

# USパテントのライセンス契約が始まり 独自の改良を重ね、日本で愛される商品へ

## 事業内容

「母子の健康と健やかな生活にこだわりのある本物商品の提供」を企業理念に掲げ、「ドクターベッタ哺乳びん」を主軸に、USパテント付き哺乳びんの製造販売をはじめ、オリジナリティあふれるベビー用品の企画・販売を手掛ける。「第7回 女性起業家大賞 最優秀賞」ほか受賞多数。

## 特許登録番号と内容

商標登録第 4946300号	Carry me!
意匠登録第 1410077号	哺乳瓶用キャップフード
意匠登録第 1410076号	哺乳瓶用キャップフード
意匠登録第 1410075号	哺乳瓶用キャップフード
実用新案登録第 3060825号	安全授乳哺乳瓶

(2012年1月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役 河合とも子さん

## アメリカの医学博士が考案した 理想的な哺乳びんとの出会いが始まり

1994年、株式会社ズーム・ティーの河合とも子代表取締役は、アメリカの小児科医が考案した「ベッタ哺乳びん」の存在を知る。これは、ボトルにカーブを付けることで、乳児が「上体を起こした姿勢」でミルクを飲むことができる理想的な哺乳びん。耳の病気を防ぐ、誤嚥を防ぐなど、数多くの利点を持つUSパテントの商品だった。

河合代表は、自身の娘が生後2週間で中耳炎を患った経験もあって、この商品のすばらしさに共感。すぐにアメリカに渡り、ライセンス契約を締結、日本での販売をスタートさせた。しかし当初はアメリカ製品をそのまま輸入していたため、目盛りの単位がオンスであったり、品質的にも日本人の要求度合いには達していなかった。そこで独自に日本向け製品の製造を開始するが、今度は素材のポリカーボネイドが、環境ホルモン問題で注目を浴びてしまう。検査によって製品の安全性は確認されたものの、苦難の日々が続いた。ただ良くも悪くも、反響の大きさから、この商品の価値を実感。「販売を継続することが自分の責任だと思いました」と、安全なガラス製品の製造を決意する。特殊な形状を耐熱ガラスで作るには、技術的にも予算的にもハードルは高く、製造委託先が決まるまでには、およそ4年もの年月を費や

したが、奥谷硝子製作所との出会いにより、クオリティーの高い日本製の「ドクターベッタ哺乳びん」を販売する運びとなった。

## ドクターという名前に込められた想い 改良を重ね、他社の追随を許さない商品へ

日本での販売にあたり、商品名の頭にドクターと付けて、「ドクターベッタ哺乳びん」としたのは河合代表だ。ドクターが考案し、パテントを保有している商品の信頼性が、その名前に込められている。特殊な形状については、同社が日本で実用新案登録も行った。

「知的財産権に関しては弁理士さんにお任せしています。USパテントナンバーを商品に刻んでいた時期もありましたが、日本での販売実績を重ねてからは、ドクターベッタのロゴと、Made in Japanの文字を記すことで、日本で作られた商品であることをアピール。10年以上売っていることで、カーブのある哺乳びんはドクターベッタだと認知していただければ市場競争は回避できると思います」と、河合代表。製造が難しい形状ゆえに、これまでに類似品が出回ったことはない。なにより「もっといい製品を」と改良を重ねる企業努力が、他社の追随を許さないのだろう。2003年には環境ホルモンの問題がないポリプロピレン製品の販売を開始。さらにプラスチックの扱いやすさそのままに、ガラスさながらの透明感を持った新素材「トライタン」製品の

## COMPANY DATA

所在地：東京都港区南青山5-10-2 第2九曜ビル901  
電話番号：03-3486-5300 URL：http://www.betta.co.jp  
設立：1987年3月 資本金：1,000万円 売上高：2億8,600万円(2011年12月決算) 従業員数：12人(2011年12月現在)



アメリカの医学博士が、母乳育児の乳児に病気が少ないことに着目、多くの臨床データを元に開発したドクターベッタ哺乳びん。ドクター推奨であることが伝わるように考えられたネーミングとロゴマークは、今や同社の顔でもある



「ブレイン乳首」は、成長に大切な力強いソシャクを促す、弾力のあるクロスカット乳首。赤ちゃんの健やかな成長を願う助産師によって考案され、同社と共に試作、研究を重ねて商品化された

開発に成功。また、ボトルだけでなく乳首も進化。日本の助産師が考案した、ソシャクして飲むクロスカットの「ブレイン乳首」を開発した。

## 高品質を保つことで模倣品を防ぐ

同社の製品は全て手作りのため、大量生産はできず、輸出するほどの余裕はない。それでもぜひにと請われ、昨年中国などで一部販売を開始した。海外へと市場が広がると、模倣品が出る心配も増えるが、「模倣されるのも名誉なこと。消費者の目も節穴ではないでしょうから、廉価な模倣品と本物のどちらを買うか、見定めてもらいます」と潔い。品質への絶対的な自信ゆえだ。

新たな工場も探している。それが叶い、生産体制を整えば、ヨーロッパなどに輸出したい思いはある。ただ

## ドクターベッタ哺乳びんへの高評価が ブランドイメージを高め、商品開発を後押し

同社の商品は全てが自社企画。哺乳びんのキャップフードはクローバーなどの個性的な形状が特徴的で、意匠を登録。ベビーキャリア（だっこひも）の「Carry me!」は商標登録済みだ。こうした商品開発を後押しするのは、「ドクターベッタのほかの商品はないの？」という、お客さまからの声。哺乳びんへの評価が高いからこそ、「ドクターベッタの製品な



安全性をいちばんに考えた、リングや留め具のないベビーキャリア「Carry me!」。同社のネットストアでは哺乳びんに次ぐ人気商品。他、授乳用スカーフや母子手帳ケースなど、本物にこだわったベッタブランドの商品はいずれも好評だ



独特のカーブによって、母乳授乳時と同じ、頭を起こした姿勢で飲むことができる「ドクターベッタ哺乳びん」。改良を重ね、現在ではガラス製、トライタン製、プラスチック製の多彩な素材とカラー、サイズを揃える。写真は、助産師考案の「ブレイン乳首」付きのタイプ

し、あくまでも高い品質は保ったままで、という条件付きだ。「海外の工場で生産すればコストダウンも可能ですよ」と提案されたこともあるが断った。あくまでも、メイドインジャパンにこだわる。

USパテントであるドクターベッタ哺乳びんの形状はそのままに、独自のアイデアで改良を加え、そこから派生する高い付加価値のある商品を次々と開発する同社。その一部は実用新案や商標登録などで守りつつ、クオリティーの高い商品を製造し続けることで、万が一、類似品が出たとしても、明確な品質の差別化によって、市場に選んでもらう。それが同社の知財を守る一番の戦略となっているようだ。

## 知的財産活用のポイント

ら安心。欲しい」とのニーズが生まれる。「そういったブランドイメージがつくのはうれしいことですね」と河合代表。今となっては、社名もベッタに変えたいと思うくらい、ドクターベッタの名前は強い。「日本はまだまだお母さんが一人で子育てをしている。もっと楽しく子育てができるといい。当社が、お母さんにとって、そして、親子にとって、快適な環境を作るお手伝いをしていきたいですね。」