

【論考】

## シャープペンシルの商品開発

～パイロット社の事例と奈良女子大生への調査を中心に～

奈良女子大学 文学部

古川 璃湖

〈目次〉

1. はじめに
2. シャープペンシルいまむかし
3. シャープペンシルの商品開発(1)～各メーカーの折れにくい機構～
4. シャープペンシルの商品開発(2)～パイロット社への取材より～
5. 大学生における利用状況とそこからみえるもの～奈良女子大生の事例より～
6. おわりに

### 1. はじめに

身近な文房具と言えるものの1つにシャープペンシル(以下シャーペンと略記)が挙げられる。あなたはどんなこだわりをもって選んでいるだろうか？ 低価格でシンプルにシャーペンとしての機能を満たしているものもあるいっぽうで、芯の機能に特化したものもあればグリップの握りやすさにこだわった商品もある、という現状は、どのように捉えればいいのか。

以下ではまず、文房具の商品特性に関する研究について実施された調査(榎本・松崎、2012年)を紹介しながら、シャーペンに関する本稿のテーマについて説明していきたい。

この研究で榎本らは、文房具のうち11種類(鉛筆、ボールペン、シャーペン、マーカー、消しゴム、定規、テープ、はさみ、ホッチキス、穴あけパンチ、カッター)について「買回り品」か「最寄品」のどちらに当てはまると思うかというアンケートを行っている。「買回り品」とは商品の機能や性能、価格、ブランドなどの何らかの要素の影響から、自分のほしい商品が見つかるまで探して購入するようなものをいう。それに対し、「最寄品」とはそこ

まで機能やブランドにこだわらずに立ち寄った店先で手近にあるものを優先的に購入するものをいう。

そして榎本らの調査の結果、ある種の文房具は購入者にとって最寄品である割合が大きかった。特に消しゴム、定規、テープ、ホッチキス、穴あけパンチなどの機能が単純な商品は購入者にとってあまりこだわりがなく、手近にあるものが購入されている。それに対しボールペンやシャープペン、マーカーといった筆記具については買回り品と答えた人が多く、これは書き心地やインクの乗りなど消費者が他の商品に比べて比較的こだわりを持っている商品であると言える。

つまり、複数の企業がそれぞれ機能を開発・改良し、様々なニーズに合わせて幅広い価格のシャープペンシルを販売しているという現状には、シャープペンシルの買回り品としての特徴が、影響していると言えるのである。

これをふまえたうえで本稿では、シャープペンシルの使用状況を調べ、シャープペンがこれだけ豊かなバリエーションがある中でさらに改良が重ねられるきっかけは何なのか、またどのように消費者の声を集めて新たな商品開発に取り組んでいるのかを、企業への調査もふまえて考察する。さらにゼミ生へのアンケートをもとにして理想のシャープペンシルの傾向を調べたいと思う。

## 2. シャープペンシルいまむかし

### 2. 1 シャープペンシル小史

まずは、シャープペンシルの誕生からの歴史を日本筆記具工業会やトンゴ鉛筆のウェブサイト参考をまとめておこう。

シャープペンシルは1830年代にアメリカ人によって考案され英語では「メカニカル・ペンシル／MECHANICAL PENCIL」と呼ばれている。最初に実用的なシャープペンシルはEversharpという名前で販売した。この商品名は「常に鋭い」という意味である。

国産の第1号は大正時代初期にシャープの創業者である早川徳次によって「エバー・レディー・シャープペンシル」という商品名でヒットさせた。これが「シャープペンシル」と呼ぶようになった由来で、またシャープという会社名の由来にもなったと言われている。早川式繰出鉛筆は美しく丈夫な金属軸で、実用性と装飾性の高い製品であった。

シャープペンシルが筆記具として普及するようになったのは0.5ミリ芯のノック式シャープペンシルが誕生してからである。1960年代に大日本文具株式会社(現在のぺんてる(株))が黒鉛とプラスチックを混ぜ合わせて作った細くて強いシャープ芯を世界に先駆けて開発した。黒鉛と粘土による鉛筆の芯に比べてシャープ芯の強度は当時でも1.5倍という優れたものだった。画数の多い日本語には0.5ミリ芯が最適なことから多くの人によるこぼれ、同時に芯が細くなったことで「ノック式」という便利な繰り出し方法も考案され、書きやすさ

