



# プロフェッショナルプリント事業戦略

2020年11月27日

執行役 植村 利隆

# プロフェショナルプリント領域での成長



KONICA MINOLTA

## 小規模商業印刷 企業内集中印刷

AccurioPress  
C14000/C12000



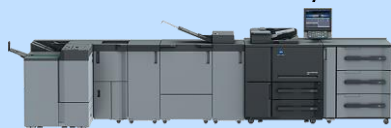
AccurioPress C6100/C6085



AccurioPress C4080/C4070



AccurioPress 6136/6120



## 商業印刷

AccurioJet KM-1e



## パッケージ印刷

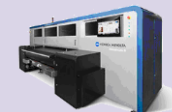
## ラベル印刷

AccurioLabel 230



## テキスタイル 捺染

Nassenger8



Nassenger10



NassengerSP-1



UVインク高画質による  
ジャンル2位

ミッドレンジ・ラベル  
ジャンルトップ

MGI商材によって付加価値を提供、他社と差別化し、  
大手商業印刷、パッケージ、ラベルコンバータのドアオープナーとして活用

### Digital断裁機



JETvarnish 3DS  
(ニス&箔 : B3)



JETvarnish 3D Evolution  
(ニス&箔 : B2-B1)



JETvarnish 3DW  
(ニス&箔 : ロール紙)



