

株式会社 第一紙行

試作品製造設備の増強と少ロット品製造の内製化による提案力・競争力の強化

分断された試作品製造工程の連動と外注依存体質の改善を目指し、連携する「高機能プリンター」「CADカッティング設備」等を導入した結果、試作品製造と少ロット商品の内製化を実現し、提案力・コスト競争力強化のベースを作ることができました。

代表者 金子 道宏

設立 1946年2月11日

資本金 10,000千円

従業員数 160人

業種 印刷・同関連業

所在地 〒604-8162 京都府京都市中京区烏丸通六角下る七観音町634番 ONEST 京都烏丸スクエア6F

TEL 075-253-0800 FAX 075-253-0910

URL <https://www.lifedesign.co.jp/>



当社の製品・サービス（概念図）



パッケージング



販売促進ツール

取組のきっかけ

◆クリエイティブ集団によるワンストップサービスの提供

当社は昭和21年の創業以来、様々な「パッケージング」「プロモーション」「ブランディング」の事業を展開しています。具体的には顧客企業に対して梱包資材、各種印刷物、セールスプロモーション広告などの商品について企画からデザイン、製造までを行っています。

京都の企業として長い歴史の中で、独特の伝統的「和」のデザインを得意としていることもあり、顧客からの信頼を培ってきています。また、これまでの製作実績、全国の主要都市に拠点を有することによる地域情報の取得、多くの女性クリエイターによる女性視点、などを活かしたクリエイティブ力があります。パッケージ制作、編集作業、ディスプレイ制作やWEB構築など、ブランディングやプロモーションに関するワンストップサービスを提供できる点も強みとなっています。

◆基盤の「パッケージ」事業での悩み

近年顧客の新商品開発やリニューアル商品発売のサイクルが早まり、それに伴う試作品、提案物制作の重要性が高まっています。出来上がりイメージに近く、よりリアルで納得しやすい提案と共にスピーディーな提案が求められています。

