

こだわりの焙煎職人が生み出す
九州 佐賀発の珈琲を海外へ届ける
海外進出にあわせ、自社名の商標を登録

佐賀県

いづみやコーヒーロースターズ株式会社

所在地／佐賀県佐賀市兵庫南1-8-13
事業内容／自家焙煎によるコーヒー豆
の小売販売および卸売
資本金／1,000万円
従業員／6人
設立年／2015年
WEB／<https://www.izumiyacoffee.com/>



代表取締役 前山治彦氏

事業内容

いづみやコーヒーロースターズ株式会社は、コーヒー豆の輸入、店主自ら焙煎を行い、ブレンドを施した、こだわりのコーヒー各種を販売する佐賀県の企業である。

代表の前山氏は、東京で大学を卒業後、会社員の経験を経て、父の病気により地元でも人気店であったコーヒー店を33歳で継承した。「後を継ぐことは、嫌で、嫌で仕方なかった。でもやるからには、父とは違うものをやりたかった。」と語る。その思いから法人化も進め、従業員も増やしてきた。

コーヒーの味を決定するのは「焙煎」である。どんなグレードの高い豆でも、焙煎がだめであれば、本来の旨味はだせない。しかし、当社では、たとえセカンドクラスの豆でも美味しく提供できると、豆の見極めと焙煎に絶対の自信を持つ。現在は、ネット通販を利用して全国へ販売を展開し、「コーヒーは生鮮食品、鮮度が命」と焙煎したてのコーヒーを届けている。

ていたこと。しかし、競争相手の多い東京や大阪といった大都市圏に進出する前に、韓国や台湾が近い、佐賀県の地の利をいかして、まずは海外で一定の評価を得ることを模索。海外向けの商談会などに積極的に参加し、韓国の缶コーヒーを手掛けている企業からその味が評価され、同国へ輸出を開始した。

当社では、前山氏が提唱する、コーヒー豆の甘さを十分に引き出すドリップ温度に由来する「DO!珈琲80℃～90℃」という商品名を付して販売していたが、台湾で「85℃カフェ」と称する店舗が拡大していくことに危機感を覚え、親友でもある（公財）佐賀県地域産業支援センターの小池氏に相談。商標としての権利化を進めることになる。そして海外進出に備えて、平成30年度、台湾に店名である「いづみやコーヒーロースターズ」、韓国に商標「DO!珈琲80℃～90℃」を当補助金を利用して出願した。

きまり、当社のドリップコーヒーが台湾でも楽しめるようになる。

「今後は、九州、佐賀発のコーヒーを、韓国、台湾、香港、東南アジアを中心に展開して、いつか海外での評価を武器に、東京へ逆輸入できればいい」と前山氏は語った。



いづみやコーヒーロースターズ
(平成30年度)
Do!珈琲80℃～90℃
(平成30年度)

いづみやコーヒーロースターズ

Do!珈琲
80℃～90℃



支援案件の商標が使用されている製品パッケージ

知財への取組／外国出願背景

当社の海外進出の背景は、人口減少から消費も伸び悩む中、地元の商圏だけでは限界がみえ

外国出願による事業効果

台湾では商標登録が完了し、また、日本の商社を通じ、台湾の大手日系コンビニへの納品が

「外国出願補助金」をご利用ください

特許庁では、海外への事業展開等を計画している中小企業等に対し、**外国出願に要する費用の1/2を助成する補助金**を全国の中小企業支援センター等及び（独）日本貿易振興機構（ジェトロ）を通じ補助しています。

■支援の概要（中小企業等外国出願支援事業）

応募資格	中小企業者又は中小企業者で構成されるグループで、外国へ特許、実用新案、意匠、商標の出願を予定している者。 「地域団体商標の外国出願」については商工会議所、商工会、NPO法人等が対象。
補助対象経費	外国特許庁への出願料、国内・現地代理人費用、翻訳費
補助率・上限額	【補助率】 1 / 2 【上限額】 1 企業あたり：300万円 1 案件あたり：特許150万円、実用新案・意匠・商標60万円 冒認対策商標(※)30万円 (※)悪意の第三者による先取り出願(冒認出願)の対策を目的とした商標出願

当補助金制度に関するお問い合わせ

特許庁普及支援課
支援企画班

TEL 03-3581-1101 内線 2145

https://www.jpo.go.jp/support/chusho/shien_gaikokusyutugan.html



知財全般に関することはこちらまで

全国共通ナビダイヤル

知財総合支援窓口 TEL 0570-082100

中小企業の皆さんへ 経営の悩みや課題をおうかがいします
お気軽にお電話を！全国47都道府県に設置された近くの窓口におつなぎいたします

相談
無料

秘密
厳守

中小企業の知財の力を生かした海外展開を応援しています！



外国出願 2021 補助金事例集



独創的な商品開発で
世界のトップアーティストより支持されるエレキギター
商標、意匠を活かした知財活用事例



取締役社長 星野公秀氏

愛知県

星野楽器株式会社

所在地／愛知県名古屋市中区榑木町3-22

事業内容／弦楽器・打楽器・電子楽器の企画設計・開発業務及び輸出入業務、海外市場開拓、海外卸販売、打楽器及び付属品の製造

資本金／4,500万円 従業員／142人

設立年／1981年

WEB／<http://www.hoshinogakki.co.jp/>

事業内容

星野楽器株式会社は、ギター、ドラム製造およびアンプ等の楽器機材の製造を行う、112年の歴史をもつ愛知県の楽器メーカーである。

同社は、楽譜などを扱う星野書店の楽器部として創業。その後、弦楽器の製造をはじめ、60年代「ベンチャーズ」の影響により日本中でエレキギターのブームが起こり、同社でもこの波にのりエレキギターの製造を始めた。当初は、欧米の有名メーカーの模倣から始まった楽器の制作であったが、当社ならではのマーケティング力と研究開発により、例えば、当社のギターの特徴である多弦による、低音の響きをより引き出す独創的な商品開発など、オリジナリティある製品づくりにより、愛好家の需要をつかみ、国内外での知名度を高め市場を拡大した。

現在では、ギターやアンプの「Ibanez（アイバニーズ）」、ドラム「TAMA（タマ）」の自社ブランドを掲げる日本でも有数の楽器メーカーであり、海外の一流アーティストからも高く支持されている。

知財への取組／外国出願背景

当社では、海外市場が大きく世界約108カ国で商品が流通しており、1960年代半ばより、ギターやドラムに関する特許や実用新案、商標を出願するなど知財には取り組んでいたが、1990年代に入ると商品の知名度の上昇と共に、海外で当社のギターの模倣品が作られ、粗悪品が安価で販売されるようになり、模倣品対策が必要となった。

そこで、2014年に兼務で知財を担当することになった木谷氏が特許庁の「模倣品対策支援事業」をセミナーで知り、この支援制度を利用し、模倣品対策に着手する。

その後、悪意のある第三者による先取り出願の冒認出願も発覚し、「冒認商標無効・取消係争支援事業」も活用しながら侵害対策を講じることになる。

また同時に、外国出願についても改めて進めることになり、平成29年度から31年度にかけて、当社の主要ブランド「Ibanez」ほか「JEWEL」の商標や、同ブランドのギターの主要部分のヘッドや、胴体部分の特徴的なデザイン部分を意匠権として、(公財) あいち産業振興機構とジェトロを窓口、当補助金を利用して、市場や生産地である欧米や、

