

# 福山市の中小企業を対象とした知財活用状況等調査（ヒアリング調査）

## 1. 調査概要

### （1）調査目的

福山市の中小企業（製造業）を対象とする知財活用状況などに関するアンケート調査の結果をもとに選定した、知的財産の活用に取り組むとともに地域ブランドに興味を持つ企業 10 社を対象にヒアリング調査を実施し、知的財産に関する意識、取組みの実態、支援施策に対する要望、地域ブランドに係る意見など生の声を収集し、今後取り組むべき知的財産戦略推進の基本的方向性と具体的な方策を検討するための基礎資料を作成する。

### （2）調査内容

#### 訪問先

アンケート調査結果をもとに選定した、福山市の中小企業（製造業）10社。

#### 【調査先・調査スケジュール】

月日	曜日	時間	企業名	面談者
9.28	火	10:00	(株)栄工社	代表取締役 唐川正明 様
		13:10	(株)明和工作所	代表取締役 菊田晴中 様
		15:00	こだま食品(株)	総務部 課長 向井雄治 様
10.4	月	10:00	(有)楽原ニット	代表取締役社長 楽原浩孝 様
		12:30	マチモト(株)	代表取締役 町本義孝 様
		14:30	五敬工業(株)	代表取締役 甲斐敬文 様
10.5	火	10:00	三幸鉄工(有)	専務取締役 津田吏 様
		13:10	(株)シギヤ精機	品質保証部 品質保証課 主務 小野昭人 様 管理部 総務課 上級主任 丹下浩伸 様
		15:00	アパレルアイ(株)	代表取締役 福永一夫 様
10.13	水	15:00	株式会社タガシラ	代表取締役 田頭武夫 様 取締役 総務・経理部長 田頭益美 様

#### ヒアリング項目

- 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）
- 知的財産を経営に活かすための取組について
- 知的財産に係る社内組織や人材について
- 知的財産に係る課題や問題点について
- 知的財産を経営に活かすための公的支援について
- 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

## 2. 調査結果

### (1) 株式会社栄工社

#### <企業概要>

事業所名	株式会社栄工社
電話番号	084-921-3322
所在地	広島県福山市南町7-27
代表者	唐川 正明
事業内容	・ F A 関連商品の代理特約販売 ・ 制御システムの設計製作 ・ 空調管工事・電気工事・プラント設計及び機械器具設置
従業者数	281名
知的財産権の出願・保有	特許権1件、実用新案権1件 商標権2件
調査協力	代表取締役 唐川 正明 様

#### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

昭和40年代の初めに、社内公募したデザインをもとに地元のデザイナーに依頼して、会社のロゴや社章を制定した。それからしばらくして、会社名、ロゴマーク、社章が使えなくなってしまうということで、商標登録出願したが、社章については、横浜の金属関連企業が登録している商標に類似しているという理由で拒絶となり、意見書も出したが、登録にはいたらなかった。

もう少しやり方を研究して取り組めば何とかかなったかも知れないが、当時、福山市には弁理士が2人しかおらず、そのうちの1人に依頼したところ、ご高齢であまり動いていただけなかったこともあって、残念な結果に終わってしまった。

当時は会社の名前にしても、1行政区につき1つとなっていたので、商標登録していなかったからといって、問題が発生するようなことはなかった。今後はどうなるかはわからないが、社章については長期に渡って使用しているものなので、使用できなくなるといったことはないと思う。

社章は登録できなかったが、会社名とロゴマークについては商標登録している。ずっと更新を続けてきたつもりだったが、近年になって商標権が切れていることが明らかになり、平成10年に再度出願し登録した。特許権については、これまでにいくつか出願しているが、登録には至っていないものもある。

#### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

(株)栄工社は昭和23年に商社としてスタートしており、昭和20年代から30年代にかけては農家などの農業機械の電設資材、誘蛾灯、家庭電化製品などを、高度経済成長期に入ってから工場での自動化・省力化に係る制御機器などを扱ってきた。幅広い製品を扱っている(株)栄工社にとって、商標権（(株)栄工社の商標権は会社名と会社のロゴマーク）は企業のアイデンティティであり、極めて重要なものである。

特許権については、積極的に特許を出願・登録すれば、取引先との関係を悪化させることも考えられ、あまり重視していない。取引先の中で、特許権に該当する発明もいくつか生まれており、出願したものもあるにはあるが、特許が1つあったところで、大きな利益につながると思えない

ので、現段階においては、それらを権利化して独占し、ロイヤリティで稼ぐよりも、取引先との結びつきを優先したい。

これまでは備後地域だけで十分な仕事が確保できたが、状況はどんどん変わっており、将来的には、海外の企業と色々やっていくことになるかも知れない。その時は、特許権をはじめとする知的財産権が企業の強みになると思う。

### **知的財産に係る社内組織や人員について**

知的財産に係る社内組織は特にない。過去に出願した特許権などについては、技術開発に携わったスタッフが、知的財産に係る業務も担当した。

### **知的財産に係る課題や問題点について**

知的財産権を管理する体制が社内に確立しているわけではないので、知的財産権の更新期限などのチェックが徹底されていない。

他からの防衛のためには、基本的なものだけでなく、その基本的なものをうまく活用するために、周辺の知的財産権も取得していく必要があるが、中小企業の場合は、資金にもノウハウにも限りがあり、効果的な知的財産戦略を展開することは困難である。

### **公的支援についての意見・要望など**

中堅以上の社員を対象とした研修を地元で開催するなど、知的財産に限らず、広い意味での人材育成を支援して欲しい。

人と人、企業と企業をつなぐ、触媒のような役割を行政に果たしていただきたい。

### **福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について**

福山市の強みはサポーターディングインダストリー（ものづくり基盤技術）である。

日本化薬、三菱電機、JFEスチール、シャープといった大手企業の製造プロセスの中で、多種多様なものづくり企業が集積してきた。特定分野でのナンバーワン、オンリーワン企業がたくさん地元存在している点を行政にもっと認識していただきたい。

福山ブランドとして認定してもらうことは、地元企業にとってもメリットがある。しかしながら、ホームページによるPRは、ないよりは良いというレベルだろう。ホームページに掲載して探してもらうといった悠長なやり方より、例えば世界規模の見本市に行政がコマを出し、福山ブランドの企業や製品をPRするといったやり方が望ましい。ホームページに掲載しているような情報を、ポスター、チラシ、パンフレットなどにして、見本市の会場に設置するなどすれば、かなりのPR効果が期待できる。静岡県などで昔からやっている手法であり、福山市にも是非取り組んでいただきたい。

## (2) 株式会社明和工作所

### <企業概要>

事業所名	株式会社明和工作所
電話番号	084-955-2122
所在地	広島県福山市千田町4-14-12
代表者	菊田 晴中
事業内容	・一般産業機械加工組立 ・精密歯車、歯車減速機 ・環境機器製造
従業者数	35名
知的財産権の出願・保有	特許権5件 商標権3件
調査協力	代表取締役 菊田 晴中 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

商標権の取得は、自社製品開発の取り組みと密接に結びついている。

大手・中堅企業から仕事を受注し、図面通りに加工し納品する下請けは、ビジネスとしては手堅いが、ものづくり企業の経営者の多くが、自社ブランド製品を持ちたいという夢を持っているが、(株)明和機工の場合は、15~20年ぐらい前から、環境関連の自社製品開発に取り組んできた。

人員不足、資金不足といった中小企業ならではの制約がある中、下請けの仕事で会社を維持しつつ、時には産学官連携なども利用しながら、研究開発費を捻出し、コツコツと研究開発に取り組んで、ペットボトル減容機やプラスチックバンド細断機などの開発を実現してきた。

これらの製品には、「エコ將軍」(ペットボトル減容機)「PiPi 太郎」(プラスチックバンド細断機)といったユニークな名称を付け、それを自社固有のものとするために商標権を登録している。

自社製品部門については、まだまだこれからという状況だが、目標は自社製品の売上構成比を売上全体の50%とすることで、将来的にはロボット開発にも取り組んでいきたいと考えている。

