

「儲かるデジタル活用術」

(株)アイジェット 代表取締役社長 久米原勝氏

1月27、28日にベルサール西新宿で開催された「SurePress L-4033A 特別内覧会」(エプソン販売主催)セミナーのレポート第2回は、(株)アイジェット社長、久米原勝氏の講演内容を紹介します。同氏は08年まで、横浜巧芸(久米原照美社長)において業界をリードするデジタル印刷の基礎を構築。09年からは、久米原照美社長が新たな戦略に基づく舵を切っている。当日は、久米原氏の講演に続いて、ラベル新聞社の進行により、デジタル印刷機導入当時の体験談や、そこから得た企業成長の糧などについてのQ&Aセッションを展開。会場では、1号機のHPインディゴ「ws4000」に加え、今年新たにHPインディゴの最上位機種「WS6000」と、エプソンのインクジェットデジタル印刷機「SurePress」を導入するリーディング企業の内容に、熱心に耳を傾ける姿が多く見られ、質疑応答も活発に交わされた。



講演から

横浜巧芸は、2004年にヒューレット・パカード社製のデジタル印刷機 HP インディゴ「ws4000」を導入し展開してきた。今年2月には、同「WS6000」とエプソン社製「SurePress L-4033A」を追加導入する計画で、今後は、3台のデジタル印刷機を運用していく。

04年にHPインディゴ機を選択した背景には、3つの要因があった。1つには、当時、高品質印刷という付加価値が低下してきていたことが挙げられる。デジタル機を導入する以前は、アナログ機でとにかくきれいな印刷物を刷ることに注力していた。しかし、どんなに高品質な印刷物であったとしても、それが当たり前となり、クライアントに高い値段で買っていただけな環境になった。そのため、デジタル印刷機で平均点のものを供給した方が、製造コストも低減できると考えた。

2つめに、受注型企業から提案型への転換を図るという目的があった。御用聞き営業では今後厳しくなるといわれる中で、デジタル印刷という大きな革命に出会い、提案型ビジネスにチャレンジする機会を得ることができた。提案型営業には商品開発が欠かせないが、アナログ機ではスピード

が足りない。デジタルは、アイデアをすぐ形にできると思った。

3つめは、人の問題だ。アナログ機は、オペレーターのスキルに依存する部分が多く、品質が安定しない。また、アナログ機はなんでも実現できるが、一方で調整要素も多く、結果、ヒューマンエラーが多い。この点、デジタル印刷機は真逆だ。横浜巧芸では、これら3つの背景から、デジタル印刷にチャレンジすることとなった。

導入後は、トラブルが多発し、週に1度はメンテナンスを依頼する状況だった。また、当時のHPインディゴ機では、色を安定させることが難しく、導入前の試算よりコストがかかった。その大きな要因としては、日本は世界一品質が厳しく、顧客の品質要求に合わせるために消耗品を頻繁に交換する必要があったからだ。現在は、コピー機同様クリックチャージ方式となり、ページあたりの課金制であるためコストは安定している。

導入後、多くの苦労を経験したが、とにかくなんでもデジタル印刷機でやってみようという姿勢で取り組んだ。デジタル印刷に優位性があるかどうかは、仕事を試してみないとわからないため、少しでもデジタル印刷機でできそうなことは、極力デジタルで取り組むようにした。

Q&Aセッションから

—導入当初、いろんなお仕事を試されたということですが、具体的には

「もともとは、小ロット多品種の粘着ラベルを中心に展開する予定でしたが、結果としては、10万枚や20万枚といった大ロットの仕事でも、デジタル印刷機で試してみました。また、粘着だけでなく、インモールドラベルや可変情報の入った両面印刷のカードなど、従来外注に出していたオフセット印刷や、スクリーンで印刷するラベルなど、とにかく何でも試してみました」

