

知財ビジネス報告書

参加企業名：株式会社まつえペイント

参加金融機関名：島根銀行

作成機関名：弁理士法人C&N

目次

エグゼクティブサマリ	2
企業概要	3-5
事業の核となる知的財産	6-9
現在のビジネス状況	10-14
知財を活用した経営戦略策定に向けて	15-18
事業（実行）計画	19

エグゼクティブサマリ

対象企業の概要

長年地元密着型の塗料販売店として事業を行ってきたが、一回塗りで塗装が完了するこれまでの常識を覆す新規塗料「アミコート」の開発に成功し、現在は既存事業とアミコートの開発・販売事業の大きく2つの事業を主軸としている。

本報告書の対象となる知財・無形資産

従来の塗料は、下塗り、中塗り、上塗りと3工程を必要とするのが常識であったが、それを1回塗りで十分な膜厚を確保し、高耐久かつ断熱機能と遮熱機能を併せ持ち、高い遮熱効果を発揮する新規塗料「アミコート」の組成に関する基本特許

対象企業の課題

- ・塗料メーカーとしての実績が不足しており、認知度が低い
- ・温度低減などのエビデンスデータが不足している
- ・製造委託先が限定的で、製造ノウハウにおいて明らかでない部分がある
- ・ロボット施工技術を他社に先駆けて確立したい
- ・大手施工店への採用を獲得したい

対象企業の目指すべき姿

1回塗りで高遮熱効果を有するアミコートは、人手不足や夏の猛暑常態化など、現代の日本の大きな課題を解決する画期的な塗料であり、日本全国にアミコートを広げたい。

事業目標

各年度で設定した施工店へのアミコート目標販売数を達成し、利益率向上、資金繰り安定化を目指す。

課題解決の方向性

- ・進行中の複数の大企業との共同事業について、成果をPRする。ブランディングを強化する
- ・温度低減データ、CO2削減データなど、訴求効果の高いデータ取得を継続して行う
- ・製造委託先についても、生産体制の拡大も含めて検討を進める
- ・ロボット施工に関する共同開発に注力し、最適化塗料について権利化を図る
- ・必要な認証を取得し、大手施工店へアプローチする

企業概要（As-Is）

事業概要・経営方針

会社名	株式会社まつえペイント
法人番号	7280001000709
所在地	島根県松江市東津田町1 2 8 2 番地 2
設立	1971年
資本金	2000万円
代表者	小田貴志
事業内容	塗料と塗装関連機器の販売。 新規塗料の開発
企業理念	まつえペイントは、お客様のお困りごとに真摯に向き合い、現場に即した、より良い解決策を提案することを使命としてきました。単に塗料を販売するのではなく、施工現場やそこに関わる人々の立場を考え抜くことを大切にしています。既存の製品で解決できない課題に対しては、「なければ作る」という姿勢でアミコートの開発に取り組んできました。目の前の人の未来が、少しでも良いものになるように。その想いを原点に、私たちは日々の仕事を積み重ねています。
経営方針	まつえペイントは、理念として掲げる「現場と人に向き合う姿勢」を、事業の仕組みとして形にしていきます。自社だけの利益を追求するのではなく、製造、販売、施工など、仕事に関わるすべての人が適正な利益を得ながら、前向きに仕事に取り組める関係性を大切にします。 アミコートの「アミ」は、仲間を意味するスペイン語の「アミーゴ」に由来しています。この名前に込めた想いの通り、互いの立場やビジネスを尊重し、長期的な信頼関係を築くことを経営の軸とします。関わるすべての人と価値を分かち合いながら、持続可能で、明るい未来につながる事業を育てていきます。
ウェブサイト	https://ami-coat.jp/
対象となる知財の概要	従来の塗料は、下塗り、中塗り、上塗りと3工程を必要とするのが常識であったが、それを1回塗りで十分な膜厚を確保し、高耐久かつ断熱機能と遮熱機能を併せ持ち、高い遮熱効果を発揮する新規塗料を開発した。 ・特許第7054946号「塗料組成物及び塗膜の形成方法」 ・商標登録第6365163号「アミコート」

企業概要（As-Is）

事業実績

既存事業である塗料の卸売は、建築用途と車両用途の2部門があり、いずれも売上は安定している。
新規事業であるアミコート事業は約5年前から開始し、事業を拡大しているところである。
アミコート事業は既存塗料と比べて粗利率が と高く、今後アミコート事業への比重を高めていく計画である。

