



## 知財ビジネス報告書

企業名： 南信州菓子工房株式会社  
金融機関名： 長野県信用組合  
支援専門家名： IP Valuation特許事務所／弁理士 松本浩一郎

# 目次

1. エグゼクティブサマリ	3
<hr/>	
2. 企業概要	5
<hr/>	
3. 事業の核となる知的財産	17
<hr/>	
4. 現在のビジネス状況	24
<hr/>	
5. 知財を活用した経営戦略策定に向けて	28
<hr/>	
Appendix 1 ニュースリリース事例	33
<hr/>	
Appendix 2 支援専門家からのコメント	37
<hr/>	

# 1. エグゼクティブサマリ

# 1. エグゼクティブサマリ

<b>当社の概要</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2012年5月設立</li><li>• ドライフルーツの製造・販売</li><li>• 売上高17.6億円（2025年3月期）</li><li>• 半生食感の柔らかさが製品の特徴</li><li>• 地元スーパーや大手小売チェーン向けのOEM品が主力製品</li></ul>	<b>当社の 目指すべき姿</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 強い自社ブランドの実現</li><li>• 日常品から高付加価値品まで幅広い製品</li><li>• 安定的な原材料調達</li><li>• 自社栽培で高品質、安心、安全を実現</li></ul>
<b>本報告書の 対象となる 知財・無形資産</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ドライフルーツの加工ノウハウ</li><li>• 「南信州菓子工房」ロゴ</li><li>• 全国の果物生産者とのネットワーク</li><li>• 大手小売チェーンとの取引実績</li><li>• FSSC22000認証取得</li><li>• 経験豊富で高い技量を有する従業員</li><li>• 独自改良を施した製造設備</li><li>• 農業の立ち上げ／実行に関するノウハウ</li></ul>	<b>事業目標</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 自社ブランドの知名度を高め、自社ブランド品のウェイトを拡大</li><li>• 高付加価値品、高価格品、お土産品、プロ向け素材製品の開発</li><li>• OEM品の卸値改善による利益率向上</li><li>• 自社栽培をさらに拡大（りんご、あんず、ゆずなど）</li><li>• 有利子負債返済、財務体質強化</li></ul>
<b>当社の課題</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 原材料の安定調達（自然災害、高齢化）</li><li>• 製造ノウハウの把握／管理</li><li>• 手作業による生産性制約</li><li>• 繁忙期と閑散期の格差</li><li>• 製造設備の改良／改造に関する知的財産管理</li><li>• OEM品中心、自社ブランド知名度の低さ</li><li>• 高付加価値製品の開発</li><li>• 自社栽培の品目拡大</li><li>• 借入金比率の高さ</li></ul>	<b>課題解決の 方向性</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 生産者との関係強化、調達先の地域分散</li><li>• 自社栽培の拡大</li><li>• 製造ノウハウの棚卸しによる見える化</li><li>• 製造工程の機械化／自動化</li><li>• 閑散期を埋める製品や販売先の開拓</li><li>• 高付加価値品／高価格品の開発について、外部の知恵を導入</li><li>• 自社ブランド採用製品の広報</li><li>• 新ブランド導入の検討</li><li>• 製造設備に関する知的財産の管理強化</li></ul>

## 2. 企業概要

# 企業概要 (As-Is)

## 事業概要・経営方針

会社名	南信州菓子工房株式会社（以下「当社」または「南信州菓子工房」といいます）
法人番号	6100001025468
所在地	（本社・本社工場）長野県下伊那郡阿智村（あちむら）春日3291番地1 （阿南工場）長野県下伊那郡阿南町富草4258番地3 （鹿児島工場）鹿児島県南九州市穎娃町（えいちょう）御領字外戸口東5382-1
設立	2012年（平成24年）5月
資本金	30百万円
代表者	代表取締役 木下 裕亮（キノシタ ヒロスケ）
事業内容	ドライフルーツの企画・開発・製造・販売
基本理念	南信州は、果物が豊富に採れ、古くから茶の湯文化で半生菓子が盛んな地域です。そんな南信州で、産地にこだわり、地域の素材・生産者様との連携を大切にして私たちがもつ技術と知識でドライフルーツを製造・販売しています。
売上高	17.6億円（2025年3月期）
ウェブサイト	<a href="https://373shinshu.com/">https://373shinshu.com/</a> （コーポレートサイト） <a href="https://www.driedfruit.co.jp/">https://www.driedfruit.co.jp/</a> （オンラインショップ） <a href="https://www.instagram.com/373shinshu_kashikobo/">https://www.instagram.com/373shinshu_kashikobo/</a> （インスタグラム）
対象となる知財・無形資産の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ドライフルーツの加工／製造ノウハウ（素材ごとに異なるきめ細かな調整工程）</li><li>・ 「南信州菓子工房」のブランド</li><li>・ 国内のさまざまな地域の生産者とのネットワーク</li><li>・ 大手小売事業者（ツルヤ、<input type="text"/>、生協、良品計画、<input type="text"/>、農協）との取引実績</li><li>・ 生産力を支える組織化された経験豊富な人材プール</li></ul>
関連会社	株式会社お菓子のシアワセドー（長野県飯田市座光寺）、1991年3月設立、半生菓子製造、売上高13.8億円

