

米国市場視察報告

2010年9月8日～15日

ウェブ博士のBreakfast Event

PRINT13

現地印刷会社視察

ブライター・ライター

山下 潤一郎

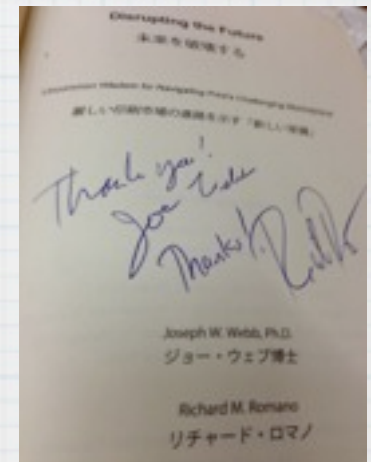
yamashita@BrighterLater.jp

目次

❖ Breakfast Event サマリー

❖ PRINT13・現地印刷会社視察まとめ

❖ 米国視察で見えてきた新規事業機会



Brighter Later

Breakfast Event サマリー

- ❖ 「経済見通し」ポイント
- ❖ 「デジタル印刷市場調査結果」ポイント

Breakfast Event :

★日時 : 2013年9月10日 8:30~9:45 (~10:15)

★会場 : McCormick Place S106A会議室

★スポンサー : Unisource社

経済見通し

PRINT[®] 13

❖ 経済情勢

❖ 印刷ビジネス

❖ 居心地が悪くなる恐ろしく破滅的な材料

Dr. Joe Webb

www.drjoewebb.com

www.linkedin.com/in/drjoewebb/



(c) 2013 Strategies for Management, Inc.

Brighter Later

非生産的な経済状況

拡大ではなく効率性を、成長ではなく生き残りを強調

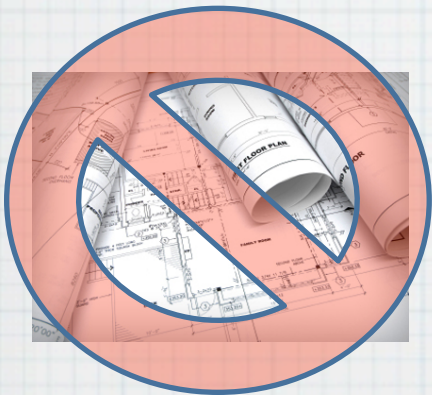


❖ 効率性向上への投資が最優先事項：

- ◆ 業務および手順の変更
- ◆ 短期間での予測可能、測定可能な投資回収
- ◆ 固定間接費を削減し、柔軟性を高めること。

❖ 事業拡大のための投資は反対される：

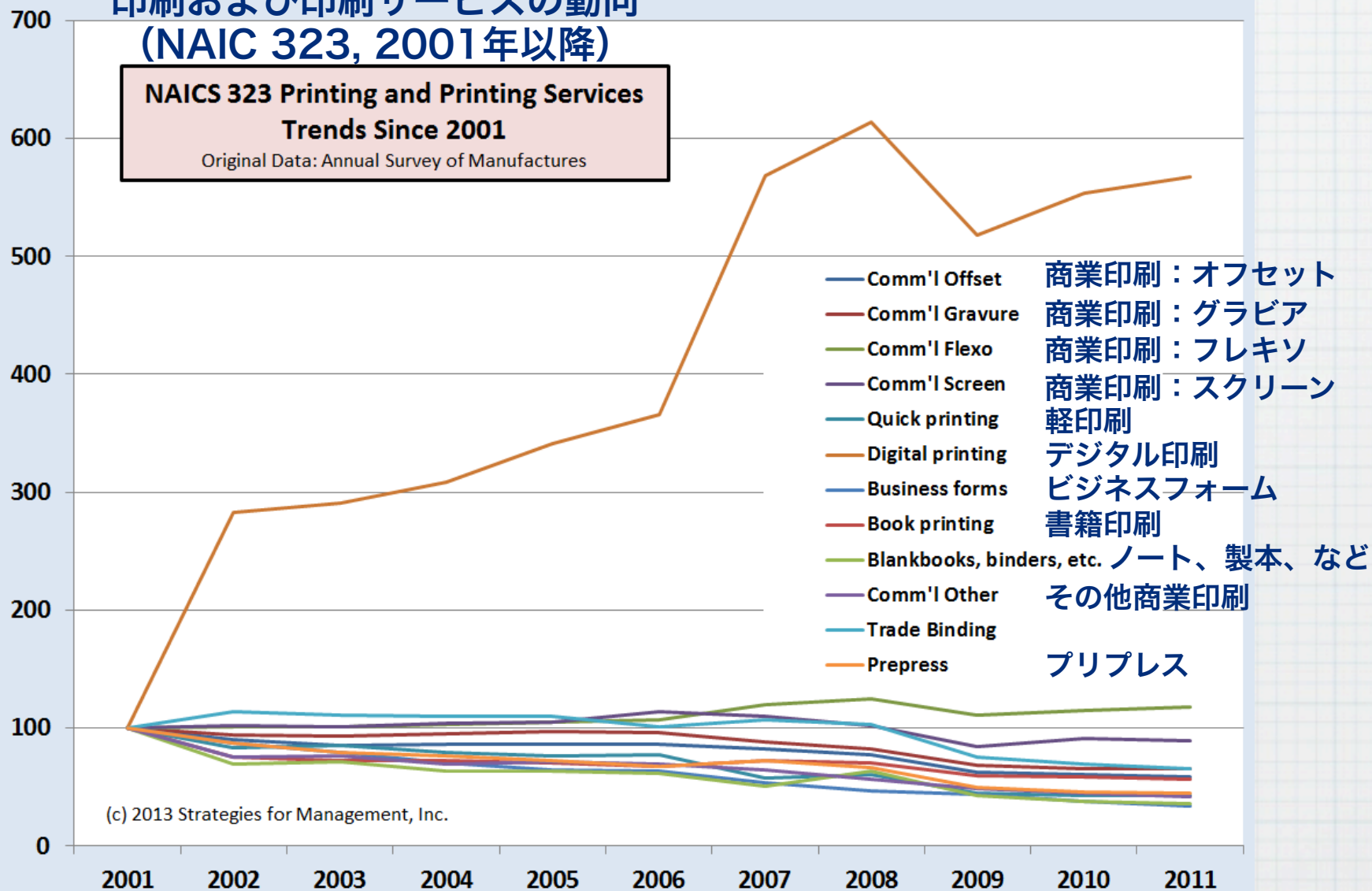
- ◆ 将来的な高い税率、高いインフレ予測、規制の遵守に関わるコストの増大
- ◆ 新規事業についての将来需要予測が困難
- ◆ 将来受けるリターンの正味現在価値は、リスクに相当する税金やインフレ、総人件費の効果を大きく上回らなければならない：
 - ✓ 今後全ての事業拡大プロジェクトのハードルが上げられた。
 - ✓ 初期のキャッシュフローがマイナスの期間は、許容するのが難しい。
 - ✓ リスクの高いプロジェクトは審査されない。
 - ✓ 「安全」なプロジェクトのみ投資され、リスクのあるプロジェクトは対象にならない。



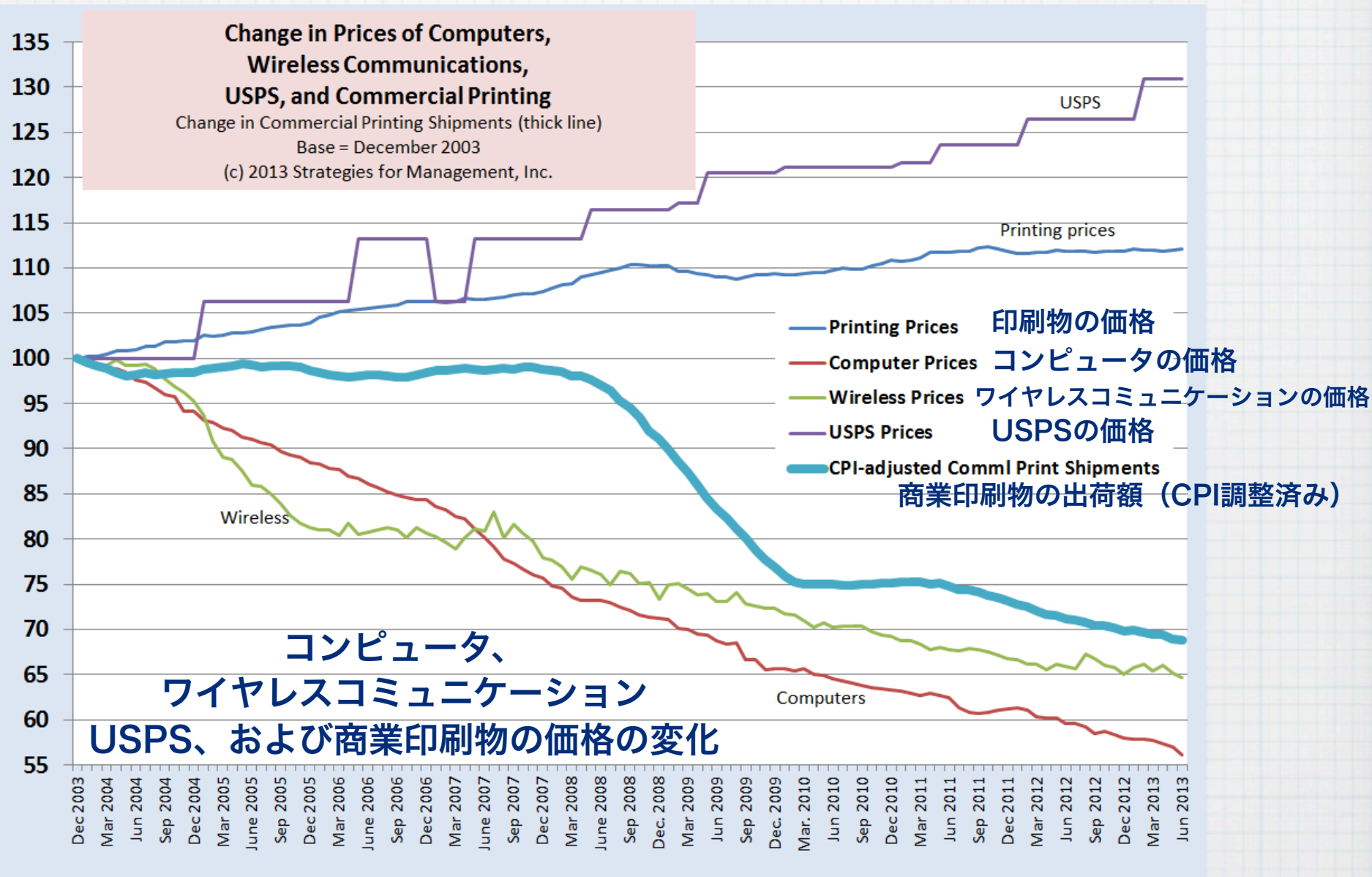
Brighter Later

縮小する商業印刷市場において デジタル印刷のシェアが増加

印刷および印刷サービスの動向
(NAIC 323, 2001年以降)