企業概要（As-Is）

事業実績

アミコート施工事例

アミコートは、一般住宅・マンションの壁面塗装、工場の屋根などに幅広く適用可能な塗料である。
右上は3Dプリンター住宅への施工事例である。



事業の核となる知的財産（As-Is）

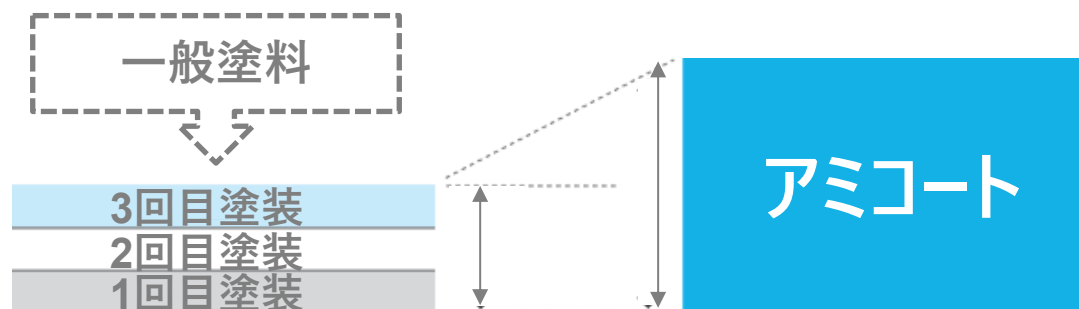
事業への貢献内容

アミコートの最も大きな技術的優位性は、①1回塗で十分な膜厚を確保できる点と、②高い遮熱効果 にある。

アミコートの技術的優位性①： 1回塗で十分な膜厚を確保できる点

従来の塗装は、下塗り、中塗り、上塗りの3回塗装が常識であったところ、アミコートは1回の塗装で十分に厚い膜厚、下地との密着性や耐久性を確保することができる。1回塗の主なメリットは以下のとおり。

- ✓ 工期短縮 ……一人当たりの塗装面積が増え、少人数で現場が回る
マンションや工場の修繕など、お客様の活動を制限する期間が最小限
- ✓ 管理が簡略化 ……工程数が少ないので監督の管理も省力化できる。
- ✓ 下塗りの塗分けが不要 ……下地適合幅が広く、鉄部もスレート部も密着する。
言語の壁がある外国人や不慣れな職人も簡単に作業できる



事業の核となる知的財産（As-Is）

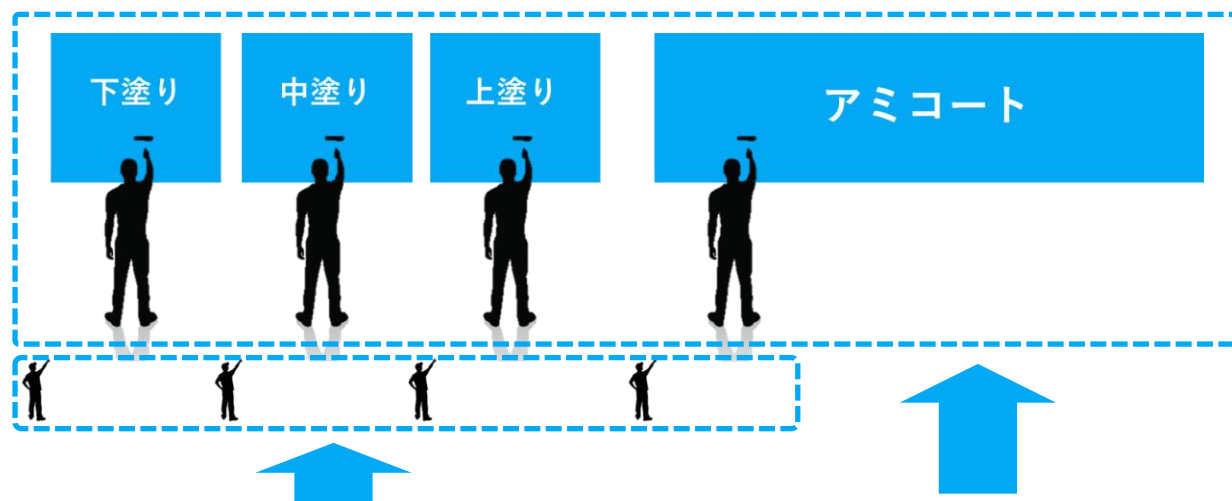
事業への貢献内容

アミコートの最も大きな技術的優位性は、①1回塗で十分な膜厚を確保できる点と、②高い遮熱効果 にある。

アミコートの技術的優位性①： 1回塗で十分な膜厚を確保できる点

アミコートは塗装工数が少ないため、一人当たりが一日に塗装できる面積が大きくなり、塗装職人の労働生産性が向上する。

また、通常の3回塗りの塗装は、塗り重ね回数の管理が複雑となるが、アミコートは塗り重ねの管理が不要になるため、現場監督の管理が明瞭化し、現場監督の労働生産性向上にも寄与する。



