

Benefit of Acquisition
知的財産権の活用で得られたメリット

- 1 他の違いが「見える化」された
- 2 従業員の「レベルアップ」を推進できた
- 3 組合する企業との「競争で優位」に立てた
- 4 取引先との「交渉力を強化できた
- 5 客間にオリジナリティーを「伝えることができた
- 6 パートナーとの「開拓づくり」に活かせた

なっています。

近年はメーカー系も徐々に価格を下げてきています。そこでこの差別化ができなくなってきたのです。特に、うちは営業マンを置いていないので、お客様から依頼をいただいた仕事だけやっています。そのため、価格や技術力だけでなく、会社の認知度やブランドに対する信頼を積み重ねることがいかに大事かという意識はより一層強くなっています。

—会社のブランドイメージを大切に育てていただきたいという思いが、知的財産への取り組みにつながっているんですね。

東恩納：創業当時から当社のメンテナンスサービスを何らかの形で守りたいという想いはありました。特許権の取得ができないと考えて、商標権の申請に切り替えたんですね。

—それで『エレドクター』を商標登録された意表をつくPR戦略とそれを可能にする商標登録

あるんですね。これを知らずに会社経営していくとしても、これが大きな武器になります。

当社は、社名の『エレドック』や自社キャラクター『エレドクター』の商標権を取得しています。キャラクターについては、2018年にテレビCMをついたタイミングで、創業当時のものをスタートフォンやアプリにも対応するものにリニューアルしました。これをきっかけに、当社がメンテナンスを行っているエレベーターの内部には『エレドクター』のステッカーを貼っています。それもできるだけ子どもたちの目に触れやすいように、大人目線の位置だけなく、エレベーターの下の方にも貼ってもらっています。



『エレドクター』のステッカー

沖縄県知財総合支援窓口に相談を行ったのですが、当社のようなサービス業で属人的なノウハウを持てるのは難しいということでした。しかし、商品名やマークについては商標権を取る方法もあるとアドバイスをいただき、商標権の申請に切り替えたんですね。

—お子さんもターゲットにしているのですか？

東恩納：それは社員からも聞かれたことがあります(笑)。「ビルやマンションのオーナー向けじゃなくて、なんで子どもたちなんですか？」と。エレベーターの仕事って、なんとなく暗いイメージがありますよね。あまり人に触れないところで作業することが多いですから、でも、メンテナンスされているからこそ安心感そのものを近に感じてほしいという思いです。

Company Profile

株式会社エレドック沖縄

代表取締役社長／東恩納 靖
本社所在地／沖縄県那覇市松山2-23-17
サンハイツ松山1F
事業内容／機械設備事業、エレベーターメンテナンス
電話／098-861-7735



商標は信頼の証 『エレドクター』と共に歩む、ブランド戦略

沖縄県でエレベーターメンテナンスを手掛けるエレドック。オリジナルキャラクター「エレドクター」で商標権を取得し、ブランドイメージの醸成、顧客拡大につなげている。そのブランド戦略を紹介する。



代表取締役社長
東恩納 靖さん

熟練のノウハウと
信頼の積み上げが
会社成長の力

—エレドックさんは1998年の創業から20年以上にわたってエレベーターメンテナンス事業を展開されていますね。現在、何件のメンテナンスを手掛けているのですか？

東恩納：沖縄県内で約870件です。何があつたときに緊急対応できるよう、現在は沖縄本島だけをサービスエリアとしています。当社は、非公開のため、創業当初は手探り状態で大変苦労しました。それでも多種のエレベーターを手掛けてきた経験から、メーカー系がシェアのほとんどを占めているのが現状です。

元々は私も沖縄にあるメーカー系の代理店に勤めていましたが、お客様からメンテナンス費用を抑えたいという相談がかなり多かつたんです。その要望に応えたいというのが、この事業に参入したきっかけです。

—まずは価格勝負で参入されたのですね。技術的な差別化はできるものなのでしょうか？

東恩納：エレベーターの基本構造は各社統一されているのですが、制御方式はメーカー独自につづいて、その部分のメンテナンスマニュアルで、これまで蓄積されたノウハウを社内ニカバードクター」という商標で展開しています。一方で、これまで蓄積されたノウハウを社内で一元管理する検討も始めています。先にも申しましたように、当社の重要な財産ですから、これをしっかりと承継していく仕組みが必要だと感じています。

—これからも『エレドクター』と共に品質力や価値を含めたサービスブランドを育て、ユザーの皆さんに『エレドクター』なら安心と使いイメージを届けていきたいです。その先に、ライセンス契約や全国展開の可能性も見えてくると思っています。

地主作業へと転換していくといった考え方で、そのために、機械式駐車装置やファットネス機器などのメンテナンスマニュアルの事業については、エレドクター(エレクトロニック・ドクター)などにステッカーを貼っています。一方で、これまで蓄積されたノウハウを社内ニカバードクター」という商標で展開しています。一方で、これまで蓄積されたノウハウを社内で一元管理する検討も始めています。先にも申しましたように、当社の重要な財産ですから、これをしっかりと承継していく仕組みが必要だと感じています。

—今後の課題はどのように考えていらっしゃいますか？

東恩納：ベテランの熟練技術者が増えてきた一方で、社員の高齢化という課題があります。これからもここまで長く働いてもらえるよう