

大学コンソーシアム京都インターンシップ・プログラム

「長期プロジェクトコース」

関西巻取箔工業株式会社

平井 新也

滑 祐生

2021年11月11日(木)

「KANMAKI」

目次

KANMAKI について.....	1
プロジェクトの目標.....	1
ポスター・SNS.....	2
T シャツ作り.....	2
名刺.....	3
箔押し.....	4
プレゼン.....	4
名刺交換.....	5

KANMAKI について

私たちは、関西巻取箔工業株式会社（今後 KANMAKI と表記する）のインターンシップに参加した。まず初めに KANMAKI とはどのような会社なのか説明したいと思う。KANMAKI の創業者は、今から 70 年前、京都府京都市左京区大原という場所で「顔料箔」を開発した。その動機は、西陣織に使う金箔や金粉の加工職人たちの労働環境の改善である。「顔料箔」というのは、フィルム状のインクである。どのように使うのかというと、デザインを表現したい基材の上に顔料箔をセットし、熱と圧力でプレスして、剥がす。すると熱と圧力が加わった部分だけが転写される。これが顔料箔の説明である。KANMAKI はこの顔料箔を使って、印刷塗装で当たり前だった「塗って乾かす」というプロセスを「貼って剥がす」にシフトチェンジしようとしている。なぜ印刷塗装を「塗る」から「貼る」にしなければならぬかというと、印刷塗装にとって避けて通れないものがある。それは、「VOC」である。VOC とは、塗料やインクに耐久性を出す為に必要なアルコールやシンナーといったいわゆる有機溶剤で火災の原因になり、発ガン性があり人体にも、環境にも良くない。便利ではあるが実に厄介な危険物である。2015 年中国天津で起こった爆発事故が起きた。VOC のずさんな管理が引き金となり、街が吹き飛び、何千人もの命が奪われた。そんな VOC を使わずに印刷塗装ができるのが顔料箔である。こんな惨事を二度と繰り返さないために KANMAKI は顔料箔で、印刷塗装を持続可能な産業構造へ生まれ変わらせたいと考えている。従来は、何時間もかけて色を作って、塗って、乾かす、そのすべてのプロセスで VOC を使用していたが、顔料箔では、VOC を製造段階で除去しているので、ユーザーは貼って剥がすだけという、たった数秒でできてしまう。色を塗って乾かしていた工程がなくなり、作業時間は 99%削減され、電気代や熱排出を減らし、環境負荷も大幅に軽減、そして、ユーザーの工程は全て VOC フリーとなり、労働環境の安全性が劇的に向上するだろう。そんな KANMAKI の顔料箔は、人々の日常に浸透してきている。毎年 1000 万台以上の車のエンブレムやスピードメーター等のパーツへの装飾として採用され、家電製品や某有名化粧品ブランドのロゴマーク、ワクチン用注射針の目盛りなんかにも数多く使われている。以上が KANMAKI という会社の説明である。

プロジェクトの目標

私たちは KANMAKI のインターンシップで KANMAKI という会社は環境にやさしいものづくりを行っているということを若者、特に大学生に伝えるという目標で、箔押し体験や名刺交換を通してそのことを感じてもらうという活動を行った。しかしその活動を終えるまでにはたくさんの失敗や試行錯誤があった。

私たちと KANMAKI の最初のミーティングで、プロジェクトの目標の明確化について考えた。プロジェクトが必要となった現状や課題について話していると、ほとんどの人が「工業」

というものは環境にやさしくないというイメージを持っているということがわかった。KANMAKI が行っている事業は、先ほども述べた通り環境に配慮した、環境にやさしいものづくりであるので、KANMAKI の行っているものづくりが環境にやさしいということを伝えることによって、工業自体のネガティブなイメージが少しでもポジティブなイメージ変化するのではないかと考えた。そのことを伝えるということが目標になった。次にターゲットを誰にするのかということについて考えた。小学生や中学生、高校生や社会人などたくさんの人に向けて伝えようと考えていたが、SDGs の達成目標年度である 2030 年で活躍する若い世代に伝えることで、KANMAKI が魅力的な企業であり、若い世代に受け入れてもらいやすい会社になるのではないかと考えた。以上の事を踏まえて、私たちは KANMAKI が環境にやさしいものづくりを行っているということを若い世代つまり大学生に伝えるという目標になった。

