

コミュニケーション変革を支える デジタル印刷

～富士ゼロックスの取り組み～

富士ゼロックス株式会社 プロダクションサービス営業本部

マーケティング部長 ^{すぎた はるのり} 杉田 晴紀

はじめに

当社は、1962年2月に富士写真フイルムと当時の英国ランク・ゼロックス社との合弁により「富士ゼロックス株式会社」は発足しました。当時、白い紙にコピーができる「富士ゼロックス914」を国内で販売開始、当社は今年創業50周年を迎えます。

この間、1978年に基幹系データプリント分野で「富士ゼロックス9700EPS」を、1993年に高速電子印刷・出版システム「DocuTech Production Publisher M135」でモノクロPOD市場に参入。

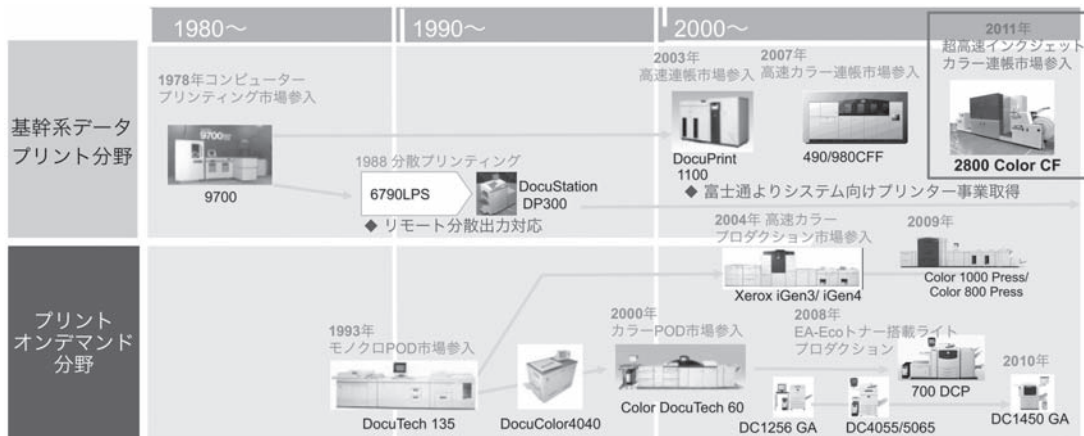
これらを経てデジタル印刷機の分野では、1995年、電子写真方式により当時世界最高速のフルカラー複合機「DocuColor4040」を市場導入。

これ以降、全世界のお客様の声をベースに、2000年に「Color DocuTech 60」、2004年に高速

プロダクションカラー市場向けに「Xerox iGen3 Digital Production Press」、2008年にライトプロダクションカラー市場向けに「700 Digital Color Press」、2009年にクリアトナー搭載の新プロダクションカラー機「Color 1000 Press」、そして2011年には、超高速インクジェットカラー領域に「2800 Inkjet Color Continuous Feed Printing System」と常に最先端の技術開発を踏まえた生産財をリリースしてきました。当社の歴史は、カラー・オンデマンド・プリンティングの歴史そのものでもあったといえます。

1. デジタル印刷市場の成長予測

ワールドワイドでみて、今後ますますデジタルプリンティング市場は拡大していくと思われます。特に大きな伸びが予測されるのは、販促物印刷の領域です。マニュアル・フォトブック・出版といった領域が、全体としてみて大きく伸びない



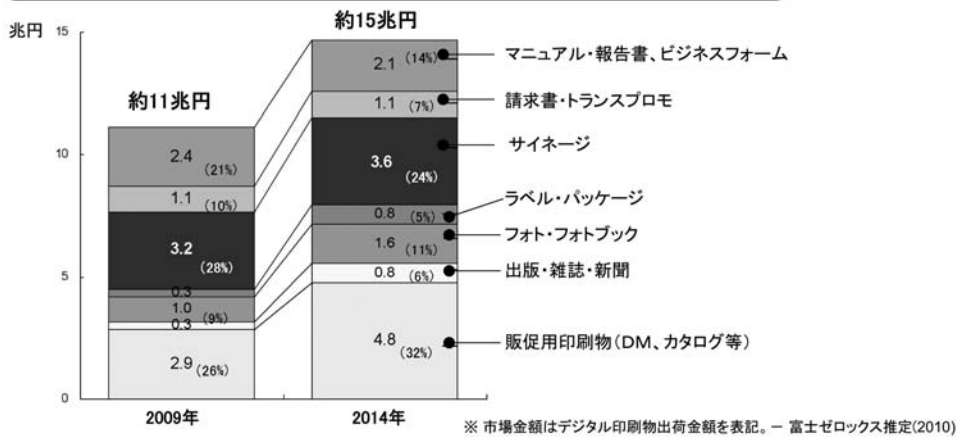
プロダクションサービス事業の歴史

のは、eBOOKや、スマートフォンといった電子媒体という代替メディアのインパクトがあるからです。その一方、販促物が伸びると思われる要因は、今後、電子媒体によるプル型プロモーション・

