

印刷技術懇談会 2020 年 11 月例会(第 484 回)

「フィルムパッケージメーカーが取り組む環境保全活動と今後の展望」

林 正規(まさき)氏 (株式会社精工 代表取締役社長)

■ 日時：2020 年 11 月 20 日(金) 18:30～20:00

■ 場所：日本印刷会館 501 号

■ 講演要旨

印刷技術懇談会の参加者はどちらかというと、オフセット印刷方式をベースにした商業印刷や出版印刷に関係する方々が多いと思われるが、今回の林氏の講演は、おそらく「驚き！」が多く、咀嚼に手間取ったのではないだろうかと思われている。なぜならフィルムパッケージ印刷をベースにした同社の事業領域が、全く型にはまっておらず、極めて「躍動感」ある経営の内容が語られたからである。



hp Tech & Device TV より

林氏によれば、1990 年からは、自社を「メーカー」として定義づけて経営をされている。同社の事業の柱は以下であり、まことに広範囲で且つユニークである。

- ✓ フィルム 2 次加工(製版、グラビア印刷、スリット、製袋、断裁、有孔)
- ✓ オンデマンド印刷(ダミーサンプル、多品種メガロット、ラベル)
- ✓ 包装機械(機械の開発、製造、輸入、メンテナンス) ⇒ 詳細は 3 ページに記載
- ✓ 中古農機具の買い取りと販売(2020 年から) ⇒ 詳細は 3 ページに記載

現在、国内営業拠点を 8 ヶ所、製造拠点を 3 ヶ所、グループ会社 2 社で、従業員 600 名、グループ年商は 120 億円との事。林氏いわく、「これからは「中堅企業」を目指して・・・」と話されたが、すでにその規模であろう。

林氏の経歴も興味深い。中学高校時代は美術が大好きで、その成績も学年でトップ。大阪芸術大学 芸術学部 環境計画学科で勉強され、その後、台湾の国立師範学校で中国語を学ばれた。ご自身は創業から 4 代目の社長である。2021 年には創業 110 年を迎えるとのこと。1 世紀以上にわたり印刷に取り組んできた林家の DNA と林氏自身の個性の融合があって今の経営スタイルに帰結したようにも思える。

他方、経営の肝は「ビジネスコンセプト」である。林氏は、ご自身で策定された「私たちの使命」として 7 つの考え方を示された。筆者は、以下の 7 つの内、①と②に同社の強いメッセージ性を感じた。

- ① 生産者の思いを消費者に伝える。
- ② パッケージの力で畑と胃袋を最短距離でつなぐ。
- ③ パッケージのワクワク感を源泉にする。
- ④ 世界最薄のフィルムパッケージで食品の安心安全を約束する。
- ⑤ 従業員をはじめ従業員の家族をも幸せにする。
- ⑥ 地域社会に貢献する。
- ⑦ パッケージの力で地球環境を保全する。(フードロスの削減など)

今回の講演全体を通して、「印刷」を中核にしながら、印刷を超えていくビジネスモデルがあることを実感した聴講者(筆者を含めて)は少なくなかったのではないだろうか。同時に「パッケージ」という商材の現代社会における価値、ニーズ、特性、効果、面白さなどを改めて考える良い機会でもあった。

プレゼンテーションの各論については、次ページ以降にメモの形で記した。

.....以下、メモ.....

(赤字の箇所は、提示されたプレゼンテーション資料に対して、林氏が口頭で説明された点や筆者がポイントと思ったことをメモとして加えたもの。)

■ 講演の骨子

- ① 自己紹介
- ② 会社の概要
- ③ 会社の歴史と事業内容
- ④ フィルムパッケージメーカーとしての挑戦
- ⑤ 「私達の使命」
- ⑥ 製品の採用事例
- ⑦ 従業員と家族への思い
- ⑧ オリジナルパッケージの開発(鮮度保持研究室)
- ⑨ 環境への取り組み(SDGs)
- ⑩ 精工の SWOT 分析
- ⑪ 今後の展望
- ⑫ Dscoop Japan のチェアマンとしての活動

■ 自己紹介

- ✓ 林 正規(はやし まさき)
- ✓ 1973 年 1 月 5 日生まれ
- ✓ 大阪芸術大学 芸術学部 環境計画学科(現環境デザイン学科)卒業
- ✓ 環境デザインの会社に就職(ランドスケープデザインと輸入石材関連の企業)
- ✓ 台湾国立師範学校 国語中心にて中国語を学ぶ ← 大変厳しい学校だったとの事
- ✓ 2000 年 10 月、(株)精工へ入社
- ✓ 1 年後、宮城工場で工場研修とデジタル印刷事業の立ち上げ
- ✓ 2016 年 5 月、4 代目社長に就任
- ✓ デジタル印刷機 indigo と共に 20 年

