オフセット印刷会社からデジタル印刷会社へ

商印向け枚葉IJデジタルプレス Jet Press 720S 導入事例

印刷ビジネスに新概念を

「B2バリアブル」の価値訴求へ

「マーケティング×デジタル×紙」―デジタル技術への積極投資で印刷物製造工程における標準化・自動化を推し進める兵田印刷工芸㈱（兵庫県西宮市笠屋町3―16、兵田好雄社長）は昨年9月、富士フイルムの商業印刷向け枚葉インクジェットデジタルプレス「Jet Press 720S」を導入するとともに、オフセット印刷部門を撤廃。「完全デジタル印刷会社」へと変貌を遂げた同社は、Jet Pressが生み出す「B2バリアブル」という「価値」を訴求することで、新たな印刷需要創出に乗り出している。

兵田印刷工芸

兵田 社長

設備投資は「社員教育」

同社の創業は1966年。阪神間の中心に位置する西宮市において、事務用印刷物をメインに手掛ける印刷会社として起業した同社だが、兵田社長が代表に就任した2000年頃を契機に商業印刷分野へとその事業領域を拡大。当時、阪神・淡路大震災の爪痕が未だに残る兵庫の地において、地域密着型の印刷ビジネスを展開することで、その地域復興とともに成長を遂げてきた。

そんな同社がデジタル武装を身に纏った印刷会社としてその地位を確立した背景には、「先進技術への積極投資」という企業ポリシーがあった。なかでも同社のターニングポイントとなったのが、2009年の「JDF自動運用開始」である。印刷業に特化した基幹業務管理システム「プリントサピエンス」とハイデルベルグのワークフロー「プリネクト」の連携により、2台の4色機と断裁機をJDFで自動運用。当時は、先進事例として多くの見学者を受け入れたという。

そして2014年10月に4色機1台を廃棄し、8色機と富士ゼロックスのオンデマンド印刷機「Color1000Press」を導入。ここから同社の「デジタル印刷会社化構想」がスタートする。

この段階において8色機を導入した理由について兵田社長は、「直需のみの当社にとって8色機は明らかにオーバースペック。しかし、その狙いは残業ゼロ化にあった」と説明する。当時現場の月当たりの残業時間は平均で5～6時間。これでもかなり少ない方だが、8色機導入後は1～2時間に減少。そこで生まれた余剰労働力を「人間力の向上」に費やすことを社員に推奨してきたという。まさに、いま印刷会社が目指すべき「働き方改革」のひとつの形ではないだろうか。

「設備投資は『社員教育』である。会社組織の中で通用する社会人としてのスキルを磨く時間を社員に提供する。そのために設備投資を実施する。多能工化を含め、どこの会社に勤めても自ら考えて仕事ができる人材づくりを目指している」（兵田社長）

2年前倒しの決断

「デジタル印刷会社化構想」の流れはさらに加速する。2016年に4色機を廃棄し、富士ゼロックスのオンデマンド印刷機「Versant 3100 Press」を2台導入。学校や学習塾などの教育機関をメインクライアントに持つ同社にとって、少子化にともなう印刷物の小ロット化・パーソナライズ化への対応は「待ったなし」の状況にあった。

この段階では、8色機1台、オンデマンド印刷機3台によるハイブリッド運用となったわけだが、1000～5000部をターゲットにしてきた菊半サイズの8色機の戦闘力は徐々に低下。印刷通販の隆盛などを背景に稼働率も落ちていく。

そこで2018年9月、兵田社長は社運を賭けた大きな決断を下す。8色機を廃棄して、富士フイルムの商業印刷向け枚葉インクジェットデジタルプレス「Jet Press 720S」（以下「Jet Press」）を導入。「完全デジタル印刷体制」へと踏み切った。

この思い切った決断を後押ししたひとつのきっかけとなったのが印刷機オペレータの突然の退職であった。「新たにオペレータを育成するには最低でも1年以上はかかる。そこで、2年後に計画していた『デジタル印刷会社化』を前倒しすることを決めた」

「Jet Press」は、B2サイズ（最大用紙サイズ：750×53 2ミリ）用紙に1回の走査で描画するシングルパス方式での高速印刷で、毎時2700枚（A4換算で毎分180枚）という高い生産性を発揮するデジタルプレスである。プリントヘッドには高精度で安定した吐出を実現する「SAMBA」ヘッド、インクは広色域の水性顔料インク「VIVIDIA」を使用し、用紙上での打滴のにじみを抑える「Rapic（ラピック）技術」により、さまざまな印刷用紙にシャープで階調豊かな画像を描出する。「Jet Press」シリーズは、日本・欧米を中心に導入が進み、これまでに世界で累計150台以上の導入実績がある。

機種選択において兵田社長は「品質面および操作性において不安はなく、迷いもなかった」と振り返る。それ以上に「B2サイズのバリアブル印刷」という新たな市場性に大きな可能性を感じていたようだ。

