

代表取締役社長 ▼ NODA TETSUYA

太美工芸株式会社

野田 哲也さん

高品質×通販事業×多様な人材で スクリーン印刷の未来を拓く



業種柄、ノートPCやスーツケースなど様々な道具にステッカーを貼っています(写真上)。通販で購入できる商品は業務用のステッカーと同様、耐久力にも優れています(写真左下)。今年は大学2年生を受け入れ、1ヵ月の中期インターンを実施しました(写真右下)。

業界でも高い評価を得た 特殊印刷技術

当社は1977年に私の父が創業して以来、スクリーン印刷(※)を中心とした特殊印刷専業の印刷会社として事業を展開しています。主に業務用ステッカー、シール、ラベルの製作を手掛け、東海圏を中心に全国から受注・製作・発送を請け負っています。当社の強みは熟練職人による提案力です。ステッカー、シール、ラベルは仕様や用途が異なり、完成品がお客様

様のイメージと異なるリスクがありますが、当社は印刷を担当する職人が當業も兼ねるため認識のずれが無く、お客様の要望に合う最適な製品を提案できます。さらに、ステッカーは自社工場で一貫して製作しており、小ロットや短納期などのご要望にも柔軟に対応可能です。また、創業以来培つてきた経験と高い技術力も評価されており、直近ではアジアで最も権威のあるスクリーン印刷の賞である「第12回AS GA印刷作品コンクール」で金賞を受賞しました。

※インキを押し出すように印刷することで、素材を問わず立体物などにも印刷ができる印刷方法

コロナ禍の 巣ごもり需要に着目し、 通販事業を強化

業界では、後継者不足や新規参入企業の減少によりスクリーン印刷事業者は減少傾向にあります。そこで当社が継続して成長するには、強みを活かした事業展開が必要だと考えていました。そんな折、コロナ禍によりB to B事業の受注が減ったことを受け、2014年から取り組んでいた個人向け通販事業の強化に注力しました。企業のプロボノ研修の受け入れ先として選定され、プロボノ人材との連携により体制を整え2021年に「人を助ける印刷屋さん®」の屋号で通販事業を再展開しました。「世の中の困りごとを印刷で解決する」をコンセプトに、コロナ禍をきっかけに定着した「置き配」時の要望を伝えるステッカーなど、ニーズ起点の商品開発を進めています。通販サイトのレビューやコメントのチェックはもちろん、オンライン座談会を開催することでユーザーの声を商品開発に活かしており、楽天ショッピングのレビューは現在4.88

多様な人材の 受け入れを通じ、 新たな環境作りへ

(5点中)を維持しています。

私は大学卒業後、同業他社を経て2004年に当社に入社しました。2015年には社長に就任し、自社の強みをより活かす再成長期として通販事業などを強化しました。現在は大学生インターンや職場体験を受け入れ、社内に多様な人材がいる環境作りを進めています。このほか、プロボノ人材との協働をきっかけに外部人材も積極的に活用しており、2021年以降広報・商品企画チームに兼業・副業人材を起用しています。スポット参画により自社に足りない領域をカバーでき、社員にも新たな刺激や成長機会をもたらしています。今後もこれらの取り組みを続け、インターネットシップを通じた新卒採用にもつなげていきたいです。

また、現在はB to B事業を基盤に、通販事業が新たな柱として成長しています。今後は自社の商品を通販サイト以外の手段で販売するなど事業の柱を増やし、最終的には自社の技術力を活かしたオンラインの商品を生み出したいです。

Column 注目のトピックス /

第12回ASGA印刷作品コンクール金賞受賞作品



コンクールに提出した作品は、通常業務では行なわない11回にも及ぶ印刷など、当社の技術を結集し総製作期間は約1ヵ月となりました。その甲斐もあり、応募総数195点の中からわずか2点の金賞に選ばれました。

Company Data | 会社概要

太美工芸株式会社

太美工芸株式会社
[創業] 1977年
[所在地] 名古屋市西区中小田井2-75-2
[TEL] 052-503-3231
[URL] <https://tree.taibi.nagoya/>
[事業内容] ステッカー印刷・スクリーン印刷による特殊印刷加工



業界では、後継者不足や新規参入企業の減少によりスクリーン印刷事業者は減少傾向にあります。そこで当社が継続して成長するには、強みを活かした事業展開が必要だと考えていました。そんな折、コロナ禍によりB to B事業の受注が減ったことを受け、2014年から取り組んでいた個人向け通販事業の強化に注力しました。企業のプロボノ研修の受け入れ先として選定され、プロボノ人材との連携により体制を整え2021年に「人を助ける印刷屋さん®」の屋号で通販事業を再展開しました。「世の中の困りごとを印刷で解決する」をコンセプトに、コロナ禍をきっかけに定着した「置き配」時の要望を伝えるステッカーなど、ニーズ起点の商品開発を進めています。通販サイトのレビューやコメントのチェックはもちろん、オンライン座談会を開催することでユーザーの声を商品開発に活かしており、楽天ショッピングのレビューは現在4.88

また、現在はB to B事業を基盤に、通販事業が新たな柱として成長しています。今後は自社の商品を通販サイト以外の手段で販売するなど事業の柱を増やし、最終的には自社の技術力を活かしたオンラインの商品を生み出したいです。