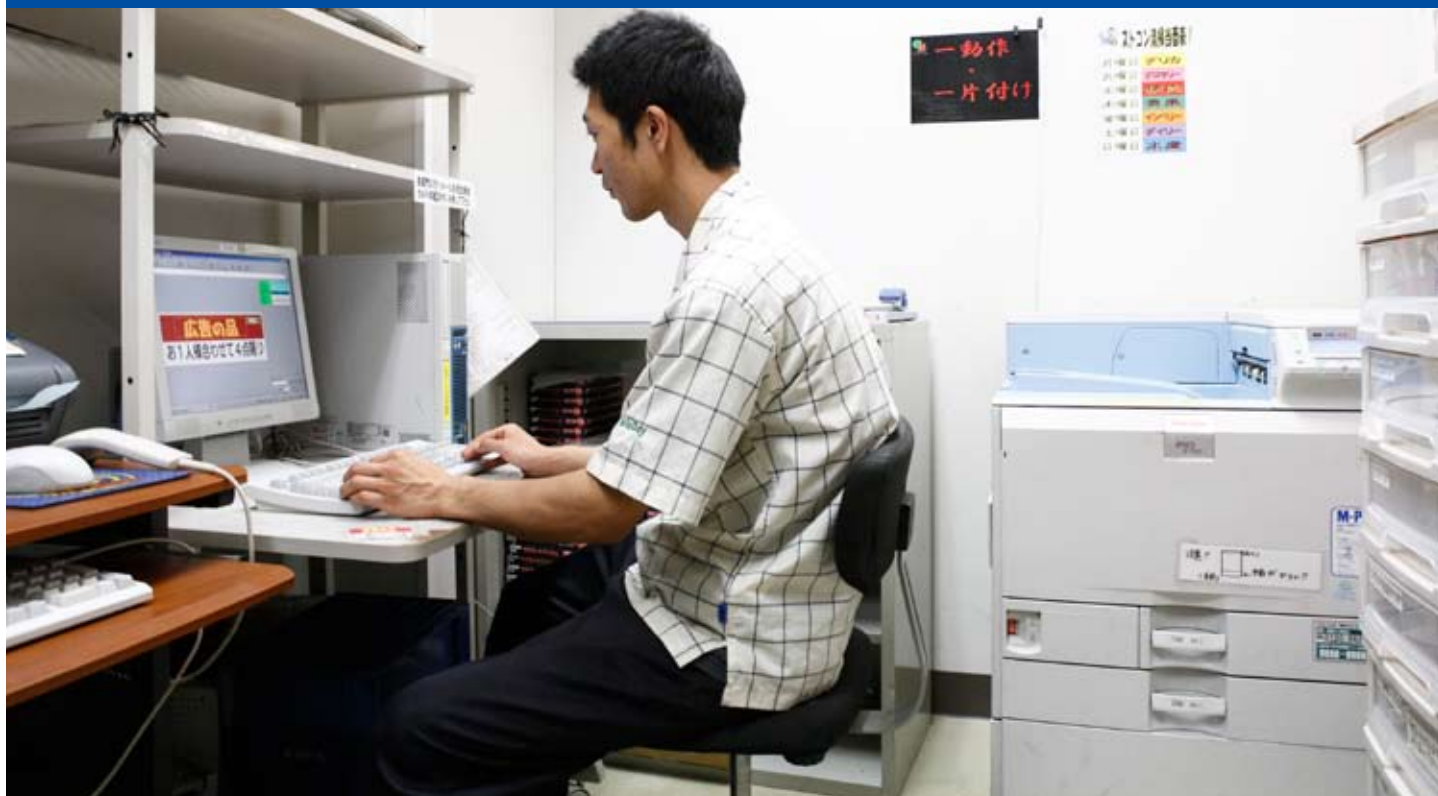


[RICOH Printing Solution] IPSiO シリーズ導入事例

POP制作業務でカラーレーザープリンターをフル活用!