# 企業概要 (As-Is)

## 子会社の概要

会社名	合同会社阿南食品	大分佐伯ファーム株式会社	鹿児島有機農場株式会社
法人番号	6100003003562	5320001017072	7340001025468
所在地	長野県下伊那郡阿南町 富草4258番地3	大分県佐伯市 蒲江大字畑野浦1582番地1	鹿児島県南九州市穎娃町 (えいちょう) 御領5382番地1
設立	2015年 (平成27年) 10月	2019年 (令和元年) 5月	2023年 (令和5年) 4月
事業内容	果物の一次加工 (カット) 野菜根菜類の温熱加工による素材菓子 製造 レトルト食品製造	レモン栽培	サツマイモの有機栽培 タマネギの栽培 (裏作)

# 企業概要（As-Is）

## 主要事業：ドライフルーツ

### 手作業にこだわり、ひとつひとつ丁寧に

- 当社のドライフルーツは、シロップ漬けの後に乾燥させる独自製法を用いています。
- 南信州伝統の半生製法と真空濃縮という技術により、他にはない柔らかい食感と凝縮された素材の味が特徴です。
- レモンやみかん類の種は、シロップ漬けの後に、手作業で丁寧に取り除くなど、「手作業」にこだわった商品作りを行っています。

### 将来の農業や地域の生産者を大切に

- キズ物や規格外品など廃棄される果物も、ドライフルーツの材料として使用しています。
- 2019年から、大分県でレモン栽培をスタートし、自社栽培に取り組んでいます。

### 安心安全、そしてサステナブル

- 使用する果物は国産にこだわっています。
- 旬の時期に収穫して、すぐに冷凍保存しています。
- 果物を煮詰めた後のシロップは、かき氷のシロップ、お酒の割り材として商品化したり、伝統の半生ゼリー菓子を応用した「寒天もちシリーズ」として活用しています。



（出所：当社ウェブサイト）

# 企業概要（As-Is）

## 主要事業：自社栽培

### レモン栽培

- 2019年から大分県でレモンの自社栽培に取り組んでいます。
- 農地については、大分県や佐伯市の協力を得て、100筆以上の農地を2箇所に集約し、13ヘクタールの農地を借り受けることができました。
- 機械化に対応できるように整備しており、現在4名で管理できています。
- 2021年からレモンの苗木の定植をはじめ、すでに15トンの収穫を実現しています。最終的には約7,500本の苗木を植え、年間300トンの収穫を目指しています。

### 主力製品の原料の調達安定化

- 売上高の約3～4割を占めるレモンは、主に2県から調達していましたが、天候の影響による生産量の増減があることに加え、生産者の高齢化による廃業もあり、安定的な調達が課題となっていました。
- りんごについても、年間250～300トン程度を加工したいところ、200トンしか入ってこない（生果用は価格が高く、加工用は足りない）状況にあります。

### サツマイモの自社栽培

- 当社では、鹿児島県南九州市の鹿児島工場で、サツマイモの一次加工を行っています。
- 今般、サツマイモの栽培も自社で手がけることとし、鹿児島工場の近くに圃場（3.6ha）を確保し、2023年からサツマイモの有機栽培に取り組んでいます。

### 阿南町ではりんご栽培を計画

- りんごの安定調達に向けて、地元長野県の阿南町でりんごの自社栽培を計画しています（2026年3月に定植予定）。

大分佐伯ファーム 伊東農場長



定植されたレモンの苗木



（出所：大分県ウェブサイト）

# 企業概要 (As-Is)

## 事業をはじめたきっかけ

### お菓子のシアワセドー

- 当社代表の実家は「株式会社お菓子のシアワセドー」を経営しており、1992年の設立以来30年以上にわたり、牛乳ケーキ等の半生菓子の製造・販売を行っています。
  - 現在は、当社代表が経営を引き継いでいます。
  - 先代である父（木下龍亮氏）は、全国半生菓子協会の会長を歴任するなどしていました。

