

有限会社フォレスト

タイミングのよい商標登録によって 唯一無二のブランドが確立された

祖父の代から切子に携わり、代々受け継がれた伝統の技術にモダンなデザインを取り入れ、オリジナル製品を販売。
2010年より「蒲田切子」のブランド名で発信することにより、さらに認知を拡大している。工芸技術と芸術性に対する評価は高く、国土交通省観光庁主催の「魅力ある日本のおみやげコンテスト2012」ではLUXURY JAPAN賞に輝くなど、数々の賞を受賞している。

主な権利

2013年：商標登録 第5571358号

会社概要

所在地：東京都大田区南久が原 1-5-2
電話：03-5748-7321
URL：http://www.glassforest.co.jp
業種：ガラス製品プロデュース & 販売等
設立：1992年(平成4年)
資本金：500万円



代表取締役：鍋谷 孝さん

「蒲田モダン」の気質を継ぎ 生活文化として昇華させる

「蒲田モダン」という言葉があるように、大田区・蒲田は、大正から昭和の初期にかけて、文化を発信するハイカラな街として知られていた。「松竹キネマ蒲田撮影所」や、クリスタルガラス、西洋陶器の専門工場などがあり、モダンな工芸品が生み出されていた。

そして、蒲田・久が原には、昭和の良き暮らしの文化が、今でも息づいている。有限会社フォレストは、この地から日本の伝統的な技術を生かしたガラス工芸を発信。近くには「昭和のくらし博物館」や、炭を扱っている商社などもある。「この辺りは昔からモノづくりに携わっている方や、生活文化にこだわっている方が多く、そうした皆さんとの出会いが私たちを成長させてくれます。暮らしの中で使われるガラスを扱っていますから、情報交換をしながら、とても良い刺激を受けているんです」と、フォレストの鍋谷社長は語る。

身の丈に合った情報を 得られるのが知財センター

はじめて知財センターへ相談に行ったのは、平成17年のこと。「知財センターは南蒲田に城南支援室がありますから、このエリアにも詳しく、たくさんの中小企業の相談に応じていることで、私たちの身の丈に合った情報が得られるのではないかと思いますね。ガラスのオリジナル製品は会社の創業時から作っていましたが、当時は知財に関する知識もなかったもので、大まかな心得について、例えば商品の名前やガラスの形状のことなどを相談しました。アドバイザーのととても丁寧で親身な受け答えが印象的でしたね」

この地の人たちとの関わりに 感謝する想いを商標化

その後しばらく経った平成22年に、オリジナル製品に「蒲田切子」のブランド名をつけ、特徴的な玉模様をロゴマークとして、平成24年に商標登録した。「多くの

方々から、名前をちゃんとしたほうが良いのではないかと助言されたんです。他社とは違った個性のある製品ですからね。蒲田という地名を付けたのは、父がこの地で独立してガラス業を営み、非常に手間のかかる玉模様と格闘していたことに対する想いもあります。その想いは私にも、江戸切子の伝統工芸士として父の技を継ぐ弟にも、大きな力となっています。また、私たちだけではなく、さまざまな人と関わってこそ生まれる製品ですから、この場所の名前…『蒲田モダン』の蒲田の名を付けたかったのです。ただ、地名ですから、地域ブランドという大げさなことにならないかと不安にもなりました。でも、心配無用でしたね」

出所表示や品質保証など 商標の基本から理解できた

商標の取得においては、アドバイザーからの助言をもとに、自分で出願書類を作成した。「とても手作り感のある出願書類の作成だったように思います。でも、



平成25年度の「東京の伝統的工芸品 チャレンジ大賞」で大賞(都知事賞)を受賞した、「蒲田切子 蒲田モダン水鏡 花器」。オリジナル文様の「水鏡」が美しい。



2013年に商標登録された「蒲田切子」の図案。特徴的な玉模様の技術が、商標としてデザインされている。

かかる費用は特許印紙代だけですから、中小企業にとっては本当に助かるんです。アドバイザーの方には、状況をよく理解していただいて、適切な助言をもらいました。特に良かったのは、基本から教えてもらったことです。まずは商標の意味、登録する心構えからレクチャーを受けて、『出所表示』『品質保証』『広告宣伝』などのポイントについて教えてもらいました。取得するだけが目的ではなく、取得した後どのように使うかまで教えてもらうことができ、それがとても分かりやすかったですね」

父子で築き上げた玉模様が 確固たるブランドに

公社と江戸東京博物館が主催した、平成25年度の「東京の伝統的工芸品 チャレンジ大賞」では、「蒲田切子 蒲田モダン水鏡 花器」で、大賞(都知事賞)を受賞した。ちょうど商標登録した時期と、チャレンジ大賞の受賞などが重なり、蒲田切子の名前はかなり認知されてきたという。



醸造学の戸塚昭先生との共同開発によって生まれた「杜康の玻璃(とこのはり)」。杜康とは古代中国の酒造りの神様の名前で、玻璃は古代のガラスの呼び名である。

「20年以上の積み重ねがあり、切子のデザインも少しずつ変遷を重ねて今の製品の形になってきました。ですから、商標によってブランドを確立するタイミングも、ちょうどよかったと思いますね。父が苦勞して築いてきた玉模様の技術で商標が取れたことはうれいす」

20年の間にはおよそ3,000アイテムの製品を作ってきたという。それが、現在は厳選された100アイテムほどに絞ることができた。自信ある、確固たるブランドが築かれたのである。

出会いを大切にすることで また新たな挑戦へと向かう

新しい人との出会いが、新たな挑戦にもつながっている。「杜康の玻璃(とこ

のはり)」というグラスは、醸造技術に精通し酒質に厳しい、農学博士・技術士の戸塚昭先生との共同開発から生まれたこだわりの冷酒杯である。お酒を入れると切子模様には新たな輝き生まれ、グラスの絶妙な口当たりが日本酒本来の味を楽しませてくれる。「戸塚先生とは、たまたま10年ほど前に、人に誘われて出かけた地酒のパーティーで知り合ったのですが、お酒がしっかりと味わえるグラスを開発できないかと言われたんです。そこで、軽い気持ちで『やりましょうか』とお話ししたのが最初ですね。後で、紫綬褒章を受賞されている先生だと知り、びっくりしました」

さまざまな人との出会いを大切に、気負わず自然体で努力を続けている鍋谷社長ならではのエピソードである。

知財
センター
から

図案として商標登録するなどの工夫も必要

歴史ある蒲田モダンの地で、このような商標を取得されて良かったと思います。「蒲田」というのが地名ですし、「切子」も普通の名称ですから、特徴的な切子の図柄を生かして、図案として商標登録しました。このように、商標の視点からブランドを構築するお手伝いもいたしますので、お気軽にご相談ください。 担当：城南支援室 朝香アドバイザー