

改善×研究×知財で価格競争から脱却 機能性と快適性を両立させる確かな技術力

事業内容

1957年創業 1971年会社設立
帽子や服装などの企画・製造・販売
マスク・ガウン・エプロンなどの企画・製造・販売

知的財産権と内容

特許第5393928号	メガネスリット
特許第7123373号	顎下ガード
特許第7233095号	深さ可変帽子
特許第7444449号	袖と裾口をガッチリガード
特許第7699790号	耳下フィット

他 意匠権13件、商標権20件

(2025年7月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役 重森 伸さん

社内研究室で商品を研究・開発

当社は広島市にて1957年に重森製帽所を創業して以来、約70年にわたり帽子やインナーネットなど衛生機能に特化した商品を企画・生産する老舗メーカーであり、2020年7月に本社・工場・商品センター全てを広島市安芸区の事業所に集約し、同時に新ビルを竣工した。製品は高い機能性と快適性を追求した『eXwhite®』と、店舗向けに使いやすさと耐久性を実現した『eXcolor®』ブランドを展開し、食品や医薬など高い衛生管理が要求される様々な現場で活用されている。また、社内研究室では迅速な分析や調査を行い、専門機関と連携して研究や開発を行っている。

知財による価値向上で価格競争から脱却

当社が知財取得を意識し始めた契機は、価格競争であった。以前のOEMやODM専業時代は、自社開発の商品を提案し、顧客から発注を受けて数年経過すると、低価格のコピー品を販売する競合が現れ、発注価格の引き下げを求められていた。模倣されるものを作る限り価格競争は避けられないため、そうした状況を打破すべく、自社独自の技術を権利化する方向に舵を切った。知財権取得に向けて、重森代表自らが発明協会やウェブサイト上で弁理士を探し、一番相性が良い弁理士と相談しながら知財権を保護する対策を進めていた矢

先、他社から知財権侵害の警告を受ける事態が発生。当時は顧客指定の仕様で製造していたが、その知財権を持つ企業から警告を受けたため、弁理士と相談し知財権に触れない仕様に急遽変更して回避した。それ以後は、設計段階から先行技術を調査し、知財権の侵害がないことを確認してから、営業・技術・知財の各担当が連携することで、市場への流通前に他社を超える独自の知財権を開発・権利を取得するといった体制を構築している。

知財でブランド力を向上し販売力を強化

知財権の取得後は、カタログやパンフレット、ウェブサイトの特許・意匠の登録番号を明示するなど、自社の技術力を積極的に打ち出すようにしている。重森代表は「多くの顧客は品質+知財権+価格を総合的に評価してくれている」と話す。商品は価格だけではなく、知財が発揮されている機能性・快適性・安全性でも評価されるようになったことで、高付加価値の商品として販売力を強化することができた。同時に、市場における模倣品を抑制できているとも感じている。また、当社商品は組立が難しい素材が多く、生産に高度な技術が必要であるが「本社工場は、仕様書・パターン作成・工程設計を行う技術者の育成と、日本国内でのセル生産を行うマザー工場として活動しており、技術者が海外工場へ定期的に訪問指導した結果、ベトナムの

工場は日本とほぼ同じレベルになっている」と、今後の海外展開についても前向きにとらえている。

知財取得における苦悩と解決



知財取得で最も苦勞したのは、出願に必要な資料作成だった。重森代表は「弁理士から『より詳細な資料が必要』と言われたが、市販の温度計や重量計、ノギス測定しか知らず、専門的な調査方法を探すことに苦勞していた」と当時を振り返る。そんなある日、突然来社した中国地域創造研究センターの担当者に悩みを相談したところ、広島県立総合技術研究所の存在を教えてもらい、事態は好転する。広島県内の中小企業へ技術支援を行う同研究所は、最新設備を備え、専門家が調査方法を指導し、測定に立ち会い、技術資料等の作成支援をしてくれた。これにより、出願に必要な資料を作成することができた。この経験から、専門機関への相談訪問だけでなく、自社内に温度湿度ロガー、サーモグラフィ、静電気測定器、

風速計、マイクロスコープ等の機器を導入。それらを運用することで、データの測定記録が行なえる体制を備えた社内研究室の設立にも至った。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ



「思いついたことをA4用紙に書き出し、あとから見返すとアイデアがどんどん膨む。ネタはどこにでも転がっている。その気づきを大事にしたい」と重森代表は語る。また当社では、商品の改善や、生産効率、社内環境の改善提案を「こうでした」「こうしました」と、僅か2行で書いて提出すると表彰される『チョコ案』制度を取り入れている。他にも、月末食品プレゼントと称し、顧客が生産する美味しい食品を毎月末に社員に配布しており、社員の自社に対する品質と改善意識の向上に貢献している。「この社風が『自信をもって顧客に出せる商品を作るまで諦めないこと』という粘り強い開発姿勢につながっている」とも語った。



手作業による高い技術力と先端設備が融合し、高品質な衛生用品が作られている



これまでに取得した知財は同社の財産であり、今後の事業拡大の礎になっていく



知的財産活用のポイント

10年先の価値を見据え 様々なアイデアで知財を取得

過去には、苦勞して知財権を取得して試験配布をしたものの、市場の反響が少なく販売を諦めた商品もあった。「出した時期が早過ぎたことで、市場のニーズが確立していなかったため、まったく売れなかった。しかし、10年ほど前に出願した意匠権

で、最近になって需要にマッチしてきたものもある」と重森代表が語るように、過去に取得していた知財が時代の潮流にマッチし、改めて価値を発揮し始めることがあるそう。「どんなアイデアも、時代の変遷の中で必要とされる時期が来るかもしれない。10年先を見据えた戦略も必要になってくるはず」と重森代表は続けた。

COMPANY DATA

取材：2025年7月

企業名：シゲモリ株式会社 所在地：広島市安芸区船越南1-5-33 電話番号：082-516-7566

URL：<https://www.shigemori.co.jp/> 創業：1957年 資本金：3000万円 従業員：32名

