

2016年は「アルポ」を拡販

「ベストワン キレイナ」の戦略発表

T&K TOKA(増田至克社長、本社・埼玉県入間郡)は3月15日に記者会見を行い、パウダーレスインキ「ベストワンキレイナ」の2015年度活動報告ならびに2016年度の営業戦略を発表した。会見には増田社長をはじめ、山中俊雅常務取締役技術本部長、栗本隆一取締役営業本部長、中間和彦取締役研究第一グループチーフリーダーが出席し、キレイナの販売実績等を報告した。

T&K TOKAが会見

冒頭、増田社長は「キレイナはお客様に表することをレインは発表から2年が使い込んでいただくこと経過した。知名度が飛躍で情報交換を行い、ブラッシュアップしていくも、引き続き、キレイナの販売実績について、栗本取締役が「発表以降、多くの役が一発表以降、多くのお客様に興味を持っていただいている。2014年度はさまざまな課題に対して改良を重ね、販売実績につなげるには時間を費やした。2015年度には採用が増加し、IGAS2015でのPR効果と合わせ約300社のお客様に継続的にご使用いただいている」と説明した。現在の採用件数は前年度150件からの倍増を達成しており、販売数量も月産60トンと約7倍に増加している。この要望もあるため、性能を向上させながら、来年度の3月には月産250



会見で左から、栗本取締役営業本部長、増田社長、山中常務取締役技術本部長、中間取締役研究第一グループチーフリーダー



印刷実演で「キレイナ アルポ」の実力を披露

改良を重ね drupaへ初出展

国内の採用は前年比で倍増

は前年度150件からの倍増を達成しており、販売数量も月産60トンと約7倍に増加している。この要望もあるため、性能を向上させながら、来年度の3月には月産250

◆ドルツパでキレイナを世界に発信

T&K TOKAは第3ホール(C-42)にブースを構える。出展製品は、キレイナをアピールするとともに、付加価値の高い蛍光インキ等を提

案する。また、UVインキでは省電力UV、UVフレキシインキなど、欧米のニーズを汲んだ製品を紹介していく。

◆内覧会で水なし印刷「キレイナ アルポ」をPR

会見当日の午後には、水なし印刷用のキレイナアルポの内覧会が開催された。

るもので一継続採用を含めたテストを実施している。お客様が多い。技術面での要望もあるため、性能を向上させながら、来年度の3月には月産250

拡販が強化ポイント。パウダーレス印刷、キレイナの在庫や生産を一本化し、コストダウンも検討されている。

キレイナを使用するユーザーの意見を基にした改良点については、山中常務が説明。片面印刷において、特殊ビーズの転移不良による印刷面の

印刷機でも機上乾燥性が速く、インキ壺での攪拌が不要であったが、酸化防止剤等の見直しにより紙面乾燥性を落とさず機上乾燥性を抑制することに成功した。また、水なし印刷機では酸欠による乾燥不良やセツト乾燥性が速いことから発生したエッジピッキングの問題に対して、原料の見直しにより紙面乾燥性を向上させて改善につなげている。

また、キレイナへの切り替えにより上昇するインキ単価に対し、昨年は実売価格の3割アップ以内を目標を設定していたが、カスタマイズ対応等で増加した品種の絞り込みなどを進めることで、2割アップ程度での提供を実現。印刷効率や機械稼働率、トラブル減少という、他社にはない経験値によるトータルコストメリットも再提案する方針を示した。

水なし印刷を実践する精英堂印刷の平浩志氏(製造部印刷課)による取組事例や東レの水なし印刷活用による印刷機かさをイメージしたクリリンベーションなどのセミナーに変更した。

2016年度の営業戦略は、水なし印刷用のキレイナアルポの統廃しを大幅に削減した水なし印刷が披露された。