

チャレンジ精神から生まれる多様な発想で豊かな住環境とインフラ整備・保守に貢献

事業内容

耐火二層管（フネンパイプ）や不燃性配管設備の材料、単管式継手、換気用二層管などの製造・販売。繊維混入セメントモルタル被覆成樹脂給水管・排水管・配電管をはじめ、多数の開発商品で国土交通大臣認定を受ける。フネンパイプシリーズなどで、日本消防設備安全センターの性能評定でも高い評価を受けている。

特許登録番号と内容

特許番号第 5144948 号	厨房用排気装置
特許番号第 4907499 号	防火区画貫通部用継手
特許番号第 4889453 号	貫通用耐火二層管または耐火二層管継手
商標登録第 4237572 号	グリーンハイキ
商標登録第 5161936 号	音ふうじ
意匠登録第 1457687 号	排水集合管継手

他、特許登録、商標登録、意匠登録など多数（2013年4月現在）



代表取締役、古林龍三さん

現場での経験や蓄積されたノウハウが生み出す高い品質と多様な機能を持つロングセラー

排水管や不燃材料等の開発・製造を手がけるフネンアクロス株式会社。業界での国内シェアはトップで、今までに製造したパイプの総数は数字で2000万本以上。直線に並べると優に4万kmを超えるという。

現在、同社の売り上げの80%を担うのは、二層構造で耐火機能の高い排水管「耐火二層管」のシリーズ。発売以来、高い人気を誇るロングセラーだ。

商品の特徴は、まず100サイズでは厚さ約7mmの塩ビを使用し、遮音性に優れていること。排水管の場合、約3.5mmタイプが主流だが、同社は厚みを倍にした。代表取締役の古林龍三さんは「開発当初は耐火性だけを考えていたものの、次第に遮音性にも優れた商品にしたいと考えるようになり、肉厚の塩ビを採用しました。コストが跳ね上がるのは辛いですが、市場ニーズを考えると音は重要な問題ですから」と話す。

同社の第一号となるこの商品、完成までにはほかにもさまざまな工夫や苦勞をした。たとえば素材。外管には繊維モルタルなどを使うので、塩ビ管と外管の材料の膨張係数の違いに悩まされた。またパイプは強度が不可欠だが、基準の長さにカットすることを考えると、硬すぎてもいけない。このような問題が山積した。

「各工程で試行錯誤を繰り返しました。膨張係数は計算で出せませんが、異なる材質を組み合わせると事情が違います。ほかにも養生には温度、湿度、時間など多くのことを考える必要があります。構造はシンプルですが、組み合わせや調整など難しいことが多々あります。今までの現場での経験を活かして、最適なところを探り出していきました」と古林さんは話す。

苦勞を重ねながら開発していくと、その過程でこの商品は防露性にも優れていることが分かった。おかげで施工時に遮音と防露の工事が不要になるので、肉厚の塩ビを使ってもトータルコストを押さえられるというメリットにつながった。この商品開発によって生み出された技術で、新規性があるものは特許を取得。しかし、権利の取得よりも組み合わせや工夫等の試行錯誤によって社内に蓄積されたノウハウとしての知財が同社の最大の強みとなった。

遮音性に優れた戸建用防音排水管『音ふうじ』のキャラクターは、社員の作。これも「できることは自分たちでやる」精神の表れだろう



COMPANY DATA

所在地：東京都豊島区東池袋 1-17-8 NBF 池袋シティビル 5F
 電話番号：03-5911-4080 URL：http://www.funen.co.jp/
 創業：1994年4月 資本金：2億円 売上高：55億円（2013年3月実績）
 従業員数：140名（2013年5月現在）



同社の代名詞である耐火二層管

何事も「できることは自分たちでやっていく」の精神で取り組む同社の強み

社員全員参加の企業運営を目指す同社。毎月の業績も社内ではガラス張りになっている。利益は社員、会社、株主に三等分し、株主のなかには社員も多く含まれているという。こうした背景が愛社精神を刺激し、各社員の「自分の会社」という意識や自分たちでできることは積極的に手かげようという熱い思いに繋がる。

また営業、開発、製造など部署の異動を、どんどん行うのも特徴だろう。これは社内の業務を広く体験することで複合的な視点を育み、モノ作りに役立つのが目的。「いくつもの部署の所属経験は、他部署の立場や考えの理解に役立ちます。社員の多様な現場での経験も、弊社の重要な知財です」と古林さん。

モノ作りも“机上だけで物を見ないこと。現場に行き、見る、聞く、それでもわからなければ自分でやってみる”をモットーに人材を育成しているという。商品名などのアイデアを社内公募することも多々あり、その後、商標登録したものも珍しくない。こうした知財権も係争

パートごとのエキスパート育成で自社の知財を育て、守る

自社の知財をどう守るかは、企業の大きな課題。古林社長は「技術等の知財は権利だけでは守れない」と話す。そこで同社では、知財管理の一環として配管の開発に携わる人を「直管」と「継手」の2グループに分け、それぞれのエキスパー



新しい商品も、意欲的に開発。下引排気装置『グリーンハイキ』はレンジの周辺で急速排気する商品



定常流量排水・器具・洗剤排水の付加実験、排水騒音試験などの排水能力実証を行う同社の排水システムタワーは、品質管理に欠かせない存在。高さ約30mの大規模な施設で、日々研究を重ねている

事件は外部専門家に依頼するが、可能な限り社員が出願を行い、コストを縮小している。

「あの会社で作ったのなら大丈夫」と信頼される商品づくりを

これからも新しいアイデアを形にし、市場のニーズに届いていきたいと話す古林さん。画期的な発明が生まれたときは「今後ずっと自社の武器になるか」「場合によってはほかの産業でも役立つか」といったことを考えながら特許出願を検討していきたいという。

加えて既存商品をブラッシュアップさせて、高品質なものを生み出すことも視野に入れている。これは、常に現状以上の品質づくりを求めているため。そして新規に比べて開発コストが格段と抑えられるので、安価で提供できることにも魅力を感じている。

技術力、販売力など、いくつもの強みを持つ同社。しかし古林さんは「一番は人の和」だと言う。これからは社員が一丸となり、いろいろなものを生み出したい。そして“あの会社のものなら間違いなし”と信頼させる企業でありたい」と口調を熱くする。

知的財産活用のポイント

トとして育成している。両方の技術やノウハウを持ち、トータルに活用できるのが同社の強み。ひとりにすべての技術を広く習得させるのではなく、敢えて担当を分担して人材を育成している。より専門的な技術や知識を持ったエキスパートの育成と知財の保護を両立させている。