

지역미래견인기업 사례(8) 니시카와

- 인쇄업의 새로운 비즈니스 모델에 도전 -

- 동사는 1948년 창업한 상업용 인쇄 점포기업으로서, 종이매체의 축소에 따라 인쇄업의 새로운 비즈니스모델 구축에 도전해왔음
- 동사는 인쇄업태의 전환 뿐만 아니라, 여러가지 제휴에 의한 새로운 솔루션으로 인쇄 이외의 것도 목표로 하는 전략을 테마로 하고 있음
- 동사의 니시카와 사장은 「인쇄물은 수요와 공급의 균형에 의해 성립된다. 그러나 정보가공능력에 의해 창출되는 크리에이티브는 무한하다」고 인쇄 플러스 알파의 신사업에 의해 정보 가공업으로서의 가능성을 모색하고 있음

□ 정보 가공업을 지향하는 니시카와

- 니시카와는 1948년 창업한 상업용 인쇄 점포기업으로서, 종이매체의 축소에 따라 인쇄업의 새로운 비즈니스모델 구축에 도전해왔음
 - 버추얼 프로모션사업의 일환으로서, 찌라시나 다이렉트메일, 팜플렛 등 인쇄로 쌓아온 현실에서의 정보가공의 노하우를 디지털 및 버추얼 등 새로운 수단으로 고객을 찾는 판매 촉진을 종합적으로 지원하고 있음
- 동사는 시대의 변화에 대응한 정보 가공업으로서, 자치체를 비롯해 여러 기업·단체를 끌어넣어, 지역경제의 활성화를 지향하고 있으며 사회에서 요구되는 새로운 가치창조를 미션으로 파악하고 있음

□ 전자화의 영향으로 적극 업태를 전환

- 교통량이 많은 동경의 신오매가도변에 주변의 환경에 동화된 분위기의 건물이 있음
 - 녹색을 기조로 자연을 테마로 한 화려한 사무실 공간이 나타나고, 크리에이터(어떠한 콘텐츠를 기획하고, 제작하는 사람)들이 일에 열중하고 있음
- 니시카와는 창업 이래 찌라시나 카탈로그, 팜플렛 등의 상업용 인쇄물이 중심이 되었으나, 전자화의 영향에 의한 종이매체의 시장축소에 따라 인쇄업으로부터 업태를 변화시켜옴


- 2대 사장인 니시카와 세이이치(西川誠一)사장은 취임과 동시에 정보가공 서비스업으로의 업태전환에 적극적이었음
- 예를 들면, 인쇄공장내에 있는 12대의 짜라시용 운전인쇄기는 서서히 대수를 줄여 현재는 6대로 축소하는 한편, 판이 필요 없고 주문대응이 가능한 디지털인쇄기를 도입하여 소(小)ロット 다품종 인쇄가 가능하게 됨
- 인쇄업으로부터 철수하는 것이 아니고 인쇄의 방법을 바꾸고 나아가 인쇄 플러스알파에 가치창조에 주력함
- 니시카와는 2015년에 3차원 컴퓨터그래픽스(3DCG)를 제작하는 가오컴퍼니를 매수하여 완전 자회사화 함
 - 3DCG나 애니메이션 등 제작능력을 자사의 전력으로 하여 광고를 내는 매체를 선정에서 콘텐츠 기획·제작까지 일관하여 다룸
 - 현재 추진하고 있는 것은 VR(가상현실)과 AR(확장현실), 홀로그램 등 가오컴퍼니의 매수에 의해 가져온 버추얼 프로모션 사업의 강화임
 - 예를 들면, 손목시계와 보식품, 헤드폰 등 하이브랜드제품의 3DCG를 투영시켜, 어둠속에 떠오르게 하는 연출을 함
 - 또한 역내 상업시설에서는 기존 캐릭터를 3DCG애니메이션화 하고, 전차의 차량내 비전 및 각 시설의 사이니지 등을 구사하여 역 이용자의 도선에 맞는 효과적이고 인상적인 프로모션을 함

□ 인쇄 이외의 사업을 지향

- 니시카와는 2014년 인쇄업에 구애받지 않는 각종 솔루션 개발을 지향하는 주식회사 넥스미디어를 발족시킴
 - 니시카와 사장은 “구태여 종이는 목표로 하지 않는다. 여러가지 제휴에 의해 새로운 솔루션을 제공한다”고 인쇄 이외의 것을 목표로 하는 전략을 테마로 함
 - 그 결과 착안한 것은 무료서비스를 의미하는 프리미엄을 테마로, 지역과의 연휴를 모색하는 것임
 - 동경 다마 지구에 있는 시정촌 자치체의 광보지를 전자화하고, 일람할 수 있는 「TAMAEbooks」의 사이트를 운영하기 시작함

- 행정정보를 비롯하여 관광, 문화, 복지, 교육 등 다마지구의 각 단체의 정보지와 팜플렛 등을 집약하여 전자화하여 게재함
- 게재단체수는 100개를 상회하여 자치체로는 다마지구 시정촌의 80%이상을 망라함
- 이용자들은 자치체의 광보를 속독할 수 있는 외에 관광협회나 광보단체의 광보정보도 실제로 볼 수 있게 함
- 특징적인 것은 사이트에 기업광고가 아닌, 게재주로부터도 게재료를 받지않음
- 인터넷미디어가 상식으로 하는 광고모델이 아니고, 자치체 등 각 단체와의 관계를 구축하고 거기에서 파생되는 여러 골칫거리를 흡수하는 대면적인 설루션에 의해 수익화를 꾀하는 비즈니스모델임

□ 크리에이티브는 무한

- 어느 관광협회는 지역관광의 효과적인 프로모션을 과제로 하고 있었음
- 니시카와 사장은 자사만으로 제작하는 데는 한계가 있다고 보고, 평상시 얼굴을 맞대고 영업활동을 하고 있기 때문에 얻을 수 있는 일감을 점점 늘리고 있었음
- 니시카와그룹 전체 매출액은 80억 엔 정도로 가오컴퍼니사의 매수와 넥스미디어사의 견인으로 새로운 성장이 예상됨
- 니시카와 사장은 “인쇄물은 수요와 공급의 균형에 의해 성립된다. 그러나 정보가공능력에 의해 창출되는 크리에이티브는 무한하다”고 인쇄 플러스 알파의 신사업에 의해 정보가공업으로서의 가능성을 모색하고 있음. 

【기업정보】 니시카와

▽주소= 동경도 히가시야마토다카키30351-1	▽창업= 1948년9월
▽사장= 니시카와 세이이치(西川誠一)	▽매출액= 45억4,000만엔(2017年9月기)

< 참고자료 >

경제산업성, 『지역미래견인기업 vol.4』 2018년 5월14일 <https://meti-journal.jp/p/248>