中国、インドネシアに出願した。

また、知財体制についても、2020年4月以降は総務部門に新たに法務担当として高島氏を配置し、知財をより強化する体制を整える。ギターなどの形があるものは、意匠だけでは模倣することは簡単であるため、知財の重要性について営業部門や開発部門にも、意識喚起を働きかけていくなど、今後も引き続き知財に取り組んでいく方針である。

外国出願による事業効果

ギターの主要部分について意匠出願することは、競合他社も従前から実施しており、業界の慣習に沿ったものである。ただ、中国では意匠権は無審査で登録されてしまうため、効力においては、多々課題もあるが、商標権との組み合わせ出願することで、模倣品対策には一役を担っている。

また、知財を取得しているということは、対外的なブランド力やビジネス面での信用力強化へもつながる。

何よりも、知財は「オリジナルであることの証明」であり、販売戦略の中の大きな1つの柱と位置付けている。また、商標はブランド戦略としての意味を兼ねており、製品がメディア等で取りあげられることも、社員のモチベーション向上につながっている。

今般のコロナ禍による巣ごもり生活で、楽器に向き合うユーザーが増えたことから楽器の需要が伸び、現在、受注に対して生産が追いつかない状況で、各仕向地へのコンテナ手配もままならず、出荷の制約を大きく受けつつも、業績は回復基調にある。

コロナ禍で、ライブ会場での演奏から、ネット配信へ変化し、また、TVの時代から、YouTubeによる新たな音楽の表現機会が増えていることなど、音楽ジャンルが多様になればなるほど、その音楽を作り出すための「Player Needs」もより幅広いものとなっている。そのニーズへの対応と独創的な商品開発こそが、当社のスローガン「音楽文化への貢献」の核であると考え、世界中のPlayerから支持され、愛用される商品を提供していきたい。

意匠

電気ギター ヘッド部
(平成30年度)
電気ギター 胴体部 (平成31年度)



支援案件の意匠が使用されている

- ・ Ibanez AZ242F
天神(ヘッド)の意匠(左)
- ・ Ibanez PIA3761
ボディの双勾玉の貫通穴形状の意匠(右)

商標

Ibanez (平成29年度)
JEWEL (平成30年度)

Ibanez

支援案件の商標が使用されている

- ・ Ibanezアコースティックギター
AADシリーズ (ヘッドストック)



冒認出願

冒認出願とは、悪意のある第三者による先取り出願のこと。

特許庁では、海外で冒認出願された中小企業に対して、商標を取り消すためにかかる費用を補助しています。

北海道から誕生した バーチャル・シンガー「初音ミク」 キャラクターライセンス・ビジネスに知財を活かす事例



代表取締役 伊藤博之氏

北海道

クリプトン・フューチャー・メディア株式会社

所在地／北海道札幌市中央区北3条西4-1-1

事業内容／歌声合成ソフトウェア「初音ミク」の開発、キャラクターに関する国内外ライセンス事業、音楽制作ソフトウェアの開発・販売等

資本金／2,000万円 従業員／110人

設立年／1995年

WEB／<https://www.crypton.co.jp/>

事業内容

クリプトン・フューチャー・メディア株式会社は、1995年に効果音などサウンド素材を輸入販売する「音の商社」として創業し、歌声合成ソフトウェア「初音ミク」の開発に留まらず、クリエイターに向けた製品やサービスを提供する北海道の企業である。

「音の商社」と称するのは、「音」に関するものはなんでも取り扱い、「音」に関する多岐に渡るビジネスを展開しているため。

同社の代表作が、2007年に発売され、現在でも絶大な人気を誇る「初音ミク」である。

「初音ミク」とは、同社が開発したPC上で歌声を合成できるソフトウェア、及びそのパッケージイラストのために誕生したバーチャル・シンガーのキャラクターである。

ユニークなのは、個人が非営利目的で合法的な二次創作ができるよう「ピアプロ・キャラクター・ライセンス (PCL)」を制定し、キャラクターの利用を許諾したこと。これにより、クリエイター同士が創作意欲を刺激し合い、新たな作品を生み出す創作の連鎖が発生し、最初はたった2枚のイラストであった「初音ミク」が自由に動き出すに至る。

やがて市場が拡大するにつれキャラクターの商業展開への要望の声が高まると、インターネット上のクリエイターの作品を採用して商品化。

現在では、3D映像技術を用いたライブやイベントの実施、CDやDVD、グッズの販売など多方面でビジネス展開を行う。

知財への取組

同社では、特許、商標を中心に国内外で多数の知財を保有している。特に商標では、複数国の出願はもちろん、人気キャラクターのビジネスであるため、ビジネス展開を踏まえた指定商品の分類も多く、また、商標をその国の言語表記に変更しての出願や、類似商標の排除を念頭に置いた出願も必要になるため、500件を超える商標を外国に出願している。

知財に関する意識は創業時から高く、当初は代表の伊藤氏が自ら行い、現在は管理チーム法務担当の菱山豊史氏が担当。出願だけでなく、権利侵害への警告や、第三者による冒認出願への対処も行い自社ブランドを守る。

外国出願背景

日本の誇るキャラクタービジネスの中でも、世界レベルの認知度を有する初音ミクではあるが、本格的な世界展開は2014年、「MIKU EXPO」というバーチャルキャラクターとバンドの生演奏を組み合わせた音楽フェスをインドネシアで実施したことにはじまる。

2014年から2020年にかけて国外13の国と地域でのべ35公演を開催。海外ではバーチャル・シンガー・キャラクターとしての「初音ミク」が浸透し、米国のテレビ出演や、レディー・ガガのコンサートにおいて前座の公演を務めた。

本補助金は、(公財)北海道中小企業総合支援センターを窓口、平成25年度に「初音ミク」の商標を冒認出願対策を目的に中国へ出願したことをきっかけに、翌26年度には「初音ミク」、「鏡音リン」等のキャラクターの商標を、海外ツアーを行う中国、欧州、米国、メキシコへ出願。31年度には初音ミクが冬の北海道を応援するイベント用の商標「SNOW MIKU」の出願で利用した。

補助金を利用することは、費用面の節減だけでなく、申請書の作成時のため、現時点での自社の知財状況を改めて確認し、整理するよい機会となっている効果もあるという。

外国出願による事業効果

現在、中国、アジア、台湾、北米など海外で順調にライセンス販売を行っている同社であるが、知財を保有していることによって、現地ライセンシーとの交渉において、その後の商談がスムーズになることが多く、模倣品対策については商標が最も効果的で、他者による侵害係争でも、全面勝利したことがあるという。

コロナ禍において、イベント事業は中止になってしまったものの、巣ごもり需要が追い風となり、音源ソフトウェアの販売は好調である。

また企業として、新型コロナウイルス接触確認アプリ「COCOA」に先駆けて、イベント会場などで使える新型コロナの追跡システムをいち早く開発し、無償提供した。

2021年2月には、初音ミクが、米国のエー

ジェントとインドの制作会社によりアニメーション化される企画が開始された。アニメキャラクターと混同されがちな「初音ミク」であるが、実は公式のアニメーションは存在していない。あえて日本ではなく、海外での制作を選んだのは、一つの姿やスタイルに捕らわれず様々な文化や感性によって解釈される初音ミクの本質を最も忠実に表現できると考えたからである。「人気が出れば、日本へ逆輸入もありえる」と海外ツアーも担当する、海外ユニットリーダーのギョーム・ドゥヴィーニ氏は、新しい海外展開を語った。

