

出張報告

PIA, RIT, PODi USA FAGAT2013 New Delhi



日本印刷産業連合会
企画推進部
石橋 邦夫



目次

1. 米国の印刷業界

- 1-1. PIA(Printing Industries of America)の概要
- 1-2. RIT Cross Media Innovation Centerについて
- 1-3. PODi App Forumの概要

2. アジアの印刷業界

- 2-1. PrintPack 2013の概要
- 2-2. FAGAT及びカントリーレポート

1-1. PIA (Printing Industries of America)

- PIAは1887年に設立され、既に125年以上の歴史がある。
1999年にGATF (Graphic Arts Technology Foundation)と統合。
- 本部はペンシルバニア州のSewickley(ピッツバーグ空港の近郊)
- 下部組織 (Affiliate)は米国22、カナダ4団体で、会員数は1万社以上
- PIAのスタッフは約70名
- 業務内容として
 - Advocacy (政府や議会に対する働きかけ)
 - Education(各種教育)
 - Research(調査・研究)
 - technical information(技術情報)
 - cost-saving resources.(共同購入によるコスト削減など)





前工程から、製本まで全ての設備が整っている研修センター。



品質管理や調査・研究のためのラボも完備。(下)



印刷機は小森とハイデル。(上)
デジタル印刷機はコダックとゼロックス。(左)



歴史を物語る過去のCEOの写真。(右)



米国の印刷産業の概要

印刷業界

企業数: 29,118社

従業員数: 499,638人

出荷額: 825億ドル(7.42兆円)

印刷関連業界

企業数: 19,732社

従業員: 468,185名

出荷額: 797億ドル(7.17兆円)

	出荷額		比率
	億ドル	億円	
商印	393	35370	48.9%
グラビア	25	2250	3.1%
フレキソ	52	4680	6.5%
スクリーン	95	8550	11.8%
軽印刷	42	3780	5.2%
デジタル	57	5130	7.1%
フォーム	26	2340	3.2%
書籍	48	4320	6.0%
ノート・バインダー	11	990	1.4%
製本	27	2430	3.4%
プリプレス	28	2520	3.5%
合計	825	74250	

	出荷額		比率
	億ドル	億円	
新聞	424	38160	53.2%
雑誌	190	17100	23.8%
書籍	121	10890	15.2%
ディレクトリー・マーリングリスト	44	3960	5.5%
グリーティングカード	18	1620	2.3%
合計	797	71730	5

米国印刷業界の賃金水準

オフセット職場における平均時給	\$22.22
自動車修理工場	\$ 16.92
小売店	\$ 12.02
レジャー・サービス	\$ 10.79

参考：日本の人件費
前者人当たり： 528万円
生産1人当たり： 486.6万円

JAGAT印刷産業経営動向調査2012より

管理職の平均年収

COO/Vice President General Manager:	\$100,200
Plant Manager:	\$73,875
Scheduler:	\$50,424
Estimating Manager:	\$60,000
Art Director/Designer:	\$40,664
MIS/IT Manager:	\$72,996
Website Administrator:	\$44,990
Quality Manager:	\$61,416

(Source: Printing Industries of America Compensation Report 2011)

1-2. Rochester Institute of Technology(RIT)

- ・米国NY州ロチェスターにある1829年設立の私立大学。
- ・教員 1,563名、学生 15,085名、大学院 2,865名
- ・RIT は以下の9つのカレッジから構成されており、このなかの
College of Imaging Arts and SciencesにMedia Science学部がある。
- ・Media Science学部にCross-Media Innovation Centerが設立される。(2012年9月)



Cross-Media Innovation Center (CMIC)

- 将来のグラフィック・コミュニケーション・プロフェッショナルはプリント、ウェブ、モバイル、ソーシャルチャンネルなどの全てのメディアの統合が出来なくてはならない。CMICは業界と学生・教育者にとって協業する場を提供し、クロスメディアコミュニケーションのバリューチェーンにおける課題と可能性を検討することを目的とする。
- CMICのイニシアチブ活動として
 1. Industry Council: クロスメディアに関わる関係者を集めて年4回の会合を開き重要なビジネス上の課題と可能性を討議する。
 2. Research Initiative: 大学と企業による新規分野の共同研究。
 3. Innovation Laboratory: 協力企業から提供を受けた設備やソフトウェアを設置したラボで、新しいクロスメディア製品やアプリケーションの開発をおこなう。
 4. RIT Co-ops: このプログラムに参加した協力企業はRITの学生を短期的なプロジェクトにインターンとして参画させる事が出来、将来的な採用につなげる事も出来る。
 5. Staying Connected: Print-in-the-Mixのウェブポータルを拡充し、業界とのコラボレーションを広める。これにより学生、OB、業界における対話を広げる。
 6. Educational Outreach: CMICはグラフィック・コミュニケーション業界に対する最先端の教育を提供する。
- CMICの年会費はIndustry Partner がPlatinum \$25,000、Gold \$15,000、個人会員は\$500。

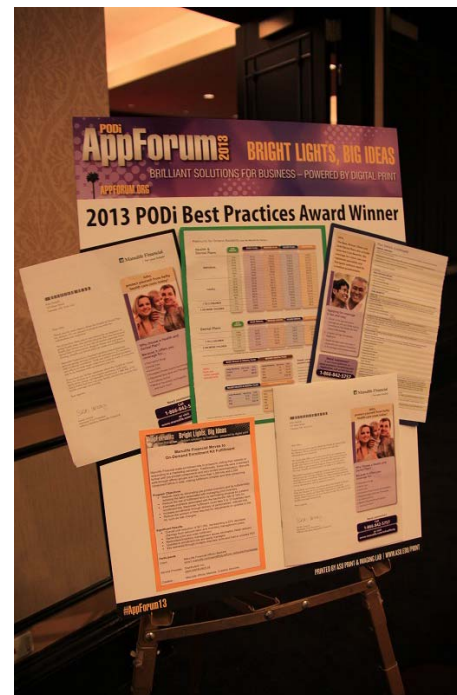
1-3. PODiの概要



- デジタル印刷を活用したアプリケーションを促進し、デジタル印刷ビジネスの拡大を目的とした業界団体(NPO)。(www.podi.org)
- Executive MemberとしてEFI、HP、Xeroxの3社。このほかGeneral Technical Memberは11社(Adobe、Canon、FujiXerox、Ricoh、KonicaMinolta、GMC、MindFireなど)
Service Provider Member(主に印刷会社)は371社。このうち日本からはアドピア、根間印刷(大阪)、ダイレクトメール推進協議会がメンバーとなっている。
- Service ProviderにとってPODiに加入するメリットとしては
 1. 500におよぶケーススタディー情報により、提案の幅を広げ利益率を向上をはかることができる。
 2. 社内教育などの負荷軽減。
 3. Caslon社のマーケティング教育プログラムを割引料金で活用できる。
 4. ケーススタディーや白書を執筆する事により業界での認知度がアップする。
 5. Strategic Solution Salesの教育により価格、納期、印刷品質という今までの価値基準からソリューションベースのビジネスへの転換をはかれる。
 6. App Forumによる学びとコネクションの場の提供。
 7. PODiのブログや毎月開催されるWebinar(ウェブベースのセミナー)の活用。
- 今までは米国のPODiとPODi UKのみであったが、2013年からPODi Japanが設立される事になった

