



WebCenterの導入で紙の運用を一掃 営業の版下確認までのリードタイムをゼロに

株式会社フジシールインターナショナル

公式サイトはここをクリック

または

<https://www.fujiseal.com/jp/>
へアクセス



■SCMセンター所在地

東京都千代田区神田淡路町2-101 ワテラスタワー 8F

■主な事業内容

シュリンクラベル・タックラベル・ソフトパウチを主力製品とし、グローバルに展開するパッケージングソリューションカンパニー。

■設立 1958年10月

■導入システム WebCenter

■URL <https://www.fujiseal.com/jp/>

シュリンクラベル印刷・製造などで国内トップシェアを誇るフジシールグループ（以下フジシール）は、承認システムWebCenterを導入することで承認プロセスをデジタル化し、東京事業所における紙ベースの運用の撤廃を実現してきた。現在は、他事業所での紙の運用撤廃や他の部門での効率化を進める。同社のこれまでの取り組みについて伺った。

緊急性が高い場合は、 営業担当者が校正紙を客先まで直接 持ち込むこともありました

【導入の背景】

フジシールは、プラスチック素材のフィルムに熱を加えることでペットボトルや瓶、缶などの商品にラベルを密着させる「シュリンクラベル」、商品等へ接着するシール用途のラベルである「タックラベル」、主に詰め替え容器に使われる「ソフトパウチ」等の商品を展開する企業だ。なかでも主力のシュリンクラベルの製造は国内で6割のシェアを占め、米州、欧州、ASEAN、南アジア各国にその事業を展開している。

近年は「人と環境にやさしい価値を届ける」を経営におけるビジョンとして掲げ、プラスチックの削減を実現する商品開発でも耳目を集めてきた。循環型社会の実現と持続的な成長に向け、ラベルの素材である回収したラベルのリサイクルに留まらず、ペットボトルと共にリサイクルできるラベルなども商品ラインナップとして揃えている。同時に、シュリンクラベル自体の薄肉化の技術を磨き、50年前

には厚さ約0.06mmだったラベルは現在約0.02mm。使用するプラスチック量の削減にも貢献してきた。

日本におけるシュリンクラベルの黎明期から同事業に携わってきた同社の強みは、包装関連機械の開発機能を自社に置いている点だ。印刷をはじめとする包装技術を独自に開発することで、環境に配慮した商品や目新しいキャンペーンなど、顧客の要望の変化にいち早く細やかに対応・提案することができる。その技術力・提案力は紙ラベルが主流の海外においても強い存在感を示しており、輸送における破損が少ないシュリンクラベルの世界的な普及にも貢献してきた。

この同社が大きな課題として抱えてきたのが、印刷工程における紙によるアナログなプロセスや過去データの管理だった。

「これまで入稿された版下データの校正紙は、刷版用に加工したデータを紙に印刷し、弊社社内でチェックを行い、営業担当者がバイク便などでお客様の元へ届けていました。緊急性が高い場合は営業担当者が足で直接印刷した校正紙を持ち込むこともありました。一方で、先方が不在の場合はお届けした校正紙が席に置いたままになり、お客様のチェック工程が進まないなど課題も多く

ありました」と話すのは、生産本部・SCMセンター企画部部長の平内貴司氏。近年は、顧客から校正紙のPDFデータを求められることも多く、紙を持ち込みながらPDFをメール等で送付するという二度手間が発生する場合も増えていた。

「工程管理においては、社内や客先で校正紙のチェック

がどこまで進んでいて、いつ戻ってくるかを確認するために手間がかかり、デザイン担当者の業務調整のためにリーダーが多大な時間を割いていました。この一連の流れの進捗の見える化も大きな課題でした」と平内氏は振り返る。

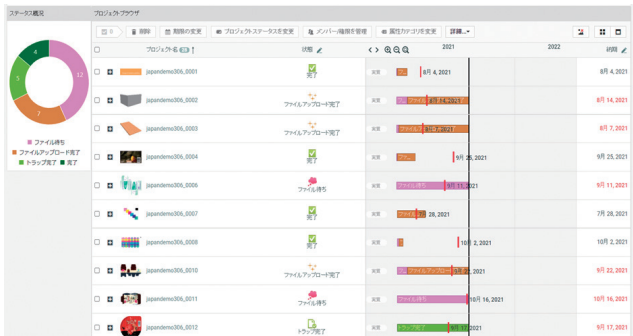
同社の抱えるこれらの課題を解決するため導入されたのがパッケージ管理プラットフォーム「WebCenter」だ。

最も大きなポイントは 校正紙提出のリードタイムを0に 近づけることでした

【導入のポイント】

WebCenterはエスコグラフィックスが提供するSaaS（インターネットサーバー上で稼働するソフトウェア）方式のシステムで、データの入稿から確認・承認プロセスの見える化や、校正紙への修正指示の書き込み、過去履歴のデータ保存などをクラウド上で実現するシステムだ。

