

時代が求める新しい製品を次々と開発。 コア技術と創造性で躍進する錠前メーカー

事業内容

各種錠前、セキュリティ商品の企画・開発から、製造・販売までを一貫して行う専門メーカー。金融機関向けダイヤル錠を始め、オフィスファニチャー向け、自動販売機向け、建築関係向けなど新たな市場へと次々に参入。錠前だけでなく、宅配ボックス、ホテルセーフ、非接触エントランスシステムなど幅広い製品を開発している。

特許登録番号と内容

特許番号第 5051439 号	ケースロック装置
特許番号第 5050173 号	サムターン
特許番号第 4761456 号	キーケース、キー、およびキーシリンダ
特許番号第 4559869 号	扉開閉装置及び自動販売機
意匠登録第 1440342 号	ダイヤル錠
意匠登録第 1373796 号	扉用ハンドル

他、特許登録、商標登録、意匠登録など多数 (2013 年 5 月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役社長 塚村 陽一さん

基本特許が取りにくい鍵の分野 周辺特許を押さえて、自社の技術を保護

金融機関向けダイヤル錠で、最盛期には 9 割以上のシェアを誇っていた歴史ある錠前メーカー、株式会社オプナス。時代の変遷と共に、自動販売機向け、建築向けと市場を開拓し、コア技術と創造性を活かしたオリジナル製品を次々と開発。いずれも高い評価を集めている。「当社ではニーズの調査から開発、設計、製造販売まで、自己完結型で事業を行っています。品質の高さはもちろん、お客様の細かな要望に応える製品を生み出せることが強みです」と塚村陽一社長。現在、特化しているのは、賃貸住宅向けに開発された、キーチェンジ式ハイセキュリティ玄関ドア錠。簡単な操作で既存の鍵を無効にし、新しい鍵を有効にできる画期的な製品だ。もともと原理としては存在していたが、賃貸住宅用で量産化したのは同社が初めて。特許も取得した。しかし、その構造は中を見れば分かってしまい、類似商品を防ぐのは難しい。「鍵業界は歴史が古く、膨大な数の特許があることから、新商品であっても構造的な部分の基本特許の取得は困難なケースが多い。そこで、他社が類似品を作る際に、機能は実現できても、性能面での優位性の確保や、他社の開発期間を長期化させるように周辺特許を押さえることで、商品の保護を図っています」。また長年蓄積されてきた製造技術について

はブラックボックス化。流出を防ぐためにあえてノウハウは形にまとめず、製造工程も分散する。「それぞれが担当する部分的な技術や知識では、製品を完成させることができないようにしています」(塚村社長)。

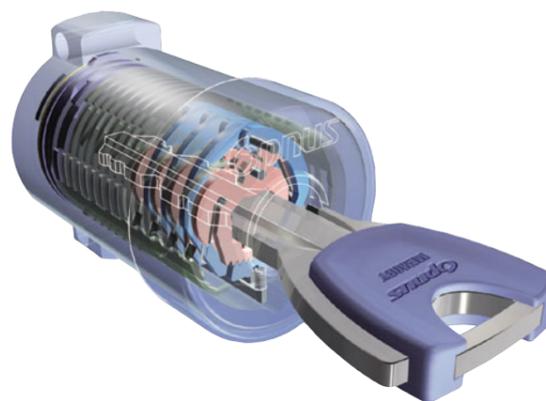
奨励金制度や専任担当者の存在に加え 知財コンサルティングで意識が向上

社内には知財管理担当者がおり、日頃から他社の特許情報を発信したり、商標、意匠権の更新時には、継続するか否かのリサーチを行うなどの役割を担っている。申請の最終判断は社長がするが、「特許性のあるものを作れと言っていますから、基本的には申請はするもの。ただ、お客様との契約によって、あえて黒子に徹することもあります」。ちなみに業績に結び付くことが条件となるが、権利の取得については会社から奨励金が支給される。その額は、製品が量産された際の売上(業績)の貢献度によって定められている。

