

いいデザインが、
会社を変える。

GOOD
DESIGN,
GOOD
COMPANY

工業デザインに関する
意匠制度活用事例集

意匠権の基礎知識

製品のデザインを保護する意匠権は「知的財産権」の一つです。意匠権について、知的財産権の基本から簡単に解説します。

01

知的財産権の 基本

人間の知的創造活動で生まれたアイデアや創作物には、財産的な価値があります。これらを総称して「知的財産」と呼び、財産として保護する権利を「知的財産権」といいます。

このうち、**意匠権のほか、特許権、実用新案権、商標権の4つを総称して、「産業財産権」といいます。**これら4つの権利を取得するためには、特許庁に出願をする必要があります。

(出典：特許庁「事例から学ぶ 意匠制度活用ガイド」より)

産業財産権

知的財産権

特許権 (特許法)

- 発明 (技術的アイデアのうち、高度なもの) を保護
- 出願日から最長 20 年の保護

実用新案権 (実用新案法)

- 発明 (技術的アイデアのうち、物品の構造、形状等に関するもの) を保護
- 出願日から最長 10 年の保護

意匠権 (意匠法)

- 意匠 (物品の形状、模様、色彩) を保護
- 登録日から最長 20 年の保護

商標権 (商標法)

- 商標 (商品やサービスを他者と区別するための名称やマーク) を保護
- 登録日から 10 年の保護 (更新可)

著作権 (著作権法)

- 著作物 (思想、感情の創作的な表現) を保護
- 作者の死後 50 年 (映画のみ公表後 70 年) の保護

02

そもそも「意匠」とは？

製品の外観デザインは「意匠」として意匠権で保護されています。意匠権の保護対象となる「意匠」とは、物品の形状、模様、色彩やこれらの結合であって、視覚を通じて美感を起こさせるものをいいます。普段の生活でよく見かける製品から、産業用機器や建造物まで、さまざまな製品を意匠権で保護することができます。

また、物品全体の意匠だけでなく、登録要件を満たすのであれば、製品の一部分や、機器の操作画像なども、意匠権で保護することができます。

意匠権で保護された身の回りのデザインの例



電子・通信機器
携帯情報端末機
意匠登録
第 1469758 号



事務・販売用品
ステーブラー
意匠登録
第 1496319 号



生活用品
電気洗濯機
意匠登録
第 1502681 号



衣服・身の回り品
指輪
意匠登録
第 1475393 号



一般機器
エックス線横断層
診断機用走査機
意匠登録
第 1553963 号



住宅設備用品
椅子
意匠登録
第 1501457 号



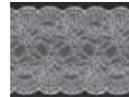
産業用機器
コンバイン
意匠登録
第 1440563 号



土木建築用品
マンホール蓋
意匠登録
第 1455798 号



運輸・運搬機械
旅客車
意匠登録
第 1521418 号



基礎製品
細巾レース地
意匠登録
第 1542310 号



趣味娯楽用品
電気チェロ
意匠登録
第 1043005-001 号



製造食品等
即席麺
意匠登録第
1352447 号

意匠の登録要件

1. 工業上利用できる（工業的に量産できること）
2. 今までにない新しい意匠である（新規性）
3. 容易に創作できた意匠ではない（創作性）
4. 公序良俗に反する意匠ではない（不登録事由）
5. 他者よりも早く出願している（先願）
6. 先に出願された意匠の一部と同一又は類似ではない
7. 一つの出願に一つの意匠のみ含まれている（一意匠一出願）

03

意匠権の特徴

意匠権には、特許権や実用新案権、商標権とは異なる特徴があります。例えば、特許権としての権利化が難しい場合でも、意匠権として権利化できる可能性もありますので、紹介する 15 の事例を参考に、意匠権の特徴を活かし、デザインを戦略的に保護・活用することをお勧めします。

ビジネスを守る効果

税関での意匠権侵害物品の輸入差止めや、積極的な周知によるライバル企業等へのけん制効果により、模倣品・類似品の流通を防止することができます。

信頼・ブランドの形成

デザインのオリジナリティの証明になり、取引先からの信頼性が向上します。また、デザインを継続的に使用することでブランドの形成につながります。

技術保護の補完

特許で保護対象になるとは限らない形態の保護、完成品だけではなく部品形態の保護が可能となる場合があります。

出願方法が比較的簡便

特許に提出が必要な書類は願書と図面です。図面に代わるものとして、写真、CG 図面、ひな形あるいは見本による出願も可能です。

はじめに

製造産業の集積地である中部地域には、秀でたデザイン力を有する中小企業が数多く存在します。下請け脱却を目指し独自製品を設計する、取引事業者が要求する機能を最適な形状に具現化する、伝統産業の技能を現代風のインテリアに応用する、そのような挑戦、経験が企業の技術力とデザインセンスに磨きをかけています。

保有するリソースが限られる中小企業にとっては、自社の虎の子のデザインが生み出す魅力、信用、価値を守ることは事業展開を大きく左右します。知的財産制度を活用し、製品のライフサイクルを少しでも長く維持すること、模倣を防ぎ価格競争を回避することがより重要となります。

中でも、今回取り上げる意匠制度は、権利取得手続が比較的簡便である、税関での輸入差止手続を利用して侵害品が国内に入ってくることを防止することができる、権利侵害が図面や外觀形状に基づいて比較的容易に判断できるといった、中小企業にも活用しやすい制度となっております。

本事例集では、意匠制度を効果的に活用し、夢を乗せた珠玉のオンリーワンの製品をブランド化する中部地域の企業をご紹介します。これらの企業の製品デザインは、ユーザーに最高の使い心地を提供するための創意工夫や、独創的な自社製品を開発するというプライドの結晶です。

今回は、それらのデザインにたどり着くまでの、製品開発に関する経営者の考え方、アイデアの見つけ方、ものづくりにかける姿勢に焦点を当て、現場の声をお伺いしました。権利化の手続や法律について解説したものはなく、みなさまに意匠制度をより身近に感じていただくため、中部地域の企業と工業デザインとにまつわる物語を通じて、意匠権活用のヒントを提供することを目的に作成したものです。

本事例集を、みなさまが新たな事業を展開し、デザインを活用した他社製品との差別化に挑戦する際の参考にしていただければ幸いです。

目次

- 2 意匠権の基礎知識
- 4 はじめに

オリジナルへの挑戦とデザイン。

- 6 愛知株式会社
- 10 株式会社石野製作所
- 13 長谷川刃物株式会社
- 16 八幡化成株式会社
- 18 株式会社ビートソニック
- 20 株式会社小泉製作所
- 22 株式会社山の加工場ネットワーク
- 24 **模倣品対策、その最前線。**
株式会社MTGの取り組みと挑戦

いいものはいいデザインを導く。

- 26 株式会社酒井製作所
- 28 新東株式会社
- 30 株式会社オンダ製作所
- 32 株式会社ハシモトBassabe
- 35 フェザー安全剃刀株式会社
- 38 岩崎工業株式会社
- 40 株式会社歯愛メディカル
- 42 意匠権を取得するには？

オリジナルへの挑戦と デザイン。



**CHANGE THE COMPANY
THROUGH DESIGN**

家具

愛知株式会社

代表者 代表取締役 島本 迪彦
本社所在地 愛知県名古屋市中区筒井3-27-25
創業・設立 1939年(昭和14)
資本金 9800万円
従業員 217名(2017年12月現在)
業務内容 教育施設、公共施設、
劇場・ホールなどの家具の製造販売
電話番号 052-937-5931
<https://www.axona-aichi.com>

家具は「小さな建築物」。

ショールームに並んだスタイリッシュなイスや机。愛知株式会社の春日井工場に併設されたこのショールームでは、最新の家具に止まらず、戦時中にGHQ向けに製造した木製の固定連結イス、戦後の映画館ブームに乗り重宝された劇場・ホール用のイス、世界で初めて開発したスタッキング(積み重ね)できるステンレスパイプ製のイスなど、1939年の創業以降に同社で製造されたイスや机の系譜をたどることができる。

ステンレスパイプ製のイスを開発した頃から、デザイン性で他社製品との差別化を図ることに注力。最近15年

は、教育施設のイスや机を主力製品とし、大学の講義室のイスやテーブルでは市場シェア50%を誇る。

「イスや机は小さな建築物と言えます。そのように見立ててデザインすることによって、必要な機能をデザインにうまく溶け込ませることができると考えます」

開発・デザインと知的財産の責任者を務める熊澤工さんがそう話すだけあって、人がひと時を過ごす小空間として思考を重ねてデザインされたイスや机は、それぞれの佇まいに作り手のぬくもりを感じることが出来る。単なるオフィスや施設・備品として考えられることはなく、ショールーム全体は温かい雰囲気に含まれている。



熊澤工さん(執行役員/経営企画室 研究開発統括部 部長)

TipoシリーズやCTZのデザインを手がけ、多数のグッドデザイン賞や、海外のiF DESIGN AWARD、reddot design award[WINNER]、German Design Award[WINNER](ともに独)など、デザイナーとして豊富な受賞歴がある。

「海外で戦える」スタッキングチェア。

10年ほど前から、同社では海外市場を視野に入れるようになり、2005年にアメリカの家具見本市「NeoCon」(ネオコン)へ出展した際、Best of NeoCon金賞を受賞したのをはじめ、数々の賞を受賞し高い評価を得ることで、海外でも販売数を伸ばしてきた。中でも、「Tipo」(ティポ)シリーズは、「海外で戦える商品を開発せよ」という経営トップから指示の下に開発されたメッシュ

スタッキングチェアで、同社の代表的な製品の一つとなった。デザインの特徴としては、シンプルにまとめられた全体像に加えて、背もたれの形態の中にデザイン的に溶け込ませた手掛け機能、メッシュの軽快さと枠のバランスを突き詰めつつ体に沿うよう導かれた背もたれのライン、海外との座面高さの差をメッシュのカーブ面で吸収するなど、さまざまなディテールにおいてデザインや機能・利便さが追求されている。また、軽量化により、40台積み重ねることが出来る。2010年に、ドイツの国際オフィス

「中小企業にとって知的財産は、
製品群のブランド構築に
とても有効だと思います」

意匠登録 1377682 号など
概ね 80 件【椅子】

Tipo シリーズ (写真上・下左)
同社の代名詞的存在となった
Tipo シリーズ。座面の傾斜や背
もたれの端の持ち手部分など、
ディテールを計算し尽くした。

意匠登録 1237275 号
【テーブル】

CTZ (写真下右)
「高い機能性を有するデザイン性
の高い長テーブル」として開発・
デザインを試みたこの製品も、
同社の主力製品の1つである。



家具見本市「Orgatec」（オルガテック）へ出展したのを皮切りに販売をスタートし、アメリカをはじめ、デザイン性を重視して家具を購入する傾向にある欧米においてデザイン面を高く評価された。その後、海外からの要望を受けて、ゲストチェア用の4本脚のものや、肘掛け付き、タブレット端末の置台付き、横に重ねて収納するタイプなど、元々のデザインを継承しながらTiooシリーズのバリエーションを増やしていった。

多数の意匠を権利化。

Tiooシリーズは、意匠権や特許権をはじめとする知的財産権を国内外で出願し、登録することで、デザインの特徴を手厚く保護している。

特に意匠権を多数出願しており、Tiooシリーズ全体で約80件、最初に開発されたTioo.SXだけでも35件に及ぶ。同社の場合、「家具は機能を構造としてデザインに組み込む」というポリシーがあるため、創作した形状を知的財産権で保護する際には、特許よりも意匠で権利化することが多いようだ。