現場監督の生産性向上

塗装職人の生産性向上

施工事例

高層立体駐車場外面塗装（高さ40m）

一般塗料（3回塗り）計画時

・毎日8人の職人×14日間が必要



アミコート（1回塗り）に仕様変更

・毎日5人の職人×7日間で終了

1回塗りのため現場監督の施工管理も明瞭化

事業の核となる知的財産（As-Is）

事業への貢献内容

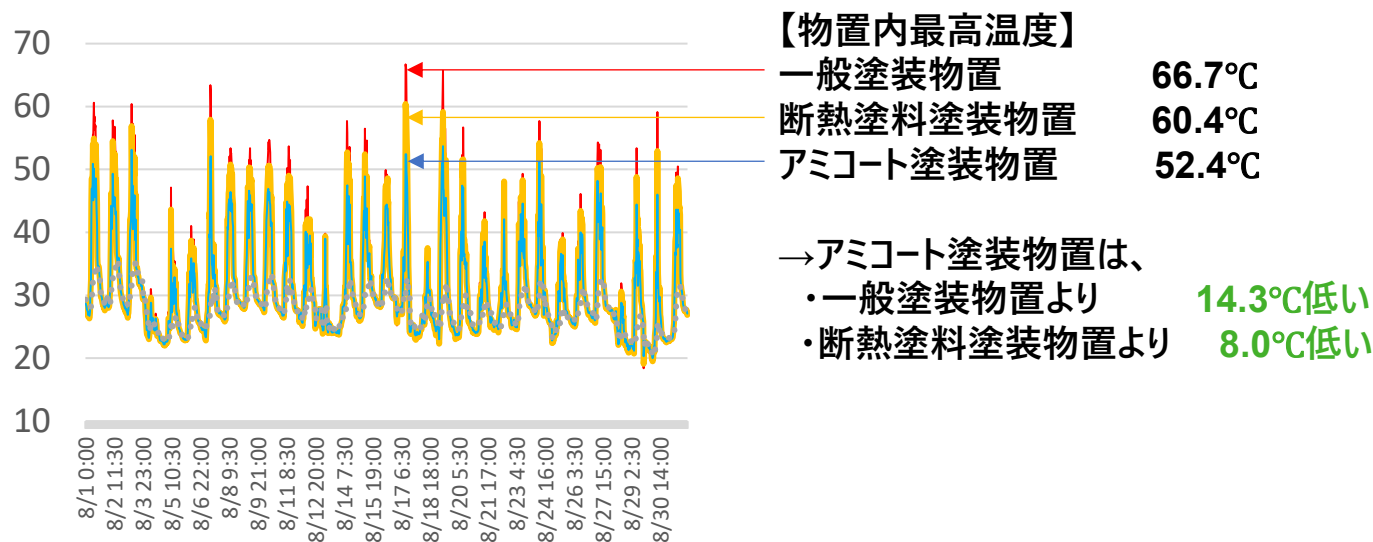
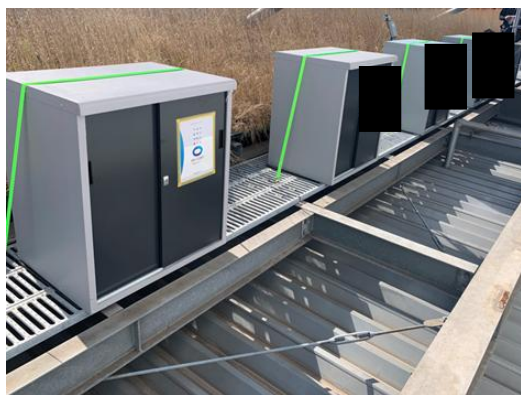
アミコートの最も大きな技術的優位性は、①1回塗で十分な膜厚を確保できる点と、②高い遮熱効果 にある。

アミコートの技術的優位性②： 高い遮熱効果

アミコートには、遮熱性を有する調色剤と、断熱効果を有する中空ビーズを多量に含んでいるため、日射の反射と、塗膜内の熱移動抑制のダブルの効果により、国内トップクラスの遮熱効果を有する。

真夏の室温上昇を抑え、空調費削減によるLCCの低減、熱中症対策としても効果を訴求できる。

物置に市販の他社製断熱塗料とアミコートをそれぞれ塗布し、真夏の炎天下において内部温度推移を測定。



事業の核となる知的財産（As-Is）

保有知財の分析・評価

特許番号	対応国	発明の名称	発明の概要
特許第7054946号	JP	「塗料組成物及び塗膜の形成方法」	所定の大きさのバインダー樹脂、中空部材、繊維部材を所定の配合で配合することによって、1回の塗布で所定の厚さを実現することができる。

アミコートの技術的優位性（①1回塗で十分な膜厚を確保できる、②高い遮熱効果）を確保する要素は、中空部材（シラスバルーン）の含有量や繊維部材の割合等にあるが、本特許においてはそれらの含有量について特定されている。

現在販売しているアミコートの配合比はカバーしており、各材料は粒径や長さを特定しているものの、具体的な物質が限定されるものではないため、同じ技術思想による類似品に対しては効果を発揮する特許であるといえる。

商標番号	対応国	商標	指定商品
商標登録第6365163号	JP	アミコート （標準文字）	第2類 染料，顔料，塗装用・装飾用・印刷用又は美術用の金粉・銀粉，媒染剤，塗料（色はく・切り粉・地の粉・砥の粉を除く。），ワニス，ペイント，さび止め塗料，防水塗料，耐火塗料，断熱用コーティング塗料

