

偉大な先代の背中を乗り越え、 「できます！」の一言で新たな可能性を広げる

京阪高速出版印刷 株式会社



大阪市北区で印刷業を営む京阪高速出版印刷(株)。自社一貫生産による確かな品質と企画提案力で、多くのお客様から信頼を得ている同社は、競争の激しい印刷業界で70年近く勝ち残ってきました。しかし一方で、先代社長の急死という苦難に見舞われるなど、経営は決して順調なことばかりではありませんでした。先代の後を継ぐにあたり感じた想いと今後の展望について、代表取締役社長的美藤俊介氏にお伺いしました。



創業の経緯について

当社は、私の祖父が大学院生時代に印刷業をスタートさせたのが始まりです。当時はまだ活版印刷が主流な時代でしたから、今後の技術革新によって効率的に印刷ができるようになれば、この業界はもっと伸びていくと感じて商売を始めたようです。

創業間もない頃からのお客様も多く、一番長くお付き合いさせていただいている教育関連のお客様とは、もう50年以上のお取引になります。お客様が業容を拡大され、取引量も増やさせていただき、それに伴って当社も成長させていただきました。

先代の急逝と後を継ぐ覚悟

6年前、当時の社長であった父が急な病で亡くなりました。当時の私は一社員でしかなく、年齢もまだ30代半ばで会社を継ぐことも明確には考えていませんでしたが、亡くなった父を安心させたい気持ちが強く、社長を引き受けることにしました。もちろん、いきなり平社員から社長ということではなく、一旦は役員を任せてもらい、その間は母に社長をお願いしました。母に頑張ってもらう間に、何とか成長して亡くなった父に追いつこうと様々なことを勉強させてもらい、3年後、正式に社長として就任しました。

とはいえ、社長就任の時点でも、現

時点でも、私はまだまだ経営者として父には遠く及びません。父は、お客様の情報から資金繰り・社内人事・印刷現場や材料仕入れまで、挙げればキリがないほど多くのデータを自分の頭の中で管理しており、私たちもそれに頼っているところがありました。その父が急に亡くなり、お客様のことでも社内のことでも把握できていないことが多く出てきました。

私が父の後任としてお得意様回りを始めた頃、お客様に見積書を出したら「美藤さん、これ間違ってますよ!」と電話がかかってきたことがありました。慌ててお客様のところへ行って詳しく話を聞くと、「おそらくお父さんはこんな風に計算されてたんだと思います」と言って、私どもが把握できていなかった商品の詳細部分を逆に教えてくださいました。そして、お客様の言うとおりに見積もりし直したら値段が上がってしまいました。私自身「いいんですか!？」と困惑しましたが、「これまで、あなたのお父さんとはこうやってきたし、それで御社に損をされたら困る」と言って、もともと取引していた価格で納めさせていただきました。

このように、特に代替わりのタイミングでは、お客様に多くのご迷惑をおかけしました。それでも変わらぬ取引を続けていただいているのは、お客様の優しさと、それまでの父の誠実な姿勢

京阪高速出版印刷 株式会社

代表取締役社長：美藤 俊介
 本社：大阪市北区中津2-3-21
 創業：1948（昭和23）年9月1日
 法人化：1961（昭和36）年9月20日
 社員数：15名
 事業内容：パンフレット・チラシ・
 カタログ・各種帳票・
 自費出版・マニュアルなど、
 商業印刷物全般



■多彩な製品群

長い歴史を持つ本業としてのポスターやチラシの印刷ほか、カレンダーや文房具、電子カタログなど多彩な製品群を持つ会社。それを活かした提案力と短納期対応で他社との差別化を図っている。



■印刷現場の様子

「私は30代後半で、当然現場の職人の中には年上の者もいます。お互いに自由に意見を言い合えるような関係を作りつつ、まだまだ私の方が頼らせてもらっています」と美藤社長。工場の壁には「紙一枚はお金なり!!」の張り紙も。



■5つの“P”でお客様の力に

「Partnership(パートナーシップ)」、「Planning power(企画提案力)」、「Printing variation(多彩な印刷対応)」、「Professional technique(プロの仕事)」、「People relation(人々との繋がり)」。

があったからこそ、今でもこうして順調に会社を続けられているのではないかと感じています。



デザインから納品まで一貫生産を行う

「できます」から広がる可能性

父は「印刷業に集中しろ」という人でした。もちろん、本業以外のことに手を出して身動きが取れなくなったら元も子もないという考えは分かりますが、お客様と話をしていると「京阪さん、印刷以外にもこういうことはできませんか」という相談をいただくことがあります。そういう時、私は必ず「できます」と言うようにしています。その場で「できません」と言うことは簡単ですが、「できません」から先には何の広がりもありえません。当社はただの「印刷屋さん」ではなく、「お客様にとってのよろず屋さん」のようになればと思っています。そこまでの仕事ができたら「京阪さんに頼んでよかったな」と、お客様に感じていただけますし、値段だけの勝負から抜け出

すこともできます。こちらからも色々提案させていただいて、最終的にお客様の笑顔と信頼が得られれば、私たちも良い仕事ができたとおもいます。

もちろん挑戦には失敗や挫折がつきものです。過去には、お客様にご提案できる直前になって、他社の権利の都合によりお蔵入りになってしまった商品もありました。それでも、当社が何かお役に立てないかということを、常に模索していこうと思います。



自社製品を紹介する美藤社長

お客様との距離が近づくことで 全員の意識が変わる

印刷現場というのは、他の製造現場と同じで、直接お客様と触れ合う機会が限られています。それゆえ、恥ずかしい話、以前は来客への挨拶ひとつにしても、なかなかスムーズにできないこともありました。しかし、自分たちの仕事の先にお客様がいることをもっと意識してほしいと感じ、最

近は工場見学として積極的にお客様に来ていただいて、その中で社員たちにも直接お客様と話をしてもらっています。今では、当然ながら挨拶も、お辞儀も、初歩的なことかもしれませんが「お客様に見られている」という意識を持って仕事をしてくれているようです。

それは目に見える振る舞いだけでなく、製品の品質にも良い影響を与えているように感じます。「この前来た〇〇さんが、できあがったポスターを見て『すごく綺麗だ』と言ってたよ」ということを社員に伝えたとき、やはり一度お会いしていると、その言葉をもらえた喜びや感じ方も違ってきますので、「じゃあ、どうやったらもっと喜んでもらえるだろう」という方向に自然と意識が向かいます。それが積み重なることで、当社製品全般の品質が維持向上される良いサイクルになっていくと思います。

創業から品質を第一に考えてきた当社ですが、今後もより一層お客様に満足していただき、信頼していただける商品づくり・関係づくりを進めていこうと思います。

貴重なお話をいただき、
誠にありがとうございました