意匠権の内訳としては、製品の形状



春日井工場に隣接するショールーム内。最新の家具に加えて、創業以降に同社で製造されたイスや机の系譜をたどることができる。



福島伸泰さん

（研究開発統括部 デザイン開発グループ 次長／知財課 課長）

製品のデザイン開発と並行して、他社から追従されないための重要な戦略となる知財業務に日々従事している。

ブランドとコン셉トの強化。

意匠権を取得する最大のメリットは、他者に追従されにくくなることであり、それを遅らせることが、企業のブランド構築につながっているのだという。

「他者からの追従が遅ければ遅いほど、私たちの製品の認知度が高まり、製品のブランド化へつながります。似て非なるものが次々に出てくると、製品のオリジナリティは薄れてしましますが、出てこないものはブランド価値が高まっているように思います」（福島伸泰さん）

「開発時などに投資できる資材が限られた中小企業にとって、虎の子の製品群をいかにブランド構築していくかを考えると、知的財産権は優先順位が高く、最初に考えるべきものだと思います」（熊澤工さん）

また、同社では意匠権の登録により、製品のコンセプトをうまく保護することができたケースもある。脚の先端に鞆がかけられるくぼみ形状を、外形のシルエットに溶け込ませるようなデザインされた机「DTN」では、このディテールに対し、部分意匠として数多くの関連意匠を出願し登録してい



工場内はほとんど機械化されているが、イスの脚4点をきっちり合わせることは、今でも人の手で一つひとつ行われている。

「知的財産について取り組むことは、開発やデザインに対するアドバンテージになります」

る。

「DTNのくぼみについて、仮に特許で権利化したとすれば、特許請求の範囲が狭くなる可能性が高いと思います。意匠権を数多く出願したので、手間もかかりましたが、意匠権の網を作り込むことで、この製品コンセプトがコピーしづらくなる効果はあるように感じています」（熊澤さん）

開発やデザインにも活かす。

同社では、複数案で検討しているファーストデザインの段階で、どんな知的財産権を出願し登録すれば、デザインや機能をうまく保護できるかという議論を始めている。一方で、デザインの発想に縛りを設けてしまうことになりにかねないため、すでに登録された意匠権を元にした新商品のデザインアプローチは行わない。デザイナーがセンスや知見を活かし、「新しいものをつくらう」「市場へ常に新しい風を送り込もう」という意識を持ち、開発・デザインをまず実践し、その結果、創作された製品に対して先行技術調査を行っている。

今回お話をうかがった熊澤さんは、開発・デザインと共に福島さんが担当

する知財業務を組織として統括している。日頃から新しいデザインを創作した際に、先行技術調査を実施することで、新規性の確認ができ、製品デザインへの意識の活性化につながっているという。

「知的財産は、製品を生み出す力、守る力の両方の糧になっているように感じています。開発・デザインと並行して知的財産についてしっかり取り組むことで、創作した形状のアドバンテージになっていきますし、開発・デザインのやりがいを感じることはよくあります」（福島さん）

ちなみに、意匠権の存続期間は意匠登録後20年間であるが、存続期間について、どのような印象を抱いているのか、熊澤さんに聞いてみた。

「意匠権があれば製品を100%保護することができるわけでは決していないのですが、当社では存続期間においては権利を活用し、しっかりと保護できた製品は多いと思っています。ただし、意匠権の存続期間である20年もの間、有力なヒット製品が創出されず、同じ製品に売上を頼るのは、企業体質としてあまり好ましくありません。安心して次の製品に取り組みめるのも、意匠権の利点の一つだと感じます」

株式会社石野製作所

代表者 代表取締役社長 石野晴紀
 本社所在地 石川県金沢市増泉5-10-48
 創業・設立 1959年(昭和34)
 資本金 5000万円
 従業員 103名(2018年1月現在)
 業務内容 寿司コンベアシステム及び
 周辺機器(寿司握り機、皿洗浄機など)の製造
 電話番号 076-241-7185
<http://ish-net.com/>

人口減少の影響を受け、将来的に縮小していくと見込まれる外食産業の中で、回転寿司の市場規模は年々拡大している。昨年9月、回転寿司チェーン2社と親会社による資本業務提携について報じたNHKのニュース番組では、2016年までの7年間でおよそ1.4倍に増え、2017年は6250億円になる見込みと紹介されている。

外食産業全般に目を向けると、人手不足の問題に対応し作業の効率化を図る取り組みとして、注文から支払いまで一貫サポートするシステムや調理ロボットなど、徐々にIT/ROT導入が進みつつある。

そうした社会的背景がある中、株式

会社石野製作所は、1974年(昭和49)から寿司コンベアシステムの製造を開始し、現在では鮮度管理システム、自動精算システム、皿洗浄機など、回転寿司店の省力化を進める様々な機械を製造・販売している。日本国内の回転寿司店約4000店の6割に同社の製品が導入されており、最近の出荷ベースではさらにその上のシェアを誇る。

また、回転寿司店以外にも、焼肉店、ラーメン店、居酒屋、カフェなどで同様のシステムを導入した実績もある。海外ではアメリカやヨーロッパ、オーストラリア、中国(香港)、東南アジア各国に進出しており、躍進が続いている。

意匠登録 1382624 号 【搬送機械】

お客様の前に、注文した寿司が凸状のレールに沿って、トレイに載って運ばれてくる。トレイには種類があり、音や光を使った演出を施したものもある。



創業当初から知財に取り組む。

同社では、創業者が知的財産へのこだわりを強く持っていたという。「自社で開発した機械は、何としても作る権利を守りたい」という意識から、古くから特許権や意匠権、実用新案権などを出願していた。

意匠権を積極的に取得するようになったのは、コンベア上に透明カバー



意匠登録 1513408 号 意匠登録 1513409 号 【ともに搬送機械用トレイ】

新幹線 700 系や北陸新幹線 E7 系などのトレイを多く使っている。



新幹線のトレイが勢いよく走り出すと、子どもたちから歓声が上がる。加減速を調節し、トレイがお客さんの前で止まるようになっている。

「私たちにしか作れません。 これが我が社の セールストークです」



(左から)
吉田利浩さん(総務部)、山田直志さん(開発部)、中嶋靖雄さん(総務部)
開発・製造を担当するチーム。知財についての知識もしっかりカバーしている。製品は松任工場で製造されている。

を取り付けた「クリアルーフ」付き寿司コンベアを開発した時から。当時、経営トップが「この製品は他社には作らせたくない」という思いを強く持ち、製品を保護するよう指示したことから、多数の形状を想定し、意匠を出願した。

「弁理士と相談して、スライドや横開きなどの開き方のほか、丸・四角・台形など断面形状についてもあらゆる

形を想定しました。今後、当社で作るかもしれないものや、反対にこれらも作らないだろうというものを選別してマトリックスをつくり、関連意匠(当時は類似意匠)の網を作成しました。また、同時に特許権、商標権も出願しました」(吉田利浩さん)

最近のヒット製品のひとつである「特急レイン」の専用トレイも、意匠権登録を行っている。



意匠登録 1528493 号など 4 件
【搬送機械】

クリアーフ付き寿司コンベア機の進化版。大きな器に乗った料理を運ぶことができ、スライド式扉が自動で開き、商品到着を案内する。

「当初は楕円形のトレイで行ったり来たりするだけでしたが、『電車のトレイがやって来ると面白そうだ』と営業から提案され、疑心暗鬼で電車プレートを貼りつけて販売してみたのです。すると、子どもたちに大人気になって。今ではバリエーションを増やし、実際に走っている車両の形状を利用することもあります。子供たちにも、その方が楽しんでもらえるみたいですよ」（吉田さん）

見た目ですぐにわかるのが、 意匠権の利点。

同社における製品開発のきっかけは、営業を行う中で仕入れた情報を参考にしたもの、社内での提案制度から出てきたもの、製品をお店で設置する中で出てきた要望などさまざま。その中でも、発想を具現化する社内風土や企画力が源泉となり、製品開発を行っている。

寿司コンベアシステムは、入口や厨房の位置、店舗の大きさなど、さまざまな条件に影響を受けるため、受注ごとにオーダーメイドで設計している。最近では、他店との差別化を志向する店舗が増えており、店舗の内装、外装



意匠登録 1226592 号など 5 件
【搬送機械】

ホテルやレストランの展示会に出展した際、高級感を感じるデザインを評価され、ホテルや高級店などで採用されている。グッドデザイン賞を受賞した製品の1つ。

にこだわりを持ち、各製品についてもデザイン性を重視する傾向がある。そのため、お客さんとの打合せの際は、事前に特許権や意匠権、商標権について説明し独自性を伝えた上で納得してもらってから商談を進めていく。

多数の特許や意匠、商標を権利化する同社では、「形状を保護している意匠権は、特許や商標に比べて、見たままですぐ模倣品かどうか分かるのが利点。文化や言語が異なる海外においても、意匠は同様に判断できる」と、意

匠権について評価している。

また、石川ブランド製品や金沢がやきブランド認定製品といった、地域で取り組まれているブランド事業に積極的に参加し、それらのブランド認定を受けた製品については、毎年出展している展示会で認定製品であることをアピールしている。展示会には、石川県や金沢市内で認められた製品をPRすることに加えて、見た目の印象を問う貴重な情報収集の場と捉えて出展している。

※撮影は松任工場（石川県白山市源兵島町 1006）にて実施

長谷川刃物株式会社

はさみ

代表者 代表取締役社長 長谷川尚彦
本社所在地 岐阜県関市肥田瀬3664-2
創業・設立 1933年(昭和8)
資本金 1000万円
従業員 30名(2018年1月現在)
業務内容 各種はさみ、その他家庭日用品の企画、製造、販売
電話番号 0575-221511
<http://www.canary.jp/>

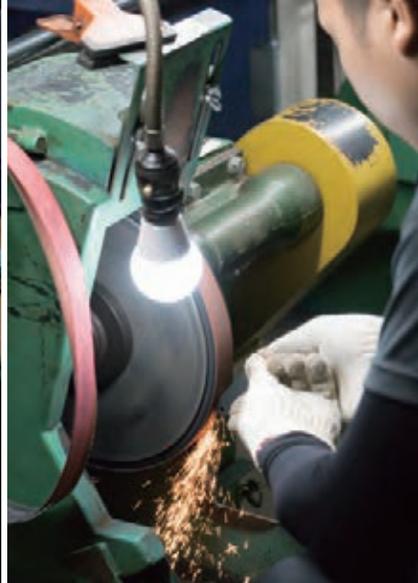
「関は昔から刃物づくりのまち。
創意工夫を心がける風土から、
新しい声を聞く姿勢が育まれました」

(右から)

長谷川尚彦さん(代表取締役社長)

長谷川文吾さん(取締役統括マネジャー)

兄の尚彦氏が製品の企画・デザインを、弟の文吾氏が設計をそれぞれ担当し、双方で先行技術調査について確認。ご兄弟で会社を引っ張っている。



はさみの切れ味は、職人の研磨技術、厳しい検査の目で保たれている。

長谷川刃物株式会社は1933年（昭和8）の創業以来、岐阜県関市に本社を置く老舗の刃物メーカーだ。創業当時は布切ばさみからスタート。長谷川尚彦社長は祖父の代から引き継ぐ3代目であり、現在ではユニバーサルデザインに特徴のある各種のはさみや爪切りなど多くの刃物を取り扱っている。

普通のはさみなら、100円均一ショップで安価に販売される時代にあって、同社のハサミは鋭い切れ味に加えて「こんな便利なものがあつたのか」というアイデアによって付加価値を高め、価格を安定させている。

ユニバーサルデザインを 新たな商品に。

そのアイデアの一つがユニバーサルデザインだ。「HARAC」シリーズは2004年に商標権を登録。このネーミングには、刃物（H）がラク（RAC）に使えるようにという思いが込められている。

グッドデザイン賞を受賞した手のひらサイズのはさみ「Casta」は、幼児やお年寄り、障がいのある人でも使用できるはさみとして開発。本のラ

ミネート加工を行っている福祉施設に粘着がつきにくいハサミを納品した際に着眼を得たという。

「握力が弱い人がはさみを握れずに、口で扱っているのを見たんです。何とかしたい、誰でも安心して負担なく使えるものを作れないかと思い、これまではまったく違う形を考案しました」（長谷川尚彦さん）

