

PIA資料から見た
2014-2015 米国印刷事情
(Part 2)
2015/01/30

竹原 悟

typology@nifty.com

参考資料

Flash Report Archives 2014

- February - Key Metrics to Target Profitability
- March - Frequently Asked Question on Print and the Economy
- April - Print Manufacturing Efficiency スループット分析
- June - Print's 2013-2014 Economic Footprint and Forecast for 2015
- July - Review of Recent Economic and Print Market Trend
- September - Printers' Profits Stall in 2013
- December - Perspectives on Cost, Pricing, and Profits

THE MAGAZINE 2014

- (2014) January - The Economy and Print Markets in 2014-2015
- (2015) January - Why Are the Profit Leaders Profit Leaders?

— 内容 —

- [1] 2013-2014 米国印刷業の実績と2015年の予測
- [2] 最近の経済と印刷市場の傾向を考察
- [3] 2013年 印刷企業の利益は停滞
- [4] コスト、プライシング、利益について検討
- [5] 収益性を達成するための重要な指標
- [6] 戦略計画の重要性
- [7] まとめと感想

[1] 2013-2014 米国印刷業の実績と2015年の予測

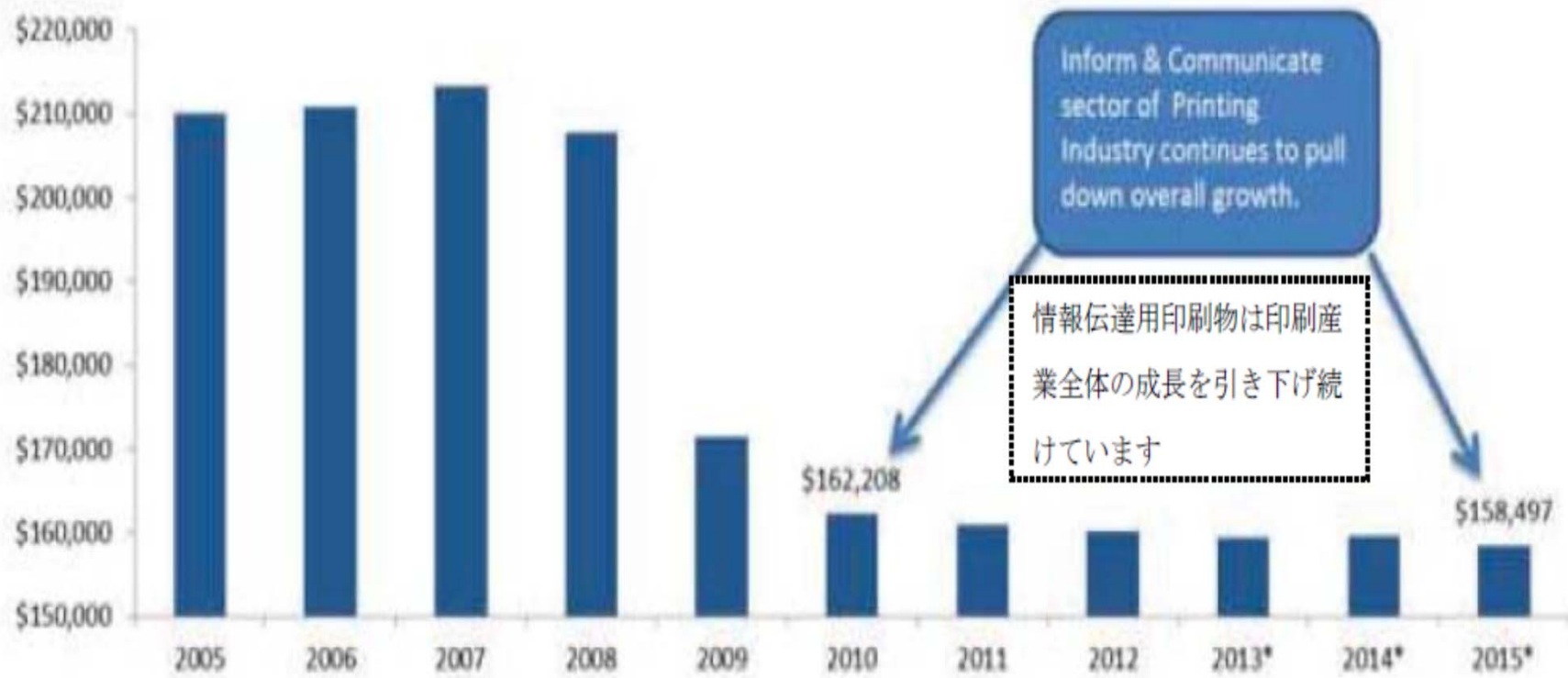
June - Print's 2013-2014 Economic Footprint and Forecast for 2015

Print's Economic Footprint in the U.S. 2013 and 2014			
2013-2014 米国印刷産業の経済実績		2013	2014
Printing and Related Support Activities	印刷同関連業 (NAICS 323)		
Shipments (\$ Billions)	出荷額 (10 億 ^F)	\$84.4	\$86.1
Shipments per plant (\$ Millions)	1 事業所当たり出荷額 (100 万 ^F)	\$3.12	\$3.23
Establishments	事業所数	27,082	26,676
Employment	従業者数	461,474	454,552
Print-Related Media	印刷関連メディア業 (NAICS 511)		
Shipments (\$ Billions)	出荷額 (10 億 ^F)	\$74.9	\$73.4
Shipments per plant (\$ Millions)	1 事業所当たり出荷額 (100 万 ^F)	\$4.04	\$4.00
Establishments	事業所数	18,514	18,329
Employment	従業者数	461,097	451,875
Total Commercial Printing and Print-Related Media	全印刷産業 (NAICS 323+511)		
Shipments (\$ Billions)	出荷額 (10 億 ^F)	\$159,535	\$158,497
Shipments per plant (\$ Million)	1 事業所当たり出荷額 (100 万 ^F)	\$3.49	\$3.52
Plants	事業所数	45,596	45,005
Employment	従業者数	922,571	906,427

印刷産業の出荷額

Total U.S. Printing and Print Related Media
(Shipments \$Millions)

全印刷産業
(出荷額 (100万*))



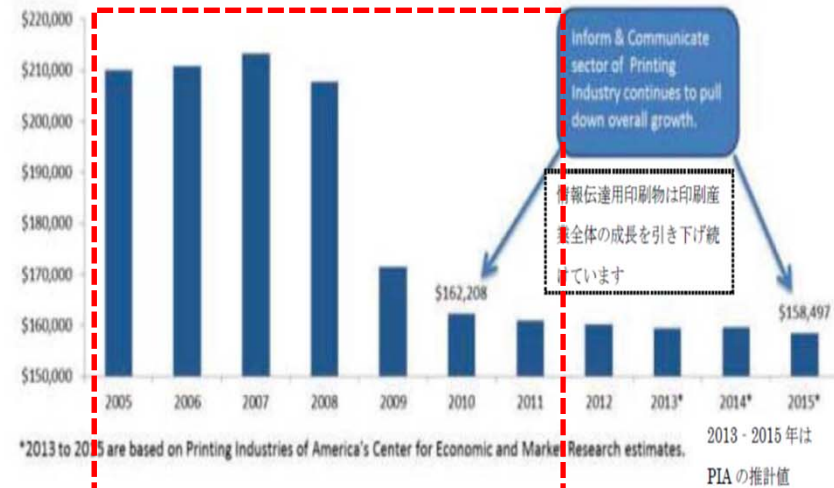
*2013 to 2015 are based on Printing Industries of America's Center for Economic and Market Research estimates.