初音ミクの世界での活躍と共に、キャラクタービジネス、コンテンツ産業の先駆者として、増々、今後の躍進が楽しみな企業である。



初音ミク (平成25年度)



初音ミク、鏡音レン 他7件
(平成26年度)
SNOW MIKU (平成31年度)

支援案件の商標が使用されている
・初音ミク



『VOCALOID2 初音ミク』のパッケージイラスト

特許、意匠、商標の知財の力で守られた
0歳から論理的思考力を学ぶ
幼児用知育ロボット「KUMIITA」を世界市場へ展開する

神奈川県

株式会社ICON

所在地／神奈川県横浜市神奈川区台町13-19
事業内容／ソフトウェアの技術者支援、知育ロボ
ット製造販売、プログラミング教育サポート

資本金／9,815万円 従業員／17人
設立年／1997年
WEB／<http://www.e-icon.co.jp/>



代表取締役 土屋敏子氏

事業内容

株式会社ICONは、電子データを暗号保存し検索できるライブラリの独自研究開発販売などシステム構築を主とした神奈川県の企業である。

創業前、代表の土屋氏は、複数の飲食店を経営、当時のPOSシステムに使いづらさを感じ、使用側の目線にたった自社開発を目指し、思い立った日から1週間でスピード登記し起業したという。SE未経験者を一から技術者へ育て、システム構築の受託企業として、順調に経営は進む。しかし、業務委託が大半となり、創業時から目標としてきた自社開発し、ものづくりをする会社へと改めて舵をきる。

知財への取組

知財の目覚めは、幼少期に遡る。創作や工夫が大好きな父親から、お人形ではなく自分の背丈より大きな組み立て型のロボットを与えられ、自分で考えながら組み立てるまで見守ってくれるような家庭環境により自学力が育った。また、リニアモーターカーが認知される前、磁石の力を利用して推進力とするアイデアを考え付き、大手電機メーカーに提案し奨励金をもらったこともあり「発明はお金を生み出すものかも」と子供心に悟ったという。

起業後は横浜市の知財セミナーに2年間参加し知識を身につけ、商標出願も自身で行えるようになる。製品や提供サービスの商標の出願からはじまり、システムにおける情報伝達方法などの特許を権利化。

知財は独占権の確保やブランディング保護のためにも必要であり、特許はまずコア出願を行い、開発をしながら周辺特許で固めていく戦略をとる。

外国出願背景

支援案件である「KUMIITA」(クミータ)は、「プログラミングの楽しさを世界中の子どもたちに知ってほしい」という想いから生まれた知育ロボットである。

進行方向、音声、色がパネルの指示で変化する「KUMIITA」。自動走行しながら不思議な姿や動きで好奇心を引き出し、子供は知育要素を盛り込んだパネルを組み合わせ「KUMIITA」がゴールできるようコースを

組み立てる。この様にプログラミングの概念を見て触って楽しみながら論理的思考力を学んでいく。

パネルは56種類、色々な工夫で組み合わせ、子供の柔軟な発想力で、正解は無限で380万コース作りを楽しめる。パネルの並べ方を間違えて「KUMIITA」がコースアウトしてしまうと残念音が鳴り、間違えたところを考え再チャレンジできる。想像しない結果を見て聞いて確かめられるのが醍醐味で、子供自ら頭で考え「できた」という喜びの成功体験で力を伸ばしていく。

また、乳幼児から楽しめるよう、子供が持ち易く、安全面にも配慮した曲線を採用。口にしても唾液がたまらないような衛生面や安全性を重視した意匠に特徴を持ち厳格な対象試験に合格させた。パネルは消毒して繰り返し使える磁石内蔵のABS素材を使い差別化を図っている。

当社では、最初から海外展開を考えて、米国のクラウドファンディングを利用し市場調査をおこなった。これにより北米、欧州の支援者が集まり海外展開へ踏み出す機会となった。

セミナーや弁理士の紹介で当補助金を知り、平成29年度から31年度に(公財)横浜企業経営支援財団と、ジェットロを窓口に合わせて6件の特許、意匠、商標を米国、欧州に出願。「外国出願は、翻訳費など高額なので助かった。支援を受けたものは形にして、利益を出し、世の中に還元していきたい」と土屋氏は語る。

外国出願による事業効果

当製品は、大人の知識に左右されず、子供が自発的に学べる世界基準の教具でプログラム先進国である北米、欧州では順調に販売が拡大し、「KUMIITA」の英語版の知育絵本が「Mom'sChoiceAwards」の銀賞を受賞するなど評価が高い。世界に共通するのは教育の重要性。教育のばらつきが国によってあってはいけないとの思いから、どの国でも、すぐに学習をスタートすることのできる当製品をきっかけに今後は、幼い視覚障害者も楽しめる新たな製品の開発も進め未来の子ども達に発明の機会と、才能を開花させる体験を通し、日本をものづくりの

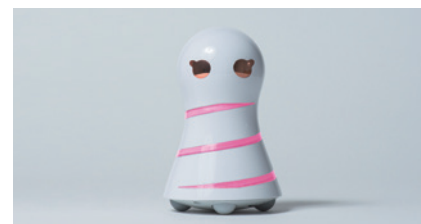
国に戻りたいと土屋氏。「夢は、空を移動できる乗り物、ガソリンを使わないで走る船、空飛ぶじゅうたんを作りたい」と、その展望は広がる。

- **特許** 学習ロボット(29,30,31年度)
- **意匠** ロボットのシルエット、目、スパイラルラインの意匠(29年度)
教具枠の意匠(29年度)
- **商標** KUMIITA(29年度)

KUMIITA



0歳(7ヶ月)からプログラミングを体感できる学習ロボット「KUMIITA」



支援案件の意匠が使われたロボットのシルエット、目、スパイラルライン



音害のない健全な暮らしのために、防音パネルを開発
知財は引き継ぐものへの遺産である

神奈川県

株式会社静岡

事業内容

株式会社静岡は、工業用の遮音パネル、音響用パネルの製造販売を行う神奈川県企業である。創業時は、防音材の会社ではなかったが「何か人のためにできないか」と考え、工場や飛行機などの騒音に着目。騒音による健康被害を無くし、健全な暮らしのために防音材の開発に取り組む。重さや厚さにより工場では設置に自由度がなく、自宅でも気軽に使えないという課題に挑み、当社の技術を活かし試行錯誤を重ね、全く新しい防音・吸音材『一人静シリーズ』の開発に成功。

これにより防音・吸音材に特化した企業となる。高速道路の橋梁と橋脚のジョイント部分の騒音対策として採用され、社名も「静かさを科学する」から「静岡(しずか)」とした。

知財への取組／外国出願背景

創業時から「知財は遺産である」という考えで、年に1件は出願を目標にするなど知財への意識は高い。現在は、製造技術部の中村氏が兼務で、弁理士と相談しながら知財を担当し現代表の俊二氏の承継後も、先代の特許を基礎に関連特許を出願し、商品名も商標で守り次の世代に財産を引き継いでいる。

当補助金の最初の利用は、平成25年度に

『一人静シリーズ』の特許を、海外展開を見据えて米国と中国に出願。26年度に、音響用の防音製品「SHIZUKA Stillness Panel」の商標、30、31年度にも、前述の防音パネルの関連特許を出願した。これらの技術はハチの巣型のハニカム構造を特徴とし、吸音、遮音を一体化した吸遮音の防音材で、従来の100ミリの厚さから、30ミリの薄さの製品化を実現。人の手で持ち運びができるほど軽量で、設置に自由度がある。また技術力と徹底的なコストカットを行い、半官半民受注依存から脱却を目指し、会議室のパーティションや、自宅の防音室などへ市場を拡大し、順調に売上も推移した。