と使いやすさ、そして安価で供給されることによって、シャープペンシルは国民的な筆記具になった。

1965 年ごろにキャラクターがデザインされたものが登場し中高生を中心に人気を集めた。そして、1980 年代になると 100 円のシャープペンシルが大ヒットした。2008 年に三菱鉛筆からクルトガが発売されたことをきっかけに、500 円以上の中価格帯のシャープペンシルが注目されるようになり、機能面の開発が進み充実するようになった。

## 2. 2 シャープペンシルの使用実態

ゼブラ株式会社は 2015 年 8 月に全国の小・中・高・大学生 3000 人を対象に「シャープペンの使用実態調査」を実施した（右の 2 図はこの調査の結果サイトより転載）。

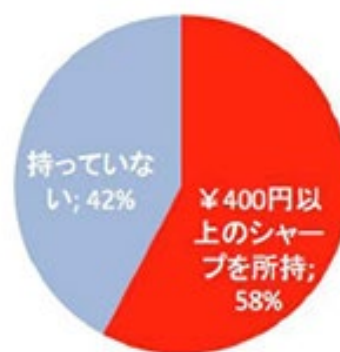
シャープペン市場は、少子化の影響で販売本数は減少しているものの、販売金額は年々伸びている。つまり、1 本のシャープペンシルにかかる金額が高くなっていることを示している。同調査で、約 6 割の学生が 1 本 400 円以上で芯が折れにくい、細かい字が書ける、疲れにくいなどの機能付きシャープペンを使用していた。また、ペンケースの中に何本も持っている学生が多くみられた。

この調査は 2014 年までのデータであるが、2017 年の矢野経済研究所の調査では、「2016 年度のシャープペンシル市場規模（本体及び替芯）は、メーカー出荷金額ベースで前年度比 3.3% 増の 155 億円であった。主要各社の投入する高機能・付加価値商品や芯径バリエーションの商品展開の強化によって消費者の複数本買いの需要を創出させるなど、市場は活性化している」と分析している。



(経済産業省の生産動態統計より作成)

### ▼持っているシャープペン



## 2. 3 最新のシャープペンシル

では、最新のシャープペンシルはどんな状況であろうか。2019 年に発売されたものの中からいくつか実例をあげ紹介しておきたい。

〈デルガード+2C ゼブラ ¥1200 2019 年 1 月 21 日発売〉

2 つのばねを使い垂直と斜めの力の両方に対応する「デルガードシステム」により折れにくい機構と黒・赤ボールペンを合わせた多機能ペンである。デルガードの機能をそのまま多

機能ペンに取り入れるだけでなく、同システムを体積比で約 26 分の 1 にあたる全長 41mm×直径 4mm の小型化に成功した。およそ 3 年 6 カ月かけて極小デルガードシステムを完成させている。デルガードの使用感は次節で述べる。

〈ドクターグリップエース パイロット ¥800 2019 年 11 月 10 日発売〉

人間工学に基づき、握りやすさを追求した軸径と独自の太軸フォルムで疲れにくいグリップと降って芯を出すことができるフレフレ機構とパイロットなじみの機能を搭載し、さらに強い筆圧がかかるとボディ内部のスプリングによって、ペン先の機構が上に向かってスライドする「アクティブサスペンション」で、筆圧を吸収し芯を折れにくくしている。また、新機構である「ラスイチサイン (LAS-1 SIGN)」は、芯タンク内の予備芯が残り 1 本になった時に軸の窓にサインを表示し、突然芯が無くなることを防いでいる。軽い力でもペン先が潜っているかんじが伝わり、強い力でだとさらに内部のバネが吸収しているかんじが実際に使用して筆者にもわかった。

これらは既存の機能をさらに工夫して取り入れつつ新しい形にしているのが特徴的である。また、パイロットのラスイチサインは芯が残り 1 本になったときにサインが表示されるという理想的な機能を実現して取り入れている。

〈マイティグリップ ゼブラ ¥600 2019 年 11 月 14 日発売〉 (右図)

ドライタイプとウェットタイプといった触り心地の異なる 2 種類のグリップから好みのものを選び、好きな太さや柔らかさを自分で調節しながら巻くことで、自分の手のタイプに合わせて使うことができるというシャープペンシルである。テニスラケットのグリップテープなど自分で調整して力を出すアイテムからヒントを得て開発された。