2013 - 2015年は
PIAの推計値

2010-2015の変化を計算してみると
年率 0.5%となる

Total U.S. Printing and Print Related Media (Shipments \$Millions)

全印刷産業
(出荷額 (100万*))

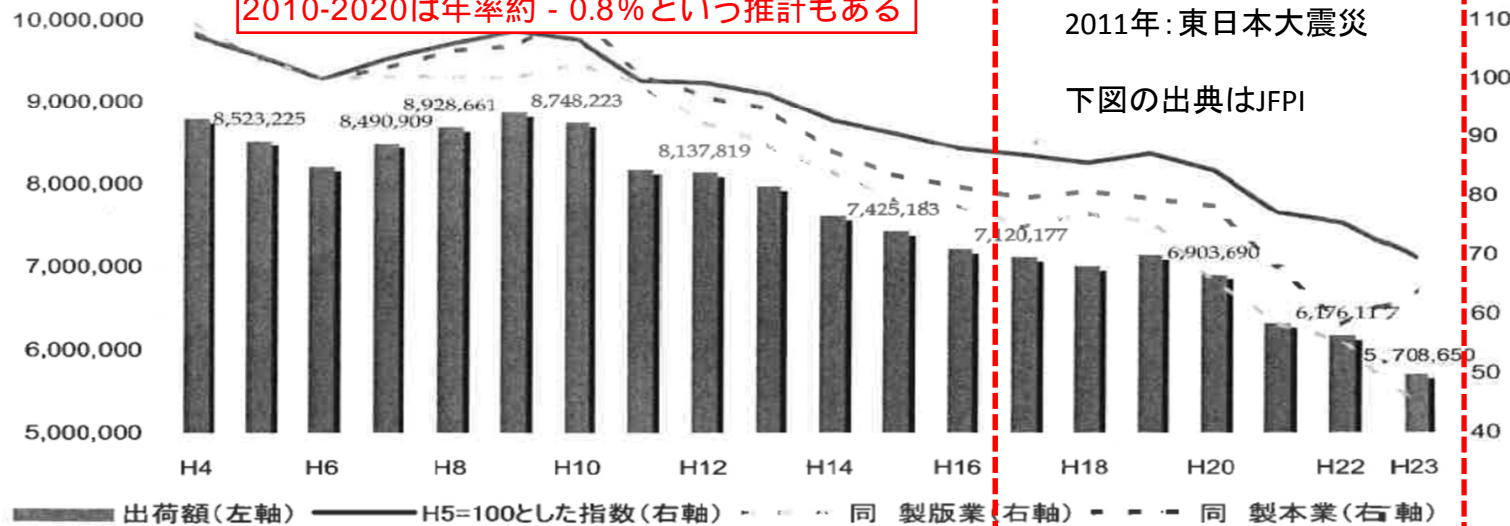


印刷産業の出荷額は平成20年度以降減少が続いています。21年度は前年度比▲9%の大幅な落ち込みとなり、さらに23年度には6兆円を下回り、5兆7087億円になりました。

2000-2010は年率約 - 2.7%
2010-2020は年率約 - 0.8%という推計もある

【参考】
2008年：リーマンショック
2011年：東日本大震災

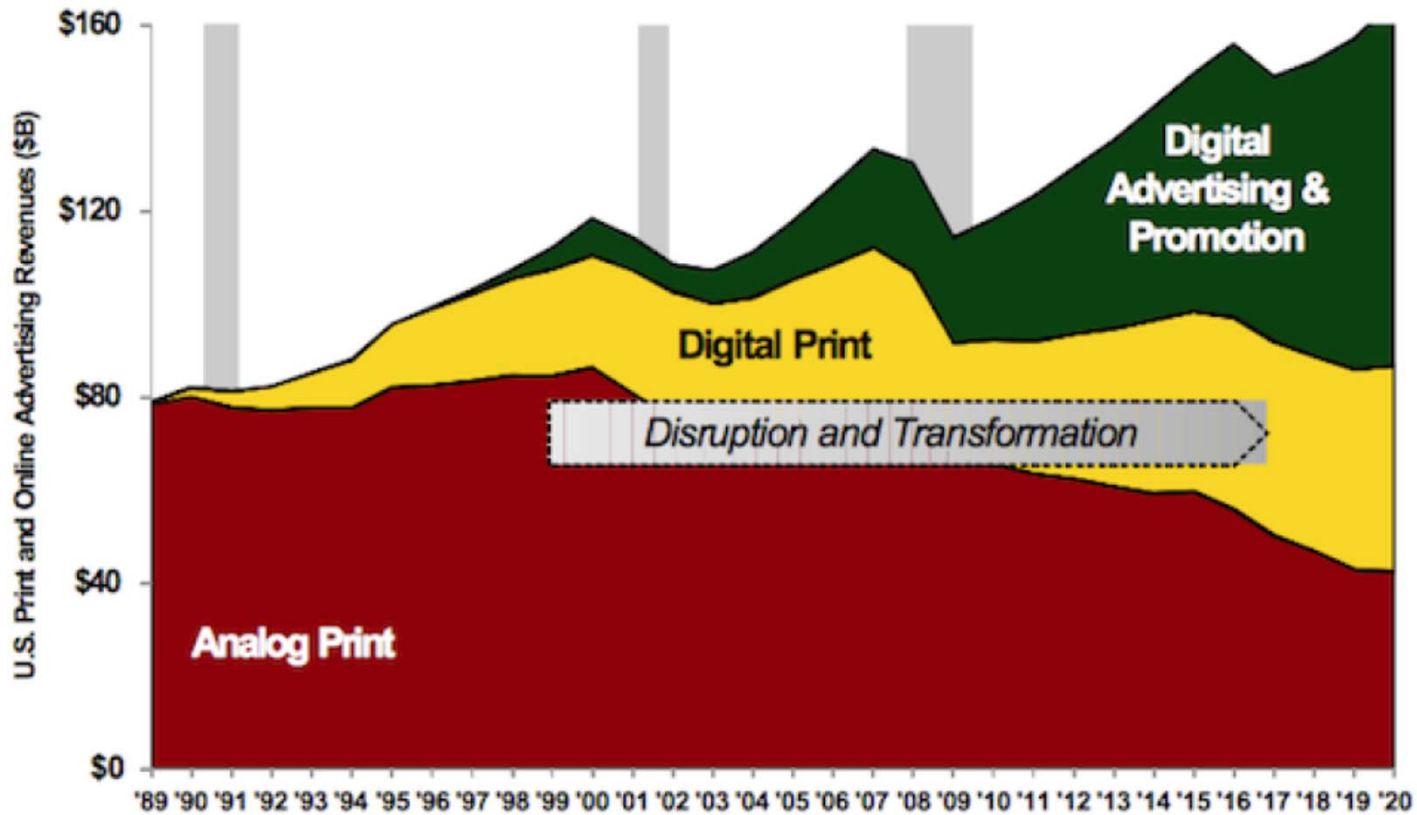
下図の出典はJFPI



Will You Thrive, Survive, or Die in 2015?

