Business now（ビジネス）scene#63

㈱日本ラベル（東京都板橋区）

新機軸打ち出し〝請負型からの脱却〟を見据えて

多様な基材への対応力で提案の幅広げる

消費者ニーズが需要開拓に「SurePress」で利益創出へ

コロナ禍照らす印刷物も 担当オペレーターに聞く

平山　良一　社長

㈱日本ラベル（東京都板橋区東坂下、☎03・3558・8611）は、大手百貨店や食品メーカーなどを中心に直接取引を行う会社。近年では請負受注体制からの脱却を目指し、コンシューマー向けアイテムの自社開発やECサイトにも力を注ぎ始めた。加えて設備について2019年には、エプソン製のデジタルラベル印刷機「SurePress L-4533AW」を導入。同機の特長を捉え、円滑な生産管理体制の構築を目指す。そんな日本ラベルの平山良一社長のほか、製造、営業、工務課それぞれの担当者へ話を聞いた。（柏木）

――貴社の沿革や設備状況を教えてください

社長　昨年、創業40年の節目を迎えました。創業時から〝印刷業は木（紙）を利用した上で成り立つ〟ことを念頭に置き、環境に配慮した取り組みを行っています。当社は、FSC認証、シール部門のGP認定工場を取得していることに加え、アナログやデジタル印刷機、加工機といったさまざまな機材で培った技術力の高さも自負しています。

2019年にはSurePressを活用し、シールラベルコンテスト（全日本シール印刷協同組合会主催）のデジタル部門で会長賞を獲得。これにより、優秀賞以上の会社に与えられる技術優良工場の認定も受けました。レベルの高い日本のコンテストで上位を示せたのは、大変名誉なことと感じています。

――SurePressを導入のきっかけは

社長　不特定多数の新規顧客獲得や、BtoC市場開拓を視野に入れるため、版レスで小ロット多品種製造を可能とするデジタル印刷機に着目しました。そこで全オペレーターと営業メンバーらを交えて、デジタル印刷機各メーカーのサンプル品検証を行い、当社にマッチしたのがSurePressだったのです。

またSurePressは、ものづくり補助金を活用して購入に至りました。

鎌田　生産課グループリーダーでオペレーターの鎌田征吾です。SurePressを選んだポイントとして挙げるならば、基材を選ばず安定した印刷品質を実現することでしょう。当社はデジタル印刷機に対して、幅広い提案が可能なことを求めていました。その点SurePressは、多様な基材に対応できることが魅力です。

インクはCMYK＋白＋オレンジ＋グリーンの7色を使えます。白引きで透明PETの隠ぺい性を高めたりホイル地を生かして疑似箔加工を施したり、中間色の2色を備えることで色域を広げ、より優れた再現性を目指すことができます。

――シールラベルコンテストの会長賞作品では、どのような工夫を

鎌田　料理の写真があしらわれた〝のり殺し〟加工のPOPラベルで受賞しました。もともとブランドオーナーから提出されたデータは鮮明さが十分でなく、せっかくの「おいしそうに魅せる」というラベルの役割が担えませんでした。そこでJapan Colorの色域を外し独自に色味の調整を行うなど時間を要しましたが、満足のいく料理のシズル感を与えることができたと思います。

鎌田征吾グループリーダー

平山雄太氏

シールラベルコンテスト会長賞の作品

平山　営業部開発営業課の平山雄太です。営業部門の中でも、新規開拓に力を入れています。

SurePressを導入したことにより、提案力の幅が広がりました。例えば、導入当時に手がけていた日本酒ラベルは、平圧機などではベタが乗りづらい和紙基材でしたが、難なくこなせたので今後の提案に生かしたいです。加えて昨年4月の食品表示法が新たに施行されたことにより、提案力の表示切り替えは必ずと言っていいほど訪れるでしょう。