スーパーでは、POPも『鮮度』が命。
コストと手間を省けるワークフローを構築できたことで、
よりお客様にアピールするPOP制作が可能に。



導入の背景

店舗数が増えるにつれ、
POP出力への工夫・対応に追われた。

福岡、山口、熊本の3県に30店舗以上のスーパーマーケットをチェーン展開している株式会社ハローデイ様。店舗を「アミューズメント・フード・ホール」と考える独自コンセプトのもと、お客様に心からお買い物を楽しんでいただくための店舗づくりを進めている。店舗ごとに趣向を凝らしたディスプレイを展開している同社では、「販促POP」は売場を盛り上げるための重要なツール。かねてからその制作用として店舗ごとに随時プリンターを導入してきたが、メインに使用していたのは出力スピードの遅い他社製インクジェットプリンターだった。以前は、本部で一括出力して各店舗へ配送していたが、印刷枚数の多いツールだけに、プリンター導入後も店舗での出力だけでは間に合わず、本部がその対応に追われることもあった。「店舗ごとにPOPの



要望が当然違うんですよ。大きいサイズが必要な店舗もあれば、小さいサイズが必要な店舗もある。それらをそれぞれ何枚必要か集計して出力していきますので、とにかく手間がかかりましたね」(営業企画部 次長 櫻木 新一様、以下同)

課題

できるだけトナーを消費しないよう、
色紙で代用していました。

同社のPOP制作には、大量の枚数を迅速に出力しなければならないスピード面での課題に加え、出力されたもの、つまりPOP自体のクオリティ面においても高いハードルがあった。理想は、お客様の心に響く「色鮮やかな」POP。しかし、色鮮やかに出力するということは、その分トナー消費も速くなるためコストがかかってしまう。そこで同社は、全てのPOPをできる限り理想のイメージに近づけながら、コスト削減のための様々な工夫を重ねてきた。「例えば、本当は目立つように色鮮やかなブルーを使いたいところを水色にするなど、あえて淡い色を選ぶことで、できるだけトナーの消費を抑えるようにしてきました」(櫻木様)



しかし、そういった節約のための工夫がかえって手間になり、店舗で働く従業員の負担を増やしてしまうことも多々あったという。「白い紙全面に色を敷いていくとコストがかかるため、あらかじめ色のついた紙を赤、青、黄と3色用意し、POP用の出力紙としていました。すると今度は何色の紙が何枚足りないなど、管理のための余計な手間が増えていってしまったのです」(櫻木様)

解決

スピード勝負の店舗、コストを減らしたい本部、どちらも大満足。

こうした管理・コスト両面でのお悩みを同ったリコーは、ハイスピードで高画質、さらにランニングコストも削減できる「カラーレーザープリンター」と、日本オフィスメーション株式会社様が展開しているPOP制作システム「LA・LA・POP」をセットでご提案した。POP制作業務のトータルな改善には、出力機器のグレードアップはもちろん、各流通小売企業のネットワークに柔軟に対応し、本部から店舗へのスムーズなPOPデータ配信を可能にする「LA・LA・POP」との連携が必要と考えたためだ。

導入されたカラーレーザープリンターは、IPSiO SP C810M/820M。実際にPOPを出力して売場に並べる店舗従業員の皆様にとって、POP制作はできるだけ手間をかけたくない業務だそう。その点、高速性に定評のあるIPSiOは、POPの出力時間を飛躍的に短縮、業務効率の大幅な向上に役立っている。「例えば、夕方5時からタイムセールでは、出力と貼り替え作業を1時間で済ませなければいけないので、とにかくスピード勝負。リコーのプリンターは出力が速く、また故障も少ないので非常に助かっています」（門司港店 従業員 白石様）また、POP情報のデータ化が徹底されたことで、本部からの情報が各店舗に配信され、最終的にPOPとして売場に並ぶまでのプロセスもよりスムーズになった。「本部にいる人間の実感として、売場との距離感

がグッと縮まったように思いますね。そのため、よりお客様に近い目線で物事を考えられるようになりました。加えて、現在使っているIPSiOはM-PaCモデルのカウンター方式だから、ランニングコストも以前と比べてはるかに安い。そこでコストが浮いた分、買い物が楽しくなるような色鮮やかなPOPを作ることでお客様に還元しています。POPも食品と同じで、『鮮度』が命ですからね」（櫻木様）