—粘着ラベルでは、どのようなラベルをテストされましたか

「当時、凸版輪転機でデザイン部分を印刷した上に、シリアルナンバーを熱転写プリンタで印刷する仕事を多く手がけており、デジタル印刷なら一工程で終わるのでと考えていました。デジタル印刷機はパフォーマンスが高いため、このような仕事だけではもったいないのですが、当時は、ワンツーマーケティングで、個の需要が増えている状況でしたから、このような仕事はどんどん増えていくと思っていました」

—顧客の反応は

「なんでもかんでもやってみたことによって、多くの顧客に喜ばれました。導入当初は、自分がどう儲けるかということよりも、まず、既存、新規の顧客にどうメリットを提供できるかを最優先に考えていました。デジタル印刷で、あれもこれもできるということを提案した結果、多くの顧客に話を聞いてもらえ、また喜んでもらうことができたのは大きかったです」

大ロットもデジタルで

—導入後最初の仕事は

「化粧品関係のPOPラベルでした。白の淡いグラデーションが入っているデザインで、ロットも1アイテム50万枚のものが5アイテム以上ありました。ボリュームとしては、凸輪転機向けの仕事でしたが、印刷の仕上がりを考えると、デザイン面でグラデーションを短くするのをお願いしなければならなかった。そこでデジタル印刷機で校正刷りを出してみたところ、顧客データのとおり印刷できることが評価され、見積もりを出すことになりました。アナログ機より高い見積もりでしたが、それでもやろうとクライアントが言って下さり、合計300万枚

の仕事になりました。3×4cmのものを300万枚でしたので、1週間から10日間はかかりました。アナログだったら2日間で終わる仕事です。しかし、顧客に後押しされて実現したこともあり、大きな自信になりました」

—よく言われているデジタルとアナログの損益分岐点をまったく度外視している形ですね

「デジタルでも大ロットの見積もりが通ったので、定説ばかりではないなと感じました。その後も、損益分岐点を特に設けず、その印刷物がデジタル向きかそうでないかというところを見て、両方の見積もりを出すことが多くなりました」

提案型営業へ転換

—導入時は、本当に多くの苦労があったのでは

「当初はトラブルが続いたため、機械を購入したことで自分が失敗かもしれないと考えた時もありました(笑)。導入するにはちょっと早すぎたかな、とも思いましたが、営業形態の変化など、リードタイムに得たものは大きかったです」

—営業形態の転換は本当に難しいと思いませんか

「当時は、営業部がきちんと存在し、営業部が何人もいるというような組織ではなく、新規開拓をしようと電話でラベル印刷会社だと名乗っても、誰も会ってくれない状況でした。しかし、デジタルの提案をしたと言った反応が良くなり、あちこちに訪問することができました。例えば、在庫の問題を抱えている顧客に、3カ月、6カ月分の一括発注を1カ月単位の納品で同じ価格で対応すると提案したら、喜んで会っていただけました。デジタルでの印刷物を売らなければならぬと必死に営業活動しているうちに、自然と社内全体が提案型スタイルに変わっていたのです」

—社員のモチベーションも上がってきた…

「営業は、顧客に話を聞いてもらえることが喜び。デジタル導入前は、電話で話を聞いてもらえる機会が少なく、モチベーションも上がりにくかったです。デジタル機導入後は、多くの顧客に話を聞いてもらえるようになり、自然と社員のやる気も満ちてきました。提案内容は、デジタルであろうとアナログであろうと、要は顧客が実現したいことを実現できれば良いわけです。デジタルでは、それが比較的実現しやすかったということ。顧客の抱える問題は、まだまだ多い。特に在庫の問題は大きく、在庫を多く持つと廃棄も多く利益減にもつながってしまいます」



Q&Aセッションでは導入当時の様子が語られた

—アナログとデジタルの使い分けは

「特になく、当時はリピートが何回あるかを判断基準にしていました。今回10万枚作るということだけでなく、このラベルを使う商品が、今後どのぐらいの販売計画があるかなど、マーケティングリサーチも重要と考えたのです。直接受注が増えたことで、どのようにラベルが使われるのかを顧客に聞く機会が増え、ラベルが採用される背景を知ることができるようになりました。このラベルが貼付される商品は、大手チェーンの全国展開なのか、それとも地域限定販売なのか、販売エリアを把握することも非常に重要です」

