

第12回知的財産活用表彰 第5回知財活用ビジネスプラン コンテスト表彰式

イベントレポート



知財が挑戦を後押しする！受賞企業が語る“価値の育て方”



知財の活用が世界を変えている——。そんな実感を抱かせる企業が一堂に会したのは、2026年2月6日、東京都内で開催された第12回知的財産活用表彰および第5回知財活用ビジネスプランコンテストの表彰式の間でした。

会場には、知財を軸に事業を切り拓く受賞者の言葉を直接聞こうと、多くの参加者が集まりました。開会前から熱気に包まれた会場は、知財が生み出す未来への期待感に満ちていました。

受賞者は、どのように知財を事業成長へと結びつけたのでしょうか。本レポートでは、表彰式の様子と受賞者セミナーのエッセンスをお届けします。

知財で事業を動かす企業たちが表彰

第1部では各賞の表彰式が執り行われました。「知的財産活用表彰」は、知財を活用しながら知的資産経営を積極的に推進する企業や、それらを支援する金融機関、システムツール開発・販売企業などを顕彰するものです。

12回目となる今回は、知的財産活用奨励賞「ブランド部門」に株式会社トレテス、「知的財産戦略部門」に株式会社エレクトロンヴェクシーが、知的財産活用支援奨励賞「政策サポート部門」に一般社団法人 日本知財経営推進機構が選定されました。



一般社団法人 日本知財経営推進機構

続いて、表彰は知財活用ビジネスプランコンテスト受賞者に移りました。同コンテストは、主にスタートアップ企業を対象に、知的財産を活用した優れたビジネスプランを表彰するものです。

厳正な審査の結果、グランプリ（日本弁理士会会長賞）は株式会社LUNDATTE、準グランプリに株式会社アーリーバース、特別賞に株式会社ストレージ、奨励賞（日本中小企業診断士協会連合会会長賞）にtsutaeru 尾

田美和子氏が選ばれました。



株式会社アーリーバース



株式会社ストレージ



国が変われば商標も変わる 理念と知財で築いたブランド

第2部は、「知的資産経営WEEK2025セミナー『中小・スタートアップ企業が語る知的財産活用』」と題し、3人の受賞者が自社の知財活用事例を語りました。

まず登壇したのが、株式会社トレテス 代表取締役 中川啓氏。トレテスは「“おいしい”でつながる笑顔。」をキャッチコピーに、インドネシアと日本をつなぐ「乾燥系こんにゃく ぷるんぷあん」を核に、知的財産とブランドを育ててきました。



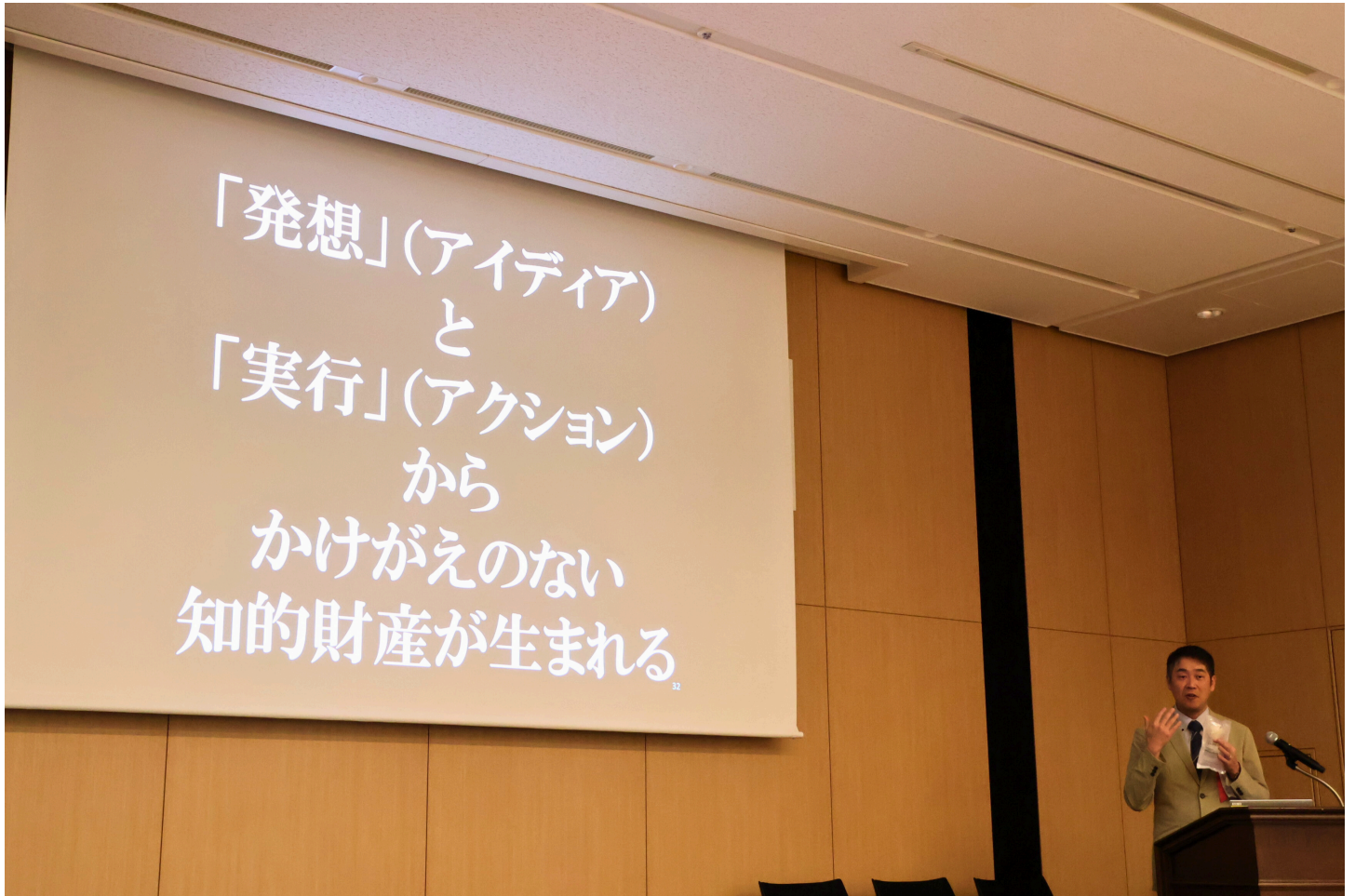
株式会社トレテス 代表取締役 中川啓氏。手にしているのは「乾燥系こんにゃく ぷるんぷあん」

