

IPEX2014報告

五百旗頭 忠男



上げ底会場？

早朝の勤務者はまずまず



大ブースでの日本勢の存在感:コニカミノルタ、FFGS、小森(エコゾーン)

Floorplan



CROSS MEDIA PRODUCTION
23-27 MARCH 2014 • LUGO, LONDON

Cross Media Production

North halls Level 1

South halls Level 1

Visitors West entrance

Visitors East entrance

Company	Stand	Company	Stand
Ad FontMedia	S2-0790	Business PMS	N0-0265
Accura-MS	N1-0091	BBB Graphic Sales	N1-0290
Addressing & Mailing Solutions	N1-0091	Beantask IT	N3-0291
Advan Machinery Systems	S2-0790	Billing Kunglindsen Film	N1-0300
Advanced Dynamics	SA-E321	Bentley IN	N0-0460
Alfina	N0-0560	BFS Personnel Solutions	N5-0440
Altran Systems	N0-0440	Altran Color Expertise	N6-0399
Altrix Federation of Water	N0-0440	Bakers	N6-0560
Altrix	N0-0440	Baker Envelopes	S2-0791
Altrix	N0-0440	Balmer Graphic Arts	N6-0440
Altrix	N0-0440	MacCharm	N6-0440
Altrix	N0-0440	Bluprint UK	N6-0440
Altrix	N0-0440	Bookers Systems	N0-0260
Altrix	N0-0440	Bookers of Canary Wharf	N0-0260
Altrix	N0-0440	Branches Kingswood	S1-0255
Altrix	N0-0440	British Printing Society	N6-0260
Altrix	N0-0440	Brunei Engineering Services	S1-0255
Altrix	N0-0440	BV Group	N0-0190
Altrix	N0-0440	Burnett	N5-0470
Altrix	N0-0440	Conrad Booth	N1-0300
Altrix	N0-0440	Field Manufacturing	N6-0440



IPEX2014報告

成熟化と市場の変化

- 総入場者数は2万人を切る、前回の5万人から大幅に減った
- 英国人が54%、外国人が46%は前回とかわらず
- 出品面積は5万平米から1.5万平米へ
- 巨大展示会の行き詰まり
 - 印刷機械の市場規模は8000億円から4000億円へ半減
 - 4年まわしの仕組み、魅力的商品が出ない
 - 中国、中南米に市場はシフト
- IPEX2014は大幅な内容変更
 - 新規中小出品者の取り込み
 - 出版社・ブランドオーナー・マーケッターを取り込み、印刷会社の進路を明示してくれる数多くの無料セミナーを設営した
 - contents and education(無料にして教育的中味を持たせる)・・・Pageに近い
- 逆張り効果、コニカミノルタは3.5百万ユーロの商いを確保
 - FFGS、小森はIPEX支援の姿・・・日本メーカーの評価の上昇
 - HD UKは2020 eventを開催 IPEX2010との落差

IPEX2014



- IPEX2014は、印刷全般とメディアサプライチェーンを結集した最初の国際印刷・マーケティングイベント
 - 主要メーカーの不参加を逆手に取り従来の展示会を改革
 - drupaより100年前に誕生の163年の歴史を持つ展示会、
 - 2013.07にP.MartellがIPEX会長に就任
 - 360委員会を組織 IPEX運営応援団
- この格調あるイベントは、最新の印刷やコミュニケーションツール、出版、マーケティングキャンペーンのための技術を探求する重要な機会提供
- メーカー、印刷会社、出版社、ブランドオーナーが集まり、キャンペーン、創造的なアイデアと印刷とマーケティングミックスでの主導的な役割、多様性の発見と議論の場

IPEX2014



1. 世界印刷サミット World Printing Summit

- 印刷、マーケティング、および出版の世界が、どこに向けて、どのように成功をおさめられるかを討論するために印刷とメディアの主要なエキスパートに登場頂き、その見解の提供の場を設けた。

2. IPEX MasterClasses

- 展示会場と世界プリントサミットを補完する、IPEXマスタークラスを聴講いただくと、ビジネスを前進・推進するために必要なすべての情報、インスピレーション、ツールや技術が得られる。

IPEX2014



3. 未来革新 Future Innovation

- 多くの印刷ベースの技術展開で、革新製品がどう作成されるか、そのプロセスを含め重要な洞察点を提供。一貫したシームレスなプロセスの全容の展示をIpeX 2014フロアの特設島ブース行う。

4. インスピレーション通り・Inspiration Avenue

- 3印刷メディアの力を中心に、ExCeL Londonの中央通りの一角にインスピレーション展示、インパクト文展示、統計、世界中の印刷の有効性を証明するケーススタディの素晴らしいギャラリー。



PRINT IS EXPERIENTIAL



Air Works

EVERY NEW EXPERIENTIAL MARKETING HAS BEEN ENABLED BY THE SAME THING: PRINTING TECHNOLOGY AND SET TO GROW BY 11.3%



ALL 4 BRANDS IN THE TOP 10 OF THE 2014 BRAND EQUITY SURVEY HAVE USED PRINT IN SOME WAY TO ENGAGE WITH THEIR CUSTOMERS

PRINTING IS THE MOST USED MEDIA CHANNEL IN THE WORLD

PRINTING IS THE MOST USED MEDIA CHANNEL IN THE WORLD

PRINTING IS THE MOST USED MEDIA CHANNEL IN THE WORLD

PRINTING IS THE MOST USED MEDIA CHANNEL IN THE WORLD

PRINTING IS THE MOST USED MEDIA CHANNEL IN THE WORLD

IPEX 2014



MAKE NOISE



HAVE A PLAY



Discover the Power of Print

I'M TALKING TO YOU!

