



左から塚協部長、東條社長、足立部長

「通販サイトはこれからも伸びていく」

北東工業「プリン・プロ仕様に変えて」

矢野経済研究所が今年11月に発表した「ヤノレポート」では、印刷業界全体は縮小傾向にあり、この勢いは止まらないと示しているが、唯一、印刷通販の市場に関しては年率11.1%の伸びが見込まれ、5年後には倍の売上規模になると予測されている。

2007年2月から印刷通販サイト「PrintBiz（プリン・プロ）」をオープンさせ、事業を拡大している北東工業（大阪市中央区）の東條秀樹社長は、最近の新規顧客登録数や売上の上昇を見て「市場全体の規模は年間で10%以上ずつ伸びていくように言われていますが、私はそれ以上に伸びていくのではないかと思います」と示し、方向性が間違っていないかと確信している。

印刷通販サイトを 全面リニューアル

製造業としての責任を明確にし、プロユースの要求に高い次元で応えている北東工業が、全国規模のネットワークを構築し、印刷通販への参入を検討し始めたのは約12年前のこと。

「Web営業所プロジェクト」と称して大阪市内を網羅する営業店舗をWeb上にも開設する」というコンセプトのもとサイト開設準備を進め、2007年2月に印刷通販サイト「PrintBiz」をオープンさせた。

これまでも、プロユース（BtoB）向けサービスの最適化を図ることで市場から好評を得てきた「PrintBiz」ではあるが、オープンから7年目を迎え、これまでにクライアントから同社に寄せられた意見・要望を反映させ、今秋には100項目以上の改善や

新機能を盛り込んだ形でサイトの全面リニューアルを実施し、より使い易く、分かりやすいサイトを構築した。

「印刷通販ビジネスの将来を考えた時、そのシステムには、BtoBにおける受発注プロセスの最適化が求められる」と考えた同社では、今回の全面リニューアルでは、ユーザーにストレスを感じさせない、直感的な操作が可能なサイトのユーザービリティに大幅な改善を加えた。

現在、印刷通販の多くは印刷を生業としていない一般ユーザーに向けたサイト設計になりがちであり、トラブルや誤解を招かないよう丁寧な表現や手法を追求しているため、手慣れたユーザーにとってはかえって面倒なシステムともなっている。

そうしたことから、

品質で選ばれ 顧客との信頼を強める

一方、プリントビジネスを運営する北東工業では、これまでに「印刷業界のための安心の生産工場」として、全国のクリエイターやデザイナー作成者にとって「安心のインターネットプリンター」を目指し、品質で選ばれて、「同社に頼めば間違いない」という評価も得ている。

「PrintBiz」が市場から好評を博している背景には品質面の安定感が大きな要素ともなっている。

これまでも、同社では製造業としての役割を果たし、全国の印刷会社、デザイン会社、企画会社、一般企業の皆様が安心して印刷物を出せる環境づくりを徹底してきた。

特に多品種・小ロット・短納期印刷の生産体制を強化することに特化した安定した高品質を、圧倒的な開発力で「という基本理念のもと、常に最新鋭の生産技術・設備を採り入れることでプロの要求に高い次元で応えてきた。実際に、印刷製造業としての品質保証、信頼感はそのままに、徐々に軸足を移しながら、地に足の着いた印刷通販サービスを展開してきた同社では、この数年で4台の印刷機を新設したほか、遊休スペースの整理と集約移設、工場レイアウトの変更など、製造業としての責任・誇りを担保できる受け入れ体制を構築した。

今年度は「Japan Color」の認証を取得したほか、品質の安定化を強化するために新技術として水なし印刷に取り組んだほか、プロッキング事故や短納期対応といった点でもLED・UV機

プロユーザー向け機能を最適化

ユーザー層が広がってきただけでなく、印刷会社の常識が通じないケースも出てきたため、お客様が注文をしやすくなければならないと考え、そこに改善の重点を置いてリニューアルしましたと述べる。実際に同社では、今回のリニューアルにおいて、ユーザー属性に応じた管理画面（マイページ）のカスタマイズ表示や発注履歴などに基づいたレコメンド機能を搭載したことにより、ユーザーは欲しい情報に素早くアプローチでき、スムーズに発注作業が行えるようになった。

一方で、これまでサイトメニューにはなかったが、定期的な別途見積もりや来店対応していた商品についても、ユーザー限定商品としてサイトメニューに組み込み、発注を可能とした。

「これは、印刷業者が発注する場合に仕得では、認証を取得することが目的ではなく、社内共通のメッセージ、色に関する標準語にするためでした。通常はカラー標準印刷認定の取得だけであれば、1台の機械がクリアすれば良いのですが、当社ではブルー認証、マッチング認証、までも一気取得し、社内にあるすべての印刷機で横断的に標準化を進めることで品質の標準化を実現させました」と取締役生産部長の足立孝次郎氏は語っている。

現在、同社の印刷オペレータの半数以上は唯一の国家試験であるオフセット印刷一級技能士の資格を取得しており、新しい印刷機の導入に際しても印刷未経験の若手社員に立ち上げを任せることで、生産部門の技術継承、教育の仕組み、OJT（職場内教育）に力を入れている。従来の常識とは違う低価格での印刷物提供を可能としている同社では、その土台として顧客がいつでも安心できるものづくりへの拘りを持った商品

「この数字はアナログの世界ではありえない数字です。まさにインターネットのパワーとも言えます。特に、新規ユーザーが口コミで増える割合が多くなってきました。品質とサービスに徹してきた姿勢が評価されているものと考えます」と東條社長は自信を示す。

今後同社ではプリントビジネスを進化させ、日々改良を重ねていくことで、「最後に選ばれた印刷会社」「最後に選ばれた印刷会社」を目指していき。

「PrintBiz」は、あくまでも創業以来ある弊社の営業店舗の地域展開に加え、Web上にも一つ営業所を立ち上げたという形で、当社としては自然な進化でした。ただし、パソコンの普及でデータ作成するのが誰かというところで、創り手が移動しました。つまり、これまでは印刷会社やデザイン会社がデータ作成をさせていただけでしたが、一般企業や団体など発注者が自らデータ作成する時代へと変わっています。この勢いは絶対に止まりません。その入り口としてプリントビジネスという窓口がWeb営業所として本格的に機能し始めているのです。印刷物は無くなりません。多品種・小ロット、短納期といった先代からの企業ドメインを変えずに、品質管理やものづくり、短納期対応、コスト競争力も含めて地道にやってきたことが今ようやく市場から評価を得られるようになってきました」と語る東條社長の視線は、未来の健全な印刷業界創造へと向けられている。