

2009 年国内プリントサービスプロバイダー 意識調査

Lead Analyst: 山下 潤一郎 : シニアコンサルタント

Creative Services: (株) インフォトレンドズ

Editorial/Proofreading: (株) インフォトレンドズ

本報告書は株式会社インフォトレンドズによって、限定されたクライアント様にマルチクライアント調査報告書として提供されます。

本書の著作権は株式会社インフォトレンドズに帰属しますので、本報告書の文章、写真、図表等の一部分または全部を株式会社インフォトレンドズの同意を得ずに転載することを禁じます。

株式会社インフォトレンドズ

〒150-0012 東京都渋谷区広尾 1-3-18 広尾オフィスビル 10F

Tel : 03-5475-2663 Fax : 03-5475-2710 Email : info@infotrends.co.jp

Table of Contents

調査の目的	8
調査方法	10
1次調査	10
ウェブによるアンケート調査	10
2次調査	10
回答者プロフィール	11
生産（印刷）および印刷設備の選定・導入への関わり	11
回答者の業態	11
企業規模（従業員数、売上高）、地域	12
印刷ジョブの現状・今後の見通し	16
オフセットも含めた印刷ジョブ全体	16
印刷しているアプリケーションの種類、印刷売上の多いアプリケーション	16
過去1～2年間の印刷量の増減（アプリケーション別、印刷物全体）	21
今後1～2年間における印刷量の変化見通し（アプリケーション別、印刷物全体）	24
印刷物のロット数・納期の変化	28
印刷業務の受注先（業種別）	31
デジタル印刷利用状況	34
デジタル印刷を利用しているアプリケーション	34
アプリケーション毎のデジタル印刷比率	37
デジタル印刷量の過去1～2年間の増減（アプリケーション別、印刷物全体）	39
今後1～2年間におけるデジタル印刷量の変化見通し（アプリケーション別、印刷物全体）	42
デジタル印刷利用時の指定状況	46
デジタル印刷機の所有状況	51
PSPのデジタル印刷物に対する評価	54
デジタル印刷物で重視する項目、それらに対する満足度	54
デジタル印刷物についての考え	60
デジタル印刷を利用していない理由	61
デジタル印刷の今後の利用意向（非利用者）	62
PSPの強み・課題分析	64
自社の競争力評価	64
自社の強みだと考える点、今後強化したい点	67
プリントバイヤーに対して行いたい提案	70
PODベンダーに対する提言	74
PSPのニーズ、課題など	74

印刷物のデジタル印刷化の進展.....	74
主要アプリケーションのデジタル印刷化の動向.....	74
短納期・小ロットへの対応.....	75
ソリューションの導入.....	76
デジタル印刷の評価.....	76
PSPの経営課題.....	76
PODベンダーの事業拡大機会.....	77
PSP/プリントバイヤーの課題、ニーズなどの相違に対する深い理解と支援.....	78
「デジタル印刷の活用」を通じての高収益体質への進化.....	78
営業力・マーケティング力の強化.....	79
Appendix.....	81
A: 印刷子会社・関連会社、インプラント分析.....	81
B: デジタル印刷利用者・非利用者 意識比較 (意思決定者)	95
C: デジタル印刷機 (電子写真) の所有者 (既導入者)、導入検討者 プロファイル比較.....	102

図表リスト (図)

