

印刷営業、 明日はどっちだ

産業構造が大きくなる中で
舵取りの方向を見失いそうな印刷業界。
営業のあり方を今一度見つめ直す一冊。



高解像度のプリントアウト用 PDF
しおりとリンクのついたスクリーンブラウザ用 PDF

上高地 仁

incunabula



印刷会社のサービス化はこれから始まる

印刷会社はどこに行くのか

二極化する印刷業

製造業リエンジニアリングは工程をなくすこと

一人でする方が生産性はアップする

PDFは戦略ツールとして使うのだ

PDF入稿はどこまで進んだか

PDF「完全データ」の基準はどうする

PDF入稿とPDF納品を積極的にしよう

誰もしないからこそアドバンテージがあるPDFの営業

カラープリンタを営業マンにする

営業マンを派遣すべきか、せざるべきか

常駐すれば、営業活動は不要になる

得意先の目をこちらに向けて戦略が必要だ

得意先へのDPOシステムの設置はトロイの木馬なのだ

InDesignも使い方次第で営業ツールになる

InDesignはどこまで普及したか

InDesignのメリットとデメリット

拡張字形のリストを配付しよう

InDesign「データで納品するのだ」

信頼を取り戻せば安売りはなくなる

営業マンは「銀座のホステス」論

下心は営業をドロボーに変える

合意の取れるところだけビジネスする

見込み客を集めて見込み客を切る

新しいビジネスは大穴狙いで

得意先主義の時代は終わった

儲からないときは何をしても儲からない

印刷業はもうすでに死んでいる

「ラクして儲かる」大穴ビジネスを探せ

USPが顧客に届けば訪問営業はもういらぬ

USPとはどんなもの

時代は「約束」を売る時代になった.....	54
印刷会社に「プロミス」はあるか.....	56
法人営業でもできるUSD.....	58
技術を水平展開から垂直展開に広げよう	
やはり減り続ける印刷会社.....	61
ビジネスで誰に何を提供するのか.....	62
垂直思考で展開してビジネスに広がりをもたせる.....	64
オフ輪も刷るだけの時代ではなくなつた.....	66
印刷技術の標準化が進むとグローバル化がやってくる	
Mac OS XにするDTPは現実にもなくなった.....	69
ユニコードで国境の壁は小さくなるか.....	71
印刷はますますグローバル化する.....	72
標準化のインシアティブを握ることが肝要だ.....	74
営業に取り越し苦労はிரらないのだ	
ハーキンソンの法則とマーフィーの法則.....	77
もう一つのマーフィーの法則とは.....	79
営業マンの思いは担当者に伝わるのだ.....	81
取り越し苦労するとビジネスの実は結ばない.....	83
Acrobat 6.0 Professionalで本格化するPDF入稿	
Webでの印刷受注はどこまで普及したか.....	85
Webの顧客の維持はサポートが決めて.....	87
Acrobat 6.0はPDF入稿のためにある.....	89
Acrobat 6.0で変わるPDFの出力.....	91
モニタカラーマッチングの時代がやってきた	
デジカメコンテンツでも必要なモニタプロフィール.....	93
DTPではなぜモニタプロフィールを使わない.....	95
モニタプロフィールの作成は簡単.....	97
PDF校正でも必要なモニタプロフィール.....	99
初出一覧.....	102
奥付.....	103
インクナブラの書籍について.....	104

はじめに

本書は「Professional DTP 誌に「印刷営業の達人」として連載したものをまとめたものです。2冊目と3冊目は、タイトルを変えましたが、今回は最初のタイトルに戻して、4冊目なので、「印刷営業、明日はどっちだ」^①としました。

世の中、景気が良くなったという話をちらほら聞くことがあります。おそらく景気が良くなったわけではなく、景気に関わりなく業績を伸ばしている企業が増えているのではないかと思います。業界に関わりなく、儲けている会社は儲けているわけです。

印刷に関わるものとして、印刷の技術を梃子にして、新しいアプローチで商売を始めていくしかありません。やっばりなんといっても、買って知ったる分野で取り組むのがもっとも確実ではないでしょうか。

ただし、誰にも知られないビジネス、誰かに真似されないビジネスを編み出していく必要があるでしょう。誰もが知っていることは、儲かるとなると誰もが真似をすることになります。

そのためには、営業のツールも見直した方がいいし、アプローチのやり方も変えるべきです。顧客との確固としたリレーションを、できるだけ低コストで行う仕組みが必要ではないかと私は思っています。

厳しい時代かもしれませんが、だからこそ、自らのスキルを磨いていける部分もあります。のらりくらりで儲かるより、頭に一杯汗をかいて、舵を取る技術を磨きたいものです。本書が、皆さんの営業活動の一助になれば幸いです。（上高地 仁）

Capture-1

印刷会社のサービス化はこれから始まる

印刷会社はどこに行くのか

印刷会社はどこに行くのか、と最近考えることがありますね。「印刷業」という枠組みはいせんと比べてかなり緩やかになっていると私は思いますね。出力設備を持つているから、印刷機が設置してあるから印刷会社であると定義しなくていいようになってきていると思います。

おそらく印刷も受注しているけれども、ほかの事業も行っているようになってきている会社は増えているように思いますな。

数年前ですが、業界の内部から

「数年のうちに印刷会社は半分に減るのではないかと危惧されたことがありますね。このまま印刷物の需要が伸びず、価格が下がっていけば、印刷会社の多くは転業するか、廃業するか、倒産せざるを得なくなり、「印刷会社が半分」という意見には私も「さもありなん」と思ったりもしました。

それでは、実際にはどうだったのでしょうか。半分に減ったんでしょうかねえ。たしかに印刷業界に分類される印刷関連の企業数は間違いなく少なくなっています。それに従事する人の数も少なくなっているのは

間違いありません。

しかし、「半分」というところまではいかないでしょう。もちろん、まだまだわかりませんがね。これからも企業数が減少すると、いずれ「半分」というのは実現される可能性は否定できません。

ただ、そういう危機感があるなか、印刷会社はそれなりに努力はしているでしょう。いままでとは違ういろいろな取り組みが行われていると私は思います。人間は将来に不安があっても、「これからますます厳しくなるぞ」ということがわかっていけば、それを回避するように行動するわけですから、世間の予想するようにはならないわけですな。

選挙でもマスコミの下馬評に影響されて、当選すれすれの候補が同情票を集めて当選したり、知名度もある盤石の候補であつても苦汁をなめることもあります。人間の行動つてのは、いろいろと言われるとそれに影響をうけて結構変わるわけで、「数年のうちに印刷会社は半分に減るのではないか」といわれたら、「ウチは残りの半分に入ろう」とみなさん努力するわけ

すな。

しかしそうはいつても、「それじゃあ、どこに向かつて舵をとったらいのか」という答えはなかなか見つからないかもしれません。おそらく今できることは、「コストダウン」しかないかもしれません。売値が下がつても、仕入れ値を下げる、もしくは製造のワークフローを見直して原価を下げていくことが中心でしょうな。

正社員を減らしてパートやアルバイトでできる仕事はパートやアルバイトに置き換えていくということも行われているはずですよ。もっともこんなことは、印刷会社だけでなく、どの業界にもいえることでしょうけどな。

ただ、私思うには、「でもしかコストダウン」では限界があると思いますな。「コストダウンでもするか」とか「コストダウンしかできない」というんじゃない、明るい将来計画は立てられないでしょう。まあ、夢はありませんよね。大風呂敷でもいいから、「明日のために、今日もがんばろう」と思えるような未来がない

と、おもしろくないし、そこで働く社員にしてもフルパワーで働く気にはなりませんよね。

二極化する印刷業

少なくとも私が感じるのは、「印刷会社は二極化がはつきりしてくるだろうな」ということですな。

大きな会社と小さな会社という「二極化」とか、儲かる会社と儲からない会社という「二極化」の分け方もあるでしょう。みなさんの会社も「二極化」してみると会社の分析ができていいかもしれませんな。