標準文字であり、現状の事業においては十分な権利範囲である。

現状のビジネス状況（As-Is）

事業環境分析（3C分析）

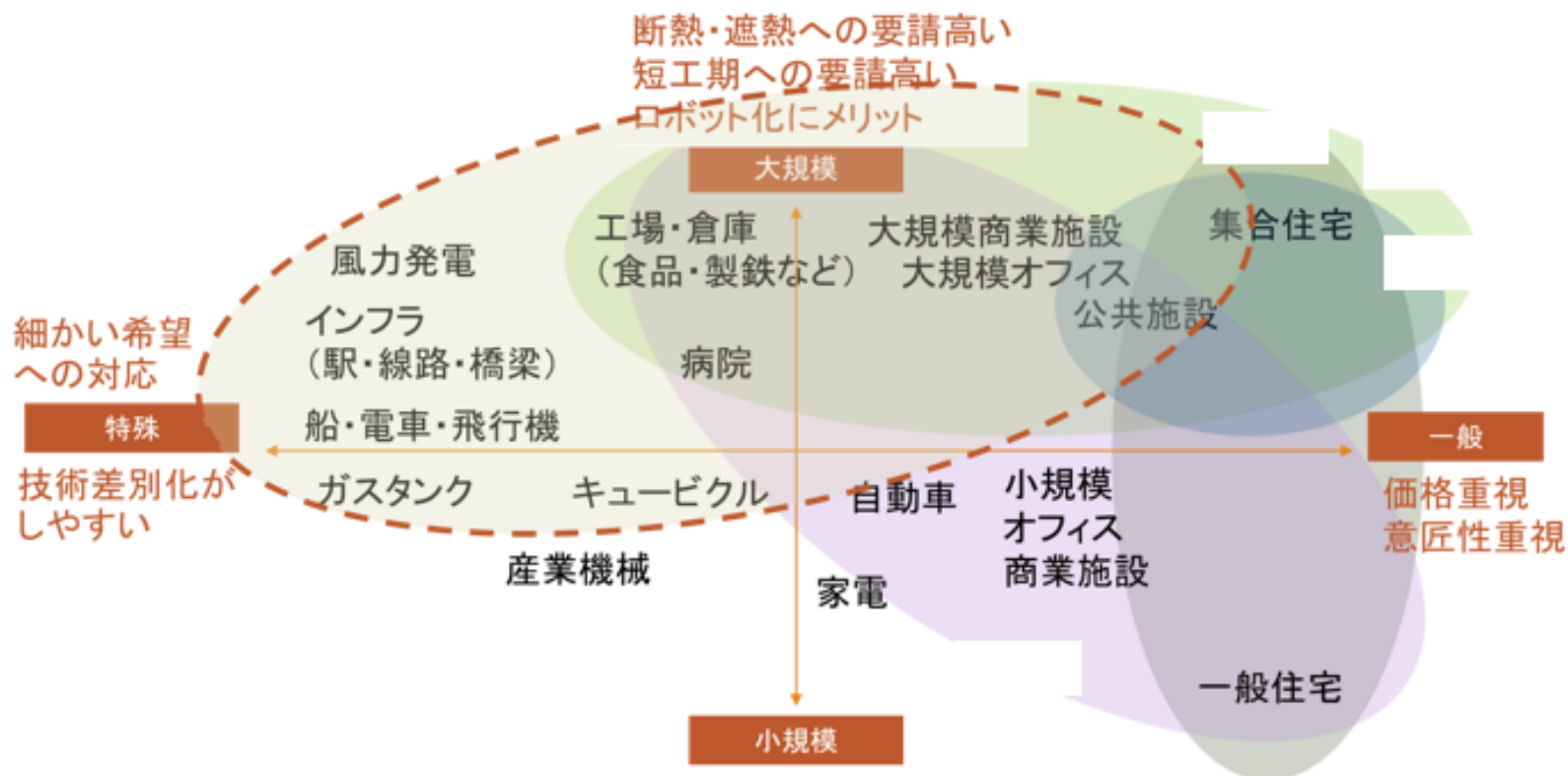
アミコートの技術的特徴に基づいて、自社の想定顧客のペイン・ニーズを洗い出した。
ロボット施工の場合、手塗りのように往復しながら塗装するという動作が不適であるため、一回塗りで膜厚を確保できる点は、ドローンなどのロボット施工との親和性に関係している。

アミコートの特徴	アミコートの効果	想定される顧客のペイン・ニーズ
1 回塗りで厚膜	● 工程削減 ● 人時短縮 ● 停止時間最小化 ● 危険作業を減らす ● 管理コスト削減	● 危険作業のリスク（高所） ● 人手不足
ロボット施工親和性		● 停止時間が長いと困る（工場・マンション） ● 作業時間の制限（夜間作業等）
遮熱＋断熱効果	● 真夏の室温低下 ● 空調負荷を低減 ● 熱中症対策	● 屋外設置機械設備の熱暴走リスク ● 空調費用が膨大
		● LCCを下げたい
高耐久×クラック追従	● 長期保護	