一般的に握りやすいグリップは長年研究され続け商品としてもバリエーションが豊富であるが、自分好みの太さ・柔らかさに調整する機能は新しい。今回ドライタイプで試したところ、手汗をかきやすいため手が吸い付くような触感が良かった。別売りのバンドを二重で巻くとよりグリップの弾力が感じられると思った。本体はとても軽くて持ちやすかった。

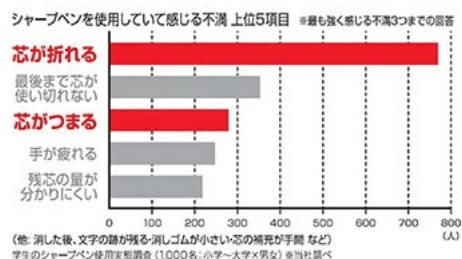
さらに、三菱鉛筆のユニアルファゲルシリーズやコクヨの鉛筆シャープ typeM など、デザインやカラーバリエーションを既存の商品から加えて販売されている例もある。



さてでは、実際に開発されているシャープペンシルはどのような状況なのだろうか。以下、第3節ではまず各メーカーが様々に考案している折れにくいシャープペンシルについて述べ、つづく第4節では、今回ご協力を得ることのできたパイロットコーポレーションへの取材にもとづき、商品開発の実際の姿を詳しく紹介していきたい。

### 3. シャープペンシルの商品開発（1）～各メーカーの折れにくい機構～

折れにくいシャープペンはシャープペンの機能のうち特に重視する特徴の一つと言える。実際にゼブラが調査したところ、シャープペンを使用して感じる不満としては「芯が折れる」が多かった。



また同社の実験で、従来のシャープペンを使用して芯が複数回折れる状態では、雑音に対して脳が反応しやすく集中力が大きく低下する様子が見られたと考察している。

一口に折れにくいシャープペンシルといっても各社でそれぞれ特徴的な機構を開発している。以下では、やや時期を遡ることになるが、2014年に発売された製品の機構の特徴を挙げたいと思う。比較のため先端部分を拡大した写真では1番上に100円のシャープペンシルを置いている。



#### 〈オレンジ ペンてる〉

0.2mmの極細芯ながらも折れにくい。同社が持つ製図用シャープペンシルの機構を一般向け商品に応用し、先端パイプの外周部が丸みを帯びた形のためノック1回でほとんど芯を出さずに書ける。また極細芯はノートを細かい字で丁寧に書きたい中高生女子から支持されている。ガイドパイプという先端部分が長く芯を守られていて、ノック1回でほとんど芯が見えていない状態で書いても字が太くなったりガイドパイプが擦れることなくなめらかに書ける。

#### 〈オ・レーヌ シールド プラチナ万年筆〉

一般のシャープペンシルは芯をつかみ送り出すチャックという部品と先端パイプの間で

芯が露出している。これが内部で芯が折れたり詰まったりする原因であるが、チャックから先端パイプまで芯を常にガードすることで中折れを防いだ。さらにペン先を二重構造にすることで落下時の衝撃を芯に伝えにくくしている。強い力で書くと内部のバネで衝撃を吸収している感じがわかり、また力を入れるほど濃い文字が書ける。

#### 〈デルガード ゼブラ〉

前節でも述べたように垂直と斜めの両方の力に対応して折れにくいデルガードシステムを用いている。クルトガのように芯がかなり沈み込むかんじである。斜めからの力でもバネで吸収しているかんじが伝わった。

このように、内部で芯が折れることに対応した商品、ノックを少なく済むようにして折れにくくなる商品、ばねに注目して2方向の力を吸収することで折れにくくなる商品と同じ「折れにくい」を実現するために様々な視点から工夫されていることがわかる。

## 4. シャープペンシルの商品開発（2）～パイロット社への取材より～

今回はパイロットコーポレーション西部支社（所在地：大阪市西淀川区御幣島2-4-26）のご厚意で取材が実現し、本社（所在地：東京都中央区京橋2-6-21）の企画開発担当の方とオンラインでインタビューを行わせていただいた（2020年7月21日）。パイロット社にインタビューを依頼した理由は、独自のロングセラーになっている機能もちつつ折れにくい技術など進化していること、バリエーションが多いこと、私自身も持っているシャープペンシルのなかでパイロット社のものが多く身近に感じたからである。