繁栄？ 生存？ 死？

By Howie Fenton. Published January 15, 2015. WhatTheyThink?



Segments: U.S. Commercial Print, Quick Print, In-Plant, Data Center, Photofinishing

Source: InfoTrends

■ = U.S. Economic Recession

製造請負業的受注産業から
提案請負うがた受注産業へのmetamorphose変態を示唆

カーディーラーの広告支出

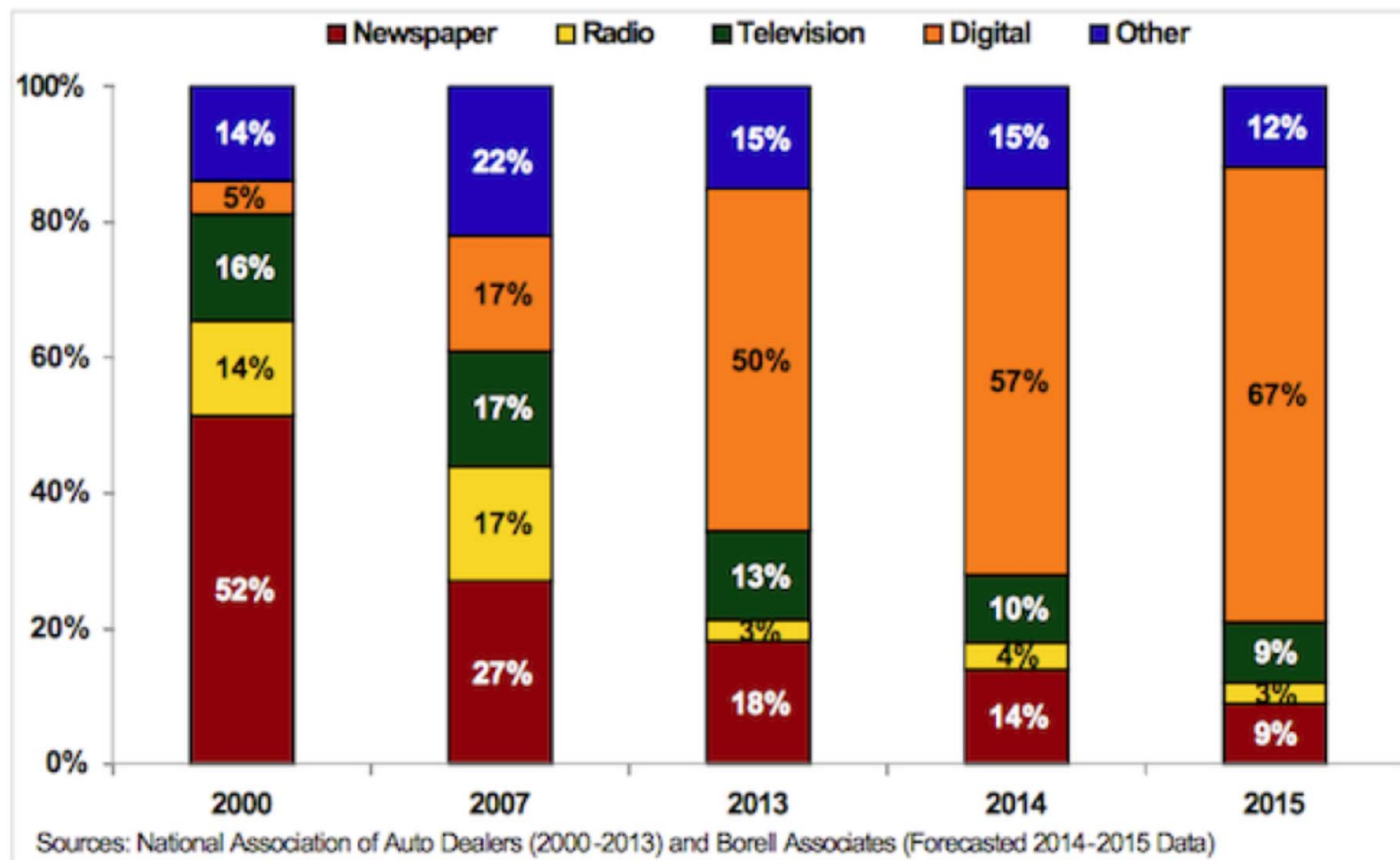


Figure 2: Car Dealer Ad Spending by Medium

印刷市場の3分割 Hot, Warm and Cold Market

Hot Markets (ホットな市場)		Warm Markets (ウォームな市場)		Cold Markets (コールドな市場)	
Signs and Signage	看板、電子看板	Quick Printing	軽印刷	Catalogues and Directories	カタログ・名簿・住所録
Direct Mail	ダイレクトメール	Business Cards	名刺	Circulars	回覧・チラシ
Package Manufacturing	パッケージ製造	Pharmaceutical and Cosmetic Labels	薬用・化粧用ラベル	Trade Binding	諸製本/図書館製本
Point of Purchase Display	POP	Inserts	折込	Greeting Cards	グリーティング・カード
Poster	ポスター	Brochures	ブローシュア (豪華なパンフレット)	Magazine & Periodicals	雑誌 定期刊行物
Speciality Printing	特殊印刷	Private Label Converting	個人用ラベル加工	Loose-Leaf Printing	ルーズリーフ印刷
		Graphic Finishing	グラフィック印刷	Financial & Legal Printing	財務・有価証券報告書印刷
		Household Labels	家庭用品用ラベル	Stationery	文房具
		Pamphlets	パンフレット	News Paper Printing	新聞印刷
		Personal Care Labels	個人情報保護用ラベル	Business Forms Printing	ビジネス・フォーム印刷
		Book Printing	書籍印刷		

2012-2014 マーケット・セグメントの変化

2012-2013 Market Segment の変化

作図: gothic 2014/06/22

出典: Flash Report Vol.4. June 2014 PIA

Demand Index

出典: PIA Print Market Update 4Q 2012

Demand Index

Market Segment	2012-2013 Demand Index	2013-2014 Demand Index
Hot Markets		
Signs and Signage	?	79
Direct Mail	?	76
Package Manufacturing	?	72
Point of Purchase Display	?	70
Poster	?	68
Speciality Printing	?	58
	?	56
Warm Markets		
Quick Printing	?	55
Business Cards	?	54
Pharmaceutical and Cosmetic Labels	?	50
Inserts	?	50
Brochures	?	47
Private Label Converting	?	42
Graphic Finishing	?	38
Household Labels	?	35
Pamphlets	?	32
Personal Care Labels	?	20
Book Printing	?	20
	?	17
Cold Markets		
Catalogues and Directories	?	-6
Circulars	?	-8
Trade Binding	?	-9
Greeting Cards	?	-14
Magazine & Periodicals	?	-22
Loose-Leaf Printing	?	-30
Financial & Legal Printing	?	-32
Stationery	?	-33
News Paper Printing	?	-43
Business Forms Printing	?	-42
		-46
		-47

