44662号(日刊)
朝日新聞

週刊 首都圏

発明ブーム主役は女性

収益で老後にゆとりも

発明が熱い。「発明学会」のコンクールに寄せられる新商品のアイデアは昨年度は約2千件と、2007年度に比べて実に6割も増えた。「街の発明家」による発明品の中には、商品化されてヒットし、収入が「老後の支え」となったケースもある。実を結ぶのは生活に根ざした女性発のアイデアが多い。発明品を自社の商品開発に生かし、売り上げを伸ばす企業も出ている。（藤方聡）

東京都新宿区余丁町にある社団法人「発明学会」。6月20日、日曜日にもかかわらず約100人の「街の発明家」が来館した。午後1時から始まる発明品の発表を待っているのだ。

発表会では、ストラップ付きハンカチや高齢者向けのつめ切り補助台、スナック菓子のパッケージに付けたお手ふきなど10の作品が披露された。来場者から「実用的でない」と厳しい意見や、改良の助言も。参加者全員による投票で、つめ切り補助台が1位に選ばれた。

「順位は絶対的な評価ではなく、ブービー賞がヒット商品になったこともあります」。発明学会の平井工(たくみ)会長は言う。

学会はこの「日曜発明学校」のほか、発明のアイデアから特許出願までの相談を面談や手紙で受け付けている。昨年度の相談件数は2397件。07年度に比べ、約160件増えている。商品のアイデアや発明品の審査を協賛企業が行い、大賞などに奨励金が出る「身近なヒント発明展」にも応募が増えている。07年度は1244件だったが、昨年度は743件増の1987件に上った。

学会のコンクールなどに出展した発明品が「ヒット商品」となったケースも出ている。

富山市の生駒信子さん(60)が考案した「くしゃっと水切りざる」（定価2835円）は、月間6～7千個売れる「売れ筋商品」となっている。柔らかいシリコン樹脂が素材だから、ザルの形が自由に変形できる。

「切り干し大根に湯をかけて絞るとき、大根が手につくのがとても嫌でした。そこで、ざる自体を絞れたらと考えたのがきっかけ」。製造会社から支払われる契約料は、工場出荷価格の数%。生駒さんは夫と市内で屋台のラーメン店を営んでいるが、売り上げが厳しい月もある。「このざるのおかげで、何とか越せる月もあります」

月間約1万個の販売がある穴あき蒸し器「スリッシュ」（定価1万500円）。これも女性の発明家によるものだ。

穴のあいた皿とふた、受け皿の3点セット。湯の沸いた鍋の上に穴のあいた皿をのせて食材を蒸す。蒸している間、油分などが下に落ちる。皿をそのまま食卓に移せば、食材を別の皿に移しかえる手間も省ける。

「亡母の好物が蒸し料理だった」という東京都杉並区の太田千栄さん(71)が趣味の陶芸の技巧を応用して発案した。ひび割れを防ぎ、穴を均等に開けるのに苦労した。商品化まで約10年。しかし「かかった費用はトータルで約100万円。元をとるのは比較的早かったですね」。海外生活が長かったため年金には頼れない。「発明のおかげで、これからの人生をゆとりを持って過ごせます。今後も新しい発明にチャレンジしたい」

町工場 息吹き返す

「街の発明家」のアイデアを積極的に商品化する企業も出てきた。東京都品川区にある「三陽プレシジョン」（小島裕司社長）は、学会のコンクールに協賛し、アイデアを自社の商品開発や販売に活用している。

1952年創業の鋳物の製造・販売会社。製造業の空洞化で業績が低迷し、85年には12億円あった年間売り上げが00年ごろには5億円にまで落ち込んだ。

そこで目をつけたのが発明の商品化。05年から積極的に取り組み、09年8月～10年7月の年間売り上げは約7億6千万円に。今では月の売り上げの半分以上を発明関係の商品が稼いでいる。「くしゃっと水切りざる」「スリッシュ」も同社が製造・販売するヒット商品だ。

小島社長はこれまで1万件以上の発明品を見てきたが、実際に商品化されたのは15件ほど。「そのままでは商品にはならないし、デザインやネーミングが話にならないこともあります。その辺を発明者に助言しながら完成品に近づけていきます」

発明学会によると、1千件のアイデアがあったとして実際に商品化されるのは3件ほど。「女性のアイデアが商品化されるケースが多い。男女の比率はだいたい3対7。生活者の視線が良いのでしょうか」と担当者。

駅の構内で見かける「のりかえ便利マップ」を考案した「ナビット」（東京都千代田区）社長の福井泰代さんが助言する。

「日常生活で『嫌だ。不便だ』と思ったら、見過ごさずにすぐメモを取ることが第一歩。そして次に、どうしたら解決できるのかを考えてみることです」

毎週金曜に掲載します。ご感想や情報をお寄せ下さい。ファクスは03・5565・0837、メールはshutoken123@asahi.comへ。