### 4. 1 製品の特徴について

まずパイロット社の製品の特徴について伺った。

#### ・フレフレ機構

パイロットのシャープペンといえば振って芯を出すことができるフレフレ機構が特徴的である。初代は1978年に発売して特許を取得している。ユーザーから振ったときの音がうるさいとの声が多く寄せられて2011年にフレフレの音を抑えたフレフレコロネという商品を発売したとのことであった。そういえば私（筆者）も中学生のときに友達と、振って芯が出る



のは便利だが音が気になって授業中やテスト中では使いづらいと会話していたことを思い出した。今、ドクターグリップエースで振ってみると軽く3回程度振れば十分に芯が出て、授業中には使える音のように感じた。

#### ・ドクターグリップ

こちらパイロット社お馴染みの人間工学に基づいて握りやすく疲れにくいグリップを実現させた機構である。1991年に初代がボールペンで登場し、当初は事務作業向けであった。翌年にシャープペンにも取り入れられた。2003年にGスペックという商品を発売して二重構造でさらに疲れにくいものに改良した。ドクターグリップエースは学生向けにさらに芯の機能などを加えストレスとなることを除いた商品である。さらにドクターグリップシリーズは機能や見た目、グリップの柔らかさを定期的に改善した商品を発売しているとのことであった。頂いたサンプルを見たところ、それぞれグリップの柔らかさや厚さが違って、本体の厚さなどによって合うように工夫されているのかなと思った。

#### ・ラスイチサイン

ドクターグリップエースに取り入れられたラスイチサインは新しい機能であり、替え芯が残り1本になったときに小窓の表示が白色からオレンジ色に変わって知らせてくれるものである。開発には2年程度かかり、試作を繰り返したとのことであった。

実際に使用してみたところ、ノブに付属したところに小窓から表示される白とオレンジの部分が可能式になっていて、予備芯があるときはその部分が押し上げられて白色に表示されることがわかり、内部の替え芯を利用して驚いたとともに、アナログの技術の可能性が想像以上であると思った。個人的にはとても嬉しい機能だと思ったため今後の展開を伺うと、現段階では発売から時間が経ってないため未定だが、今後の反響によっては他の商品で取り入れられることもあるかもしれないとのことだった。また、"ラスイチサイン"というネーミングには誰が聞いてもわかりやすく、インパクトがあると感じた。取材時にお伺いすることはできなかったが、このように、だれが初めて聞いても一発で意味がわかるネーミングが社内ですんなり生まれるのかも、大変興味深い。

#### ・カラーバリエーション

パイロット社のシャープペンは0.5mmと0.3mmでカラーバリエーションが違う商品がある。0.3mmは女性が好む傾向にあり、パステルカラーなど女性の好みに合いそうな色で、0.5mmは男女問わず使える色の展開を意識されている。私も白に近いような淡い色が好きなので、0.3mmのほうが好きな色が多いと思った理由がわかった。

## 4.2 開発について

次に開発について伺った。

#### ・消費者の意見をどのように集めているか

アンケートを取ったりユーザーさんに会って直接意見を聞く方法が多い。年代は商品によってターゲットが異なっていて、シャープペンシルの場合は学生が主なターゲットであるため、学生にアンケートを取ることが多いとのことであった。

#### ・意見を聞いた上で開発の軸にしているもの

シャープペンシルは機能・デザイン・価格など様々なニーズがある。そのため、元にある型であればその型の特徴に沿った要素、新しい型の場合はまずコンセプトを決め、そのコンセプトに合った要素を取り入れているとのことであった。パイロット社のシャープペンの種類の豊富さはこうして様々なニーズに合わせて商品を展開していることと関係しているのではないかと思った。

#### ・企画されるときに意識していること

主なターゲットの年齢が中高生であるため感覚の違いなどがある。もちろん会社にいる人は大人ばかりであるため中高生のマインドを理解することが難しいところである。中高生に刺さるようなデザインや売り出し方を意識しているとのことであった。学生が主力ターゲットのシャープペンならではの悩みどころだと思った。