THE BIGGEST TREND FOR MARKETING IN 2014 IS PERSONALIZATION BY ADDING INCREASED PERSONALIZATION AND RELEVANCE IN COMMUNICATION

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

DOOR!

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

DIRECT & TO THE POINT

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

IPEX 2014

SUSTAINABLE PRINT

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

50% OF CEOs EXPECT TO INCREASE PERSONALIZATION IN 2014

IPEX2014



5.エコゾーン

- 小森コーポレーションの後援のエコゾーンは、印刷がどのように持続可能な方法を採用し、環境負荷を最小化することができるかを実演して、印刷の持続可能性の問題に取り組む。
- 印刷メディアに関与する発注者はこの動きを注視すべき1つのエリアである。

6.Cross Media Production

- クロスメディアの世界を理解し、どのように成功したマルチチャンネルマーケティングキャンペーンを実施するかを発見

Patrick Martell

- 世界が迅速にデジタルへ
- 多くのスクリーンを持つ消費者は多様な情報・コンテンツを即座に求めている
- 印刷はクロスメディア統合媒体の基点媒体、未来は明るい
- 印刷の未来につき、クロスメディア、マーケティング、出版と多岐にわたる講師がIPEX2014では登場
- インスピレーションアベニューと多彩なイベントが組み立てられている、IPEX2014は展示会ではなく、自社の未来を掴み取る統合イベントとする、これからのイベントの先例を作る

パトリック・マーテル - 48歳は、1980年にグループに加わる。1994年にClayの取締役役に任命され、2000年にMD(社長)になる。
英国事業 - St. Ives Group 2003年に取締役就任、以来ディレクターメディアプロダクツ兼マネージングディレクターの管理の役職を歴任してきた。
2009年4月に、当グループの最高経営責任者に任命。IPEXの会長



Ellis Watson

エリス・ワトソンは、DCトムソン、世界最大の家族経営のメディアグループの1社の最高経営責任者である。グローバルフォーマットや商業戦略Xファクターとゴットタレントのためだけでなく、録音された音楽のビジネスを実行している - 以前Sycoエンターテインメント、サイモンコーウェルとソニーの合併企業のグローバル最高経営責任者(CEO)だった。

- 「負荷のかかるお金」と「負荷のかかる機会」がある
- しっかりしたコンテンツと効率的で、よい品質の印刷機は必要である
- クライアントとは緊密で、仕事の質を維持し、効率の維持ができれば、印刷会社の未来はある
- デジタル革命はドラマチックに印刷出版の多くの面に影響し続ける
 - 8年前から見るとベストセラー数は1/5に低下

Ellis Watson



- 16歳の娘は新聞は読まないが雑誌は大好き、雑誌をさらに進化させれば生き抜かれるのだ
- 音楽のデジタル革命が起きたとき、レコードのラベル事業で成功、テレビ事業でも成功した。
 - このやり方をこんどは印刷出版界に注入したい
- かつてβビデオ事業では苦杯をなめたが、出版事業はこれとは異なる。
- 印刷・出版事業に胆力を入れ、才能の駆使の度合いで新しい花が咲く
我々がどれぐらいこれに取り組むかである

Clive Humby

- 顧客行動を分析することにおいて、Clive Humbyは世界的な第一人者のひとり。
- Dunnhumbyの会長と共同設立者として、彼はTescoのClubcardとセグメンテーションプログラムを推進して、データ分析とマーケティング戦略に革命をもたらした。
- ビッグデータは2クラスに分かれる。
 - 多くの一見客(銀行・保険・旅行会社など)
 - スーパーマーケット、ゆるるデータ・瞬時分析
- 二つ目は複数のデータセットから入る健康・税金・仕事・ソーシャルメディア
 - 輻輳するデータで消費者分析

Clive Humbyはブルーチップ株顧客リストに載る、大手マーケティング・アナリストである。顧客維持の専門家の彼はTescoのClubcardとセグメンテーションプログラムのチーフアーキテクトであった。

Clive 共著「スコアリングポイント」によりTescoが顧客のロイヤリティで受賞したが、どのように「スーパーマーケットの巨人」は自身を改革するために技術を活かし、お客様との関係进行分析する方法をとったか説明する。

dunnhumby、優良顧客の広い範囲にコンサルティングと行き届いたサービス施設の両方を提供する世界有数の国際的なマーケティング会社の会長兼共同創設者。Clive は、マーケティングやコミュニケーション戦略とdunnhumbyの戦略的方向性でクライアント担当作業に当たっている。

Clive Humby



- ビッグデータでマーケティング手法の変化
 - 顧客の気分と動機付けをつかめて、日々、対応
 - Apple と Burberryは店員にiPadを持たせ、より意義あるsales engagement(顧客深耕)
- ブランドとはプッシュ手法、顧客はより対話を求めている
 - iPadで雑誌の車情報を閲覧すると、連動広告が出てくる
 - 連動広告の欠陥で最高入札者に新車情報が出てしまい、興味層への露出が少ない
- ビッグデータは万能ではない、
 - 一見よさそうなデータでも元入力データとの感覚の違い
 - 雑誌購読データは山ほど持つ、購読者の思いは単なる該当事項の関心だけではない

