

オフィスを綺麗にするスペシャリスト クリーニング技術で業界を席巻

事業内容

1972 (昭和 47) 年に創業して以来、「人のやらないこと」に着目し、市場を切り拓いて来た建物クリーニングの専門会社。什器クリーニングの特殊技術「ローパークリーニング」で特許を取得し、その驚異の洗浄力で市場を席巻。公民館やスタジアム、バスや新幹線などの大量の椅子の洗浄でも実績を重ね、被災地の復旧工事の際には、映画館の大量の座席のクリーニングで貢献した。

特許登録番号と内容

特許番号第 2917075 号	洗浄装置
特許番号第 3141287 号	洗浄方法
米国特許番号第 5607516 号	洗浄方法
商標登録第 8060236 号	ローパー
商標登録第 3029975 号	ローパークリーニング

(2012 年 2 月現在)



代表取締役 浅井誠一さん

「知的財産権さえ取得していれば……」 育てた市場を失った悔しい経験が教訓に

株式会社サフロの歴史の始まりは、浅井誠一代表取締役が、高校時代に同級生と立ち上げた建物のクリーニング業。「仕事にするなら、他の人にはできないことか、人のやらないことをとの考えから、人が好まない掃除という分野を選びました」と、浅井代表は自身の原点を振り返る。やがて、当時の日本ではまだ珍しかったカーペットに着目。その洗浄方法をアメリカで学び、専用の洗浄装置を輸入。日本でカーペットのクリーニング事業をスタートさせた。

当初、もっともニーズがあると思われた一流ホテルでは、洗浄効果は認められつつも、機械の発する騒音が課題となり、採用されず。ただ、宴会場やビジネスホテルからの需要があり、カーペットクリーニングは一気に広まっていく。ところが、世間に認知されるや否や、その存在を知った大手企業が、同じ機械を購入し、いとも簡単に進出。瞬く間に同社は市場を失ってしまう。「私たちが始めたビジネスなのに、営業先で、おたくもやっているの? と、いわれたときは本当に悔しかった。この時、洗浄方法の特許や商標等の知的財産権を取得しておけばよかったと後悔しました」と、浅井代表。しかし、この悔しさこそがその後、大きな商機を生み出すきっかけとなる。

業界初のローパークリーニング技術で 日本とアメリカでの特許と商標を取得

「壁に染み付いた煙草の匂いを洗浄できないものか」。そんな声をきっかけに、日本にはなかった洗浄装置をアメリカから輸入し、新たに壁のクリーニング業を始めた。順調な滑り出しだったものの、使用していた溶剤が環境問題から使えなくなってしまう。改良に向けて研究を重ねるうちに、ニューオフィス時代が到来。今度は、「パーティションなどの什器クリーニングはできないか」との依頼が舞い込む。その答えを求めて再びアメリカへ渡った浅井代表は、大手企業で洗剤を開発していた化学博士と出会い、環境問題に抵触しない、什器クリーニング専用の洗浄液を開発してもらうことに成功する。同時に、洗浄装置そのものの設計には、浅井代表自らが取り組んだ。「全て独学です。必要に迫られればできるものですよ」と浅井代表は笑うが、その努力は相当なものだ。スチーム洗浄機にて洗剤を噴射し、瞬時に分解した汚れをバキュームするのだが、どれくらいの圧力で噴射すればいいのか、バキュームの強さはどれくらいまでなら耐えられるか、など、布面は劣化させずに高い洗浄効果を出すために、研究と実験を重ねた。ようやく完成したローパークリーニングの技術は、「カーペットクリーニングの時と同じ過ちは繰り返さない」(浅井代表) と、日本とアメリカで特許取得を果たす。ロー

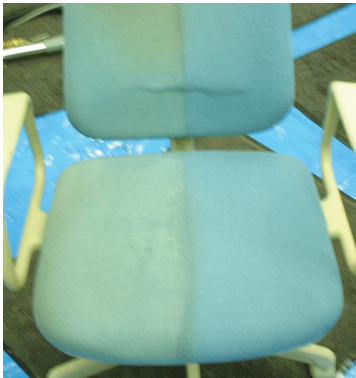
COMPANY DATA

所在地：東京都台東区三筋 1-14-5 安東ビル

電話番号：03-5820-3261 URL：http://www.oacs.co.jp/

創業：1972 年 4 月 設立：1983 年 6 月 資本金：2,500 万円

売上高：非公開 従業員数：12 人 (2012 年 2 月現在)



