

目標に「接着」する： 持続可能な成長を目標とする OSP

シールとラベルのメーカーである大阪シーリング印刷(OSP)は、視覚的な魅力だけでなく環境への信頼も高めるパッケージの作成に特に重点を置いて、顧客の製品に付加価値を与えるソリューションを開発しています。

— 「パッケージの価値は、使いやすさ、環境への配慮、情報の明確さなど、いくつかの特徴に帰着します。」 OSP グループ代表取締役社長 松口正

日本の粘着シールおよびラベル市場の 3 分の 1 を保有する会社として、大阪シーリング印刷(OSP)は、製品を通じて顧客との長年の関係を築き、如何にして利益を生み出せるかの秘訣をいくつか持っています。

「大阪シーリング印刷(OSP)で利益を生み出す秘訣は、私たちが「OSPマジック」と呼んでいるものですが、利益をもたらさないすべてのビジネスチャンスを見直し、それらを組み合わせることで利益を生み出すことです。現在、年間140万件、つまり1日あたり6,000件の注文がありますが、元々はシールやラベルの注文は非常に少なかったのです。」

また、松口社長は、顧客が異なる種類の紙を使用して、3つの異なる色、3つの異なる形状の10種類のラベルを少量注文する例を引合いに、次の様に述べています。

「この状況では、利益を生み出すことはできません。しかし、100の異なる注文を受け取った場合、互いに非常によく似た注文がいくつか発生し始めます。さらに、6,000の異なる注文を受け取った場合、それらの注文を色や形で分類できる可能性があります。これが、多くの小さな注文を大きなロットの注文に変える方法です。これは、業界で知られるようになった、いわゆる「OSPマジック」です。」

OSPには、シール・ラベルのビジネス以外に、紙器パッケージ、フィルム製品、販促ツール、ラベリングシステムにまたがる4つの主要なビジネス領域がありますが、会社の事業成長の大部分を提供するのはシール・ラベルであり、常に新製品と革新的なソリューションを開発している分野です。近年では、日本の大手コンビニエンスストアで採用されている人気商品「クリアサーマル」(消費者が商品の内容を見ることが出来る半透明のシール・ラベルやフィルム掛け紙)を発売しました。

「中身を見せることで、商品の魅力や安全性を高めることができます」と松口社長は説明します。「現在、海外でもクリアサーマルシリーズを推進しており、今後も大

幅に拡大していく予定です。」

OSP のクリアサーマルの事業性は、今後数年間でより多くの消費財を要求する新興経済国や、世界的に成長し続けると予想される世界の包装業界の中で、正に絶好のタイミングにあるように思われます。

この増大する需要を背景として、OSP はこれらの新しい市場へ、どのように参画することを目指しているのか？

パッケージの価値に関して松口社長は、「使いやすさ、環境への配慮、情報の明確さ」という、世界中のどこに行っても変わらない 3 つの特徴を強調しています。

「これらの 3 つの特性、つまり製品のエシカル価値と製品自体のコアバリューが一致している場合、顧客は我々の製品を選択することになります。私たちはブランド所有者と協力して、このようなより価値のある製品を開発し、この活動を世界市場に拡大するという付加価値のあるパッケージングソリューションを提供したいと思っています。」と松口社長は述べています。

環境への影響に関してますます注目を集めるパッケージ業界にとっては当然のことながら、環境に優しいパッケージングソリューションを追求するための研究開発に多額の投資を行う OSP にとって持続可能性への追求は重要な課題です。

「印刷に関して言えば、我々の全ての工場はエネルギーの浪費と環境に負担のかかる生産プロセスを排除する為の方法を模索しています。環境への影響を考慮し、溶剤インキから水溶性インキへの移行を進めています。もちろん、機能的な品質自体は維持されています」と松口社長は述べています。

「それ以外にも、プラスチックの使用についても配慮しております。性能や機能性の観点からプラスチックが必要な場合もありますが、プラスチックを他の素材に置き換えることができる分野は他にもたくさんあるので、フィルムを紙に置き換える方法に取り組んでいます。私たちの新しい製品である、「ペーパーアテンション」もその 1 つであり、エシカル志向の顧客にアピールできる製品です。」

以上