



日本が技術をリードするマッサージチェアの専門メーカー

マッサージは、古代より、複数の文明で行われた証拠が見ついている。現代では、デスクワークが多くなり一層人々を惹きつけている。

21世紀は予防医学の時代といわれているが、マッサージチェアのコセプトは、健康な時にいかに健康を維持するかという予防医学が基本になっている。

ファミリーイナダは、1962年に創業されたマッサージチェアの専門メーカーである。マッサージチェアは1954年に日本で発明され、日本が開発をリードする製品である。開発当初は、もみ玉が自動で動くだけのシンプルな機能だけのチェアだったが、昨今では医学的、機構的な研究による高機能化が進んでいる。

図表1：ファミリーイナダの最新型マッサージチェア（ルピナスロボ）



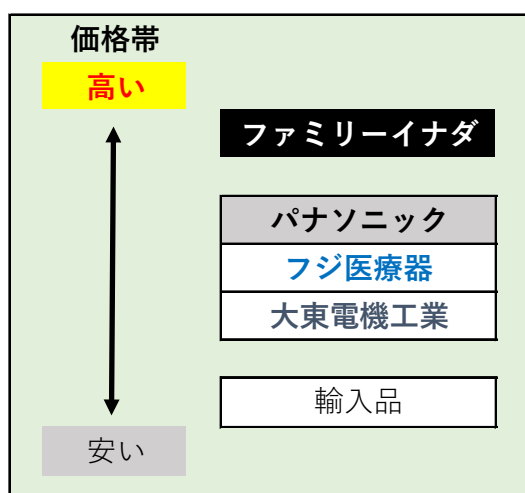
出所：ファミリーイナダ提供

高付加価値化を実現する高度な技術開発力

ファミリーイナダの特徴は、先進的な技術開発と、その技術が評価されて実現する高付加価値性である。日本では、ファミリーイナダの他、パナソニック、フジ医療器、大東電機工業がマッサージチェアの大手で

あるが、ファミリーイナダ以外は海外などに生産拠点をもち、コストを抑えて販路を拡大する戦略を採っている。

図表 2：競合先と価格帯（イメージ）



出所：各社 HP などにより正林国際特許商標事務所作成

一方、ファミリーイナダは鳥取県の大山に主力工場をもち、メイドインジャパンで製造している。基幹デバイスであるマッサージメカなども自社開発し、マッサージ師に匹敵するマッサージ技法や体感を実現するほどの高機能を実現している。

製品の価格帯は他社に比べて高いが、その高機能が評価されて確実にシェアを確保している。機能を紹介するため、販売に当たっては担当者が機能説明を行う体制をとっており、高水準の技術力に加え顧客へのきめ細かな対応で差別化に成功している。

コラボレーション実績

こうした高付加価値が評価され、主に高級品でのコラボレーション実績も多い。

① 自動車

株式会社トヨタモデリスタインターナショナルと車載用のリラクゼーションシートを共同開発。トヨタ自動車のアルファード・ヴェルファイア「ロイヤルラウンジ」に架装オプションとして採用された。

② 鉄道

大阪難波駅・京都駅・名古屋駅から三重県の賢島駅を結ぶ観光特急「しまかぜ」。その展望車両の目玉であるプレミアムシートのリラクゼーション機能を近畿日本鉄道株式会社と共同開発した。

③ 歯科医療

歯科医療総合メーカーの株式会社ジーシーとマッサージ機能付き歯科ユニット「フェリーチェ」を共同開発。日本国内で初めてマッサージ機能付き歯科用ユニットとして薬事承認を取得している。

④ 温泉・ホテル

温泉施設・リゾートホテルなどのスパ専用にも、自動ロックングベッドを開発。明かり・音響・ゆらぎ・エア・温感によって、心身ともにリラックスできる極上の癒しを提供している。

優れた知財戦略を展開

1. 攻めの知財戦略を実現

ファミリーナダは従業員 125 人（2022 年 2 月時点）の中堅企業であるが、社長直轄の知財担当部署である法務特許室を持っており、専任のプロパースタッフが在籍している。

