

2009 年国内プリントバイヤー (印刷物発注者) 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	11
1次調査	11
ウェブによるアンケート調査	11
2次調査	13
回答者プロフィール	14
生産（印刷）および印刷設備の選定・導入への関わり	14
企業規模（従業員数、売上高）	15
回答者の業種、職種	18
回答者の地域分布	21
印刷物の発注状況	22
プリントバイヤーの印刷物年間発注金額、年間発注回数	22
プリントバイヤーの関与対象部署	23
発注しているアプリケーションの種類	24
印刷費用の多いアプリケーション	26
過去1～2年間における発注量の増減	29
今後1～2年間における印刷量の変化見通し	32
アプリケーション別の過去1～2年間／今後1～2年間の増減傾向比較	36
デジタルサイネージの利用・検討状況	37
オフセット印刷物等も含めた「印刷物の発注状況」まとめ	38
デジタル印刷物の発注状況	41
デジタル印刷物の発注状況	41
デジタル印刷の指定状況	42
発注デジタル印刷物の種類	42
過去1～2年間におけるデジタル印刷物の発注量増減	45
今後1～2年間におけるデジタル印刷物発注量の変化見通し	47
デジタル印刷物：アプリケーション別の過去1～2年間／今後1～2年間の増減傾向比較	49
「デジタル印刷物の発注状況」まとめ	50
デジタル印刷に対する評価	53
デジタル印刷で重視する項目	53
デジタル印刷の満足度	54
プリントバイヤーが考えるデジタル印刷の重要度／満足度	56
デジタル印刷の重要度／満足度：プリントバイヤーとPSPの比較	57
デジタル印刷を利用していない理由	58

今後のデジタル印刷物の発注意向.....	60
「デジタル印刷に対する評価」まとめ	62
発注先に対する期待、満足度など.....	64
ソリューションなどの認知度.....	64
印刷物発注先企業数	65
印刷会社に期待する印刷サービスの重要度、および満足度.....	67
プリントバイヤーが受けたい提案／PSPが行いたい提案.....	74
「発注先に対する期待、満足度など」まとめ.....	75
まとめ.....	79
プリントバイヤーのニーズ、課題など	79
アプリケーションの発注動向（オフセット印刷物など全ての印刷物）	79
デジタルサイネージの導入・検討.....	79
デジタル印刷物を発注しているプリントバイヤーの割合、発注時の指定状況.....	79
デジタル印刷へのシフト.....	80
デジタル印刷で重視する項目／満足度.....	80
デジタル印刷を利用していない理由.....	81
今後のデジタル印刷物の発注意向	81
ソリューション等の認知度	81
発注先企業数.....	81
印刷サービスの重要度／満足度.....	81
PSPから受けたい提案.....	82
PSPの事業拡大機会.....	83
プリントバイヤーの発注動向、ニーズ、課題などを踏まえた方針設定.....	83
プリントバイヤーのデジタル印刷への取り組み強化支援.....	84
営業力・マーケティング力の強化	85
PODベンダーの事業拡大機会.....	86
PSPとプリントバイヤーの期待値などのすり合わせ支援.....	86
PSPのデジタル印刷への取り組み強化支援.....	86
PSPのスキル習得機会の提供.....	88
Appendix A: 業種別分析：製造業（印刷業以外）、卸売・小売業、サービス業比較	90

図表リスト（図）

図 1：回答者の発注業務への関与状況	14
図 2：回答者の印刷物発注先の選定・決定への関与状況	15
図 3：回答者の所属企業規模（従業員数）	16
図 4：従業員数別企業数（総務省発表データ）	16
図 5：回答者の所属企業規模（売上高）	17
図 6：回答者の勤務先の業種	18
図 7：回答者の職種	20
図 8：回答者の地域分布	21
図 9：回答者の印刷物年間発注金額	22
図 10：プリントバイヤーの印刷物発注頻度	23
図 11：プリントバイヤーの関与範囲	24
図 12：発注している印刷物の種類	25
図 13：印刷費用の多いアプリケーション	27
図 14：アプリケーション別 発注プリントバイヤー比率／印刷費用が多いと回答したプリントバイヤー 比率の関係	28
図 15：過去 1～2 年間ににおける印刷物の発注量推移（アプリケーション別、5 段階評価）	30
図 16：過去 1～2 年間ににおける印刷物の発注量推移（アプリケーション別、加重平均）	32
図 17：今後 1～2 年間ににおける印刷物の発注量変化見通し（アプリケーション別、5 段階評価）	34
図 18：今後 1～2 年間ににおける印刷物の発注量変化見通し（アプリケーション別、加重平均）	36
図 19：今後 1～2 年間ににおける印刷物の発注量変化見通し（アプリケーション別、加重平均）	37
図 20：デジタルサイネージの導入・検討状況	38
図 21：デジタル印刷物の発注状況	41
図 22：デジタル印刷物発注者におけるデジタル印刷の指定状況	42
図 23：発注しているデジタル印刷物のアプリケーションの種類	44
図 24：デジタル印刷物の過去 1～2 年間ににおける発注量の増減（アプリケーション別、5 段階評価）	45
図 25：デジタル印刷物の過去 1～2 年間ににおける発注量の増減（アプリケーション別、加重平均）	46
図 26：デジタル印刷物の今後 1～2 年間ににおける発注量の変化見通し（アプリケーション別、5 段階評価）	47
図 27：デジタル印刷物の今後 1～2 年間ににおける発注量の変化見通し（アプリケーション別、加重平均）	48
図 28：過去 1～2 年間の発注量増減／今後 1～2 年間の発注量変化見通し（アプリケーション別）	50
図 29：デジタル印刷物における重要度（5 段階評価）	53
図 30：デジタル印刷物における重要度（加重平均）	54
図 31：デジタル印刷物における満足度（5 段階評価）	55
図 32：デジタル印刷物における満足度（加重平均）	56
図 33：デジタル印刷物における重要度／満足度の関係	57

