

株式会社インフォトレンドズ

2009年4月1日

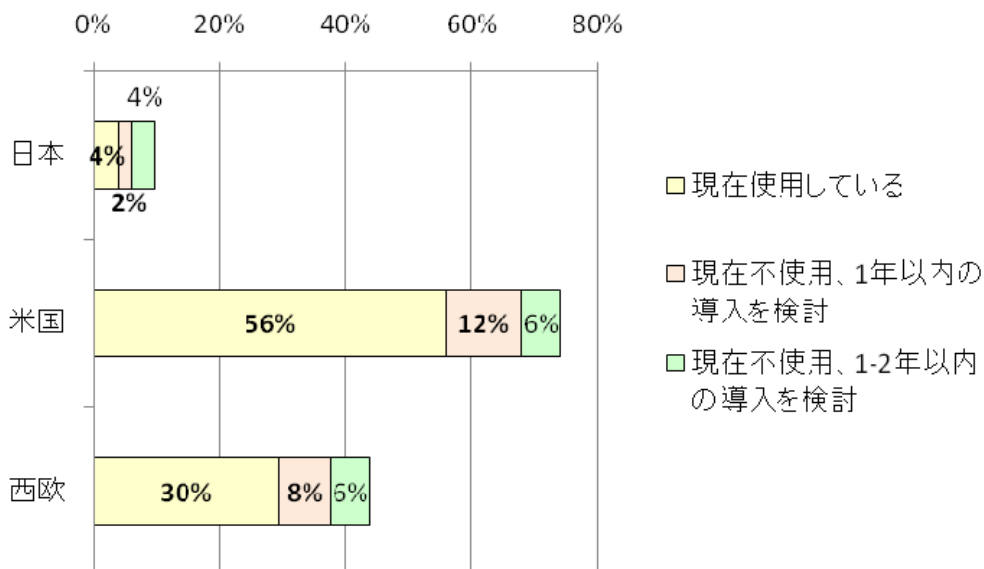
Web-to-print 導入・利用状況の日米欧比較調査結果を発表

- 日本の印刷会社におけるWeb-to-print 導入率は4% (2008年)であったのに対し、米国では56% (2007年)、また西欧では30% (2007年)と、大きな差がついています。
- Web-to-print を利用する印刷物は、日本では名刺が中心ですが、欧米では名刺やオフィス文具、販売促進用印刷物、カタログ、マニュアル・技術ドキュメントなど幅広く扱われています。
- 欧米では、「ワークフローの効率化」、「顧客サービスの向上」と併せて、「商圏の拡大」も Web-to-print のメリットと考えられています。
- 日・米・欧ともに、印刷会社における「IT スキルの不足」が Web-to-print 導入時の大きな課題だと考えられています。

株式会社インフォトレンドズ（東京都渋谷区広尾 1-3-18 広尾オフィスビル、代表取締役：塚本卓郎）は、Web-to-print 導入・利用状況の日米欧比較に関する調査レポートを発表しました。本レポートは、インフォトレンドズがこれまでに発行した日本、米国、西欧の各市場に関する調査分析レポートから、Web-to-print に関するデータを抜粋、比較分析したものです。

印刷会社における Web-to-print 導入率は、日本では4%（2008年）であったのに対し、米国では56%（2007年）、西欧では30%（2007年）と大きな差がついています。

日本、米国、西欧の印刷会社における Web-to-print 導入率・導入意向比較



注) 日本は2008年、米国・西欧は2007年における導入率

また、その利用状況についても大きな違いがあります。例えば、Web-to-print を利用した印刷物は、日本では名刺が中心となっていますが、欧米では名刺などオフィス文具に加え、販売促進用印刷物、カタ

ログ、マニュアル・技術ドキュメントなど様々な種類の印刷物が扱われており、その結果、Web-to-print を経由する印刷物は印刷ボリューム全体の約 14%に達しています。

