

2017年印刷学会秋期セミナー印象記

室谷尚樹*

Naoki MUROYA*

平成29年10月13日(株)小森コーポレーション(東京都墨田区吾妻橋3-11-1)において、「もっと儲かる印刷ビジネス～ペイラインに乗せるための最新技術～」と題して、日本印刷学会による2017年秋期セミナーが開催された。印刷会社、関連メーカーなどの方々100名程のご参加をいただいた(写真1)。



写真1 会場風景

開催にあたり、秋期セミナー主査(瀧田氏)より、「今回は儲かる印刷ビジネスというテーマを掲げたが、厳しい状況が続いている業界の現状を打破できる技術的ポイントがうかがえるのではないかと期待を持っている。ご参加いただいた皆様ご自身のビジネスにおいて将来のヒントを持ち帰っていただけることを願っている。」また、『印刷革命』(約30年前の小説)を紹介され、「大切なことは、どういうビジョンを思い描いて進んでいくか、ではないか。」との挨拶があった(写真2)。



写真2 瀧田主査

1. デジタル印刷認証～デジタル印刷ビジネスの拡大に向けて～

(株)小森コーポレーション 波多野孝司氏
本年5月にスタートしたJapan Color 認証制度『デジ

タル印刷認証』の概要と「商売につながる」仕組みとしてのジャパンカラーについて解説された。

標準化ができていれば難なく取得でき、今日現在で10社が認証されているとの報告があった(写真3)。色差式は従来のCIE1976ではなくCIEDE2000を採用しているが、i1で測色した値をペー

ストするとOK/NGを判定してくれる計算用Excelシートが支給されるので心配不要。オフセット印刷に近い再現能力をアピールでき、社内コスト削減とお客様への売上増加のサイクルがまわっていくという。オフセット印刷の基準カラーの再現と言う観点から生まれた仕組みであり、デジタル印刷が本来の強みを活かしてというよりも小ロット化したオフセット印刷のピンチヒッターとして活躍している現実がある以上、発注する側も安心して発注できるだろう。マーケットのニーズにマッチングしているのかを検証し、認証のグレードアップのためデジタル印刷認証委員会は継続して活動していく模様だ。



写真3 波多野氏

2. 水性インクジェットインクの高速・高画質化技術

花王(株)テクノケミカル研究所 竹野泰陽氏

多品種少量生産の対応が可能なインクジェット印刷は、昨今の技術進歩によりオフセット印刷にせまる画質・生産性を実現しつつある。講演では、インクジェット方式による安定印刷技術について紹介された(写真4)。特に花王は高分子設計技術を元に、保存安定性(不可逆吸着・カプセル型)と吐出安定性(親水的・疎水的、ともに安定分散できる技術)に着目し、高速吐出安定技術と低吸液メディアでの高画質技術により、高速印刷と、従来から課題とされてきたコート紙印刷において高画質化を達成した。



写真4 竹野氏

また、カプセル型は従来型よりも印刷物のリサイクル性

* ハイデルベルグ・ジャパン(株)カスタマーサポート本部
(〒140-0002 東京都品川区東品川3-31-8)

においてすぐれている事にも言及された。コアコンピタンスを活かした製品戦略を実現されていると感じた。

3. 明日の利益に貢献する省資源印刷

富士フィルムグローバルグラフィックシステムズ (株)
海老塚健史氏

オフセット印刷において省資源の余地がまだまだあるという講演をいただいた (写真 5)。

省資源の始め方としてはダイエットと同じでまずは現状把握から。SEE 情報収集, THINK 情報分析と課題発掘, PLAN 達成シナリオ策定, DO 断行/やり抜く, というプロセスで実行することが大切である。特に SEE と THINK がその後のプロセスを決定づける最初の根幹となる活動であるために非常に大事であるが, その後の PLAN を経て, 最後は DO 断行/やり抜かれるかという点が多くの子会社で必ず直面する壁であるように感じた。この様な取り組みの多くはプロセスの途中で多くの「出来ない理由」に直面しその壁を乗り越えられずに道半ばにして頓挫してしまうことも多い。そんな時に関係者全員が「この取り組みは何のために行っているのか」を振り返られるということ, つまり「省資源の先にある収益性改善のために行っている」ということに全員が立ち戻れることが重要であるように感じた。



