

おかげさまで**3周年**



ホテル親湯 藝科クイジーヌ あすなろ投資顧問 シェリールル はり小町 CACA 満天屋  
 JAPAN TOKYO 星詠み心理カウンセラー 青森みらいベレット 外装リフォーム検査士 ルーダスキア  
 アルテピカ soyoka フエナタウン フエナメゾン tokorox DOGOH SARADEMUNT アストロタ  
 ロット 幸宝堂 Loradoughi 米百俵大学 名刺良品 宇宙終活 ワールドメディカルビューティークリエイター 起業ジム  
 ELSOUL careerAble Torayon 資産経営パートナーズ リモ可愛い 釣りたべ Y NOT EQUAL T ライター組合  
 SUPPLIMANIA ogni giorno コンレボ 自分リードコーチング チュベ・ド・ショコラ 日本ワークショップクリエイション協  
 会 パンケーキデサンド 電材館 からだの声を聴く技術 ieni シロアリ革命 CeBo イノベーターズ・サーチ 煙波致爽 雨月  
 KILVIRUS ライフエナジーコーチ  
 手話ホームステイ step by  
 step as i am teizo 電位手技  
 SENREI BG 骨盤整体 偲  
 び化粧 LOONA みちびと  
 Makinolabs DOY DOY  
 KEBAB 紅鮪 Gany  
 アーユルヴェーダ個性学  
 侍魂 MAGONOTE 最強  
 TEIQ Q-Assist prime  
 mediLink メディックメ  
 ディア 神奈備 CBD 親湯  
 Washoku for All マカド  
 リモート情シス キルウィ  
 ルス 米処 味いちばん館  
 手書き屋 OTOCARE  
 Kamipita 住所検索ハ  
 ザードマップ JULIEA  
 LOOPY スマチエ 楽楽  
 麻雀 Rives e 訓練 夢  
 大地 Honesty Mouth  
 シロアリ安心パック 富山ア  
 イコニック カロトレ なーむく  
 まちゃん工房 デュエットハウス  
 MELLOWER Rosa azul 墨封じ 音のコンパス 相模堂 匠堂  
 SEIKETSU TRACUS 明蜂堂 おくりぐるま beauty 5 senses 在宅ホスピス シャドウワード・リーディング  
 みのりんレギンス おうちで .com 花海 酒蔵美人 KIMO' S HAWAII とらみスイート OKASHIRA 森茶  
 Foodelix ツリーライフサポート クラスライブ NICLEARE 免疫力向上研究所 機動演武 神コーチ  
 ング DOUBLESIKS 芯身美茶 小春六花 ヒビキジアマックス リモキャバ スキンシアクリ  
 ニック お家ラーメン イエラー Sym·credo YVOLAR hymn presente  
 おうち de ストレスマネジメント space palette セルフィーブック スー  
 パーナチュラルカラー 行動者 equ KARANA

## ご挨拶

オンライン商標登録サービス Cotobox(コトボックス)は、2020年11月をもちまして、3周年を迎えることができました。

これもひとえに、お客様、パートナー企業の皆様をはじめ、私たちを支えていただきました多くの方々のおかげです。

これからも、リーガルテック業界の発展に貢献できるよう、より一層の努力をしていく所存です。

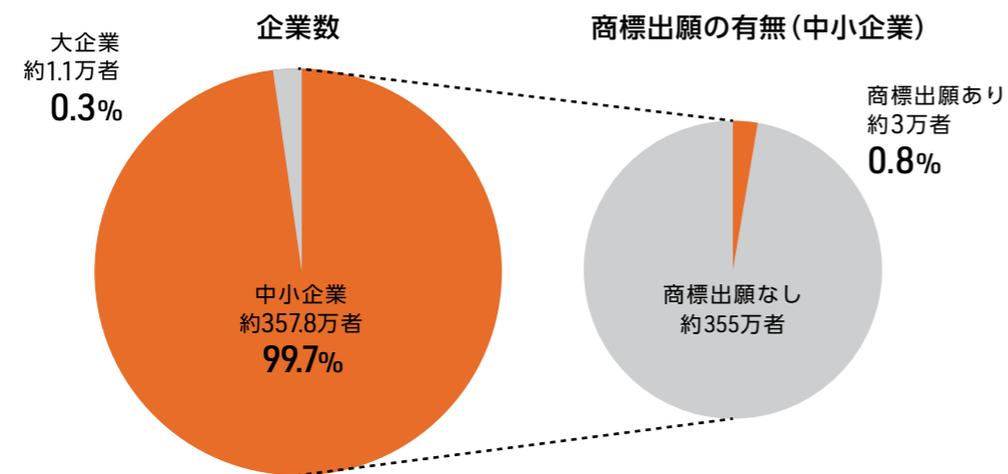
**cotobox株式会社**  
 代表取締役社長 五味 和泰

# 知的財産権をめぐる課題

2020年5月から6月にかけて実施した、当社の実態調査の結果によると、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、SNSやECサイトなどインターネットの活用がより盛んになり、以前よりも商標権侵害に関するトラブルのリスクが高まっていることがわかりました。知財の侵害は、意図しないで加害者にも被害者にもなり得る可能性が高く、私たちはこういったトラブルを防ぎ、ブランド価値を守るお手伝いをいたします。