図 1：印刷・同関連中小企業設備投資額（2008 年度実績、2009 年度計画）	8
図 2：回答者の生産（印刷）および印刷設備の選定・導入への関わり	11
図 3：回答者の業態	12
図 4：回答者の所属企業規模（従業員数）	13
図 5：JAGAT「印刷産業経営動向調査 2009」回答企業分布（従業員別）	13
図 6：回答者の所属企業規模（売上高）	14
図 7：回答者の地域	15
図 8：印刷しているアプリケーションの種類.....	17
図 9：印刷売上の多いアプリケーション（上位 3 種類）	18
図 10：印刷しているアプリケーションの比率 x 売上の多いアプリケーションの比率	20
図 11：印刷売上上位 3 種アプリケーションに関する過去 1～2 年の印刷量の増減	22
図 12：印刷売上の多いアプリケーションに関する過去 1～2 年の印刷量の増減（加重平均）	23
図 13：印刷売上上位 3 種アプリケーションの印刷量に関する今後 1～2 年の見通し.....	25
図 14：印刷売上上位 3 種アプリケーションに関する今後 1～2 年における印刷量の変化見通し（加重平均）	26
図 15：印刷売上の多いアプリケーションの過去 1～2 年間での印刷量の増減／今後 1～2 年間の印刷量の変化見通し.....	27
図 16：PSP の印刷業務受注先（業種別）	32
図 17：アプリケーション毎のデジタル印刷機（オンデマンド機）で印刷している PSP 比率.....	35
図 18：PSP が印刷しているアプリケーションの種類／デジタル印刷しているアプリケーションの種類.....	36
図 19：アプリケーション毎のデジタル印刷比率.....	38
図 20：アプリケーション毎の過去 1～2 年間におけるデジタル印刷量の増減.....	40
図 21：アプリケーション毎の過去 1～2 年間におけるデジタル印刷量の増減（加重平均）	41
図 22：アプリケーション毎のデジタル印刷機（オンデマンド機）による印刷量今後 1～2 年間の変化見通し....	43
図 23：アプリケーション毎のデジタル印刷機（オンデマンド機）による印刷量今後 1～2 年間の変化見通し（加重平均）	44
図 24：デジタル印刷物の過去 1～2 年間におけるデジタル印刷量の増減／今後 1～2 年間の変化見通し（加重平均）	45
図 25：デジタル印刷機（オンデマンド機）の利用に関するプリントバイヤーからの指定状況	46
図 26：納期と印刷部数の関係によるデジタル印刷の利用比率（ちらし印刷の場合、2009 年）	48
図 27：納期と印刷部数の関係によるデジタル印刷の利用比率（カタログ 8 ページの場合、2009 年） ...	48
図 28：納期と印刷部数の関係によるデジタル印刷の利用比率（ちらし印刷の場合、2007 年）	49
図 29：納期と印刷部数の関係によるデジタル印刷の利用比率（カタログ 8 ページの場合、2007 年） ...	49
図 30：PSP のデジタル印刷関連機器、ソフトウェアの所有状況	51
図 31：PSP のデジタル印刷関連機器、ソフトウェアの非所有者における導入検討状況	52

図 32 : デジタル印刷物についての重要項目 (5段階評価)	54
図 33 : デジタル印刷物についての重要項目 (加重平均)	55
図 34 : デジタル印刷物についての満足度 (5段階評価)	56
図 35 : デジタル印刷物についての満足度 (加重平均)	57
図 36 : デジタル印刷物に対する重要度・満足度 : PSP (加重平均)	58
図 37 : デジタル印刷物の「画質」「コスト」に対する重要度・満足度比較 (加重平均) : PSP/プリン トバイヤー比較	59
図 38 : デジタル印刷物についての考え (印刷設備選定・導入時の最終決定者)	60
図 39 : POD を利用していない理由 (印刷設備選定・導入時の最終決定者、POD 非利用者)	61
図 40 : POD 利用意向 (印刷設備選定・導入時の最終決定者、POD 非利用者)	62
図 41 : 今後、POD を利用したい理由 (印刷設備選定・導入時の最終決定者、POD 非利用者、POD 利用意向者) ...	63
図 42 : PSP による自社の競争力評価 (5段階評価)	65
図 43 : PSP による自社の競争力評価 (加重平均)	66
図 44 : PSP による自社の「強み」	67
図 45 : PSP が今後強化したい点	68
図 46 : PSP の「強み」と「今後強化したい点」の関係	69
図 47 : 印刷物発注者に対して行いたい提案 (印刷設備選定・導入時の最終決定者)	70
図 48 : プリントバイヤーが PSP から受けてほしい提案	71
図 49 : PSP における営業担当者の有無	72
図 50 : PSP の営業担当者の訪問先	73
図 51 : 印刷子会社・関連会社、インプラント回答者の年間売上高	82
図 52 : 印刷子会社・関連会社、インプラント回答者の年間売上高	82
図 53 : 印刷子会社・関連会社、インプラントで印刷しているアプリケーションの種類	83
図 54 : 印刷子会社・関連会社、インプラントで印刷しているアプリケーションの種類 (続)	84
図 55 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける過去 1~2 年間の印刷量全体の増減	85
図 56 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける今後 1~2 年間の印刷量全体の変化見通し	85
図 57 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおけるデジタル印刷されているアプリケーション	86
図 58 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおけるデジタル印刷されているアプリケーション (続)	87
図 59 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける過去 1~2 年間のデジタル印刷量全体の増減	88
図 60 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける過去 1~2 年間のデジタル印刷量の増減 (カタログ、 パンフレット)	88
図 61 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける過去 1~2 年間のデジタル印刷量の増減 (ちらし、 フライヤー)	89
図 62 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける過去 1~2 年間のデジタル印刷量の増減 (DM) ..	89
図 63 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける今後 1~2 年間のデジタル印刷量全体の変化見通し	90