写真 5 海老塚氏

4. デジタル×パッケージ～Webでパッケージを販売する新規事業 (ハコプレ事業) の立ち上げ事例～

(株) 共進ペーパー&パッケージ 鍛冶川和広氏

Hacoplay 事業を立ち上げた背景から, 新規事業立ち上げのポイント, 今後の戦略についての講演をいただいた (写真 6)。

背景としては「デジタル化した世界で我々は何をしたらよいのか?」という問いから始まった事業であったようだ。この問いは多くの会社が抱く共通のものであると思うが, 今の現実を見据えて数々のトライ&エラーを繰り返してこられたことが非常に面白い。デジタルネイティブの増加, データ通信の更なる大容量化と高速化という現実を象徴するものの一つとして, 魔法のビデオエディター (Magistro) アプリで作ったプロモーションビデオは2分で制作した, というエピソードも面白い。将来は子供が Café から入稿してくる時代になるとの近未来予測もあった。人口が3割減る未来では圧倒的なシェアが必要であり, そのためには新市場が必要だと考え, 徹底的にマーケット調査をされてきた。品質アンケートを行った際にウソのような結果だが画質についてオフセットの評価が低かった



写真 6 鍛冶川氏

というエピソードが印象的だ。プロフィットラインに乗せること, 4年で設備を償却しなければならないことなど, 様々な課題を熟慮した結果「アイデアと営業力」に頼ることは実は持続性において難しい, なぜなら瞬間風速はあるがすぐに飽きられてしまうからだという。ビジネスとしての成立に欠かせない条件として至った結論は小ロットのパッケージを安く作る, 仕事をたくさん集めることだという。今後はフランチャイズパートナーを募り, 海外進出を考えている。デジタル化は地域の壁を壊しつつあることから従前とは異なった展開を期待できるのではないだろうかと感じた。最後に「5年やってペイラインにのった。5年やって続けているということが今日お話しできることなのかな。」というコメントからは, 経験と実績から生まれた非常に面白い納得感がある講演であった理由をうかがうことができた。

5. ペイラインに乗せるための最新印刷技術とサービスマodel

(株) グーフ 岡本幸憲氏

グーフ社は供給側と需要側を結びつけるエコシステムを構築することが事業のメインであり事業の設計企画全般にわたってビジネス展開しているが, 知的財産の保護の面で公表ができないことが多々あり, 目途がたてば資料をご提供できるということであった (写真 7)。岡本氏が米国在住時に



写真 7 岡本氏

eLearning 会社の上場に携わっていた頃の経験談は面白かった。受講者がいかに習得度を上げられるかが KPI である。出来る子はちゃんとアクセスするので, むしろ出来ない子をいかに伸ばすかが本質であり, アクセスポイント間で補習教材を紙ベースで提供した結果, 物凄く効果がでたというエピソードをご紹介いただいた。デジタルとアナログを組み合わせると効果は上げられるのか? デジタルとアナログ両方を組み合わせた施策を推進した場合デジタルは 60.8% 上がりアナログは 68.2% 上がった。どちらか一方のみの施策を推進した場合はデジタルが 31.0%, アナログが 47.9% という結果と比較して両方を組み合わせた場合に効果が高いことが判明したという。

10代からデジタル環境に馴染んだ初の世代である Millennials 世代 (1980 年前後から 2005 年頃にかけて生まれた世代) は 77% が紙に注目しており, 87% は email よりも紙をもらいたいという調査結果が面白いが, この世代は紙を信頼し行動喚起していてデジタルの本質を分かっているのかもしれない。カート落ち (お客様が商品を選択し, ショッピングカートに入れたにもかかわらず, 途中で買い物を中断してしまうことを表し, その比率は一般のネットショップで 70% 近くもあると言われている。)

したものに着目したビジネスを展開している Hatteras という印刷会社(米国)の話も面白かった。EC サイトでカート落ちしたものを DM にしてその人に送るサービスで、「カート落ちしたよね? 戻ってこない? でもどうせ戻ってくるならこれもどう?」というアプローチを行っている。これが紙であることが大事であり Millennials の特性を捉えている。グーフ社は工場のシステムとお客様&消費者の動きをブリッジしオンタイムに回すことができることが大切であることから、デジタルトランスフォーメーションに持って行くという展望だ。

