

知的財産事例

株式会社オブラブ

ロゴの商標登録と掲載ルールの設定で 自社ブランドのさらなる認知度向上へ

事業内容

ガーゼ製品の企画製造・卸・小売
「やさしいガーゼ オブラブ」の店舗運営

知的財産権と内容

商標登録第4373976号	O V L O V	区分20	国際分類第7版
商標登録第4373977号	O V L O V	区分24	国際分類第7版
商標登録第4421385号	O V L O V	区分25	国際分類第7版

(2023年10月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役 西澤 真由美 さん

夢の実現！

～自社ブランドの立ち上げ～

「やさしいガーゼ」をコンセプトに、ガーゼ製品の企画製造、卸、小売を手掛けている当社。当社代表の西澤社長は美大を卒業後、インテリアや家具のデザイン事務所へ入社した。その後、「自分のブランドを立ち上げ、いろいろな商品を扱った製造小売業を開きたい」という夢をもとに、1997年に有限会社クロスローズプランを創業した。自社ブランドにかける思いから、2019年に社名を現在の株式会社オブラブに変更。自身の療養経験から、ガーゼの有用性を知るとともに、大人向けのガーゼ製品が少ないことに気付き、同素材の製品製造を開始した。現在は、ベビーブランケットや授乳ケープといった赤ちゃん向けの製品から、枕やパジャマなど大人向けの製品まで幅広く展開している。

自然と意識していた商標登録

西澤社長が初めて知財を意識したのはインテリア事務所時代。新ブランドの立ち上げにおいて、必ず目にしてきたのが商標の存在だった。そのため、ブランドを模倣から保護するために商標登録が大事だと認識するのは、自然な流れだった。2000年の自社ブランド立ち上げの際も商標登録の申請を決意していたため、先に会社経営をしていた兄に相談し、紹介された弁理士事務所を訪ね、初めての商標出願を行った。当初は手広

い製品展開を検討していたため、5つの分類にわたって出願を行い、無事に商標権を取得した。現在では、事業のメインとする分野・製品が固まったため、3つの分類に絞り権利の更新を行っている。

社名に込められた思いと製品開発の変遷

社名およびブランド名のOVL OV（オブラブ）は、英語の「of love(愛の)」の発音からとった名称であり、当社の製品開発の姿はまさに同ブランド名を体現している。西澤社長は当初、赤ちゃん向けの製品は、理論を勉強しながら制作していた。しかし、実際にお客様から寄せられた声を聞くと、理論上では分からない、意外と不要な機能があると気づき、お客様の声を重視するように制作の方針を転換。これを機に、赤ちゃんを抱える母親にヒアリングを行ったという。こうした結果、現在では多くの方から愛されるベビー用品を販売できるようになった。当時を振り返り、西澤社長は「商品は自分の思いだけを押し付けてはいけない。お客様に寄り添うことが大切だ」と語る。西澤社長は今日も自ら店頭に出て、お客様の“生の声”を聴くことを大切にしている。この姿勢こそが、お客様に寄り添った愛のある製品を生み出し続けている理由である。

知財取得における苦悩



これまでブランドにこだわって製品製造を行ってきた

当社であるが、最初の商標取得で壁に当たったという。当初「オブラブ」の商号のみで申請を検討していたが、弁理士に、カタカナ4文字の商号の申請のみでは他社に模倣される可能性があるというアドバイスを受け、ロゴマークも同時に出願することを決意。しかし、申請の際に必要な金額が想像以上に高額となり驚いたという。必要経費と割り切り、申請を行ったが、創業後間もない頃であったため、資金調達が大きな壁であったと語る。また、商標権取得後も頭を悩ませることは続いている。それはいわゆる偽サイトや偽アカウントの存在である。偽のショッピングサイトやSNSアカウントなどが存在し、対処に苦勞しているという。これに対しては、取得した商標権をもとにそのようなサイトやアカウントに対しても注意喚起を行い、自社のブランドを守っていききたいと語る。

西澤社長は「ビジネスはつながりが大事である」と話す。実際に様々な場所に顔を出し、つながりを作る。その1つが、地元の台東区に拠点を構える企業が集まる「モノマチ」というイベントである。西澤社長はこのイベントに2014年から参加。これまでに複数回、出展を行ってきたという。イベントを通じ、同業のみならず、他業種の社長と交流を深める中で、補助金申請などの情報や知識を得る機会も増えた。この他にも、西澤社長は、商工会議所や中小企業振興公社、弁理士事務所など様々な場所に相談できる体制であるという。モノマチへの出展や各機関への相談を振り返り、西澤社長は「つながりを作るには自ら行動すること。ただ顔を出すだけでなく、積極的にコミュニケーションをとることが重要である」と強く語った。



オブラブ店舗外観 モノマチ企画「このモノがこのマチでできるまでツアー」開催時の様子 Photo: Taro Hosokawa

オブラブ販売製品 「出産定番ギフト」

知的財産活用のポイント

自社ブランドの確立へ
攻めの知財活用を実施

自身が以前勤務していたインテリア事務所での経験から、商標登録が身近であった西澤社長。会社設立と同時に商標取得を行ったことで、当初から自社のブランドを強く打ち出し、PRすることができた。また、各商標の掲載ルール（このマークとこ

の文字をこの色で記載する等）をデザイナーとともに検討したことで、お客様へのブレないPRによる認知度向上につながっているほか、パンフレットや製品タグの制作時にも悩むことが無く、結果、業務効率化につながっている。西澤社長は今後、製品デザインの保護に向け、意匠権の取得も検討したいと語るなど、さらなる知財活用が期待される。

COMPANY DATA

取材：2023年10月

企業名：株式会社オブラブ 所在地：東京都台東区浅草橋4 6 8 西澤ビル 電話番号：03-3863-1411
URL：<https://www.ovlov.jp/> 創業：1997年4月 資本金：1000万円 従業員：1名