事業の起点は、戦後インドネシアに残留した元日本兵・石井正治氏と創業家の縁にあります。石井氏は「日本とつながる仕事をつくりたい」という思いから、ジャワ島に自生しながら現地では肌がかぶれる“毒草”として忌避されていたこんにゃく芋に着目。日本から研究者を招いて調査したところ、日本の系統とは異なる在来種で、臭みがないという特徴を持っていたのです。

事業化までには多くの困難がありましたが、試行錯誤の末に乾燥化に成功。輸送コストや破損リスクを克服し、国境を越えて展開できる商品へと進化しました。トレテスが特徴的なのは、この商品を単なる食品ではなく、「理念」と「知財」で支えるブランドへと昇華させた点です。創業後、乾燥系こんにゃくに「ぷるんぷあん」という商品名を付け、商標登録を実施。市場での識別性を確立し、長期的なブランド展開の基盤を築きました。

さらに同じ乾燥糸こんにゃくを、イタリア向けには「ZENPASTA」として再定義し、商標戦略とネーミングで市場適合を図りました。小麦文化の国で生活習慣病が課題となる中、「禅＝日本」というイメージを借りたブランドが受け入れられ、臭みのなさや乾燥ゆえの調理のしやすさが普及を後押ししました。

講演の中で中川氏は、「実行することとアイデアを生み出すこと。その積み重ねから、かけがえのない知的財産が生まれる。当社の取り組みを通して、その可能性を伝えられれば」と語りました。



事業フェーズに応じて進化する知財戦略とは？

理念とブランドを軸に知財を育てたトレテスに続き、次に登壇したのは、技術を起点に知財戦略を構築してきた株式会社エレクトロンヴェクシー代表取締役社長／CEOの池内智彦氏です。

同社はワイヤレス電力伝送技術を用いた「埋め込み型ワイヤレス充電（スマートチャージャー）」を事業の柱としています。充電器そのものを販売するだけでなく、家具や空間に機能を実装する点が特徴で、国際会議場の会議机やカフェのデスク、ホテルの客室など、さまざまな場面で採用が進んでいます。



株式会社エレクトロンヴェクシー 代表取締役／CEO 池内智彦氏

池内氏が強調したのは、「事業フェーズに応じて知財の意味は変わる」という視点です。同社は創業期から多段階の知財戦略を展開してきました。

第1フェーズでは、既存の権利化技術の専用実施権を取得する“ライセンスイン”により垂直立ち上げを実行。「スタートアップにとって最大の壁は、初期R&Dのリスクと時間」と語る池内氏は、この戦略によりリスクと時間を圧縮し、製品開発と市場投入に経営資源を集中させました。



続く第2フェーズでは、ライセンス技術に依存せず、模倣困難性とユーザー価値を高めるため、LEDポジショニング機構に関する独自特許を取得。ここで初めて“自社の知財”による差別化が明確になります。

第3フェーズでは、知財を核とした協業とブランディングへ。天然木と充電機能を融合させた飛騨産業株式会社との協業、セラミック天板越しに充電できるラミナムジャパン株式会社との取り組みなど、異業種との組み合わせが実現しました。知財を背景に、大手企業と対等なパートナーシップを築けた点は、会場の参加者にも強い印象を残しました。そして、第4のフェーズとして、現在グローバル展開のための特許網を構築中とのこと。