特許のローパークリーニング技術によるオフィスチェアの洗浄。布張りの椅子もメッシュタイプも、素材の風合いや持ち味を損ねることなく、内部から汚れを取り除くその洗浄方法は、洗剤と、それを噴射する圧力とのバランスがポイントとなっている

パークリーニングとローパーで商標登録も行った。

誰でも扱えることが普及を促進。 侵害されてあらためて感じた知財権の力

特許技術をもって先鞭をつけた什器クリーニング市場だったが、先に普及したのは、効果がわかりやすい椅子の洗浄だった。椅子の半分だけをクリーニングし、洗浄前後の違いを視覚的に見せるデモンストレーションは、インパクトが大きく、これがローパーティションでも使えるとアピールすることで需要を喚起。さらに 4 回ほどの講習を受ければ、誰でも操作できるという洗浄装置の扱いやすさが普及に拍車をかけた。

現在、椅子洗浄は年間 5 万脚を達成。また、ローパークリーニングの技術を取り入れたカーペット洗浄も高い評価を得て、年間洗浄実績 60 万㎡を超えた。

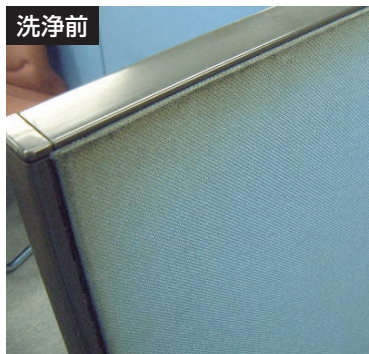
ここまで広まると知的財産権の侵害とも無縁ではい

特許と商標、そして営業秘密で ビジネスの権利を複合的に保護

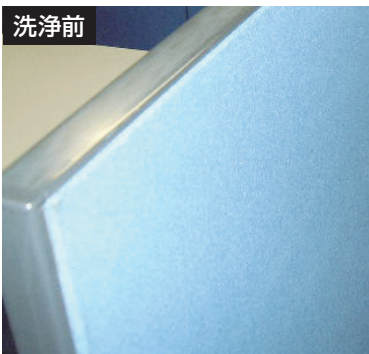
洗浄装置と洗浄方法の両方で、特許を取得しているローパークリーニングの技術。そして洗剤の配合ノウハウは営業秘密として管理。さらに、商標登録も行うことで、特許の存続期間が終了したあとも、ビジネスの権利を守れるように配慮している。また、開発当時、同社が希望する小ロットで装



会社のロゴマーク。大きな丸はオフィスを表し、小さな黒い丸はそこから取り除かれたオフィスの汚れを表現している



洗浄前



洗浄前

オフィスのローパーティションを、そのままの状態でもクリーニングできる、特許のローパークリーニング

られない。頻繁に目にする商標の無断使用については、時期を見て、一気に対応をしようと弁理士と相談中だ。

一度、同社の技術が、洗浄効果を表す椅子の写真ごと、パンフレットに無断で転載されていたことがあった。警告したところすぐに先方が謝罪。事なきを得た。「実際には、洗浄装置を模倣したところで、細かな溶剤の配合まではわからない。うちと同じだけの洗浄能力を発揮することはできません。とはいえ、大手企業と同じ土俵で勝負できるのは、知的財産権を取得しているおかげ。営業現場でも、『この技術を開発したのは私たちですから』というのが、決め台詞になっています」と浅井代表は胸を張る。そしてクリーニング実施後、「こんなにきれいになるのか!」とのお客さまの言葉が、何よりうれしいそうだ。

知的財産活用のポイント

置を製造してくれる企業は日本にはなかったため、アメリカで製造し、輸入する形をとった。その装置を製造してくれた人々と洗剤を開発してくれた博士のために、米国特許は取得した。

今も製品の開発や改良に携わる浅井代表の課題は、音の問題をクリアすること。「静かな洗浄装置ができれば、一流ホテルへのリベンジも叶うかもしれません」。