機能別印刷市場の展望

Outlook for Print Markets by Function

Percent Change in Nominal Annual Shipments

印刷物の機能別市場展望
名目年間出荷額の変化 (%)



[2] 最近の経済と印刷市場の傾向を考察

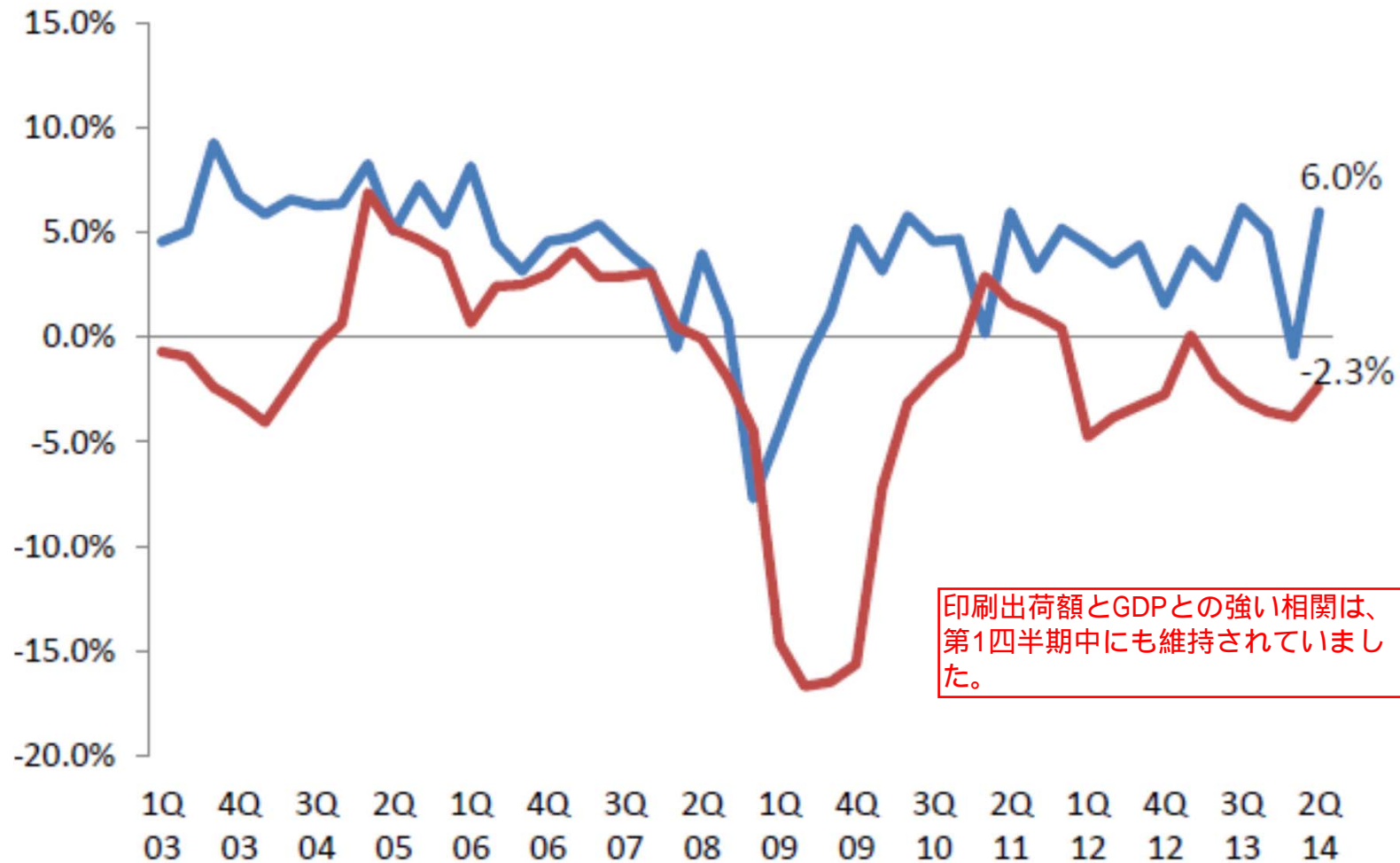
July - Review of Recent Economic and Print Market Trend



GDPと印刷産業出荷額

Percent Change in Nominal GDP vs. Nominal Print

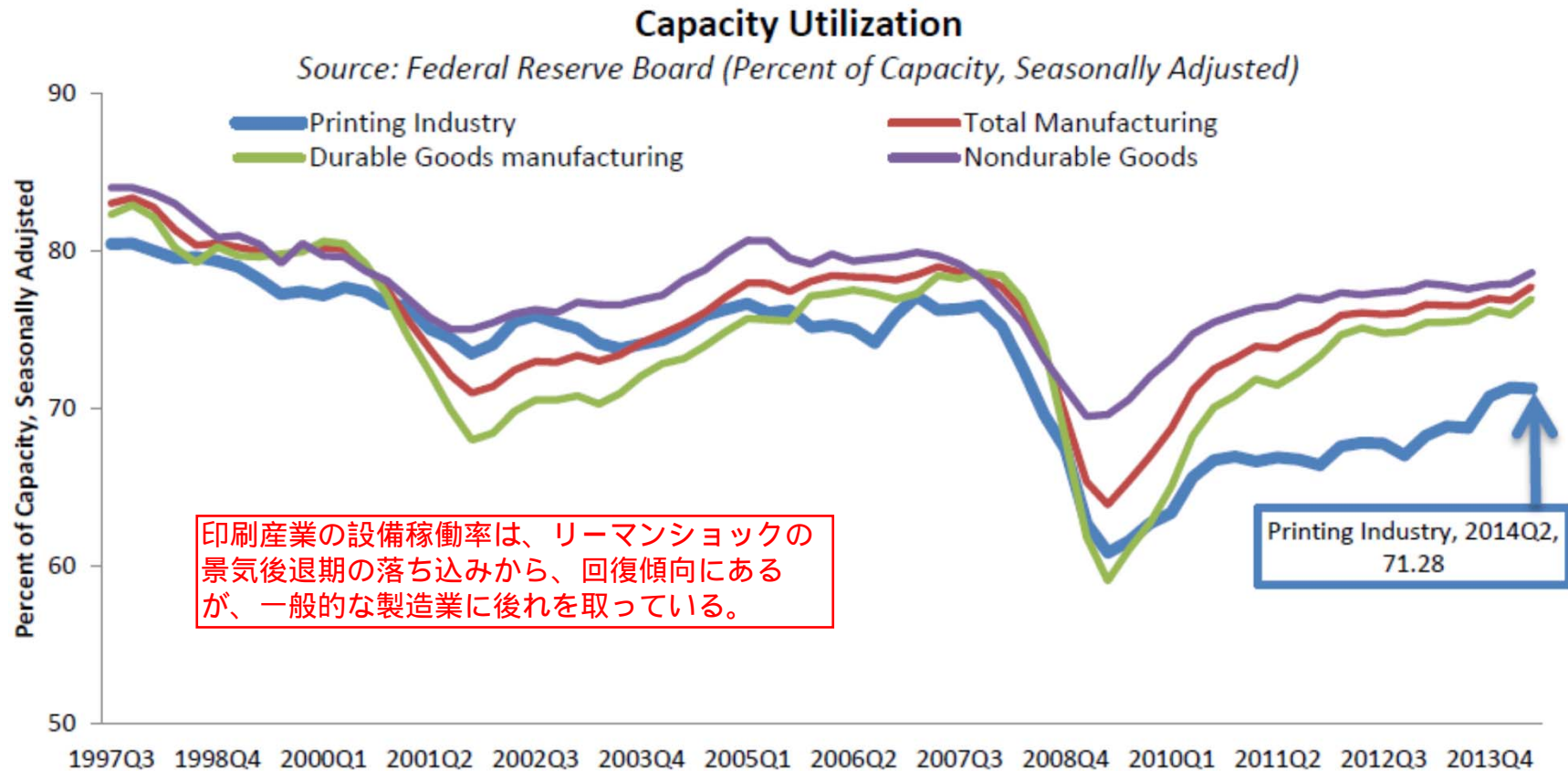
— GDP percent change based on current dollars