事業フェーズに応じて知財の役割を組み替えていく姿勢は、弁理士が伴走できる場面の広がりを感じさせる講演となりました。

スタートアップと弁理士の距離を縮めるためにできること

最後は、知財活用ビジネスコンテスト・グランプリを受賞した「腸いいパンツ®」の開発ストーリーです。LUNDATTE 代表取締役社長の木村千瑛氏が、自身の原点から現在までを語りました。

木村氏の出発点は、「お腹が弱い家族を助けたい」という個人的な思いでした。そこから生まれたのが、腸の健康を支える下着「腸いいパンツ®」です。これは、日常に溶け込む“スタイリッシュな腸活”を掲げ、ファッション性と機能性を両立した世界初のハイウエストボクサーパンツとして開発されました。



株式会社LUNDATTE 代表取締役社長 木村千瑛氏

製品の核となるのは、ウエストゴムや縫い目を使わずに「締め付けないのにずれ落ちない」独自構造です。特許出願中の「特殊編み技術」は、部位ごとに伸縮率を最適化して糸を立体的に編み上げ、快適な装着感を実現しています。

講演では、スタートアップにとって“初動の知財”がいかに重要かが強調されました。木村氏が掲げた“力を入れる知財3点セット”は、①商標、②意匠、③特許です。

LUNDATTEが最初に着手したのは商標で、社名と製品名を早期に押さえました。背景には、米国留学中に「デザイナーが持ち込んだスケッチブックを、無断でジュエリー会社がコピーしていつのまにか量産された」という話を繰り返し聞き、アイデアは自分で守る必要があるという認識があったからと言います。



木村氏が商標を取らなくてはと考えていた矢先、ニュース番組出演のオファーが突然舞い込みます。まだ商標取得の知識がない中で、3週間後の収録までに、商標を獲得すべく、さまざまな公的な相談窓口へ駆け込んだそうです。

その後同社は意匠権、特許権の出願へと進みますが、特許の出願を考えているときに「弁理士に相談してみても」と知人にアドバイスされるまで、弁理士の存在を知らなかったそうです。初めて「弁理士」の名前を聞いたとき「“便利”士」だと思ったというエピソードに、会場は笑いに包まれました。

そして講演は、弁理士に向けた問いかけへと展開しました。木村氏は、これまで参加してきた複数のアクセラレーションプログラムの中に、知的財産に関する講座が一度も設けられていなかったことに触れます。会場には、驚きの表情も見られました。

アクセラレーションプログラムには、メンターや伴走支援者が配置され、経営や資金調達、マーケティングなどの支援が行われています。しかし、知財専門家が体系的に関わる機会はまだ限られているのが現状です。

「なぜアクセラレーションの現場に弁理士がいないのでしょうか。スタートアップと弁理士、知的財産との距離は、まだ遠いのが現状です」

弁理士がメンターとして関わることから始めてはどうか――。木村氏の提案は、会場の弁理士にとっても、自らの役割を改めて問い直すメッセージとなりました。

“今までにない価値”の広げかた

最後の質疑応答では、会場と講演者との活発なやりとりが続きました。なかでも印象的だったのが、「“今までにない価値”をどう伝えればよいか」という問いです。三者三様の回答は、それぞれの事業の歩みを映すものでした。

トレテスの中川氏は、こう語ります。

「今までにない価値だからこそ広がる強さがある一方で、理解されにくさもあります。だからこそ、信念をもってやり続けることが大事です。食品ですから、まず食べてもらって『おいしい』と言ってもらえたものに商品の価値があると信じ、それを支えに伝え続けていきます」



エレクトロンヴェクシーの池内氏は、日本市場の難しさに触れました。

「日本では『面白い』という反応は得やすいのですが、購入や導入の段階では実績を求められます。導入例が少ないと不安になりやすく、“今までにない価値”が優位性ではなくリスクと受け取られてしまうこともあります」

一方で海外では「まず試してみる」という文化が比較的根づいていると指摘し、日本では新しい価値であるほどハードルが高くなる傾向があると述べました。

そしてLUNDATTEの木村氏は、発信の力を強調します。

「秘訣は『人前に立つ』こと。創業者としてつらさも楽しさも含めて自分の作っているものの話を包み隠さず

伝えることができます。登壇や発信を続けていると、周囲から『ここで話してくれないか』と声がかかり、そこでの発信がまた商品の認知、さらに購入へとつながるということが多いです」

信念、実績、発信——。アプローチは異なれど、三者に共通していたのは、「価値は伝え続けることで初めて広がる」という姿勢でした。

会場に満ちていた前向きな熱気は、知財が単なる制度ではなく、挑戦を後押しする力であることを物語っていました。知財を武器に前へ進む企業と、それを支える弁理士。その関係性の可能性を改めて感じさせる表彰式となりました。