攻めの営業 タブレットで

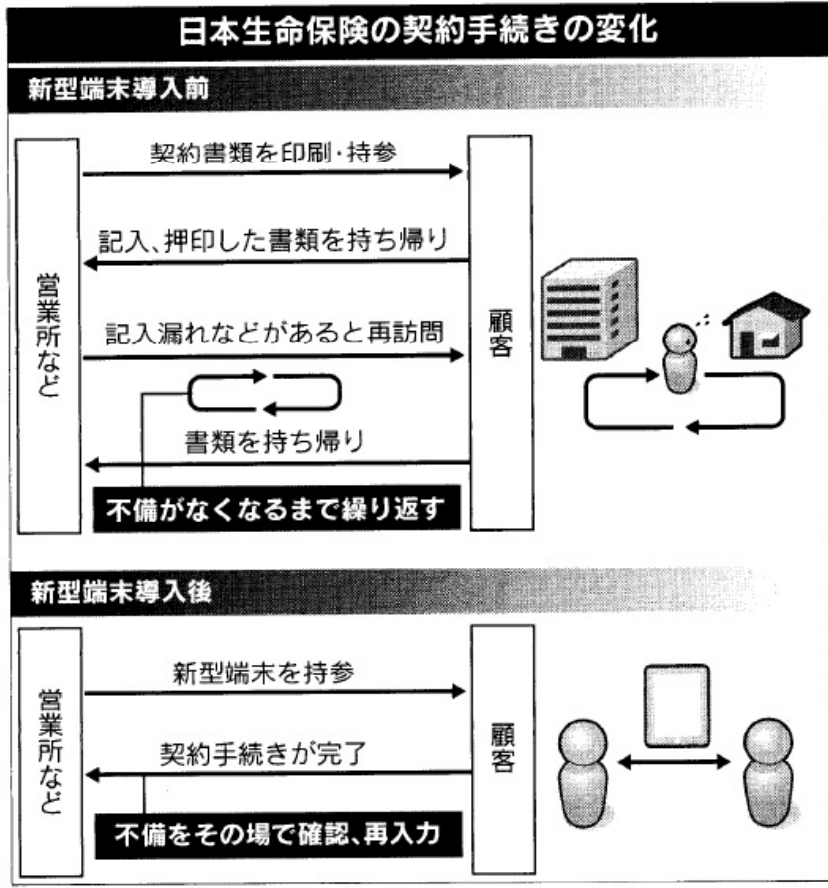
金融機関が売り上げ拡大に直結するIT（情報技術）投資を強化している。典型例が営業現場でタブレット（多機能携帯端末）を活用して提案力を強化する取り組みだ。店舗やイ

ンターネット上で顧客を待つだけでなく、顧客に直接手ずる「攻めの営業」を支える。富士通や日本IBM大手も新時代の金融サービスの拡充を急ぐ。

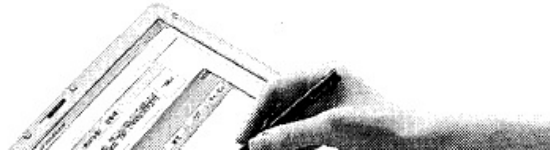
日生 契約、画面で完結
 ふくおかFG 最新情報で取り

金融「ITウォーズ」④

「印鑑は不要です。こりつつある。こちらの画面にサインをお願いします」。生命保険を契約する際、こんなシーンが当たり前にな



日生の端末
 面上に署名
 する



シス

Clive Humby



- 印刷物のモノゆえの強さは消えない
 - マーケティングミックスの中で強い位置を持つ
 - ①物理的印刷、②印刷データ複製デジタル、③純デジタルデータの広告での使い分け
 - Economist やBBCは個別使い切りに始終
 - コンテンツは連結・連続体として使って価値が出る
- 読者はモノを求めて雑誌を買う
 - 上手なセグメントを利かせ、デジタル手法を採った印刷製本をする
 - デジタルとの情報補間で鮮度・コンテンツ品質の向上

Rory Sutherland

印刷の十戒

1. 印刷の情報伝達の役目は低下
 - 電話帳の軽薄化、新聞社の苦戦
 - 最新・更新情報はインターネットに
2. 印刷は再発明されて行く
 - 生態系では①死絶えるか、②形を変えて生きる
 - 豪華DMの出現、明るい未来
3. テレビのスマート化と呼応する
 - 雑誌の読誌中にテレビで参照を引っ張り出す
 - 参照を中断して読書に戻る、TVはバックグラウンドでまわす (Google Chromecast方式)

1965年にモンマスシャー・ウスクに生まれ、ロリーは1988年に大学院研修生として Ogilvy に参加する前に、キリスト教大学、ケンブリッジで修める。18ヶ月世界最悪のアカウントハンドラとして過ごした後ロリーは、1990年6月にコピーライターになる。その道でいくつかの賞を受賞し、アメックス、BT、コンパック、マイクロソフト、IBM、BUPA、easyJet、ユニリーバに取り組んできた。1998年にクリエイティブ1997年OgilvyOneのディレクター-ECDに任命される。2005年、彼の卓越した時間厳守が認められ、英国 Ogilvy Group 副会長に任命される。余暇には、ロリーは自尊肩書きを収集している。彼は2007年にカンヌでの直接審査委員長とし、2年間の2009年の広告専門家協会の会長に選出された。Warwick大学の客員教授であり、最近(2012年)はBrunel大学で名誉博士号(文学博士)を授与された、彼はまた、世界最古の英語の雑誌の Spectatorの技術特派員である。

Rory Sutherland



印刷の十戒

4. 印刷の有効性は文脈次第・・・

- 印刷は軽薄化され機内へ持ち込む読み物となる
- Jeremy Bullmoreの支離滅裂実験
 - 花も植わっている低木生け垣に小黒板にチョークで新鮮卵と手書きされている
 - それを取って「飛行訓練」と書きむ

