

# HP Indigo デジタル印刷機をソリューション提供の核として オフセット印刷との真の融合を図る



## デジタル印刷で顧客の視点に立ったソリューションを提供

不二印刷株式会社は 1933 年（昭和 8 年）に創業、従業員 145 名（グループ全体で 175 名）でカタログ、パンフレット、チラシなどの企画・デザインから制作・印刷までを手がける中堅印刷会社である。グラフィックデザインや制作業務を強みとし、また、創業から一貫してオフセット輪転機を中心に高品位な商業印刷物の製造を担ってきた。一方で、1999 年（平成 11 年）にはデジタルカメラスタジオを新設するなど、デジタル化への対応も意欲的に行ってきた。

デジタル印刷機のフラッグシップとなる HP Indigo 3500 デジタル印刷機の導入は 2007 年（平成 19 年）である。その背景にあった想いを井戸剛社長は次のように語っている。「デジタル印刷機導入の原点にあったのは、顧客に対する自社のソリューション不足を感じていたからです。オフセット輪転で培ってきた「印刷」の技術はプロセス全体の一部であり、その前後にあるデータ処理や後加工などのプロセスや、ノウハウを活かすことが重要であると考えていました。それらを活かしたソリューション提供型の印刷会社になるためのツールとしてデジタル印刷機があったわけです。」

このようにして、不二印刷株式会社は、デジタル印刷を武器として、顧客に対して「品質の良い印刷物」ということだけではなく、ソリューション提供を前面に出した「売れる印刷物」を提供する印刷会社となることを目指してきた。

## ターゲットを商業印刷市場に特化させオフセット印刷との融合を目指す

デジタル印刷機を利用したビジネスのターゲットとして、井戸社長は当初、商業印刷市場とフォト（写真）市場の 2 つの方向性を考えていたと話す。当然ながら商業印刷市場は既存顧客の市場であり、フォト市場は新規参入となる。

ここで井戸社長の出した結論は、ターゲットを既存顧客に絞り込み、オフセット印刷とデジタル印刷の真の融合を目指すという決断だった。

「これまでビジネスの主戦場としてきたのは商業印刷市場であり、デジタル印刷機導入の目的は既存市場へのソリューション提供であったという原点からも、我々がまず取り組むべきことは、既存顧客に絞り込んでビジネスを組み立てていくことであると考えています。例えば改編が年に 1 回しかないカタログなどは、初回の印刷ロットが読めないわけです。そういった場合には必要最低限での適正ロットで印刷を行い、その後は小ロットでの増刷を行っていくことで在庫を最小化できます。既存顧客に対して、これまでできなかった提案なども積極的にいけるわけです。」（井戸社長）



不二印刷株式会社  
代表取締役社長 井戸 剛氏



#### チャレンジ

オフセット輪転を中心とした高品質な印刷物の提供から、オフセット印刷とデジタル印刷の真の融合を目指したデジタル印刷ビジネスへのシフトを積極的に推し進め、印刷物の付加価値創造に邁進する。人材育成を含めたビジネス環境の整備にも取り組む。

#### ソリューション

- ・ HP Indigo 3500 デジタル印刷機
- ・ HP Indigo 5500 デジタル印刷機
- ・ Press-sense iWay
- ・ Direct Smile

#### 結果

- ・ Web to Print を中心として、可変印刷ジョブを数多く手がけるほか、オンデマンド出版ビジネスにも参入
- ・ HP Digital Award 2010 金賞、第 8 回アジア・プリント・アワード 2010 銀賞受賞
- ・ 2010 年（平成 22 年）11 月 1 日毎日放送「ちんぷいぷい」でネームインフォカレンダーが紹介される

オフセット印刷にはオフセット印刷の良さがある。しかしながらデジタル印刷と融合させることで、これまで気付くことができなかった顧客ニーズを把握することができ、そこから新たなソリューションの提案が可能となるのである。