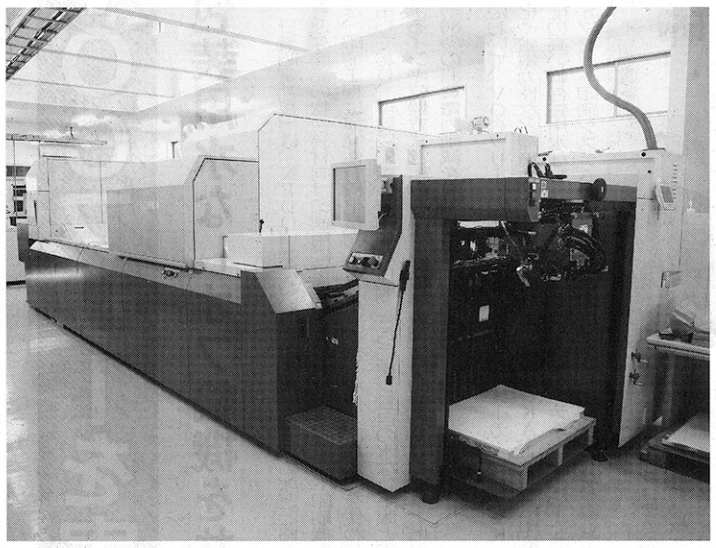
改めて、Jet Pressの品質についての評価を聞いてみた。

「階調性や高色域、高解像度は言うまでもないが、濃度ムラのない色べタの表現や、版ズレのない毛抜き合わせについては、これまでオフセット印刷を前提として制限されてきたデザインに幅が広がり、クリエイティビティに貢献するものだ」（兵田社長）

昨年末には、自動無線綴機およびオンデマンドトリマーを導入し、オンデマンド印刷の後加工を内製化。標準化と一貫設備による生産性向上を追求する3台の「オンデマンド印刷体制」と、これからの印刷ビジネスを創造する「Jet Press」という、2系統のデジタル印刷ビジネスを走らせている。

並列に配置された Versant 3100 Press

昨年末に導入した自動無線綴機とオンデマンドトリマー


「B2 バリアブル」という「価値」の訴求を担う Jet Press 720S

印刷物はおまけ？

Jet Press導入の狙いは、デジタル印刷の真骨頂とも言えるバリアブル印刷をB2サイズで提供できるという「印刷ビジネスにおける新たな概念の創造」にある。

「Jet Pressの品質はオフセット印刷以上だ。しかし、我々がクライアントに訴求するのはその部分ではなく、『B2バリアブル』といういままでになかった価値である」（兵田社長）

その考え方をひとつの形として商品化したのが、ストーリー仕立ての連続ポスター「レンポス」だ。

これは、動画や映像では伝えることのできない瞬間をストーリー仕立てのポスターとして提供するもの。駅などでまったく同じ内容のポスターを連続的に貼っている広告をよく目にするが、これをストーリー性のある内容で1枚ずつ連続性を持たせ、パラパラ漫画のように表現すればインパクトの高い訴求力が生まれる。同社では、Jet Pressによる B2バリアブル印刷によって、大判インクジェット機の1／3、オフセット印刷機の1／20のコストで提供できるとしている。

また、アプリ開発にも注力する同社では、クロスメディアにおけるJet Pressの優位性もアピールしている。

そこで生まれた商品が「ターゲッティング可変印刷」だ。

これは、B2サイズのバリアブル大型ポスターに特別なQRコードを印字することでそれぞれのポスターからの流入先を特定し、そのユーザーの反応を解析できるもの。One to Oneのダイレクトメールと違い、不特定多数が目にするポスターでマーケティング効果を発揮し、同社ではデータ収集から集計データのフィードバックまでをパッケージ化したサービスとして訴求している。

「印刷物はおまけ。企画・コンテンツからの多岐にわたる商品の中のひとつである。今後我々は、『デジタルコンテンツ』という新たなブラックボックスを作り上げていく必要がある」（兵田社長）

完全デジタル印刷会社だからできること

同社では「26年度ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金」の採択を受け、ハイブリッドワークフローシステム「XMF」およびBto B型Web to Printシステム「iAutolay Magic」を導入。リモート校正やWeb to Printの仕組みを採用することで、制作や営業部門においてもIT技術による効率化を推進している。

「営業は仕事を創造すること、制作はクリエイティブ性を高めること。システム導入によって、いずれもそんな本来の仕事に集中できるようになる」（兵田社長）

「市場の常識と印刷会社の常識には大きなズレが生じている」と指摘する兵田社長。同社が目指すのは、従来の印刷の概念から脱却し、あくまで新しい印刷ビジネスを創造することにある。Jet Pressは、その実現に向けた戦略マシンとして明確な使命を担っているというわけだ。

また同社では、そのファーストインパクトとして、環境推進工場認定をはじめ、個人情報保護体制認定制度「JPPS」認定、CSR認定制度「ワンスター認定」を取得。創注産業を目指したブランディングにも余念がない。

「これからも『完全デジタル印刷会社だからできること』を追求していきたい」（兵田社長）