

2009年新製品発表会

深化。そして、進化。

深化。そして、進化。

いまあるものを深く、掘り興す。

いまないものを探し、創り出す。

特種製紙の、深化と進化に、ご期待ください。

私ども特種製紙は、1926年の創業以来82年にわたり特殊紙のリーディングカンパニーとして、ファンシーペーパー、機能紙など特殊紙一筋に紙の可能性を広げてまいりました。弊社の主力製品であるファンシーペーパーは、100ブランド以上を開発し、日本のファンシーペーパー市場で約50%のシェアを占めるに至っています。その用途は、書籍装丁、商業印刷物、高級パッケージ・ステーションナリーなど多岐にわたっています。

特種製紙のファンシーペーパーは、物性的な機能だけでなく、肌や色といった意匠性も兼ね備えています。特に私どもが作り続けてきたファンシーペーパーは「日本人の美意識」を原点にさまざまな意匠を凝らしたものが多くなっています。そのため日本のファンシーペーパーは、欧米の装飾紙とは異なり、独自の発展を遂げ、多様な広がりを持った装丁文化や包装文化の発展に貢献してきました。

また、特種製紙のもう一つの柱に特殊機能紙があります。1927年に電気絶縁紙の製造に国内で初めて成功したのを皮切りに、以来80年以上にわたり特種製紙は数多くの国産第一号製品を世に送り出してまいりました。今後も他の追随を許さない卓越した商品力で特種製紙は、特殊機能紙のトップメーカーを目指してまいります。

しかしながら、いま日本は、経験したこともない世界的な大不況に直面しております。この大不況は、製紙業界全般を覆い包むようにして広がり、経済環境を日一日と厳しくしております。私ども特種製紙においても不況の影響、特殊紙市場の低迷によって、創業以来と申し上げても過言ではないほど大きな試練を迎えております。

しかし、この苦しい時こそ手をこまねいている場合ではありません。アメリカではオバマ政権が生まれ、再生の道を歩み始めています。不況の渦に吸い込まれていくだけでは、10年、100年先の未来を輝かせることはできないでしょう。直面している試練に立ち向かい、試練を試金石と捉え、この苦境をチャンスに変えることが、私どもに与えられた責務であろうかと考えます。いまこそ創業の精神に立ち返り、「研究・開拓・奉仕」の社是に沿った道を邁進すべきであると確信しております。

特種製紙は、動き始めます。時代が求める新たなニーズを掘り起こし、全社一丸となってアゲントに負けず、行動します。2009年、特種製紙は、チャレンジいたします。

テーマは、深化。そして、進化です。

特種製紙株式会社
代表取締役社長

三澤 清利

2009年新製品 I

カラペシリーズ



カラペシリーズ

この度発売するカラペシリーズは「文化への回帰」をコンセプトにしました。おもいやり、礼儀といった気持ちを「包む」「伝える」といった行為であらわす日本人の文化様式美。新しいカラペシリーズは、いま、忘れかけている美意識を触発し、共感を呼び起こし、新しい感性価値を生み出すことを目標にしました。

現在、日本で生産されているファンシーペーパーは数百銘柄ありますが、大半は50g/m²以上の比較的厚めの種類です。50g/m²未満の薄物ファンシーペーパーは、1987年に発売した19g/m²の「カラペ」など、数銘柄しかありません。

従来のカラペ、ニューカラペは、20g/m²前後で、主にアパレル関係のインナーラッピング用としてご愛顧いただいてまいりました。2002年のワールドカップ日韓大会のフィナーレで、横浜国際総合競技場の夜空に舞った数百万羽の折鶴でも使用されました。今後、当社はさらに20～50g/m²の薄物ファンシーペーパー市場にターゲットを広げ、カラペシリーズの品揃えを拡充し、カラペブランドを薄物ファンシーペーパー市場のトップブランドに育てたいと考えています。

ニューカラペ

昨年発売した21g/m²のニューカラペに、印刷や加工等の作業性を高めた33g/m²を発売します。ブランドのロゴを印刷した上でラッピングしていただくよう用途を想定しています。

[2009年4月20日発売]

カラペラピス

ポップでカジュアルな色彩のニューカラペに対し、落ち着いた印象の鉱物的な輝きを表現した42g/m²の「カラペラピス」を発売します。こちらは宝飾品等のラッピング用途を想定しています。

[2009年6月発売予定]

[仮称]カラペドレープ

視覚で楽しむ「ニューカラペ」「カラペラピス」に加え、繊細な触感を楽しんでいただくカラペを開発中です。自然なドレープをイメージしています。

[2009年秋発売予定]

2009年新製品Ⅱ

タントセレクト2009



タントセレクト2009

2009年夏に、書籍装丁、パッケージ等の函貼りにご使用いただいている「タントセレクト」に新柄を追加発売しリニューアルします。

複数の柄を持つ「タントセレクト」の共通コンセプトは、「記憶に触れる外観と触れたことのない触感の新素材」です。どこかで見たことがある、過去の記憶を呼び起こす意匠性。そして従来のファンシーペーパーにはない触感を刺激する肌触り。紙そのものが自己主張することなく、自由に表現したくなる「素材」を目指しました。

