

画像電子学会第45回年次大会

デジタルプリントサービスを どのように位置づけるか？

How to position digital print service?

2017/06/23



株式会社東京文久堂 代表取締役社長 林田桂一

Tokyo Bunkyo Co., Ltd. President Keiichi Hayashida

- 会社紹介
- 印刷の現状分析
- 印刷の問題点
- オフセット印刷とデジタルプリント
- デジタルプリントをどう位置付けるか
 - 顧客価値創造
 - WEB事業
 - 印刷事業

- 2002年10月、新潟本社の総合印刷会社(株)文久堂（創業62年）の東京営業部分を分離独立させる。
- 2005年6月にプライバシーマーク付与認定事業者になる。
- 2005年11月にISO9001:2000の認証を取得。
- WEBとDBシステム(XML) 開発を事業の基本にシフト。
- 生産設備としては、オンデマンド印刷機に特化。

「Total Media Provider」

東京文久堂は、WEBと印刷の共存を図り、メディアプランナーとして最もふさわしいメディアをプロデュースすることで、クライアントの業務を支援する、トータル・メディア・プロバイダーを目指します。

顧客とともに問題を解決して日々進歩し、創造をすることによって貢献しながら共存します。

- クライアント

広告・宣伝・広報の費用対効果に大変シビアになった。

