

企業情報

アシザワ・ファインテック株式会社

所在地	千葉県習志野市		
ホームページ URL	https://www.ashizawa.com/		
設立年	2002年	業種	製造業
従業員数	136人	資本金	9,000万円

企業概要

当社は、電池・電子部品やインキ・塗料などの原材料である様々な粒子をナノレベルまで細かくすることができる、微粉碎・分散機のメーカーです。機械を販売するだけでなく、受託加工や技術コンサルティングも承っており、最先端分野のものづくりに挑戦しているお客様に対し、最先端の微粒子技術をご提供しております。経営理念としては、「微粒子技術で新しい可能性の共創」というコーポレートスローガンと、「世界の微粒子技術と感動サービスでお客様のものづくりビジョンを実現することにより、資源の有効活用と人類の発展に貢献し、社員が誇りと満足を得る企業となる」という使命感のもと、お客様・社会・地球の未来に安心と喜びをもたらす技術サービス業を目指して活動しております。



自社の強み

当社の強みは、1千台以上の納入実績と年間約500件もの試作テストから蓄積してきたノウハウを活用した提案力、定期点検や不具合・故障があった場合の迅速かつ丁寧な対応など安心のアフターサービス、市場の期待をキャッチしそれに応える独自開発力です。顧客の素材や使用環境に合わせたカスタマイズに対応し、前後工程も含めたプラントエンジニアリングのご提案も可能です。

自動車産業に似たものづくりのピラミッド構造の頂点で、経済波及効果をもたらしていることから、2017年に経済産業省「地域未来牽引企業」に選定されました。



一押し商品

「MAX ナノ・ゲッター」は、これまで不可能であった大型機でのマイクロピエゾの安定使用を実現し、世界で初めてナノ粒子の大量生産を可能にしました。粒子にダメージを与えることなく高品質・高精度に微細化可能な“マイルド分散®”技術で、粒子の特性維持や再凝集を抑制。お客様からの「もっと細かく、もっと高品質に」のご要望に応え、国内外から多くのお引き合いをいただいております(特許第5159102号、特許第5463065号、商標登録第5409810号)。



知財総合支援窓口活用の概要（記：窓口担当者）

窓口活用のきっかけ

2018年2月に当窓口担当者が同社の展示会で周知活動したことをきっかけに、同社よりブランディングについての相談があり、窓口担当者が同社を訪問し相談支援がスタートしました。

最初の相談概要

「今後、価格競争に陥らないために、ブランド戦略について情報収集し、方向性を定め、推進して行きたい」と最初のご相談がありました。そこで、同社社長のメッセージ・理念・コーポレートスローガンをヒアリングし、ブランディングの基本を説明しました。また、今後どのようにブランディングを進めていくかを検討しました。

その後の相談概要

ブランディングに精通した専門家を派遣し、社内に向けてブランディングの進め方等についてアドバイスを行いました。その後、社員へ自社のブランドに関するアンケートを取り、分析したところ、ほぼ出来ているアウトターブランディングよりもインナーブランディングの必要性を感じました。まずは、アウトターブランディングとして、ハウスマークの使用ガイドラインを検討し、ガイドラインが施行されました。

窓口を活用して変わったところ

併せて秘密情報管理規程の見直しも行い、INPIT 知財戦略アドバイザーとともに複数回、支援を行いました。その後、社内で体制を整えられ4名のコアメンバーによる秘密情報管理のプロジェクトがスタートしました。コアメンバーがその目標や半期毎の推進計画を設定し、更にリーダーや他の従業員と検討し、社員全員へプロジェクトを推進し、2019年4月からはこのプロジェクトを通じてインナーブランディングの土壌ができ、社員の意識、仕事の質、及びコミュニケーションの向上の効果ができました。

企業からのメッセージ

ブランディングに取り組みたい、しかし社内に詳しい者は居ない、という状況から、何をどうすればよいのか相談したところ、専門家派遣や社員向け勉強会の開催等親身になってご対応いただきました。担当者ベースでも相談をしていく中で徐々に課題が明確になっていき、周りを巻き込みながらまずはハウスマークの統一を行い、次に浸透（インナーブランディング）を行うなかで、自分たちでも考えながら取り組んでいくようになりました。些細なことでも丁寧に対応いただけるので、知的財産関連の悩みがあればまずは相談してみると、少しでも前に進めるかと思えます。

窓口担当者から一言（氏名：窪田 芳雄）



ブランディングの窓口支援をきっかけに、秘密情報管理、中小企業等特許情報分析活用支援事業の利用などの多くのテーマで窓口支援が展開されました。今後は、従業員の意識を含めたソフト面のブランディングを従業員が推進することにより、同社の顧客からの信用・信頼が更に高まり、同社の売上拡大に貢献できることを期待しています。