5. 広告の解釈は複雑である

- 東欧での消費者広告は効かなかった
 - 列を成して配給を受ける習性→あてがいぶち品の配給
 - 広告しているものは売れないものと解釈した

Rory Sutherland



印刷の十戒

6. 効率efficiencyは有効性effectivenessと等しくない

- 今日のビジネス文化は効率重視の文化
- 得られる効果・価値についての議論は薄く、役員会でもオンライン化でコストを37%下げたと言うと請けが良い
- これは効率で有効性とは違う

7. 流行はマーケティングの大部分である

- マーケティングにおける重要な問題は「印刷は正当な理由をもってどこに脅かされているか?」「印刷は流行と気まぐれのためどこに脅かされているか?」である
- **ポスト投函物は無料、ダウンロードをし出すと金と手間がかかる**
 - 請求書2~3通はダウンロードが便利、20通ではかね食い虫になる

Rory Sutherland



印刷の十戒

8. 印刷は今のところ流行遅れである

- それゆえ、メディア環境の中で不釣り合いにあるが、「再発明」がなされると流行遅れではなくなる
- 印刷界では残業は当たり前。利口な発注者がいてDMの効果が相当あり、部数を減らしたことにした、と来る。
- 「60点がHarrod's cardで貯まったのでご招待DM」なる物理的コミュニケーションとe-mail受け取りとの落差(価値の度合いは低い、自由度は高い)

9. 印刷コピーは長く持つ

- 自分の広告コピーでは15年持ったものがある。長期持続性が問題となる
- 今の時代、語り言葉(口頭)文化が大流行
 - ・ 「ラップ」はそのもの、ブログは典型的口頭文化
- 大量の口頭文化が進行中であるが、広告業界の本心はこれに乗りたくない

Rory Sutherland



印刷の十戒

10. 「3秒の注意持続時間」を忘れる

- 一瞬注視時間での判断と違う判断を
- 「ここでは靴が履かれていない」
 - 一瞬判断 靴の市場はなく靴は売れないぞ
 - 2分判断 靴はここでこそ売れるチャンスがある

Benny Landa

CEO, Landa Cooperation

- 一生で2つの革新技术を生む
 - 1993年 オフセットデジタル印刷機ePrintを発表
 - 2012年、Nanographyを発表
 - 印刷業界の伝説とその未来の重要なドライバー
- 印刷界の健康状態はどうなっているか？
 - 印刷機械業界のパラドックス
 - 2005-2006にかけて売り上げは半減する
 - 在庫の急上昇
 - 規模の縮小、レイオフへ
 - 総じて他分野は好況
 - 印刷界の外から見ると分かりにくい
 - 印刷界の中ではデジタル、パッケージなど好況感
 - 悲観したものでなく、新しい成長分野がもたげている

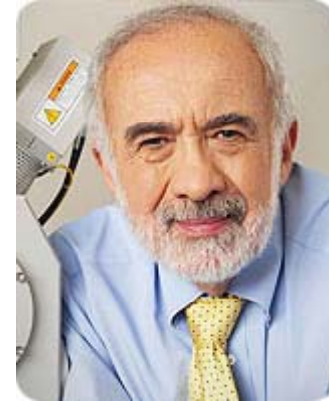
e-プリント1000、世界初のデジタルカラー印刷機を発表した際に見せつけた先見の明、多数の発明、世界700特許の所有者、Benny Landaは、1993年のIPEXで印刷業界の進路を変えてくれた。彼は、デジタル印刷の父として知られるようになった。

20年後の今、Bennyは、彼の新しい会社を起こし - Nanography、主流の生産にデジタル印刷をもたらす - 全く新しい技術を使用して、再び業界に革命をしようとしている。

Bennyは、イスラエルの刷業界で最多の発明をしている。イメージング業界の名門エドウィンH.ランド勲章を含む数々の栄誉と賞の受信者、Bennyはまた、多く功労賞賞や名誉博士号を授与されている。

Benny Landa

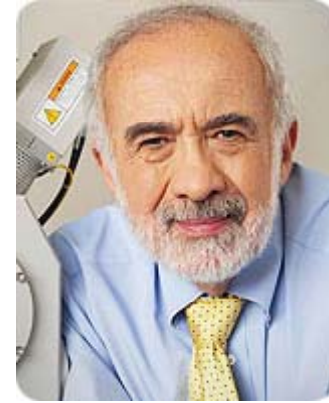
CEO, Landa Cooperation



- 伝統的な印刷テクノロジーが時代遅れになるであろうと思うか？
 - それは長い時間がかかる。
 - その印刷方式、オフセット・グラビア・フレキソにも生きてゆける適所がある
 - 印刷に占めるデジタルのシェアはわずか2%でこれが一挙には崩れない
 - インターネット・デジタル時代に入り、時代の要求はますます、印刷の小ロット化に向かう。
 - 差別化製品、プライベートラベル、プライベートブランド、パーソナル化

Benny Landa

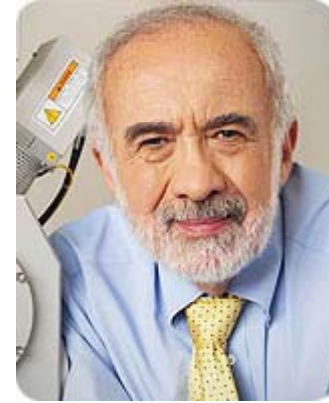
CEO, Landa Cooperation



- 印刷人はマーケット担当者や広告担当者に印刷物をどう納得させればいいのか？
 - 一般人はiPadの登場を見て印刷物は過去のものと思いき勝ちであろう
 - 一般人の印刷と言うイメージは本と新聞を上げている
 - 印刷商品8000億ドルで本・新聞の割合は10%の800億ドルを占めていて、多くの印刷物はそのまま残っているのだ。
 - 商業印刷物の置き換えは始まっていようが、印刷物はまだ、健在である。
 - 自然体で臨めば良い。

