「デジタル印刷機で新しいマーケットをつくろう」

永井印刷㈱　代表取締役社長　永井謙太良氏

エプソン「SurePress」内覧会　デジタル印刷機活用セミナー レビュー最終回

人の五感に訴える斬新なラベルを

「SurePress L-4033A特別内覧会」（エプソン販売主催・1月27日、28日ベルサール西新宿で開催）セミナーのレポート最終回は、永井印刷㈱の永井謙太良社長による講演内容を紹介する。永井社長は「デジタル印刷機で新しいマーケットを作ろう」をテーマに、同社がインクジェットプリンタ（IJP）導入すると同時に女性デザイナーを採用して展開してきた新たな営業活動について講演。デジタル機を導入することでラベル印刷の仕事の幅が広がること、また、人の五感に訴えるシール・ラベルをデジタル機で自由に製作することで、顧客の売上増に貢献できることなどを紹介し、聴講者も豊富な実例について熱心に聴講していた。

実際の仕事例を交え、分かりやすい講演が展開された

当社は、大阪で医薬品、化粧品、食品ラベルなどメーンに製造しています。数年前までは、携帯電話の液晶画面を固定する両面テープを製造しており、クリーンルームを設置して抜き加工や仕上げなどをしていましたが、その仕事が一気になくなり、クリーンルームだけが残る状況になってしまいました。その後、人づてにその話を聞いた医薬品や化粧品メーカーが当社に訪問され、クリーンルームの設備を見て注文を出していただけるようになりました。

わたし自身、30年前から可変情報ラベルに興味があり、当時は、BASIC（ベーシック）でプログラミングしてデータ出力したり、版下を作ったりしていました。ここで培った可変情報のノウハウやクリーンルームの設備などが、インクジェットプリンタ（IJP）を入れることで一気に商売につながる結果となっていったのです。

「人の本能とデザイン」

今回は、「本能とデザイン」ということについて述べたいと思います。人間の本能に訴えかけるようなシール・ラベルを製作することが、売上につながっていくという内容です。

これは、はちみつの商品ラベルで、ふたとびんを封かんする役割も果たしているものです。上ぶた部分のラベルには、盛り上がり加工を施し、びん本体部分のラベルには、白打ちすることで箔押しを施したような表現を実現しました。当社では、これらをIJPだけで製造しています。消費者は店頭で上ぶたを見て「この盛り上がりはなんだろう」という違和感を抱き「商品を見てみよう」という本能に訴え、手に取るという行動に至る。そこで商品ラベルや表示ラベルを見て「はちみつで長野特産」ということを理解し、おいしそうだしラベルもユニークだから買ってみようかとなるわけです。

IJ機で印刷する場合は、従来のラベル印刷機とは異なり、デザインに制限がないのが大きな特長です。これと同じデザインをラベル印刷機で印刷しようとするとシルクスクリーン機で盛り上げ加工をするため、製造コストは非常に高くなってしまいます。また、はちみつは、一般的に大ロット商品ではないので、1万枚、2万枚ものラベルは作らず、500～1000枚というボリュームが一般的。さまざまな加工を抜きにしても、これはまさにIJの独壇場となるロットです。

IJPを導入した際には、同時に女性デザイナーを採用し、好きなシールをどんどん作ってみるよう指示しました。すると、IJPで、斬新かつこれまでにないシール・ラベル・ステッカーを豊富に作っていったのです。従来は、ラベル印刷の現場で「こんな手間のかかる加工はできない」と言われていたようなものも、今は、IJPを使って自分で印刷できるため、自由自在にアイデアを表現できます。印刷によるデザインの制限がなくなるということは、これまでにになかった商品を世に出せるということなのです。また、IJ機で実現できるサンプルラベルを顧客に紹介しておくことで、当社に相談すればこんなことができるということを頭の片隅に置いてもらえます。それが、後々の仕事につながってくるのです。

五感に訴える商品は、世の女性達に、目新しい商品として短いスパンでどんどん購入してもらえます。当社では、そのような商品を世に出していくことが重要だと考えています。

IJPの利点

当社がIJPを導入した理由として、①普通紙に出力できる②耐候性がある③白が打てる④盛り上げ加工ができるの4点がありました。これらは、当社で従来から展開したかった内容でしたので、導入時は本当に夢がふくらみました。

