

## 株式会社 創和

お客様の課題解決に取り組むことが  
特許取得につながるケースもある

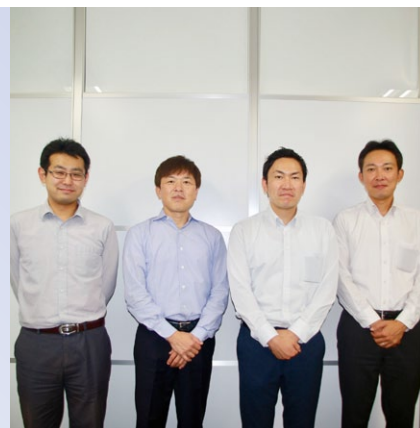
樹脂フィルムや両面テープ、発泡材などを精密パーツに加工し、IoT関連・自動車・介護・医療などの幅広い分野で利用されている。さらにはアッセンブリ(組み立て)やラベリングなどのパッケージングまで、社内一貫生産によって対応。また、完全クリーンルーム環境や大型プレス機なども保有し、多くの業界からのさまざまな声に応えている。

## 主な権利

2020年：商標登録 第6219957号  
2021年：特許 第6923928号

## 会社概要

所在地：東京都新宿区西新宿8-14-21 双英ビル9F  
電話：03-5937-2011  
URL：https://sowa.gr.jp  
業種：フィルム・テープ・発泡体の精密抜き打ち加工、アッセンブリなど  
創業：1980年(昭和55年) 資本金：5,000万円



代表取締役社長：守屋 和彦さん(中左)  
総務部 総務リーダー：佐藤 宏行さん(左)  
営業部 新事業開発リーダー：会田 仁さん(中右)  
営業部 営業マネージャー：新田川 晃さん(右)

モノ創りに真摯に向き合い  
声をかけてもらえる企業へ

「私たちはプレス屋さんです。その中でも特徴的なのは、硬いものではなくて柔らかい素材、テープやフィルム、スポンジなどの抜き加工の技術を持っているところ。元々は電子機器関連が多く、スマートフォンに用いる部材なども手がけてきました」と語ったのは、株式会社創和の守屋社長。同社が生み出すパーツは、自動車のタッチパネルディスプレイやセキュリティ製品の部品、さらには人体に触れる品質の高い医療機器製品に至るまで、幅広い業界で使われている。

2011年に守屋氏が代表取締役社長に就任してから、「新生創和」を掲げてさらなる改革を推進。企業理念や社訓などを刷新した。企業理念は「モノ創りを通し、全てのお客様の心に残る企業を追求し、実現する」。時代が変わり、求められる加工内容も変化していく中で、常にモノ創りに真摯に向き合い、お客様から一番に声をかけてもらえるような企業になり

たいという。

さまざまな要素とリンクする  
知財の重要性を社員が認識

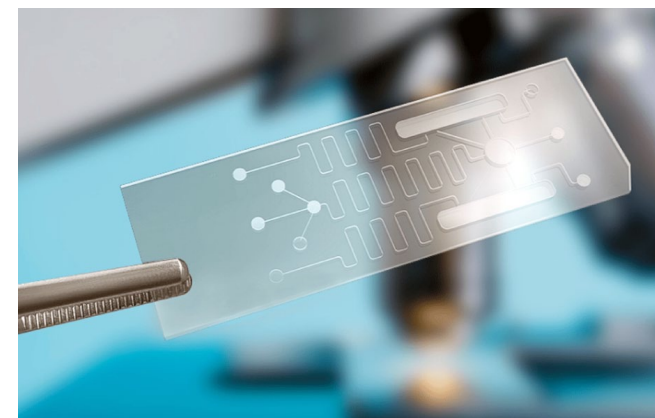
そんな同社が知財センターとの関係を持つようになったのは2017年頃。契約関連の相談事が最初だった。「当時は契約に関するひな形もありませんでしたし、お客様から渡された契約書にそのまま判子を押しているのだからかという疑問もありました。そこで相談相手を探していたところ、無料でアドバイスしてもらえる知財センターの存在を知りました」と守屋社長。その後2018年5月から、ニッチトップ育成支援を受けた。「3年のプログラムは、ありがたいものでした。これから新規顧客開拓を進めるにあたって、差別化を行うという面においても、知財というツール、知識が必要となります。また、さまざまな要素とリンクしていくのが知財ですから、分かっていることが重要になりますね。プログラムに参加したのは私と、2人の営業のリーダーと、

