



ザ・ターニングポイント

会社発展の契機となった転換点を紐解く

長きにわたる企業の歴史のなかにはいくつもの転換点があります。

異分野への事業展開、新しい取引先の獲得、技術開発によるブレイクスルー、あるいは苦境から脱した契機など、現在の発展につながった各社の「ターニングポイント」を紹介します。（この連載では創業から半世紀以上の会員企業にフォーカスします）

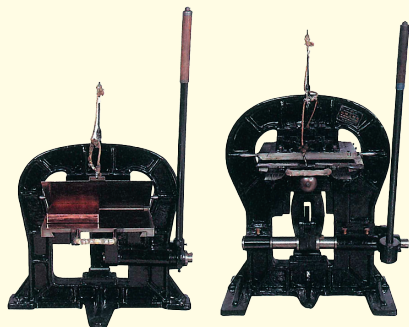
第18回

大阪シーリング印刷 株式会社

「松口浮出紙工所」を創業

大阪シーリング印刷(株)は大阪市天王寺区に本拠を置く、シール・ラベル専門の印刷会社です。

同社の歴史は、松口兎吉氏が1927年に、紙に凹凸を付ける浮き出し加工を主とした「松口浮出紙工所」を大阪市で創業したことが始まりです。



浮き出し用平圧機 通称“だるま”

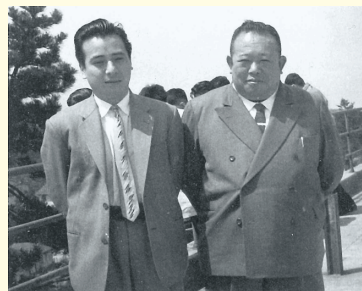
創業直後は同業者からの下請けがほとんどでしたが、徐々に業容を拡げて封緘紙（シーリング）の印刷を手掛けるようになり、1931年、社名を「松口シーリング印刷所」としました。

当時は満州事変が勃発し、戦時色の濃い時代でした。物資の不足や同業者の廃業など厳しい状況が続く中で事業を続けていた同社ですが、1945年の大規模な空襲により大阪市のほぼ全域が焦土と化し、兎吉氏の工場も焼失してしまいました。

工場の焼失から1年後の1946年、大阪市東区（現中央区）谷町7丁目にシール印刷機3台で工場を開設し、営業を再開しました。

戦後の急速な経済復興にも助けられ、味原工場・都島工場（いずれも大阪市内）と次々に工場を開設

すると、シール印刷の事業は順調に進展し、1954年には資本金80万円で大阪シーリング印刷株式会社として、念願の改組を行い、兎吉氏が取締役社長に、息子の豊氏が取締役専務に就任し、新たな出発を果たしました。



兎吉氏（右）と豊氏

新時代の粘着ラベル開発へ

当時の日本でシールとよばれたものは、今のようには台紙（セパレーター）があって、その台紙から剥がせばいつでもどこでも貼り付けることができるようなものではありませんでした。切手や印紙のように裏に糊が塗られており、水に浸して貼り付けるもので、水の量によって貼り付く強度も異なり、品質にばらつきのある物でした。

そんなとき、豊氏が台紙から剥がしてそのまま貼り付けることができる、米国製のシールを手に入れました。これまでの常識を大きく覆す製品に出会い、驚きと同時に、これは時代を変えるに違いないと確信し、後の「セルフラベル」の普及につながる粘着ラベルの開発が始まりました。

まずは糊の研究から着手し、自転車のタイヤに使用するゴム糊をベースに、ハエ取り紙の接着面や絆創膏など“ひつつく”ものであれば、なんでも参考

にして、何度も何度も試作を繰り返しました。

糊が形になると、次はセパレーターの作成に取り掛かり、毎日夜遅くまで機械の調整を行い、ついに1958年、「不乾燥粘着糊付きレッテル」が完成し特許申請を果たしました。

Turning Point

社運を賭けた世界一周の海外視察

あるとき、取引をしていたアルミホイル加工会社の社長から、「東京のシール印刷業界で海外へ視察旅行に行く企画が進んでいる」という情報を聞きつけた豊氏は、外国製のシールにショックを受け、その試作に取り組んだ日々がよみがえり、手本となった最新技術や海外の業界の状況をこの目で見たいと思い、参加を即断しました。ただ、当時は長期の海外旅行が一般には認められていなかったのに加え、海外渡航は一步間違えれば今生の別れになると考えられており、当初、兎吉氏は猛反対でした。

しかし、豊氏の熱い思いに動かされ、ついに渡航を認めました。視察旅行の参加費は当時のお金でおよそ200万円。公務員の大卒初任給が1万円という時代で、年間売上高が8,000万円程だった同社にとって、まさに社運を賭けた決断です。

視察旅行には、シール・ラベルの原紙、印刷、加工など多方面の会社から11人が参加し、アメリカの9都市を回ったあと、イギリス、ドイツ、フランス、スイス、イタリアなどヨーロッパ各地を巡り、52日間で20社以上を訪問する計画です。

