

# 事例 10

## 受託開発製造でも、 主体的に価値を生む

— デザインと知財で支える提案型ものづくり

### 株式会社346

設立	2017年7月
本社所在地	群馬県高崎市
事業内容	工業製品の製造販売ならびに修理・保守業務、 工業製品、ソフトウェアの企画・設計・デザイン業務、 ならびにブランディング・マーケティング業務など
知財権登録件数 (2026年2月末時点)	特許権 2件 実用新案権 0件 意匠権 3件 商標権 3件
アワード	2021年 グッドデザイン賞 2020年 グッドデザイン大賞



<https://346design.com/>



346が受託開発製造にて開発・生産化した製品の例。(左上) WOTA BOX (WOTA 株式会社、2020年グッドデザイン大賞受賞)。(右上) 国産ケースシャトル型産業システム「Hw」(株式会社 APT)。(左下) EXTRA BURST / (右下) WATER BASE (アサヒ飲料株式会社)

#### 企画から量産・販売までを 一貫して支援

株式会社346は、製品の受託開発製造 (ODM/EMS) を軸に、工業製品の企画、設計開発、量産製造、販売保守、ブランド構築・製品戦略、POC 支援等を一貫して支援する企業である。工程ごとに分断しがちなものづくりを一つの流れとして捉え直し、全体最適の課題解決と価値創出を顧客に提供する。その上で製品を社会実装する点に特徴がある。

同社は、全工程の中核に「デザイン」を据えている。ここでいうデザインは、工業デザインの伝統的な工程やモダンデザイン思想を重んじており、すなわち造形行為だけを指さない。顧客ニーズ・技術シーズを統合した仕様策定、製品開発から量産化・社会実装までの全体設計としてデザインを扱う。つまり同社の掲げるデザインは、社会との調整能力であり吸収能力でもある。

(次頁へ続く)

#### 代表者 / 取材協力

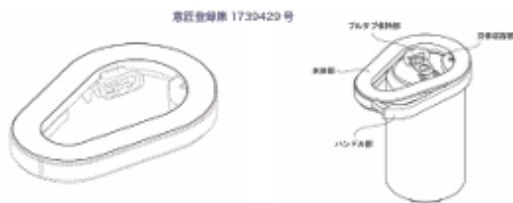


三枝 守仁  
共同創業者、代表取締役

## 受託開発製造でも、主体的に価値を生む — デザインと知財で支える提案型ものづくり



同社では、受託事業の他にも「DAVI (ダヴィ)」という独自のブランドを展開する。同ブランドの缶オープナーは直感的に使えるデザインと滑らかな切り刃に仕上がる機能性が特徴



### 造形行為だけではない。

#### 346が重視する三つのデザイン

346のデザインは、単なる技術の実現性だけでなく、製品・サービスの社会実装を見据え、「技術」「体験」「経済性」の三つを越境的に計画し実現する点に特徴がある。具体的には、技術を社会や市場で使われやすい状態に落とし込む「技術のデザイン」、製品に対するユーザーニーズをとらえ、使う場面での納得感や心地よさを生み出す「体験のデザイン」、そして事業実現継続を加味し、コストや安定供給体制を含めて成立性を整える「経済性のデザイン」である。

この三つの視点を踏まえた製品開発により、技術の活かし方や体験価値創出、事業成立までを見据えた多面的なものづくりを推進している。これは製造業をバックグラウンドにしたデザインであり事業ゆえの思考である。

### デザインが事業を成立させるエンジンとなる

デザインを製品開発の中心に据える346だが、社内に「デザイン部」は設けておらず、デザイナー自身が事業推進やプロジェクト管理を担う。仕様策定や設計製造にも介入し、関係者の調整まで一貫して進める体制は、デザインを単なる専門スキルではなく、事業

