり」が大切であると加藤執行役員は考えている。

同社は2015年、栃木県のロコミ情報サイト「栃ナビ!」を展開する印刷会社・ヤマゼンコミュニケーションズとの縁で、「湘南ナビ!」を開設した。「栃ナビ!」フランチャイズは原則1都道府県に1サイトだが、あえて商圏が絞れ、ブランドも高く、人気の商店やレストランも多い湘南地域をエリアに選んだ。編集・取材



「湘南ナビ!」 http://www.shonan-navi.net/

スタッフは約20人、加盟店舗は1年で1700店舗を超える。ページビューは1日約1万、ユーザーはほとんどが30~40代の主婦である。現在の加盟店舗は無料会員であるが、ポータルサイトの目安である3000店舗を超えた後に、有料会員も募っていくという。

「湘南ナビ!」を印刷受注につなげる計画も進んでいる。一つは消費者にアプローチするということ。例えば「湘南ナビ!」のユーザーにアンケートを募れば、あつという間に数千件の意見を集められる。その意見を反映して、消費者目線のチラシのデザインを磨く。流通などの顧客企業にとっても、消費者の声は説得力があるだろう。

もう一つは、加盟店舗へのWeb to Printシステムの構築である。タウン誌や流通などの大型法人を顧客としてきたが、地元の小商店の販促物という新しい市場が開かれるチャンスである。デザインテンプレートを用意し、自由度はある程度制約することで、一般のユーザーでも手軽に制作できるシステムを構築するという。加藤執行役員は「これまで受注産業だったが、仕事が自然と入ってくる仕組みというのはこれまでにない体験。Web to Printの反応を見極めた上で、今後の展開も考えていきたい」と話す。

「オフ輪にしろ、デジタル印刷にしろ、新しいビジネスで大事なものはビジネスモデルなどという大がかりなものではなく、創意工夫や、今まで考えられてなかった『気づき』だと思える。例えば価格競争の激しいフォトブックにしても、戦隊もののキャラクターとタイアップできるフォトブックを製作している印刷会社もあり、高い値付けができる。そういった気づきを大切にしていきたい」

大ロットのオフ輪から小ロットのデジタル印刷へ、さらにはロコミサイトやWeb to Printへと事業領域を広げる山協印刷。印刷主体・マス主体のビジネスからどのような変革を遂げるのか、今後の展開にも注目である。

(研究調査部 光山 忠良)

46 JAGAT info 2016.7

公益社団法人日本印刷技術協会発行『JAGAT info』2016年7月号より