特許権については、これまでにいくつか出願したが、審査請求は行っていない。

特許出願したが審査請求しなかった事例の一つである「光触媒反応装置」の開発は、近畿大学工学部との産学連携で行った。きっかけは、広島の異業種交流会で可視光による光触媒反応装置の話が出たことで、本業とは無関係な分野ではあったが、数年に渡り研究開発に取り組んだ。完成した試作品を教授に見ていただいたりもしたが、結局事業化には至らなかった。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

模倣を防止するために、知的財産権の出願は積極的に行なっているが、特許権については費用負担が大きいので、会社の収益につながるということが明らかにならなければ、審査請求は行わない。

特許権の件数だけ多くても意味がないので、その特許に係る製品が売れなければ、出願した特許は流すことにしている。開発した製品が利益を生めば、それに係る特許権について審査請求するつもりだが、なかなかそこまでいっていない。

将来的には、年間売上を見こみ、経費を差し引いた残りから、一定の開発費用を予算化し、その予算の範囲内なら使った費用は捨てるでもいいというぐらいの企業にしたい。そうすれば、予算の範

困内で知的財産権に係る費用なども出せるのだが、それができないのが、頭の痛いところである。製品開発に長年取り組んできたために、最近は色々なアイデアが外部から寄せられるようになってきた。そういう意味では、知的財産を経営に活かすためのビジネスチャンスが広がっている。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

弁理士には極力依頼せず、商工会議所の相談窓口で専門家に相談しながら、社長自身が請求項を書き、自社で手続きを行なっている。

研究開発部門が特にあるわけではないので、社長自身が情報やアイデアを提供し、それをもとに設計担当者などが他の業務とかけ持ちしながら製品開発に取り組んでいる。専門の部署を持ちたいとは思いますが、現段階では難しい。

製品名のアイデアは、社長が出すこともあれば、社員から出てくることもある。それらをもとに幹部社員で検討し、おもしろいものがあれば商標を出願するようにしている。

### 知的財産に係る課題や問題点について

知的財産権の出願は、弁理士に頼むと、ちょっとしたものでも50万円、60万円と、大変な費用がかかってしまう。費用をかけない場合は自分でやらなければならないが、公的機関の相談窓口を利用した場合でも、請求項を書き上げるまでには相当なエネルギーが必要である。

### 公的支援についての意見・要望など

市場に関する情報(大手が参入しないニッチ市場や商品寿命が長い商品分野に係る情報など)や、中小企業、零細企業の成功事例などに係る情報を提供して欲しい。

公的な補助金を申請しようと思うと、申請時にある程度メドがついている案件でなくては申請できないが、本来は研究開発のアイデアがあって、そのアイデアに対して補助金が出るというスタイルが望ましい。その場合、単年度では成果が出せないのが、アイデアレベルで申請でき、最短でも二年度にわたって継続できる補助金があると良いと思う。

開発中の製品の市場性を把握するためのマーケティングリサーチに係る支援が欲しい。

日本のものづくりの将来のために、ものづくり企業の実態を若い人に見てもらおう産業観光ツアーを実施して欲しい。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

福山市のブランド認定制度が自社製品拡販の一助になればありがたい。

折り薔薇を地域ブランドとしてPRすると良いと思う。折り紙で薔薇を折ることは非常に難しいらしいので、折り紙の用紙を福山市が提供し、独自に考案した折り薔薇のコンテスト(全国大会など)を開催すれば、イベントと合わせて「福山薔薇」をアピールすることができる。

福山市の都市としての魅力が高まるような、まちづくりの取り組みが必要である。福山市の場合はお城が駅の至近距離にあり、駅から望めるお城は日本一美しい。福山駅前整備事業で福山城の遺構の石垣が発見されたが、そうしたものも活かしながら、駅長はじめ駅員全員が侍の格好をするとか、新幹線の特急券の場合、通常は途中下車できないが、福山駅に限っては特別にお城を見るために途中下車できるとか、もっと自由な発想で、福山市の持つ歴史的な魅力をアピールするような方策を打ち出して欲しい。

### (3) こだま食品株式会社

#### <企業概要>

事業所名	こだま食品株式会社
電話番号	084-972-7777
所在地	広島県福山市駅家町法成寺1575-9
代表者	児玉 昌造
事業内容	・野菜乾燥加工 ・野菜加工食品の開発・製造・販売
従業者数	80名
知的財産権の出願・保有	特許権9件、実用新案権1件、商標権3件
調査協力	総務部 課長 向井 雄治 様

#### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

野菜の乾燥加工を強みとし、主力商品である「千切り大根」の販売量は日本でもトップクラスである。スーパーを中心に、北海道から沖縄まで、全国に販売チャネルを有している。

消費者に安全で良質な農産物を提供するために、世羅町に20ヘクタールの自社農場を設立し、有機JAS認定を取得して有機栽培に取り組んでいる。

新商品の開発にも力を入れており、他社の競合商品と差別化するために様々な戦略を展開しているが、知的財産権の出願登録もその1つである。例えば、粉末大根おろし「さっ速おろし」は、自社独自の「EP製法」を用いた商品で、「農商工連携88選」（農林水産省・経済産業省）、「新連携（事業化・市場化支援事業）」（経済産業省）、「第13回安藤百福賞 発明発見奨励賞」、「第21回中小企業優秀新技術・新製品賞 優良賞」に選定されているが、さらに付加価値を高めるために、EP製法の特許権を出願し、パッケージにも特許権出願済であることを明示している。

EP製法は、素材が持つ酵素を生かした乾燥技術。マスコミなどにも取り上げられ、他社にない優れた特徴を有していることから、特許権の出願が販路拡大や売上拡大につながるものと期待している。

現在はEP製法を応用して、「さっ速おろし」以外の製品を作るための研究開発も進めている。

#### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

こだま食品(株)の創業は1960年。青果店からスタートし、漬物製造、野菜の乾燥加工と、事業を発展させながら、一貫して食品を扱ってきた。

食品はイメージが大切で、「産地」、「有機JAS認定」、「ISO」、「トクホ（特定保健用食品）」などと同じく、知的財産権もイメージアップにつながる差別化要因の1つである。また、開発した技術を他社から防衛する上でも、知的財産権の出願は必要である。

上記の理由から、新しいものに対しては、積極的に特許出願しているが、最終的に活用できなかったものについては、審査請求は行わない。

#### 知的財産に係る社内組織や人員について

商品開発担当者の中で、女性チーフを中心に、顧客ニーズに応えるべく、外部モニターも入れた

試食会を開催し、マーケティングリサーチを行ったりしている。

JA尾道との農商工連携にも取り組んでおり、世羅町のアスパラを使用した「きゅっと青汁」はその成果である。なお、「きゅっと青汁」のメインターゲットは女性であることから、パッケージデザインや商品コンセプトも、女性の視点を生かしたものとなっている。

知的財産権の出願手続きについては、知的財産権、ISO、トクホなどに係る業務を専任で行っている社員が2名いて、大手企業で培ったノウハウを活かしつつ、公的機関等に相談しながら業務を進めている。弁理士など外部の専門家に依頼した場合はかなりの経費がかかるが、社内に専任者を設けることで、必要経費を最低レベルに抑えることができている。

### 知的財産に係る課題や問題点について

知的財産権の権利化に時間がかかる。以前と比べれば早くなっているが、食品にはブームがあり、ブームが終わった後で権利化しても、十分に活用することができない。

### 公的支援についての意見・要望など

社内には、知的財産権について高度な知識を持つ者がいるが、それ以外の部門（開発、営業他）の社員についても、知的財産権に係る基本的な知識は必要である。知的財産権を活用することで、競合他社と差別化を図りたい中小企業（製造業）を対象とする、知的財産戦略に係るセミナーや情報提供を行って欲しい。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

鞆は認知されているが、福山市自体は認知度が低く、「尾道の隣」といった言われ方をしている。食品についても、笠岡市は「笠岡ラーメン」のブランド化に取り組んでいるが、福山市の場合は、そういった取組みが遅いというイメージがある。

「くわい」は関東方面で食べられていないし、「薔薇」については、市を中心に力を入れてはいるものの、薔薇園が全国にたくさんある中、薔薇公園では力不足だろう。

地域ブランドの切り口を強いてあげれば「薔薇」と「鞆」。例えば「鞆」については、その知名度を生かしつつ、水産物のブランド化に取り組んではどうだろう。

「薔薇」については、児玉達朗会長が「福山物産協会」の会長を兼務していることもあり、「薔薇」で福山市を盛り上げるために、食用薔薇の栽培と食用薔薇を使った商品開発に取り組む「福山薔薇人」のメンバーとして、食用薔薇の栽培を行っている。また、「福山薔薇人」の関係はでないが、「飲むばら」という名称の薔薇にちなんだドリンクを開発している。