PODi App Forum

- 2002年よりPODiが毎年開催しているカンファレンス。業界の識者や印刷会社、機材ベンダーなどから各種の事例報告が行われる。
- 今回のApp Forumの参加者は300名弱と、最近は参加者が減少傾向にある。
- 参加者を見ると、中小規模の印刷会社のオーナーが多く見られた。
- 発表のあった内容も、割合と小規模なケースが見受けられた。
- 今年からはデジタル印刷によるパッケージも新しいテーマとして取り上げられた。



Tuesday, January 29th

	Business Growth Strategies Track Wilshire A	Cross Media Solutions Track Sunset 3	Digital Solutions Track Sunset 5	Emerging Techs Track Sunset 2	Innovative Packaging Track Sunset 1
8:30 - 10:00 am	Keynote Session by Rab Govil, President of PODi & Best Practices in Digital Print Awards Celebrity Ballroom 4				
10:00 - 10:30 am	Break – Celebrity Ballrooms 1-3				
10:30 - 11:00 am	BP Award: Standard Group Creates Interactive Marketing Experience	BP Award: Lyon College Drives Applications with Cross-Media Mktg	BP Award: Manulife Financial's On-Demand Enrollment Kit Fulfillment	Using Dynamic Maps	Multichannel Campaigns for Health and Prosperity
11:10 - 12:00 pm	A Makeover for Transitioning Your Business	A Retail Marketing Solution That Will Knock Your Socks Off	Developing & Planning an Online Marketing Portal	Evolution of Direct Marketing Tools - Marketing Automation	Innovation in Packaging: An Overview of the Digital Opportunity
12:00 - 1:00 pm	Networking Lunch – Celebrity Ballrooms 1-3				
1:00 - 1:50 pm	The Keys to Consultative Selling	Building Campaigns & Relationships in the Higher Ed Market	DSP vs MSP – Becoming a Digital Solution Provider	eCommerce, Web-to-Print, Automation	Dimensional Cross-Channel, the Ace in the Hole for Lead Generation
1:50 - 2:50 pm	Vendor Fair / Networking Hour – Celebrity Ballrooms 1-3				
2:50 - 3:40 pm	Business Transformation: Adjusting to Today's Market Realities	Pinehurst Golf Academy Improved Customer Experience w/ Extreme Relevance	Clickable Paper In Action	Tablets: Are You Taking Advantage of the Opportunity?	From Entry Level to Industrial Grade – Stepping in to Digital for Labels & Pkg
3:50 - 5:00 pm	General Session: Innovations in Interactive Print Celebrity Ballroom 4				

カンファレンスのテーマとしては、以下の5分野に分かれている。

1. ビジネス成長戦略
2. クロスメディア・ソリューション
3. デジタル・ソリューション
4. 新技術
5. 革新的パッケージング

ビジネス成長戦略では、業態変革の事例紹介や、提案型営業やマーケティングにおけるポイント、ソーシャルメディアの活用の仕方などのトピックが取り上げられている。

クロスメディアでは小売業界、教育、カジノなどにおけるクロスメディア活用事例などを中心に取り上げている。

Wednesday, January 30th

	Business Growth Strategies Track Wilshire A	Cross Media Solutions Track Sunset 3	Digital Solutions Track Sunset 5	Emerging Techs Track Sunset 2	Innovative Packaging Track Sunset 1
9:00 - 9:50 am	Keynote Session: A New Sales Model Celebrity Ballroom 4				
9:50 - 10:10 am	Break – Celebrity Ballrooms 1-3				
10:10 - 10:50 am	It Takes Teamwork to Build an Effective W2P	Tools to Tackle the Casino Industry	Print-on-Demand Solutions for Franchise Orgs	Future of Inkjet	Packaging Workflow: End-to-End Solutions
11:00 - 11:40 am	10 Marketing Must-Haves for MSPs	The Future of Direct Mail & Integration with Mobile Technology	Highly Variable Digital Inkjet Printing in Action	Future of EP - Electro-Photographic Technology	Folding Carton Packaging – A Converter's Perspective
11:50 - 12:30 pm	Social Media - Tips & Tools for Customer Engagement	Let's Cut the QRap! QR Code Success & Failure	Automated Workflows for Hallmark Digital	Evolution of Web-to-Print	Opportunities in Packaging for Digital Printers – Panel Discussion
12:30 - 1:20 pm	Networking Lunch – Celebrity Ballrooms 1-3				
1:20 - 2:10 pm	Redefine Yourself & Build a New Sales Model w/ Content Marketing	How Healthways Got Its Multichannel Marketing in Shape	Gaming & Hospitality Industry: Cross-media Marketing Solutions That Drive Revenue	What Does the 'Cloud' Mean for Print Service Providers?	ERP Solutions for Packaging - EFI Radius
2:20 - 3:00 pm	Wrap Up Session – Wilshire A				
3:00 pm	Conference Close				

デジタルソリューションでは、デジタルプレスを活用した各種の事例紹介が行われている。

新技術では、ダイナミックマップ、W2P、タブレット、インクジェット、電子写真技術(EP)の将来、クラウドなどの幅広いトピックが取り上げられている。

今回から始まった革新的パッケージというテーマでは、デジタルプレスを活用したパッケージの話が中心となった。

Strategic Solution Sales

Kate Dunn Digital Innovation Group

- 今までのビジネスのやり方から、戦略的なソリューションセールスの実現を目指すためのコンサルタント会社によるセミナー。
- 目指すところは
 - より顧客を正しく絞り込み、契約に至らない案件に費やす時間を減らす。
 - 顧客への接点を購買担当者からプロジェクトの中心となっているVITO(Very Important Top Officer)に格上げすることにより提案営業を実現する。
 - 作業の加工費としての価格付けでなく、顧客に提供できる付加価値の対価として価格付けする。(professional fees and services)
 - 営業成果を向上するための各種のノウハウの習得。

Moving from traditional approach to value-oriented activities

	Traditional Approach	Strategic Solution Sales
Sales Focus	Transactional	Strategic
Price	Commodity	Value
Relationships	Operational	C-level
Sales Cycle	Reactive	In-control
Results	Inconsistent	Predictable
Performance	Inconsistent	Reliability above plan

From the Solution Presentation

Campaign Metric	Historical	Planned	Net gain
Audience Size	3000	3000	--
Response Rate	1%	4%	3%
Number of Orders	30	120	90
Average Order Size	\$900	\$900	--
Total Opportunity	\$27,000	\$108,000	\$81,000

Campaign Metric	Historical	Actual	Net gain
Audience Size	3000	3000	--
Response Rate	1%	7.3%	6.3%
Number of Orders	30	200	170
Average order size	\$900	\$900	--
Total Opportunity	\$27,000	\$180,000	\$153,000



Services	Fees
Consulting, creative, document engineering, production, mailing, email, landing pages, landing pages	
Total Cost of the Campaign	\$22,000

