

オリンピック照明 株式会社

「あかり」を掲げるように 商標を掲げて自社ブランドを展開

50年以上にわたって「心地よいあかりがほしい」「おしゃれなデザインで空間を彩りたい」といった多くの声をカタチにし続けてきた照明メーカー。デザイン性の高さが評価され、海外でも活躍し、中国の上海とベトナムにも自社工場を持つ。地球にやさしい未来の「あかり」を作って「あかり」文化を通じて社会の発展に貢献しようとしている。

主な権利

2014年：商標登録 第5641535号
2014年：商標登録 第5641536号
2015年：意匠登録 第1521273号
2015年：意匠登録 第1556387号

会社概要

所在地：東京都文京区本駒込 2-9-8
電話：03-5940-6773
URL：http://www.olympia-jp.co.jp
業種：住宅・店舗・施設用照明器具の企画・デザイン・製造・販売
設立：1966年(昭和41年) 資本金：9,900万円



新潟工場長 兼 技術営業グループマネジャー：堀山 誠さん

自社ブランドの商品開発で 知財とともに攻めに転じる

オリンピックの発祥地であるギリシャのオリンピックで、聖火が太陽熱から点火されるという由来から、「あかり」の原点を社名にした。

1966年設立の老舗企業である。照明器具のOEMメーカーとして、日本を代表する大手電機メーカーなど各社と協力し、確固たるポジションを築き上げてきた。

しかし、自社ブランドの商品は持っていなかった。そこで、創業以来初となる独自事業を開始。「得意とする照明技術を活かし、2012年頃から、LED照明を使って何かオリジナルの商品を作れないかと考えたのです。そして、新しく開発した商品の商標を取るところから、知財センターにいろいろと相談するようになりました」と、新潟工場長 兼 技術営業グループマネジャーの堀山氏は語る。

知財センターに相談しながら 商標を出願し助成金も活用

いきなり照明器具を自社ブランドで出すのではなく、他社がやっていない新たなものを生み出そうと、まずは植物工場のLED照明の開発に乗り出した。その後も植物と関わる照明について研究を続け、同社のデザイン力も活かそうと考え抜く。そうした試行錯誤の末に行き着いたのが、家庭用植物栽培器だった。

そして、知財センターにも相談しながら、新たな自社ブランドの総合的なネーミングとして、創業社長の名前でもある「MotoM(モトム)」を商標登録した。照明メーカーとしての長年の経験を活かした、シンプルな中にも創造性にあふれたデザイン性と機能性を有するラインナップである。

この新たな照明ブランドの核と言える植物栽培器が、「灯菜/Akarina」シリーズ。部屋の中で気軽にハーブや葉もの野菜を育てられる商品で、こちらも商標登録を行った。助成金制度も活用している。

家庭用植物栽培器「灯菜」の シリーズが突破口となる

野菜を育むインテリアという「灯菜」シリーズのコンセプトはとて新鮮で、評判は上々だった。堀山氏は「『JAPAN DIY HOMECENTER SHOW 2013』に試作品を出展したんです。そこで来場者の人気投票で1位をいただくことができました。これで、行けるという気持ちになりましたね」と当時を振り返る。

そして「灯菜」は同社にとって、まさに新たな羅針盤となる。これを家電量販店に置いてもらえるようになり、自社ブランドの照明も扱ってもらえるようになった。家庭用植物栽培器のおかげで、会社の認知度を高めながら、新たな商流を切り開くことができたのだ。また、「灯菜」はカタログギフトでも大好評であり、需要の高い商品として少しずつ広がりを見せている。

以前は独自に、また大手企業との共同で特許を取得してはいるが、特に知財を重視して取り組んでいたわけではない。だが最近では「灯菜」における意匠出願や、照明における特許出願などをより積極的に行っている。



2014年春から販売を開始した、家庭用植物栽培器「灯菜/Akarina」シリーズ。特殊なLED光源によって、気軽にミニトマトなどの水耕栽培を楽しめる。



同社が手がけるさまざまな「あかり」。開発力と技術力を活かし、多彩な照明器具の製造に対応できる。

さまざまな技術情報の検索が 次を考えるヒントにもなる

そして2013年からニッチトップ育成支援を受ける。「ちょうど当社がオリジナルの商品を出したタイミングでしたから、最初は営業企画の部門に向けた、商標の勉強会からスタートしました。ブランド戦略という視点からも、社員は内容を受け入れやすかったと思います。また、このことが実際の仕事にもつながりました。今まで社内において、いろいろな製品に勝手に愛称を付けていたのですが、商標権に照らし合わせると良くないということで、しっかりと意思統一を行いました。知財センターのアドバイザーには、いつも丁寧で分かりやすく、にこやかに教えてもらいましたね」と堀山氏は語る。

「開発系の部門では、特許の検索のしかたから教わりました。光源が白熱球や蛍光灯だった頃は、特許に関する照明の構造も少なく、パテントレビューをしても特に何の話題もなく終わっていました。ところが、光源がLEDになった途端

に意匠や特許を取得する会社が飛躍的に増え、さまざまな技術情報が見られるようになりました。こうした情報をヒントにしなが、次のビジネスを考えるのにも役立っていますね」と堀山氏。他社の開発状況を読み取れて、業界の動向を探ることもできるという。こうして会社全体の意識が、特許や意匠などにも向くようになった。

開発ステップの中での 出願タイミングを見極めたい

照明には、さまざまな素材が用いられる。金属、プラスチック、木、ガラス、和紙、布…さらに新しい素材を取り入れることにもチャレンジできる。このことも、今後の知財の可能性を大きく広げる

ものだ。

現在は社員からオリジナル商品の提案を募集し、商品化を行う上で権利化の可能性も検討するようになった。

2018年には「MotoM」の商標を前面に出したオリジナルカタログを初めて発刊。今が改めてブランド戦略の構築を見直す機会だと捉えているという。

現代は商品の開発サイクルがとて短く、デザインとの組み合わせによってアイデアを形にしている同社では、特許を出願するタイミングがとて難しいという。堀山氏は「特許の権利化などは先行開発の中で行わないと間に合わない状況にあります。開発ステップの中で出願の可否を早期に判断していく必要がありますね」と、明日を見据えたまなざしで、力強く語られた。

知財
センター
から

B to B から B to C への挑戦をサポート

3年間のニッチトップ育成支援を中心にお手伝いしました。ずっとOEMのメーカーとして活躍されてきた中で、初めて自社ブランドを立ち上げるタイミングでのサポート。家庭用植物栽培器はホームインテリアとして機能する秀逸なコンセプトでした。B to B から B to C への挑戦を権利化とともに後押しできたと思います。担当：秋葉原 小山アドバイザー