全体を動かすための汎用的な能力として位置付けていることの表れでもある。

創業者である三枝氏と菅野氏は、過去に製造業において影響力のあるケイパビリティを保有していた工業デザイナー達と比べて、現在はデザインの役割が見た目を整える作業に偏りがちな日本の現状に危機感を抱いてきたという。「日本の工業デザインの力を取り戻したい」という意識のもと、同社では造形面のみならず、事業性普及性・価値創出や実現性である開発調達製造・コスト管理・品質管理といった工程までを含めて、ものづくりの現場感覚やサプライチェーン全体の理解を基に、市場で通用する製品の実現を貫いている。

### 知財を交渉力の源泉として活用する

346では、意匠権や特許権といった知的財産を、事業戦略と切り離さずに捉えている。

同社は製品企画から量産化までを担うビジネスモデルであるため、権利の有無は、市場流通に影響し得る一要素となる。特に創業間もない企業が大手企業と取引を行う際、価格や規模では不利になりやすい。そうした局面で、適切に取得された知財は差別化の根拠やアライアンス交渉の担保として機能しうる、という考え方である。

また特筆すべき点として、社員30名規模の組織であ

りながら、特許出願を主体的に進められるメンバーが複数名在籍している。具体的には、発明発掘・先行調査・出願原案作成に関与できるメンバーが複数名在籍しており、これは大手事務機器メーカー出身者を意図的に採用している点がそれを実現している。その結果、知財業務を特定の担当者に一任するのではなく、技術者や設計者自身が、知財の専門家である弁理士と連携しながら権利化を進める体制を持つ。意匠についても、専門の知識を持つ人材が社内存在し、製品ごとに「どの権利を取得すれば実効的な参入抑止につながるか」の観点で、戦略的に判断しているという。

346にとって知財は、防御ではなく主体的に動くための「攻めのツール」である。

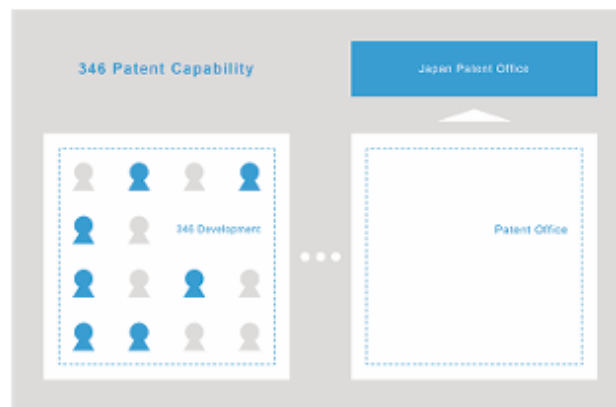
### 主体提案と知財活用で受託でも価値創出を主導する体制

346の開発は、デザインと知財を組み合わせ、受託であっても仕様段階から主体的に提案する点に特徴がある。これは難度の高い工業デザインのケイパビリティが実現させている。クライアントの要望または仕様をそのまま形にするのではなく、人間中心の視点に

立ちながら設計上の制約や量産プロセスまで踏まえて最適な構造や仕様を示し、プロジェクトの解像度を高める姿勢が評価されている。

加えて、同社は経験豊富なシニア層を積極的に採用し、年齢ではなく社内での役割で評価する体制も同社の文化面を特徴付けている。高度経済成長期から日本のものづくりを支えてきた人材の知見を、個人に留めず、組織の技術資産として継承していく。これは開発力の底上げに加え、若手にとって学びの機会を生む仕組みにもなっている。また知財に関しても、シニアから若手に継承、教育する風土がある。

現場感覚を持ち、バリューチェーン全体を把握した上でデザインを行える人材が減少するなか、346の体制や姿勢は、ユーザーニーズに即した製品価値の創出に寄与している。基礎となる製品開発製造に加えて、デザインと知財を両輪とし、受託の立場でありながらも事業全体に主体的に関わり、成功に近づける。こうした姿勢が、受託企業の枠を超えた346の存在感を支えている。同社はこのような企業体によって、日本のデザインにおけるダイナミックケイパビリティを促進し、デザインを一般化しようとしている。デザインによって、社会が活性化することを望んでいる。



同社には発明発掘・先行調査・出願原案作成に関与できるメンバーが複数名在籍しており、特許出願を主体的に進めることができる。図の青色の人員は開発能力を有する人材を示している