

22
Vol.
POD Success
Print On Demand Success

RICOH Pro Case Study 【お客様ご活用事例】

【複写業・情報加工業】

株式会社デジタルプレイス



石巻市 日和山からの眺め

合い言葉は「がんばろう石巻」
制作・生産拠点を仙台から石巻に移し、
PODで復興を目指す。

課題

解決

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> PODで石巻を復興させたい | <input type="checkbox"/> 制作拠点を仙台から石巻に移し、雇用を生み出す |
| <input checked="" type="checkbox"/> デジタルプレイスの得意分野を活かしたい | <input type="checkbox"/> 写真集やカレンダーの提案により地元の少年少女スポーツ団に貢献 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 企業コミュニケーションのサポートをしたい | <input type="checkbox"/> 好きな選手の写真を选べるオリジナルカレンダーが、サポーターの支持を獲得 |

「物売り」から「価値の提案」へ。

Webシステムの共同開発など、
ビジネス研究会での連携がPODを活かした新商品を生む。



代表取締役社長 渥美 和彦 氏

■ オリジナル性を魅力に、PODで個人消費を刺激

- ✓ PODで石巻を復興させたい
- ✓ デジタルプレイスの得意分野を活かしたい
- ✓ 企業コミュニケーションのサポートをしたい

解決

- 制作拠点を仙台から石巻に移し、雇用を生み出す
- 写真集やカレンダーの提案により地元の少年少女スポーツ団に貢献
- 好きな選手の写真を選べるオリジナルカレンダーが、サポーターの支持を獲得

背景と経緯

■ 1981年、第一コピーサービス創立

青写真と複写を主な業務として、前身の第一コピーサービスは石巻でスタートする。手書きトレースの需要も高く、官公庁や公共工事を中心にビジネスを展開。その後、社外プロジェクトチームを起し、複写業の将来性について検討を重ね、いち早くCADシステムの導入に踏み切る。

CAD図面制作は得意先から高評価を得るが、年を追うごとに操作できる人材が増え、アプリケーションの価格は下がっていく。自ずと価格競争が起り、海外とも競争しなければならない時代へ突入していく。

デジタルプレイスは情報システム部門を立ち上げ、ビジネスでの差別化に挑んだ。ファイリングを行い、CADで図面を制作し、道路情報、河川情報、住宅情報などを取り込み検索できる情報システムで得意先のニーズに添えていった。

■ 官公庁や公共工事関連とは異なる個人向け消費のビジネスへ

近年、公共工事は減少をつづけ、コピーの単価も量も下がっている。CAD図面を含めさまざまなデータをインターネット上でやり取りする時代を迎え、紙への印刷も間違いなく減少傾向だ。これは複写業全体が抱える課題だという。デジタルプレイスの選択は、従来の得意先とは異なる領域へのチャレンジだった。

「公共工事や官公庁に頼っていたはダメだと思ったのです。社外からの意見も取り入れ、個人消費と結びつくビジネスをと模索しているときに、POD (Print On Demand)に出会いました。石巻はもちろん仙台は地方都市です。大都市圏の大きな案件は非常に少ない。地方都市の印刷はまさに小ロット・多品種で、PODに適していると思ったのです」2005年、デジタルプレイスはフルカラーPOD機を導入する。

「導入直後は売上の効率が悪くても、名刺印刷の営業で懸命でした。

やれば、その分経験値がアップしますから。社員達も頑張ってくれたおかげで、数年後には年賀状印刷も大量に受注できるようになっていました」渥美和彦社長は当時を語った。

■ あらゆるものを奪った東日本大震災が、変化のきっかけに

PODを活用したビジネスは、名刺からはじまり、年賀状、写真集へとその領域を広げ、まさにこれからというタイミングだった。

2011年3月11日14時46分に起きた東北地方太平洋沖地震は、東北から関東にかけての東日本一帯に甚大な被害をもたらした。

「当時は、東日本大震災にすべてを奪われたという感じてした。石巻店は津波による浸水により納品間近の写真集などが、ほぼ壊滅状態。震災から3日後、泣きながら片付け、トラック2台分のゴミとして廃棄しました。店を閉めることも考えたのですが、全国からの支援が届けはじめ、地域の復興のためにも、社員の雇用確保のためにも、石巻でリスタートしようと決意しました」