盛り上げ加工で1つ、当社の失敗例についてお話すると、インキはかなり消費するということです。あるステッカーを1000枚納品して1枚100円で販売したのですが、実際は、インキを大量に使っていて印刷コストは200円かかっていたのです。ソフト上でインクの使用量が表示されるので、その通りに価格を計算したのですが、実際はクリーニングにかなりのインクを消費しており、その分がカウントできていませんでした。IJPを導入して3カ月ほどたったら、トータルランニングコストをしっかり計算して、価格設定されることが重要だと思います。

IJPで印刷・加工し、世界コンテストで受賞したラベルを紹介

デジタル印刷機は、エコ機でもあります。

昨年、ラベル新聞社のツアーで、米国・シカゴのラベルエキスポアメリカとニューヨークのラベル印刷会社を訪問した際、印刷会社に次のユニークな話を伺うことができました。

米国ではISO9000、14000を取得している企業がほとんどない一方で、環境スコアカードというものがあり、顧客が工場を視察した際に、抜きカスをリサイクルしているので何点、ゴミの処理で何点、印刷時のロスが少なくて何点、とカードに点数を付けていき、その点数が多い企業が受注できるというシステムが構築されていました。デジタル機を導入している場合、ロスが少ない、版を使わない、洗浄剤を使わないなどで、すごく点数が高くなる。また、顧客が実際に工場を視察するため、日本ではお墨付きのISOを取っているかどうかは関係ないようです。ISOを取得するお金で環境に優しいアクションを起こすことができ、毎年の更新料でエコ対応を更新することができる。とても現実的な環境改善でした。

このほか、デジタル機には1つのデザインをさまざまなサイズに展開でき、それらを包括して受注できる利点もあります。

IJPは大判にも対応できるので、それにラベル印刷で培ったラミ加工や抜き加工などさまざまな技術もプラスアルファーすると、消費者が『これまで欲しかったけどなかった』シール・ラベル、ステッカーが生産できます。当社では、車内ステッカーやインテリアシールなども各種手がけており、細かいハーフカットや加工などで評価を頂いています。

世界ラベルコンテストで受賞

昨年は、世界ラベルコンテストのデジタル印刷部門で審査員特別賞をいただくことができました。

これは、ボビンレースの柄をデザイナーがタブレットに書き込んでデータ化し、IJPで出力したものです。幾何学模様なのに、フリーハンドで書いたデザインが目を引き、現在は、化粧品のパッケージやチークブラシの柄の部分に貼ったりするオリジナルデコレーション用ラベルとして販売。購入した人が日常使うものに好みのデザインで貼っていくことで、オリジナルデコレーションが実現できるなど、広がりのある商品展開になっています。

デジタル機武器に新たな営業展開を

デジタル機は、従来の仕事の置き換えで導入するのでなく、ぜひ、デザイナーの採用と同時に設備して、仕事の幅を広げていくために使っていただきたい。

冒頭でも述べましたが、現代は感性の時代なので、五感に訴える商品は、どんどん購入してもらえるため、仕事がどんどん回り、増えていきます。さらに、ラベル印刷会社が培ってきた加工技術と融合することで、消費者が自身の創造力をかき立てられるようなシール・ラベルを世に出すことも可能です。それをラベル印刷会社が製造できるのです。

デジタル機はそういう意味で必ず武器になります。ぜひ、各企業の特長を生かしつつデジタル機を使いこなしていっていただけたらと思います。

本紙調査・景況感アンケート 10年度上期＜10年4月～9月＞　（2月実施）

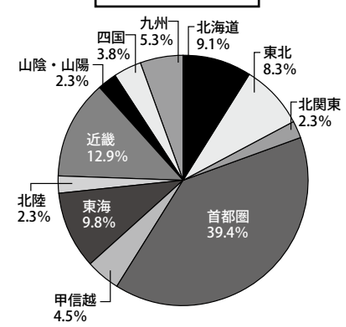
回復傾向も大震災で今後厳しい見通しに

本紙では2月、「10年度上期景況感アンケート」を実施。全国のラベル印刷会社132社から回答を得た。同期は、前期と比較して景況が回復傾向にあり、売上高、利益ともに伸ばした企業が増加。増収率、減収率についても前期と比べて好転しており、低調のまま推移していた日本市場に活性化の兆しが見え始めた。

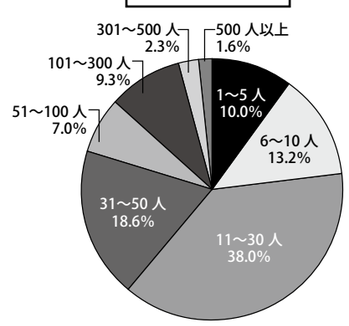
10年下期についても、引き続き景況感の回復が見られたが、11年以降の景況については、3月11日に発生した東北関東大震災で、先行きは非常に厳しいものになると予測される。

