

食品・飲料・医薬品



丸共バイオフーズ株式会社(北海道)
SANSHO株式会社(東京都)
コスメディ製薬株式会社(京都府)
中野BC株式会社(和歌山)
ブリリアントアソシエイツ株式会社(鳥取県)

株式会社島ごころ(広島県)
株式会社藤い屋(広島県)
株式会社沖縄ウコン堂(沖縄県)
株式会社ファッションキャンディ(沖縄県)

01

丸共バイオフーズ株式会社 (北海道)

北海道産の天然魚をもとに大学との共同研究により、機能性食品を製品化

食品・飲料
医薬品

きっかけ

将来の会社経営を見据えて高付加価値化のため新たな取組に着手し、魚(カスベ)の未利用部分を有効活用した技術を開発して特許出願。

親会社である丸共水産株式会社では創業以来水産加工業を営んできたが、社長は将来の経営を見据えて高付加価値化の新たな取り組みをしたいと考えた。

当時、稚内市で水揚げされたカスベのヒレ部分だけが市場に流通して、胴体部分などが大量に廃棄されていた。そこで社長は、**カスベの未利用部分の有効活用に着目し**、釧路水産試験場に相談をしたところ、鮭の鼻軟骨からコンドロイチン硫酸を分離・精製する技術をカスベの軟骨にも応用ができる可能性があるとして、研究開発が始まった。

釧路水産試験場や工業試験場、北海道大学とともに、外部資金も活用しながら本格的に研究開発を進めた結果、カスベの軟骨を原料として得られる「コンドロイチン硫酸の製造方法」を確立し、バイオベンチャーである丸共バイオフーズ株式会社を立ち上げた。その後さらに研究を進め、「コンドロイチン硫酸カルシウムの製造方法」を確立し、2005年に本技術に関する特許を出願して権利化に結びつけた。

取り組み

大学との共同研究で新たな生産技術を確立し、共同出願をして特許権を取得。

従来動物軟骨から得られるコンドロイチン硫酸やヒアルロン酸などの多糖類は分子が大きく、ヒトの消化管では吸収されにくい点が課題とされている。同社は、本課題を解決するために、**北海道**



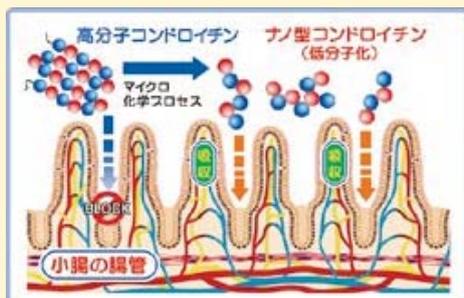
カスベ軟骨



ナノ型コンドロイチン



糖鎖オリゴマー専用の最新型スプレードライヤー



立総合研究機構、北海道大学と共同開発を進め、国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構の補助も受けながら、多糖類の分子結合を切断する「マイクロ化学プロセス処理技術」を研究開発し、糖鎖オリゴマーの**大量生産技術を確立**した。

同社は本技術について、他社の模倣を防ぐ目的で、**2013年に共同出願を行い、特許を取得**している。

糖鎖オリゴマーは関節炎治療、抗炎症作用、ロコモティブシンドローム改善などに効果があり、医薬品、機能性食品、化粧品などへの活用が期待されている。

なお、本技術は2013年度の北海道新技術・新製品開発賞「食品部門大賞」を受賞している。

成果

特許を取得した製法を用いた機能性食品の本格生産を開始。特許を強みにして製品の市場拡大を目指す。

2017年に同社に札幌ファインケミカル研究所を設立して、糖鎖オリゴマーの本格生産を開始し、「超吸収性ナノ型コンドロイチン」を製造販売している。本商品は消費者に安心して購入してもらえるよう、パッケージには商標登録をしている自社のマークに加えて、北海道大学のロゴマークも認可を受けて掲載している。

「超吸収性ナノ型コンドロイチン」をはじめとするB to Cの商品は、流通にかかる費用を抑えて消費者が購入しやすい価格設定とするため、インターネット販売を主としている。

同社は、今後も糖鎖オリゴマーの持つ機能性を探究し、新たな機能性食品や医療用素材の研究開発を進めながら、新たに保有する特許や技術を強みとして、食品メーカー等、B to Bの原料供給などの事業展開を視野に入れ、安定した経営を目指していく。

企業概要

丸共バイオフーズ株式会社は、北海道産のカスベ（ガンギエイ）、ホッケ、タラなどの天然魚を原材料として、北海道産・完全無添加にこだわった機能性食品を製造・販売している。カスベの軟骨から抽出した「コンドロイチン硫酸」について、ヒトの消化管における吸収性を大幅に高めた製造技術を開発して特許を取得し、本技術を用いた機能性食品を主力商品としている。

