

高性能なプラスチック成形装置で 業界を席巻する精密機器メーカー

事業内容

プラスチックのホットランナ成形装置「ブラゲートシステム」を主力製品に、静電気除去器「ダイナックシステム」、LIM（液状シリコンゴム）成形装置「シムゲートシステム」等を製造・販売する精密機器メーカー。ヒータ・工業用センサの輸入販売も手掛ける。アメリカ、中国、タイに子会社も設立。独自の技術営業力を武器に、「グローバル中小企業」をめざして躍進中。

特許登録番号と内容

特許公開 2011-151039	人体装着用静電気除去装置及び静電気除去方法
特許公開 2009-170198	パー型イオン発生器及び除電器
特許公開 2009-2592	熱交換器
特許公開 2008-258105	除電器
特許公開 2008-155428	射出成形装置のノズルヒータ
登録実用新案第 3158911号	射出ノズル

他、特許、実用案件多数（2012年7月現在）



代表取締役社長 齋藤進さん

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA

COMPANY DATA

所在地：東京都大田区池上 7-12-11

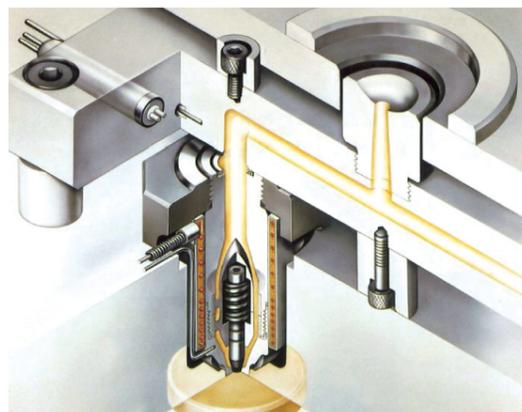
電話番号：03-3754-0661 URL：http://www.fisa.co.jp

創業：1961年1月 資本金：4000万円 売上高：7億3000万円

（2011年度12月期）従業員数：60名（2012年4月現在）

フィーサタイ・テクノ工場

2009年にタイ進出。東南アジアには金型工場が少ないことがわかり、2010年から、新規金型の受注代行、納品輸出入代行、仕様変更による追加加工、改修、改造、破損によるメンテナンス代行を行う新ビジネスをスタート。順調に推移している



主力製品「ブラゲート」と、それを金型に組み込んだ時のイメージ図。プラスチック成形の約1割で導入されている「ホットランナ成形」で使う金属製のノズル。様々な分野の金型に組み込むことで、成形の合理化と資源の有効活用に貢献できる



「中小企業は発想力が勝負。みんなで発想していける体制をつくるのが大切なのです」と、齋藤社長。ただ、このところ提案書の数が減っているのが気掛かりでもある。「様式をもっと簡略化する必要があるかも知れません」。今後の課題のひとつだ。

たとえ形状は真似されても 特殊な技術とノウハウが武器に

材料や製造方法など、知財権を申請せず、ノウハウとして管理しているものもある。「私たちの製品は、独自の高い技術と培って来たノウハウの賜物。たとえ分解して、個々のパーツは真似できたとしても、微妙な調整や組合せなどは再現できないでしょう。以前、お客様からオーバーホールで預かってきたノズル製品が、当社の製品と違っていただけがありました。調べたら、海外から仕入れた模倣品を使っていたことがわかった。し

「当社の特許技術です」と言えることが 営業の自信となり、企業の根幹となる

特許だけでなく、商標やノウハウも含めた知的財産すべてが、会社経営を支える根幹となり、ブランド力になると考える同社。カタログなどでは、製品名にRマークをつけることを徹底。顧客に対しては、「これは我が社の特許技術です」

プラスチック成形の効率化を図る 高性能ノズルで特許取得

プラスチック射出成形は、樹脂を金型に流し込む際に流路（ランナ）の発生する方式が一般的だ。そのランナを発生させずに、製品のみを切り出せる方式を、ホットランナ成形という。素材を無駄にせずすむのはもちろん、ランナの冷却にとられていた時間が無くなるので生産性アップにつながる。

そんなホットランナ成形の効率性を、さらに高められると好評なのが、フィーサ株式会社のバルブゲートノズル「ブラゲート」だ。「他社のノズル製品は、油圧や空気圧でゲートを開閉するので、別途、制御装置を必要としたり、金型の厚みが増してしまうといった課題があるのですが、当社の製品はスプリングが組み込まれ、流し込む樹脂の圧力でゲートが開閉する仕掛け。バネと自然な圧力を利用しているので、開閉による機器への負担が少なく、壊れにくい。え、修理もスムーズです」と、代表取締役社長の齋藤進さんは胸を張る。この「ブラゲート」で、多数の特許権及び、商標権を取得。同社の主力製品となっている。

“地域中小企業知財戦略支援”を 受けて知財管理体制を整備

先代から引き継ぎ2006年に社長に就任して間もな

く、はたして特許が自社のメリットとなっているのか、不安になったという。そこで今一度、会社経営と知財のあり方を見直すために、特許庁の“地域中小企業知財戦略支援事業”に応募。「厳しい審査に通過し、コンサルティングを受けることができました。そこで知財管理の業務フローをPCDAサイクルに分類し、体制を整備。管理マニュアルや、特許調査依頼書の様式も作成し、社内の提案制度及び報奨制度などの規定も整えました」（齋藤社長）。

たとえば、特許権を申請したいとなったら、発案者が調査依頼書を記入。それを社長と企画室とで検討し、権利化できそうだと判断すれば、社長と発案者の共同出願で申請する。この申請時点で、そして、特許が取得できた時点と、段階によって発案者には報奨金が支給される。さらに実際に売上に結びついた時には、ロイヤリティー契約も結ばれる。

また、もっと気軽にアイデアを出してもらうため、業務の改善提案の仕組みも作った。提案書を提出するだけで図書券が支給され、優秀な提案は年2回、表彰。報奨金も出る。改善提案書には、「知財権取得の価値があるかどうか」を問う項目もあり、知財が生まれるもうひとつのルートとして期待されている。

こうした提案制度を整備した背景には、「もっとみん

かし、形は真似できても、性能や耐久性が違いますから、当社の製品が負けることはありません」と、齋藤社長。それでも、デザインなどまったく同じものが出回るのは回避したいことから、意匠や実用新案によって守るべきものは守っている。

また、海外特許に関しては、現段階では積極的ではないが、海外進出には意欲的だ。アメリカ、中国、タイに子会社を設立。中でもタイで始めた、金型のブローカー及びメンテナンスのビジネスが波に乗っている。「海外事業は、我が社のビジネスの新たな柱。さらに、新しい技術のアイデアも練っており、2015年までには、あと3つくらい事業の柱となる新製品を生み出したいと考えています」と、齋藤社長。

「常に開発し続けることが大切である」。それが、モノづくりメーカーとしてのフィーサのポリシーであり、プライドなのだ。

知的財産活用のポイント

と言えることが、営業にとって大きな自信になっている。「知財、つまり技術と営業は表裏一体。どちらか一方ではメーカーの経営は立ち行かないでしょう。知財によって、ビジネスの土台がしっかりすれば、営業もしやすくなる。社内のモチベーションも上がり、次なる発想につながっていく。知財は大切な営業ツールのひとつです」（齋藤社長）