印刷出荷額とGDPとの強い相関は、第1四半期中にも維持されていました。

設備稼働率

(印刷産業は景気の後退に先行し、景気の回復に遅行する)



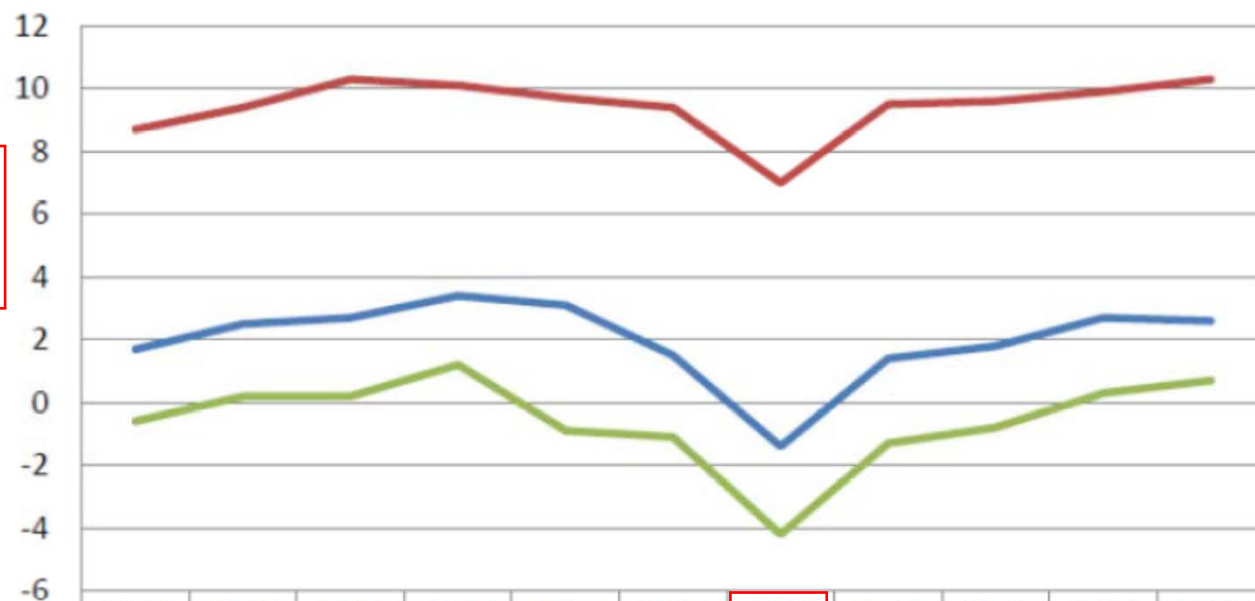
[3] 2013年 印刷企業の利益は停滞

September - Printers' Profits Stall in 2013

2004-2014
売上利益率

Profit as a % of Sales 2004-2014

プロフィットリーダー
営業利益率のトップから25%以内
プロフィットチャレンジャー
営業利益率のボトムから75%遡上



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
—平均(全体)	1.7	2.5	2.7	3.4	3.1	1.5	-1.4	1.4	1.8	2.7	2.6
—リーダー	8.7	9.4	10.3	10.1	9.7	9.4	7	9.5	9.6	9.9	10.3
—チャレンジャー	-0.6	0.2	0.2	1.2	-0.9	-1.1	-4.2	-1.3	-0.8	0.3	0.7