Data

名称 丸共バイオフーズ株式会社
代表者 代表取締役 宮本 宜之
所在地 北海道稚内市中央4丁目18-18
資本金 1,000万円
従業員数 7名

事業内容 無添加健康食品、化粧品の製造販売
電話番号 0162-23-4055
URL <http://www.mbf-net.com>

知財担当者の体制 知財に関する業務は、社長1名が担当している

きっかけ

大学教授が発見した新規物質を基にして、新たな治療薬を開発するために起業を決意。「規模の小さな企業では特許などの知的財産権が命である」

創業者である諸星社長は、以前に大手化学メーカーの医薬事業の担当者として勤務していた経験があり、当時の海外での模倣品被害などを通じて、事業化を進める上では知的財産権を取得することが必須であると考えていた。

環状ホスファチジン酸(cPA)は、お茶の水女子大学の教授が発見した新規生理活性物質であり、癌の治療薬として研究が進められていたが、諸星社長は「変形性膝関節症にこそ有効な物質なのではないか?」と考え、環状ホスファチジン酸(cPA)の研究成果を基にして変形性膝関節症治療薬を開発することを決意し、同社を起業した。「規模の小さな企業では特許などの知的財産権が命である」と考えており、特許を取得・活用して事業を行う方針としている。

取り組み

起業後は大学と共同研究を行いながら特許網の構築に注力。また、大学との共有特許はライセンス権の設定を行い、事業運営に支障が出ないようにしている。

環状ホスファチジン酸(cPA)を基にした変形性膝関節症治療薬等に関する特許網の構築を図るため、起業後はお茶の水女子大学と共同研究を行い、特許網の構築に注力した。

現在、環状ホスファチジン酸(cPA)を基にした化粧品の新規物質に関する特許や、変形性膝関節症の治療に用いる新規物質に関する特許を取得しており、**大学との共有特許に関しては、専**



環状リゾホスファチジン酸Na
(化粧品原料)

環状ホスファチジン酸(cPA)の事業

医薬品事業

- ・変形性関節症
- ・アレルギー
- ・癌
- ・感染症

ヘルスケア事業

- ・スキンケア
- ・スカルプ
- ・機能性表示食品

用実施権やサブライセンス権の設定等を行い、事業運営に支障が出ないようにしている。

海外でも医薬品や化粧品を製造販売することを視野に入れて、米国・欧州・中国・台湾などに特許出願をしており、事業を行う上では商標権も重要であるため、海外の多数の国で商標出願をしている。また、技術の一部は公開せずにノウハウ化して模倣対策をしている。

出願手続等の特許管理は、社長と知財に経験のある非常勤社員及び特許事務所が行っている。また、お茶の水女子大学内に寄附研究部門を開設して研究者を配置することで、定期的に研究の進捗等について打ち合わせを行っている。

成果

化粧品原料のOEM生産の契約時に特許を取得していたことが役立った。また、医薬品の開発では海外の企業と特許ライセンス契約を締結してロイヤリティ収入を獲得している。

同社は化粧品事業で得た収益を基にして医薬品事業を実施しており、化粧品事業では、化粧水などに使用する新規成分の特許を取得して、同成分を使用した化粧品原料をOEM生産して販売している。**大がかりな設備を整えることが難しいベンチャー企業がOEM生産を利用したビジネスを実施する上で、自社で特許を取得していたことが役に立っており**、これまでに国内外の20社を超える化粧品会社と提携や販売等の契約をして化粧品事業を展開している。OEM生産の契約時に相手企業側から自社が持つ特許に関して詳細な確認があり、特許を取得していたことが契約時の重要な要素となった。医薬品事業に関しては、変形性膝関節症の治療薬の開発に取り組んでおり、非臨床試験段階から海外の製薬メーカーと特許ライセンス契約(マイルストーン契約)を締結して、製造販売前であっても開発段階が進むごとに収入が得られるようにしている。現在、ライセンス収入は同社売上高の半分程度を占めており、通常、医薬系ベンチャー企業はベンチャーキャピタル等からの出資を受けることが多いが、同社は出資を受けることなく経営の独立を保っている。現在、海外での臨床試験等を進めている段階であり、医薬品の製品化に向けて取り組んでいる。

企業概要

SANSHO 株式会社は、お茶の水女子大学教授の研究成果等を基にして、変形性膝関節症治療薬の研究開発や化粧品原料の製造販売をしているベンチャー企業である。環状ホスファチジン酸 (cPA) を基にした研究開発を進めながら、これらの成果を特許化し、現在、国内外のメーカーと連携しながら、化粧品原料の製造販売や治療薬の製品化を進めている。

Data

名称	SANSHO株式会社	従業員数	10名
代表者	代表取締役社長 諸星 俊郎	事業内容	医薬品・医薬部外品・化粧品等の研究、開発及び化粧品製造販売
所在地	東京都中央区日本橋1-2-10 東洋ビル5F	電話番号	03-5203-0715
資本金	3,475万円	URL	http://sanshopharma.co.jp/index.html