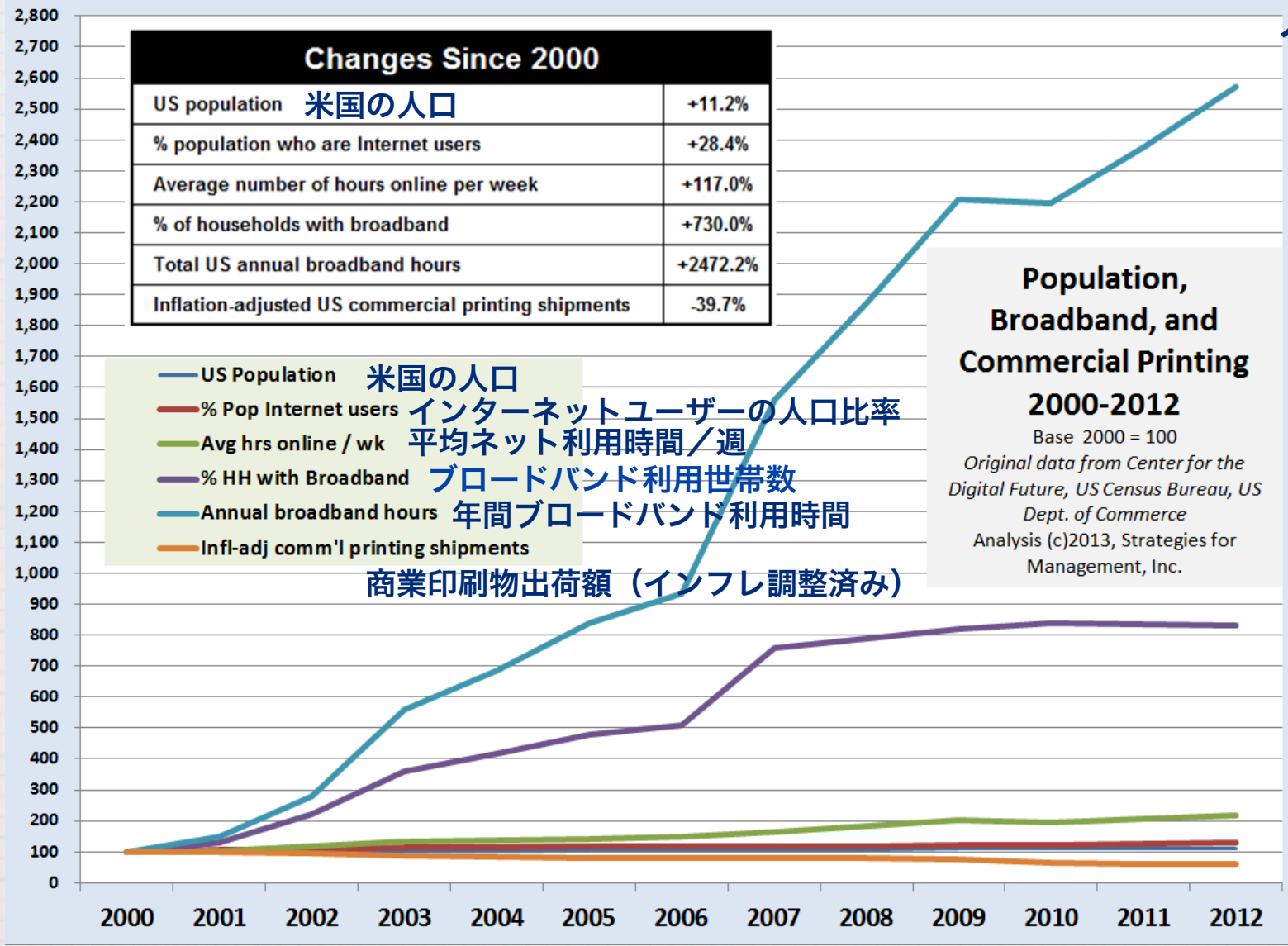
拡大が続く印刷物と デジタルメディアの価格差



経済状況よりも印刷量に影響を及ぼす ブロードバンド利用時間

人口、ブロードバンド、
商業印刷
2000-2012

Changes Since 2000		
US population	米国の人口	+11.2%
% population who are Internet users		+28.4%
Average number of hours online per week		+117.0%
% of households with broadband		+730.0%
Total US annual broadband hours		+2472.2%
Inflation-adjusted US commercial printing shipments		-39.7%



米国市場において、
ブロードバンド利用
時間が5時間増える
ごとに、商業印刷物
が1ドル減少する。

Every 5 hour increase
in US broadband
hours = \$1 decrease
in commercial print

消費者物価指数調整後の 商業印刷出荷額との統計的關係

PPIにおける変化	分野	米国商業印刷物の 出荷額における変化	相関関係
A change in the PPI in the amount of...	in the category...	yields a change in annual US commercial printing shipments of...	with an r^2 value of...
-1 decrease	コンピュータ機器 computer equipment	-\$349 million	77.3%
-1 decrease	ワイヤレスコミュニケーション wireless communications	-\$1.1 billion	67.2%
+1 increase	USPS	-\$920 million	92.3%

PPI：生産者物価指数

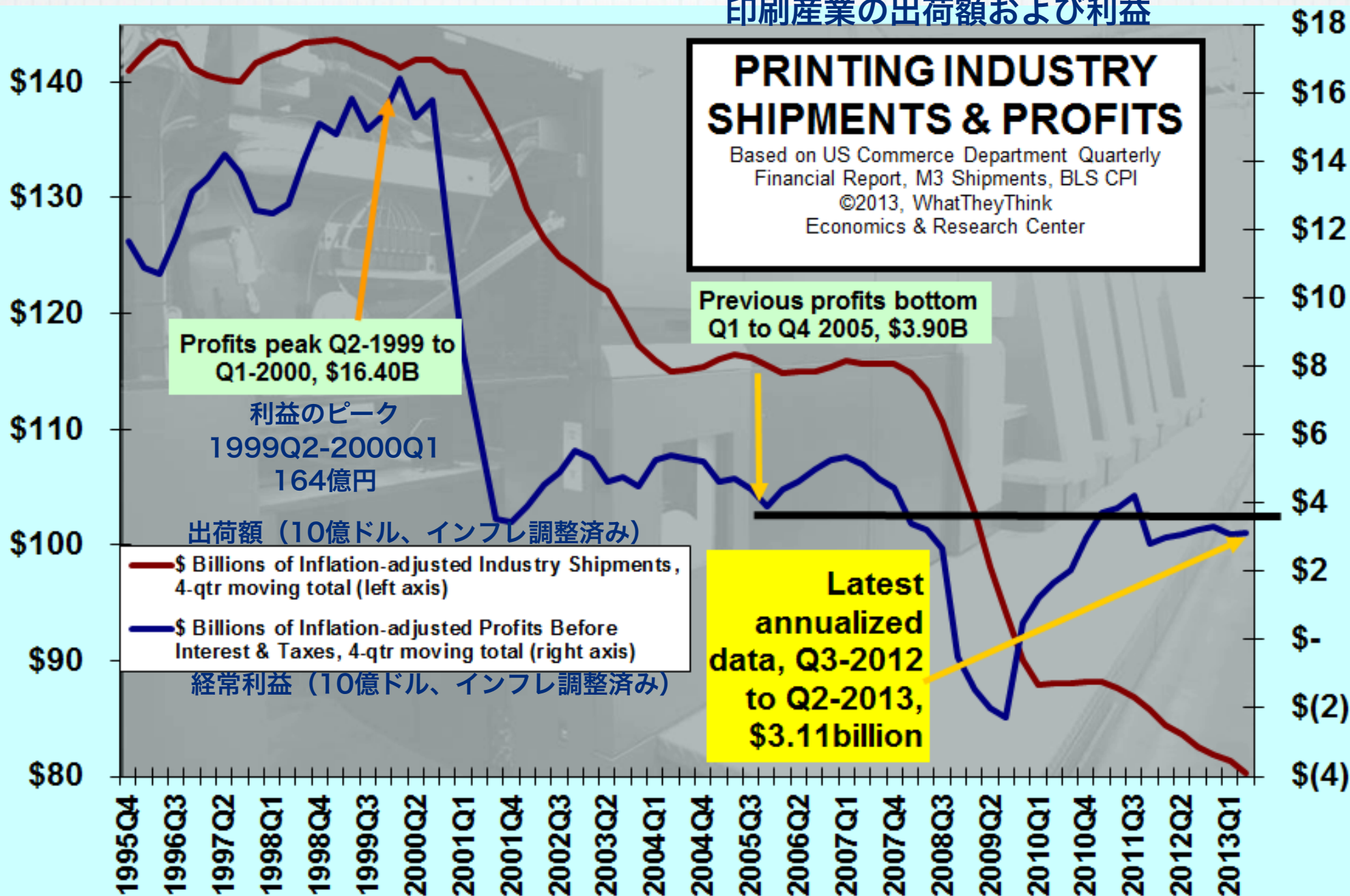
生産者の卸売価格を指数化したもの

r：相関係数

印刷産業の出荷額および利益

PRINTING INDUSTRY SHIPMENTS & PROFITS

Based on US Commerce Department Quarterly Financial Report, M3 Shipments, BLS CPI
©2013, WhatTheyThink Economics & Research Center