加飾印刷は他社との差別化

成長する印刷会社での高品質印刷／減らない印刷領域でのデジタル印刷の拡大

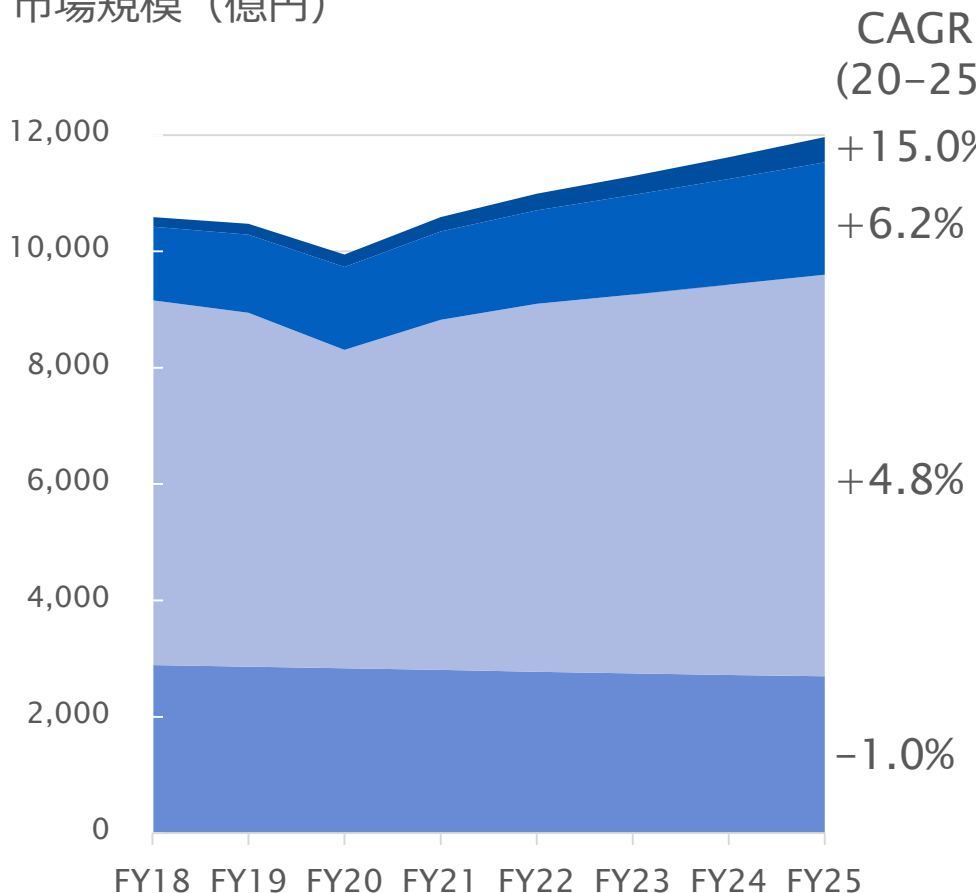
バリュー・セリング

産業が存在する国・市場にフォーカスした事業展開

成長領域商品

21年度に19年度比で市場拡大に転じ、その後もポストコロナの市場変化によりHPP市場が中長期的に拡大。産業印刷はコロナ禍でも伸長、今後加速を見込む。

市場規模（億円）



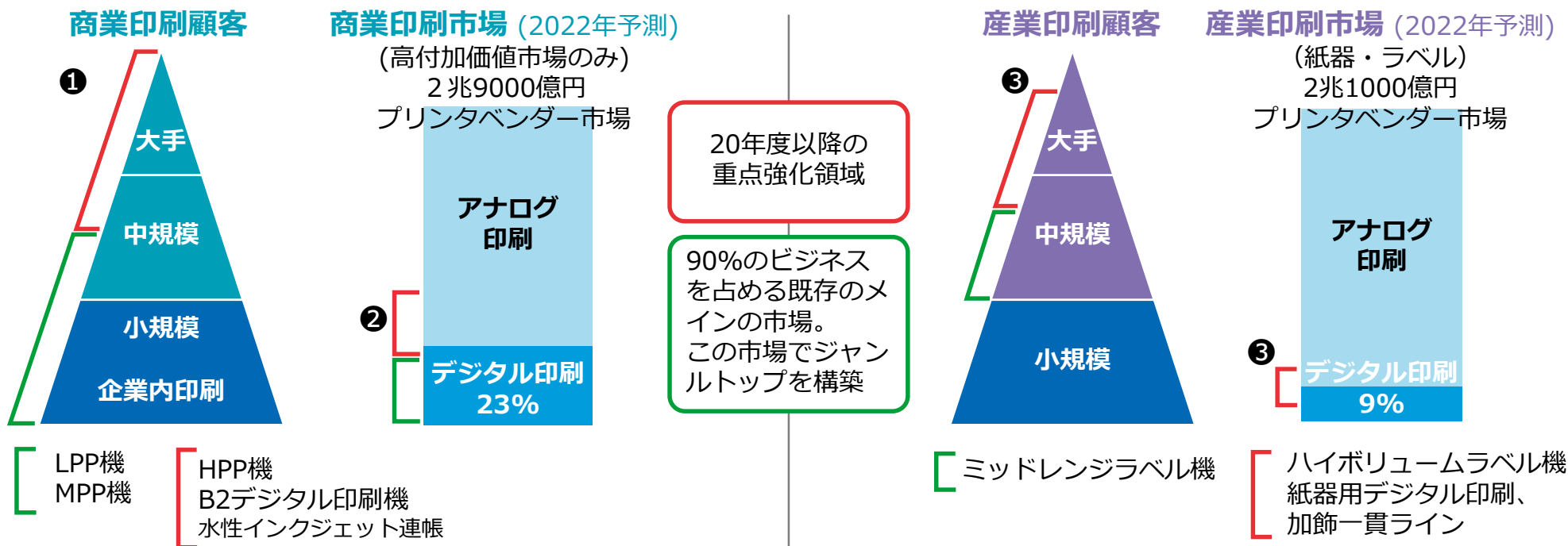
基本方針

産業印刷 コンバーター	<ul style="list-style-type: none"> <li>•加飾印刷機による囲い込み</li> <li>•一貫生産機投入による市場牽引</li> </ul>
パッケージ	
ラベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>•現行機による中規模顧客拡大</li> <li>•高速機投入による大手顧客開拓</li> </ul>
商業印刷	
中堅・大手	<ul style="list-style-type: none"> <li>•HPP機による顧客開拓でFY20上期30%2位からトップシェアを狙う</li> <li>•高画質水系IJ機の投入</li> </ul>
中小CP	
CRD	<ul style="list-style-type: none"> <li>•MPP機40%超のトップシェア維持</li> <li>•LPP機新製品投入によりトップシェア維持</li> </ul>
PFP	