### 半生菓子とは

- 半生菓子とは、生菓子と干菓子の中に位置するお菓子のことをいい、水分量がおおよそ10%から30%程度のものを指します。
- 半生菓子は、適度な水分量を持っており、独特の食感や風味を楽しむことができます。
- 代表的な製品として、和菓子では最中（もなか）、甘納豆などがあり、洋菓子ではパウンドケーキ、マドレーヌ、牛乳ケーキなどがあります。
- 長野県の飯田市を中心とする南信州地域は、半生菓子の製造工場が集積しており、全国的に見ても高いシェアを有しています。

### 半生菓子の売上高減少

- 半生菓子は、主にスーパーマーケットのお菓子売り場で売られており、現在でも多くのスーパーマーケットには「半生菓子」の棚が見られます。
- しかし、半生菓子の棚は年々減少の一途を辿っており、それにつれて業界全体の売上高も減少傾向にあります。

### ドライフルーツへの取り組み

- これに危機感を抱いた当社の代表は、何か新しい取り組みをする必要があると考え、2012年に「シアワセドー」とは別に当社を設立し、地元の果物を生かしたドライフルーツの製造・販売を開始しました。
- 甘納豆の製造方法を参考に、10年がかりで果実本来の色や食感を活かした、半生食感の柔らかいドライフルーツの開発に成功しました。
- 現在では、売上高・利益ともに「シアワセドー」を上回る規模に成長しており、今後も更なる拡大が期待できる状況です。

# 企業概要 (As-Is)

## 事業実績

- 年間売上高は、1,764百万円（2025年3月期）で増収が続いています。
  - 特に「ツルヤ」向けが大幅に伸びています。
- 国内のドライフルーツ市場では、業界シェアトップです。
- 主な販売先は、地元長野県のスーパーマーケット「ツルヤ」向けが最も多くて約3割、次いで無印良品向けと  向けがそれぞれ約1割、そのほか生協や農協といった全国チェーン向けのOEM商品が上位を占めています。
  - 全国チェーン向けにドライフルーツ製品を供給できるのは、事実上当社のみです。
  - 他方、自社直営店や通販（自社、楽天）での売上高はOEM品と比較すると少額です。
- 製品別では、「輪切りレモン」が一番人気となっており、売上高の3割から4割を占めています。
- B to Bでは、これまでホテル向け（）やプロ向け（）との取引実績がありますが、スポット的な利用にとどまっていて販売量は限定的です。
- 米国向けの輸出（）も行なっています。



## ツルヤ様向けOEM製品



（出所：株式会社ツルヤウェブサイト）

## 良品計画様向け「無印良品」OEM製品



（出所：株式会社良品計画ウェブサイト）

# 企業概要 (As-Is)

## 主要事業：ドライフルーツ商品一覧

- 輪切りレモン
- ひとくちりんご
- 完熟みかん
- ひとくち清見オレンジ
- 甘すっぱうめ
- ひとくち果実うめ
- ひとくちいちご
- 輪切りキウイ
- ひとくちはっさく
- やわらかドライ八朔
- ひとくち南高梅
- ひとくちばんぺいゆ
- 食べるハイビスカス (台湾産)
- ひとくちマンゴー (ペルー産)
- ひとくちパイン (コスタリカ産)
- ほしいも (紅はるか、安納いも)
- ゆずピール
- ひとくちラフランス
- ひとくち果実塩うめ