#### ・機能と価格のバランスについて工夫していること

ユーザーさんの声を聞いて「この機能であれば何円出せるか」を調査している。どうしても良い機能をつければつけるほど価格が上がってしまうが、高すぎると売れにくくなってしまいうちよほど良い機能性と価格を探っている。また、部品の素材などを工夫して安く作れるように調整しているとのことであった。ある程度の価格の商品はクリップが金属製であるなど、部品を安くしつつ安っぽい見た目にならないように工夫されていると感じた。

#### ・デザインやカラーバリエーションの決め方について

企画担当者とデザイナーでどういうものにしたいか話し合い、ユーザーのほしいものもふまえたうえで決定しているとのことであった。

#### ・売り出すときに工夫していること

シャープペンシルは最近パッケージで販売されている商品が増えている。そのため、パッケージの狭いスペースでどういう言葉で商品の良さをどう伝えるかを考え、商品の特徴を知ってもらい手に取ってもらえるかを意識したパッケージを作っているとのことであった。

シャープペンシルの機能性が注目されるようになって業界全体で 500 円前後の商品が売れるようになり、各社でパッケージを工夫がなされている。おもて面（次頁図左）はその商品の特徴を端的な言葉で表し、フォントを工夫してインパクトを強くなるようなデザイ



ンにしている。裏面（下図右）は商品の細かい特徴を詳細に書いていて、商品を手にとった人にさらにわかりやすく商品の特徴を説明しているとのことであった。

今回の研究を進めるにあたって実際に文具を買いに行くと、たしかにパッケージで販売されているシャープペンシルが多かった。例えば折れにくい商品は「折れない」「芯を守る」といった言葉が強調されていて一目でわかるようなパッケージが多かった。



\*

#### 4. 3 取材を振り返って

各項に記した感想をあたらめてまとめておくならば、商品開発一般においては、次の3点がすくなくとも重要だといえるだろう。すなわち、①ターゲットに合うユーザーに調査してそこから新しい機能や改善のヒントを得ること、②様々なユーザーに寄り添った商品を提供すること、③商品を手にとってもらえるよう商品の特性を工夫して伝えること、である。

またそのなかでも、特に"シャープペンシル"の新商品や新機能を開発するうえで重要なのは、①主力ターゲットである学生の思いを大切にすること、②より使いやすいものにすることを常に意識すること、③文具売り場で商品の特徴をアピールできるようなパッケージにすること、などであるようだ。

また、前節でみたその他のメーカーの商品にくらべて、パイロット社の場合は、長年研究してきた技術をふんだんに活かしているといった特徴があることが、フレフレ機構やドクターグリップのお話から見てきたような気がする。

次節では、試行的ながら実際に大学生にアンケートを取り実際にどのようにシャープペ

ンシルを選んでいるか傾向を探りたい。そして、パイロット社への取材で得た目のつけ所を活かして、この生の声から、なにか自分なりに新機能や新商品のアイデアを思いつかないか考えてみたい。

## 5. 大学生における利用状況とそこからみえるもの～奈良女子大生の事例より～

### 5. 1 利用状況調査とその結果

実際に学生が使用しているシャープペンシルのこだわりは何だろうか。奈良女子大学の学生 10 名の協力を得た試行的調査の結果を以下に報告したい。

#### ■普段使用しているシャープペンシルと気に入っているところ

設問："品名"と"気に入っているところ"(自由記述・複数回答可)

回答結果：

- ・クルトガ 三菱鉛筆(6名):芯が尖がったまま、長持ちする、折れにくい、書きやすい
- ・Color Flight ZEBRA(1名):色、細さ
- ・エアブラン PILOT(1名):色合い、グリップの柔らかさ
- ・S-series PILOT(1名):書きやすい
- ・ポリカーボネイトシャープ 無印良品(1名):シンプルで書きやすい
- ・型番不明 Rotring(ドイツのメーカー)(1名):筆圧が強くても芯が折れにくい

コメント：書き心地や芯が尖がっている・折れにくいなどの使いやすさが重視されていることがわかる。加えて色など見た目に関するこだわりもあることが多いとわかった。

#### ■こうなれば理想的だと思うところ

設問：上記のシャープペンシルについての不満な点（自由記述）

- ・クルトガ:かわいい柄・デザインがほしい、消しゴムが消しにくい、長時間持っても疲れないものがある、芯が最後まで尖がってほしい
- ・Color Flight:芯が詰まりやすくなった、かわいい柄・デザインがほしい
- ・エアブラン:クリップが折れたので強度がほしい
- ・S-series :特になし
- ・ポリカーボネイトシャープ:0.3mm タイプもほしい
- ・Rotring:グリップが破れたので強度がほしい

