

印刷にプラスαの発想で独自の商品を開発。 自らマーケットを拓く

事業内容

情報加工業、感性価値製造業およびオンラインパブリッシングサービスの開発と販売を行う。外国語印刷に端を発する印刷会社であり、欧文組版の技術開発に伴って、1985年からデジタル化に着目。2000年1月に「e-printer宣言」をして以来、印刷とWEBを融合させたサービスを中心に事業を展開。WEB名刺、ブログ製本サービス、フォトブックサービスといった独自のサービスで躍進中。

特許登録番号と内容

特許番号第 4519184 号	「消せる紙」筆記用紙、及び筆記用紙の製造方法
商標登録第 5199483 号	消せる紙
商標登録第 5213426 号	感性価値印刷

(2011年10月現在)

ACTIVITIES&ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役社長 和田美佐雄さん

普通の印刷会社にはない付加価値を追求 オリジナル商品「消せる紙」で特許取得

社名の由来でもあるように、外国語専門の印刷会社としてスタートをきった欧文印刷株式会社。輸出産業拡大期に、輸出商品に同梱包される外国語マニュアルの印刷を中心に成長。その後、時代の変化に合わせ、商業印刷へと活躍の場を移し、主要な取引先も、電気通信事業者から、金融業界と、市場動向に応じて変化しながら事業を展開してきた。しかしながら、印刷業は、価格競争の激しい世界。高い品質が求められるのは当然であり、その中で独自性を打ち出して、勝負をするのは難しい。だが同社には、戦後、いち早く外国語印刷に目をつけたように、先見性や独自性を大切にせる企業文化があった。受注生産である印刷業とは別に、「自分たちから売り込める何かを創ろうじゃないか」と、独自の技術開発に挑み始める。

そんな中から生まれたのが、特許を取得した商品「消せる紙(し)」だ。これは、紙に特殊なコーティングを施した、ホワイトボード用のマーカーで何度でも書いて消せる用紙。ホワイトボードのように利用できる物だが、紙なので軽くて持ち運びが便利、大判サイズでも丸めておけるので場所をとらない、はさみなどでの加工も簡単、そして、通常の印刷用紙と同様に廃棄ができるので環境にも優しい、といった特徴がある。開発当時は、

リライタブルペーパーという呼称だったが、社内の女性から「それでは堅すぎる」との意見があがり、今どきの若い人たちの話し言葉からヒントを得て、「消せる紙(けせるし)」とネーミング。商標権も取得している。

展示会前日に特許出願を果たす 特許侵害されるも警告後は取引先に

「消せる紙」の発明をはじめ、同社独自の技術開発に携わり、知的財産権に関する一切を引き受けているのが、新技術開発室の山崎純室長だ。「消せる紙」での特許出願が初めての経験だったので、まずは東京都知的財産総合センターに相談。弁理士と打ち合わせを重ね、2008年7月のISOT(国際文具・紙製品展)への出展前日に、無事、出願を果たした。ISOTで公開された「消せる紙」は、東急ハンズのパイヤーの目に留まり、同年10月には、同池袋店で販売を開始。現在は大手文具店や、通販のAmazonでも取り扱っている。

何度でも書いて消せる紙というものは、他でも一部、カレンダーなどで存在するが、「消せる紙」の技術とは異なるもの。一見してはわからないその違いも、山崎室長には見分けがつく。その目利きが特許侵害を発見した。「偶然、店頭で消せる紙の技術が使われているカレンダーを見つけました。ただ、先方とは話し合い、そのカレンダーを当社が受注生産することで問題は解決。今ではお取引先です」(山崎室長)

COMPANY DATA

所在地：東京都文京区本郷 1-17-2 電話番号：03-3817-5910

URL：http://www.obun.jp

設立：1946年12月 資本金：2億8,150万円

売上高：非公開 従業員数：145人(2011年6月現在)



オリジナルステーションナリーブランド「CANSAY」のブックカバー。艶感とザラザラ感の感触を併せ持つ「ウルシ印刷」(感性価値印刷の一つ)を取り入れた、スタイリッシュなデザインが特徴

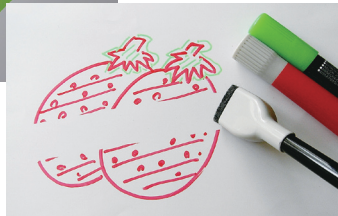
「消せる紙」の元となった独自の技術 「感性価値印刷」で商標登録も

さらに、同社が誇る独自技術の一つに「感性価値印刷」がある。従来の印刷にプラスαの価値を加えた、艶感やザラザラ感などの感触なども楽しめる技術で、これを応用して「消せる紙」は誕生した。この「感性価値印刷」でも商標権を取得。感性価値印刷を用いたオリジナルステーションナリーブランド「CANSAY」(キャンセイ)も発売している。同ブランドでのアイテム展開や、海外進出など、次なる戦略も進行中だ。

普通の印刷だけでは、他社との差別化は難しい。だからこそ同社は、印刷に付加価値を加えたオリジナル商品やサービスの開発に力を注ぐ。独自の商品を持つということは、自分たちでマーケットを切り拓いていけるということでもある。「厳しい業界ですが、そこに活路はあると思っています」と吉田隆之取締役は力強く語る。

欧文印刷がブランドとなる日を目指して 「欧文ブランド宣言」を策定

知財権取得への積極的な取り組みを行う中、2008年4月、同社では「欧文ブランド宣言」も策定している。



「消せる紙(し)」」。市販のホワイトボードマーカーや、ブラックボードマーカーを使って、何度書いても、ティッシュペーパーなどで簡単に消せる特殊コーティングの用紙。紙のできているから軽くて持ち運びに便利、環境にも優しい。平成22年度「東京都トライアル発注認定制度」認定商品



左から坂戸事業所 統括部門長兼イメージング部部門長 大塚 弘さん、取締役 社長室長 吉田隆之さん、新技術開発室室長 山崎 純さん

- 誇りを持って“安心と満足”をお客様に提供します。
- 丁寧なコミュニケーションをします。
- 独自性に富んだ、高い価値の技術、製品、サービスを提供します。

同社でなければならない独自性の高い製品や、付加価値の高いサービスを提供していくにも、まずは、会社が認められ、信頼されることが大切だ。欧文印刷そのものがブランドとなり、価値が上がり、新しい製品やサービスも認知されやすくなるし、また、社員のモチベーションUPにもつながる。「ぜひ、取引したい会社」と、欧文ブランドが指名される日を目指し、同社の奮励は続く。

知的財産活用のポイント

さまざまな提案をしている。また、「社会貢献につながるような仕事がしたい」(吉田隆之取締役)との思いも強い。丈夫で書きやすいブラックボードマーカー用のシート「どこでも黒板」は、屋外でもまさに黒板代わりに使える。震災後には、被災地域の教育現場に役立ててもらえれば、と提供もした。今後、まだ教育予算の少ない国や地域で役立てていただけたら、と夢は広がる。

「消せる紙」を使った商品やノベルティを 提案。社会貢献につながるような仕事を

お客様の要望に合わせ、「消せる紙」の特徴を活かした、オリジナル商品やノベルティの企画・製作も行っている。たとえば、クレヨンで何度でも文字や絵を書いては消すことができる、“おけいこノート”のような幼児教材。医療現場での手軽な筆談メモや、患者への説明用ボードとしての活用等、