

75

講師用テキスト

知財総合支援窓口を 活用しブランド化成功

知財総合支援窓口の存在とその活用方法を理解

けん玉業界で絶大なる人気を誇る「夢元無双」
ブランド化成功の鍵は、知財総合支援窓口の
活用！中小企業にとって窓口活用とは？



この動画のおさらい



けん玉業界で絶大な人気を誇るブランドけん玉「夢元無双」。ここ数年、欧米を中心に若者のストリートカルチャーとして注目を浴び、世界的なブームとなりつつあるけん玉。広島県廿日市市のイワタ木工が製造するけん玉ブランド「夢元無双」は、職人が一つ一つ丁寧に手作りで仕上げるけん玉は光輝き、まさに伝統工芸品ともいえるほどのけん玉。アメリカ・ヨーロッパで販売するとすぐに完売し、ネットオークションでは高値がつくほどの人気ブランドとなっている。そのけん玉「夢元無双」のブランド化をするにあたり、イワタ木工の岩田社長は、知的財産権の取得が必要だと考えていた。その際に活用したのが、「知財総合支援窓口」。

知財総合支援窓口は、中小企業や個人事業主の方々が企業経営の中で抱えるアイデア段階から事業展開までの知的財産に関する悩みや課題を一元的に受け付け、知的財産に携わる専門家や支援機関と連携してその場で解決を図るワンストップサービスを行っている。イワタ木工の岩田社長は、日本国内の知的財産権は取得していたものの、海外での権利を取得していないことから「知財総合支援窓口」に特許権、商標権に関しての相談を行った。

！成功ポイント

知財戦略を考える時「3つの基軸」があります。それは「ニーズ」「シーズ」「ウォンツ」です。これらを明らかにして戦略にまとめるため、『ニーズ』を『シーズ』で『ウォンツ（化）』する」と私は表現しています。「ニーズ」とは、既に市場環境として顕在化しているもの。イワタ木工の場合、「世界的なけん玉ブーム」がこれに当たります。人為的に仕掛けてニーズを創り出すことも稀にありますが、通常ニーズは色々な要素が積み重なった結果自然発生的に生まれるものです。

「シーズ」とは、知財及びその基となるもの。イワタ木工の場合、「手作りの精巧な木工技術」がこれに当たります。イワタ木工も含め、ここではまだ「財産化」まで成されていない例が多い。

「ウォンツ」とは、未だ顕在化していない顧客の欲求である。「ニーズ」「シーズ」との組合せでこれを「ウォンツ」として顕在化させるのが「知財戦略」という事になります。イワタ木工の場合、ニーズとシーズを組み合わせ「ハイクレードけん玉製品」を世の中に提供したことがそれに当たります。ただ「ハイクレード」を訴求しても、ウォンツとは成りません。そこでイワタ木工では、過去からの根強いファンに認められた「シーズ」を武器に、これを「夢元無双ブランド」として商標登録することとしました。この知的財産権化は、法的にシーズを守り輝かせる事であり、専門家の知恵やアドバイスを必要としたため公的支援制度を活用した訳です。更にビジネスモデルとして取り組んだのが、「けん先の交換チップ化」です。これは国際特許出願中であるように「発明」の観点からも面白い知財ですが、本体の売り切りだけでなく部品交換を促すという「継続して儲かる事業スタイル」としても優れています。最も壊れやすい部分をパーツ化し、そのパーツ自体を単体で「付加価値化」する。正に「弱点を逆手に取ったアイデアの勝利」と言えます。

イワタ木工は公的支援制度を上手く活用することで、『世界的なけん玉ブーム（ニーズ）』を『手作りの精巧な木工技術（シーズ）』で『知財武装したハイクレードけん玉製品（ウォンツ）』化したのです。



児玉 学
中小企業診断士・
知的財産アナリスト

大手情報出版社グループ、大手経営コンサルタント会社、都市再開発コンサルタント会社を経て 1999 年経営コンサルタントとして独立。2000 年株式会社ファインサポート設立 代表取締役就任。NPO 法人 2 つの理事、県立広島大学大学院の非常勤講師、広島県よろず支援拠点のサブコーディネーター等を兼務。中小企業を中心に、200 社以上の経営支援実績がある。



スタディーケースについて 以下の設問について考察しましょう。

1. 知財総合支援窓口にどのような相談をしたいですか。また、どのような支援をしてもらいたいですか

メリット	<ul style="list-style-type: none">→単なる出願、権利化ではなく、事業の拡大につながる知財活用について。→権利を取得できるのかどうか。また、どうしたら権利が取れるのか。いくらくらいで権利が取れるのか。→権利取得にかかる費用を節約するにはどうすればよいか。
リスク	<ul style="list-style-type: none">→新規事業立ち上げ時の総合支援、新規市場参入時の総合支援。→弁理士の紹介。自分たちが気付いていない点のフォロー。→大企業、研究機関、大学等との知財に係わる交渉。

