（昭和35年12月7日。第三種郵便物認可）
毎月7日、17日、27日発行
第二九二〇号
（二〇二四年）
6年8月7日

# 板紙・段ボール新聞

日刊板紙段ボール新聞社
東京都文京区湯島４－６－１１　Ａ－509
TEL　03－5689－0121 FAX　03－5689－0120
http://www.itadan.com
Email: info@itadan.com
購読料 年間 33,000 円（価格は税込）

段ボール用デジタル機 HIGH JET2500D

## 社員もやる気に

# 市場開拓、売上の1割目標

### 三和段ボール工業

ボックスメーカーの三和段ボール工業㈱（森英司社長、鳥取県倉吉市）は3月に、段ボール用デジタル印刷機「Hanway HIGH JET2500D」を導入した（販売・オーシャンテクノロジー㈱）。県下唯一のボックス。長年にわたり地域のニーズに沿った提案活動を行ってきたが、山陰地方では初という段ボール用デジタル機によって、既存事業を基盤にしながらも、新たな市場を開拓していく意向だ。森社長は、「社員もやる気になってくれている。様々なアイデアを具現化し、3年後には売上比率で1割を占める柱の事業に育ってくれれば」と期待を込めた。

Ｈａｎｗａｙ製デジタル機の前で、㊨から森社長、オーシャンテクノロジーの石田氏、アクティブの湯森社長

三和段ボールは1961年に、現社長の祖父・森寛創業社長が、地場産業の紡績メーカー資材部から独立し設立、今年で63年目を迎えた。倉吉市を中心に県中部での受注が8割を超える。

主な設備は、プリスロ（グルア結束）、半自動グルア、ダイカッターなど。

従業員数はパート含め26名。近年の特色ある取り組みでは、コロナ禍を受けて、一人3役の3ジョブ制の構築に努めて属人化からの脱却を図るとともに、県の副業人材活用制度を利用して、在京の大手IT企業の現役管理職を招へい、ホームページリニューアルや社内のデジタル化、営業支援など、幅広く力を発揮してもらっている。

売上高は11億6千万円あまり。製箱平米は月産約40万平米、1ロットは平均150枚程度と小ロットが大半。工業向けが大多数を占める段ボール製造の売上比率は50％程度、段ボールとともに提案する保護材はじめ副資材販売が同程度の割合だ。

一方で主な顧客は30社超だが、うち2社の売上比率が半分と突出して高い。「特定の企業向けの需要が落ち込むと、当然ながら事業運営に大きな打撃となる」と森社長。ここに来て、前述の2社含めて工業向けが低迷する中、その影響が徐々に大きくなっている。今回のデジタル機導入の狙いのひとつに、これまでとは違う方向性でこの状況を打破する大きな武器にしたいとの思いがあった。

HIGH JET2500Dは、最高1200dpiと高精細な印刷が可能なマルチパスタイプ。1・5～16ミリと幅広い厚みに対応する。また、反りを抑制する機能も搭載、段ボール用に特化したデジタル機だ。使用インキは水性顔料で環境にも配慮している。

本社工場外観。鳥取県では唯一のボックスメーカーだ

オーシャンテクノロジーの石田友宏氏によると、「Hanway製の段ボール用デジタル機はシングルパス機も含めて現時点で国内30台以上の実績」という。なお、同時にカッティングマシン「Kongsberg」（販売・オーシャンテクノロジー）も導入、デジタル印刷の後加工機として活用するとともに、安全面から連切機を停機し、その代替えとして使用していく。

また、従来機のメンテナンスを担う㈱アクティブ（湯森雅則社長、大阪府岸和田市）が、検討段階から、実機見学アテンド、設置場所およびレイアウトの提案、クリーンルーム化など担当。今後のメンテナンスについても、オーシャンテクノロジーと連携しながら取り組んでいく。

森社長は、「とにかく他社との違いを出したかった。これまであまり取引がない食品向けや一般消費者向けなど、地域密着型でサービスの差別化ができると考えた」（以下、コメント同氏）。同県はもとより、山陰地方での導入は前例がなく、新たな市場を開拓することでの先行者メリットを活かしていく。

導入と同時に、デジタル印刷事業部「～Digi×Popデジポ」を立ち上げた。ちなみに事業部名は社員に公募。デジタルによってPOPディスプレイなどの面白いアイデアがポンポンと生まれるようにとの思いを込めて命名した。

まだ数カ月だが、担当オペレータも操作に慣れて自在に操る。操作性の簡便さも特徴といえる。「社員には、まずは失敗を恐れずに多くのサンプルを作って、Instagramにどんどんアップし多くの人に知ってもらえるように」と伝えている。デザインや設計は、オーシャンテクノロジーのアドバイスを受けるとともに、生成AIを活用した描写は、まさに今の時代だ。

これらが奏功し、導入から日が浅いものの、大阪で行われた鳥取県をPRするイベントで使用したパネルや、地元出身力士の等身大ディスプレイ、美粧性の高い段ボールなどを既に納入した。

「問い合わせが殺到している程ではないが、提案活動も開始しており、従来、お付き合いのなかった業態の顧客から声がかかったり、行政からも問い合わせがあったりと変化も感じている。印刷を見て『これ、段ボール？』と驚かれることも多く、提案しがいもあるし、可能性は拡がる」と手応えを口にする。

たとえA式ケースであっても、従来以上の付加価値を出すことで採用につなげていくとともに、極小ロットでも活用する。さらにはイベントが多い分野（業態）への提案、その先に新しい市場の創造を目指す。

「何よりも新しいことに挑戦できることを社員が楽しんでくれている。これまでBtoBの仕事ばかりで、日常生活で製造した段ボールを目にする機会がなかったが、今後は家族にもこれを作ったと言えるようになるのも大きい」と強調し、「3年後には売上の1割を占める事業に皆で大事に育てていければ」と先を見据える。

2年前に創業来のロゴマークを一新、3つの輪（和）が箱から勢いよく飛び出しているデザインにした。今後の目指すべき姿を端的に表したという。デジタル機がこの具現化に大きく貢献することだろう。

写真㊤、デジタル機で作成したパズル、㊦導入したカッティングマシン