さて、切り口としては、いろんな「二極化」がありますが、私が感じるのは業態の上でも二極化するとうことですね。業態などというところがわりとわかりにくいわけですが、簡単に言うと商売のやり方が変わってくるとうことですね。

まずひとつは、コストダウンを極めた印刷会社という分け方があるでしょう。最新の設備を導入して、一貫工場で生産する工場ですね。徹底的に機械化を推し

進めていき、生産設備にあう印刷物だけを印刷加工するような印刷会社は生き残っていくでしょう。これは製造業としてコストの部分で生産性を高めて

薄利多売

高付加価値化

製造業

サービス業

低コストという仕組み

高価格でも売れる仕組み

原価主義の世界

ワークフローの世界

大規模工場

一貫工場などの設備偏重

個別のソリューション

●データベース

●PDF

印刷会社は製造業として薄利多売を追求していくものと、高付加価値を目指してサービス化を先鋭させるものとの違いがより明確になる。総花的な総合印刷会社では、居場所を見つけることが難しくなる。

いくわけです。いかに安く印刷するのかということ競争するわけですね。

大量の印刷物では、そういうことは今までも行われてきましたね。オフセット輪転機を回すような印刷会社では、やはりコストダウンが企業の要でした。版替え時間の短縮、ヤレ紙の差し替え、インキや印刷版の大量購入による仕入れ価格の圧縮など、けっこう徹底したコストダウンが図れてきています。

もっともオフセット輪転機の業界も競争が激化して、一通りのコストダウンでは利益を生み出しにくくなっていくようになっていくでしょうね。

いずれにしても、大量のロットのものだけでなく、同じような仕様のものを大量に集めてコストダウンを図る印刷会社は増えていくでしょうね。そしてさらにコストダウンを図り、価格の面で不動の地位を築くという戦略です。

もうひとつは、製造業ではなくサービス業として生き残りを託すものです、と私は思っています。これは価格の安さで勝負するのではなく、付加価値で差別

化を図るものですね。

印刷機を回すという部分では差別化はあまりできません。そりゃ、自社でたった一台しかないオリジナルの印刷機があつて、それが凄い印刷機だったら、他社を圧倒できるでしょうね。たとえば、校正紙をスキヤンさせたら完全に同じ色でかつてに印刷してくれる印刷機とか、ヤレ紙がほとんどいらぬオフセット輪転機とか、そういう印刷機があつて、他社にはないとしたら、仕事は向こうからやってくるでしょう。

そうでなければ、別の部分で差別化を図るしかありません。別の部分というのは、おそらく制作工程でしょう。印刷物を作るという部分では、まだまだコストダウンの方法あるでしょう。また、便利な方法もあるでしょう。

制作工程はDTPによって、デジタル化されています。ですから、デジタルデータのマルチユースの具体的な方法はまだまだあるはず。それを開拓するのは、見つけたのは、誰がするのかというと、そりゃ印刷会社しかない。私は思いますよ。

ですから、印刷業は、製造業の部分でコストダウンを図る印刷会社と、デジタルの部分でトータルなコストダウンを模索する会社に分かれていくことになるでしょうな。

そこに当てはまらない会社はどうなるのかって。それは私にもわかりませんな。

製造業リエンジニアリングは工程をなくすこと

さて話は変わりますが、最近の製造業は大きく変わりがつあります。もちろん、長引く不況のせいなんです。戦後の日本経済を引っ張ってきた製造業はいま曲がり角のようですな。

日本の製造業もいまコストダウンに追われています。昔のように作っても売れない時代だし、なにが売れるのか誰にも見当が付かないようになっていきますね。

いままでは「このくらいは売れるだろう」という見込み生産で作っていたのが、できなくなっているわけ

ですな。見込み生産といっても、そりゃいろいろな資料に基づいて販売数字を予測するんでしようが、簡単には予想どおりには行かないわけですな。

世の中の変化は激しく、いま売れているものが明日も売れるとは限らないわけで、製造するものも今売れているものだけを作るようにするしかないわけで

現場の変革、最強の経営
山田日登志
ムダどり
製造業は滅びるのか!?
日本を救うたった一つの道を示す男の
全哲学、全ノウハウ
全国3000万人が感動!
「仕事をする」誇りと喜び再発見
ソニー、キヤノン、NEC、三洋電機、トステムなど、
全国主要200社を勝ち組企業へと導いた救世主。
「トヨタ生産方式」に学び、進化発展させた山田イズムとは?!

五 幻冬舎 定価(本体133円+税)

流れ作業を廃し、工場にスーパーマイスターを復活させて日本の製造業は復活した。詳しくは「ムダどり(山田日登志著)」に紹介されている。生産性向上のためには、すべての枠組みを見直す必要があることを教えてくれる。

すな。衣服のように簡単に製造できるものであれば、
TOSで販売実績をつかんでそれに合わせて製品を作る
こともできるでしょうが、家電のようなものは、販
売実績をまとめるだけで、何日もかかるわけでしょう。
販売数を知っているのはメーカーではなく、流通です
から、いくつもある流通のレポートをまとめていたら、
まあ間に合わないわけですか。

それでどうするかというと、製造方法を必要最小
限だけ作れるような方法を採用するわけです。つまり、
出荷するものだけを製造できるように工場のラインを
組み替えるわけです。

製造業の工場というのは、もうすこし正確に言うと、
組み立て工場ですか。部品は別の会社から仕入れて
きて工場を組み立てを行うわけです。いままでの組み
立て方法は、ヘンリー・フォード以来のベルトコンベ
ア式で工程を分化して、その工程の専任の係員が、ひ
とつの工程のみをさせと朝から晩まで行うわけです
な。同じことをする方が熟練して生産性は高くなる
というわけ。

ところがこの方法だと、工程と工程の間でタイムロ
スが生まれます。そしてその間には工程の分だけ仕掛
品が残ることになります。要するに組み立て途中の半
製品ですか。

これらの半製品は、もし製造を中止したらどうなる
のかというと、そりゃ、捨てるしかありませんな。も
のにもよるでしょうが、昔よりひとつの製品の生産台
数はかなり低くなっています。高度成長期と比べても
仕方がありませんけどね、まあ製品の平均製造数は確
実に減っているわけですか。

それでどうするかというと、工程をなくすとい
う過激なやり方がいま日本の製造業ではやっています。
工程をなくしてどうしてもものを作るんだと思うで
しょ。それは一人で組み立てるんです。いままで工程
が何十もあって分業していても、全部一人で組み立て
るわけですか。

そのほうが「生産性が低いのではないか」と普通は
予想するでしょう。ところがどっこい、そうではなく
て、何週間か立てば、ベルトコンベアで作るより生産

性が高くなるのです。一人で作っていたら、自分のペースで組み立てていけるので、ロスがなく、仕掛品もなくなります。

これが日本の製造業のもっともナウなやり方になっています。必要な分だけを素早く組み立てて、新しいニーズに素早く対応するわけです。この方法で製造業は息を吹き返しつつあるようです。

一人でする方が生産性はアップする

いままでの考え方は、量のあるものは分業化するのが常道でした。その方が効率적이다というのが「常識」だったのです。これからも、分業という考え方は有効でしょうかねえ。私は否定的ですな。

生産性を突き詰めていくと、分業化しない方法が増えていくように思いますね。組み立て製造業でも、いままでも慣例で分業化していたものが、実は分業化しない方が生産性があるとやうことがわかったように、製造業以外でも、いままでも分業化していたものが、見

