

老舗が仕掛けるペーパークラフトのニューウェーブ

事業内容

1929年創業。紙製の箱や商品パッケージ、店舗用什器など、多様な紙器製造を手掛ける。紙抜きの高度な技術を生かし、現社長の代から、POPUP 名刺・ギフトカードなど、デザイン性豊かなペーパークラフト商品を製造、注目を集める。ボックスからペンギンが飛び出す「イワトビペンギンバクダンギフト箱」は、2009年「TASKものづくり」大賞を受賞

特許登録番号と内容

特許公開 2007-261246	ステージ付き卓上カレンダーケース
登録実用新案第 3155610	名刺ホルダ付きポップアップカード

ACTIVITIES&ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA
(2010年11月現在)



代表取締役社長 高田照和さん

「受注製造だけでは行き詰まる」 新機軸となったポップアップカード

封を開けると、メッセージを手にした立体のペンギンや招き猫がポンッと立ち上がるギフトカード「パカボン」、二つ折りの名刺を開くと、自社製品のシルエットが立体的に現れる「POPUP 名刺」……有限会社高田紙器製作所が製造・販売するペーパークラフトは、遊び心と意外性たっぷりだ。これらの商品を考案したのは4代目の高田照和社長。

1929年創業の同社は、紙器製造の老舗。化粧箱・什器のパッケージ製造を長らく手掛けてきた。しかし2003年、4代目に就任した高田社長は、新商品開発の必要性を痛感する。

「当時、当社の仕事はOEM（受注による製造）がほとんど。これでは『安い・速い・うまい』という十把ひとからげの競争に巻き込まれる。会社が生き残るには、受け身の姿勢を転じ、新たな付加価値を持つ商



イベントや展示会用にオーダーメイドの依頼も多い同社。日本テレビの「ザ・鉄腕ダッシュ！」はじめ、メディアにも多数取り上げられている

品を提案していかなければ、と考えたのです」。

2005年から「POPUP 名刺」の試作を開始、2009年には「パカボン」の量産化に成功。飛び出すギフトカード「パカボン」は、現在、アマゾンや東急ハンズ・などを通じて市販され、海外まで販路を広げようとしている。

「事業のメインはあくまで従来のパッケージ製造であり、ポップアップ商品はまだ途上」と語る高田社長だが、同社のポップアップ商品はテレビ番組で紹介されることも多く、「紙の立体物なら高田」を多くの人に印象付ける“広告塔”の役割を果たしている。

これら、新しい商品の開発を可能にしたのは、創業以来80年余にわたって培われた、高い技術力だった。

勤続45年の職人が実現した ビナクル刃の紙抜き

一般的に紙器の製造は、印刷・紙抜き・組み立てという工程をたどる。中でも紙抜きはもっとも重要な工程。通常紙抜きには「ビク刃」という金属製の刃が用いられるが、同社では「ビクナル刃」を使用している。

きっかけは2005年、知人を通じてビナクル刃を手に入れたこと。ビナクル刃は、金属を腐食させて作る刃で、非常に細密な抜きが可能である。しかし刃が薄く、業界ではシール用の抜きにしか使えないとされていた。それを紙抜き機に設置して、試行錯誤のすえ実用化したのが、勤続45年の同社社員、田中正紀さんだ。この、他社の追随を許さない複雑で緻密な紙抜き

COMPANY DATA

所在地：東京都葛飾区堀切 3-26-16 電話番号：03-3693-2181

URL：http://www.85223.com 創業：1929年7月1日

資本金：350万円 売上高：1億6,000万円（2010年6月期）

従業員数：13人（2010年11月現在）



同社の「POPUP 名刺」はビナクル刃を使った当社独自の高い技術で、緻密な紙抜きを実現。オリジナリティあふれる名刺が企業に好評だ



技術は「POPUP 名刺」に活用され、オートン（自動紙抜き機）による量産化を実現した。

知財は、自社製品を守るもの。 社長自らの手で申請

すでに同社では「POPUP 名刺」をはじめ、いくつかの商品の商標登録を申請している。「以前、当社から取引先に出した商品サンプルが競合他社にわたり、巡り巡って他の取引先から見積もり用サンプルとしてわたされたことがあります。商標登録を申請するのは、このようなケースを減らし、自社商品の優位性を確保するため。すぐに登録に至らなくても、申請していること自体が競合企業との差別化になります」。

一方で、技術の特許申請には慎重だ。住宅機器メーカーなどとの共同開発では、共同特許を申請することもあるが、公開による技術漏洩のリスクを考え、特許・商標登録など知財の種類によって申請し分けている。

知財の申請書は弁理士任せにせず、自分で書くという高田社長。「自分で開発した製品のことは、自分がいちばんわかっていますから。申請方法は、商工会議

所などが開催している勉強会で勉強しました。今、『パカボン』をアメリカやヨーロッパで販売する準備をしています。そうすると、海外特許の知識も必要になりますね」と語る。

「役割はコーディネーター」 多くの人との連携により、地元をつなぐ

地元の葛飾区や周辺地域の企業連携にも意欲的な同社。さらに高田社長は葛飾区の都立高校で外部講師としてメディアコミュニケーションを教え、事業意欲あふれる生徒を企画営業として会社にスカウトするなど、産学連携の試みにも積極的だ。

「私の役割は、人や技術をつなぐコーディネーターだと思います。たとえば、紙器業界と製本業界は業務にほとんど同じ機械を使うのに、交流がない。両者のコラボレーションなど、今後もさまざまなアイデアを地域で実現していきたいと思っています」。

業界随一の技術力を武器に、常に新しいことにチャレンジし続ける同社。紙製品の可能性は、まだまだ広がりがそうだ。

知的財産活用のポイント

芽を追求する姿勢は、地域の活性化に一役買っている。

その他、自社商品を葛飾区のアンテナショップ「かつまるショップ」で販売し、人と人を引き合わせ、地元企業のコラボレーションを企画するなど、「受け身の姿勢では生き残れない」危機感に根ざした同社の思い切った転換は、人とアイデアの集まる場所から、ビジネスのエネルギーとシーズを汲み上げている。

人とアイデアが集まる場を作り 地域を活性化する

「高校生が柔らかなアタマで考えるビジネスプランは、おもしろいですよ。講師の私の方が刺激をもらい、人に教えることで発想のトレーニングにもなっています」。

葛飾区の異業種交流会に参加したことから、都立高校の教壇に立つことになった高田社長。世代を越えて、ビジネスの