知財担当者の体制 知財担当者が1名常勤し対応

きっかけ

研究成果を知的財産権で保護することは重要との認識から、世界で初めて製品化に成功したマイクロニードルの特許を取得。

同社の社長は以前に大手化学メーカーで研究者としての勤務経験があり、当時から研究成果を知的財産権で保護することが重要であると考えていた。同社の製品であるマイクロニードルとは、数ミクロン単位の微細な針を剣山のように配列したものであり、概念自体は20世紀後半に海外において報告されていたが、製造が困難であり、費用もかかることから製品化には至っていなかった。同社は開発から2年の歳月を経て、2008年に**ヒアルロン酸やコラーゲンなど皮膚に有用な成分を皮膚に直接注入して浸透させるマイクロニードルの化粧品を世界で初めて製品化して特許を取得**。このことから、知的財産権については、「新しい技術の開発を行う企業にとって、開発活動と知的財産権活動とは一体である」とも考えている。

取り組み

海外でも製品を製造販売することを視野に入れて、海外へも特許や意匠、商標出願をし、技術の一部は公開せずにノウハウ化。

マイクロニードルは、同社にとって重要な技術・製品だが、その他にも経皮吸収をキーワードにした粘着剤や測定装置を開発して特許を取得している。起業当初は他社との共同出願が多かった



マイクロニードル



ヒアルロン酸マイクロニードルの技術応用品



研究開発風景

が、現在は、自社のみでの出願が増えており、小さな改良でも特許出願するようにしている。

海外でも化粧品や医薬品を製造販売することを視野に入れて、米国・欧州・中国・韓国などに特許出願をしており、意匠や商標についても海外の複数の国で出願している。また、技術の一部は公開せずにノウハウ化して模倣対策を行っている。

出願手続等の特許管理については、主に発明者である社長が明細書を作成しており、国内出願手続きは自社で行う一方で、外国出願や競合他社の出願動向調査などについては、同社の開発・技術状況等を理解している弁理士を顧問として活用している。

成果

保有する特許を活用して大手企業とライセンス契約を締結し、ロイヤリティ収入を獲得しながら、研究開発及び製品化を進めている。

同社では、マイクロニードルを用いた化粧品事業や、医薬品事業でのライセンス収入等による収益を基に、経皮吸収に関する研究開発を行っている。

化粧品事業では、自社で化粧品を製造・販売するだけでなく、他社にOEM供給も行っている。**医薬品事業では、保有する多数の関連する特許をもとに、共同研究等を通じて信頼関係を構築した大手メーカーと独占ライセンス契約を締結**している。製品化の前でも開発段階ごとに収入が得られるようにしており、得られたライセンス収入によりマイクロニードルの医薬品の製品化を大手企業と共同で進めている。

企業概要

コスメディ製薬株式会社は、経皮吸収に関する技術開発を行いながら、マイクロニードルによる化粧品の製造販売並びに医薬品の開発を進めているベンチャー企業である。

Data

名称	コスメディ製薬株式会社	事業内容	医薬品・医薬部外品・化粧品等の研究、開発及び化粧品製造販売
代表者	代表取締役 神山 文男	電話番号	075-950-1510
所在地	京都府京都市南区東九条河西町32	URL	http://www.cosmed-pharm.co.jp/
資本金	3,000万円		
従業員数	83名		

知財担当者の体制 知財の専任担当者は置かず、社長や社員が兼務して対応

きっかけ ▶ 手痛い失敗を契機に、知的財産権の重要性に気づく

同社は若い酒蔵でありながら、「長久」や「富士白」といった銘柄で商標を取得し、地域ブランドとして育ててきた。一方で、特許に関しては出願・登録件数も多くなく、製造方法などは自社のノウハウという認識でしかなかった。

そんな中で、大企業からの問い合わせに対応して営業活動をする際に、**自社技術の情報が他社へ伝わり、先に特許権を取得され、さらにその企業から権利侵害を警告されたという苦い経験をする。**この経験から、知的財産権の重要性を痛感すると同時に、自社技術が特許になり得るものだと認識し、知的財産権の管理・取得に力を入れるようになった。

また、若手女性で構成するチームが商品企画に携わるようになり、商品名が洗練されるとともに、ラベルのデザイン性が向上した。それに伴い、文字商標だけでなく図形商標の出願も増えてきた。

上記のような失敗の経験とチームの新規編成等によって、知的財産権を積極的に取得しようとする考えが醸成されてきた。

取り組み ▶ 外部から取り入れた知財の知識を自社の技術の戦略的な権利取得と組織体制の整備に生かす

わかやま産業振興財団の専門家派遣事業を利用し、弁理士の派遣を月に1回受けて、社内研修を実施する中で、「J-PlatPat」等を用いた先行技術文献調査の検索方法、他社権利の侵害防止のチェックポイント、明細書の基本的な記載方法、パテントマップ作成方法などを総合的に学び、自社内で知財関連業務がある程度できるようになる下地を作った。また、**新たに知的財産権に関する課題が生じた場合には、その都度、知財総合支援窓口を利用して専門的なアドバイスを積極的に取り入れている。**また、新入社員には、特許庁・INPITが実施する初心者説明会等の知



