ビッグデータ活用でコダックとタッグ組む

発言力と価格交渉力実証

データ分析に基づく高レスポンスＤＭ

ビジネスフォームの㈱タナカ（本社／茨城県土浦市藤沢３４９５―１、田中司郎社長）は、主力ビジネスであるダイレクトメール事業において、コダックが展開するビッグデータソリューションを採用。その戦略的出力デバイスとしてデジタル印刷機「ネクスプレス」も導入している。同社のデータ分析に基づくＯｎｅ ｔｏ Ｏｎｅ ＤＭは高いレスポンス率を弾き出し、ビッグデータソリューションのクライアントに対する発言力と価格交渉力を実証している。

タナカ

ＢＦ資産を商印に水平展開

ビジネスフォーム印刷分野でおよそ40年の歴史と実績を誇るタナカ。より機能的なビジネスフォームを独自企画して提案するとともに、制作・保管・処理・リサイクル化までを自社工場内においてトータルサポートすることで企業価値を高め、その地位を確立してきた。

そんな同社のターニングポイントとなったのが24年前のこと。ビジネスフォーム市場がピークを迎え、やや減少傾向に転じた頃である。ウインドウズの登場によって、事務処理のプラットフォームもオフコンからパソコンへと移行する中、同社では「電子化」「ペーパーレス化」の進展にともなった需要減少傾向の加速は容易に予想できたという。

そこで、隣接しつつも新たな事業領域として着目したのが商業印刷だった。しかし、当然のことながらオフセット印刷による一般的な商業印刷では既存プレイヤーと勝負しても、同社に勝ち目はない。そこで、あくまでビジネスフォームで培った経営資源を、カラー化によって水平展開することを考えた同社。その答えが「ダイレクトメール（ＤＭ）事業」だった。

同社情報メディア営業部の中平重行次長は、「当時、データ・プリント・サービス（ＤＰＳ）のアウトソーシングも始まっていた。『データ印字を絡めた商材』と考えた場合、ＤＭが最適だと判断した」と当時を振り返る。

中平 次長

鶴田 部長

その後「マルチメール」という商品の開発を皮切りに定形外サイズの高インパクトＤＭで事業を拡大。現在では、ビジネスフォームとＤＭの売上シェアは逆転しているという。

接点を深め、関係を繋ぎとめる仕組み

「第1の柱」として成長したＤＭ事業だが、次のステップとして「よりセグメント化して高い効果をあげる」というクライアントのニーズが見えてくる。いわゆる「小ロットＯｎｅ ｔｏ Ｏｎｅ ＤＭ」だ。しかし、ここでも既存プレイヤーは山ほどいる。

そこで何らかの付加価値でクライアントとの接点を深め、関係を繋ぎとめる仕組みが必要だと考えた同社は、ビッグデータの活用に着目する。情報メディア部門執行役員の坂本三郎統括部長は「個人情報のデータハンドリングはお手のもの。さらに一歩踏み込んだビッグデータ活用は自然の流れ」と説明する。

ビッグデータ活用の計画は3年前から。「多少なりとも成長、あるいは収益が出ている間に、新たなビジネスモデルを立ち上げる必要があった。コダックをそのパートナーとして選んだのは、その新ビジネスモデル創造を想定した挑戦の中で、結果を出している。

ネクスプレスSX3300

食品の通販事業を展開する某企業では、毎月およそ1万2000通のＤＭを発送しているが、売上がなかなか上がらない。そこで同社が1年以上購入履歴のない休眠客へのＤＭを提案。同社が得意とする高インパクトＤＭに併せ、休眠客のデータ分析を行った上で、可変のパーソナルメッセージを駆使して発送。結果6％のレスポンスを弾き出した。これが評価され、休眠客向けに500通のＤＭを計4回受注するとともに、その他のＤＭも既存発注先からの切り替えで大量受注に成功。さらにお中元、お歳暮時期のＤＭも受注した。

情報メディア営業部の鶴田幸利部長は「当社主導で事が進む。こちらからの提案はある程度通る状況にある」とし、ビッグデータソリューションの発言力と価格交渉力を強調する。

