

鎌倉日和

vol.58

2025 年 4 月 13 日から大阪・関西万博が始まりました。国連が掲げる「SDGs(持続可能な開発目標)」達成の目標年である 2030 年まであと 5 年。世界中から革新的な技術やアイデアが集まり、地球課題の解決に向けた取り組みを加速させることが期待されています。今年のゴールデンウィークは、20 年ぶりに日本で開催される万博へ足を運び、新しいテクノロジーやグローバルな世界観を体感してみたいかがでしょうか。

鎌倉ブランドのお客様

株式会社スローテック様

● 見えない市場を創り出す ●

「人のための技術」という意味をもつ、株式会社スローテック様（神奈川県鎌倉市）。代表取締役の清水玄宏さんに事業にかける想いを伺いました。清水さんは大学卒業後 20 年以上勤めた企業で、建材の開発に携わってきました。建材は製品開発に 5 年、市場で認知されるまでに 5 年かかり、その 10 年を乗り越えた製品は市場で定着し使われ続けていく世界だといわれています。常に他社の動向や現場等で「見たことが無いもの」を考えて製品開発をする日々はとても面白く、開発に携わった製品が長期にわたり市場で使われ続けることにやりがいを感じていました。



製品施工の様子

転機が訪れたのは 2020 年、コロナで社会が激変した時のことです。開発とは全く異なる部署に異動することが決まり、スキルの幅を広げるチャンスである一方で、今まで積み重ねてきたものがリセットされるような喪失感も感じたそうです。その機会に「自分は何がしたいのか」、「何を社会に提供できるのか」を自問し、清水さんが出した結論は「製品開発で新しい需要を生み出し、建築業界に新しい市場を創造することに人生を通して挑戦したい」というものでした。そして 2021 年、建材開発のスペシャリストとして株式会社スローテックを設立しました。

● 事業の礎としての特許 ●

前職の経験から、清水さんにとって特許は日常会話と同じぐらい当たり前のことだったので、独立後も常に特許取得の可能性や必要性を考えて製品開発をしていると語ります。

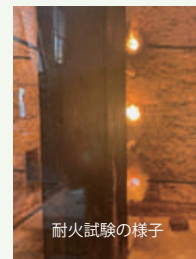
特許を取得するためには、その技術を裏付けるエビデンスを揃えた上で、特許庁に認めてもらう必要があります。資金力のある大手企業は、実験を重ねデータを集めて特許出願ができますが、中小企業は確かなエビデンスを揃えられないために特許出願ができず、とりあえず実施してしまった結果、他人の特許を侵害していたという事態が起こります。きちんと特許出願を行い、自身の特許が認められれば、世の中に無い技術であることが特許庁によって証明されることになり、当然他人の特許を侵害するという事態も回避できます。

また、まだ特許権が成立していなかったとしても、出願後であれば製品に「特許出願中」と明記でき、模倣をけん制す

ることが可能になります。ほかにも、積極的に特許を取得する姿勢は、知的財産権に対する意識が高い企業であることのアピールになり、スタートアップ企業としてのブランディングや信用力を高める効果もあります。このように、清水さんにとって特許は、技術を守るだけでなく、事業そのものを守るために欠かせない礎となっているのです。

● 建材の未来を拓く ●

建築の世界は歴史が古いからこそ、新しい価値観で業界に革命をもたらすチャンスがあると清水さんは考えています。独立後に取得した特許には、基本特許に近い広い権利が認められたケースがあり、「見たことが無いもの」や「ありそうで無かったもの」に着目することの重要性に改めて気づかされたと言います。基本特許は、そこから新しい技術や製品が派生する可能性に満ちており、いわば新しい世界の扉を開ける鍵のようなものです。毎年発売している新製品の一つ「ラックウッド」シリーズは、基本特許（第 7329280 号、7430360 号）をベースとし、木材と耐火材等を組み合わせて脱着がしやすく、スモールリフォームを実現可能にしました。リユースできてサステナブルなだけでなく、国土交通大臣の耐火認定構造も取得しており、性能が保証された建材として、建築の世界に新しい価値観をもたらしています。さらに、ブランドとして育てたいという思いから、施工がラク（楽）で、幸せ（ラッキー）の意味合いをこめた名称「ラックウッド」は商標登録（第 6749214 号）も取得しました。



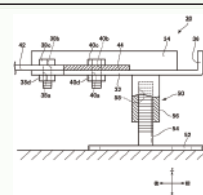
耐火試験の様子

スローテック様は来年創業 5 年目を迎えます。「ラックウッド」をはじめ 5 年間かけて開発してきた製品を、次の 5 年は流通させていくステージととらえ、市場で認知されていくための施策に注力していきます。10 年先を見据えて戦略的に取得した強い特許を武器に、見えない市場を創り出し、建材の未来を拓くこと。独立を決意した時に掲げた目標に向かって、清水さんは一步一步着実に歩んでいます。当事務所は、スローテック様のように知的財産権を武器に未来に向けて挑戦する皆様を、精一杯サポートしたいと考えております。どうぞお気軽にお問合せください。

