

世界の現場で活躍する浮上油回収システム

事業内容

耐食性ケミカルポンプ、浮上油（物）回収機器の製造販売

特許登録番号と内容

| | |
|--------------------|--------------------------|
| 特許公開 2009 - 108697 | 縦型自吸式ポンプ及び濾過装置付き縦型自吸式ポンプ |
| 特許公開 2009 - 101283 | 自吸式濾過装置 |
| 特許公開 2005 - 279609 | 液体サイクロン装置 |
| 特許公開 2003 - 269377 | 液体ポンプ及びシール材 |
| 特許公開 2001 - 340849 | 高粘土油の回収装置 |

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA

他、特許登録全 27 件 (2010 年 8 月現在)



代表取締役会長 森洋二さん(右)
代表取締役社長 森 渉さん(左)

液体移送テクノロジーに挑む 環境機器の総合メーカー

常に“オリジナル”技術の創造にこだわり、ケミカルポンプ、油回収システムの2分野において独自の存在感を持つ企業として成長してきた、株式会社ワールドケミカル。

液体移送テクノロジーに挑む環境機器の総合メーカーとして発展してきた同社は、社是である“先進”のもと、顧客視点で独自技術を提供し続けている。コミュニケーション力、独創性に富んだ発想力、そして、発想から実現へと技術力を駆使することで「耐食性ケミカルポンプ」「浮上油（物）回収機器」「自吸式ろ過機」などを製品化してきた。

現在、同社の製品は食品、自動車、鉄鋼、電気機器を中心とする製造業をはじめとして、政府機関やアメリカの航空宇宙産業、主要ヨーロッパ諸国の消防局など、さまざまな分野で導入されている。

下請けではなく、 自分で考えた製品を作りたい

同社の創業経緯は、現会長である森さんの高校生時代にまで遡る。1958年当時、家族経営の旋盤の工場働きながら夜間の高校に通っていたという森さん。卒業後は自動車メーカーへの就職を希望していたが、「おやじさん」に工場を継いでほしいと説得され、大学に行ったつもりで4年間、新しいことに取り組んでみよう、工場を引き継ぐ決心をした。



水面浮遊物/
浮上油回収フロートポンプ

当時は、ちょうど塩化ビニール（プラスチック）が市場に出始めた時期だった。耐酸耐アルカリで軽く、溶接も接着も簡単な塩化ビニールに、森さんは大変興味を抱いたという。ちょうどその頃、取引先からケミカルポンプの製造を依頼された森さんは、パッキンシールが簡単に破損し、薬液が洩れてしまう従来のポンプに試行錯誤を重ね、セラミックとカーボンを組み合わせたメカニカルシールを使ったポンプを開発。

この経験を機に「請負ではなく、自社製品を作りたい」という思いを強くした森さんは、1971年に独立した。

製品名に開発者のイニシャルを入れ 社内のモチベーションをアップ

現在、同社には有効な特許が国内外を合わせて約40～50件ほどあり、さらに年間約4～5件のペースで新規の申請をしている。特許申請の際には、会長自らが中心となり顧問契約を結んでいる弁理士の助言を仰ぎながら、短期的、長期的視点と今後の自社と業界動向などを考察し、判断するという。特に3～4年

COMPANY DATA

所在地:東京都台東区台東 1-1-14 ANTEX24 3階
電話番号:03-3588-1140 URL:http://www.wcc.co.jp/
創業:1971年1月26日 資本金:5,000万円(株式非公開)
売上高:11億4,000万円(2010年9月期) 従業員数:68人(2010年9月)

前からは社内で特許取得を推進しているが、製品名に開発を担当した従業員のイニシャルを入れるなど、モチベーションアップの施策も行っている。

競争するのではなく、 いかに活用するかが大事

海外でも多く導入されている、同社の製品。しかし、一方で森さんは、苦勞して作った製品が中国や台湾の企業にコピーされてしまう現実を何度も目にしてきた。中国の企業がコピーした商品の修理依頼が同社に届いたこともあった。さらに驚いたのは、会社のロゴまでそっくりコピーされていたことだったという。

「私たちは顧客満足を追求し、クレームに真摯に向き合い、開発費をかけて、試行錯誤しながら何度も製品を改良する。しかし、コピーをする会社は私たちの製品を分解して図面を書いて、作ってしまうのです。使いやすいようにと、シンプルで壊れにくい製品を作れば作るほど、コピーされてしまう現実があります」と、森さんは悔しさをにじませる。

こうした経験から、森さんは海外での特許の取得に

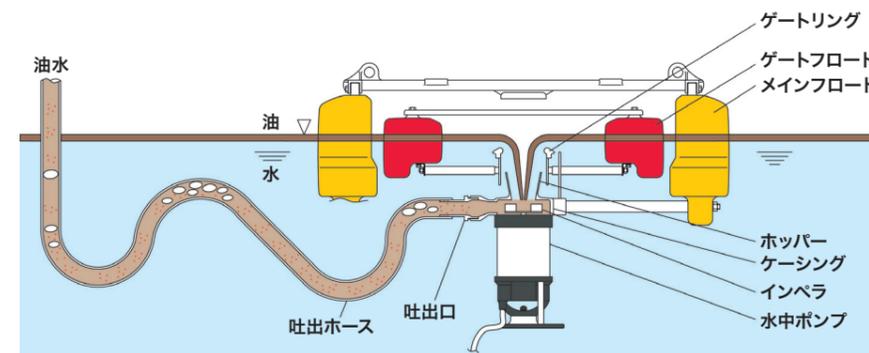


同社の浮上油回収機は、世界中の災害現場でも活躍している

も力を入れている。現在、世界12か国で特許を取得しているが、その戦略も、国によって違うという。「たとえばアメリカなどでは、特許を取得していることで製品が売やすくなります。逆に、高い費用をかけて特許を取得しても、あまり意味がない国もあります」。

海外でも売れる製品、 そして、海外で通用するコストにする

最近では円高の影響もあり、日本の製造業がどんどん海外へ出て行ってしまいう状況にある。しかし森さんは、大事なことは海外でも売れる製品を、海外でも通用する価格で作ることだという。同社では今後、中国をはじめとした東南アジアへの積極的な進出を考えている。そしてそのためには、「いくら分解しても、開発のノウハウまでは盗めません。そのノウハウを生かしていくことが、日本企業の生きる道ではないでしょうか」と、森さんは語る。



WCC国際特許構造のダブルフロート構造は、波の揺動や液面の変動に追従し、表層油水を連続的に回収できる

時間をかけて 付加価値のある製品作りをする

海外だけでなく、国内企業のコピーにも悩まされてきた同社。こうした経験から、「中小企業は大企業のように基礎技術に時間をかけることは難しい。しかし、組み立てや仕組みなどのノウハウは中小企業にこそ蓄積されるものだし、そのノウハウを生かすことが非常に大事」だと森さん。同社はケミカルポンプを主軸に、これまでにさまざまな製

知的財産活用のポイント

品を製造してきた。具体的には、ポンプとろ過機をセットにした製品、そして最近では、サイクロン技術を応用した液体サイクロンを発明。このように、ポンプそのものだけでなく、ろ過機、スラッジといったノウハウが搭載されることで、製品内の仕組みも複雑になり、他社に真似されにくくなる。納得する製品が出来上がるまでに時間はかかっても、付加価値のある製品作りをすることが重要だと考える、同社の戦略が伝わってくる。