直されるようになるように思いますな。

印刷業でも人間がやっていることは、やり方を見直した方がいいのではないかと思いますね。とくに営業の方法は、データ入稿までは分業化せずに行うようになる気がします。

というより、そういうやり方を選択し押し進めた印刷会社が現れたら、他社は追従できなくなるわけでしょう。

営業がもしデータの内容までに責任を持つことができたなら、それって誰にとってもメリットがあると思いませんかね。データのチェックや出力までを人任せにせずたった一人で全てを管理できたら、営業の生産性は確実にアップすると私は思いますね。

製造業で、工程をなくし一人で組み立てをすることをいつたとき、誰もが、その考え方を否定したと思いませんよ「そんなわけはない」と。

しかし実際にやってみると、できたわけですね。そしていままでのベルトコンベアよりはるかに価値があったことがわかったわけです。

営業の方法も、できないわけではないでしょう。誰もがやりたくないだけです。そしてそれを疑っているだけです。私は、営業マンにとっても最後まで一人でする方が価値あると思いますな。

ただ単に営業の効率をアップするだけではありませんよ。デジタルデータの扱いに精通すれば、前工程のワークフローはいろいろと組み替えることができます。いや、組み替えて効率を上げる方法を自分で考えることができるでしょう。

新しい技術やアプリケーション、あるいは方法論を知ったとき、自分の得意先にはどのようなアプローチできるのかすぐに判断できます。

私は「生産性」という言葉には、たんにいまの仕事を効率的に進めるという意味だけではなく、「Jug」の発想も必要だと思っています。つまり、効率を高め続けるという意味も必要なのです。生産性をたえずアップしていくためには、全体を見通す視点が是非とも必要です。

おそらく大半の印刷会社は、付加価値を見つけてい

くことで生き残る道を探す必要があるように私は思います。他社にない付加価値を探して、それをビジネスになるように磨いていくには、いままで分割化されていた工程をひとつにして、ひとりできるところまでやってみるといふ発想も私はあってもいいのではないかと思います。

製造業では、一人で製造することで、作業員のモラルはアップしたと言われています。ひとつのものを一人で組み立てることで、自らに自信がついた人も少なくありません。

印刷会社が本当のサービス業として生まれ変わるのであれば、いままではないやり方を考えていくことも必要だと私は思いますけどね。

サービス化するというのは、製造業ではなく、情報産業、つまり情報をより便利に扱う方法を提供するということですな。そういうサービスを提供する会社に生まれ変われるのか、生まれ変われないのが、これから問われるようになるでしょうな、皆さんの会社もね。

Capture-2

PDFは戦略ツールとして使うのだ

PDF入稿はどのまで進んだか

私なんかはいつも「PDF、PDF」と叫んでいます。実際に「普及しているのか」と考えることがあります。まあ、考えても仕方がないんですが、いろいろな話を聞いたり、Webにある書き込みなどをみていると、どうでしょうか、まだ「もうひとつかな」といった感じででしょうか。

正直言うと、使っていない方が「大半」と言うところですが、使っているところはかなり「使い込んでいる」と言うところですね。この差はけっこう大きいよ

うですね。

「使っていない派」は、PDF化するメリットがほとんどないんでしょう。おそらくアプリケーションの古いバージョンのまままでDTPしているのでしょう。QuarkXPress 3.3JとかIllustrator 5.5Jなんかは、DistillerでPDFにするのは面倒ですわな。そのままで入稿できるのだから、手間をかけてPDFにする必要はありませんな。

というわけで、データを作成する側が相変わらず古いバージョンを使っていると、入稿する側もPDFに対応する必要がありませんからね。そういう意味では

「PDF入稿」は増えないかもしれません。

「使っている派」というのは、どちらかというところ、PDFで入稿されるものをそのまま出力するということより、社内で制作したものをPDF化して出力するような場合や、ネイティブアプリケーションのフォーマットで入稿したものを社内でPDFにしてフォント埋め込んで出力するというような方法で使っているケースが多そうです。

PDF化するメリットとはなんでしょうかねえ。手間暇かけてPDFにしても、そのまま出力するよりメリットがあるからでしょうな。

少なくともね、埋め込み可能なフォントを使っている分にはフォントのトラブルからは解放されますな。出力可能なフォントかどうかを確認する必要はありませんから、その分は楽ですな。

といっても誰もが安心してPDFで入稿できるかというと、まだまだでしょう。安心して入稿できるわけはありません。PDFにもバージョンの違いもあるし、PDF保存するアプリケーションでもPDF Libraryの

バージョンが違っていたりすると、なにが違うかわかりませんからね。InDesign 2.0では「Adobe PDF Library 5.0」ですが、Illustrator 9では「Adobe PDF Library 4.800」ですから完全に同じものとはいえないのでしょうな。Illustrator 10では「Adobe PDF Library 5.00」なのでInDesign 2.0と同じかもしれせん。

PDFで入稿するとしたら、それを受ける印刷会社や出力センターが「PDF、まっかせなさい」と太鼓判を押してくれないとPDFで入稿できませんな。

印刷会社や出力センターにすると、多少のトラブルがあってもなんとかハンドリングできるようにならないと、今までのように「プリンタフォントのあるQuarkXPressか、Illustrator EPSで入稿してください」ということになりますな。

もちろんPDFでの出力にトラブルがないかというと、まったくないというわけではありません。PDFの作り方にも注意すべき点があったり、PDFの対応しているRIP側でも処理が正しい行われていないことも

あるでしょう。そういうことはね、使っていく中で「裏技」的にノウハウとして積み上げられていくしかないかもしれません。

ただね、それでもDTPの初期の頃のトラブルに比べれば、たいしたことはないというのが私の実感です。だからある程度PDFについて理解できれば、PDFは「便利だね」ということになりますな。

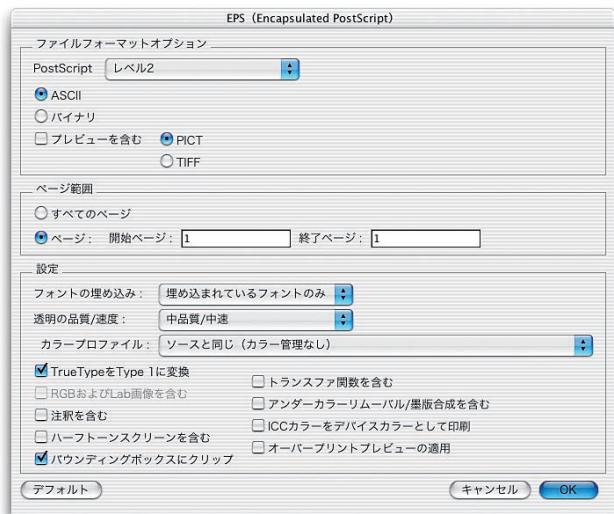
PDF「完全データ」の基準はどうする

最近は印刷するデータのほとんどをPDFにしています。お客さんから入稿されるものはPDFにすることはあまりありませんが、社内で制作するものはすべてPDFして納品していますな。そしてCTPで印刷します。なんといつても、これが一番本当に安くあがる方法ですな。

出力の方は、そんなに難しくありませんよ。PostScript 3のRIPを使うことが確かですけどね。InDesign 2.0のドキュメントもIllustrator 10のデー

タも、全部PDFにすると、簡単に出力できます。

PDFからそのまま出力できなくてもね、PDFをAcrobatでEPSにして出力すればいいわけですな。EPSに書き出してそれをQuarkXPressに貼り込めば、そのまま出力可能です。AcrobatからEPSにしたり、



現在の出力の基本はPostScriptファイルかEPSだが、PDFにした後でも、AcrobatからPostScriptファイルやEPSに書き直すことができる。PDFでは出力できないRIPでも、PostScriptファイルやEPSに変換すると、出力できることがある。上はAcrobat 5.0のEPS書き出しのダイアログ。

InDesign 2.0でEPS書きだししたり、いくつか方法がありますが、この方法だと埋め込んだフォントはそのまま出力できます。OpenTypeのヒラギノの拡張文字も埋め込まれていれば、そのまま出力できますからね。