地域ブランド認定制度については、今の福山市の知名度を思うと、それほどメリットを感じない。

まずは福山市の知名度を上げる取組みが必要で、福山市の名前で見る本市出展や、アンテナショップの出店などは有効だと思う。

「薔薇と蝙蝠」の組み合わせについては、蝙蝠の蝠は「福」に通じるということなので、例えば、薔薇公園に行って、みんなが「幸せ」になるということと、蝙蝠の「福」とをつなげて、仕掛け作りをすると良いと思う。全く新しいものを作るのではなく、「薔薇」「蝙蝠」「蝙蝠山と福山城」「鞆」など、あるものをうまく活用しなければ、ブランド化は実現しない。

「蝙蝠」については、「蝙蝠」が市章であることの説明を、福山市のホームページの目立つ場所に掲載し、通り一遍なやり方ではなく、もっと積極的にアピールして欲しい。

## (4) 有限会社楽原ニット

### <企業概要>

事業所名	有限会社楽原ニット
電話番号	084-958-3132
所在地	広島県福山市芦田町福田 2 5 5 8
代表者	楽原 浩孝
事業内容	・ソックス、サポート、マットなど介護用品製造
従業者数	6名
知的財産権の出願・保有	特許権 13件、意匠権 4件
調査協力	代表取締役 楽原 浩孝 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

(有)楽原ニットを設立したのは 32 年前。それ以前は、東洋紡の子会社である日本エクスラン工業で、研究職に就いていた。創業当時は主としてワーキングソックスを製造していたが、平成に入った頃からは、高齢化社会の到来を視野に入れ、介護関係のものづくりに注力するようになった。

知的財産戦略に力を入れ始めたのもその頃で、現在は、日本エクスラン工業の研究室で培ったノウハウと自社の知的財産（特許権及び権利化しないノウハウ）を活用し、ソックス、サポーター、褥瘡予防用のマットなどの介護用品を、東洋紡、クラレ、オーミケンシ、東洋興業といった大手企業とともに共同開発している。

病院や老人保健施設などで使用されている介護用品を見てみると、介護される側の立場に立っていないものがあまりに目立つ。そこで、自社の保有する特許を活かし、介護される側の立場に立った新しいものづくりを行い、介護の現場を変えていくことを目指している。開発した商品は、大手企業のブランド名で市場に送り出されるケースがほとんどなので、営業は一切行わず、自社ブランドの商標権も取得していない。その代わりに、介護用品を製造する上で必要な特許権を複数保有し、大手メーカーが求める「使う人に信頼され売れる、本物のものづくり」に、徹底した現場発想で取り組んでいる。

サンプルを作った時点での商品としての完成度は二割から三割。ここから現場のニーズに即した商品に仕上げていくためには、「市場調査」と調査結果に基づく「改善」が不可欠である。

(有)楽原ニットの場合、同社が作ったサンプルを、共同開発のパートナーである大手企業や、取引先である(株)ライフリングなど企画、卸売業者が、介護の現場に持ち込んで市場調査を行い、その結果をフィードバックしてくれている。その結果を受け、(有)楽原ニットでさらに完成度の高いサンプルを作る。こうしたやり取りを何度も繰り返しながら、現場のニーズに 100%即した商品を仕上げていくのである。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

知的財産（知的財産権及びノウハウとして秘匿している独自の技術は経営の根幹である。

介護用品を開発する上でポイントとなる部分については、(有)楽原ニットが特許を押さえており、優れた知的財産を有しているからこそ、大手と対等の付き合いが可能となる。介護用品の分野の知的財産権やノウハウは、例えば東洋紡と共同で介護ベッドのマットレス用に開発した素材が新幹線のシートに使われたりと、他の分野にも転用が可能である。また、(株)ライフリングと共同で健康・

寝装グッズ用に開発した消臭コットン繊維は、民需だけでなく、自衛隊向けのインナーキャップ、インソールなど官需にも展開している。知的財産権の出願や維持には費用がかかるが、優れた知的財産権を所有していれば、そこから生まれるビジネスチャンスは無限であると考えている。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

知的財産権に係る事務手続きについては、ビジネスがすでに進行していて、絶対に登録したい特許などもあるので、原案（骨子）は自分で作成、特許事務所にチェック・確認してもらい、出願する体制をとっている。

研究開発においては、売る力のある民間企業をパートナーとしている。ビジネスに重きを置く民間企業と、研究開発に重きを置く大学とでは、意識のギャップがあることから、産学連携による研究開発より民間企業とのタイアップに力を入れている。

自社で使っている機械は、知的財産（特許権やノウハウ）に直結しているので、メーカーで作ってもらった基本的なものを自分で改造している。機械の改造を自分で手掛けているからこそノウハウを秘匿できている。

### 知的財産に係る課題や問題点について

特許作成に不可欠な先行技術の調査について、一般の企業に勤める普通の人でも簡単に検索できるようなデータベースバンクシステムがあれば、特許出願件数が増え、技術立国日本のレベルアップができると考える。

### 知的財産を経営に活かすための公的支援についての意見・要望など

特定の企業から素材の提供を受けて商品を開発する際も、その企業の素材に、他社の素材を組み合わせて使うことがほとんどである。その場合の費用負担（50万円ぐらい）や機械の改造に係る経費の補助などがあると良いと思う。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

（有）楽原ニットは、北海道、東北、関東など、全国各地に人的ネットワークを有しているが、他県の方々と話をしていると、福山市の認知度の低さを実感させられる。坂本龍馬の関係で、鞆の浦の知名度は上がってきているが、鞆の浦が福山市にあることは、残念ながら知られていない。福山市をアピールするためにも、福山ブランド認定制度は是非とも推進して欲しい。具体的には、品質などの基準を設け、福山市発の製品の中から「さすがは福山の製品だ」と言われるような優れた製品を、福山ブランドとして認定すると良いと思う。自社製品と自社の販売チャンネルを持っている企業なら、福山ブランド認定制度に興味を持つと思う。下駄と滑らない靴下とをセットで販売するとか、下駄の歯の間にクッション材を付けて衝撃を和らげることで歩きやすくするとか、福山市ならではの新しい製品を開発するというのも、おもしろい。認定製品には福山市の認定マークを付け、福山市が選んだ製品として販売・PRすることが望ましい。例えば、認定製品を展示販売できるアンテナショップ的なコーナーを本通りなど便利な場所に設置するのはどうだろう。マークのデザインについては、薔薇の単体でも良いし、薔薇と蝙蝠の組み合わせでも良い。「北海道物産展」など地方名を冠したイベントが人気を博していることから、都会の百貨店などに働きかけ、「福山ブランドフェア」などを開催することができれば、福山市の認知度を一気高めることができるはず。

福山市のものづくり企業をアピールする取組みについては、積極的にサポートしたい。

## (5) マチモト株式会社

### <企業概要>

事業所名	マチモト株式会社
電話番号	084-958-5511
所在地	広島県福山市芦田町下有地307
代表者	町本 義孝
事業内容	・化粧品の製造・販売 ・食用薔薇の栽培・商品開発
従業者数	15名
知的財産権の出願・保有	特許権4件、商標権5件
調査協力	代表取締役 町本 義孝 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

マチモト(株)では、食用薔薇の栽培と食用薔薇を使った新製品開発に取り組む企業グループを組織化し、「福山薔薇人（福山バラード）」の商標権を出願登録している。

「福山薔薇人」の「薔薇人」には「薔薇に集う人」という意味が込められている。「薔薇人」だけでいこうという意見もあったが、福山市の地域ブランドであることをアピールするために、敢えて「福山」の地名を冠し「福山薔薇人」とした。シンボルマークも目下作成中であり、完成すれば商標権を出願する予定である。

「福山薔薇人」の商標権出願登録に係るきっかけとなったのは、「香り」の持つリラクゼーション効果を活かし、介護施設やリハビリセンターなどでの使用を視野に入れ、香り付きの衣料品開発に取り組んだことである。