Benny Landa

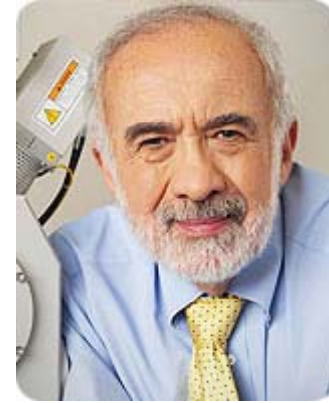
CEO, Landa Cooperation



- デジタル印刷機を1993年に発表したとき、デジタル印刷はこのように隆盛になると思ったか？
 - 発表時の予想として2010年には大半の印刷物はデジタル化すると予測した。
 - 予想は外れたが、方向性は間違っていない。
 - 600年続いている印刷の重みがある。一足飛びに産業構造は変わらないことが良く分かった。
 - 印刷のデジタル化の方向性はますます、加速化し、デジタル化は時間の問題である。

Benny Landa

CEO, Landa Cooperation



- **どんな革新技術が印刷にやってくると思うか？**
 - 絶対的な技術なるものはない。
 - 今日の技術は明日には取って代わられるのが技術である。絶えず技術の改良と追加が必要。
 - ナノグラフィーは一定期間居座ってくれようが、これが技術の最終版ではなからう。
 - しかし、ナノグラフィーは長い、長い間、居続けてくれる技術であることは確かだ。
- **ランダデジタル印刷機の遅れの理由のひとつにEFI-RIPの未完成度を上げたが、EFI側は何時でもできる、機械ができていないのが理由とした。**

Guy Gecht

CEO, EFI



- このIpexは欧州でのすばらしい販売機会
 - 他社は身を引いているが当社はこの機会に積極投資
 - MIS と ERP、web-to-printと進捗管理パッケージ SmartSign Analytics -POS効果を展示
 - Birminghamにある Clarkeprint はEFIのOPS・web-to-printを導入、cross mediaキャンペーンへ
 - Munichにある ハイデルと HP所有の Pinsker Druck und Medien (5代目の家業)はEFI Pace MIS とMetrix
 - パネディス「デジタル化の侵攻による印刷の停滞」で彼は、既にデジタル化は始まっている、じっとしてゐることは最悪だ、全てが当たるわけでないがまず動くのだ、投資をされる印刷会社は伸びている。

- 13:00-13:40 Lunchtime Panel - Evolution of a commercial printer
 - Moderator: Brendan Perring, Editor, Print Monthly - Link Publishing
 - Speakers: Jon Tolley, MD, Prime Group
 - Peter Lancaster, Managing Director, Documobi
 - Steve Welsh, Owner, Steve Welsh Social Media
 - Sean Smyth, Sean Smyth Consulting
- 方向性はクロスメディア化だ
- SMEは便利道具として使うべきだが、当面は **print centric** とすべきである

印刷と携帯端末との統合実技

Documobi



アイキャッチ
ヤーに会う



スキャンする



サイト閲覧

ScitexにいたPeter Luncasterがスピンアウトして考案したAR。印刷物のインタラクティブ性の確立を目指して開発。

Benny Landaとは旧知の間。登録しているpdfとの照合をしているため、あらゆるARのものを取り込めるのがミソ。欧州の印刷会で強いARソフトである。

Talking Print



上製本ケースにディスプレイを埋め込んだもの
使い方・用途のプレゼンがさすが・・・

品数が豊富

Rapid Label Systems XL220



- Memjet Headを採用
- 一式で10万ドルをきる価格
- オプションでデジタル・コーターあり



- Eclipse LF3 digital label cutter

Make-ready Challenge

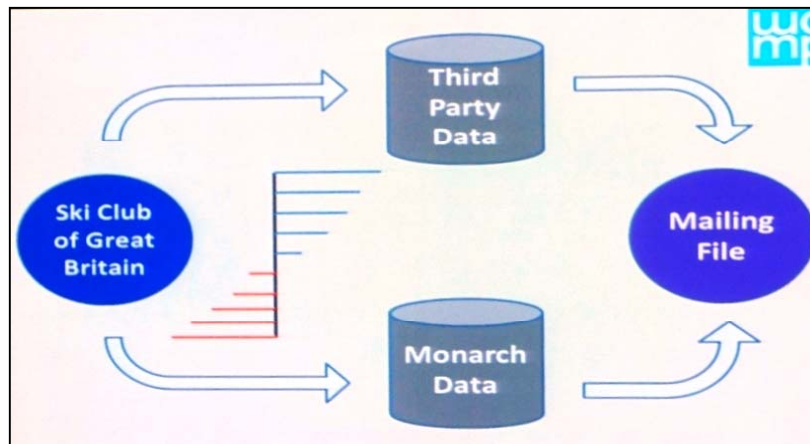


- 事故保険会社Burnnettsが後援して取りまとめ
- 中古機会社、ローラーメーカー、機械部品製造メーカー、その他、4社が協賛
- 36組の前準備挑戦者を募集
- テストチャート版・検討早合わせ競技
- この賞金には総額で数千ポンドを当てる、

