

SEISHIN APPLICATION *CLICK*

—— 適応と前進 ——

index PRINT&DIGITAL CONVENTION

P2 【コロナ禍のドイツ特別寄稿文について編集部対談】

P3~P10 【PRINT&DIGITAL CONVENTION展と欧州のコロナ後の印刷事情】

P11 【ところ変われば】

編集部対談 CLICK 編集室主幹 福田七衛

全国ぶらざ協議会 会長代行 五百旗頭忠男

株式会社フラジュテリー 代表取締役 橋田 佳音利

今号のテーマ

PRINT&DIGITAL CONVENTION

早いもので新年がスタート、既に1月中旬となりました。

昨年末、政府が令和4年度の国内総生産(GDP)成長率を、物価変動を除くと実質で前年度比3.2%増、景気実感に近い名目で3.6%とする経済見通しについて、臨時閣議で了解されました。

この背景には新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くと想定のことでありましょう。これらが進捗すればGDPも556兆円に達することになると、令和4年の新年度に期待したいものです。

さて、印刷業界の話題である、世界的イベントDrupe展示会が残念にも先送り中止されました。この折、幸いにも業界通であり、しかもワールドワイドに精通されておられる先達の一人である旧友 五百旗頭忠男氏と連携が取れました。氏が2021年10月20日・21日に開催されるセミナーに参画される由の報を得、私の我儘で執筆を願い、本号にご投稿頂くこととなりました。

是非お読み頂き、日々のビジネスに大いに役立てて頂きたくお勧め致します。

CLICK編集室主幹 福田七衛

誠伸商事株式会社

TOKYO	03-5751-3011
SIZUOKA	054-340-1191
TOUHOKU	022-299-6661
KITAKANTOU	028-684-1981
NIIGATA	025-286-9040

全国ぷらざ協議会 五百旗頭忠男氏 コロナ禍のドイツ特別寄稿文について編集部対談

CLICK 編集室主幹 福田七衛
編集員 世古真一

福田： 今号のクリックはコロナ禍の中、渡欧し2021年10月20～21日に開催されたPRINT&DIGITAL CONVENTION（PDC展）に参加された五百旗頭忠男（いおきべただお）さんに寄稿文をお願いしましたが、クリック編集部スタッフとして、感想を聞かせてください。

世古： 一言で言うと情熱と勇気のある行動だと思いました。渡欧した際の航空機は間引き運行にもかかわらず、80席のコンパートメントにわずか4名のかわいそうなほどの空席・・・と言う表現があったように、日本からの参加者はごくわずかだったことが推察できます。そんな状況で、よく行かれたなというのが率直な感想でしたが、コロナ禍で受けた打撃から、欧米の印刷経済はどのような脱却をしているか見つけたいと五百旗頭さんはおっしゃっていました。日本人の誰も多く参加しているイベントの寄稿文と違ってあまり聞くことのできない、価値ある内容になっていたと思います。

福田： そうですね・・・、こんな時だからこそ聞ける貴重な情報になっていましたね。私は、大量生産の効率性を備えた一回限りの生産を印刷会社は意識すべきと言う概念、「マスカスタマイゼーション」の話に興味を持ちました。

世古： 私はプログラム印刷のお話の中で、「世代交代」と「技術変容」の2つの波に見舞われている印刷業界のみなさんが考えるべきことは、会社という船の帆を今までとは別の方法で向きを変えて設定することと言う話でした。つまり、自身でコントロールできることとできないことを見極めて、自分でコントロールできるアイデア

に集中するということでしょうか？大きな波や風の流れや方向をコントロールしようと思うのは愚策ですが、帆の向きを変えて、風の力を利用することは自分でできることです。コントロールできない話題やアイデアばかりでは浪費しているような気がします。

福田： 私も経営者として生きてきた88歳の経験の中で、問題に直面した時は、自分自身でなんとかできることは何か？を常に考えて行動してきました。今日1日、1時間の行動の積み重ね次第で大きな問題も解決の方向に向かわせることが可能なことは身をもって体験しています。

世古： 福田会長が、毎朝5通の手紙をお書きになっていることを日課にしていますが、まさにそのことですね。365日毎日1通の手紙を書いたとして、1年で365通、10年で3650通、50年で18,250通。この差は手紙を書くのと書かないのでは大きな違いです。その習慣は1日1時間の、そして一瞬一瞬の心の方向をコントロールすることでしか実現できないと思います。

