フォトブック市場展望　トヨテック　豊田　保 氏

高画質のPODがフォトブック市場を拡大
印刷系、ラボ系、IT系、フォトブックプレイヤー出揃う

フォトブックの市場が拡大している。写真感光材料工業会、写真流通商社連合会、全日本写真材料商組合連合会・日本カラーラボ協会・日本写真映像用品工業会の５団体が運営する「フォトブック普及協議会」によると、2006年に10億円であった国内のフォトブック市場は2010年に75億円、2013年に94億５千万円と成長し、昨年の2014年には104億円、467万冊の市場規模と予測している。IT系や印刷会社の新規参入、ネット受注が活発になったことが大きな要因と見られる。今後の市場展望についてフォトプリント作成サービスやフォトブック機器を販売するトヨテック・豊田保社長に語っていただいた。

普及期に入った日本のフォトブック市場

日本でフォトブック市場が動き出したことは間違いないでしょう。フォトブック市場は写真のラボ系と印刷系が製造、IT系が受注窓口となって市場を拡大しています。特にIT系はスマートフォン（以下スマホ）やインターネットで発注を簡便にして受注窓口を増やしてきました。

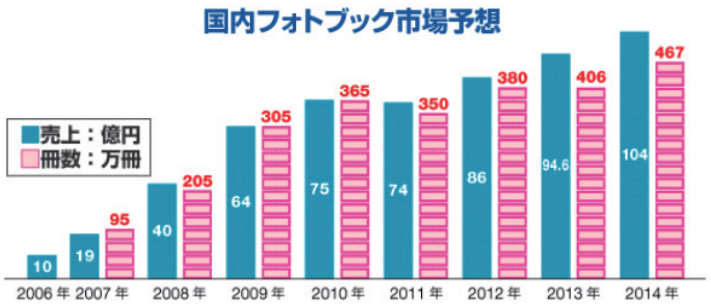
ラボ系は大手ラボ会社が数年前からフォトブックに参入しています。最近の傾向としてプロラボ系や写真館の大手会社がPOD（プリントオンデマンド、以下POD）を積極的に導入していることです。液体トナー、電子写真、インクジェット方式のPODを自社の仕事に適した機器を選んで使い始めました。印画紙は片面しかプリント出来ないのに対して、PODは両面のプリントが出来ます。安価なフォトブックは両面プリントにPUR無線綴じ製本を行い、付加価値を付ける場合は、PODで片面プリントし、筋押しを行ってハードカバーの製本による180度開くレイフラットフォトブックを作っています。

プロラボ系の強みは色です。写真で培った色の技術はPODにも生かされています。制作工程におけるPODの採用はフォトブックを手頃な価格で提供出来る環境となり、色の品質が良いという点がプロラボ系の特徴です。

スマホやインターネットからフォトブックの受注窓口を拡大しているのがIT系です。IT系はプロラボや印刷系に製造を委託し、自分たちはネットを使って受け皿を使っています。自社で製造しないので付加価値が低いのが課題です。しかし、受注サイトに関連商品の販売を行い、フォトブックだけのビジネスに終わらせない様々な付加価値を持ち込んでいるのが特徴です。

フォトブックが動き出してきた背景にはB to Cがあります。大手写真メーカーはB to Cの商品としてフォトブックのTVコマーシャルを積極的に行っています。その仕組みは大掛りです。１点、１点を制作するということではなく、製造を自動化しています。そのような仕組みを作ることでB to Cのフォトブックビジネスが機能します。今迄、この分野が遅れていました。フォトブックを注文したくても、いくつもの操作が必要であったり、テンプレートを使わなければいけないというようなソフトが多かったような気がします。発注側が嫌になって次の発注に繋がらなかったのではないでしょうか。

以前に比べるとフォトブックは簡単に発注できるようになりました。制作工程は自動で色補正が出来、品質を一定程度



フォトブックの定義
- ●入力素材　主として写真（アナログ・デジタル）を入力素材とするもの。
- ●出力素材　印画紙か印刷用紙で出力されているもの。※印刷用紙の種別は定義しない。
- ●製本（綴じ）表紙と中面が一体となって綴じられているもの（頁が脱落しないもの）。※綴じ方は定義しない。
- ●表紙　表紙があるもの。※表紙の材料・形態は定義しない。
- ●用途　限定しない。

国内フォトブック市場の予想（フォトブック普及協議会より）

トヨテック　豊田保氏

トヨテックで制作されているブライダルアルバム

のレベルに高めることが出来るようになりました。

プリント後の加工と製本で付加価値

日本は品質に厳しい国です。外国では顧客が作った完成JPEGでフォトブックを作ってもお客様は不満を言いません。しかし、日本ではそうはいきません。良いものを低価格で提供できる環境を作らないとマーケットが出来ません。レイアウトやアルバムサイズなども画一的ではなくて個性的なフォトブックを求める傾向があります。しかし、こうした課題も発注ソフトや画像ソフトなどで技術的な問題点が次々と解決されてきました。

昨年２月にネット系のミクシィが新規事業としてフォトブック「ノハナ」を始めました。スマホ向けに無料でフォトブックアプリ「nohana（ノハナ）を提供しました。開始から10日後には約25万枚の写真のアップロードがあり、約6,000冊のフォトブックを制作したそうです。フォトブックを通して家族に関わる様々なサービスに広げようという目的で始めたようです。フォトブックはその呼び水のような役割ですが、フォトブックの持つ商品価値に注目しています。このようなミニアルバムは低価格が要求されます。生産体制を持つ印刷会社との提携が必要になるでしょう。

日本のフォトブック市場は海外に比べると普及が遅れています。欧米や新興国に比べても伸びは大きくありません。その背景にあるのは日本の写真文化です。日本では写真を飾る習慣が無かったのです。そのため日本人が求めるフォトブックのニーズが判ってきました。それは品質です。今まで一般的には印画紙の写真が品質の基準でした。しかし、PODが日本のフォトブック市場を変えています。PODの品質は印画紙やオフセットに迫る品質になってきました。PODは両面をプリントできるので印画紙に比べてかなり低コストで出来るようになりました。

次は製本です。製本はフォトブックの中できわめて重要な工程です。最近の傾向として日本のユーザーが求めるフォトブックの製本が上製本のハードカバーが多いことが判ってきました。印刷会社の場合、プリントが出来ても製本でつまずいてしまうケースが多くあります。基本的には製本に対する技術や知識を持っている方が少ないからです。特に上製本になると多くの手作業が入ってきます。また技術指導が出来る方もいません。こうした問題を解決することがフォトブックビジネスでは必要になります。

フォトブックは規模が小さくても出来るビジネスです。印刷会社はオンデマンド印刷の商材として、またIT系やプロラボ系との提携も選択肢の一つになるでしょう。いずれにしても日本のフォトブックはIT系の販売窓口の拡大とPODの活用が市場を拡大することになるでしょう。

株式会社トヨテック

昭和61年９月設立。豊田保社長、本社・千葉県野田市。写真現像所・印刷業界におけるフォトブック分野に特化した自動機器の開発・製造・販売及び付属機器、プロフェッショナルフォト分野とフォトブックに特化したハードウェアやソフトウェアの開発・製造・販売、海外製品の輸入販売を行っている。PHOTONEXT、IGAS、page、JP情報･印刷産業展でフォトブックやポストプレス機器を出展。またオンラインプリント受注サービス分野においてもデジタル銀塩プリントサービス、ウェディングアルバム作成サービス、結婚式、成人式、七五三のフォトアルバム作成サービス、学校写真受注サポートサービスを行っている。