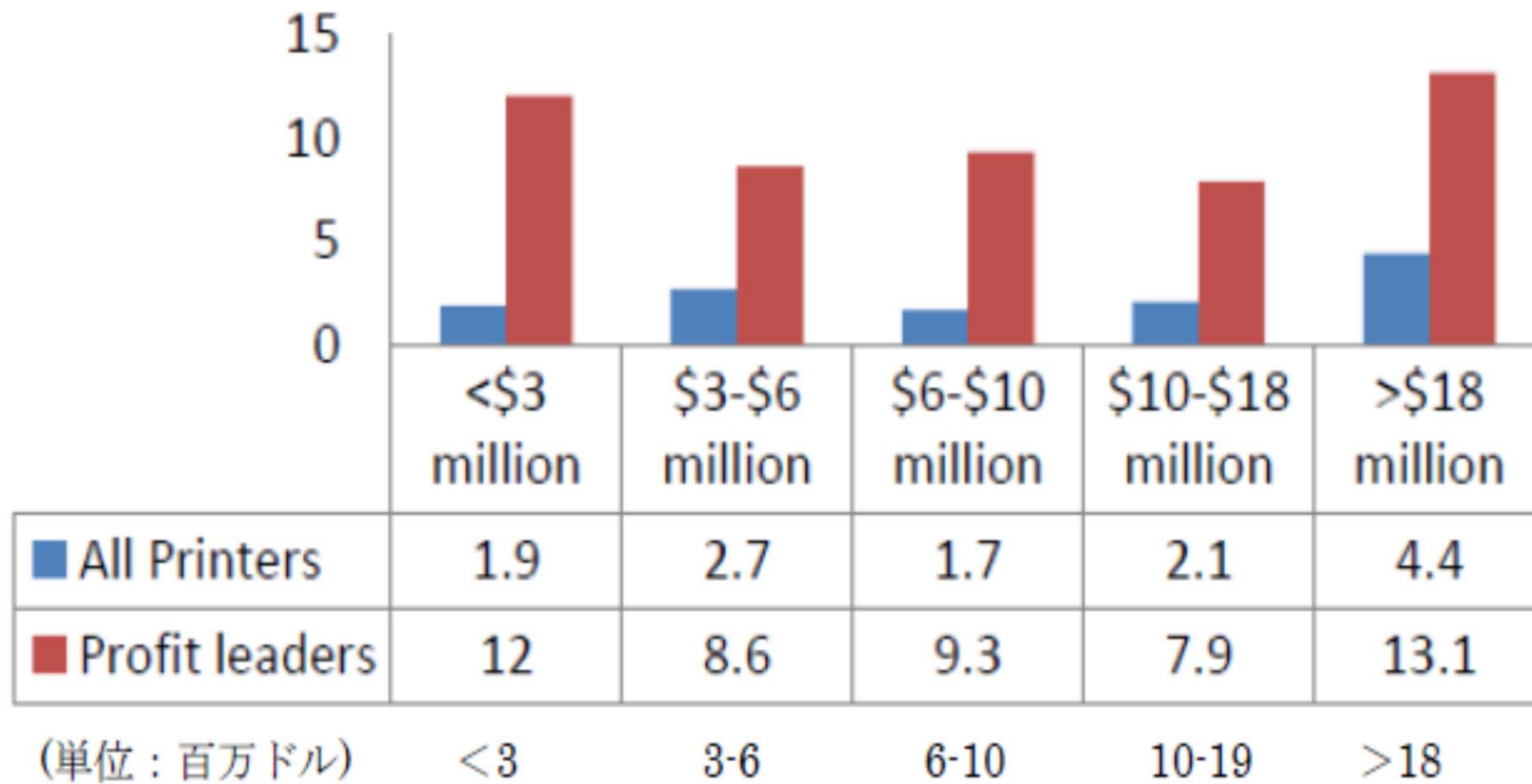
—平均(全体)
—リーダー
—チャレンジャー

* : 「年」は調査実施年を示す。2014年の経営指標は2013年の会計年度からの推定です。

訳注：全印工連の営業利益率 2.6 3.3 2.7 2.1 2.0 2.0 1.4 1.6 2.0 2.8 —

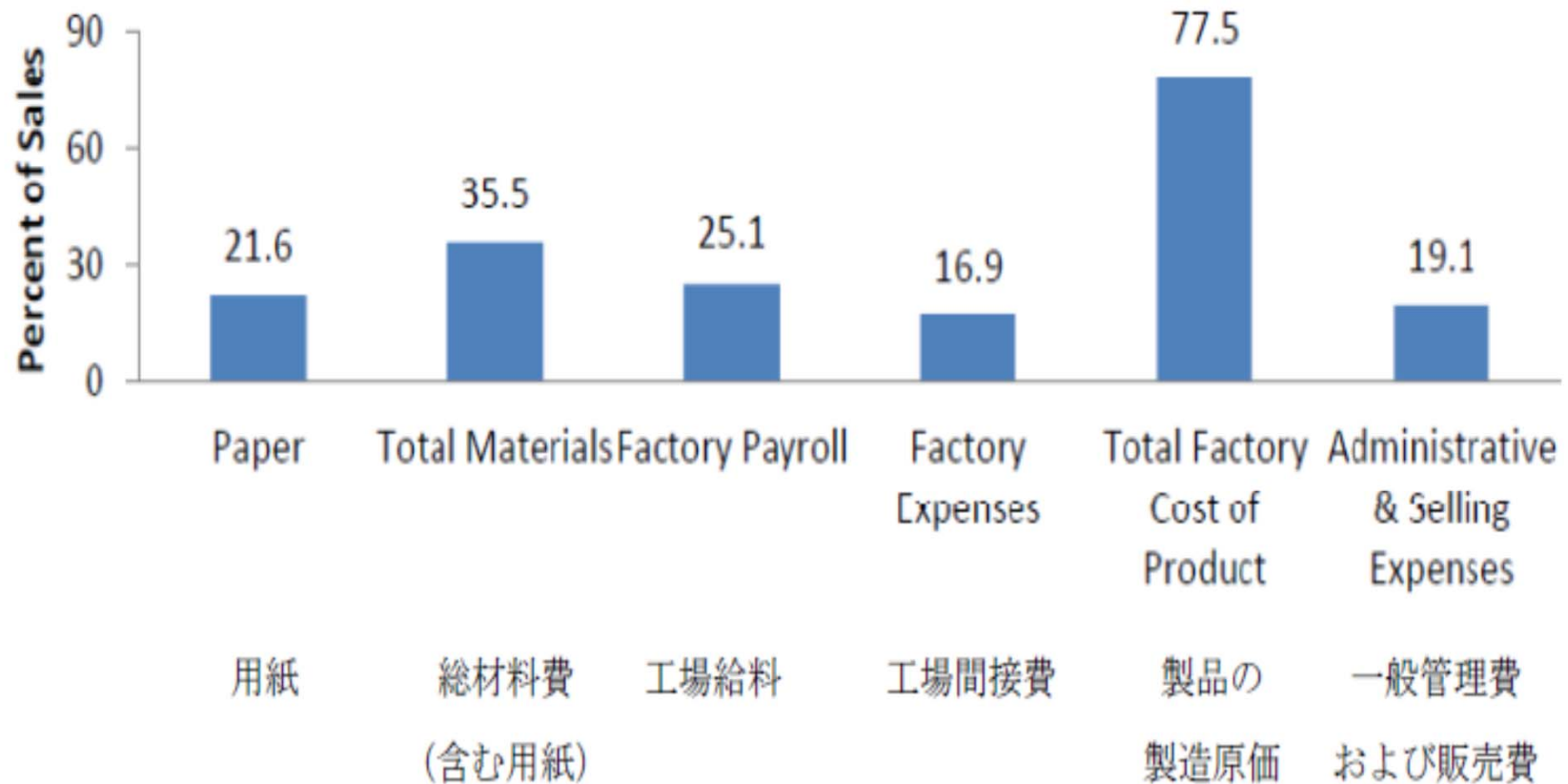
売上規模別利益率 2014年調査

Profit Rates by Size 2014 Survey (2013 Fiscal Year Results)



主要コスト項目の売上高比率

Major Cost Items Percent of Sales



生産性の傾向

生産性の傾向

生産性指標

売上／従業員

売上／工場従業員

付加価値／従業員

付加価値／工場従業員

Productivity Trends					
		2014		2013	
Productivity Measures	All Firms	Profit Leaders	All Firms	Profit Leaders	
Sales per employee	\$ 150,678	\$ 167,951	\$ 155,348	\$ 171,153	
Sales per factory employee	202,879	209,331	212,584	238,731	
Value added per employee	98,822	109,917	100,304	113,158	
Value added per factory employee	130,895	141,627	134,670	153,045	
	印刷企業平均	プロフィットリーダー	印刷企業平均	プロフィットリーダー	

