

フルフィルメントサービスの掲載開始とクリエイティブワークの積算体系検討に向けて ～印刷関連サービス積算体系検討委員会の活動報告～

一般財団法人 経済調査会

調査研究部 第二調査研究室



はじめに

紙メディアの代表である印刷物を取り巻く環境は大きく変化しています。情報伝達手段のデジタル化が進み、さまざまなメディアが複合的に活用される機会が増加しました。

このような環境下で、印刷物を含めた各種メディアを効果的に利用するために、顧客の課題解決を目的としたプランニング・プロデュースなどを提供するクリエイティブワーク、情報の正確・迅速な伝達を目的とした発送や顧客管理業務などを提供するフルフィルメントなどのサービスの重要性が高まっています。

これまで、当会では、主にオフセット印刷の技術を活用して制作される印刷物について、制作・製造を担う印刷関連業界各位のご協力のもと、印刷物制作費に関わる積算体系や料金水準を調査し、その結果を「積算資料印刷料金」(以下、本誌)に掲載してきました。現在、上記のサービス領域の変化を捉えるために、「印刷関連サービス積算体系検討委員会」(2014年11月発足、以下、当委員会)にて議論を重ねています。また、関連サービスの専門業者への調査にも取り組んでいます。

本稿では、2015年と2016年の2年間、当委員会の第1期で議論および市場調査を実施した結果より、本号(2017年版)にて本誌に掲載することとなりました「フルフィルメントサービス」の掲載概要をお知らせします。併せて、現在「クリエイティブワーク(プランニング・プロデュース)」について議論を展開している当委員会(第2期)のこれまでの活動を報告します。



フルフィルメントサービスの掲載開始

フルフィルメントは、一般的に、商品の受注から決済に至るまでの業務全般のことを指すと理解されています。個別業務としては、商品仕分け業務、封入封緘および梱包業務、発送業務、入金管理や在庫管理業務の他、顧客管理や代金請求・決済処理業務などが対象となります。

これらのフルフィルメントサービスのうち、発送業務については、主に「封筒による発送」と「梱包による発送」に区分できますが、本誌では、制作した印刷物を封筒により発送する作業を対象に、本号(2017年版)にて料金表の掲載を開始しました(P201～202を参照)。

なお、フルフィルメントの「封筒による発送業務」については、発送対象となる印刷物や封筒などの種類および発送条件が多岐にわたり、各条件により料金水準は大きく異なることが予想されます。本誌では、発送対象となる印刷物や封筒などの種類を限定していますので、本号(2017年版)では参考情報扱いであることにご注意ください。

今後、調査を継続し、フルフィルメントの掲載内容充実を図る所存です。



クリエイティブワークの積算体系検討に向けて

現在、当委員会で議論している「クリエイティブワーク」は、顧客の課題解決を目的としたプランニング・プロデュースなどの企画系のワークおよびデザインなどを対象としています。現在、当委員会では、クリエイティブワークのワークフローを整備しています(図1参照)。

図1では、クリエイティブワーク(プランニング・プロデュース)について、「プランニングワー

ク]、「エディトリアル／グラフィックワーク」を大項目として表現しています。

「プランニングワーク」については、スケジュール計画や事前調査（リサーチ）などをプロデュース、コミュニケーション・コンセプト策定や訴求対象者（ターゲット）および伝達ツールの選定などをクリエイティブ・ディレクションとして区分しています。この「プランニングワーク」は、顧客の課題を解決するため、プロジェクトの全体構想を企画・設計するワークであるとイメージしています。

次に、「エディトリアル／グラフィックワーク」については、文章表現のコンセプト立案・編集および管理・監修などをコピー・ディレクション、視覚表現のコンセプト立案・編集および管理・監修などをアート・ディレクション、グラフィックの要素やカンパ（カンプリヘンシブ）の作成などをグラフィック・デザイン、用語・用字の統一や翻訳などを校正（内校）、付帯作業をフォトワークやイラストレーションとして区分しています。この「エディトリアル／グラフィックワーク」は、「プランニングワーク」で企画・設計した全体構想・コンセプトをベースに、コピーやアート、グラフィックなどを策定していくワークであるとイメージしています。