人材の育成が急務

ビッグデータを活用したビジネスの出力デバイスとして昨年2月、コダックのデジタル印刷機「ネクスプレス」を導入している。

機種選択の必須条件となったのは、枚葉のハイエンドデジタル印刷機の中でも、Ａ3以上の両面カラー印刷が可能なモデル。第5イメージングユニット（5胴目）による付加価値も機種決定を後押しした。同社ではクリアトナーとゴールドをオプションで搭載。ニアライインのグロッシングユニットも設備している。前記の休眠客向けＤＭは、このネクスプレスの初の仕事だったという。

「ネクスプレス導入は、あくまでビッグデータありき。稼働率が悪くてもプリントショップ的な使い方は一切しない。可変データが載ったもののみで使用する」（中平次長）

現在における同社の最大ミッションはビッグデータ活用。そのためにも、クライアントにトータル的な提案を日常的にできる人材の育成が急務となっている。

「従来の提案営業の多くは『自社の設備を稼動させるため』、つまり自社の都合だった。しかしビッグデータを活用した提案は、クライアントの立場に立ったもので、紙メディア以外の広範囲な知識と高い情報収集能力が要求される。人材育成では課題は山積み」（坂本部長）

◇　◇

コダックが印刷業界向けのビッグデータソリューションで提携するプレインパッドのマーケティング・インテリジェンス・ソリューション「ｅｘＱｕｉｃｋ（イクスクイック）」も導入し、ビッグデータ分析のツールとして活用が始まっている同社。「当社にはＩＳＭＳやプライバシーマークなどに加え、個人情報を的確に管理する設備・技術がある。それなのに、なぜ、これまでビッグデータ活用に気付かなかったのか。怠慢であったと反省している」と語る坂本部長。プリンタの進化は、印刷業界にとってある意味脅威だ。そこでビッグデータを活用した印刷会社のソリューションが如何なる効果をあげるのか。今後の同社の動向に注目したい。

特集
デジタル印刷
digital printing
2015

新製品のＩＪプリンタ「ｎｙａｌａⅡ」

最速206㎡／時の生産性

「印刷業界に通用する品質とスピード」

産業用インクジェットプリンターの㈱ルキオ（本社／東京都世田谷区、古谷庄悟社長）は、「ｓｗｉｓｓＱｐｒｉｎｔ」ブランドのハイエンドＵＶインクジェットプリンター、昨年12月から販売開始したイー・エフ・アイ社の最新インクジェットプリンター「ＶＵＴＥｋ ＧＳ５５００ＬＸｒＰｒｏ」の2製品を「サイン業界だけでなく、印刷業界にも十分に通用する品質とスピードを兼ね備えたデジタル印刷機」（古谷社長）と位置付け、ＩＧＡＳ２０１５に向けて、印刷業界への周知活動を展開している。同社は両製品を、先ごろ東京ビッグサイトにおいて開催されたＪＡＰＡＮ ＳＨＯＰ２０１５に出展。新製品の実演に来場者の注目が集まった。

ルキオ

品質と生産性、多メディア対応を実現する「ｓｗｉｓｓＱｐｒｉｎｔ」

スイスで開発・製造される「ｓｗｉｓｓＱｐｒｉｎｔ」ブランドのプリンターは、多くのスイス製工業製品の例に漏れず、細部にまでこだわり抜いた設計がなされている。

その特徴は、精密さと耐久性の高さ、そしてシンプルに統一されたデザインにある。適切な設定で運用することにより、小さなパネルから規格外の大型ボード、ロールメディアまで、様々な資材に対して正確かつ高精細にオンデマンド印刷することができる。

同ブランドの新製品である「ｎｙａｌａⅡ」は、名機「ｎｙａｌａ」の後継機として誕生したもので、筐体サイズはほぼ据え置きのままで、印刷可能範囲を3・2×2ｍと25％拡大させており、リジッドメディアの高効率印刷（タンデム印刷）をさらに加速させた。

また、最新鋭の高速プリントヘッドを採用しており、最速206㎡／時のスピードでも十分に満足できる品質の印刷が可能になっている。

主な特長は、製版・ＣＴＰ不要／ＵＶインクのため即乾／白インクの搭載により、蒸着紙にもＰＥＴラミの上にもプリント可能／透明バーニッシュ（ニス）インクにより、とバリアブルプリントも可能／カッティングマシンとの連携も可能―など。

