

中小企業初の“音商標”が呼び込んだ 新たな自社ブランディング

事業内容

1968年設立
OEM商品（各種制御基板組立、各種リモコン製造、他）製造
自社商品（LED表示器、音声POP、福祉介護商品、他）製造・販売

知的財産権と内容

商標第2495821号	HEARTKEY
商標第3285715号	GUNDEN
商標第4423682号	呼び込み君
商標第6608744号	※音商標
意匠第1758610号	広告器

他 商標権19件、意匠権8件、実用新案3件

(2025年7月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



製造部・常務取締役 藤巻 剛さん

独自の発想で違い生み出すアイデア企業

1968年創業の当社は、群馬県みどり市を拠点に産業機器の設計・製造・販売を手掛ける。主な事業は、大手電気メーカーへの各種制御基板の製造・供給を行うOEM事業で、これらの基板はエアコンや自動販売機、給湯器など、様々な機械に組み込まれている。一方で、自社ブランド製品の開発・販売にも力を入れており、『呼び込み君』に代表される店舗集客用の音声POPをはじめ、駅や道路で掲示板として使用されるLED表示器、忘れ物防止タイマーといった福祉介護商品、再生可能エネルギーである地中の熱を利用する地中熱ヒートポンプシステムなど、多彩な製品を手掛けている。自社製品の売上は本業と比較してまだ小さいものの、当社の技術力・製造力・発想力といった強みを打ち出すブランディングに寄与している。

自社ブランド構築のために知財取得をスタート

藤巻常務取締役は、初代の社長より「下請けだけではなく自社のブランドを持ちなさい」という強い指示を受け、自社製品の開発と知財の管理を担当。「ゼロからのスタートだったが、とにかく食らいついていく姿勢を見込まれたのだと思う」と当時を振り返る。そして試行錯誤の末、暗い場所でも車の鍵穴を照らせるLEDキーライトで、初めての知財を取得した。だが、ある

自動車会社から発注を受けた際、依頼のままに自動車メーカーのロゴを入れて製造してしまい、知財侵害トラブルに発展する事態に。藤巻常務取締役は「当社に直接の権利侵害はなかったが、今なら『それはまずいでしょう』と事前に受注を止めるような内容だった」と語り、この件を教訓に、当社はより知財の重要性を認識するようになった。のちに理解ある弁理士との出会いから知識を増やし、商標、意匠、実用新案などの知財取得を推進。さらにINPITの支援も活用したことで、当社に大きな転機が訪れる。

音商標がもたらした新たなブランディング

音声POP『呼び込み君』は、全国のスーパーや小売店で導入されている当社のヒット商品だ。当時の店頭で使われていた録音再生機はカセットテープが主流だったが、カセットテープは毎日使用しているとテープの伸びや不具合が発生し、メンテナンス上の課題があった。こうした中、顧客から要望を受け、カセットテープを使わず簡単に録音再生ができる『呼び込み君』を開発。録音再生機能だけでなく、あの耳に残るメロディーで現在も人気を博している。商品化後、INPITから「『呼び込み君』の「ポポーポポポ♪」というメロディーを商標登録してみてもどうか？」という提案を受けた。音商標の取得によって、メロディーの無断使用に対して、弁護士を介して迅速に対処することが可能になり、

当社の開発したメロディーとして権利を主張できるようになった。さらに、大人気キャラクターや異業界とのコラボレーション企画も数多く舞い込み、ロイヤリティ収益や当社の知名度向上などの恩恵ももたらした。また、商標を取得しているという安心感が取引先からも評価され、交渉もスムーズに進んでいるという。

知財取得における苦悩



そんな当社の知名度と事業展開を大きく広げた『呼び込み君』の音商標だが、取得までには困難もあった。「『このメロディーが群馬電機の商品のものであると、世間一般に浸透していることが証明できないと承認はできない』と、特許庁に申請を何度も却下された」と藤巻常務取締役は振り返る。中小企業による音商標の取得事例がない中で「色々なメディアで商品を紹介してもらった実績を資料にまとめ、審査官面接を繰り返し、2年間かけて取得できた」と藤巻常務取締役が語るように、

様々な苦労を重ねて、中小企業で初となる、歌詞のないメロディーのみの音商標の登録に至った。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ



「まずは自分たちの特徴や強みを把握し、それをいかに知財に結び付けて戦略を考えていくかが重要。知財を活用して企業価値を上げることで、取引の幅が広がっていく」と語る藤巻常務取締役。苦労して取得した『呼び込み君』の商標は着実に当社の認知度向上に寄与しており、アニメやCMでも使用され、お菓子メーカーやプラモデルメーカー、書店など、これまで取引のなかった異業種とのコラボレーションも実現している。藤巻常務取締役は「採用の志望動機では、『呼び込み君』の話が真っ先に出てくる。お客さんだけでなく社員も呼び込んでくれている」と語り、「知財は、当社のようなローカル企業を多くの方に知っていただくための重要なツール。知財がたくさんのご縁を持ってきてくれた」とも続けた。



EMS事業のOEM/ODMが中心だった当社だが、自社商品の開発も積極的に行っている。

『呼び込み君』は全国のスーパーで導入され、そのメロディーは多くの人に愛されている。

知的財産活用のポイント

取引相手の戦略的な取捨選択により 長く世間に愛される商品を目指す

高い知名度を誇る『呼び込み君』には、様々なコラボレーションの申し出があるものの、「例えば、あるスーパーからのCMでの音利用はお断りさせてもらった。呼び込み君は全国のスーパーで利用されているため、特定のスーパーと結びついてしま

うような利用は避けている。他にも、自社のブランドイメージに反するような内容はお断りさせてもらっている」と藤巻常務取締役は語る。「全てのコラボレーションを受け入れるわけではなく、長く世間に愛されるように戦略的な取捨選択を行っている。これも正式に知財を取得しているからこそできる対応」とも続けた。

COMPANY DATA

取材：2025年7月

企業名：群馬電機株式会社 所在地：群馬県みどり市大間々町大間々760 電話番号：0277-73-2417

URL：<https://www.gunmadenki.co.jp> 創業：1968年 資本金：9930万円 従業員：125名