外国出願による事業効果

知財取得のPRIは、品質や信頼の証であり模倣被害の抑止力に効果がある。「他社にはない防音、吸遮音の効果を合わせもつ特性を活かし、音響分野でも拡販したい。パネル化により輸送も容易で、品質も一定でき、素材や設置技術による属人性の影響がなく、品質が安定しているため、音楽文化の根付く海外市場は魅力的である」と営業課長の植木氏。

今後も、『音害』のない住環境、労働環境の改善に貢献できる製品づくりを目指す。

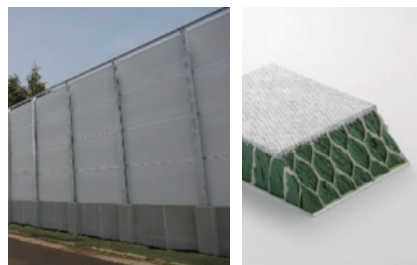
所在地／神奈川県厚木市金田492-1
事業内容／造作材製造、その他の製造業
資本金／1,430万円
従業員／10人
設立年／2006年
WEB／<https://www.hitori-shizuka.jp/>



代表取締役 高橋俊二氏

特許

吸遮音ハニカムパネル(平成31年度)
吸音パネル(平成30年度)
防音材(平成25年度)



ハチの巣型のハニカム構造を特徴とする遮音性の高い防音材

商標

SHIZUKA Stillness Panel
(平成26年度)



大型機械の溶接技術の自動化を実現
最新鋭の技術で業界をリード

千葉県

株式会社ラインワークス

事業内容

株式会社ラインワークスは、大型ロボットやポジショナー(建機・重機の溶接を支持する装置)や周辺装置の設計・製造・販売を行っている千葉県の企業である。代表の田村修二氏は、会社員時代に、大手メーカーの研修にて溶接技術を学んだ技術者で、今後は溶接もロボットの時代になるとにらみ、独立し創業。大型建設機械の製造工程の作業効率を劇的に改善させた世界初となる片持ち3軸ポジショナー開発を手掛け、さらに自動ロボットによる溶接工程とポジショナーを一体化することで、一貫した作業を可能とした。さらに同社の製品は生産性だけでなく、従来品に比べ数倍の重量の資材を持ち上げ可能とし、作業者に容易な姿勢で作業できるなど、利便性と安全性を考慮しており、大手建設機械の製造工程に多数採用されている。

知財への取組／外国出願背景

当社の知財の発明者でもある田村氏は、創業時から知財に対する意識が高く、社名の商標、製品に関する特許に加え、分解してしまえば構造が分かり、模倣されやすい製造機械などの主要部分に関する意匠も弁理士の助言を受けながら出願している。また、当社では、顧客のカスタマイズに対応可能な体制を敷き、現場ニーズに

応えるオーターメードを得意としており、顧客のニーズから生まれる技術もあり、汎用性があり製品化の可能性があるものは特許出願することもあるという。

支援案件は、前述の加工機械のポジショナーに関わる「ワーク保持具」に関する特許で、当社製品「スーパーロック」の自動パレット交換装置の位置合わせの作業課題や、作業中に出る切削り粉の除去に必要なメンテナンスの手間を省くために進化させたものである。この特許を、平成31年度に、(公財)千葉市産業振興財団を通して、中国と米国に出願した。

外国出願による事業効果

当社の海外展開は、日本のマーケット縮小の懸念から2008年に中国・太倉(たいそう)に事業所を設立したことから始まる。同シリーズの製品は中国でも販売され、中国へ進出して3年後には、製造現場の自動化の需要をつかみ、売上10億円を突破している。

新型コロナウイルスの影響下においても、巣ごもり生活から不動産需要で建設が好調なことによる引き合いもある。利便性、安全性の面から労働者を確保しつつ、製品の生産性、品質を維持することを得意とする当社の自動化システム

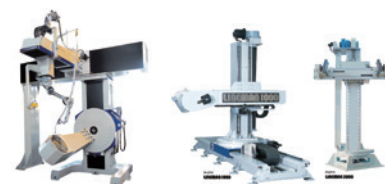
所在地／千葉県千葉市花見川区千種町53
事業内容／大型ロボットやポジショナー、周辺装置の設計・製造・販売
資本金／1億円
従業員／44人
設立年／1981年
WEB／<https://lineworks.info/>



代表取締役 田村修二氏

特許

ワーク保持具に関する特許
(平成31年度)



- ・SUPER SKETTE ROBO series 左
- ・LINEMAN series 中央、右

支援案件の特許が使用されている溶接ロボット支援システムと昇降式片持ち3軸ポジショナーが最適なワークを可能にする。

廃棄される運命だった
パンを再生させたインテリアライトを世界へ
自らのアート作品の商標を取得し、権利化する活用事例

兵庫県

モリタ製パン所

所在地／兵庫県神戸市兵庫区西多間通1-3-6

事業内容／照明器具などアート作品、インテリア
雑貨の企画及び製造

従業員／8人

設立年／2016年（個人事業主）

WEB／<https://pampshade.com/>



代表 森田優希子氏

事業内容

モリタ製パン所は、アーティストである森田優希子氏が手掛ける「本物のパン」を利用した、照明器具「PAMPSHADE（パンブシェード）」の企画から、販売までを行っている兵庫県の個人企業である。

製作する「PAMPSHADE」は「本物のパン」を原材料としており、その素材は、強力粉、薄力粉、塩、イーストというパンの材料に、ライトに必要なLED、アダプターを組み合わせ、まさにパンそのもののインテリアである。

京都で学生時代を過ごした森田氏は、パン好きが高じてパン屋で働き始めたという。和のイメージが強い京都であるが、実は日本でも有数のパンの消費地であり、パン屋の数も多い。働きながら、増々、パンへの愛がとまらなくなる中、日々売れ残り、廃棄されているパンを見ると悲しくなり、耐えられなくなった。そこで芸術大生としてアート作品を創っていた森田氏は、この廃棄パンを使ってパンを蘇がえさせるパンブシェードを創り始める。

当初は、あくまで創作活動だったが、徐々に作品が注目され引き合いが増え、また作品も改善を積み重ねていく中で、ビジネスとして成立し始め、2016年に個人事業主として事業をスタートさせる。現在は、同じくパンの町である、地元の神戸市で個人事業主としてビジネスを進めている。

作品に使用しているパンは提携しているパン屋から仕入れた廃棄されるパンを利用。今般、耳にすることの多い、国連が推進する持続可能な開発目標の取り組み「SDGs」の動きが広まる前からの活動である。

当社がいわゆるパン屋でないのに「モリタ製パン所」を屋号としたのは、食べることのできるパンではなく「新しいパン」を生み出すという点において、やはり自分は「パン屋」なのではないかと考える、パンへの愛とパンの魅力を発信したいという森田氏の思いである。

知財への取組／外国出願背景

当社の海外展開の始まりは、国内向けに運営していたInstagramやFacebookなどのSNSが、海外ユーザーの目にも留まり、商品を買いたいとの引き合いが来たことによる。