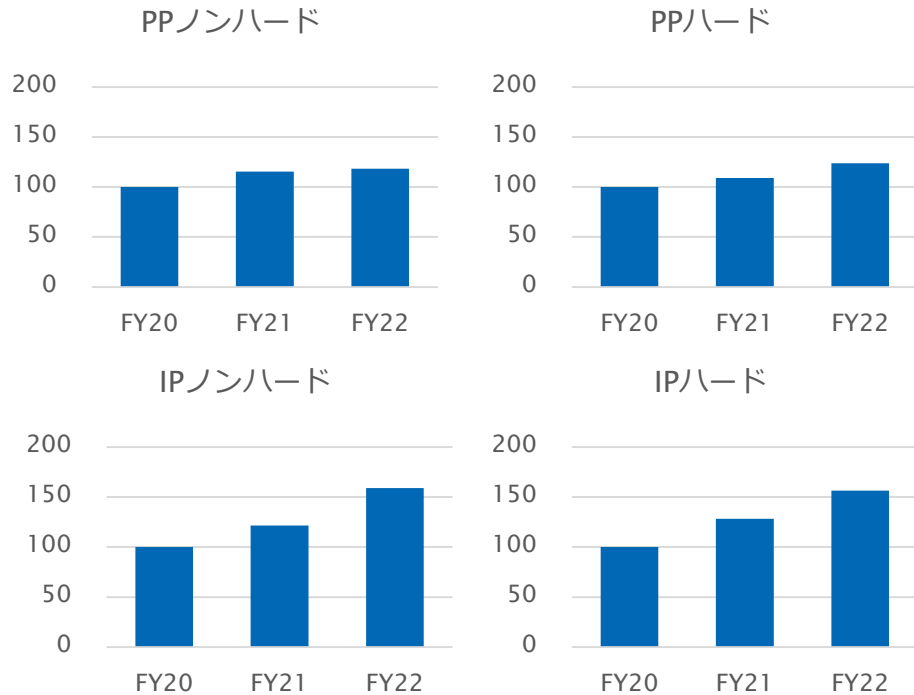
■ トランザクショナル印刷 ■ 商業印刷 ■ ラベル ■ 紙器

## 既存事業領域での回復と成長事業領域での事業加速

- ① KM-1でアプローチしている市場。KM-1で強化した営業部隊を活用しHPP機で事業拡大。MGI製品もドアオープナーとして活用
- ② withコロナ・postコロナでの印刷会社の経営課題（印刷会社のDX）解決によるデジタル化推進。
  - ・ 顧客セグメント別の効果的な印刷の提供
  - ・ 小ロット印刷を効率的生産手段の確立
  - ・ よりオンデマンド性とリモート化を強化。分散印刷の実現と環境負荷の低減
- ③ 現状は中堅顧客向けのラベル機。HPPエンジン製品投入で中大手向けに事業拡大。MGI製品を活用し紙器市場に参入



## 21年度はノンハードの回復、新製品効果で売上回復 22年度では成長領域での事業拡大



※20年度を100とした指数

	21年度	22年度
PP ノンハード	需要の回復により20年度比での売上伸長15%想定。19年度比ではノンハードの戻りは90%強を想定。	21年度比2%増想定。企業内印刷の減少はあるが、HPP領域でのノンハード伸びで全体は伸長。
PP ハード	20年度比10%の伸長を想定。HPP領域での拡販及びMPP領域での新製品効果も見込む。	21年度比13%増を想定。既存領域の回復に加え、HPP領域での売上拡大が加速。
IP ノンハード	21年度はB2デジタル機の需要回復に加え、MIF増によりノンハード売上は20年度比20%の伸長を想定。	MIF増によるノンハード売上増加。20年度比60%伸長を想定。
IP ハード	需要は19年度比40%程度落込みも、20年度比では30%の伸長を想定。	20年度比55%の売上伸長を想定。B2デジタル印刷機でシェア2位、ラベル機でシェア1位を維持。

### 営業利益増

		21年度	22年度
既存事業領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ影響からの収益回復</li> <li>20年度下期、21年度上期新製品による競争力強化</li> <li>リモートメンテナンスによるサービス原価低減</li> </ul>	55億円	
成長事業領域	<ul style="list-style-type: none"> <li>中大手印刷会社での事業拡大 (HPP機、B2デジタル印刷機)</li> <li>ラベル領域での更なる事業拡大</li> </ul>	35億円	40億円

PP: プロダクション  
プリント  
IP: 産業印刷

## Withコロナでの印刷購買の変化をデジタル印刷拡大の追い風と捉え、 当社が培った強みをさらに差別化し、デジタル印刷市場の規模とシェアの拡大を実現する

### 印刷活用の変化

1. 個人の消費行動を意識したマーケティング活動の活発化。
2. Eコマース時代の印刷配布方法の変化。
3. 今まで以上に「マス情報伝達の為の印刷」から「個人との繋がりを密にしたり豊かにする為の印刷」にシフト。個別化、地域化、層別化、イベント直結型など。

