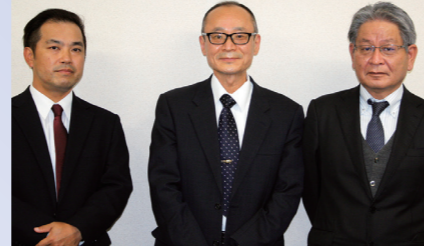


## 栄進化学株式会社

# 模倣品対策、大手との特許出願で 高まる知財力

非破壊検査とは、物を壊さないで表面のきず（欠陥）の検出やきずの深さを調べる方法で、素材・部品・構造物などの品質や安全性を保证する手段として幅広く使われている。栄進化学株式会社はこの分野で60年以上の実績を持つ。取引先は航空機、自動車、鉄道、鉄鋼、プラントなど広範に及ぶ。商標登録や実用新案といった知的財産（知財）に対する意識も高く、研修や実務を通して知識と経験を積み重ねてきた。



業務企画室兼営業本部 課長代理：  
村本 竜矢さん（左）  
茨城工場 化学技術課 参事：  
相澤 栄三さん（中）  
代表取締役：高橋 義和さん（右）

### 主な権利

2004年：商標登録 第4771375号  
2009年：実用新案 第3151201号  
2009年：実用新案 第3151202号  
2017年：商標登録 第5981841号  
2017年：商標登録 第5981842号

### 会社概要

所在地：東京都港区東新橋 1-2-13  
電話：03-3573-4235  
URL：http://www.eishinkagaku.co.jp/  
業種：非破壊検査用薬剤、機器の製造販売等  
設立：1957年（昭和32年）  
資本金：7,200万円

### 開発力と商社機能で 顧客ニーズに対応

茨城工場（茨城県常総市）および開発技術センター（千葉県柏市）で非破壊検査に用いる探傷剤や装置を開発している。非破壊検査にはさまざまな種類があるが、浸透液がきずに浸透する作用を利用した浸透探傷法、強磁性体の微粉末を散布する磁粉探傷法、超音波を試験物の内部に伝搬させる超音波探傷法を中心に事業展開する。

長年にわたって力を入れているのが航空機分野だ。ボーイングやP&Wなどのメーカー認定も受けて市場を開拓してきた。最近では新製品でもAMS（航空宇宙材料仕様書）規格の認定を取得した。「現在はコロナ禍で業界は厳しいが、収束すれば認定取得の効果も出てくる」（高橋社長）とし、ポストコロナでの需要の拡大に期待を寄せている。

### 契約書対応で変わった 知財への認識

知財に関する専門部署はないが、本社・茨城工場・開発技術センターの3拠点で競合他社の特許情報などに目を配り、定期的に情報交換する仕組みを構築している。きっかけは、2000年頃に発覚した海外メーカーによる模倣品の製造販売。「それまでは他社製品に浸食されないよう市場調査をしているぐらいで、知財に関する重要性の認識が薄かった」（村本課長代理）という。そして、知識不足や経験不足が明らかになったのが大手鉄道会社との共同特許出願。送られてきた技術契約書の対応に追われた。担当だった村本氏は相談するために東京都立産業技術研究センターに駆け込み、その時に東京都知的財産総合センター（知財センター）を紹介された。最終的には対等の立場で契約を結び特許出願までこぎつけたわけだが、特許の範囲や契約のポイント、さらには交渉術などのアドバイスを受けた。これにより知財に対する意識や認識がこれまで以上に高まった。

### 権利獲得までの達成感や 厳しさを経験

知財センターでは、中小企業の知財戦略導入支援の一つとして、3年間の「知的財産戦略導入支援事業（ニッチトップ）」を実施している。そして同社は2015年12月から茨城工場での支援事業を受けるための事前準備を開始。工場見学会なども経て、2016年4月にキックオフした。10月までの間に6回の社内セミナーを行い、特許出願書類の作成や商標出願実務について研修を受けた。また2017年には3回のセミナーを実施し、技術契約や化学物質管理などについて学んだ。合計9回のセミナーには延べ80人が参加するなど全社的な取り組みになった。

その中で、2016年度は商標申請4件を行い、2017年度にはすべてが登録できた。出願から権利化までを自力でやり、達成感を得た。また商標3件を申請するほか、1件の特許出願を行うなど知財戦略は加速した。しかし、2018年度に登録



①レッドマーク 染色浸透探傷剤  
白地に赤色のきず指示模様で目に見えないきずを目視可能にする探傷剤。



②浸透探傷装置  
大量の検査物の場合に均一な精度で浸透探傷処理できる。



③マグナトロン 磁粉探傷剤  
磁性体を磁化した際に、きずがあると磁束が検査物から漏洩する。そこに色のついた鉄粉（磁粉）を適用することできずが目に見えるようになる。



④ブラックライト  
紫外線照射灯。LVシリーズはLEDの欠点を補う設計で、劣悪な作業環境でも非常に壊れにくく、安定した出力と寿命を実現している。

されたのは商標1件のみで、2件は拒絶理由の通知を受けた。社内で検討を重ねたが、反論も断念することになった。「2件の商標登録は最初から難しいと分かっていたが、あえて挑戦した。でもこの結果は本当に悔しかった」（村本課長代理）とし、一方では厳しさも味わった。

### 理解度の高まりが 社員の士気高揚につながる

この3年間、知財を巡って一喜一憂したが、今ではこれが大きな財産になっている。海外メーカーによる模倣品問題も沈静化し、ブランド力を維持する。そうした中で「特許を出す価値があるのかどうかの判断に加えて、書類作成や実務ができるようになったことで知財の重要性について理解が深まった」（相澤参事）という。また最近の話として、競合他社が洗浄剤で特許を取得した。社内では予想外の特許取得で話題になったが、「特許公報の見方やポイントの捉え方

が変わってきた。また若手を中心に発想の転換が期待できるようになった。さらに特許出願のテクニックも読み取れるようになってきた」（高橋社長）とし、目に見えない部分で手ごたえを感じている。新技術や新製品の開発で社内の機運は高まっている。

### 中小企業の立場に立った 親身な指導を評価

「訪問するのに場所がわかりにくいのが難点で、それ以外はない。本当に親身になって相談を聞いて頂き、指導してくれた」（村本課長代理）と、知財センターに対する評価は高い。大手鉄道会社と対等の立場で契約できたことに加え、それをきっかけに導入したニッチトップで

製品の差別化、競争力向上、利益の獲得など、いわゆる「知財力」が蓄積されてきたのが大きな理由だ。一般的に大手企業や大学は、知財に関する専門のスタッフを分野ごとに抱えるなど万全の体制を敷いている。中小企業においては知識も経験も乏しい。秘密保持契約一つ取っても「双務契約」と「片務契約」があり、しっかりした交渉をしないと秘密情報開示で有利な面と不利な面が出てくる。最悪の場合は独自に開発した技術や製品の特許が、いつの間にか大手企業の手に移ってしまうケースもある。同社の知財戦略は始まったばかりと言えるが、大手企業や大学などと共同で特許出願を計画している中小企業にとっては大いに参考になる事例と言える。

知財  
センター  
から

### 社員から幹部まで全社的な取り組みが成果に

茨城工場での知財セミナーでは、池田工場長が率先して参加。開発技術センター勤務の方も数人が、茨城工場に出向いてこのセミナーを聴講された。本社からも担当責任者が知財セミナーへ参加したことに加え、茨城工場や知財センターにおいて個別開催した商標出願、特許出願の個別相談にも取り組まれた。  
担当：秋葉原 大仲アドバイザー