

特集 《弁理士知財キャラバン支援企業ヒアリング》

広報センター会誌編集部と弁理士知財キャラバンによる キャラバン支援企業ヒアリング

(株) アヴァス*

事業内容：業務用ナビゲーションシステムの開発・製造

所在地：富山県富山市

目次

- 1 支援企業について
- 2 弁理士知財キャラバン支援を受けて
- 3 弁理士知財キャラバン支援による成果について
- 4 弁理士知財キャラバン支援を受けた後の新たな取り組みについて
- 5 今後弁理士に期待すること

—得意技術が明確となり、新たな製品展開への 気づきを得た—

1 支援企業について

聞き手 A まず、御社の現況をお話いただけますか？

アヴァス では当社の基本情報をご説明します。1998年にアンフルージュという会社を設立しまして、その年の10月くらいから赤外線技術を応用した耳式体温計の開発に着手しました。元々赤外線技術をはじめいろいろな事業を展開していき、その一環として赤外線技術の特許も出願していました。それで発売した体温計の名前が「耳温計」です。

社名をアンフルージュからアヴァスに変更したのは2006年です。この頃からナビの技術開発に入り、現在は当社の主力になりました。業務用の特殊ナビですね。

今回は、体温計の医療機器部門とナビのIT部門を分け、それぞれ別にコンサルティングを受けました。当社のナビ技術は一般用のナビと競争したところで勝負にならないので、いわゆるニッチな市場に絞っています。その市場に合わせた付加価値の高いソフトを入れるわけです。ですから、道路情報を一切使っていません。現在は特許出願中なのですが、道路情報に

依存しないナビが当社ならではの業務用ナビなんです。

聞き手 A 測量業務に取って代わるということですね。

アヴァス そうですね。そこで一気にそのナビの用途も広がると思うんです。そろそろ審査請求をかけないとやばいんですけど、特許出願が通れば、その分野では大手を抑えることが可能となります。というのも大手が出している特許は、一般カーナビの用途ばかりなんです。

聞き手 B 問題は、外国で出願していないことです。
アヴァス ものづくりの補助金を通れば、海外出願もやる予定です。先に出しておいてもいいですが、やはり海外はあとでいいかなと思っています。

2 弁理士知財キャラバン支援を受けて

アヴァス 話が少し飛んでしまいましたが、キャラバンを機に知財の現状と自分たちの技術にどんなアドバンテージがあるのかを確認しようとなって。これが発端となって、商工会議所からものづくり補助金を申請してみないかという話が来たんです。最初はその気がなかったのに、どんどん自社の技術の方向性について考えるようになって……。

聞き手 A 知財コンサルティングを機に、蓄積された技術を展開する方向性が見えてきた。さらに、それを基に商工会議所のものづくり支援を受けるといったことですね？

アヴァス ものづくりの申請書類に実現できないもの

* <http://avance-eng.sakura.ne.jp/>

を書いて、万が一それが通ってしまったら大変ですから。それで、当社が現状でできることは何かを真剣に考えましたね。

聞き手A 中小企業が大企業と張り合っていくためには、こういう知財コンサルを活用していただいた方がいいでしょうね。我々はそういうところに力を入れたいと思っているんです。

アヴァス 知財はすごい武器になると思います。実際にある大手企業からお呼びがかかったんですよ。その会社の建物を見てびっくり仰天しましたけど。そういうところでさえ、我々のような中小企業の知財を欲しがっているんです。

でも、大企業だと明細書や特許証だけではお話にならなくて。現物がないとだめでしたね。今あるものだけでは網にかかってしまう。ただの基本特許ですから。

聞き手A 基本特許を製品化するに当たってのハードルはいろいろあるとは思いますが、それを活用するかどうかは企業の問題ですね。

3 弁理士知財キャラバン支援による成果について

聞き手A 知財コンサルを受けてみて、製品開発について何か変化はありましたか？

アヴァス 先に知財を活用しようという思いがあって、それに対してどうすべきか考えるようになったのが違って来た部分だと思います。

聞き手A 明確に知財の活用方法や方針が見えてきたんですね。

アヴァス 例えば、今回のコンサルの対象になった「プロ道」という製品。このシステムを使うことで、すべての配送車の動きを管理することが可能になる。そういうことです。

4 弁理士知財キャラバン支援を受けた後の新たな取り組みについて

聞き手A コンサルを機に取り組みを変更したり、ステップアップを目指したりと何か変化はありましたか？

アヴァス 先ほどいただいた質問の返事になってしまっていますが、コンサルを受けて得たものはたくさんありますね。例えば、会社の取り組みの改善、製品内容の改善というのは、既存の技術の中に飛び石みたいに別

ものを作るのではなく、今あるものに付加価値をつけていくことであると気づかされました。医療器とナビは完全に離れ島のように考えられていましたけど、実はそうでもなかった。というのも、当社には元々温度を超高感度に測るセンサー技術があって、現在は体温計に用いられています。その赤外線センサーとナビをくっつけたらどうなるか。そういった知財プラス知財という考えが出てきましたね。

聞き手A 知財コンサルを通して得意技術を明確にしたことで、さらに融合化を図れたんですね。

アヴァス そうですね。だから、農機具もしくは農業にも応用するといった具合に、用途を広げることが可能になってくるわけです。当社の赤外線センサーはとんでもなく感度を上げることができますから、体温計以外にも応用可能です。

聞き手B 現に富山県では農地が大規模化されていて、それを標準化して進められたら県内の〇〇社の技術が生きてくると思います。そういったものとコラボできたら、面白いものが生まれるでしょう。