フランスで開催される世界最高峰デザイン見本市の「メゾン・エ・オブジェ（パリ）」に複数ブースでの出展への案内を受けた見本市では、非常に多くの刺激を受けたものの、海外進出のノウハウや、商品値付けも定まっていなかった状態での参加であったため、改めてジェトロへ海外展開について相談し、その後の海外展開を進めることになった。

このパンブシェードの販売を開始してから数年後、国内で模倣品が出回ってしまった。そこで、（一社）京都発明協会へ、模倣品への対処方法の相談へいった際に、商標出願などについてアドバイスを受け、すぐさま商標権の出願に動いた。

その際の商標作成においても、アーティストの感性や技術を生かし、既存フォントではなく、森田氏自身がデザインしたオリジナルフォントを使用している。また、商品づくりにおいても、リーフレット、パッケージも意匠性を持たせ差別化を図る。

一連のアドバイスや知財の権利化の取り組みもあり、国内の模倣品は数か月後には販売を差し止めることができたが、海外でも同じように模倣品が見られるようになる。

そこで、（公財）新産業創造研究機構にもアドバイスを受け、外国出願することを即決。当補助金を利用して、平成31年度に「PAMPSHADE」の商標を中国、欧州、韓国、米国に出願した。

外国出願による事業効果

本物のパンとしか見えない「PAMPSHADE」は、独特な温かい灯りを演出する。インテリアとしての魅力だけでなく、アートとしての価値も高い作品であるため、家での時間を重視する海外での評価は高く、現在では輸出の売上が売上全体の60%を占めるまでに。また、当初悩まされていた模倣品対策に加えて、海外でも商標を出願していることでビジネスの面でも、商談相手の信頼を得ることができているという。

コロナ禍において、対面での販売機会は減少してしまっていたが、国内でも「おうち時間」が増えたことで生産が追いついておらず、2か月待ちの状態もあり販売は順調である。

商標

PAMPSHADE（平成31年度）

PAMPSHADE



PAMPSHADE「クロワッサン Bread Lamp」



様々な形のPAMPSHADE
本物のパンならではの暖かな光が灯る



パッケージや取扱書も意匠性をもたせ差別化を行う

支援案件の商標が使用されている

・ PAMPSHADE

和テイストデザインで伝統産業「奈良蚊帳織り」の技を
生活雑貨に生かして世界へ発信

奈良県

丸山繊維産業株式会社

事業内容

丸山繊維産業は、「奈良蚊帳」の伝統産業を引き継ぎ、現在も織りから染めまで、一貫して生産工場で製造を続けている奈良県の企業である。奈良蚊帳は繊維産業が盛んな奈良で生産されていた、日本の寝苦しい夏の夜の安眠を支えてきた奈良の名産品であった。しかし、生活様式の変化により需要が低下したため、前代より蚊帳織りの技術を活かした農業資材（寒冷紗）の生産へと事業を転換し、現在ではギフト包装資材など多岐に渡り手がけている。

蚊帳が日本人の生活から姿を消し、奈良蚊帳の製造者も当社を含めて2社となり、その存在が忘れ去られようとしている今、蚊帳織りの伝統技術を活かしたオリジナルブランド「Nawrap」を立ち上げ、新しい可能性に挑戦している。

知財への取組／外国出願背景

知財への気づきは平成4年頃のこと、奈良県発明協会から商標出願を助言されたことから始まる。ギフト包装資材「マルラップ」の展開を機に、繊維組合でのアドバイスやコンサルティングを通じて商標など知財の必要性を感じ、商標出願を始めた。しかし、数年がたち保有権利の活用や更新を忘れてしまうなどの問題があり、知財管理などを含めて、改めて同協会に相談しながら指導を受けることになる。

「奈良をつつむ」意味から生まれた支援案件の「ならっふ」は、奈良蚊帳の伝統を受け継ぎながら、新しい時代の感性を取り入れた生活雑貨のブランド商標である。ナチュラル、上質、デザインをコンセプトに、デザイナーを採用し意匠性の高い商品作りを目指す。当社の主業である蚊帳に使われていた粗目の織物は通気性に優れ、丈夫である。この良さと伝統を伝えていきたいとの思いから、蚊帳生地を使ったふきん等の生活雑貨を製作。

2013年からは、欧米やニュージーランドなど、海外へ展開し、キッチンツールを扱うセレクトショップや食品店などで販売されている。すでに海外展開を進めていたことから、(公財)奈良県地域産業振興センターを窓口、平成31年度には当補助金を利用し、海外展開を意識した英文字の「Nawrap」の商標を、米国、欧州、香港など7カ国に出願し、登録された。

外国出願による事業効果

展開先の国で権利を有していることは、ディスプレイから安心してビジネスができることの声があり、販路開拓に有益だと考えている。蚊帳織りの特徴である生地を重ね合わせたタオルなどの製品は海外にはなく、それ故に日本とは違う用途での新しいニーズがあり、新しいアイテ

所在地／奈良県天理市長柄町695
事業内容／奈良蚊帳の染織技術を基礎にした産業繊維資材、生活・包装資材の製造販売
資本金／1,000万円
従業員／32人
設立年／1965年
WEB／<https://www.maruyama-seni.co.jp/>

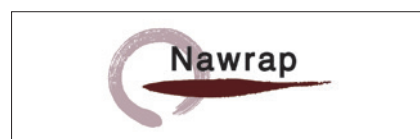


代表取締役 丸山 欽也氏

ムも生まれている。「まずは自分の足で歩き、海外展開、販路開拓していきたい」と代表の丸山氏。

将来的には、海外に人材を派遣し、ディストリビュータと連携して販路開拓したいと考えている。和テイストを取り入れたデザイン性の高さや、生活雑貨ならではの手に取りやすい価格設定など魅力ある商品で、古都奈良の伝統産業の魅力を世界に伝えていく。

商標 「Nawrap」の商標（平成31年度）



支援案件の商標が使用されている
・NAWRAPシリーズ 蚊帳織りふきん

特許出願と発明で業界の技術向上へ貢献
国内・海外の農業従事者の利便性・安全を守るものづくり

愛媛県

株式会社アテックス

事業内容

株式会社アテックスは、草刈機、運搬車、作業機等の農業機械、および高齢者が利用する電動車椅子の開発・製造・販売を行う愛媛県の企業である。

当社は1934年に創業、1946年には農機具製造業に転換し、現在は、主力製品の1つとなっている草刈機において、国内、海外に販売を行うトップクラスのメーカーである。

また、免許のいらない高齢者向け電動車椅子は他社へのOEM供給も行っており、性能面だけではなく安全性やデザイン性も重視した設計を行っている。

知財への取組

当社の知財への取組は、提携している大手農業機械メーカーとともに歩んできた歴史があり、当社が開発した技術は大手企業と同様に、知財に対する意識が高く専任の知財担当者も配属している。会社の方針として、他社権利を侵害しないよう開発段階から、特許はもちろんのこと、実用新案、意匠、商標についても徹底的に調査

を行うとともに、自社製品に関連する特許情報を社内の技術者へ回覧し、問題となる特許の早期発見に努めている。また、自社製品の技術を守るための明細書の作成や出願、権利化のための中間手続き等、特許庁とのやり取りは自社で行っている。

外国出願背景/外国出願による事業効果

当補助金の支援案件は、「パームヤシ専用の運搬車」の意匠であり、平成27年度に(公財)えひめ産業振興財団を窓口インドネシアとマレーシアに出願し、登録された。

この製品は、当社の技術を知ったパームヤシ(アブラヤシ)のプランテーションを多数所有している企業から依頼を受け開発したものである。それまで農園では、パームヤシの木の下から一輪車にパームヤシを載せて、大型の機械が入れる広い場所や道路沿いまで人力で運搬し、大型機械への積み込みも人力で行っていたが、足元の悪い不整地での運搬作業は効率が悪く、労働者の安全確保や作業の効率化のために運搬車が必要であった。

