

muiボード(第1世代、第2世代)

会社名 mui Lab株式会社
 所在地 京都府京都市中京区夷川通柳馬場東入俵屋町295-1
 従業員 24名
 資本金 50百万円
 売上高 非公開
 業種 スマートホーム向けプラットフォームとデバイスの開発・販売



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- 海外事業展開、事業戦略の構築、検討。
- 保有知的財産のブランド戦略への活用と今後の知財戦略の構築。

支援を受けてできるようになったこと

After

- 重点展開国としてUSAを選定、進出分野をスマートホーム領域として策定。
- 海外市場が対象のクラウドファンディングでテストマーケティングを実施。300台、16万USドルを超える支援を獲得。(前回比較で150%の売上増)
- 事業戦略部門での知財理解が深まり、「Calm UI」の商標取得、企業、プロダクトブランド戦略へ反映した。

今後の事業展開の展望

Future

- 海外事業推進のスピードアップ。
- 海外サプライチェーン構築、海外販路構築。
- 商標「Calm UI」を活用したプロダクト、サービス戦略の実行。

重点支援を受けた事業や商材

未来の暮らしに溶け込み馴染むスマートホームコントローラー。

muiボード



muiボードは、シンプルなデザインでインテリアに馴染むスマートホームのコントローラーです。複雑なホームIoTをシンプルに一括制御、デジタルプロダクトでありながら、余白のある「Calm UI」のデザインやメッセージボード機能などにより、ウェルビーイングな家時間をもたらします。



重点支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
知財・ブランドを踏まえた新しいビジネスモデルの検討	現在のビジネスモデルを再整理し、今後の進出分野、進出国、事業モデルなどを検討策定する必要がある。
販売マーケティング戦略	競合他社の動向やユーザーニーズ、POC(概念実証)プロジェクトから得られる市場動向やデマンドチェーンの解析を今後のビジネスモデルに活かす必要がある。
知財戦略	国内外知財取得戦略、オープンクローズ戦略など今後の事業全体を見た知財戦略を構築する必要がある。
ブランド戦略	定性的価値を言語化、数値化しグローバルに通じるブランド価値を構築する必要がある。
契約・ライセンス戦略	国内外における契約の考え方の相違やリスクなど契約全般に対する知識を深め、ライセンス戦略を策定する必要がある。
知財管理体制の確立	今後の事業戦略、ブランド戦略、知財戦略のすべてに知財管理体制を組み込んでいく必要がある。



重点支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
知財・ブランドを踏まえた新しいビジネスモデルの検討	<ul style="list-style-type: none"> 国内のプラットフォーム戦略に対し、海外は、mui ボード販売戦略に絞る事で整理を実施した。 顧客への提供価値と対価への理解が進んだ。 	弁理士・企業OB
販売マーケティング戦略	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング観点でも特許出願を活用する方針を決定。戦略的な特許出願を実施した。 「Calm UI」の商標取得を実施した。 	弁理士・企業OB、大学教授
知財戦略	<ul style="list-style-type: none"> 開発期間から製品販売開始までに知財戦略を実施し、特許、意匠などの知財の権利化を実現した。 事業戦略における知財戦略位置付けを理解した。 	弁理士・企業OB、弁護士、大学教授
ブランド戦略	<ul style="list-style-type: none"> 事業戦略部門において、知財に関する理解が深まり、ブランディング等へ活用した。 	弁理士・企業OB、弁護士、大学教授
契約・ライセンス戦略	<ul style="list-style-type: none"> 知財に関する条項について契約への反映を行った。 	弁理士・企業OB、弁護士
知財管理体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> 業務発明、自由発明など知財管理体制構築を実施した。 	弁理士・企業OB

支援チーム紹介

リーダー専門家:弁理士・企業OB 加藤 泰助
 活用専門家:弁理士、弁護士、大学教授
 知財総合支援窓口担当者:京都府知財総合支援窓口 中里 兼次
 PO(プログラムオフィサー):大野 茂