やみくもな大量印刷・大量配布を控える。

Web等のデジタルメディアなどを絡めたトータルなメディア活用で最大限の効果を得ることを強く意識し始めている。

- 印刷会社

印刷会社間の技術上の差が どんどん縮まりつつある。

企業の差は営業力や企画・提案力の差となった。

- 紙への印刷物は減るけれどもなくならない。
- どんな印刷物がいつなくなり、何がいつまで残るのか？
- 時間軸を考えて、具体的な印刷物の寿命を考えるべき。

例】

5～10年でなくなりそうなもの = 新聞、文庫本、教科書

10年以上残りそうなもの = 個人出版本、DM、はがき、名刺

- ・ オフセット印刷との比較

デジタルプリントは

- ◇印刷スピードが遅い
- ◇ランニングコストが高い
- ◇再現性が悪い



以上の問題点を解決すればすべてデジタルプリントになる

- ・ バリアブルプリントの必要性
- ・ 進む小ロット化
- ・ WEB to Printの拡大
- ・ ONE to ONEの需要拡大

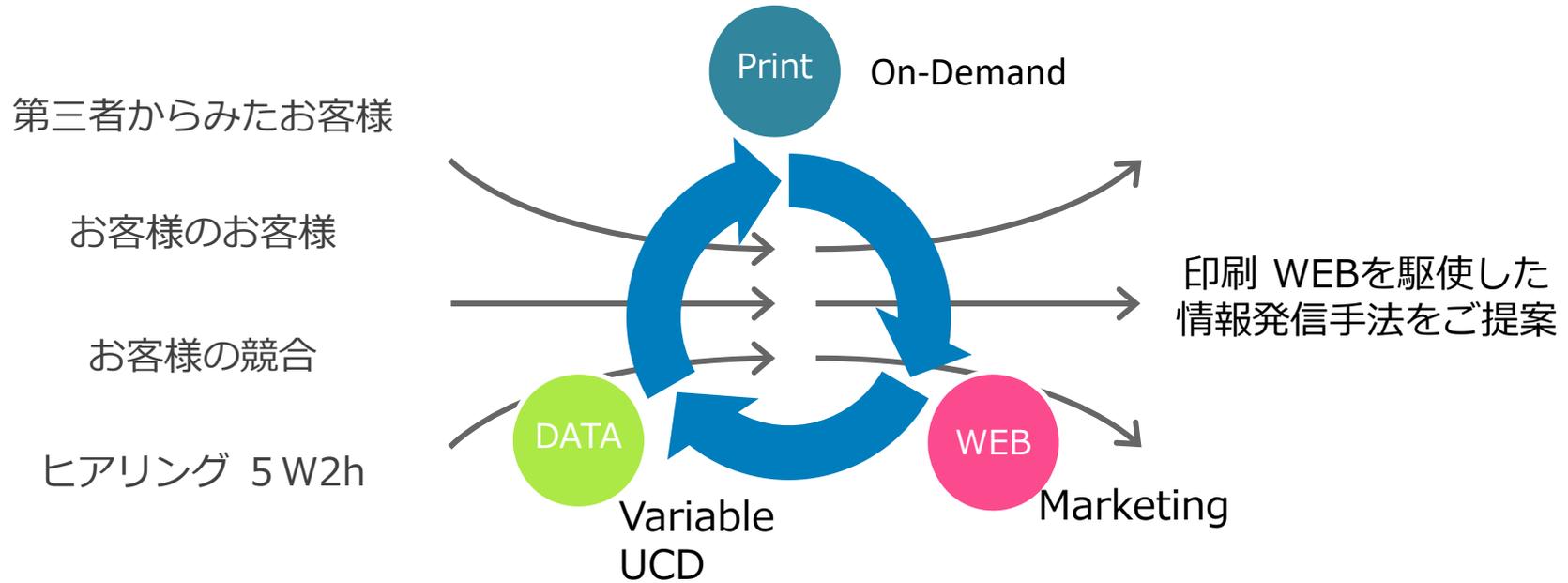
デジタルプリントをどう位置付けるか

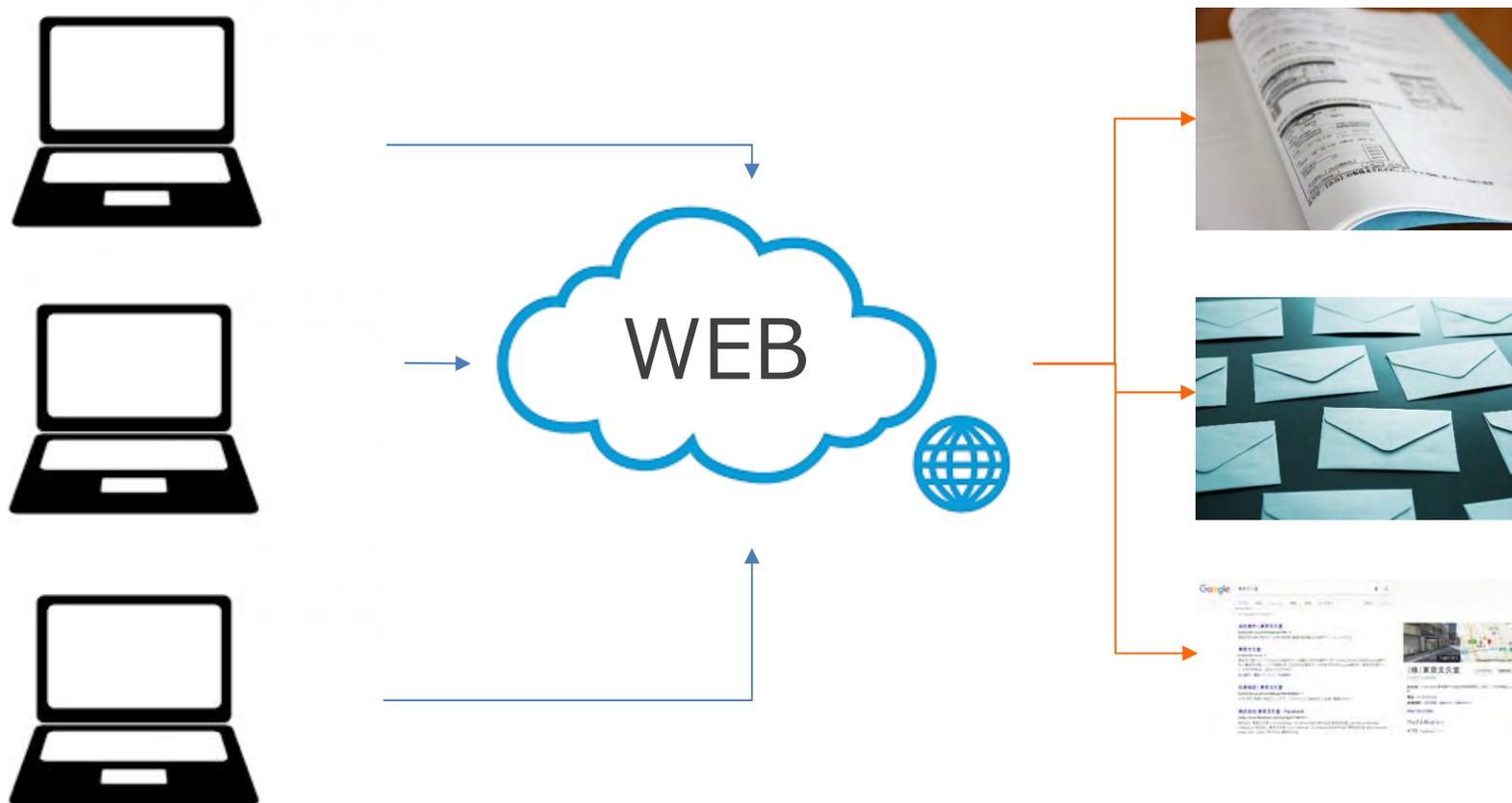
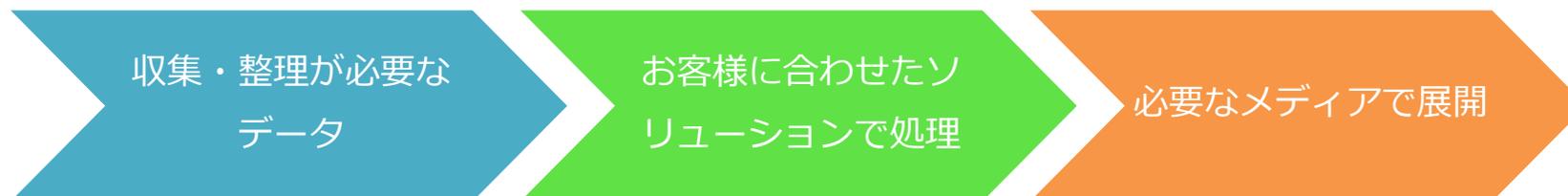
How to position digital print service?