Print-On-Demand and Franchise Services

- 日本食のチェーン店であるAFC社に対してMLH ServicesがW2Pによるフランチャイズ店への各種の販促物の一括提供を行ったケース。
- AFC社は販促物在庫の陳腐化、保管の問題、明確なブランドスタンダードの欠如、コストの問題などを抱えていた。さらにフランチャイズ店に対して地域に根差したカスタマイズも提供したいという課題を抱えていた。
- MLHはW2Pの仕組みとPODにより、これらの課題を解決。
- 個別のフランチャイズがW2Pにより自分たちに必要なものを選び、希望するカスタマイズも選択して発注できる。発注されたものはオンデマンドで印刷し在庫を持たず、陳腐化、保管コストを削減できる。全体のブランドスタンダードはHLMが管理することで、ブランドの統一感を維持できる。
- フランチャイズに対する、このような印刷サービスの提供は以下のようなメリットがある。
 - 1)顧客との強い関係を構築でき、またフランチャイズビジネスは成長を継続していくビジネスであるために、それに伴って成長できる。
 - 2)継続的な受注を生み出す。
(フランチャイズは年間を通じてコンスタントにプロモーションを行うために、継続的な仕事が見込める)



How Healthway Got Its Multi-Channel Marketing in Shape

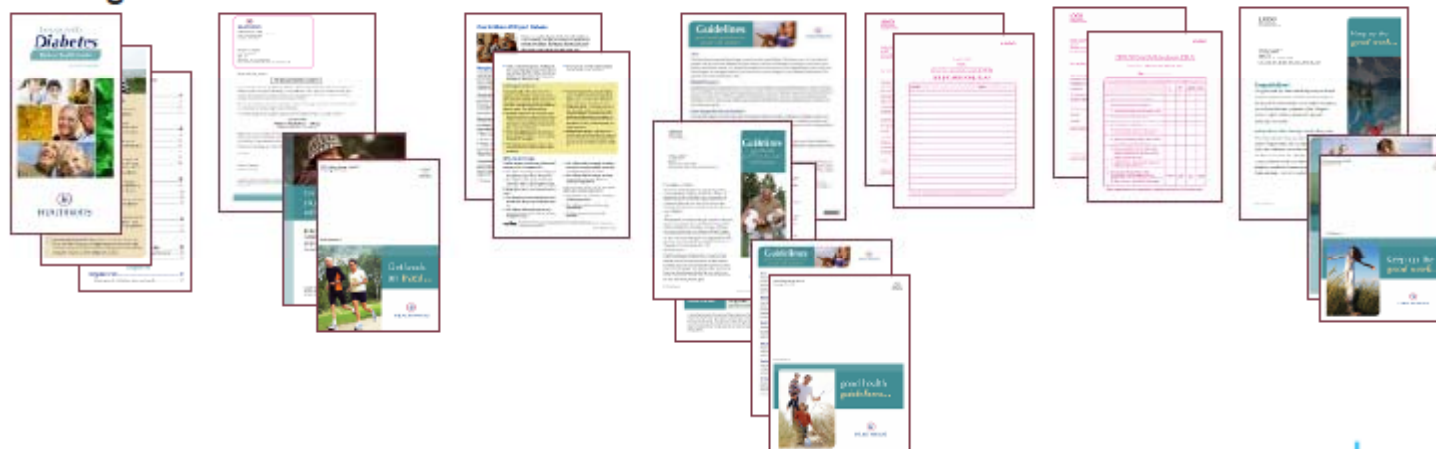
- Healthway
各種の医療情報提供や健康維持のための情報提供を行う会社。会員は4大陸に4000万人を抱える。
- IWCO Direct
DMの専門印刷会社で、北米で最大。マルチチャネルのサービスを提供し、年間30億通の発送業務をこなす。2011年売上3.86億ドル、従業員2,650名。
- 友人や家族とのコミュニケーションではネットの利用が進んでいるが、医療関係の情報に関しては46%が郵送のみ、40%が郵送とメールを望んでおり、メールのみを希望する人は数%のみ。
- Healthwayでのやり方は幾つものバージョンをもった大量の郵送物の管理が必要で、かつ医療情報に関わる内容もあり、取り扱いに十分な注意が必要であった。また幾つもの得意先を抱えており、ブランドの統一やパーソナライズの対応も出来ていなかった。
- IWCO DirectがHealthwayの業務フローや顧客の分析を行い、ブランドの統一、パーソナライズ、個人情報管理の改善を提案。

印刷物のパーソナライズとブランドの統一、見やすさの追求

Previous



Redesign



このほかにe-mailやモバイルでのメッセージングサービスを提供。

改善効果

Profile	Initial	Final
Package Redesign	27	12
Inventory Migration	388 SKUs	61 SKUs
Digital Asset Migration	2900	3450
Mail Types	64	27
File Formats	15	5
Email / Text Programs	0	2

デザイン変更 27→12に減少
 在庫 388(stock keeping unit)→61
 デジタル資産 2900→3450に増加
 郵便の種類 64→27に減少
 ファイルフォーマット 15→5
 Emailサービス 0→2

Success Measurements:

Cycle Time Reduction: 2 days average (with commingle 4)

Cost Savings:

Year 1: 26%

Year 2: 14.5%

Increased member engagement

Maintained low error or issue rate: .00221%

サイクルタイムの短縮: 2日

コスト削減:

初年度 26%

2年目 14.5%

契約者との関係の向上

発送におけるエラーの減少 0.00221%

2. アジアの印刷業界

2-1. PrintPack 2013の概要

2-2. FAGAT及びカントリーレポート



2-1. PrintPack 2013

1. PrintPackの概要

- ・2年に1回開催されるインド最大の印刷機材展
- ・規模としては出展者数 約450社、来場者数 約4万人、7ホールを使用
- ・会場はIndia Expo Centre
- ・オーガナイザーはIPAMA(Indian Printing, Packaging and Allied Machinery Manufacturers' Association)

2. PrintPackのポイント

- ・デジタルプレスの出展はあるが、規模や出展者数で他の展示会と比べると劣りする。ワイドフォーマットの機械も、あまり数多くの出展がなかった。
- ・それに対してオフセット印刷機は数多くのメーカーから、特にインドメーカーの出展が目立った。
 - 輪転: Sahil, RotaPrint, TPH(Orient), Pressline, WebMaster, KingOffset, Manugraph, Ronald, Mahabeer, NBE, Naphgraphics, Prakash
 - 枚葉: Sahil, Swift, AutoPrint
- ・中古印刷機販売会社や、各種印刷機のスペアパーツ(非純正品)販売会社の出展も多く見受けられた。
- ・書籍や新聞などの市場がまだ伸びている。枚葉は技術的に難しいので海外メーカーが強いが、輪転はインドのメーカーも国内だけでなく東南アジア、中東、アフリカ、欧州などに輸出している。

主要なインドのメーカー

- Manugraph: インド最大の輪転メーカー。インド市場の60%を握るほか、欧州、南米、中東、アフリカ、ロシアなどにも輸出している。2011年度の売り上げは、国内9,000万ドル、海外3,100万ドルの計12,100万ドルの規模。
- The Printers House: Orientのブランドの輪転印刷機メーカー。海外45カ国に輸出実績がある。2009年からKBAと販売契約を結び、Orientの輪転を海外でKBAが販売し、KBAの印刷機をThe Printer Houseがインド国内で販売している。インド国内に5000ユニット、海外に2500ユニットの納入実績あり。