――貴社〝発〟の提案は

社長　BtoC市場の開拓が挙げられます。請負型の営業体制からの脱却は、当社にとってコロナ禍が影響するラベル業界を生き抜く命題と言っても過言ではありません。

当社では3年前から、EC サイトによる製品販売に挑戦してきました。しかし、一般消費者のニーズやラベル、シールに対する視点を探るのに苦労しています。これまでには一般消費者層とより近い、新たな若い人材に運用を任せてしまうこともありましたが、新型コロナの影響が続く中で、新市場の開拓を行う必要性を感じており、私を含めた社員全員で取り組むべきことと認識しています。

平山　現在はECサイト「BASE」で独自ページを開設し、アイテムのラインアップを増やそうとしています。現在は、ばんそうこう素材で肌に貼れる「ポディペインティングシール」や、マスクを装飾できる「マスクステッカー」などをラインアップしています。商品化する上でまずは小ロット生産でテスト的に販売したいこともあり、その点がSurePressと相性がよいです。

実際、販売していくためには、コンシューマーがどのような商品を求めているのか探り、市場開拓やラインアップ拡充を進めていくための工夫が必要だと感じています。

――具体策としては

社長　まずは社員総勢23人に対して、コンシューマー向けの新商品のアイデアを募りました。すると全体で200個のアイデアが集まったのです。

このことからも、日ごろから社員は、それぞれの視点を持ち〝こんなシール・ラベルがあれば生活に役立つのでは〟という潜在意識が根付いていることが分かりました。BtoC市場の視点は元からありますので、あとはどのように社員全体を巻き込んでいくのかが課題ですね。

鎌田　また、アイデアの中にはSurePressで生かせそうなものもいくつかあるので、発案者とも連携を図りながら、商品開発を実現できればと思っています。

平山　社員の意識を確認する一方で、外部の意見を取り入れることも力を入れています。SurePressを導入したことにより、まず顕著なのが小ロット案件の製造コストの変化です。ロットが1000枚の案件を複数行う必要がある場合、コンベンショナル機ではそれぞれの仕事の切り替えに時間を要します。その点SurePressは仕様が同じであれば、ロスも少なく複数の仕事をこなせます。

また版の作製も不要なので、その分、短納期に製品を手がけられます。加えて当社にはレーザーカッターを設備しており、SurePressで出力したものを抜き加工までデジタル技術を生かせれば、より効率のよい体制を構築できるでしょう。ともあれ、生産課の鎌田リーダーとも相談しながら方向性を決めていければと思います。

社長　デジタル印刷特有の短納期への対応ですが、それを追求し過ぎると、営業もオペレーターも納期に追われる体制になってしまいがちです。高品質あってこその納期なので、実現可能な範囲でバランスを保っていくといいでしょう。

山田　また、今年4月には高校卒の新人オペレーターを当社に2人迎え入れました。鎌田リーダーの教育を受けながら、1人はSurePressを担当しています。

スリッターと組み合わせた「SurePress L-4533AW」

レーザーカッターと連携した運用を目指す

山田光良課長

――生産管理の一役担う人材育成にもアプローチ

――製造と営業面以外でのメリットは

山田　新事業工務課で課長を務める山田光良です。営業が獲得した仕事に対して、納期やロット数、基材幅などを鑑みいかに利益を創出するかを念頭に置いて仕事を振り分けています。

この春、高校卒業後にオペレーターとして入社いたしました。

入社するまでに抱いていたラベルをはじめとする印刷物のイメージは、街を見渡すと生活のあらゆるシーンで見受けられるという印象です。雑貨店や文具店といった店舗では、日々新しいファンシーシールが並び目を奪われます。また、商品には表示ラベルや取り扱い説明書を添付するなど、印刷物であふれており、社会へ役立つ要素が強いと感じました。

木下莉緒氏

入社から5カ月間では、主に広告代理店経由のキャラクター製品のほか、POPラベルなどの出力を行いました。特にキャラクターには独自の色が存在するので、色の設定には注意が必要です。私が街中で魅了されたようなシールも携われてうれしいですが、責任感を持って取り組んでいます。かわいい色や柄だけでなく、アナログやデジタル印刷機、加工機といったさまざまな機材で培った技術力の高さも自負しています。

