

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第93回

当社の支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業の現場から”。

第93回目は、宝飾用パーツの企画、製造、卸販売を手掛ける専門メーカーの株式会社セベル・ピコ（葛飾区）をご紹介します。同社は模倣品対応に苦しんだ経験から、知財経営を実践し、社長自ら知的財産総合センターの知的財産交流会に参加されているほか、知財戦略導入支援事業を活用し、知財体制の強化に取り組んでいる企業です。

「技術力と知財の力で東京から世界へ向けて」

株式会社セベル・ピコ

モノづくりのこだわり

株式会社セベル・ピコ（以下同社）は創業以来40余年、「高品質で使い勝手の良い宝飾部品をお客様に提供すること」を目標とし、製品の企画・設計・製造・販売まで一貫して行う企業である。

主力製品であるネックレス用クラスプ（留め具）はデザイン、実用性に優れており、製品を即時納品できるように体制を整えている。環境問題にも関心が高く、環境にやさしい製造方法の改善に取り組む。同社製品の多くはロストワックスで製造されているが、鑄型の廃棄ゴミが環境負荷になるため、ロストワックスで製造する割合を減らし、金属プレスでの製造を増加させている。金型とプレス加工により同社の製品のような微細な部品加工をするには熟練した職人の知恵と技が必要である。企画・設計・製造チームが一丸となって取り組んでいる課題でもある。プレス加工による部品生産を進めることにより、これまでの鑄造を主体とした製品作りでは達成できなかった軽量化と省エネルギー化が可能になる。こうした特徴を考慮してプレス部品・鑄造加工・職人の技を組み合わせ、多品種少量生産が可能な生産体制で高い品質を保っている。

ヒット商品の誕生と模倣品の出現

こうしたこだわりのモノづくりで、顧客の信頼を勝ち取り、ヒット商品も誕生した。平成10年発売の「C-move」と名付けられたこの商品はワンタッチで着脱が可能な使い

やすさと、洗練されたフォルムで人気を呼び、発表後5年で真珠ネックレス留め具の主流となり、同社の経営を支える主力商品となった。



主力商品
真珠ネックレス留め具のC-moveクラスプ

た。そのころから低価格の模倣品は存在したが、明らかに品質が悪く、商品の売りに影響は感じなかった。「当時はコピーされて一人前くらいの軽い気持ちでいました。商品の出来映えに差があったので、脅威には感じていなかったです。」しかし、その後デフレや景気後退による国内需要の減少は同社の経営にも影響を及ぼす。また、模倣品の品質も向上し、一見同社の製品とそっくりのものが、安価に市場に出回りだした。同社の売りは3割～4割ほど減少した。「このまま模倣品を野放しにしては会社の存亡にかかわる。長年培った技術と社員たちの必死の努力が、模倣品により踏みにじられてしまう。そんなことは決して許されない。」模倣品との戦いを決意した。

知財戦略の導入へ

模倣品業者に対抗するには何より知財の知識が必要だと感じた社長は矢継ぎ早に対策を講じる。社内に知財戦略チームを新たに発足したこと、コア技術をノウハウとし



はさんで留めるクリップ式のクリップクラスプはアレンジ自在

て秘匿するために都内に自社工場を再建し管理体制を整えたことである。また、会社の知財戦略導入支援事業を活用して、月2

回アドバイザーとの勉強会を実施し、社員の知財意識の向上を図った。これには知財担当だけでなく、開発・営業・管理部門の社員も参加している。さまざまな部署の社員が意見を交わし、全社一丸となることを醸成している。社員の知財の知識が向上するにつれて、戦略的な権利取得ができるようになった。商品の特徴に応じて特許、商標、意匠を組み合わせた権利化を意識できるようになったことで、模倣品への対抗策が多く準備できるようになった。また、特許等の権利化には出願や維持に高額な費用がかかることが悩みの種である。無駄な出願を減らし効率化するために管理体制を強化することもアドバイザーに相談しながら進めている。知財センターのセミナーにも社員が積極的に参加して知識を高めている。このような取り組みが着々と効果を発揮しており、模倣品業者との対応も有利に進めることができるようになってきた。「これからの製造業は知財に強くなければなりません。私たち製造業者にとってモノづくりの技術力と知財意識の確立は、両輪といえます。この厳しい時代に、どちらが欠けても生き残ることはできません。」

取り組みは社外からの情報収集にも余念が無い。会社の知的財産交流会に24年度から参加、25年度は社長をはじめ4人が参加して、1年間にわたり異業種、異業界の参加者と研鑽を深めた。交流会に参加した効果として中小企業同士、知財に関して同じような悩みを持った仲間ができたこと、他社の取り組みを参考に自社に活用できること等があげられる。交流会での議論を参考にして、自社のCI活動にも取り組んだ。交流会の中でホームページを紹介した際に、参加者から様々な意見があがり、それを契機にすぐに改善に取り組んでいる。企業イメージの統一を図り、コーポレートカラーの選定、ロゴマークの運用基準、商品写真の撮影に関する取り決めを明文化し、セベル・ピコブランドの向上を図った。刷新されたホームページは知的財産交流会の成果報告会で発表され、統一されたデザインと商品が見やすく配置されたことで、顧客に対する訴求力が格段に高まった。

夢は東京から世界へ

東京の下町葛飾でモノづくりを続ける同社であるが、社長はモノづくり企業の減少を嘆く。「取引先や仲間の工場は、ずいぶん減ってしまい残念ですが、東京は創業の地



(前列)代表取締役 二宮朝保氏
(後列)財津史郎氏 古地正和氏 堀萌氏

でもあるし、東京のモノづくり企業の誇りは持ち続けていきたいですね。」3.11大震災の際には葛飾区青戸の試作工房が被災したが、翌月には親しい友人の金型工場から工場設備と全従業員を継承してほしいとの要請を受けて、葛飾区立石に東京工場を新設した。これにより、今まで外注していた金型製造を内製化できるようになった。東京工場では、新製品の金型やプレス製品の試作、技術的に難しい製品などの開発と製造を行っている。

最後にセベル・ピコの社名の由来を聞いた。「セベル」はフィンランド語で旋律・楽曲の意、「ピコ」はスペイン語で尖った先の意とのこと。

「社名は、創業の精神を表したものです。真珠ジュエリー業界で斬新で突出した商品を開発するメーカーを目指すという想いを表しています。私たちは装身具(クラスプ)という商品に美しい旋律(セベル)を持たせて、独創性と独自性を突き詰め、いつまでも尖った(ピコ)存在でいたいと考えております。」

東京のモノづくり企業の商品が、社名由来のヨーロッパをはじめ全世界に広がることを期待したい。

(知的財産総合センター 水沼耕二)

.....
企業名：株式会社セベル・ピコ
代表者：代表取締役 二宮 朝保
資本金：3,300万円 従業者数：40名
本社所在地：東京都葛飾区青戸1-8-2
TEL：03-5654-9021
FAX：03-5654-9022
URL：http://www.seberu-pico.com