現状のビジネス状況（As-Is）

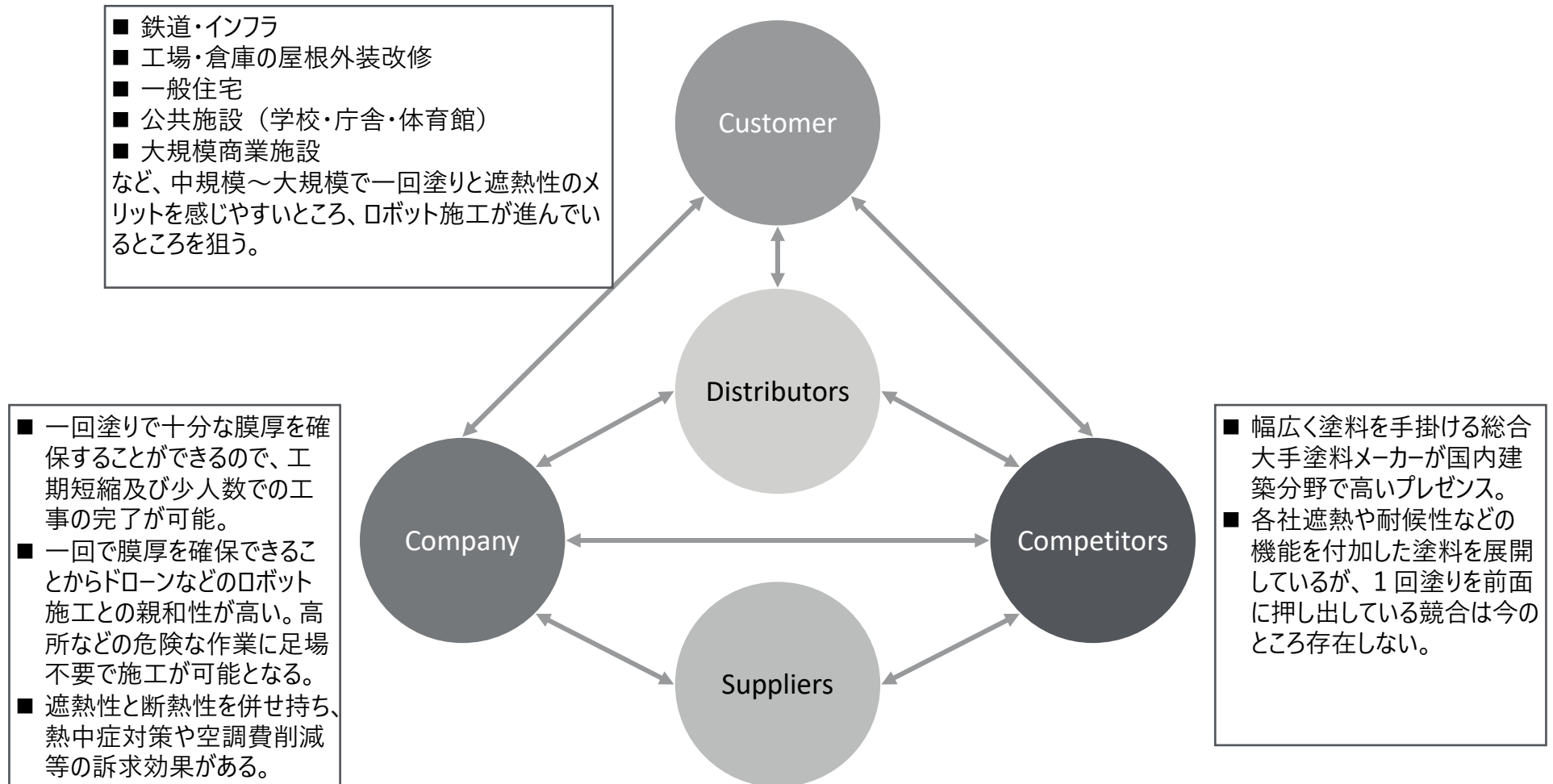
事業環境分析（3C分析）

塗料の用途（一般用途／特殊用途）と、工事規模（大規模／小規模）の切り口で他社のターゲットと自社のターゲットを整理した。一回塗装・高遮熱性を活かせる大規模設備やインフラ設備への販売拡大が期待できる。



現状のビジネス状況（As-Is）

事業環境分析（3C分析） まとめ



現状のビジネス状況（As-Is）

事業環境分析（SWOT分析）

内部環境

強み

- 一回塗りで十分な膜厚を確保することができるので、工期短縮が可能。
- ドローンなどのロボット施工との親和性が高い。
- 遮熱性と断熱性を併せ持ち、熱中症対策や空調費削減等の訴求効果がある。

弱み

- 認知度が低い
- 公的データ・第三者認証が不足
- 公共工事の仕様書が3回塗りの記載になっている
- 定量データ（温度・人時・CO₂）の不足
- 製造委託先が限定的で、製造ノウハウにおいて明らかな部分がある
- 大型案件依存
- 顧客セグメント別提案フォーマット未整備

外部環境

機会

- 鉄道・インフラ・工場・公共施設の改修・新設需要拡大。
- 人手不足
- 猛暑常態化による遮熱需要、熱中症対策ガイドラインの強化
- エネルギー価格高止まりによる省エネ改修の投資回収短縮
- ロボット施工の広がり
- 省エネ・GX関連補助金の拡充
- グリーン調達・公共工事の環境配慮要件強化（水性・低VOC優位）