実ははさみは切る時に閉じる以上に、開くときに親指に負担がかかる。このため、握力が弱い人や指先を動かすにくい人でも使いやすいように、持ち手をカスターネット状に変え、間にバネを入れることで、手を離せば力を入れずとも自然に刃が開くようにした。

また、マウス型のカッター「Linee」は、ものを切るという動作に対する考え方を根本から変える新しい形だ。握力の弱い人はカッターのようなペン状の形は使いづらい。また、カッターはほぼ垂直に立てて力を加えなければ紙を切ることが難しい。しかし、同社のマウス型のカッターであれば、ボタンを手の甲でプッシュするだけで自由自在に紙を切ることができ、足でも使えるものになっている。

この発想を応用した爪切りも同様で、筋ジストロフィー症の子どもが自

分で爪切りできるように開発しプレゼントしたところ、とても喜んでもらったという。高齢の方も含めて床に置いたまま、自分で爪を切ることができるよう。

これらとは別に実用的なはさみについては、もともとカナリアの絵を企業ロゴにしていたことから「CANARY」というブランドを展開。加えて、「本関刀」、「長谷川刃物」というブランドの立ち上げ中であり、外部のブランドデザイナーを起用し、これら4つのブランドのトータルなブランディングを進めているところだ。

世界的デザイナーと 関の刀匠のコラボ。

会社では、最近、刀「本関刀」（ほんせきとう／商標登録済）を開発した。この太刀は純金メッキを施した鞘をスイスのデザイナー集団であるアトリエ・オイ社がデザインし、刀身を関の刀匠・加藤正文実氏が鍛えたものである。2017年の「ミラノ・サローネ」で展示したところ好評を博し、有名ブランドで販売する予定になっている。

「昔からデザインが好きで、海外へ短



新しく開発した刀「本関刀」のレプリカを手にする長谷川社長。

期留学したことがあります。その時、仲良くなった芸術家たちと夜、一緒に飲んでいたときに、『ブランドで刀をつくってもらえたら』と話したことがあったんです。その夢が叶いましたね」（長谷川尚彦さん）

その出会いは、岐阜県がアトリエオイ社の代表を務めるパトリック・レイモンさんを連れて訪問した際に、居合道を学んできた長谷川社長がスパッと裏庭の竹を切って見せたことがきっかけだったという。刃物のまちとして知られる関ならではのエピソードである。

「創意工夫」を
意匠権として登録する。

同社が得意とするあっと驚くような新たな刃物の形を守るには、特許権以

上に意匠権がびつたりだ。同社では、新商品の企画と共に意匠権を出願・登録している。

「ここ関市には創意工夫を凝らして商品開発する企業風土があるように感じます。当社では現場のお客さんからのリアルな声を受けて開発・改良しますが、考えてみると創業者の時代から、新しい声を聞く姿勢があったように思います」（長谷川尚彦さん）

意匠権登録が模倣品対策で効果を発揮した例も経験している。100円均一ショップの店頭で、同社の超小型はさみ「マイクロシザーズ」と同じ形のもので並んだことがある。海外で製造

されたとわかり輸入販売元に警告書を出してすぐに販売を止めてもらった。

マイクロシザーズは600円で販売しているため、模倣品の値段100円を差し引いた500円分の付加価値を意匠権で守れたことになる。創意工夫による付加価値を知的財産権が守った好例である。



(手前から)
意匠登録第 1244942 号【カッター】
マウス型のカッター「Line」。
意匠登録第 1194217 号ほか 2 件【はさみ】
カスタネット状になったはさみ「Casta」。
意匠登録第 1241199 号【爪切り】
カスタネット状の爪切り。
意匠登録 1323796 ほか 2 件【はさみ】
ハンドシュレッダー「Gab」。イメージはワニの顔。

「握力の弱い人がはさみを
うまく使えない様子を見て、
なんとかしたいと思ったんです」

意匠登録第 1244791 号 他 4 件
【はさみ】

超小型はさみ「マイクロシザーズ」。取っ手の部分の形状を変えて複数の部分意匠を登録し模倣対策を行っている。



握力をサポートする開閉バネ付きのはさみ(左)や、ブラキャップのリングを外すカッター(右)など、刃物にまつわるさまざまな製品を展開している。





プラスチック製品

八幡化成株式会社

代表者 代表取締役社長 高垣 克朗
 本社所在地 岐阜県郡上市八幡町旭182
 創業・設立 1965年(昭和40)
 資本金 1200万円
 従業員 23名(2018年1月現在)
 業務内容 プラスチック雑貨製品、製造及び販売。
 電話番号 0575-67-1175
<http://www.hachimankasei.co.jp/>

(左から)

高垣克朗さん(代表取締役)

高垣美代子さん(取締役会長)

高垣麻衣子さん(取締役・企画開発室室長)

独自商品の開発に最初に取り組んだ高垣美代子さんは現在会長に就任、社長の高垣克朗さんが経営と知的財産を担当、高垣麻衣子さんが新たな商品開発に取り組んでいる。

受注生産から脱し、 定番商品の開発へ。

八幡化成株式会社は、自然豊かな岐阜県郡上八幡に本社を置き、ここから全国へ、世界へ自社オリジナルのプラスチック雑貨を送り出している。定番商品となったすっきりとしたお洒落なバケツやカゴなどで、これまでに27ヶ国での販売実績がある。各種デザイン賞を受賞し、グッドデザイン賞だけでも過去6回の受賞を果たしてきた。

本社周辺には岐阜の豊かな自然が広がっている。「自然豊かな岐阜県郡上八幡にて五感を研ぎ澄ませ、時流を見極めながら『心が豊かに満たされるモノづくり』をコンセプトに商品開発をしています」と代表取締役の高垣克朗さんは語る。

もともと同社は販促用のノベルティ商品を開発販売するプラスチックメーカーであった。しかし、販促グッズ業界は受注型の生産で、忙しい時期とそうでない時期の差が大きく業績も安定しにくい。その不安定さを打破するために、「独自の定番商品をつくりたかった」という思いが変革の根底にあった。

最初に自社商品として開発したのは

カラフルなグッズを入れて、それがヒット商品となった。開発当初はその時代のカラーと常識があったために、なかなか取り合ってもらえなかった。しかしながら、消費者に近いセレクト・シヨップに営業したところ、「これはいいですね」と評価してもらえ、逆に

問屋を紹介してもらうことができた。「いいものをつくれば、自然に商品が営業をしてくれる」ことを実感する出来事だった。その後も取っ手をロープにしたプラスチック製のカラフルなもの入れや、蓋つきバケツがヒットとなる。また、シリコン製の鍋蓋つまみカ

バーなどのユニークな商品も開発。現在は流通経路に依拠して3つのブランドで販売している。

商品開発にあたっては、「独自性のあるものを目指す」「物真似はダメ」と社内意識改革を進めてきた。プラスチックでここまでできる、プラスチックにはこんな利点があることを見つけたいという思いでものづくりを進めている。

模倣品がきっかけとなり、知的財産を意識。

開発した新商品がヒットすると形や見た目がそっくりの模倣品、いわゆるデッドコピーが出回った。バーコードまで似せてあり、店舗からの連絡で初めて気がつくこともあった。当時、知的財産の知識がなく権利を登録していなかったが、不正競争防止法が施行された直後で、明らかなデッドコピーであれば自社商品を守れることがわかり、高等裁判所まで争い、何とか勝利できた。

受注生産からの脱却を目指して迷いながら自社製品開発を始めたところ、いきなりこれらの事件や模倣品に遭遇したことは、同社にとって苦い経験と

なった。そのため、今では発売前に必ず知的財産権の出願・登録を行っている。

ものが溢れている時代だからこそ、サプライズ性や暮らしを楽しくしてくれるデザインを開発することがテーマであり、知的財産権はそのデザインやアイデアを守るために必須のものとなっている。

バスケットは重ねて収納に使える、収納と持ちやすさを兼ね備えた持ち手の形状など、随所に使いやすさの工夫点がある。



意匠登録 1571092 【鍋蓋つまみカバー】
意匠登録 1571091 【鍋取っ手カバー】

家庭で人気のお鍋に合わせたシリコン製の鍋つかみ。デザインが可愛い。



意匠登録 1472070 【収納容器】

本体はカラフルなプラスチック、取っ手はロープと異種素材を組み合わせている。

ものが溢れている時代だからこそ、暮らしを楽しくしてくれるデザインを生み出していきたい。





意匠登録 1530574 号など 8 件
【車載用アンテナ】

イルカのヒレをモチーフにしたドルフィンアンテナ (赤色、白色・右)、刀 (ブレード) の形をしたブレードアンテナ (青色、白色・左) は、ともに各種大手自動車メーカーの車体のオリジナル・カラーに合わせた製品がある。

株式会社ビートソニックは、教育用音響機器メーカー出身の技術者である戸谷勉さんが創業した、カー用品やLED照明器具のファブレスメーカーである。最初のヒット製品となったのは、名古屋デザイン博の展示に関わる中で開発した「体感オーディオシステム」を車用に改良し、カー用品市場向けに販売したもの。当初は販路もなく伸び悩んだが、新聞記事に取り上げてもらったり、実際に車で体験しても

らったりする中で売上が伸びていった。カー用品市場で次のヒット商品となったのは、今や街中どこでも見かける「ドルフィンアンテナ」。もともとは欧州の自動車メーカーが地上デジタル波のアンテナをカバーの中に入れたのが最初。その例にヒントを得て、FM・AMアンテナの角度を倒しても感度を維持できることを発見し、国内市場向けにドルフィンアンテナを開発した。

カー用品・LED 照明

株式会社ビートソニック

代表者 代表取締役社長 戸谷勉
本社所在地 愛知県日進市藤枝町庚申47215
創業・設立 1991年(平成3)
資本金 1000万円
従業員 42名(2017年12月現在)
業務内容 カイエレクトロニクス機器、
カー用品、LED電球・照明機器の製造販売。
電話番号 0561-7319000
<http://beatsonic.co.jp/>

アンテナを入れ

るカバーをドル

フィン (イルカ)

のヒレの形にした

のは、代表取締役

の戸谷勉さん曰く

「どの車でも似合

う形にしたかった

から」とのこと。

奇抜な形よりも航

空機のような流線

型がいいと感じ、

設計デザイナーを

起用してデザインを完成させた。同社

のドルフィンアンテナは自動車メー

カーへのOEM供給ではなく、車に後

から付けるアフターマーケット向けで

あり、一般のユーザーでも説明書を読



戸谷勉さん (代表取締役)

発明者でありデザイン創作者でもある戸谷社長。以前の職場で特許出願の経験があり、知的財産権の登録を創業当初より進めてきた。意匠権登録では全体の形に加えて部分意匠も活用するなど戦略も進化している。

めば取り付けることができる。続いて刀の形の「ブレードアンテナ」も発売し、こちらはアメリカで人気を呼んでいるという。

カー用品から、LED照明へ。

カー用品に続いて「Only One」「美影」などのブランド名で、細いフィラメントが柔らかな光を放つLED電球の開発・販売にもチャレンジしている。その一つ、「Siphon Grande」(サイフォングランデ)はグッドデザイン賞(2017年)を受賞した。LED特有のまぶしい光ではなく、細いフィラメントを使うのが特徴で、意匠権も



戸谷大地さん(生産技術部 課長)

「Siphon Grande」(サイフォングランデ)のプロデューサー兼デザイナーを務めた。



意匠登録 1429258 号
【発光ダイオード電球】

ショールームで展示されている様々な形のLED照明器具。

「他にないなら自分たちで。 できないことを可能にする商品開発を」

「会社のミッションとして、他にないものをつくることを目指しています。何か一つ光るアイデアを世に送り出したい。それが技術的な特徴なら特許権として、機能やデザインなら意匠権として、それぞれ登録するようにしています。これまでの経験では、意匠権は『取得してなかったら損をした』と思うぐらい、効力を発揮することもありませんでしたよ」(戸谷勉さん)

