

Benefit of Acquisition
知的財産権の活用で
得られたメリット

1	他の違いが「見える化」された
2	従業員の「レベルアップ」を 推進できた
3	競争する企業との「競争で優位」に 立てた
4	取引先との「交渉力」を 強化できた
5	弊社に オリナリティーを 「伝える」ことが できた
6	パートナーとの 「関係づくり」に 活かせた

術や製品を創出することによって、「技術立社」になることを目標にしています。

野口・興研グループには282名の社員がいますが、その中で77名が研究開発職、3分の1近くが技術者です。私たちがどれだけ研究開発に力を入れているか、この数字でもお分かりになるかと思います。1943年の創業以来、守り続けてきた社風、それが「他社に追従しない」「徹底的に研究する」の2点、技術立社として、研究開発ではとにかく負けないメーカーにならうという目標を掲げています。

竹内：つまり、技術者が開発した新技術を保護する知的財産権が私たちの経営資源そのものです。興研は、知的財産権の取得によって技術を守り、知的財産権という第三者評価を使つて新しい市場を切り拓いていく会社でした。がつ、私たちにとって知財戦略は、経営戦略しない「徹底的に研究する」を、技術者全員に徹底・浸透させるために、月に一度開催される研究発表会において、考え方や価値の共有化を図っています。そして「クリーン、ヘルス、ゼー

ド」の中にはまず、私たちの事業内容や経営方針について理解いただいた方がいいと思します。興研は主にマスクをつぶっている会社ですが、工場や建設現場用のマスクをはじめ、医療用マスク、鳥インフルエンザ対策やテロ対策のための特殊マスク、防護着の防護マスクなど、呼吸用保護具を中心としたセーフティの事業で成長してきました。私たちはセーフティ分野で培った当社の独自技術を生かし、クリーン、ヘルスの分野に向けてさまざまな製品を開発することで、新たなステージに登ろうとしています。

竹内：世の中には「世の中に役に立つものづくり」が私たちの研究開発の出発点です。中小企業は大企業と競っても資本力やブランド力などで負けてしまいます。そこで私たちは世界にない、当社にしかできない、オンラインワーキングの技

——知財戦略を経営戦略の一つとして位置づけていらっしゃるとか、なぜそこまで知的財産を重要視されているのでしょうか？

竹内：それはまず、私たちの事業内容や経営方針について理解いただいた方がいいと思します。興研は主にマスクをつぶっている会社ですが、工場や建設現場用のマスクをはじめ、医療用マスク、鳥インフルエンザ対策やテロ対策のための特殊マスク、防護着の防護マスクなど、呼吸用保護具を中心としたセーフティの事業



装着者の呼吸に合わせて内蔵のファンが送風するため呼吸が楽で安全性も高い、電動ファン付き呼吸用保護具「プレスリンク」シリーズ



野口 真二さん

竹内 広宣さん

世の中には、真に役に立つ ものづくりと新市場の確立を 独自の知財戦略で実現する

例えばここに、密閉もされていないのに数十秒で世界最上級の清浄度クラス1のクリーンな空間をつくり出せる装置がある。これまでのクリーンルームとはまったく発想が違う「世の中には役に立つ」ものを、どうやって市場に投入していくか。

経営戦略としての知財戦略で新市場を切り拓く、その独自のシステムを、開発部長の竹内広宣さんと知財担当の野口真二さんに語ってもらった。

人を育てるための 独自の取り組みを構築 発明の評価も非常に充実

——経営理念の最初に掲げられている「人を育てる」について、具体的に教えていただけますか。

用しています。

「世の中には、真に役に立つものづくり」というのが、かなりハードルが高いのではないかと感じます。

竹内：そうですね、それを実現するための具体的な手順については経営理念に掲げられています。まずは「人を育てる」と、当社オリジナルの人事管理制度や社内研修講座を構築して、人の力を最大限に引き出すことに注力しています。次に「技術を育てる」。他社に追従しない「徹底的に研究する」を、技術者全員に



自動ラッピング機能と電解水生成器を内蔵し誰でも簡単に使用できる
内視鏡洗浄消毒装置「鏡内侍IIG」



クリーンルーム革命をもたらすスーパークリーン生成装置「KOACH」

ジナリティーや収益性の観点からの質問が浴びせられます。「他社との差別化要素は?」「特許取得できないのか?」「販売見込みの根拠は?」。緊張しますよね。この質問に答えていく中で、自分の研究についての新規性、進歩性を再確認しますし、他社が出している特許や世の中の技術革新についての理解も深まり、それを常に意識しておかなければならぬという気付きにもつながります。私たちも技術開発員として参加しますし、とくに野口は知的財産の専任担当者として、この研究発表会の場で出願できそうなものはいかかっていっただけで見てくれていると思います。