図 64 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける今後 1~2 年間のデジタル印刷量の変化見通し (カタログ、パンフレット)	91
図 65 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける今後 1~2 年間のデジタル印刷量の変化見通し (ちらし、フライヤー)	91
図 66 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおける今後 1~2 年間のデジタル印刷量の変化見通し (DM)	92
図 67 : 印刷子会社・関連会社、インプラントにおけるデジタル印刷機の利用状況.....	92
図 68 : 印刷子会社・関連会社におけるデジタル印刷物で重視する項目	93
図 69 : 印刷子会社・関連会社におけるデジタル印刷物に対する満足度	93
図 70 : インプラントにおけるデジタル印刷物で重視する項目	94
図 71 : インプラントにおけるデジタル印刷物に対する満足度	94
図 72 : 自社の競争力 (デジタル印刷利用者)	95
図 73 : 自社の競争力 (デジタル印刷非利用者)	96
図 74 : 自社の「強み」 (回答者全体・デジタル印刷利用者・非利用者 比較)	97
図 75 自社の「強み」 (回答者全体・デジタル印刷利用者・非利用者 比較) (続)	98
図 76 : 今後の強化ポイント (回答者全体・デジタル印刷利用者・非利用者 比較)	99
図 77 : 今後の強化ポイント (回答者全体・デジタル印刷利用者・非利用者 比較) (続)	100
図 78 : プリントバイヤーに対する提案について (回答者全体・デジタル印刷利用者・非利用者 比較)	101
図 79 : 回答者プロフィール比較 (従業員数別) : デジタル印刷機 (電子写真) の所有者 (既導入者)、 非利用者全体、導入検討者	102
図 80 : 回答者プロフィール比較 (地域別) : デジタル印刷機 (電子写真) の所有者 (既導入者)、非利 用者全体、導入検討者.....	102
図 81 : 回答者プロフィール比較 (業態別) : デジタル印刷機 (電子写真) の所有者 (既導入者)、非利 用者全体、導入検討者.....	103
図 82 : 回答者プロフィール比較 (過去 1~2 年間の印刷量全体の増減) : デジタル印刷機 (電子写真) の所有者 (既導入者)、非利用者全体、導入検討者	103
図 83 : : 回答者プロフィール比較 (今後 1~2 年間の印刷量全体の変化見通し) : デジタル印刷機 (電 子写真) の所有者 (既導入者)、非利用者全体、導入検討者	104

図表リスト (表)

表 1 : アプリケーション毎の1回に印刷するロット数推移 (売上の多い上位3種類) : 1~2年前、現在	29
表 2 : アプリケーション毎の納期推移 (売上の多い上位3種類) : 1~2年前、現在、今後の目標	30
表 3 : デジタル印刷機 (電子写真) 、デジタル印刷機 (インクジェット) : A3 ノビ以下、複写機、複合機の併用状況	53