3年間の試行錯誤の末、工業技術センターの協力を得ながら、植物から香りを抽出する方法を確立することに成功した。「香り付き衣料」はビジネス的にはそれほどうまくいかなかったが、同じノウハウを使った植物性化粧品の開発については事業化が実現している。

こうした経緯を経て、現在、マチモト(株)では、福山が「ばらのまち」に力を入れていることに着目し、食用薔薇として多方面に活用することができる無農薬による薔薇の栽培に取り組んでいる。日本で流通している薔薇は美しく長持ちするが、農薬を使用しているために香りがしない。そこで、香りの良い食用薔薇を福山市の地域資源とし、地元企業が「福山薔薇人」の商標を活かしたもののづくりを進めることで、福山が「ばらのまち」であることを広くアピールするとともに、地場産業を活性化させることを目指している。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

ブランド作りにおいて商標権は重要だが、特許権については重視していない（技術的なことはノウハウとして秘匿する方が望ましい）。

食用薔薇については、福山物産協会のホームページを見て、神戸や横浜の菓子店から、薔薇を分けて欲しいという話がきたが、応じなかった。

商売をしたいという思いはあるが、同じことをすれば、横浜のケーキ屋に負けてしまうので、「福山薔薇人」のブランドを育てるため、メンバー以外には食用薔薇を提供しないと決めている。

食用薔薇を使ったものづくりについては、ジャムやアイスクリームなどの開発を進めている。

薔薇の花びらと砂糖だけで作ったジャムは、香りが良く上品な口当たりだが、現段階では非常にコスト高で、市場に受け入れられるまでには相当な努力が必要と思われる。アイスクリームについても、品質が良いがコスト高なので、80g ぐらいの小さなパッケージで、ふるさと産品として、「ゆうパック」やインターネットを使って販売するやり方が適していると思われる。いずれにせよ、「福山薔薇人」の他のメンバーと、足並みを揃えて進めていきたい。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

「福山薔薇人」の取組みに参画しているメンバー企業は現在 20 社弱。

福山市にきた人が、福山のお土産として「尾道ラーメン」や「もみじまんじゅう」を購入している現状を踏まえ、何とかして福山市独自のお土産を作ろう、有機無農薬で栽培した食用薔薇で「もみじまんじゅう」に絶対負けないものを作ろうということで、3年ぐらい前から会合を持つようになった。グループのメンバーは食品関係の製造販売企業が多く、食用薔薇の栽培を行っている企業は、マチモト株を含めて3社である。

知的財産権について弁理士に依頼したことはないが、技術的な優位性をどうやって作るかについては、衣料品の新機能開発に取り組んでいた時に、広島県の福祉用具開発研究会の指導を受けた。

技術的な優位性さえ確立できれば、あとは形式的なものなので、弁理士に頼らなくても出願は可能である。

### 知的財産に係る課題や問題点について

やりたいことはたくさんあるが、資金的な制約がある。

有機無農薬で薔薇を栽培する上での、技術的な優位性を確立することが難しい。

薬事法の規制により薔薇の効能をうたえない。

### 公的支援についての意見・要望など

福山市がばらのまちであることをアピールするためにも、有機無農薬で作る食用薔薇を「中小企業地域資源活用促進法」における「福山市地域産業資源」として認定して欲しい。

農業分野での技術は評価が低く、補助金対象となりにくい。農業分野にも目を向けて欲しい。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

日本の薔薇は主として観賞用で、「色」や「形」は重視されるが、「香り」はおざなりになっている。そのために、日本で流通している薔薇は、見た目が良くて長持ちするが、香りがしない。完全無農薬の食用薔薇は国内で例がなく、「無農薬」をうたっていても、収穫の2週間ぐらい前に農薬を使うのをやめて、市場に出しているようなものがほとんどである。

薔薇の香りは、農薬を使った時点で失われ、商品価値も損なわれてしまう。福山市は「百万本のばらのまち」を目指しているが、百万本の薔薇を植えて農薬を使ったら、土壤汚染につながるのではないか。それよりも、有機無農薬栽培の食用薔薇を福山市の地域ブランドとしてアピールして欲しい。休耕田で食用薔薇を育てるとか、市庁舎では薔薇の香りとともにお客様をお迎えするとか、食用薔薇を各家庭で育てて自家製の薔薇の紅茶を楽しむとか、食用薔薇を福山市の地域ブランドに認定することで、ライフスタイルの提案を含めた独自の取組ができると思う。

## (6) 五敬工業株式会社

### <企業概要>

事業所名	五敬工業株式会社
電話番号	084-976-4741
所在地	広島県福山市駅家町倉光134-7
代表者	甲斐 敬文
事業内容	・精密板金加工 ・介護機器製造
従業者数	34名
知的財産権の出願・保有	実用新案権4件、意匠権1件
調査協力	代表取締役 甲斐 敬文 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

甲斐社長が知的財産権に興味を持ったのは学生時代で、アイデアを権利化し、知的財産権を武器に起業しようと考えた。

特許に関する本を何冊も読んで知識を深め、偶然知己を得た、当時、ばら公園の近くで開業していた弁理士のもとに何度も足を運び、特許出願の方法についての指導を受けた。まだ、ワープロのない頃だったので、タイプライターセンターに依頼して書類を整え、高校卒業時には6件の特許権を出願しており、そのうち「歯磨きしぼり器」など2件について権利化が実現している。

五敬工業(株)の強みは薄板精密板金加工。備後地方有数の技術を誇り、様々な業界とのネットワークを有している。得意先と話をしていると、業務改善につながるアイデアが泉のように湧いてくる。それらをメモしておいて、VA (Value Analysis) 提案、VE (Value Engineering) 提案につなげていくのだが、それとは別に、これは売れると思ったものについては、知的財産権の出願を行うこともある。

これまでに権利化した中で、最も成果があったのは「たばこ灰回収システムベルトテンションローラー装置」である。これは、パチンコ店の「タバコ回収システム」のベルトの緩みを一定の状態に保つための装置で、導入すれば、月に何度も行っていたベルトの張り直し作業が不要となるといって、非常に画期的なものである。

多くのパチンコ店に導入され、大変なヒット商品になったが、当時、実用新案権の権利期間は出願から6年で、平成17年12月に権利が消滅した途端、他企業に参入されてしまった。

(株)五敬工業では介護機器の製造も行っており、その製造過程において権利化可能なものも生まれているが、ハンデをお持ちの方に対しては、良いものを安く提供するという企業方針から、知的財産権は取得しないことにしている。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

製造方法に係る秘匿ノウハウが多数ある。これらのノウハウについては、出願すれば技術情報が表に出て、企業にとっては却ってデメリット。見てわからないようなものについては、出願しない方が安全である。

知的財産権は、企業にとってはあくまでもプラスアルファのものだが、「たばこ灰回収システム

ベルトテンションローラー装置」に続く、第二、第三のヒット商品を出したいという思いはある。知的財産権の管理に係るルールは特に設けていないが、活用できない知的財産権を長く維持していると、コスト負担が大きくなることから、古い知的財産権については、売れないと思ったら、切るようにしている。

実用新案権は短期間で登録されるので、登録前に審査のある特許権よりも取り組みやすい。

特許権については、何度も拒絶がきたりして、権利化が難しい。「皆さんが」と「皆さんに」のように請求項の文字が一文字違ってても、請求範囲が大きく変わってくるので、特許権を取得したところで、完全な模倣防止にはならないし、電動立ち乗り二輪車「セグウェイ」のような、よほど画期的なものは別として、少々の発明では特許権を取得してもビジネス的に意味がない。

知的財産権を出願するかどうかは別として、積極的に技術開発を行い、取引先に対しては、V A提案、V E提案を行っている。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

知的財産権については、業務の効率を考え、アイデア出しから権利化の判断まで、甲斐社長が行っている。社員が知的財産の権利化に関わることはない。

試作品の製作は自社で行うが、時には外注することもある。

書類関係については、現在は弁理士に依頼している。

### 知的財産に係る課題や問題点について

出願の時は完璧なものを出したいので、弁理士に支払う費用もそれほど高いとは感じないが、知的財産権を維持するためのコストは高いと思う。

知的財産を活かして新製品を作るよりも、作った製品を売ることの方が難しい。

### 公的支援についての意見・要望など

福山市の企業が開発した製品について、審査会などで審査した上で、基準を満たしたものについては、福山市で導入したり、無料で設置したり、展示したりすると良いと思う。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