告知と紙媒体によるプッシュ型プロモーションの組み合わせがますます重要になってくると予想されるからです。

- デジタルプリンティング市場は、年平均 約6%の成長で2014年に15兆円市場になると推定。
- 主なデジタルプリンティング市場の成長要因
 - ✓ エンドユーザーの在庫レス/TCO削減ニーズの加速による小ロット納品(プリント)要求の高まり。
 - ✓ 個人嗜好にあわせるマーケティングニーズによるプリント物パーソナライズ化の高まり。
 - ✓ プリント内容のブランドガバナンスやコンプライアンス遵守のニーズによるデジタルプロセス指向。

2014年 ワールドワイドのデジタルプリンティング アプリケーション別市場規模*



デジタルプリンティング市場の成長

「そろそろデジタル印刷の活用を検討したい」「もっと活用の範囲を広げたい」といったニーズが多くなってきています。まずは、デジタル印刷の活用価値の広がりについて簡単にまとめます。

■Just in Time (基本価値)

オフセット印刷の仕組みと違い、デジタル印刷では、電子原稿からダイレクトにマーキングし、印刷することができます。版がいらないということで、初期の頃は「無版印刷」と業界では呼ばれていました。

「必要な量を、必要な人に、必要なときに」印刷物を届けることができるため、これまで大量に印刷し、廃棄されていた印刷物を、オンデマンド

で発注し、生産し、納品することができます。

活用価値は非常に明確で、企業・団体の発行する印刷物全体のコストの最適化です。このコストの概念には、単なる印刷物の総コストだけではなく、環境コストも含まれており、CSRの観点からの価値も大きく、すべての法人が検討すべき印刷物改善テーマとなっています。

対象となる印刷物としては、小部数のマニュアル・ちらし・カタログ類や、発行物・個人出版等まで幅広くあり、オフセット印刷との切り分け基準は、発行部数や納期によります。

■可変印刷 (応用価値)

メディアの多様化、進展する情報流通量の急増

化が進む一方で、消費者は自らに必要な情報だけを合理的に選ぶようになりました。このことは、発注者側の企業にとって、従来のように一様なメッセージを、一方的に送るだけでは、もはや消費者を動かすことはできなくなってきたといえます。大切なことは、一人一人に目を向けることであり、それぞれの嗜好やライフスタイルに合わせ、コンテンツやメディアを最適化し「共感」を得ることです。

デジタル印刷では、お客様情報DBを活用した可変印刷が可能となります。その仕組みとしては、バリエブルデータ・プリンティング (VDP) といったソフトウェアと組み合わせた印刷システムとなり、単なる宛名だけでなく、一人一人違ったコンテンツに差し替えてそれぞれに印刷することができることです。マス媒体にはない個々に対応した様々なニーズに応えることができ、活用分野が広がります。当社でいえば、Free Flowというワークフロー商品群が、様々なシステム構築を支えています。

対象となる印刷物としては、ダイレクトメールやカタログ等の販促物（単に宛名だけでなく、一人一人、違った情報や商品を差し替える）、さらには、商品ラベル・パッケージのパーソナライズ化も始まっていますし、デジタルフォトアルバムも、名前入り記念販促物と考えれば、お客様接点強化のための販促物に含まれます。

■Webと連携したビジネスの仕組みへ

ICT（通信情報技術）の進化で、これまでの発注者（企業・団体側）と受注者（印刷プロバイダー）の取引関係自体が、大きく変わりつつあります。一言で言うと、発注者側が、必要な印刷物をWebポータル（イントラネットやインターネット）を介して、部数・価格を確認したうえで、オーダーをかける仕組みで、受注者側は、それを受けて、デジタル印刷を用いて自動的に印刷・加工・納品を指定された条件で行うわけです。

