

水なし印刷で設備能力を再強化



藤田社長

フジプランズ

もあり、情報収集の範囲にとどまっていた。3年前によく現場でのテストを実施したものの、水なし印刷用の仕立てを行わず、静電気除去装置等を備えていたこともあり、色気がなかったところが、2013年に入つて様相は大きく変わった。そのため、工場長はじめオペレータたちも、あえて水なし印刷に切り替える動機を持ち合せなかつた。◆スムーズな移行に営業担当者も驚き昨年の2月、改めて水なし印刷のテストが工場で実施された。この時は

いた工場長が退任し、後任に新しい感覺の若い工場長が就いたことで、水なし印刷に対する抵抗感が薄らいだ。

削減以前と何が違つていたか。
まず、東レ印写システム販売部の技術パートナーであるタケミ（柴崎武士社長）により、水なし印刷に合わせたローラー調整など、入念な印刷機の仕立てが行われた。

め、不安がなかつたわけではない。特に営業部では、クライアントからの評議を心配していた。しかし、どこかで思い切らなければ前に進めない。現場のオペレータが『問題ありません』と言つてくれたところもあり、一気に切替えを図つた」と話す。

そして、2014年2月に印刷コンサルタントを実施するタケミによる機械メンテナンス後に、なし印刷を開始。初めのうちこそ、水なし版に

どの仕事をカラー「コピー」で校正出ししている。コピーマシン特有の鮮やかな出力に対して、水ありの印刷はぼやけて見えることがあつたが、その点、くつきり仕上がる水なしは合っている」と話す。

現場を預かる工場長も「水の管理から解放されたことで印刷が安定し、色のバラつきがなくなつた。見当精度も良い。清掃の手間がかからないなど、いろいろな面でオペレーションが楽になつた」と高く評価する。

スマーズな移行の背景には、同社が継続してきた人材育成に対する努力が役立っていることは間違いない。聞けば、歴代の工場長は非常に厳しく人ばかりで、その姿勢が今のおペレータたちに引き継がれているという。いわば、高い技能や口うるさいメンテナансは当たり前のという社内風土だ。

◆優良顧客の新規開拓で
業態を転換

フジプランズ（藤田博久社長、本社・東京都大田区、社員20名）は、今年2月に水なし印刷への転換を一気に図り、順調に稼働し続けて3ヵ月が経つ。所有する印刷機が1台ゆえ、水ありからの切替えにあたっては長い検討期間も要したが、社長の号令の下に印刷機のリノベーションを行い、水なし化した結果は、期待していた以上の成果だった。クリアな色再現など品質面での向上のほか、見当合わせにかかる時間の短縮などで作業効率が向上。諸資材の使用量など工場経費も1割程度減少したという。

年前に導入した菊三裁8色両面機が1台。数年前に完全オーバーホールを行い、順調に稼働中だ。

A black and white photograph showing a long row of large, rectangular concrete blocks stacked on wooden pallets. The blocks are arranged in several stacks along a dark, paved surface. In the background, a large industrial building with multiple windows and a sign that reads "PRINTING" is visible. The scene suggests a construction or shipping yard.

リノベーションを行った8色両面印刷機

A black and white photograph of a large industrial printing press. The machine has a dark metal frame and a light-colored paper path. It features several large rollers and a complex system of belts and guides. The paper path is visible, showing how it moves through the machine. The overall appearance is heavy-duty and professional.

印刷機のすぐ近くにある
自動現像機とセッター

合わせて、水なし印刷版やインキのスペックを上、コスト面での負担軽減などがここ数年さらに進み、導入しやすい条件が整ってきた。

わったことで合紙との相性などからセッターの不調も起きたが、すぐに安定し、現像機や印刷機まわりは現在まで何らトラブルなく、移行は驚くほどスムーズにいった。しかも、消費増税の影響による駆込み需要で超繁忙期の最中である。

3ヵ月が経過した今日まで、クライアントから水ありと比べた違和感などの声は一切なく、従来どおりの納品ですべてが受領されている。最も心配していたリピート物をすんなり受け入れられ、営業自身が驚いている。