地域ブランドは産業財よりも消費財の方が望ましい。

福山市の地域ブランドなら海に関するものが良い。加えて言えば、現在、注目を浴びている「鞆」をPRできるものが望ましい。

鞆にちなんだ物産としては「保命酒」が有名だが、鞆の「鯛網」をイメージさせる、「鯛」をテーマにした商品なども良いと思う。

浜焼きの鯛や新鮮な生きた鯛も良いのだが、例えば、鯛の形をしたおまんじゅうやケーキをギフト用のケースに入れて、「福山ブランド 鞆の鯛網 めでたい」などのネーミングで売り出してはどうだろう。実際の鯛と同じぐらいの大きさの菓子は事例がないので、おもしろいと思う。

対象を「モノ」に限るのではなく、海上レストラン、海水温泉など、サービスに係るものも、地域ブランドになりうると思う。

福山市は繊維業が昔から盛んで、ジーンズ素材などを扱う非常に有力な企業などもあるので、繊維関係の地域ブランドも良いかも知れない。

## (7) 三幸鉄工有限会社

### <企業概要>

事業所名	三幸鉄工有限会社
電話番号	084-982-2980
所在地	広島県福山市鞆町後地26-71
代表者	津田 信正
事業内容	・金属加工（小型シャックルの製造）
従業者数	3名
知的財産権の出願・保有	商標権2件
調査協力	専務取締役 津田 吏 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

自社で製造している小型シャックルをキーホルダーにして商品化し、商品のネーミングである「鞆の浦」と「いろは丸」について、商標権を出願登録している。

きっかけとなったのは、不況で大打撃を受け、受注減少で手を持って余している時に、小型のシャックルをアレンジして、自分用に作っていたオリジナルキーホルダーの商品化を思い付いたことである。シャックルはロープやチェーンなどを連結するための金具で、港湾施設では馴染みのもの。古くは「潮待ちの港」として栄えた鞆には、シャックルを扱う企業が集積しており、鞆のシャックルの全国シェアは8割。福山市全体では、鞆に立地していた業界最大手の関西工業(株)が、現在は箕島町に本社を移していることから、シェア9割に達することになる。

こうした背景も踏まえ、シャックルキーホルダーは、鞆の土産品にふさわしいと考えた。

鞆で土産物店を経営している知人に話をしたところ、大変乗り気になってくれたので、実際に商品化に踏み切った。

自社の完全オリジナルは、「鞆の浦」（売価350円）と「いろは丸」（売価400円）の2種類。他に、シャックルキーホルダーを見て声をかけてくれた「備後特産品研究会」を主宰する(株)中島商店の中島社長の協力により、尾道市の彩工房（帆布製造）、福山市の曙工芸(株)（桐の箱）とのコラボ商品である「帆布シャックルキーホルダー」がある。

商標権については、先に「鞆の浦」を、続いて「いろは丸」を取得した。

シャックルキーホルダーを知人の店に置かせてもらうようになったのは今年の10月からだが、「龍馬伝」の追い風もあって好評を博しており、今年の9月に鞆の浦で開催された「坂本龍馬グランプリウォーク広島大会」で記念品に採用されるなど、土産物以外の需要も出てきている。

三幸鉄工(有)は、小型のシャックルを専門で製造してきたが、小型のシャックルは今では安価な輸入品が主流となっている。シャックルキーホルダーに使用されているシャックルは、外国製品に取って代われ、生産を中止していたものだが、鞆の土産物として再び日の目を見ることができた。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

鞆では、「鞆保命酒」の地域団体商標登録に向けての取り組みなどにより、商標権に対する意識が高まりを見せている。シャックルキーホルダーについても、鞆の人間が鞆のものを作るということで、周囲の人たちから商標権の取得を勧められ、津田専務自身も商標の大切さを強く感じていた

ので、まずは権利化に取り組んだ。「シャックルキーホルダー」は、商品の本体に「鞆の浦」もしくは「いろは丸」の文字を刻印しているが、このことが、鞆の土産物としてのアピール度を高めている。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

商標権出願についてインターネットで調べてみたところ、弁理士に依頼した場合は、コストがかなり高くつくように思われた。さらに色々と検索したところ、商標権を出願する方法を具体的に解説するホームページがあったので、書類の余白とか、文字数とか、出願に係る決まりごとを1つずつホームページでチェックしながら、一晩がかりで書類を完成させた。分類については、特許庁のホームページでシャックルに関する出願事例を探し出し、その事例と分類を同じにして出願した。

### 知的財産に係る課題や問題点について

知的財産権に係る情報収集が難しい。例えば出願費用ひとつとっても、かつて真ん丸いシャックルを活用して意匠権を出してみたいと思い、費用についてインターネットで調べたことがあるが、見るところを間違ったのか、20万円ぐらいかかると思っていた。弁理士による無料相談会、弁理士の派遣など、色々な支援があることも知らなかった。

何も知らないところから始めたので、出願手続きが大変だった。

商標権の維持費用が高額である。

### 公的支援についての意見・要望など

福山市の観光課に申請し、シャックルキーホルダーのパッケージに福山市の「鞆龍馬」を使用している。

一からやる人間は情報がなくては動けない。知的財産権については、企業サイドの認知度が低いので、さらなる告知が必要だと思う。商工会議所で知的財産権について情報提供していることは知っていて、参加したいと思うが、時間的に難しい。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

シャックルは非常に強度が高く、重量物の連結には最も適した金具だが、一般にあまり知られていない。鞆にはシャックルを製造する企業が7社あり、三幸鉄工(有)も祖父の代からシャックルの製造を続けてきた。シャックルキーホルダーを商品化した背景には、シャックルをもっと知ってもらいたいという思いがある。シンプルという金具についても鞆がナンバー1なのだが、シンプルがJIS規格から外れたこともあり、鞆でシンプルを製造している企業も今では2、3社に減ってしまった。

福山市の地域ブランドとして「保命酒」は絶対に外せないが、鞆がナンバー1であるシャックルについても、地域ブランドとして光を当てて欲しい。「鞆の浦」の文字を入れるだけでも、売れ行きが違うので、福山ブランドのシンボルマークを商品に付けることはメリットがあると思う。

福山市にお客様を連れてきて、どこへ行きますかということになったら、皆さん鞆とおっしゃるので、福山より鞆の方がブランド力があるとは思いますが、福山ブランドと鞆ブランドのダブルブランドというやり方でも良いと思う。

コウモリは一般的にはダークなイメージがあるが、個人的には愛着を持っている。

## (8) 株式会社シギヤ精機製作所

### <企業概要>

事業所名	株式会社シギヤ精機製作所
電話番号	084-953-6631
所在地	広島県福山市箕島町5378
代表者	嶋谷 憲和
事業内容	・金属工作機械製造業 ・工作機械の改造修理業 ・ガラス加工機の製造、販売
従業者数	246名
知的財産権の出願・保有	・出願件数：特許76件、実用新案4件、商標1件 ・権利保有件数：特許権15件、実用新案権1件、商標権1件
調査協力	品質保証部 品質保証課 主務 小野 昭人 様 管理部 総務課 上級主任 丹下 浩伸 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

(株)シギヤ精機製作所は明治44年創業の老舗企業。円筒研削盤と研削加工技術で知られる同社が、特許権の出願登録に力を入れ始めたのは、今から約30年前のことである。

特許権取得の目的は、自社製品の付加価値向上、競合製品との差別化、そして他社からの防衛で、1つの新製品に対し、最低1件の特許出願を求めている。

これまでに出了願した特許等は80件にのぼり、保有件数は平成22年10月現在で16件（実施率は5割程度）。最も出願登録件数が多かったのは平成10年から平成12年までの3年間で、毎月1件のペースで出願していた。近年は出願前のチェック機能を強化して発明の“質”向上を図るとともに、発明の内容が制御方法などソフト的なものについてはノウハウ化戦略を取ってきたこともあり、年に1、2件のペースで推移している。

