

吉岡ロゴテック

リップ」シリーズを事業の2つ目の柱にしようとしている。国や県、市の支援を受けている「期待の新人」だ。模倣防止のため、商標や特許など知的財産権を着々と確保している。

こうした発想から生まれたのがクリップ式のココアスプーンだ。11年、福井市の「ものづくり支援事業」に認定された。補助金を受けて協力工場で試作を重ね、カラフルな8色の商品

2008年暮れ、吉岡氏は愛飲しているココアのスプーンをかき回しながら、ふと思いついた。スプーンはどこに置いててもココアがべったりと垂れる。邪魔に。それに先立ち、09年には

録し、1年1月の「クールジャパンプロジェクト」にはマドラスプーン、4月には国際特許を矢継ぎ早に取得した。ともに背景にあるのは眼鏡のフレーム技術だ。対象に密着するうえ、軽く、耐久性がある。

来年初めには第3弾とな

クリップ式のマドラー、ブ
ーンを考案。10年10月に福
井県の「ふくい逸品創造
ファンド事業」に認定され、
やはり補助金をもとにして
商品化にこぎ着けた。翌月
にビックリップの商標を登

吉岡氏は「よその県なら最適な材料を選ぶのに苦労したはず。ノウハウを豊富に持つ眼鏡の産地がすぐ近くにあるのは大きかった」と振り返る。

今年3月には経済産業省

の安全性が高いベビースプ
ーを市場に送り出す。「フ
レームのバネ性を生かした
ものづくりを追求し、商品
のバリエーションを増やし
たい」(吉岡氏)。2月に
東京で開かれるギフトショ

刷の技術を擁して、様々な物に表面を加工する「名人」が本業。1988年には富士電機と共同で眼鏡フレームのレーザー刻印方法で特許を出願した。93年には同じくレーザーによる金ぐらいにしたい」と話す。

印刷業としての吉岡ロゴテックは、得意先から委託されて「名入れ」加工をするので、事業リスクはほとんどない。堅実といえば堅実。ただし、事業の伸びしろは乏しく、安価で仕事を請け負うライバルが現れれば、会社はたちまち危機にひんする。

こうした状況も踏まえて吉岡氏は自社商品品の開発に踏み切ったわけだが、今度は在庫リスクを負う。卸売業者や小売店との交渉もあり、今までは180度異なる攻めの経営が求められる。現在は「営業に出ているのは私だけ」という吉岡氏。商品開発が順調に進むなか、営業部隊をどう構築するかが急務だ。

ーに、これらの商品をまと
属のカラーマーケティング方法
について出願している。

もともとはスクリーン印
こうした高い技術力があ

刷の技術を擁して、様々な
物の表面を加工する「名人
刷の世界から踏み出し、ア

れ」が本業。1988年にアイデア1本で新規事業に乗

は富士電機と共同で眼鏡作り出した。現在の売り上げ

レームのレーザー刻印方法は非公表だが、吉岡氏は「5

で特許を出願した。93年に年後には印刷と雑貨を半々

は同じくレーザーによる金ぐらいにしたい」と話す。