米国商業印刷物出荷額予測

2012年の出荷額：
806億ドル

Note: 2012 shipments were \$80.6B	FORECASTS BY STATISTICAL MODELS			<i>SFM Qualitative Forecast UPDATED 8/2013</i>
	Conservative	Aggressive	GDP (+2.5%) REVISED MODEL begins with 2000	
2013	\$78.1	\$74.0	\$115.9	\$78.5
2014	\$73.6	\$63.4	\$110.3	\$74.0
2015	\$69.7	\$55.2	\$104.5	\$68.0
2016	\$66.1	\$46.5	\$98.6	\$61.0
2017	\$62.6	\$37.3	\$92.5	\$56.0
2018	\$59.4	\$27.8	\$86.2	\$51.0
2019	\$56.3	\$17.8	\$79.9	\$47.0

2019/2012
比率

70%

22%

58%

Brighter Later

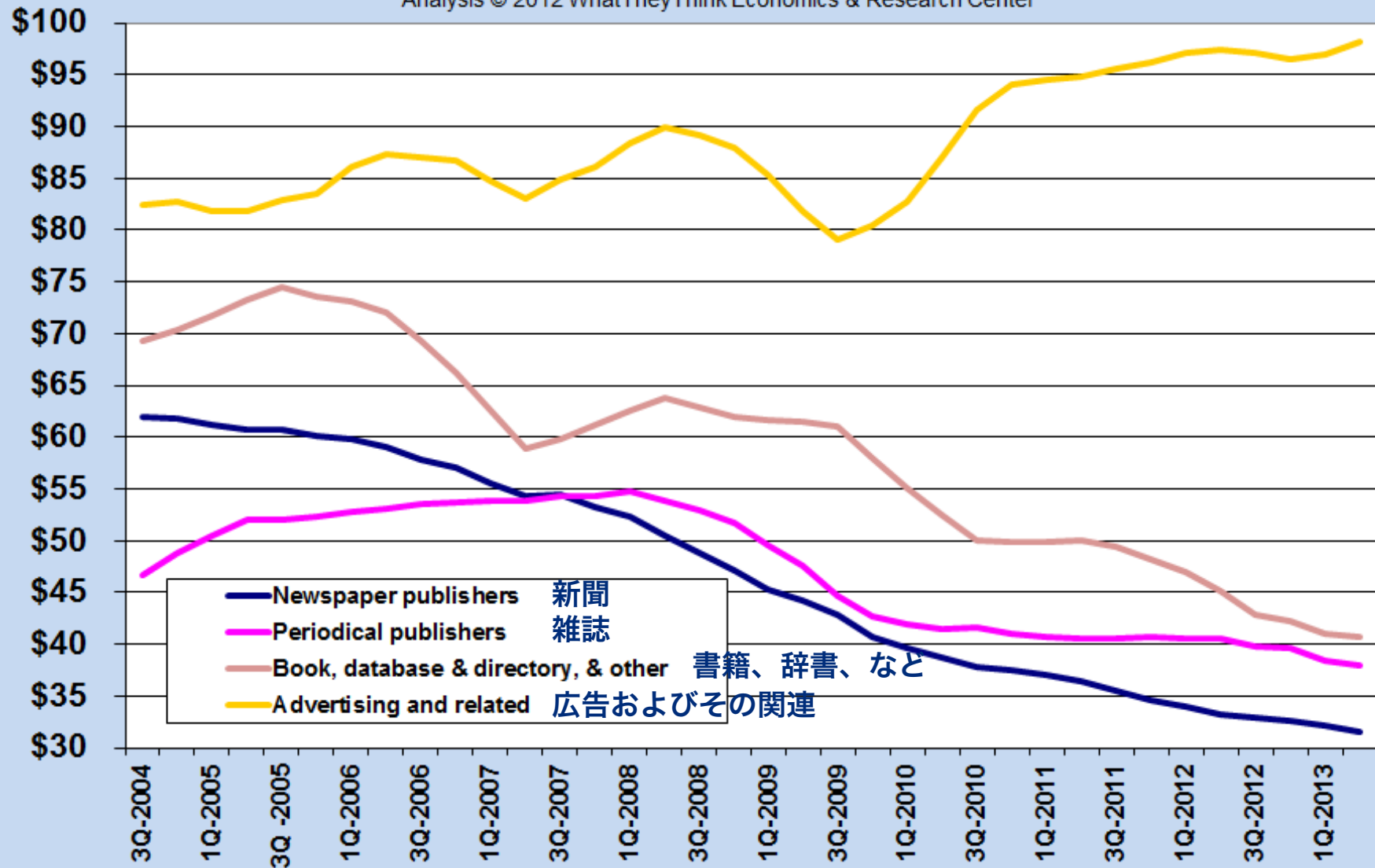
広告代理店の売上は増加

米国の出版および広告売上（年率換算、インフレ調整済み）

Inflation-adjusted Annualized US Publishing & Advertising Revenues

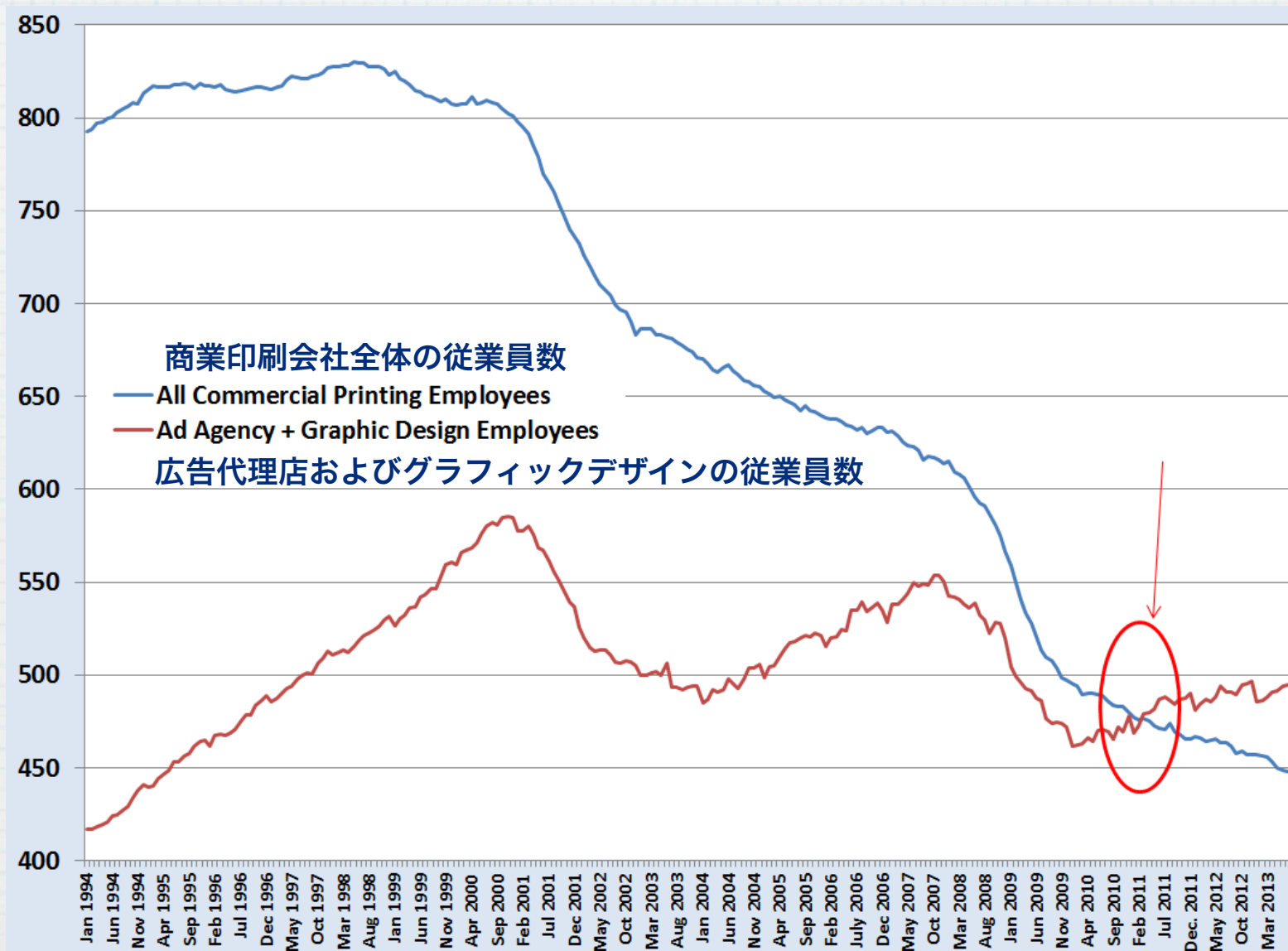
Source data: U.S. Department of Commerce Quarterly Services Survey; Data in \$Billions

Analysis © 2012 WhatTheyThink Economics & Research Center



Brighter Later

就業者数の変化に見るメディアの転換： 広告代理店・デザイナー vs. 印刷業界



増加するフリーランス

主要コンテンツ制作産業の
従業員数 (2011年)

被雇用者

フリーランス/
自営業者

合計

フリーランス比率

<i>2011 employment in key content creation industries</i>	Payroll employees	Freelance / sole practitioner	Total	% Freelance
広告 (PRを除く) Advertising excluding PR	377,185	120,265	497,450	24.2%
PR Public relations	52,091	16,514	68,605	24.1%
グラフィックデザイン Graphic design	50,241	53,233	103,474	51.4%
商業写真 Commercial photography	9,589	17,049	26,638	64.0%
書籍出版 Book publishing	71,996	5,215	77,211	6.8%
雑誌出版 Periodical publishing	114,702	11,350	126,052	9.0%

Original data: 2011 County Business Patterns, Nonemployer Statistics

Analysis © 2013 Strategies for Management, Inc.