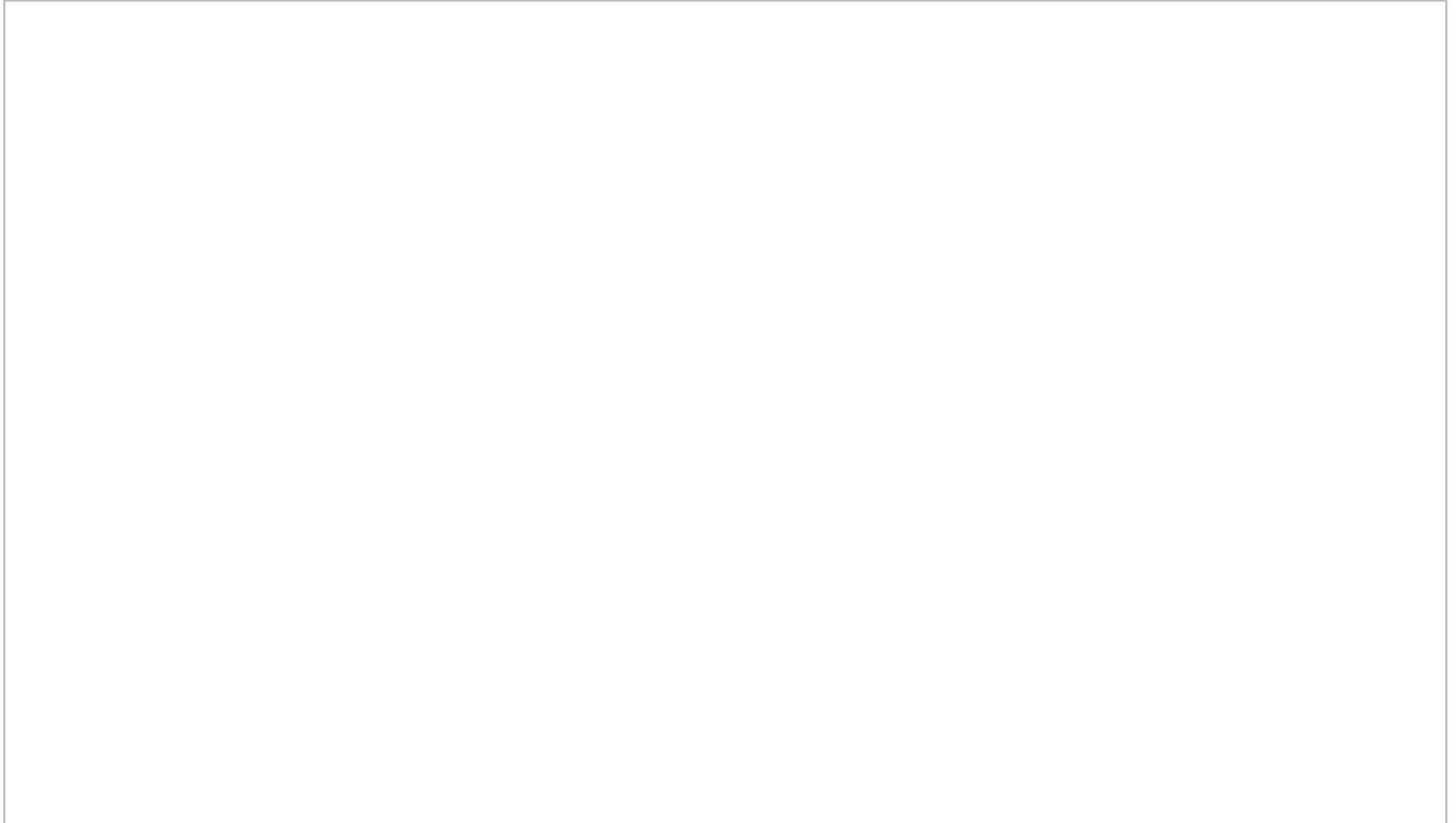


(出所：当社ウェブサイト)

## 企業概要 (As-Is)



## 企業概要 (As-Is)



## 企業概要 (As-Is)



## 企業概要 (As-Is)



### 3. 事業の核となる知的財産

# 事業の核となる知的財産（As-Is）

## 事業への貢献内容

### ドライフルーツの加工ノウハウ

- 材料である果物の風味を損なわずに、半生食感を実現する方法は、10年間にわたる試行錯誤のうゑで開発したものです。
- この方法は、非公開とするため特許出願は行わず、営業秘密として秘匿管理しています。
- 当社の製品は、柔らかく濃厚な味わいを持つドライフルーツとして、一般的な固い食感のドライフルーツとは全く異なるものとなっています。
- シロップ液の糖度、漬け込み時間、減圧の程度、漬け込む温度（）で加工することが特徴です。

### ブランド、商標

- 当社は、自社を表す商標として下記の絵と文字を組み合わせた商標を用いています。
- 自社製品のパッケージのほか、パンフレット、オフィスの外壁、直営店舗の外壁などに大きく表示し、知名度の向上を図っています。



- ただし、売上高の大宗を占めるOEM品については、当然ながらこの商標を表示することはできず、一部のOEM品について、製造者として当社の社名が記載されているにとどまっています。

# 事業の核となる知的財産（As-Is）

## 事業への貢献内容

### 全国各地の生産者とのネットワーク

- 当社は、レモンをはじめとする柑橘類のほか、りんご、ぶどう、サツマイモなど20種類を超える多数の原材料を必要としています。
- 生産農家の高齢化が進行しており、年々廃業する農家が増えて、原材料の確保は困難になってきています。
- 果物の多くは年1回しか収穫できず、しかも新たに生産を開始する場合には、「モモクリ3年」と言われているように、収穫できるようになるまでは長期間を要します。
- こうしたことから、当社では、原材料の安定的な確保のために、全国の農協および農家の方々と直接的な関係を築くとともに、会社全体としても、生産者を大切にすることにこだわっています。