2019年にはSurePressを活用し、シールラベルコンテスト（全日本シール印刷協同組合会主催）のデジタル部門で会長賞を獲得。これにより、優秀賞以上の会社に与えられる技術優良工場の認定も受けました。レベルの高い日本のコンテストで上位を示せたのは、大変名誉なことと感じています。

――SurePressを導入のきっかけは

社長　不特定多数の新規顧客獲得や、BtoC市場開拓を視野に入れるため、版レスで小ロット多品種製造を可能とするデジタル印刷機に着目しました。そこで全オペレーターと営業メンバーらを交えて、デジタル印刷機各メーカーのサンプル品検証を行い、当社にマッチしたのがSurePressだったのです。

またSurePressは、ものづくり補助金を活用して購入に至りました。

鎌田　生産課グループリーダーでオペレーターの鎌田征吾です。SurePressを選んだポイントとして挙げるならば、基材を選ばず安定した印刷品質を実現することでしょう。当社はデジタル印刷機に対して、幅広い提案が可能なことを求めていました。その点SurePressは、多様な基材に対応できることが魅力です。

インクはCMYK＋白＋オレンジ＋グリーンの7色を使えます。白引きで透明PETの隠ぺい性を高めたりホイル地を生かして疑似箔加工を施したり、中間色の2色を備えることで色域を広げ、より優れた再現性を目指すことができます。

――シールラベルコンテストの会長賞作品では、どのような工夫を

鎌田　料理の写真があしらわれた〝のり殺し〟加工のPOPラベルで受賞しました。もともとブランドオーナーから提出されたデータは鮮明さが十分でなく、せっかくの「おいしそうに魅せる」というラベルの役割が担えませんでした。そこでJapan Colorの色域を外し独自に色味の調整を行うなど時間を要しましたが、満足のいく料理のシズル感を与えることができたと思います。

平山　営業部開発営業課の平山雄太です。営業部門の中でも、新規開拓に力を入れています。

SurePressを導入したことにより、提案力の幅が広がりました。例えば、導入当時に手がけていた日本酒ラベルは、平圧機などではベタが乗りづらい和紙基材でしたが、難なくこなせたので今後の提案に生かしたいです。加えて昨年4月の食品表示法が新たに施行されたことにより、提案力の表示切り替えは必ずと言っていいほど訪れるでしょう。

――貴社〝発〟の提案は

社長　BtoC市場の開拓が挙げられます。請負型の営業体制からの脱却は、当社にとってコロナ禍が影響するラベル業界を生き抜く命題と言っても過言ではありません。

当社では3年前から、EC サイトによる製品販売に挑戦してきました。しかし、一般消費者のニーズやラベル、シールに対する視点を探るのに苦労しています。これまでには一般消費者層とより近い、新たな若い人材に運用を任せてしまうこともありましたが、新型コロナの影響が続く中で、新市場の開拓を行う必要性を感じており、私を含めた社員全員で取り組むべきことと認識しています。

平山　現在はECサイト「BASE」で独自ページを開設し、アイテムのラインアップを増やそうとしています。現在は、ばんそうこう素材で肌に貼れる「ポディペインティングシール」や、マスクを装飾できる「マスクステッカー」などをラインアップしています。商品化する上でまずは小ロット生産でテスト的に販売したいこともあり、その点がSurePressと相性がよいです。

実際、販売していくためには、コンシューマーがどのような商品を求めているのか探り、市場開拓やラインアップ拡充を進めていくための工夫が必要だと感じています。

――具体策としては

社長　まずは社員総勢23人に対して、コンシューマー向けの新商品のアイデアを募りました。すると全体で200個のアイデアが集まったのです。

このことからも、日ごろから社員は、それぞれの視点を持ち〝こんなシール・ラベルがあれば生活に役立つのでは〟という潜在意識が根付いていることが分かりました。BtoC市場の視点は元からありますので、あとはどのように社員全体を巻き込んでいくのかが課題ですね。