青みかんとじゃばらを用いた
健康食品 **アトピタン**



梅100%の丸剤 **梅真珠**



中野BC(株)の **酒類**

財セミナーに出席させて、知財に関する知識を社内に蓄積できるようにしている。

これらの機会に取り入れた知財に関する知見は社内の知財関連業務に生かしており、例えば、研究開発を進める中で基盤技術となり得る重要な研究成果と判断した場合は、外部の弁理士事務所のアドバイスも受けて権利範囲が広がるように議論しながら内容を精査し、経営層の判断を得た後に出願している。

知財関連業務の組織体制としては、研究所所長をリーダーに別途2名の知財担当者（他業務と兼任）を配置しており、社内の出願案件の対応をはじめ、大学との共同研究における交渉や海外出願（主に商標）なども手分けして役割分担している。なお、研究所に在籍する6名の研究員が自らの研究内容について「J-PlatPat」等を用いて先行技術文献調査し、特許明細書の原案を作成しており、重要度の高い案件は外部の弁理士を活用しながら対応する体制としている。

成果 自社技術の強みを活かしつつ、産学連携を起点に新分野進出に積極的に取り組む

日本酒、梅酒、焼酎をはじめとする酒類の製造販売を行うだけでなく、和歌山県工業技術センター、和歌山県立医科大学などの和歌山県内の研究機関のほか、(独)農研機構、(独)産総研、中部大学、石川県立大学など、県外の研究機関とも幅広く共同研究を実施している。その中で、和歌山県産の南高梅を使用した梅エキスや、和歌山県産の青みかんや青柿を素材とした健康食品など、**和歌山県の特産物を生かした酒類・健康食品の開発を行い、産学連携による研究成果を具体的に事業化している**。とりわけ、青みかん、じゃばらの2種類の柑橘を用いた「アトピタン」は、体感できる健康食品として広く愛されている。この商品は、各柑橘粉末を混合することで有効成分の溶解度を上げ、吸収性を向上し、抗アレルギー効果を高めたものである。

また、副原料を使わない梅100%の梅エキス丸剤「梅真珠」は、健康志向の高い顧客に受け入れられ、発売10年を経過してもなお、人気を博している。同社の中野幸治社長は、「祖父の想いで立ち上がった酒蔵。そして酒蔵から地域資源を活かす地元貢献企業へと、他社に出来ない技術・研究開発を進めてきました。これからも和歌山を、そして日本、世界に向けて、技術で光る企業を目指していきます」と話している。

企業概要

中野BC株式会社は、世界に通じるニッチトップのモノづくりを目指して、和歌山の特産物を生かすことをテーマに研究に取り組む酒造メーカーである。清酒「長久」や「紀伊国屋文左衛門」、焼酎「富士白」といった、地域で名うてのお酒を製造販売している。また、梅酒と様々な果汁を組み合わせたカクテル梅酒を製造した先駆け企業であり、約40種類の梅酒ラインナップを持つ。

さらに、和歌山産の南高梅を使用した梅エキス「紀州の赤本」や、和歌山の青みかんを素材とした健康食品「アトピタン」などの健康食品分野にも進出している。

Data

名称 中野BC株式会社
代表者 代表取締役社長 中野 幸治
所在地 和歌山県海南市藤白758-45
資本金 8,000万円
従業員数 175名

事業内容 日本酒、焼酎、梅酒、うめ果汁、ヘルスケア商品の開発・製造・販売
電話番号 073-482-1234
URL <http://www.nakano-group.co.jp/index.html>

知財担当者の体制 兼任者が3名(研究所長をリーダーに、2名が知財担当)

きっかけ 商標登録出願は自社商品の「出生届」のようなもの。

同社が最初に知的財産権の出願手続をしたものは商標登録出願でした。これは、ようやく完成したオリジナル商品をオンリーワン商品として守っていくために自社商品の完成と同時に商標登録手続をしたものだった。同社では**商標登録を自社商品の出生届のようなものと考えており、会社の姿勢や社員の想いを見える形にするためのツールとしても活用**している。商標権を取得することで、ものづくりに取り組む社員の意気込みや士気高揚にも繋がっている。

