

付加価値を追求する歯車加工のパイオニア

事業内容

1936年、現社長の祖父により千葉製作所を創立。歯切カッター、工作機械の製造販売を開始する。1962年、引抜歯車技術の進展に伴い、歯車工具工場を建設。1966年、歯車工具工場を分離独立し、父である千葉文夫氏により株式会社チバダイスを設立。現在はプラスチック歯車の金型製造・成形加工、金属歯車加工等を手掛けている。

特許登録番号と内容

特許第 4508552 号	歯車
商標登録第 2623810 号	ノブシックギヤ
商標登録第 1865599 号	マーク
商標公報第 4730965 号	スピードトライ
商標公報第 5346471 号	チバレット
商標公報第 5179561 号	マーク
商標公報第 5179560 号	社名の英語表記

(2011年2月現在)



代表取締役社長 千葉英樹さん

研究室設立や産学連携事業にも尽力し活動の幅と可能性を拡大

株式会社チバダイスは、金属・プラスチック歯車や特殊歯車、金型や試作品の製作などを一貫生産で扱う“歯車の老舗”あるいは“歯車の総合メーカー”として、国内外に知られる世界でも数少ない専門企業だ。

近年では世界各国からの委託研究や各種試験などを行うPGS（プラスチック・ギヤ・システム）研究所の設立、最短3日間で射出成形品を試作するサービス「SpeedTry®」の実施をはじめ、独自性のある活動にも力を入れている。

さらに大学と協力した研究活動にも取り組んでいる。千葉英樹代表取締役社長は「小型軽量化したロボット用の小型エアコンプレッサーの共同開発を行っています。当社はギヤ本体だけでなく、ギヤの技術を使った開発にも取り組んでいきたいと考えています」と会社の方向性を話す。

積極的な姿勢は製品作りに関しても顕著で、知財権を取得しているものも少なくない。中には、2つの平歯車を半ピッチずらして一体化し、かみ合い率や強度などを高めた樹脂歯車“ノブシックギヤ”をはじめ、世界各国で特許権を出願・取得している製品もある。

国内外で知財権を取得理由について千葉社長は「知財権を取得するのは、まず模倣品対策。そして“常に開発を続けている企業”というアピールの意味もありま

す」と話す。ただ知財権を維持するには、それなりのコストも掛かるため、取得してもビジネス的な効果にあまり貢献しないものは、更新しないことも多いという。

必要な場面ごとに社員と事前打ち合わせをして知財を管理

同社が知財権の申請の有無を判断する際、判断基準になるのは主に“ビジネスに役立つか”あるいは“将来のビジョンに必要な”の2点。しかし「ノウハウを公表したくないものもあります。たとえば金型などは、真似されてもその判断や証明が難しいので、申請しないことが多いです」と千葉社長は話す。

社外秘事項については、明確なルールは作っていないものの、書類に残した場合、それごと流出してしまったら一大事。そこで千葉社長は「ベストな方法なのかはわからないが」と前置きした上で、必要なことは社員へ口伝えしていると語る。営業担当者が国内外の取引先に向かうときも、事前に開示してもいいデータと避けるべきことを社長と確認し合い、秘密保持に努めている。さらに新しい社員には、重要事項をはっきり説明して“社外秘”を認識してもらう、工場見学を行うときは見学ルートに配慮するなど、日常的に社内徹底を心掛けている。

ただときには、生産ラインの公開を契約の条件にする企業もある。「自社だけでなく、協力会社の知財漏えいの可能性もあるので、このお申し出は悩みの種。仲間に

COMPANY DATA

所在地：東京都葛飾区高砂 1-26-2 電話番号：03-3696-4441

URL：http://www.chibadies.co.jp/

設立：1966年9月28日 資本金：4,800万円

従業員数：31人（2011年2月28日現在）



2004年開設のPGS研究所。世界2つめの専門施設で、プラスチック歯車の耐久・強度・騒音試験などが行われている

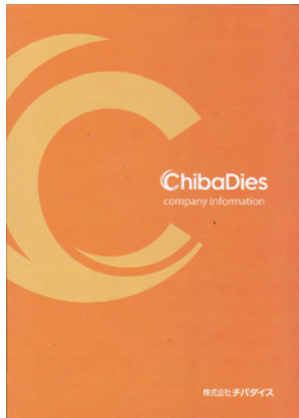


「スピード・トライ」の一例。最短納期3日間の高速試作の技術も、チバダイスの強み



千葉製作所の創立者であり、千葉社長のご祖父、千葉佑太郎氏が発明した「ダイヤルノギス」（右）と昭和18年発行の実用新案登録書（左）

創業40周年を記念し、2008年に会社のマークをギヤをイメージしたデザインに一新。自社ブランドを守るために商標登録をした



迷惑を掛けられないので、あきらめた仕事もあります」と、千葉社長は振り返る。

商習慣の違いを考慮し海外企業との契約書は自社主導で作成

そんな同社は現在、売り上げの約3割が海外。近い将来は、5割まで伸ばしたいと考えている。しかし、過去には何度か困り事もあったという。たとえば、回収の問題。国によっては、いかに支払いを遅らせるかが経理担当者の評価につながることもあるからか、期日までに入金されないことは珍しくなかったという。その結果、何度もやり取りをしなければならず、手間もコストもかさんでしまう。そんな中「“支払いをしていただけるか否かでああなたの人間性が試されます」と日本式の情に訴える督促状を送付したこともあります」と千葉社長は苦笑する。

こうした経験を積み、日本と海外との商習慣の違いを

学んだ今、契約書は自社で主導権を取って作成するようにし、自社の知財権とビジネスを守っている。

現在、海外の販路は中国や韓国、シンガポールなどが中心だが、今後は安全性を考えてさらに多くの国の企業へ参入したいと考えている。その試みの一つが、ヨーロッパなどの展示会参加。その経緯について千葉社長は「日本に比べ、ヨーロッパの展示ブースの施工費は非常に高額。一社では荷が重すぎます。そこで仲間と一緒に参加しています。時間は掛かるでしょうが、こうして種蒔きをしていきたい。そして毎年共に参加する企業数を増やし、海外も身近なマーケットにする道筋を作ればいいなと考えています」。

さらに個人的には、海外でも高品質の製品に加え「海外でも、問題解決など同社の付加価値を評価してくれるところと仕事をしたい」と言葉に熱が帯びる千葉社長。知財を武器に、自社と金型業界の発展に尽力している。

知的財産活用のポイント

ウが活躍するケースもある。たとえばある加工技術は、特許を取得したのが昔ということもあり、半ば忘れられていた方法だった。しかし新たなニーズを掘り起こしたところ、価値を再評価されるようになったという。千葉社長は「昔の技術は知っている人が少ないので、それがビジネスチャンスにつながることもあります」と知財の息の長さを指摘する。

重要なノウハウには少しずつ改良を加え長く権利を保持する工夫

「チバダイスが特許を取得した製品は、少しずつ改良を加えることが多い。千葉社長によると「その部分だけ特許を取り、権利を延長するのが目的。これも他社にマネされないための工夫です」。

半面、知財の期限が切れたり取得しなかった自社のノウハ