だからといっても、全然問題がないわけじゃありませんよ。この間困ったのは、Illustrator 10で作成したPDFですが、内部で使っていたグラデーションが正しく処理されなくて困ったことがありました。Illustrator 10のPDFをInDesign 2.0に貼り込んで、それからもう一度PDFにしているわけですが、グラデーションが正しく出力されないわけですな。私のところの普通紙プリンタではちゃんとでているわけですから、おそらくRIP側の問題——というよりRIPとの相性の問題だと思えますが、本当のところは私にもわかりませんな。結局、Illustrator 10のグラデーションをラスターライズして画像にして貼り込み直すしかありませんでしたけどね。

それと、これもRIP側の相性の問題だともいいます

が、カラーで作成したPDFをRIP側でグレースケールに強制的に変換できないなどといわれてデータを作り直す羽目になりましたね。「フィルム出力だったらできるんですが、CTPのRIPではできないんです」と言われてもねえ。

ただPDFで入稿する場合、いまのところはユーザーが「完全なデータ」を作らないといけない感じがですな。昔、DTPが広がりはじめた頃に、受け入れ側の設備やデータのハンドリングスキルが低くて、「完全データ」を要求していたことを思い出しますなあ。そういう意味ではPDFも、作成する方が「完全データ」を作成すると保証をしなければ受け入れられないというのが現実でしょうか。

QuarkXPress 3.3JとかIllustrator 5.5Jで作成されたデータの場合は「完全データ」である可能性はかなり高いでしょう。作り手側が慣れているので、トラブルのないデータになります。

安全性を考えると、制限があってもなんでもかんでもEPSにうつすQuarkXPressから出力するという方法

が一番いいわけです。つまりこの方法がデファクト・スタンダードになっているわけですね。PDFがそれを覆すには、それに見合う価値がなければならぬこととなります。

PDF入稿とPDF納品を積極的にしよう

出力という観点からみると、PDFはまだまだかもしれません。技術的にはまあほとんど問題ないと思いますが、営業的にみるとPDFはおもしろい営業ツールだと私は思いますね。わかりやすく言うと、「PDFを使うと印刷会社の商売は広がるのか」ということですね。

はつきり言って、PDFでの入稿を待っていても、PDFは使いこなせません。もうすこし踏み込んでPDFをお客さんに使わせるといって「戦略」を考えてみましょう。

お客さんにとって「PDFがあつた方が便利」という状況を作り上げていくことが、簡単にいってPDF

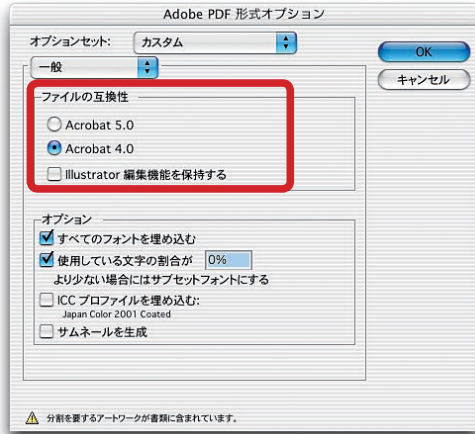
を営業戦略ツールに仕上げることです。

PDFを扱うといっても、印刷会社の場合ではPDFで入稿してもらおうケースと、PDFで納品するケースがあります。つまり制作を内部で行っている場合と、印刷会社で行っている場合ですね。

まず制作を内部で行っている場合は、PDF入稿を薦めるということがポイントです。特にアプリケーションの新しいバージョンを使っている場合は、PDFで入稿するようにします。Illustrator 9以降やIndesignなどはPDF保存してフォントを埋め込んであれば、そのまま入稿できますね。

Illustrator 9では、概ね「Acrobat 4.0」のファイルの互換性を選択して「Illustratorの編集機能を保持」しておけばいいでしょう。プロファイルは埋め込まないようにします。

Indesignでは、PDF書き出すとそのままフォントは埋め込まれます。Indesign 2.0では「Acrobat 4.0」で保存し、プロファイルは埋め込みません。単ページの場合は、トンボを付けて書き出し、ページも



Illustrator 10.0からPDF保存するときのダイアログ。透明を利用しているときは、「Acrobat 4.0」互換で、「Illustrator 編集機能を保持する」をチェックしておく。ただし、ファイルを軽くしたいのであれば、チェックを外しておくほうがよいが、その場合は、ドロップシャドウなどはアピランスが分割される。

のはブリードをつけて書き出します。ページものは面付けしなければなりません。PDFの面付けソフトがあればいいことはありませんが、ない場合でも、PDFからPostScriptファイルに書き出して面付けすることも可能でしょう（試したことはありません、念のため）。新しいアプリケーションだけでなく、MS WordのようなOffice系のデータも、PDFにして入稿する方が確実です。PDFだとあとからレイアウトが崩れる

ことはありませんからね。もともとWindows系では、お客さんが印刷をターゲットしたPDFを作成できるかどうかは難しい限りですな。ですから、そこはDistillerのジョブオプションファイルを渡し、それを使ってPDFを作成してもらうことは必要でしょう。

もう一つはPDF納品することです。つまり印刷会社で制作しているときは、PDFも同時に納品します。できれば積極的にPDFで納品するようにすることが重要です。ただたんにPDF化するのではなく、ちゃんと「しおり」や「リンク」が付いたPDFで納品した方がいいでしょうな。

PDFで納品したら、お客さんはそのPDFを有効に利用できないかと考えるでしょう。印刷物とPDFをどのように使い分ければいいのか、いろいろと模索するに違いありません。そこにひとつのビジネスチャンスがあるはずですな。

誰もがしなからこそアドバンテージがあるPDFの営業

はつきりしているのは、印刷会社ではPDFについて理解している営業マンは少ないわけです。いないわけじゃありませんよ。たぶん天然記念物のように少ないのではないかと思いますね。ということは、お客さんがPDFで入稿したいと思っけていても、それに応えることのできる印刷会社は少ないことになります。つまりPDFでの入稿は競争は少ないということになりますな。

もちろんその場合は、営業マンがPDFを熟知している必要があるでしょう。印刷のことならいざ知らず、DTPについても理解が乏しいことが多い印刷営業が少なくないなかで、PDFを理解することができるかという、それはたぶん難しいでしょうな。

私が思うのは難しいからこそ、そこにビジネスチャンスがあると思うわけです。世間は、PDFについてはかなり無知です。一般の雑誌にもね、PDFについていろいろ書かれています、そういう情報しか知らない人たちがPDFを、Acrobatを使こなすことができるかという、たぶん無理でしょうな。

なぜなら、PDFはPostScriptをベースにしたファイルフォーマットです。PostScriptというものを別の言い方をすると、印刷の技術をデジタル化したものといえますね。過去において印刷に関わるものでアナログで処理されていたものをデジタル化したものが「PostScript」なのです。

ということはですね、やっぱり印刷の基本的な仕組みが理解できていないと、PDFも理解できないといえます。そう言い切ってもいいでしょう。

もちろんPDFのすべてが印刷技術に依存しているわけではありませんけどね、Distillerのジョブオプションの設定などをみていると、「PDFはPostScriptをベースに作られているのだなあ」と実感しますね。

そういうPDFの作り方や使い方は誰が広めるのかという、やはりこれはね、印刷会社しかないんじゃないかと私は思いますね。そうなるとお客さんと直接話をする営業が「PDFを知らなくてドウスル」と思っていますな。

印刷の受注ってというのは、基本的には競争でしょう。

受注競争ですよ。その競争のうち勝つにはアドバンテージが必要でしょう。他社よりも有利な立場に立たないと受注はできませんよ。

アドバンテージというのは、古くからのつき合いだったり、安い値段だったり、規模の大きさという安心感だったり、規模が小さい故の小回りだったりするわけです。その中には、営業マン自身の個性も含まれています。思わず発注したくなる営業マンかどうかです。そして、そういうアドバンテージのひとつにPDFに対する知識もあると思うわけです。

