箔加工サービス

MoriPica を開始した帆風の戦略

デジタル特殊加工で商機を呼ぶ

版なしで3Dクリアニスやエンボス箔

導入したデジタル後加工機「JETvarnish 3D」

帆風（犬養新嗣社長、東京都新宿区）は、MGI社製「JETvarnish 3D」を導入し、版なしでエンボス効果のある3Dクリアニスや、立体的な箔加工を施すことができる新サービス「MoriPica（モリピカ）」を9月から開始した。高付加価値印刷物を武器に、従来のB to B市場に加え、B to C市場の開拓に力を入れる。同社営業本部広報企画課の西川真奈美次長、松房慶太課長、永田友里恵リーダーに話を聞いた。

■新たな表現の可能性広がる

同社は1980年に創業。総合印刷会社として商業印刷を中心に事業を展開する。東京都内に13店舗、大阪に1店舗を構え、印刷コンシェルジュとしてフロントアドバイザーが常駐する店舗サービスを展開する一方、2014年2月からは印刷通販サイト「バンフーオンラインショップ」を開設。2016年8月からはテレビCMの放映を開始している。飲食業向け印刷通販サイト「attta（アッタ）」や、デザイン性の高い名刺印刷通販サイト「whoo（フー）」などを運営する会社をはじめとしたグループ会社8社を有し、印刷市場が縮小し続ける中で成長を続けている。

今回導入したデジタル後加工機「JETvarnish 3D」は、印刷物に厚盛

「MoriPica」の展望を語る左から、松房氏、西川氏、永田氏

印刷効果を与えるインクジェットスポットUVニス。3Dクリアニスは35μ（通常）、70μ（厚め）、100μ（特厚）の3段階がワンパスで加工でき、五感を刺激する表現ができる。さらに、オプションの「iFOIL L」を採用することにより、立体的で高級感のあるエンボス箔加工を実現する。デジタルで無版のため、小ロットの印刷物にも低価格で加工を施すことができる。

MoriPicaサービスについて、松房課長は「9月にサービスを開始したばかりだが、DM、名刺、ポケットファイルなどを中心にすでに数十件ほど受注を獲得している。手に取った人の感性に訴えかけ、印刷物に高付加価値を付けることができると好評だ。アイデアによって新たな表現の可能性が広がることから、特にデザイナーからの反応がいい」と順調な滑り出しだ。

JETvarnish 3Dを導入したきっかけについて、西川次長は「多品種小ロットの時代の中で、いかにお客様に高付加価値印刷物を提案できるかがこれからは大きなポイントになってくる」と指摘したうえで、「デジタル処理で加工を施すMoriPicaは版を必要としないので、従来は価格で対応できなかった小ロットやバリアブルなど、デジタルの強みが発揮できる」と強調する。また、同社が導入しているHP社のデジタル印刷機Indigoとロット面で相性が良い点やアフターサポート体制も導入の決め手になったという。

MoriPicaでは、3Dクリアニス、エンボス箔、それらの組み合わせで多彩な表現が可能になる。特徴は次のとおり。

▽3Dクリアニス＝紙の表面に透明な樹脂をのせる、ニス加工。3Dクリアニスを施した部分には美しいツヤが生まれる。樹脂の厚みを増すことで奥行きが生まれ、商品を立体的に見せる効果がある。

▽エンボス箔＝厚みのある特徴的なエンボス箔。3Dクリアニスの表面に箔を定着させることで凹凸のあるエンボス箔を作り出す。

▽3Dクリアニス×エンボス箔＝エンボス箔の上に3Dクリアニスを重ねることにより、つややかにきらめく箔になる。重ねることでラインストーンや宝石のように、きらめく風合いが生まれる。

▽エンボス箔×エンボス箔＝大胆で贅沢な箔を重ねる表現が小部数からできることも特徴。特別な人に送る小部数のインビテーションや、ウェディングシーンなどにおすすめ。

同社では、名刺、ポストカード、フライヤー、ポスターなどMoriPicaのパックサービスを用意。都内と大阪の14店舗でサンプルを展示し、実際に手に取って仕上がりを確認してもらえるようにしている。フロントアドバイザーが見積り、入稿などをサポートしている。今シーズンから「バンフーオンラインショップ」でMoriPicaの年賀状、クリスマスカードのデザインテンプレートサービスを開始し、商品展開を順次拡大していく予定だ。