図 34：デジタル印刷の項目別重要度／満足度：プリントバイヤー・PSP 比較	58
図 35：デジタル印刷を利用していない理由（デジタル印刷非利用者）	59
図 36：今後のデジタル印刷物発注意向（デジタル印刷非発注者、発注状況不明のプリントバイヤー）	60
図 37：今後、デジタル印刷物を発注したい理由（デジタル印刷非発注者、発注状況不明のプリントバイヤー）	61
図 38：ソリューション等の認知度（プリントバイヤー）	64
図 39：ソリューション等の認知度（プリントサービスプロバイダー）	65
図 40：印刷物発注先企業数.....	66
図 41：印刷物発注先企業数の増減意向	66
図 42：プリントバイヤーが考える印刷サービスの重要度（5段階評価）	67
図 43：プリントバイヤーが考える印刷サービスの重要度（加重平均）	68
図 44：プリントバイヤーの印刷サービスに対する満足度（5段階評価）	69
図 45：プリントバイヤーの印刷サービスに対する満足度（加重平均）	70
図 46：プリントバイヤーが考える印刷サービスの重要度と満足度の関係（加重平均）	71
図 47：プリントバイヤーと PSP の意識の相違.....	72
図 48：PSP が今後強化したいと考える印刷サービス.....	73
図 49：プリントバイヤーが PSP から受けた提案.....	74
図 50：PSP がプリントバイヤーに行きたい提案内容.....	75
図 51：POD の基本的な考え方	87
図 52：回答者自身の年間印刷物発注金額（業種別）	90
図 53：回答者の部署全体（把握している範囲）の年間印刷物発注金額（業種別）	91
図 54：回答者の所属企業規模（売上高、業種別）	91
図 55：回答者の所属企業規模（従業員数、業種別）	92
図 56：プリントバイヤーの印刷物発注頻度（業種別）	92
図 57：プリントバイヤーの関与範囲（業種別）	93
図 58：「Web-to-print（ウェブ・トゥ・プリント）」の認知度（業種別）	93
図 59：「バリエブル（可変）データ印刷」の認知度（業種別）	94
図 60：「パーソナル URL（PURL）」の認知度（業種別）	94
図 61：「ウェブ発注・ウェブ入稿」の認知度（業種別）	95
図 62：「デジタルサイネージ」の認知度（業種別）	95
図 63：デジタルサイネージの導入・検討状況（業種別）	100
図 64：印刷物発注先企業数（業種別）	101
図 65：印刷物発注先企業数の増減意向（業種別）	101
図 66：プリントバイヤーが PSP から受けた提案（業種別）	103
図 67：デジタル印刷物の発注状況（業種別）	104
図 68：デジタル印刷物の過去 1~2 年間における発注量の増減（デジタル印刷物全体、加重平均、業種別）	106
図 69：デジタル印刷物の今後 1~2 年間における発注量の変化見通し（デジタル印刷物全体、加重平均、業種別）	107

図 70：デジタル印刷物全体の発注量 過去1～2年間の増減／今後1～2年間の変化見通し（加重平均、業種別）	108
図 71：印刷費全体に占めるデジタル印刷費の割合（業種別）	108
図 72：デジタル印刷物発注者におけるデジタル印刷の指定状況（業種別）	110
図 73：デジタル印刷を利用していない理由（デジタル印刷非利用者、業種別）	111
図 74：今後のデジタル印刷物発注意向（デジタル印刷非発注者、発注状況不明のプリントバイヤー、業種別）	112
図 75：今後、デジタル印刷物を発注したい理由（デジタル印刷非発注者、発注状況不明のプリントバイヤー、業種別）	112

図表リスト（表）

表 1：主な広告媒体別広告費推移（億円、2005年～2008年）	8
表 2：業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）推移（2006年～2008年）	9
表 3：勤務先の会社・団体の業種「その他の業種」詳細	19
表 4：発注している印刷物の種類（%、業種別）	96
表 5：過去1～2年間における印刷物の発注量推移（アプリケーション別、加重平均、業種別）	97
表 6：今後1～2年間における印刷物の発注量変化見通し（アプリケーション別、加重平均、業種別）	98
表 7：印刷費用の多いアプリケーション（%、業種別）	99
表 8：プリントバイヤーが考える印刷サービスの重要度（加重平均、業種別）	102
表 9：プリントバイヤーの印刷サービスに対する満足度（加重平均、業種別）	103
表 10：発注しているデジタル印刷物のアプリケーションの種類（業種別）	105
表 11：デジタル印刷物における重要度（加重平均、業種別）	109
表 12：デジタル印刷物における満足度（加重平均、業種別）	109