これは元々、創業者である現会長兼社長の稲田二千武氏が研究開発に熱心だったことに加え、2001 年に特許訴訟を受けたことによるところが大きい。この裁判では、「均等論」を理由に、製品の製造、販売等の差止め、同製品の廃棄、損害賠償等として約 36 億 6 千万円及び遅延損害金の支払いが原告から求められ、東京地裁での損害賠償認容額は約 15 億 5 千万円とする判決が言い渡された。最終的には控訴審において、対象となった 5 件の特許のうち、4 件が無効とされたことから、約 1000 万円にまで大幅に減額されたものの、特許侵害によるリスクを思い知ることになる。これ以降、細心の知財戦略の重要性を痛感、知財戦略に積極的に取り組むことにした。

- ✓ 日本における均等論の成立条件
- 異なる構成要素が特許発明において本質的な内容ではないこと
- 異なる構成要素に置き換えても特許発明の目的を実現することができ、また、同じ効果を生むこと
- 当該特許発明の分野において通常の知識をもつ者が、置き換えた時点において、構成要素を置き

換えることを容易に思いつくこと

- 置き換えた構成要素が特許出願時に公知の技術ではないこと
- 置き換えた構成要素が特許出願時に容易に思いつくものではないこと
- 特別な事情がないこと（たとえば、特許発明の特許出願の際に意図的に「特許請求の範囲」から除外されていた場合など）

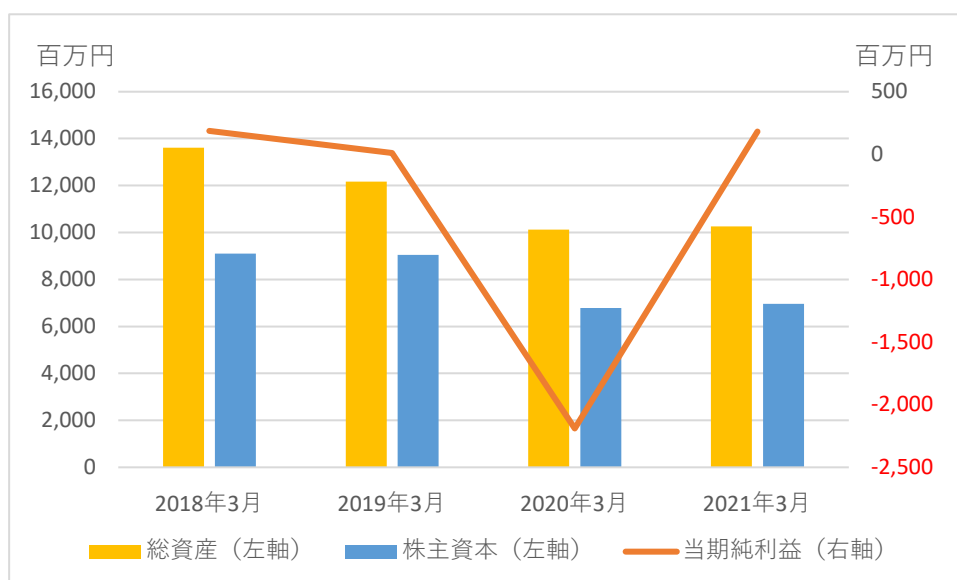
しかしながら、この特許権侵害訴訟事件は、結果として 1000 万円以上のリターンをもたらすことになる。ファミリーイナダにとって、この訴訟事件以前は、特許権はコストだった。しかしながら、ファミリーイナダは、この訴訟から多くの事を学び、国内外でのライセンス、国内外での特許権侵害訴訟など「攻めの知財戦略」にシフトし、特許から利益を出すことに成功している。四宮大介（しのみやだいすけ）氏が率いる法務特許室のわずか 4 人でライセンス料や特許権侵害訴訟による権利行使等により年間数億円の利益稼いでいることになる。この 4 名は、特許・意匠・商標について弁理士を介さず内製で出願できる兵ぞろいで、リーマンショックやコロナなど世界恐慌であっても、内製ならコストをかけずに出願できる強みを活かして着実な出願を続けている。