特許を申請する習慣は、創業者の時代から根付いていたという。ただ、開発から申請への流れを体系立てていたわけではなく、商品を発売してから申請をしていたことに気づくことも。そこで数年前、特許庁による知財コンサルティングを申込み、半年間の指導を受けた。「やらなければいけないことが改めて整理できました。今では開発の初期段階から知財権の申請について検討するようになり、会議では確認することがフロ

COMPANY DATA

所在地：東京都千代田区岩本町 2-11-9 イトーピア橋本ビル 6F
 電話番号：03-5822-7511 URL：http://www.opnus.co.jp
 創業：1930 年 5 月 設立：1948 年 8 月 資本金：7000 万円
 売上高：非公開 従業員数：116 名 (2013 年 5 月現在)



シリンダーを交換せずに、鍵を何度でも新しい物に変えられるキーチェンジ式シリンダー錠「オプナスMMX」。開発期間はおよそ7年で、延べ15人ほどの社員が関わった。地道な努力の甲斐あって商品は好評を博し、大手管理会社等に採用されている

一に組み込まれています」(塚村社長)。同時に知財に対する社内の意識が向上。開発担当に関わらず、特許の話をする場面が増えたのは嬉しい変化だ。

海外進出に向けて国際特許にも意欲 模倣には開発のスピードアップで対抗

申請の手続きは、弁理士に依頼している。特に国際特許など経験値の少ない案件に関しては「どういった出願の仕方が有効か」などのアドバイスも積極的に仰ぐ。「お客様の海外進出に伴い、現地に生産拠点を求めることも増えています。知財権だけでなく、契約書の締結の仕方や、パーツを分けての発注方法などによって、多方面から模倣を防ぐ手段を講じています」(塚村社長)。過去には、製造を依頼した生産工場が模倣品を作るようになり、法的手段をとって製造中止としたこと

デザインも含めた複合的な知財で 自社のオリジナリティを守る

同社では特許だけでなく、意匠登録出願も行う。「類似品を製造するとすれば、形状も真似しなければできないもの。意匠と特許を組み合わせ、複合的な知財によって自社製品を守っています」と塚村社長。また、グッドデザイン賞を受賞



左右のどちらかを引いてもドアを開閉できる新発想のドアハンドル Patente (Patenteine (パレットライン))。好みの高さで、右手でも左手でも開けられる、使い勝手に配慮したデザインが特徴



防犯タイプのサムターン錠「Patante (パタンテ)」。ツマミ部分が「パタン」と倒れた形状で、工具などで引っ掛けて回すことがしにくいという防犯性に、施錠状態が一目でわかる意匠性に優れ、2005年度グッドデザイン賞中小企業庁長官特別賞を受賞



鍵のかけ忘れを防止する表示キー「EyeZu (アイズ)」。施錠、解錠状態が鍵に表示される色によって判断できる。簡単な構造のメカ式によるもので、電池代などの維持費が不要なもの魅力

も。また同社のブランドが広く知られている東南アジアで、コピー品が出回ったこともあった。しかし品質の差は明らか。同社の利益を害することもなかったのが当時は黙認した。「今後は、海外で自社製品を積極的に販売していくので、国際特許もしっかり取得していきます」。それでも万全でないことはわかっている。「真似されるのも、ある程度は覚悟の上。次々とモデルチェンジを仕込んでいくことも必要です。開発の質と量を高め、スピードアップを図り、世の中になく物をごんごん生み出していきたい。そして日本でも海外でも、より多くの人に喜んでいただき、その結果、会社が成長していけるといいですね」と塚村社長。同社の挑戦は、これからも続いていく。

知的財産活用のポイント

している製品もある。「賞を目指して作っているわけではありませんが、5年10年とかかる開発も、受賞が手応えとなってやる気につながる。宣伝にも使えて営業もしやすくなる。何より社員の誇りになります」(塚村社長)。作る側にも売る側にもモチベーションとなるような社会的評価が、次なる知的財産を生み出す力になっている。