㈱丸研特殊印刷

「枠」はみ出す姿勢と手段

先進技術デジタル・ツー・デジタルを確立

デジタル印刷機とレーザーダイカッターを連結した〝デジタル・ツー・デジタル〟のラベル生産。海外の展示会ではよく目にする次世代型ソリューションも、これを実践する印刷会社を国内で探すとなると極めてまれだ。その1社が九州にある。長崎の㈱丸研特殊印刷（東彼杵郡波佐見町岳辺田郷、丸田研二社長、☎0956・85・4424）だ。昨年、エプソンのインクジェットデジタルラベル印刷機「SurePress L-4033AW」と、㈱丸伸製作所のレーザーダイカッター「MDC-LASER-06A」を連結させた。

（上田）

丸田　研二 社長

丸研特殊印刷が所在する波佐見町は「波佐見焼」で知られる陶磁器の里。長崎県内で唯一海に面していない県央の町には、塩害リスクの少なさも手伝ってか大手電子メーカーが大規模な製造工場を構える。また町役場から直線距離で10数㍍、近接する佐世保市内には、大型テーマパーク「ハウステンボス」がある。

叔父の手伝いがラベル印刷との接点だった、と振り返るこの道40年の丸田社長。「叔父にはめられた、私の人生のシナリオに印刷業はなかった」と笑う。しかし同氏、思考の柔軟さとイメージを具現化する行動力・実行力で才覚を示す。

同社の案件の一つに、ハウステンボス内で販売される菓子へ貼る食品ラベルがある。13色仕様というぜいたくなデザインだ。1色は掛け合わせで減らせたとしても、間欠4色機を3回通す必要がある。丸田社長は「枚数も多い分巻き返しも大変で、とにかく時間も印刷機も取られていたから」と、巻き返ししなくて済むための方法を確立する。

アイマークを増やして2回目は天地を反転した版を作ることで、そのまま巻き終わりから印刷を実行。こうして〝巻き返しながら印刷〟すれば3回目は正常通りとなるため、結果一度も巻き返しをすることなく3度通しを終える。1回通し終えるごとに巻き返しを行う姿を見て「ムダなことをしているなと思ったから」と丸田社長。とは言え〝刷り終わりから刷る〟という普通は「思いついてもやらない」ことを、機械に手を入れてまで克服する〝本気さ〟はさすが。同社を訪れるメーカーからは「ぜひ見せて」と懇願されるそう。

地方で生き残るために

「長崎は九州の西の果て。以前は福岡からこちらの商圏に入るにしても、佐世保を通って長崎市内を回って…と1泊コースが通例でした。そこに高速道路が開通して、今では日帰りで回れるようになりました。人・モノがますます流動化し、都市部の競合他社に勝るモノを自社で何か持っておかないと、地方のわれわれは競争のふるいからこぼれ落ちてしまう」（同氏）。先の効率化技術確立然り、今回のSurePressとレーザーダイカッター導入然り、こういった経営者の思いが根底にある。

丸田社長のデジタルとの出会いは古く、くしくも故スティーブ・ジョブズと同世代という同氏は当時数百万円したマッキントッシュをいち早く導入する。

「仕事を依頼していた近くの写植業には『DTPなんて邪道だ』なんて言われていましたが、3年後には邪道が正道になっていた。周囲には好奇の目で見られながらも印刷業界のデジタル化を予見して、黎明期から社内に取り込んだ。

そんな同氏は、エプソンのデジタル印刷機を「PL-1000」の時代から興味を抱き、そして「IGAS2007」で披露されたSurePressのプロトタイプ機もしっかり見学済み。「用紙の流れに対するIJヘッドの動く方向が従来にない形態だったのが印象に残った」という同機を、7年の歳月を経て設備するに至った。

SurePressとレーザーで作った少量限定の日本酒ラベル

一方レーザーダイカッターを選んだいきさつには、丸伸製作所との関係があった。同氏はこう語る。

「社長の森（幸夫）さんとは先代を含め、私が20歳の時からと本当に長い付き合いになります。それこそマックで変形の抜き型のデータをメールに添付して入稿していました。本来の仕事を食いかねないのに、刃型屋さんながらいち早くレーザーダイを自社のサービス品目に取り入れるなど、先見の明もあり勉強熱心ですね」