もちろんすべての企業がPDFを望んでいるわけではありませんよ。しかし少なからずの企業が、印刷物と同時にPDFも欲しいと思っているのではないのでしょうか。そういう中で「PDF納品」も増えているわけです。

「PDFで入稿？、やめてくれよ」とか「PDF納品なんて面倒だなあ」と思っていないませんか。たぶん誰もがね、そう思っているわけです。だからこそ、積極的にPDFの入稿と納品に向かって邁進する営業方法

もあってもいいと私は思います。誰もが避けて通る道だからこそ、競争になってもアドバンテージが発揮されると思いますね。

PDFでの入稿や納品がビジネスのすべてではありませんよ。PDFにいち早く対応することで、お客さんを囲い込んでいくわけです。このお客さんを囲い込んでいくツールとしてみなさんは「PDFを活用しますか、しませんか」ということがいま問われているわけです。

Acrobat 5.0 がリリースされて以来、Acrobat はかなり安定していてトラブルの少ないファイルフォーマットになりました。いまこそ、PDFを営業ツールとして提案していく必要があるわけです。そのことによって、印刷物トータル受注を増やしていくことは可能だと思いますね。

PDFを活用した使い方を日々考え実践し、それをお客さんに提案していくことが営業的には有効だと思いますね。そういう「戦略的」ツールとしてPDFを考えると、営業マンのPDF武装化計画は、やはり押

Capture-3 カラープリンタを営業マンにする

営業マンを派遣すべきか、せざるべきか

かなり昔の話ですが、ある印刷会社の社長さんの話を聞く機会がありました。高度成長の時代に第一線で営業していた頃の話ですが、ある得意先から

「今度工場を建てるから営業マンをひとり常駐させろ」といわれたそうです。営業マンが工場にいと、工場での発注が楽になるわけですな。発注の内容を印刷会社の営業マンにいつでもすぐに伝えることができるので、やっぱり、便利なわけですな。

当然そうになると、見積競争はなくなりますが、日本

の経済がどんどん成長している中で、かならずしも相見積もりする必要はなかったのかもしれない。必要な印刷物を正しい品質とスピーディな納期に対応することが優先したのでしょうか。品質や納期を優先させると、発注先の印刷会社の机が工場にあった方がいいわけですな。

ところが、その社長さんは、その申し出を断ったそうです。派遣させられる営業かいなかったのか、そもそも得意先に営業を派遣させなくなつたのかは聞き忘れしました。まあ、メーカーの工場だから辺鄙なところあつたのでしょうか。そうだとすると、だれも行きた

くはなかったのかもしれませんが。いずれにしても、そのメーカーの工場に机をおくことはなかったわけですね。

そうなる、その得意先との縁はなくなりました。発注そのものがなくなったわけです。発注側の企業とすると、そうやって声をかけてついでくる印刷会社の方が「かわいい」わけですから、まあ、切られてしまふのは当然かもしれません。

その企業は、その後上場して、日本を代表する食品メーカーの一つになりました。食品メーカーですからね、パッケージなんかの仕事はたくさんあります。もし、そのときついていったから、おそらく月間の発注額は何千万円とか、億単位になったかもしれません。

社歴の古い印刷会社の多くは、高度成長期につきあっていた得意先がどんどん大きくなって、それとともに売り上げを上げていって大きくなったところが少なくありませんから、会社を大きくするためには、多少の無理があつてもついて行くべきでした。

しかし、といつてもね、発注依存度の高い得意先が

できてしまうと、リスクもあります。得意先の要望を満たすためには、高い印刷機や設備も導入しなければならなくなるかもしれないし、コストダウンの要求も涙をのんで受け入れるしかないこともあるでしょう。独立した企業ではなく、下請け的な企業になつてしまふケースもあります。実際に、大きな得意先を持ち依存度が高くなったおかげで、得意先の資本が入つて子会社化した印刷会社も少なくありません。

ですから一概には「ついていった方がよかった」と決めつけることはできません。売上を上げることだけがすべてじゃないね。

常駐すれば、営業活動は不要になる

しかし、得意先に「机をおく」という方法は営業の戦略としては、かなり高等なものではないかと私は思います。はつきり言つて机をおいておけば、営業する必要はありません。今そこにある発注は、すべていただくことが可能になります。

たとえ外部の印刷会社の人間でも、同じように出社して、同じようにお昼ご飯を食べ、アフターファイブもまた、同じようにグラスを傾けていたとしたら、どんな競争相手がきても、かなうわけありませんよ。いつも顔を突き合わせている担当者を袖にしてまで、他の競争相手に発注するとしたら、言い訳を考えるだけでも面倒ですからね。机をおけばしめたものです。

もつとも、「机をおく」というのは、そこに営業マンかひとり張り付くわけです。その営業マンが稼がないといけない利益が上がってこそ、成り立つ戦略ですな。ですから、いつでもどこに対しても有効なやり方というわけではありませんな。

得意先を取り込むために「机をおく」わけですな。しかしね、営業マンを派遣すれば、かなり高い売り上げが見込まれないと成り立ちませんが、別に人を派遣してなくてもいいわけですな。要するに得意先がこちらをいつでも向いているようにすればいいわけであつて、やり方は他の方法であつてもいいわけです。

たとえば、DTPの初期の頃でも、本気でDTPに取

り組むんだつたら、DTPシステム一式を得意先に預けてもいいわけですな。社内で簡単なデータだつたら作成してみたいとか、いままで作成しデータをすこし手直しして使い回したいとか、そういう要望がある得意先の部署もあるでしょう。

そういう部署が社内でもDTPをしてみたいけど、予算がとれないのであれば、DTPシステム一式提供し、もたいした金額にはならないと私は思いますな。

MacintoshとDTPのアプリケーション一式、フォント、そしてPostScriptプリンタ程度であれば、一〇〇万円とか二〇〇万円とかでしょう。リースすれば、月に数万円程度の負担じゃないですか。

もしその得意先にそれなりの発注があるのであれば、DTPシステムを貸し出すくらいはなんでもない費用だと私は思いますね。

マシンをおいて、得意先で使ってもらってもよし、急ぎのデータの修正をするもよし、得意先で自由に使えるマシンが一台あれば、作業性の点でもメリットがあります。

机を用意してそこに人を貼り付けるとコストの面でたいへんですが、DTP用のパソコン程度であれば、コスト面のハードルはきわめて小さくなります。営業的にも、マシンやプリンターインクカートリッジの「メンテナンスに来た」とかいって、たいした用事もないのに訪問して、得意先の状況を調べることもできますからね。

得意先の目をこちらに向けて戦略が必要だ

今でも、毎日のように原稿を入出稿するような得意先だったら、机を置いて人を派遣しても、割に合うとは思いません。いまでもそういうところでは、当たり前のように印刷会社から人が派遣されているでしょう。

ただし、そういう人を派遣しなければならない印刷物が発注されるケースは、それほどたくさんはないでしょう。ですから、いま現在の方法論として、人を派遣するというのはきわめてレアにケースかもしれませ

ん。

しかしいまでも、DTPシステム一式を置く程度であれば、可能だと思いますな。それで得意先を囲い込むことができれば、安い「投資」ではないでしょうかねえ。

少し前までは、インターネットに接続するだけで「パソコン一台あげます」というようなサービスが当たり前にあつたわけです。月々たつた数千円のために、十数万円程度のお金を「投資」するわけですな。

もつともそういうビジネスモデルは知らず知らずになくなりました。やっぱりね、かなり無理があつたようですな。基本的にユーザーが増え続けないと成り立たないようなビジネスモデルになっていたのでしょうな。

しかし印刷物やそれに関連する受注では、月々数千円ではないでしょう。数百万以上、どんなに少なくとも数十万円はあるでしょう。インターネット接続でパソコンをバンドルするのは比較にならないと思いませんな。