脅威

- 製造委託先の廃業等、対応状況の変化
- ロボット最適化塗料の普及
- ロボット企業による専用塗材・機械の抱き合わせ提案
- 大手メーカーが一回塗り塗料に着目
- 認証・公開データ量の差を根拠にした安全志向の入札条件化
- 公共仕様、入札要件の認証必須化
- 多機能ワンパック型（遮熱、高耐候、低汚染）の台頭
- 断熱・遮熱を建材側が内包する流れ

現状のビジネス状況（As-Is）

事業環境分析（SWOT分析）

		内部環境	
		強み	弱み
外部環境	機会	■ 一回塗りという特徴を活かし、工期短縮への要請が強い鉄道・インフラ・工場・公共施設などをターゲットとする ■ 熱中症対策ガイドラインの強化への対応としてアミコートの遮熱効果をPRする ■ 窓用遮熱フィルムなどの他の省エネ商品の販売店との提携 ■ ロボット施工適用塗料の開発	■ 温度低減・CO₂削減効果のデータ取得を進め、訴求資料を作成する ■ 有名企業との協業実績をつくり知名度向上 ■ 公共工事の仕様書へ1回塗り施工を含めるよう働きかける ■ 利益率の高い施工店への販売数を増やす ■ 顧客セグメント別提案フォーマットを整備する
	脅威	■ 他社の「一回塗り」技術参入に備え、短時間硬化、低温・高温下での安定性、赤外反射の最適化、長期安定性、下地適合幅の拡大など、さらなる技術開発を進める ■ ロボット・ドローン企業との共同開発・提携 ■ ロボット用塗料等の特許化 ■ ブランディングによる認知度向上 ■ 建材メーカーに売り込み	■ 製造委託先の確保 ■ 公的データ・第三者認証の取得