コメント：デザインや特定の部分の強度に関して不満な点が挙がった。デザインに関しては特にクルトガを使用している人のなかで複数人挙げていた。たしかにシンプルな色やキャラクターコラボは多いもののシンプルでかわいいデザインは少ない。無印良品の 0.3mm タ

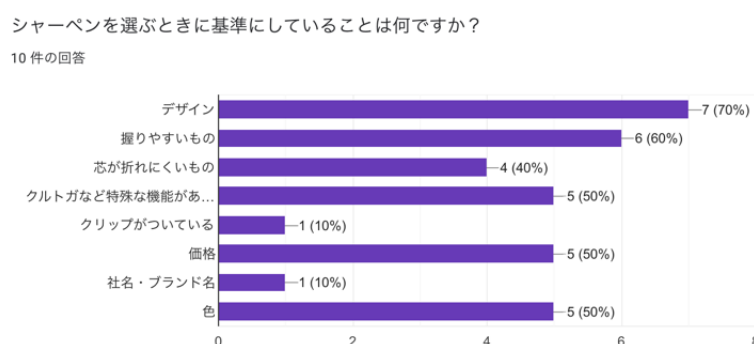
イプがほしいという意見とクルトガの利用者が多いことから細い字が書きたいと思う人が多い傾向にある。また、満足しているがあえて不満点を挙げるとしたら……というスタンスの回答がいくつかあり、基本的に満足して使用していると考えられる。

### ■シャープペンシルを選ぶときに基準にしていること

**提示した選択肢：**デザイン、握りやすいもの、芯が折れにくいもの、クルトガなどの特徴的な機能があるもの、クリップがついている、価格、社名・ブランド名、色（複数回答可）

**多かった回答：**デザイン・握りやすいもの・色・価格・特殊な機能（上図）

**コメント：**今回は機能性に着目しているが、デザインや色も気に入って普段使いするために大事な要素であることがわかった。またデザインにこだわる傾向があるのはアンケート対象が全員女性であることも影響していると考えられる。

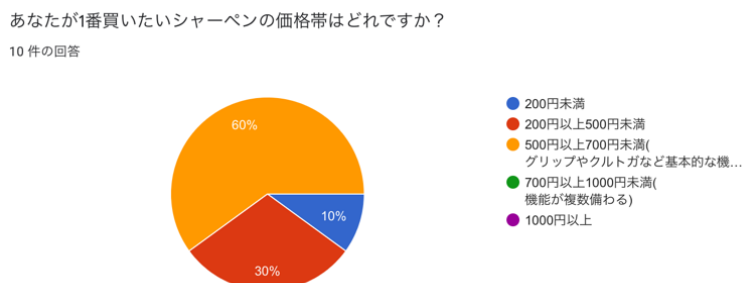


### ■1番買いたいと思うシャープペンシルの価格帯

**提示した選択肢** [価格と機能のバランスを考慮して設定]：200円未満、200円以上500円未満（グリップが少し柔らかい、デザインが凝っている）、500円以上700円未満（高機能なグリップやクルトガなど基本的な機能が備わる）、700円以上1000円未満（機能が複数備わる）、1000円以上（高級シャープペンシル）（1択）

**回答結果：**500円以上700円未満の回答が1番多く、次に200円以上500円未満、200円未満との回答で、700円以上との回答はなかった（下図）。

**コメント：**ある程度の機能は備わりながらも中価格帯に抑えたい傾向があることがわかった。調査対象は狭いが500円以上700円未満にあたるシャープペンシルが多いことからある程度世間の傾向に沿っているのではないかと考える。



## 5. 2 新機能・新商品へのヒントはあったか

以上より、女子大生のシャープペンシルのこだわりとして細い字が書ける、デザインや色がかわいいもの、書きやすさ、ある程度の機能がありつつ高価すぎないものが求められてい

ると考える。

このことから、自分なりに理想のシャープペンの形を提案するならば下記のようなになるだろうか。

■理想のシャープペンのひとつのかたち（案）■

コンセプト	気分を上げるシャープペン
ターゲット	学生、女子
新機能	ノック数が少なくても細い字が書ける
デザインの特徴	ハーバリウム風
材質	プラスチック、鉄
ネーミング	検討中
販売時キャッチコピー	検討中
価格帯	600 円