もちろんただで置くだけだつら、仕方がありません。戦略ツールなんですから、何をさせるかということはあります。

何でもできるというわけではありませんが、DTPシステムを得意先のコストで置くわけです。場所代だつていらぬわけではないし、微々たるものですが、電気代もかかりますな。ですから、まず得意先にとつても大いにメリットがあるような提案をするなかで、DTPシステムを置いていただくようにする必要があります。ります。

得意先にもメリットがあり、当然印刷会社にもメリットがあるようにすることを考えなくてはなりません。印刷会社のメリットは何かというと、コストにコストに見合う一定の売上や利益が確保できることがあるでしょう。

売上についてはどうせん増えていくことが望ましいわけですが、得意先が印刷物を減らしいくとしたら、これ以上利益を減らさないことも、ひとつのポイントになるでしょうな。

そういう意味でも、得意先の目をこちらに絶えず向けておくための戦略的な発想は必要になると私は思いますね。

得意先へのDTPシステムの設置はトロイの木馬なのだ

印刷会社がいまからすべきことは、CTP化でしょう。平台の色校正機はもう生産されていないわけですから、いずれ、カラープリンタでプルーフを出力してそれで色校正する必要があります。

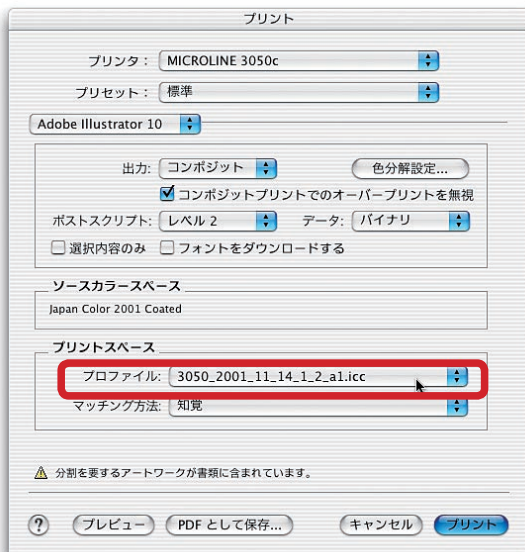
社内でCTPの印刷機を導入しようとしていようと、外注しようとしていようと、CTPでの印刷はいま目の前にある現実です。そのCTPを最大限活用するためには、色校正しないというアプローチはさけて通れません。

そうなるとカラープリンタを使うというのが、もつとも現実的な選択肢でしょうな。しかし、カラープリンタでのプルーフが簡単なのかというと、まあ必ずしもそうではありません。カラープリンタといつてもいろいろありますからね。

網点を再現する方がいいのかとか、色目が再現されていればいいのかとか、またその許容範囲はどこまでなのとか考えていくときりがありません。いままでのような平台の色校正の方が、色校正の品質基準を考えなくても良かったのでラクだったともいえるでしょう。

それでも、どこかでカラープリンタでの色校正を行い、その基準を決める必要があります。それが決まれば、カラープリンタをプルーフとして利用することはできない相談ではないわけです。以前はあまり情報が公開されていなかったカラーマネージメントの仕組みや成り立ちも、いまではかなりわかりやすく公開されるようになってきました。ですから、けっしてできない相談ではありませんよ。

となると、印刷会社としては、カラープルーフとして使えるプリンタを得意先に置いておくという方法は得意先を取り込むための戦略ツールになるのではないかと思うますな。つまり、得意先の机でリモートプルーフするわけです。



新しいアプリケーションでは、プリントダイアログでプリンタプロファイルを割り当てただけで、カラーマネージメントしてプリントアウトすることが可能になっている。プロファイルを用意したカラープリンタをクライアント側に用意しておけば、そのままプルーフをプリントアウトできる。なお、PDFにして、Acrobatからプリンタプロファイルを割り当てることもできる。

印刷会社の社内のプリンタと同じ機種のもので、プロファイルもプリンタごとに作成していれば、おそらくほぼ同じ品質で出力できます。プリンタだって、必ずしもレーザープリンタである必要はありませんよ。インクジェットプリンタでも十分です。

もちろん全ての印刷物をこの方法でしよう、といっているわけではありませんよ。初校は平台の色校正機でもかまいませんが、再校正や三校などは、プリンタからの出力で十分だと思えます。それほど品質を問わないのであれば、最初からプリンタでも十分色校正として使えるはずです。

そうやって、カラープリンタをプルーファーとして使って運用していけば、完全にプリンタのみで色校正ができるようになっていくと思えますね。

得意先のプリンタのリモートの方法でも、IPアドレスがあれば、ネットワーク上からデスクトッププリンタをマウントする方法もありますね。実際にそうやって遠隔地のMacintoshから校正紙をプリンタから出力している会社もあります。

また、Webブラウザを使って得意先のマシンをリモートコントロールすることもできます。この方法もパソコンにグローバルIPアドレスを振る必要がありますが、遠隔地から得意先のパソコンのデスクトップを開くことができますな。

営業マンがそこまでやらなくてもいいと思いますが、会社として対応できればいいでしょう。すぐにチェックして欲しいときは、印刷会社から最終訂正のプルーフを得意先のプリンタからダイレクトに出力すれば、確実に出力をチェックできます。いままでは時間がなくて「責了」するしかなかったものでも、この方法だと完全に「校了」にすることができます。

また出力データはPDFにしておけば、ワンリッパに近い出力結果で出力できます。プリンタにあるPDFの違いもほとんど反映されないようになります。PDFであれば、モニタでも確認も可能だし、必要に応じてプリンタから出力することもできます。

カラープリンタを得意先に置いて、得意先でプルーフを出力することができれば、忙しいときでも、営業

マンが走り回る必要はなくなります。その分だけ営業は本来の役目に時間を割くことができます。おそろくそれだけでも、“投資”した分は採算があうのではないのでしょうか。

つまり、得意先のカラープリンタは営業マンの分身というわけですな。もちろんカラープリンタで色校正する以外の使い方もあるでしょう。というより、得意先のDTPシステムというのは、トロイの木馬のようなものですから、使い方次第かもしれません。いろいろなサービスを提供することで、得意先の目をいつでも印刷会社に向けておくための仕掛けになるはずですよ。

そうなったら、汗水垂らして売り込まなくても、発注は向こうからやつてくるのではないのでしょうか。そういう使い方を考えていくことが、本当の意味での印刷会社の「IT化」でもあると私は思いますな。

Capture.4

InDesign も使い方次第で営業ツールになる

InDesign は30年まで普及したか

皆さんは InDesign を使っていますか。使っていない方が多いようですな。印刷会社では、InDesign がどうしても必要というところは少ないかもしれませんが。いまのところ、「QuarkXPress で十分」というわけでしょうな。

もともと QuarkXPress にしても、印刷会社でページレイアウトソフトとして使われているかという点、必ずしもそうではないと私は思います。ページレイアウトソフトというより、大台紙貼り込みソフトとして

使われている比率の方が高いような気がします。

出版業に携わる場合は、ページレイアウトソフトが必要ですが、一般の商業印刷では、入稿されるデータの大半は Illustrator EPS でしょうな。その場合は、QuarkXPress は貼り込みソフトと化すわけです。

貼り込み用の大台紙として使うのであれば、別のソフトに乗り換える必要はありませんな。新しいバージョンも不要だし、ましてや別のアプリケーションもいらなわけです。

それと QuarkXPress を使ってページレイアウト処理を行っている印刷会社でも、ボリュームのあるもの

は自動処理していたりしますね。QuarkXPressのプラグインだったり、AppleScriptだったり、それ以外にもいろいろなものがありますが、自動処理のワークフローは概ねでき上がっているわけです。