なお、「プランニングワーク」や「エディトリアル／グラフィックワーク」を含めたプロジェクト全体情報の管理・伝達や顧客との折衝を行うポジションを「アカウント」と表現しています。イメージとしては営業活動と捉えることができますが、プロジェクト進行に必要な不可欠なポジションだといえます。

当委員会の今後の活動について

当委員会の今期の活動では、ここまで紹介したと

おり、クリエイティブワーク（プランニング・プロデュース）のワークフローの整備に取り組みました。今後は、クリエイティブワーク（プランニング・プロデュース）のワークフローに沿って、作業項目に関連した料金（見積り）項目の設定および料金水準に影響を与える要素（メディアの種類や使用範囲、市場規模、プロジェクト期間など）の整理に取り組む予定です。

また、図1で示したクリエイティブワークのワークフローにも、さまざまな専門用語が登場していますが、今後、本誌にてクリエイティブワークの積算体系を掲載していくに当たり、本誌における用語の定義を示す必要があると考えています。

課題は山積していますが、当会では、当委員会での議論および市場調査を継続的に実施し、印刷関連サービスの積算体系構築と料金水準の把握を目指していく所存です。

これまで、当会の各種調査にご協力・ご指導くださった業界の専門家各位、さまざまなお問い合わせの中で本誌にご意見をくださった発注者各位に対し、誌上を借りて深く感謝申し上げますとともに、今後も当委員会にて活発な議論を展開していくに当たり、さらなるご指導・ご鞭撻くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

表1 当委員会の委員および出席者（順不同・敬称略）

出席者名	所属
橋本 唱一	全日本印刷工業組合連合会
山本 久喜	全日本印刷工業組合連合会
鈴木 伸一	（一社）日本グラフィックサービス工業会
藤井 建人	（公社）日本印刷技術協会
宮本 泰夫	（株）バリューマシーンインターナショナル
森脇 卓	クリエイティブ・ディレクター
益子 貴寛	（株）サイバーガーデン
橋本 鉄也	（株）ハル
高橋 秀明	全日本印刷工業組合連合会
事務局	（一財）経済調査会

