

メタルステッカー

(株)鍍金技術センター

2008. 3. 17-18

韓国技術ベンチャー財団

目次

1. 企業紹介
2. 技術紹介
3. 市場現況及び展望
4. 権利獲得現況
5. マーケティング目標

1. 企業紹介

会社名 (設立日)	(株)鍍金技術センター (Korea Plating Technology Center., Ltd)	代表者	ペク ヘリョン (白惠蓮)
資本金	8億ウォン	売上額 (2007年)	7億ウォン
住所	京畿道安山市常緑区八谷2洞75-1		
Homepage	準備中	E-mail	hyojeong1015@ hanmail.net
TEL	082-31-438-5200	FAX	082-31-438-5201

2. 技術紹介

□ 技術概要

製品の特性

- 従来のメタルのように見えるステッカーではなく実際メタルで製作された高級ステッカー

製品の色相

- 黒ニッケル(Black)、クロム(Silver)、ゴールド(Gold)など3種類

製品の種類

- 電磁波遮断メタルステッカー
- 携帯電話用スキンメタルステッカー
- イメージメタルステッカー
- ロゴメタルステッカー
- ラベルメタルステッカー
- キャラクターメタルステッカー
- 写真メタルステッカー

2. 技術紹介

□ 技術特徴

従来技術との比較

- 企業のロゴ、製品のラベルなどに従来の印刷方法の代わりに、メタルステッカーを利用することで企業のイメージ提高と製品の価値を増大。
- 個人の個性を多様な方法で表現する未来社会に人気のある製品として位置づけている。
- 競争力を確保するために製品の高級化趨勢に応える技術として、精密度及び付着強度が優れる。

2. 技術紹介

□ 技術特徴

競争技術との比較

- 浮き彫りと沈み彫り製作時、高い精密度技術を確保、購買者の多様な要求に100%応えられる。
- 技術の高い信頼性確保による不良率減少
- 公信力のある公認機関から製品の電磁波遮断測定

□ 価格

- 製品の内容、規格、形態など注文によって価格が違う。

3. 市場現況及び展望

□ 韓国内市場現況

- メタルステッカーは国民所得向上と密接な関係がある。
 - 韓国の携帯電話加入人口は1千万人を超えている。
- 家電製品のラベルがメタルステッカーを利用、高級化趨勢である。
- 携帯電話の機能は電話+カメラ+インターネット+DMB放送視聴+PDA+MP3などが複合された“複合端末機”の役割に発展している。
- 携帯電話は個人の個性と趣向によって急速にファッション化されていく趨勢である。
 - 携帯電話スキン(Phone skin)需要急増
- 携帯電話など電子機器から発生される電磁波の有害に対する関心が増加している。
 - 電磁波遮断メタルステッカー需要増大

3. 市場現況及び展望

□ 日本市場現況

- 日本の携帯電話の普及率は79.6%で、で携帯電話用スキン市場がかなり大きい。
- 小型人形、キャラクター、アクセサリなどが人気である日本ではメタルステッカー市場展望は非常に明るい。
- 高い精密度、多様な色相、高感度材質、強度の高い接着力などの技術を確認している当社の製品は日本市場で差別化が期待される。
- 日本現地に代理店を開設する場合、中間流通マージンを最小化し、価格面でも十分な競争力が確保できる。

3. 市場現況及び展望

□ 向後展望

携帯電話など電子機器の電磁波発生による健康に対する関心度が高くなる。

- 電磁波(Electromagnetic Waves)とは電気場と磁気場の波動で、熱作用による生体組織細胞の温度を上昇させ、人体免疫機能を弱化させることとして知られている。
- 電磁波が人体に与える影響
 - * 携帯電話を長時間使用時、白血球破壊の恐れがある。
 - * VDT症候群による頭痛、痙攣、白血病、白内障の恐れがある。
 - * 脳腫瘍、記憶喪失、パーキンソン病の恐れがある。
 - * 顔面神経痛、中風、生殖機能弱化の恐れがある。
 - * 奇形児出産、生理不順など

当社製品の効果

- 1時ニッケル、2次24Kゴールドを鍍金処理し、周波数30MHz ~ 1,000MHz範囲で実験した結果、電磁は遮断効果が高いと測定された。
(別添測定結果通報書参照)

4. 権利獲得現況

□ 売上額現況

韓国内市場年間約7億ウォン売上

□ 韓国内及び海外出願、登録現況

- 一般的な技術として別途の特許権は確保してないが、2008年に意匠登録などの権利を確保する予定である。
- 製品の電磁波遮断測定結果などは公認機関から確保

5. マーケティング目標

□ 技術移転、同士誘致、輸出、共同研究、代理店など

- 韓国と消費文化が似ている日本現地に代理店を開設し、当社と代理店の間の取引を通じ中間流通マージンを最小化する。
- これを効率的に推進するために韓国ベンチャー財団と協約し、同財団東京事務所が有能な現地代理店開設希望者を探す。
- 代理店が開設されると、最大の利益が保障されるように品質及び価格を提示する計画である。
- 技術移転の計画はない。

5.マーケティング目標

□ 予想需要先

- 家電製品ラベル
- 企業イメージを高めるための広報物を高級化しようとする企業
- 携帯電話生産企業、代理店及び販売店舗
- 伝道用電磁波遮断ステッカーが必要な教会及び寺院
- キャラクター販売を扱う会社及びファンシーグッズ販売店
- 博覧会など展示出品社の自社製品の広報物など