2013 Grand Prix Winner: Monarch Airline



- Monarch Airlineはスキー客向け予算がない
- このAR付きDMで**£220万の売上、18倍の費用対効果**を得る
- 本企画の成功のポイント
 - 自己主張する冒険スキーヤーの気を注ぐキャンペーンの仕掛け、他社が思いつかない内容で対象者の反響を呼ぶ
 - DMからonlineへの誘導の最高効果例
 - この企画を通し対象者の思い、行動が読み取れるようになった
 - 英国データベース/スキークラブの分析は、ある種の分類を作成し、モナークデータベース上のマッチを見る。



2013 Grand Prix Winner: Monarch Airline

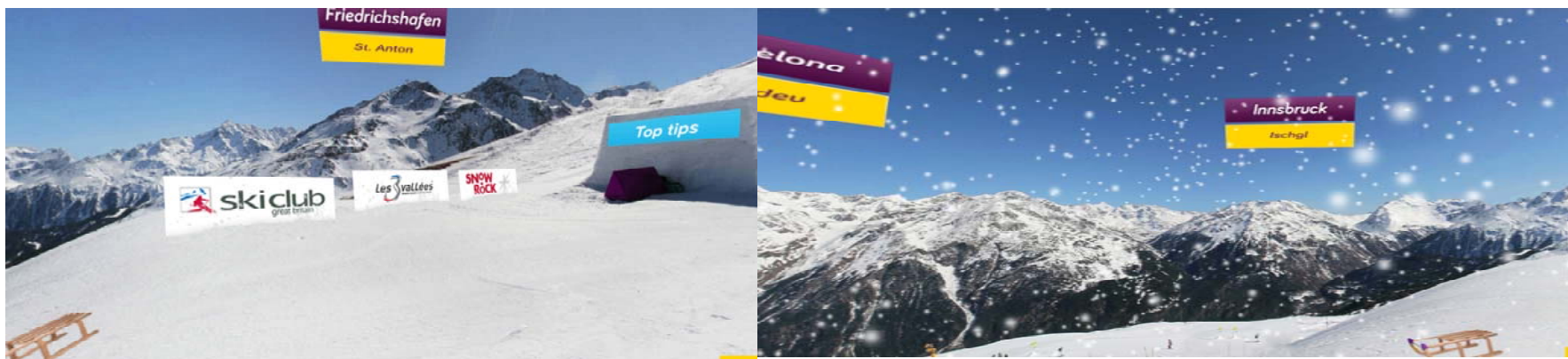


●DM受信者の21.7%が
Monarchサイトを訪問

- Monarchの指向はファミリーに焦点を合わせたパッケージスキーヤーではない。
- 対象客層はヨーロッパの最もよい雪質を切望され、独立の、頻繁に通う、デジタルに精通した冒険スキーヤー。このスキーヤーは常に新しいスキー場を研究していて、新しい経験をしたがる。
 - 課題は、Monarchのスキーヤーの好奇心を誘い、**没入型画面の豊富なスキー場案内コンテンツ**を作成することであった。
 - DMは、行先インスピレーションを造成させ、旅行購入につなげるのに非常に重要であるが、この聴衆をひきつけるフックとした。
- ARは、次の冬に向けて彼らの食欲をそそり、Monarchへの予約につなげてくれた。
 - シュマンドフェール・オルコット、英国のナンバー・ワン・オリンピックスキーヤーのヘッドカメラで撮ったビデオがAR上に不意打ち走行シーンとして映し出される。




没入型体験ができる



<http://mountain.monarch.co.uk/>

Resort **Is it right for me?** Live Snow Report

Kitzbühel 
Fly from Innsbruck

Highest lift 2004m

1h 30 mins from Munich

1h 10 mins from Innsbruck

Total pistes 168km

More info **Book now** Share


キャンペーン投下費用の18倍に当たる220万ポンド(3.85億円)の売上につながる


WDMPのGavin Wheelerが無から有を生み出したキャンペーン

Resort **Is it right for me?** Live Snow Report

Kitzbühel

This is one of the lower resorts, so go early in the season. And be prepared. Animated is a polite way of saying this area gets wild. When you do stumble back onto the slopes, you'll find a superb array of intermediate and expert runs.

Après ski 

Skill level 

More info **Book now** Share

これでもか、これでもかと再投資 Halstan Printing Group



Dr. Peter Hanser-Strecker (l) and Christopher Smith (r) conclude their agreement in the Schott Music offices in Mainz.

- 主たる印刷物、楽譜印刷、定期刊行物、科学書籍
- 100年の歴史を持つ
- 2003.11 Ideal Printers社を買収
- 2004.08. 200万ポンドの投資、MMのBravoPlus with Armys(糸かがりライン)を投資、買収先の4色機と2色機を出してCD102を導入
- 2007 VarioPrintを導入
- 出版社を買収
- 2011.07 AylesburyにあるPindar社地図作成部門16名(webデザイン・web制作・クロスメディア制作、eコマース・eマーケティング、eブック、データベース管理)を買収
 - ニッチ市場、成長余力がある、旅行市場で使える、固定客も数件ある
 - 近くにあった印刷部門は買収しない
 - かつてPindarに外注に出していた印刷の仕事はAmersham工場でこなす、
- 売上640万ポンド、従業員90名以上、

これでもか、これでもかと再投資

Halstan Printing Group



- 出版事業を手がけ如何に在庫の圧縮を図るべきかが身にしみた
- Pidarのデジタル印刷技術を活用し、楽譜出版の活性化を図る
 - 買収を続ける中でやっと、独自のニッチマーケットを見出した
- 2014.03 盟友のドイツ最大音楽出版社と提携し、マインツにHalstan Deutschlandを設立
 - デジタル印刷・広開本で短納期対応
 - ドイツの楽譜出版は英国以上の量
- アナログ印刷ではやれどもやれども利益が出にくく、模索する中で今日の形に行き着いた。

