

知的財産事例

株式会社DG TAKANO

「勝つ・大勝する・勝ち続ける」 事業展開の掟を可能とする仕組みとは

事業内容

節水ノズル「バブル90」等、
水洗に関する製品の開発・製造

知的財産権と内容

特許第5961733号	脈動流体または断続流体の生成装置
特許第5762425号	節水コマ
特許第5762421号	節水コマ
意匠登録第1723301号	吐水口
意匠登録第1723302号	吐水口

他 特許権4件、（欧州、アメリカ等、15の国と地域でも登録済）、意匠権16件、商標権9件（2023年10月現在）

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役 高野 雅彰さん

社長1人で始まった製品開発 ～株式会社DG TAKANOとは～

当社は、蛇口の先端に取り付ける節水ノズルをはじめとし、多くの製品を開発している。創業は2008年、高野社長が立ち上げた合同会社デザイナーズギルドが始まりである。高野社長の実家は東大阪にあるガス器具の部品を製造する工場で、幼少期から父親の高い加工技術を見て育ったという。その後2010年に株式会社を設立、現在の社名となった。家業で承継した技術を活かし、社長自ら開発した節水ノズル「Bubble90」は、洗浄力を維持しながら最大節水率95%を実現した製品である。同製品をはじめ、節水につながる様々な製品を開発し続ける当社は、世界中で高く評価される技術を持つメーカーである。

看板商品Bubble90の開発と特許出願

当社の看板商品「Bubble90」は節水率が95%と驚異的な数値を示している。この素晴らしい製品は、高野社長が自身のみで研究開発を行い、わずか1年で開発に成功した。また、製造に必要な機械の操作やプログラミング、そして知的財産に関する知識についてもすべて独学で習得したという。知的財産については、スタートアップ支援で知り合った弁理士から参考として共有された他社の登録記事などを独学で解読。読み方や同業他社の技術、申請内容等について知識を身につけて

いった。高野社長は、新規事業を立ち上げる条件として「市場で勝てるか」、「大勝できるか」、「勝ち続けられるか」の3つを挙げ、「製品開発の段階から、苦勞が水の泡にならないよう徹底した準備を行っている。大企業にコピーされない製品を作り、圧勝で勝たなければいけない。」と語る。こうした理念のもと、製品の開発当初から知財の取得も含めた経営戦略を立てている。高野社長は「Bubble90」についても開発段階から弁理士に特許出願を相談。ホワイトボード一面にアイデアを書き出し、弁理士とともに出願内容を固めた後、国内のみならずPCT出願等（※）を活用して世界各国で特許を取得した（会社設立前のため、高野社長名義で取得）。

※特許協力条約（PCT:Patent Cooperation Treaty）に基づく国際出願。一つの出願願書を条約に従って提出することで、PCT加盟国すべての国に同時に出願したことと同じ効果を与える出願制度。

Bubble90の挑戦 ～発展途上国への販売～

高野社長は世界中の水不足問題を解決したいという強い思いから、発展途上国でも使用可能なプラスチックモデルの開発に着手。このプロジェクトには6年の歳月を費やしたという。プラスチックモデルはBubble90の開発に使われた核心技術を使用。基本機能を保ちながら安価で提供できるように配慮し、プリンターのカー

トリッジのような仕組みを採用した。この仕組みを基にし、プラスチックモデルのBubble90は製品化に成功。これにより、水不足に悩む発展途上国への販売も可能となり、世界各国で販売する基盤を構築した。

知財活用における苦悩



社長自ら磨き上げた技術を駆使して製作した「Bubble90」であるが、特許を取得し販売を開始しても、当初は思うように売上が上がらなかったという。これには、当初の営業先に反省点があった。開発直後、高野社長は環境問題への意識が高く、節水によるコスト削減効果が大きいと考えられた大企業へ営業を行っていたが、大企業は決定権を持つ役員やオーナーと直接の対話まで行きつくのが難しいことを痛感。そこで、高野社長は営業戦略の見直しを図り、初めからオーナーや代表者と直接商談が可能な小規模展開を行うレストランに焦点を当てたことで、店舗への製品導入が

広まった。当時を振り返り、特許技術のある製品を開発するだけではなく、どのターゲットにどのようにアプローチするかを検討する重要性を強調した。

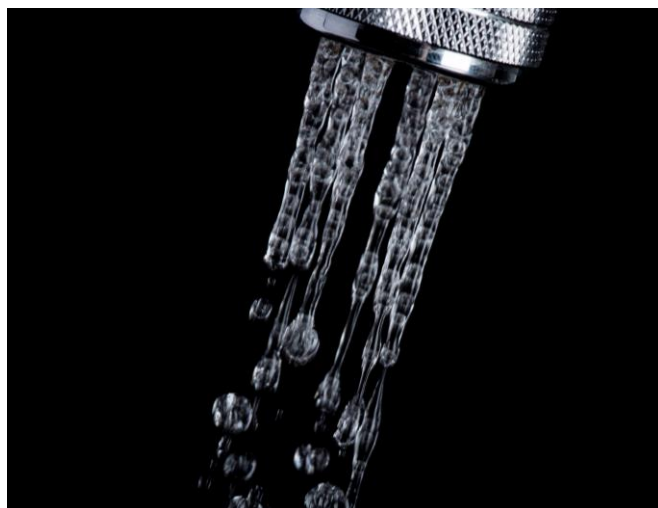
知財取得を目指す経営者へのメッセージ



高野社長は「ビジネスモデル全体をイメージして、どのように他社と差別化を図り、守り抜くのかを考えることが重要だ」と語った。また、知財は新規参入時の武器の一つであるとしたうえで、「知財を考えることも重要であるが、その前提として、まず何をもって勝とうとするのかを考えることが最優先である」とも語った。加えて、「知財を活用することも大事だが、知財ありきのビジネスにするのではなく、ビジネスの上に知財があるという考えを持つことが大切である」と強調した。明確な目標と戦略を持ち、ビジネスのどのような分野でそれを活かしていくかを検討することが、自然と知財の活用につながっていく。



Bubble90を開発中の高野社長



代表製品「Bubble90」



知的財産活用のポイント

多面的な知財の取得でより“強い特許”へ！

高野社長は、開発前の構想段階から、いかに市場で“勝てる”製品を作ることができるか、徹底的にこだわっている。この理念を達成するための手段として、知財を取得している。この知財の取得時にも“強い特許”にこだわり、弁理士と相談を重ね

る高野社長。実際に社長は「Bubble90」を守るべく、製品そのものの特許や意匠のみならず「蛇口から出てくる水の流れ方」まで特許を取得した。これにより模倣品どころか類似品すら作ることが不可能であることから、確固たる地位を築き上げることに成功。このように、技術の守り方を様々な観点から検討し、知財を取得・活用することが有効である。

COMPANY DATA

取材：2023年11月

所在地：東京都台東区東上野2-21-3 成宝ビル7F 電話番号：06-7492-3466

URL：<https://dgtakano.co.jp/> 創業：2010年9月 資本金：1000万円 従業員：26名