知財を活用した 経営戦略策定に向けて（To-Be）

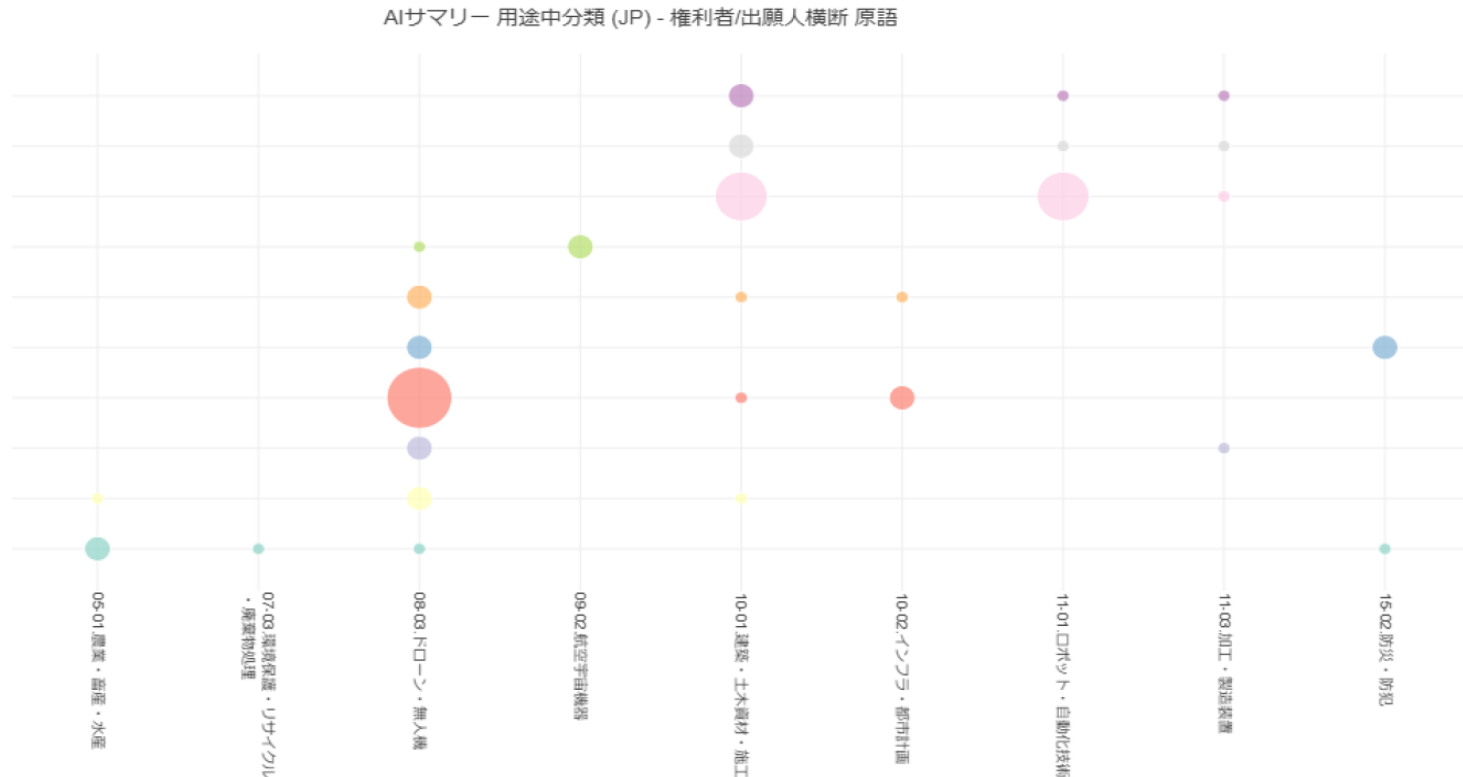
課題解決の方向性・事業目標

課題解決の方向性・事業目標	
開発	■ ロボット最適化塗料の開発を行い、ロボット塗装を推進する大手企業からの安定受注を獲得する。また、ロボット推奨塗料としての商品化を行い、特許取得を検討する。 ■ 温度低減・CO₂削減効果のデータ取得を引き続き行う ■ 他社による「一回塗り」の類似コンセプト商品の開発に備え、低温・高湿下での安定性向上など、プラスの技術開発を進める ■ 建材メーカーへ高遮熱性の建材開発の企画を提案する ■ 用途開発（キュービクルなどの製品への導入）
生産	
マーケティング	■ 塗料メーカーとしての実績が不足するため、有名企業との共同事業について注力し、成果をPRする ■ 認知度向上のため、サブブランドを立てるなど、ブランディングを強化する ■ 顧客セグメント（販売店、工事店向け）のメリットをヒアリングし、営業ツールを整備する ■ 大手工事店へヒアリングを行い、塗料としての採用に必要とされる第三者認証を取得する ■ 公共工事の仕様書に1回塗りが含まれるよう、国土交通省へアプローチする ■ NETIS申請を行い、土木関係の受注に有利な体制を整える
営業	■ 展示会、メディア露出を増やし、ネットワークを広げることで、鉄道・インフラ、工場などのターゲットに対するアプローチルートを開拓する ■ 施工店への販売数をKPIとし、社内の販売体制を強化する ■ SNS等を活用したウェブマーケティングを着手する

