

# 鳥海工業株式会社

## 科学が証明する「癒やしの光」：1/f ゆらぎが拓く、LED 活用の新市場

鳥海工業株式会社は、独自の LED 照明や風力発電装置の開発・製造を通じて、環境問題の解決と人々の生活に「癒やし」を届ける事業を展開しています。代表取締役社長である小松氏の故郷、秋田県と山形県の県境にそびえる名峰「鳥海山」を社名の由来としています。小松氏は会社設立にあたり、自らの名前を冠するのではなく、誇りを持って事業に邁進できるよう、郷土のシンボルである山の名を冠しました。同社の原点は 1997 年の京都議定書（COP3）にまで遡り、地球温暖化防止という世界的な課題を背景に、CO2 削減に貢献する環境技術の開発をいち早く決断しました。自然エネルギーを活用した風力発電装置や、当時まだ一般的ではなかった LED 照明の製品化に挑戦し、「ECOLUX(R)」ブランドを確立するなど、LED ランプ開発のパイオニア企業です。中小企業ならではの独創的な視点で、単なる照明器具の枠を超えた製品づくりを続けてきました。現在は、光に「癒やし」という新たな価値を付加することで、人々の生活の質を向上させる挑戦を続けています。LED ランプ開発のパイオニアとして優れた技術力を誇る同社が、本事業をどのように活用したのか、代表取締役社長 小松 健 様にお話を伺いました。



代表取締役社長 小松 健 氏

企業名：鳥海工業株式会社

本社：東京都足立区六町 3 丁目 14-15 ミコノスビル

代表者：小松 健

企業 HP：<http://www.chokaikk.com/>

### Q. どのようなきっかけで本事業に参加しましたか。

環境問題に関する新製品の開発に力を入れていきたいと考え参加しました。また「発信力」の不足という課題の解決も目的でした。同社が展開する LED 製品や風力発電装置は、機能面では高く評価されてきましたが、従来の営業手法は行政や法人のインフラ需要に依存する部分が多く、一般消費者（BtoC）に向けた Web を通じた販路拡大に課題がありました。さらに、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、これまでの対面を中心とした営業活動が制限されたことが決定打となり、デジタル空間での情報発信力の強化が経営の優先事項のひとつとなりました。自社製品が持つ「環境貢献」と「心の癒やし」という二面性を消費者に正しく理解してもらうためには、技術者の主観に頼らない客観的なブランディング戦略と、専門的な知見に基づいた Web プラットフォームの構築が不可欠であると考え、アドバイザーの支援を得られる本事業への応募を決めました。

4つの取組み

### Q. 貴社の取り組みに対してどのような支援がありましたか。

アドバイザーの伴走支援のもとで進められた、新たな取扱い商品の検討と自社 Web サイトの刷新計画です。具体的な取り組みとしては、光に癒しの要素を加えた「LED キャンドル」の取り扱いに向けたメーカー交渉を行いました。「LED キャンドル」やソーラーミニ風車「ミコノス」に秘められた「1/f ゆらぎ」は、人間の心音のリズムに近い揺らぎが精神を安定させるという科学的根拠に基づくもので、LED 活用の新市場



ソーラーミニ風車 「ミコノス」

に新たな価値を提供できることを確信しています。

Web サイト上ではこれを理論と感性の両面から解説するコンテンツとして発信できるように、刷新計画を進めています。また、揺らぎという動きを伴う製品特性を伝えるため、静止画中心の構成から動画を効果的に配置した動的なサイト設計へと変更する予定です。ビジネスモデルの細部から、プロモーション至るまでアドバイザーとともに詰めていきました。

## Q. 本事業に参加して得た成果はありますか。

本事業に参加したことで得られた最も大きな成果は、自社の強みに「癒やし」という明確な市場価値を加えて再定義し、それをデジタル空間で表現するための具体的な道筋が見えたことです。アドバイザーの支援により、制作会社との意思疎通が円滑になり、単なる企業紹介サイトから「製品の価値を体験させる販売サイト」への転換が加速しました。「1/f ゆらぎ」がオーディオの音質を新鮮に感じさせる効果を持つといった、これまでの技術的知見を、物語性のあるコンテンツとして発信するアイデアは、アドバイザーの客観的な視点があっただけでした。

また、実務的な成果として、大手の LED メーカーが市場を独占しようとする中での、中小企業ならではの戦い方が明確になりました。

例えば、蛍光灯から LED への交換に際して、本体ごと交換させる大手の手法に対し、ランプのみの交換で安全に PSE マーク（日本の電気用品安全法に基づき、電気製品が国の安全基準を満たしていることを示すマーク）を維持できる同社の技術的優位性をいかにアピールするか、という具体的なロジックを整理できました。アドバイザーによる伴走支援は、自社の持つ膨大なノウハウと情熱を、現代の市場が求める「ブランド」へと昇華させる重要なプロセスとなりました。



1/f ゆらぎによる癒し効果

## Q. 今後の展開について教えてください。

今後は、本事業で精査した Web サイトを核として、SNS や動画プラットフォームを駆使した積極的なプロモーションを展開していく計画です。特に、キャンドルの火の揺らぎや風車の回転といった視覚的な「癒やし」は、静止画よりも動画との相性が良いため、動画配信サイトや SNS などを通じた情報発信を強化します。また、大手 EC サイトへの出店についても、単に商品を並べるだけでなく、自社サイトへ誘導してブランドの背景にあるストーリーを深く理解してもらうためのハブとして活用していく方針です。

製品開発の面では、LED による殺菌効果や青色 LED による防犯効果など、光の持つ多様な可能性をさらに追求していきます。かつて同社が開発し、警察庁からも表彰された青色防犯灯の取り組みなどは、現代の安全・安心なまちづくりにおいても依然として高いニーズがあります。こうした過去の実績をデジタルアーカイブとして整理し、現代風にリブランディングしていきます。鳥海工業は、「世のため人のため」という利他の精神を、LED テクノロジーと癒やしの技術を通じて具現化し、持続可能な社会の実現に貢献し続けていきます。



青色防犯灯の取り組み

#### アドバイザーからのコメント

本事業では、鳥海工業株式会社がこれまで培ってきた技術や思想を、現在の市場環境に即した形で再整理することを重視して支援を行いました。新たな取扱商品の検討や情報発信の見直しにあたっては、外部環境や取引条件の不確実性、実行体制の制約などを踏まえ、理想論に寄り過ぎない選択肢の整理を進めました。

こうした過程において、小松社長が短期的な成果に焦らず、自社の強みと向き合いながら丁寧に意思決定を重ねてこられた点は特筆すべきものと感じています。ホームページ改修についても、補助制度の要件や制作実務を踏まえ、将来的な展開余地を残す設計方針の整理を支援しました。即時的な成果を求めるのではなく、自社の立ち位置を言語化し、次の意思決定につなげていくプロセスそのものが、本事業を通じた大きな成果であると考えています。

今後は、本事業で整理された方向性を基に、鳥海工業株式会社ならではの価値が着実に形となり、持続的な事業展開へとつながっていくことを期待しています。