鎌田　また、アイデアの中にはSurePressで生かせそうなものもいくつかあるので、発案者とも連携を図りながら、商品開発を実現できればと思っています。

平山　社員の意識を確認する一方で、外部の意見を取り入れることも力を入れています。SurePressを導入したことにより、まず顕著なのが小ロット案件の製造コストの変化です。ロットが1000枚の案件を複数行う必要がある場合、コンベンショナル機ではそれぞれの仕事の切り替えに時間を要します。その点SurePressは仕様が同じであれば、ロスも少なく複数の仕事をこなせます。

また版の作製も不要なので、その分、短納期に製品を手がけられます。加えて当社にはレーザーカッターを設備しており、SurePressで出力したものを抜き加工までデジタル技術を生かせれば、より効率のよい体制を構築できるでしょう。ともあれ、生産課の鎌田リーダーとも相談しながら方向性を決めていければと思います。

社長　デジタル印刷特有の短納期への対応ですが、それを追求し過ぎると、営業もオペレーターも納期に追われる体制になってしまいがちです。高品質あってこその納期なので、実現可能な範囲でバランスを保っていくといいでしょう。

山田　また、今年4月には高校卒の新人オペレーターを当社に2人迎え入れました。鎌田リーダーの教育を受けながら、1人はSurePressを担当しています。

スリッターと組み合わせた「SurePress L-4533AW」

レーザーカッターと連携した運用を目指す

山田光良課長

――生産管理の一役担う人材育成にもアプローチ

――製造と営業面以外でのメリットは

山田　新事業工務課で課長を務める山田光良です。営業が獲得した仕事に対して、納期やロット数、基材幅などを鑑みいかに利益を創出するかを念頭に置いて仕事を振り分けています。

この春、高校卒業後にオペレーターとして入社いたしました。

入社するまでに抱いていたラベルをはじめとする印刷物のイメージは、街を見渡すと生活のあらゆるシーンで見受けられるという印象です。雑貨店や文具店といった店舗では、日々新しいファンシーシールが並び目を奪われます。また、商品には表示ラベルや取り扱い説明書を添付するなど、印刷物であふれており、社会へ役立つ要素が強いと感じました。

木下莉緒氏

入社から5カ月間では、主に広告代理店経由のキャラクター製品のほか、POPラベルなどの出力を行いました。特にキャラクターには独自の色が存在するので、色の設定には注意が必要です。私が街中で魅了されたようなシールも携われてうれしいですが、責任感を持って取り組んでいます。かわいい色や柄だけでなく、アナログやデジタル印刷機、加工機といったさまざまな機材で培った技術力の高さも自負しています。

2019年にはSurePressを活用し、シールラベルコンテスト（全日本シール印刷協同組合会主催）のデジタル部門で会長賞を獲得。これにより、優秀賞以上の会社に与えられる技術優良工場の認定も受けました。レベルの高い日本のコンテストで上位を示せたのは、大変名誉なことと感じています。

――SurePressを導入のきっかけは

社長　不特定多数の新規顧客獲得や、BtoC市場開拓を視野に入れるため、版レスで小ロット多品種製造を可能とするデジタル印刷機に着目しました。そこで全オペレーターと営業メンバーらを交えて、デジタル印刷機各メーカーのサンプル品検証を行い、当社にマッチしたのがSurePressだったのです。

またSurePressは、ものづくり補助金を活用して購入に至りました。

鎌田　生産課グループリーダーでオペレーターの鎌田征吾です。SurePressを選んだポイントとして挙げるならば、基材を選ばず安定した印刷品質を実現することでしょう。当社はデジタル印刷機に対して、幅広い提案が可能なことを求めていました。その点SurePressは、多様な基材に対応できることが魅力です。

