

## 株式会社セベル・ピコ

海外からの模倣品を差し止めるため  
知財とともに戦った8年間

宝飾・宝飾用パーツの専門メーカーであり、製品の企画・設計・製造・販売までを一貫して行っている。真珠ネックレス用を中心とするジュエリー用留め金具に美しい旋律(セベル：sävel フィンランド語)を持たせて独創性を突き詰め、いつまでも尖った(ピコ：pico スペイン語)存在でありたい…そんな想いが社名に反映されている。

## 主な権利

2001年：商標登録 第4507179号  
2003年：米国特許 第6508080号  
2007年：特許 第4046170号  
2013年：意匠登録 第1477626号  
2014年：特許 第5592031号

## 会社概要

所在地：東京都葛飾区青戸 1-8-2  
電話：03-5654-9021  
URL：http://www.seberu-pico.com  
業種：宝飾パーツ及び宝飾品の企画・製造・卸販売  
設立：1980年(昭和55年) 資本金：3,300万円



代表取締役：二宮 朝保さん(前)  
財津 史郎さん(後左) 川上 克伸さん(後中)  
古地 正和さん(後右)

質の高いデザイン性と  
実用性が求められる装身具

株式会社セベル・ピコは、宝飾部品の専門メーカー。創業以来、美しく使い勝手の良い装身具を作り続けている。その主力製品は、クラスプと呼ばれるネックレスの留め金具。質の高いデザイン性と実用性が要求され、小さな部品に幾つもの知恵や工夫が盛り込まれている。

バブル崩壊で市場が一気に縮小するなどの困難な時期もあったが、まだ世に出ていないヒット商品を作り出そうという情熱が、それを打ち破った。企画・開発・生産の技術をフルに生かし、何度も試験を重ねながら、数年を費やして2000年に誕生したのが「C-move(シームーブ)」。留め金具本体であるクラスプが動くので、このように名付けられた。親指の押し開きワンタッチで外せて、装着されると、カチッと音がする。この使い勝手の良さや安心感が業界にインパクトを与え、ユーザーの圧倒的支持を得て、発表後5年で真珠ネックレス留め金具の主流となった。

模倣品による侵害を受けて  
会社存亡の危機が訪れる

強力な商品の開発で順風満帆のように見えたが、それから数年後、思いもよらぬ事態に見舞われることとなる。海外の展示会にて、ある宝飾部品メーカーのカタログを入手したところ、格安の模倣品の写真がズラリと並んでいる。衝撃が走った。「モノづくりの秩序が、崩れはじめてしまったんだと痛感しました。当社が長年培った技術と、社員たちの懸命な努力が、こんな形で踏みにじられてしまうなんて、絶対に許せないと思いましたね」と二宮社長は当時を振り返る。

さらに、他社が中国で生産した模倣品が、日本にも出回るようになってくる。同社の売上は3~4割も減少した。模倣品が同社の商品であるという誤解を受け、欠陥品として送られて来るケースも生じた。会社存亡の危機である。「そうした状況を、まずは業界内で認知してもらうために、当社の商品写真とともに、これは知的財産権が確定しているものですよとい

う業界誌広告を出しました。業界での立ち位置を築き、改めて信頼関係を築こうとしましたね」と二宮社長は語る。

知財センターに学びながら  
模倣品と戦い解決の方向へ

知財センターのことは、その頃にはすでによく知っており、商標の出願の仕方などについて相談を行っていた。そうした関係がその後、より生かされることになる。2012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、月2回の勉強会をはじめ、外部セミナーにも積極的に参加。社員一丸となって知財に取り組むとともに、模倣品と断固戦うための戦略を講じた。

同社のコア技術はノウハウとして保ち、海外への流出を避けるために、都内に新たに自社工場を設け、社内には知財戦略チームを新たに発足させた。

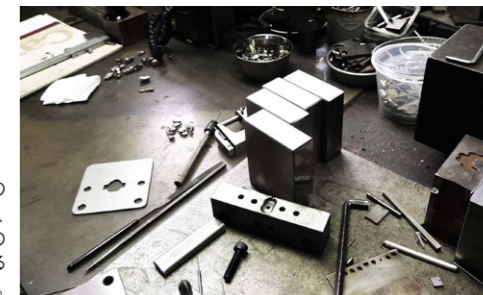
国内の訴訟においては、権利侵害を確定するための地道な証拠保全の努力も実行し、同社に有利な形で最終的に勝訴・和



同社の主力商品である「C-move」クラスプシリーズ。このシリーズだけでも国内に3件の特許、7件の意匠(部分意匠および関連意匠を含む)、7件の商標(図形商標を含む)が権利化されている。



人気シリーズのほかにも、さまざまなデザインのクラスプや便利なジュエリーパーツを提供している。



「宝飾用留め金具」の技術力が評価され、葛飾区より葛飾ブランドの「葛飾町工場物語」に認定されている(第7回(平成25年度)認定製品)。

解するなど、解決へと向かった。また海外では訴訟に至らず、弁護士同士の話し合いで和解した例もある。

中小企業であっても恐れずに  
必要な時は戦うべきである

「裁判にまで持ち込んでしまうことは、決して得策ではありませんね。目的は相手がコピーをやめてくれればいわけですから。それに、証拠保全によって被害が確定できるのは、氷山のほんの一角でしかありません。そのために、たいへんな労力と時間と費用を費やすことになります」と二宮社長。結局この大きな戦いは8年間にも及んだ。最初は、正面切っでの戦いを挑むことに、ためらいもあったという。「同業者から誤解されてしまうのではないかと」という想いもあったのです。ただ、知財に対して意識的に取り組むことに、ちょうど追い風の吹いた時代でした。知財侵害は放っておくわけにいかないと、私たちの戦いを肯定的に受け止めた方も多くいます。中小

企業でも、恐れずに思い切って戦ったことは良かったと思いますよ」と、二宮社長は大きな苦勞とその成果について語られた。

人の「縁」を大切にしながら  
強固な特許網を築きたい

大きな荒波を受けたことによって、逆に会社が一丸となることもできた。体質もずいぶん変わった。会議や日報でも、知財について積極的に情報交換するようになったという。「女性社員もチラシや通販カタログにまで目を光らせてくれます。あらゆるメディアの情報をみんなと共有できるようになりました」

二宮社長は、知財戦略においても「縁」というものが大切だと語る。「専門家と

のように活用するかです。行動を起こす際には、失敗をできるだけ避けるためにも、さまざまな人の意見を求める姿勢が必要だと思います。知財センターは、どのアドバイザーも経験豊富で、実体験に基づくアドバイスを受けられます。弁護士とは違う立場のセカンドオピニオンとしてもたいへん有効ではないでしょうか」

中小企業は技術だけを磨くのではなく、もっと依るべきところを見つけなければいけない。その一つが「知財力」であり、それによって持続的競争優位を保つことが必要だといふ。

今後は、競合会社に模倣させない強固な特許網を築くことで、戦わずして競合企業に勝つことを目指しながら、より有効的に知的財産を活用していきたいと述べられた。

知財  
センター  
から

## 会社全体で知財に対する意識を高める

ニッチトップ育成支援の対象となり、セミナーで知財について基礎から学び、知財交流会にも参加されるなど、会社全体で知財への意識を高めています。これまで弁護士に任せていた権利の出願も、意匠と商標に関しては出願・中間処理手続きを自社で行えるようになり、知財管理台帳の作成なども行っています。 担当:城東支援室 牧アドバイザー