

高精度な位置決めCADカット機導入による 小ロットパッケージ生産の受注拡大計画

パッケージのサンプル製作にあたり、高精度プリンター導入による印刷の内製化及び印刷物を高精度かつ自動でカットすることができる位置決めCADカット機導入による短納期化を実現した。また、抜き型が不要なカット機により小ロットパッケージの生産体制が整った。

大瀧印刷紙器有限会社

受付番号：2613110702

代表者名 代表取締役 大瀧敏裕
所在地 〒120-0046 東京都足立区小台2-38-5
連絡先 03-3914-6041

資本金 2,300万円
従業員 11人
URL <http://www.otaki-ppb.co.jp>

取組みの背景

戦後の混乱期やオイルショックを乗り越えてきたが、一般のリーマンショックでは経営上大きなダメージを受けた。当社はもともと印刷会社や同業他社からの加工請負業務の比率が70%程度あり、景気の落ち込みとともに加工請負の仕事量が減って単価も下落した。営業体制の拡充によるニーズ喚起等の努力を行ってきたが、新たなサービスの開発も視野に入れた変革の必要性も見えてきた。

日本には、贈り物をする文化があり、贈り物を包装して渡すおもてなしの心を大切にしている。そして近年、贈答箱等のニーズは、より個性的なものやコンセプトを明確に伝えるものへと細分化されてきている。また、大量生産による画一的で価格を抑えたパッケージの注文から、小ロット多品種の要望にこたえるために、抜き型を作製せずに精度の高いサンプルパッケージが作れる技術が必要とされてきた。

今までは、サンプル作製でも抜き型製作が必要とされ、初期費用に1万円程度から時には数万円が必要で、サンプル作製を含め小ロットパッケージを作製したいお客様のニーズに

マッチしていなかった。こうしたことから、高精度な位置決めCADカット機を導入し、初期費用を抑えたサンプルパッケージの作製を可能にし、同時に小ロットというニッチな市場の開拓を目的とした。



従来の木製の抜き型。大量生産に適する

取組みの内容

高精度CADカット機と厚紙対応インクジェットプリンターを導入することによって、サンプルパッケージの作製や小ロットパッケージの製作には抜き型の製作が不要となり、従来協力会社に依頼していた本紙校正印刷を内製化することによって、低コスト・短納期の実現を目指した。

今回導入したCADカット機は、カットする位置マーカをセンサーで読み取り、自動でカット位置を補正し高精度なカットを行うことが出来る。同時に導入した包装設計専用CADソフトウェアを使うことによって、データベース化されたパッケージの定型を呼び出し、一般的なパッケージの設計が非常に簡単にでき、細かい修正や改善もスムーズに進行するので、顧客ニーズに応じたデザイン性の高いデータが短時間で作製できる。



サンプル品や小ロットに対応

また、既存にないオリジナルの箱を作りたくても、抜き型代や印刷代等の初期費用がハードルとなり、二の足を踏んでいた潜在的な顧客に対しても、今回のビジネスモデ

企業紹介

大正後期に初代の大瀧長作氏が大瀧紙器製作所を創業し、ブックケースやお菓子の貼箱等を中心に製造を始めた。その後、約90年に渡り化粧品のボトル容器用の箱やギフト商品の贈答箱等を作り続けている。サック

箱(キャラメル箱)、底組み箱、底ワンタッチ箱のほか店頭におけるディスプレイ用のダンボール合紙什器やポップ類まで対応が可能で、こうした紙器の打ち抜き加工や貼り加工を得意としている。また、サンプルから量産まで、幅広く対応が可能である。



CADカット機「Kongsbergi-XE10」

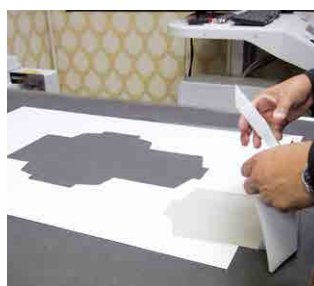
ルによりパッケージが商品の訴求力を高めるという可能性を実感して貰え、その後の量産に繋がる可能性も引き出すきっかけになり、特に、イベントや展示会の様な用途にその威力を発揮する。

取組みの成果

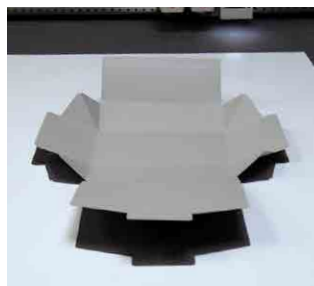
サンプルパッケージの作製に抜き型を必要としないので、費用が従来比でおおよそ5分の1～10分の1の低コストでできるようになった。

また、従来サンプルが必要な場合に、見本の白箱によって仕様打合せを行ってきたが、導入後は印刷したサンプルを見ながら細部の調整が可能となり、実際の受注も増えてきている。複雑なサンプルも作製出来るようになり、新しい顧客開拓に力を発揮すると同時に、既存の顧客からも好評を得ている。

素材は、厚紙や薄い段ボール等の紙が主となるが、組合せや加工方法によって様々な表現が可能



CADカット機により平らな紙からパッケージを切り出す



同時に折り目も入り、複雑な形状もあったという間



ネットワークからデータを読み出し、進行もスムーズ

になる。

今回の取り組みにより、こうしたチャレンジも行えるようになった。現在小ロットパッケージの受注については、決まった形や素材から選んで貰うシステムを主としているが、今後顧客ニーズを精査しながら、その幅も広げていく予定である。

顧客の商品が1種類だけの商品レパートリーから、複数に増えていくときなどには、パッケージがよりその商品の魅力を伝える力があることを伝え、長年の蓄積したノウハウからの一歩進んだ提案をしていく。

補助事業終了後の取組み

宣伝力強化の為に、ホームページをリニューアルし、「オリジナルパッケージをあなたに」というコンセプトを強く打ち出した。

また、サンプルパッケージや小ロットパッケージにより、顧客の販促のお手伝いする「オリパケ事業部」を作り、社内体制を強化している。

一方、パッケージという商材は、「中身＝商品」との組合せが必然であり、主となる市場は今後もB to Bが基本となる。既存のパッケージ市場からさらに新しいニーズを開拓する為にも、今回の取り組みを活用しチャレンジを続けていく。また、「オリパケ」サイトにより一般消費者との接点もでき、今後の事業の広がりに期待している。