取り組み 事業展開に合わせて国内外で商標権の権利化を図り、自社ブランドの構築を図る。

2010年に鳥取のにぎわい創出と地域ブランドの確立に向けた取組の最初の一步として、自社プロジェクト「とっとり山の手物語 華貴婦人(はなきふじん)」を始動。「鳥取県産赤ビーツ」と「カレー王国とっとり」を掛け合わせた商品であるピンク色のカレー「ピンク華麗 華貴婦人」のほか、ピンク醤油、ピンク華麗うどん、ピンクわさび(桜葵美)、ピンク珈琲等を「華貴婦人シリーズ」として展開してきた。これらの商品のコンセプトである幸せの色ピンクの原料となる赤ビーツは、もともと鳥取で盛んに栽培されるものではなかったが、地元農業者の協力を得て農商工連携により量産体制を築いて主原料の確保を実現した。



鳥取県産ビーツを使ってスパイシーに仕上げた
華色のピンクカレー

目で愉しみ食して感動を呼ぶ▶
ピンク華麗うどん



◀女性がお化粧をして
身も心も輝くように
料理も華やかに
輝かせたいとの思いで
誕生したピンクの調味料



事業展開に合わせて、「海外向け商品」、「シリーズ商品」、「単品売りの商品」の3つのカテゴリーに分けてブランド戦略を立てて商標登録をしている。海外での商標登録にあたり、海外への販路拡大を進めてきたシリーズ商品の商標「華貴婦人」は、輸出先で先行登録商標の存在が確認されたため、漢字圏の消費者にも理解できるように同義語の海外展開用ブランド「華桜姫公主」を立ち上げて、中国や香港で商標登録している。

また、ピンク醤油の製法に関しては、中小企業等外国出願支援事業を活用して海外へ特許出願している。調味料に関する製法特許はノウハウとして管理されることが多いが、同社は海外マーケットでの模倣品対策と他者による特許取得防止のために特許出願しており、今後の和食ブームの動向を注視しながら特許出願すべき国を検討していく予定である。

成果

中小企業だからこそ継続的な知財への取組が他社からの信頼獲得に繋がる。

同社は、中小企業だからこそ継続的な知財の取組が他社からの信頼獲得にも繋がると考えている。**著名なレストランや大手デパートに同社の「ピンク醤油」が採用された際も、前提条件として求められたものは、国内及び海外で登録商標を取得していることだった。**少しずつ積み上げたブランドへの信頼は、他社商品とのコラボレーションのきっかけづくりにも一役買っており、「ピンク華麗」が国内航空会社の機内食に採用されたのもその成果である。他社との協力を通じて、シリーズ商品を次々と市場に出すことで、定番商品でありながらも新鮮さをキープして、商品に新しい価値をプラスしながらブランド力の向上を図っている。

企業概要

ブリリアントアソシエイツ株式会社は、地元鳥取県産の食材にこだわった加工品開発、飲食店運営、観光サービスなどを行っており、ピンクではじまる食事や新しいライフスタイルを提案しており、主な商品にピンク色のカレー「ピンク華麗（カレー）」や「ピンク醤油」などがある。

Data

名称
ブリリアントアソシエイツ株式会社
代表者
代表取締役 福嶋 登美子
所在地
鳥取県鳥取市大榎町3-3
資本金
300万円
従業員数
22名

事業内容
サービス業(飲食・観光)、食品加工業
電話番号
0857-32-6030
URL
<http://www.ba-tottori.com/>

知財担当者の体制
社長及び役員の名で知財業務を兼務している

きっかけ ▶ 転ばぬ先の杖となる「先行商標調査」

自社商品に使用する商標について商標権の取得状況を調査したところ、類似した他社の登録商標の存在を確認したため、やむを得ずその名称の使用を断念した経験がある。しかし、商標権者からの警告を受ける前に侵害行為を回避できたことは不幸中の幸いだった。他者の商標権を侵害した場合、その商品名での販売を中止しなければならないだけでなく、オリジナル包材の変更・廃棄・再作成なども余儀なくされ、経営基盤が揺らぐほどの損失が生じることになりかねない。自社商品がヒット商品となり、全国的に注目が集まったところで、同一・類似商標権を持つ同業他社から警告や差止請求を受けてはじめて自社の侵害行為に気づく、という事態が生じることを事前に避けるために、同社では商品名を決める当初の段階において商標権の取得状況を調査するようにしている。

取り組み ▶ 知財総合支援窓口を活用しながら、自社ブランドの構築に取り組む。

創業当初から自社の商品毎にブランドを使用していたが、消費者に対する自社ブランドのイメージを統一するために、2016年に同社の代表的なレモンケーキの商品名及び社名を同社と同じ「島



レモンから生まれる島ごころ

オリジナルのレモンの加工方法から生まれる
新しいレモン商品の市場

◀香り高いレモンケーキ。
香りの秘密はレモンの果皮で作ったジャム

ごころ」に変更。コーポレートブランドを前面に押し出すことでブランドイメージを確立し、レモンケーキ以外の商品に関しても、同じ路線のネーミングやパッケージでシリーズ化することにより、「島ごころ」のブランドイメージを際立たせるようにしている。