Brighter Later

商業印刷会社の整理統合の 時期は終わった。

今、将来を見据えたパートナーシップ/
合併会社の時期なのだ。

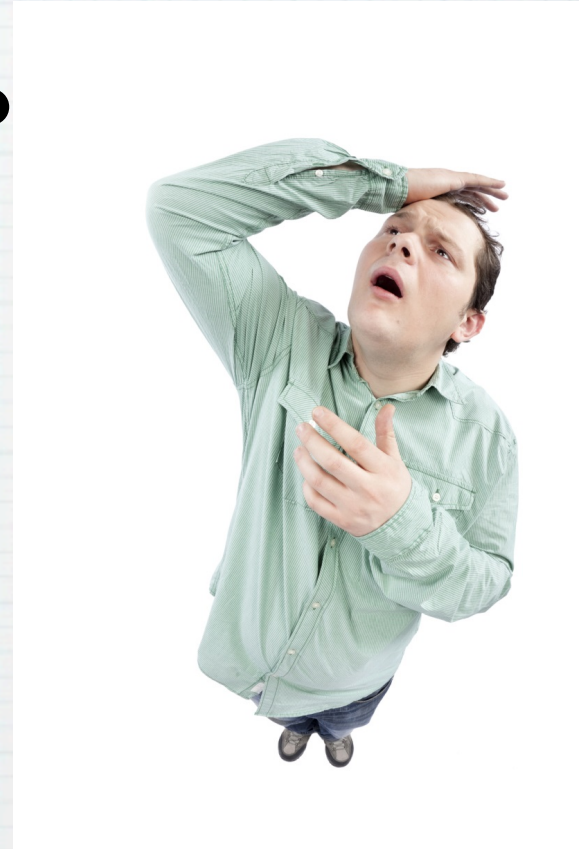
**The time for commercial printing consolidation
is over.**

The time for forward-focused partnerships / joint ventures
is here.

Brighter Later

整理統合に関する重要な概念

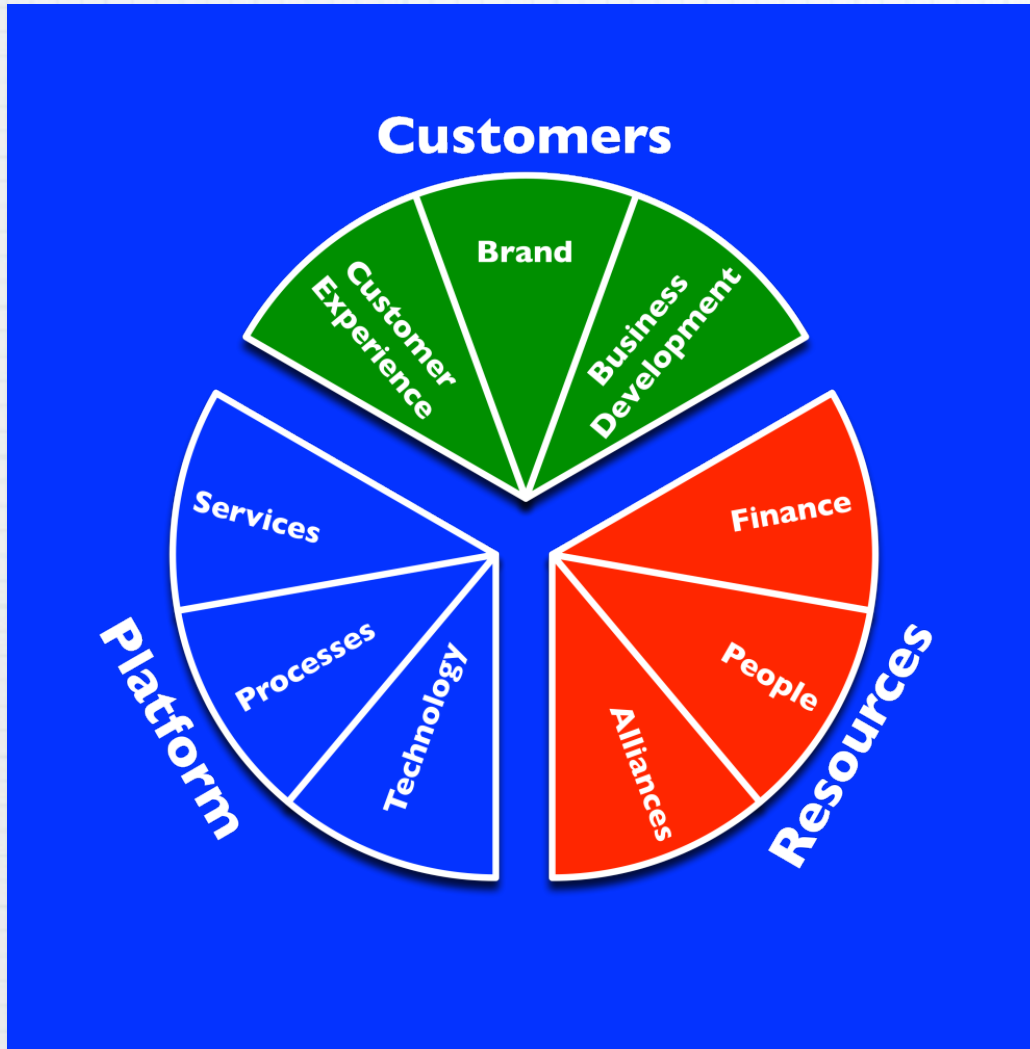
- ❖ **整理統合は、売り手以外では最善の実績が上がっていない。**
- ❖ **整理統合の移行費用は、通常低く見積もられている。**
- ❖ **本格的に市場に参入するまでの時間が、最大の移行費用である。**



**重要なポイント：
非常に業績の良い例外的な印刷および
メディアコミュニケーション企業は
存在している。**

Essential point:
There are exceptional print and media communications
companies that are doing very well.

The UnSquaring the Wheel Model



❖ Introduced at

Executive Outlook,
RIT press conference

❖ Wayne Peterson

Black Canyon Consulting

❖ Prof. Chris Bondy

Chairman, RIT Media Sciences

❖ Dr. Joe Webb

27 years of Gainful Unemployment

Brighter Later

市場で起きていること

- ❖ 提携による商品構成の多様化
- ❖ デジタルの柔軟性向上、メディア費用の急速なシフト
- ❖ 営業から事業開発への転換
- ❖ 事業の種類ではなく「課題」による特化
- ❖ 利益の差の拡大；適切なポジションを取る企業における利益率の増大
- ❖ 財務的な強みが競合上の武器として注目

景気が良いときには、

誰もが自分は天才だと考える・・・

景気が悪いときには、

あなたが天才にならないといけない。

When economies are good, everyone thinks they're a genius...

When economies are not,

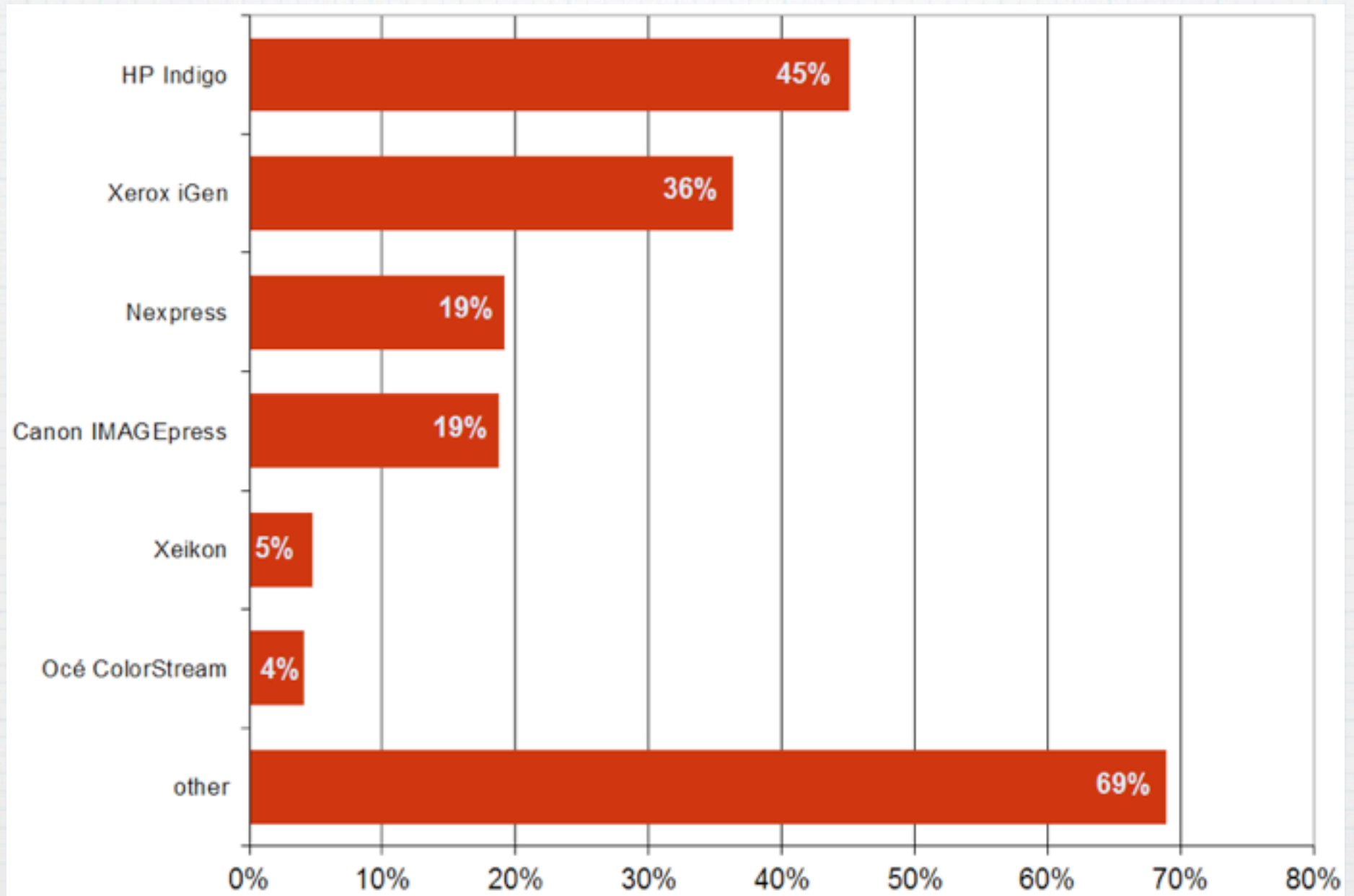
you must be one.

