

# ワシらのプロジェクトX ～苦悩と挑戦の軌跡～

第13回  
取材/文責  
西支部広報委員会

「知的財産の保護」と「超高品質印刷」を求めて  
～業界の新標準への挑戦

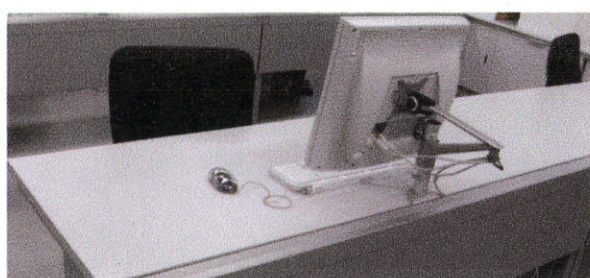
株式会社 喜勝印刷 代表取締役 久保 弘睦 氏 (写真右)  
専務取締役 久保 知久 氏 (写真左)



## PROFILE

設立：1965年4月1日  
資本金：4900万円  
従業員数：30名  
事業内容：デジタル総合印刷  
年商：6億円  
住所：広島市安佐南区伴南2-5-5  
TEL：082-830-1711  
FAX：082-830-1001

新社屋の完成は、2005年2月。  
「どうして僕はこの部屋に入れませんか」  
「不便で仕方がないですよ」  
「俺が情報を漏らすとでも言うのか」  
真新しい社屋の中で、社員が口々に言った。  
「開けてやりゃあ、えーじゃないか」  
社長の久保弘睦が言った。  
「駄目なもの、駄目。入れないのは、あなたには用がない場所です」  
専務の久保知久は言い放った。  
「自慢の新工場を、見学させてくれ」  
同業者が尋ねてくる。  
「僕が案内しよう」  
弘睦が社内を案内して回る。  
「ピ！」開かないドアがある。  
「ごめん、ここからは、僕も入れない」



ワークスペースは180cmサイズ。手元を広く取るために、モニターはアーム付にした。

## ■二つのテーマと工場の限界

知久は弘睦の次男である。父と長男が営業畑、知久は印刷の専門学校に行き、その後印刷の腕を磨いた技術者だ。広島でデジタル印刷を軌道に乗せマニュアル化した、最初の人間の一人だ。ようやく、営業にも意見が言えるようになっていた。ある日、弘睦に言われた。

「営業はお前のへ理屈の通りにはいかん。お前は営業じゃないから、好きなように言えるんだ」

「だったら、僕も営業をやるわ」

2000年、知久は東京営業所にいた。会社の主要な客筋であった家具・和服業界が次第に衰退していた。新たな顧客を獲得する必要があった。知久は顧客に聞いて回った。

「印刷業者に、本当に求めているも



「ホテル並みのものを」との社長の思いで作ったトイレ。男性用はすべて和式。「洋式に座って眠ってしまわないようにね」。障害を持つ方などのために、女子トイレには洋式便器もある。



のは何ですか？」

答はそっけなかった。

「印刷物なんて、どこでも同じ。だったら、安けりゃいいんだ」

打ちのめされた。家具・和服の業界では、印刷物だけでなく、展示の仕方や説明の仕方までアドバイスができた。その答が、これだった。

「このままではいけない。新しいテーマが必要だ」弘睦・知久がたどり着いた答は二つだった。「知的財産保護」と「超高品質印刷」だった。

例えば会社案内は、一から作れば手間もコストもかかる。多くの印刷業者が、一度作った他社のものに、名前と写真、データを入れ替えて作っていたり、他業社の作品を模倣していた。

「安くはなる、しかし、最初のお客様に申し訳ないではないか。他社にも申し訳ない」。

知久は思っていた。広島で最初にデジタル印刷に取り組んだだけに、知的所有権の重要性は良くわかっていた。

印刷機械も高度化し、大型化していた。通常印刷の175線（175lpi ラインパーインチ・1インチ幅に175の網点が並ぶ精度）を、高品質印刷機400線（同じく400lpi ラインパーインチ・1インチ幅に400の網点が並ぶ精度）に変えたかった。4色機は50トンを超える。水平・制震が保たれないと、まともな印刷はできない。旧社屋では、機械を少しずつ移動させながら、バランスをとっていた。ついに建物が音を上げた。真ん中からポキンと折れた。雨漏りがするようになった。テーマの実現のためには、新しい建物が必要だった。