2. イワタ木工が「ハイレードけん玉製品」のブランド力を武器に、さらに事業を拡大するに際し、どのような事業戦略を考えることができ、そのときに、知的財産ではどのようなことに留意する必要があるでしょうか。

- 海外展開の強化→進出国での知財リスク洗い出し
- 事業戦略としては、パーツ交換可能なけん玉製品の開発が考えられる。この場合、それぞれのパーツの組み合わせ方法や組み合わせの構造の特許等の権利取得を目指し、海外展開する場合には、PCT等の各国での権利取得を目指す。
- けん玉以外の木工加工品の売り込みや、木材加工の請け負い。これらを指定商品・役務とし、消費者に識別されやすい商標権の取得や加工技術のブラックボックス化が必要となる。

3. イワタ木工が取り組んだ「けん先の交換チップ化」は本体の売り切りだけでなく部品交換を促すという「継続して儲かる事業スタイル」を志向していますが、皆さんが係わる事業を「継続して儲かる事業スタイル」にするにはどうすればよいでしょうか

- 受注生産、見込み生産からストックビジネス
(交換品の継続購入など、安定して売り上げが見込めるビジネス) への転換
- 製品を分解して、ばら売りができる場合には、ばら売りをしていく。サービス品であれば、自社の方向性を変えることなく、顧客のニーズに応じて、サービスメニューを追加していく。
- 日本をはじめとする各国の贈答文化に便乗して、ユーザーが商品を親類・知人に「贈り物」として届ける。

MEMO

75

受講者用テキスト

知財総合支援窓口を 活用しブランド化成功

知財総合支援窓口の存在とその活用方法を理解

けん玉業界で絶大なる人気を誇る「夢元無双」
ブランド化成功の鍵は、知財総合支援窓口の
活用！中小企業にとって窓口活用とは？



この動画のおさらい



けん玉業界で絶大な人気を誇るブランドけん玉「夢元無双」。ここ数年、欧米を中心に若者のストリートカルチャーとして注目を浴び、世界的なブームとなりつつあるけん玉。広島県廿日市市のイワタ木工が製造するけん玉ブランド「夢元無双」は、職人が一つ一つ丁寧に手作りで仕上げるけん玉は光輝き、まさに伝統工芸品ともいえるほどのけん玉。アメリカ・ヨーロッパで販売するとすぐに完売し、ネットオークションでは高値がつくほどの人気ブランドとなっている。そのけん玉「夢元無双」のブランド化をするにあたり、イワタ木工の岩田社長は、知的財産権の取得が必要だと考えていた。その際に活用したのが、「知財総合支援窓口」。

知財総合支援窓口は、中小企業や個人事業主の方々が企業経営の中で抱えるアイデア段階から事業展開までの知的財産に関する悩みや課題を一元的に受け付け、知的財産に携わる専門家や支援機関と連携してその場で解決を図るワンストップサービスを行なっている。イワタ木工の岩田社長は、日本国内の知的財産権は取得していたものの、海外での権利を取得していないことから「知財総合支援窓口」に特許権、商標権に関しての相談を行った。

MEMO



スタディーケースについて 以下の設問について考察してください。

1. 知財総合支援窓口にどのような相談をしたいですか。また、どのような支援をしてもらいたいですか

メリット	→単なる出願、権利化ではなく、事業の拡大につながる知財活用について。
リスク	→弁理士の紹介。自分たちが気付いていない点のフォロー。

2. イワタ木工が「ハイグレードけん玉製品」のブランド力を武器に、さらに事業を拡大するに際し、どのような事業戦略を考えることができ、そのときに、知的財産ではどのようなことに留意する必要があるでしょうか。

→海外展開の強化→進出国での知財リスク洗い出し

→事業戦略としては、パーツ交換可能なけん玉製品の開発が考えられる。この場合、それぞれのパーツの組み合わせ方法や組み合わせの構造の特許等の権利取得を目指し、海外展開する場合には、PCT等の各国での権利取得を目指す。

3. イワタ木工が取り組んだ「けん先の交換チップ化」は本体の売り切りだけでなく部品交換を促すという「継続して儲かる事業スタイル」を志向していますが、皆さんが係わる事業を「継続して儲かる事業スタイル」にするにはどうすればよいでしょうか

→製品を分解して、ばら売りができる場合には、ばら売りをしていく。サービス品であれば、自社の方向性を変えることなく、顧客のニーズに応じて、サービスメニューを追加していく。

MEMO