Orec

株式会社オーレック

農業機械の製造・販売

16

特許につながる独創的な製品を生み出す原点は徹底した現場主義

——自社製品の特許化を積極的に行われていますね。

大城：「世の中に役立つものを誰よりも先に創る」という当社の創業理念を表すものの一つが、特許権であると考えています。ですから、「これは世の中にない製品か」「新しい機構、アイデアか」ということを常に意識することはもちろん、その先の特許権取得も見据えた開発を行っています。

——業界初といわれる製品を世に多く送り出されていますが、オリジナリティーを生み出す発想の源はどこにあると考えますか？

関：私たちの製品の使い手は農家さんです。農家さんの声こそが開発のきっかけとなります。農家さんがどのようなニーズを抱いているかを営業がキャッチし、それを機械でどう解決するかを考えるのが開発部です。当社では「超顧客志向」を行動方針に掲げており、開発担当も頻繁に現場へ出向き、農作業を体験しています。この現場主義がオリジナリティーの源であり、当社の強みだと感じています。

——ここ数年は機能性だけでなくデザイン性も重視し、意匠権の取得にも力を入れていますね。

関：そのきっかけの一つは、農家さんの農業に対する意識の変化があります。かつては「農業機械は作業性が高いものが良い」とされ、農家さんも私たちも機能性を重視してきました。しかし、今では「機能性が良いのは当たり前。それならば、デザイン性が高い方が良い」という考え方に変化しています。それは、農業自体の在り方が変わってきているからではないかと思います。かつての農業といえば、第一次産業らしく「良い農作物を作る」だけでした。しかし、農業者自身が流通にも関わるようになり、農業を「経営」と捉えるという考え方に変化してきました。それに伴い、農業者自身も自分たちのブランディングを考えるようになり、普段使うツールも機能性が同じならばデザイン性の高いものが良いという意識に変化してきたのだと思います。

——そのニーズをキャッチしたことで、デザイン性も重視するようになったということでしょうか？

関：そうですね。ただ当社の中でも大きな変化がありました。それが4年前、創業70周年に向けて会社全体をリブランディングしたときです。創業以来、有機農法の一つである「草生栽培」を農業機械で支援していることから、リブランディングに際して「草と共に生きる」という新たなコンセプトを掲げました。このコンセプトが、会社が発信するものすべてに見えるように会社のロゴなどを一新。製品デザインにおいても外部のプロダクトデザイナーを起用し、デザイン性の統一とクオリティーアップを図りました。このときから、意匠権も会社の重要な知的財産と考えるようになりました。それ以前は、農家さんのニーズに直結する機能性を優先し、デザイン性は二の次三の次でしたから。

——デザインにも重きを置くようになってから開発において変化はありましたか？

大城：開発アイデアの段階から機構とデザインを同時に成り立たせる発想が出るようになりました。外部のプロダクトデザイナーによる勉強会を開き、デザインの視点を加えたものづくりを学ぶ機会を設けています。とはいえ、農作業をいかに簡便にできるかが一番の目的で、そこは機能性にしてはいけません。使い勝手、耐久性、メンテナンス性を担保しつつ、デザインはどうあるべきかをいつもプロダクトデザイナーと議論しています。

——では、特許権と意匠権の関わりについてはいかがですか？

大城：基本的には特許権を優先しています。特許権が難しそうだったら、意匠権の取得も同時にチャレンジしてみようという考え方です。2017年に発売された水田除草機「WEED MAN」がまさにそうですね。従来の水田除草機は稲の列の間だけしか除草できなかったのですが、「WEED MAN」は株間の除草も同時にできる業界初の除草機構「回転式レーキ」を実現しました。その機構というのが、八の字状に傾斜した回転軸に放射線状の細い棒を取り付けたもので、この棒が回転することで株間の雑草を根ごと掻き取ることができます。この機構で部分意匠を取得し、他の水田除草機と差別化ができたと考えています。

優れた技術（特許）とデザイン（意匠）を武器に新たな市場の開拓を目指す

——特許権と意匠権、2つの知的財産を活用することによって生まれた効果や新たな強みはありますか？

関：「オーレックはオリジナリティーをモットーに製品を開発しています」という企業精神を言葉だけではなく、特許権と意匠権で裏付けることができるのは大きな強みだと感じています。企業全体のブランド価値を高めることにも2つの知的財産が大いに貢献していると思います。

——特許権取得が事業の発展だけでなく、農業の発展に貢献できていると感じるところはありますか？

関：特許権につながる新たな機構を開発したことによって、農家さんの作業効率を上げることができたと考えると、農業の発展に貢献できていると言えると思います。

大城：例えば、先ほど話に出た「WEED MAN」ですが、この製品が登場する前までは、水田に除草剤をまくのが当たり前でした。そこで、「除草剤を使わなくても稲の周りの雑草をきれいに取り除くことができるようにしよう。そして、安心・安全を消費者に届けよう」という思いから「WEED MAN」は開発されました。農作物の安心安全や消費者の健康に貢献するために、機械でどのように実現していくか。「WEED MAN」は意匠権しか取得できませんでしたが、そうした思いが知財活動につながっているのは間違いありません。

——「業界初」を含めた数多くの特許技術を生み出していますが、その活用法は考えられていますか？

大城：当社には草刈機の開発で積み上げてきた「取り除く」「除去する」という技術があります。この技術を、世の中に必要とされていない物を取り除くことに生かしていけたらと考え、新たな開発を進めています。その一例が雪の多い場所で活躍する除雪機「SNOW CLEAN」、悪臭を取り除く畜産消臭システム「Dr.MIST」になります。

——今後、知的財産を生かした経営戦略や企業としての展望はありますか？

大城：現在は J-PlatPat などの、インターネットでの特許情報が入手しやすくなりました。これを活用することによって特許技術から業界のトレンドを考察したり、競合他社の動向を確認したりすることが可能です。これらをもとに当社の業界におけるポジショニングを見直しながら経営戦略に生かしていきたいですね。

有機農法を支える特許技術で農業の発展に貢献

小型農業機械の製造を中心に、自走式草刈機、乗用草刈機の分野で国内4割のシェアを持つ株式会社オーレック。オリジナリティーを追求したものづくりで「業界初」といわれる製品を次々と生み出している。その背景と知的財産権を生かした経営戦略について開発部の大城孝弘さんと経営総合部の関雅文さんに話を聞いた。

開発部 部長 大城 孝弘さん

経営総合部 部長 関 雅文さん

Benefit of Acquisition

知的財産権の活用で得られたメリット

1	2	3	4	5	6
他との違いが「見える化」された	従業員の「レベルアップ」を推進できた	統合する企業との「競争で優位」に立てた	取引先との「交渉力」を強化できた	顧客にオリジナリティーを「伝える」ことができた	パートナーとの「関係づくり」に活かせた

Product Examples

商品例と知的財産権

WEED MAN

水田除草機「WEED MAN」は稲の列の間だけでなく、従来は難しかった株間の除草を実現。業界初の除草機構で部分意匠権を取得している。高いデザイン性から「2019年度グッドデザイン賞」も受賞

Company Profile

株式会社オーレック

代表取締役社長／今村 健二
本社所在地／福岡県八女郡広川町日吉548-22
事業内容／緑地管理機・農業機械製造販売
電話／0943-32-5002（代表）