国際出願については、ブランド戦略を強化するために、中国で商標登録出願中であり、今後アメリカ、韓国、台湾などについても検討中である。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

職務発明に関する社内規定を整えている。

保有している特許権は、特許料納付期限前(3年毎)に権利存続要否を取締役を含む関係者で精査し、当該権利の活用度を厳格にチェックしている。

出願基本戦略として、目で見て分かるメカ的なものは権利化し、ソフト的なものはたとえ権利化しても他社の侵害の把握が困難な場合が多いためノウハウとして秘匿するようにしている。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

技術部門に所属する人員が60名程度。そのうち10名弱が研究開発を担当している。

権利化に係る業務は、小野氏が品質保証部の業務（ISO関係など）と兼任しており、個々の発明について、IPDLやJP-NETで先行技術調査を行った後、書類を整えて企業トップの決済

を仰ぎ、決裁が下りた後は、外部の弁理士に依頼して出願手続きを行っている。拒絶理由が来た時の対応や、取得した知的財産権の管理も小野氏が担当しているが、重要な事項については、小野氏、発明者、社長を含む取締役をメンバーとする委員会方式で決定している。

委員会では、発明者が自己の発明について説明することになっているが、こうした発表の場を設けることで、社員のモチベーションアップつなげていきたいという思いがある。同じ理由から、職務発明の出願や登録に対する対価(報奨金)も一般より高く設定している。

取得した知的財産権を営業に活かすため、前期からの新しい取組みとして、特許に係る情報を毎月提供しており、自社製品に係る特許情報に全社員がアクセスできるようになっている。

### 知的財産に係る課題や問題点について

新入社員に対しては、知的財産に係る基礎的な教育を社内で行っているが、それ以後の階層別・職能別の計画的なフォローアップ教育ができていないためメーカーとしての知財意識が全体的に低い。技術者自身が特許情報を調査・活用できるようなスキルと“知財力”を身につけることが必要。

知財部や特許室など知的財産権に係る部門を作り、“知財経営”を強化することが必要だと感じている。

### 公的支援についての意見・要望など

福山市の良い点をもっと内外にアピールすることで、福山市の人口を増やして行って欲しい。

人材確保のために、福山市の企業が、福山市民に認知してもらえるような施策を展開して欲しい。海外(中国や韓国など)の商標出願に係る先行技術調査の指導があると良いと思う。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

福山市は、東京などでは「尾道市と倉敷市の間にあるのが福山市です」と説明されるほど、知名度が低い。福山市の企業にとって、福山市の知名度が低いことはデメリットであることから、まずは、福山市自体の知名度を上げていくことが必要である。

「崖の上のポニョ」を観て福山市にきた観光客が落胆しているらしいので、鬼太郎ロードの銅像のように、ポニョをイメージさせるものを作ってはどうか。せっかく映画などで福山市をPRしてもらっているのだから、そのことを積極的に活かしていくことが望ましい。

福山市には人が来ないし、展示会をしても人が呼べないから、福山市の企業は地元で開催される展示会への出展には後ろ向き。ただ、求人のために、何らかの形で福山市における自社の知名度を上げたいという思いはある。

福山市の地域ブランド認定制度と、薔薇と蝙蝠(こうもり)をモチーフにした認定マークの制定については、賛成である。福山市の市章が「山」なのか「蝙蝠」なのかも知らなかったのも、そういったことも、合わせてアピールしていくと良いと思う。

福山市は「ばらのまち」ということで、薔薇を使った食品などを考えている地元企業もあるし、薔薇を使ったB級グルメなどを開発するのも、おもしろいかも知れない。

産業財を扱う企業の場合、地域ブランドとして認定されても、お客様とのちょっとした会話ネタになるぐらいで、直接売上につながるようなことはないが、消費財を扱う企業であれば、福山ブランドとして認定されることはメリットがあると思う。

## (9) アパレルアイ株式会社

### <企業概要>

事業所名	アパレルアイ株式会社
電話番号	084-960-0303
所在地	福山市神辺町川南 1302-2
代表者	福永 一夫
事業内容	・ 婦人カジュアル衣料の製造及び販売
従業者数	17名
知的財産権	実用新案権 2件、商標権 9件（うち2件は(株)アモロツソの所有）
調査協力	代表取締役 福永 一夫 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

アパレルアイ(株)では、保護袋の上部に小さな丸い穴を開け、袋をかけたままラベルの取り付けができるようにした構造について、実用新案権を取得している。

この構造を用いれば、ラベルを取り付けるために袋を外す手間が省け、袋も傷まない。穴が開いているから、梱包時に袋の中の空気を抜く作業も容易となる。

保護袋には実用新案権登録済であることを表示している。それを見て、権利を使わせて欲しいと言ってくる所はないが、業界では模倣されたものが出回っている。

製品については、スラックスの前身頃と後身頃との縫い合わせ部分にV字型の布を介在させ、ウエストからヒップ部までをスッキリと細く見せる方法を考案し、防衛のために実用新案権を出願登録しているが、これについても、大手アパレル企業に模倣されてしまった。

アパレル業界は昔からまねをし合うようなところがある。模倣品が大型店に並んでいるのを見つけて調べてみると、模倣したのは自社の取引先である大手企業で、その大手企業に委託されて模倣品を製造したのが、地元福山市の中小企業といった具合で、警告を発することもできない。

このように、実用新案権で模倣を防止することはできないが、知的財産権を取得していることが、セールスポイントにつながるのではないかという思いがある。

商標権については、「アイコレクション」「アイのポカッツ」「ラクーナ」など7件を保有しているが、実用新案権と違って、そのものズバリを模倣されることはない。なお、メインブランドの「アイコレクション」については、中国でも権利化している。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

仕事の中で様々なアイデアが浮かんでくる。それを形にしていくのだが、新しいものはすぐにまねられる。模倣されるのは仕方がないが、出願しているものまで模倣するというのは、いかなものか。小規模企業がやるならまだ良いが、大手がそういうことをするのは、いささか品格に欠けると思う。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

知的財産権の出願は大阪の特許事務所に依頼している。実際に会ったことはなく、電話とインターネットでやり取りしているが、特に不便は感じない。料金が安い上、先行技術調査の結果に基づ

いて、具体的な提案やアドバイスをしてくれるので満足している。

### 知的財産に係る課題や問題点について

アパレル製品は模倣が容易な上、業界そのものの知的財産権に対する認識が低く、新しいものを開発しても模倣されるのが当たり前となっている。

出願から登録までに時間がかかりすぎる。2ヶ月ぐらいに短縮して欲しい。

アパレル業界は流行り廃りが早いので、デザイン的なもので実用新案権を取得することは、あまり意味がない。

知的財産の権利化に係る費用が高額である。

### 公的支援についての意見・要望など

国内の産業を空洞化させないために、考えるべき時がきていると思う。

アパレル業界の製造拠点は、中国をはじめ海外であるケースがほとんどだが、尖閣諸島問題に係る中国との摩擦により、税関での検査が、これまでの抜き取り検査から全品検査に切り替わり、納期遅れが深刻な問題となっている。それ以前から、繊維産業は川上から川下までがたがたになっており、優れた技術者は中国に流出。国内の縫製会社に就労しているのは、主として高齢者と外国人労働者である。こうした厳しい状況下でも、福山市には優れた企業が残っている。

衣食住は生活の基本であり、加えて言えば、繊維業は福山市を支えてきた主要産業のひとつである。繊維産業に対する公的支援を手厚くし、福井、和歌山、新潟など、繊維業の盛んな自治体と手を組んで国に訴えるなど、業界再生に係る施策を積極的に展開して欲しい。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

癒しのぬいぐるみ「ありがとう坊や」を事業化するために、(株)アモロツソという別会社を立ち上げている。「ありがとう坊や」は、孤独になりがちなお年寄りのために開発したもので、オムツを付けた幼児の姿をしており、手を握ると、「ありがとう、嬉しいな」「ありがとう、元気、元気」といった言葉を子供の声で発声する。

「ありがとう坊や」の基となる原画は、優しい仏教画を手がける画家の斉藤サトル氏に依頼して制作してもらい、デザインを譲り受けたものである。

お年寄りは、「ありがとう」という言葉を発することは多くても、人から「ありがとう」と言われる機会はほとんどない。「ありがとう坊や」に「ありがとう」と言わせることで、お年寄りに喜んでいただきたい、脳の活性化にもつながるかも知れないという思いがある。