アヴァス 実は中国の企業から相談を受けたことがあるんですよ。おそらく、当社の赤外線センサーの特許を見たんでしょう。

聞き手A これまでになかった、コラボ的な展開が見込めるようになったということでしょうか？

アヴァス そうですね。当社の固有の技術に別の用途を見つけると、さらにまた別な用途が見つかるという。今後はそういった戦略でいこうと思っています。

聞き手A その戦略に向けて知財コンサルを利用するのであれば、すぐ対応できると思います。

アヴァス ただ、あれもこれもと出願していたら大変です。

聞き手A 知財コンサルとしては、どういう戦略が最も効率のかを考えることが大事だと思っています。

アヴァス あと、補助金ですね。

聞き手C やっぱり費用あってやることですからね。

アヴァス そうです。当然、時間もかかるでしょうし。

聞き手A 商標といった他の知財は計画されていますか。

アヴァス 当社の代理店がどうしても「プロ道」をホームページに載せたいというので、「プロ道君」というネーミングで商標を取りましたね。この他にも登録したいと思っている商標があることはあるんです。

聞き手A 基本的には技術を売りにする会社ということで特許を出していると思いますが、知財のもう一つの大きな柱としては商標がありますので。

アヴァス そうですね。それと、金融機関が会社を評価する際、知財を見ようという流れになってきていますよね。まだロジカルになっていない部分もあるんですが。

聞き手A これからは、知財を担保にした融資がどんどん増えていくと思います。知財窓口では、金融機関の融資担当者を対象にしたセミナーなどもやっているんです。

アヴァス 知財力というんでしょうか。今後は評価される流れになってくると思います。

聞き手B それを会社としてアピールし、より積極的に事業活動に生かしていけばいいですね。

アヴァス ぜひ生かしていきたいですね。

聞き手A その戦力の一つとして、知財コンサルを使っていただければと思います。

アヴァス 実は、それが発端でSWOT分析を作ってみたんです。

聞き手A ご自身で作られるんですか？

アヴァス そうですね。SWOT分析でいう内部環境の「弱み」や外部環境の「機会」「脅威」は嫌というほど味わってきていますので、よくわかるんです。一方、内部環境の「強み」というのが難しかった。人間が多いわけではないし、資金が豊富でもないですから、極端な話、知的財産しかないかなと。

聞き手A それが最大の強みですよ。逆の面から見ると弱みかもしれないですが、それを補う手段として我々弁理士を活用していただければと思います。

アヴァス そうですね。結果的には、内部環境の弱み自体をどう克服するかですよ。その解決手段が、皆さんのコンサルティングなんでしょうね。

聞き手A もちろんコンサルだけではなく、弁理士さんからもいろいろ指導を受けていただければと思いますけど。

アヴァス その流れは変わらないと思います。現に、当社は富山県新世紀産業機構とか中小企業支援機構とか、いろいろなところの経営コンサルティングを受けているんです。

聞き手A 事業化に向けてのコンサルは難しいところがあります。我々は、知財に特化したコンサルということで、純粋に知財と企業の事業化に向けた支援がで

きればと考えています。

アヴァス 知財コンサルは、今の我々にとって一番ありがたい存在ですね。

5 今後弁理士に期待すること

聞き手C 今後、弁理士に期待することは何ですか？

アヴァス マッチングをぜひお願いしたいです。自社の技術や今後のビジョン、知的財産などはご理解いただけるのですが、できればそれをどの業界に応用するかまでアドバイスいただきたい。どの会社とコラボして開発するといったか。

聞き手B そうですね。

アヴァス 単に技術と技術とのマッチングに止まらず、マーケット的なマッチングもお願いできたら、すごくありがたいです。我々の技術を使った試作品なりサンプルなりを、実証実験で使ってもらえそうな会社を紹介していただけると。

聞き手A 私どももそれができればいいなと。常々、思っています。

聞き手B 先ほどニッチ産業を狙っているという話がありましたが、マーケット的なマッチングって異業種とのことを指しますか？

アヴァス どちらかというとい異業種ですね。今、私たちは管理ソフトといったパソコンのソフトウェアも結構やっているんです。

聞き手B うまい具合に知財と知財でコラボできて、2つの方面に行けたら。

アヴァス なおいいですね。

聞き手A そのマッチング的なことを弁理士がお手伝いできればと思います。

アヴァス そうですね。結局、私たちは井の中の蛙なので。いろんな業種の方とお付き合いがある弁理士さんの知見があればいいなと思います。

聞き手B アヴァスと〇〇社がコラボして、次世代農業というプランで全国展開する。それを成功に導くには、やはり大手商社の看板が必要かもしれません。現に富山県の企業で、大手商社のバックアップでどんどん伸びて東京に進出した会社がありますから。当方のクライアントにもいました。その算段がつけられたらと思います。

アヴァス 当社の場合、どの業界でもというわけではなく、業界を選択してナビを売っています。逆に、ある会社さんとのコラボが決まれば、そこ向けのものを

開発していくことができる。

聞き手 A 大企業と対抗するには、やはり知財の活用。攻める上での武器になりますね。

アヴァス それもあって、我々はスペックそのものを絞り込んでいるわけで。これからもそういうやり方で

いいと思うんです。

聞き手 A わかりました。そろそろお時間です。今日はいろいろとお話しいただき、ありがとうございます。



MIERU・CAR 端末画面



アクティブサーモメータ

JPAA
Information

ヒット商品は こうして 生まれた!

平成28年
改訂版

ヒット商品を支えた知的財産権

「パテント・アトニー誌」で毎号連載しております、「ヒット商品を支えた知的財産権」。

こちらの記事を一冊にまとめた「ヒット商品はこうして生まれた!」は発明のストーリーをコンパクトにまとめたもので、非常に好評を博しております。

是非ご覧いただき、知的財産、更には弁理士への理解を深めていただければ幸いです。



◆本誌をご希望の方は、panf@jpaa.or.jp までご一報ください。