

## 企業 PR コラム

「天使封筒のブランドで常にお客様の満足と信頼を得る製品を、製造から販売までの一貫した体制でスピーディーに供給する事によって社会的責任を果たしている企業です」

エンゼルピック(株) 代表取締役 新潟 雅康

封筒は、企業活動の中で顧客との接点を持ったり、人と人との良きコミュニケーションを醸し出すことの出来る大切な媒体でありま  
す。既製封筒にカラー原紙を採用したりダイレクトメール用封筒には開封率、訴求効果を考慮して、フィルム封筒、特殊な紙を採用して、ユーザーの選択肢を増やすための品種の拡充をしま  
いりました。「PL法」や「グリーン購入法」「エコマーク」「グリーンマーク」などの時代の要求にも対応しながら、「別注品」も印刷から製袋加工まで、ユーザーにこれらの情報



を提供しつづけて各ニーズに  
応えられる企業として成長してまいりたいと考えております。



### エンゼルピック株式会社

〒540-0026

大阪市中央区内本町1丁目4番12号

TEL.06-6941-2593 (代表) FAX.06-6941-0179

URL: <http://www.angelpic.co.jp/>

## ATAC ひと言

### 消えつつある海外雄飛の意気込み

大手旅行会社が実施した海外旅行への参加意向調査で「行くつもりがない」と答えた人が二十代の若者で44%を占めたそうです。(「日経消費マイニング」08年7月号) 若者の海外旅行への関心の薄さは情報力、海外との交渉力の低下につながる恐れがあります。

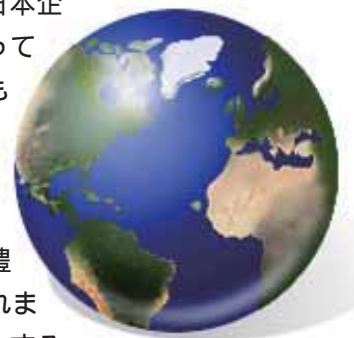
団塊世代に属する私にとって海外は高校時代まで「一生の内にに行けるのか」という夢の世界であり、お金を貯めて「なんとしてでも行きたい」憧れの地でした。

以前より我が国の技術開発動向に対しては想像以上に海外、特にアジア諸国から熱い視線を浴びています。公開特許公報は特許庁のIPDL(電子図書館)で自由に閲覧でき、中国、韓国からのアクセスが非常に多いと聞きます。日本の特許出願は年間40万件を超え、しかし審査請求し、登録されるのは3割程度、さらに海外出願されるのは全体の5%以下に留まります。特に高い海外出願費用が障害となっているようです。多くの発明は権利化されず、技術流出に繋がっているとも言えます。

ある固有技術を持つベンチャー企業がホームページの英語版を作成したところ、すぐに海外からの引合い

が入ったと聞きます。日本企業の技術への関心は思っているよりはるかに高いものがあります。

若者の海外への関心の低下は金融危機の前からの傾向で、まだ豊かな日本の象徴かもしれません。しかし企業が縮小する国内市場に固執しては将来が無いと思います。中小企業庁の選定する「元気なモノ作り300社」のうち京阪神の45社のホームページを見るとENGLISH版を持っているのが32社と高い数字を示します。優れた経営者の慧眼は海外を向いているのに若い世代の視線は残念ながら国内に留まりがちと言えるのではないのでしょうか。



現在、世界のどの通貨に対しても高い円は海外旅行やビジネスの有力な武器にもなります。円の強いこの機会を有効に生かすチャンスと思います。(坂井記)