商標出願に関しては、相談に訪れた商工会議所で知財総合支援窓口の存在を知り、同窓口でブランド活用や商標出願手続等に関するアドバイスを受けたことが契機となり、現在は先行商標調査や、事業戦略的な観点からのブランド活用の検討を自社内で行っている。また、よろず支援拠点と相談しながら商品の販路開拓にも取り組んでいる。

同社は現在、**看板商品の「島ごころ」等の商標権を取得するとともに、製造方法等のノウハウについても、公証制度を利用してノウハウの保護を図っている。**

成果

デパートへの催事出展や、他社とコラボレーションした商品開発を実現。

同社では2010年頃から「島ごころ」の商標(ブランド)を冠した商品を多数商品化してブランドの育成に努めてきており、**デパートへの催事出展や、他社とコラボレーションした商品開発を実現している。**

現在、同社の主力商品「島ごころ」は、同社の主力商品となるとともに、広島県の代表的な銘菓になりつつある。

企業概要

株式会社島ごころは、生産量日本一を誇る広島県尾道市瀬戸田町のレモンを使ったレモンケーキ「島ごころ」を主力商品とする洋菓子メーカーである。過疎化が進む生まれ故郷の瀬戸田にヒトを呼び込みたい、瀬戸田をレモンで元気にしたいという思いから、地元産のレモンを使用した故郷の島にこだわった商品づくりを行っている。

Data

名称 株式会社島ごころ
代表者 代表取締役 奥本 隆三
所在地 広島県尾道市瀬戸田町沢209-32
資本金 100万円
従業員数 48名

事業内容 菓子製造業
電話番号 0845-27-0353
URL <http://www.patisserie-okumoto.com/docs/index.html>

知財担当者の体制 社長及び役員2名で知財業務を兼務している

「毎年1商品開発 = 1商標取得」を目標に商品開発

きっかけ 菓子のブランドを育て、守るために意匠権や商標権を取得。

同社の知財活用のきっかけは、先代社長が瀬戸大橋が開通したときに新しい菓子の名称「瀬戸の夢かけ橋」で初めて商標を取得した時から始まり、現社長に引き継がれている。**和菓子の名称について商標権を取得するだけでなく、箱のデザインについても意匠権を取得するなど、自社商品のブランド化を意識しており**、現在も新しい和菓子のブランドを育てて守るために、商標権の取得などに力を入れている。

取り組み

地元の産品を使用した和菓子を創作して、商品名や箱のデザインを商標権や意匠権で保護しながらブランド化に取り組む。

現社長が今までにない地元を代表するような新しい和菓子ができないかと考え、地元のレモンを



しゃり、ふわ、ぷるんの新食感。レモン羹には広島産大長レモンの果汁を、それを挟むふわとしたギモーヴには果汁と果皮を使用した

藤い屋のもみじまんじゅうに次ぐスペシャルティ「淡雪花」画像は淡雪花4個入り



古今果あんぱん
香り高いあんも、もちり食感のパン食パン生地以小ぶりに焼き上げた。こしあん、つぶあん、求肥入りの3種類



古今果のケーキ
和と洋の両要素を併せもった古今果のケーキ。洋の中に和のテイストがマッチ
画像は栗きんとんモンブラン

使用した和菓子の創作を始めた。地元広島のリモンは全国でも生産量が多いことで知られており、地元のレモンの中でも地域団体商標を取得している「大長レモン」を使用した和菓子作りに取り組んだ。そして、**商品名や箱のデザインについて商標権や意匠権を取得して、「淡雪花（あわせつか）」の名称で商品化し、ブランド化を進めている。**

現在はこの「淡雪花」の経験を出発点にして、もみじまんじゅうの餡にこだわったコンセプトの和洋菓子の新ブランド「古今果」にも力を注いでいる。

成果 老舗の伝統の餡づくりを守りながら、新商品のブランド化に取り組む。

同社は世界遺産である厳島神社のある宮島で大正14年から「もみじまんじゅう」を創る老舗である。伝統の餡づくりはノウハウとして秘匿して守りながら、昔ながらの餡を大事にしつつ、餡の美味しさを追求した新商品の開発も進めて、商品の商標権や意匠権を取得して、自社商品のブランド育成を進めている。

同社では「毎年1商品開発＝1商標取得」を目標に商品開発に取り組んでおり、SNSやインターネットを活用して自社ブランドを世界に発信するなど、自社ブランドの育成に取り組んでいる。



瀬戸内の波をイメージした店内。砂浜や波打ち際を連想させる床や、ショーケース後ろの壁面には波をモチーフとしたデザインタイルで瀬戸内の景を表現している

企業概要

株式会社藤い屋は、大正14年の創業以来、「もみじまんじゅう」などの菓子を作り続けている老舗。「もみじまんじゅう」の餡を使った新しい和洋菓子ブランドの創生にも取り組んでいる。