- あらゆる情報伝達方法のなかで、お客様が望む最適な方法の一つとして位置付けることができる。



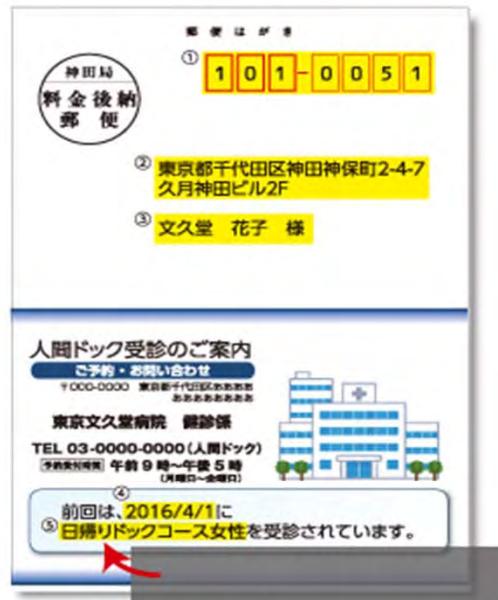
- 顧客のニーズを探り、的確な情報提供媒体を提案する
- WEBとの融合を考える
- オフセット印刷、デジタルプリント、WEBとそれぞれに特徴があるので、それを最大限に生かすことが必要になる。



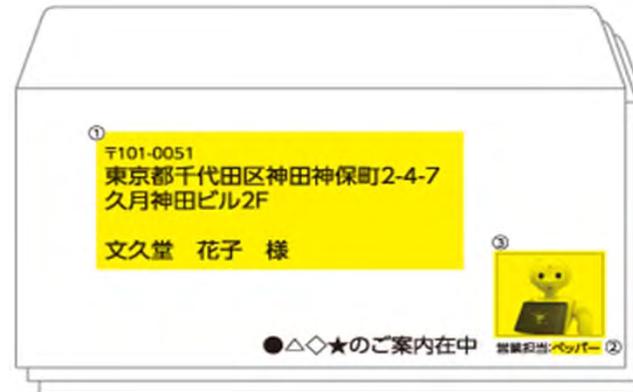


製品事例

弊社では一つのデータベースを用いて、**バリアブル印刷**の製品をご提供することを得意としております。

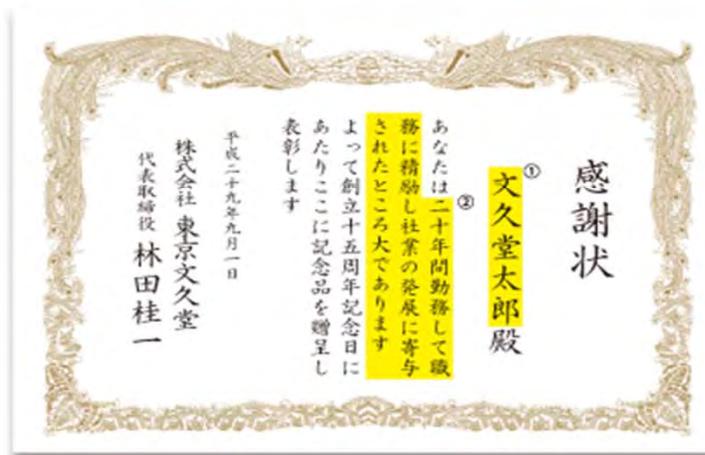


事例1) 人間ドックの受診案内
1つのデータベースを用いて、**①～⑤**の部分をバリアブルしています。



事例2) 封筒の印刷

バリアブル**①②**の印字に加えて、
③画像を可変させることも可能です。
データ作成から、封筒の印刷まで 全てお任せいただけます。



事例3) 表彰状

お名前**①**と勤続年数に応じて文面**②**を可変させて、表彰状を印刷することも可能です！



株式会社東京文久堂

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町2-4-7 久月神田ビル2F

Tel. 03-3230-0193 Fax. 03-3230-0622 URL. <http://www.bunkyudo.co.jp>