

有限会社 東亜工芸社

箔押し技術を2ランクアップ、 5年後メーカーも視野に

事業内容

箔押し、浮き出し、型押し加工が主力

「箔押し」とは金や銀色の蒸着フィルムの“箔”を熱と圧力で転写する技術。最近は無版の箔プリンターもあるが、凹みや箔のツヤなど見た目の高級感で劣ることから、逆に箔押しの良さが再認識されている。そんな箔押しを主力とするのが東亜工芸社だ。同社は先代社長で実父の藤本富雄氏が、昭和45年4月に大阪府東大阪市で立ち上げた。

顧客のニーズに対応、加工技術日々向上

当初は、プラスチック製化粧品容器への箔押しが主だったが、紙製品に移行。箔押し、浮き出し、M・Tエンボスを核に小量から量産品まで対応している。最近では、オンデマンド印刷による箔押しを求める顧客に応じ、プリンターの見当ブレに対応できるデザインや面付けのアドバイスにも着手している。さらに箔押しにエンボス加工と印刷を加えた独自技術を開発して、他社にできない加工を提案するなど、日々技術力を磨いている。

有限会社 東亜工芸社

代表取締役 藤本 修吉(のぶよし)
〒538-0041 大阪市鶴見区今津北1-1-19
TEL. 06-6962-6280 FAX. 06-6962-0502
資本金/5,000千円 従業員/15名
主な取引先/印刷会社、商社、加工会社など
主な保有設備/全自動平圧箔押し機3台、
ハイゼルスリッター箔押し機3台、
手動箔押し機8台、エンボス機1台など
主力製品/箔押し、浮き出し、型押し、Emboss・HOT
(エンボス・ホット)、プリズムプリントなど

短納期 OK 企画力 OK 小ロット OK オンリーワン技術 OK 量産 OK 試作 OK

新技術に取り組み、価格以上の感動を提供

代表取締役 藤本 修吉(のぶよし)

長年にわたり箔押し、浮き出し、型押しなどを中心に多くの実績を積んできました。今後も、時代や環境に合った技術や最新装置などを取り入れ、新しい技術開発に力を入れ価格以上の感動を与えられる企業を目指します。



補助事業

オリジナル技術の量産体制構築で、競争力強化

最新自動平盤箔押し機の導入により、箔押し加工技術「プリズムプリント」が量産できる体制を構築する。同技術は斜線などの模様を入れた箔押し板を使用し、エンボス箔押し後、その上に印刷することにより、色を虹色に変えられる独自技術。従来機では手動機による箔押しの生産のため、1日で2,000枚程度しか生産できないうえ、品質や価格にも課題があった。

品質向上とさらなるレベルアップも

最近の顧客のニーズは、コストや納期はもちろん、品質は厳しくなるばかりだ。そこで差別化を図るため、箔押しの際の見当ブレ、欠け、抜けはもちろん、しわのない加工も求められる。これらに最新箔押し機を導入することで、品質の向上を図る。さらに、従来の箔押し機ではコストや納期で合わなかった仕事を最新自動平盤箔押し機の導入により、顧客の求める価格や納期に近づけ、受注を実現する。



箔押しした製品群

導入した自動平盤箔押し装置



精密さが要求される箔押し作業



東亜工芸社本社

具体的成果

日産1万5,000枚に大幅アップ、量産化にめど

導入により、安定生産数が大幅に上がり、製造コストは従来の1枚当たり12.5円が6.25円へと半減した。精度も従来の誤差0.2mmが半分以下の0.075mmとなった。これにより、従来10%あった不良率もわずか3%以下となり、ロスが大幅に低減した。生産量や品質が向上した結果、従来は、1日2,000枚が限界だった同社のオリジナル技術「エンボス箔押し」が、7.5倍の1万5,000枚に大幅にアップ。顧客の求める価格と納期のニーズに対応でき、量産化への道が開けた。

「プリズムプリント」で2ランクアップ、新規顧客も獲得

平成28年12月の稼働後、品質向上、量産化、低価格化、短納期が実現した。そこで既存の顧客に対して、表面がフラットな箔押しから斜線や模様をエンボス箔押しする新たな提案を本格化した結果、ポストカード、カレンダー、名刺、パッケージ、POP、年賀状などへの採用が決まった。さらにワンランクアップした箔押しにオフセット印刷する「プリズムプリント」についても技術力の向上と生産コストの低減の両方を実現し、新規顧客の獲得につながった。

今後の戦略

洋菓子業界をターゲットに、囲い込みを目指す

今後は、表面がフラットな従来の箔押しから、立体的に見え付加価値の高いエンボス箔押しを既存の取引先にも提案する。特に今後も成長が見込める洋菓子業界をターゲットに、従来と値段はあまり変わらず、納期や価格の軽減をメリットに訴え、他社との差別化をPRし、受注を目指す。「採用してもらえれば、付加価値がわかる。真似できない技術なので差別化でき、結果として顧客の囲い込みにもつながる」と藤本修吉社長は自信をのぞかせる。

メーカーとして、5年後に売上高5億円を目指す

他社では真似できないことを強みに、比較的安価な加飾技術として展示会に出展し、デザイン・広告業界、メーカーなどにもPRしていく。平成24年にはデザイン部を立ち上げた。大学やデザイナーとの連携も始まった。現在、エンボス箔押しをさらにグレードアップした「プリズムプリント」による自社製カレンダーの製造販売も平成28年から始めた。「今は5,000部ほどだが、将来は事業部を立ち上げ5万部を製造し、メーカーとしての道も歩みたい。現在の3億円弱の売上高を5年後には5億円にしたい」と藤本社長は意気込む。

取材を終えて

先代の先を行く挑戦者、 賭ける思いが熱風に

藤本修吉社長は2代目と聞き、先代の教えを守り堅実に行動するタイプと考えていたが、お会いして、先代のさらに先を行こうとする挑戦者とわかった。20歳でエレクトーンを習い始め、たった2年半でコンクールに優勝、日商簿記2級にわずか1週間の勉強で合格したこともある努力家でもある。事業に賭ける思いが熱風のように押し寄せ、日本のものづくりの将来にかかる暗雲を一挙に吹き飛ばしてくれる楽しい取材となった。

<http://www.toakougei.co.jp/>