知財を活用した 経営戦略策定に向けて（To-Be）

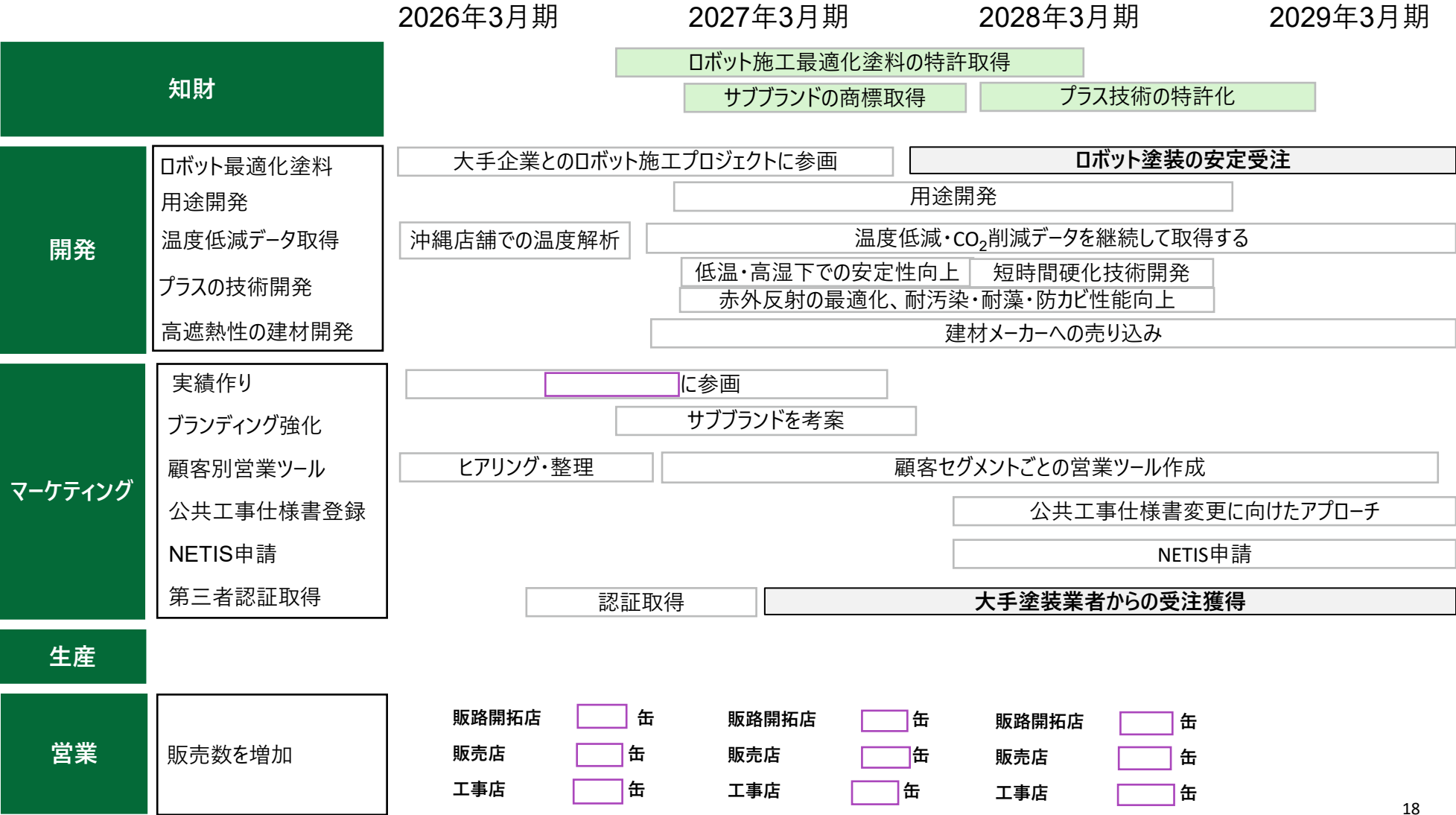
ロボット用塗料の特許分析

ドローンの特許分類と、塗料等のキーワードで検索すると、国内特許は50件弱とまだ件数が少ない。限られたプレイヤーのみが取り組んでいる状況であり、先駆けて出願することができれば有利な状況を作ることができる可能性がある。



知財を活用した 経営戦略策定に向けて（To-Be）

アクションプラン



知財を活用した 経営戦略策定に向けて（To-Be）

ビジネスモデル

⑧パートナー ■ 委託製造先 ■ 各種原料メーカー ■ 販路開拓店 ■ 販売店 ■ 施工店・工事店 ■ ロボット開発企業 ■ 金融機関 ■ 自治体	⑦主要活動 ■ 施工店への販売強化 ■ 有名企業との実績作り ■ エビデンスデータ取得 ■ ロボット施工技術開発 ■ 生産安定化	②価値提案 ■ 一回塗りで十分な膜厚を確保することができるので、工期短縮及び少人数での工事の完了が可能。 ■ 一回で膜厚を確保できることからドローンなどのロボット施工との親和性が高い。高所などの危険な作業に足場不要で施工が可能となる。 ■ 遮熱性と断熱性を併せ持ち、熱中症対策や空調費削減等の訴求効果がある。	④顧客との関係 ■ 販売店や施工店経由 ■ 事業者（施主）からの直接のアクセスも増えている	①顧客セグメント ■ 鉄道・インフラ ■ 工場・倉庫の屋根外装改修 ■ 一般住宅 ■ 公共施設（学校・庁舎・体育館） ■ 大規模商業施設 など、中規模～大規模で一回塗りと遮熱性のメリットを感じやすいところ、ロボット施工が進んでいるところを狙う。
⑨コスト構造 ■ 製造原価（販売チャネルによって粗利率は変わる） ■ 人件費 が主要なコストである。			⑤収益の流れ ■ アミコートの販売対価として収益を得る	

財務指標へのインパクト

現在（2025年）の事業計画

損益計画				単位（円）				収支計画				単位（円）			
	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期						2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期				

1. 納品された報告書についての著作権は特許庁に帰属しておりますが、特許庁ウェブサイト（知財金融ポータルサイト含む）で公開された報告書を他者へ開示・掲載等される場合には、特許庁ウェブサイトの利用ルールに則り、特許庁ウェブサイト（知財金融ポータルサイト）からの引用である旨を示した上で使用することが可能です（※1）。

また、対象の金融機関・企業が本事業の目的や趣旨の範囲内で利用する場合（※2）には、著作権が特許庁に帰属することを明記した上で、利用できますが、報告書の非公開部分（特許庁ウェブサイトで公開していない部分）は、原則、不特定多数への開示はお控えください。

ご利用にあっては、事前に特許庁へのお問合せをお願いいたします。

※1：特許庁ウェブサイト「1. 特許庁ウェブサイトのコンテンツの利用について」（知財金融ポータルサイトへの掲載資料にも準用）

[このサイトについて](#) | [経済産業省](#) [特許庁](#)

※2：本事業の目的は、企業が自社の強みとその事業上の位置づけを金融機関等のステークホルダーに適切に示し対話促進につなげることです。例えば、自機関・自社内での報告書の共有、自社の強みのステークホルダーへの開示等は目的の範囲内となりますが、知財の権利譲渡や損害賠償額算定等における価値評価は本事業の目的範囲外となります。

2. 報告書の内容は納品時点の情報であり、ヒアリング時点の内容における認識違い・誤りや、その後の状況の変化により、報告書の内容と実際との間で違いが発生する可能性があります。また、個別の報告書の内容については、特許庁の公式見解ではなく、また特許庁が責任を負うことはありません。
3. 納品時点の内容に誤りがある場合、特許庁は受託事業者に対して修正等を求め、これに基づき受託事業者は報告書作成者に対して修正等の対応を求めることができます。
4. 個別の報告書に対する問い合わせについては、2026年3月までは受託事業者が対応いたします。また、2026年4月以降は、委託元である特許庁が対応いたします（ただし、報告書の内容の詳細については対応しかねる場合がございます）。