モトヤ　AR技術などクロスメディア展開をサポート

「顧客と共に栄える」を企業理念に掲げ、何が顧客にとって利益をもたらすのかの根本を探り、印刷工程をトータルな視点で考えた提案を行ってきたモトヤ（古門慶造社長）。

創業当時より培ってきた独自の業界ネットワークにより、これまで国内外のメーカー各社の製品を幅広く取り揃え、システムのデジタル化やオープン環境に向けて迅速に対応してきた同社では、2年前にIT企業のウイズ（大阪市西区）と業務提携し、印刷会社に向けてAR（拡張現実）技術をはじめとするクロスメディアの展開をサポートする体制を強化した。今年10月1日からはARの進化系として「CARM（Customer Augmented Reality Management）を市場に投入した。

戦略的IT機能を融合　ウイズと業務提携結び

同社の森田恭市常務取締役は「設備投資に対する考え方として、これまでのように仕事量が確保できていた時のように古くなったから機械を入れ替えるという考え方ではなくなり、最近ではお客様の仕事量が見えない限り設備投資されない時代になりました。

そこで、2年前にIT企業のウイズと業務提携を結び、ARの活用を印刷会社に提案してきましたが、儲かる仕組みとして2年間で43社に採用していただけました」と語る。

電子メディアの台頭により、印刷業界を取り巻く環境が大きく変化する中にあって、製造業からサービス業への転換に加え、クロスメディアへの取り組みをどのように進めるのかが、生き残るために避けて通れない課題となってきたことに対して、同社では現状を打破していくための技術的なサポートを行っている。

「われわれのお客様がソリューションプロバイダーとして事業を展開できるように全社を挙げてバックアップしていきます」と森田常務が語る通り、同社ではウイズが開発したARの進化系となる「CARM」を10月1日から市場に投入した。

「これまでのARは動画を見せて終わりのものが多かったですが、『CARM』は一歩先まで踏み込んだものであり、印刷会社さんが仕事を取るために、顧客情報・マーケティング情報・マネジメント・プッシュ配信・アクセス解析までの対応できるARとなっています」（森田常務）。

実際に「CARM」は、今注目されているAR技術と、従来のCRM（Customer Relationship Management）を戦略的IT機能で融合させたシステムであり、紙メディアを中心としたクロスメディアのコンバート率（購入、会員登録などの成功率）を飛躍的に向上させることが期待され、印刷業界にとって強力な販促ツールとなる。

「CARM」を活用することによって、広告分野において注目されるAR技術を駆使活用し、さらに戦略的IT機能を付加実装することで「活きた販促戦略」が展開できるという。

「スマートフォン・タブレット時代到来の今、新たなクロスメディアの形が求められていますが、『CARM』は口コミを誘発するバイラルマーケティングの仕掛けから、消費者へ直接メッセージを届けるコミュニケーション機能、さらにはクライアントがこれまで得ることができなかった視点から消費者の行動分析を行うなど、今後のマーケティング活動において必要不可欠となる情報を収集してフィードバックすることが実現できます」（森田常務）。

前述の通り「モノ売りからコト売り」の一環として「CARM」を販売することによって、モトヤでは印刷会社が儲かる仕組みを提供できると自負している。

「デジタルメディアの多様化によって、紙媒体が減少していくことが予測されています。ITとコラボレーションすることによって印刷物が発生していく可能性があります。デジタルコンテンツやARを活用することでプリントボリュームが減った分を補え、価格競争という同質な競争から異質の競争をすることによって受注単価の下落を抑えられると思います」（森田常務）。

そうした観点から同社ではウイズの全面協力を得て仕事が取りやすくなる仕組みをサポートする体制も構築。ウイズが印刷会社と同行して提案をサポートしている。

「当社にとっては『CARM』を採用して仕事が増えた結果、必要な印刷機器をシステムとして提供させていただき、導入されるケースが出てきています。製品を先に売るのではなく、コトを売ることが先というビジネス展開を目指していきます」（森田常務）。