### 大手小売チェーンとの取引実績

- 大手取引先のページで記載したとおり、当社は地元のスーパーマーケットであるツルヤ様のほか、様（向け）、良品計画様（無印良品向け）、様、様、様、様、様（向け）など、数多くの大手小売チェーン店との取引実績を有しています。
- 大手チェーンが求める需要に応える生産能力を有していることとともに、安心と安全にこだわり、食品製造工場としての品質管理体制としても、本社工場および阿南工場において、FSSC（Food Safety System Certification：食品安全システム認証）22000認証を取得していることが評価されています。

# 事業の核となる知的財産（As-Is）

## 事業への貢献内容

### 経験豊富で技量の高い従業員

- 全国チェーンの要望に応える高品質な製品を支えているのは、生産ノウハウだけではありません。
- 大量の製品を均質にかつ迅速に生産することを可能にしているのは、十分な技量を備えた従業員たちです。
- 例えば、主力製品である「輪切りレモン」の製造において、輪切りされたレモンからタネを取り除く作業は、機械で行うことは困難で現在でも人の手によって丁寧にかつ迅速に行われています。
- このような組織化された高技能の労働力を備えることは一朝一夕ではできないことであり、他社では容易に真似ができず、また模倣することも困難な当社の強みとなっています。

### 独自に改良した濃縮機

- 当社の主要な製造設備は、品川工業所（奈良県磯城郡田原本町八尾）が市販している真空濃縮機に独自の改良を加えて、酸性度の高い液体に対応させるなどした市販されていない独自の設備です。
- さらにこれを10台揃えて、大手チェーンなどの大規模需要に応えられる生産体制を有しています。

### 農業に関するノウハウ

- 当社は、原材料の安定的な調達のために、すでに大分県でレモン栽培を、鹿児島県でサツマイモの栽培を行っています。
- これにより、果物の作り方だけではなく、農業の始め方、農業に関する資金調達、補助金、人材採用のやり方など、農業の事業化に関する広範なノウハウを獲得しています。
- 今後も、阿南町のりんごのほか、千曲市のあんずや天龍村のゆずについても自社で生産を担っていく計画・構想があります。

# 事業の核となる知的財産（As-Is）

## 保有知財の分析・評価

種類	登録番号	権利の内容	分析・評価
商標	第5509874号	<b>登録商標</b> 「南信州菓子工房」 <b>指定商品</b> （第29類）乾燥野菜、野菜の漬物、果実の漬物、乾燥果実 （第30類）和菓子、洋菓子、パン	標準文字による登録であり、普通に表示した場合には「南信州にある菓子の工房」といった意味になってしまうため、当社を表す商標としてはやや識別力に欠けるものとなっています。
商標	第6278996号	<b>登録商標</b> 「わふるみなみしんしゅうかしこうぼう」 <b>指定商品</b> （第29類）ドライフルーツ、冷凍果実、果実の漬物、乾燥野菜、冷凍野菜、野菜の漬物、加工野菜及び加工果実 （第30類）菓子、パン、アイスクリームのもと、シャーベットのもと、調味料、穀粉及び穀物からなる加工品	「和のフルーツ」という意味を持たせた「わふる」と当社の社名をひらがなで一体化し、標準文字で登録しています。 この商標は、一見したときにどこに切れ目があるのかがわかりにくく、またこの態様で使用されることがないため、実質的にあまり効力のない商標となっています。


# 事業の核となる知的財産（As-Is）

## 保有知財の分析・評価

種類	登録番号	商標	使用状況
商標	未登録 (台湾では登録済み)		本社外壁、本社看板、ウェブサイト、名刺などに広く用いられています。 ネットショップ（自社、楽天）でも用いられています。 実店舗の外壁にも大きく掲示されています。
商標	未登録		実店舗の看板や店内表示に用いられています。  以前は、東京の帝国ホテルプラザ店（現在は閉店）や、ネットショップのURL（wafuru.jp）に用いられていましたが、2025年10月のリニューアルにより現在では使用されていません。