## 商標出願した中小企業調査

国内の中小企業数は、およそ358万と全企業数の99.7%以上を占めるが、その内、2018年に商標出願した中小企業は約3万者と、わずか0.8%。

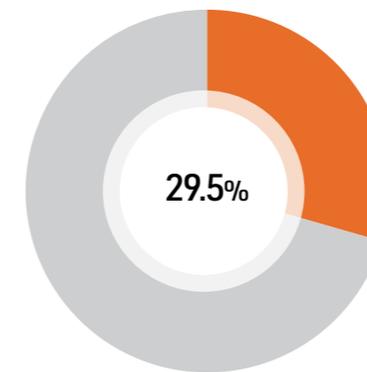


「商標出願した中小企業調査」(特許庁)  
 (<https://www.meti.go.jp/press/2019/01/20200121002/20200121002.html>) を加工して作成

## 実態調査レポート

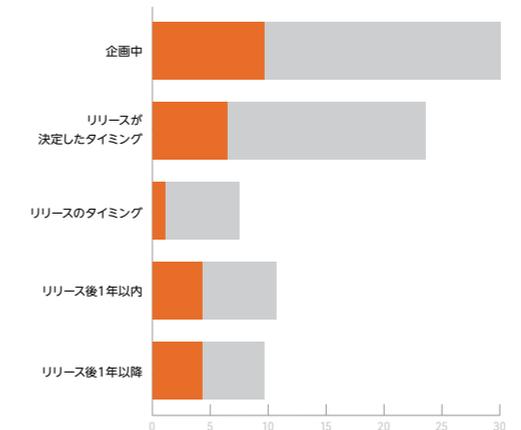
Cotoboxのサービスを利用しているお客様への実態調査を行いました。

Q. 商標のトラブルを経験したことはありますか？



■ はい ■ いいえ  
 商標出願をした方の約3割が商標トラブル経験があると回答。

Q. トラブルの内容は？

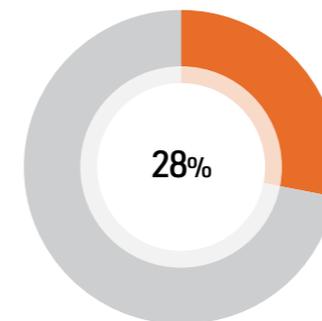


■ トラブルあり ■ トラブルなし  
 「同じまたは類似するブランドを見つけた」と回答する方が最も多く、次に「商標を真似された」という方が多い結果になりました。

## 商標出願時期によるトラブルの発生率

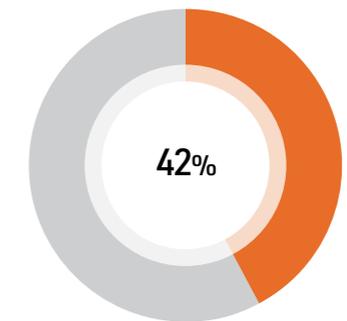
商品・サービス公開前の出願は、サービス開始後の出願に比べてトラブルリスクが14%少ない。

商品・サービス公開前に出願した場合



■ トラブルあり ■ トラブルなし

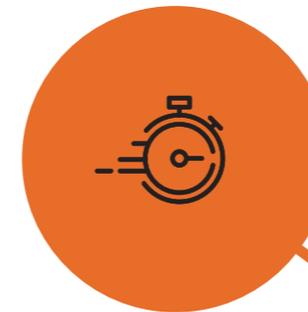
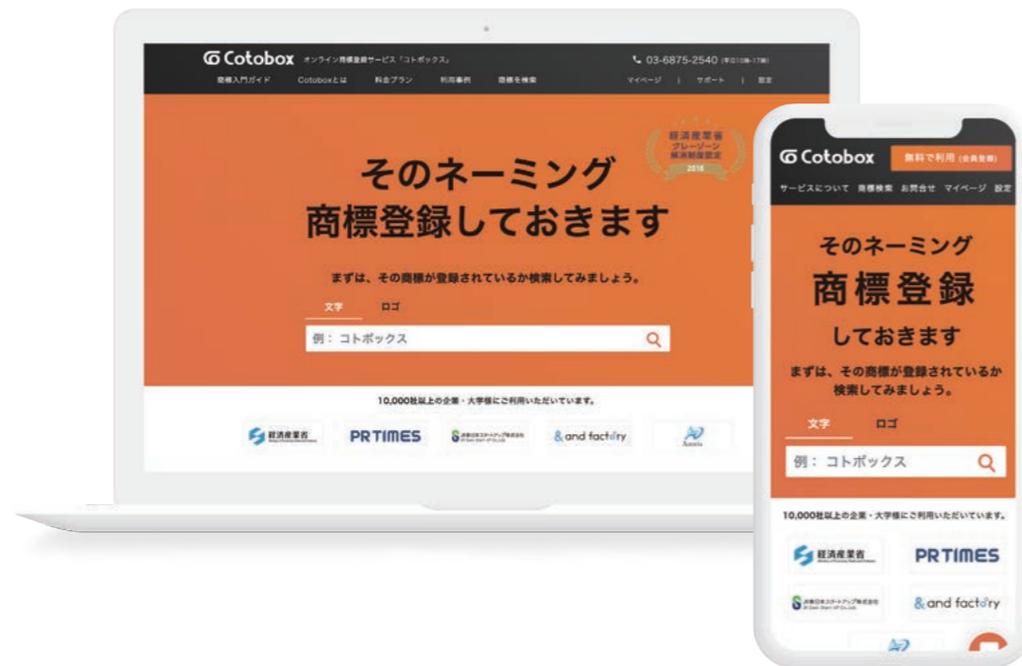
商品・サービス開始後に出品した場合