Data

名称	株式会社藤い屋	事業内容	菓子製造業・飲食サービス業
代表者	藤井嘉人	電話番号	0829-44-2221
所在地	広島県廿日市市宮島1129	URL	http://www.fujiya.co.jp
資本金	3,000万円		
従業員数	190名		

知財担当者の体制 社内の知財業務は社長が兼務している

きっかけ 特許出願を意識した研究開発を実施して、他社製品との差別化を図る。

これまで、ウコン関連商品は、どこの企業も似たようなものを製造・販売していた。そのような中で、他社製品と差別化を行うため、研究開発を重ねてきた。健康志向が高くなっていく世間の流れを受けて、糖質カット商品が多く登場してきた。そこで、デンプン質を多く含むウコンを活用した健康食品でも糖質をカットする研究を進めた。その結果、沖縄県産の「沖縄県産マンゴー果実酵母」がウコンに合うことを発見し、これをもとにしてウコンの糖質を低減する技術を発明し、特許を取得した。

取り組み 特許は他社製品との差別化、商標は海外展開時の模倣品対策のために出願。産学連携や他社の特許技術を活用した商品開発にも取り組む。

同社は、研究開発において知財の重要性を強く意識しており、研究開発を行う早期の段階から、知財総合支援窓口にご相談を行った。窓口からは相談員の訪問を受け、知財専門家を派遣してもらい、先行技術文献調査の必要性等、特許権取得に向けて取り組むべきことについて具体的なアドバイスを受けた。開発の早期段階から特許権の取得を目標にして、知財の専門家から全般的にアドバイスをもらい権利化を進め、「糖質を低減した健康食品の製造方法」に関する特許を1年半で取得した。



発酵サトウキビファイバー
内容量 60g



沖縄県産サトウキビを粉碎、
発酵しました。



琥金醗酵ウコン粒
1包5粒入り



発酵サトウキビファイバー
お米に混ぜて炊くと甘い香りがします。
味は甘くありません。



沖縄県産秋・春・紫ウコン100%使用
ウコンに含まれる糖質30%OFF(当社比)
低分子化率30%UP(当社比)
生姜粉末入り クルクミン100mg配合
増量剤無添加



サトウキビの堅い繊維「バガス」を
柔らかくほぐすことに成功しました。

特許取得後は、社内でも知的財産に関する意識が高まり、研究開発部等で「J-PlatPat」を活用して先行技術文献調査を実施している。自社で研究開発している技術と類似する先行技術を発見した場合には、顧問弁理士に依頼して詳しい調査を実施することで、知財の観点から効率的な研究開発を志向している。

また、特許権を取得した「糖質を低減した健康食品の製造方法」については、沖縄県の外国出願補助事業を活用して、特許と商標を韓国・台湾・中国に出願している。外国出願については、特許は他社製品との差別化、商標は海外への事業展開時の防御を目的として出願している。

また、産学連携では琉球大学と共同で行ったライフスタイルイノベーション創出推進事業によりサトウキビを使用した新食物繊維を開発した。産学官連携では、沖縄県のライフサイエンスネットワーク形成事業を通じて、ウコンの糖質及び鉄分を除去した商品を開発中であり、琉球大学と県内企業2社と共同で臨床実験を行い、研究成果を特許出願している。

成果 特許を取得した製品が大手卸・小売企業で採用されたことにより販路拡大。

特許を取得した技術で製造されている商品「琥金(クガニ)ウコン粒」は、「琥金®」「クガニ®」などの商標権も取得している。開発当初は現在とは別の名称を検討していたが、「J-PlatPat」を活用した先行商標調査によって類似する商標が既に取得されていたことが分かったことから、現在の名称とした経緯がある。

また、この「琥金ウコン粒」は、大手卸・小売企業で採用されたことにより、販路拡大に成功した。同大手卸・小売企業の薬局部門では需要が拡大している。

なお、健康食品は品質が重視される商品であることから、成分表示の欄の近くに特許権や商標権を取得している旨の表記をして製品の特長をPRしている。

企業概要

株式会社沖縄ウコン堂は、沖縄県産素材を活用した健康食品等の製造・卸・販売を行っている。特に沖縄県産ウコンを活用した商品開発に力を入れており、他社のウコン関連商品との差別化を図るため、大学や企業と連携した商品開発にも取り組んでいる。

Data

名称 株式会社沖縄ウコン堂
代表者 代表取締役 仲程 俊和
所在地 沖縄県宜野湾市伊佐4丁目4-7
資本金 1,000万円
従業員数 31名

事業内容 健康食品の一貫製造、卸、小売販売及び受託加工、健康補助食品GMP認定取得
電話番号 098-890-7111
URL <http://ukondo.com/>

