少ロット重版でコスト削減　PODに取組む3事例

重版に至らないほどの注文でも、少ロット重版により絶版本をなくしたい。かつ倉庫管理費も含めてコスト削減を図っていきたい――こうした思いからプリントオンデマンド出版（POD）に着手する出版社が増えている。在庫コントロールによる効率化やアマゾンに販売する機会を許容するなど、その手法は様々だ。ここではインプレスR&D、PHP研究所、デジタル・オンデマンド出版センターの3事例を紹介する。（編集部）

オフセットと併用で

3社が協業「中小出版社の生き残り手段」

デジタル・オンデマンド出版センター

㈱デジタル・オンデマンド出版センターは、オフセット印刷とPOD印刷を併用して、出版社の「コストの最小化」を実現させている。

同社は印刷会社の研文社と欧文印刷、光和コンピューターが出資した合弁会社。2014年7月、3社の協業により東京国際ブックフェアでテストマーケティングを開始。昨年5月、自動見積り機能付きの「WEB受発注プラットフォーム」を開設した。同11月、デジタル・オンデマンド出版センターを法人化して本格的に事業を進めている。

浴野英生氏

同社では、少部数のPOD出版はもちろん、500部以上の初版分はオフセットの重版分からPODに移行させるなど、「製作原価と在庫数の最小化」を目的に、印刷手法を変える運用提案も行っている。

同社のWEB受発注プラットフォームを利用している出版社はすでに30社。これまで150点超の書籍を手がけている。

ある出版社では、毎年確実な需要が見込める年度版の資格書について、少部数のため17年度版の発行を見送ることを検討していたが、デジタル・オンデマンド出版センターにより、オフセット印刷で初版を製作し、重版分はPOD印刷で対応することで企画は成立し、今年1月に発売した。カバーは最初から重版を想定して初版分の2倍を製作。のちのコストを抑えるためだ。

出版の多様性保持

「絶版を死語にしたい」

産業図書のホルスト・ブレーデカンプ『泳ぐ権力者　カール大帝と形象政治』もこれと同様に、オフセット印刷とPODを使い分けることで同1月、初版1000部以下で発売している。

デジタル・オンデマンド出版センター代表取締役の浴野英生氏は「出版の多様性を保持するためにもPOD印刷は有効。中小の出版社が生き残るための手段として活用してほしい。絶版を死語にしたい」と話す。

学研プラスはプルーフ活用

一方、大手の学研プラスでは、コミックスや料理実用書のプルーフ製作にPOD印刷を用いている。まずはオフセット印刷で800部を作り、追加分をPOD印刷に切り替えている。このプルーフにより、書店の事前注文数を上げ、ヒット作にする狙いだ。

「WEB受発注プラットフォーム」では現在、約70の出版社が見積りをとっているという。いわゆる見込客でもある。当初、浴野氏は出版社営業担当者による反応を期待していたが、ふたを開ければ、「重版できない自社の財産をもう一度、市場に出したい」という営業部以外の部署担当者の声もあるという。

今後、出版社の口コミが広がり、利用社が増えていくと思われる。

新文化
出版界唯一の専門紙
株式会社 新文化通信社
郵便番号 179-0005
東京都豊島区南大塚2-39-7 ヤマモ・大塚ビル
電話 03-3942-5561
FAX編集03-3942-5563
振替東京00170-7-50511
発行人 松島 基和
本紙購読料金
年 年一15,004円（税込）
（毎週木曜日発行）
www.shinbunka.co.jp/