Web-to-print 導入の効果として、日本では「新規顧客開拓」「既存顧客との関係強化」「営業効率の向上」、米国では「ワークフローの効率化」「商圏の拡大」「新規顧客開拓力向上」、そして西欧では「顧客サービス向上」「顧客の要求を満たす」「商圏の拡大」などが挙げられました。また、Web-to-print は印刷物発注者にも大きなメリットがあります。米国における印刷物発注者に対する調査結果によれば、Web-to-print の導入によって発注者側でも平均 14%のコスト削減を実現しております。

Web-to-print 導入時の課題については、日本の印刷会社では「IT 担当者がいなかった」「営業担当者の役割の変更」「組織の変更」「セキュリティの確保」「顧客から同意を得ること」などが挙げられました。また、米国では「導入費用」「IT スキル」「外部／内部ワークフローとの接続」、西欧では「導入費用」「IT スキル」「顧客の同意」などが挙がりました。この結果、「印刷会社の IT スキル不足」が日米欧共通の課題であることが明らかになりました。

本レポートでは、上記データの詳細に加え、分析結果に基づき、日本市場における Web-to-print 普及促進、また Web-to-print ソリューションベンダーが日本市場で成功するためのキーポイントを明らかにしております。

※Web-to-print 用ソフトウェアは、顧客や印刷バリューチェーンの他の構成メンバーに対してウェブを介したインターフェイスを提供するために使われ、その目的は商用、協業、顧客向けサービスです。共通の機能として、仕様に基づいた入札、入稿、進捗管理、電子カタログ、テンプレートライブラリー、またソフトプルーフイングが含まれます。このカテゴリーのソフトウェアは、ソフトウェアライセンスの提供やホスティングを用いたビジネスモデル（SaaS/ ASP）などを通じて提供されます。製品の例として、EFI 社 Digital Storefront、Press-sense 社 iWay、ゼロックス社 FreeFlow Web Services、XMPie 社 uStore などがあります。

※西欧には、デンマーク、ノルウェー、オランダ、フランス、スウェーデン、フィンランド、ベルギー、英国、スイス、イタリア、オーストリア、ドイツ、スペインの 13 カ国が含まれます。

※インフォトレンドズフォーカスレポートシリーズ第2弾「Web-to-print 導入・利用状況の日米欧比較」

本レポートは、インフォトレンドズがこれまでに作成した日本、米国、西欧の各市場における POD ソリューションに関する調査レポートから Web-to-print の導入、利用状況についての調査結果を抜粋、比較分析したものです。この分析結果を基に、日本市場における Web-to-print 普及促進、また Web-to-print ソリューションベンダーが日本市場で成功するためのキーポイントを明らかにします。

- ・ 日本、米国、西欧における Web-to-print の普及状況
- ・ Web-to-print で扱われるアプリケーション
- ・ Web-to-print で提供しているサービス内容
- ・ Web-to-print 導入時の課題
- ・ 日本市場における Web-to-print 普及促進のキーポイント

発行：2009年3月

ページ数：A4/21 ページ

価格：¥198,000（税込：207,900円）

詳細：http://www.infotrends.co.jp/rc_domestic/web-to-print2009.html

株式会社インフォトレンドズについて <http://www.infotrends.co.jp/profile.html>

株式会社インフォトレンドズは、米国のボストンに本社を置く InfoTrends 社の日本法人です。InfoTrends 社は、ワールドワイドでデジタルイメージング、ドキュメントソリューション市場に特化した綿密な調査活動を展開していることでは高い評価を得て、お客様に市場動向の分析レポートを提供し、市場コンサルティングを行っています。株式会社インフォトレンドズは日本および中国をはじめとするアジア地域の調査活動を統括し、国内のお客様にワールドワイドレポートの販売、コンサルティングをおこなっています。調査内容、発行レポートの詳細については以下の URL をご参照ください。

本社サイト：<http://www.infotrends.com> 日本サイト：<http://www.infotrends.co.jp>

本プレスリリースについてのお問い合わせ先

株式会社インフォトレンドズ

〒150-0012 東京都渋谷区広尾 1-3-18 広尾オフィスビル

担当：山内/水村

Tel. 03-5475-2663 Fax. 03-5475-2710

Email: info@infotrends.co.jp URL: <http://www.infotrends.co.jp>