#### 品質の高さを参入障壁として捉えた HP Indigo デジタル印刷機の選択

デジタル印刷機の機種選定のポイントとなったのは「品質」であった。もちろんオフセット印刷との融合を目指し、既存商業印刷市場の顧客に対するサービスを行う上で、品質は欠くことのできない要素はあるが、井戸社長はそれだけではなく、次のように話す。「品質を最大のポイントとしたのは、同業他社からの参入障壁がなくてはならないと考えたからです。それも、圧倒的な品質差を求めてきました。その結果が HP Indigo デジタル印刷機だったわけです。」

また、デジタル印刷におけるソリューション提供の鍵は印刷の前後にあると考え、機器導入の3年以上前から前処理としての Web to Print やバリエーション印刷技術などについて様々な調査を行ってきた。また、後処理についても PUR を利用した製本機を導入している。デジタル印刷機を選択においては、最終的に自ら米国に渡り、数多くのデジタル印刷機のユーザーを見学し、ハードウェア、ソフトウェアメーカーとの協議を行った。その結果、品質と、印刷の前後の各種ソフトウェア・ハードウェアとの親和性という面から井戸社長が出した結論は HP Indigo デジタル印刷機しかないというものであった。

#### "売れる印刷物" を作る

不二印刷におけるデジタル印刷ビジネスは、商業印刷市場の既存顧客に対するオフセット印刷との融合を目的としたビジネスから、新たなステージへとステップアップしている。現在、HP Indigo デジタル印刷機によるデジタル印刷ビジネスは、そのほとんどが可変印刷（バリエーション）ジョ

ブとなっている。これは、既存顧客からの受注と新規案件を除き、単純小ロット印刷は引き受けないということをし、事業方針として徹底して行っているためである。印刷の「前後」にあるソリューションとの融合により、本来の意味でのデジタル印刷技術を活かしたビジネスへと突き進むための第一歩となっている。その結果、様々な差し替え要素が定義された印刷物の受注を得ることができ、また Web サイトで Web to Print ビジネスが立ち上がった。2010 年（平成 22 年）には HP Digital Print Award 金賞および、第 8 回アジア・プリント・アワード銀賞を受賞し、また同年には HP Indigo 5500 デジタル印刷機が導入された。

また井戸社長は、「売れる印刷物」を作るデジタル印刷ビジネスとしていくことが、更なるステップアップであると言う。「売れる印刷物」というのは、印刷物の価格がコストの積算で決められるのではなく、その利用価値により決められるということです。そのためには、印刷物を発注されるお客様に、その印刷物がどういった価値をもち、効果を生み出すかということを説明し、理解していただくなくてはなりません。つまり、印刷物をコストとするのではなく、投資として捉えていただき、そこから得られる効果（リターン）を明確にすることで投資の大きさを決めていくといった ROI（Return on Investment）の考え方が価格に反映されることが重要であると考えています。」（井戸社長）これこそが印刷物の付加価値であり、デジタル印刷ビジネスにおいて追求していくべきポイントなのである。

こうしたビジネスの土台を作るため、井戸社長が中心となった社内の人材育成にも積極的に取り組んでいる。知識やノウハウの共有を進めるために事例発表などを行い、新たな評価尺度や評価制度の導入を行っている。こうした新たなステップに進むことができることも、HP Indigo デジタル印刷機という武器を持つことができたためであると井戸社長は語る。今後のさらなるビジネス拡大には大きな注目が集まっている。

詳細は HP のホームページをご覧ください。

ホームページ：<http://www.hp.com/jp/>

不二印刷株式会社 Fujii Printing Co., Ltd.  
〒530-0054 大阪市北区南森町1-2-28 TEL：06-6365-8081 FAX：06-6360-2166  
URL <http://www.fujiiprinting.com/>

©2011 Hewlett-Packard Development Company  
日本ヒューレット・パカード株式会社  
東京都杉並区高井戸東 3-29-21  
Tel: 03-3335-8370  
Fax: 03-3335-6531