「レーザーダイカッターについては、同機の技術検証依頼も含め案内を数年前からもらっていました。長年の恩返しではないのですが、当社ができることは、ウチ仕様の特注機をオーダーして開発に協力すること。デジタル印刷機とワンパス化した実例もほかに聞かないのもあり、われわれ自身も挑戦の意味も込め、思い切ってレーザーダイカッターを取り入れてみました」

SurePressの印刷品質については「90点、おおむね満足で申し分なし」。一方レーザーダイカッターについては「まだまだこれから。技術の成熟度は60%」と評価する。

現在、既設のアナログ印刷機で印刷した粘着ロールをレーザーでカットするほか、基材と搬送速度という変動要素をツブしながら条件ごとの検証データ収集を進める。また同機はロール以外にシートも搬送できるので、紙器やグリーティングカードづくりにも応用中。さらに人気アーティストの顔をレーザーの微細な彫刻だけで再現したシールをはじめ、日本酒の木箱のフタへの刻印から、果ては今川焼き側面の絵柄入れまで。常識にとらわれず、多角的なアプローチでレーザーを最大限に使ってみながら〝売り方〟を探しているところだと丸田社長。

「レーザーも完璧じゃない。でも不可能を可能にしている部分はたくさんある」。今年から本格的に活躍しそうと期待を込める。

検証で今川焼きにレーザー刻印

枠をどうはみ出すか

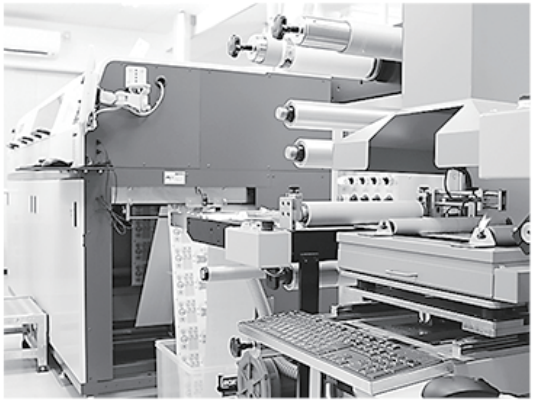
ここは田舎なので〝よそを参考にして〟と思ってもも近くに同業者はいない。かと言って、メーカーやサプライヤーから情報や時には仕事をいただくにしても、都市部の方が圧倒的に有利。「とにかく独創的に行くしかないのです」、と丸田社長は力説する。

資金も潤沢で組織も大きければ、もっと上のクラスの設備を入れたろう。そうではない限られた予算と設備の中で「いかに不可能なことを可能にするか」。枠が課されているのなら「その枠からどうはみ出るか」。今回の設備を決断した背景も同様、経営者としていつも心がけてきたのがこの視点だそうだ。

「大きな機械を買ってしまえば、何の不可能も不満もないでしょう。そこにきっと発展はない。大手なら専門の部署を立ち上げたらいいし、ダメなら切ればいい」。しかし、そんなまねはできない。加えて〝手前〟で決断しなければ。機械が出そろってから着手したのではとても間に合わない。よそにはない、まねできないモノを持つためのアイデアと決断が要る。〝ないのでデジタルの世界もアリ。多少無理もして、あえて早めに自社に取り入れました。いずれ正道になるのですから」と同氏は語る。

ただ私ももう還暦なので、と丸田社長。一昨年には電子通信事業に従事していた息子を社内に迎えた。「社会の変化のスピードは速く、組織としても早期に次の世代へバトンタッチできないと手遅れになる。決断力の遅さが致命傷にならないよう、若い世代にそれを委ねていかなければ。今回の設備投資で、なんとか次の世代が生き延びていくための基礎は作れたと思います」と総括する。

「これからラベルはどんな役割を担い、形態を変えていくか。どんな未来にあっても丸研特殊印刷が社会に必要とされるよう、挑戦し続けていけるか。時代の変化をとらえ、変革を実行できるかは次世代の努力次第。これからも若い彼らのもと、変わらず『丸研さんでお願いしたい』と言っていただける会社であり続けたいですね」と語った。



全長の長い次世代型技術に建て増しして対応したそう