「できないことを可能にする」ことを目標に掲げる同社において、特許権や意匠権は欠かせない存在になっていると言えるだろう。



まるで実験室が工作室のような開発スペース。

するとともに、中国メーカーにも警告したところ、ECサイトはすぐに商品の掲載を取り下げ、時間はかかったが中国メーカーからも謝罪メールが届き、少なくとも当該ECサイトでの販売は見つからなくなった。

LED照明の販売後、中国メーカーから3分の1の値段で発売され、国内のECサイトでも販売された。そこで、意匠権をもとにECサイトへ警告

登録済だ。その他にガラスや鉄の工芸作家を支援する「あかりなかま」という活動を展開しており、数多くの意匠権を登録している。喫茶&ギャラリースペースを備え、貸しホールとしても運営しているショールームでは作家の作品も紹介している。

鑄造製品

株式会社小泉製作所

代表者 代表取締役 小泉俊博
本社所在地 富山県高岡市戸出栄町57-5
創業・設立 1889年(明治22)
資本金 1000万円
従業員 13名(2017年12月現在)
業務内容 仏具、音響クラフト、精密バルブ、
機械部品等の銅合金鑄造及び加工
電話番号 076-631-6590
<https://www.super.co.jp/>

特許 5176048号など2件【りん】
意匠登録 1399815号【りん】

季節の花や植物をイメージしたお鈴
「hananorin」。写真上から、あざみ、あ
じさい、うめ。

富山県高岡市は1609年(慶長14)、加賀藩の二代藩主・前田利長が高岡に城を築いた際、産業の振興を願って鑄物師を招いたことを機に、鑄物産業が根付いた街である。株式会社小泉製作所は、創業者の小泉長蔵氏が高岡で技法を学び、1889年(明治22)に高岡城跡の近くで創業した。当初はヨーロッパで注目されたジャポニズムの流れに乗って美術工芸品の鑄造を手がけ、戦時中には統制化のもと、水回り部品などを手がけて稼働。その後、時代のニーズに合わせて仏具や工業製品、安らぎを与える美術工芸品などを取り扱ってきた。

音色とデザインの両立に挑む。

15年ほど前から、四代目の俊博氏が大学時代に専攻した振動工学の知識を活かし、「いい音色」をテーマとした音響クラフト製品の開発・販売を進めるようになった。まず開発に着手したのは、優しい音色のお鈴。高岡市のギフト開発プロジェクトで出会ったプロダクトデザイナーの安次富隆氏からのサポートを得て、音色とデザインの両立を目指し、「hananorin」と「pear」を製品化した。



小泉俊博さん(代表取締役)

自らアイデアやターゲットとするマーケットを考案し、社内外のデザイナーと対話しながら製品開発を進めている。

また、風鈴の「ゆらりん」は、2015年に新卒で入社した社内デザイナーの前田紗希さんがデザインを手がける。当初、「卓上に置いて使用する風鈴」というコンセプトで開発を進めたものの、いい音がなかなか鳴らず、試行錯誤を繰り返して製品化へたどり着いた。これらの製品はすべて知的財産権によって保護している。「hananorin」は、花びらの形状について、鈴棒を置いても落ちない機構として特許及び意匠を、「pear」はりん棒の形状について意匠を、「ゆらりん」は特徴的な全体形状について意匠を、それぞれ権利化している。

「ギフト開発プロジェクトに参加し、デザイン性の高い製品は、お客さんのニーズをきちんと理解した製品であることを実感しました。また、せっかくいいオリジナル製品を作っても、真似されて価格競争に陥ってしまうことがないよう、知的財産を重視して権利化を進めています」（小泉俊博さん）

現在、社外デザイナーとして、安次富隆氏、岩田賢二氏の2名がデザイン

した商品を販売しており、今後もいろいろなデザイナーと対話しながら商品開発を行い、バリエーションを増やしていくことを目指している。また、大手自動車メーカーのカーデザインを手がけていた名古屋芸術大学の片岡祐司教授からのサポートを得て、展示会のブース設営や、かつて使っていた屋号「小泉屋」を使ったブランド戦略の構築を行っている。

若手社員との一体感。

今後の展開について、小泉社長は「IoT化への対応や、ライセンスな商品群の充実を進めていきたい。小さな町工場なので、少量で付加価値の高

いオリジナル商品を開発・販売する方向に進むべきだと考えています。そのためにも、若い社員には製品についてオールマイティに知識を持ってほしいし、海外の展示会に参加してもらおうなど、勉強する機会をつくっていききたいですね」と話す。

社長が期待をかける若手社員も、自らの仕事に誇りを持ちながら取り組んでいる。

「私は人の物真似をするのが大嫌いなんです。他社との差別化を図り、デザインにこだわりを持つことは、売り込む上でのモチベーションにつながります。年2回出展するインテリア関連の展示会では、新しいお客さんとお話する機会もあり、デザインのこだわり

や試行錯誤した点について関心を示してもらえるのも嬉しいですね。最終的には海外でも販売できるようにしたいです」（中島健太郎さん）

「大学で学んだ金属工芸の知識や技術を生かし、クラフト製品の開発をしてみたいと思っていたので、この会社を選びました。『ゆらりん』では音色とデザインの両立に苦労するなど、前例のない仕事が多いのですが、他社にはないものづくりに挑戦できるのが小泉製作所ならではの魅力だと思っています」（前田紗希さん）

知的財産権の活用が、真似をせず、いいものを自分たちの手で作りたいという会社全体のモチベーションにつながっているようだ。

「小さな工場だからこそ、真似をせずに、いいものを自分たちの手で作りたい」



意匠登録 1393567 号【りん棒】

洋梨の形をモチーフにしたおりん「pear」。安次富隆氏のデザインによる。

意匠登録 1562105 号など 5 件【風鈴】
商標登録 5569758 号【ゆらりん】

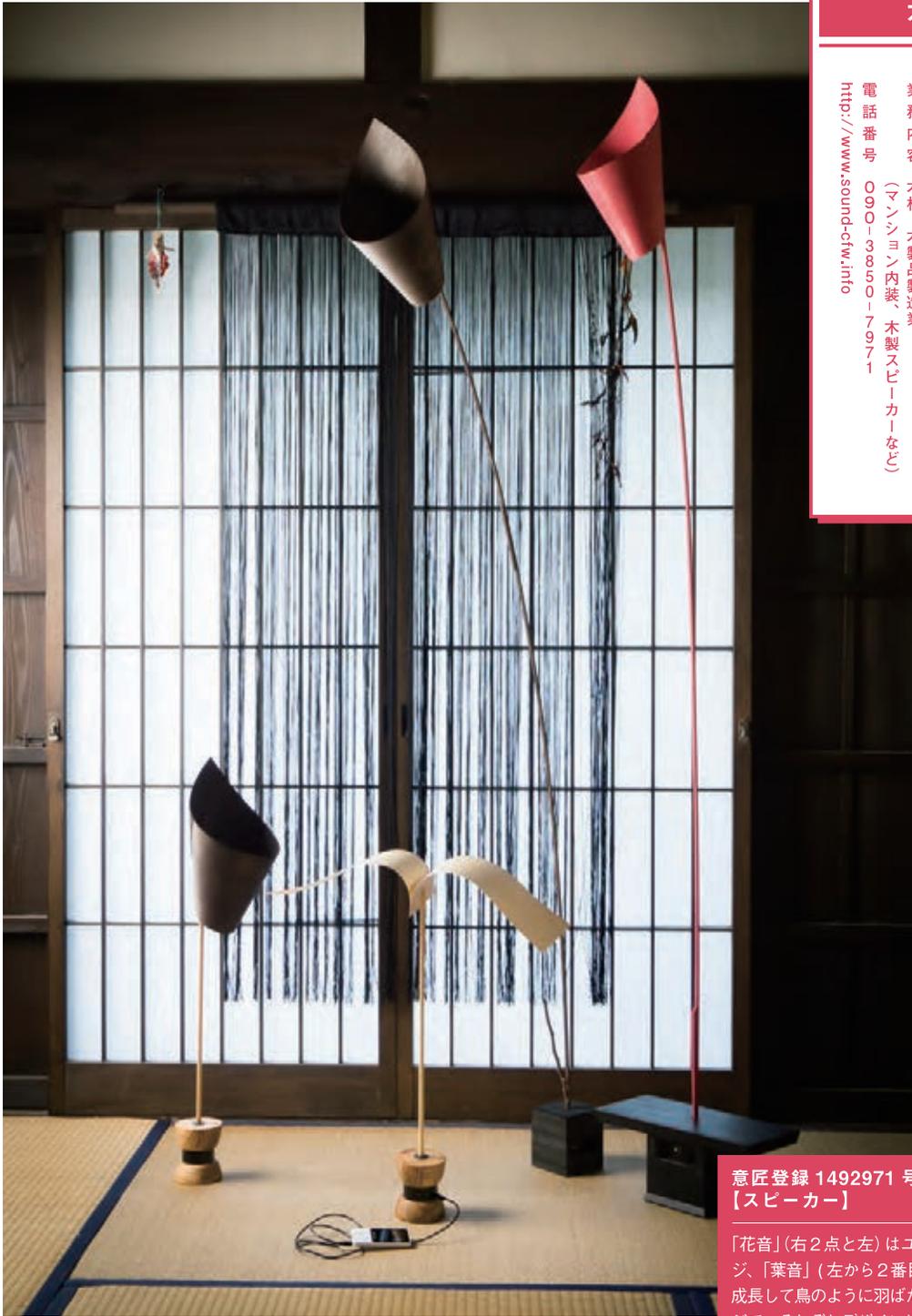
卓上に置いて使用する風鈴「ゆらりん」。社内デザイナーの前田紗希さんのデザインによる。



（左から）中島健太郎さん（営業主任・音響商品開発室室長）
前田紗希さん（商品開発室）
展示会での営業などを担当する中島健太郎さんと、デザインなどを担当する前田紗希さん。

株式会社山の加工場ネットワーク

代表者 代表取締役 横濱金平
本社所在地 三重県松阪市殿町1385 御城番屋敷内
創業・設立 1996年(平成8)
資本金 1600万円
従業員 5名(2018年1月)
業務内容 木材・木製品製造業
(マンション内装、木製スピーカーなど)
電話番号 090-3850-7971
<http://www.sound-cfw.info>



意匠登録 1492971 号など 8 件
【スピーカー】

「花音」(右2点と左)はユリのイメージ、「葉音」(左から2番目)は双葉が成長して鳥のように羽ばたいたイメージで、それぞれデザインしている。

「花や草木が会話しているイメージでスピーカーを作りました。『花音』、『葉音』といいます。木材には音を共振させるための理想的な繊維構造が形成されているので、振動板から空中へ音がうまく拡散されます。360度、どこでも同じように音が聞こえるメカニズムで木材が共振するので、たくさんスピーカーが集まっても音は干渉しません」

株式会社山の加工場ネットワークの代表を務める横濱金平さんは、円鼓形の音の振動発生装置、振動発生装置で発生した振動を増幅して振動板へ伝える音柱、伝達された音を空中へ拡散する振動板という、3つの部材で構成する木製スピーカーの特徴について、こう話す。

同社は木材資源の新しいマーケットの創出をテーマに、新築マンションにおける無垢木材内装の開発事業をスタートさせた。そして、その次の取り組みとして、横濱さんが知人と山登りをした際に、「啄木鳥きつねのような澄んだ音が樹木や葉から聞こえたら面白そうだ」とひらめき、スピーカーの開発に着手した。