そこで当社は農業機械で培った技術を活用し、不整地だけでなく、雨期のぬかるみでも操作ハンドル後方の操縦者が簡易乗車ステップに立ち乗りし、または歩行しながら安全に走行操作できるクローラ型のパームヤシ専用運搬車を

所在地／愛媛県松山市衣山1-2-5
事業内容／草刈機、運搬車、作業機等の農業用機械、および電動車椅子の設計・製造・販売
資本金／6,080万円
従業員／220人
設立年／1934年
WEB／<https://atexnet.co.jp/>



代表取締役社長 村田雅弘氏

開発した。更に作業員の労力軽減と作業効率を考え、地面に置いたバケットコンテナ内へ収穫物を直接積み込むことのできるリフト&ダンプの機能を備えた運搬車を開発し提供した。このバケットコンテナは、地面に置いた状態からそのままトラックへ積み込むことができるものである。

現在は、運搬車完成品としての出荷だけではなく、部品の形で輸出し現地で組立を行うソックダウン生産方式も確立しており、輸送コストやリスク低減を行い、今後、更に販路拡大を進めていきたい。

意匠 運搬車（平成27年度）



支援案件の意匠が使用されている
・パームヤシ専用の運搬車

沖縄のプロフェッショナル 世界中の膝の痛みを救う膝肘関節アシスト装置を発明 経済産業省「地域未来牽引企業」事例

沖縄県

株式会社佐喜眞義肢

所在地／沖縄県国頭郡金武町字金武10914番地
事業内容／義肢装具全般の製作・販売・修理、リハビリ・福祉器具・スポーツ用具の開発・製造・販売、CBブレース（オリジナル製品）の研究・開発・製造・小売・卸売

資本金／7,000万円 従業員／17人
設立年／1980年
WEB／<http://www.cb-sakima.jp/>



代表取締役 佐喜眞 保氏

事業内容

株式会社佐喜眞義肢は、義肢装具「CBブレース」の設計・製造を行う沖縄県の企業である。

代表の佐喜眞保氏は、高校中退後に横浜、沖縄、北海道で鉄鋼・溶接技術を習得。その後、北九州市の義肢メーカーでの経験を生かし、1980年に「佐喜眞義肢製作所」を夫婦で開業設立した。当時は車いすも手掛けていたが、1999年、関節装具「CBブレース」を開発、特許を取得し、株式会社佐喜眞義肢への法人化にあたり、この製品に特化した経営に舵を切る。

関節装具とは、様々な病気や事故で肘や膝の痛み悩む、患者の痛みを軽減するために装着するもので、一般的な関節装具は、患部である関節に固定し、関節支持部材を添えて固定するものである。しかし、この固定により、本来身体を支えていた筋肉が落ち、治癒後にも長いリハビリの時間を要してしまう弊害もある。何より器具自体が非常に重く患者の負担も大きい。

義肢装具士として実績を積んでいた時、くも膜下出血で半身麻痺となってしまった40代の妻を歩かせてあげたいという男性から依頼を受けた。しかし、引き受けたものの従来の技術で試作を繰り返すが頓挫してしまう。途中で依頼者から「できると言ったじゃないか」と責められたことよりも、やはり無理だと断った時に、落胆する依頼者の姿を見て、佐喜眞氏は再度奮起する。そんな折り、わんぱくだった幼少期に、竹ぼうきを挟んで正座させられた自身の経験をふと思いだし、「膝裏に横棒を入れ、膝を支えるセンターブリッジ構造」を思いついた。これにより軽量で、尚且つ動きやすい器具が実現できる。

これは、一見誰にでも思いつくような仕様であるが、膝関節の裏には複数の大切な神経や血管があるため、この部分に硬いものを挟むことなどは業界ではタブーであった。しかし、幼少期の経験から、細い棒だったらそこまで悪影響はないのではとの確信もあり、試行錯誤をかさね、「CBブレース」の原型が誕生する。

知財への取組

その後、構造や材料などに改良を重ね軽量化した「CBブレース」は、ただ患部を固定するのではなく、動かすべきところを動か

し、固定すべきところはきちんと固定するという、今までにない発想の基に作られた装具として完成する。これを見た理学療法士から「これは模倣品被害を防ぐためにも、特許の申請をしたほうが良いのではないかと」助言される。

そこで、沖縄県の特許流通アドバイザーの木村氏に相談し、紹介された小橋川特許事務所の小橋川弁理士と一緒に特許の取得を行い、以後、BS国際特許事務所の阿部弁理士と密に相談しながら周辺特許の出願やその他知財の出願を進めている。

佐喜眞氏は困った人を見ると何とかしたいという思いもあり、次々と製品を開発するが、全てを出願するとなると莫大な費用が掛かってしまう。そこで出願内容を検討しながら、戦略的かつ効果的な知財戦略をとっている。

外国出願背景

海外展開は、現在アジアを中心に台湾、韓国、シンガポールと取引しているが、欧州等からも引き合いがある。海外取引が拡大するにつれ、外国出願も必要となり、沖縄総合事務局からの紹介を受け、平成31年度に、当補助金を利用し「WCBブレース」の特許を欧州に出願した。

当該特許は「CBブレース」の進化版で、十字靱帯の役割を追加し、膝を曲げるときに、大腿骨と脛骨を上下に引っ張ることで痛みを和らげ、牽引機能を備えた技術をもつアシスト装置である。

外国出願による事業効果

当初は模倣品が多かったが、海外でも知財を整備し、現地の販売代理店に警告することで模倣品を排除することができるようになった。また、現地代理店との取引の交渉の際も有利に働いており、海外売上も徐々に伸びてきている。ただ、商品の品質維持のために、取引先の企業には、沖縄での研修に参加し、アフターフォローができる人材の育成に対応可能なことを条件に、取引をしている。

妻と二人ではじめた会社は、従業員が20人となり、日本だけでなく世界中からそして

世界市場から声をかけられるに企業に成長した。

佐喜眞氏は、「今までは、医療や、福祉分野で販売してきたが、今後は、スポーツやレジャー、観光など、膝の痛みで悩む人々の生活の一部となる商品として「CBブレース」の役割の可能性について模索し、市場を拡大していきたい」と語った。

特許 膝肘関節アシスト装置 (平成31年度)



支援案件の特許が使用されている
「WCBブレース」



沖縄にあるリハビリ関係施設

転倒事故を無くすために
滑らない靴を追求
驚異のグリップ性能ラバーソールを発明

岡山県

日進ゴム株式会社

所在地／岡山県岡山市北区今8-16-17

事業内容／安全靴や厨房靴、スポーツフットギア、幼小中高生向け教育シューズなど各種履物、工業用ゴム製品の製造販売

資本金／8,000万円 従業員／70人

設立年／1932年

WEB／<http://www.nisshinrubber.co.jp/>



代表取締役社長
渡邊育正氏

事業内容

日進ゴム株式会社は、安全靴や厨房靴、スポーツフットギア、幼小中高生向け教育シューズなど各種履物や、工業用ゴム製品の製造と販売を行っている岡山県の企業である。

設立は1932年と古く、当時日本に導入されたばかりのゴム技術を使い、日本独特の貼付地下足袋の製造や欧米向けにゴム底製布靴の製造からスタートした。現在は、シューズ事業と建築・建材関係、工業用ゴム部品に事業を展開している。