1960年4月6日、羽田空港から出発。豊氏は参加者の中で29歳と最も若く、英語も話せませんでしたが、何かしらの収穫を得ようとする熱意は人一倍でした。訪問先では大阪弁で質問を浴びせ、気づいたことをメモし、工場では印刷業界で「ヤレ」といわれる印刷の調整や裁断などで発生する余分な紙を集めてまわり、都度日本に送っていました。

欧米の企業の先進性や日本との違いを目の当たりにし、驚きとともに新しい発見がありました。

日本でのシール印刷は、フラットマシン（平圧機）で平面に1枚ずつ印刷する方式でしたが、欧米では輪転機を使って粘着紙に連続的に印刷していました。機械の先進性ととも、注文が大ロットである、すなわちシール印刷の需要が日本よりもはる

かに多いことがわかりました。

日本でシーリングといえば、裏に糊のついた封緘紙というのが業界の通念でしたが、欧米では粘着ラベルが主流であり、豊氏は自分が目指していた方向が正しかったと手ごたえを感じました。

また、シールできるすべてのものがシーリングである、と捉えると市場は非常に大きく、下請けに甘んじることなく、シーリングの専門家として業界をリードしていくべきとの思いを新たにしました。

さまざまな収穫を得たこの視察は、豊氏にとって生涯の転機となるとともに、その後の大阪シーリング印刷の発展に大いに役立つこととなりました。



見送りの人たちに手を振る視察団一行。
当時、海外渡航がいかに特別なことであったかが伺える。（羽田空港にて）



「モナーク・マーケティング・システム社」
（アメリカ・ロサンゼルス）訪問の様子

特許の取得と業界への特許権の譲渡

豊氏の海外視察の帰国を待っていたように1961年、セルフラベルに関する特許である「不乾燥粘着糊付きレッテル製造方法」、公告特許第284369号が成立。この特許は、シール製造に関する根幹となる基本特許であったため、今後セルフラベルを世に広めることを考慮すると、自社で独占するより共有した方がよいとの判断から、全日本シール印刷協同組合連合会等の特許権を譲渡し、加入している会員は無償で使用できることにしました。

これにより、ラベルと台紙の間に糊を塗布して密着させ、台紙から剥がせばそのまま貼り付けること

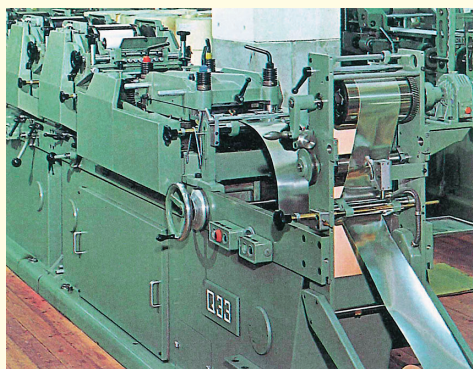
のできる、現在も身近ないわゆる「シール」が広く普及するようになりました。同時に、これがシーリング業界全体の発展につながり、大阪シーリング印刷の名が日本国中に知れ渡ることになりました。

技術革新への対応を図り業務を拡大

1962年には、売上高が1億円を突破。東京オリンピックが開催された1964年、東海道新幹線の開通にあわせて東京支店を開設し、販路拡大を進めていきました。こうした営業の全国展開とともに、海外視察で最先端の印刷技術導入の必要を確信した豊氏は、ハイデルベルグ社（ドイツ）のプラテン式凸版印刷機、シリンダー式凸版印刷機など、世界最新鋭の機械を次々に導入しはじめました。

これらの機械は想像を絶するほど高価で、同社の事業規模にとっては莫大な投資でした。しかし、最新の設備と技術を導入することこそ、将来にわたってラベル業者として生き延びる道、と心を決していた豊氏は、その後もギャラス社（スイス）の凸版4色ラベル印刷機Q33型を導入、続けてフレキシソ印刷機・枚葉シルクスクリーン印刷機といった、同業者が羨むほど最新の機械を購入し続け、設備の近代化を強力に推し進めました。

また、豊氏はこれらの機械を改造・アレンジして利用することで、他社との差別化を図っていきました。結果、年率で30%から40%という驚異的な数値で年商を伸ばしていきました。



ギャラス社（スイス）凸版4色ラベル印刷機

世界初の印刷機を開発

1967年、創業者の兎吉氏が逝去。これまでの功績が業界で高く評価され、後の1974年には「業界功労賞」が贈られました。

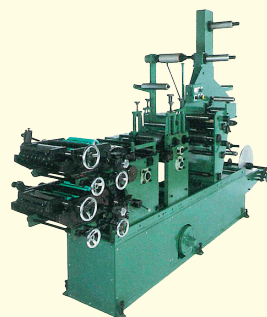
新社長の就任を望む声が続出しましたが、豊氏はその時36歳。「若造の自分が社長などおこがましい。実績も実力もまだまだ十分ではない」と考え、専務取締役のまま、会社を引っ張っていく覚悟を決めました。社長不在の状態が2年間続き、1969年、売上高が10億円を到達したことを機に豊氏が2代目社長に就任しました。

