

東京ブラインド工業株式会社

「知財活動の質」を高めるためには
良い人間関係や信頼関係も大切

創業以来70余年の歴史を持つブラインドメーカーであり、品質の高い商品開発を通して、顧客の満足を追求している。近年は「音環境を整える」をコンセプトに音が変わると毎日が変わることを実感する快適空間を提供。使用素材を吟味するなど、地球環境や人の健康にも配慮しながら社会に貢献できる企業として新たな挑戦を続けている。

主な権利

1985年：商標登録 第1772371号
2009年：商標登録 第5260003号
2017年：特許 第6222628号
2018年：特許 第6379413号
2021年：意匠登録 第1694382号

会社概要

所在地：東京都港区白金3-9-15
電話：03-3443-7771
URL：https://www.tokyo-blinds.co.jp
業種：各種ブラインド・間仕切りなどの製造・販売・保守・修理サービス
創業：1949年(昭和24年) 資本金：3,000万円



代表取締役社長：櫻井 武志さん(左)
専務取締役：櫻井 弘美さん(右)

「音環境を整える」ために
さまざまな新商品を開発

ブラインドと言えば、遮光・遮熱の機能のある窓辺のインテリアを思い浮かべることが多いであろう。だが、1949年創業という長い歴史を持つ東京ブラインド工業株式会社は、そうした基本機能だけに留まらず、「時代が次に求めるものは何か」を常に意識しながら、他に類を見ないユニークな商品開発に力を注いできた。これまでのブラインドの世界に、さまざまな新しい価値を吹き込んできたのである。国内で初めて、天然国産杉を使った地球に優しい木製ブラインドを開発したことも、その一つだ。

さらに力を入れて10年以上前から取り組み続けているのは、「吸音」という新たなマーケットである。「音環境を整える」というコンセプトのもと、吸音機能を備えたブラインドやパーティション、パネルなどを開発。ストレスのある音環境を快適な空間に改善し、近年では働き方改革を推進する企業をはじめ、多くの人々に

喜ばれている。

重要な取り組みを支える
ニッチトップ育成支援

そんな同社が知財センターによるニッチトップ育成支援を最初に受けたのは、2010年からの3年間だった。ちょうど、音に対する取り組みを進め始めた、大切な節目の時期である。

そして1回目の支援の時期に組み始めた吸音関連製品の各種展開、事業拡大に合わせて、2018年4月からの3年間、2回目の支援を受けた。櫻井社長はこう語る。「商品のバリエーションについての特許や意匠、商標の出願・権利化のサポートを受けました。これ以外にも業界全体の吸音性能の標準化に向けた取り組みや各種契約など、幅広く相談しました」

ニッチトップ育成支援期間中にも多くの知的財産権を取得したが、それによって他社から向けられる目も違うという。「中小企業では、まだ理解が少ないと感じることもありますが、大企業はかなり

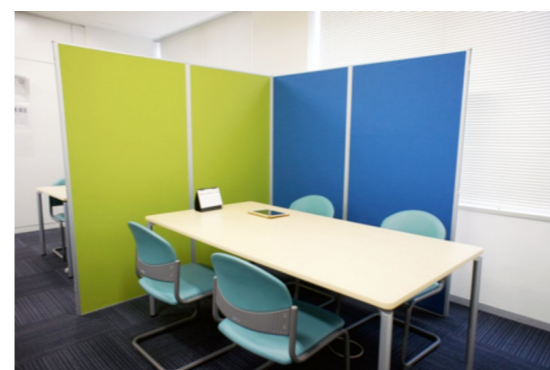
良い反応を示してくれます。知財が信頼の証になるということはあるでしょう」

弁理士も含めたアイデアで
「三人寄れば文殊の知恵」

知財に関する取り組みにおいては、同社ならではのユニークな特徴があった。それは、顧問の弁理士と知財センターが、ともに連携してサポートを行ったことである。櫻井社長は「私の新しいアイデアを弁理士と知財センターのアドバイザーに話し、どんな出願ができるか一緒に考えていると、さらにいろいろなアイデアが出てくるんです。ただ権利を取るだけでなく『こういう権利を取っておくべきだ』『会社としてここを押さえておくために、こんな内容の出願をすればいいのではないかと』という、より明日につながる有益なものになっていく。みんなで知恵を出し合うと、それぞれに見方が違うからいいですね。そうして当社は、アドバイスを受けながら『洗練された知財活動』を推進することができたと感じて



壁に貼るだけの高性能吸音パネル「フェルトーン®」。音声聞き取りにくくなる反響音や、外に漏れる音声を低減する。



吸音ローパーティション「フェルトーン®」。オフィスなどにおける騒音や反響音を抑え、落ち着いた音環境を実現。仕事の効率アップにもつなげる。



過度な反響音を吸収し、室内の音環境を改善する吸音ブラインド「フェルトーン®」。オフィス、学校、病院、店舗、スタジオ、音楽教室など幅広い環境に利用できる。



オンライン会議の音環境を改善する「フェルトーン® 吸音エコブース」。簡単にパーソナルスペースを確保できる。

おります」と楽しそうに語る。

一つの課題に対してみんなが仲間のようによく協力し合うことで、発明の発掘にもつながる。「知財の質」のようなものも高まっていく。良い信頼関係が、良い仕事につながる好循環を生んでいるようだ。

中小企業では優先順位として
知財が下のランクになりがち

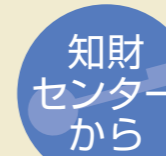
「私たちは新商品開発型の企業です。オリジナルのものを作るにあたって、構造なり特徴のある部分を、知財で守ろうと考えています。ですから、なるべく知財権が取れたものから商品化するようにしています。そうすることで、他社によるコピーを防ぐことができますし、価格競争にならないんですよ。企業にとって大切な利益性を確保できます。ですから、ブランド戦略と同様に、知財は大切です」と櫻井社長。

さらにこう続けた。「中小企業にとって知財戦略は、日常の中の優先順位として、下の方のランクになりがちです。資金繰

り、売上、仕入れ、人事評価や新商品開発。そうしたものに比較すると、知財はその次になってしまうでしょう。また、知財に必要な知識は莫大なもので、そのために弁理士という専門家がいます。それを中小企業の代表なり担当者が一人でやるというのは、とても厳しい環境だと感じます。ただし重要であることは確かなので、そこにニッチトップ育成支援のような制度を使えるのは、とてもありがたいことだと思っています。また機会があれば、ぜひお願いしたいくらいです」

社会に貢献しなければ
会社は長続きしない

知財を考えるきっかけになったのは、



応用分野における知財網の構築を重点的に活動

特許・意匠・商標の新規出願を支援したほか、各種契約でもアドバイス。吸音技術の応用分野での知財網の構築については重点的に活動し、成果も得られたと思います。櫻井社長は経済産業省産業構造審議会 知的財産分科会弁理士制度小委員会の委員で、中小企業の立場から各種意見を発言していただきました。担当：西郷(秋葉原)、井上(城南)アドバイザー