**備考：**機能は充実したものがたくさんあるため、デザインについて考えてみた。ハーバリウムは花をオイル漬けしたもので、ボールペンにはすでに取り入れられている。これをシャープペンで、細い字が書けて折れにくい機能が加わると使っているだけで気分が上がり愛着が湧くのではないかと思う。ネーミングなど検討中の部分もあり、商品開発の難しさも実感させられた。

## 6. おわりに

シャープペンシルはユーザーの「こんな商品がほしい」という思いに答えながら様々な機能を開発・改良して、現在このように様々なバリエーションで販売されている。シャープペンシルはありふれたものであるが、それは各企業が様々なユーザーのニーズに対応した商品を展開してきたからであると考えられる。バネや芯を守る構造などがあり、改めてシャープペンシルがアナログなものでありながら技術が進化していることに驚いた。

今回の取材で大人になるにつれて使う機会が減る一步で、世代が離れる学生に良い商品を開発し続ける難しさが窺えた。シャープペンシルはそのような特徴がありながらも、学生の必需品という役割を果たしながら勉強しやすくなるようなより良いものが提供され続けるのではと思う。

**【謝辞】** このたびの取材をご快諾くださいました株式会社パイロットコーポレーション様、お忙しい中ご対応いただきお話を聞かせていただいた同社西部支社 CS 営業課面本敏雄様、さまざまご教示をいただいた東京本社企画部のみなさまには、ご協力いただきましたこと心より御礼申し上げます。

#### 【参考文献】

杉山俊幸 (2018) 『文具と雑貨づくりの教科書 第2版』 日経 BP 社

榎本辰・松崎元 (2012) 「文房具の商品特性に関する研究」『日本デザイン学会研究発表大会  
概要集』右記より閲覧可 [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssd/59/0/59\\_276/\\_pdf](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssd/59/0/59_276/_pdf)

#### 【参考ウェブサイト】

・文具のとびら:【文具時評】シャープペン最新事情 2019年版

<https://www.buntobi.com/articles/entry/stationery/010803/>

・日本筆記具工業会:シャープペンシルの名前と由来

<http://www.jwima.org/sharp-pencil/01-1sharp-pencil/01-1sharp-pencil.html>

・パイロット:商品情報—ドクターグリップエース

[https://www.pilot.co.jp/promotion/special\\_sites/drgrip\\_ace/](https://www.pilot.co.jp/promotion/special_sites/drgrip_ace/)

・トンボ鉛筆:シャープペンシルの歴史

[https://www.tombow.com/sp/kids/mechanicalpencil/history\\_world.html](https://www.tombow.com/sp/kids/mechanicalpencil/history_world.html)

・ゼブラ:学生のシャープペンの使用実態調査実施

[https://www.zebra.co.jp/press/news/2015/1027\\_2.html](https://www.zebra.co.jp/press/news/2015/1027_2.html)

・ゼブラ:シャープペンの芯折れによる集中力への影響について脳科学的な検証実験実施

<https://www.zebra.co.jp/press/news/2015/0109.html>

・ゼブラ:商品情報—デルガード、デルガード+2C、マイティグリップ

[https://www.zebra.co.jp/pro/del\\_guard/index.html](https://www.zebra.co.jp/pro/del_guard/index.html)

[https://www.zebra.co.jp/pro/del\\_guard\\_2c/](https://www.zebra.co.jp/pro/del_guard_2c/)

<https://www.zebra.co.jp/press/news/2019/1024.html>

以上すべて最終閲覧は 2020.7.16

#### ■本稿書誌情報■

---

『文具に関する論考と企画：奈良女子大学文具ゼミ 2020』

〔2020年度「文化社会学演習」WEB版報告書〕 <https://bungu-narajo.org/>

---

2020年8月1日 編集・発行 国立大学法人奈良女子大学文学部

人文社会学科文化メディア学コース 小川伸彦研究室編

〒630-8506 奈良市北魚屋西町 E-mail [ogawanobuhiko@cc.nara-wu.ac.jp](mailto:ogawanobuhiko@cc.nara-wu.ac.jp)