

エレコム株式会社（大阪府）

～ デザイン力とブランド力を武器に市場をリード ～

1. 市場変化に迅速に対応するデザイン戦略

エレコム株式会社は、昭和61年に家電量販店を販路とするOA家具メーカーとして設立され、その後、各種のOAアクセサリー、入力装置、LAN事業、記録メディア等に参加するなど、業容を拡大してきた。設立当初からデザインに注力しており、平成6年9月に ルナリス・シリーズ（マウス他）など6商品がグッドデザイン賞を受賞、その後も平成10年にメディアファイリングケースがグッドデザイン賞を受賞したほか、マウスやUSB、キーボードの新品が各種のデザイン賞を獲得している。このようなデザイン重視の姿勢は、“大企業と勝負できるのはデザイン力”との経営トップの方針によるものである。また、新構造のCDキャリングケースなど、特許性がある開発製品については積極的に特許も取得している。

現在では、マウス、キーボード、ゲームパッド、キャリングバッグを中心に、意匠権や特許権を取得しながら市場をリードしている。この業界は動きが早いので（早ければ半年～1、2年で商品が入れ替わる）、特許権取得に資金投下してもペイできないことがあることもあり、大企業と勝負できるのは特にデザイン力と考え、こちらに注力している（これまでに多数の製品がグッドデザイン賞を獲得 平成18年は7製品）。

同社の出願方針は、主力製品についてはトップダウン型で権利化方針を定めておき、その他の製品については開発部門の現場に権限移譲され、柔軟な対応が行われている。特に、個々のデザイナーに価値観が委ねられており、枠にとらわれることなく開発させているのが特徴である。また、量販店の棚スペースを大きく確保出来るほどの営業力があるが、これも「エレコム」というブランド力とデザイン力の貢献が大きく、それが更に営業力を高めるといふ好循環を形成している。

2. メリハリをつけた海外出願

同社は韓国、中国、オランダに海外拠点を有している。このため、知財の出願も、米国、欧州だけでなく、韓国や中国といったアジアに対しても行っている。この業界、特に中国では、模倣品が出現する時期が非常に早く（公開後あるいは販売後3月以内）かつ商品のライフサイクルが短いため、商品ごとに費用対効果をよく見極めてから海外出願している。

模倣品が出た場合の対策は、費用対効果、あるいは取引先との関係もあるため、基本的には警告に止めている。

3. 専任の知財担当者、デザイン部門の充実

同社は開発部門約30人に加え、複数のデザイナーを置くとともに、特許事務所経験者を知財の専任として充てている（知財部門は兼任者と合わせて2名体制）。特許と意

匠の出願の大部分は弁理士に相談しているが、意匠出願の一部や商標出願についてはコスト面も考え、可能な範囲で、自社で行っている。

知財部門担当者と開発・デザイン部門とは信頼関係が厚く、随時先行技術等の相談を受けている。他社の意匠公報を社内掲示板に掲示して情報提供するなど、開発者、デザイナーに対する知財への意識付けなども徐々に進めている。

また、開発者へのアンケート調査をベースに、新職務発明制度に対応した報賞金制度を策定済みであり、売上げや実施許諾実績に応じたインセンティブを用意している。

【保有権利に基づく製品例】



デザイン重視で開発されたエレコムの主力商品

<会社概要>

名称及び代表者名	エレコム株式会社 取締役社長 葉田 順治
本社所在地	大阪府大阪市中央区伏見町4-1-1 明治安田生命大阪御堂筋ビル9F
創業	1986（昭和61）年
資本金	6億6,484万円
従業員数	316名
主要製品	PC及びデジタル機器関連製品
電話	06-6229-1418
URL	http://www.elecom.co.jp/