■ トラブルあり ■ トラブルなし

# Cotoboxが選ばれる理由

「Cotobox」は、専門知識を持たない方でも、簡単に手続きを行えるサービスです。簡単に使えること、手続きがスピーディーに進むこと、安価であることにこだわり、サービスを運営しています。安く、より良いサービスを提供するため、経験豊富な弁理士の知見をディープラーニングなどのテクノロジーに応用し、最大限活用しています。これらの取組と多くの方々のご支援により、様々な業種の事業者様にご利用いただいております。



POINT  
**01**

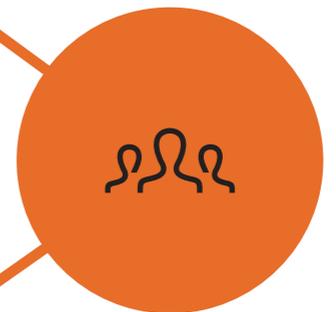
## 安さ+早さ

費用面でハードルが高い商標出願。Cotoboxは、商標出願依頼を最短3分、相場価格の1/4で実現可能にしました。企業規模の大小を問わず、あらゆるビジネスシーンで知財が活用される社会を目指しています。

POINT  
**02**

## 弁理士による専門性の高さ

商標登録は、取得区分の選択など、や商品・サービスの分類が細かく、手続きに専門的な知識が必要とされています。このような専門的事項について疑問点がある場合には、メッセージ機能により弁理士に気軽に相談できます。また、書類作成などの専門性が求められる手続きは、提携弁理士が行い、特許庁に提出するので負担もありません。



POINT  
**03**

## 独自のテクノロジー

商標出願で最も難しいとされる、取得区分や権利範囲の指定を、ディープラーニング技術により簡略化しています。商品・サービスのカテゴリから推測された結果を返すことで、お客様と弁理士双方の負担を軽減します。

# Cotoboxの主な機能

商標の検討から登録、権利更新までをサポートいたします。  
豊富な実績から、商品・サービスの特徴に合わせた対応が可能です。



## 商標の検索

商標、文字画像を指定して  
類似商標を含めた検索ができます。



## 商標管理

出願状況と登録情報を一元管理できます。



## 早期審査オプション

(+30,000円)

通常約13ヶ月かかる特許庁の審査を  
約2ヶ月に短縮できます。



## 弁理士チャット

担当弁理士とのやりとりをチャットに集約

※「早期審査オプション」にはご利用条件があります。

- ・ 第三者が無断で使用(または準備)している場合・ 第三者から警告を受けている場合
- ・ 第三者から使用許諾を求められている場合・ 外国出願する場合
- ・ 既に商標を使用(または準備)している場合

# Cotoboxでの商標出願までの流れ

商標出願まで最短1日で完了。出願から登録までの法律の理解や面倒な手続きは不要。全ての手続きを弁理士が行います。



## STEP1 商標検索

商標登録したい商品名、サービス名で同一商標や類似商標を検索し、商標として登録できるかどうかを調べることができます。デザインが類似したロゴも検索できます。



## STEP2 出願のお申し込み

出願には区分を指定する必要があります。区分は、商品やサービスの内容と権利範囲を示すための項目です。区分を指定し、出願申込み料金のお支払い方法を選択のうえ、お申し込みください。



## STEP3 弁理士による出願準備

特許庁への出願に向けて、Cotobox提携弁理士が出願内容の確認や書類の作成を行います。確認が必要な場合は、弁理士から「弁理士チャット」機能にメッセージが届きます。特許庁への出願は弁理士が行います。



## STEP4 商標登録完了!

特許庁への出願から約13ヶ月後に審査結果がメールで届きます。審査通過後、登録費用を弁理士にお支払いいただきます。審査通過から1週間以内に登録が完了します。後日「商標登録証」がお手元に届きます。