デジタル印刷市場調査結果

The Unisource/WTT Survey

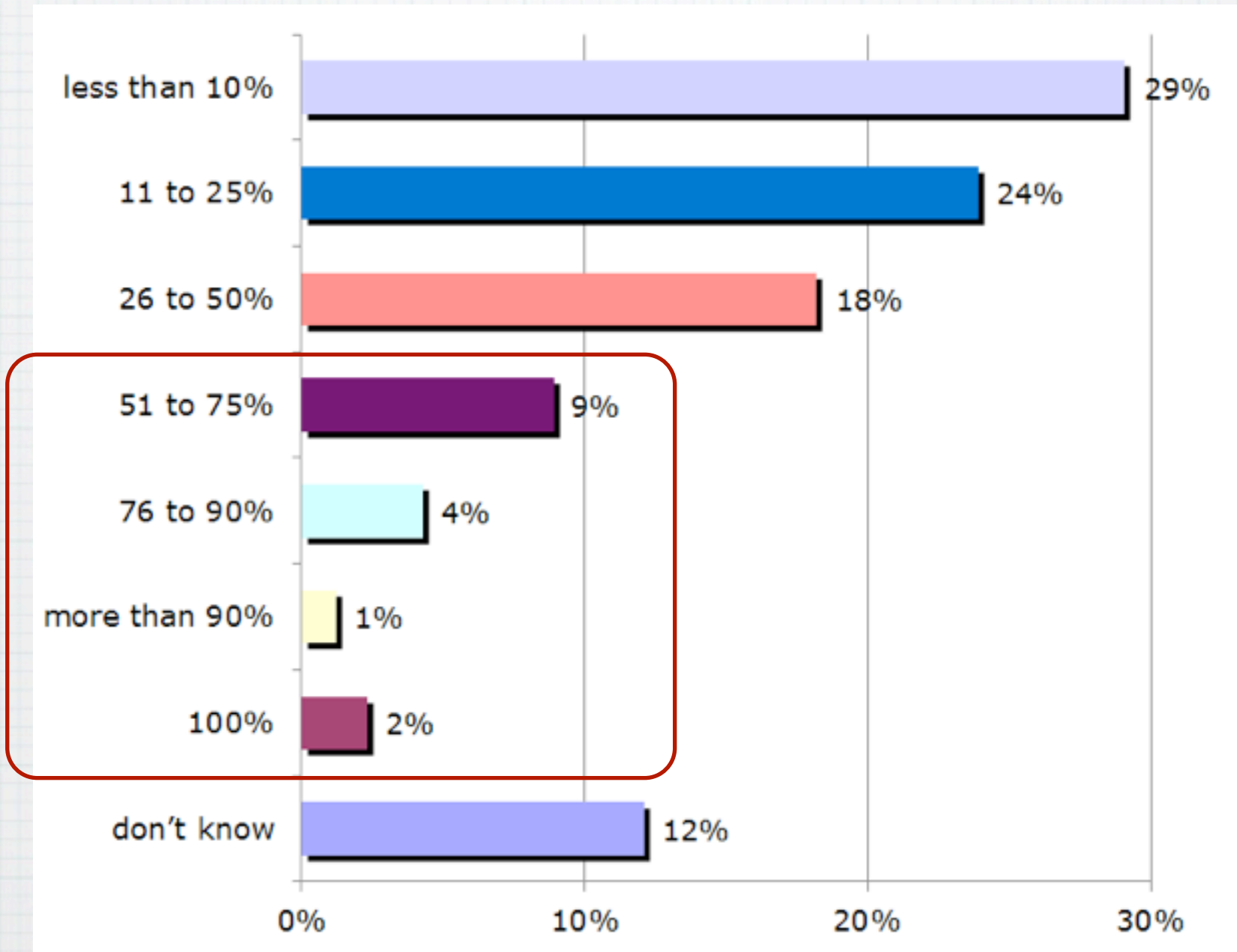
- ❖ 対象：高機能デジタルカラー印刷機所有者
- ❖ WhatTheyThink契約者を招待
- ❖ Webサイトのバナーで勧誘
- ❖ お礼：「未来を破壊する」のPDFデータ
- ❖ 回答者数：336名
- ❖ 各質問項目の平均回答数：331