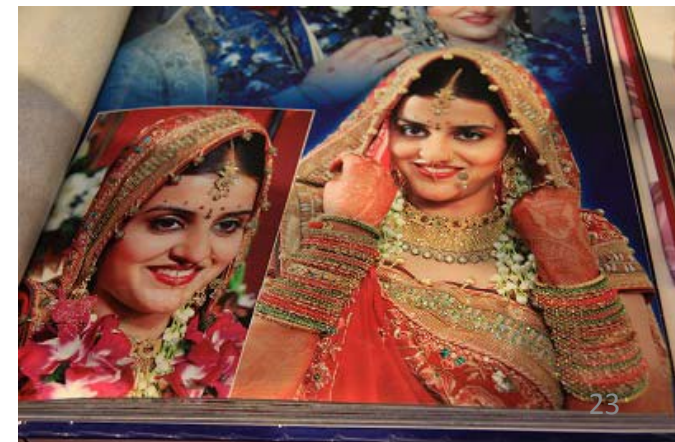
主要なインドのメーカー(2)

- AutoPrint: 小型のオフセット印刷機、インクジェットバリアブルデータ印字装置などの製造メーカー。小型オフセット印刷機は15年間で6,600台納入し、50カ国に輸出実績がある。4色機で価格は350万ルピー(約600万円)程度。インクジェットバリアブルデータ印字装置は1450万ルピー。
- Technova: CTP、CTF、PS版、フレキソ材料、スクリーン印刷材料などの総合メーカー。アグファ、エプソン、大日本スクリーン、Toray、旭化成などのほか、2013年にはデュプロ、コニカミノルタとも提携を発表。
- Sahil Graphics: 軽オフ、小型印刷機及び輪転機などを手掛けのメーカー。海外にも東南アジア、中東、アフリカ、南米などに輸出。



デジタルプレスを活用事例

- ・デジタルプレスのアプリケーションとしては、コダックもゼロックスもフォトブックを全面に打ち出しており、特にそのサイズが日本と比べて非常に大きくページ数も多い。コダックはNexpressのアプリケーションとしてフォトブックを紹介していたが、どれくらいの部数をする事が多いのかという質問に対して30部程度との答えがあった。
- ・Scodix社の後加工機で、フォトブックに立体加工を行うサンプルもあり。(右下の腕飾りなどを立体に加工)
Scodixのシステムは、既にインドに3台導入されている。
PM Digital、Chanakya Mudrak、Zoom Digital Pressの3社。
Zoomはフォトアルバムの専業でHP3500と5500を所有。
- ・デジタルプレスに対する興味は大型の機械よりもプロダクションプリンターと呼ばれるレベルの製品に対する関心が高そうであった。



2-2. FAGAT 2013

- FAGAT (Forum of Asian Graphic Arts Technology) :
1996年に日本印刷技術協会 (JAGAT) が中心となって設立されたアジア・パシフィックの印刷産業の情報交換・発展を目的とした組織。当初の技術指導中心の集まりから、より広いテーマを取り扱う事になったため2009年よりJAGATにかわり日印産連が日本の代表となって活動している。

最近の開催国は、

第10回	2008年9月	フィリッピン
第11回	2009年9月	日本
第12回	2011年5月	オーストラリア
第13回	2013年3月	インド



- 今回の会合に出席したのは、インド、日本、オーストラリア、中国、韓国、マレーシア、フィリッピン、スリランカの8カ国。 各国の印刷産業の状況報告が行われる。
この他にネパール、ニュージーランド、シンガポール、タイの4カ国を加えた12カ国がFAGATに参加している。
今回からFAGATの名称がFAPGA (Forum of Asia Pacific Graphic Arts) に変更となった。

FAGAT

カントリーレポート： オーストラリア

経済動向：

- ・過去10年の間に5回の景気下降を経験している。
- ・過去6カ月は消費者が債務の削減に動いているために景気動向は特に悪い。

オーストラリア経済の課題：

- ・カーボンタックス(炭素税)導入の影響
- ・老齢化(人材の確保、社会保障の負担)
- ・2 speed economy(競争力の強い資源産業と、それ以外の産業のギャップ)
- ・オーストラリアドルの高騰(輸入の増加、輸出の鈍化)

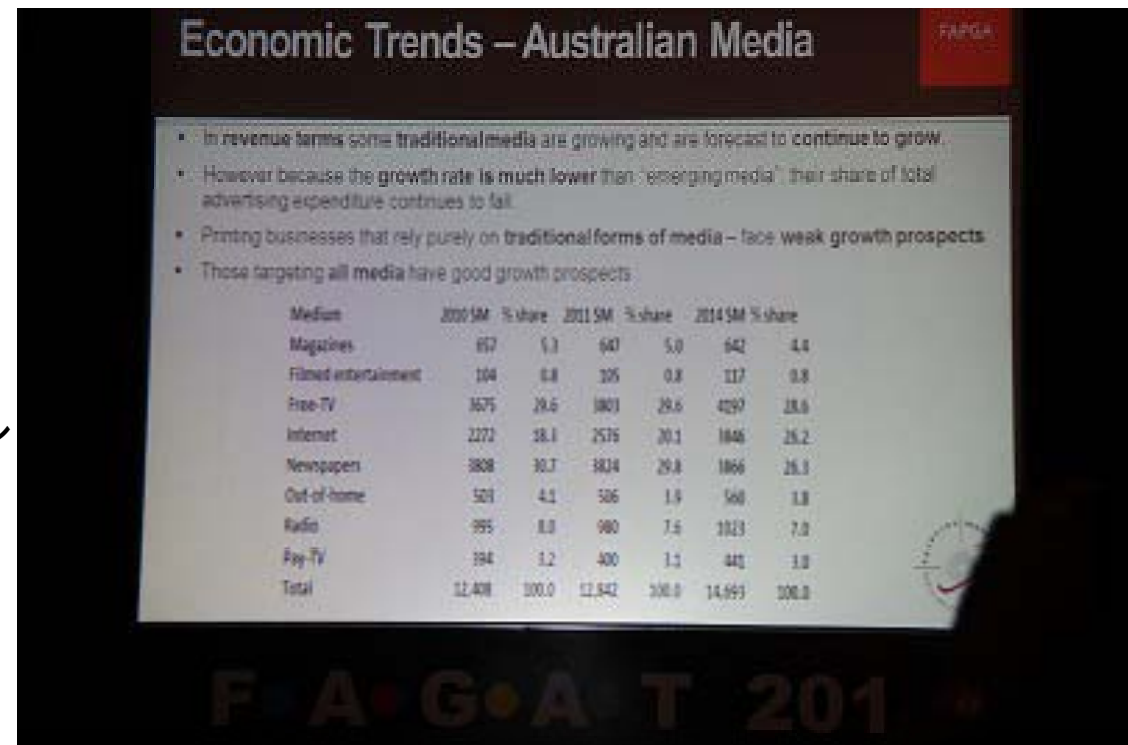
オーストラリアの印刷産業

- ・印刷産業は出荷額91.46億ドル
従業員4.5万人、企業数
6,800社の規模を有す。
- ・印刷、製紙、出版を加えると
オーストラリアでも規模の大きい重要な業界となる。

	製紙	印刷	出版	合計
雇用(人)	21,000	45,000	45,000	111,000
賃金(百万ドル)	1,520	2,347	3,219	7,077
出荷額(百万ドル)	10,982	9,146	12,357	32,485
付加価値(百万ドル)	2,966	4,075	6,730	13,771
投資金額(百万ドル)	434	456	495	1,385
企業数	797	6,822	3,049	10,668
輸入(百万ドル)	2,741	1,008	785	4,534
輸出(百万ドル)	826	316	216	1,358

