

株式会社モリカワ

「人財」と「知財」を大切にしながら
明日へと「つなぐ」技術のバトン

地球環境の保護に関わる卓越した技術をいち早く生み出し、時代のニーズに合わせて変化させながら提供してきた会社。全世界的にSDGsや環境保護に対する意識が高まりを見せる中で、唯一無二のサステナブルな技術によって社会貢献を行っている。2020年には、次世代フッ素系溶剤（HFO系）の回収装置により、経済産業省のグローバルニッチトップ企業100選に選定された。

主な権利

2012年：特許 第5128402号
2015年：特許 第5847978号
2018年：商標登録 第6100257号
2019年：シンガポール商標 第40201823180V号
2019年：マレーシア商標 第2018074094号

会社概要

所在地：東京都豊島区東池袋 5-45-5 ASビル 4・5F
電話：03-5904-9945
URL：http://www.morikawa-ltd.co.jp
業種：冷凍空調用バルブ・有機溶剤ガス回収装置などの開発・製造・販売
設立：1961年（昭和36年）資本金：9,700万円



代表取締役社長：森川 毅さん（右）
管理本部 課長代理：宮崎 亜希子さん（左）

地球環境の保護に向けて
日進月歩の技術を今日も磨く

鋳物の会社として、1945年に長野で創業した森川グループ。鋳造の技術を使ってオリジナルの製品を生み出そうと取り組んだのがバルブであり、その販社として1961年に株式会社モリカワが創業した。専門は、冷凍用の大型バルブ。倉庫や漁船といった大規模な冷凍庫のバルブである。このバルブ事業において、長く販社の立場だったが、2019年に同社の母体である森川産業株式会社から製造事業も譲り受け、製販一体の体制を構築した。「製販分離では、プロダクトアウトの考え方がちがいます。今後は、お客様のニーズをモノづくりに取り込むマーケットインの発想が、ますます大切になると考えています」と森川社長は語る。

そして、もう一つの大きな柱が、1989年に最初から製販一体で始めた環境事業。地球温暖化やオゾン層破壊の原因となる有機溶剤ガス（VOC）を回収して再利用する装置を開発している。さまざまな業界

で活用され、例えば電子部品の精密洗浄などに使われている有機溶剤。その気体になったガスを圧縮冷却して液体に戻すことで、一度使うだけでは高価でもったいない有機溶剤を再利用し、コストダウンできる。フロンガスの世界的な規制により、使われる有機溶剤が、代替フロンと呼ばれるHCFC、HFC、さらにはHFOへと変化していく中で、同社の技術もそれに合わせて日々進化を遂げている。

社内に専門家を置かなくても
各種サポートが受けられる

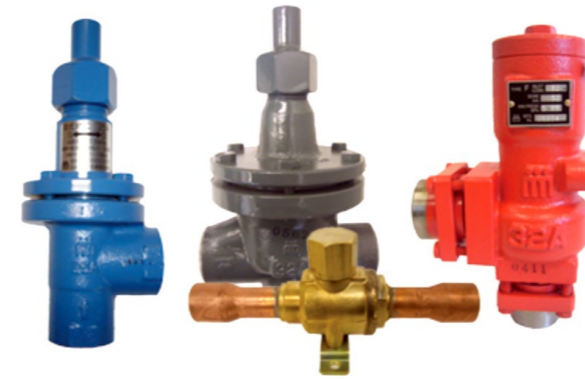
公社におけるさまざまな支援事業を活用してきた同社は、2007年に中小企業事業化支援ファンドの投資第一号としてサポートを受けた。その後も、新製品・新技術開発助成、市場開拓助成、経営人財NEXT20、IoT・AI導入・活用支援、BCP策定支援などを積極的に活用している。

「中小企業が自力でいろいろなことを進めていくのは難しく、例えばDXを進めましょうという時に、社内にその専門家

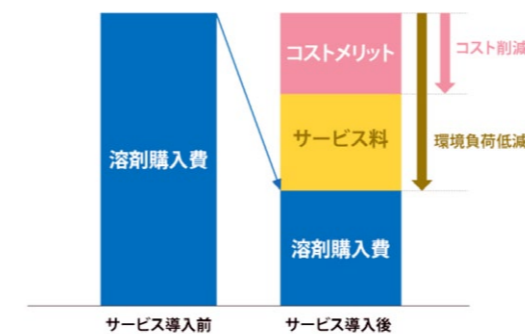
を置くのは困難です。そこで、公社の専門家に当社の実状を理解してもらいながら、各方面でサポートを受け、フル活用させてもらっています」と森川社長。知財センターによるニッチトップ育成支援も活用し、2013年からの初回に続いて、2017年から2回目のサポートを受けた。

