

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第30回

当社の支援サービスをご利用頂いている元気企業を紹介する“キラリ企業の現場”から。第30回目は、「世界のオフィス文化に貢献」しているカール事務器株式会社（葛飾区立石）をご紹介します。今や同社の製品は、文房具及び事務機器において日本のみならず世界をリードしています。その中で外国特許出願費用助成金（注1）を積極的にご利用いただいています。

世界のオフィスでグローバルスタンダードブランドに！

カール事務器株式会社

カテゴリーを絞り込み、世界で戦う同社の商品

カール事務器株式会社は、今年創業80年目を迎える。昭和4年、前会長の故森忠三氏が東京市本所にて「三万堂製作所」を設立し、文房具や雑貨の製造を開始したのが始まりである。その後、三万堂の社長が戦時中の空襲で死去され、共に働いていた初代社長（前会長）がその意志を受け継いだ。当時の商品に「カール」というロゴを使用していたことから、戦災で焼失した製作所の再建と同時に、「雄々しい、猛々しい」という意味合の「カール」を社名に取り入れ、昭和29年、「カール事務器」を設立。工場も葛飾区立石に移転した。

三万堂時代の初期、事務用品はほとんどが輸入品であった。その一つのパンチについて、得意先からOEM供給の話があったことをキッカケに、カールブランドでOEMを行うこととなった。それを足掛かりとして、数多いオフィス用品の中から、創業時から引き継いでいるパンチのほか、ディスクカッター（裁断機）や印箱等の収納箱、机上・店舗用品など取り扱い製品を取捨選択していった。こうして人的資源や技術を集約して扱うカテゴリーをより深く、より強くすることでメーカーがひしめき合うこの業界において確固たる地位を築き上げ、今日、世界とも戦えるメーカーを目指すに至っている。では、世界とも戦える商品はどのようにして生まれるのだろうか？

同社では、①「人が快適に働くためのオフィス用品をいかに提供できるか。」を常に考え、②「機能性を重視しつつデザインにも力を入れ、働く人たちに心地よさを与えてくれるような製品を開発」し、世の中に送り出している。

①の「快適なオフィス用品」のヒントは、日常に隠されている。オフィス用



カール事務器の主力商品群

品のほとんどは使用方法さえ知ってしまえば、ほぼ無意識的に使っているのが通例である。しかし、そのような一見、あたり前と思えることでも、工夫次第でより快適になるのだ。例えば、ペーパーの反りを考慮した穴あけパンチの位置合わせや、裁断機のカット方法（ギロチン式からスライド式へ）の工夫、紙の使用枚数による用具の使い分け等だ。細かなところを改良したり、目的に合わせて用品を使い分けできるようバリエーションを揃え、快適に使えるオフィス用品を提供するために日々、研鑽している。

このような①「快適なオフィス用品」を具現化する際、最も重要なのが、②「機能を重視した商品デザイン」である。同社のもの作りを、時代の最先端を捉えるという意味から「Caught Edge」と呼び、機能を重視しつつも、時代の先端を意識し、センスの良さが伝わる商品開発を目指している。

社員からの提案をベースに具現化された商品群

こうして数多くの商品を開発してきた同社には、ブランドがいくつかある。例えば“DECADE”は、長いスパンで商品を使い続けてもらうというコンセプトで作られたものである。一方で“Trim Gear”は、プロフェッショナルの使用を想定し、高機能・高精度を実現した「道具」であり、通常商品とは異なる付加価値が付けられた上位の商品群と言えよう。



Caught Edgeと呼ばれる商品群

こうしたブランドは社員からの提案を元に作られた。それを可能にしたのは、「社員の発想をいかにして市場にもたらすた

めのかたちができるか」という社員の意見を大切にす同社の方針である。

中でもこうした考えを最もよく表しているのが、一般文具・事務器とは一線を画している、遊び心を文具に取り入れた「クラフト」部門である。元々、クラフト部門の始まりは、女性社員による製品提案の企画がキッカケだった。提案された製品は、「クラフトパンチ」という花や星などの複雑な形を紙から抜くことができる、子供向けのパンチである。当時はクラフトパンチの販売を試みたが受け入れられなかった。そこで、この商品を使った作品紹介、作り方や素材の選び方などの紹介、カルチャー教室の開設など“こんなことができる”という事へアプローチの方法を変更したところ、これが功を奏し、爆発的なヒット商品に変わっていった。しかも、購入するのは子供ではなく若い女性や主婦層で、カルチャー教室では余暇を利用して、多くの女性がクラフトパンチを活用した作品作りを楽しみながら学んでいる。こうして一つの商品提案が、一部門を立ち上げるまでにいったのだ。



