

山本光学株式会社（大阪府）

～ 技術力とデザイン力を武器にブランド戦略を推進 ～

1. 積極的な権利化戦略により高市場シェアを確保

同社はスポーツ・レジャー、産業用眼鏡の技術力をベースにした製品を多数製造。スイミングゴーグル・スキーゴーグル等のスポーツ用ゴーグルで国内シェア60%、レーザー用保護眼鏡で国内シェア80%を誇る。

グローバル化が進む中で海外との取引が増加している現在、特許はセールスポイントと類似商品の排除としての役割を有している。かつて、同社はスキー用ゴーグルの曇り除去に関する開発で、国内外で初めて特許を取得し、この分野での優位性を確保した経験を持ったことから特許を重視するようになった。それにより、これまでの「外国製品は優れている」というイメージを改め、日本製品の評価を高め、国産品のシェア拡大に大きく貢献した。

また、特にデザインが重視されるスポーツ用品分野では、特許以外に意匠・商標は類似商品の排除とブランドイメージの向上に有効であることから、ライセンス契約による収入があまり得られなくても、営業面での寄与は大きいものがあると考えている。

特許出願・権利化は商品の販売に必要なだけでなく、高い収益を確保し、商品開発までの開発費用・設備投資等のコスト回収を長期的に安定化させるためにも重要であると考えている。基本的に同社では特許出願・権利化できる商品の開発を行うことを目指している。

このため、開発部門では特許公報等の情報の回覧やインターネットによる特許検索により、内外の特許動向や最新技術を常に把握するとともに、効率的で、スピーディな商品開発に努めている。海外特許については、外国出願をしない発明は、国内出願しても仕方ないとまで考えている。

2. 技術力とデザイン力によるブランド戦略

技術力に関しては、昭和46年「SWANS」ブランドでデビューした世界初の防曇スキーゴーグル以来、世界で初めて曇らない度入りスイミングゴーグル、世界初の偏光フィルムとポリカーボネイト樹脂を一体成形するフィルムインサートテクノロジーレンズ等、次々と世界初の高機能レンズを開発してきた。

一方で、デザイン性を特に重視し、欧米メーカーに負けないデザイン戦略を追求している。日本のグッドデザイン賞には30年以上継続して参加し数々の賞に輝いている。また、市場開拓のための積極的なプロモーション活動にも力を入れており、例えば、アテネ五輪女子マラソン選手が使用した特色あるデザインの高機能サングラスは、そのような戦略の成果の一つと言える。

今後、同社は、スポーツグラス分野や保護眼鏡分野などでのシェア確保に止まらず、眼鏡の“トータルブランド化”を目標に、自社ブランド価値の更なる向上を目指して

いる。

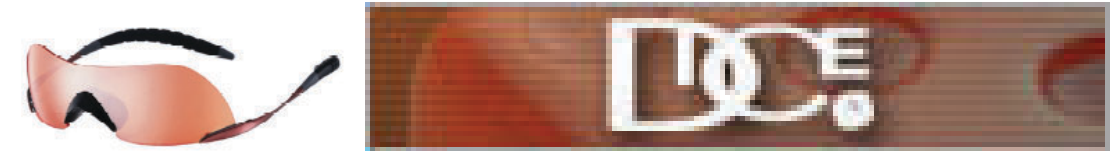
3. 経営トップ直属の知財部門を設置

特許は同社の経営戦略上、重要な項目である。そのため、経営トップの直属で管理部内に特許法務課を置き、特許管理を行っている。約20年前に大企業のOBを迎え入れ、その担当者の指導の下に、特許管理と人材育成を進めてきた。また、複数の特許事務所を使い分けながら、海外出願も積極的に行っている。

【保有権利に基づく製品例】



世界に認められた「SWANS」ブランド



ハイテクデザインスポーツグラス

新たなブランド“DAIS”

<会社概要>

名称及び代表者名	山本光学株式会社 代表取締役社長 山本 為信
本社所在地	大阪府東大阪市長堂3丁目25-8
創業	1911（明治44）年
資本金	1億7,628万円
従業員数	226名
主要製品	スポーツ用品、サングラス、スポーツゴーグル・グラス、ヘルメット、産業用保護具
電話	06-6783-0200
URL	http://www.yamamoto-kogaku.co.jp/