

精電舎電子工業株式会社

研究をベースに経営・技術・知財が三位一体となった知財活動を推進

超音波・高周波・レーザーなどの、溶着・溶断装置において国内トップシェアを誇り、海外にも知られるソリューションカンパニー。1961年には、世界で初めて超音波ウェルダー（溶接機）を発表し、その後、5,000社を超える圧倒的な納入実績につながった。日本初のバルーンカテーテルレーザー溶着装置の開発により平成27年度の東京都功労者表彰で、技術振興功労賞を受賞した。

主な権利

1993年：商標登録 第2581206号
2011年：特許 第4845158号
2013年：特許 第5344415号
2014年：特許 第5668242号
2015年：商標登録 第5746835号

会社概要

所在地：東京都荒川区西日暮里 2-2-17
電話：03-3802-5101
URL：http://www.sedeco.co.jp
業種：プラスチックの溶着・溶断装置や樹脂加工機器などの開発・製造・販売
設立：1956年（昭和31年）資本金：8,862.5万円



代表取締役社長：松岸 則彰さん（上）
知財担当：長澤 直和さん（左下）
技術部長：渡辺 公彦さん（右下）

日本におけるさまざまな産業分野を支える技術

精電舎電子工業株式会社は、1924年、通信機のメーカーとして創業。その後、国内プラスチック産業の伸長に伴って、プラスチック溶着機の研究に注力するようになった。よく知られているところでは、1960年に発売された「ダッコちゃん」人形の製造装置がある。塩化ビニールの接合に優れた技術を有していたからこそ、大きなブームの影の立役者となり、またビニール玩具業界の発展に貢献した。その後も1961年には、樹脂を超音波によって溶着する世界初の「超音波溶着機」を発表するなど、国内トップシェアを堅持。マスクや100円ライター、メモリーカード、家電、自動車に至るまで、多分野の製品作りに同社の技術が導入されている。「基本的には海外の企業との取引ではなく、この国の企業のために技術を支援するという姿勢です。なんでもかんでも売ればいいという時代は、もう過ぎたように思います」と語るのは、松岸社長。

「海外に技術供与すると作り方が分かって、コピーされてしまうものもあります。それで当社の技術が台湾・中国に流出してしまったケースもあるんです。そんな事態を防ぎ、会社の価値を守るためにも、やはり知財戦略が重要になりますね」

内部の知財専任者を中心に外部の知財センターを活用

知財戦略の大切さを感じた松岸社長は、2008年、専門の人材となる知財担当者を探して、本格的に力を注ぐことにした。そして、ある大企業で知財を担当していた長澤氏を見つけ、経営企画室（当時）に配属した。「以前から特許事務所などと連携を取っていましたが、知財担当者を中心に、知財センターの支援・サポートを受けられる体制にしました。事務所も新しい所にレベルアップしました」と松岸社長。このことにより、知的財産の出願で、強い権利が狙い通りに、確実に、早く、安く取得できるようになった。出願のしかたを工夫し、1件の特許で基本発明

から周辺発明までを包括してカバーできるなど、大きな効果をもたらしている。「中小企業は『人がいない』『金がない』と嘆くより、さまざまな支援事業があるのですから、それを利用しない手はない。世の中の知財支援制度は充実しています。社外の力を借りることや、助成金支援申請も重要です。特に知財センターのアドバイザーには、知財戦略を考えるところから指導してもらえますね」

それぞれに確固たる立場を築いてこそ知財活動が機能

精電舎電子工業では、「経営」「技術」「知財」が三位一体となった知財活動を明確に意図し、活動を行っている。長澤氏はこう語る。「知財交流会などに参加して、他の中小企業の話聞いても、案外この3つがサイクルとして回っていないところは多いようです。知財のところが空振りしていたり、経営が思うように動いてくれないなど、それぞれに問題を抱えています。また、大企業になると縦割りの

精電舎電子工業の知財戦略（その1）

三位一体の知財活動の推進（P→D→C サイクル）



精電舎電子工業オリジナルの「知財戦略会議資料」からの抜粋。同社の知財戦略がまとめられ、随時さらに充実したものへと更新されている。



バルーンカテーテルの溶着に最適なレーザー溶着機。レーザーによる局所加熱と、出力などの微細なコントロールによって、絶妙な仕上がりを実現する。



超音波振動による摩擦熱などを利用して、瞬時にプラスチックを溶融・溶着する超音波ウェルダー。熱可塑性プラスチックの溶着、かしめ、金属インサート、ゲート切りなどが可能である。

組織がサイクルを阻害したり、知財のポジションが低いなどの課題もあるようです。知財の権利の取得件数ばかりを追い求めている会社も、まだ多いですね。現状、当社ではこの知財活動が正常かつ円滑に回っていると感じています」

中小企業1,400社の知財戦略モデルを研究した

2010年からは知財センターによるニッチトップ育成支援を受けた。営業秘密とノウハウ管理などのテーマで行われた講座には、社員の約半数が参加。セキュリティに関する大切な姿勢が一日にして会社に浸透するなど、効果は大きかった。以前は大企業で知財を担当していた長澤氏は、中小企業の知財戦略には、中小企業としてのやり方があり、だからこそ現実に学ぶべきだと語る。「私は都内の社会人大学院で、中小企業の知財戦略モデルを研究していました。1,400社の事例をランク付けし、良い取り組みをされている会社を訪れて、いろいろな話をうか

がったのです。驚くほど上手に知財に取り組んでいる中小企業の話聞いたことは、今でも大きな財産になっています」技術のトップ、渡辺技術部長は「知財は経営ツール。外からのサポートだけではうまくいきません。会社独自の知財戦略を真剣に考えて推進する人材や、技術者、発明者を親身に支援する専門人材が社員として必要です。そして知財は、敵を作るのではなく、会社への協力者、味方を増やすためのツールとして使うべきですね」と、知財への思いを語る。長澤氏も「特許侵害のケースが生じて警告状を送ると、そこから争いが始まります。それがうまく行かない場合もあれば、こちらが勝利しても相手が恨みを持つ場合もあります。そうではなく、協力関係を上手く広げる Win-Win の手段とし

て知財を使いながら、自社の強み・弱みを踏まえて、業界内で他よりも優位に立てる戦略づくりが重要です」と語った。

トレンドを読む知財活動が新たな開発のアイデアになる

同社では、必ず先行例の調査を行っているという。技術のトレンド、市場のトレンド、知財のトレンドを先読みすることによって新しい発明のポジションがよく分かり、その価値を見極めることができる。知財活動は、技術者とのキャッチボールによって新たな開発のアイデアに生かされ、さらなる工夫が膨らむ。まさに経営・技術・知財が一体となっているのだ。もちろん客先からの大きな信頼も得ることができている。

知財センターから

社内に知財専任者を置くことも大きなポイント

知財の専任者を採用したことによって、経営・技術・知財のそれぞれの立場を理解しながら一丸となって動くようになり、会社全体の活動が、スマートなものになっています。知財検定1級を取得している専任者は、常に工夫しながら中味の濃い出願明細書を作成。30件近く出願し、その登録率100%というのは見事です。担当：秋葉原 吉田アドバイザー