女性に人気のクラフト商品群

エコロジーを積極的に取り入れた企業活動

近年における地球環境に対する問題は、これからの企業経営に欠かせない要素となってきた。同社においても「地球環境に貢献する企業」を目指した取り組みを行っており、平成16年9月には、国際規格である「ISO14001」(注2)を認証取得した。また電気使用量の削減や廃棄物発生量の削減など継続的に改善を図り、地球にやさしい環境作りを実践している。

また、取り扱う製品のほとんどは廃プラスチック再利用商品で、同社ではオフィスや生活の中から生まれる廃材を材料メーカーから仕入れ、環境にやさしい商品として社会へ還元している。その再利用率は、製品あたり50%を超えており、こうした面からも地球環境の問題解決に積極的に取り組んでいることが分かる。

更には、社用車も今までのガソリン車からハイブリッド車を導入するなど、ここでも経営者や社員の地球環境に対する問題意識の高さがうかがえる。

世界に向けた商品展開のための知財戦略と21世紀に向けた方向性

同社は、平成5年に海外での販売と生産拠点を確立するため、香港にオフィスを設立した。以降、平成7年には生産拠点として中国上海に工場を、平成11年には、米国にもオフィスを設立。更に平成15年、中国寧波にも工場を設立した。今でも海外との取引の規模は確実に拡大している。

中国工場では主に汎用製品の製作を行い、国内にある茨城工場は、精度を要する付加価値製品を製作する。海外製

品が汎用製品とはいえ、同社のノウハウが詰まっている製品には、他の製品とは違う付加価値要素があり、これは知的財産として守らなければならない。また市場も、世界をターゲットにしているため、同社は中国や今後のマーケット参入を計画している国に対し、特許出願を行なっている。

そこで利用したのが、東京都知的財産総合センターの外国特許出願費用助成金(注1)である。同社の知財部門強化のために参加した当センターのセミナーで助成金のことを知ったとのことだが、今では、この助成金を計画的に活用し、顧問弁理士との連携を図り、かつ企業経営(戦略)とリンクさせながら出願している。こうした戦略は、模倣されないための唯一の方法でもあり、マーケットを独占するための最大の武器と防御にもなる。

このようにして同社は知財戦略をうまくとりながら、国内だけではなく、海外にも躍進している。同社は「世界のオフィス文化に貢献」するために、21世紀の経営方針として1.コアコンピタンス、2.オープンネットワーク、3.グローバル、4.タイムリーマネジメントを掲げている。これからも時代のニーズを取り入れ、機能性やデザイン性を追求した優れた商品開発を推進していく同社のさらなる飛躍を期待したい。

(知的財産総合センター 平田光成)



カール事務器株式会社本社

(注1) 外国特許出願費用助成金

優れた技術等を持ち、それらを海外において広く活用しようとする中小企業に対し、外国への特許出願に要する費用の一部を助成する公社の事業。

(注2) ISO14001

ISO14000シリーズは、組織活動が環境に及ぼす影響を最小限に食い止めることを目的に定められた環境に関する国際的な標準規格。1996年に発行されたISO14001は、組織活動、製品及びサービスの環境負荷の低減といった環境パフォーマンスの改善を実施する仕組みが継続的に運用されるシステム(環境マネジメントシステム)を構築するために要求される規格である。

企業名：カール事務器株式会社
 代表者：森 誠
 資本金：3,000万円
 従業員数：70名
 本社所在地：東京都葛飾区立石3-7-9
 TEL：03-3695-8171
 URL：http://www.carl.co.jp