振動発生装置の上部にある点音源に音柱をつなぎ、点音源を立体的に増幅



横濱金平さん（代表取締役）
作業を行うアトリエ内で板状の大型スピーカー「木音」とともに。



「花音」「葉音」の音の振動発生装置カパーは、障がい者の授産施設で加工している。

「製品を理解してくださる 人の協力を得て、 世界へ羽ばたいていきたい」

させ、そこから振動板へ増幅した振動を伝え拡散させる。このメカニズムについて、同社は特許権を取得している。

アートワークではなく、あくまでも「製品」。

音が鳴るメカニズムについては、PCT（特許協力条約）に基づく国際出願も行っている。また、振動板をはじめとする全体形状は意匠として権利化し、中でも「花音」については、デザ

インのバリエーションを想定し、後から権利のリストラクションを行うことも考え、複数を登録している。

「重要な知的財産はすべて出願して権利化する」という考えのもと、スピーカーについても単なるアートワークではなく、工業製品と同様に再現できる形状として意匠を権利化している。例えば「葉音」の振動板は、翼のような独特の形状を安定させるために、量産可能な独自開発技術で形づくっている。あくまでも実用を念頭に置いているのだ。

知財総合支援窓口や有名デザイナーに相談。

現在、意匠登録出願は自社で手続きを行っている。そのきっかけは、三重県知財総合支援窓口へ製品の知的財産権を保護するための出願の方法や内容について相談をしたことだった。「最初、鳥の鳴き声をこのスピーカーから聞いたとき、本当に感激しましたよ」と話すのは、窓口支援担当者の村上一仁さん。現在も村上さんというよき理解者に相談に乗ってもらうことで、以前より効率的に出願などに取り組むことができていくそう。



三重県知財総合支援窓口の村上一仁さん（左）と談笑する横濱さん。国の重要文化財に指定された江戸時代の武家住居組長屋「御城番屋敷」にアトリエがある。

また、有名なプロダクターデザイナーである川崎和男氏とも交流があり、川崎氏に製品を初めて見せた時に、「独学だけでよくここまでたどり着きましたね」と称賛されたという。その後も、理想的な寸法比率など、川崎氏からスピーカーに関するさまざまなアドバイスを受けている。

「10人中2人に理解してもらえればいいと思うと楽になりました。たとえば最初の8人がダメでも『ラッキー。次は会う人は気に入ってくれる』と思つて、いろいろな人に意見を聞きました。翼は世界中で自由の象徴です。この製品たちも、世界に羽ばたけるはずだと信じています」（横濱金平さん）

模倣品対策、その最前線。

株式会社 MTG の取り組みと挑戦



(左から) 知的財産部ブランド保護課課長の林さん、同部特許・意匠戦略課の小林さん、取締役兼知的財産・法務本部長兼知的財産部長の長谷川さん、同部特許・意匠戦略課長の實川さん。

代表者 代表取締役社長 松下剛
 本社所在地 愛知県名古屋市中村区本陣通 4-13
 MTG 第2HIKARIビル
 創業・設立 1996年
 資本金 1億円
 従業員 1,199人(2017年12月現在)
 業務内容 BEAUTY・WELLNESSの領域で、革
 新的なブランドを創出するブランド開
 発カンパニー
 電話番号 052-481-5001
<http://www.mtg.gr.jp>

ヒットブランド・商品が多いがゆえの悩み。

株式会社 MTG は、美容機器や化粧品、フィットネス機器をはじめ数多くのブランドを開発、世界的ヒットを持つ。累計販売台数 700 万本 (2017 年 6 月時点) を突破している美容ローラーをはじめとするビューティーブランド「ReFa」は、日本だけでなく韓国、中国へと人気が拡大した。また、アメリカの有名歌手のマドンナがプロデュースに参加したスキンケアブランド「MDNA SKIN」や、サッカー選手のクリスティアーノ・ロナウドと共同開発したトレーニング・ギア「SIXPAD」も同社のブランドである。

そうしたヒットブランドを多く抱えるがゆえの悩みが、悪質な模倣品への対策だ。自社サイトには「模倣品対策・知的財産」の専門ページを開設し、「模倣品対策を徹底して行っていく」という松下剛社長の力強いメッセージと共に、模倣品事例の情報を掲載し注意喚起している。

美容機器業界ではデザインは重要であり、「心を動かすデザイン」に注力する自社にとって意匠権は極めて重要である。ただ、昨今の模倣品は、商品本体だけではなく、パッケージや取扱説明書まで、そっくりそのままコピーされている。相談窓口の電話番号は同社のもの、バーコードまでそのままという例もあるほどだ。

模倣品を取り寄せ、製造元を突き止める。

模倣品の最大の問題点は、一見すると真正品と見分けが付きにくく、消費者を欺く商品になっていることである。例えば ReFa では、「普通に使用していたらローラーが外れてしまった」、SIXPAD では「使用していたら途中から強い痛みを感じる」など、同社カスタマーセンターに問い合わせがあり、調べてみると模倣品だったという例もある。同社内に偽物を

見分けるプロがいるため、本物が偽物かがすぐに見分けがつくようになっている。

また、模倣品対策の一例として、中国の調査会社と連携して、模倣品の流れるルート、製造拠点を突き止める調査を行い、模倣品の製造拠点が特定できれば、中国の摘発当局に要請、摘発を実施している。最近では、中国の EC サイトでの模倣品の販売情報を基に、公安に製造拠点を摘発してもらった例もある。さらに同社の商標権は使用していないが、商品本体のデザインを模倣している商品は、意匠権侵害訴訟を提起して対応している。

また、公的支援も活用しており、昨年度は JETRO (独立行政法人日本貿易振興機構) の模倣品対策事業を活用し、供給元である製造業者の拠点の調査したところ、3つの製造拠点を突き止めることができ、警告書を送付した。

さらに中国から流出した模倣品について、日本税関での差し止めも並行して実施している。各地の税関をまわり、「真正品と模倣品の見分け方」を説明する識別研修会に講師として赴き、差し止めを推進するような取り組みも行っている。

以上のように、模倣品対策にはコストと時間がかかるのは確かだが、自社ブランドへの信頼には代えられない。企業のトップが先導役となり模倣品と徹底的に戦う企業事例である。



写真左は美容ローラー「ReFa」の真正品(左)と模倣品(右)。

写真右はトレーニングギア「SIXPAD」の真正品(右)と模倣品(左)。



いいものは
いいデザインを
導く。

HIGH QUALITY
COMES WITH
GOOD DESIGN

精密軸継手

株式会社酒井製作所

代表者 代表取締役 酒井隆行
本社所在地 愛知県名古屋市中村区野田町字中深15
創業・設立 1945年(昭和20)
資本金 2500万円
従業員 57名(2017年12月現在)
業務内容 ヘルト式無段変速機 精密軸継手の開発、
製造、販売
電話番号 052-411-5131
<http://www.sakai-mfg.com/>

「機能を徹底的に
追求して設計し、
一つずつ従業員の手で
製造しています」

意匠登録 1447445号など 43件
【動力伝導用カップリング】
実用新案 平7-18031号
【軸継手の軸締結構造】

多様なサイズの精密バネ軸継手。手前右に写る直径・高さともに12mmの超小型のものが2017年度グッドデザイン賞を受賞。小型のものは手先の器用な女性が製造を担当している。

ロボット、電子部品製造装置、自動工作機械など、あらゆる自動精密位置決め機器には、モーターなどから出力される動力系の軸と、実作動する機械系の軸の間に「軸継手」という部品が使用される。

株式会社酒井製作所は、1990年代より小型の精密軸継手の開発を始めた。業界では後発でありながら、チップマウンターというパソコンやスマートフォンに使われる電子部品をプリント基板へ実装する装置の中に採用され、携帯電話の市場拡大が進んだ2006年頃より、同社の軸継手を内蔵するチップマウンターが世界シェアの約5割を占めるようになった。電子部品がゴマ粒さながらに小型化の進む現在でも、さらなる製品開発により対応し、同程度のシェアを誇っている。

さらに、歯のインプラント治療時に必要な三次元レントゲン撮影機器、内視鏡の光源を調整する機器など、小型かつ精密さが必要な医療現場の機器にも、同社の精密軸継手は多数採用されている。

コストと手間をかけて 開発、製造、権利化。

同社の軸継手の特徴として、軸継手の主流である片側1本だけのボルトで軸を締めつけるのとは異なり、ボルト2本で締め付ける仕様を基本にしている点が挙げられる。2本で締め付けることにより、軸継手を設置する際に必要な心合わせ作業で、軸心のずれる現象が起こりにくくなるという。

一方、倍の本数のボルトを組み込むため、より多くの手間やコストはかかる。また、同社の軸継手はすべて人の手で作られ、小さなものでは直径・高さとも12ミリと超小型であり、薄い板バネ2枚が入る精密バネ軸継手ではよ

り高度な加工精度が求められる。

量産する機械部品としては不利な条件の多い製品であるが、それでも酒井社長は「お客さんの取付作業のしやすさを考えて設計・製造したい。そして、オリジナルにこだわりたい」と話し、製品が完成した段階で、弁理士と一緒に知的財産権についての対策を検討する。

同社では、業界では製品がよく売れるとすぐに後追いで類似品が出てくる傾向があるため、特許権よりも出願から登録までの期間が短く、形状そのものが保護できる意匠権を優先する。また、複数の意匠権を出願・登録するなど、戦略的に活用している。



酒井隆行さん（代表取締役）

「小さな製品を組み立てる女性は素晴らしいと思います。一度、私も製造部隊に混ざって作業したことがあるのですが、大変な作業だと痛感しました」とにこやかに話す。



奥山雅徳さん（設計部 技術顧問）

設計を長年担当し、酒井社長と相談しながら製品を設計。「製品の体積、ボルトの大きさなど、仕様が決まっている中、機能を満たし、使い勝手のいい機械部品となるよう、できるだけシンプルに考える」ことを設計のモットーにしている。

グッドデザイン賞を 受賞した機械部品。

軸継手は目立たない機械部品であるが、同社の製品は規則的に並んだスリットやボルト、表面が研磨された円筒系ボディなど、無駄のない機能美を感じさせる。しかし、設計の際にデザインを意識することはあまりないという。

「ある展示会では、丁寧に扱ってもらったため、亚克力板に一つずつ並べて展示すると、『宝石店みたい』と言われたこともあり。でも、かっこよく作ろうとデザインを重視しているわけでは決してなく、限られた体積の中で機能を限界近くまで追求し、設計することを心掛けています。機能を徹底

的に追求することで、人々が思わず手に取ってみたいところまで、機能美が高められているのかもしれない」（酒井隆行さん）

その努力がグッドデザイン賞を6回も受賞するという結果に結びついた。きっかけは、広告宣伝費がない中、後発メーカーとしてどうにか知名度アップを図れないかと考えていた際に、応募を試みたことであり、今でも申請は酒井社長自らが行っている。

「社内であまり期待されなかった2回目の応募では、より上位の中小企業庁長官賞を受賞しました。宣伝効果を得られるのに加えて、設計者が表彰されますので、社員のモチベーションにもつながっていると考えています」（酒井さん）



創業者の祖父の代より、この地に本社がある。

新東株式会社

代表者 代表取締役社長 石川達也
 本社所在地 愛知県高浜市論地町4-7-2
 創業・設立 1963年(昭和38)
 資本金 4億1290万円
 従業員 155名(2016年6月現在)
 業務内容 和風・洋風瓦の製造・販売、
 各種屋根材の輸出および屋根材の素材開発
 電話番号 0566-5312631
<http://shintokawara.co.jp/>

新東株式会社は、先代の石川智久氏が品質や技術に自信を持った三州瓦メーカーとして創業し、現在55期を迎えている。

三河地域では、江戸時代から三州瓦が地場産業として栄え、豊富で良質な粘土が採れることや、江戸への舟運における利便性、地域に備わったものづくり能力が産業集積を後押ししてきた。兵庫県淡路島の淡路瓦、島根県西部の石州瓦と共に「日本三大瓦」と称され、中でも三州瓦は全国シェア7割を占めている。

最近では、ハウスメーカーの提供する住宅に合う瓦として、フラットな形状であり、シンプルかつシャープなデザインの平板瓦が重宝されている。平板瓦は、従来の波打つ形状の和瓦と比

