

## 好奇心と発信力

山形商工会議所常議員  
(工業部会長)  
大風茂吉



1947(昭和22)年、戦後の混乱期に街の文房具店から謄写版印刷業(大風謄写堂)に転じて以来、初代茂吉を継いで事業を行っているが、家族をはじめ周囲の人たちが、私のこと指して、「“新らしもの”好き」「好奇心の塊(かたまり)」と口にする。何か腑に落ちない気がする。とはいえ、身の回り品でも新しいものが出たと知ればすぐに買い求めるし、うまい店が出たと耳にすれば足を運ぶ。どうやら塊とまではいかなくとも、好奇心旺盛であることは間違いがないようだ。仕事が続けられてこられたのは幾分なりともそこにあるのかもしれない。

少々、印刷業のことについて書くことを許していただきたい。他の業種同様、否、それ以上に変遷めまぐるしい。かのグーテンベルグが、聖書を広く普及するために、羅針盤、火薬とともに世界三大発明の一つと称される活版印刷を世に送り出したのがルネサンス時代の1455年ご

ろ。ところが今日はそれに優るとも劣らぬ大転換が立て続けに起きている。鉛活字(活版印刷)が消えて文字盤フィルムを使った写真植字(写植)時代に入ったのも束の間、今やデジタル技術が進化し作業はすべてコンピュータ(パソコン)で行う電算写植。まさに印刷業界は激動のまっただなかにある。当然ながら生き抜くためには日々進化するデジタル技術に目を凝らし、あらゆる媒体に印刷できるよう態勢を整えていなくてはならない。

先に導入した大型UV(紫外線)印刷機はその一つで、これはアクリル板から襖(ふすま)、ゴルフボールに至るまで、幅広い素材に直接かつ瞬時に印刷できる機器。これまでのようにシールに印刷してから貼り付ける手間や形状に制限はなく、小ロットの注文にも対応できる優れものだ。私はこの技術を知るや直ちに京都にある会社に出向き、しっかりと説明を受け導入に踏み切った。情報があればどこにでも出向き、この目で確かめるのが信条であり、それが“新しも”の好き、といわれる所以(ゆえん)か。

さて、京都に出向いた時に、あらためて私が実感したのは、小さくとも発想と技術力、販売力があれば、その製品で世界をリードできる企業になり得るということだった。

実は私たちの周囲にも、小さくとも素晴らしい仕事をしている会員企業は少なくない。メーカーの印刷機器を見るたびに、優れた部品が「山形製」であることに驚く。これだけの技術力があるのだから「部品」にとどまらず、「完成品」を作ることができる、という思いを強くする。

そのためには、商工会議所が開発のための支援、情報発信の手助けを全力で取り組んでいかなければならない。販売力(発信力)に欠けるのは、控えめな県民性などいつまでも自嘲してはいられない。会議所が「見本市」などに積極的に参加することも必要だ。業種を問わず、参加希望の会員企業に発信する場を提供することだ。インターネットを通じての情報提供とともに、実物を見せ、説明することによってこそ新たな展開が始まる。発信力の強化は販売ルート開拓につながる。

世の中には私同様に、自分の目で確かめたい「好奇心旺盛な人々」が数多(あまた)いること疑いなし。私はそう思う。

(株)大風印刷 代表取締役会長