

「お客様が第一」を経営理念に、健康に役立つ 創意あふれる製品、サービスを世の中に提案し続ける

事業内容

健康に役立つ商品を企画・開発・販売するメーカー。学校用水泳帽子を開発し、国内シェアトップである。扱っているのは学校水泳・体育用品をはじめ、一般水泳用品、プール備品・遊具、介護用品、健康快互用品、マタニティ用品、健康づくりの心身教育ウェア等と幅広く、最近では、親子で学べる水泳教材つき水着「クロールで25」を開発。多方面から注目を集めている。

特許登録番号と内容

特許公開 2011-38218	コンディショニングタイツ
特許公開 2010-174398	水着
特許公開 2006-232109	水中溺れ監視装置及び監視方法
特許公開 2006-22429	ゴーグル付きスイミングキャップ
特許公開 2005-224331	水泳用補助具
登録実用新案第 3089862号	スイミングキャップ

他、特許 26 件、実用新案 3 件 (2012 年 7 月現在)



代表取締役社長 磯部成文さん

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA

「プールで水泳帽着用」の習慣など 世に無いものを創って60年

終戦の翌年、赤ちゃんのおむつカバーのメーカーとして創業したフットマーク株式会社（当時は株式会社磯部商店）。1970年代には学校用水泳帽子の開発・製造・販売へと事業を転換。現在、国内トップクラスのシェアを誇っている。「なぜ水泳帽だったのかと言えば、おむつカバーを作る際の、伸びる生地と伸びない生地という、性質の違う生地を一度に縫う特殊な技術が、水泳帽に活かされたからです。そして、時代の後押しもありました。当時、文部省が水泳授業の推進を発表。全国の学校に続々とプールが作られていった。今後、教育の現場で水泳帽子は必要になると考えたのです」と、磯部成文社長は振り返る。

しかしプールで帽子を着用する習慣などなかった時代。簡単ではなかった。使い方や必要性を学校側にはパンフレットなどで啓蒙しつつ、小売店や問屋には地道に営業。やがて活動は実を結び、数年を経て事業は軌道に乗り始める。さらに、子供たちの習い事としてスイミングスクールが大流行。クラブからオリジナル水泳帽の注文が入るなど、市場は一気に拡大していった。「プールには“水泳帽着用のこと”という規則がよく張り出されていますが、あれは法律でもなんでもありません。私たちが言い続けてきた結果なんです」と、磯部社長は笑う。

さらに学校水泳に必要な製品を次々と開発。ゴーグル、スイミングバッグ、そして難しいと思われた水着の製造にも着手した。女性用スクール水着をセパレートタイプにしたり、超撥水性の素材を用いたり、従来のメーカーとは異なるものを、世に無かったものを生み出すことで、揺るぎない地位を築いていった。その多くで特許や実用新案などの知的財産権を得ている。

「介護」の言葉を発明し商標登録 オープンにすることで市民権を得る

1970年代にはいち早く介護用品の分野に参入。「きっかけは近所の奥さんから、おじいちゃんがおもらしをするようになったので、大きなおむつカバーを作ってもらえないか、とこっそり頼まれました。さっそく大人用のおむつカバーを作ったところたいへん喜ばれた。これはきつと同じような家庭が全国にたくさんあるのでは、と気付いたわけです」。大人用おむつカバーという商品名は、その後、病人用、医療用と名を変えたが、どこか冷たい印象がぬぐえなかった。そこで生み出されたのが「介護」という言葉。「介助と看護を合わせて作った造語で、たすける、まもるという意味が込められています。1984年に商標登録をしましたが、自由に使用してもらえるようにしておいたのがよかった。おかげで、こんなにも世に広まりました」と、磯部社長は嬉しそうに語る。

COMPANY DATA

所在地：東京都墨田区緑 2-7-12

電話番号：03-3634-0509 URL：http://www.footmark.co.jp

設立：1950年4月 資本金：8500万円 売上高：40億円

(2011年度8月期) 従業員数：68名 (2012年7月現在)



定番の水泳帽子/1960年代後半に製造・販売を開始したスクール水泳帽子で市場を席巻。1983年には主な水泳帽子の実用新案や意匠登録も果たしている。写真は超ロングセラーの「水泳帽子 ダッシュ型」

社員のやる気を生む開発体制など 権利化されない知財こそが会社の力

人々の健康に役立つ創意あふれる商品を生み出し続ける同社。大学との産学連携で生まれた、正しい姿勢をサポートする心身教育ウェア「フィールアライナ」や、“浮く水着”に水泳の指導法のテキストとDVDを付けた、親子で水泳を覚えるツール「クロールで25」など、どれも大切な知的財産だ。

そうした新商品の開発には、全員が参画する毎月の



代表取締役社長 磯部成文さんと広報 吉河祐子さん (写真右)

「当社の特許技術です」と言えることが 営業の自信となり、企業の根幹となる

商標登録などの知的財産権への意識は、初代社長が、会社の商標「象印」を登録した創業時から自然と根付いていたという。同社の顔として定着している「足あとマーク」も、フットマークに社名変更する以前から商標登録済みで、同社のブ

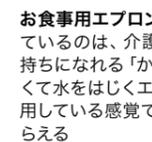
「足あとマーク」は1967年に登録商標に加えた（足あとマーク）。1992年には社名を「フットマーク株式会社」に変更。その名にもマークにも、お客様と一緒に「道」を切り拓き、「足あと」を残していきたいという同社の想いが込められている



FOOTMARK®



クロールで25/「泳げるようになりたい」という子供の願いを叶えるために開発された、フットマークらしさに溢れる新商品。水に浮く水着と、レッスンDVD、水に濡れても大丈夫なテキストがセットになっている、親子でコミュニケーションをとりながら水泳を学ぶことができる



お食事用エプロン/今、フットマークが力を入れているのは、介護の一步先いく、互いが快い気持ちになれる「かいご/快互」商品。写真は、軽くて水をはじくエプロン。シャツやブラウスを着用している感覚で、楽しく味わって食事をしてもらえる



アイデアBOXをはじめ、経営研究会など一人ひとりにチャンスがある。商品開発チームはあるものの、あえて分業制にはせず、営業が企画もするし、デザイナーがお客様のところにも行く。「そのほうが、お客様の声を商品に反映しやすいはず。仕事は、やりたいと思ってやるほうが楽しいし、すべてに関われるほうが面白いでしょう？」と、磯部社長。チームごとに月次損益計算書を出すような仕組みを整え、自分の行動結果がすぐに数字という目で見えるのもやりがいにつながる。「社員がやりがいを感じられる仕組みを作りたかった」と、あくまでも社員想いだ。

商品開発の際には、商標や意匠登録の申請をすることが、一連の流れの中に組み込まれている。取得の可能性や意義があるものは、特許権や実用新案の申請も行なう。しかし、と社長は言う。「権利化はできませんが、私たちならではの営業手法や開発の仕組みこそが、会社を元気にする知的財産だと思っています」。

現在、「家」をテーマにした温かみのある新社屋を建設中。ここからまた、新しい一步を踏み出していく。

知的財産活用のポイント

ランディングに大いに力を発揮している。「商品は、お客様に名前を覚えてもらえることが大きな価値となる。ゆえに自社の商品には、商標登録した名前を使いたいとの想いがあります。特許や実用新案も申請しますが、永久的に権利を更新できるのが商標権の強み。万能ではないものの、最後に残る、一番有効性の高い知財だと考えています」（磯部社長）