日本WPA　復興支援を兼ね、熊本で総会・見学会

水なしLED－UV印刷 印刷機リノベーションを推進

ノンVOCロゴの普及へ

一般社団法人日本WPA（田畠久義会長、日本水なし印刷協会、会員135社）は6月16日、第7期定期総会を熊本市内で開催した。熊本地震からの復興支援を兼ねたもので、熊本県印刷工業組合の協力を得て、熊本県、福岡県からも参加者があり、60名以上の盛況だった。総会に先立って行われた工場見学会では、会員企業である敷島印刷を訪問した。総会後には、印刷通販大手、プリントネットの小田原洋一社長による講演会、懇親会が行われ、翌17日は親睦ゴルフ会を開いた。

総会のもよう

総会

定期総会の冒頭にあいさつした田畠会長は「日本WPAの設立から15年、法人化から7年が経った。この1年も、事務局長の交代などいろいろな変化があった。小川（勇造）事務局長体制で、新生WPAとして8年目も変化させていこうと思っている」と述べ、7期の主な活動に触れた。

田畠会長を議長に第7期（平成28年度）の事業・決算報告、第8期（平成29年度）の事業計画案・予算案が審議され、すべて原案どおり承認された。

7期は、水なしLED－UV印刷と印刷機のリノベーションを推進した。

UV印刷の普及が進む中、版材、インキ、ブランケットなどの諸資材の改良が進み、また印刷機、UV装置の高性能化もあり、新たに水なしLED－UV印刷を開始する会社が出てきている。

田畠会長

リノベーションについては、老朽化した印刷機の復活の実例が数多く出ている。印刷品質の向上・安定が図られるとともに、保有資源の有効利用など経営面での貢献も大きく、リノベーションを実施した会員企業からの評価は非常に高い。

さらに、印刷機のリノベーションとLED－UV装置を後付けして水なしUV印刷化することにより、生産性が一層向上し、油性インキ関連のトラブルが解消、納期対応も可能になる。

今後の大きな流れになろうとしており、日本WPAの会員数増加にもつながっている（7期は正会員3社、協賛会員2社の新規加入）。

昨年12月には、来場者17万人の環境展示会「エコプロ2016」に出展し、水なし印刷、バタフライロゴの普及に努めた。エコプロ展では、小学生向けに日本WPAが独自に制作した「エコかるた」を使い、かるた大会を開くなど、環境の大切さを学んでもらった。

エコかるたは、会員各社が地元の学校や教育団体への寄贈を実施した。

2009年に開始したカーボンオフセット事業には、32社が参加し、266件の申請、合計611トンをオフセットした。累計の総実績量は5018トンに達している（7月1日現在）。

カーボンオフセット事業は8期も積極的に推進し、新規の参加者を募集する。また、取り扱う地産地消クレジットの種類も増やしていく。今期に入り、岡山市が創出した地産地消クレジットの取扱いを新たに開始した。

8期の新規事業としては、まず省電力UVインキの「NON VOCロゴ」（商標登録）を印刷業界の統一マークとして普及させていく。植物油インキに比べてより環境優位性のある省電力UV印刷を訴求し、クライアントの認知度を高め、受注拡大につなげていく。

現在、制作準備を進めている日本WPAのプロモーションビデオは、印刷会社向けと一般（クライアント）向けの2部構成で、各2分程度の内容とする。印刷会社向けには収益性の向上、人材育成の短期化、品質の安定など、一般向けには環境優位性、高品質な印刷を訴求する内容となる。

バタフライロゴのシールはすでに制作され、会員に配布された。水なし印刷物の梱包材などに貼ることで、バタフライロゴの普及を図る。

日本WPAは、今年も12月に「エコプロ2017」に出展する。今まで以上に費用対効果を高める工夫をする。

また、水なし印刷に関する技術、経営情報の共有化、会員相互の交流の深化にも、さらに積極的に取り組む。具体的には、セミナー、工場見学会、交流会などを各地で開催し、地方からでも、あるいは現場の人でも参加しやすい形態としていく。

継続事業として、カーボンオフセット事業のほか、会員企業のVOC計測事業、カーボンフットプリント事業を推進する。カーボンフットプリント事業は、参加企業数が伸びないため、日本WPA独自のシステム認証制度から個品別認証制度に変更した。