福田： 今回のクリックは特別寄稿文として、コロナ禍の中のドイツ紀行の実体験、五百旗頭忠男さんのPRINT&DIGITAL CONVENTION（PDC展）と欧州のコロナ後の印刷事情です。ぜひご参考にしていただければと思います。



PRINT & DIGITAL CONVENTION(PDC)展と 欧州のコロナ後の印刷事情

全国ぷらざ協議会 会長代行 五百旗頭忠男

drupa2020 は、1962drupa からの連続 13 回訪問を続ける私にとって、60 年目の区切りとしたいイベントであったが、残念にも、これが一旦、2021 年に延期された後、コロナ禍のもとでついに、開催が中止となってしまった。この 1.5 年ほどは世界の主要な印刷展示会は閉鎖され、世界の印刷界の動きもあるため、隔離されるものとなってしまった。コロナの余波は欧米の印刷経済にも多大なる打撃を与えていて、コロナからどのように脱却を図っているか、私は立場上、何としても見つけ出して見たい欲望に駆られていた。PDC イベントはf:mpなる印刷団体と drupa 展示会協会が主催して 2018 年から開催されている「印刷需要の深堀と新需要開拓」を勉強するイベントで、セミナー・ワークショップ・展示の密度の高い内容のものだ。2021 年は 7 月開催を目指したが、コロナ禍で延期され、2021 年 10 月 20-21 日、drupa 会場の一角で開催された。参加者はドイツ語圏印刷・関連企業をターゲットにし、高価な入場料を課すもので、約 1000 名の参加者を見た。

コロナ禍の渡欧は異例づくめの光景であった。航空機は 80 席のコンパートメントにわずか 4 名との、かわいそうなほどの空席で、しかも、間引き運航であった。ワクチン証明を取得していたので、ドイツ入国は驚くほど簡単で、いつも通りの感じで入国できたが、街中のホテル、レ

ストラン、展示会場の入門も、うるさいほどに証明書の携帯と提示を求められた。しかし、これは日本と比べると民間人に検疫を常時コントロールさせる良い仕組みと受け止めた。日本への帰国には 72 時間内の PCR 検査の義務付け、3 種のアプリのダウンロード、検疫には 1km 以上の検疫検査帯を歩かされ唾液の抗原検査、諸点検に 1 時間 40 分を要し、そこには多数のスタッフ（アジア系外人アルバイト）が張り付いているのではないか。ドイツと比べ、大変非効率でこれでは他国の競争に負けるのは当たり前だと感じさせられた。

drupa 会場も見事に閉鎖されていて、PDC 会場を探すのに、本部事務局で聞かないとたどり着けない有様であった。会場へのアクセスも、あの便利なバスはなく、タクシーのみである。

しかし、会場へ入場した途端、雰囲気はがらりと変わる。わざわざ、コロナを押して日本から来てくれたと、Geldermann 女史が出迎えてくれ、空腹感を訴えると、特設の立ち席のビュッフェコーナーに案内してくれるのではないか。本催事はドイツ語対応と記載されていたが、英語で許されるかと頼むと、これもすんなり許可、お陰で取材活動には支障なくこなすことができた。混雑感はなく、来場者にははどのブースでも大変親切に対応してくれ、drupa ではない対応の良さであった。

本催事是对話マーケティングを前面に掲げていて、48のセミナー、4つの並行ワークショップセッション、①持続可能なメディア制作、②マーケティングオートメーション、③付加価値のある印刷、④対話マーケティング、と言う具合である。駆け足でセミナー、ワークショップに参加し、その概要を以下まとめさせていただく。

1. マスカスタマイゼーション (MS)

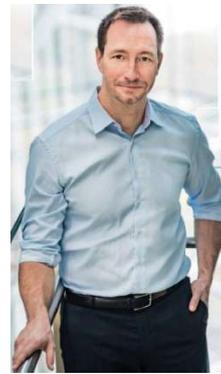
f:mpは従来、五感に訴求する質感印刷を打ち出し、ブランド構築に印刷の高品質質感を活用することを推奨していたが、今は印刷メディアはデジタルメディアに組み込まれたプログラム印刷を目指すべきとしている。その前段階として、マスカスタマイゼーション(= 個品大量生産、大量生産の効率性を備えた一回限りの生産)を印刷会社も意識すべきと説く。

