

POD (Print On Demand) 市場に関する調査結果 2009

～ “POD ビジネス” に対する本質的理解が V 時回復のカギを握る～

【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) 市場に関する調査を実施した。

1. 調査期間: 2009年10月～12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、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、近年のデジタル印刷機 (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】

◆ 2008年度は初のマイナス成長となったデジタル印刷機市場

2008年度のデジタル印刷機 (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4,437台 (前年度比98.5%) となった。

◆ 当面は企業内印刷が主戦場となる

出荷台数ベースで市場の大半を占める MFP (Multi-Function Printer) メーカーは、得意分野である官公庁や大企業の集中コピー室などの “企業内印刷” を主戦場に据えている。同メーカーの施策により、2009年度は4,581台 (前年度比103.2%) となる見込みである。

◆ 説得力あるソリューション提案が今後の成長は不可欠

景気の動向に予断を許さない状況が続いているが、2012年度の出荷台数は6,483台と予測する。また、2009年度から2012年度までの年平均成長率 (CAGR) は13.5%と予測する。こうした成長を継続する為には機器ユーザや印刷物の発注者に対する説得力のあるソリューション提案が必要不可欠である。

◆ 資料体裁

資料名 : 「POD 市場の実態と展望 2009」
発刊日 : 2009年12月15日
体裁 : A4判 206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 広報宣伝グループ 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、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

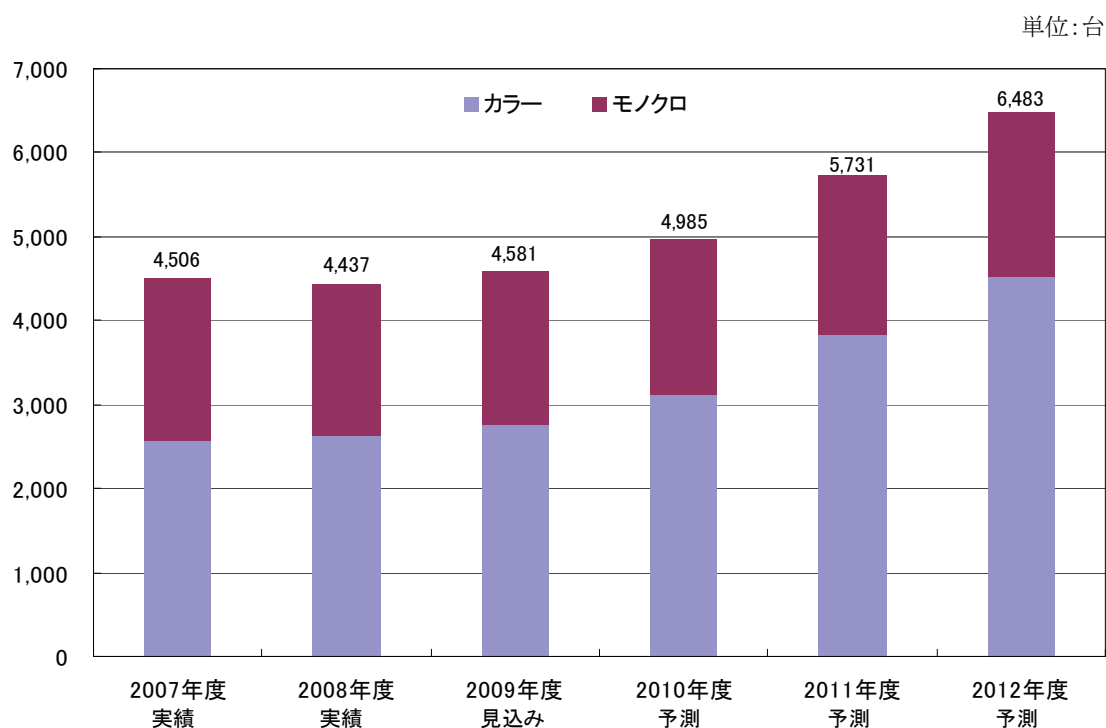
【 調査結果の概要 】

2009年度～2012年度のPOD市場規模予測

「バリエブル（可変）」「小ロット」「短納期」といった特長を持つデジタル印刷機（POD対応機）市場は、2008年度が4,437台（前年度比98.5%）となり、2001年度以降、初のマイナス成長となった。マイナス成長の背景には、主たる顧客であった印刷企業の設備投資が、2008年秋のリーマンショック以降抑制されたことに起因している。こうした環境の中、台数ベースで市場の大半を占めるMFP(Multi-Function Printer)大手メーカー4社は、自社の得意分野である官公庁や大企業の集中コピー室（CRD：Centralized Reprographic Department）などの“企業内印刷”を主戦場に据えている。企業内印刷を始めとする施策を講じることによって、2009年度は4,581台（前年度比103.2%）となる見込みである。

そして、景気の動向に予断を許さない状況が続いているが、2012年度の出荷台数は6,483台と予測する。また、2009年度から2012年度までの年平均成長率（CAGR）は13.5%と予測する。こうした成長を継続する為に、印刷業界向けの提案を更に強化する方向性、或いは、IT系の強みを活かしたトータルシステム提案など、各社各様の取組が行われているが、機器ユーザーや印刷物の発注者に対する説得力のあるソリューション提案が必要不可欠である。

図. POD 対応機の市場規模推移



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