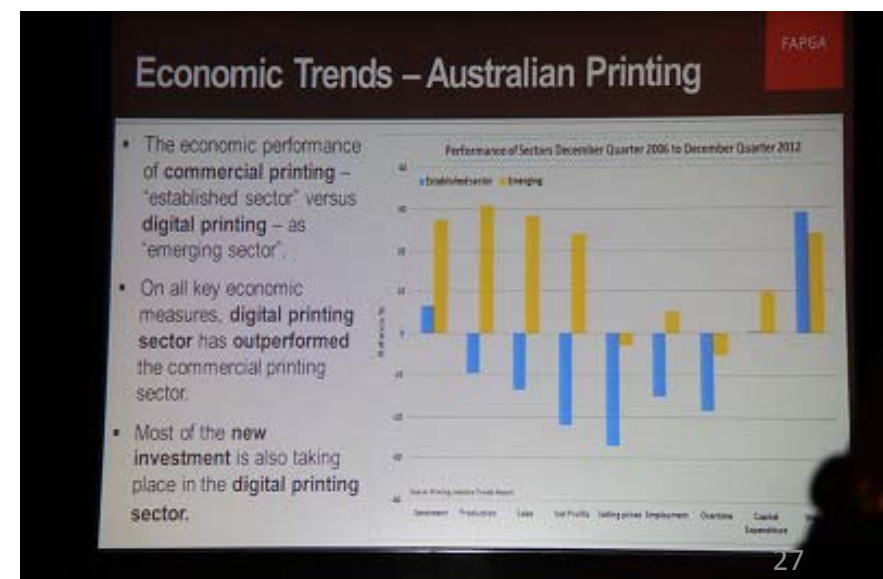
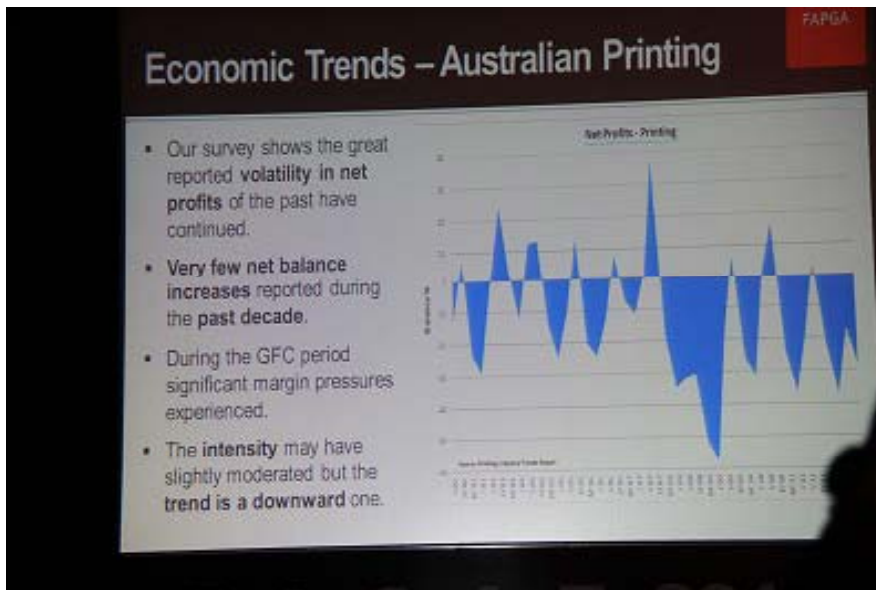
カントリーレポート： オーストラリア(2)

- ・広告分野は全体的に伸びている。2010年に124億ドルが2014年には147億ドルに成長する。
- ・このうち雑誌は2010年の6.57億ドルから2014年の6.42億ドルに減少するが、それ以外のメディアは全て増加する。
- ・2010年に一番大きかった新聞は38.08億ドルから38.66億ドルと、シェアも30.7%から26.3%に減少。TVは36.15から41.97億ドルに増加し、最大のメディアとなる。
- ・インターネットは、22.72億ドルから38.46億ドルに増加し、全体におけるシェアも18.3%から26.2%となる。



カントリーレポート： オーストラリア(3)

- ・オーストラリアの印刷業界は稼働率の低下に悩んでおり、半数以上の企業で稼働率が70%台となっている。このために設備投資も進まない。
- ・人件費が紙のコストに次いで大きいコストとなっている。
- ・印刷単価も48四半期にも及ぶ継続的な低下となっている。
- ・純利益も低下が続く。リーマンショックの時に大幅に低下し、最悪期よりは改善しているものの、まだマイナス傾向。
- ・2006年と2012年のデジタルとそれ以外の分野との比較では、各項目においてデジタルが優勢を示す。(将来見通し、生産、売上、利益、販売価格、雇用、残業、投資) 2000枚以下の印刷にはデジタルが良く使われる。



カントリーレポート： インド

- ・インドの印刷産業は2011年の204億ドルから2016年には273億ドルになると見られており、世界10位から5位と上昇。(年平均成長率は5.9%)
 米国は2056億ドルから1977億ドルと年平均-0.8%
 日本が1129億ドルから1066億ドルで-1.1%
 中国は922億ドルから1341億ドルで7.8%
- ・インドの成長は国内需要の増加と識字率の向上に助けられる。
 (2001年65% 2011年74%)
 書籍は年30%の増加
- ・経済における印刷産業の位置づけ
 ドイツの印刷産業はGDPの1.3%
 インドは約2%
 これはインドの自動車産業とほぼ同じ規模。

出典： VDMA Printpromotion
<http://www.printpromotion.de/>

Taking a look at India today
 No. 10 print market country by value

TABLE 2.4 10 largest country print markets by value, 2011 and 2006-10 (\$ billion)

	2006	2008	2011	CAGR (%) 2006-11	2012	2016	CAGR (%) 2011-16
US	131.2	123.4	105.8	-1.8	102.1	97.7	-2.3
Japan	109.4	117.1	112.4	-1.8	112.1	106.6	-1.1
China	98.9	118	167	8.7	181.1	214.1	7.8
Germany	87.6	82.7	78.7	-2.8	74.9	78.5	-1.2
UK	81.9	81.9	77.9	-4.5	77.5	76.7	-0.9
France	79.4	78.7	78.0	-0.9	78.4	75.2	-2.9
Italy	78.4	78.4	78.0	-0.9	78.7	74.3	-5.9
Canada	76.7	76.7	71.0	-7.8	71.0	71.0	0.0
Spain	69.0	69.0	60.7	-11.6	61.9	58.3	-4.8
India	65.2	68.0	104	8.2	119	173	5.9

Large domestic market: Today India No. 10 > by 2016 India will be No. 5!
 Growth Forecast: Today India 4.1% growth > 2011-2016: 5.9% growth

カントリーレポート： インド(2)