David Grey, CEO, Classic Colours Ltd

英国における水なし印刷

- 完全にニッチマーケットを狙った戦略
 - 一般商業印刷では使われていない
 - UV印刷、カード・プラスチックの印刷
 - 主要ユーザーは8社、+5社
 - 2年後には欧州では水銀ランプは使用禁令下におかれる
 - LED-UVへ向かわざるを得ない
 - Classic Coloursはその対応準備を終えている
 - CortinaのUV-LED化はインキ面から見て現実的ではない

Stephan Metcalf, CEO, AMS UV

- 欧州ではここへきてLED-UVが後付で入りだし16セットほどになる
- 米国はそれ以上の数字になってきた
- LE-UVは欧州での2年後の規制により、注目されなくなっている
- 次世代LED-UV:長波長＋短波長の光源のLED-UV
 - この光源が出て来ると既存のUVインキがそのまま使える
 - このLED素子の開発が盛んに行われている

インキジェット紙の再生問題

INGEDEプレスリリース

- 島嶼部での新聞印刷の分散化、最近ではベルリン・ローマで分散化が遂行。このインキは脱墨適性がない×
- 14.03にロンドンの新聞社に入るRotaJetはポリマー顔料インキを採用。ポリマーが顔料の紙繊維への浸透を防ぎ、脱墨適性は良好。
- 富士フィルムのJet Press720はプレコートとともに、脱墨適正は大変良好である。
- 化学者であり、INGEDEの専門家、アクセル・フィッシャー：「インキトナーは再生紙適性はあるが、インクジェットインキは水性のものは少量でも再生釜で拡散され製品にならなくなる嫌いがある。」
- 最近、機械メーカー側、製紙業界側の対話が進み、この点での改善の話が進み、良い改善の徴候が見えてきている。

Ipex2014の余波

- Ipex現場責任者
Trevor Crawfordの退任
 - Ipexチームのリストラ
- Cross Merdia2014の中止
- drupa2016にHeidelbergは1・2号館に出品しない。明け渡ししか？
 - 強気の展示会公社と折衝
 - 自らのブースはコラボ提携企業での出品も辞さない
 - 4年に1回開催、2週間・1500人のスタッフの移住