2. 業績と知財金融

着実な利益計上を続けてきた結果、内部留保は 2021 年 3 月末で 70 億円を超え、自己資本比率も約 70%に達する強固な財務基盤を確立している。

2020年3月期は新型コロナウイルス感染拡大の影響で、家電量販店における対面販売の機会が大幅に減少、20億円を超える赤字を計上したが、迅速に事業の立て直しを行い、2021年3月には黒字に復活した。

図表3：ファミリーイナダの業績推移



出所：官報を基に正林国際特許商標事務所作成

ファミリーイナダは、金融機関に対して、知財に関するきめ細かな情報提供を心掛けている。金融機関は、売上や財政状態など財務諸表に計上されている情報には敏感だが、知財に関するリテラシーはそれほど高くなく、知財の専門家から見れば「このくらいは知っているだろう」という情報を知らないことも多い。金融機関にとって、ネガティブサプライズ、すなわち知らないうちに会社の経営状況が悪化していたというこ

とが最も企業の信頼性低下につながる。知財に関して丁寧な説明を続け、金融機関との間で知財情報を共有できているファミリーナダの姿勢は高く評価できる。

3. 令和3年度の知的財産権制度活用優良企業等表彰を受ける

ファミリーナダは、令和3年度知的財産権制度活用優良企業等表彰 知財功労賞 特許庁長官表彰受賞を受賞した。受賞のポイントは以下の通りである。

- ① 社長直轄の法務特許室に知財選任スタッフが在籍、経営層の意図を直に反映した知財活動をスピーディーに実行
 - 知財担当部署である法務特許室は社長直轄の組織であり、専任のスタッフが在籍している。過去に某大手企業から特許訴訟を起こされたことで、知財が経営上の大きな武器にも危機にもなりえるという教訓から知財を重要視し、経営層の意図を直に反映した知財活動をスピーディーに実行している。
- ② オープン&クローズド戦略により業界発展と自社の利益確保を両立。社内に広くアイデアを募る仕組みを運営
 - 知財の全てを自社で独占ではなく、マッサージ機業界の全体発展を図るという経営戦略に基づき、知財部門が独占と開放を選別している。基本特許は開放し競合にライセンスする一方、人間の手