クリエイティブワーク

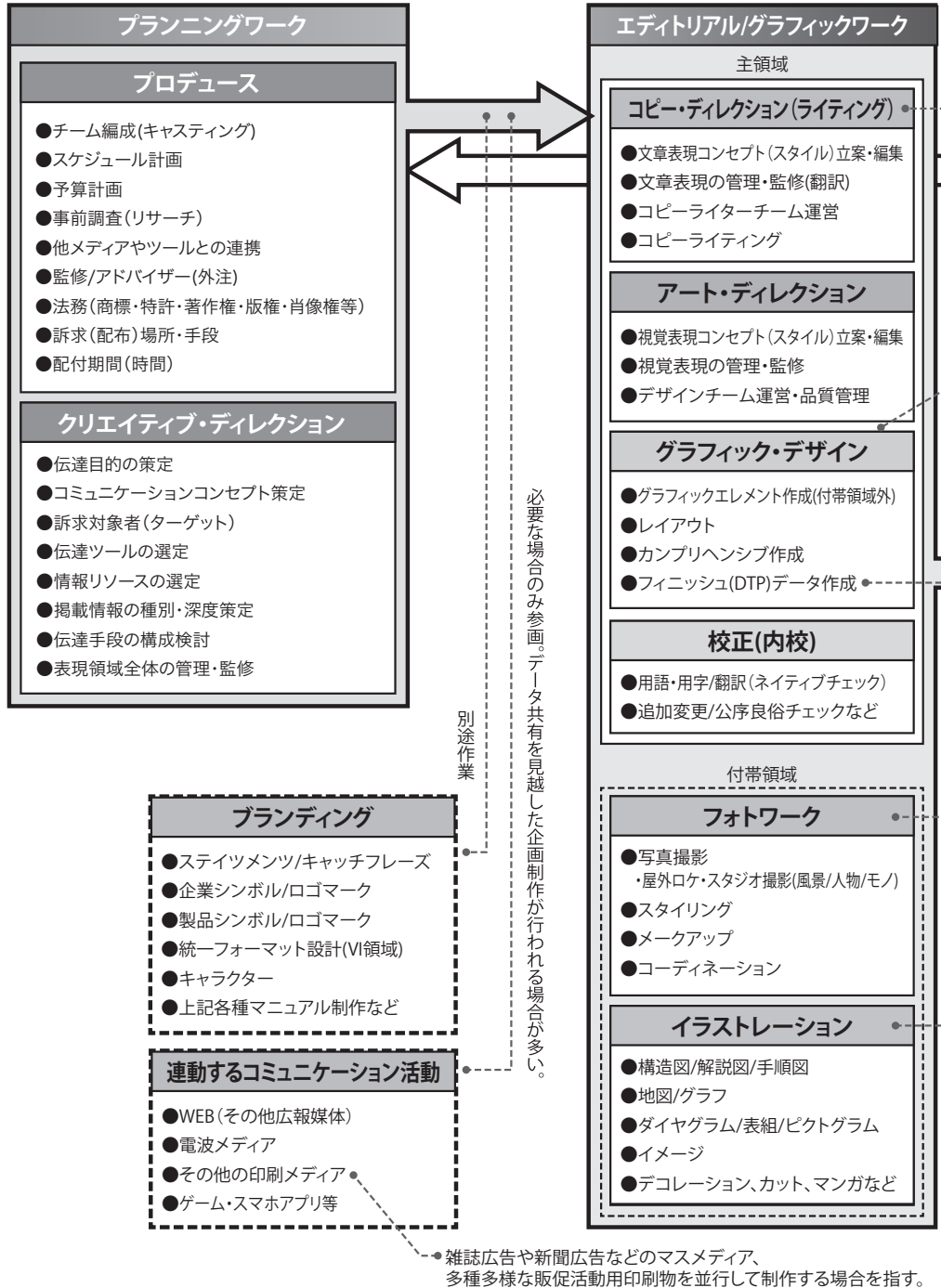
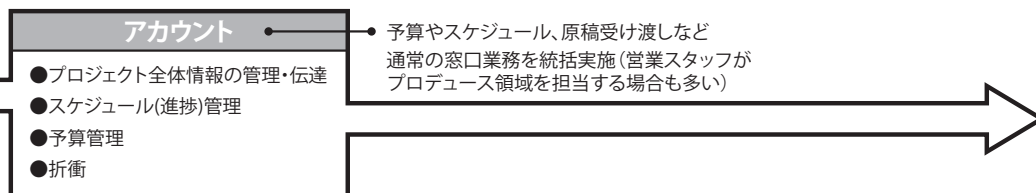
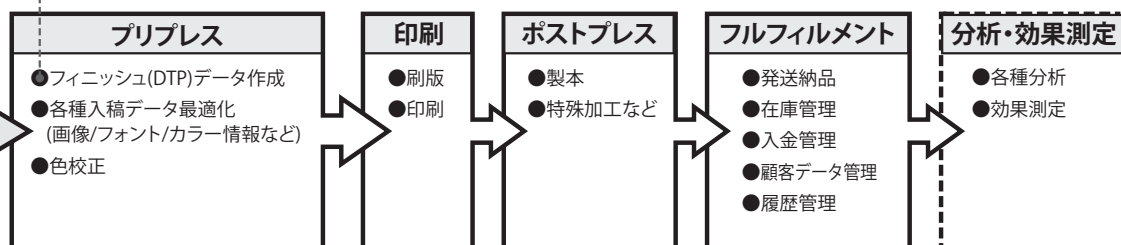


図1 クリエイティブワークのワークフロー

- コピー・ディレクターがコピーライターを兼務する機会が多いが、ページボリュームが多い場合はチーム体制を組む。専門性・学術性、芸術性が高く、著作者からの原稿提供がある場合や、既存原稿の流用となる場合など、全テキストデータが支給される場合は介在しない。



- グラフィックデザイナーはコピー・ディレクターやアート・ディレクターの指示下で作業する(但しアート・ディレクターとグラフィックデザイナーを兼務している場合も多い)。
- 印刷用のフィニッシュデータ作成については基本的に当初からデザイナーが手掛けるが、印刷会社のインフラ環境等への適性化を図るため、プリプレス工程で再調整されることが多い。



- 必要な場合のみ参加。専門性や作家性が高いなど、特殊な表現が必要な場合は外注となるケースが多い。また、データストックサービスを利用するケースも多い。

- クラウドソーシングなどマッチング(キャスティング)サービスとはワークフローが異なる場合もあり。
- 上記は新規作成を前提とした場合であり、改訂版やリサイズ版作成時、増刷時は上記とは異なる作業フローとなる。