—ランニングコストはどのよう

「インク代など単体をとらえるとデジタルは高いと思います。ただ、人件費などを見ると、輪転機ではオペレーターを育成するのに勘の良い人でも1年近く、そうでなければもっとかかりますが、デジタルの場合は新卒でも3カ月で立派なオペレーターになれる。全体のコストを考えると、インク代が高いとは思わないです」

企業を成長させるためのデジタル

—アナログからデジタルへの仕事の置き換えは

「あまりなかったです。デジタルを導入する目的は、生産効率を良くするのではなく、新たな商圏獲得による売り上げ増を狙っていました。しかし、当時、デジタル印刷のネットワーク構築ができていなかったため、機械が故障すると、納期が迫っているのに外注できるところがなく、厳しかったです。それが、今回デジタル機を増設する要因にもなっているのだと思います。今後は、デジタル印刷機のネットワーク作りも重要になってくるのではないのでしょうか。その点、インクジェットのデジタル印刷機は色が安定し

ているため、プロフィールをきちんとすれば、ネットワークがかなり有効活用できると思います。デジタルの仕事も、集中したりそうでなかったりするため、仕事をシェアしていくことも重要だと思います」

—インクジェットは、基材のプレコートも必要ないですね

「その点、インクジェットは非常に注目すべきところで、いずれはインクジェットが市場の中心になると考えています。機構がシンプルで、色再現が安定しており、機械が安価な設定になっている。印刷機は、シンプルであればあるほど、再現性に安定感があります。生産性が問題視されていますが、デジタル環境の進化に限界はないと考えているので、今後は時間の問題で解決されていくでしょう」

—デジタルに向いている仕事は

「やはり、小ロット多品種は向いています。1種類100万枚と100種類1万枚は、結果同じ100万枚。実際に、100種類1万枚の仕事をやりたいという顧客もいました。また、初回発注は20万枚だが、今後は1万枚に減る仕事を同じ単価で対応してほしいという要望もありました。完全に同価格での対応は難しいですが、デジタルだと比較的実現しやすい。顧客から多くの要求が寄せられたことで、実際に仕事をしながらいろんな勉強をさせていただくことができました」

—今後、ラベル業界とデジタル印刷の関係はどのようになるとお考えですか

「ラベル業界は今まさに、凸版間欠機か、デジタル機かという設備投資計画の岐路にあると思います。すでに間欠機をお持ちで、もう1台を考えているなら、絶対デジタルが良いと思います。それぞれ守備範囲が全く異なるため、仕事のバリエーションが広がります。積極的に売り上げアップを狙うのなら、なおさらです。顧客には困っていることがまだまだ多くあるのに、印刷業界は解決できていないことが多い。新商品開発も大事ですが、顧客がお困りのことを解決する手法をまず突き詰め、それを実現するために何を導入していくかということを考えていくべきではないでしょうか」

エプソン「SurePress」内覧会

デジタル印刷機活用セミナー「ビューロー」②

デジタル印刷が、変わる。 エプソンが、変える。 ラベル印刷機新時代が、ここから始まる。



EPSON
EXCEED YOUR VISION

小ロットラベル印刷のニーズに、「SurePress」が、短納期と経済性でお応えします。

これまでアナログ印刷機では対応が難しかった小ロットラベル印刷のニーズに、エプソンからの回答です。デジタルならではの効率的なワークフローと高速多面付、そしてデジタル印刷機の常識を一新する低インク・ランニングコストで、短納期と経済性を両立。ラベル印刷新時代を告げるデジタル印刷機「シュアプレス」。デジタルラベル印刷の世界に、いよいよ、デビュー。

Inkjet Digital Label Press
SurePress L-4033A