

平成 22 年度 特許ビジネス市シーズ情報

整理番号

事務局使用欄

1	シーズタイトル	往復封筒
2	シーズ提供者 連絡先住所 TEL/E-mail/URL	(法人名) 双葉印刷株式会社 (担当者名: 竹渕 顕) 0226-23-3737 takebuchi@futaba-insatsu.co.jp
3	支援者 (特許流通AD等/連絡先)	宮城県知的所有権センター 今野 裕行 Tel022-377-8725 konno-ad@adp.jiii.or.jp
4	特許番号 等	特許第 4219392 号

技 術 情 報

5	技術分野	⑫繊維・紙	6	機能	⑩環境・リサイクル対策
7	利用分野	ビジネス・調査等	8	適用製品	封筒
9	本技術の完成度	③実用段階			

10 本技術の特徴

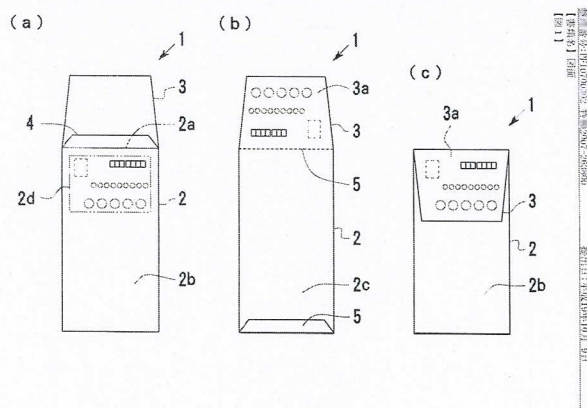
① 従来技術・類似技術の問題点

一般に返信を必要とする郵便は往信の封筒に返信先を記入した返信専用の封筒をいれて出すのが従来の方法である、つまり 2 枚の封筒を必要とする。

② 本技術の特徴・効果 / 類似技術との対比

この封筒は 1 枚で往信と返信に利用することができる、省資源の効果があり、また従来のものと形状に特徴があり、開封率の向上と返信率の向上がある。

③ 特記事項・添付図面・製品外観図・効果を示す表等



特許情報		
11	発明の名称	往復封筒
12	特許権者(出願人)	双葉印刷株式会社
13	特許番号 (公開番号／出願番号)	特許第 4219392 号 特開 2009-91013 特願 2007-263800 号
	出願日(優先日)	平成 19 年 10 月 9 日
14	海外出願 特許番号等	なし
15 代表的な独立請求項の記載 【請求項 1】 封筒本体とフラップを有し、前記封筒本体は一方面側の表面に返信先記載部を有し、 前記フラップは前記封筒本体の他方面側で前記封筒本体の開口部に連続して設けられ、 折り曲げて前記返信先を覆い、前記開口部を閉じることが可能に構成されていることを特 徴とする往復封筒。		
16	審査請求有無/審査経緯	審査 有 (審査請求日：2008.5.23) 2008.6.10 拒絶通知 2008.8.20 拒絶通知 2008.11.4 登録査定 (中小企業向け先行技術調査制度の利用状況) 利用実績なし
17	関連特許 特許番号等	なし
18. 先行・類似技術の調査結果／特許性の判断内容 (代表的な先行・類似技術の特許番号とその内容 等) 先行技術文献 1 :特開平 11-292087 1 枚のフラップを 2 重にして上下に切り取り 1 枚の封筒を往復に 2 回利用できるように した封筒である。当方の封筒はフラップを 2 枚設けものであり実用的である。 先行技術文献 2 :特開平 2-191158 この封筒は洋型封筒を前提に考案されているが、返信先を記入したフラップを中から引 き出す方式になっており、大量の処理には不向きである、当法の封筒は大量生産と大量 の処理に適しており、より実用的である。		

ビジネスプラン		
19	特許ビジネス市に期待する連携内容	①ライセンス先の開拓 ③販路拡大・業務提携先獲得
20	ライセンス等の実績の有無	引き合い（あり 1 件）
21	各種助成制度の利用状況	産学連携・自治体等の助成制度等の利用・申込状況、他機関との連携内容等 宮城県新商品随意契約認定
22 事業化に関する情報 ① 追加開発の要否・具体的内容、事業化に向けて解決すべき問題点 大量生産の実績がないので、専用の機械でない従来の既成の機械を応用しながら製造することによりコスト高である。 ② 設備投資の要否・設備投資額、提供可能な中間材の規模・コスト コストダウンを図り、高品質の商品を製造するためには専用の整袋機が必要になる、投資額は約 5000 万。		
23 本技術を活用したビジネスプラン ① 製品・サービスの概要・特徴（従来品・競合品と比較した優位性等を記載） 1 枚の封筒が 2 枚分の役割を果たすので環境面ですぐれている、特徴があり関心をひき開封率と返信率の向上がはかれる。 ② 対象とする市場・分野・顧客等（主な顧客、提供できるメリット等を記載） 返信を要する通信は官庁や学校、介護施設等、ダイレクトメールの市場として商社、調査会社等々市場は広範囲である。 ③ 競合商品・競合相手の状況等 2 段式フラップの封筒はレンタルビデオ関連で使用され先行しているが、接着テープの関係から素材がビニール製に限定されていて小ロット使用に対応できず、当製品に可能性がある。 ④ 売上・利益計画（市場規模、推定製品シェア、成長性等を記載） 封筒の市場規模は約 2000 億と考えられる。そのうち返信を要する需要は 1 割の 200 億位と想定されます。往復封筒はその存在も認知されておらず、こういうものがあることを市場に認知してもらうまで 5~6 年の時間を要すると考えられます。実際に利用した企業からは反響として受信者から感激したという評価も得ていて、一定のシェアを獲得できればその後の普及は比較的容易である。そこまでの努力が求められていると考えている。その後は大きな成長の可能性をもっている。		

事業計画:	第1期(初年度)	第2期(2年度)	第3期(3年度)	備考:
市場規模(千円/年)	20000000	20000000	2000000	
製品シェア(%)	0.00005%	0.0001%	0.00025%	
製品売上高(千円/年)	1000	2000	5000	