同社では2017年から利用を開始し、「社内における紙媒体管理の撤廃」を目標に、粘り強く運用の定着に取り組んできた。「導入の最も大きなポイントは**校正紙作成後のロスを0に近づける**ことでした」と平内氏は語る。



従来、同社では顧客に校正紙を届ける前工程としてオペレーターによるファイル名の手入力、校正紙の印刷、回覧、チェック用紙の記入などを行う必要があった。これらを自動化し、工程を見える化することで、**顧客に対して迅速かつ正確に校正紙を届ける環境を創出**できることは、今後の大きな強みとなると考えられたという。

また、WebCenterが省力化および迅速化に貢献するのは、入稿データの校正紙の発行に留まらない。これまで印刷した校正紙は同社の書庫で保管され、ラベル設計の参考用データとして活用されていた。この校正紙をデータ化しクラウド上に保管することで、過去の履歴をす



生産本部 SCMセンター デザイン企画部
部長 平内 貴司 氏

ぐに参照できる体制を整えたのだ。

平内氏はその点について、「これまで**書庫に保管していた校正紙は年間およそ4,000件**。これを管理する手間は相当なものでしたし、保管する棚の確保は頭の痛い問題でした。時には必要な校正紙を誰かが持ち出して見つからず、社内メールで呼びかけて探すこともありました。この過程が**省略できることは大きな魅力**でした」と語る。

また、エスコグラフィックスがベルギーに本社を置きグローバルサービスを展開する点も大きなポイントだったという。「業務改善システムは海外のグループ企業すべてにおいて同じ製品を導入する必要がありました。グローバル展開が行われているサービスであることは必須でした」と平内氏。

SaaSであることも海外のグループ会社や国内関連会社と共に業務改善を実施する大きなポイントだったという。印刷工程におけるデジタル化の普及が早い欧米と日本では、ソフトウェアのバージョンが異なることが多い。また、WindowsやMacなど会社や担当者によって使うデバイスは異なっているため、対応機種を選ばず、ブラウザから閲覧すれば作業ができるSaaSはローカルシステムと比較してメリットが多かったそうだ。

効率化した結果、 年3,222時間の 労務時間を削減できます

【導入効果】

導入の結果、同社ではデザイン担当者が作成した校正紙について、**営業へのリードタイムを0日とすることを実現した**。平内氏は「試算では、デザイン担当者の作業や営業担当者の客先との行き来、校正用紙の振り分けや社内の業務調整等を効率化した結果、**年3,222時間の労務時間の削減を実現**できます」と説明する。**紙の使用も年31万枚程度を抑えられる**計算だ。

「効率化の大きなポイントは社内での紙の運用をなくすことでした。現在、東京オフィスにおいては、新しく社内回覧用に校正紙を出すことはありません。過去の校正紙については、すべてスキャンし、書庫を空にすることができました。現在は大阪オフィスの過去の校正紙データを取り寄せ、スキャンしデータ保存しているところです。デザイン企画部で**従来4台稼働していたプリンターも今後2台に減らす予定**です」と平内氏。

さらに、校正紙のデジタルデータ化と工程管理の可視化・自動化は、導入した2017年の際には想定していなかったリモートワーク対応に非常に効果を発揮したという。平内氏と共にデザイン企画部へのWebCenter導入を推進し運用ルール作りに携わった同部製版設計課課長の長野智弘氏は「**デザイン企画部門の約5割が在宅**