産業革命以来、大量生産方式が定着し、安価で良質な製品が大量に出回り、消費者はこれを享受することができたが、社会の成熟化、デジタル化の普及により、もはや、均一品でなく個性品を指向するようになってきた。また、Yゼネレーションが社会の中核の一角を占めるようになり、ミーイズムが普及し、他者との差別品を求める雰囲気になってきた。

ネット通販の普及と相まって、マスカスタマイゼーションが求められる時代になってきている。ドイツでの印刷界もネット通販が印刷出荷高の1/3を占めるまでになっている。コロナ禍では印刷ネット通販の雄、Sewe社はフォトブックで史上最高の売上げ年商700億円を達成している。これはおうち個人需要の個人カレンダー、個人フォトブックをうまく掘り起こしたことによる。MSのやり口は一過性のものではなく、印刷人

はこれからも注視すべきとしている。

2. ドイツ郵政「郵便物の平均コンバージョン率は6.8%で電子メディアをはるかに凌ぐ」



Dialog Marketing

Deutsche PostAGの

Dirk Görtz 博士はドイツ郵政が印刷物の郵送のカテゴリマーケティングを積極的に追求している理由について報告している。ドイツ

郵政はこの何十年、本業の落ち込みに苦しめられてきたものの、印刷メディアを生かすダイレクトメール(DM)の活性化に注力し、積極的に外部人材を注入、実証実験を通し、そのコンバージョン率を6.8%に到達させるところまでもってきている。電子メディアはなるほど、クリック数とかで反応が読み取れようが、そのコンバージョン率は1%台であるので、印刷媒体の力は驚く数字である。博士は広告会社、デジタル調査会社を経て乞われてドイツ郵政に入社し、DMの活性化と実証実験に取り組まれた結果のものである。

Görtz 博士は市場現場に飛び込んで、文字通り第1戦現場で働いている。

「メディア発注側の古典的なメディア(印刷)の知識はますます失われています。今日、デザイナーは主にトレーニングや研究中にデジタルで学習します。紙に印刷するときに必要なdpiやトンボに出会うことはもうありません。そして、私たちが話しているデジタル企業は、デジタルから来ています。当然、彼らは最初に彼らのネイティブ環境でデジタル第一を宣伝します。

誰も紙のことを考えていません。これは彼らにとって紙は完全に新しい領域です。」「私たちはいくつかの開発作業をしなければなりません。しかし、発注者と一緒に仕事をするとは、印刷物の郵送が愚かだと思われる場合よりもはるかに良い出発点です。ですから、それは非常にオープンなコミュニケーションです。私たちのターゲットグループは、予約や偏見なしに絶対に新しいチャネルに対処することを学んだからです。このようにして、知識を蓄積し、顧客に最初の印刷キャンペーンをできるだけ簡単に紹介することができます。CMC Dialogpost Study* を使用すると、毎年印刷メールの有効性を証明できます。」

注 * CMC PrintMailing Study 2021 は、既存の顧客の印刷物の郵送物のパフォーマンスを分析する。この調査(36のネット通販サイトを対象)では、コンバージョン率(トランザクション数に対する訪問者数)、注文の時間履歴、ショッピングカート、広告費用対効果(RoAS)などの標準的な指標が提供されている。今年のエディションは、印刷された郵送キャンペーンとニュースレターおよび電子メール広告との相互作用を分析するために、電子メールとの組み合わせに焦点を当てている。さらに、RFM分析(最新性、頻度、金銭的価値)を使用して、コンバージョン率(CVR)に対する顧客の品質の影響を調べた。昨年度の調査では郵便物のCVRは4.5%であったが、今年の結果は6.8%に達している。

郵便物の平均コンバージョン率は6.8%と説明すると、多くの人々が少し驚いて、

「へえ、そんなにうまくいくのか」と言う。

そして、それが単なるリード(見込み客)ではなく実際に達成した売上であると言うと、答えは

「ひえ〜!」と言う。

「あらゆる業界の誰もがKPI主導です。紙と別のチャネルのどちらを使用するかは関係ない。これらの高いコンバージョン率と高い平均バスケットを取得できると言うとすぐに、電子メー

ルと比較して大幅に多くなってくれる。既存の顧客は許可してくれる。印刷にはオプトインの問題がないため、既存の顧客にリーチするには、通常、会話をより深く理解するための議論としてはそれで十分である。」「これはまさに研究の目的で行ったのだ。本当に独立した正直な情報源として、一種の概念実証として、それがどのように機能するかを自分で確かめたかったからだ。今、私たちは信頼できる平均値を持っており、言うことができる：私たちはあなたに似ていてあなたと同じように経験の浅い会社でこれをテストしたのだ。