知財センターへの相談は
「経営相談」に近いと言える

「1回目では、当社の知財担当者を育てる教育に主眼を置き、既存の知財の戦略マップを作成するところから支援してもらいました。これらの課題に取り組む中で浮上した新たな課題に取り組んだのが2回目になります」と森川社長。2019年の事業買収もあり、海外も含めて知財を整理でき、とても良いタイミングでの支援だったという。「中小企業は都度状況が変わり、物事の優先順位が変わるものです。そうした中で、ニッチトップ育成支援のカリキュラムは、その時々で相談し変化させながら進めることができました。



冷媒用バルブ類は幅広いラインナップを揃え、性能・精度・耐久性・取り付けやすさなどのあらゆる面で信頼性が高い。



有機溶剤ガス回収装置の活用により、溶剤購入費がコストダウンでき、環境対策を実現できる。



次世代フッ素系溶剤（HFO系）の回収再利用を可能にした、新型溶剤ガス回収装置「REARTH®（リアース）Sシリーズ F型」。2018年の産業洗浄優秀新製品賞を受賞している。



回収した溶剤を循環する精製装置など、各種付帯機器も開発している。

事業買収を行った際も、それを優先し、会社の事情に合わせて支援内容を変えられたのは、経営者としてありがたかったです。知財センターへの相談は、経営相談に近いもの。知財以外の相談に及ぶところも多く、経験豊富なアドバイザーと一緒に考えてくれて、中小企業の実状に合ったアドバイスももらえるメリットは大きいです」と森川社長は微笑んだ。

知財戦略の策定においては
「技術による色分け」が大切

「創業以来ずっと当社が貫いているのは『ニッチトップ戦略』です。セグメントを細かく切り分けて、特定の分野の技術や品質を圧倒的なレベルまで高める。そうすると大手企業も参入しにくいのです。それが、中小企業が生き残る一つの道だと思っています」と森川社長。知財戦略でも、このニッチトップな部分をどう扱うかは大きなポイントだと語る。「ノウハウにするか、特許にするか。ベースの部分を特許にして、付属する技術の部分を

ノウハウにして隠すなど、技術によって色分けすることが大切だと思います。これも、知財センターのニッチトップ育成支援で実現できました。自分たちの技術を整理し体系化しながら、客観的に見られたのは、良い機会だったと思います」シンガポール、マレーシア、韓国、中国などへの海外展開における商標出願でも、このニッチトップ育成支援が大いに役立ったという。

教育にも力を注ぎながら
次代を担う「人」を育成する

社員を大切に、教育にも力を注ぐ同社では知財担当者も育成し、管理本部の宮崎さんが知財交流・研究会に参加。知的財産管理技能士の資格も取得している。

そうした「人」を大切に企業として職務発明規程も整備した。従業員と会社の双方の権利を守り、新たな発明を促すことができる。森川社長は「経営資源に限りがある中小企業が大手に対抗できるのは『人財』だと思っています。そして、みんなで努力し頑張って創り上げてきた『知財』を戦略的に明日へつなげることは、とても大切です。知財と人財、この2つが重要ではないでしょうか」と強調した。

自身のことを、長い駅伝の途中の走者だと語る森川社長は、時代に合わせながら、次の世代にしっかりとバトンを渡すことを大切にしていきたいという。「つなぐことが、私のモットーです」と、まさにサステナブルな本質を追求してきた同社らしい姿勢のある言葉とともに、明日へのまなざしが輝いていた。

知財
センター
から

体制が変わるタイミングでの知財の整理は効果的

2度にわたるニッチトップ育成支援は、それぞれに会社の目的を明確にした中でのサポートでした。バルブ事業が製販一体の体制となったことを機に、改めて競合他社の特許を調査し、問題特許のないことを確認。他社の開発動向も分析できました。商標の海外出願権利化の推進も、今後の海外展開の力となるでしょう。担当：秋葉原 西郷アドバイザー