「ありがとう坊や」を実際に手にしたお年寄りの反応から、商品力には自信を持っているが、事業は緒に就いたばかりであり、これからが正念場である。

これは自社のケースだが、このように、地元企業が開発した製品の中から優れたものを掘り起こし、福山市の地域ブランドとして光を当てていただきたい。例えば、(有)中村金欄工場の風呂敷なども、知る人ぞ知る製品だと思う。

PRのため、福山駅と提携して駅の構内に認定製品の陳列場を設けるといのはどうだろう。

認定制度のマークについては、コウモリはどうかと思うが、薔薇のマークは良いと思う。

統一的なマークができれば、例えば、「ありがとう坊や」がつけている「よだれかけ」にあしらってみるなど、是非活用してみたい。

## (10) 株式会社タガシラ

### <企業概要>

事業所名	株式会社タガシラ 株式会社TM・クルー
電話番号	084-934-5911
所在地	広島県福山市柳津町814-5
代表者	田頭 武夫
事業内容	サンダル・ケミカルシューズ製造
従業者数	37名
知的財産権の出願・保有	商標権17件
調査協力	代表取締役 田頭 武夫 様 取締役 総務・経理部長 田頭 益美 様

### 知的財産権の出願・保有について（目的や経緯など）

(株)タガシラは、昭和27年の創業以来、(株)マルヤマの協力工場のような役割を果たしてきたが、(株)マルヤマが靴部門から撤退するのに際し、同社の商標権と営業権を譲渡され、販売事業を手がけるようになった。(株)TM・クルーは、製造拠点を国内から海外に移すために設立した仕入会社だが、時間が経つにつれ、(株)TM・クルーのネームバリューが国内外で上がり、(株)タガシラのそれを上回るようになったので、現在は、取引先との接点が多い販売事業は(株)TM・クルー、仕入関係の事業は(株)タガシラという風に、事業領域を入れ替えている。

保有する知的財産権は17件。そのうち13件が「マルヤマ」「Joy Star」など(株)マルヤマから引き継いだ商標権で、残る4件が「RiiiKa」など自社で出願登録した商標権である。

自社で出願した商標権のうち「RiiiKa」は図形商標である。外国の靴メーカーが「rieker」をすでに登録していて、文字商標では登録できなかったため、それでは図でいこうということになり、書道家でもある田頭社長が自ら考案したデザインを権利化している。

保有している商標権は、ターゲット別、商品ランク別に使い分けている。

(株)マルヤマから引き継いだ商標は定番商品向けのものがほとんどだが、自社で出願登録した商標権は、ファッション性の高い季節商品が中心となっており、女性向けが「RiiiKa」、年代が少し上の女性には「MARIKA」、若い女性には「ティララ/twilala」といった具合である。

また、自社ブランドとは別に、ワールド、三愛など、大手アパレルメーカーのOEMを手がけており、OEMが売上全体の3割程度を占めている。

### 知的財産を経営に活かすための意識や取組について

ファッション商品については、ブランドを見て購入する方がたくさんいることから、ブランドによって売れ行きが大きく左右する。以前、(株)サマンサタバサジャパンリミテッドのOEMで、海老原友里がデザインした靴を手掛けたことがあるが、その時は、海老原友里自身が「王様のランチ」(TBSのテレビ番組)に出演して靴を紹介したこともあり、売り出しから2時間で6千足を完売した。これは極端な例かも知れないが、6千円台の商品が、商標をつけることで、1万円台で売れるようになる。これがブランドのすごさである。

ブランドと言えば、「マルヤマ」は松永の履物を象徴する非常に大切なブランドである。

(株)マルヤマは135年続く下駄と履物の老舗企業。松永で履物と言えば「マルヤマ」であり、商品ジャンルは限られるが、「マルヤマ」のロゴが入っていないと売れないものもあるほどで、今後も残していかなければならない。

「Joy Star」の商標を付けた製品は韓国で非常に人気があり、模倣品なども出回っている。

靴業界では、模倣することが当たり前になっていて、形状などで知的財産権を取得しても通用しない。考えようによれば、それだけ価値があるということなので、いちいち警告したりすることもない。過去に一度だけ、靴の中敷の関係で、知らずに他社の知的財産権を侵害して、相応の弁償をしたことがあるが、それは例外中の例外である。

### 知的財産に係る社内組織や人員について

商標のデザインやネーミングは、社長が考えることもあれば、その商品を担当する社員が考えることもある。出願関係は地元の弁理士に依頼している。自分ではとてもできないし、商標権の期間が満了する前には必ず連絡をくれるので、そのまま延長してもらっている。

### 知的財産に係る課題や問題点について

先行技術調査なども含めると費用負担が大きい。

出願から登録までに半年ぐらいかかる。2月に企画した商品は、7月にはシーズンが始まっているので、登録まで待つ余裕がなく、先行技術調査でOKが出た時点で製造を開始している。

### 公的支援についての意見・要望など

商標権の権利化にかかる期間を短縮して欲しい。

履物を含む地場産業を福山ブランドに認定し、低金利での融資、市街化調整区域への新社屋建設に係る手続き上の優遇など、地場産業を守り育てるための具体的な支援を行なって欲しい。

### 福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について

尾道を象徴するものは「坂」「港」「林 芙美子」と色々あるが、福山にはそれがない。

福山市が薔薇を栽培していて、そのことが全国に知られていけば、福山市の薔薇のマークを使わせていただくことは、企業にとってメリットとなるが、現段階ではそうはいかない。まずは福山市にブランド力を付けて欲しい。

食用薔薇の栽培で特徴を出していくような取り組みは良いと思う。

認定マークは一般公募で決めるのではなく、世界的に著名なアーティストに依頼するべきだと思う。例えば、ゴッホや絹谷幸二の薔薇の絵を購入し、それを認定マークにするといった発想があっても良いのではないか。ブランド自体のステータスが高ければ、使いたいと思う者もそれだけ多くなる。福山ゆかりのアーティストがいれば良いのだが、世界に通じる人でなくては意味がない。

備後の松永を代表するものは「下駄・履物」「畳表」「塩」である。そのうち、履物については、大手が2社で、下駄にいたってはわずかしかない。「ゲタリンピック」の開催は、大正時代に全国シェア6割を誇っていた、松永の下駄の歴史を残すためのものだと思うが、下駄がケミカルシューズに取って変わられた今、企業にとってのメリットは少なく、産業振興にはつながりにくい。