べて施工が簡単であるのに加えて、デザインの差別化が図りやすことから約20年前から定番化してきた。そうした流れの中で、防災瓦や熱を効率よく反射する瓦など付加価値の高い瓦が増えるのにもない、同社を含め、特許権や意匠権を出願する瓦メーカーが増えているようだ。

特許庁職員のアドバイスで 意匠権に開眼。

瓦にはさまざまな形状や用途があり、屋根の妻側に設置される瓦を袖瓦という。同社のオリジナルの瓦に、連なることで妻側のラインがストリートになるストリート袖瓦がある。下部の少し持ち上がった形状が、下に設置す

ストリート袖瓦の上部





意匠登録 1466577 など 4 件【袖がわら】
意匠登録 1073682【かわら】

(写真上) ストレート袖瓦
(写真下) 雨水拡散機能を有する瓦

る瓦の上部へすっぽりと収まり、一直線になることで、モダンな住宅デザインを引き立てる。また、雨水が表面張力により瓦の端をつたって落ちていくため、雨が降った後、滴が1枚1枚の袖瓦から落ちるのを防ぎ、軒先まで導く機能も備えている。

このストレート袖瓦は、特許権に加えて複数の部分意匠により権利保護している。意匠権登録のきっかけは、特許庁の職員と面談する機会があった際に、部分意匠制度について教えてもらったことだった。

「実は意匠権についてはまったく考え

ていませんでした。アドバイスを聞いて、目からウロコが落ちましたね。以前、意匠権を取得したものの、少しだけ形状を変えて真似されるという苦い経験があり、意匠権を軽視していたのですが、これを機に注目するようになりました」(石川大輔さん)

新しいことに チャレンジし続ける精神。

同社では、先代から新たな製品や技術の開発にチャレンジしながら事業を展開してきた。ストレート袖瓦につい

「時代のニーズに応えるために、 難しいことや、新しいことへの チャレンジは欠かせません」

ても、独特の形状を製造するのがとても難しく、完成するまでに何度も試作や実験を重ねている。

それでも、住宅デザインの進化にともない、「お客様に満足してもらい、時代のニーズに応えるために、難しいことや新しいことへのチャレンジは欠かせない」という。20数年前から、大手メーカーとのパートナー関係を構築して新たな住宅の形を創造してきた。

石川さん曰く、「仕事柄、つい屋根瓦を見てしまいます。ただ、そのおかげで自然と上を向いて歩くようになるのがいいですね」。明るく話す石川さんの表情は、チャレンジ精神に溢れた社風によく似合っている。



石川大輔さん(常務取締役 生産部長兼テクノセンター長)
兄である社長の石川達也さんとともに2004年に稼業を引き継ぐ。製品や新技術の開発と並行して知財業務を担当している。背景に見える平板瓦は、和瓦と比べてシンプルなデザインであるため、より高度な技術と品質管理が求められる。

配管資材

株式会社オンダ製作所

代表者 代表取締役社長 恩田由紀
本社所在地 岐阜県山県市富永18
創業・設立 1963年(昭和38)
資本金 9000万円
従業員 547名(2017年4月現在)
業務内容 住宅関連部材(給水、給湯、灯油、ガス等のバルブと管継手及び樹脂パイプ・継手)の設計・開発、製造及び販売
電話番号 0575-24-8585
<https://www.onda.co.jp/>

株式会社オンダ製作所は伸銅棒の生産や切削加工に始まり、給水給湯配管の継手製造に進出、そしてOEM供給から自社オリジナルのものづくりへと変革を遂げてきたメーカーである。毎年、ヨーロッパの展示会に社員を派遣し市場の変化を察知する中で、樹脂管向けの安心・簡単接続が可能な「ダブルロックジョイント」を開発。機能的で安心、信頼性が高いと市場で高い評価を得ている。

当初は自社の販売網がなくOEM供給が主であったが、「自社製品を持ち、自社ブランドで販売する真のメーカーになりたい」という志のもと、オリジナル製品の開発と営業所展開に取り組み、売上高を着実に伸ばしてきた。社員教育に力を入れており、新入社員を



意匠登録 1577799 など 26件 【管継手保護カバー】

スポットカバーは管継手を外から覆うためのカバー。紫外線劣化対応の被覆が縮むのを抑える機能がある。

のぞくと、機械製図技能検定は開発部門のほぼ全員、QC検定も全員が1級・2級を取得、知的財産管理技能士の資格取得者も二桁に上る。内製にこだわり、常に最新鋭の設備投資も行っている。

意匠権と商標権を併用。

給水給湯配管に現場で簡単に接続できる継手「ダブルロックジョイント」シリーズは、1998年(平成10)に販売を開始した。ワンタッチで接続が可能で、管の挿入後にナットで締付けられるような面倒な作業は必要ないことからヒット製品となった。その後、戸建住宅やマンションなどの給水給湯配管が樹脂管に切り替わる中で、市場変化に対応した「Pシリーズ」も開発。デザインの魅力で売るというものではない

「自社でつくること、
自社ブランドで
販売することに
こだわりたいんです」

いため、部品としての機能面に着目し、全体の形とディテールの両面において複数の意匠権を登録している。また、ダブルロックジョイントというシリーズの名称を商標登録している。普通名詞の組み合わせでは、通常の場合、商標登録が認められない。しかし、販売から10数年が経過し、累積販売個数が1億個を超え、インターネット検索でも一番に同社のサイトが出てくるようになったことなどを証明

(左から)
林延彦さん
(取締役商品開発本部長品質保証部長)、
寺町大樹さん
(商品開発本部 知的財産 係長)

ダブルロックジョイントの開発者でもある商品開発部部長の林さん。知的財産担当の寺町さんは開発本部のメンバーだったが弁護士事務所主催の知的財産講習に3ヶ月派遣されて徹底的に学び、継続して研鑽を続けている。



する資料を揃えて商標登録出願したところ、長年の使用によりユーザーに浸透していることが認められ、商標登録ができた。

管継手を外からカバーする「スポットカバー」についても、全体の形と機能的な部分の両方から意匠権を登録。

オリジナル製品を開発し、自社ブランドで販売するために知的財産権は必須であるとの意識が社内に浸透している。

「下請けの段階では知的財産にこだわる必要はありませんでした。しかし、自社製品をつくるメーカーになった途

端、まったく状況が違います。当初は我が社も知財戦略は未熟でしたが、ハイレベルな専門講習に社員を派遣して学び、今では特許・意匠・商標をミックスして自社製品を守っています」

(林延彦さん)
「オンダブランド」で販売していくた

めに、設計・開発から材料・部品・製品の製造、販売に至るまで社内で一貫生産を行い、仕入れ依存度はメーカーとしては非常に少ない。全工程において自社責任のもと製造・管理をすることで、高品質で安心、安全な製品を届けることを目指している。



意匠登録 1306789 など 3 件
【管継手】
意匠登録 1580583 など 4 件
【管樹脂管用着脱式継ぎ手】

ヒット商品となったダブルロックジョイントは複数の意匠権によって守られている。

株式会社ハシモト Baggage

代表者 代表取締役 橋本洋二
 本社所在地 富山市北新町1-2-25
 創業・設立 1946年(昭和21)
 資本金 1300万円
 従業員 147名(2018年1月現在)
 業務内容 ランドセルをはじめとする鞆類の企画、製造、販売
 電話番号 076-4115010
<http://www.hashimoto-web.jp/>

業界では珍しい 「ブランド化」のための試み。

ランドセルをはじめとする鞆メーカーの株式会社ハシモト Baggageは、鞆の企画・販売やアンテナショップ運営などを担う株式会社ハシモト、インターネット販売や卸機能を有する株式会社ラ・ポンテの3社で事業を展開。現在、百貨店やGMS(総合スーパー)、専門店のほか、全国9ヶ所のショールーム、インターネットで販売している。

同社では、2001年に某総合スーパーの24色ランドセルを初めて製造したり、2007年からインターネット販売を行ったりするなど、業界に先駆けた取り組みを展開してきた。また、装着性をアップさせた本体と肩ベルト

をつなぐ金具の構造の特許として権利化し、その構造を「フィットちゃん」と名付けた。それを全国放送の子ども向け番組でのCM放映や、シニア層に根強い人気を誇る大相撲に懸賞を掲出することで露出を図り、製品のブラン



(左から) 浦田清邦さん(営業課課長)
 橋本洋二さん(代表取締役)
 橋本和加代さん(株式会社ラ・ポンテ取締役)
 各自おすすめめのランドセルを手に。

ド化や知名度獲得に成功している。「一般的にランドセルメーカーの名前が表に出ることはありません。その分、商標登録している『フィットちゃん』の名前を百貨店やGMS、専門店などいろいろなところで出し、TV放映を通じてブランドとして広く認知されるようにしています。名前が知られていなければ、やはり製品は売りにくいものです」(橋本洋二さん)

意匠登録第 1486904 号
 【ランドセル用ポケット付き前板】
 意匠登録第 1486901 号
 【ランドセル用かぶせ蓋】

かぶせ蓋の刺繍や前ポケットのデザインを部分意匠で権利化。



流行の変化と多様化に どう対応するのか。

ランドセルに対する消費者ニーズは多様化が進んでいる。デザインには流行があり、最近ではシンプルなデザインや、女の子には定番のピンクに加えてパープルや茶色も人気だという。一方、消費者に長く支持されるベーシックモデルもある。価格もリーズナブルなものから10万円を超えるものまで幅広い。さらに、どのランドセルを買うかを子どもが決めるケースが増えてい

技術者による約300の工程を経てランドセルは完成。6年間使用するものとして十分な耐久性が確保できるよう製造し、壊れた場合は6年間の修理保証を行っている。



「マーケットが 多様化する中では、 意匠性の高い商品を開発し、 販売することが必要です」



黒崎工場では事前予約により 60 分間の無料工場見学を受け入れている。

て、特に女の子の 8 割は自分で決めるのだそうだ。

また、GMS からの依頼によって別注色による仕様を製造したり、百貨店からの依頼で女の子向けの「ロイヤルローズ」、男の子向けの「グランナイト」と新たなハイブランドをつくったりと、販売チャンネルからもさまざまな要望がある。

こうした多様化する消費者や販売チャンネルのニーズを捉えるべく、毎年必ず新製品を販売している。次年度の新製品は、前年夏頃から製造部門や卸部門、小売部門合同で企画会議を行う。その前年の販売状況について、全国のショールーム、直営ではない小売店の意見、卸売業者からニーズを吸い上げ、意見を集約する。時には橋本社長自らが小売店へ訪問することもあったという。

秋頃から意見を元にいくつかの案を取りまとめ、「来年はこれを販売しよう」という戦略を年末までに固める。その後、一定の販売数を確保できるかどうかを判断したうえで製造へと進み、並行して百貨店や GMS、専門店それぞれのチャンネルごとへの販売先の検討・判断を行っている。

部分意匠を権利化し、 類似デザインを牽制。

数多くのパーツを組み立てて完成されるランドセルには、たくさん知的所有権が含まれる。かぶせ蓋や大マチ部分の刺繍、前ポケットのデザインなどのデザインディテールをはじめ、多くは部分意匠で権利化しており、各製品に 4〜5 点ほど含まれる。毎年販売される新製品において、仮に他社が先に意匠権を出願すると、そのデザインや形状が使用できなくなるため、出願のタイミングは重要だという。

同社では、試作品をつくり、耐久性などの問題がないことを検証できた段階で意匠権を出願する。営業課長の浦田さんが、製品全体やデザインディテールなどのポイントを弁理士に伝えながら書類を作成する。最近では意匠登録出願に必要な願書と添付図面を社内で作成することもあった。

このように意匠権を重視する背景には、デザインの模倣を未然に防ぐ狙いがある。新たなデザインディテールはすべて意匠権登録を行っている周囲に示すことで、競合他社を牽制し、製品を安全に販売できるという。

