

# 株式会社イシダ

## 1. 会社の概要

- (1) 会 員 名：株式会社イシダ
- (2) 所属部会：関西電気機器部会第2分科会
- (3) 資本金および従業員数：  
99百万円，3,805名（連結2020年6月21日）
- (4) 主要営業品目：  
食品製造，小売，流通，物流，工業，医療医薬等分野で使用される，計量・包装・検査システムの開発，製造販売
- (5) 理念：

「三方良し」を企業理念としています。これは、当社の歴史の中で、脈々と受け継がれてきた哲学であり、自分良し，相手良し，第三者良し，を意味します。また，常にお客様第一を念頭に置き，人々に喜ばれ，社会のお役に立つ「世の適社・適者」として，世界のお客様の課題を革新的に解決し，安全・安心で豊かな社会の創造に貢献しています。

- (6) コーポレートマーク：

「i」を抽象化したマークに，ISHIDAロゴタイプを組み合わせたものです。精微なテクノロジーと，人が未来に向け大きく手を広げるヒューマンで挑戦的な企業姿勢を表しています。



## 2. 知的財産部門の概要

### (1) 組 織

当社の組織は，営業部門を率いる営業本部，開発部門や生産統括部門を擁し「ものづくり」

を担う開発・生産本部，および管理機能を統括する管理本部の三本部で構成されています。知的財産部門は，管理本部内に，法務・知的財産部における一つの課として位置づけられます。

### (2) 構成および人員

現在，知的財産課は，総勢8名で構成されています。担当者は，製品の種別毎に，知的財産権に関する業務全般が割り当てられ，権利化から係争，契約等まで幅広く対応しています。

### (3) 沿 革

当初，技術を管理する部署内に特許係が創設され，2015年に法務室と統合され，管理本部内に法務・知的財産部として再編されました。

## 3. わが社の知的財産活動

### (1) 基本方針

当社は，計量・包装・検査に関する技術をコアとして，世界100ヶ国以上で「食の安全・安心」および「自動化・省力化」に貢献する製品を製造販売しています。

知的財産課は，当社およびグループ会社により創作される「食の安全・安心」および「自動化・省力化」に関する差別化技術の権利化，取得した知財の価値評価，分析，活用のサイクルを継続的に回しています。これらを通じてイノベーション活動をリード・支援し，会社全体の事業に貢献することを基本方針としています。

### (2) 知財活用について

一般的に「知財活用」といえば，自社が保有する権利を正当な権限なく実施する競合他社や模倣企業等への権利行使が頭に思い浮かびます。実際にこのような第三者への権利行使が必

要なこともあります。しかしながら、当該第三者が保有する権利の調査、二社間交渉、侵害訴訟対応等に要する時間・コストが嵩み、相手方のみならず当社の負担も膨大となります。

そこで、当社は、上記のような権利行使とは別の観点で、取得した知財に対応する差別化技術を、お客様に対して積極的にアピールしていく活動を実践しています。新規性・進歩性が客観的に認められた技術をアピールすることにより、他社製品との差別化を図ることができます。この知財活用の推進に関し、開発部門および営業部門それぞれへの取組みについて説明します。

### (3) 開発部門への取組み

新規技術が開発されたタイミングで、その技術に紐づく発明を漏れなく知的財産課が把握できるか否かが最重要ポイントになります。発明を漏れなく把握するべく、予め設定した日程で、知財担当者が開発部門のフロアに駐在し、技術者が知財担当者に対して気軽に相談できる環境を構築しています。さらに、試作品完成の連絡を受けた場合、その試作品を目の前にして、技術者と意見を交換する等、コミュニケーションを重視しながら発明を発掘しています。

さらに、知財価値評価制度および発明報奨制度を改訂することにより、お客様に対してアピールできる発明の創作意識が向上する環境を作りました。具体的に、単に当社製品のみで実施される発明よりも、競合他社も実施する可能性が高い発明またはお客様に対して当社製品を説明する際にアピールポイントとなる技術に関する発明の価値評価が高くなるように評価制度を改訂しました。また、この価値評価制度と連動させて発明報奨制度も改訂しました。具体的に、上記のようにお客様にアピール可能な発明等、価値評価の高い発明に対して、単に当社製品のみを実施される発明よりも多くの報奨金が支払われる制度設計としました。

### (4) 営業部門への取組み

差別化技術をお客様に対して直接的にアピールするのは、営業部隊や商品企画部など、商談や提案を通じてお客様と接点を有する営業部門が主となります。そのため、取得した知財を、いかに営業活動で活用しやすい情報として落とし込んでいくかが重要となります。

そこで、特に商品企画部と連携し、営業活動に利用する製品カタログや販促資料に対し、当社が取得した知財の情報を埋め込む活動をしています。その際には、単なる特許取得済みの表示やクレームに記載される内容の転記とせず、特許発明のポイントを見極め、技術内容をよく知らない方でも、そのポイントを理解できる説明文を埋め込むよう心掛けています。営業部門の戦略に沿うように情報を埋め込めるよう、密に連携を図りながら推進しています。

なお、製品カタログ等を新規作成または改訂する際には、社内システムにより、知的財産課に通知される仕組みを構築しました。この仕組みを用いて、知的財産課は、全ての製品カタログ等の内容を事前にチェックしています。

## 4. 今後について

近年、上記の取組みに注力したことにより、開発部門および営業部門の双方において、知財活用の意識が向上されつつあります。特に、製品カタログ等に掲載できる取得済み知財はないのか、当社製品の優位性はどこにあるのか、競合他社が保有する知財と関連しないのか等、両部門から積極的に相談を受けるようになったのを、非常に喜ばしく思っています。

開発部門と営業部門への取組みが軌道にのってきたため、今後は、この取組みをさらに推進し、知的財産部門・開発部門・営業部門の三位一体の活動ができるように、各担当者のスキル向上を図りながら、組織力を高めていきます。

(原稿受領日 2020年12月2日)