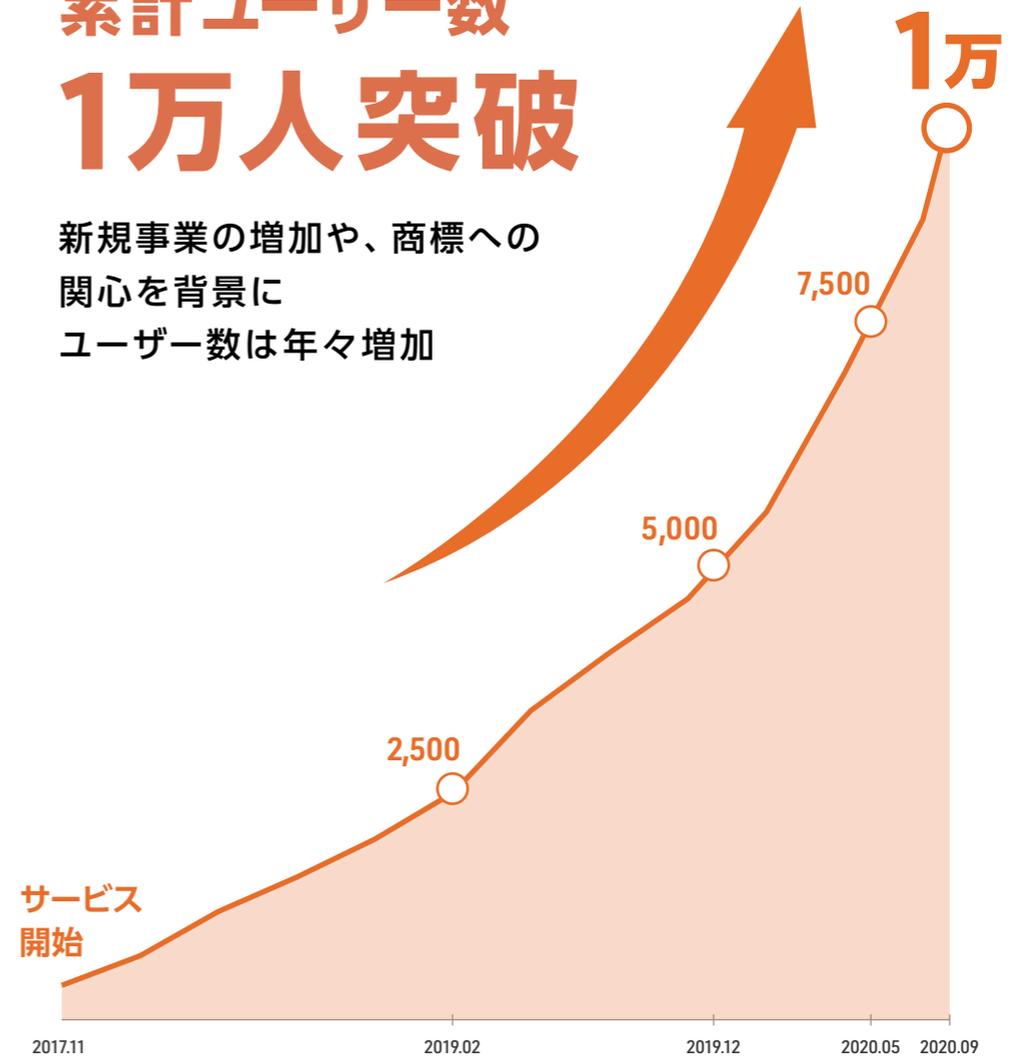
# Cotoboxの歩み

代表の五味がアメリカ留学から帰って来て、ユーザーインタビューを3百人ほど行い、サービス構想を固め、渋谷のシェアオフィスでコトボックスを設立。AI開発に1年半かかりβ版をリリース。その後、サービス改良を幾度と重ね、2020年9月に累計1万ユーザーを達成。

- 2016年 2月 cotobox株式会社設立
- 2017年 9月 日経新聞朝刊に初掲載
- 11月 オンライン商標登録サービス「cotobox」β版をリリース
- 2018年 5月 本社移転
- 10月 経済産業省のグレーゾーン解消制度活用
- 2019年 3月 オンライン商標登録サービス「cotobox」をフルリニューアル
- 3月 テレビ東京 WBS に初登場
- 12月 ユーザー数5千人突破
- 2020年 6月 商標モニタリングサービスをリリース
- 9月 ユーザー数1万人突破

## 累計ユーザー数 1万人突破

新規事業の増加や、商標への  
関心を背景に  
ユーザー数は年々増加





## 代表インタビュー

### cotobox株式会社

代表取締役社長  
五味 和泰

早稲田大学理工学部卒、南カリフォルニア大  
ロースクールを卒業。2005年YKI国際特許事務  
所に入社。2015年、はつな知財事務所を設立し、  
2016年にcotobox株式会社を設立。

# INTERVIEW

— コトボックスのリリース3周年おめでとうございます。3周年  
を迎えてどんなお気持ちですか？

ありがとうございます。もう3年、本当にあっという間でした。  
ひたすら全力で駆け抜けたという感じです。

やりたい事はたくさんあるのに、資金なし、知識なし、人なし  
の三重苦が続きました。サービスをリリースした2017年11月  
時点でも、その年を越せない可能性が90%でしたよ。笑