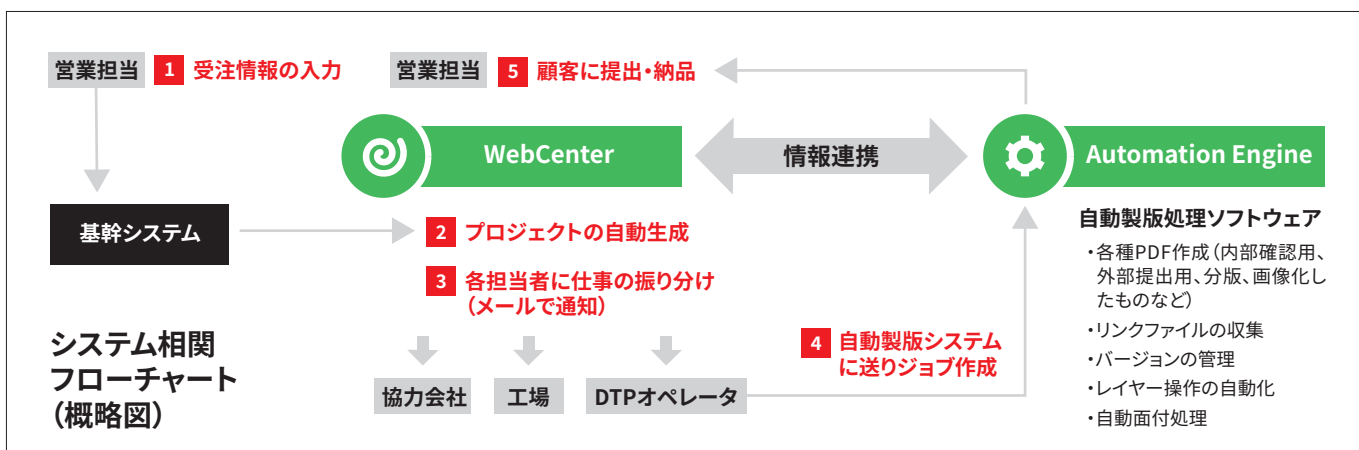


生産本部 SCMセンター デザイン企画部
製版設計課 課長 長野 智弘 氏

勤務し、営業担当者の多くも在宅勤務ができたことは大きな成果だと思います」と語る。

長野氏の設計したルールの現場での運用・浸透に携わった笹沼拓也氏は、WebCenter上での校正紙の確認ツールを充実させることで、確認（受け手）側である営業からも好評であることを実感しているという。

「新型コロナウイルス感染症の拡大をきっかけに、飲料メーカーの多くでリモートワークが浸透・定着しました。打ち合わせの半分以上がWeb会議になるなかで、どなたのブラウザ上でも簡単にデータを開くことができ、校正指示を直接書き込め、**Web上で閲覧できる仕組みは、重宝**していただいています」（笹沼氏）



2020年から2021年における、プリント費用の削減実績

プリント出力枚数

約**46%**削減

プリント費用

約**42%**削減

用紙購入費用

約**54%**削減

デジタル化を完了できたのは、 皆が遠隔作業の必然性に 迫られたことも大きい

【導入時の課題とその解消】

WebCenterの導入により大きな効果を得た会社だが、その工程は簡単ではなかった。ルール設計と運用の実施に携わった長野氏・笹沼氏は、導入した2017年から4年の期間をかけて校正紙の確認工程における課題を事例から抽出し、日常的に発生する単純作業から徐々に自動化することを繰り返していった。

「システムを導入する際は、単純にツールを使うだけでは効率化につながりません。改善前にミスが多く時間をとられている作業に着目し、エスコグラフィックスの担当者とも相談しながら同社の他の商品も組み合わせ、工程を組んでいきました。例えば、校正紙に品名や日付を記載し、捺印する作業は、以前は基幹システムを目視してオペレーターが手打ちしており、ミスが発生しやすくなっていました。これをWebCenterから指示を出し、ワークフロー自動化システム **Automation Engine** を使って自動抽出することで、**労力を削減するとともにミスを無くし、チェックを担っていた検査部の負荷を減らす**ことにつながりました」と長野氏は説明する。

それでも、デジタル化により生産性を落とさないために、苦労は多かったという。「データの比較工程では、検査ソフトでの照合や、2画面でデータ作業と資料を同時に確認できるようにして見落としを防ぐなど、細かい調整の繰り返しでした」と平内氏。当初は現場から抵抗の声もあった。それを完全なデジタル化へと後押ししたのは、リモートワークの普及だったという。

「新規の校正紙の印刷を0にできれば、過去データを



生産本部 SCMセンター デザイン企画部
製版設計課 笹沼 拓也 氏

デジタル化するというルールを作り、皆で紙の撤廃に取り組んできました。書庫の校正紙のデジタル化を完了できたのは、皆が遠隔作業の必然性に迫られ、データの活用が当たり前になったことが大きいと思います」と長野氏は振り返る。

現在、顧客には求めに応じて印刷した校正紙を提供している会社だが、今後はより一層WebCenterを活用したWeb上での確認の利便性を顧客にも伝えていきたいという。「新しいシステムの導入は大きな挑戦で、受け入れに時間がかかります。社内でも同様でしたが、自身にプラスになり、**システムが業務にプラスになることを実感**できれば浸透は早くなります。まずは自社で存分に活用することにより、お客様にとっても便利であること、メリットが多いことを感じていただき、ご活用につながればと思います」と笹沼氏。

シュリンク印刷部門の効率化から始まり、現在はWebCenterをタック印刷、パウチ印刷の工程にも導入することで、当初の想定を超える効果を得ているという会社。今後はデザイン企画部のみならず、他の部署での展開も検討していると平内氏は語る。

「元々、校正紙の運用だけでなくエスコグラフィックス社のAutomation Engineを活用した面付の自動化を見越した導入ではありましたが、今は効率化で得られた成果を投資し、**さらなる自動化・効率化に着手**しています。まだ顧客にアピールする強みとまでは言えませんが、この試みがいずれ当社の競争力の源泉になればと考えています」(平内氏)