**2014 is for fiscal year 2013 and 2013 is for fiscal year 2012 in the chart above.*

**上記の表中、「2014」は2013会計年度、「2013」は2012会計年度のことです。*

製品特性格別利益率

製品特性格別利益率

売上利益率

製品特性

印刷

軽印刷

パッケージ

DM

ラベルと仕上加工

フォーム / 記録

書籍

雑誌・定期刊行物

広告

新聞

非印刷

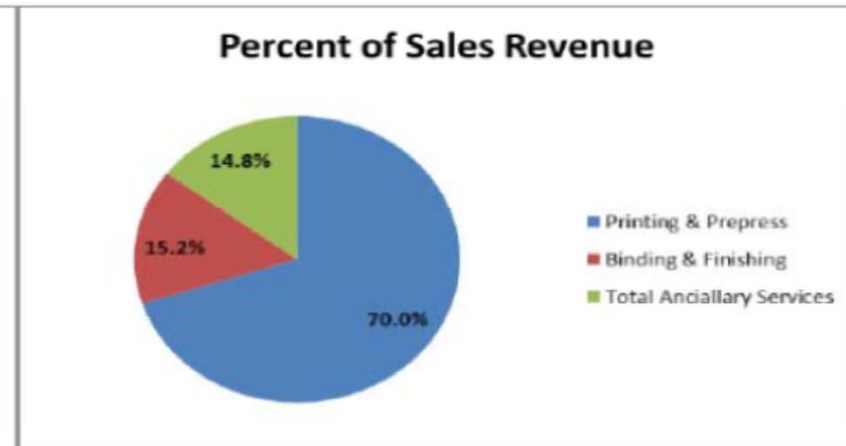
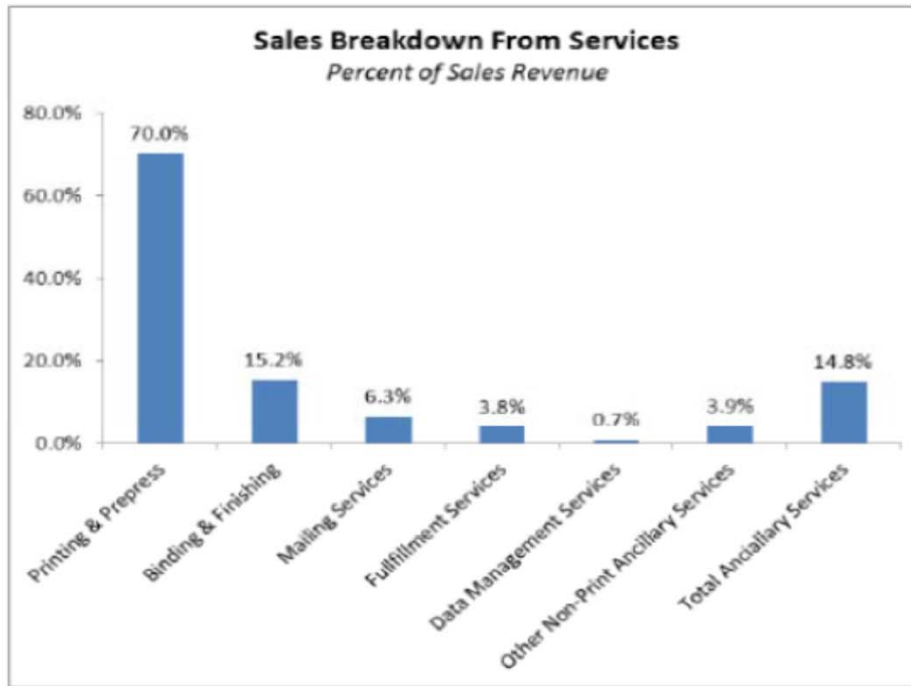
Profits (Losses) by Product Specialty						
Product Specialty	Profit (Loss) Rates by Year % of Sales					
	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Printing						
Quick Printing	9.11%	5.62%	0.95%	3.46%	n/a	7.45%
Packaging	6.84	5.56	5.15	4.88	2.40%	5.03
Direct Mail	6.15	2.32	1.86	1.26	0.10	7.05
Converters & Labels	4.43	4.03	3.22	3.26	0.56	1.45
Forms/Documents	3.33	n/a	5.30	n/a	1.09	1.32
Books	2.92	3.57	4.52	6.64	4.73	7.47
Magazines/Periodicals	2.56	2.03	0.54	(0.03)	0.46	1.18
Commercial/Advertising	1.74	2.33	1.34	0.63	(2.24)	0.69
Newspapers	n/a	n/a	n/a	5.93	n/a	4.53
Non-printing						
Binding	3.33	(2.95)	(1.30)	1.15	(1.88)	0.44

*2014 is for fiscal year 2013, 2013 is for fiscal year 2012, etc., in the chart above.

*上記の表中、「2014」は2013会計年度、「2013」は2012会計年度…の事です。

サービス別売上高構成

売上高構成比



売上構成比

■ プリプレスと印刷	70.0%
■ 製本・仕上加工	15.2%
■ 付帯サービス合計	14.8%

サービスによる売上の内訳 売上構成比 (%)

70.0	15.2	6.3	3.8	0.7	3.9	14.8
プリプレス・印刷	製本・仕上加工	メーリング・サービス	フルフィルメント・サービス	データマネージメント・サービス	その他非印刷付帯サービス	付帯サービスの合計

[4] コスト、プライシング、利益について検討

December - Perspectives on Cost, Pricing, and Profits

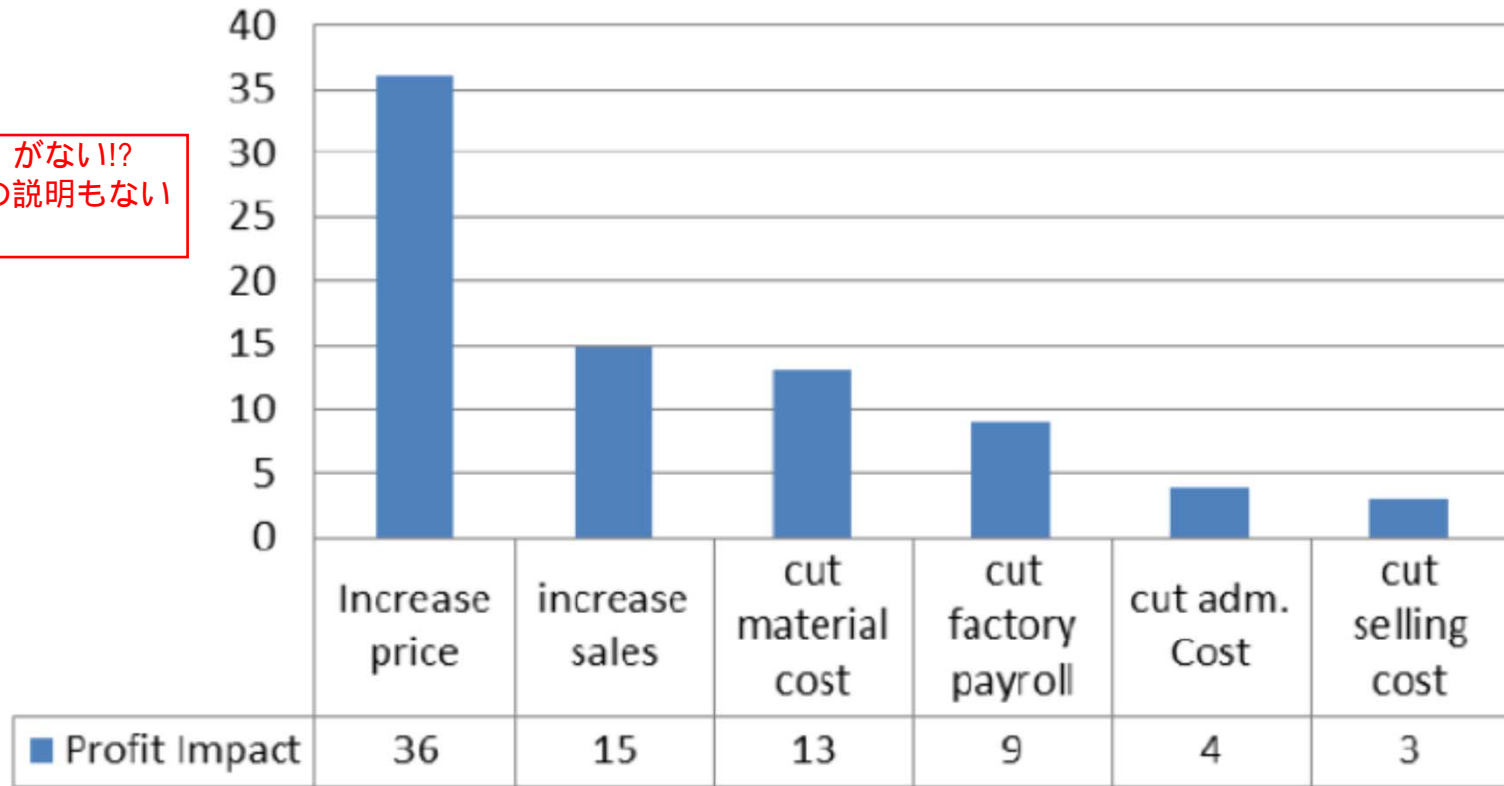
Dr. Ron Davis, Senior Vice President and Chief Economist, PIA