野口：そうですね。特許に発展する技術の発見もありますし、あとで知財教育をするときにそのテーマに合わせて説明することで理解が深まるので、教育の材料としても見てもらっています。

野口：出願に対する表現が妥当かどうかまで確認するほどです。経営者は海外出願はPCTを使う、「電話面接を利用すればどうか」といった目線で見てくれていると思います。

野口：そこでね、特許を利用することも知的財産の支援制度についても知っていますし、積極的に利用するよう指導もされます(笑)。

竹内：特許を把握していないとこれまでの研究開発が後回りしたり、市場に出してから問題が起きてしまったりするので、初期の段階で徹底してリスクを回避することも経営戦略のポイント。とはいっても、経営者にジャッジを任せてしまうのではなく、研究者一人一人が知的財産についての意識を深めることができて、

— 経営者に対する方針は

知的財産の観点が必要不可欠

経営的な視点で 判断し決定される

— 知財会議というものもあるのですね。

— 今後の目標について教えてください。

課題だと思っています。

野口：経営者が積極的なので特許数は中小企業にしてはかなり多い方だと思います。海外での知的財産も増えています。現在では十数社国で100件以上の権利を保有しています。

竹内：新しい技術が出たときの出願戦略を立てるのが知財会議です。出願前に「いたずらに権利範囲を広げていないのか?」請求項の数が多いすぎないか?「この書き方でいいのか?」
「弁理士の意見は?」といった議論が行われます。

野口：創業以来続いているさまざまな取り組みにより、知的財産に対する意識は高まっています。それに、文化として根付いています。それでも若手社員はまだ浸透していないので、知財教育にさらに力を入れていきたいですね。また「知的財産が利益につながっているか?」だけでなく「もしかしたら知的財産にお金をかけすぎているかもしれない」という

たままで分析をして、より経営密着型の知財戦略を構築できるよう、スキルアップしていく

— 経営者が知的財産に対してここまで関与されているのかがうがえます。

野口：興研ではマーケティング部門はお客様に直接接するので、ウイングを発見する。技術本部は数年先を見えて研究していく。製造本部は現製品の

アッパーとする役目も担っています。発明者が経験線を持ちながらも、発明者のアビールをバックアップする役目も担っています。発明者が経験の浅い若手社員である場合は、経営者にアビールすることは難しいのですから(笑)。アビールにより評価が変動しない場合もありますが、低い評価でも、経営者から「こういうところが足りない」と直接説明してもらえたので、発明者は納得して判定を受け入れられました。次の発明の参考になります。

野口：興研ではマーケティング部門はお客様に直接接するので、ウイングを発見する。技術本部は数年先を見えて研究していく。製造本部は現製品のアビールにより評価が変動しない場合もありますが、低い評価でも、経営者から「こういうところが足りない」と直接説明してもらえたので、発明者は納得して判定を受け入れられました。次の発明の参考になります。

野口：興研ではマーケティング部門はお客様に直接接するので、ウイングを発見する。技術本部は数年先を見えて研究していく。製造本部は現製品のアビールにより評価が変動しない場合もありますが、低い評価でも、経営者から「こういうところが足りない」と直接説明してもらえたので、発明者は納得して判定を受け入れられました。次の発明の参考になります。

野口：興研ではマーケティング部門はお客様に直接接するので、ウイングを発見する。技術本部は数年先を見えて研究していく。製造本部は現製品のアビールにより評価が変動しない場合もありますが、低い評価でも、経営者から「こういうところが足りない」と直接説明してもらえたので、発明者は納得して判定を受け入れられました。次の発明の参考になります。

野口：興研ではマーケティング部門はお客様に直接接するので、ウイングを発見する。技術本部は数年先を見えて研究していく。製造本部は現製品のアビールにより評価が変動しない場合もありますが、低い評価でも、経営者から「こういうところが足りない」と直接説明してもらえたので、発明者は納得して判定を受け入れられました。次の発明の参考になります。

野口：興研ではマーケティング部門はお客様に直接接するので、ウイングを発見する。技術本部は数年先を見えて研究していく。製造本部は現製品のアビールにより評価が変動しない場合もありますが、低い評価でも、経営者から「こういうところが足りない」と直接説明してもらえたので、発明者は納得して判定を受け入れられました。次の発明の参考になります。



Company Profile 興研株式会社

代表取締役社長／村川 勉
本社所在地／東京都千代田区四番町7
事業内容／防じんマスク、防毒マスクなどの労働安全衛生保護具、及び環境関連機器・設備の製造、販売
電話／03-5276-1926