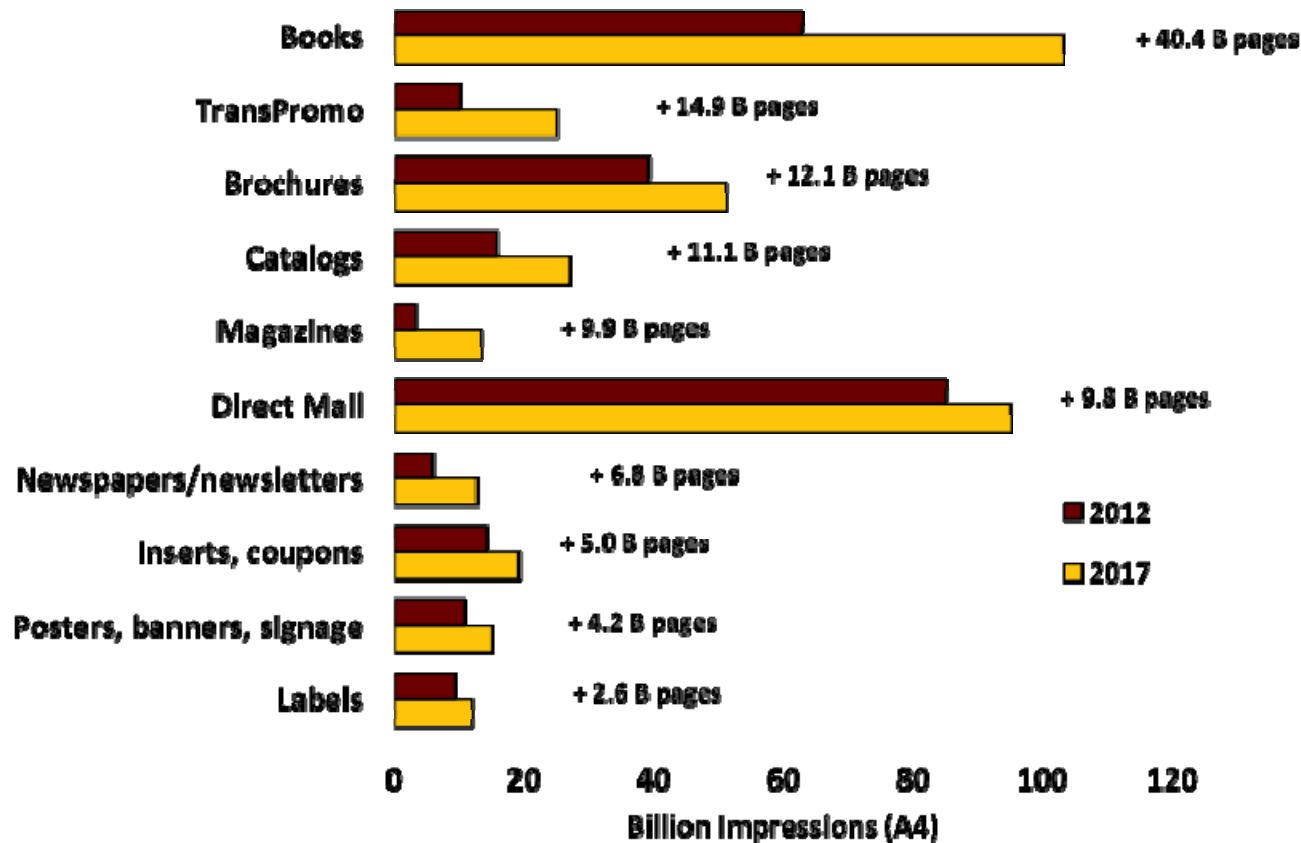


ハイデルベルグがデジタルへ踏み出し

- 4月2日 ハイデルベルグ本社でDigital Sneak Peer (デジタルチラ見せ) なる記者会見を開催
 - 孤高を捨ててコラボ路線でデジタルへ踏み出す
 - インキジェットを中心技術
 - FUJIFILM Dimatix社ヘッドをGallusに搭載したデジタルシール印刷機をLabel Expo2014で発表
 - B1枚葉デジタルをFUJIFILMと開発
 - 4Dデジタル印刷 Flyeralarm.comに納入、製品チャージ制
 - ロボットアームの先にヘッドをつけ、車・航空機などの立体物への印刷を可能とする



B.Pellow女史： 2014はweb-to-printに抱きつく年



Source: U.S. Digital Production Printing Application Forecast, InfoTrends 2013

印刷物の作り変え・・・新製品化

- 印刷物の伝播力
 - 高原淳氏の試み
 - コンテンツの使い回し
- Print Centricとクロスメディアでの価値付け
 - 500年の印刷の重み・・・英国を見習うべき
- ニッチ製品・分野の発掘
- 紙の地球環境に対する貢献度
PGAMA



PGAMA.

Printing & Graphic Association MidAtlantic

The screenshot shows a website with a green header and a dark green background. On the left is a vertical graphic with a tree whose canopy is made of intricate patterns, and the text "PRINT GROWS TREES" below it. The main content area features a video player with a forest background and Japanese text. Below the video is a section titled "RENEW YOUR IDEAS ABOUT PRINT" with a paragraph of text. At the bottom left is a button for email updates.

THE FACTS ABOUT US SPREAD THE WORD TAKE ACTION

森林の商業的育成の唯一の方法とは、紙製品、木材製品を管理して使うことである。

THE ONLY COMMERCIAL USE OF LAND THAT GROWS TREES IS MANAGING FORESTLAND FOR USE AS PAPER AND WOOD PRODUCTS.

RENEW YOUR IDEAS ABOUT PRINT

Print on paper gives landowners a reason to grow trees. More than half of all U.S. forestland is owned privately. Private landowners decide the fate of these forests. Many require an income from their land, and when a working forest cannot make money, the land is often put to another use. Research shows that 55 million acres of private U.S. forests will be sold or transferred in the next five years. **With no financial incentive to grow trees, will these forests be converted permanently to other uses?**

CLICK HERE to register for EMAIL UPDATES

温暖化ガス40〜70%削減

IPCC 2050年までに必要

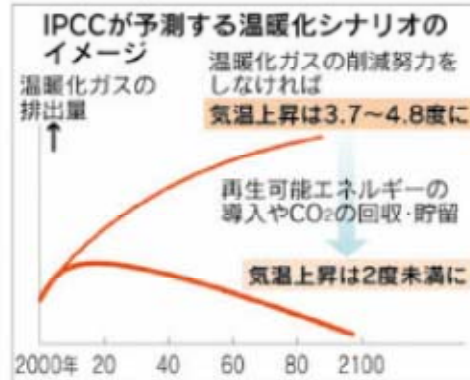
【ベルリン＝竹内康雄】国連の気候変動に関する政府間パネル（IPCC）は13日、温暖化ガスの排出削減に関する報告書を公表した。地球の気温上昇を産業革命前から2度未満に抑える国際合意を守るには、温暖化ガスの排出を2050年に10年比40〜70%減らす必要があると分析。電力供給に占める再生可能エネルギーや原子力といった低炭素エネルギーの比率を現在の30%から80%以上に引き上げる対策を取るよう促した。（関連記事3面に）

電力源 8割を低炭素に

（IPCC報告書骨子）

。今世紀末の温暖化ガスの大気中の濃度が約450ppmであれば、産業革命前からの気温上昇を2度未満に抑えるという国際合意が達成できる可能性が高い。

。達成には50年の排出量を10年比40〜70%削減する必要。低炭素エネルギーの電力供給に占める比率を現在の30%から50年までに80%以上に引き上げる必要がある。2100年の排出量はゼロか、大気中からの回収によってマイナスに。現状のままでは平均気温は3.7〜4.8度上昇する。原子力は温暖化ガス排出が少ないベースロード電源だが、様々な障害やリスクがある。



7日始まった総会には、各国政府の政策担当者や科学者らが参加。最終的な文書の調整を進め、12日に報告書がまとまった。13日記者会見したIPCCのパチャウリ議長は「かつてない水準の国際協力が今、求められている」と述べた。

国際社会は産業革命前からの気温上昇を2度未満に抑えることで合意している。そのためには、大気中の温暖化ガスの濃度を450ppm（ppmは100万分の1）以内にすることが必要だと説明。現在の水準は430ppmで、毎

消費者目線
印刷物=ごみ

↓
紙は森林育成の資源

低炭素化へのかかわり

水なしリノベーション

- 先が読みにくい時代
 - 思い切った設備投資がしにくい
 - 生産性は上げ続けなければならない
 - リノベーションの必要性



2014年4月11日 FFGSと東レ、北東工業で水なし印刷によるリノベーション効果訴求

ご清聴、有難うございました