- プライシングは最も難しい意思決定の一つ
 - 理想的には「価格(料金)」はコスト、価格の弾力性、競合のダイナミクス(競合社数)を反映
 - コストを知る必要はあるが、マーケットが負担してくれそうな価格を調べること
 - 顧客の「強さ」と「ニーズ」そして顧客自身の市場力などを考慮すること
- 考慮すべき幾つかの要因
- 顧客のニーズと需要への精通度
 - 印刷製品の顧客ビジネスの戦略・戦術への重要度
 - より多くの付帯サービスを取り込むこと(訳注:PIAの特化多様化戦略で、競合他社に対する障壁の構築)
 - 印刷製品の機能と顧客の使い方
 - 他の競争相手…競合社数と受注願望

1%が利益に及ぼす影響

1 % Solutions: Profit Impacts

縦軸の「次元」がない!?!
本文中に、その説明もない



価格アップ 売上高アップ 材料費カット 工場賃金・給料カット 管理費カット 販売コストカット

利益に及ぼす効果

[5] 収益性を達成するための重要な指標

February - Key Metrics to Target Profitability

貴社が選ぶべき指標は？

4つの指標すべてが、収益性と相関がありますが、年商額によって相違があります。様々な「リーダーとチャレンジャー」間のギャップの相対的な大きさに基づいて、目標として最適指標は、以下の通りです。

<作表は抄訳者>

年商規模	最も適切な指標			
	従業員 1人当り売上高	工場従業員 1人当り売上高	従業員 1人当り付加価値額	工場従業員 1人当り付加価値額
300万 ^{ドル} 以下	○	○	○	○
300万-600万 ^{ドル}	○			
600万-1,000万 ^{ドル}				○
1,000万-1,800万 ^{ドル}		○	○	○
1,800万 ^{ドル} 以上			○	○

抄訳編集後記：営業利益率と、上記4つの指標との間に「相関がある (correct with)」といいながら、著者の Dr. Davis は相関係数を求めているのは、なぜなのか？
本抄訳の「相関がある」という訳語は「関係がある」と訳すべきであったのかもしれない。

Why Are the Profit Leaders Profit Leaders?

Ralph I Williams Jr.
Management Lecturer
Middle Tennessee State University
Doctoral Candidate, Kennesaw State University
ralphwilliams@comcast.net

Edward Gleeson
Vice President of Economics & Market Research
Printing Industries of America
egleeson@printing.org

Scott Manley
Lecturer of Management
Valdosta State University
Doctoral Candidate, Kennesaw State University
scmanley@valdosta.edu

プロフィットリーダーたる 所以は？

ラルフ I ウィリアムズ・ジュニア
マネジメント学 講師
中央テネシー州立大学博士号候補者
Kennesaw 州立大学

エドワード・グリーソン
副部長 市場調査部 PIA

スコット・マーリン
マネジメント学講師
Valdosta 州立大学博士号候補者
Kennesaw 州立大学

[6] 戦略計画の重要性: the Magazine, January 2015, PIA

Why Are the Profit Leaders Profit Leaders?

Edward Gleeson, Vice President of Economic & Market Research, 他2名

WAS THE STRATEGIC PLANNING PROCESS IMPORTANT?				
<p>The numbers below are an index rating representing the level of importance respondents feel their company places on strategic planning. Survey respondents were asked to indicate the degree of agreement they had with each statement on a 1 to 5 scale. One indicated "Strongly Disagree." Five Indicated "Strongly Agree." From this scale we calculated the index value. The higher the index reading, the stronger the level of agreement.*</p>				
	All Respondents	Profit Leaders	Average Respondents	Profit Challengers
Top executives take the initiative to plan strategically.	71%	95%	71%	45%
Strategic planning is a top priority performed each year.	37%	60%	40%	5%
The organization provides sufficient resources for strategic planning.	21%	45%	17%	5%
The organization follows a defined process in its strategic planning process.	-15%	-5%	-12%	-30%
All managers whose work might be affected significantly by strategic planning participate in the planning process.	13%	35%	14%	-10%

**To calculate the index value we took the percent reporting five or four minus the percent reporting a one or two. If a higher percentage of respondents report one or two there can be a negative index reading.*

戦略計画の重要性（PLS法—共分散構造分析）

Partial Least Squares—Structure Equation Modeling

戦略計画の重要性

戦略計画と収益性との間に明白な統計的相関関係（有意水準0.05）を発見

表中の数字は、回答者が自社の戦略計画に感じる重要度のレベルを表す重要度評価（index rating）です。各設問に対し5段階評価で「合意の度合い」を示すよう求めました。「1」は「強く不同意」、「5」は「強く同意」とし、この数値から重要度指数（index-value）を計算します。指数が「大きい」と同意のレベルが強いことを示します。

	全回答者	プロフィット リーダー	回答者の 平均	プロフィット チャレンジャー
経営のトップが戦略計画を主導する	71%	95%	71%	45%
戦略計画は、毎年実行される最優先課題です。	37%	60%	40%	5%
組織は戦略計画に十分なリソースを提供します	21%	45%	17%	-5%
組織は、その戦略計画の明確なプロセスに従う	-15%	-5%	-12%	-30%
戦略計画によって、自分の仕事が影響を受ける全マネージャーは、戦略計画に関与する	13%	35%	14%	-10%

* 重要度指数の計算は、「5」または「4」の回答率から、「1」または「2」の回答率を引き算したものです。「1」または「2」の回答率が高ければ、重要度指数は「マイナス」となります。

サンプリング社数	82社	リーダー	チャレンジャー
営業利益率 平均		22.1% ~ 8.5%	1.5% ~ -4.0%
		13.1%	-3.4%

[7] まとめ

- PIAの出荷額予測は楽天的すぎないか？
- PIAが財務指標とマネージメント項目との構造(多変量)解析に着手した!?
- Demand Indexに見られるように市場の変化が激しい
- 日本の印刷産業界にもチーフ・エコノミストとマーケットターを育てる組織が欲しい。

文献・資料のみに依存した解説を
ご清聴いただき感謝

竹 原 悟

typology@nifty.com

2015/01/30