を再現したマッサージ機構や AI/IoT 等の先端技術の特許は独占し競争力を維持している。

- 社内アイデア創出システム（アイデアフェスティバル）を制定し、運用することにより新たなアイデアを創出している。

③ 適切な特許管理の実施。知財評価・分析を経営判断に活用

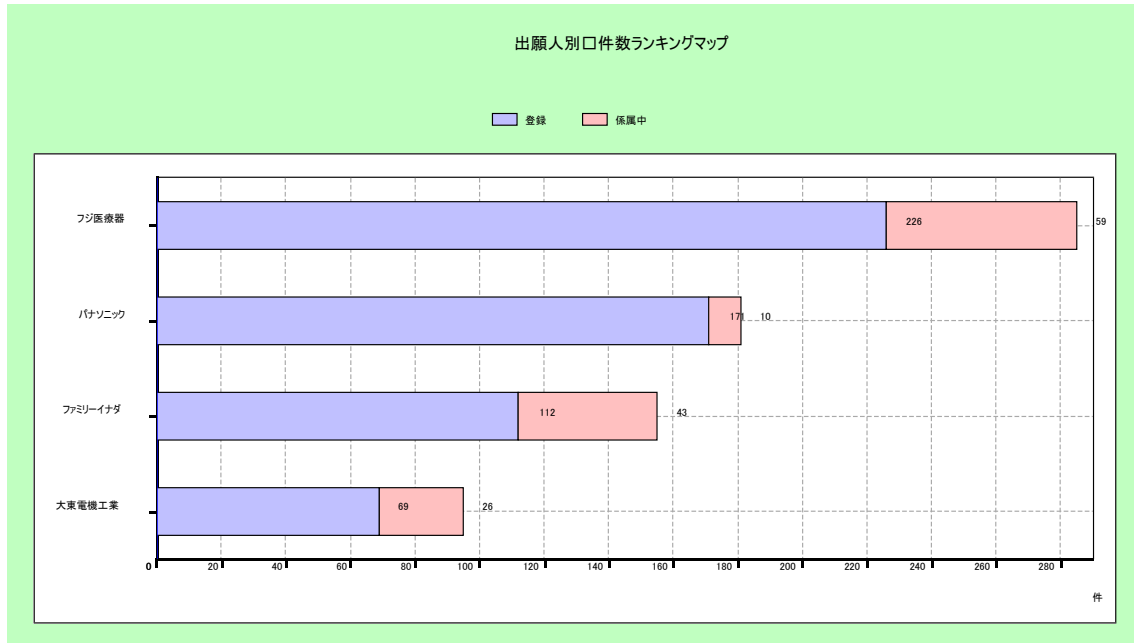
- 保有特許をリストアップし、各特許に対して、営業訴求力、汎用性、残存期間、実施実績などを評価したレーダーチャートと簡単な技術説明を記載した冊子を毎年作成し、経営層とも共有しており、棚卸しにも活用している。
- 毎年、自社及び競合企業の特許を洗い出し、自社特許との比較、他社製品の侵害分析、自社製品の侵害分析、及び特許有効性分析を行い、常に勝つための権利行使の準備をしている。

4. 特許評価

登録されたものと権利化前の有効な特許（係属中）の合計件数を競合先との比較でみると、ファミリーナダはフジ医療器、パナソニックに次いで 3 位である。登録数でも 3 位であるが、最近 10 年の出願に限っていれば TOP である。マッサージチェア技術をけん引する企業であると評価できる。

特許件数を追うのではなく、保有特許の評価・分析結果が重要な権利の取得・維持、不要な権利の抹消に活かされている結果となっている。

図表 4：特許出願ランキング



出所：SRPARTNER データを基に正林国際特許商標事務所作成

SDGs

ファミリーナダは、「健康経営」の増進を目指し、日本電産と共同開発したオリジナルのモーターと、100人以上のプロマッサージ師の指圧を計測してAIに学習させたプログラムをメカに内蔵し、3分で疲労回復、肩こり改善などの医学的効果の実現を可能にするAI搭載型の最新型のマッサージチェアの開発に成功した。このAI搭載型ショルダープロを企業に設置し、一人ひとりに合わせたマッサージを体験してもらうことで、従業員の疲労回復、健康維持、生産性向上に繋がると同時に、経済産業省が推進する「健康経営」の実現やSDGsへの貢献を目的とした事業を行う。

この事業は、マッサージ機を企業に「売る」のではなく、月額 4,950 円（税込）のリースレンタルにより提供する。マッサージをもっと身近に感じてもらい、ゆくゆくはマッサージチェアを「1 家に 1 台」「1 オフィスに 1 台」置くことが当たり前の世界にしていきたいと願う、ファミリーイナダの新事業である。

- 「健康経営」とは、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践することをいう。
企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上につながると期待される。
- 健康経営は、日本再興戦略、未来投資戦略に位置づけられた「国民の健康寿命の延伸」に関する取り組みの一つで、健康経営に取り組むことは、SDGs の目標 3「すべての人に健康と福祉を」に繋がる。そして、社内に浸透・定着していくことで、目標 5「ジェンダー平等の実現」や目標 8「働きがいも経済成長も」にも繋がる。
- 健康経営が定着すると、社内の雰囲気が明るくなり、会社組織が活性化する。それらが新たなアイデアの創造、社内コミュニケーションやディスカッションの活性化に繋がる。また、自社の強みや特徴を活かして、新たな事業へのチャレンジや展開にも繋げていくことが可能になる。