回答者プロフィール：所有デジタル印刷機

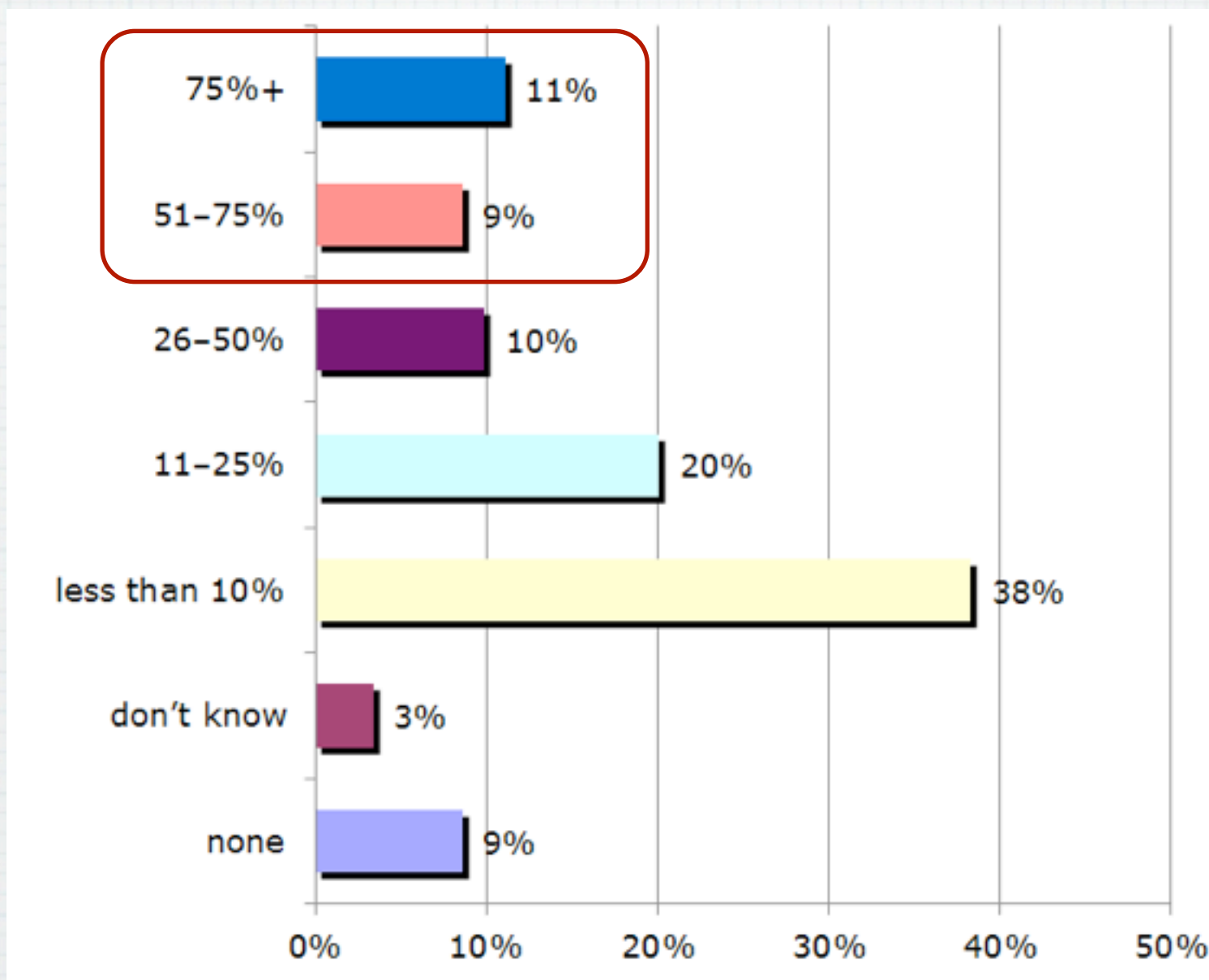


Brighter Later

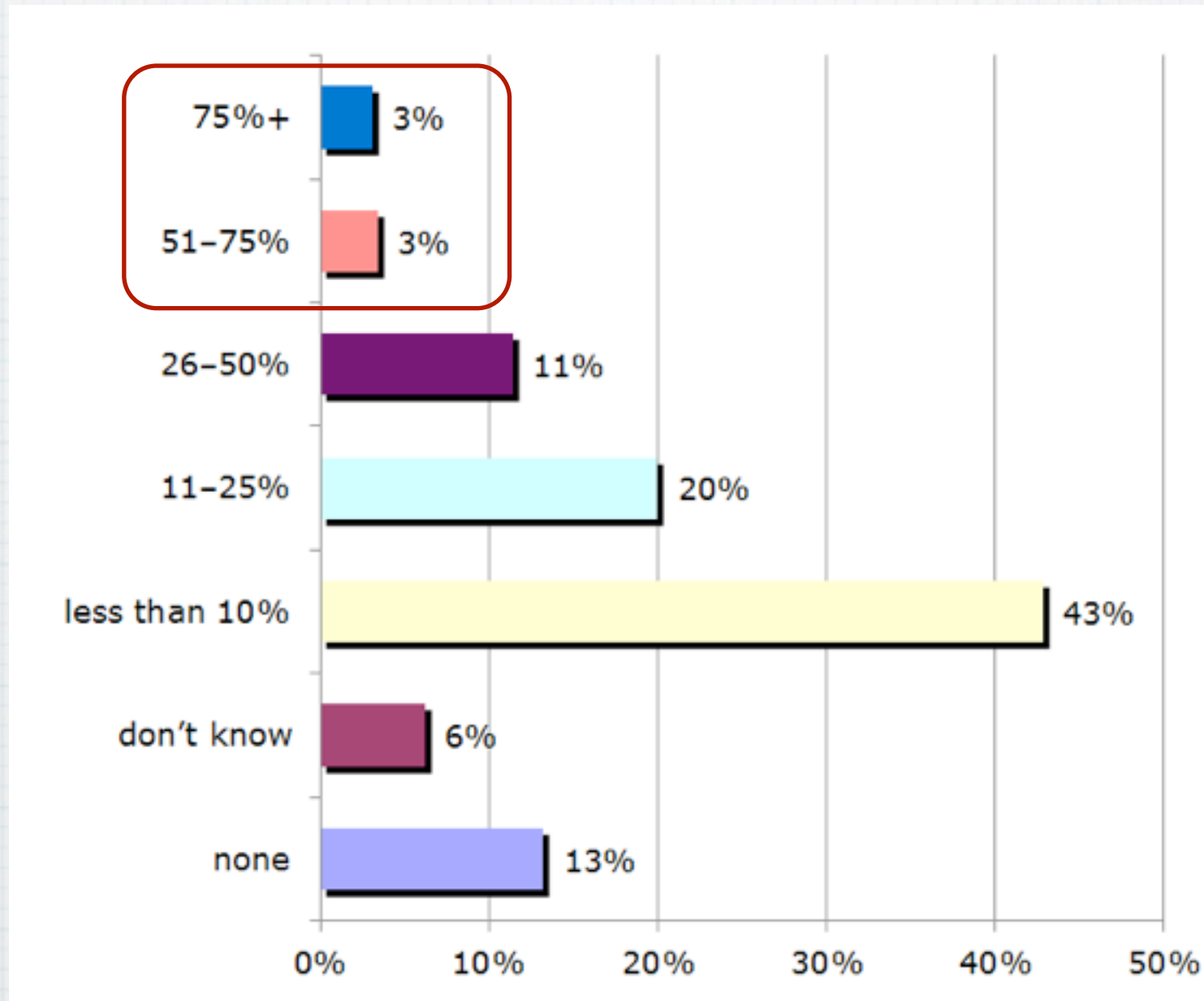
売上全体に占めるデジタル印刷の割合



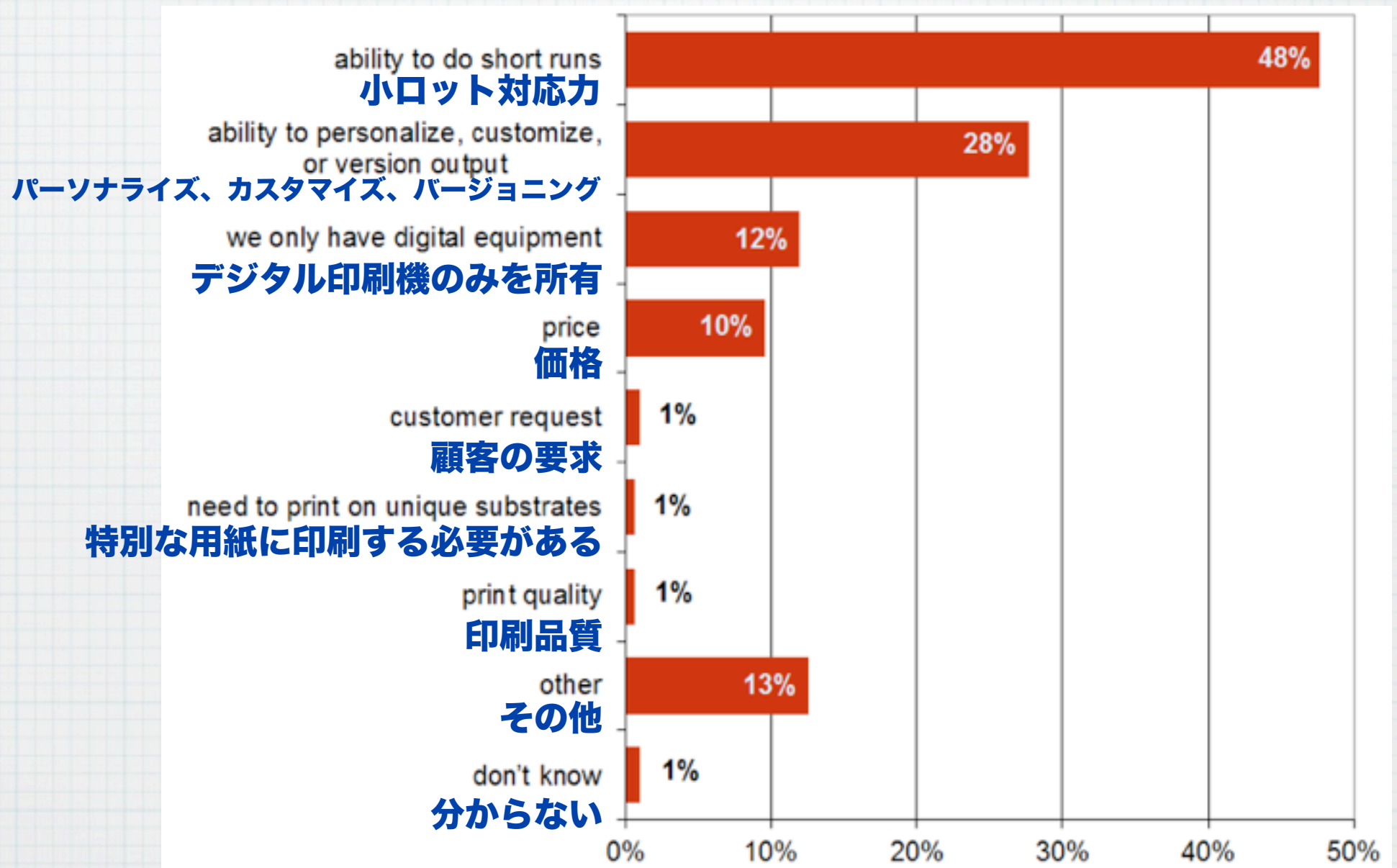
可変コンテンツを含む仕事の割合



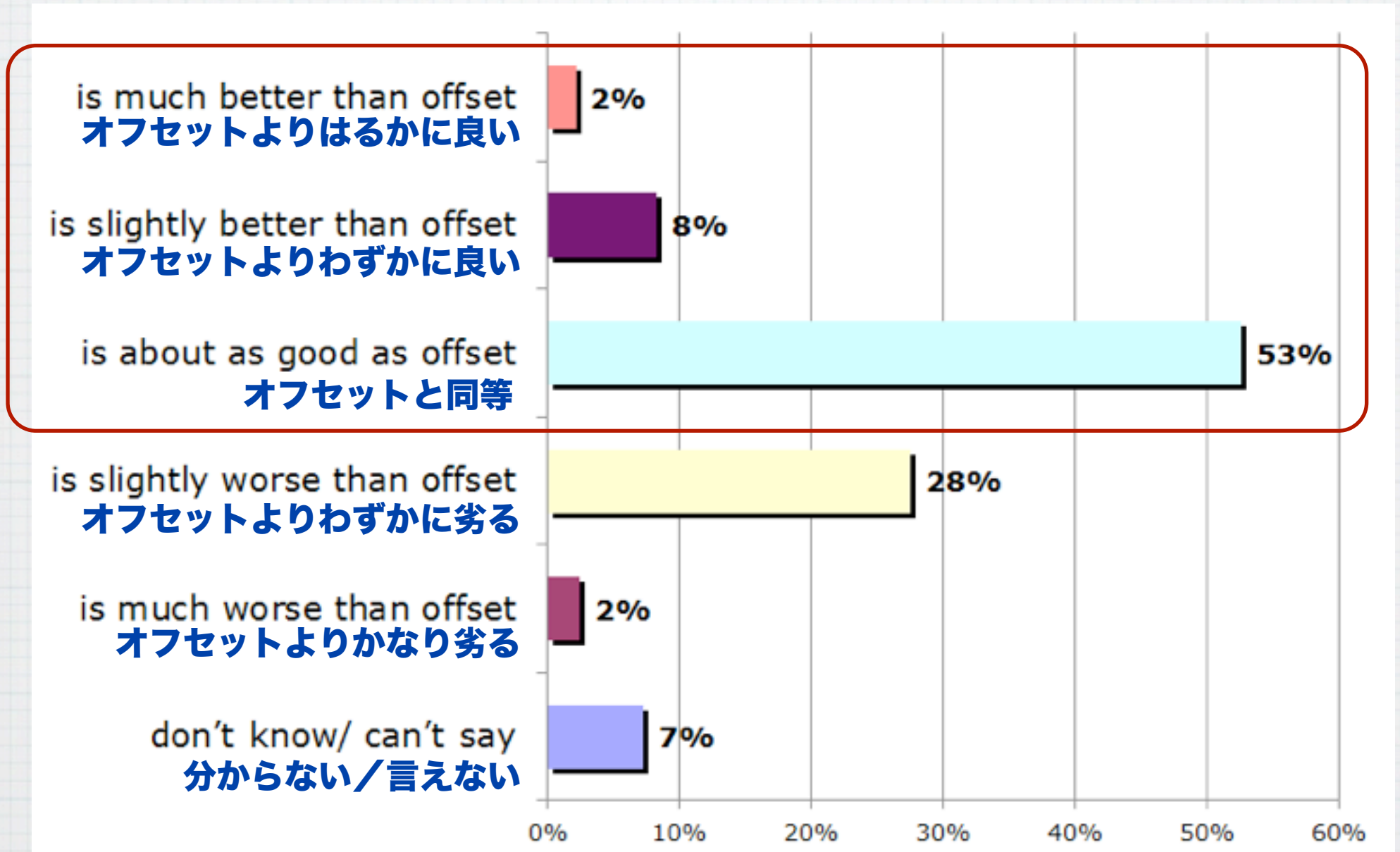
クロスメディアキャンペーンの仕事の割合



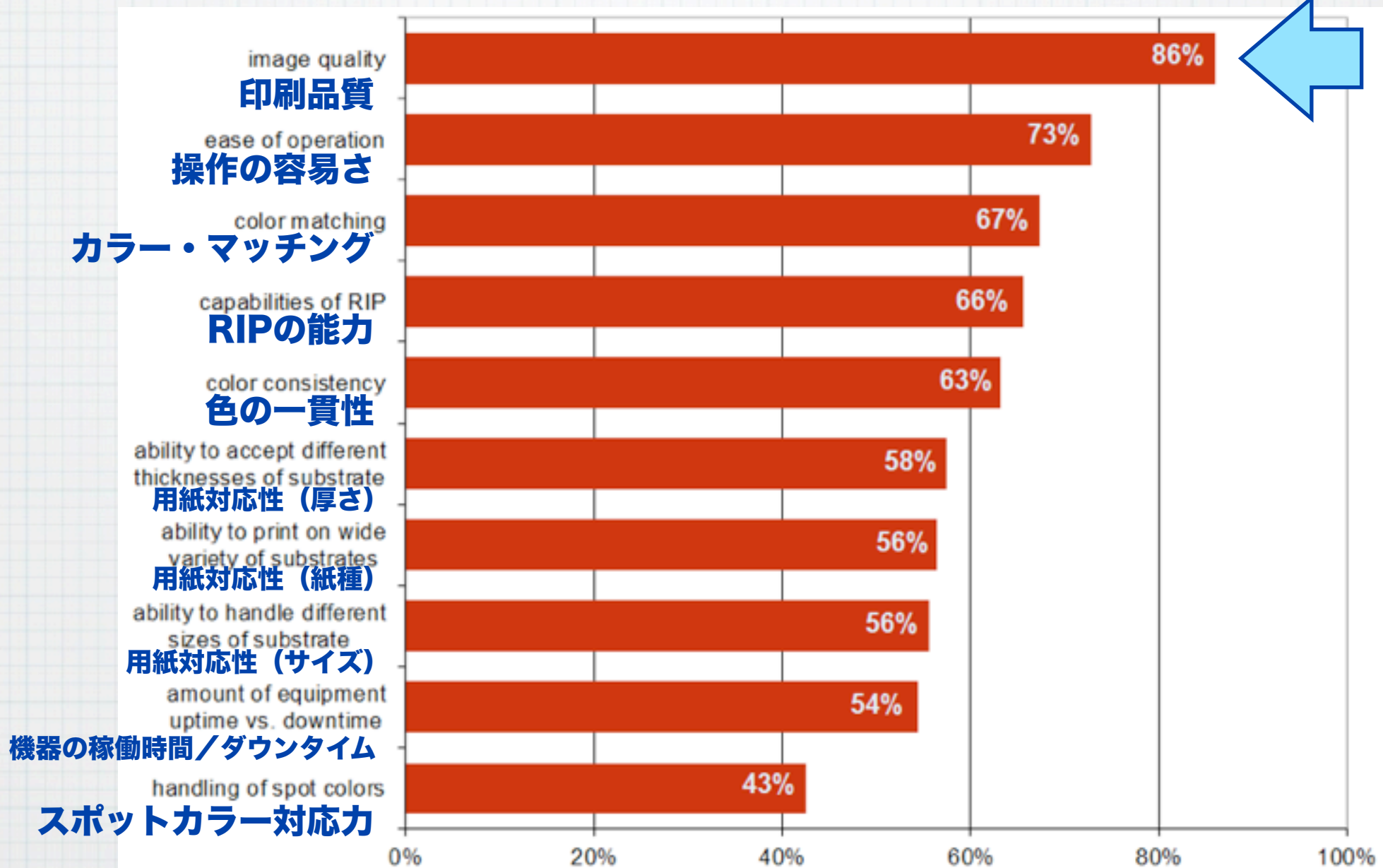
デジタル印刷機を活用する理由



デジタル印刷 vs. オフセット印刷

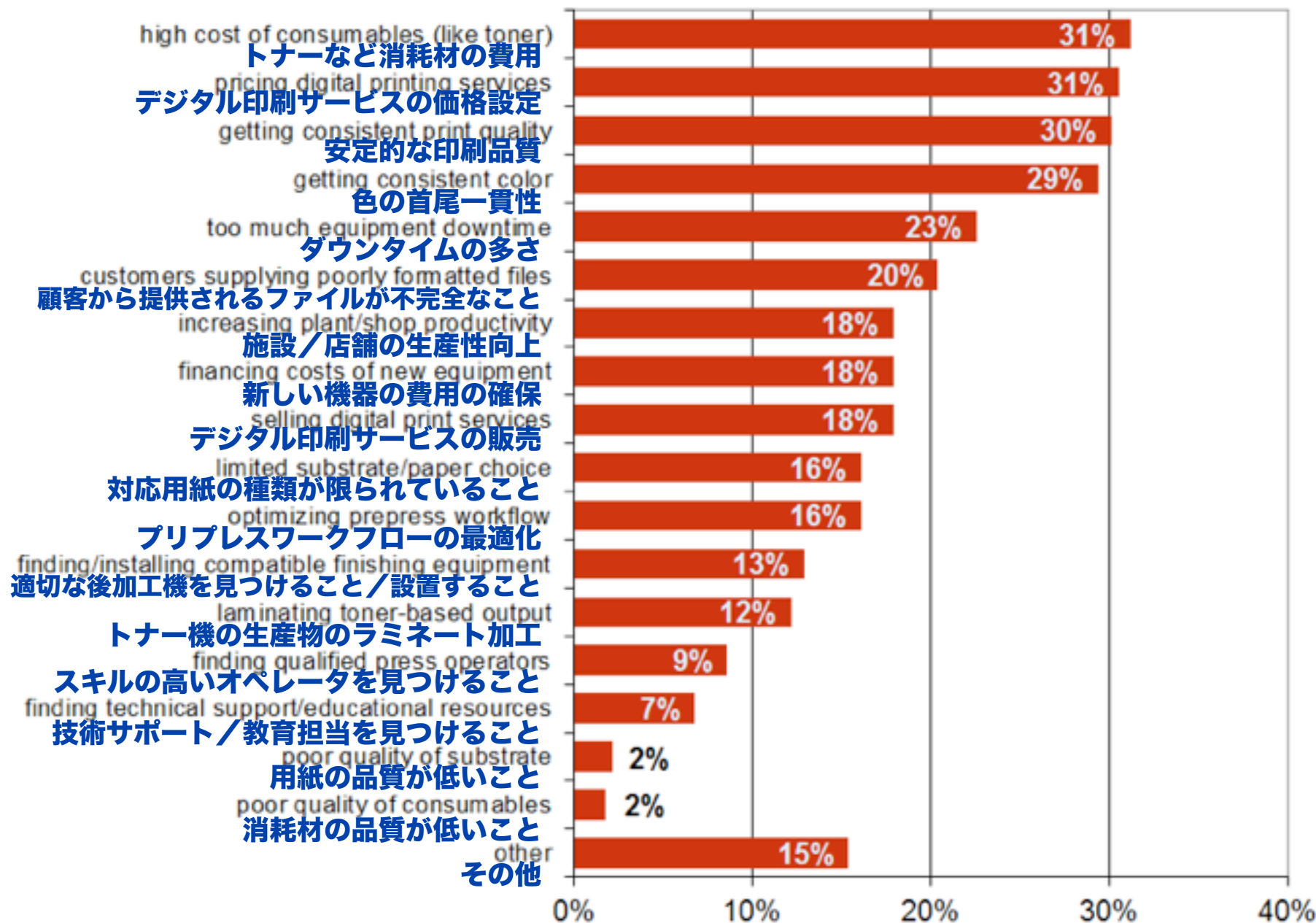


デジタル印刷機の満足度



Brighter Later

デジタル印刷所有者の課題



デジタル印刷市場調査：まとめ

- ❖ デジタル印刷機所有者は、所有機材に大体満足している。
- ❖ トナー式デジタル印刷機の印刷品質はオフセット機よりも劣ると、多くが考えている。