フレームワークパラメータを比較的単純に保った：既存の顧客への対応、R-Date、F-Date、M-Date。これは私たちに説得力のある非常に有効な手段を与えてくれる。私たちは今、多くの企業と協力して行ってきた。実際、印刷物の郵送に失望した人はいなかった - それどころか!」

「調査で実際に何を目指したというと、まず、完全な初心者掘り起こしのできる概念実証が必要であった。これは、初心者向けのステップバイステップガイドである。最初の調査の教訓は、何よりも『気を付けて、ここを見てください。印刷物の郵送は、より高いコンバージョンに本当に意味があります』であった。研究2では、次の質問に答えた。私は誰に手紙を書いているのか? 一次データである『RFMクラスター』を見て欲しい。次の研究は質問を扱った：私は実際に何を送っているのか? 手紙またはセルフメーカーとはがき。そして最後に、今年は『電子メールとのやり取りはどうであるか?』としている。」

「私たちは、カテゴリマーケティングを使用し

て、関連する一連の人々に参入したいと考えている。eコマースの専門家、まだ印刷物の郵送を使用していない中小企業の心の中で。次に、2番目のステップで、このエントリをできるだけ簡単にするようにして行く。」

「デジタル化を吹き飛ばすことができないのは明らかである。また、私たちが単に構築するためには、最先端のソリューションに接続する必要があることも明らかである—私はいつもそれをこう呼んでいる—「アナログ出力を備えたデジタルメディア」と。完全にカスタマイズ可能なエディターを開発および最適化し、マーケティングオートメーションシステムとのパートナーシップを促進して行く。これは一種の陰と陽であろう。」

「MA システムにはデータがあり、完全にカスタマイズされたメーリングに変換するオプションがある。これが、私たちが両方の世界で最高のものを作成する方法である。私たちは、デジタルプロセス、自動化、AI が提供する可能性を利用して、データを使用可能にする。私たちは、これまで以上に優れたパフォーマンスを生み出すため、ますますデジタル化する時代においてますます人気を博しているこのための媒体を提供して行く。そのため、このプログラム印刷へのアプローチは非常にエキサイティングであり、将来性があると私は本当に予測している。」

「過去 10 年間で、検索エンジンとソーシャルネットワークの勝利を見てきた。一方、検索とソーシャルのパフォーマンスは、ますます望まれるものになっている。」と Gerhard Märterer 氏（プログラム印刷の第一人者）は言います。これは今や、外交的に定式化されている。検索エンジンマーケティングの価格が実際に爆発的に上昇している一方で、広告主の Web サイ

トのコンバージョン率がイーストケーキのように崩壊することが起こっているのだ。同時に、GDPR は、2018 年末のインターネットマーケティングの真のハルマゲドン（最終戦争）であった。

▶すべての既知のブラウザ（Chrome、Edge、Safari など）には Anti- がある。追跡措置が実施されていた。

▶2018 年半ば以降、GDPR により、オンラインで測定可能なデータの残りが大幅に失われた。それ以来、Cookie バナーを介したデータの追跡に同意する義務が出てきた。同意が必要な Cookie データ、つまり顧客関連データ（サーフィン行動など）は、Web サーバーに保存されなくなり、将来のマーケティングキャンペーンに使用されなくなる可能性がある。最新の調査によると、Cookie の追跡に同意する人の割合は 25～40%であり、その傾向は低下している。

▶さらに、各セッション後にブラウザのキャッシュを自動的に削除するユーザーの数が増加している。

▶それ以来、ターゲティング手段は断片的にのみ可能となっている。

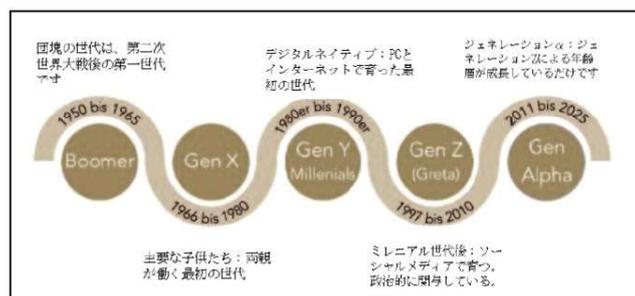
このような環境下で、ドイツ郵政が示した実証結果は高く評価されて、市場に受け入れられて来ている。今や、目指すところはプログラム印刷で、広くはマーケティングオートメーションの中に入り、メール販促を一部置き換えるプログラム印刷によるダイレクトメール (DM) と提唱している。

