

# 社内に根付き続ける知財への意識 豊かな発想と知財戦略でグローバル市場に挑む

## 事業内容

硬貨選別装置（コインセレクター）、硬貨払出装置（コインホッパー）、紙幣選別・払出装置、自動販売機、カードベンダー、硬貨払出ユニットなどの製造販売。店舗運営管理システム（無線管理システム、ICコインシステム、メダル預かり払出しシステム他）の開発製造販売。2010年に、東京技術・発明展において「東京都知事賞」および特許庁の「知財功労賞」に輝く。また安部寛社長は1992年に「科学技術長官賞」、2003年には「黄綬褒章」を受章。

## 特許登録番号と内容

特許番号第 5028581 号	硬貨払出装置並びにその硬貨払出装置を用いた硬貨入出金機
特許番号第 5007854 号	メダル選別装置を有するメダル預入払出装置
特許番号第 5007429 号	ディスク搬送装置
特許番号第 5002853 号	ディスク払出装置
特許番号第 5002794 号	硬貨入出金機の硬貨補給装置
特許番号第 4997410 号	コインホッパ

他、特許登録多数（2012年9月現在）



代表取締役 安部寛さん

## アイデアを求めて海外へ。 提携した技術を基盤に

硬貨の判別や釣銭・メダルの払出しの分野で、国内トップクラスのシェアを誇る、旭精工株式会社。手がける製品は現金やそれに準ずるICカード類、メダルなどを扱う機器の心臓部であり、自動販売機からスーパーマーケットのレジ、各種施設の入退室ゲート……と利用範囲は実に広い。なかでもゲーム機やパーキングメーター用の納入実績は国内トップ。国外でも欧米を中心に広く知られる存在で、ヨーロッパの会社へOEM提供も行っている。同社がこうした機器の開発に取り組み始めたのは、1974年のこと。それまではクレーンゲーム機などを製造・販売していたが、新しいビジネスを求めて安部寛社長が海外へ渡ったのが大きな転機になった。

法務課課長であり弁理士でもある本谷孝夫さんは「そのときに、当時の西ドイツにあった会社の硬貨選別装置の技術に出合ったそうです。“これからはこういうものが伸びる”と感じた社長はその会社に直談判し、ライセンス契約を結びました」と説



法務課課長 弁理士 本谷孝夫さん

明する。その後、イギリスのコインの払出しメーカーとも同様の契約を締結した。

以降、エンジニアである安部社長を中心に、これらの特許技術に独自のノウハウやアイデアを盛り込み、製品づくりに尽力。その高い品質に加え、開発から設計、試作品に至るまで、すべて自社工場内でスピーディに行い、多くの取引先の信用を獲得していった。

安部社長は、常に「真似できないものを作ろう」「新しいものに挑戦しよう」と呼びかけ、社員を発奮させている。また取引先のメーカーからも、日常的に今までにないもの求められている。その期待を追い風に、同社では数々の新しいアイデアや発想を生んできた。その一つが袋入りのカードを払出すディスペンサーだ。ゲーム機などで使うカードは、積み上げて下から出すタイプが一般的。しかし袋入りは、先端と中間部分で厚みが違うため、従来の方法ではうまくいかない。「そこでパソコンなどに使う小さなファンで吸いつけて、上から一つずつ取り出せるようにしました」と本谷さん。これは今までにない発想であり、今でも競合品が出ていないことからその機能の高さがうかがえる。

## 知財権の申請業務も社内で実施。 模倣品とは徹底的に戦い、強い姿勢をアピール

新しい技術や発想を世に送り出すとき、模倣される

## COMPANY DATA

所在地：東京都港区南青山 2-24-15

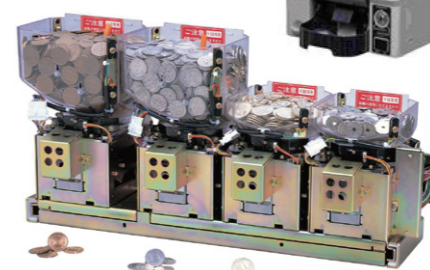
電話番号：03-3401-6181 URL：http://www.asahiseiko.com/

創業：1969年11月 資本金：1200万円 売上高：非公開

従業員数：250名（2012年9月現在）



誤送出し防止機能に優れたカードの自動送り出し装置「CD-200」



国内約25%のシェアを誇る鉄道系券売機の4金種自動釣銭機「NM-4」

アミューズメント施設でおなじみの「メダル貸・両替機」。お客様サービスの当たり機能なども付帯

世界中の硬貨の9割をカバーする「リサイクル式硬貨釣銭機」



恐れがあるものは必ず特許等を申請するのが同社の方針。これはライセンス契約から現業務がスタートしたこともあり、安部社長が自社の知財を非常に大切に考えているため。社内に弁理士を抱えているのもその表れだろう。そのおかげで知財権を出願する際、高いハードルになりがちなコストは大幅に縮小。これも取得に向けて積極的に動ける大きな理由となっている。

出願すべきものの取りこぼしがないよう、本谷さんは週に1度は開発部隊がある工場へ行く。「とくに要件がなくても、開発者と顔を合わせればお互いにちょっと話しておきたいことはありますから」と本谷さん。こうした機会に、発明内容を事前にヒヤリングするといった日常の行いも、知財の出願から管理、運営をスムーズに行うポイントといえそうだ。

また同社は、業務委託で仕事を請け負っていることから、商品開発に関わる発明の権利は全て発注先が保有する条件提示をされるケースも多い。ただ商品開発には以前から持っているノウハウも投入することがあり、その部分は自社の知財として守らなければならない。そこで近頃では万が一に備えて電子公証を採用し、先使用を立証できるように準備するようになった。

## 特許取得が難しいものは 意匠権等で権利を守る

同社は意匠権もいくつも所有している。この業界では珍しい気もするが、これも知財戦略のひとつ。「自社の製品として販売するからには、何らかの方法で守らなければなりません

「知財の権利で取引先と揉めたことはありません。しかし、こうしたリスク管理は必要だと考えています」と本谷さんは話す。

実は今までに自社の知財権を侵害されたことは、何度かあった。そのとき、同社は徹底的に戦う。海外の場合は、代理人を立てるなどして手間もコストもかかってしまうものの、妥協はしない。本谷さんは「知財を守るに加え“あの会社はウルサイ”と印象づける目的もあります。この業界は狭いので、そういうイメージ付けも、知財の保護につながると考えています」。

## 今後も当たり前のことを地道に行い 自社と知財を守り、育てていく

出願した知財の多くを取得しているのも、同社の特徴だろう。その登録率は90%以上と非常に高い。その秘訣について本谷さんは「取れないものを出しても仕方ありませんから、しっかり先行技術の調査をすることを心がけています。当たり前のことを当たり前前に継続することが大切だと思います」と話す。

欧米や中国などでも、特許等を取得している同社。今後も会社を守り、育てる源泉としても、さまざまな角度から知財権を活用していこうと考えている。

## 知的財産活用のポイント

ん。とはいえ、採用した技術に特許性が薄い場合もあります。そんなときは、意匠に目を向けます」と、本谷さんは話す。意匠があれば模倣品、なかでもデットコピーを排除することが可能。意外な伏兵も、知財保護に大いに貢献している。