そういう自動処理のワークフローにはね、お金がけっこうかかっていますからね、おいそれとInDesignに乗り換えるわけにはいかないわけですな。QuarkXPressでの自動処理はすでに安定しているでしょうから、あえてそれをInDesignに乗り換えてリスクを冒すことはなかなかできない決断でしょうな。まあ、InDesignがそれを乗り越えるだけのメリットを持っているとしたら、多少は考える印刷会社もあるでしょうけどね。

そんなわけで、InDesignは日本での発売以来、バージョンアップを重ね、認知はされてきたものの、QuarkXPressに取って代わるほどは普及していません。これも確かなのでしょう。

この十年かけて、DTPという業界を作りだしたQuarkXPressがページレイアウトソフトという概念

からはみ出して普及していったものを、二三年で追いつき追い越すのは簡単ではありません。

もし、InDesignがQuarkXPressに取って代わることがあるとしても、まだすこし時間がかかるといっていいでしょう。

私は、InDesignをメインに使っています。そりゃ、QuarkXPressに比べると高機能かつ多機能です。私のような裏技人間にとっては、いじりがいのあるソフトですが、一般的に普及するには、もう少し時間がかかるでしょう。DTPも日本に上陸して話題になってから、印刷会社に普及するには五年程度の時間がかかっていますからね。

InDesignのメリットとデメリット

InDesignが印刷業界全体に普及するのに、今しばらく時間がかかるにしても、印刷会社の多くはInDesignを一本くらいはもっているでしょう。

なんですか、持っていない。そうですか、それは

困りましたね。印刷会社として将来を考えるのであれば、InDesignがどのようなソフトなのかを知る上でも、1本くらいは持つておくべきでしょうな。

さて、それではInDesignのメリットとはどのようなものでしょうか。QuarkXPressにはなく、InDesignだからこそできるもの、ですな。

まず、何ととっても、高度な文字組み版機能といったところですが、たぶんそれは乗り換えを促進する理由にはあまりならないように私は思いますな。というのは、それはすでにEdiColorで提供されているでしょう。InDesignだけのメリットではないし、写植ライクな組み版を求めている人は、すでにEdiColorを使っているわけですな。

差別化できるものとしてもっとも分かりやすいものは、やはり、OpenTypeフォントのネイティブ対応でしょう。Adobe Japan1-4と15,444字形、ヒラギノのAPGSと20,299字形 (Mac OS X10.2)、やねろつろとつろつろ発表されたAdobe Japan1-5ではそれに18字形足した20,317字形にまで拡張されています。

これだけの字形が利用できることが、まず、InDesignのメリットとしてあげてもいいでしょう。

次に、MacintoshとWindowsのプラットフォームを乗り越えて利用できる唯一のDTPアプリケーションということがあります。PageMakerやIllustratorも同じバージョンでクロスプラットフォームで動作し



InDesignの字形パレット。10.2.4以降でAdobe Japan1-5になったヒラギノで、字形パレットを開く。最後の文字にもユニコードが振られている。

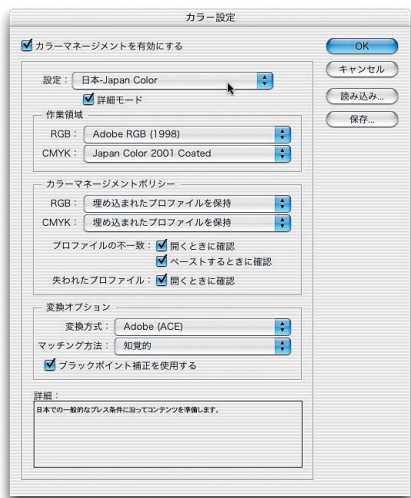
ますが、プラットフォームが変わると、フォント環境が変わってしまいます。ですから、完全な互換性は果たせないわけですね。

しかし InDesign では、InDesign 内の Fonts フォルダに入れておけば、フォント環境も互換性を保つことができます。ただし、OpenType フォントのみです。Windows の TrueType は Macintosh 版の InDesign の Fonts フォルダに入れると、フォントが認識されますが、Macintosh の PostScript CID や TrueType は、Windows 版の InDesign の Fonts フォルダに入れても、認識されません。Macintosh のフォントはリソースフォークにフォントのデータが含まれているので、どうやら Windows では認識できないようです。というわけで、OpenType しか互換性がありませんが、OpenType を使う限り、InDesign はクロスプラットフォームで互換性を保つことができるのです。

もう一つは、Adobe アプリケーション同士であれば、カラー設定を共通にしておけば、同じカラーでモ

ニタ表示が可能になります。つまり Photoshop で開いてみたカラーを InDesign 2.0 上で再現できるわけですね。QuarkXPress では貼り込み画像の基本は EPS ですが、EPS ではプレビューデータしか扱えません。QuarkXPress 上で Photoshop で表示されるカラーを再現することは不可能です。

それに合わせて、InDesign 2.0 ではプリンターバイスプロファイルがあれば、アプリケーションレベルでのカラーマッチングができます。これも



InDesign のカラー設定。InDesign は 2.0 になって、Photoshop と同じカラー設定 (Adobe Color Engine) が搭載された。これで InDesign 上で、Photoshop で確認したカラーをそのまま表示することができるようになった。

QuarkXPressでは難しいことです。

それ以外には、PDFのハンドリングソフトという一面もありますが、InDesignを使っていない印刷会社ではPDFもあまり使っていないでしょうから、いまのところメリットにはならないかもしれません。

翻ってデメリットはどのようなものでしょうか。デメリットは一言で言うと、「重い」の一言につきるかもしれません。本当に早いCPUとふんだんに割り当てられるメモリがなければ、InDesignは使う気にはなりません。MacintoshでもCPUが早いだけでなく、三次キャッシュも欲しいところです。

それと機能が多すぎるのも、初心者にとってはデメリットかもしれません。あまりに覚えることが多すぎて使いにくいということもあるでしょう。

拡張字形のリストを配付しよう

条件さえ整えば、InDesignはメリットの方が多いわけですが、まず、持っている一本を営業的に活用す

る方法を考えてみましょう。いま使っていないくてもInDesignの機能をアピールすることも、営業的にはあってもいいはず。とりあえず使わなくても、受注してから使ってもいいわけですね。受注したら、本気で覚えるでしょうからね。

まず、営業的にできることは、OpenTypeの拡張字形をリスト化して顧客に配付することです。あれだけの字形が追加されたことは、一般企業の担当者は知らないわけですね。OpenTypeというフォントフォーマットがあることは知っていても、どういう字形が利用できるようになったのかはわからないと思いますね。

特に人名漢字などで使えるようになったものは、ほとんどんアピールした方がいいでしょうね。

こういうものはね、やはり、具体的に見せる必要があると私は思います。プリントアウトして渡すべきです。InDesignでOpenTypeを使うと、これだけの字形が使えます」と目で見てわかるようにすべきですね。

拡張字形のリストは自前でつくることもできますが、Adobe Japan の字形リストは Adobe 社のサイトにはいけば、PDF がダウンロードできますから、とりにあえず、その PDF から拡張字形の部分だけプリントアウトして渡してもいいわけです。

Adobe Japan 1-4 以上の OpenType フォントも、Mac OS X にバンドルされているヒラギノだけでなく、InDesign にバンドルされている小塚フォントだけでなく、モリサワやフォンとワークスジャパンからも今までのフォントを OpenType 化されたものが次々とリリースされています。ですから、フォントデザイナーも選択の幅が広がってきています。

拡張字形の需要がどのくらいあるのかというのは、なかなか難しいものがありますが、確実に言えることは、JIS90 に含まれていない人名漢字の需要は決してなくならないことですな。一般文書の字形にこだわる人は少なくても、自分の名前（とりわけ名字）を正しく印刷したいと思わない人はまずいません。