3. プログラム印刷

デジタルネイティブと印刷へのアクセス

印刷業界は現在、2つの波に見舞われている。1つは「世代交代」、もう1つは「技術変容」と呼ばれている。両方の波が重なり、力が2倍

になる。アリストテレスの言を借りると、印刷会社は風と波を変えることはできないが、帆を別の方法で設定することはできる。



今やデジタルネイティブの世代がメディア・ブランド業界では決定権を持つようになってきて、残念ながら彼らは印刷には距離を置いて眺めている。彼らはトンボとか、dpiなどの用語は知らない。ひたすら広告の反応と数値を気にする。

マーケティングにおける諸チャンネルの経済的利点は、その価値が古典的な方法で証明させる必要がある。RoAS (Return on Advertising Spend) は、このための特別な方法ある。RoMI (マーケティング投資回収率) は通常、売上とコストの関係を定量化するが、RoAS は、プログラム印刷を使用した印刷キャンペーンを含む、個々の広告やキャンペーンのより正確な評価に使用される。RoAS メソッドを使用して個々のキャンペーンを測定する企業は、貴重な意思決定支援を生成してくれる。ドイツ郵政が毎年発行する CMC Dialogpost Study はマーケッターを十分に説得してくれる。

4.Obility

ボタンを押すだけで E- ビジネスプリント 多くの中小規模の印刷会社にとって、デジタル化と自動化は存続の問題になりつつある。これは、Volker Hinzke GmbH と Magnus Hinzke にも当てはまる。彼らは、2021 年の初めに最深部

に飛び込み、ObilityE-BusinessPrint プラットフォームのプロセス指向の考え方に納得した。

約 2 年前、マグナス・ヒンズケはそれを探し出した。市場で競争力のある価格で迅速、柔軟に行動できるようにするために、彼の会社でのプロセスを可能な限り自動化したかったからだ。当時、この同族会社は従来の MIS を使用して注文を計算し、ワークフロー管理システムで計画し、手動で削除して、さまざまな方法でオフセット、デジタル、および大判マシンにデータを渡していた。印刷後、プリプレススタッフがジョブバッグを手動で更新していた。

全体として、仕事の準備にかかった時間は平均 15 分であった。オンラインショップ drucksmir.de や主要顧客向けの非公開専用ポータルからも入ってくる小ロット小物仕事の数が増えているため、10 人の従業員を抱える会社は新境地を開拓しなければならなかった。

価格はすぐに修正される

専務取締役のマグナス・ヒンズケは、Koblenz ソフトウェア会社の Obility と連絡を取り、2021 年の初めにその時が来た。

「ObilityPrintmanager を使用して注文を計算し、ボタンを押すだけでシステムから印刷機に直接送信する。現在、仕事の準備にかかる時間は、仕事ごとに平均 2 分です。」とヒンズケ氏は言う。価格に加えて、システムは各印刷ジョブに最適な生産ルートを自動的に提案する。

必要に応じて、価格と生産ルートを手動で調整できる。「しかし、これは例外的な場合に限りです。」とヒンズケ氏。価格は常に正しいものである。彼も信頼できる生産ルートシステムを利用して、それぞれの場合に最適なソリューション

【特集】

を提案できる。これには、ジョブの作成に使用する印刷プロセスの決定も含まれる。

マシンからのフィードバックは、後で自動的にObility にフィードバックされる。注文準備は、e-ビジネス印刷プラットフォームを介してリーンプロセスを完全に処理する。これには、IT に精通した印刷会社の所有者が自分で実現した切り替えワークフローも用意されていた。

印刷ビジネスの自動化

印刷ビジネスを簡単に運営する—この主張を掲げ、Obility は印刷ビジネス用のソフトウェアを開発している。Obility プラットフォームは、グラフィック制作の自動化と革新的なオンライン印刷ビジネスのアイデアを盛り込んだ、独自の領域の Web ベースのソフトウェア機能を提供している。

少ロット多点数処理をこなすには、その経理処理は無論、MIS、進行管理、諸手配（配送を含む）、さらに、web2print、これらを一元化させた素晴らしいクラウド統合管理ソフトでプログラム印刷を陰で支えてくれる。

