

株式会社ノーブル・エイペックス

中小企業にとって重要になるのは
独創的な開発力と知的財産権

本革製の高級感あふれる新しいネックウェア「ノーブルタイ」をはじめ、クールビズ用のネクタイである「ビズタイ」など、日本ならではのモノづくりを大切にしながら、新しい発想によって新たな製品を生み出し、ファッションの世界に革命を起こそうとしている。大関社長が標榜しているのは、「平成のココ・シャネル」。服飾文化を問い直す取り組みには、世界からの注目も集まっている。

主な権利

2009年：意匠登録 第1393890号
2010年：特許 第5276051号
2011年：特許 第5411187号
2013年：実用新案登録 第3183171号
2013年：商標登録 第5597335号

会社概要

所在地：東京都中野区弥生町 2-25-13
永島第一ビル B1F
電話：03-6382-6840
URL：http://ayaohzeki.com
業種：皮革関連商品やファッション衣料品の企画・製造・販売
設立：2010年(平成22年) 資本金：30万円



代表取締役社長：大関 綾さん

高校生での起業によって
新しいコンセプトの製品を開発

株式会社ノーブル・エイペックスの社長・大関綾さんは、高校2年生の17歳の時に、起業してこの会社を設立した。その大きなきっかけとなったのは、中学3年生の時に、大人の中小企業経営者たちに混じって「かながわビジネスオー디션」に出場したこと。そこで、月刊アントレ賞と来場者賞をダブル受賞し、14歳8ヵ月という最年少記録を樹立した。その後、都内の私立高校から、起業が許される都立高校への再入学などの苦労を重ね、新しいネクタイ…ネックウェアの会社を立ち上げた。

男性のビジネスマナーと
おしゃれを取り戻すために

大関社長が中学2年生の時に、世の中では本格的なクールビズの運動が始まった。しかし、ノーネクタイ姿のビジネスマンは、まるで酔っ払っているかのよう

にだらしく見えた。そうした素直な想いが、新たな製品の開発につながる。独自のネックウェア「ノーブルタイ」のプロデュースである。

「ノーブルタイ」は、結び目部分に成形した皮革を使っているため、型くずれしないのが特徴。首に巻かなくてすみ、取り外しも簡単で、まさにノーブル（高貴）なネクタイである。その後も、男性がビジネスマナーとおしゃれを取り戻すためのクールビズ用ネクタイ「ビズタイ」や、女性の胸元を美しく彩る、大人の女性のためのネックウェア「セパレディ」などを次々と開発。あのココ・シャネルが自由な発想でファッションを人々に解放したように、新たなアイデアで旋風を起こそうとしている。

あまり難しく考えなくても
特許は申請できる

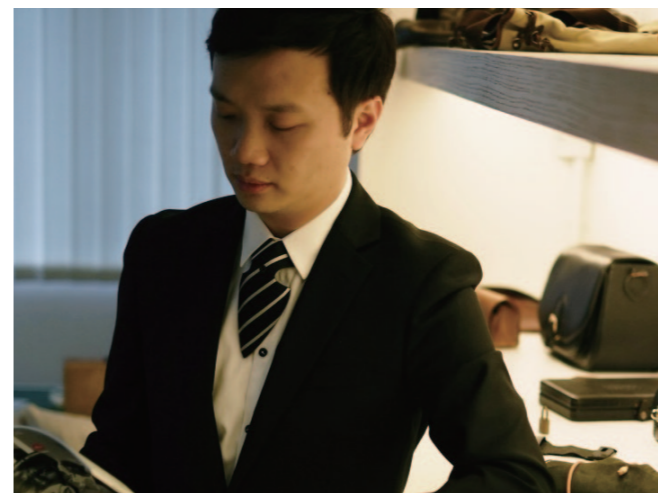
知財センターとの関係は、雑賀会長が、義足を開発する仕事をしていた頃にさかのぼる。同会長が知財センターが開催す