会員および対外への情報発信はさらに強化していく。

商標登録したNON VOCロゴ

プリントネット社長が講演 生き残りの考え方語る

小田原社長

講演会では、プリントネット（本社・鹿児島市）の小田原洋一社長が「中小印刷企業の生き残り方」をテーマに講演した。

同社は小さな家族経営の会社であったが、2005年に印刷通販サイトを立ち上げ、現在は従業員280名、印刷通販で第3位の会社に成長した。2016年度は売上高59億円、経常利益5・2億円。2017年10月期の予想は、売上高70億円、経常利益7億円となっている。小田原社長は「印刷業界のリーディングカンパニー」を将来像に掲げる。

鹿児島県に九州工場、山梨県に東京西工場（第1・第2）がある。水なし4色機1台で月間5600版を記録した際の、「あとで印刷機のメンテナンスに問題があったことが発覚したのだが、それでも、水を使わないのでローラーがへたらず、できてしまった」とのエピソードも紹介した。

営業戦略では、高品質、短納期、安心、迅速な対応力を重視し、低価格による勝負は避けてきた。最近では、競合他社に対抗するため、データ入稿から刷版出力まで一切人手を介さない全自動フローのサイトも開設した。

経営戦略においては、金融機関との交渉により不動産担保や代表者保証の解除、低金利借入れなどを進めている。

小田原社長は、中小印刷企業の生き残りのキーワードとして、経営統合も含めた企業同士の業務資本提携、共同資材仕入、システム連携、グループ間での受発注や人材派遣などを挙げ、「数社で協力して利益率の高い企業に成長させ、難局を乗り越えていかなければいけない」と語った。

懇親会

懇親会では、奥継雄副会長があいさつと乾杯発声を行い、親睦を深めた。

新入会員として紹介されたのは、富士美術（小柳富士夫社長、大阪市東成区）とキング印刷（伊東邦彦社長、福島市）。

昨年9月から水なしLED－UV印刷を開始し、すでに仕事の9割を水なしで行っている富士美術の小柳社長は「始める前は大変だと思っていたが、今は、なんでもっと早くやらなかったのかと思っている。原価は上がったが、見当性の良さによる作業効率アップやクレームの減少などによるコスト削減効果はそれ以上」と話す。

キング印刷の伊東社長は「この3年間で大小15台の印刷機を出し、今は5台のLED－UV印刷機だけで回している。福島もまだまだ大変。応援していただきたい」とあいさつした。

熊本県印刷工業組合の藤井直樹理事長からは、今回の総会が熊本県で開かれたことに謝意が述べられた。また、「組合員20社でグループ補助金を申請し適用されたが、人手不足感が強く、復旧工事がまだ終わっていない」と、復興への取組みが道半ばであることも報告された。

東レ印写システム販売部の松本俊光部長が、日本WPAの一層の発展を祈念して締めを行った。

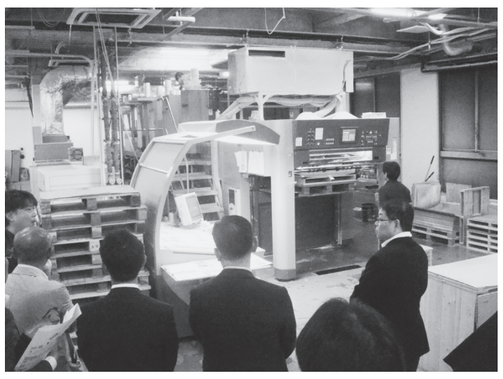
敷島印刷 見学会

水なしで高い作業性 震災からの復興、力強く

日本WPAは6月16日、定期総会の前に工場見学会を行い会員企業である敷島印刷（敷島武法社長、熊本県宇城市）を訪れた。2009年から水なし印刷で運用する8色両面印刷機ほか、工場内をくまなく見学。第32期の経営スローガンとして「奇跡の復活」の言葉を掲げていたのが印象的だった。同社も熊本地震で被災しており、敷島社長は復興にかける思いを次のように語った。

「地震が発生した時、夜勤で働いていた社員もいた。幸いにして人的な被害はなかったが、最終的に建物の工事、機械の修理などで2700万円ほどの費用がかかった。工場の1階を見てお分かりいただけたと思うが、支柱がやられ、補修したために途中が膨らんだ形になっている。本当はきちんと工事をして直さなければいけないのだろうが、費用の問題もあり、最低限できる範囲で終えたところだ。1年前は、このまま経営を続けるべきか、それとも止めた方がいいのか、そんなことまで考えるような状況だった。でも、周りの業者さんもみんな頑張っているし、熊本県も少しずつ立ち直っているので、なんとかここまで来られた。当社は東京方面から橋プリンティングセンター内）を通じて関東圏からの仕事の依頼が増え、それらをすべて熊本の工場で製造している。福岡市にも支店があり、受注に関しては幅広い営業網を持つことが震災後の支えとなった。