しかし、既存の設備では折角のクリエイティブがインクジェット専用紙にしか印刷できず、ホワイトダミーの立体

見本と本番の紙見本の3点で提案するのが精一杯でした。本物と同じ見本は外注せざるを得ず、時間とコストがかかっていました。

取組内容

◆社内オンデマンドシステム構築で課題解決を目指す

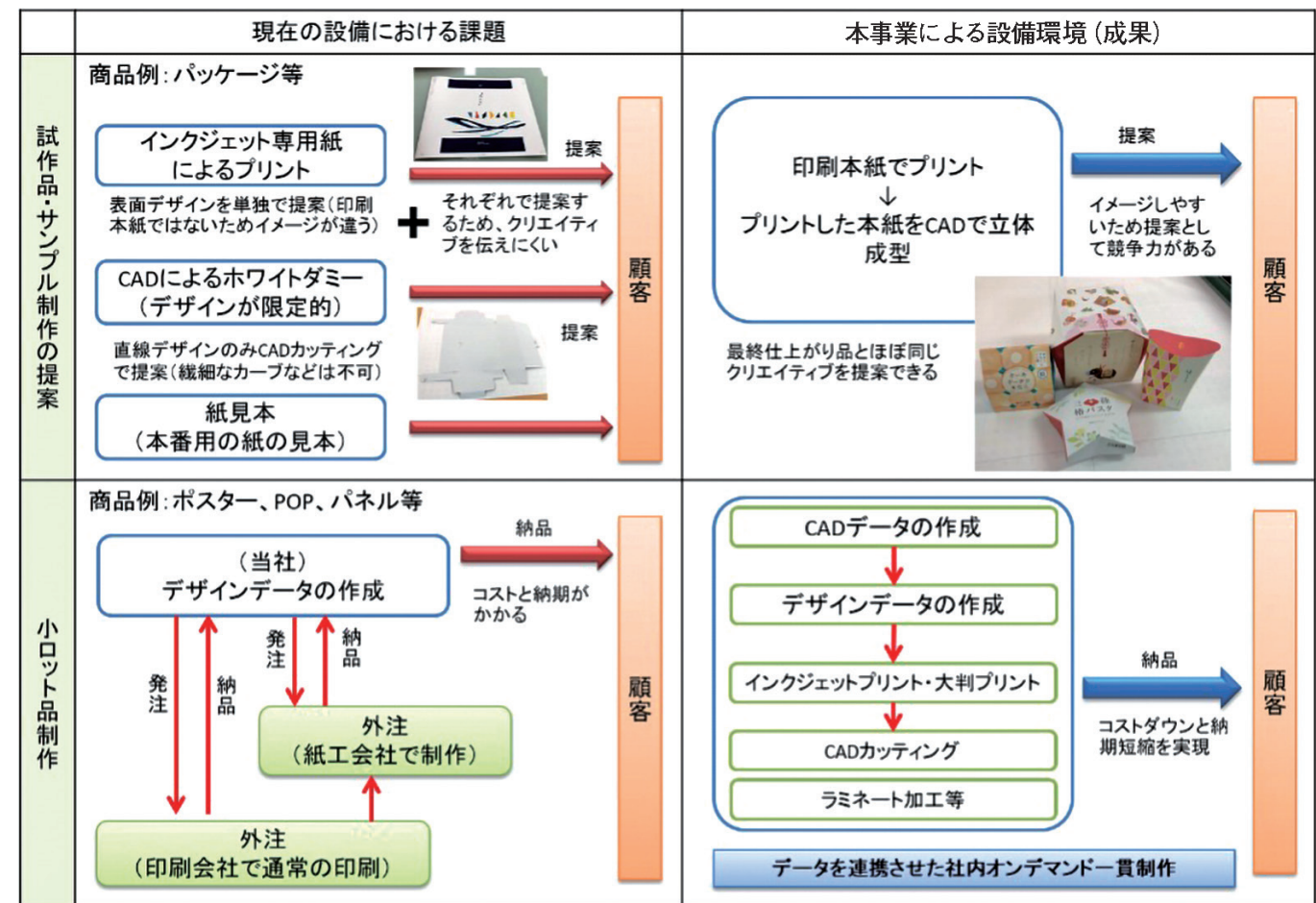
この課題を解決すべく、制作センターに「本紙対応インクジェットプリンター」「厚物精密カット対応CADカッティングマシン」を導入し、立体パッケージの試作品・提案品や少量であれば従来外注していたパッケージの生産が可能になりました。また、大判プリンター、ラミネーター、トリマーを導入し、展示会など売り出しの際のポスターなどの販促ツールも内製できる体制を整えることができました。これらの設備を活用する制作センターとデザイン部門を繋いでオンデマンドシステムを構築しました。



大判プリンター



ラミネーター



課題と成果（顧客満足度向上に向けて）

◆補助事業実施の成果

- これらの取組みにより、以下の成果が得られました。
- ①高品質な試作品、提案品をタイムリー（最短で即日）に提案し、クリエイティブをより効果的に訴求できるようになりました。リアルな試作品を提案することで、お客様が商品訴求効果を容易にイメージできます。
 - ②小ロット製品の内製化や、新製品発表や展示会用のポスター等の販促ツールが制作できるようになりました。
 - ③オンデマンドシステムでデザイン部門と制作センターを連動したことにより、デザイン部門が立体物としてデザイン制作できるようになり、より付加価値の高い製品づくりがコストダウン、短納期で可能となりました。

今後の展開

◆ワンストップサービスを強化

デザイナー、営業、制作センターがワンチームで今回導入した仕組みを活用し、充実した提案を行うことで、既存顧客の掘り起こしと新規開拓をなお一層積極的に進めていきます。

また、ポータルサイトに試作品・完成品事例をデータベース化して有効活用することで、パッケージング・ディレクターと呼べるようなプロ人材の育成を検討しています。

更に、今回の取組みで実現した「無駄の削減」を紙加工分野の外注ネットワークにも広げ、当社の強みを一層強化していく計画です。

◆地方の食文化の価値を高め、未来につなぐ

コロナ禍を経て再びインバウンド客やシニア層の観光需要が盛り上がりを見せています。当社としても地域産品の開発パートナーとして、その地の企業に寄り添い、地方への誘客を切り口にして地方ビジネスを活性化させたい想いです。これまでの実績・ノウハウを活かして、紙という製品自体のみならず、付加価値の高い「ブランディング&プロモーション」事業を拡大させ、弊社が得意とする地方の「食」の高付加価値化に取り組んでまいりたいと考えております。その為にも、弊社が構築した「地域の特色と企業の強みを引き出し、商品価値を「深化」させるルーツ・ブランディング」を活かし、地方の中堅・中小企業の「小さな企画室」として広く認識していただける企業になるよう努力していきます。