「少子化にともない小学 1 年生の数は

減少し続けており、2023 年度には 100 万人未満になるとも言われています。一方、ランドセルの購入者や販売チャンネルは多様化しており、要望に叶うよう品揃えを年々増やしています。ランドセルはあくまでも子どもが小学校の 6 年間使用するものとして、十分な耐久性や安全性を確保することが一番大切です。それを前提としながらも、多様化するマーケットの先を進むために、意匠性の高い商品を開発・販売し、特許や意匠、商標などの知的財産権で製品を守るよう心がけています」(橋本洋二さん)

製品の安全性を重視し、マーケットを先駆する同社において、知的財産権は安心して製造・販売するための必須条件であると言えるだろう。



生産力アップに向け、2015 年に黒崎工場を赤田工場付近で竣工。1 階にショールームを併設している。

※撮影は黒崎工場（富山市黒崎 25 番地）にて実施。

フエザー安全剃刀株式会社

代表者 代表取締役会長兼 CEO 藤田直人
 代表取締役社長兼 COO 岸田英三
 本社所在地 大阪本社 / 大阪市北区大淀南3-13-70
 日の出本部 / 総合研究所 / 岐阜県関市日ノ出町1-17
 創業・設立 1932年(昭和7)
 資本金 1億8042万円
 従業員 452名(2017年9月現在)
 業務内容 安全カミソリ替刃、ホルダー、医療用刃物等の製造・販売
 電話番号 0575122113 11(日の出本部)
<https://www.feather.co.jp/>

刃物のまちとして広く知られる関市では、毎年8月下旬の4日間、市内企業が一斉に工場を開放し、ものづくりの現場を見学・体験できる「関の工場参観日」が開催され、2017年度も市内外から約4700人が参加した。

安全カミソリを始め、医療や美容、産業用刃物など、業務用を主軸とした剃刀と精密刃物の老舗メーカーであるフエザー安全剃刀株式会社も、世界初の刃物の総合博物館「フエザーミュージアム」を開放し、同イベントへ参加している。巨大なひげ剃りのオブジェ、映像や小型カメラを用いた精密刃物の展示など、ユニークな展示手法による体験型ミュージアムを、「某有名メーカーのポテトチップスをスライスする刃も当社製ですよ」といった



意匠登録 1506707 号など 【手術用メスの替刃】
 意匠登録 1478591 号など 【手術用メスのホルダー】

手術用替刃メス「セミマイクロタイプNo.390 C」(左)と「セミマイクロタイプNo.390」(右)を、丸形チタンハンドルに装着。丸形チタンハンドルは、柄の細くなった箇所から曲げて角度をつけて使用することもできる。

「産業用やプロユースの製品が多いので、十分なリサーチからニーズを吸い上げています」

説明を聞きながら巡っていくと、「刃物って面白い」「意外なところで使用されている身近な存在なんだ」と気づかされる。

開業医のアドバイスから誕生した手術用替刃メス。

同社では、1966年(昭和41)からメデイカル部門へ、1967年(昭和42)から理美容部門へそれぞれ進出し、以降、医師や理美容師のニーズを直接吸い上げ、製品開発を進めることで、プロフェッショナルから高い評価を得てきた。

曲がった形状が特徴的な手術用替刃メス「セミマイクロタイプNo.390 C」もその一つで、歯科医による奥側の臼歯の歯周病治療や歯肉再生手術、顕微鏡を見ながらの微細手術用メスとして評価され、国内外で販売数を伸ばしている。

歯科に限らず、医療業界の手術用替刃メスは定型規格が主流であるが、刃先を細く、先端を丸くしたものを同社では独自に開発していた。ところが、ある日この製品について、関市内の開業医から「歯の前側はうまくできるが、刃先がまっすぐなので口の奥深く

FEATHER

フェザーミュージアム



(左から) 佐藤正樹さん(製品開発・知的財産担当) 並一穂さん(知的財産部長代理) 上野昭二さん(製品研究 部長)
井戸澄さん(製品研究 部長代理) 額縁恭広さん(製品開発・知的財産担当)
総合研究所のみなさん。フェザーミュージアムの記念撮影コーナーにて。

は施術しづらい。曲がついていると使いやすい」というアドバイスがもたらされた。これが「390C」誕生のきっかけとなった。

当初、マーケティング部は「開業医一人に聞いた話だけで開発するのはどうか」と難色を示したものの、開発責任者が「展示会で出展して、反応が薄かったらすぐ撤退するから」と説得。実際に出展したところ、ブースを訪れた大学教授から、「これこそ私がほしかったメスだ!」と絶賛されたのを機に、販売へと踏み切った。

「当時、私は開発責任者だったので、研究部門のトップから『歯科医のところへ話を聞きに行きなさい』と指示されました。そこで、先生にアドバイスをいただいたのが発端です。当初はマーケティング部に反対されましたが、今では社内のみならず一緒に考えて開発できた製品として誇らしく思います」(上野昭二さん)

また、替刃メスを装着する丸型チャンハンドルも、医師のニーズを吸い上げて開発した製品の一つである。従来の平板な形状の替刃メスのハンドルを丸型にすることで、鉛筆のように持つことができ、細かい作業をしやすい。なおかつ従来品は一方向しか設置でき

ない替刃が二方向に設置できるため、操作性アップの効果がある。

肌あたりのいい剃刀刃は 入念なリサーチが鍵。

理美容業界における同社の主力商品としては、無垢の刃を一定のピッチでガードを設置して支持する顔そり用剃刀刃「プロガード」シリーズがある。さらに、肌の弱い人や女性向けに開発した「ソフトガード」がある。

「ソフトガード」は、ステー(刃を支えるガードを支える部材)の肌と触れる箇所をウェーブ状にしている点が特徴で、肌あたりがよくなるのに加え、毛を引っ張り起こして剃りやすくする役割も果たしている。また、複数



フェザーミュージアム外観。同社はこの地で創業した後、1941年(昭和16)より大阪に本社を移転しているが、製造部門や研究開発部門など、多くは日の出本部をはじめとする関市内にある。



フェザーミュージアムは、2016年に子どもから大人まで楽しめる体験型ミュージアムとしてリニューアルされ、ユニークな展示手法を多数用いている。

「市場ターゲットは地球全体と考え、積極的に意匠権の国際出願や登録も行っています」



意匠登録 1544376 号など 4 件 【理美容用剃刀の替刃】

肌の弱い人や女性向けに開発した顔そり用剃刀刃「ソフトガード」は、肌あたりのよさが理容店や美容院から高く評価されている。

試作してモニター調査し、もっとも肌に優しいという意見が多かったものを製品化している。

プロユースの製品の取り扱いが多い同社では、開発前の入念なリサーチがとても重要だという。

「理美容部門、メディアカル部門ともに、私たちの製品は自ら評価するのが難しく、開発段階のリサーチが欠かせません。マーケティング担当が営業を兼務し、理美容部門では東京や大阪でのモニター調査や、営業や展示会でユーザーの方と積極的にコミュニケーションを図ることにより、多くの声を

拾っています。収集した意見は、月1回、関で行う開発会議により情報共有します」（上野さん）

ターゲットは地球全体。だから海外でも意匠権を。

同社では、マーケティング担当が日頃から模倣品が出回っていないかどうかをチェックし、類似品が出てくるのを防ぐため、開発の段階から知的財産権の出願を検討し、権利化している。細かい形状が多いため、意匠権においては部分意匠の活用が特に多く、知財担当者が培ってきた意匠登録出願の独自テクニックを活かし、丸型チタンハンドルでは替刃が双方向に設置できる点について、「ソフトガード」ではステーパーの形状について、それぞれ複数の部分意匠を権利化している。

また、海外での販売実績も多いため、海外においてもハグ協定にもとづく意匠権の国際出願及び登録を、アジア諸国や欧米など、製品ごとに戦略を立てて積極的に行っている。「市場ターゲットは地球全体です」と自負する同社において、意匠権はグローバルな事業展開の重要な下支えとなっているようだ。

※撮影は日の出本部の総合研究所／フェザーミュージアムにて実施。

岩崎工業株式会社

代表者 代表取締役社長 岩崎能久
 本社所在地 本社／奈良県大和郡山市額田部北町121615
 三重プラント／三重県松阪市広陽町10番地
 創業・設立 1934年(昭和9)
 資本金 4億9060万円
 従業員 120名(2017年3月末現在)
 業務内容 プラスチック製キッチン・日用雑貨、
 自動車用合成樹脂製品の製造・販売
 電話番号 059812911811(三重プラント)
<http://www.lustroware.co.jp/>

「特許権や意匠権を持った製品は、
 海外でスムーズに
 受け入れてもらえます」

意匠登録 1549936 号など 5 件【冷水筒】

数多くの工夫が凝らされている冷水筒は
 国内シェア 30%を誇る主力商品の1つ。



(前列右から3番目) 家根谷武さん(常務取締役)
 (前列左から3番目) 松井幸子さん(製造本部マーケティング企画部企画課)
 三重プラントのみなさん。各自の持ち場でNo. 1の価値創造を目指している。

「Lustroware」ブランドのプラスチック製家庭日用品を世界24ヶ国で販売する岩崎工業株式会社。使いやすく、楽しんで家事ができるオンリーワン製品を世に送り出すこと目指し、事業を展開している。

そんなものづくりへの姿勢をよく表すのが、同社のロングセラーであり、国内シェア30%を誇る冷水筒だ。手洗いしやすい大きな口径、フタのパーツを2つだけにして手入れを簡便にした点、横置き収納できる点などが特徴であり、様々な工夫が施されている。

同社における製品開発は、冷水筒であれば冷蔵庫の各室や場所の大きさ・深さなどを踏まえ、「まずは最低限の機能ありき」を条件に着想する。その次の段階として、「食卓に彩りを与えらるもの」や素材の透明度など「スッキリ感」の2点を主なポイントとしてデザインをプラスし、機能とデザインのバランスを見極めながら、開発を進めていく。

「機能性においてもシンプルな形状が求められています。弁当箱を例にあげると、凹凸が多いものよりも、スト

「冷蔵庫の側面の飲み物ポケットはいろんなものが入る、激戦区」です。から、他の場所でも収納できるよう、横置きを可能にしました。上部にもハンドルを付け、野菜室に入れても取り出しやすいようになっていきます。また、やかん1杯分の2Lサイズと、大家族用の3Lを揃えています。こうしたちよつとした工夫を結集させるべく、常に技術部門と開発部門が喧々譁々の議論をしながら製品開発しています」
 (家根谷武さん)

まず機能ありき。
 そして、デザインをプラス。



三重プラント内。Fellows シリーズの冷水筒について、固い樹脂素材から口径を自動的に大きく膨らませる機械を機器メーカーと共同開発。品質向上と作業者の安全確保につながった。



工場の周囲のメタセコイヤは、現社長の「企業をまっすぐ伸ばしていきたい」との思いを込めて植えられたもの。



(右) 高い透明性と食洗器でも使用できる耐熱性と丈夫さが特長の保存容器「マイクロクリア」。(左) 計量カップは、持ち手の一体化、樹脂製の消えない目盛り、底面の安定性を高めた点が特長。



意匠登録 1437325 号【飲食物用密閉容器】

ゴムパッキン素材がふたと一体化した密閉容器「EASY CARE」は、素材メーカーと特許を共同出願し現在審査中。

レートなフォルムの方がスポンジで洗いやすいので喜ばれます。もちろん、デザインも重要です。楽しんで家事ができるよう、お客さま目線を常に意識しています。一方で、機能やデザインを詰め込み過ぎると食卓の彩りを妨げてしまうので、その点も配慮しています」(松井幸子さん)

知的財産の実績から 海外展開や共同開発を進展。

通して行うこともあるが、海外では小

同社では、国内での販売は代理店を通じて行うこともあるが、海外では小売店や通販サイトなどへ直接販売を行っている。また、オンラインワンの価値を認めてもらえるような高付加価値の製品群を主流にしており、日本国内とは異なる事業戦略を進めている。

