

知財・事業の概要および知財ビジネス報告書作成の目的

製造業

商標・ノウハウ

半生食感の柔らかさを特徴とするドライフルーツの製造・販売を行い、地元スーパーや大手小売チェーン向けOEMを主力として、事業を展開。ドライフルーツの商標や製造ノウハウの保護・活用方針を明確化、海外展開や新商品の差別化戦略の策定、知財管理体制の整備や取引先、パートナー企業への説明など、事業拡大に向けた経営戦略実行の参考資料として活用するために知財ビジネス報告書のとりまとめを行った。



当社主力商品である輪切りレモン

知財ビジネス報告書への記載概要

過去～現在
(As-Is)

知的財産（強み・壁）をいかにして生み出し、安定した事業に貢献しているかについてストーリー化する

- 全国の果物生産者とのネットワークと独自改良の製造設備、経験豊富な従業員による高い加工技術を活かし、半生食感のドライフルーツを地元スーパーや大手小売チェーン向けOEMで製造・販売し、農業の立ち上げ・実行ノウハウも有する
- 目指すべき姿として、強い自社ブランドの実現や、日常品から高付加価値品まで幅広い製品の展開を目指す点を整理した

現在～将来
(To-Be)

将来像の実現に向けた課題およびその解決の方向性（事業構想）を明確化する

- 自然災害や高齢化による原材料の安定調達難、製造ノウハウの管理や手作業による生産性制約、繁閑差、製造設備改良に伴う知財管理、OEM中心による自社ブランド知名度の低さなどが主な課題である
- 解決の方向性として、商標や製造ノウハウの保護、活用、ブランド戦略を中心に整理をした

将来像の実現に向けた実行計画をストーリー化する

- 将来像の実現に向け、生産者との関係強化と調達先の地域分散、自社栽培拡大、製造ノウハウの見える化や製造工程の機械化・自動化、閑散期を補う製品・販路開拓、高付加価値品開発への外部知見導入、自社ブランドの広報や新ブランド検討、製造設備の知財管理強化という課題解決の方向性を整理した

長野県信用組合からの評価結果

知財ビジネス報告書を通じて認識した強み	改めて認識した点	売上高の約3~4割を占めるレモンは、主に2県から調達していたが、天候不順による生産の不安定さに加え、生産者の高齢化もあり安定的な調達が課題であった。そのため、他県で自社栽培を拡大し、同業者では見られない取組であり改めて強みと認識した
	新たに認識した点	レモンの種を取る工程は機械化できず非効率な工程であると認識していたが、「一つ一つ丁寧に手作業にこだわっている」ことは消費者に対し安心安全な品質を担保する強みでもある、という指摘は新たな気づきであった
知財ビジネス報告書を通じて認識した課題	改めて認識した点	製造ノウハウはあえてクローズにする戦略を採用しているが、それらは属人化・無意識化しており、それらノウハウの見える化が課題であると改めて認識した
	新たに認識した点	「南信州菓子工房」という名称はブランドロゴを含めて爽やかで良い名称だと思っていたが、普通名称的で識別力が弱いという指摘は新たな気づきであった
将来のビジネス展開に向け金融機関としてサポートできる点	<ul style="list-style-type: none"> ■ 高付加価値商品、BtoB商品の開発にあたって、金融機関としては、ビジネスマッチング、INPITなど各種専門家とのマッチングを積極的に行っていく方針である 	

南信州菓子工房社からのコメント

知財ビジネス報告書の作成を通じて得られた新たな気づきがあったか	当社内で機会やリスクと捉えていた点を弁理士など第三者からも共感いただけたこと
知財ビジネス報告書をどう活用できそうか	金融機関との事業活動に対する相談などで活用可能である