敷島社長


東京からの中・大ロット仕事を主にこなす水なし8色両面印刷機

課題は製造面だったが、敷島社長を先頭に全社員一丸となって力を結集し乗り越えた。工場には、社員一人ひとりの顔写真を入れた「現場力」と大書きしたポスターが至るところに貼られており、職場の士気を高めている。

また、敷島印刷では、就労継続支援A事業所「かけはし」も運営しており、この事業所の就労者たちが印刷現場で真面目で丁寧な働きぶりを見せている。

見学会では、制作・企画室、CTP室、仮眠室、多目的ホール、障害者作業施設、印刷・加工工場と順に回り、社員から説明を受けた。同社では少数精鋭主義を採っており、複数の印刷機をだれでも扱えるようにしている。また、5～6名と少ない制作スタッフも、打合せからフィニッシュワークまで全員が一人何役もこなす。だれかが急に休んでも代われる利点もあるという。

水なし印刷はアキヤマ製8色両面機をメインに、東京からのロットの大きな仕事を主に行っている。水なし・水ありの比率は約7対3。20～30万部の大ロット受注もあり、その場合は版を2～3セット用意して対応している。

9年前に8色両面機を導入する際、「いろいろ研究したが、水なしでなければ見当が合わないという結論に達した」（敷島社長）。営業面では、環境にやさしい水なし印刷も売りにしている。

担当する印刷オペレータは「東レなどのサポートもあり、導入してすぐ実稼働に入り、スムーズに立ち上がった。水の管理から解放されたことで作業性が良く、温度管理さえ注意しておけばいいので精神的にも楽になった」と話していた。

バタフライロゴのシールを制作

梱包材に貼り認知を高める

日本WPAはこのほど、水なし印刷の象徴である「バタフライロゴ」の認知度向上を目指して、ロゴのシールを制作し、会員に配布した。

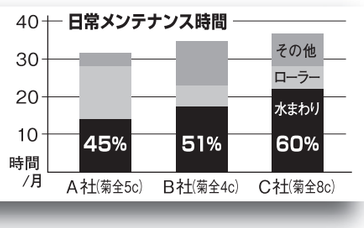
シールは、蝶の鮮やかな赤が印象的な仕上がり。水なし印刷の印刷物を小口梱包する場合や、段ボール、シュリンク包装で出荷する際に、外面に貼り付けるためのシールで、印刷物を受け取り、クライアントが開梱する際、自然にシールが目に付くことを想定している。

制作は、会員企業のヨネヤマシール印刷（新潟県三条市）が担当した。

実は、LED-UV・H-UV こそ 水なし印刷 なのです。

水まわりのメンテナンスから解放。実生産時間が向上。

最近主流となりつつある省エネ型UVですが、水棒の汚れや、紙のCa成分が湿し水に溶け出して起こるローラへのグレーズの堆積など、安定稼働のために水まわりのメンテに多くの時間（右グラフの黒い部分・当協会調べ）を費やします。水なし印刷は、それら一切のメンテから解放され、実生産時間へのシフトが可能となります。



樹脂ローラは、水が大敵。交換が激減、コストダウンに。

省エネ型UVに必須の樹脂ローラですが、湿し水と反応し加水分解が発生、水系ローラで約2ヶ月、インキローラで約10ヶ月で交換。大きな負担となっています。水なしUVでは水系ローラは不要、インキローラも水ありの倍程度は持ちます。菊全H-UV4色機・昼夜稼働のユーザの統計では、右表のように月間37万円の節約になります。

月間コスト（単位;千円）	水ありUV	水なしUV	差異
水まわり資材費	135	0	▲135
ローラ費用	280	70	▲210
その他資材費	371	371	0
日常メンテ作業費	53	26	▲26
合計コスト	839	467	▲371

ユーザーの声① 水トラブルから解放

印刷開始後に突然両端部の濃度が落ちるローラストリッピングが発生し、グレーズを洗浄していましたが、金属ローラを磨くため半日かかった事もありました。水なしに移行してからは、皆無です。

ユーザーの声② 印刷品質が安定

以前は色ブレがありましたが、水なし移行後はロット1万枚でも、最初の色合せ後は変動がほとんどありません。また特にゴーストは、水ありでは解消できなかった絵柄が水なしで劇的に改善しました。

一般社団法人 日本WPA
Japan Waterless Printing Corporate Association

事務局：〒104-0033
東京都中央区新川1-28-44 K・Tビル
Tel. 090-8480-3274
nippon.wpa.sec@waterless.jp

詳しくはホームページをご覧ください。
http://www.waterless.jp/