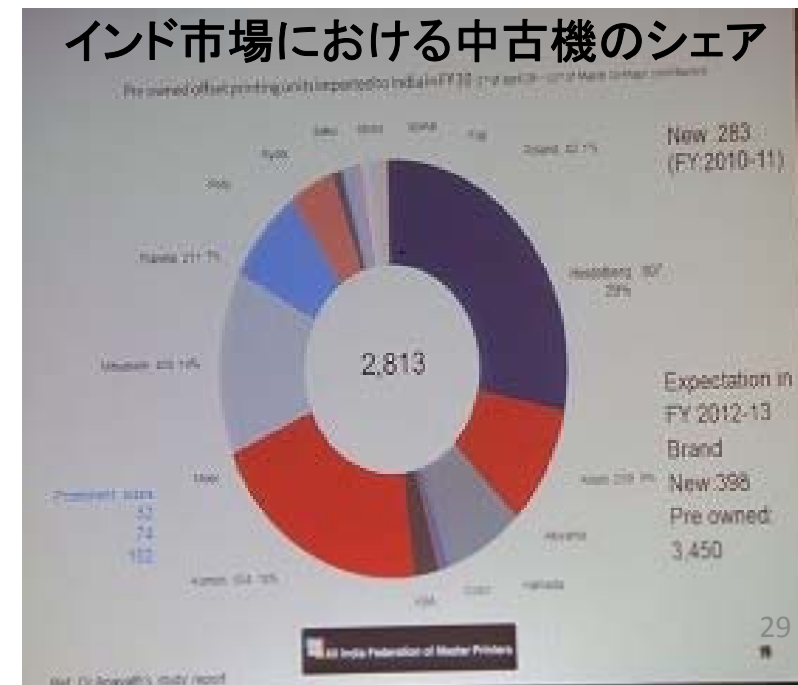
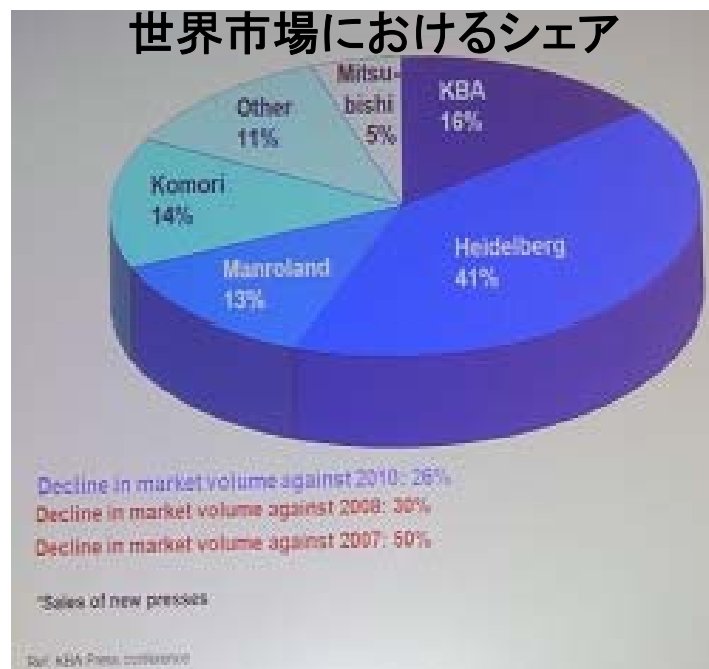
- ・印刷機の世界市場はリーマンショック前は90億ユーロあったが、2010年には44.2億ドル、2011年は45.9億ドルとなっている。

- ・インドの印刷機市場は

2010年度 新台 283台、中古 2813台
2012年度 新台 398台、中古 3450台

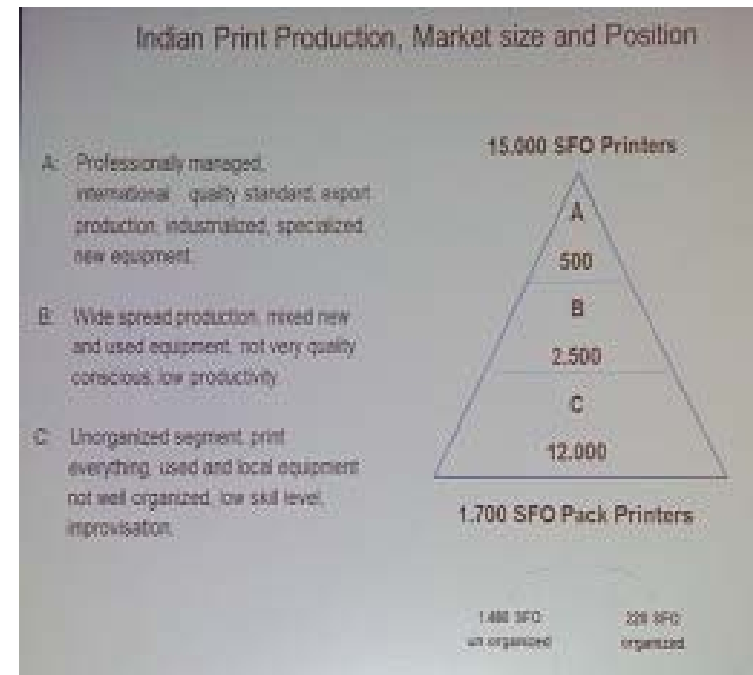
印刷機械市場規模(単位:百万ユーロ)

	2010年	2011年
新聞輪転	420	300
商業輪転	270	330
枚葉オフセット	3000	3200
フレキシ・グラビア・その他	730	760
合計	4420	4590



カントリーレポート: インド(3)

- ・インド印刷業界には120,000のSFO(Sheet Fed Offset 枚葉オフセット)があり、そのうちの15,000社がある程度の規模の会社。これは以下に分類される。
- ・レベルA: 最先端の設備、しっかりとした管理、輸出レベルの品質を実現。
これに該当するのは約500社。
- ・レベルB: 分散した生産、設備は新台と中古の混合。品質に対してこだわりが少なく、生産性は低い。2500社。
- ・レベルC: どんな仕事でも扱っており、中古機械及びインド製の印刷機を使用。しっかりと管理されておらず、技術レベルも低い。
- ・このほかにパッケージ印刷の会社が1700社あり、220社はしっかりと管理されているが、残りの1480社はそのレベルに達していない。



カントリーレポート： インド(4)

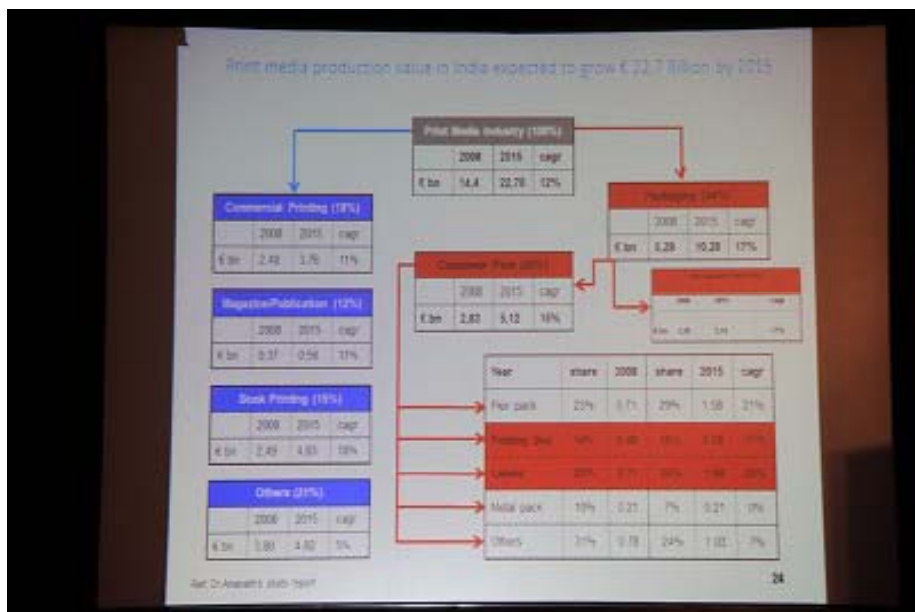
- ・分野別の出荷額では2008年においてパッケージが36.7%で最大、2015年には45.2%にまで増える。
- ・パッケージの明細を見てみると、消費者向けと産業向けがほぼ同じで、消費者向けの製品の中ではラベル、軟包装の比率が高まる。