シューズ事業での当社の海外進出は早く、1980年代初頭より中国に生産拠点を置き日本市場で販売。現在も、設計開発は日本で進め、中国、東南アジアで生産を行う。

シューズ業界は価格競争が激しく、競合他社も多い。しかし、当社が10年をかけ開発した防滑性靴底が世界最高レベルの防滑性を実現し、食品工場、金属加工、建築現場向けのいわゆる「ワークシューズ」として引き合いが増加し躍進した。

現在でも、人気テレビ番組等メディアやネットで当社シューズの「滑らない」性能が注目されることも多く、世間の認知度は高い。

知財への取組

知財への気づきは、1960～70年代に公知と思われていたスペックで、大手企業から権利侵害を指摘され、当社だけでなく同業他社も含め、係争・訴訟になってしまった業界全体の苦い経験があったという。当時は、知財の意識も低く、検索環境も未発達だったので、他者の権利を予め調べる習慣もなかった。当社では、その経験を踏まえ知財を重視し、整備していく意識が芽生えた。

社内の知財管理体制としては、取締役の渡邊氏ら2名で主に対応し、出願の内容については、研究員も交えて検討する。知財戦略としては、商品を展開する際に、まずは他者の権利を踏まないということを念頭に置き、また特許出願については、競争力の強化を目的としている。そのため、当社の技術「滑らない靴底機能」が集約された、安全靴や厨房靴の「HyperVシリーズ」でも、特許、商標、意匠など知財で権利を固める。

当製品は、通常の路面はもちろん、油や水、石鹼水の飛散した状況でも驚くほどの防滑性能を発揮し、そのグリップ力は通常のラバーの2.5倍を上回り、当社のワークシューズ、厨房シューズ、スニーカーなどに搭載されている。

外国出願背景

当社では、シューズの生産拠点が海外にあり、特に中国では模倣品被害が多く、海外での権利化も必須であると考えている。外観の模倣品が出たとしても、真正品の機能性には自信はあるが、模倣品を真正品と思い込んで購入したユーザーには、当社ブランドに対してマイナスイメージがついてしまうからである。

しかし、外国出願には多額の費用を要することから、弁理士からの勧めもあり、(公財)岡山産業振興財団を窓口で、当補助金を活用して、前述の「HyperV」を、寒冷地や冷凍庫内での転倒事故を予防できるラバーソールに進化させた冰雪専用タイプの製品特許として平成30年度に欧州へ出願。すでに登録許可を受領した。

当製品は、ソール部に小さな四角の中に逆ピラミッド構造の凸凹を採用したことで、ガラス繊維やセラミック粉などを混入せず純粋にゴムだけで製造されているにもかかわらず、驚異のグリップ力を発揮する。また、硬い異物を混入していないので床面を傷つけず、電車や室内にそのまま入ることができ、食品工場の冷凍倉庫などでも重宝されている。現在、どのような靴にも着脱可能なアタッチメントタイプとして発売。当製品に関しては、「メイド・イン・ジャパン」を掲げ、国内での生産にこだわる。

外国出願による事業効果

海外展開に際しては各国で基準規格が異なるという課題もあるが、「HyperVシリーズ」全体としては現在6カ国へ輸出している。

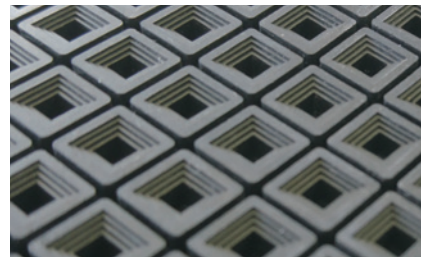
支援案件の製品は、発売初年度に1万5千足を超過して売れた人気商品であり、海外でも販売のパートナーを開拓中である。

海外展開に際しては、知財を保有しているため、サンプル製品も躊躇なく送ることができ、販路拡大に積極的に取り組むことができる。

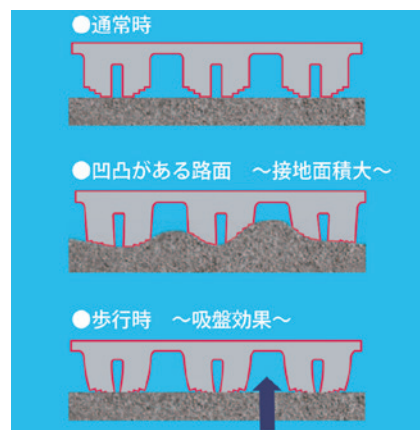
今後については、国内での基盤整備も含め、当社の強みである防滑技術の向上とともに、異物が意匠の目に詰まらない靴底など衛生面でも付加価値のある製品の開発を進めていきたい。

特許 靴底及び靴並びに滑り止め部材 (平成30年度)

支援案件特許が使用されている製品
・HyperV スタッドレスソール



逆ピラミッド型の凸凹で、接地時に意匠が広がりとともに氷上の水分を一瞬吸収することで吸盤効果を生じさせ滑りにくい。



吸盤効果の性能イメージ図



HyperVスタッドレスソール装着イメージ

※「教育シューズ」、「HyperV」は日進ゴムの登録商標です。

自社の既存技術を応用した
異業種への参入事例
知財の保有は海外取引でも重要

福島県

エコー電気株式会社

所在地／福島県白河市新夏梨1-2

事業内容／テープ製品加工、加工製造省力化設備
設計・製作、医療機器製品販売 加工製造

資本金／2,650万円 従業員／51人

設立年／1959年

WEB／<http://www.echo-mf.jp/>



代表取締役 宮坂静子氏

事業内容

エコー電気株式会社は、工業用・オフィステープ製品製造、省力化設備の設計製作の技術に加え、既存技術を応用した検査医療器具などを開発し、異業種の医療分野でも研究開発をすすめる福島県の企業である。

同社は、大手企業から委託されオフィス用付箋や工業用粘着テープ製品を製造しているが、リーマン・ショックを機に、新規事業を模索。当時、福島県が行っていた医療分野へ事業進出するための研究会に参加した。

その際、眼科医からドライアイ等の診断検査器具を眼表面を傷つけないように低侵襲で、迅速、簡便に施行できるようにつくれないかというよう要望の下、異業種である医療器具の開発に挑戦し、涙液分泌機能検査機器「ストリップメニスコメトリ チューブ (SMTube)」を製品化する。

知財への取組

創業時は金属プレス加工事業を行っていたが、現代表の宮坂静子氏の配偶者であり、亡くなった前代表はものづくりに熱意を持ち、様々な製品開発を行っていた。また、前代表の友人である現顧問が、その当時は大手企業内で知財業務に携わっていたこともあり、適宜アドバイスを受けながら、技術面での特許を取得するなど当初から知財への意識は高かった。

ドライアイ等の眼表面疾患の処置、屈折矯正や白内障の手術後のケア等において、涙液量の評価は重要であるといわれている。しかし、従来型の検査方法では、検査紙のキットを下瞼に約5分間入れる必要があり、患者の苦痛を伴うだけでなく、眼表面を傷つけてしまうリスクがあった。

