第一包装資材株式会社

NO1 pac

2021/01
第1号

製造工程をご紹介

３年前にドライラミネーターが導入され、デザインから出荷まで一貫した生産が可能となりました。一つの製品に要する期間はおよそ２週間。それぞれの工程ではどのような作業が行われているのでしょうか？
製造部長の西舘さんにお話を伺いました！

製造部/部長
にしだて　しのぶ
西舘 忍さん

製造工程 01 デザイン

自社でデザインするものもありますが、大体の製品はお客様から「このようなパッケージを作りたい」との要望をいただいて、それを基にデザインに取り掛かります。消費者に手に取ってもらえるような鮮やかで美しいデザインが求められています。最近は「パケ買い」が流行っているように、袋の美しさで購買意欲が左右されるといえるでしょう。近年、何色も利用するような、色彩が複雑で鮮やかなデザインのご要望が多くなってきているように感じています。

写真上/ラミネート機、右/三方製袋機

製造工程 02 受注・印刷

お客様にデザインを納得いただけると、いよいよ印刷に移ります。デザインにおける色や精度をいかに精密に再現できるかが求められる、非常に繊細な作業です。作業者の色感やセンスが問われる、職人的な技術が必要となる側面もあります。

製袋機

製造工程 04 スリット・製袋

スリットとは、ロール状に印刷された製品をお客様のご指定のサイズに機械で切断することです。続く製袋では、ボトムシール製袋、サイドシール製袋、三方製袋機と合掌製袋機を使い分けて袋状に加工をしています。

製造工程 03 ドライラミネート

ドライラミネーターとはいわゆる貼り合わせの機械です。ドライラミネーターが３年前に導入されたことで、用途や環境など多様化するニーズに応えることが可能になりました。異なる特徴を持つフィルムを重ねることで新たな機能を生み出していくことができます。バリアー性、保香性などの高度なお客様の要望に対応することができます。

ラミネート機

製造工程 05 梱包・出荷

出来上がった製品を梱包し、お客様の元にお届けします。

キーとなる工程

インキの細かな調整によって色を出していく印刷では、特に職人的な経験や勘が問われる作業です。

カラー調整

25年取り組んできても難しい部分があります。最近ではラミネート製品の出荷が増えてきており、設備や人材を増強していく必要性を感じています。ちょっとしたズレや汚れ、色感の違いによって、印刷し直しになりかねません。そのため、トラブルがいつ起こっても対応できる監視体制と、トラブルを起こさないためのヒューマンエラーの対策が求められています。作業者が作業ルールを一つひとつ丁寧に守っていくことが大切です。

手作業での確認

製品の強み

1.高精度のドライラミネーター

３年前に導入したばかりのドライラミネーターは、非常に精度の高い機械です。よりお客様に満足いただける製品を生み出すべく、ノウハウと技術の蓄積に引き続き尽力してまいります。

2.1万クラスのクリーンルーム

道内トップレベルを誇る１万クラスのクリーンルームで作業ができており、安全性が非常に高いところです。ホコリすら入れない環境で作業ができています。メーカーの方が当社の工場にいらした際には、環境レベルの高さに毎回驚かれます。

3.デザインから出荷まで一貫生産可能

デザインから出荷まで一貫した生産が可能となり、納期やコスト面などのお客様のご要望に柔軟に対応できるようになりました。

フィルムパッケージとは？

What is a film package?

今や食品には欠かせないフィルムパッケージ。
その豊富なバリエーションや第一包装資材ならではのこだわりを、営業の千葉さん・久保さんに伺いました！

営業部/部長
千葉（ちば） 亘（わたる）さん

営業部/部長
久保（くぼ） 弦也（けんや）さん

業務内容

営業部では、パッケージの提案から制作、販売までを一貫して行っています。既存顧客のサポートは勿論、新規顧客へのアプローチも重要な業務です。北海道は食の宝庫なので、農林・水産・畜産など様々な業種のお客様がいます。営業部長としては、社員それぞれが目標を立てて営業しているので、その実績管理や達成のためのアドバイスも業務の一つです。