分野別の出荷額(億ユーロ)

	2008		2015	
印刷産業全体	144.0		227.0	
商印	24.8	17.2%	37.6	16.6%
雑誌	3.7	2.6%	5.6	2.5%
書籍	24.9	17.3%	48.3	21.3%
その他	38.0	26.4%	48.2	21.2%
パッケージ	52.9	36.7%	102.6	45.2%

パッケージの明細(億ユーロ)

	2008		2015	
消費者向け	28.3		51.2	
軟包装	7.1	25.1%	15.8	30.9%
紙器	4.0	14.1%	7.8	15.2%
ラベル	7.1	25.1%	16.8	32.8%
金属	2.1	7.4%	2.1	4.1%
その他	7.8	27.6%	10.3	20.1%
産業用	28.1		52.8	



Manlorandのプレゼンよりの抜粋

・インドの経済成長

- 着実な経済成長
- 印刷会社は旧式な機械を生産性の高い機械に入れ替えている
- 人口が伸びておりパッケージの需要も増える
- 人口の50%以上が25歳以下で、教科書の需要がまだ増える
- 地方新聞が増加しており、輪転の増設が続く。2016年までに9.6%増。
- 識字率 成人74%、若年層82%
- インターネットの普及率10.2%

・インドの新聞市場

- 1,970億ルピー(約3,500億円) 発行部数3.3億枚。
- 新聞は82,000紙、内ヒンズー語が33,000紙。
- 宅配が新聞の部数を維持している。
- プリントは広告メディアとしての価値が高い
広告メディアは46%がプリント、38%がTV、屋外広告8%、インターネットとラジオが各4%。 プリントのうち96%が新聞で、雑誌が4%。



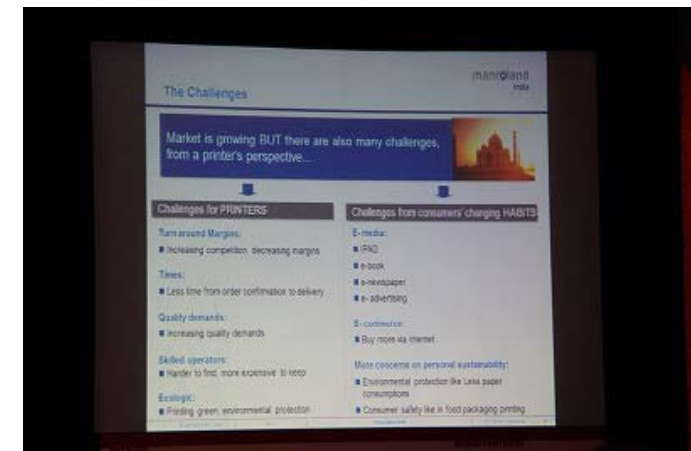
Manlorandのプレゼンよりの抜粋(2)

・パッケージ市場

- 今後4－5年は年平均12.3%の成長が見込まれ、427億ドルの規模となり世界第4位の市場となる。
- 紙器や軟包装が高い伸びを示す。フイルやスポットコート、UVなどの付加価値製品が徐々に増える。
- 地方の需要がまだ伸びる。

・印刷業界の直面する課題

- 収益の改善(競争激化から収益の悪化)
- 短納期化
- 品質要求の高度化
- 熟練工の確保
- 環境対応



・顧客の習慣の変化による課題

- e-media iPad, e-book, e-newspaper, e-advertisement
- eコマース インターネットによる購入
- 環境意識からの紙消費の削減
- 食品パッケージ印刷の安全性

カントリーレポート： 中国

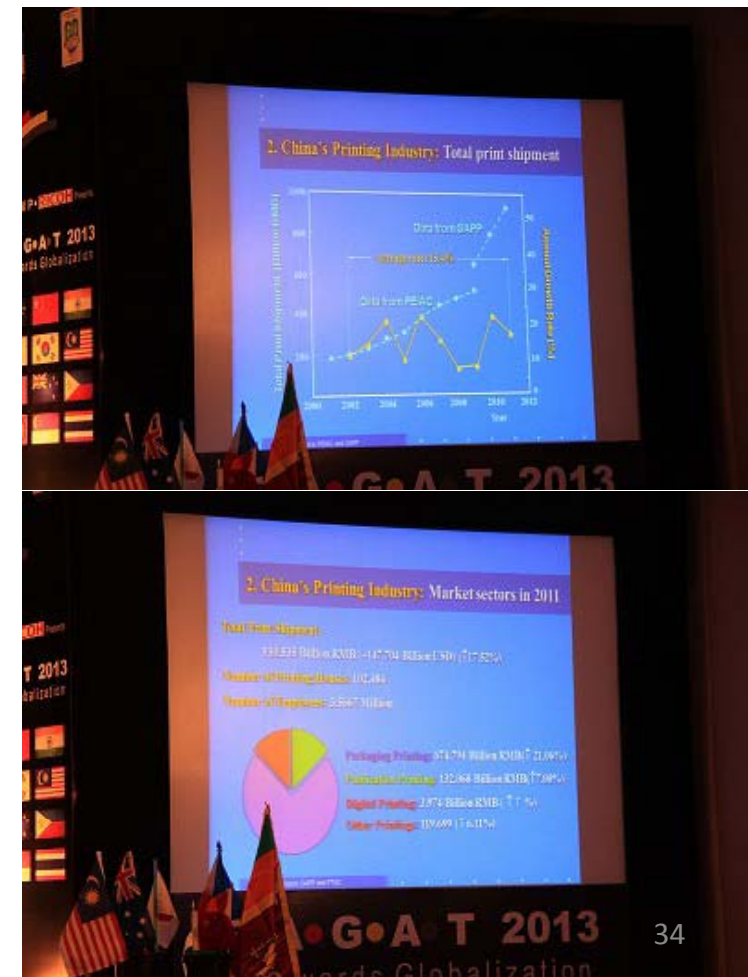
- 中国の印刷産業は2002年から2011年の間に平均15.4%の成長をしている。
これはGDPの伸びを越えている。

- 2011年の中国印刷産業の規模は

総出荷額:	9310億元(13.9兆円)	+17.5%
パッケージ	6750億元(10兆円)	+21.1%
出版	1320億元(1.96兆円)	+7%
デジタル	40億元(596億円)	
その他	1200億元(1.79兆円)	+6.1%
企業数:	102,000社	
従業員数:	357万人	

- デジタル印刷市場

出荷額:	40億元(全体の0.46%)
企業数:	799社(0.78%)
デジタル印刷機台数:	2,145台



カントリーレポート： 中国(2)

- 中国の印刷産業は3つの東沿岸部に集中。

	出荷額		企業数		従業員	
	億元	%	社	%	人	%
環渤海(北京・大連)	1,824	19.6	19,435	19.0	64,000	17.9
長江デルタ(上海)	3,128	34.2	29,297	28.5	94,000	26.3
珠江デルタ(広州、深セン)	1,722	18.5	18,139	17.7	87,000	24.4
合計	6,674	72.3	66,871	65.2	245,000	68.6