るセミナーに通い、その時に講師を務めていた担当アドバイザーに、さまざまな相談を行うようになった。「対応がとても紳士的ですし、いつでも中小零細企業のためを思ってくれているのが伝わります。そうした人間性に惹かれるところから、信頼関係は始まるのではないのでしょうか」と雑賀会長は語る。

担当アドバイザーの言葉で、今でも覚えているのが「プロじゃなくても出願できるんですよ」という言葉だという。最初は、自力で特許を取得するのはたいへんな作業だと思っていたところ、サポートを受けながら実際にやってみると、知財に関するプロではなくても十分にできるという実感が湧いた。そして、起業する大関社長にも知財センターの利用を勧めたという。

資本や組織に負けないためには
知的財産権が最も重要

大関社長が起業にあたって考えていたのは、しっかりとモノづくりによ



「BIZTIE（ビズタイ）」という、おしゃれなクールビズ用のネクタイ。チェーンと丸ゴムで装着するため、首に巻き付ける必要がなく、暑い夏でも快適に装着できる。



本革製で高級感あふれる新しいネックウェア「ノーブルタイ（Noble Tie）」。「国内のみならず、イタリア、ドイツ、アメリカ、香港、韓国など世界各国で話題を呼んでいる。



「Sepalady（セパレディ）」という、自由に組み合わせでコーディネートできる女性のネックウェア。就職活動のファッションアイテムとしても好評である。

てMade in Japan、すなわち日本の技術力のすばらしさを示すことだった。そのテーマは「社会の資本力にも組織力にも負けず、デフレにも影響を受けない独創的なビジネスの創造」。ただし、情報化やグローバル化が進む世の中では、自社のアイデアを他者の力で奪われてしまうことも多い。大関社長は、中小企業が生き残るためには、開発力とともに知的財産権が最も重要になると考えていた。特許や意匠登録を取得した製品を開発すれば、他社は真似することができない。しかも、価格競争などに巻き込まれてしまうこともない。だからこそ、新しいネックウェアを開発した時にまず考えたことは、知的財産の権利化だった。

特許・意匠・商標などの効果を
考えて選択し組み合わせる

改めて知的財産とはどういうものかを尋ねてみた。「特許がいちばん重要かというところ、そうでもないですね。意匠のほうが論理立てが簡単にできて効果的な

場合もありますし、商標は10年ごとに更新するだけでいいんです。要するに、ケースバイケース。だから、特許、意匠、商標などをその都度組み合わせるようにしているんですよ」

製品やアイデアの特徴に合わせて、それにふさわしい知的財産権を獲得することが、同社のノウハウとして確立されている。

日本人のすばらしい美徳や
伝統的な匠の技を守りたい

「翼を持たずに生まれてきたのなら、翼をはやすためにどんなことでもしなさい」というココ・シャネルの言葉が、大関社長の座右の銘である。そして、大きな視野に基づいて、日本人にとって大切なこ

とは何か？日本人の美徳とされる礼節は、今、大丈夫なのか？と常に考えているからこそ、あるべき文化へと向かう努力を欠かさない。だからこそ、男性の新しい身だしなみや、女性の新しいネックウェアの開発に身を削っている。それがあつたことによって、ココ・シャネルが果たした役割のように、新たな価値観に気づいたり、今まで束縛されていた考え方から解放される人が生まれるからだ。

また、伝統的な日本の匠の技を生かすためにも、製品に皮革技術を取り入れている。しかし、最初は皮革に対する知識はまったくなかったということである。一から始める「翼をはやすための努力」を怠らないからこそ、知的財産権の取得も、真っすぐな姿勢でできているのかもしれない。

知財
センター
から

製品によって特許や意匠などの効果を判断したい

知財センターの調査に関するセミナーで雑賀会長に出会ったのがきっかけで、その後、調査以外の相談にも来られるようになりました。大関社長が起業したいという最初の段階から、知財に関する見識がはつきりしていましたね。製品によっては、特許よりも意匠の方が重要で効果的であるとのアドバイスをしました。担当：秋葉原 山口アドバイザー