■個性的な名刺がつくれる通販サイトも開設

同社のグループ会社「whoo株式会社」（西川真奈美社長、東京都新宿区）が運営する名刺専門の印刷通販サイト「whoo（フー）」でも、JETvarnish 3Dを利用し、ニス盛りや箔などを施した名刺作成に対応する。

「whoo」は9月からスタートさせた印刷通販サイトで、パソコンやスマートフォンから誰でも簡単におしゃれな名刺が作成できる。世界中のデザイナーが制作したデザインテンプレートを豊富に用意。また、白紙とカラフルな紙を3層に貼り合わせたオリジナルの紙や、ユニークなサイズ（ジャパンサイズ55×91ミリ、キューブ60×60ミリ、ミニ28×70ミリ）、個性的なスタイルもデザインに合わせて自由にカスタマイズできる。

同社グループでは「whoo」のほか、飲食業向け印刷サイト「attta（アッタ）」やサロン専門印刷サイト「サロンプリント」など、特定業態に特化した印刷通販サイトも運営している。

「attta」では、物販にまで踏み込んで展開し、そこからメニューやショップカード、ウェアなど印刷物の一括受注につなげている。

西川次長は「印刷通販市場は、レッドオーシャンになっている。『attta』や『サロンプリント』では、印刷物をたくさん使う業態に狙いを定め、印刷物をどこで頼んでいいかわからない人たちに、もっと印刷を身近に感じてもらえるサービスを提供している」と話す。

そのうえで、「whoo」について、「ITの進化やデバイスの普及、さらに働き方の多様化によって、これから個人が活躍する時代が来ることがと予想される。今、国内には1000万人以上のフリーランス、個人事業主がいると言われている。今回開設した名刺専門サイト『whoo』は、こうしたフリーランスの人たちなどに名刺で自分らしさ、個性を表現してもらうことをコンセプトにしている。同社のオンラインサービスの中でもB to Cに近いサイトになっている。今後は、B to C市場に踏み込んで、新たな需要の掘り起こしを図っていきたい」と話す。

B to Cの新需要開拓へ意欲

ユニークなサイズやエンボス、箔を施した名刺が自由にカスタマイズできる「whoo」

■〝捨てられない印刷物〟を提供

同社では、「お客様の想いをカタチに」をモットーに掲げている。今回のMoriPicaサービスも、多様化する顧客ニーズに応えるサービス強化の一環と捉えている。

松房課長は「印刷物に高級感や存在感を与えるニスや箔加工は営業するうえでも有効な武器になる」とした上で、「このような特殊加工のメリットを最大限に引き出すためには、デザイン力が重要になってくる。今後、力を入れていきたい」と意欲を示す。

また、永田リーダーは「サンプルを作ることで、自社の経験やノウハウの積み上げにもなる」と話す。3Dクリアニスを使ってチョコレートが溶けたようなデザインや水滴で波紋が広がっているような表現、あえてニスがしみ込む紙を使って油がしみ込んだような装飾など、新たな表現方法にいろいろチャレンジしているという。西川次長も「当社ではお客様の要望をくみ取ることを大事にしてきた。試行錯誤を重ねながら、サンプルをコンスタントにつくり、アピールしていきたい」と話す。

松房課長は「MoriPicaは、艶のあるニス効果で、シズル感のある、思わず触れてみたくなるような表現ができる。デジタル処理で版を必要としないことから、従来は難しかった小ロット・低コストでの印刷物の高付加価値が実現できるようになった。将来はパッケージなどにも広げていきたい。MoriPicaを武器に、〝捨てられない印刷物〟の提供に努め、印刷がもっと人々の身近な存在になるよう広めていきたい」と意気込みを話す。

特殊加工へのハードル下げる