知財担当者の体制 商品開発部の社員が知財業務を兼任している

きっかけ

自社の会社名が他社に商標登録されていることを発見して商標権の譲渡を受けた。

同社の代表取締役は商品名やパッケージデザイン等の保護について知識があり、社名の「Fashion Candy／ファッションキャンディ」が、他社に商標登録されていることを発見したことから、弁理士に調査等を依頼して商標権の譲渡を受けた。また、以前にドライフルーツを輸入していた企業に模倣品を製造・販売された経験があり、自社と自社商品を守るために商標権が重要と考えている。

取り組み

菓子の製造方法はノウハウとして保護しつつ、商標権により製品を保護。

同社では沖縄土産となるようにトロピカルフルーツや泡盛を練り込んだチョコレートを開発してきた。その後、ちんすこうの製造も開始し、伝統菓子を現代風にアレンジしたちんすこうとチョコレート作りへのこだわりから「ちんすこうショコラ」を新商品として開発。同商品に使用しているチョコレートは、油分を多く含むちんすこうに合い、沖縄の温暖な気候に合わせ融解温度が通常のチョコレートよりも高くなるよう研究を重ね、商品化に至った。これらのチョコレートの成分配合や「ちんすこうショコラ」の製造方法について、当初は製造方法を特許出願することも検討したが、情報を開示するよりもノウハウとして管理することを選択した。

また、2017年に発表した同社の新ブランド「MAKUKURU」は、沖縄県産フルーツを使用したチョコレートブランドであり、名称は「マククル®」として商標権を取得して、高級感を持たせたブランド



ちんすこうショコラ20周年記念商品

プレミアムショコラはカカオの産地にこだわり、エクアドル産シングルビーン（単一産地のカカオ豆）のチョコレートを使用濃厚で香り高いダークチョコレートと、ココアちんすこうの優しい甘さが楽しめます



「琉球エレガンス」をコンセプトとして誕生したブランド「MAKUKURU」

生産者にまでこだわり抜いた沖縄県産果実と、選りすぐりのカカオ豆を原料としたチョコレートそしてショコラティエの熟練の技が融合し、まるで工芸品のような美しい珠玉のショコラを作りました



ファッションキャンディ那覇メインプレイス店

沖縄県那覇市おもろまち4-4-9
西口エスカレーター近く
洋菓子ギフトを中心に、豊富に取り揃えています

として展開している。

同社の商品開発や菓子作りに興味を持った企業との協力・連携により、航空会社との共同開発や沖縄のご当地キャラクターとのコラボ商品の開発などに積極的に取り組んでいる。共同開発を行う際は、秘密保持に関する事項や製造・販売等の業務に関する取り決め事項に留意しながら、自社ブランドを守るように努めている。

他社との差別化を図るために、商品の品質はもちろん、デザインも重視しており、ハウスマークや主力商品の名称等は商標権を取得し、自社ブランドの保護に努めている。海外展開も見据えて、沖縄県の外国出願補助金を活用してハウスマーク等の外国出願を積極的に行っている。

商標権等の出願や更新管理については、契約している法律特許事務所に一任しているが、出願の検討や「J-PlatPat」を活用した先行出願調査などは、社内の各部署で実施している。

成果

客層やコンセプトに合わせたブランド展開を行いながら、オリジナルブランドとしての地位を築く。

同社商品「ちんすこうショコラ」の人気が出始めたときには、模倣品が出回ったことがあるが、ノウハウ管理と商標権による保護をしっかりと行っていたことから、自社商品への影響が出ることはなく、オリジナルブランドとしての地位を確立することができている。

同社は、沖縄らしさを前面に押し出した沖縄土産菓子や、高級感のある洋菓子など、客層やコンセプトに合わせたブランド展開を行っており、各ブランドやシリーズなどの名称を商標権で保護している。2002年には、独創的な企業経営で産業振興に貢献している企業を県が顕彰する「ビジネス・オンリーワン賞」を受賞。伝統的な沖縄の菓子に創意工夫を加え、観光客の需要・嗜好に合った商品作りに努めるとともに、独自の商品開発でブランドを確立したことが評価された。**同社では商標権を取得していることで、社員一人一人が自社商品に自信を持ち、安心して営業活動が行えており、「地元（沖縄・琉球）の誇りとなるような商品をつくる」という企業理念の下、自社ブランドをしっかりと守っていけるよう、ノウハウ管理や商標権の活用などに取り組んでいる。**

企業概要

株式会社ファッションキャンディは、沖縄の伝統的な菓子「ちんすこう」を始めとし、沖縄県産品を使用した菓子を製造・販売している。チョコレートでコーティングした「ちんすこうショコラ」は、沖縄土産として同社の主力商品となっている。

Data

名 称 株式会社ファッションキャンディ
代 表 者 代表取締役社長 知念 律子
所 在 地 沖縄県宜野湾市大山2丁目21番22号
資 本 金 8,000万円
従 業 員 数 134名

事業内容 菓子製造、卸、小売業
電話番号 098-897-5194
U R L <http://www.fashioncandy.co.jp/>

知財担当者の体制 知財に関する業務は兼務