これにより、従来の印刷付帯コストが圧縮され、さらに短納期への対応が可能になります。

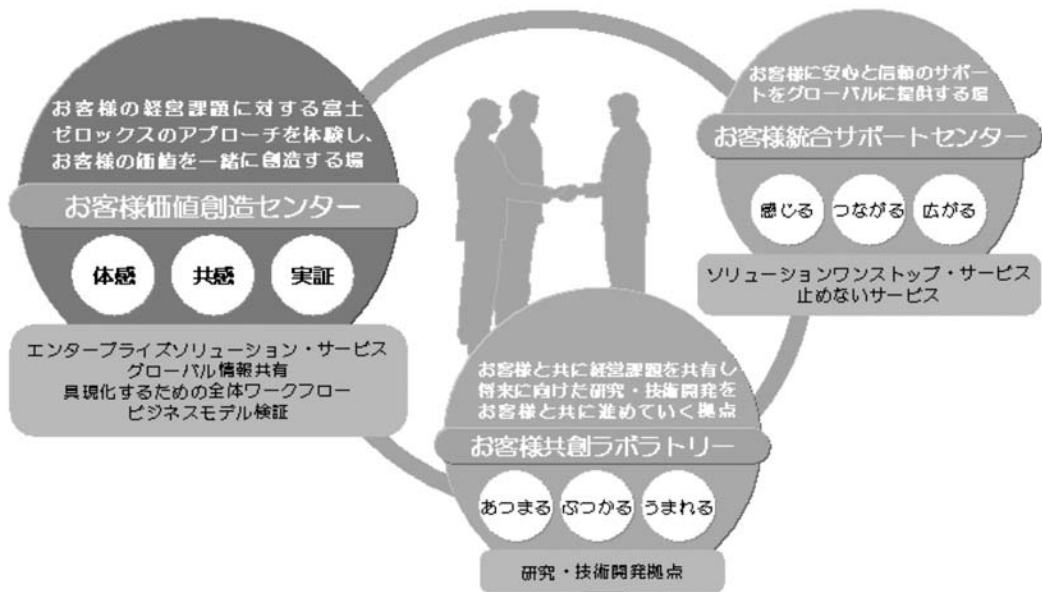
また、現在では、受注者側が、ポータル画面から、コンテンツを加工したり、文章を編集したりすることができるようになってきています。これは、店舗やショールーム・窓口単位で販促物を変えたい、営業の創意工夫を生かしたいといった、お客様接点強化ニーズに応えるための仕組みになります。

一方、現場が編集・加工した印刷データは、本部サイドでの承認がないと印刷できない仕組みとなっており、コンプライアンス強化にも役立ちます。今後、企業全体（トップマネジメントから現場まで）が日々「お客様を知る」「共有する」「すぐに手を打つ」仕組みが競争力の源泉となり、CRMやSFAといったマーケティング・営業機能強化の仕組みのクラウド化が進みますが、こういった基幹の仕組みと、連携した印刷システムも大きな活用価値となります。欧米ではすでに普及しつつある仕組みですが、国内でもこれから立ち上がり、広がってゆくものと思われまます。当社では、後述するお客様価値創造センターを基点に自社だけでなく、様々なワークフローやクラウドサービスパートナーとの協業により、最適な仕組みの提供を目指しています。

2. 富士ゼロックス「お客様価値創造センター」のご紹介

上記のようなデジタル印刷のもつ大きな可能性を踏まえ、当社のプロダクション事業は、「人と人、人と企業をつなぐ良質なコミュニケーションの実現」を事業目標にとらえ、デジタル印刷市場向けのオンデマンド・プリンティングシステムやワークフロー支援サービスの提供および基幹業務出力向けの連続紙・カット紙プリンターを中心としたビジネスをグローバルに展開しています。

当社は、今年2月で50周年を迎えます。これからの50年を支える戦略拠点のひとつとして、「お客様価値創造センター」を2011年2月にみなとみらい地区に設立しました。このセンターの基本コンセプトは、お客様が、「マーケティング・コミュニケーションの『体感』『共感』『実証』を行うコラボレーションの場」であり、発注者（企業・



団体)、受注者(印刷プロバイダー)の双方が、ともに議論し、新たな価値を実証してゆくことを目指しています。

また、ますます拡大する、企業・団体のグローバル連携・展開を支えるネットワークとして、米国ゼロックスやゼロックス・ヨーロッパと連携し、ゼロックス商品を使ってビジネスで成功を取っている全世界のお客様が参画する「プレミアパートナープログラム」というユーザー会があります。具体的には、シンポジウムやワークショップなどを通じて、世界中の最新事例や動向の共有化を図りながら、会員間のネットワークを確立、グローバルなビジネスチャンスを提供する場として成長しています。2011年8月時点での会員数は、全世界で890社を超えています。

また、国内においては、商業印刷企業の将来経営を担う幹部の方々を対象に戦略経営の策定から戦術案作成など経営リーダーを育成するための「印刷創世研究会」という教育プログラムを富士

フィルムグループのベストプラクティス・ノウハウとも併せて提供しています。

3. 最後に

従来、主流となっていた印刷物はマス向けのものでした。これを、より細かいニーズに対応させ、個人や企業にマッチした付加価値のある印刷物を提供していくといったビジネスモデルが、今後ますます有望だと考えます。当社は、①企業のCSR強化の観点、②お客様の売上げ拡大を実現する仕組みの観点から、単なる機械の販売ではなく、企業・団体のコミュニケーションの変革を支える仕組み(ソリューション・サービス)やそれを支える人・組織の強化といったソフト面の充実に積極的に取り組んでまいります。

お問い合わせ先：

<http://www.fujixerox.co.jp/>