■ 会社概要

- ✓ 社名：株式会社 精工
- ✓ 創業：1911 年 ⇒ 2021 年で創業 110 年
- ✓ 会社設立：1950 年
- ✓ 資本金：9,800 万円
- ✓ 従業員：600 名
- ✓ 年商：101 億 7,900 万円
- ✓ 営業拠点：国内 8 営業所
- ✓ 製造拠点：国内 3 工場
- ✓ グループ会社：2 社
- ✓ グループ年商：120 億円

■ 社歴と事業内容

- ✓ 社歴は同社の HP に詳しく述べられている。
- ✓ 事業内容

- フィルム 2 次加工(製版、グラビア印刷、スリット、製袋、断裁、有孔)
- オンデマンド印刷(ダミーサンプル、多品種メガロット、ラベル)
- 包装機械(機械の開発、製造、輸入、メンテナンス)
 - ✧ 大手機械メーカーが製造しない「ニッチのマーケット」を狙う。
 - ✧ 小規模事業者向けの機械を製造する。価格が大体 250 万円くらい。
 - ✧ 100V の電源を使用。スタンドアローンで動くもの。
- 中古農機具の買い取と販売(2020 年から)
 - ✧ 農家は様々な理由から廃業するケースが多い。
 - ✧ 農家の納屋に眠っている農機具は沢山ある。
 - ✧ それらを、買い取って海外で販売する。
 - ✧ 同社は、農産物の鮮度を維持することを意識したパッケージを手掛けているので、農業とビジネス上の距離は近いと思われる。
 - ✧ 農⇒食⇒包装という流れの中で見えてきた着眼点と思われる。

■ フィルムパッケージメーカーとしての挑戦

- ✓ 1990 年：問屋からメーカーへの挑戦(30 年で 12 の工場をつくる)
- ✓ 1998 年：海外原反の輸入開始(台湾、中国、タイ、マレーシア)
 - 原反は、海外からが 7、国内が 3 の割合
- ✓ 2000 年：デジタル印刷機 indigo 社製「Omnius」を輸入
- ✓ 2008 年：本町ゼロファン事業譲渡
- ✓ 2012 年：ブラザー機械工業吸収合併
- ✓ 2016 年：4 代目社長就任
- ✓ 2017 年：(株)ヨネヤマ 子会社化
- ✓ 2019 年：シナノポリ 子会社化
- ✓ 2020 年：GOPP 発売(環境にやさしいフィルム)
- ✓ 2020 年：「咲果(さいか)事業」スタート(洋菓子、和菓子の包装資材の専用サイト)

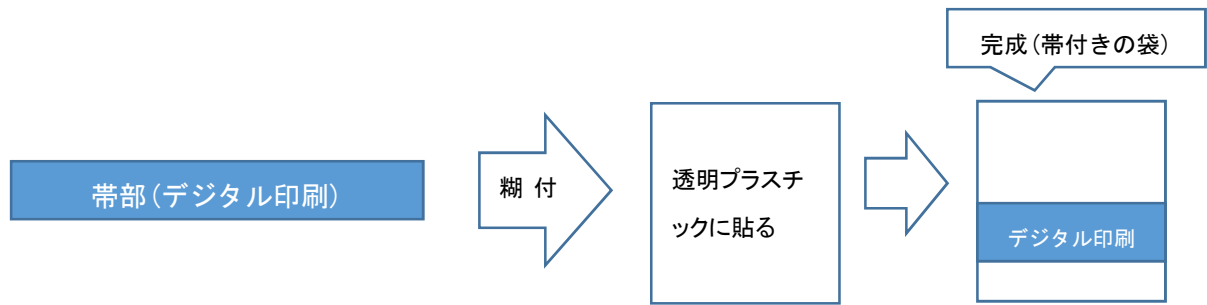
同社が M&A を行った会社は、後継者問題で経営の継続が困難になった会社とのこと。

