メーカー・サプライヤーに訊く 技術を未来へ！SP

久保井インキ

〝見るもの〟から〝出るもの〟へ！大阪・関西万博へ出展

鍵は「健康×香り」、価値と誇り得て未来へ

久保井インキ㈱（大阪市東成区東今里、☎06・6973・6211）はこのほど、来年4月13日㈯から10月13日㈰までの184日間、大阪市此花区夢洲で行われる「2025年大阪・関西万博（以下大阪万博）」に出展することを明らかにした。大阪府や大阪市らの「大阪ヘルスケアパビリオン」に参画し、『健康増進×香り』に関する新たな技術提案を目指すという。会期まで1年を切った今、万博出展の背景や狙いを久保井伸輔社長に聞いた。（上田）

久保井 伸輔 社長

――足元の状況について

「印刷産業全体では、アフターコロナも右肩下がりの状況が続いています。特に商業印刷や出版印刷の苦境は、インキメーカーの決算報告書からも明確です」

「食用油など他業種の経営者が集う会合に顔を出していますが、そこでは皆値上げを行って売上増ながら出荷量は減っているという〝逆さや〟の状況。印刷産業の中でも商業・出版印刷とは様相の異なるわれわれのラベル業界は、同じく逆さやであると感じます」

――さてそんな中、大阪万博へ出展するそうですね

「理由を端的にいいますと、何がどうこうというよりとにかく『出たかった』という一言です」

――シンプルですね

「国内かつ地元大阪で万博が開催される機会など、この先そうそう訪れるものでもない。もちろん見には行くつもりですが、産業や文化振興の博覧会は〝見るものではなく出るもの〟という野心も。久保井インキは大阪万博に出展するぞ！と、2019年の年頭のあいさつで全社員に向けて宣言しました」

――出展形態としては

「数百億円規模のパビリオンはさすがに出せません。企業が出展する〈民間パビリオン〉に対して、国や地方自治体による〈国内パビリオン〉という枠組みがあり、今回大阪府や大阪市、大学らが主体となるパビリオンの中に参画します」

「大阪館の名称は『大阪ヘルスケアパビリオン』。曰く、オール大阪の知恵とアイデアを結集し『いのち』や『健康』の観点から未来社会の新たな価値を創造すし、大阪の活力や魅力を世界に伝えていく――とのコンセプトを掲げています。その中に企画された、大阪の中小企業やスタートアップ企業の技術・サービスを展示する〈展示・出展ゾーン〉への出展を決めました」

――そこに何を披露することを考えていますか

「当社は『香りの印刷所プルースト』というECサイトを立ち上げています。石けんにラベンダー、ローズやヒノキなどといった14種類の香りの中からお選びいただき、香りのする名刺や絵ハガキ、ショップカードを提供しています」

「とはいえ、ただ単に香りの印刷物を並べるだけでは何も面白くない。大阪万博では、香りと健康増進を訴えるものを提示します」

アート作品と香りがもたらす健康増進の融合を目指す

――具体的に

「香り印刷の匂いの元は香料。香料と一言で言っても千差万別で、中には認知能力を向上させるような物質を含有するものも存在します。街でふと香った香水の匂いから、同じものをつけていた昔の友人のことを思い出す、などということもあるのでは。こうした香りによって関連する記憶や感情が呼び起される現象を『プルースト効果』と呼び、当社ECサイトの名称もこれに由来します」

「文字情報とは別に、香りには記憶を呼び起こす効果があることが科学的にも証明されています。これを有効的に活用することで認知機能を向上させ、アルツハイマー型認知症の抑止に一役買うことも。大学の学内ベンチャー、印刷会社とともに『認知症予防ノート』を作ったこともあります。健康増進と香り、ヘルスケアと印刷インキを線で結んでみよう、という発想が起点となります」

価値取り戻し再構築へ

――チャレンジングの根底にあるものは

「今から50年以上前、1970年に同じく大阪で開催された万博では、人間洗濯機という未来志向の装置が話題を集めました。万博とは、今ある技術を〝さあどうぞ〟と提示する場所ではなく、この先こんな未来になればいいね、こんなことが実現したらワクワクするね、というモノやコトを示してみせる場。それこそ後世に語り継がれる人間洗濯機が象徴的な例です」

「一方、荒唐無稽で無責任な夢物語ではダメ。今ここまできていて、この先はこんな未来が待っているという実現可能性の伴う責任ある展示も求められます。久保井インキのコアコンピタンスは、インキであり香料の制御。これを印刷以外に活かしていく挑戦です」

――印刷インキを越えたアウトプット策を探ると…

「ではメディアは何を使うか、紙かフィルムかという議論に終始しては従来通り。われわれは今回、アート作品をメディアにすることを掲げています。国内を含むアジア全体を対象としたアーティストの発掘を進めており、絵画や彫像などの作品に認知機能向上の香料を組み合わせたアートワークを目指しています」

「印刷物にしてしまうと、ポスターや1年間は貼ってもらえるカレンダー止まり。他方絵画や彫像だと、純粋に見た目だけでもリラクゼーション効果を有し、さらにインテリアとして室内に置けるものとすれば、ごく長期にわたって香りによる認知機能向上に資することもできるでしょう」

――夢は広がりますね

「万博参加の真の目的は、万博への参画を通じた社員の意識高揚、モチベーション向上への願いです」

――その狙いと決意を

「入社以来約30年、値切ること・値切られることに終始してきました。足元の価格交渉は、自らの企業価値を取り戻すための行為だと考えます。それをしっかり実行するのが、これまで本質的な値上げを知らないわれわれ世代の責任です」

「大阪万博の参画を経て久保井インキがどう変容を遂げるか。想像の域を脱しませんが、コアコンピタンスを起点に印刷インキの可能性を越えていく挑戦の舞台へ、まずは社員と一緒に立ちたい。世界にも通じる過程で、業務への誇りや企業価値を再構築していくことを期待したいですね」