株式会社スローテック

TEL : 070-2007-5425

URL : <https://www.slowtech.jp/>





● 強固なブランド戦略とは ●

ブランド名をどのように名付けるか、というのはとても難しい問題です。個人的な思い

入れがある言葉はかけがえのない価値を持つかもしれませんが、ブランドが力を発揮するためには顧客の視点が不可欠です。長年支持されるブランドは、以下の三つの要素を満たしています。

1. メッセージが伝えられること

ブランド名は単なる記号ではなく、商品やサービスの特徴、背景の物語、提供者の想いを効果的に伝えるツールです。

「あかい」「まるい」「おおきい」「うまい」という商品の特性を表現した「あまおう」や、生産地の魅力と女性らしさを結びつけた「とちおとめ」のように、具体的なメッセージが込められた名称は顧客の意識に深く刻まれます。



引用: JA全農ふくれん

2. 覚えやすいこと

覚えやすい名称は、読みやすく、書きやすく、発音しやすいことが重要です。インターネット検索の容易さも現代では重要です。ブランド名は顧客に記憶され、噂され、SNSで記事にされて初めて真価を発揮します。

3. 長く使えること

ブランドは一時的な流行に乗るのではなく、長期にわたり顧客に支持されることを目指すものです。流行語はブームが過ぎるとともに陳腐化し、ブランドイメージを損なうリスクがあります。また、「日本電信電話公社」のように、事業の発展や時代の変化により、当初のブランド名と事業内容に乖離が生じ、ブランド名の変更が必要になるような場合もあります。

ブランド名は、既存の言葉に拘らず、商品やサービスのイメージを想起させる簡潔な造語を用いることが有効であり、その造語には「どのようなメッセージを顧客に届けたいか」という視点が重要です。

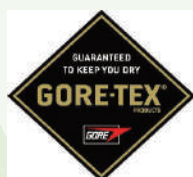
「あまおう」は商品の具体的な特徴を抽出し、商品の魅力をダイレクトに伝えています。

「<大>きな商いを<創>る」という壮大な企業理念を凝縮した「ダイソー」や、「<コスト>削減<コー>ポレーション」

という明確な価値提案を示す「コストコ」は、企業のポリシーをブランド名に込めることで、強力なメッセージを発信しています。

また、「テフロン」「インテル」「ゴアテックス」のように、革新的な素材や独自の

技術名をブランドに採用するのも効果的です。特に新しい技術はそれ自体が訴求力を持つので、技術の独自性や優位性を



第5103945号

ブランド名に取り入れることで市場における差別化を図ることができます。

今回、お話を伺ったスローテック様が属する建材業界は、IoT 技術の進展、環境への配慮、コロナパンデミックの影響等により大きな変革期を迎えているといわれます。スマートフォーム製品や環境配慮型製品の開発が業界のキーワードとなっており、技術の観点ブランドに取り入れる有効性が高い業界です。スローテック様が「技術により市場を創造する」という企業理念のもと、事業のブランド化を推進されているのは時代の流れに則しているといえるでしょう。



以上のように、時代の流れを捉えて、事業の核となるイメージや商品の独自の物語を掘り下げ、それを簡潔な言葉に凝縮することが、効果的なブランド名を生み出す定石と言えます。

ところで、上記で「いいブランド名」という表現をしていますが、耳障りの良い、斬新なネーミングであっても、そのネーミング自体が、商品の売れ行きを劇的に向上させることは本質的にはありません。



価値のあるブランドは高品質な商品やサービスを提供し続け、それに対する顧客の信用を積み重ねることで育まれます。したがって

「いいブランド名」とは、健全なブランド育成を阻害せず、顧客の信用という無形の財産を受け止め、蓄積するための「器」のような役割を果たすものといえます。覚えやすく親しみやすい名前は口コミや評判の広がりを助け、長期的な顧客ロイヤルティの構築に貢献します。

ブランド名を深く掘り下げて検討する意義は、単に名前を決めるという作業に留まらず、自社事業の根幹にある強みや価値を改めて見つめ直し、明確化する絶好の機会となります。ブランド名に込めるべきメッセージを検討する過程で、ターゲットとする顧客層、提供する価値、競合との差別化要因がより鮮明になり、結果としてより強固なブランド戦略へと繋がる可能性を秘めているのです。

弁理士 芦田 圭司

商標実務ツール

「XCELION (エクセリオン) ®」をリリース

この度、商標業務における課題を解決し、業務の効率化を図る商標業務ツール「Xcelion (エクセリオン) ®」をリリースしました。当事務所で取得した 8 件の特許技術を採用し、商標実務を一新する画期的なシステムです。

商標の実務者向けのシステムではありますが、これによりミスなく迅速な商標登録出願をおこなうことができ、お客様満足度の向上につながるのではないかと考えています。

SHOUSEI International Patent Office

将星国際特許事務所

〒248-0006

神奈川県鎌倉市小町2-11-14 山中MRビル3F

TEL : 0467-73-8540 (平日10:00~18:00)

FAX : 0467-73-8541

Email : info@shousei.jp

URL : https://shousei.jp/