でも、こうしてユーザー数1万人を達成し、無事に3年間サービ  
スを続けることが出来たのは、本当にお客様、取引先、チーム  
をはじめとした周りの方々のおかげです。

ありがとうございます。

— 激動の3年間だったのですか。そもそも、知財って難解で、普  
段の生活の中では触れることがない分野だと思うのですが、  
なぜこの分野でのサービス開発に至ったのですか？

確かに、身近とは思っていない方々が多いですよ。私は、  
元々、理系出身で建築関係のエンジニアだったのですが、当  
時は知財という言葉すら聞いたことがなかったです。

— 全く別のキャリアスタートですね。何がきっかけで知財業界  
に関わるようになったのですか？

20代後半に差し掛かり、エンジニアとしてのキャリアを見直す  
時期が来たんですよ。20代後半って、社会人として、職場環境  
や仕事の進め方にしても慣れ、今後のキャリアをじっくりと見  
つめ直す方が多いと思うんですが、私も自らのキャリアを考え  
始めていました。

そんな時、当時の小泉内閣が「知的財産立国宣言」、簡単に言  
うと、知財を重視してモノやサービスの高付加価値化を進め  
て産業の競争力を強くしていきましょう!という政策を打ち出  
し、「知的財産」や「知財」という単語がバズワードになってい  
ました。知財の無限の可能性に興味を持ち、手取り早く、知  
財の専門家である弁理士を目指すことを決めました。

— 大きな舵切りですね。この頃から今のようなサービス構想  
や、土業としての独立を考えていたのですか？

いや全くないです。独立したくなかった。

— え、そうなんですか？

私の実家は寿司屋でした。子どもの頃は好景気で割と裕福な  
生活を送ることができたのですが、バブル崩壊とともに、本当  
に悲惨な経験をしました。親戚も自営業が多かったのですが、  
当時は皆生きていくのが必死でした。

そういう経験もあり、絶対に自営業はやりたくないと思ってい  
ました。

なので、独立を視野に入れて弁理士資格を取得される方もた  
くさんいらっしゃると思いますが、私は全く興味がなかったし、  
あくまで特許事務所所属することが目的でした。

資格取ったら一生安泰かなって。実は、超安定志向でしたね。

— 驚きました。その後どういった経緯で今に至ったのですか？

特許事務所働きながら弁理士試験の勉強して弁理士になり  
ました。その後も、もちろん同じ事務所に所属していました。

その間に、アメリカで国際的な知財セミナーに参加する機会  
を頂戴したのですが、英語ができず参加者との会話にも加わ  
れず悔しい思いをしました。その時、弁理士としてのキャリア  
を積むためには英語が必須だと痛感したのです。

海外のクライアントも増えてきた時期でしたし、英語を使いこ  
なせれば、所属事務所でもっと重宝されるとの想いもあり、休  
職願を提出し米国のロースクールに留学することを決意しまし  
た。

— また大きな決断ですね!米国のロースクールでは何を学んだ  
のですか？

米国の法律を体系的に学ぶカリキュラムで、もちろん知的財  
産に関する授業もありました。それまで、知財の実務に関す  
る勉強はコツコツしてましたが、いわゆる法律というものを  
真剣に学んだことはなかったもので、全てが新鮮でした。米  
国の法体系を学ぶ事ができたのはとても楽しく財産となりました。

ですが、留学中に所属事務所の退職を決意をします。

— 何があったのですか!?

友人の紹介で、スタートアップのコミュニティに参加したの  
がきっかけでした。サービスを企画し、ピッチをし、メンター  
からのレビュー……仲間を作って何かを作り上げていくとい  
う過程を肌で感じ、のめり込みました。その後、3ヶ月間のス  
タートアッププログラムに参加してしまいました。

そもそも、ロースクールの勉強だけでも大変なのに、授業を  
そっこのけでサービス開発にのめり込んでしまっって。笑

— そこで生まれたのがコトボックスだったのですか!

いや全然。笑

知財とは全く関係がない旅行サービスを熱心に立ち上げよう  
としていたのですよ。でもセンスがないって言われてプログ  
ラムから落とされました。  
その際に、メンターより「きみは旅行サービスなんか作ってい  
る場合じゃないだろう。自身の得意な専門分野で戦っていくべ  
きだ。」と言われ納得しました。笑

そこからコトボックスの構想が芽生えていきました。

— 日本に帰ってきて、すぐにサービス開発を始めたのでしょ  
うか？

帰国してからは、起業家を対象にニーズの検証を始めました  
が、商標を登録したいと考えている人が想像以上に少ないこ  
とに驚きました。

アメリカだと、サービスを立ち上げる際、ドメインと商標はセ  
ットで取るのが一般的とされているのですが、日本だとそこま  
での浸透がされていません。やはり、知財は難解で身近では  
ないですから、大事なコトと分かっていても見て見ぬ振りさ  
れがちなんですよ。