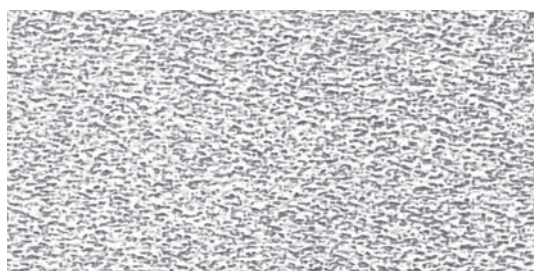
このような従来にないファンシーペーパーの開発成功の背景には、当社のロングセラー商品「レザック66」から引き継がれたエンボス加工技術があります。紙の厚さはコンマ何ミリ。特種製紙はこの世界に模様、色のコントラストの面白さを追求してきました。タントセレクトで開発した新エンボス加工技術は色だけでなく、表面に緻密で急峻な凹凸を付け、触感にまでその表現領域を拡げています。またタントセレクトは、日本のファンシーペーパー市場でトップシェアを占めている150もの色数を持つタントから、ベーシックカラーをセレクトしています。

2005年度版のタントセレクトは、従来、コート紙が使用されることが多かった書籍のカバーに使われるなど、新鮮な感覚を顧客に与え、発売当初から大きな反響を呼びました。

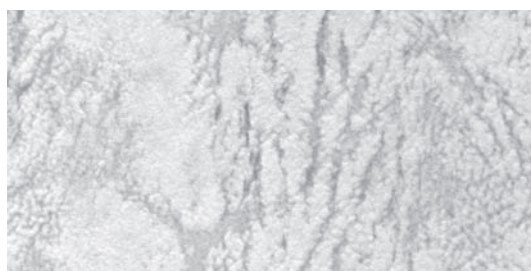
繊細なエンボス加工技術

当社を代表するエンボス紙「レザック66」は凹凸の間隔が1~2ミリ、一方、「タントセレクト」は、0.2~0.8ミリ程度と、より緻密になっています。この凹凸の間隔が「触感を刺激する肌」の正体です。実は指の凹凸、つまり指紋の間隔は約0.5ミリであることが知られていますが、「タントセレクト」の凹凸の間隔は触感を感じる適度なピッチなのです。

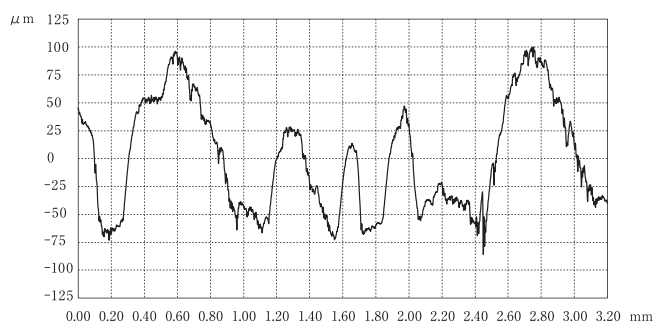
タントセレクト [TS-6] の表面拡大



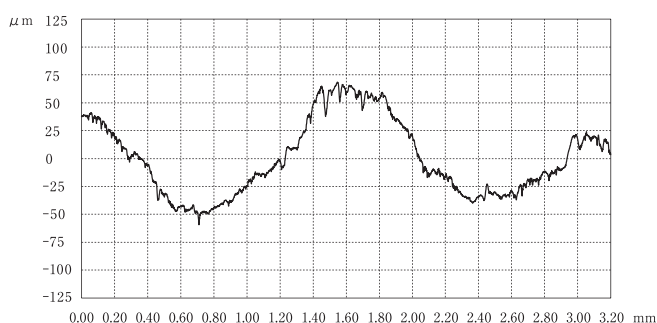
レザック66の表面拡大



タントセレクト [TS-6] の断面曲線



レザック66の断面曲線



究極の機能性シート

CNTペーパー

[カーボンナノチューブペーパー]



CNTペーパー

[カーボンナノチューブペーパー]

CNTペーパーは、最先端ナノテクノロジーを結集して開発した究極の機能性シートです。特殊な分散技術により良好に水系分散されたCNT分散液を紙の中に混抄させ、3次元に均一にCNTを定着させることに成功しました。

CNTは直径がナノサイズの非常に細かい繊維で、塊になりやすい性質があります。しかし塊の状態ではCNTのさまざまな特性を活かしきることはできません。CNTを塊にせず、分散状態のままシートのような構造体にするには非常に困難でした。また、分散されたCNTはそのままではセルロース繊維に定着せず、これを均一にセルロース繊維に定着させるには、高度な技術、新たな発想が必要でした。

特性については、北海道大学の量子集積エレクトロニクス研究センター、佐野栄一教授と産学共同研究の中で電磁波ノイズ吸収材として、既存技術より高い性能が確認されています。

まさに、紙の領域を超えた新しい価値の創造ともいえるこのCNTペーパーですが、用途展開の一つとして、電磁波のシールド材として携帯電話などに使用されるほか、熱伝導性能、面状発熱体、導電性を応用して電池部材への展開など幅広い可能性が検討されています。紙表面コーティング、含浸加工も可能で、少量のCNTの添加量で性能がでるため、コスト競争力もあると考えています。

特種製紙では、CNTペーパーを重要戦略商品として位置づけ、技術・販路のプラットフォームの拡大につなげていく計画です。また、ベルギーのNanocyl社など、海外からコラボレートを希望する企業もすでに数社現れるなど、EUをはじめアメリカ、台湾、韓国などにもチャンネルを利用して積極的に展開していく予定です。

事業展開

I 電磁波シールド

- (1) 基盤、装置内ノイズサプレッションシート
- (2) 電波吸収体—電子プラズモンによる新規電波吸収体の創造

II 発熱体、熱伝導体

III その他電池部材