回答企業のバックグラウンドデータ

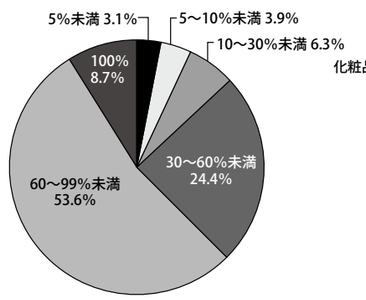
本社所在地



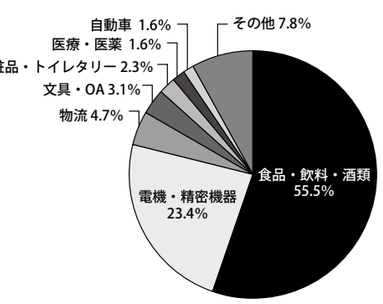
従業員数



全売上高に占めるラベル売上高の割合

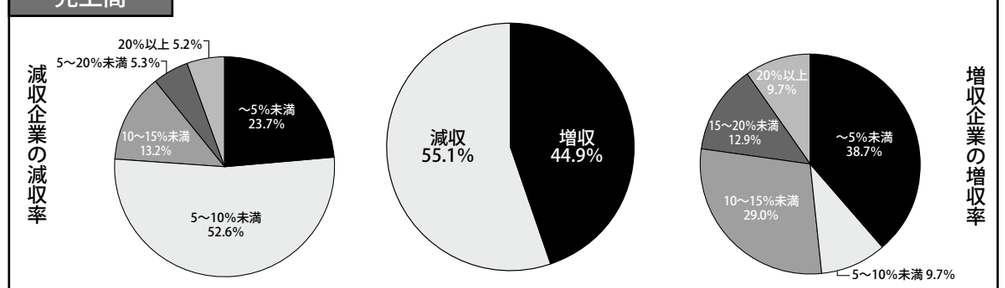


主力分野（複数回答）

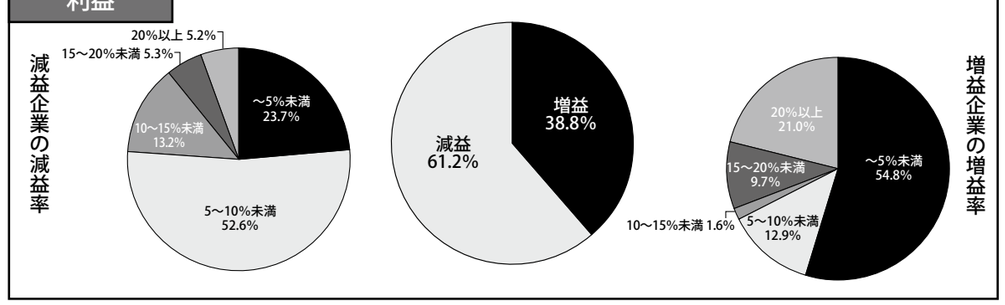


景況

売上高

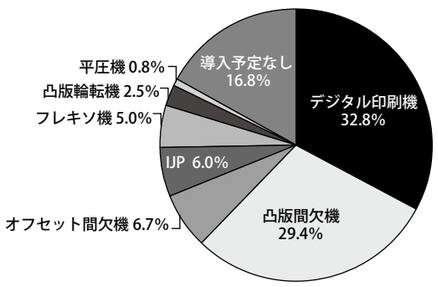


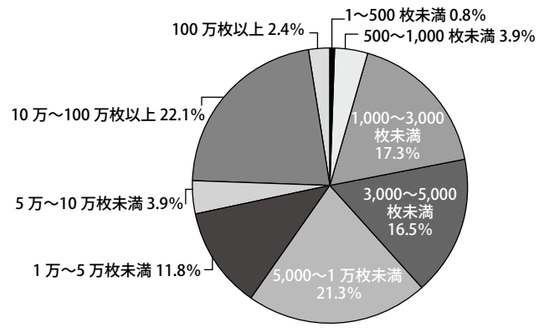
利益



動向

2年以内に導入したい印刷機



＊デジタル印刷機（電子写真、ＩＪ方式）
＊複数回答不可

1ジョブで最も多い受注枚数は？