■ 私たちの使命

- ✓ 7 つの使命については、1 ページの要旨に記載
- ✓ この中で、林社長は「鮮度保持」の難しさについて言及されていた。
- ✓ 採れたての野菜、果物の鮮度をできるだけ保持するためのパッケージの開発を行ってはいるが、同時に「手に取ってもらえるパッケージ」「ワクワク感があるパッケージ」がポイントとの事
- ✓ そうすれば自ずと消費者に選択され、購入され、新鮮なうちに消費される。

■ 採用事例の紹介

- ✓ 農産物向けのパッケージで(デジタル印刷で作成した帯(天地幅 5cm)をフィルムに貼って最終的に袋を作るという工程の紹介があった。
 - 次ページにその概略工程を示した。
 - コストの高いデジタル印刷を従来の生産工程の中に組み入れている。
 - 林社長いわく「既存設備の活用の最大化」を考えている。



✓ 売り方提案の事例

- カットスイカの袋
- カットスイカは容器に入れられて販売されるケースが多いが、袋に入れて販売するという提案
- 食べた後のスイカゴミはそのままその袋に入れて廃棄する便利さがある。(廃棄用の袋としての機能も持たせた。)
- 袋には丸い白窓を印刷。そこに店側で測定した糖度をマジックインキで記入(便利機能)

■ 従業員に対しての施策

✓ 日々の取り組み

- 改善提案制度(月ごとの買取) ⇒ 1,000～50,000 円
- 林社長「**アイデアが出てくることが重要**」

✓ これからの取り組み

- 5年で基本給 20%アップ(全社員)

✓ コロナ禍での取り組み

- 新型コロナ対応特別感謝金(総額 600 万円＝10,000 円/1 人 X600 人)
- ヒーローズ手当(総額 1,200 万円)
- テレワーク手当(1 ヶ月 3,000 円 ⇒ 家庭内での光熱費などの補てん)
- インフルエンザ予防接種会社負担(社員＋社員の家族全員) (総額 2,500 円 X2,400 名)

■ 製品開発

- ✓ 「鮮度保持研究室」の存在
- ✓ 各種製品は同社の HP に詳しい。

■ 環境への取り組み

- ✓ SDGS への取り組み
- ✓ 工場での太陽光発電
- ✓ グリーン OPP への提案
 - サトウキビ由来
 - 原料となるバイオエタノールは主にサトウキビのしぼり汁から砂糖を精製した残さを発酵させて作るもの。
 - フィルムの薄膜化(20μm⇒18μm、30μm⇒28μm、40μm⇒35μm)

■ 自社の SWOT 分析

- ✓ 講演の中では、自社の SWOT 分析の結果も提示され、自社の立脚点を客観的に分析されていた。十分な現状把握の上に、次のステップが準備されていることがうかがえる内容だった。

強み	弱み
✓ スピーディな意思決定 ✓ 一貫生産 ✓ 職場環境(臭いなし) ✓ 海外を含め幅広く原材料を購入	✓ 設備導入による固定費アップ ✓ 急拡大により組織経営ができていない ✓ 自ら動く姿勢
機会	脅威
✓ 顧客の大型化、多様化 ✓ 食品ロスの問題(ビジネスチャンスにつながる) ✓ ニューノーマル ✓ 技能生、海外実習生の採用 ✓ 世代交代(M&A のチャンス)	✓ 自然災害 ✓ 環境問題 ✓ 為替リスク ✓ 原油価格の変動 ✓ 人材不足 ✓ M&A の広がり ✓ 金利の上昇 ✓ 賃金の上昇

■ 今後の展望 (非常に明快である。こういう将来像を明示することは社内および社外に対して大きなプラスの効果がある。)

- ✓ 野菜の袋の広告代理店を目指します。
- ✓ 鮮度保持の技術で食品ロス削減に貢献します。
- ✓ 環境へのインパクトを最小化します。
- ✓ 機能性パッケージで暮らしを豊かにします。
- ✓ 技術革新とものづくりで業界をリードします。
- ✓ 持続的成長と収益性を目指します。
- ✓ 高い社員の満足度を目指します。
- ✓ 革新的で尊敬される中堅企業を目指します。

■ Dscoop での活動

- ✓ 林社長は Dscoop Japan の「チェアマン」として活躍されている。
- ✓ Dscoop とは
 - hp グラフィックス ソリューションズのユーザー会。2005 年に組織化。
 - ✧ ミッション：「印刷のイノベーションを起こす」
 - ✧ ビジョン：「すべての人々にデジタル印刷の本当の価値を提供する」
 - メンバーの成長をもたらす非営利団体
 - メンバーが集いビジネスの成長と有益であるとする成功事例を共有する。