

少部数出版で特長を発揮

デジタル・オンデマンド出版センター

品切れ本や絶版本の復刊をはじめとした少部数の出版は、出版社にも印刷会社にもビジネスとして難しい。デジタル印刷は少部数に向くとはいえ、仕事を集めることや、製本・加工から販売までの仕組みを作ることが事業としては、必然となってくる。

このような難しい点の解決を図り、ビジネスとして、出版社の少部数出版をサポートしているのが、(株) デジタル・オンデマンド出版センター(浴野英生社長)だ。同社の事業から、デジタル印刷による少部数出版の事例を考えたい。

同社は出版社のための少部数出版の窓口として、2014年7月の東京国際ブックフェアで、親会社である(株) 光和コンピューターがブースを出したことに端を発し、コンソーシアムのように始まった。マーケティング活動を進め、2016年11月に欧文印刷(株)、(株) 研文社、光和コンピューターの3社で法人組織となり、SCREENグループの協力などを得ながら少部数の出版のために出版社を顧客として事業を行っている。

紙と特色にこだわる

まずは、デジタル印刷が出版に適さない部分をおさらいしたい。浴野社長は、デジタル印刷による少部数の出版が広まらない点を、次のように指摘する。

一つは、「紙」である。インクジェット印刷に適する紙、トナーに向く紙とういものがある。しかし、出版社側のこだわりや理解不足により、不向きな紙をデザイナーが指定すれば、当然、デジ

タル印刷は適さないことになる。

もう一点は「特色」(Spot Color) だそうだ。トナーであれば、最近では透明、白、蛍光ピンク、蛍光イエローなどの種類があるにはあるが、調色にせよ中間色にせよ、オフセット印刷での特色に比べればデジタル印刷の特色は不可能に近い。印刷会社がインキを混ぜて特色を作るように、4色のトナーやインクジェットインクを混ぜて特色を作るなどと言うことは、当然不可能である。それでも、出版社側が特色を希望するのであれば、当然デジタル印刷は不可能である。

高級美術写真集のような出版物であれば本(印刷物)にするのに多様な要望があるかもしれないが、乱暴な言い方をすれば、読めればいいという出版物でも、細かい要望があるので、なかなかデジタル印刷は進まない。つまり、(著者やデザイナー含め) 出版社側の理解がないことに関してはなんともしがたい。

インクジェットにせよトナーにせよ画質は大きな問題はなくなってきているので、もし(プリンターメーカーや印刷会社含めた) 印刷産業の企業が出版物でデジタル印刷を広めたいのであれば、前述2点を解決するため、出版社側の理解を深めるための啓蒙などが必要となってくる。

印刷から製本への工夫

また、製本印刷会社側の製作体制の問題がある。大半の印刷会社は、オフセット印刷機の流れで行う製本機器をデジタル印刷にも使う。現在主流のデジタル印刷機は、枚葉式であればA3判ワイド

である。折り丁でなくペラ丁合に近い綴じのラインを兼用させるには、そこにノウハウが必要になってくる。デジタル印刷専用の製本ラインを構築するのでなく、製本ラインはオフセット印刷と兼用するという中途半端な製作体制であれば、デジタル印刷による少部数での本を作ることは人的費用含め、コストが見合わなくなる。

ここ数年話題になる連帳型の高速輪転インクジェット印刷機は、デジタル製本システムをインラインで接続させ、製本機をデジタル専用機としている。

デジタル・オンデマンド出版センターに出資している研文社や欧文印刷は、輪転にせよ枚葉にせよ、オフセット印刷をおもな事業として行っているが、デジタル印刷を推進できるのは、デジタル印刷はデジタル印刷としてオフセット印刷と切り分けて、ある意味専用の工程を組んでいる点かもしれない。

Web 受発注プラットフォーム

デジタル・オンデマンド出版センターは、印刷2社のほか、印刷機器メーカー、流通、システムの各業界の企業が協力して集まった、名前のとおり「センター」とも呼べるもので、ロール式インクジェット方式やトナー方式など、書籍の内容、部数、納品日に合わせて、適切な印刷方式を用意している。

ここ数年から利益を上げられるようになってきたというが、そのポイントの一つが、多くの顧客から少部数の仕事を集める「Web 受発注プラットフォーム」という(図1)。そして、データ管理と小ロット印刷ルートを出版社に提供するようなかたちで、出版社の「適正在庫、品切れゼロ」を目指している。品切れ状態の書籍をなくし、いつでも小ロットで出版する環境をサポートすることで、出版継続のための力添えになる企業になっている。(編集部 N)

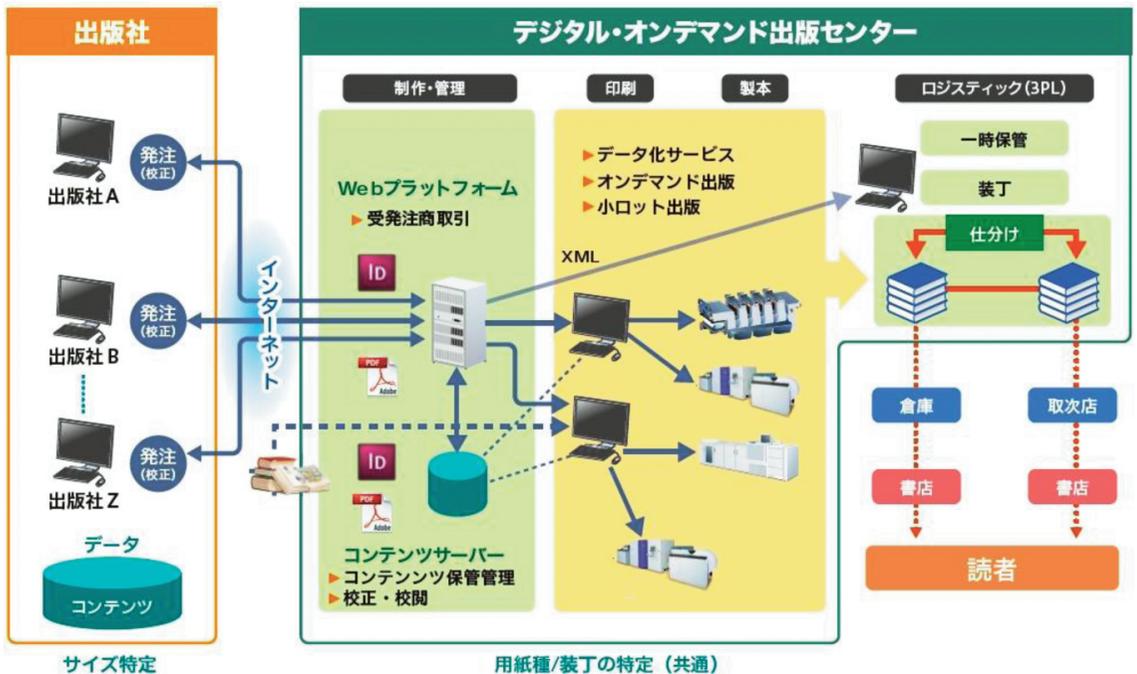


図1 少部数出版の流れ