# 事業の核となる知的財産（As-Is）

## 第三者保有知財の分析・評価

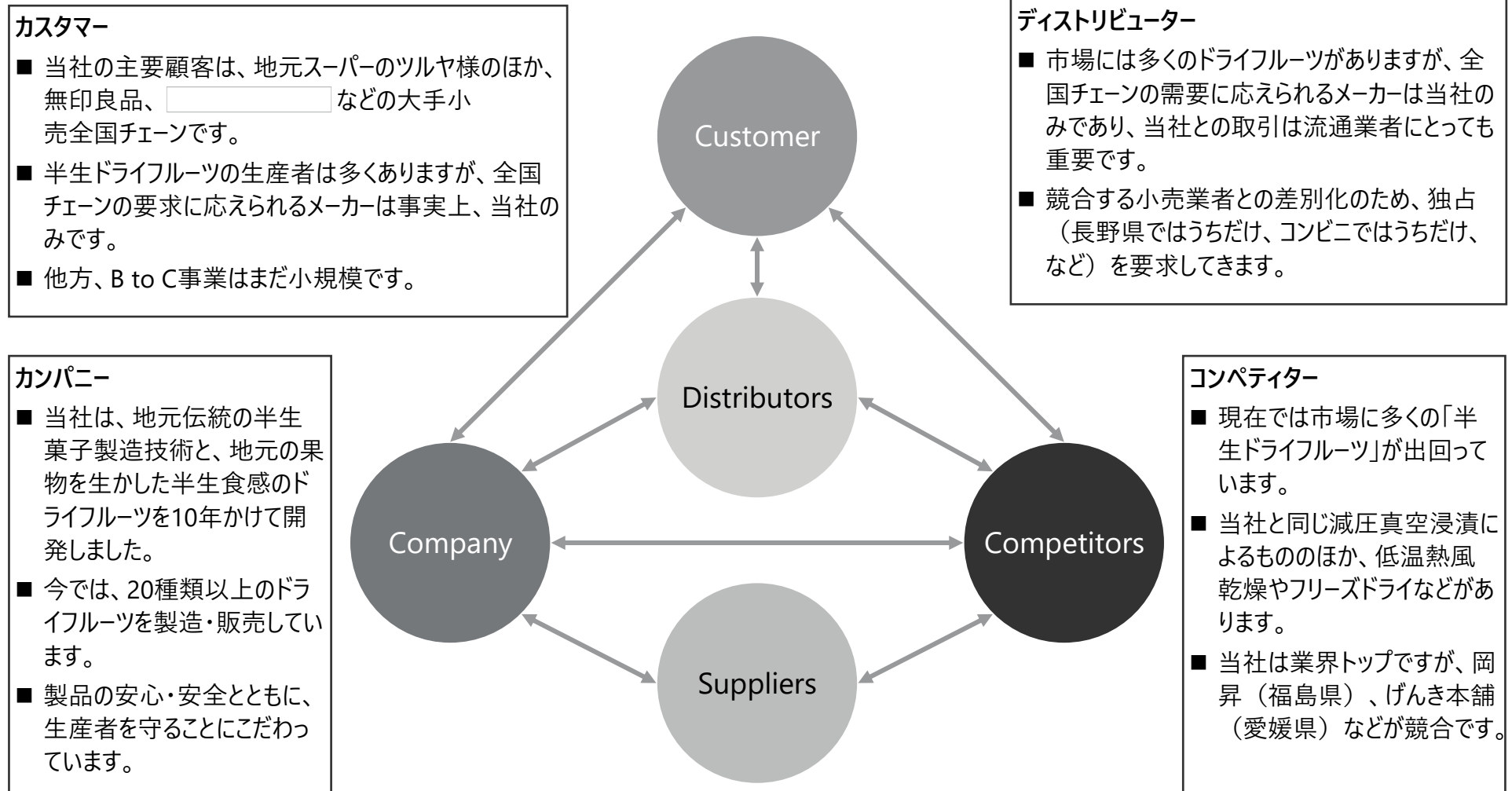
種類	登録番号	権利者	商標	主な指定商品・指定役務
商標	6244527	大分県佐伯市	マリンレモン	第31類 レモン
商標	6446464	大分県佐伯市	マリンレモン	第29類 レモンの冷凍果実・加工果実、レモン入り乳飲料 第30類 レモンを加味した茶、レモンを使用した菓子・パン 第32類 レモンを使用した清涼飲料・乳清飲料
商標	6805436	大分県佐伯市	マリンレモン	第33類 レモンを使用した清酒・洋酒・中国酒・薬味酒、果実酒、焼酎、酎ハイ
商標	6859611	大分県佐伯市	マリンレモン	第29類 レモンを使用した菓子（果物を主原料とするもの） 第32類 レモンをしょとしたビール 第35類 レモンを使用した飲食料品・菓子・パン・清涼飲料・果実飲料・茶・加工食料品・化粧品の小売・卸売役務
商標	6923235	大分県佐伯市		第29類 レモンを使用した菓子（果物を主原料とするもの）・加工果実・乳飲料 第31類 レモン果実 第32類 レモンを使用した清涼飲料・果実飲料 第33類 レモンを使用した清酒・焼酎・洋酒・果実酒・酎ハイ