■ 理屈抜きにうれしかったボランティア支援

「復興支援ボランティアとして知り合ったリコーの方々からは、心温まるものをいただきました。マシンの話も仕事の話も一切ありません。ただ石巻復興のために手伝いたいという思いを感じました。先頭で陣頭指揮を取っていた篠崎専務(当時)をはじめ、リコーの皆さんには感謝の気持ちでいっぱいです。この後、こんな人たちと一緒に仕事がしたいと思うようになったのは、自然なことかもしれません」と渥美社長は語る。



地元の景色や思い出をイラスト化したオリジナルカレンダー

導入の効果

制作・生産拠点を仙台から石巻に移し、雇用を生み出す

石巻での復興を第一と考えた渥美社長は、制作・生産の拠点を仙台から石巻に移す。震災前はPOD機を仙台店で稼働させていたが、POD機を石巻店に導入し制作を行うことで、地元の雇用に貢献できると考えたからだ。

「仙台店は営業拠点として位置づけました。ちょうどPOD機のトラブルも気になってきており、カラーのクオリティ向上も課題でしたから、新しいPOD機を検討するタイミングでもあったのです。RICOH Proを知ったのはその頃ですが、カラーの再現性が素晴らしく、とくに赤と黒のベタの美しさには驚きました」

渥美社長はテストを繰り返し、2012年8月RICOH Pro導入を決定する。

写真集やカレンダーの提案により、地元の少年少女スポーツ団に貢献

デジタルプレスが1年越しの提案で実現した、地元プロ野球選手のPOD写真集。Web限定の300部は、即売する大ヒットに。「PODは売れる」社員達の意識が変わり、社内の空気も一変したという。この受注をきっかけに、小学校の野球チーム、中学・高校の野球部にも、プロカメラマンによる個人別の写真集を展開。デジタルプレスの人気商品として支持されていく。現在では、地元少年少女スポーツ団に向け写真集以外に、数種類のカレンダー、パネル、ストラップなどが商品化されており、写真を7枚使ったA3壁掛けカレンダーが一番人気となっている。



ソフトボールチーム写真集

全国の仲間とビジネス研究会を定期開催し、アイデアや技術を共有

渥美社長は、東日本を中心とした若手経営者達が集う『ビジネス研究会』を開催している。メンバーは、オンデマンド印刷、情報システム、型抜き加工など、さまざま。研究会ではそれぞれの事例を発表し合い、アイデアや技術を共有。例えばデジタルプレスの成功事例を宇都宮の企業が、また沖縄の企業が独自色を加えながらトライしている。Web入稿などのシステムも共同開発することで、コストを抑えることができたという。

好きな選手の写真を选べるオリジナルカレンダーが、サポーターの支持を獲得

デジタルプレスでは、バレーボール、V・プレミアリーグ『パイオニアレッドウィングス』とサッカー、日本フットボールリーグ『ソニー仙台』のオフィシャルカレンダーを制作している。プロカメラマンの撮影による選手写真から好きな写真を選んでつくる卓上カレンダーは、サポーターにとって大きな価値を生み出し、いずれも年間数万部という人気グッズになっている



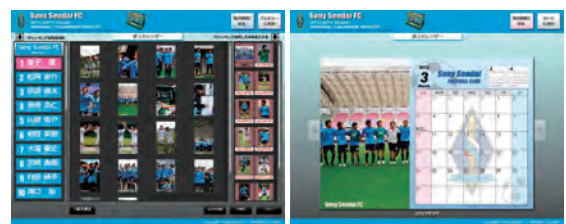
情報システム部 営業技術課長
長岡 裕樹 氏

「パイオニアレッドウィングスさんとのきっかけは、グリーン調達法でした。グリーン調達法をクリアできるファングッズを探しているというリクエストに、PODで選手ユニフォームを印刷してつくるストラップを提案。高い評価をいただき、つづけてオリジナルカレンダーも受注。Webで完結できるのも、大きなポイントに。現在、販売から発注まで任されていますので、手間もかからない、サポーターサービスにもなると、パイオニアさんから非常によくばられています」

「ソニー仙台さんとは以前から情報システムでお付き合いがありましたが、PODでの案件は、やはりストラップ。その後卓上カレンダー、A3カレンダーの提案が受け入れられました。従来はオフセット印刷で制作していましたが、選手の急な移籍などで使えなくなり廃棄することもあったと聞いています。PODで制作することで無駄がなくなり、しかも撮りためた選手の写真を有効活用できているのも、高評価につながっています。またFacebookページで、選手直筆のカレンダー校正紙をサポーターにプレゼントするなど、サポーターとの交流にも一役買っているそうです」営業技術課 長岡裕樹課長は、PODを通し企業コミュニケーションのサポートができるのは、大きなやりがいだと語る。