アメリカや東南アジアなど、海外での販売展開に向けて営業する際には、メイド・イン・ジャパンであることが好まれるのに加え、特許権や意匠権などがあれば、提案内容をスムーズに受け入れてもらえるという。そのため、国内外を問わず、必ず特許か意匠のいずれかを権利化し、冷水筒のように形状を保護したい場合は意匠権によって保護している。

最近では、知的財産を意識した高度な研究開発の取り組み実績を買われ、大手企業からの依頼による OEM 生産や、未進出の分野のメーカーからの共同開発の打診なども増えている。

「現在は家庭用品を主戦場としていますが、今後は特徴ある製品づくりの実績を活かし、新たな分野への展開も視野に入れていきます。海外の方が特許・意匠に関心が高いのは、安心安全を重視されているからだと思います。多くの場所で私たちを知ってもらい、すべてにおいてナンバーワンになることを目指しています」(家根谷さん)

※撮影は三重プラントにて実施。



歯ブラシ

株式会社歯愛メディカル

シイ
アイ

代表者 代表取締役社長 清水清人
 本社所在地 石川県白山市旭丘三丁目6番地
 創業・設立 2000年(平成12)
 資本金 1000万円
 従業員 620名(2017年12月現在)
 業務内容 オールケアをはじめとする
 医療・介護製品の開発・製造・販売
 電話番号 07612781000
<http://ci-medical.co.jp/>

意匠登録 1401994 号【歯ブラシの柄】
 特許 5550131 号【歯ブラシ】

グッドデザイン賞2017を受賞したサークルタフト。今回が5回目の受賞となる。

株式会社歯愛メディカルは、歯科医師である清水清人社長が、オーラル(口腔)ケア製品を日常的に使いやすい性能と価格で提供したいという考えから、「アイデアを社会に問うべく、前に進んでみたい」と決断して2000年に起業したファブレスメーカーである。

現在では歯科に止まらず、医療全般や介護、獣医の分野をカバーし、起業してから17年間で従業員620名にまで急成長を遂げた。オフィスの中にはガラス張りで、社長のデスクも他の社員と同じワンフロアにあり、アットホームな雰囲気にも包まれている。

正しく磨ける歯ブラシ。

昨年、グッドデザイン賞を受賞した歯ブラシ「サークルタフト」は、ヘッドのブラシ部分が円形になっており、中央に太く先端が尖ったワンタフト(一つの毛束)が、その周囲に短く揃えたブラシが、それぞれ配置されている。また中央から先を後ろに傾けたハンドルは、本来届きにくい歯の裏側や奥歯の奥に良い角度でブラシを当てられるようにしている。

デザインと機能を兼ね備えたものと



して開発したこの製品は、「自分たちで開発した製品だからこそ、自信をもって販売したい」という考えのもと、特許と意匠の両方で権利化している。この考え方は同社で開発するすべての製品に通じる点だと言う。

サークルタフトは歯周病予防のため、簡単かつ確実に歯を磨くことができる歯ブラシとして開発された。

「日本人の9割は歯周病だと一説には言われています。その原因は、歯磨きで歯の表面しか磨けておらず、歯と歯茎の境目に歯垢がたまってしまいうことにあります。歯垢がたまると、中にいる細菌が歯肉組織に影響を及ぼしたり、歯の裏に入り込んでしまったりすることで歯周病になります。サークルタフトは、ワンタフトの中心部を歯と歯茎の境目をなぞるように磨くだけで確実に磨くことができるので、歯周病予防にも効果的です」(清水清人さん)



粘土を使ってハンドルの握りやすさを検証した試作例。多いときには100個を超えることもある。

お客さんの代弁者であれ。

製品開発は社内で歯科医や歯科衛生士がチームを組み、ハンドルの握りやすさを粘土で何度も試作し検証するなどして取り組んでいる。その後のテスト金型による試作品も、チームで話し合いながら繰り返し製作し、デザインの統一性なども加味して完成させている。

流通においても積極的に効率化を進めている。コールセンターと配送センターを自ら運営。コールセンターでは、ダイレクトに届くお客さんの声を商品開発に生かしている。配送セン



(左から)

友田草代さん (商品統括部 第1商品企画G 商品企画課 課長代理)

清水清人さん (代表取締役社長)

北谷内常雄さん (商品統括部 カタログ・Ciモール編集G 主任)

学生時代から経済新聞をよく読み、ビジネスに高い関心を持っていたことが、今のビジネスにつながったのかもしれないと回想する清水社長。知財担当の友田さんや北谷内さんは、特許庁などの勉強会にもそれぞれ参加し情報共有することで、知的財産の知識をお互いに研鑽している。

ターでは、「購入する側の立場に立つと、『ここに頼めば、商品が適正な価格ですべて揃う』という対応が望ましいはず」という考えのもと、大手メーカーの製品も一緒に購入できるようにしたり、紙コップに企業の宣伝広告を入れることで安価にしたりと、さまざまな工夫をしている。

躍進が続く中でも、清水社長は「お客さんに喜ばれる製品の開発や販売を常に心がけています。オーラルケアはまだ進化の発展途上にあり、もっと革新的な製品が出てきてもおかしくないと思っています」と話し、歯科医の代弁者として前に進み続けている。

「歯科医の視点を活かした製品の開発や販売を常に心がけています」

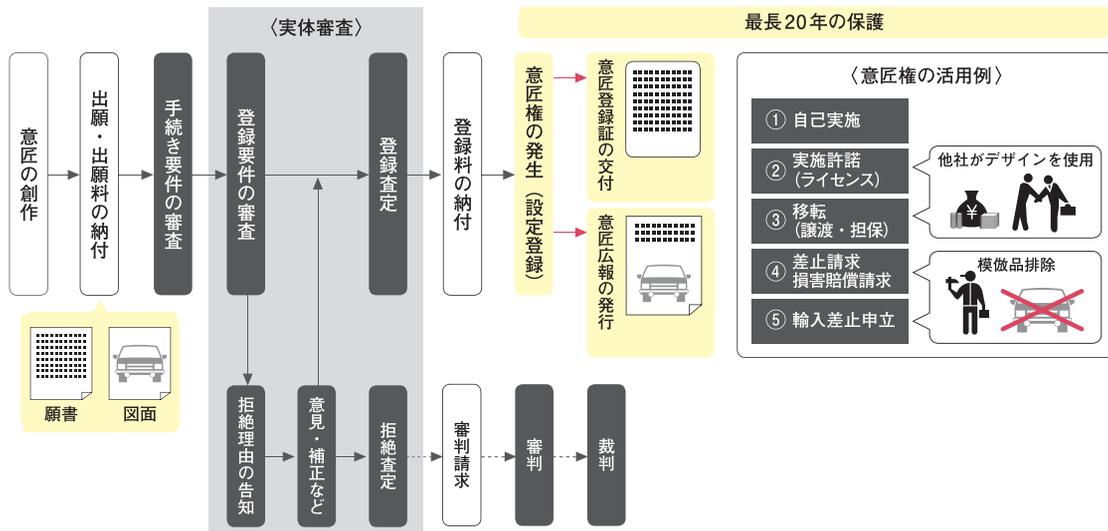


1日7,000件ほど受ける注文は、午後4時18分(よい歯)までの受注分は当日中に出荷する。日本列島の中央に位置する立地を強みに、ほとんどの地域には翌日に到着する。

意匠権を 取得するには？

意匠権を取得するためには、特許庁に願書と図面を出願し、登録審査を経て意匠権登録を受ける必要があります。すべての意匠登録出願に対し、登録要件を満たしているか否かが審査官により審査された結果、登録査定を受けて登録料を納めると、意匠権が発生します。意匠権の存続期間は、意匠権の設定登録の日から最長20年間です。

出願から意匠権の活用・取得まで



意匠権登録に必要な書類と費用

- 出願に必要な書類 願書（出願人、創作者氏名、物品名など）、図面（六面図など意匠が分かるもの。写真等も可能）
- 出願料 16,000円/件（ただし、代理人費用を除く）
- 審査請求料 なし（全件が対象であり、この点は特許権と異なる）
- 登録料 第1～3年目：8,500円/年 第4～20年目：16,900円/年

知財総合支援窓口をご利用ください。

中小企業等の知的財産に関する課題や相談に対するワンストップサービスを提供する「知財総合支援窓口」が中部管内5県に設置されています。窓口では、弁理士などの専門家や支援機関と連携し、中小企業などのみなさまに、わかりやすく利便性の高い支援を提供しています。

富山県	富山県工業技術センター技術開発館 (一般社団法人富山県発明協会) 高岡市二上町150 富山県工業技術センター技術開発館 TEL:0766-25-7259	愛知県	名古屋商工会議所ビル (一般社団法人愛知県発明協会) 名古屋市中区栄2-10-19 名古屋商工会議所ビル地下2階 TEL:052-223-5640・5641
	富山県総合情報センター 情報ビル (一般社団法人富山県発明協会) 富山市高田527 富山県総合情報センター情報ビル2階 TEL:076-432-1119		愛知県産業労働センター (公益財団法人あいち産業振興機構) 名古屋市中村区名駅4-4-38 愛知県産業労働センター14階 TEL:052-715-3074
石川県	石川県地場産業振興センター新館 (一般社団法人石川県発明協会) 金沢市鞍月2-20 石川県地場産業振興センター新館1階 TEL:076-267-5918	三重県	公益財団法人三重県産業支援センター 高度部材イノベーションセンター (公益財団法人三重県産業支援センター) 四日市市塩浜町1-30 公益財団法人三重県産業支援センター 高度部材イノベーションセンター内 TEL:059-349-5151
岐阜県	テクノプラザ (一般社団法人岐阜県発明協会) 各務原市テクノプラザ1-1 テクノプラザ5階 TEL:058-370-3550		三重県合同ビル (公益財団法人三重県産業支援センター) 津市栄町1-891 三重県合同ビル5階 TEL:059-271-5780
	ふれあい福寿会館 (公益財団法人岐阜県産業経済振興センター) 岐阜市数田南5-14-53 ふれあい福寿会館10階 TEL:058-278-0613		

謝辞

本冊子の発行にあたり、以下の事例提供者のみなさま（掲載順）には、多大なご協力をいただきました。心より感謝を申し上げます。

愛知株式会社	株式会社酒井製作所
株式会社石野製作所	新東株式会社
長谷川刃物株式会社	株式会社オンダ製作所
八幡化成株式会社	株式会社ハシモト Baggage
株式会社ビートソニック	フェザー安全剃刀株式会社
株式会社小泉製作所	岩崎工業株式会社
株式会社山の加工場ネットワーク	株式会社歯愛メディカル
株式会社 MTG	

本冊子の作成にあたり、以下の有識者にヒアリングを行い、ご助言をいただきました。心より感謝を申し上げます。

熊澤工氏（愛知株式会社 執行役員 経営企画室 研究開発統括部 部長）
廣田美穂氏（AIGI グループ あいぎ特許事務所 弁理士）

※組織・部署、役職は、冊子発行当時（平成30年2月）のものであります。

本冊子の利用について

本冊子ではできる限り正確な情報の提供を期して作成したのですが、不正確な情報や古い情報を含んでいる可能性があります。本冊子に掲載されている情報を利用したことから損害・損失等を被る事態が生じたとしても、経済産業省中部経済産業局及び事例提供者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

GOOD DESIGN, GOOD COMPANY

いいデザインが、会社を変える。

工業デザインに関する意匠制度活用事例集

平成30年2月発行

経済産業省 中部経済産業局

地域経済部 産業技術課 知的財産室

〒460-8510 名古屋市中区三の丸2丁目5番2号

TEL: 052-951-2774

製作・執筆 / 株式会社ダン計画研究所

編集 / 株式会社140B

写真 / 内池秀人 デザイン / 中村健

GOOD DESIGN, GOOD COMPANY

いいデザインが、会社を変える。

工業デザインに関する意匠制度活用事例集

リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。