しかし、その敷居を下げ、誰でも簡単に商標登録できるよう  
になれば、皆がブランドとして価値を最大化でき、商標トラブル  
なども未然に防げるというわけです。

コトボックスの安く・早く・簡単へと繋がってきます。

— コトボックスという会社、サービスを通して、どのような未  
来を作っていきたいと考えていますか？

コトボックスでは「人と知財を結ぶ」と言うミッションを掲げて  
います。

その第一歩として、オンライン商標登録サービスや商標モニ  
タリングサービスがあるのですが、私の中で、ミッションに対  
する達成度はまだ5%くらいです。まずは、コトボックスをもっ  
と多くの方に知っていただき、誰でも簡単に商標登録できる  
コトが当たり前の中の中にしていきたいですね。



— この事業を始めたきっかけはなんですか？

PayPay株式会社は、キャッシュレス決済の普及を目指し、ソフトバンクとヤフーの両社によって2018年6月に設立されました。日本は、現金(紙幣・貨幣)で支払う習慣が根強く、2018年時点でキャッシュレス決済比率は20%程度にとどまっていた。政府がキャッシュレス決済比率を2025年までに40%、将来的に世界最高水準の80%にすることを目指してキャッシュレス化を推進する中、ソフトバンクとヤフーは、日本のキャッシュレス決済の普及を促進し、利用者 と加盟店の双方に利便性の高いサービスを実現するため、2018年10月にキャッシュレス決済サービス「PayPay」を開始しました。

そのほか、2019年からミニアプリの提供を開始し、「タクシー配車」やPayPayボーナスを運用できる「PayPayボーナス」、「PayPayモール」、「PayPayフリマ」など、PayPayは支払う機能から「スーパーアプリ」へと進化を遂げています。

PayPayユーザーはもちろん、あらゆる小売店やサービス事業者にキャッシュレス決済の利便性を提供し、日本全国どこでも安心してキャッシュレスで買い物ができる世界の実現を目指します。さらに、「PayPay」を「決済」アプリから、ユーザーの生活をもっと豊かで便利にする「スーパーアプリ」へと進化させて、「いつでも、どこでもPayPayで」という世界観を醸成していきます。

— 今回、商標出願頂いた「ペイペ」のモチーフや、キャラクター誕生のエピソードがあれば教えてください。



「ペイペ」は既に多くのユーザーに使って頂いている「PayPay」同様、多くのユーザーから愛して頂けるようなキャラクターになるよう願いを込めて作りました。サービス開始時からCMに出演頂いている宮川大輔さんが着用されているデザインのコスチュームを着せてみたり、ところどころで「PayPay」を連想させるよう工夫しています。

— 商標出願をしようと思ったきっかけを教えてください。

超ペイペイ祭という「PayPay」のキャンペーンで、宮川大輔さんとともにキャラクターの起用を検討している段階で、このキャラクターを知財で保護できないか、と相談が来たことがきっかけです。

— コトボックスで出願いただけた理由を教えてください。

迅速な出願手続き、業務効率化、コスト削減が達成できる点です。

近年知財の分野でもDXが進んでいるので、先進的な取り組みをされているところに依頼したいと考えていました。また、PayPay株式会社が出願人となる初のケースであり、スピーディな対応と料金がリーズナブルという視点で探しました。

商標出願を依頼する場合、メールや電話などで問い合わせることから始めると思いますが、コトボックスは、トップページの商標検索画面から、出願予定の商標の入力や指定区分の選択をしていき、不明点があれば専門の弁理士や弁護士にチャットで聞きながら手続きを進めることができます。従来の特許事務所に依頼した場合のコストと比較してリーズナブルな料金が提示されているのも魅力でした。

そのほか、請求書等の事務的なコレスポンスや維持管理を含め全ての業務がシステム内で完結できる点もよいと思いました。依頼人及び代理人双方の事務作業の負担を極力減らし、本来の実体的な業務にリソースを割くことができます。

また、コトボックスの連携知財事務所であるはつな知財事務所は、2020年7月、8月と2ヶ月連続で日本で最も多く商標出願をされたということでした。出願件数が多いということは、それだけ対処パターンやノウハウが蓄積されており、コンサルにも強いのではないか？という印象を持ちました。病院と同じで、症例数が多いところにデータが蓄積され、処置のパターンが整理されているイメージです。また、内外出願及び海外取引の実績が多く、増加傾向という点からもコトボックスがさらに飛躍されるのではと思います。

— 今後、コトボックスに求めるものや、こういった機能があつたらいいと思う事はありますか？

当初権利化を想定しなかったものから、識別力がないものと権利化すべきものとを自動で判別して、依頼人の事業内容に合わせて、権利化すべき商標、指定商品・サービス、国等を提案するようなレコメンド機能があると思いました。

コトボックスは、国内外のリーガルテック系システムとも積極的に提携されているので、今後の新サービスに期待しています。

— 氷室さんにとってブランドってなんですか？

重要な無形資産であると考えています。ブランドを示すシンボルそのものではなく、そこに付帯した価値(ユーザーに安全で便利なサービスを提供する企業イメージ)が重要であると考えています。