ポスター・SNS

次に私たちは、どのような手段で伝えるかを考えた。まず初めに思い浮かんだのが、ポスターや SNS である。KANMAKI を PR する SNS を開設して、その QR コードが掲載されているポスターを大学に貼ることで、現役の大学生に発信することができるのではないかと考えたからである。しかし、この案は採用されなかった。原因は大きく分けて 2 つある。1 つ目は、ポスターである。実際に大学でポスターを見るのかという話になり、私たちは 2 人ともあまり見ていないことがわかった。ポスターを作るという案は良い案であると思っていたのだが、どこに貼るかということが難しい。見る人がいないのにポスターを作ってもあまり意味がないのではないかと結論になった。2 つ目は SNS の運営についてである。SNS を運営していくのはとても難しい。KANMAKI との話し合いで、SNS を活用して PR が成功した例というのはほとんどないということがわかった。SNS を使うとどうしても「いいね」をもらうことが目標になってしまったり、実際に SNS を通してフォロワーにどのように伝わっているかがわかりにくかったりというなどの様々な点において運営していくのは難しいという結論になった。この 2 つの理由で、ポスターと SNS は断念した。

T シャツ作り

次に思い浮かんだのが、T シャツ作りである。正直、2 人とも明確な目標がないまま目先の成果にとらわれてしまい、大きく失敗した T シャツ作りであった。まず、T シャツを売って着てもらうことで、たくさんの人に伝わるのではないかと考えた。これが、大きな失敗の引き金となってしまった。この考えのほかに、T シャツを売ってその時に、KANMAKI の紹介をするサイトの QR コードが載っているカードを渡すことで、KANMAKI のことをたくさんの人に知ってもらえるのではないかと案もあった。この 2 つの案が私たち二人や先生、事業所の方とズレが生じたきっかけとなってしまった。このズレは、お互いのコミ

コミュニケーション不足も原因の1つであった。Tシャツ作りを考えていた時期は、特にお互いにコミュニケーションをとっていなかった。お互いに忙しかったということもあったであろうが、自分が何をしているかよく把握していなかったから自分からコミュニケーションをとろうとしなかったのだらうと思う。このことが重なってしまい、明確な目標がないままTシャツを売ろうとしてしまった。この時に事業所の方に、「どうしてTシャツ作りなの？」・「わざわざKANMAKIでやる必要あるの？」と言われて、何も答えることができなかった。Tシャツという形のある成果物にとらわれすぎていて、本来の目標を忘れてしまっていたことが失敗につながってしまったのだらうと思う。

名刺

私たちはTシャツの失敗を踏まえて、目標の再確認を行った。私たちの目標は「若者に伝える」ということだった。Tシャツの時は売ることが目標になっており、本来の目標を見失っていた。また、たくさんあるTシャツから私たちの作ったものを選んで買ってもらえるのか、着てもらえるのかという疑問もあり、わざわざKANMAKIでする理由付けをする事が出来なかった。そこで、カードやステッカー状にするアイディアが出た。このアイディアは友人がケータイのクリアケースにカフェの名刺やステッカーを入れているのを見て思いついた。Tシャツは着てもらえなければ意味がなく、一日に一着しか着ないものに私たちが作ったものが着てもらえることは少ないだらうと予想された。一方でカードやステッカー状ならば財布やケータイの背面といった少ないスペースに入れてもらえばいいのでハードルはTシャツより低いと考えた。そして、名刺という案が出た。名刺の役割は「名を広める」というものである。また、私たちの目標は「若者に伝える」というものである。名刺の役割と私たちの目標が一致したため「若者に伝える」という目標の手段のために名刺を選んだ。本来の目標という軸からぶれずに理由付けが出来たため、そのために何をやるべきか明確になり迷わず進むことができた。

私たちは名刺のデザインの試行錯誤を繰り返した。まず名刺に載せる情報を決めた。一般的には連絡先なども載せるが個人情報の問題でそれは諦めた。その結果、受け入れ企業先、氏名、大学コンソーシアム京都という情報を載せることになった。配置やフォントも考えた。特に配置は右下に情報を集め、左上に不自然な空白が出来るようにした。あまり見ないデザインだがこれには理由がある。それは左上に自分で箔を押してデザインして欲しいという思いがあったためだ。そして、名刺の背面にはKANMAKIの会社内の景色を使った。プロが撮った素材の中から私たちが厳選した。何枚かの名刺を合わせて一つの写真になる様にしたかったので分割しても良いものとなるものを選んだ。

