ラベル産業の発展に向けて

新春トップインタビュー

挑戦、再度挑戦を自然体で

太陽機械製作所
社長　栗井　博氏

中国のラベル市場

――11月に中国で新工場の落成式を開催されました

14日に敷地4万5000平方㍍の工場を落成しました。生産能力や質は日本と同レベルで、中国市場に向けてフォームおよびフレキソや凸輪のラベル印刷機を拡販していく予定です。

――当日は、上海市内のホテルでセレモニーも開催されたようですが

セレモニーには、中国の印刷会社や取引先など約270人に参加いただき、初の試みとして『太陽カップ』というラベルコンテストを開催しました。これは、当社の中国のユーザーからラベル製品を応募してもらい、化粧品などの分野別と総合での受賞作品を表彰したものです。審査は、欧州の業界関係者ほか、中国の印刷技術協会の方などに担当していただき、盛大に開催することができました。

――中国のラベル市場の現状は？

日本のラベルと比較して、品質が良くないというのが通説となっているようですが、実情はそうではありません。世界の工場といわれるほどの市場ですから、グローバル展開するブランドオーナーや、自動車メーカー、化学品メーカー向けの工業ラベルを印刷する企業も多いわけです。

日々、要求レベルの高い高品質ラベルの製造をやり抜いており、技術はかなり向上していますし、以前のままの感覚でいると、技術までも追い抜かれてしまうのが現状です。

――設備投資意欲についてはどうでしょう

国内メーカーも良い印刷機を製造する企業がでてきていますし、欧米のフレキソ、日本や台湾の凸輪、間欠凸版などさまざまな選択肢があります。印刷方式では、中国は凸版から一気にフレキソにいくのではないでしょうか。中国市場は、日本ではなく欧米を見ています。そのため、まだ創設間もない企業は、最初からフレキソに投資するケースも多く、金額も台数も設備投資意欲はかなり高いと思います。

日本市場の動向

――世界の中で日本のラベル市場はどうでしょう

世界市場では、訴求力のあるラベルが求められていますが、印刷品質は消費者が求めるレベルとほぼ同じポイントにとどまっていると感じています。一方で、日本のラベル市場は、デザイナーの感性を忠実に印刷するという要求が非常に強い印象を受けています。時には立ち会いを長時間にわたって行い、最終的には、デザイナーの要求をクリアーできるかできないかへの挑戦になっていると聞いております。それではテストに経費もかかってしまいます。組合があるのですから、これを緩和できるような諸施策を講じるのも一つの手だと思いますがいかがでしょう。ラベルはあくまでも美術品ではなく、実用品なのですから。

――さて、最近のラベル印刷機の動きについては

昨年の当社の受注動向としては凸輪への投資が多かったですが、新規でフレキソ印刷機を導入した企業も数社ありました。印刷について長い期間をかけて研究した結果、凸版でもオフセットでもないフレキソでポイントです。

一方、コンビネーションへの投資欲も高まっています。もちろん当社も展開していますが、1台でいろんな印刷や加工ができるので、トータルでみればポテンシャルが非常に高い印刷方式です。

凸版間欠は良い機械ですが、現状では飽和状態にあり、また、後工程が必要で、印刷してみようという企業が出てきています。戦略的にフレキソに特化して展開しようということだと思います。アニロックスは欧米と比較しても値段がこなれてきていると思いますが、日本のフレキソインキは海外のものと比較してまだまだ値段が高いです。メンテナンスも国内メーカーだからこそ可能になる迅速な対応は、設備投資する際に外せない観点だと思います。フレキソ機は大型なので、設備投資意欲が低い状況の日本では、苦戦をしいられるのは確かです。しかし、厳しい経済状況の中で企業を成長させていくには、戦略的な設備投資は外せないトータルでは人件費を伴う印刷機です。それと比較して、凸輪は確かにロットが必要ですが、ロスを少なくする機械でもあるのです。

――貴社は、特注機の生産を主体にされています

ここまでやってこられたのも顧客に恵まれているからで、本当にお客様には感謝申し上げます。当社は、顧客が何を求めているかを聞き取り、それを解決できるような印刷機を開発してきました。顧客からニーズをいただかなければここまでこれませんでした。そういう状況の中で、最近は特注機の受注が多いです。顧客が特化したやるべきビジネスを見つけ、それを企業の柱とするための専用機として発注されています。

今年の展望

――印刷機の展望を

私は5年前から「今後は、のりとサーマル紙が市場を変化させていく」と述べてきましたが、そうした加工技術が印刷機で出来るようになってきています。また、これからは「可変情報ラベル」が一つの重要な項目となっていくと思います。特に、ラベル印刷に可変情報を印字できるIJ搭載型機の需要が高まることが予測できます。昨年1年間も、食品ラベルの偽装表示が後を絶たず、今後はより一層トレーサビリティーが活用されていくでしょう。また医療ラベル分野についても需要は増加傾向で、この状況をかんがみても、この印刷方式ははずせないテーマになってくると思います。

――ラベル向けIJの展望を具体的に

私が言っているのは、従来の印刷機で、多色印刷を高速できれいにコストを抑えて行い、そのままワンパスで1から2ヘッドのIJユニットで可変情報を印字するシステムです。当社はすでにIJシステムメーカーとタイアップし、IJ搭載型機として販売する用意が整っています。

――可変情報ラベル以外にキーワードを上げると

「多色」「フィルム系基材」「粘着加工」への対応は必須項目です。ラベルのシェアが最も大きいスーパーでは、まさに多色印刷の戦いになっています。また、差別化目的で、フィルム系基材が注目され、それへの対応も迫られてきます。その先には環境問題などもあり、粘着加工をディレードにしようというテーマも出てくるわけです。

――今後、ラベル業界が着眼すべきテーマは？

当社は、今年はさらに肉付きの良い会社を作っていきたいと考えています。体力のある会社でないと大変です。昔は、営業力がないとだめと言われましたが、今は設備力がないと厳しい時代になってしまいました。今後は、企業の柱となる事業にターゲットを絞り、それができる設備を備えテストを重ねて改良し、特殊なシステムにしていく展開が非常に重要になるのではないでしょうか。

――貴社の今年の目標を

当社は受注生産に徹しており、それが他メーカーと異なる点ですが、そこは創業以来変えない〝太陽イズム〟となっています。印刷するだけの機械では利益を出すのは難しい時代です。顧客のニーズをしっかりと受け止め、使いやすい丈夫な戦略機械を製造していくことに徹していきます。ですから、あえて間欠機はやろうと思わないのです。

社員には、やる気をもたせた「挑戦、再度挑戦」をさせていきたいです。また、危機感を持ちつつも自然体でいたいですね。顧客とは、お互いに良いところを結びあい、より良いものを生み出していく。これからの世の中、そういう時代になっていくでしょう。自己開発ではコストも年月もかかってしまいます。

――最後に業界の皆さんにメッセージを

どの業種にしても、自分の方向性を早く作ることではないでしょうか。そうすれば自ずと仕事もやりやすくなってきます。確かに先行き不確実、不安定、不透明な時代ですが、やっていく途中で、それは必ず見つかります。決してあせることはないと思います。今後は、世代交代の時期に入っていくと思いますが、創業者の意志は基本路線に置きつつ、受け継いだ人が挑戦を実践していくことが重要ではないでしょうか。

（聞き手・鈴木）