この頃、世間は上げ潮のいざなぎ景気真っ只中でしたが、「好景気の時こそ次の不況へ備えよ」という兎吉氏の遺訓を胸に、浮かれることなく真摯な顧客対応と顧客開拓に取り組み、順調に業績を伸ばしていきました。

1970年頃、年々受注量が増える中、従来の平圧機の6~7倍の生産性を持つ輪転機の導入に伴い、円筒形の刃型（抜き型）のダイロールが絶対必要条件でしたが、外部で購入するには莫大な費用がかかるため、何としても自社開発する必要があるこれに取り組むこととなりました。

しかし、その開発は簡単なものではなく、血のにじむ努力を積み重ね、型抜きの製造技術だけで3年を要することになりました。何度も失敗を繰り返す中、諦めることなく開発に取り組んだ結果、高速対応のインクや紫外線硬化型の樹脂版が開発されるなどの追い風も吹き、1975年には世界初となる「UVインク使用・インクユニット交換式凸版輪転印刷機」が完成しました。

この印刷機の完成により生産性が一気に7倍以上に上昇しました。オイルショックのような経済混乱の中でさえも驚異的といえる増収を続け、スーパーマーケット業界の普及に伴い、値段を表示する計量ラベルの需要が増大し、その対応に大いに役立つことになりました。



村上2色凸版輪転印刷機

現在でも一部にこの基本モデルを受け継いだ印刷機が、工場で稼働しています。

1976年以降、同社は一気に営業の全国展開に力を注ぎこみ、札幌、名古屋、東北、高松と次々に営業所を開設していきました。その後、全国へ拠点を広げ、現在札幌から沖縄まで全国33ヶ所に営業拠点を設置しています。

総合パッケージ企業への成長

時代は平成へと移り、1993年バブル崩壊後、厳しい経営環境下でしたが、新しいカラーラベル事業の伸張も見込まれ、これを好機と考えまだ33歳だった息子の正氏へ社長就任を決断しました。

正氏はこれまで培ってきた工学全般の最新の知識や経営・管理における研鑽を下地に、企業能力を向上させることに真摯に取り組んでいきました。

その一つがこれまでの紙製のシール・ラベル事業に加え、新たな領域への挑戦となるフィルム事業の立ち上げです。

事業を開始した当時は、まだフィルムに印刷できるインクがあまりなかったため、菓子類等の外装も透明の袋に紙のシールを貼るようなパッケージがほとんどで、ナショナルブランドと比較して貧弱な印象は否めず、商品の訴求力は乏しかったため、包材をカラー刷りの遜色ないものに仕上げたいという声が起こっていました。

そこで、同社はこのニーズに対応するため自社開発を目指し、九州門司工場をフィルム事業の一大拠点とし、本社にフィルム推進課プロジェクトを発足させ、環境負荷の低減を図るためISO14001、軟包材生産関連部門でのISO9001の認証取得などフィルム事業をさらに強化していきました。

現在、フィルム事業は、袋はもちろん、コンビニのお弁当についているフィルムや、ペットボトルシュリンクフィルムまで、誰もが一度は必ず目にしたことがある製品を、同社が手掛けています。



フィルムを活かしたパッケージ

本来は大ロットでの生産でしか利益が取れなかったフィルム製品ですが、印刷用原紙の製造から、企画やデザイン制作、ロスのない印刷方式による製造をグループ内で一貫して展開することにより小ロット・多品種・短納期・低コストを実現するなど常に成長を続けています。

このように「日々新しいもの、大きなものへ」という、豊氏のイズムはまさに受け継がれ、「走りながら考える」というチャレンジ精神を忘れず、シールやラベル事業に加え、フィルム包装資材、紙器パッケージなどに業容を拡大させ、2013年、ホールディング制への移行に伴い、国内9社、海外7社を抱える企業体となり、連結での売上が1,000億円を超える企業グループへの成長を実現しました。

創業100年に向けて

創業以来の信念である「加工業としての本業に徹した堅実経営」を貫き、『顧客第一義』のもと、価値ある商品を製造供給することにより社会に貢献し、会社の繁栄と社員の幸福が調和しうる唯一固有の健全企業を目指す大阪シーリング印刷。

創業100年を迎える2027年に向けて、これからも時代の変化に合わせ、立ち止まることなく挑戦し続けていくことでしょう。



OSP 大阪シーリング印刷株式会社

<会社概要>

本社所在地	大阪府大阪市天王寺区小橋町 1-8
事業内容	シール・ラベル、ステッカー、フィルム 軟包資材、紙器パッケージ、ラベリン グシステム等の製造販売
創業	1927(昭和2)年2月
資本金	3億2,443万9,200円
従業員数	4,641名

同社ホームページにリンクします▶