総務のリーダーでした」

さらに守屋社長はこう続けた。「仕事の都合で今日は欠席しますというメンバーが一人もいませんでしたね。それぞれが知識を得ることの意味を考え、通常の仕事以外に、知財に対して自発的に取り組んでいたと思います。無理やり参加している感じがまったくありませんでした」

知財からプラスアルファの  
新たなヒントが得られる

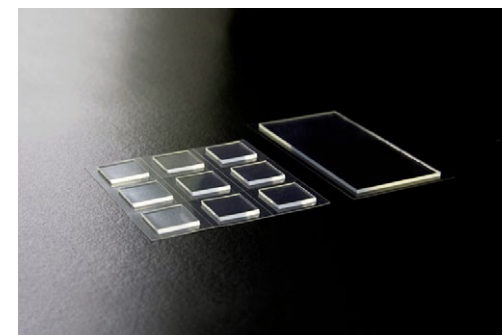
ニッチトップ育成支援に参加した総務リーダーの佐藤氏は、その意義についてこう語る。「知財に関しては、例えば特許の申請に関しても文書の量が多くて大変だというイメージがありました。しかしアドバイザーの助言もあり、今回の支援期間中に特許を取得でき、具体的な形として実感できたのは良かったと思っています。契約書の書き方でも細かい気づきを得られ、今までできなかったことができるようになり、自分自身の成長にもつながりました」



医療用のマイクロ流路チップ向けの精密抜き加工。複雑かつ微細な形状の加工に多くの実績がある。



医療用テープ。ISO10993に基づいて生物学的安全性を確認した、肌に優しい皮膚貼付用のテープである。



ディスプレイに使用される光学ゲルの抜き加工にも実績があり、確かな信頼を築いている。



エステサロン向けに、皮膚に優しい「脱毛用ほくろ保護シール」を開発して特許を取得。オンラインストアから、一般でも購入できる。

守屋社長は「知財がそれぞれの業務に関わってくることが分かり、自分ごととして取り組めたと思いますね。知財センターのアドバイザーに相談を行うと、プラスアルファの新たなヒントを得られることもあります。例えば、特許情報から新たな事業に関連する会社を見つけ、会話することで新規顧客獲得に結びついたこともあり、いいことづくめです」と明るく語った。

エステサロンのお困りごとを  
解決しようとした結果の特許

最近では2021年5月、脱毛用保護シールで特許を取得した。光脱毛においては、ホクロやシミなどの黒い色素の部分に光を照射すると強い痛みが発生してしまう。そのため、シールを貼って隠すことで、その痛みを軽減する施術が行われている。同社が開発した肌に優しい保護シールは、従来よりも痛みを軽減させるために特殊な工夫を施したものだ。「大切なのはお客様の声です。こんなことで困っています

という課題をいただき、解決策を探ったことが特許につながるようなケースは、今後も出てくるでしょう。ビジネスに結びつく一番の近道は、『課題』なんです。このシールに関しては、知財センターのアドバイザーから特許を取得した方がいいのではと助言してもらいました」と守屋社長。エステサロンから課題をもらって取り組んだことが、年間400万枚の実績にまで拡大している。

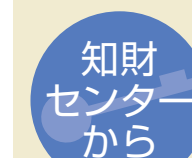
特許の条件検索のプロセスで  
プラスになったことも多い

改めてニッチトップ育成支援の成果について、守屋社長に聞いた。「秘密保持などに関する基礎を学ぶと同時に、特許情報プラットフォームで、どのようなキー

ワードで条件検索をすると自分たちがほしい情報にたどり着けるのか分かるようになりました。例えば、特許情報を上手く抽出することで、その情報が新規顧客開拓に活かせることを学びました」

そして、こう続ける。「脱毛用保護シールは、B to Bだけではなく、B to Cの商材にもなりました。そのような商材を他にも考えようとする場合、やはり最初に調べるのは特許情報です。新規顧客開拓、そしてB to Cに関する戦略。そこには知財情報が深く関わっています」

創和という社名には「創造と調和を大切にしたい」という想いが込められている。そこにまた知財というビジネスの要素が調和していくことで、新たな創造が拓かれようとしている。「お客様の心に残るモノ創り」が、これからも続いていく。



## 知財情報の活用が顧客獲得につながる可能性を追求

ニッチトップ育成支援では、知財情報の活用が新たな顧客獲得のヒントにならないかなど、ビジネスに貢献できる可能性を探りました。「こんな課題を持っている会社はないか」、また新規の事業について、「その事業に関連する会社はないか」など探索したことが、今後の営業活動における一つのノウハウになったと思います。担当：浅水アドバイザー