Obility は、社内および会社間のビジネス工程の生産性と効率を向上させる。企業は、内部プロセスを簡素化することで、より多くのことを実行し、時間とお金を節約できる。つまり、少ない労力でより多くの売上を上げることができる。

Obility プラットフォームのモジュラー構造により、ビジネスモデルを最適にサポートするオプションを正確に選択できる。この目的のために、e-ビジネス印刷プラットフォームは 4 つの機能領域で構成されている。

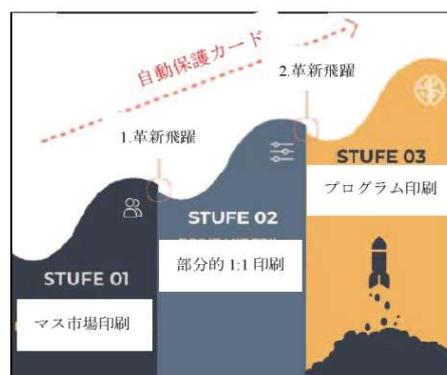
- PrintManager : 運用プロセスを処理するための MART MIS および ERP。
PrintSeller : 印刷物のオンライン販売のためのオープンショップと閉鎖専用ショップ。
PrintMaker : オンライン原価計算および印刷

デザインのための Web-to-Print ソリューション。

PrintBuyer : 印刷物を簡単かつ効率的に購入するための購入システム。

5. AUTLAY

そして今や、印刷は販売実績の上がるツールになる



プログラム印刷は今や、マーケティングオートメーションに組み込まれ、印刷媒体の

良さ、応答率、RoAS の高さのために、販売実績の上がるツールと見直されてきている。これを支えるソフトが AI による自動レイアウトソフト、Autolay である。

自動レイアウト

ケルンの技術系新興企業である AutLay は、レイアウトデザインの自動化に取り組み、AI 制御のソフトウェアソリューションを使用してボタンを押すだけで印刷郵便物をデザインし、それらを自動的に制御できるようにした（印刷と発送を含む）。

AutLay は、テンプレートなしで広告メディアの個別の完全自動レイアウトを作成する研究に基づいて破壊的技術を開発した新興企業である。

人工知能は恵みをもたらす

美学、タイポグラフィ、経済の分野からの 50 以上の指標に基づく人工知能を使用することで、印刷メディアを記録的な速さでレイアウトできるため、時間と費用を大幅に節約できる。

このユニークなセールスポイントにより、AutLayは現代のマーケティングエコシステムにおける印刷に革命を起こすことに成功した。自動レイアウトの基本は、美学をほとんどで備えているということだ。すべてのメディア製品のうち、定量化できるため、アルゴリズムによって学習することもできる。AI-Designを使用すると、基本的な領域がバリューチェーンに移行し、手動の動作と消費時間が大幅に削減されるだけでなく、とりわけ、技術的な観点からマーケティングにおけるまったく新しいアプリケーションシナリオが可能になる。

このアプローチにより、この分野のマーケティングプロセスを初めて完全に自動化することができる。これは、卓越したマーケティング自動化であり、印刷物でも同様である。

AutLayのようなエンドツーエンドのテクノロジーを接続することで、たとえば、企業の数十万の既存の顧客を完全にカスタマイズできる。

印刷郵送物は、数日以内に書き込むことができるようになる。インテリジェントなアルゴリズムがレイアウトを自由に作成および最適化するため、テンプレートの設定などの手動の作業が回避されるのだ。

6.CMC Print Mailing Study 2021

前2.で触れた6.8%のCVRの根拠の研究調査(2021年度版)を紹介させていただく。これはドイツ郵政と協力した共同マーケティングクラブ(CMC)による研究調査で36のオンラインショップの既存の顧客への印刷物郵送のパフォーマンス(応答成果)を分析している。この調査では、コンバージョン率、注文期間、ショッピングカート、広告費用対効果(RoAS)などの標準的な指標が提供されている。今年版は、印刷物の郵送キャ

ンペーンとニュースレターおよび電子メール広告との相互作用を分析するために、電子メールとの組み合わせに焦点を当てている。さらにRFM分析(最新性-頻度-金銭的価値)を使用して、コンバージョン率(CVR)に対する顧客の評価の影響を調べている。その結果は以下の通りである。

✓Eコマースでの郵送印刷物：オンラインショップの既存の顧客への郵送印刷物は、6.8%のCVRを達成した。注文顧客数67,112件/郵送印刷総数991,364通、送信された郵送印刷物から引き換えられたバウチャーコード数。