### 印刷購買パターンの変化

1. 十分な準備期間をおかず、イベント、プロモ等の印刷が必要とするシーンの実行決定、起点からの印刷物準備で、より短納期化が求められる。
2. 限られた広告、販売促進費用のROI最大化を目指し、印刷含めた各メディアの効果がより重要に。
3. 必要な場所での、分散納品の増加。

### 印刷会社の必要能力の変化

#### 従来の自社設備を意識した営業から、顧客の要望への対応を徹底

1. 印刷効果の明確化と効果のある印刷の提案。
  2. 非対面営業による受注プロセスの確立。
  3. 全体印刷生産プロセスの合理化によるコスト競争力の強化。
  4. 印刷サプライの無駄を省く、サプライチェーン変革。
- 以上は、印刷会社のDXにより実現

### 当社の提供価値 差別化ポイント 現状の強みを活かし、 さらに強化するポイント

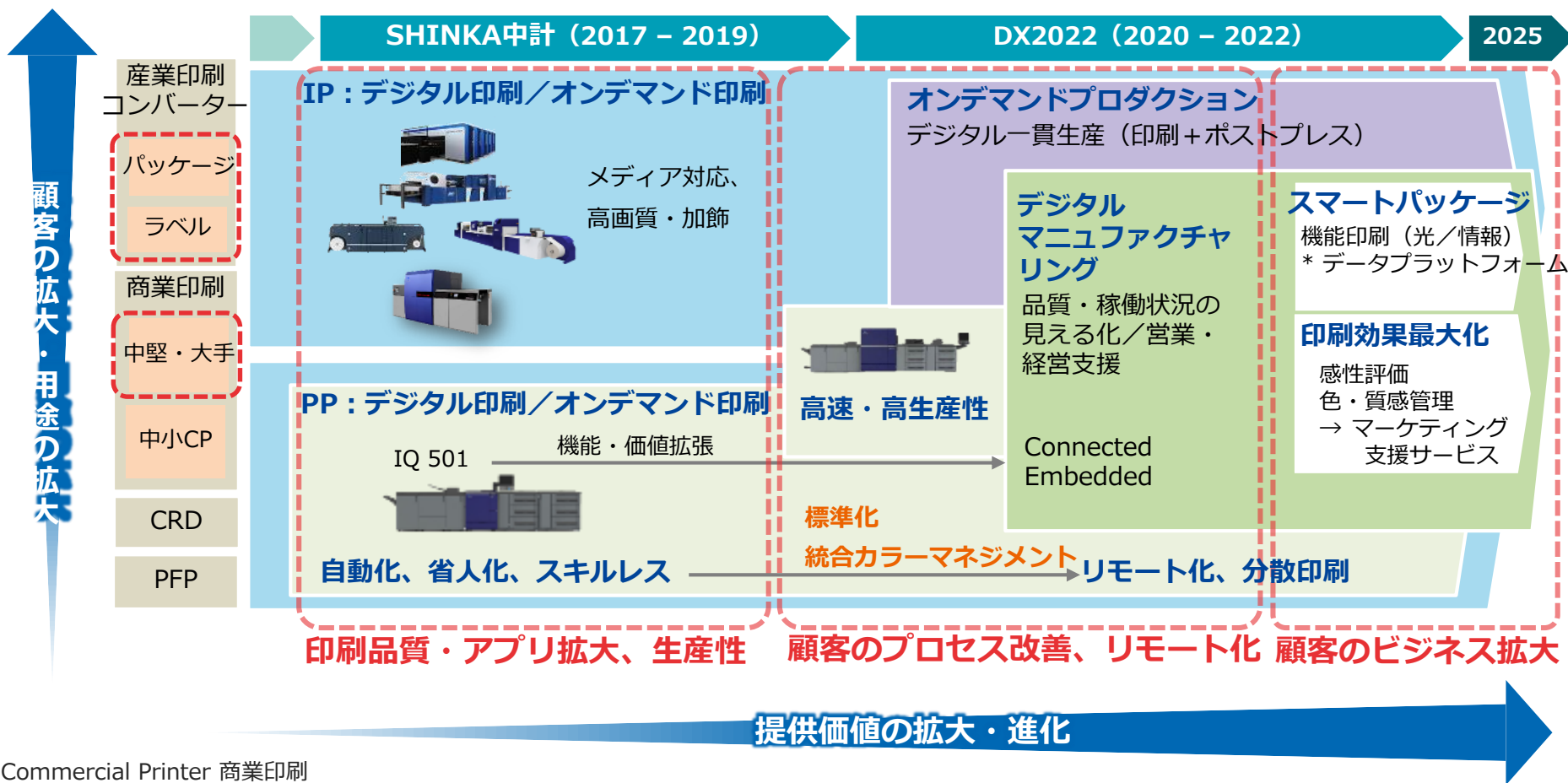
1. 印刷効果の見える化（感性評価：効果のあるもの、ないもの見える化）。
2. 他社より一歩先を行く、**自動化、省人化、スキルレスに、リモート化を付加**し、印刷物生産を、「必要なものを、必要な時に、必要な量を、**必要な所で**」を実現し、印刷サプライチェーンを変革。**現状のサプライチェーンで発生する廃棄、配送、人的関与の最小化。**
3. **用途別に拡充させたデジタル印刷機、デジタルポストプレス機**を連携させた生産プロセスの合理化。マスカスタマイゼーションの実現。

