

株式会社ルグラン

取材：2025年12月

人を幸せにする優しいものへと続き
新しい世界へ連れて行ってくれた知財

データに基づく顧客理解を起点に、広告の最適化から、個客の心を動かすサイト創りまでトータルにサポートするクリエイティブ・パフォーマンス・エージェンシー。気象と連動した次世代広告配信システムで業界に革命を起こすなど、持てる力の100%発揮を胸に、これから起こり得る未来に想いを馳せ続けている。

主な権利

2020年：特許 第6758582号
2022年：特許 第7032719号
2017年：商標登録 第6005923号
2023年：商標登録 第6711516号
2023年：商標登録 第6749105号

会社概要

所在地：東京都港区南青山2-15-5-208
電話：050-3749-9845
URL：https://legrand.jp
業種：デジタルマーケティングのコンサルティングなど
設立：2006年（平成18年）
資本金：3,385万円



代表取締役 共同 CEO：泉 浩人さん（左）
代表取締役 共同 CEO：山辺 仁美さん（右）

「人の役に立つ広告」を
もっと実現していきたい

「私は、広告というものがもっと人に優しいもの、すなわち calm であってもいいと思っています」と語ったのは、株式会社ルグランの山辺CEOだ。「人の役に立つ広告」を実現することで、ネット広告市場の持続的な発展に貢献したいという想いを抱いて創業した会社である。「プッシュしてくるだけの広告が多い中で、私たちは20年前に検索連動型広告の日本でのビジネスモデルを創っていました。それは、何かを求めて検索している人に対して『これですか?』と応えてあげるもの。そうするとユーザーもうれしいし、売りたい人も求めてくれる人に出会える。そんなマッチングができると、大企業のようにマスメディアを使わなくても、中小企業でもうれしいマーケティングができます」と山辺CEOは語る。

共同CEOのもう一人、泉CEOが続けた。「デジタルトランスフォーメーションの“DX”に加えて、User Experienceの

“UX”も大切だと思っています。“DX”も大事ですが、誰かの課題解決やユーザー体験の向上につながる技術でなければ意味がないと考えて、“DUX”という言葉もテーマにして活動しています」

公社関係の各種サービスを
多くの人に知ってほしい

そんな同社は、公社の専門家派遣事業を活用し、助成金の話の流れで知財センターを紹介された。「一度何らかのきっかけで入り込むと、公社関係のさまざまなサービスや機関を活用できることが見えてきます。それを知らない中小企業は多いでしょう。知ると助かるんですけどね」と山辺CEO。「これまでの実績を基に、コロナ禍をきっかけに私たちの新たなツール開発を始めました。そこから知財に向き合うようになり、その後ニッチトップ育成支援を受けるようになったんです」

拒絶理由通知が届いても
終了ではないことに驚いた

泉CEOは、特許取得に至るプロセスも知財センターを活用するまではよく分からなかったと言う。「申請に対して拒絶理由通知が届いたことを弁理士からのメールで知って、これは残念だったと『大変お世話になりました』と返事を送ったらとても驚かれたんです(笑)。私たちは拒絶理由通知が届いたらもうそれで終了だと勘違いしていました。ところがそれで『さようなら』ではなかったんですね。それが最初の経験でした」

「知らないということは恐ろしいですよ。今になって考えると、よくそんな感じで特許を取得できたと思います」としみじみと語る山辺CEO。「でも、知的財産交流・研究会に参加するようになってから、皆さんがかつて私たちと同じような道を歩まれたことや、海外の知財取得に失敗したことなどいろんな話が聞けて、企業間の情報共有ができるのでありがたいです」と語った。

検索のバリエーションは
戦略やアイデアにつながる

個客のインサイト(無意識の欲求や深層心理)に耳を傾け、個客と企業をつなげるストーリーを、さまざまなサービスを通して伝えている。

ニッチトップ育成支援で得られたものは大きかったと両者は語る。「J-PlatPatの使い方にはいろいろバリエーションがあると知りました。例えば特許出願の代理人が変更になっていれば、J-PlatPatでそれを知り、さらにそこから推察できることもあるんですね。また、検索で得た他社の出願内容は、私たちの新たなアイデアにもつながります。戦略的に使えると分かりました」と泉CEO。「中小企業が大企業と仕事や契約をする上で、事前の情報収集が大事であることも理解しました。これはニッチトップならではの素晴らしいサポートでしたね。また、期間中に取得した特許はマーケティングの権威付けとしての役割が大きく、PR効果や牽制効果もあります。社名の商標も無事に登録できました」と山辺CEOは語った。

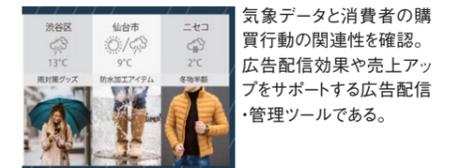
子どもを思うストーリーなど
世の中は希望に満ちている

気象に連動した女性のコーディネート提案ツール「TNQL.jp(テンキュール)」は、



気象データに応じて1人ひとりのコースや状況に合わせた商品やサービスをレコメンドする次世代の広告配信・管理システムです。

天気に合わせて広告を配信する「weathermarketing.net」。特許を取得した独自技術であり、多くの会社などが活用している。



気象に連動したコーディネート提案ツール「TNQL.jp」。ユーザーに最適な商品や情報を提示する「ウェザードリブンなリコメンドエンジン」である。

2017年に開発された、まさに同社らしいサービスだ。「お天気は人の行動を変えるものですから、それに合わせたコミュニケーションはきっと誰かの課題を解決すると考えました。そして実際にこれを使うと、購買確率がアップしたんです」と泉CEO。この経験と実績が、天気に合わせて広告配信システムの開発につながった。「weathermarketing.net」である。「お天気って年齢や性別に関係なく、すべての人が一日に3回くらいは考えるコンテンツですよ。そして人々の生活にすごく影響を与えます」と山辺CEOは語る。「商業施設や遊園地では、雨が降るとお客様は少なくなります。その時に、屋内施設でも楽しめますよとアピールするクライアントもいれば、雨なら広告を止めますというクライアントもいます。

私たちのシステムを使うと、そうした戦略が自在に立てられるんです」と泉CEO。「本当にいろいろなストーリーがあって面白いんですよ。これはアメリカのデータですが、秋から冬にかけて気温が1度下がると、子ども服が売れる。親が、自分のことよりも、子どもが風邪をひかないように思いやるからなんです。親心ってすごいですね。ですから天気と連動した広告で注意喚起すると、人の想いに応えてあげられる可能性が広がります」そこから冒頭の「calm」という言葉に続いた。山辺CEOは最後に「広告は人を幸せにするもの。気づかなかったところにちょっと手を差し伸べて、新しい世界へと連れて行ってくれます。広告をもっと本来の、人の役に立つものに戻してあげたいです」と穏やかに、calmに語った。

知財
センター
から

会社のトップが知識と経験値を高めた意義は大きい

ニッチトップ育成支援期間中に生じた知財に関するさまざまな業務を通じて、会社トップのお二方が先頭に立って知財に関する知識と経験値を高め、会社の知財力を大きく向上させることができました。会社の知財に関して“あるべき姿”を描けるようになり、これらを基盤にこれからの成長も期待されます。担当：西郷アドバイザー