インクはCMYK＋白＋オレンジ＋グリーンの7色を使えます。白引きで透明PETの隠ぺい性を高めたりホイル地を生かして疑似箔加工を施したり、中間色の2色を備えることで色域を広げ、より優れた再現性を目指すことができます。

――シールラベルコンテストの会長賞作品では、どのような工夫を

鎌田　料理の写真があしらわれた〝のり殺し〟加工のPOPラベルで受賞しました。もともとブランドオーナーから提出されたデータは鮮明さが十分でなく、せっかくの「おいしそうに魅せる」というラベルの役割が担えませんでした。そこでJapan Colorの色域を外し独自に色味の調整を行うなど時間を要しましたが、満足のいく料理のシズル感を与えることができたと思います。

平山　営業部開発営業課の平山雄太です。営業部門の中でも、新規開拓に力を入れています。

SurePressを導入したことにより、提案力の幅が広がりました。例えば、導入当時に手がけていた日本酒ラベルは、平圧機などではベタが乗りづらい和紙基材でしたが、難なくこなせたので今後の提案に生かしたいです。加えて昨年4月の食品表示法が新たに施行されたことにより、提案力の表示切り替えは必ずと言っていいほど訪れるでしょう。

――貴社〝発〟の提案は

社長　BtoC市場の開拓が挙げられます。請負型の営業体制からの脱却は、当社にとってコロナ禍が影響するラベル業界を生き抜く命題と言っても過言ではありません。

当社では3年前から、EC サイトによる製品販売に挑戦してきました。しかし、一般消費者のニーズやラベル、シールに対する視点を探るのに苦労しています。これまでには一般消費者層とより近い、新たな若い人材に運用を任せてしまうこともありましたが、新型コロナの影響が続く中で、新市場の開拓を行う必要性を感じており、私を含めた社員全員で取り組むべきことと認識しています。

平山　現在はECサイト「BASE」で独自ページを開設し、アイテムのラインアップを増やそうとしています。現在は、ばんそうこう素材で肌に貼れる「ポディペインティングシール」や、マスクを装飾できる「マスクステッカー」などをラインアップしています。商品化する上でまずは小ロット生産でテスト的に販売したいこともあり、その点がSurePressと相性がよいです。

実際、販売していくためには、コンシューマーがどのような商品を求めているのか探り、市場開拓やラインアップ拡充を進めていくための工夫が必要だと感じています。

――具体策としては

社長　まずは社員総勢23人に対して、コンシューマー向けの新商品のアイデアを募りました。すると全体で200個のアイデアが集まったのです。

このことからも、日ごろから社員は、それぞれの視

自社開発のマスクステッカーなど

シール大臣さん紹介記事

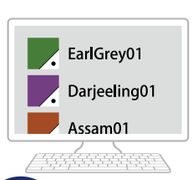
EPSON
EXCEED YOUR VISION

シュアプレス　検索
SurePressホームページ
surepress.jp/lineup

製品に関するお問合せ・実機の見学予約※は
シュアプレス専用ダイヤル 03-5919-5258
受付時間 午前9:00～午後17:30 月～金曜日（祝日・弊社指定休日を除く）

測色計を使い、わずか3ステップ、約8分で特色の色合わせが完了。コスト削減、働き方改革に寄与します。＊予め基材ごとのプロファイル設定が必要です。

デジタルラベル印刷機
SurePress L-4533A／L-4533AW



STEP 1　原稿データの特色の名前を指定

STEP 2　基準となる色を測色（現物/カラーチップ）

STEP 3　SurePressで本紙にチャートを印刷し、再計測

印刷本紙の基材種の違いによるプレを抑えた色味を再現します。

エプソン販売 株式会社　セイコーエプソン 株式会社

※見学は日野デモルーム（東京都）で行います。＊この広告に記載の仕様、デザインは技術改善等により、予告なく変更する場合がありますので、予めご了承ください。

無料印刷サンプル
請求フォームはこちら
surepress.jp/sample