IT企業から見た印刷業界とAR

一方で、これまでに10種以上のARエンジンを検証・評価してきたノウハウを活かしてモトヤと業務提携したウイズの老田歩氏（ビジネスソリューション事業部執行役員）は次のように語る。

「印刷業界もIT業界も状況や体質的には同じで、IT業界も主には受注産業です。お客様のニーズに対して要件定義し、設計書を描いてIT構築して納品するという形です。

今までお客様の言われた通りに作って納品して、間違いないものであればお金がもらえましたが、本当の意味でお客様の目的や課題は何かと向き合った時に、言われたまま作っていたのではいけないと思いました。

ITバブル崩壊後、著しく単価が下落しており、その要因のひとつがオフショアであり、海外発注が盛んに進められたことによってさらに単価が下がり、国内でものづくりをするという意味においては非常に厳しい状況になっています。

いかに付加価値をつけていくのか、自分たちの存在価値をクライアントに対して認めさせるために何が必要かと考えた時に、お客様の目的は何かというところに向き合い、それを実現することができるパートナーであるべきです。お客様の目的は印刷物を得ることではありません。自社の商品を広く紹介するためであり、サービスを利用していただくツールです。パフォーマンスを含めて自社のプロモーションを高めていくためのお手伝いができればパートナーとしての存在価値が担保できるのではないかと思います。『CARM』は、一歩踏み込んだ形で販促企画を一緒に立てましょうということが狙いで開発されたものです。考えるところは同じです。

「自社の強み」を積極的にアピールし、他社に活用してもらう印刷作業のコラボレーションの場「モトヤ・コラボレーションフェア」を開催してきた。今回で58回を数える同フェアへの出展社は245社を超え、来場者も6万4000人に迫り、出展社からは「出展してビジネスの幅が広がった」、来場者からは「来場して良いパートナーが見つかった」といった評価を得ている。

景気低迷の下、長く続いた価格競争の結果、昨今では「付加価値の創生」という印刷業界が持つ「強み」が忘れられているが、日本経済に復調の明るい兆しが見え始めている今こそ、「自社の強み」を互いに共有しあう「印刷作業のコラボレーション」の実現で、価格ではなく高い付加価値で勝負する「儲かるビジネス」を創出し、「元気な印刷業界」を取り戻す好機として期待されている。

なお、開催時間は1月31日が午前10時から午後5時、2月1日が午前10時～午後4時となっており、大阪府印刷工業組合、大阪府グラフィックサービス協同組合、奈良県印刷工業組合、京都府印刷工業組合が後援している。

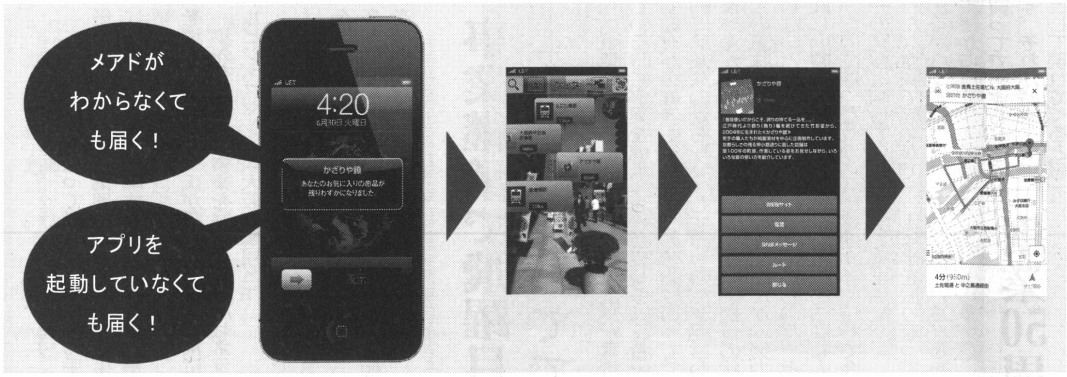
また、今回も〝Weare No.1〟をテーマとしたポスターコンペティション「P-1グランプリ」が行われ、来場者の投票によって優秀作品が選ばれることとなっている。