箔押し

顔料箔の凹凸のある独特な質感、色味などの良さを活かしたいと思い、名刺に顔料箔でデザインする事になった。顔料箔は凹凸のあるところに箔を乗せ、熱と圧力を加える事で箔押しをすることができる。工場では版を用いて凹凸を作り箔押しをしていたが、私たちはのりで凹凸を作る簡易的な方法で箔押しを行った。このやり方はTシャツの時に教わった。手順としては箔押しをしたい部分に筆でのりを塗り、のりを乾かし、箔を乗せて熱と圧力プレスするだけだ。そうするとのりを塗った部分にだけ箔押しができる。多少周りにつく事もあるがそれはテープなどを使って取ることができる。この方法意外にものりを塗る方法として消しゴムハンコやシルクスクリーンがある。シルクスクリーンはのりが通過する部分とそうじゃない部分を作る事でのりが通過する部分にだけのりを塗ることができる方法である。また、レーザープリンターの黒で印刷した部分だけにだけ箔が乗るというものもある。これらの方法を試し、より綺麗に出来て確実に出来るように模索した。教えてくれたKANMAKIの岡垣さんはどれも綺麗に出来ていたが私たちは同じようにすることが難しかった。多くの実験資料を見せてもらった。所々メモが書かれていて研究されていたそれを参考にしながら進めていった。そこで私たちでも確実性の高いものを探した。シルクスクリーンはうまくいったときは綺麗だが私たちでは確実性がなかった。のりの量やシルクスクリーンののりの通る穴が塞がってしまったことが原因だと考えられる。時間があまりなかった事もあり、筆でのりを塗る方法と消しゴムハンコでのりを載せる方法を採用した。レーザープリンターで印刷した紙に試しに箔押ししたところ綺麗に出来て自分たちの手でやるより安定性が高かったためこの方法も採用した。箔押し実験は留学生達とも行った。実験をしていく中で意図しないところに箔が押されたり、箔の向きを間違えたり、のりの乾かす時間が足りなかったりと上手くいかない事も多くあったが箔を剥がすまで分からないあの過程がとてもワクワクした。また自分達でデザインしていく事も楽しかった。箔のつき方で仕上がりが変わり、偶然ついた箔がいい感じになる事もあり面白かった。

プレゼン

そして私たちが成長できたと思うのはプレゼンだ。KANMAKIの久保さんのプレゼンはとても上手だ。私たちは久保さんのプレゼン動画や資料を参考にしながら学んだ。まずプレゼンは伝える事が重要だ。どんなに伝えたい事が多くあっても情報量が多すぎると本当に伝えたいものが相手に伝わらないといった事が起きる。そこで最終発表資料のパワーポイントは分かりやすくした。具体的には文字量を減らし字体を太くしカラーにする、写真を背景に使うといったキャッチーなデザインになるような工夫をした。久保さんはウケる、印象に残る事が大事だ言っていた。確かにそうしないと相手に伝わらないと考える。そこで私たちは体験を取り入れるといった工夫をした。なぜ体験にしたのかというと実際に箔押し実験し

ていく中で箔の良さや面白さを自分達を感じたためだ。なので相手に私たちの伝えたいことを伝えるためにもプレゼンの中で体験会をした。上手くいかない事もあったがこのインターンで挑戦できたことはとても良かったと考える。また、準備の大切さも実感した。特に体験会といった普段のただ話すだけのプレゼンより複雑なことをする時は具体的な事を決めておく事がとても重要だと気づく事ができた。次からはより綿密なりハーサルをしようとする。

名刺交換

私たちは名刺交換という活動を行った。なぜ名刺交換をしたのか、理由は3つある。1つ目は、学生同士交流をしてほしいからである。本来なら、最終プレゼンの後に懇親会が設けられていたのだが、新型コロナウイルスの影響でなくなったり、講義の開催がオンラインだったり本来ならもっと長期インターンシップに参加している学生同士、交流ができたはずだったが、全くできていないなということを感じていた。したがって、名刺交換をきっかけに学生同士交流してほしいと考えた。2つ目は、コーディネーターの先生や担当していただいた事業所の方に感謝の気持ちを改めて伝えてほしいからである。お世話になった方に感謝の気持ちを直接伝えることは、社会人としてとても大切であるし、常識的なことであるので、もちろん感謝の気持ちは伝えると思うが、そのきっかけにしてもらいたいと考えた。3つ目は、今後も繋がりを持ち続けてほしいからである。何か困った時に、助け合える仲間を作るきっかけにしてほしいと考えた。以上の3つの理由で名刺交換を行った。こういったことが大学コンソーシアム京都の長期インターンシップの全体のアウトカムに繋がるのではないかと考えた。実際に名刺交換に参加している学生を見て私たちはとても安心した。名刺交換は自主活動だったので、参加してくれるのか不安であったが全員が参加してくれたのでとても嬉しかった。こういう交流が今後の学生の人生の何かに繋がればよいと感じた。また、来年の長期インターンシップでもこういった交流が行われてほしいと感じた。