- 大分県佐伯市は、2024年にブランド「マリンレモン」をリニューアルし、これまでグリーンレモンだけを対象としていたのを改め、イエローレモンの対象に含め、2029年に生産量400トンを目指しています。

## 4. 現状のビジネス状況 (As-Is)

# 現状のビジネス状況 (As-Is)

## 事業環境分析 (3C分析)



## 4. 現状のビジネス状況 (As-Is)

### 事業環境分析 (SWOT分析)

	プラス	マイナス
内部	<p>(強み：Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>様々な果物のそれぞれに合わせて、最もおいしい半生食感のドライフルーツを作り出す製造ノウハウ</li><li>大規模「手作業」生産を支える、優れた技術・ノウハウを持つ地元のパートタイマーの方々</li><li>全国の生産者や自治体とのネットワーク</li><li>大手小売チェーンとの取引実績とそれに伴う信用</li><li>大規模生産を可能とする10台の製造設備</li><li>独自の改良が施された真空濃縮機</li></ul>	<p>(弱み：Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>ノウハウ管理が不十分：製造ノウハウの把握が十分に行われておらず、属人化、無意識化している可能性</li><li>ブランドの浸透が不十分：自社ブランド、当社の社名が一般消費者には浸透していない。</li><li>識別力に課題：「南信州菓子工房」という名称が普通名称的で、会社名／メーカーとしての識別力が弱い。</li><li>設備関連の知的財産：自社独自開発またはメーカーと共同で開発した技術や工夫について管理が不十分。</li><li>繁忙期（主に夏季）と閑散期（主に冬季）の格差</li></ul>
外部	<p>(機会：Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>消費者の安心・安全を求める傾向→国産・無添加</li><li>消費者の健康志向→ドライフルーツのような自然素材</li><li>ECサイトの普及→自社直販によるB to C拡大</li><li>売れるPB商品のニーズ→ツルヤの高い伸びを見て他のスーパーを関心を持つ可能性。</li><li>お土産やプロ向け素材</li></ul>	<p>(脅威：Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>自然災害や温暖化による原材料の安定調達が困難</li><li>高齢化に伴う農家廃業による生産量減少</li><li>人手不足による生産量の減少</li><li>低カロリー志向による砂糖（シロップ）の敬遠。</li><li>げんき本舗（愛媛県宇和島市）や岡昇（福島県福島市）といった競合他社。</li><li>当社製品をベンチマークとした海外からの輸入品増大</li></ul>

# 現状のビジネス状況（As-Is）

## 現状の事業課題

調達課題	<ul style="list-style-type: none"><li>• 自然災害（台風、高温など）により、収穫量が大きく左右されるため、安定的な調達が難しい。</li><li>• 生産者の高齢化により、廃業する農家が多く、自然に生産量が減少してしまう。</li><li>• 「種無しレモン」は、ハウス栽培となるため高価になってしまう。</li><li>• レモンについては、自社栽培で年間300トンの目処がしたが、りんごが足りない。</li><li>• あんずやゆずについても今後の安定調達には不安がある。</li></ul>
生産課題	<ul style="list-style-type: none"><li>• 果物の種類ごとに細かい生産ノウハウがあるが、属人化していたり、気づかずにごく自然に行っていたりして、会社の共有知識（財産）とはなっていない。</li><li>• 手作業は品質の維持・向上に寄与しているが、生産性向上に限界があり、規模拡大も容易ではない。</li><li>• 繁忙期と閑散期の差が大きく、閑散期には生産キャパシティを有効に活用できていない。</li><li>• 自社で改良／開発した製造設備に関する知的財産の管理が不十分である。</li></ul>
マーケティング課題	<ul style="list-style-type: none"><li>• ツルヤ向け売上高が急増しているが、その成功要因を他の地域や他の取引先に展開できていない。</li><li>• 贈答品／お土産向けの商品開発ができていない。</li><li>• OEM品が売上高の大部分を占めており、自社名／自社ブランドによる販売が限定的である。</li><li>• 料理やお菓子の素材として用いるプロ向けのドライフルーツの商品開発ができていない。</li><li>• 生産地を限定した原材料の調達を求められることがある。</li><li>• 当社製品がベンチマークとされており、安価な同等品が海外から持ち込まれる可能性がある。</li></ul>
営業課題	<ul style="list-style-type: none"><li>• コンビニでは1社独占、スーパーマーケットでは地域独占が求められ、売りたいくても売れない。</li><li>• 地域別では、地元長野県向けに偏っており、他の地域の開拓が十分にできていない。</li><li>• 特にコンビニ向けでは、年によって販売量が安定しない。</li><li>• 営業担当が高齢になっており、適切な引き継ぎ／世代交代が必要</li></ul>

