

POD (Print On Demand) 市場に関する調査結果 2008

— 2 ケタ成長を続けるデジタル印刷機市場 —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて POD (Print On Demand) 市場の調査を実施した。

1. 調査期間：2008年8月～10月
2. 調査対象：POD用途を想定した出力機器を製造・販売する企業14社、機器を使用する印刷企業4社
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

<POD (Print On Demand) とは>

必要な時に必要な部数だけを印刷するという考え方であり、近年の POD 対応機の印刷品質の向上に伴い、拡大を続けている。

【調査結果サマリー】

◆ 2007年度は前年度比113.3%、2008年度も引き続き成長基調の見込み

2007年度のPOD対応機(商業用及びトランザクション用途の無版デジタル印刷機)の出荷台数は4,522台(前年度比113.3%)であり、2008年度は5,191台(前年度比114.8%)となる見込みである。

◆ カラー機が市場を牽引

MFP(Multi-Function Printer)メーカーの主戦場となっているカラー機が市場を牽引し、2008年度は同メーカーが市場投入した新機種によって、拡大が見込まれる。

◆ 今後も2ケタ成長を維持

2008年度以降もカラー機が市場を牽引する傾向にある。2011年度の出荷台数は7,979台となり、2008年度から2011年度までのCAGR(年平均成長率)は15.4%と予測する。

◆ 資料体裁

資料名：「POD市場の実態と展望 2008」
発刊日：2008年10月28日
体裁：A4判 183頁
定価：105,000円(本体価格100,000円 消費税等5,000円)

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝
設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 営業本部 広報グループ TEL: 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況と将来展望

POD対応機を使用する主な需要用途としては大きく2つに分類される。1つはバリアブル印刷（可変印刷）を主体とする請求書や明細書といった「大量出力物」であり、もう1つは「少ロット」「多品種」「短納期」への対応可能なマニュアル印刷やカタログ・パンフレットなどで、「それぞれにバリアブル性を持たせたもの」も含まれる。

請求書や明細書といった「大量出力物」について、従来、輪転印刷機でフォームの先刷り後、高速連続紙プリンタで1、2色の文字を追い刷りし、作成されていたが、近年では機器の性能が向上し、白紙から印刷まで1台で行うことが可能となった。その結果、印刷から発送までの一連の業務を受託するDPS（Date Print Service）が進展し、印刷産業において特に成長している分野として注目されている。

また、マニュアル印刷やカタログ・パンフレットなどについては、商用印刷市場や企業内印刷市場を中心として、必要な時に必要な部数を低コストで印刷できるPOD対応機に対し、利便性と経済性からニーズが拡大している。

2007年度におけるPOD対応機の出荷台数は4,522台であった。2006年度と比較すると、カラー機が過半数を占める市場構造に大きな変化はなく、2007年度のカラー機とモノクロ機の構成比は約6：4であった。2008年度はdrupa^注開催の影響や世界規模の経済不況といった逆風のなかで、市場の大半を占める富士ゼロックス、リコー、コニカミノルタ、キヤノンのMFP（Multi-Function Printer）メーカー4社は、開発や営業体制の強化などでPOD市場を牽引し、成長を維持する見込みである。また、2009年度にはdrupa 2008で発表された新機種が続々と市場投入され、市場が活性化するものと推測する。

したがって、今後もカラー機が市場を牽引する構図は継続し、2011年度の出荷台数は7,979台となり、2008年度から2011年度までのCAGRは15.4%と予測する。

注：drupa とは、4年に一度開催される世界最大規模を誇る印刷産業の総合見本市のことである。ベンダ各社は drupa を基準に製品開発を進めており、機器ユーザが新製品を見定めてから購入するというマインド形成の要因となる。

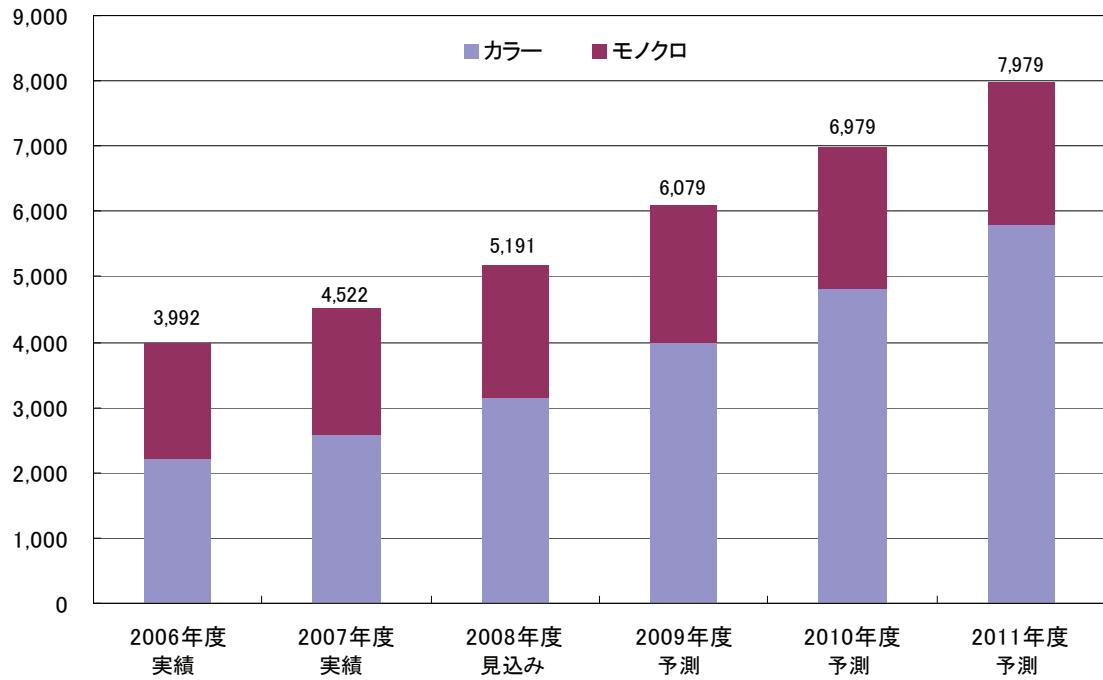
2. 注目すべき動向 ～「トランスプロモ」や「Web to Print」といった新技術の進展

デジタル技術との親和性が高い POD の特徴を活かした技術として、「トランスプロモ」（トランザクション処理による明細書類の印刷に、個人向けの広告を付加する手法）や「Web to Print」（Web ブラウザから受発注や印刷指示を行う、省力化と納期短縮を実現する手法）が開発されている。

現時点ではまだ普及していないものの、POD 市場の主要企業は、デジタル技術をフル活用した高付加価値サービスを志向しており、同技術の注目度は非常に高い。これらの新技術の需要用途分野における市場活性化が促進されるとみられる。

図 1. POD 対応機の市場規模推移

単位:台



矢野経済研究所推計

注 1: 出荷台数ベース

注 2: 見込みは見込値、予測は予測値