

旗印の中での知的財産

甲斐一到*



1. はじめに

本誌の巻頭言執筆の依頼を賜り、先ず思ったことは知的財産に関する「はじめの一步」はどこになるのか…でありました。既に知的財産従事の専門家の皆様方は周知の事（釈迦に説法）であると思いますが、世界最古の成文特許法はイタリアにて1474年の「発明者条例」によるものであり、540年前（室町時代）から存在している事になります。日本では福沢諭吉が渡欧した1862年に特許制度に触れ必要性を感じ、その後執筆した「西洋事情」（1866年～）により普及する礎となり、1885年（明治18年）に発布された「専売特許条例」にて基礎が出来、1899年（明治32年）に特許法が制定されたことを改めて知りました。

では、登録された第一号特許が気になるところであります…

1885年4月の『堀田錆止塗料及び塗法』（堀田瑞松）という成分に関する特許である事もわかり、実にイタリアの条例から400年以上経過してようやく日本でも登録が開始された事になります。

このように知的財産が人類の発展に大きく寄与している事は歴史が物語っておりますので明白であり、如何に重要な事であるのかも改めて理解した次第です。毎度思いますが、その成り立ちを知った上で事に当たると言う事は重要であり、巻頭言にあたり小生の従事している環境の中からいくつか述べたいと思います。

2. 旗印に込められた意志

『keywordは温度』という旗印の元、当社は自動車、二輪、汎用・マリン、快適生活空間（住宅設備）に関わる温度デバイス製品を開発・設計～生産し完成機メーカー殿へ供給して50年以上の歴史を刻んでまいりました。センサーとアクチュエーターの機能を持つ主力製品は、エンジンの温度コントロール部品で社名にもある「サーモスタット」でありエンジン水温や油温を適温に保ち、燃費向上や排出ガス低減という環境貢献製品としての位置付けを意識して対応しているところであります。単体のサーモスタットから現在ではモジュール製品に移行しており、パッケージングにて性能向上や小型化にも貢献ができるようになり、更なる進化として可変技術や製造技術を駆使し当社でしかできない日本初、世界初製品も生み出すことができました。

また、車以外の主要製品は日々の生活に密着している水栓用温度コントロール部品や床暖房の熱動弁、エコキュートの電動ミキシングバルブ、空調用可変バルブ等で快適な生活を「縁の下の力持ち」

* 日本サーモスタット株式会社 取締役 技術部部长 兼 開発部部长 Kazuyuki KAI

本文の複製、転載、改変、再配布を禁止します。

で支える製品開発も手掛けております。特に住設関連では、直接温水が肌に触れるという事を意識した開発をしないとイケませんので、最終故障モードでも火傷をさせない事が肝になります。正に「人にやさしく」です。

旗印である『keywordは温度』により、温度というファクターの中で展開する事！というわかりやすい道標となり、様々なチャレンジに結びつく環境に対し更に行動を起こすべく顧客や取引先との交流を強めていく事も大切であると実感しております。

3. 特徴ある交流強化

顧客（完成機メーカー）へのプレゼンテーションや技術交流は大切であることは当たり前であり常に実施されていると認識していますが、小生が今対応している事は取引先の部品が当社製品に対してどのような位置付けであるかを取引先自身によく知って頂くことだと思っております。故に取引先へ製品開発の説明やプレゼンテーションを通して納得共感して下さった上で着手して頂くことを心がけております。更に製造現場の方へのPRは品質に大きく影響するものと思います。自分が生産しているこの部品は最終製品の何処に着き、どのような機能を提供するのかがわかる事により愛着が湧き、延いては不良を出さないようにするという事に結びつくと思っております。

また、昨今の傾向として同様環境下のテーマで異業種交流も進んで行っています。幸いにして車関連と住設関連の温度コントロールを生業としている為、当社が量産している製品紹介を基に使える技術や仕様を議論し今後の開発品等のヒントになればと思いついて展開しているところです。

一方では、海外生産への移行も加速される時代になりましたが一方ではmade in Japanも意識して対応し国内需要と雇用確保を両立した上で廉価生産を行っていきたいと思っております。その為に①当社しか出来ない技術を開発に織り込む ②国内専用製品（例：軽自動車、日本特有仕様）を狙う事が一つの差別化になり取引先との連携も図れ、顧客への質の良い廉価製品を届けられるのではないかと信じております。

4. 和を以て共有

当社は1995年から知財関連を技術開発部門に新設し対応をしておりますが、以前は特許事務所等に依頼をして処理をしていたのが実態です。中規模（中堅）企業の場合日々の設計開発業務対応が主体となり、特許関連対応が遅れ気味になる傾向が強い。その為、旬なアイデアや案件が滞ってしまい発明した内容が埋もれていく事になるが、それ自体が企業として大きな損失である！という意識も低い時があったように思えます。

気になっているが…後回しにしてしまうのを抑制できたのは、やはり啓蒙活動からであり、その道の専門家を配置した組織を作った事で意識の改革も出来たと思われれます。

特許とは…身近なものであるという意識、開発担当者が誇れる勲章である事、企業を防衛できる「盾」であり他をけん制する「矛」である事などを地道に説明しその中で相談や意見交換が増えてきています。また、開発や設計段階での特許思考も植え付けられた事により提案書の活用や調査すべき依頼事項、関連特許のマップなどの展開も身近になってまいりましたので、更に部門の意識を高める事により他部門へ影響や関心も高まる事を期待しつつ今後も対応して行きたいと思っております。