当社はより安全で便利な決済サービスをユーザーに提供すべく、世界各国から専門の人材を集め、国際色豊かなチームが日々試行錯誤しながらユーザーのサービス向上に努めています。現在では、インターネットを介して国内外で当社の認知が高まっているように思います。それは喜ばしい反面、獲得した信用を傷つけたり、ただ乗りしたりして当社のブランドが毀損されるリスクも増えたといえます。企業努力によって培われた信用を保全すべく、PayPayのブランド管理についてはグループ会社の連携を強化しているところです。グループ会社、PayPay社員一丸となって、サービスの質の向上に努めますとともに、ユーザーの生活をもっと豊かで便利にする「スーパーアプリ」へと進化させていきたいと思っています。

氷室 詩乃 様

PayPay株式会社  
コーポレート統括本部 法務・リスク管理本部  
法務部 弁理士

東北生まれ。  
コンピュータサイエンス学部ハードウェア学科卒。慶州大学院修士課程を修了し帰国後、海外のベンチャーや大手キャリアのスマートフォン関連技術及び市場調査に携わる。その後、作家アシスタントとして執筆講演活動の補佐業務に1年間従事し、弁理士を目指して上京。弁理士試験合格後、都内特許法律事務所の特許弁理士として主に米欧中のグローバル企業のソフトウェア関連技術(ブロックチェーン、AI、バイオメトリックス認証、自動運転等)の特許権利化業務に従事。現在は決済金融サービスを展開する企業にて法務知財を担当している。

## 導入事例

# 株式会社 TOUCH TO GO 様



### 一 御社の事業のことを教えてください。

「TOUCH TO GO(タッチトゥーゴー)」は、いわゆる無人決済コンビニです。入店から商品を選び、決済に至るまで全てをシステムで管理して、完結させています。

私は、JR東日本に入社後、系列のコンビニで店長をやっていた時に人手不足に悩まされました。アルバイトの方が少ない時はお手洗いにいく時間すら取れないくらいです。その時、どうかかしないとイケないという強い問題意識を持ったのが、この事業を形にするきっかけになりました。この事業を通して、人がやらなくてもいいことは、人がやらない社会を目指していきたいと考えています。

今後、人口減少が予想される中、「欲しいものが欲しい時に手に入る」という今の豊かさを維持することが、とても難しいと言えるでしょう。そのような事態をテクノロジーの力で変え、人手不足であっても豊かな社会を作りたいと思います。

### 一 サービス名の由来を教えてください。

交通系電子マネーのイメージで、タッチしてスムーズに出られるところから来ているネーミングです。2018年に実証実験した時からこのネーミングでやっていて、今も変えていません。アルファベット3文字TTGという愛称でも親しまれています。

スムーズにお買い物できるという意味を込めて、一筆書きでデザインされています。また、色に関しても、サービスが完全に無人ということで、お客様に見て欲しいサインや案内などにしっかり注目が集まるように、目に止まりやすい明るいイエローを採用しています。

### 一 商標出願をしようと思ったきっかけを教えてください。

以前、商標トラブルを起こしてしまった事例があったので、サービスを作ったらまず商標を取るというのは当たり前の認識でした。やはり、この「TOUCH TO GO(タッチトゥーゴー)」も同一商標が既に出願されておりヒヤリとしました。サービス名がメディアに取り上げられ有名になってから、商標出願を考えたのでは遅いと感じています。

### 一 コトボックスで商標登録をお申し込みいただけただけ理由を教えてください。

知人の紹介でコトボックスのサービスを知りました。私たちのチームには、特許に詳しいメンバーはいなくても、ネーミングなどの商標に詳しいメンバーはいなかったため、その点をライトに相談できるというのはとても良いサービスだと感じ、利用しました。

どうしても、従来の特許事務所だと相談ハードルが高く、相談したらその場で商標出願を依頼しないとイケないような印象がありますが、その点コトボックスは、オンラインで簡単に検索、相談できるのでとても良かったです。

中でも、チャットでスピーディーにやり取りできるのは魅力です。

また、提携の弁理士に、スムーズに商標登録ができなかった時や、類似するものがあつた際の戦略的な対応までサポートしてもらえたので、ライトな部分から知財の深いところまでコトボックスで完結できたのが良いと感じました。