ですから、多くの字形が使えるということと同時に、

「どのような人名漢字も InDesign だと簡単」だということ強調すべきでしょうな。もちろん、すべての字形が OpenType で使えるわけではありませんが、そこにはない字形は 1 バイトフォントとして作成して使えばいいわけです。ただ、まあ、そういつてもそれほど多くの字形を作成する必要はありませんけどね。

具体的に字形を見せるということが大事です。もしできるのであれば、拡張字形の中から人名でよく使う字形のリストを別途作成してもいいかもしれません。そういう提案こそ印刷営業がすべきことだと思いますね。

InDesign データで納品するのだ

もう一つの使い方は、InDesign のデータをそのまま納品することです。「えっ、データを納品するんですか」なんて驚いていないで、まあ聞いてください。

InDesign は先程いったように、条件さえ整えば完全なクロスプラットフォームアプリケーションです。

Macintoshで作成したInDesignのドキュメントを、そのままWindowsに持って行って開いても、レイアウトを維持したまま開くことができます。

印刷会社から言うとう具合の良くないことかもしれないですが、顧客から見ると、こんなありがたいことはありません。印刷会社のMacintoshで作成したデータがね、自社のWindowsマシンの同じバージョンのInDesignで互換性を保って開くわけです。すこしくらいの手直しだったら、社内でするわけですね。

逆に顧客がWindowsマシンで作成したInDesignのデータは、印刷会社のMacintoshでも全く同じように開きます。クロスプラットフォームでデータ入稿しても、レイアウトを維持したまま入稿できます。

OpenTypeフォントさえ共通にしていればいいわけです。OpenTypeフォントもフォントワークスジャパンのLETSのように定額でレンタルするものもありますから、それほどコストをかけないで、MacintoshとWindows間でデータの互換性を果たすことができます。

デザインオフィスや印刷会社としては、作成したデータをそのまま納品することは抵抗があるでしょう。法的な解釈は別として、商習慣としては「データをくれ！」といわれれば返すしかありません。顧客の指示に従ってデータを作成しているわけですから、作成したデータの著作権の一部は顧客にもありません。ですから、データ納品を拒否することはできません。



フォントワークスジャパンの「LETS」では、OpenType100書体以上が手軽に利用できる。いままでのようにフォントを買うのではなく、毎年使用料を払うことになるが、追加書体が提供されたり、新しいフォーマットへの対応もスムーズになる。

いずれデータ納品が当たり前になるとしたら、率先してすればいいんじゃないかと私は思いますよ。データ納品したら、その内「そのデータは別の印刷会社」に」という不安はあるでしょう。現実にはそれはありません。

しかし積極的にデータ納品することで、顧客とのきずなを強くすることができます。それにいまのところは、InDesign のデータを貰っても、ほかに発注できるケースはあまりありませんからね。

まあ、正直言って、一般企業で InDesign の扱いを本業としていない担当者が、レイアウトの変更やテキストの修正はできても、完全に InDesign DTP を内製化して使いこなすのは難しいと私は思いますよ。データ納品すれば、確実に担当者とのヒューマンリレーションは高くなりますな。

実際にデータ納品したものを顧客側で使いこなすかどうかと別して、売り込む際のキャッチフレーズとして「クロスプラットフォームで互換性のある InDesign のデータも納品します」といえば、関心を持つ企業も

あるでしょう。

InDesign がこれから普及するのであれば、顧客はクロスプラットフォームのメリットにいずれ気がつきます。そしてデータ納品を要求するでしょう。もし、InDesign が普及しないのであれば、データ納品してものなら心配することはありません。

はつきりしているのは、顧客に言われる前にすること、催促されてからするのは天と地の違いあることです。言われる前にすれば感謝されますが、言われるからしても感謝されません。言われる前にするのが本当の意味でのサービスではないでしょうか。

というわけで、皆さんの会社で使わずに眠っている InDesign がもしあれば、営業ツールとして活用してみてはいかがでしょう。InDesign の運用は受注してから考えてもいいと私は思いますけどね。

初出一覧

印刷営業、明日はどっちだ 4

印刷会社のサービス化はこれから始まる

(工学社 Professional DTP 誌 2002 年 09 月号所収)

PDF は戦略ツールとして使うのだ

(工学社 Professional DTP 誌 2002 年 10 月号所収)

カラープリンタを営業マンにする

(工学社 Professional DTP 誌 2002 年 11 月号所収)

InDesign も使い方次第で営業ツールになる

(工学社 Professional DTP 誌 2002 年 12 月号所収)

信頼を取り戻せば安売りはなくなる

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 01 月号所収)

新しいビジネスは大穴狙いで

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 02 月号所収)

USP が顧客に届けば訪問営業はもういらぬ

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 03 月号所収)

技術を水平展開から垂直展開に広げよう

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 04 月号所収)

印刷技術の標準化が進むとグローバル化がやってくる

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 05 月号所収)

営業に取り越し苦労はいらぬのだ

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 06 月号所収)

Acrobat 6.0 Professional で本格化する PDF 入稿

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 07 月号所収)

モニタカラーマッチングの時代がやってきた

(工学社 Professional DTP 誌 2003 年 08 月号所収)

使用したフォント

FOT- ロダン Pro

FOT- ニューロダン Pro

FOT- ニューゼザンヌ Pro

印刷営業、明日はどっちだ 4

発行 2003年12月16日 初版第1刷発行

著者 上高地 仁

発行人 田中 清

発行所 有限会社 インクナブラ

〒540-0025 大阪市中央区徳井町2-2-11 LM 東本町第三405号

TEL:06-6966-4468

FAX:06-6966-4469

製本 石川特殊特急製本株式会社

©2003 by Jin Kamikochi

本書の内容の一部もしくは全部を著作権法の定める範囲を超え、有限会社インクナブラおよび著者に無断で複製、複写、転載することはご遠慮下さい。

本書の内容に関するお問い合わせもしくは質問は、Eメール（incun@incunabula.co.jp）もしくは文書で、小社までお問い合わせください。

本書は Mac OS X 10.2 環境の InDesign 2.0.2 でレイアウトしたものを、データ書き出して PDF 化したものです。その PDF を InDesign に貼り込み、さらに PDF 化して Microline 3050c で印刷したものです。

インクナブラの書籍について

インクナブラでは、従来の出版の枠を越えて、少部数で書籍を発行する方法を模索してきました。既存の書籍流通では、大手の出版社と書籍流通の間で書籍を発行する流れができ上がっています。しかし、その仕組みの中では発行できないが、書籍にしたいものが多くあります。

読者の興味はパーソナライズされ、より詳しく専門的な知識を要求するようになってきています。書籍の内容が専門的になるにつれ、その書籍を必要とする読者の数は少なくなります。書籍が少部数化する流れはこれからも変わっていかないでしょう。

そうした中で、個人の持つ情報はインターネットを通じて広く公開され、専門的な情報といえども、インターネットを通じて手に入れることができるようになってきました。

しかし、インターネットでは情報のプライオリティが明確ではなく、また、整理され分かりやすい情報になっているのかというと、必ずしもそうではないでしょう。

的確に情報を伝達するには、やはりまだまだ「紙」というメディアの方が分かりやすく理解しやすいのではないのでしょうか。そのためには、今までとは異なった方法で書籍を発行することしかありません。

従来の書籍発行の枠を越えて、さらに少部数で発行することができれば、出版のあり方も変わってくるでしょう。しかしだからといって、書籍をオンデマンドで発行することを読者が望んでいるわけではありません。いままでと同じような書籍として形で発行しながらも、少部数に対応した出版こそが求められているように思います。

インクナブラでは、少部数の読者ニーズに応えるために、さまざまな方法で書籍を制作し発行しています。少部数に対応するために、従来の書籍と比較してページ数が少なかったりします。しかし、300ページある書籍でも必要な個所はたったの10ページであることも少なくありません。必要なページがたった10ページであれば、総ページ数が300ページであっても100ページであっても、読者にとってはそれほどの違いはないのではないのでしょうか。