古谷社長は「品質・生産性の高さだけではなく、部分光沢加工が可能／紙厚は50ミリまで。合紙物や段シートにもプリント可能／デジタルのため、板紙やフィルムなど様々なメディアに高付加価値印刷を行うことができるため、サイン業界よりも印刷業界のマーケットに近い製品と言える。スクリーン印刷の業界にはすでに何社かのユーザーに導入していただいているが、今後は、とくにパッケージングや板紙業界に向けて積極的にアピールしていきたい」としており、ＩＧＡＳ２０１５に向け、ｓｗｉｓｓＱｐｒｉｎｔブランドをさらに周知していく。

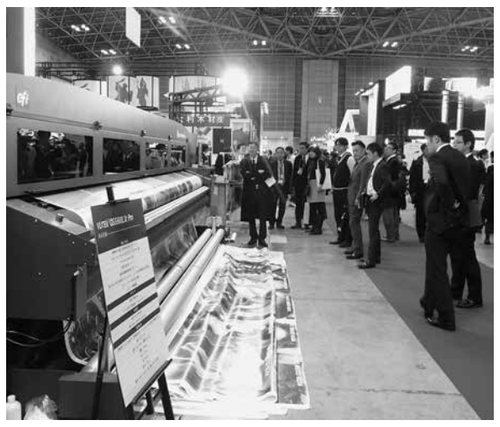
品質と生産性、多メディア対応を実現する「nyalaⅡ」㊤とVUTEk最新機種に注目が集まった（JAPAN SHOP2015ルキオブース）

５メートル幅の「ＶＵＴＥｋシリーズ」最新機種を実演

ＪＡＰＡＮ ＳＨＯＰ２０１５では、昨年12月より取り扱いを開始した「ＶＵＴＥｋシリーズ」の最新機種「ＶＵＴＥｋ ＧＳ５５００ＬｘｒＰｒｏ」の実演に来場者の注目が集まった。

同製品は、昨年7月に上海の展示会において世界的にも初めてのお披露目となったもので、10月にラスベガスで披露。そして昨年12月、ルキオ社の内覧会において国内初披露された。

同製品について、ｅｆｉ社・アジアセールスディレクターのベンソン氏は、「従来製品である『ＧＳ３２５０』は12ｐｌでインクを噴射していたが、新製品の『ＧＳ５５００』はこれを7ｐｌに改良している。これにより、さらにハイクオリティな出力が可能になっている。さらに、用紙幅5ｍのワイドフォーマットでＬＥＤ―ＵＶ搭載を両立しているインクジェットプリンターは業界としても初めての製品となる」と話しており、その販売パートナーとしてルキオに期待を示している。



また、「ＧＳ３２５０／５５００」に搭載されるＬＥＤ―ＵＶランプについてベンソン氏は、「ＬＥＤ―ＵＶランプの搭載により、パワーセービングが行えることはもちろん、アークランプと比べると劣化しないためランプの寿命も長く、ずっと同じ状態を保つことができる。さらに、薄物や熱に弱いメディアにも出力することができる。また、メディアが軽くなれば運搬代も安くなるという利点もある」とＬＥＤ―ＵＶの持つ様々な利点に自信を示している。

主な特長は、8色（Ｃ・Ｍ・Ｙ・Ｋ・Ｌｃ・Ｌｍ・ＬＢｋ・ＬＹ）＋ホワイト（オプション）ＵＶインク搭載／8色＋ホワイトまたは4色（Ｆａｓｔ―4）に切り替え可能／600ｄｐｉと1000ｄｐｉの解像度を選択可能／ＵＶランプは高寿命でハイパワーなＬＥＤランプを使用／定評のあるＦｉｅｒｙＲＩＰを採用／最速260平方メートル／時の高速印刷／ホワイトインクを使用したマルチレイヤー印刷に対応／最大メディア5ｍ／厚さ3・2ミリまでの厚手のテキスタイルや、メッシュを含む軟質素材にも印刷可能―など。

なお、同社はＩＧＡＳ２０１５に12小間規模で出展し、新製品をはじめ、各種大型ＩＪプリンターを展示する予定。