# 22年度とその先に向けた戦略ロードマップ



KONICA MINOLTA

- ✓ 当社PP/IP機の生産性と印刷品質、自動化・省人化・スキルレスを訴求し、機器販売とPV拡大を実現。
- ✓ 中小CP/PFP/CRD市場から、中堅・大手CP/ラベル・パッケージなどの成長市場へ対象拡大。
- ✓ 顧客のDX化支援によりプロセス改善・リモート化・分散印刷を実現、事業拡大に貢献することで更なるPV拡大へ。



CP: Commercial Printer 商業印刷  
 PFP: Print for Pay  
 CRD: Central Reproduction Department 企業内集中印刷室



## 当社ユニークポイント

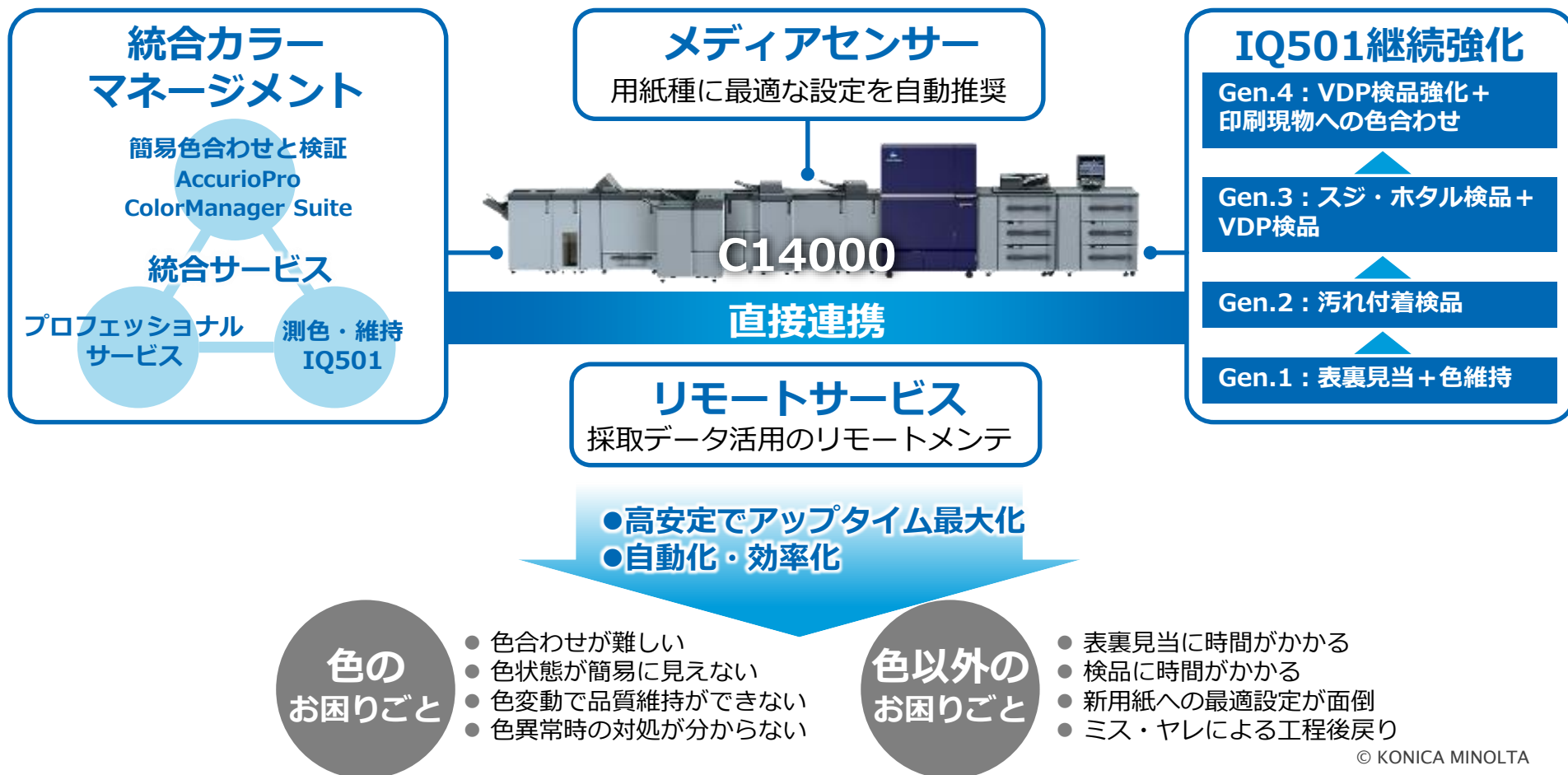
- 分かりやすいUIとガイダンスによる簡易な色合わせ
- IQ501連携によるインラインでのプリンタプロファイル作成、色検証、測色パッチ無しの印刷現物への自動色合わせ