### ■新工場コンセプトは「金庫」

新工場の候補地には条件があった。

「地盤が強固であること、物流に便利なこと、中心街からのアクセス、この三つは譲れない」。

弘睦が交渉していた「西風新都」も、地盤調べをした。十分な強度があることがわかった。他の条件は十分だ。ようやく、新工場建設にGOサインが出た。

構想は3年前からあった。やりたいことははっきりしていた。あるべき姿は出来上がっていた。あとは予算に合わせて、細かいところを詰めるだけだった。

「印刷環境を徹底して均一にする」

「情報は持ち出させない、徹底管理」

いきついた建物コンセプトは「金庫」だった。外観とエントランスは「美術館」がテーマだ。

1F エントランスは広々とした空間だ。そこに高価な椅子がオブジェのごとくおいてある。

「スペースがもったいないなあ」「あんな高い椅子が本当に必要なのか」弘睦はうなった。

「これが、このスペースにあることが、企業文化作りに、大事なんです」知久は説得した。

「若い者に任せるか」弘睦は折れた。

「しっかりした会社は、トイレがきれいだ」、信念でもある。トイレ掃除は誰にも譲らず、自身がし続けていた。

「トイレだけは、ホテルのような立派なヤツを作ってくれ」

弘睦が譲らなかった、たった一つの注文だった。

### ■知的財産保護と個人情報保護

「知的財産を守ろう」のスローガンは、社員に理解されにくかった。丁度話題になっていた「個人情報保護」に置き換えた。「情報保護」最大のポイントは、データを持ち出させないことだ。

まず、入室の制限。社員全員が自分のパスカードを入り口でかざす。入室権を持つ人間にしか、入れない。コンピューターは、データを扱うものと、インターネットを使うものを分けた。各人の机に、引き出しはない。ファイル類は、一箇所に集められている。社員は事務所や工場に入る際は、私物の持込は一切できない。出入り口にはカメラがあり、24時間体制で出入室がチェックされている。データの取り扱い状況を確認するために、カメラの精度は、デスクの上の名刺の文字が読めるという代物になった。

それまで自由に社内を行き来していた社員は、この不便さに反発した。

「会社の方針だ。ルールは曲げない」知久は突っぱねた。攻防は、社員がなれるまで、3ヶ月間続いた。

「お客様の思いのこもった印刷物を大事にしたい」。

知久の思いが結実した。







2階エントランスの椅子。夜ならもっときれいなのですが。「一脚35万円。こんなん、要るんか?と思った」と弘睦社長、「これがあるからいいんです」と知久専務。

が、カメラに映ってるよ」

### ■新工場と業務改善

広々とした社内スペースは、旧社屋の狭苦しいスペースの中で生まれたギスギスした関係を一扫した。カメラも意外な効果をもたらした。ベテランの裁断担当社員は、どうしても片手操作の癖が抜けなかった。事故を起こせば、社員も心配だし、会社も1ヶ月の操業停止になる。

「両手でやってくれ」

「やっていますよ」

最後の手段だった。証拠を突きつけた。

「片手でやっ取るの

やっど、両手でやりはじめた。

### ■めざすは「印刷業界のスタンダード」

「取り組みを大々的に発表する気はない。口コミで広がればいい」

知久は静かな闘志を燃やしながら語る。印刷業界の全国紙の取材を、2紙断っている。「いずれ、自社の取り組みが『印刷業界のスタンダード』になる」と考えているからだ。

「情報は付加価値そのもの。それを必要としない方や、アナログが良い方には、別な業者をご紹介しますようにしています」

そんな知久を、心配そうに眺めながら、弘睦は語る。

「私にもわからないことが多くなった。これからは若い者の時代だ。社長交代をそろそろ考えないとね」

(文中、構成のため敬称を省略しました)

取材日：2007年2月19日)