1月31日にコラボレーション展

モトヤは平成26年1月31日㈮・2月1日㈯の2日間、大阪市中央区のOMMビル（大阪マーチャンダイズ・マート）で「MOTOYA COLLABORATION FAIR（コラボレーションフェア）2014」を開催する。

「顧客と共に栄える」を社是とし、創業91周年を迎えた同社では「元気な印刷業界の実現に役立ちたい」と考え、平成14年から「自社の強み」を共有して付加価値の高い印刷物を創出する「印刷作業のコラボレーション」を提案し、そのお手伝いの一環として「自社の強み」を積極的にアピールし、他社に活用してもらう印刷作業のコラボレーションの場「モトヤ・コラボレーションフェア」を開催してきた。今回で58回を数える同フェアへの出展社は245社を超え、来場者も6万4000人に迫り、出展社からは「出展してビジネスの幅が広がった」、来場者からは「来場して良いパートナーが見つかった」といった評価を得ている。

進化系AR「CARM」



戦略的ソリューションの提供を実現

「CARM」が誕生した背景には、①真の目的と課題解決②多様化するニーズ③進化し続けるテクノロジーが挙げられる。

これまでにウイズでは、さまざまなエンジンを使い分けることで、それらエンジンの長短所を見極め、クライアントのニーズに対し最適なソリューションを用意してきた。

しかし、未だ成長著しいスマートフォン市場の拡大と、新たなテクノロジーがもたらす可能性は広く深く、クライアントのニーズは多様化し、さらなる進化・差別化が求められる中で、既製のエンジンでは実現することができなかった「戦略的ソリューション」が問われる時期がきた。

販促ツールとして求められる「真価」として、かざして飛び出すだけのコンテンツで話題作りができる時期は終わり、いかにクライアントの想いへ消費者を引き込み、ゴールまで導き、消費者と長期的関係を構築していくのかを「CARM」は実現できる。

「当社の持つAR技術を印刷業界にクローズアップしていただきましたが、われわれはARを売りたいわけではなく、クライアントの販促パートナーとして実績を積んでいきたいと考えています。そのためには、仕組みを用意することによりアクセス解析をデータベースに蓄積できます。これを経験として裏づけを持ちながら戦略を提案していきます。

長年、受注産業型で商売を重ねてきた印刷会社にとって、急に提案営業と言われても難しいと思います。そこで、当社が着眼したのは、下流工程である運用フェーズからニーズをあぶり出して上流工程に回していくという発想です。これであれば、われわれも印刷会社さんもできます。競合他社に差をつけて、先にデータがたまれば競争優位になるわけです」（老田執行役員）。

実際に、同社がヒアリングした結果、BtoCのソフトも包括した企業も3社ある。

「見える化をして、次の提案資料がアウトプットできるような流れをフレームワークとして用意しなければなりません。それをこの半年間で痛感しました。そのために、プッシュ配信や集客のための企画、その結果がトレースできて、フィードバックすることが『CARM』はできます。アクセス解析や位置情報なども分かりますから、それを冊子にして印刷会社が啓蒙することによって、クロスメディアが具体的に進んでいけばと願っています」（老田執行役員）。

現在、「CARM」を採用することによって取り扱えるオブジェクトとしては①3Dモデル②動画・トリミング動画③静止画・トリミング画像④音声。他システムとの連携によって、MAP連携・電話機能連携・SNS投稿・google analytics・各種Webサービスがある。

ウイズでは、「CARM」の導入企業に対して①システムの導入②システム運用サポート③システム導入企業の営業・企画サポートを行っているほか、オプションサポートとしてアクセス解析レポートの作成や専用アプリのマーケット登録申請代行も請け負っている。

なお、「CARM」の販売価格は80万円（税別）となっている。

廃版回収
ＰＳ版・アルミ版
活字・ケイくず・写真版・凸版・・・
吉井商店
大阪市東成区中道 3-5-17
TEL　06-6971-5990
・活版整理（組んだままの状態でもOK）お引き受けします
・現金で買取致します