6. インクジェット比較文化論～「日本」×「商業印刷」以外のインクジェット化の今日～

大野インクジェットコンサルティング 大野彰得氏

インクジェットは応用力に富んだ技術であり世界の至る所で応用が急速に進みつつある。インクジェットが起こしつつある革命は日本の商業印刷業界にとって学ぶことがあるのではないかという講演であった(写真8)。講演ではまずセラミック業界でなぜインク



写真8 大野氏

ジェットが一気に普及したのかについて紹介があり、続いてテキスタイル業界で逆になぜ普及しなかったのか、また、テキスタイル業界で起こりつつあることについて具体的な事例を交えてご紹介された。

セラミックはまず粘土板を作って焼くことから始まる。素焼きした粘土板にスクリーン印刷の手法でプリントしたい模様を付けた後に釉薬を付けてもう一度焼き、表面を磨いていくのが従前のやり方。しかしこのプリント工程で接触によって板が割れてしまうことがありこれがヤレとなっていた。インクジェット化によって非接触プリントが可能になり、コストダウンのみならず、デザインの自由度が増すことで付加価値も向上したという。しかしこれが普及の理由ではないという点が面白い。直ぐに欠けてしまうセラミックへのプリントはこの工程だけを外注に出すことができないためメリットをすべて取り込むことが可能であり、インクジェット化に向けた意思決定がシンプルで、利害の綱引きが無かったことが大きな理由なのだという。反対にテキスタイルプリント業界は実は巨大な繊維産業の一部であり、川上から川下まで分業されていて、利害が複雑でかつリーダーが不在という状況下ではインクジェット導入のメリットを誰が享受するのかが不明となりやすく劇的な変化が起こらなかった。産業全体としてはインクジェット導入のメリットは明確であるにもかかわらず、である。しかしそのような業界でも昨今は垂直統合を進めた結果メリットを一社で享受している事例も出てきている。欧州の Fast Fashion ではバーチャル垂直統合の発想でメ

リットを関係企業でシェアするリーダーシップも発揮されつつある。(事例として、カスタマイズテキスタイルプリントサービスの Spoonflower, merch by Amazon, Kornit+Amazon, Flyeralarm, SEWBO などの紹介があった。)

従前の固定費構造をそのままに置き換えるのではなく、垂直統合型のように固定費の構造そのものを置き換えることに成功のパターンがあるという点が日本の印刷業界にとっても大きなヒントであるように感じる。

7. Landa の最新動向～ drupa 2016 からの変遷～

(株)小森コーポレーション 吉川武志氏

drupa2016 でも最大の集客を記録した Landa ブース、その技術が drupa 以降にどのように発展を遂げているのか? 今年9月から始まった LandaS10 のベータテストの状況はどうなっているのか? 今後の計画について最新情報を紹介された(写真9)。



写真9 吉川氏

Nano 顔料を用いた Nanography という独特な印刷手法についてはすでに多くの技術情報が公開されているが、中でも興味深かったのは Landa CMYK は Pantone の 84% を、Landa CMYK+OGB は 96% をカバーし、オフセットの CMYK よりも 50% 広い色域をカバーするのではや特色は必要ではない、というお話であった。Landa が狙う市場の中でも多くのシェアを占めるラベル、パッケージの領域では有名ブランド(Heineken, BURGER KING, CocaCola, TIFFANY, GE, FedEx など)の例をみると刺激的な Pantone Colors が使われているという。また、両面印刷機構の技術情報として、印象的だったものを挙げておきたい。S10P は両面機だがブランケットは1つなので表裏両方の絵柄が同じブランケットに乗せられるため表面印刷用の圧胴が動いて裏面用のインキ絵柄をかわす機構になっている。その後裏面印刷用の圧胴が裏面用インキ絵柄を紙に転写する。

このようにオフセット印刷の世界を変革するというほどの特異性をもった Landa であるが 2017 年における世界での S10 ベータカスタマーについて数社の紹介があった。イスラエルの Graphica Betzalel は7月に導入され9月12日に業界顧客、報道、投資家を対象としたイベントを開催。米国の IMAGINE PRINT SOLUTIONS は11月に、ドイツの Edlmann は12月に導入予定のとのことである。また、BASF と Landa Labs は自動車塗装のための Nano 顔料の製造に関する提携を行った。業界の垣根を越えて話題を提供されている Landa には今後も注目していきたい。