

職人技と新たな発想を融合した『化粧ブラシ』 「世界最高品質とは」の問いかけに知財が答える

事業内容

1947年創業

化粧用刷毛（メイクブラシ・化粧筆・熊野化粧筆）の開発製造販売

化粧ブラシ関連美容商品（洗顔用ブラシ・ブラシケース・石鹸・櫛など）の開発販売

知的財産権と内容

特許第3806838号	化粧用具、及び、化粧品の収納ケース
特許第4352157号	収納ケース 開口部の開閉構造
実用新案第1337323号	リップブラシの係止具
商標第5030802号	Takeda Brush／竹田ブラシ
意匠第1371686号	伸縮収納式化粧筆

他 実用新案1件、商標権1件

(2025年6月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役社長 竹田 康洋さん

熊野の地で育まれた職人技と独自の発想で 地元初の専門店を開業

江戸時代より筆づくりが盛んな熊野町において、「筆の中でも未開拓の分野を切り開きたい」という先々代の想いから、町内で初めての「化粧ブラシ」専門メーカーとして創業した当社。社内に営業部門を持たない中でも、卸先である商社との情報交換やフィードバックを活かし、消費者のニーズに合わせた独自製品の開発を行ってきた。特に1989年に開発された『ラウンド型リップブラシ』は、筆の素材の中でも最高品質を誇るイタチ毛を100%用いて、当社オリジナルの穂先が特徴的な繊細な動きを可能とする看板商品だ。高品質で魅力的な商品を次々に生み出し、現在はメイクアップアーティスト等へ直販を行っているほか、海外からも高いニーズを得ている。唯一無二の職人技術とセンスは国内でも高く評価され、2011年には当社の化粧筆が「なでしこジャパン」への国民栄誉賞副賞にも選ばれるなどの実績がある。また、3代目となる竹田康洋社長は2005年入社後、時代の流れに合わせて高付加価値化を目指すビジネスモデルを推進し、当社のブランド力向上にも積極的に取り組んできた。

当初から「世界初」を目指し知財取得も意識

「創業者の時代から“世界初の製品を作ること”を目標に開発を行っていたため、権利の保護は念頭に置いていた」と竹田社長は話す。初めて知財を取得したのは、当社オリジナルブランド『ホワイトリリー』のロゴマークだった。当時、先々代のアイデアを基に先代が出願を行った。現在、知財の手続き関係は主に竹田社長が引き継ぎ、取得・活用に取り組んでいる。また、社名でありブランド名である『竹田ブラシ』（Takeda Brush）も商標を取得しているが、普遍的な苗字（竹田）と一般名称（ブラシ）との組み合わせから、当初は専門家に出願が難しいと言われたことも。しかし、長年信頼関係を築く弁理士の力を借り、国内をはじめ、アメリカや中国の国際商標まで取得することができた。この商標は模倣対策にも大いに役立っており、他社の無断使用が発覚した際には速やかに対応している。今後も権利保護の要として活用していく方針だ。

“世界最高品質”の定義づけを支える知財

当社は常に「世界一の品質」「世界初の新しさ」を意識した製品づくりに取り組んでいるが、知財はそれを支える強力な武器の一つである。竹田社長は「感性を重んじる美容業界だからこそ、『品質』の定義を自ら明確化すること、時代や顧客のニーズを柔軟に取り入れながらの継続的な『品質定義の更新』と『積極的な情報発信』が重要だ。そして、私たちのような零細企業にとっては大手企業による出所混同、デザインの模倣的商品展開に対して迅速かつ継続的に対抗するため

の基礎作りも非常に重要だ」と語る。世界基準を目指し、ブランド意識を高く持つ当社だからこそ、時には主流の価値観とは異なる立場をとり、独自の信念を貫く必要があるが、こうした時でも信頼の裏付けとなるのが、まさに知財である。竹田社長は「愛用者が増えるに従い、自然に情報が広がり、製品ニーズに関する情報や類似品・出所混同に関する通報も増えた。知財を軸に据えた情報発信が消費者と製造業者の相補的な情報網の土台として、『竹田ブラシ』というブランドの価値や、唯一性、信頼性を育ててくれている実感がある」とも語った。

知財取得・活用における苦悩



出願書類の独特な表記や文言に慣れるまで、専門家との相談時に内容の理解に苦悩したこともあるという。また、過去に知財を取得しなかったことで後悔した経験がある。1980年代、当社が開発したスライド式携帯用ブラシを模倣され、それが世界に広まってしまったのだ。当社は特

許権と実用新案権の取得を中心としていたが、これを機に意匠権の存在を意識するとともに、知財の多角的な取得、いわゆる「知財ミックス」の重要性を考えさせられたという。今後は、さらに広い観点で知財を捉えた模倣品対策で、戦略的にブランドの地位を守っていく方針だ。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ

注目!

「知財活用が商売を行う上で武器になるということを、今後も当社の実績で示したい」と竹田社長は話す。「知財取得と運用の“実績”そのものが『その能力を持つしっかりとした会社だ』という認識につながっていると感じる場面が結構多い。実際に交渉の場でも、特許や商標などの知財があるからこそ、大手ブランドとも対等に交渉・取引できていると実感している」と続けた。また、「製造業が成立しにくくなっている状況の中でも、しっかりと“勝ち筋”を示すことで自然と知財に取り組む強みを伝えられれば」との展望も併せて語った。



オリジナルの金型開発技術と穂先を施した看板製品『ラウンド型リップブラシ』



世界初“蓋付”携帯用チークブラシで特許を取得



知的財産活用のポイント

社長自らが知財活用含め多様な業務を担当 地域・人・ものづくり、の幅広い視点で励む

当社は少人数体制ということもあり、多様な業務を竹田社長自ら対応している。理系分野を専門的に学んでいた経験も活かし、公式ホームページやECサイト、カタログ制作なども担当・管理を行っているそうだ。また、大学卒業後はベンチャー企業に数

年勤務し、技術から商業面まで幅広いノウハウを身に着けた。こうした視点は社長としてのビジネスモデル構築・推進にも活かされ、「品質の向上」と「売上の拡大」という2つの視点を軸に取り組んでいる。加えて現在は熊野の地における「筆づくり」にも目を向け、技術の継承や若い職人の確保・育成を意識。地域全体のブランド力を牽引するような、製品・技術力を目指し、今後もものづくりに真摯に向き合っていく。

COMPANY DATA

取材：2025年6月

企業名：有限会社竹田ブラシ製作所 所在地：広島県安芸郡熊野町中溝4-8-1 電話番号：082-854-0144

URL：<http://takeda-brush.com/> 創業：1947年 資本金：300万円 従業員：8名 他