しかしながら、下駄、サンダル、ケミカルシューズと姿を変えても、履物であることに変わりはなく、「地域」と「履物」の接点を何らかの形で後世に伝えていくべきだと思う。

### 3.まとめ

	㈱栄工社（電気・電子）	㈱明和 workshop（機械）	こだま食品㈱（食品）	㈱来原ニット（繊維）
知財権の出願・保有	社名と会社のロゴを商標出願登録。社章は拒絶で登録に至らず。更新忘れで期限満了しH10に再度出願登録。特許権は出願のみ（審査請求なし）。	環境関連の自社製品を開発し、商標を権利化している。 特許権を出願したことはあるが、審査請求は行っていない。	競合製品との差別化のため、製法の特許権を出願し、パッケージにも特許権出願済であることを明示している。	介護用品を製造する上で必要な特許権を保有、大手企業と共同開発を行っている。商品は大手のブランド名で市場に出るので商標権は保有していない。
知財を経営に活かす意識・取組み	商標権は企業アイデンティティとして重視しているが、特許権はそれほど重視していない。 特許権が1つあったところで大きな利益につながるとは思えない。	特許権は費用負担が大きいので、収益につながる事が明らかにならなければ、審査請求は行わない。開発製品が利益を生めば、それに係る特許権について審査請求するつもり。	権利化は他社からの防衛だけでなく、イメージアップにつながる差別化要因の1つである。 出願しても最終的に活用できなかったものは、審査請求は行わない。	知的財産は経営の根幹。 優れた知的財産を有しているからこそ、大手との対等な付き合いが可能となる。知的財産権の出願や維持に係る費用が高いと思ったことはない。
知財に係る組織・人員	技術開発担当スタッフが、知財に係る業務も合わせて担当している。	商工会議所の相談窓口で相談しながら、社長自身が出願手続きを行っている。	ISO、トクホ、知的財産権に係る業務を専任で担当している社員が2名いる。	原案（骨子）は自分で作成、特許事務所にチェック・確認してもらい、出願する体制をとっている。
知財に係る課題・問題点	知財権の更新期限などのチェックが徹底されていない。 経営資源に限りがあり、効果的な知財戦略を展開できない。	弁理士に依頼すると費用が高つくし、自分で出願手続きをする場合は相当なエネルギーが必要。	権利化に時間がかかる。食品にはブームがあり、ブームが終わった後で権利化しても、十分に活用できない。	先行技術の調査について、一般の企業に勤める普通の人でも簡単に検索できるデータベースバンキングシステムがあると良い。
公的支援についての意見・要望	<b>人材育成</b> 中堅以上の社員を対象とする人材育成を希望。 <b>ネットワーク</b> 人と人、企業と企業をつなぐ触媒のような役割を果たして欲しい。	<b>補助事業</b> アイデアレベルでも申請できる補助事業があると良い。 <b>市場調査</b> 市場調査の支援が欲しい。 <b>産業観光</b> 産業観光を実施して欲しい。	<b>セミナー・情報提供</b> 製造業を対象とする、知的財産戦略に係るセミナーや情報提供を行って欲しい	<b>開発費用補助</b> 研究開発費の補助があると良いと思う（50万円ぐらい）。
福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について	世界規模の見本市に福山ブースを設置するなどして、福山市のサポートインダストリーをPRして欲しい。	イベントとからめて「折り薔薇」を地域ブランドとしてPRすると良いと思う。 福山市の持つ歴史的な魅力をアピールすることで、都市としての魅力を高めて欲しい。	福山市の知名度を思うと、地域ブランド認定制度についてのメリットを感じない。「鞆」の知名度を生かしつつ、水産物のブランド化に取り組んではどうか。 「蝙蝠」が認知されていないのでアピールが必要。	福山市をアピールするためにも、福山ブランド認定制度を推進して欲しい。品質などの基準を設け、福山市発の製品の中から「さすがは福山の製品」と言われるものを認定すると良いと思う。

	マチモト(株)(化粧品・食用薔薇)	五敬工業(株)(金属)	三幸鉄工(有)(金属)	(株)シギヤ精機製作所(機械)
知財権の出願・保有	食用薔薇の栽培と食用薔薇を使った新製品開発に取り組む企業を組織化し、「福山薔薇人(福山パレード)」の商標権を出願登録。	実用新案権でヒット商品を出した実績がある。業務改善につながるアイデアで、これは売れると思ったものについて、知的財産権の出願を行っている。	景気の悪化で受注が減少。現業を生かした新製品(シャクルキーホルダー)を開発し、2種類の商標権を出願登録した。	自社製品の付加価値向上、競合製品との差別化、そして他社からの防衛で、1つの新製品に対し、最低1件の特許出願を求めている。
知財を経営に活かす意識・取り組み	ブランド作りにおいて商標権は重要だが、特許権は重視していない。技術的なことはノウハウとして秘匿する方が望ましい。	見てわからないようなものは出願しないでノウハウとして秘匿している。実用新案権は短期間で登録されるので、登録前に審査のある特許権より取り組みやすい。	鞆の人間が鞆のものを作るということで、周囲の人たちから商標権の取得をすすめられ、自分でも商標の大切さを強く感じていたので、まずは権利化に取り組んだ。	職務発明規定を整えている。保有している特許権は、特許料納付期限内に権利存続要否をチェックしている。メカ的なものは権利化し、ソフト的なものはノウハウとして秘匿している。
知財に係る組織・人員	出願手続きは社長が対応。	アイデア出しは社長。権利化は弁理士に依頼。	商標権を出願する方法を具体的に解説するホームページを身ながら専務が出願。	研究開発担当は10名弱。知的財産権の管理担当は1名。出願は外部の弁理士に依頼。
知財に係る課題・問題点	資金的な制約がある。有機無農薬で薔薇を栽培する上での技術的な優位性を確立することが難しい。	知的財産権を維持するためのコストが高い。知的財産を活かして新製品を作るより、作った製品を売る方が難しい。	知的財産権に関する情報収集が難しい。出願手続きが大変だった。商標権の維持費用が高額である。	メーカーとしての知財意識が全体的に低い。知的財産権に係る部門を作り、「知財経営」を強化することが必要。
公的支援についての意見・要望	<b>認定</b> 食用薔薇を「福山市地域産業資源」に認定して欲しい。 <b>農業分野の補助</b> 農業分野での技術は評価が低く、補助金対象となりにくい。農業に目を向けて欲しい。	<b>製品の導入・PR</b> 福山市の企業が開発した製品について、審査会などで審査した上で、基準を満たしたものについては、福山市で導入したり、無料で設置したり、展示したりすると良いと思う	<b>セミナー・情報提供</b> 知財権については、企業サイドの認知度が低いので、さらなる告知が必要。商工会議所で知的財産権について情報提供していて、参加したいと思うが、時間的に難しい。	<b>PR</b> 福山市の良い点を市内外にアピールして欲しい。福山市の企業が市民に認知されるような施策を展開して欲しい。 <b>指導</b> 海外商標出願の指導を希望。
福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について	有機無農薬栽培の食用薔薇を福山市の地域ブランドとしてアピールして欲しい。食用薔薇を福山市の地域ブランドに認定することで、ライフスタイル提案を含めた独自の取組ができる。	地域ブランドは産業財よりも消費財。福山市の場合は「鞆」をPRできるものが望ましい。ジーンズ素材などを扱う有力な企業などもあるので、繊維関係の地域ブランドも良い。	福山市の地域ブランドとして「保命酒」は絶対に外せないが、鞆がナンバー1であるシャクルについても、地域ブランドとして光を当てて欲しい。福山ブランドと鞆ブランドのダブルブランドも良いと思う。	福山市自体の知名度を上げていくことが必要。福山市の地域ブランド認定制度と、薔薇と蝙蝠をモチーフにした認定マークの制定には賛成。消費財を扱う企業は、福山認定のメリットあり。

	アパレルアイ(株) (繊維)	(株)タガシラ (シューズ)
知財権の出願・保有	複数のブランド名を権利化している。 実用新案権も2件登録しているが、どちらも他社に模倣されてしまった。	商標権を17件保有しており、そのうち13社は他社から引き継いだものである。個々の商標はターゲット別、商品ランク別に使い分けしている。
知財を経営に活かす意識・取組み	新しいものはすぐに模倣されてしまう。模倣されるのは仕方ないが、出願しているものまで模倣するというのは、いかなものかと思う。	ファッション商品はブランドで売上が左右する。靴業界では、模倣することが当たり前になっていて、形状などで知的財産権を取得しても通用しない。
知財に係る組織・人員	知的財産権の出願は特許事務所に依頼している。	出願関係は地元の弁理士に依頼している。
知財に係る課題・問題点	アパレル業界では、模倣が当たり前。 出願から登録までに時間がかかりすぎ。 権利化に係る費用が高額。	先行技術調査なども含めると費用負担が大きい。出願から登録までに時間がかかりすぎ。
公的支援についての意見・要望	<b>認定</b> 繊維産業に対する公的支援を手厚くし、福井、和歌山、新潟など、繊維業の盛んな自治体と手を組んで国に訴えるなど、業界再生に係る施策を展開して欲しい。	<b>権利化の時間短縮</b> 商標権の権利化にかかる期間を短縮して欲しい。 <b>地場産業の支援</b> 地場産業を福山ブランドに認定し、守り育てるための具体的な支援を行なって欲しい。
福山市の地域ブランド及び地域ブランド認定制度について	地元企業が開発した製品の中から優れたものを掘り起こし、福山市の地域ブランドとして光を当てて欲しい。 認定制度のマークについては、コウモリはどうかと思うが、薔薇のマークは良いと思う。	まずは福山市にブランド力を付けて欲しい。食用薔薇の栽培で特徴を出していくような取り組みは良いと思う。 認定マークは世界的に著名なアーティストに依頼するべき。