- ❖ 小ロット対応力やバージョニングに加えて、短納期対応力も主要な投資理由として挙げられた。
- ❖ 色の一貫性、グラデーションの再現、ベタ、特色、あるいは他の課題は、いまだに大きな課題である。
- ❖ 調査では、PMSや特別なロゴと合わせるため、特色が何度も懸念や課題として挙げられた：
 - ◆ PMS: Pantone Matching System
- ❖ 中には、ベンダーからの顧客サポートや修理のレベルに満足していない回答者もいた。

ウェブ博士の講演資料について

❖ 以下のサイトから入手可能（英語版）：

❖ <http://blogs.whattheythink.com/economics/2013/09/dr-joe-presentations-at-print13-breakfast-and-global-channel-partners-summit/>

❖ あるいは、WhatTheyThink.comでサイト内を検索してください。

❖ 詳細は、ウェブ博士に直接ご質問ください。

PRINT13/ JGAS2013概要

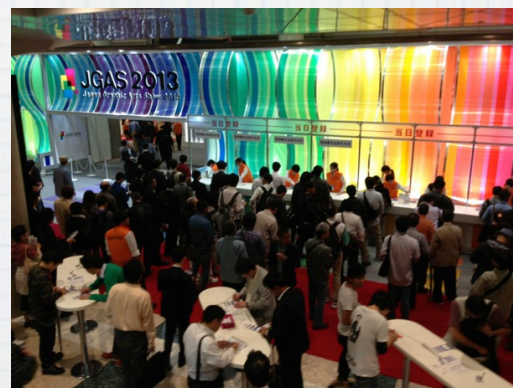
PRINT13:

- ❖ 2013年9月8日～12日
- ❖ McCormick Place South Chicago, USA
- ❖ 来場者数：16,728人：
 - ◆ 出展企業関係者を除く



JGAS2013:

- ❖ 2013年10月2日～5日
- ❖ 東京ビッグサイト
- ❖ 来場者数：31,237人：
 - ◆ 出展企業関係者を除く



PRINT13/ 現地印刷会社視察 で見えてきたこと

- ❖ 米国印刷会社は「**攻め**」モードに：
 - ◆ 武器は「ユニークさ」
 - ◆ ブランディングに注力
- ❖ PRINTには「**デジタル印刷機材
を買いに**」

B2枚葉デジタル印刷機

液体トナー機

インクジェット機

オフセット機
メーカー製

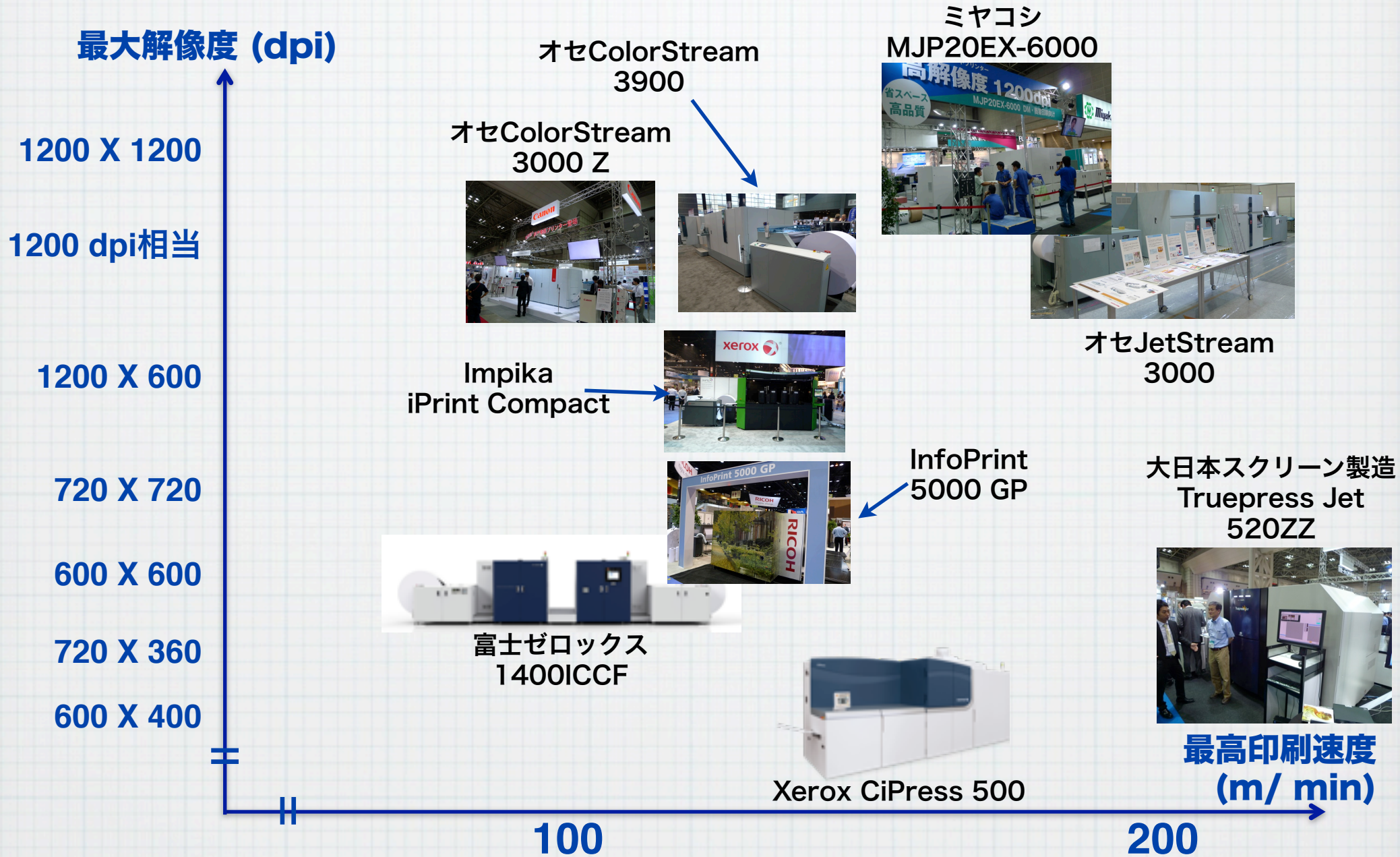


デジタル機
メーカー製



Brighter Later

連続紙用インクジェット機



Brighter Later

トナー機対応後加工機



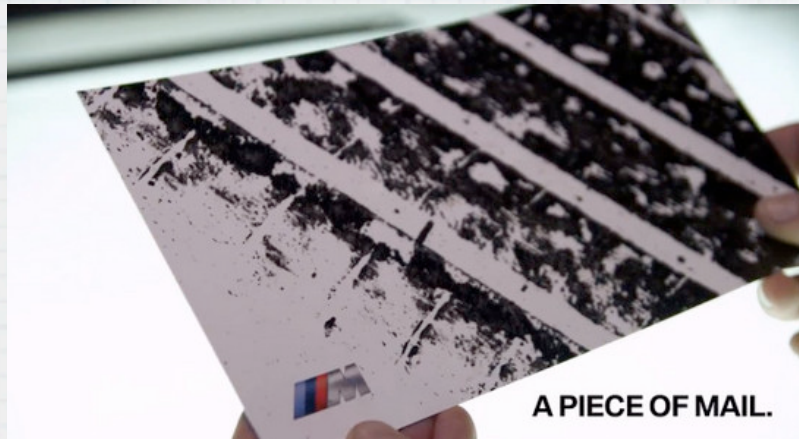
Brighter Later

Webを活用したサービス



Brighter Later

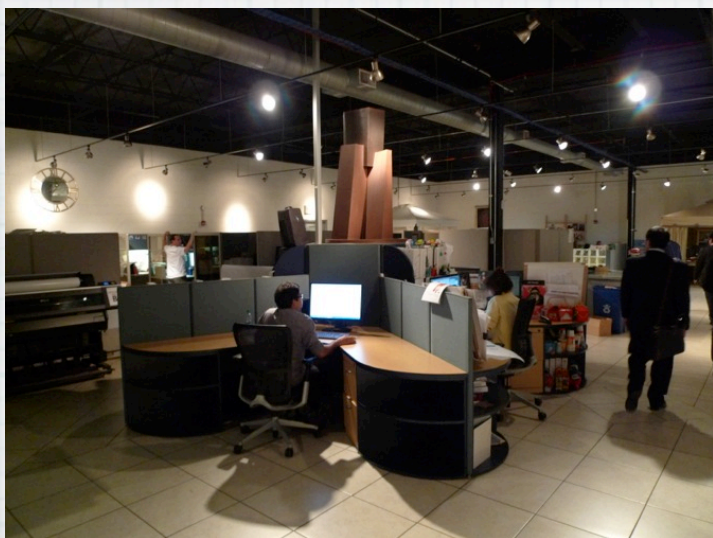
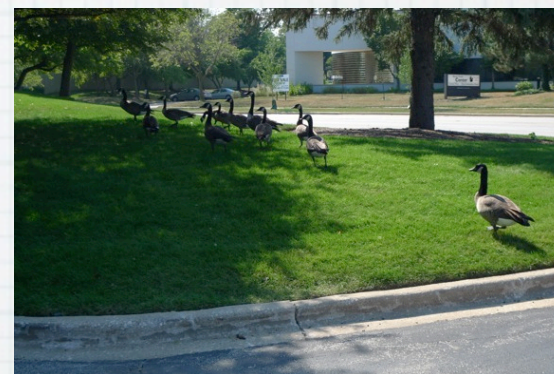
ユニークな提案： “M Print” for BMW M6



<http://www.youtube.com/watch?v=aYuk64NMYLM>

Brighter Later

印刷会社のブランディング



Brighter Later

デジタル印刷とオフセット印刷の切り分け方



Brighter Later

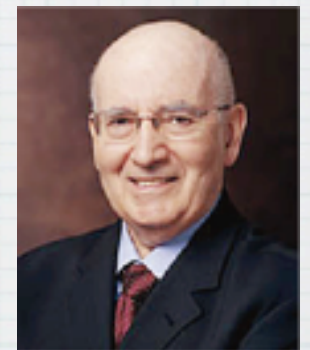
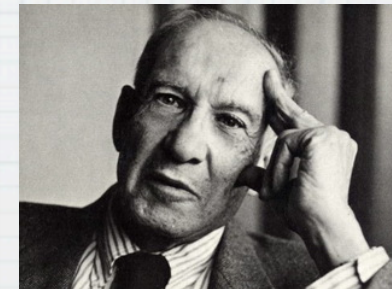
米国視察で見えてきた 新規事業のポイント

- ❖ **顧客の顧客**の心をガッチリつかむこと
- ❖ **顧客の顧客**の欲求を先取りすること
- ❖ **全員マーケティング**を実践すること

マーケティングとは

❖ **顧客の欲求**からスタートすること。

❖ **需要とブランド**を創造すること。



* P.F. ドラッカー「マネジメント 基本と原則【エッセンシャル版】」2001年、ダイヤモンド社

* ローラ・メーザー、ルエラ・マイルズ「マーケティングをつくった人々」2008年、東洋経済新報社

Brighter Later

米国視察で見えてきた 新規事業機会

- ❖ 「ファン度」を高める継続的で双方向なコミュニケーションサービス
- ❖ 脱「バカ連動」のクロスメディア展開支援サービス
- ❖ 販売チャネルごとのパッケージカスタマイズサービス
- ❖ スマホベースのB2C型印刷通販サービス
- ❖ 多文化・多言語対応サービス、など

ご清聴ありがとうございました！

**ライター・ライター
山下 潤一郎**

yamashita@BrighterLater.jp