そこで、新しいストリップメニスコメトリ法として、下眼瞼の涙液メニスカスに5秒間浸すだけで、従来のように結膜嚢に差し込む必要がなく、眼表面にも触れず、刺激を最小限に抑え、迅速に検査が可能な新しい検査器具を開発した。万が一、眼表面に触れても損傷が生じないような、素材、構造、形状で患者の安全に配慮した設計となっている。また医療従事者が簡便・正確に施行できるよう規格量産化した製品でもある。

当社の製品は、技術的な独自のノウハウはあるものの、「物」であるため外観の模倣

が容易である。そのため製品開発においては、特許だけではなく、意匠、商標を組み合わせることで取得することにより、製品を保護していく実践的な知財戦略を行っている。

外国出願背景

当社では、受託生産だけに頼らず、今後の企業発展のためにも、海外展開をしていきたいという思いは強く、早い段階で海外の市場調査を行っていた。

その際、ドイツで開催された世界最大級の医療機器展示会である「MEDICA (メディカ)」にジェトロの案内により出展し、眼科医との接点ができ海外展開のきっかけとなった。

企業の海外展開の加速に合わせて、海外での知財の出願も必要となり、平成27年度に(公財)福島県産業振興センターの支援により、特許を米国、欧州、中国など7カ国に「SMTube」の技術の特許出願し、5カ国登録された。

しかし、一方で医療器具を扱うことから、震災での原発事故の影響もあり、川俣の本社工場を白河市に移転させなければならない困難もあった。

外国出願による事業効果

海外の代理店との取引において、知財の保有状況については必ず確認される。各国で権利を登録できているということが製品の信頼性に繋がっていると実感できる。

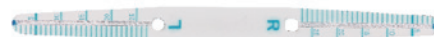
また、欧米等での展示会にも積極的に出展しており、現地の医師や海外販売店との関係性が構築されており、韓国、台湾、カナダ、イタリア、イギリスでも販売が開始され、着実に事業展開が進んでいると実感している。

当商品の需要は海外でも非常に大きいと思っているが、特に医療機器においては論文の数が重要であり、新規参入の製品でもあり引用した論文が少ないことが課題。しかし、英国やインドの大学での論文の発表もあり、徐々に広がりを見せている。

本年1月、中国で医療機器の登録許可を受け、製品パッケージや取扱説明書の作成もすすめ、本格的な注文を受け、展開が始まった。従来から蓄積した技術で、企画、開発だ

けでなく自社で製造もできることが当社の最大の強みである。「今後も世の中のためになることをポリシーに、貢献できる企業として躍進していきたい」と宮坂代表は語った。

特許 液体検査用具 (平成27年度)



支援案件の特許が使用されている

・ SMTube

〈検査の様子〉



SMTubeを使用した検査



眼科医だけでなく、看護師による検査も可能

ポリウレタン製マスクのパイオニア「PITTA MASK」

積極的に知財に取り組み、

冒認対策、模倣品被害の抑制に活かしている事例

愛知県

株式会社アラクス

所在地／愛知県名古屋市中区丸の内3丁目2-26

事業内容／一般用医薬品を中心とした医薬品・衛生マスクなどの製造販売

資本金／1億円 従業員／237人

設立年／1990年

WEB／<https://www.arax.co.jp/>



名古屋にある本社

事業内容

株式会社アラクスは、解熱鎮痛薬「ノーシン」や、妊娠検査薬「チェックワン」など、薬局やドラッグストアで、処方せんなしで購入できる「OTC医薬品」などの製造販売を行っている愛知県の企業である。

1853年（嘉永6年）に創業し、前身である「荒川長太郎合名会社」は地元でも由緒ある企業として高い知名度を有している。長年にわたり、看板商品である解熱鎮痛薬「ノーシン」・「ノーシンピュア」ブランドを展開し、いずれも有名タレントを起用したテレビコマーシャルにより市場での認知度は高い商品となっている。

用途や対象でターゲットを絞った研究開発によるブランド力ある商品の開発力は強みであり、一定のリピート客を有する医薬品メーカーである。

また、医薬品以外の主力商品の1つであるポリウレタン製のマスク「PITTA MASK」は、新型コロナウイルス感染症拡大以前の2013年から販売しており、それまでは不織布のマスクが一般的であった時代に、ポリウレタン製マスクを日本市場にいち早く投入したパイオニアでもある。

知財への取組

創業時から、創業者の名前を由来とした「屋号」を効果的に使い、商品名においてもブランディングを重視した経営方針を持つ。また、前身のころから商標出願を行っており、1969年（昭和44年）には、現社名である「アラクス/ARAX」の商標出願を、以後、特許、意匠出願も行い、かなり早い時期から知財に対して積極的に取り組んできた。

近年では、日頃から弁理士と密接に連携をとり、新製品リリース時には、積極的に権利化の検討・出願をしている。

また、2018年4月には、知財に関する権利を一元管理する専門部署を設立し、より組織的な知財への取り組みを整備した。

外国出願背景

当社の「PITTA MASK」は、使い捨てではなく洗って繰り返し使うことができ、柔らかい伸縮性のある素材のため、顔に密着し花粉が侵入する隙間をつくらず、また長時間着けていても耳が痛くならない商品である。

また衛生用マスクが白1色だった時代に、グレーを皮切りにカラー展開することで、発売当初から日本市場だけでなく韓国や中国などのアジア圏で人気を博した。

その一方で、パッケージデザインを完全にデッドコピーした商品や、商品名「PITTA」のアルファベットの順番を巧妙に組み替えた商品などの模倣品被害が、アジア圏で多発してきた。そこで、2016年から特許庁の「模倣品対策支援事業」を毎年利用し、模倣品の流通ルートや生産拠点の調査を行い、模倣品摘発を実施。また並行して、明らかに「PITTA」を模倣した冒認出願に対しても「冒認商標無効・取消係争支援事業」も活用しながら侵害対策を講じている。

また、模倣品排除のためにも、商品の展開先である中国・韓国等アジアを中心に、企業ロゴ等の商標やマスクの意匠を平成30年度から、（公財）あい産業振興機構とジェトロを窓口に対補助金を活用して出願している。

外国出願による事業効果

海外市場も大きい当製品において、積極的に海外でも商標権や意匠権を権利化することで、販路拡大だけでなく、侵害対策にも強い効果を発揮している。また、商標出願の際には、オリジナルの「PITTA MASK」をハングルなどの現地語表記にしたバリエーションでも出願することにより、冒認対策、模倣品被害の抑制につなげている。

今や、マスクを着けることが日常となったが、当社ではコロナ禍の前からマスクを「医療、衛生用品としてだけのマスク」ではなく、ファッションとの融合を図るアイテムとして位置づけ、商品サイトで着用写真を掲載したり、2019年2月と2020年2月に「PITTA MASK」のポップアップストアを東京・表参道ヒルズに期間限定でオープンしたりしてマスクの可能性を打ち出してきた。

さらに今般のコロナ禍において、高性能かつ、豊富なサイズやカラーバリエーションにより、ファッションの一部として楽しめる当社製品は、入手困難になるほどの人気で、海外だけでなく、国内のマスクの需要拡大により業績が伸びている。

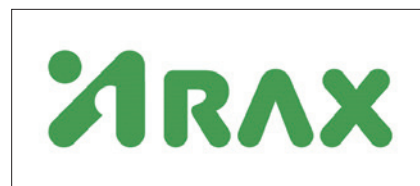
意匠

衛生マスクの意匠（平成31年度）

商標

ARAX（平成30年度）

PITTA（平成30年度） 他



支援案件の商標が使用されている

・PITTA MASK