### 一 阿久津さんにとってブランドってなんですか？

ブランドは、自分たちが立ち返る場所であり、お客様に触れてもらうものでもあります。すなわち、企業の根幹です。

例えば、後になって商標が使えない、取れないとなった場合、今まで作ってきたものをゼロから作り直さないとイケない訳ですよね。

その観点からも、商標登録はとても大切なことだと思っています。



阿久津 智紀 様  
株式会社 TOUCH TO GO 代表取締役社長  
JR 東日本スタートアップ株式会社マネージャー

1982年、栃木県生まれ。2004年 JR東日本へ入社。駅ナカコンビニ NEW DAYS の店長や、青森でのシールド工房「A-FACTORY」、JR東日本グループの共通ポイント「JRE POINT」の立ち上げ等を経て、2017年にベンチャー企業とのアクセラレーションプログラム「JR東日本スタートアッププログラム」を立ち上げ、2018年2月にJR東日本100%出資のコーポレートベンチャーキャピタル「JR東日本スタートアップ株式会社」の設立を担当。現在、出資業務とプログラムの運営を担当。  
2019年7月にサインポスト ㈱とのJV ㈱ TOUCH TO GO の代表として会社設立し、2020年3月に高輪GWで無人AI決済店舗を開業。現在、省人化のシステムソリューションの開発をおこなっている。

## 導入事例

# and factory株式会社 様



### 一 御社の事業のことを教えてください。

and factoryはSmartphone APP事業とIoT事業をメインでやっています。

Smartphone APP事業はマンガアプリを軸に、出版社さんと直接連携して、各出版社さん専用のマンガアプリを作っています。他にもゲームの攻略アプリや、創業時はツール系のアプリなども多数リリースしました。

IoT事業は、「&AND HOSTEL」という簡易宿所の開発運営や、客室内の電気やエアコンなどの設備の動作、宿泊予約、利用者からの問合せなどをタブレット一台で管理できる客室タブレットサービス「tabii」など、宿泊施設向けサービスを提供していることに加え、賃貸不動産領域でもサービス提供をしています。

### 一 マンガアプリとホステル。全く違う事業に感じますが、その2つに取り組みされている理由はなんですか？

当社の事業は、スマートフォンやITを様々な業界に持ち込み、より便利なライフスタイルを消費者に提供することでビジネスを創造することがベースとなっています。資産として持っている「IT」のジャンルはブレませんが、領域にとらわれないで事業を拡大しようというのが方針です。

### 一 なるほど。その方針にも繋がってくると思いますが、御社のバリューについては是非教えてください。

当社では、失敗を恐れない「CHALLENGE」、まずやってみる「SPEED」、妥協しない「QUALITY」、気を配る「TEAM PLAY」、という4つのバリューを掲げています。誰でも理解しやすく、理解し実践するまでに取り入れやすく、当社の文化を作るベースとなっています。

### 一 会社名の由来を教えてください。

「日常に&(アンド)を屈ける」その「&」を作る工場(ファクトリー)という意味で、and factoryという社名となりました。

特別なものを作るのではなく、皆さんの日常に付加価値をつける物を作っていきたいという意味が込められています。

### 一 商標登録をしようと思ったきっかけを教えてください。

上場準備を進める中で、自社サービスの商標が登録されているか、商標権としてきちんと管理しているかなどの監査があり、自社状況を見直したのがきっかけでした。

### 一 コトボックスで商標登録をお申し込みいただけただけ理由を教えてください。

当初、別の弁理士さんに商標登録を依頼していたのですが、日経新聞の記事をきっかけにコトボックスというサービスを知り、利用を始めました。

サイトも見やすく、オンラインで完結できることが魅力だと感じています。また、コトボックスを利用すると、出願から登録まで提携している弁理士さんへ依頼出来るので、これまでに20件以上の商標を出願しました。

私自身、知財に関する専門知識が全くなかったため、どの範囲まで取ればいいのか、区分はどうすればいいのか等をチャットで相談できるのはとても良かったです。

### 一 蓮見さんにとってブランドってなんですか？

サービスの内容や想いをひと目でわかるようにしたものでかか。

字体、デザイン、発音、すべてがブランドという一体になって、会社やサービスを表現するものだと思います。



蓮見 朋樹 様  
and factory株式会社  
取締役 公認会計士

商学部大学を卒業後、公認会計士試験に合格。2006年から約10年間監査法人にて会計監査、IPOコンサルティング、IT監査などを経験。2016年4月上場準備中のand factoryに入社。監査法人時代の様々な会社を見てきた経験と会社組織全般にわたる知見を活かし、上場に向けた管理業務の整備などに従事。2018年9月に東証マザーズへ上場、2020年2月に東証一部へ指定替えを行う。2019年11月より管理部門の管理取締役就任。

# MEDIA

—



# 会社概要

—

## cotobox株式会社

### 設立

2016年2月

### 事業内容

Cotoboxの開発・販売、商標業務 DX導入支援、知財情報提供及びコンサルティング、それらに付帯する事業の企画・開発・運営

### 代表取締役社長

五味 和泰

### 所在地

#### 三田オフィス

〒108-0073 東京都港区三田 3-1-23

#### 恵比寿オフィス

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿 1-18-5 アルカサル B01

### 役員(2020年11月1日現在)

代表取締役社長 五味 和泰

社外取締役 古谷 誠

お問い合わせ

Mail : [contact@cotobox.com](mailto:contact@cotobox.com)  
Tel : 03-6875-2540 (平日 10:00~17:30)  
URL : <https://corp.cotobox.com/>

お問い合わせフォーム