今後の展望

長尺ユニットの導入などで、各店舗の個性を打ち出した売場展開に期待。

導入したプリンターの性能が飛躍的に向上し、さらには本部～店舗間でのPOPデータのやり取りが円滑化され、『本部で枠組みづくり、店舗でカスタマイズ』というワークフローが構築された現在、各店舗にはより個性を打ち出したPOP制作と売場展開の期待がかかっている。「目下検討しているのが、長尺POP出力用オプションの店舗への導入です。すでに本部では先行して導入し、その使い勝手を試している段階です。店舗の売場づくりを全力で手助けするのが本部の務め。POP制作に関しても、最適な出力環境を整えることで店舗が独自に工夫できる余地を、つねに確保しておきたいと考えています」（櫻木様）店舗ごとのオリジナリティを最大限に尊重して経営を進めている株式会社ハローデイ様。同社の業務効率化と魅力ある売場づくりを、リコーはこれからもサポートしていく。

お客様の声

以前よりも、お客様目線に立ったPOPが作れるようになりました。

株式会社ハローデイ 営業企画部 次長 櫻木 新一様

リコーのプリンターを導入して、POP制作全体の流れが効率化し、仕上がりのクオリティも上がった今、やっと自分たちの思い描いていたお客様目線での販促ツール展開ができるようになったと感じています。食品同様の『鮮度』がPOPにも出てきた気がしますね。以前は、値段が変わらない商品は同じPOPを使用していましたが、プリンターの印刷速度が上がった今では『TVで紹介中!』『今が旬!』など、その時々を盛り込んで、タイミング良く貼り替えていくことができます。POPが華やかになった分、売場の活気も一段と増してきたように感じますね。

リコー製品には、現場レベルで実感できる確かな耐久性があると思います。

日本オフィスメーション株式会社 西日本事業部営業部福岡営業所 課長 岩佐 竜一様

約11年前からリコープリンターを「LA・LA・POP」の専用出力機として共同展開させていただいていますが、リコー製品はとにかくトラブルが少なく安心してですね。過酷な使用環境で出力されるユーザー様も少なくないのですが、カタログレベルではなく現場レベルで実感できる本物の耐久性があると思います。また、ハローデイ様をはじめとする多くのお客様にご好評いただいているのが、リコー様の保守システム「M-PaC」です。トナーや消耗品、メンテナンスパーツ、保守の全てがあらかじめ含まれ、プリントした枚数に応じて料金が算出されるカウンター方式だから、月ごとのランニングコストがならされ、しかも把握が容易になります。POP制作等で大量にカラー出力をする場合は、特にオトクですね。こうした理由から、現在「LA・LA・POP」の専用出力機として、「M-PaCモデル」を採用しています。

お客様プロフィール

株式会社ハローデイ

- 事業内容：スーパーマーケット「ハローデイ」の経営
- 設立：1958年
- 社員数：757名(パートナ・アルバイト1,455名)
※2009年3月調べ
- 所在地：北九州市小倉南区徳力3丁目10番1号
- 導入機器・サービス：IPSiO SP C810M(4台)、IPSiO SP C820M(12台) 他

日本オフィスメーション株式会社

- 事業内容：企業向けソフトウェアパッケージの開発・販売 など
- 設立：1979年
- 社員数：138名
- 所在地：福岡市博多区博多駅南1丁目14番14号(福岡営業所)
- 導入機器・サービス：IPSiO SP C810M、IPSiO SP C820M、IPSiO CX9800M、IPSiO SP C710、IPSiO SP C720、IPSiO SP C721M 他

株式会社リコー 東京都中央区銀座8-13-1 リコービル 〒104-8222

<http://www.ricoh.co.jp/IPSiO/>

お客様相談センター

リコー製品に関するお問い合わせは「お客様相談センター」で承っております。フリーダイヤルでお気軽にどうぞ。

FreeDial 0120-000-475

●受付時間：平日(月～金)9時～18時/土曜日9時～12時、13時～17時(日、祝祭日、弊社休業日を除く)

*通話料は無料です。

*音声ガイダンスに従い製品別の番号をプッシュトーンでお知らせください。

*トーン番号が出せない電話機でお掛けの場合は、そのまましばらくお待ちいただきますとオペレータに接続します。

*お問い合わせの内容は対応状況の確認と対応品質の向上のため、録音・記録をさせていただきます。

■リコーにご提供いただいたお客様の個人情報の取り扱い方針については、当社ホームページでご確認いただけます。

本情報は、2009年11月4日現在のものです。

●お問い合わせ・ご用命は…