

株式会社 アピックス

多様な“ドキュメントサービス”を展開し、顧客のビジネスを支える

事業内容

印刷業界の進展を支えてきた長寿企業

同社は、大正10年、日光焼きという写真・複写技法で使用していた感光紙の製造業として創業。平成32年には創業100周年を迎える。戦後にメーカーからサービス業務に転業し、高度成長期にはオフセット印刷やマイクロフィルム加工、複写など“BtoB”を中心に印刷分野で事業領域を拡大してきた。

通販業で“BtoC”の新たな需要層を開拓

東京と大阪を拠点に展開。事業構成はデジタル印刷業務を中心にBPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)、文書電子化、IT活用プラットフォームなど、多様なドキュメントサービスの提供で顧客のビジネスを支えている。売り上げはデジタル印刷分野が大半を担う。

さらに平成20年には可変データ印刷技術をベースにした通販業務“パーソナルメディアショップ「sense121」”を立ち上げた。名前入りラベルを貼ったワインや日本酒の販売で“BtoC”の新たな需要層を開拓している。

株式会社 アピックス

代表取締役 河村 武敏

〒541-0059 大阪市中央区博労町1-2-2

TEL. 06-6271-7291 FAX. 06-6271-7296

資本金/20,000千円 従業員/115名

主な取引先/工作機械・事務機器・製薬・住宅メーカーなど

主な保有設備/デジタル印刷機、インクジェットプリンタ

主力製品/デジタルプリンティングサービス、ワイン・吟醸酒のオンラインギフト

短納期

企画力

小ロットOK

オンライン受発

連携力

補助事業

通販サイトの製作工程自動化を模索

同社は、パーソナライズ(カスタマイズ)事業の展開として、通販サイト「sense121」を運営している。インターネットを介したオンデマンド(注文対応)サービスで、小ロットの発注に応え、誕生日や結婚式のプレゼントなどに好評だ。しかし特注サービスは工数が多く納期対応に課題を抱えていた。商品の単価軽減や納期短縮には、製作過程の自動化など工程減少への取り組みが必要とされていた。

紙以外の素材へ印刷対象を拡げる手法

そこで同社は、顧客が自由にデザインし製作過程を楽しむ“新たなものづくり”の構築に、補助事業への申請を決めた。従来のサービスにオンライン組み版を導入し顧客自身がデザイン、製版までを完了できるシステムだ。採用機器は製販企業と共同開発した組版エンジン付きWEBシステムとサーバー。さらに紙以外への印刷も検討し、UV(紫外線硬化)インクジェットプリンタを加えた。

変化に対応し革新的サービスを提供し続ける

代表取締役 河村 武敏

数年後の100年企業達成をひとつのマイルストーンと位置付け、今後もあらゆる変化に対応し、顧客から必要とされる革新的サービスを提供する会社で在りたいです。


<http://www.apix.co.jp/>


オリジナルのギフト・販促商品群



紙以外にも印刷可能なUV印刷機



販促イベント企業活動をアピール

具体的成果

組版工程の効率化でコスト削減と納期短縮を可能に

事業テーマは「ユーザー自身のオンライン組版による多様なオリジナルデザインギフトの提供」。同社が展開する通販事業「sense121」の次世代バージョンとして、新たなサービスの確立を目指した。高度な組版システムと最新の立体物デジタル印刷機を駆使し、個人がウェブ上で確認しながらデザインを描くと同時に版が作製される。自社での組版作業を簡略化し工程を効率化、コスト削減と納期短縮を可能にした。また、発注時に出来上がりを確認する顧客ニーズにも応えた。

多様な素材への3次元印刷で販促市場の顧客を拡大

一方、紙をベースに酒のラベル2種類を展開していた商品構成が、多様な素材に3次元印刷が可能になったことで、日本酒のミニこも樽やノベルティグッズなどへ対象商品を拡げている。最近では紙以外への印刷要請が多数寄せられ、販促市場での新規顧客獲得に成果を上げている。また、デジタル分野の可変印刷は名刺作成などから業界では従前の作業だ。今後は包装資材への応用など付加価値商品の開発が注目される。同社では商品構成の拡大を機に販促関連などの展示会に出展、パーソナライズ事業の業容拡大をアピールしている。

今後の戦略

通販事業の拡大に多様な顧客獲得策を展開

同社では本事業のさらなる成果を求め、「sense121」事業の顧客獲得に力を入れる。個人向けに専用のフェイスブックやインスタグラムなどのSNSを開設、展開するサービスの認知度を高める。ギフトシーンにおけるマナーや豆知識などの情報ページを作成し、潜在的な顧客リストの収集を進める。また、メールマガジンを発行し継続的に情報発信する。

受注に関してはスマートフォンからの発注手法を改良し、アプリの製作なども検討する。法人顧客へはロゴや名入れなど、法人需要に特化したパンフレットを作成し既存顧客中心に配布する。さらに販促活動の一環として、セミナーやイベントなどの機会を活用し、文具などの自社商品をサンプルとして配布する計画だ。

印刷分野で培った技術を顧客サービスへ転化

一方、河村武敏社長は「個々の対応を基本とした可変印刷の技術は、製造業などで人手に頼る部分の自動化設計や繊細な仕事の品質向上技術に応用できる」と語る。今後は市場に広くアンテナを張り、「印刷分野で培った技術をAIやIoTなど一連の先端技術との融合で発展させ、顧客へのサービスを追求していく」考えだ。

取材を終えて

変化に対応し競争力を強化

同社が積み上げた98年間は“変化への対応”の歴史と言える。戦後、製造業からサービス業へ業容を移行。その後も、顧客ニーズや世の中の変化に対応し、提供する商品やサービスを進化させてきた。過当競争に陥りがちな印刷業界の中で、先進的な技術や情報をいち早く取り込み、顧客が求める高品質な印刷物の提供で競争力を強めてきた。さらに、印刷技術をベースに消費者へ向けたサービスを展開。新たな事業の柱として期待がかかる。