## 当社ユニークポイント

- 既知・未知の用紙であってもインラインセンサー検知結果により、自動的に最適設定候補「紙種×坪量」を推奨
- インラインであるため用紙選択ミス発生無し

## 当社ユニークポイント

- 新用紙での表裏見当合わせ自動化
- インライン検品（汚れ・スジ・ホタル・VDP）
- インラインで分光光度による高度な色情報を取得し統合カラマネと連携





## オフセット印刷を越える色再現性・安定再現性で、多様な印刷アプリケーションに対応

### 高画質写真集・美術本

写真家・画家の求めるディテールを忠実に再現。色再現性に優れ、少部数を何度も生産する新たな出版モデルを支援



運慶



東大寺



京都



日本画集

### ダイレクトメール・Web to Print

高い表裏位置精度で後工程の手間削減。 再版時の安定した色再現



### パッケージ印刷・記念写真

厚紙・面質のある紙への印刷が可能



## デジタルラベル印刷による省人化、自動化、スキルレス化により成長するラベル需要に応える

### お客様の課題

ラベル印刷の需要は堅調  
しかし、生産現場及び協力会社での  
新型コロナウイルス感染防止のために十分な  
操業を維持できない



一昨年のボジョレー。

40万本を全て異なる色合いで生産。全てがユニークなラベル。印刷、加飾、後加工の一貫ラインで生産されたマスカスタマイゼーションの事例

### コニカミノルタの提供価値

- 省人化、自動化による三密の回避  
⇒ **より少人数での操業継続**
- スキルレス化による短期間でのオペレーターの育成  
⇒ **交代制による従業員の負荷を分散**
- 迅速な設置～教育～生産で能力増強  
⇒ **1週間で需要の増加に対応**
- 版レス\*による自社での生産維持  
⇒ **版作成の協力会社のシャットダウンに対応**

\*アナログ印刷機では印刷するために各色ごとに印刷版を用意する必要があるが、デジタル印刷ではこの版が不要となり版レスとなる。



## 1. HPP機の市場シェア

	20年度	21年度	22年度
HPP市場シェア	30%	35%	40%

## 2. ノンハード対前年売上伸長率

	21年度	22年度
PP	+23%	+2%
IP	+20%	+35%

23年度以降もPP/IP合計で年率5%を超えるNHの成長を見込む。



**KONICA MINOLTA**