ストラップ、卓上カレンダー(B6 13ページ)、A3壁掛けカレンダー



写真を自由に選べる発注画面

今後の展望

地元の景色や思い出をイラスト化し、PODで商品化 PODには、「無限の可能性」を感じる



イラスト制作担当
笹川 遼馬 氏

「得意先からのこんなことはできないの?という質問は、ビジネスの大きなヒントになります。物ではなく、価値を売る企業へ。求められているものを、PODと加工技術でカタチにする。今は地元の景色や思い出をイラスト化し、オリジナルカレンダーに活かす商品を開発しています。イラストを制作する若手社員(笹川氏)も採用しました」渥美社長は、笑顔で語ってくれた。

【現場から見た RICOH Pro】

RICOH Proは、石巻店では初めてのPOD機。
ここまでできるのかと、そのパフォーマンスの高さに驚いています。

■ 美しい画質、とくに赤と黒の発色がすばらしい



プリンティング部
千葉 貴美恵 氏

RICOH Proを操作している千葉貴美恵氏。はじめてのPOD機とのこと。「これまでPOD機を操作したことがなかったので、比較はできませんが、画質の美しさには驚かされました。PODはベタが苦手と聞いていたのですが、そんなことはありません。とくに赤と黒のベタは非常にきれいです。また表裏見当の精度が高く、名刺も高品質に印刷ができます」

「紙詰まりの際も、パネルの指示に従っていただけで解消できますから、安心です。はじめてのPOD機がRICOH Proで、よかったと思っています」



カラー再現性を活かしたオンデマンド写真集

■ その都度、丁寧に対応してくれるプロダイヤルがありがたい

当初は操作に不安があったというが、研修で基本操作を覚え、問題が発生した際はプロダイヤルがその都度サポートしてくれたので助かったという。現在も安定して稼働中だ。RICOH Proは、デジタルプレスの制作現場で高い信頼を得ている。

■ 口コミで獲得した、中古車ディーラー短納期チラシ



プリンティング部営業
千葉 紀子 氏

石巻店に所属する千葉紀子氏は、このところ、口コミでデジタルプレスを紹介されたという案件が増えてきたと語る。

「デジタルプレスに依頼すれば少数でもきれいに印刷してくれるといった口コミが、お客様の間であるようです。RICOH Proの仕上がりはかなり好評で、それが話題になっている

のでしょうか。中古車ディーラーさんのチラシ案件では、競合店を確認しながら目玉商品の金額設定をしたいということで、決定してから印刷までの時間を限界まで短くしたいというリクエストでした。従来はオフセットでしたが、PODで短納期を実現しチラシの価値を高め、トータル4,000部を受注しました」



■商号	株式会社デジタルプレス
■所在地	石巻店：〒986-0861 石巻市蛇田字新下沼40-4 仙台店：〒983-0045 仙台市宮城野区宮城野1丁目26-15
■資本金	2千万円
■創業	1981年6月(昭和56年)
■従業員数	20名
■設備	RICOH Pro C651EX

■主なお得意先(順不同、敬称略)

国土交通省、農林水産省、経済産業省、宮城県、市町村、建設建築業、測量コンサル業、学校、幼稚園、写真館、プロスポーツチーム、スポーツ少年団、飲食店など

■主な印刷物/業務

写真集、アルバム、カレンダー、パンフレット、カタログ、チラシ、会社案内、名刺、年賀状、DMなど
総合コピーサービス、トレース、デジタル印刷、オフセット印刷、アルバム作成、各種製本、オリジナルTシャツ、サインディスプレイ、電子ファイリング、CAD入出力、地理情報システム、電子納品など

RICOH
imagine. change.

株式会社 リコー
〒143-8555 東京都大田区中馬込 1-3-6

<http://www.ricoh.co.jp/pp/pod/>

リコー製品に関するお問い合わせは下記のダイヤルで承っております。

リコーテクニカルコールセンター **0120-892-111**

●受付時間：平日(月～金)9時～17時(祝祭日、弊社休業日を除く)
※お問い合わせの内容は対応状況の確認と対応品質の向上のため、録音・記録をさせていただきます。
※受付時間を含め、記載のサービス内容は予告無く変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。
<http://www.ricoh.co.jp/contact/>
■リコーにご提供いただいたお客様の個人情報の取り扱い方針については、当社ホームページでご確認いただけます。

このカタログはRICOH Pro Cシリーズで印刷しています。

●お問い合わせ・ご用命は・・・

このカタログの記載内容は、2016年2月現在のものです。

1306PH-1602<34211624>4/P