✓今年のCMC印刷郵送調査の参加者の4分の1は、同等のオファーで2020年も得られていた。結果は、これに基づいて直接比較できる。これにより、2021年のCVRは15.5%増加している。(コロナ禍の順風)

✓郵送印刷物は数ヶ月も有効 注文の持続連絡と応答(驚くほどの持続性)

注文の39%は、印刷物の郵送が送信されてから最初の14日以内に行われた。応答の59%は最初の4週間で起った。

✓オンラインショップからの郵送印刷物に回答する消費者は、以前の注文よりも平均22%多く費やしてくれてくれた。

郵送印刷物は、顧客が新たに購入するように活性化するだけでなく、より大きな買い物かご、より多くの売上を保証してくれる

✓投入したDM代の見返り 郵送印刷物の対価：平均ROAS注は1190%。

DMの製造コストが高いにもかかわらず、平均的な商品バスケット(売上)が高く、時間の経過をしても応答率が高いため、印刷物の郵送は非常に有利である。

注)RoASの計算方法:

各広告資料について、調査で達成された売上高に対して、制作費と送料のコストが計算された。式は $RoAS = (\text{該当売上高} / \text{DM 広告費}) \times 100$ である。

7. Gerhard Märtterer の投資への見解

「結局のところ、オフセット印刷に投資し続けるのか、将来的にはインクジェット技術にも投資するのかは、今やすべての印刷会社にとって戦略的な問題ある。オフセット機への投資は、このテクノロジーを使用してさらに約10年間生産することを意味する。デジタル時代において、急速に変化する需要を視野に入れて、そのような決定はよく考えられなければならないだろう。デジタル印刷技術が、オフセット印刷機では対応できないまったく新しいビジネス分野を開くことは間違いない。利点は、コスト削減資産に加えて、今の世に受ける速度と品質である。

- ▶ パーソナライズとカスタマイズへの市場
 - ▶ デジタル指示の実装、キーワード: トランザクションメール、
 - ▶ オンデマンド化する一般的な生産
 - ▶ 直結し得るインライン仕上げの多くの可能性
- しかし、オフセット技術もそれなりに変化している。デジタル印刷の魅力的なユニークな仕組みを採り入れ、専門家が簡単な文章指示で動かせるまでにはなっている。」と Märtterer は言う。

8. 追記・オフセット機械メーカーの動き

ハイデルベルグはこの度、上海工場から出荷する、より安価にして高性能な CX オフセット機を発表した。早くも市場での好反応が出てきている。コロナ禍でこの何年か、設備投資停滞の余波で、もがいていた場面からの脱却が見られる。5年間務めた社長 Hundsdörfer が退任し、来年4月か

らカールツァイス社出身の新社長 Ludwin Monz 博士を迎える。機械の売り切り販売でなく、サブスク制(5年期間、諸材料費メンテ費込みの段階的印刷枚数チャージ制)なる斬新な販売方式に取り組み出す。e-モビリティウォールボックスの生産、プリンテッドエレクトロニクスの新分野にも手掛け出した。

コロナに一区切りをつけ、新たな経済回復にまっしぐらに取り組み出すドイツの業界の一端に接し感服した次第である。

PRINT&DIGITAL
CONVENTION (PDC) 展

<https://tdm-e.f-mp.de/einfuehrung>



■プロフィール

五百旗頭 忠男 (いおきべ ただお)