- 環境対応

中国のGreen Printing制度が2011年に制定。
 中国人民共和国新聞出版総署や環境省が
 小中学校の教科書を2012年までに30%、
 2013年までに60ー70%、2014年には100%
 Green Printing 基準に対応させる方針を
 発表。

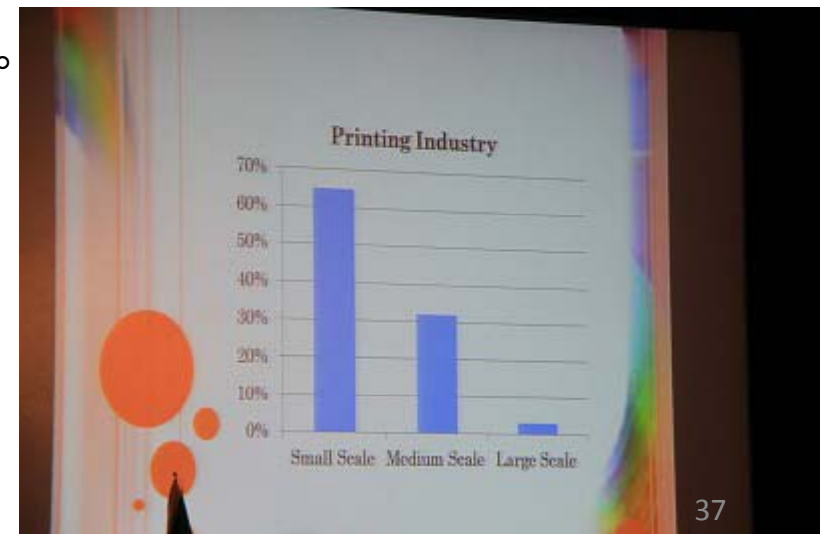


カントリーレポート： マレーシア

- ・マレーシアの人口は2890万人、GDPは6145億リンギット(18.4兆円)で成長率5.6%と順調に成長している。
- ・一人当たりの所得も1万ドル、失業率2.7%、輸出7022億リンギット(21.1兆円)、輸入6074億リンギット(18.2兆円)
- ・1970年に農業部門が33.6%であったものが、2011年には7.3%となり、これを製造業が17.8%から27.5%に、サービス部門が42.6%から58.6%に伸びた。
- ・印刷業においては設備の導入や出版に関するライセンス制度が残っている。
- ・またブミプトラ政策(マレー人優遇政策)により、中国系のオーナーによる印刷会社は、政府系の仕事に関われない。(マレーシアの印刷会社の70%は中国系)
- ・今年選挙がおこなわれて、野党に政権が移れば、ライセンス制度やブミプトラの見直しが入るかも知れない。
- ・このような一部の制約はあるが、マレーシアでは製造ライセンスの取得は特定の業種を除いて自動的に認められ、外資100%も、利益の本国への送金も可能と海外の企業が進出してくるための環境は整っている。

カントリーレポート： フィリピン

- ・フィリピンの印刷会社は約5,000社で、70%がマニラ周辺に存在する。
- ・従業員は18万人。 このうちの10%程度が毎年転職し、1,500名程度の補充が必要のためにPhilippine Industry Board Foundation Technical Committeeは技術教育のプログラムを設立した。
- ・フィリピンの上位1000社に、印刷・製紙関連の企業が30社入っており、その売上増額は2180億ペソ(約5000億円)
- ・印刷業界は圧倒的に小規模の企業が多い。
- ・今後の傾向として、より小ロット、短納期が求められるので、1日にこなすジョブの数が増え、製造の上での無駄削減がさらに必要で、受注プロセスのスムーズ化が必要となる。個別の顧客を営業が訪問してサポートすることは、コスト的に見合わなくなる。
- ・フィリピンの経済順調に伸びており、内需志向のために外部の要因に影響を受けにくい。まだ自己変革していく時間余裕がある。 またブランドオーナーとの密接な関係もあるのでコミュニケーションソリューションのパートナーシップが構築できるかもしれない。



カントリーレポート： 韓国

- ・企業数は2万社。 70%はソウル周辺に集中している。
- ・印刷機は約1万台。

韓国印刷機械保有現況

印刷機				両面印刷機		デジタル 印刷機	商業用 輪転機	その他 印刷機	計
1色	2色	4色	5色	1色	4色				
4,204	1,547	1,138	140	795	130	703	232	580	9,469

- ・韓国は2011年に2.9億ドルであった印刷物及び印刷機材の輸出額を2016年までに5億ドルに増加させるために、政府機関が5年間で6,900万ドルの助成金を与える計画を策定し、技術開発とインフラの拡充を進める。

<http://southkorea20309.wordpress.com/2011/07/09/textbooks/>

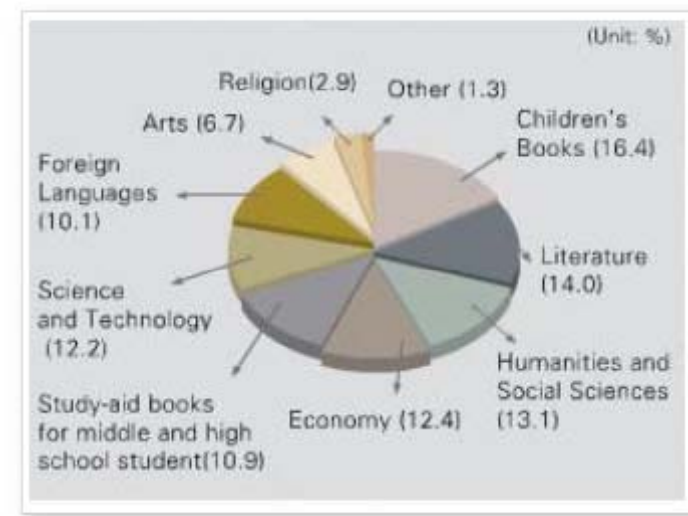
- ・韓国の印刷市場規模は限られているので、韓国の印刷会社は輸出に力を入れている。ターゲットは米国で、そのためにG7規格の取得が進んでいる。

<http://www.idealliance.org/specifications/g7>

カントリーレポート： 韓国（2）

- ・出版市場は40億ドル
- ・子供向けの本が16.4%で一番多く、文学(14%)、人文科学(13.1)、経済(12.4%)がそれに続く。
- ・書籍流通では通販が25%を握る。
- ・出版社は31,000社あるが、このうちの9割は紙の本を発行できていない。
- ・2010年よりKorea Electronic Publishing Associationは電子書籍発行を推進しており、年間10万タイトルを発行することを目指している。
- ・電子書籍市場は2010年から2011年で倍増し、2011年には9.35億ドルに達したといわれている。
- ・出版の集約都市としてPaju Bookcity(ソウルから約30キロ離れている)が1988年から建設されている。ここには出版、印刷、製紙、書籍物流などが一堂に会した出版のための全てを整えてある。

<http://www.pajubookcity.org/english/>



追伸： インドの発表の1コマ

- ・紀元1000年ころにはアジアは世界のGDPの70%近くを占めていたが、1950年には20%以下へと落ち込んだ。それが2000年には30%近くに戻ってきた。これが2050年にはどうなっているのか？
- ・GDPのみならず、印刷は新興国、特にアジアの時代になってきた。その中で日本はどうなっていくのか。

