

2017年10月31日(火)

若手社員による時代を超えた挑戦  
※  
初のボールペン・シャープ多機能筆記具『シャープ』発売 40周年記念  
エックス ジーエス フォーティース  
『シャープ X GS40th』11月8日(水)発売

※国内初の回転式機構の多機能筆記具

ゼブラ株式会社(本社:東京都新宿区/代表取締役社長:石川 真一)は、多機能ペン「シャープ」から、発売40周年を記念した限定モデル「シャープ X GS40th」(シャープエックス ジーエス フォーティース)を2017年11月8日(水)より全国の文具取扱店にて数量限定で発売します。

「シャープ」は、1977年に発売を開始した、1本でボールペンとシャープを切りかえて使うことができる多機能ペンです。2017年には、発売40周年を迎えるロングセラー商品であり、現在はボディとボディに入れる替芯を選んで組み合わせることができる「シャープ X」として進化しています。この商品は、シャープの歴史と共に歩んできた、40~60代の人をターゲットに設定し、初代シャープのデザインを踏まえつつ、新しさを取り入れた限定感あふれるデザインが特長です。



△専用化粧箱とシャープ小冊子



△1977年初代シャープ

『シャープ X GS40th』価格:1本¥20,000+税(税込¥21,600) 軸色:メモリアルシルバー、メモリアルゴールド  
付属品:替芯10本(油性ボールペン0.7mm黒青赤各1本、ジェルインクボールペン0.5mm黒青赤各1本、エマルジョンインクボールペン0.7mm黒青赤各1本、シャープ部機構0.5mm1本)、シャープの歴史をまとめた小冊子1冊  
◇GS=Grand Style(グランドスタイル)の頭文字。 Grand=華やかな、堂々としたという意味がある単語です。

### ■シャープ X GS40thの特長

・ボディ下軸には、初代シャープのデザインを彷彿とさせる格子柄の彫刻を施しています。昔からシャープを作り続けている職人が、通常モデルより数倍時間をかけて、薄い金属に細かい溝を入れる技術を採用しています。1本1本時間をかけて、丁寧に作り上げた商品です。

・輝く金と銀、上品な黒とネイビーを組み合わせ、記念モデルにふさわしい高級感と重厚感を演出しています。記念モデル特別の木製化粧箱に収納し、長い時間大切に使うことができます。

・替芯は、ボールペンリフィル9種類(油性・ジェル・エマルジョンインクの3種類のインクをそれぞれ3色)と、シャープ1種類の全10種類を同梱しています。自分の好きな使い心地にあわせて、替芯を選び装着することができます。使用中は、カチャカチャ音を軽減した上質な書き心地と、芯を切りかえる際のなめらかな作動感を感じられます。

\*\*\* 報道関係の方のお問い合わせ先 \*\*\*  
ゼブラ株式会社 広報室:鈴木・池田 TEL:03-3268-1228  
e-mail:[ysuzuki@zebra.co.jp](mailto:ysuzuki@zebra.co.jp) / [tikeda@zebra.co.jp](mailto:tikeda@zebra.co.jp)  
\*\*\* 商品に関する消費者の方のお問い合わせ先 \*\*\*  
ゼブラ株式会社 お客様相談室 TEL:0120-555335(平日9時~17時) <http://www.zebra.co.jp/>

— 補足 —

■シャーボについて

「シャーボ」は1977年11月に誕生した多機能ボールペンです。当時は2色ボールペンが主流だった時代に、「シャーボ」は画期的な商品でした。価格は2,000円と3,000円。当時は若手社会人や学生の憧れの商品として人気になりました。「右へまわすとシャープペン、左へまわすとボールペン」というTVコマーシャルも放送され、発売後4ヶ月で80万本売れるヒットを記録しました。

そして発売から30年後の2007年に、「シャーボ X」を発売し、その商品特長は進化しました。3,000円～10,000円の様々な仕様のボディを選び、さらにその中に装着する、ボールペンリフィルとシャープを選ぶことで、自分にピッタリ合う組み合わせの1本をつくることができます。

シリーズ累計7,000万本を売り上げ、これらはすべて日本で職人が時間をかけて丁寧に作っている商品です。



△発売当初のシャーボ（1977年）



△当時のTVコマーシャル



△現在の「シャーボ X」

■40年前はまだ生まれていない、若手社員の時代を超えた挑戦。

この『シャーボ X GS40th』の開発を主に担当したのは、20代の若手男性社員3人でした。初代シャーボの開発者も当時20代。しかし今回は、40年前の初代発売時には生まれていない若い世代が担当するにあたり、当時のシャーボはどのような狙いが込められたデザインだったのか、お客様からどんなイメージを持たれた商品だったのか、当時の資料を調べイメージを膨らませていきました。そして、改めて現代の人たちにも「シャーボ」を知ってもらう為、ゼブラのDNAを受け継ぐ若い感性で、どんな新しさを加えられるのか、試行錯誤しながら挑戦していきました。



△『シャーボ X GS40th』開発担当者

「ロングセラー商品の記念品を手掛けるにあたり、お客様に再び『憧れ』を抱いてもらうような商品作りを心がけました。

そのために当時の開発担当の大先輩から実際に開発時の話を聞いたり、初代のデザインを踏まえながら新しいデザインの案出しを行ったり、周りの50代の人にどんなデザインであれば高級感を感じるか意見を聞きながら、商品を仕上げました。

僕が大学生の時に父からもらったシャーボは特別な商品です。親子をつなぐ商品になったらいいですね。」  
(商品開発部 水口勇樹【写真中央】)

\*\*\* 報道関係の方のお問い合わせ先 \*\*\*  
ゼブラ株式会社 広報室:鈴木・池田 TEL:03-3268-1228  
e-mail: [ysuzuki@zebra.co.jp](mailto:ysuzuki@zebra.co.jp) / [tikeda@zebra.co.jp](mailto:tikeda@zebra.co.jp)

\*\*\* 商品に関する消費者の方のお問い合わせ先 \*\*\*  
ゼブラ株式会社 お客様相談室 TEL:0120-555335(平日9時~17時) <http://www.zebra.co.jp/>