第一包装資材の強み

千葉さん

一つひとつの商品を一から作り上げる点です。お客様と話し合いながら、デザイン、材質、機能性などを決めていきます。良いものを世に出すという使命感があるので、お客様一人ひとりのご要望に応えられるように丁寧な仕事を心がけています。

久保さん

強みは３つあります。１つ目は商社を通さずに直販でき、コスト安であること。２つ目はトータルでメーカーとしての製品づくりができること。例えば、道内で対応しているメーカーが少ない表刷り・裏刷りの両方に対応し、野菜を包装するサイドシール袋や魚などを真空状態で包装するラミネート袋の加工も行います。加えて、大手にはできない小ロットの加工も可能です。３つ目はトータルパッケージの販売です。私たちは紐、ラップ、輪ゴムなどの包装副資材の問屋でもあります。そのため、食品メーカーから飲食店、地元の小さな自営業の方にまで、求めている資材を提案することができるのです。

フィルムパッケージとは？

食品などの包装資材であるフィルムパッケージは、中の食品が取り出されるとごみになってしまいます。そのため必要性を感じてもらえず、コストを割く部分ではないと思われてしまうことがありますが、実際には常に時代とともに変化しており、そのポイントは大きく４つに分けられます。
利便性、機能性、環境に優しい、デザイン性です。

01 利便性

スーパーではなく肉屋や魚屋など種類別の自営業がメインで食品を販売していた頃は、商品を新聞紙や経木にくるんでいました。それを、より便利に、破れづらくしたのがポリエチレンです。ただ運びやすくなっただけでなく、外的なショックや汚れ、現在であれば特に菌からも食品を守ってくれています。

02 機能性

利便性の次に、その商品を腐ることなく流通させるため機能性が求められるようになりました。フィルムの性能によって、130度の熱に耐えられるものや匂いが外に出ないもの、日光を通さないものなどがあり、中の食品の賞味・消費期限を伸ばすこともできます。特に海外輸出が増えている北海道の商品は、船便の日数を考慮し包装パッケージの性能を高めることで、現地での販売日数を確保する役割も担っているのです。

03 環境に優しい

近年では、環境に配慮した材質も人気です。プラスチックの海洋汚染が問題視され、2019年のG20で エネルギー転換や地球環境に関する議論が行われました。私たちもいち早く環境に配慮した製品の販売に取り組んでいます。

例えば、ペットボトルやポリエチレン袋を再生してフィルムにしたものや、年間500～800万トンの食品ロスを減らすために食品を長持ちさせる効果のあるフィルム、植物由来原料を用いてCO2の排出削減に貢献しているフィルム、土に還る・水に溶けるフィルムなどがあります。このほか、今後、かっぱえびせんやキットカットが使用している紙の包装資材も取り入れていきたいと考えています。

このような環境に配慮した製品の良さをお客様に伝えることは難しいのですが、世間的に話題になっていることだと、ニュースや雑誌記事を用いて継続的にお客様に伝えていくことが重要だと感じています。

04 デザイン性

中身や値段に大差ない場合、消費者はデザインでどれを買うか選ぶ傾向にあります。食品に限らず、パッケージ買いをする機会は皆さんもあるのではないでしょうか。お土産においては特に重視されるポイントで、北海道だからこそ、生産者のこだわりを感じられるデザインが強く求められていると感じています。

仕事のやりがい

千葉さん

やはりお客様と一緒に商品を作り上げることにやりがいを感じます。それが売れてまた次の仕事に繋がったり、生産者だけでなくその先にいる消費者の皆さんに笑顔になってもらえたりすると嬉しいですし、夢を与えられる仕事だなと思います。

久保さん

お客様から「商品がよく売れた」「包装資材コストを削減できた」「以前使っていたものよりも作業性があがった」という声を聞き、お客様のビジネスに貢献できたと感じるときです。今後もお客様に満足してもらうため、課題やニーズをよくヒアリングして打開策を提案し続けます。

今後の目標

千葉さん

新しくラミネート事業が増えたので、それを軌道に乗せるために良い商品を一つでも多く作り上げていきたいと思います。また、これまで以上に新規開拓に力を入れようと考えています。

久保さん

販売力の高い人材の育成と製品品質の向上、全社としてのやりがい創出が今後の目標です。