全国ぶらざ協議会 会長代行

大阪府出身

1962年(昭和37)年

千葉大学工学部写真印刷工学科卒業

1962年(昭和37)年 印刷機械貿易 株式会社 入社

役総務部長、取締役営業統括本部長を歴任

1991年(平成3年)3月 同社退任

1991年(平成3年)5月

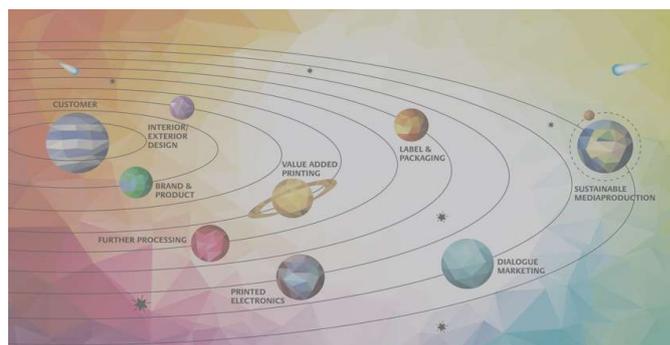
全国ぶらざ協議会事務局長に就任

2002年(平成14年)6月 日本WPA事務局長に就任

2010年(平成22年)10月

一般社団法人日本WPAに改組

2013年 全国ぶらざ協議会 会長代行に就任



ところ変われば

橘田 佳音利

東京生まれの東京育ち。人生の大半を東京で送っていますが、各地に住んだり旅したり、ところかわると、こんなにも事情が変わることがあるのだ、という驚きを感じたことをお伝えさせて頂いております。今回は北海道で暮らして驚いたことに関して書かせて頂きます。

～北海道編 その1～ 「北国では開店花輪も 時待たずして寒くなる」

店先に、色とりどりの花々で設えた開店祝いの花輪をみつけると、その前を通り過ぎるだけでもこちらまで新たな気分になります。どの地方に行っても見られる光景です。

多くの顧客が新店舗へ訪れてくれることで賑わ

い、色鮮やかな祝い花がいつまでも煌びやかにその店舗の門出を祝ってくれている、のは東京でのこと。

この祝い花、なんと北海道では開店早々、花もまばらなただの輪と化してしまうのです。その最たるものでは、花が一輪もなく「祝」の札のみが、寄りかかる主を失い倒れかけていたりするのです。

果たして事の真相は？

なんと！来た客が抜き去ってしまうということなのです。

北海道では、開店祝いの花を来店客が持ち帰るのが習わしなのだそうです。1本抜け、2本抜け、見るも無残な姿となった花輪は、店が繁盛の兆しを喜

び、客は我が家を飾るというわけだそうです。



SEISHIN

編集後記

2022年も明けて2号目のCLICKを発刊することが出来ますこと、このCLICKを毎回お読みくださる皆様がいらしてくださるからこそ、と大変うれしく思っております。また多くの皆様からのご感想・ご意見を頂けますことに心より感謝申し上げます。

今号は「CLICK Vol.47 No.2」創刊47年目の第2刊目の発行でございます。コロナも収まるかと期待を持ってはありましたが、年末から危ぶまれたオミクロン株。この2年を経ても、通常とは違う日常を過ごさねばならないこの年の始まりではございますが、我々スタッフ一同、常にポジティブに新たな発見をするべく前進して参りたいと存じます。

ご意見ご感想は右記バーコードより、もしくは下記メールアドレスにお送りいただければ幸いです。
編集室 主幹 福田七衛ともども一同お待ち申し上げます。



seishin-somu@seishin.co.jp

「SEISHIN APPLICATION CLICK」

発行：誠伸商事株式会社内 CLICK 編集室
〒145-0062 東京都大田区北千束 2-9-10

編集室主幹：福田七衛
編集スタッフ：杉本なつみ・世古真一・橘田佳音利
制作スタッフ：日比野悠太・山田七重
問い合わせ先：TEL 03 (5751) 3386

誠伸商事株式会社ホームページにCLICKバックナンバーの掲載を開始致しました！



<https://seishin.co.jp/click>

Customer Delight

—満足から感動へ—

誠伸商事は

印刷情報産業のビジネスを
サポートする専門商社です



■取扱製品■

印刷業向け統合経営支援ソフト	印刷管太郎XI ASP版/パッケージ版
エンドポイント セキュリティー管理ソリューション	P I G (Printing industry Information Governance)
高品質オフセット印刷用湿し水	MCエッチ液
プルーフ用インクジェットペーパー	PoleStar
Office データ変換システム	PDF Change Server 2
デジタル検版ソフトウェア	FLAP WORKS 2
Pre Press DTP	プルーフソフト・インクジェットプルーフ
	PC及びPC関連製品・フォント・Adobe製品
	検査ソフト・検査装置
Pre Press CTP	CTP出力機・ワークフローRIP・CTP用プレート
Press	デジタル印刷機・UVインクジェットデジタル印刷機
	POD (プリントオンデマンド)・印刷機
	インキ・印刷関連資材
Post Press	製本関連機器 他

SEISHIN

誠伸商事株式会社

www.seishin.co.jp

■本社：〒145-0062 東京都大田区北千束2-9-10 TEL03-5751-3011

■静岡 054-340-1191 ■北関東 028-684-1981 ■東北 022-299-6661 ■新潟 025-286-9040