## 5. 知財を活用した経営戦略策定に向けて (To-Be)

# 知財を活用した経営戦略策定に向けて（To-Be）

## 経営戦略分析（クロスSWOT分析）

		内部環境	
		強み	弱み
外部環境	機会	<p>（強みを活かして機会を最大化する戦略）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 国内トップシェアの実績と製造能力を活用し、長野県以外の地域のスーパーマーケットを開拓する。</li> <li>■ 佐伯市のような地元産品を売り出したい自治体と協力し、調達と販売を行う。</li> <li>■ プロ向けの高付加価値商品を開発・販売する。</li> <li>■ 原材料を特定産地に絞り込んだ高価格品を販売する。</li> </ul>	<p>（弱みを補いながら機会を逃さない戦略）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 自社ブランドの知名度を高め（必要に応じて新たなブランドを創設し）、B to C事業の売上高拡大を目指す。</li> <li>■ レモン、サツマイモに続き、りんご、あんず、ゆずなどについても自社栽培を拡大する。</li> <li>■ 高付加価値商品の開発については、コンサルのほか、知財総合支援窓口やよろず支援拠点などを活用する。</li> <li>■ 冬期に販売が伸びる地域を開拓する。</li> </ul>
	脅威	<p>（強みを活かして脅威を回避する戦略）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 全国の産地との関係を活かして、契約栽培を増やしたり、自治体と協力して自社栽培を進める。</li> <li>■ ツルヤでの成功を各地の地域一番スーパーに持ち込み、輸入品に対抗する。</li> <li>■ 安心、安全、国産をより強くアピールする。</li> </ul>	<p>（弱みと脅威が重なるリスクを回避・軽減する戦略）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 台風リスクを軽減するため、できる限り産地の分散を図る。</li> <li>■ 安価な輸入品に対抗するため、自社ブランドの知名度向上を図り、NB製品の割合を高める。</li> <li>■ 手作業による価値、品質にはこだわりながら、可能な部分は機械化・自動化を進め、生産性を向上させる。</li> </ul>

# 知財を活用した経営戦略策定に向けて (To-Be)

## 課題解決の方向性・事業目標

	課題	課題解決の方向性・事業目標
調達	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然災害による調達の不安定</li> <li>生産農家の高齢化による生産量減少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産者との関係強化</li> <li>調達先の地域分散</li> <li>自社栽培の拡大</li> </ul>
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造・加工に関するノウハウ把握</li> <li>手作業による生産能力の限界</li> <li>閑散期における生産能力の余剰</li> <li>自社開発／改良設備の知的財産管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>ノウハウの言語化・見える化を実施（ノウハウの棚卸し）</u></li> <li>自動化／機械化の検討</li> <li>閑散期を埋める製品の開発、販売地域の開拓</li> <li>設備メーカーとの契約内容見直し</li> </ul>
マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>「ツルヤ」成功要因の理解とその展開</li> <li>「南信州菓子工房」は、プロの間では知られているが、一般消費者には浸透していない。</li> <li>高付加価値商品の開発ができていない。</li> <li>プロ向け素材商品の開発ができていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>ツルヤ成功の要因を深掘り</u></li> <li><u>自社ブランド浸透に向けた広報戦略の見直し</u></li> <li>外部の知恵を借りて、高付加価値品やプロ向け商品を開発</li> </ul>
営業	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンビニは1社としか取引できない</li> <li>販売先が長野県（ツルヤ）に偏っている</li> <li>スーパーは地域独占を求められる</li> <li>営業担当者の世代交代が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各地域の地域一番スーパーを、ツルヤの成功を誘因に開拓する</li> <li>コンビニは、年ごとに販売先を変えるなどして、穴が開かないように対応</li> <li>営業担当者の世代交代に向け担当者を配置</li> </ul>

# 知財を活用した経営戦略策定に向けて (To-Be)

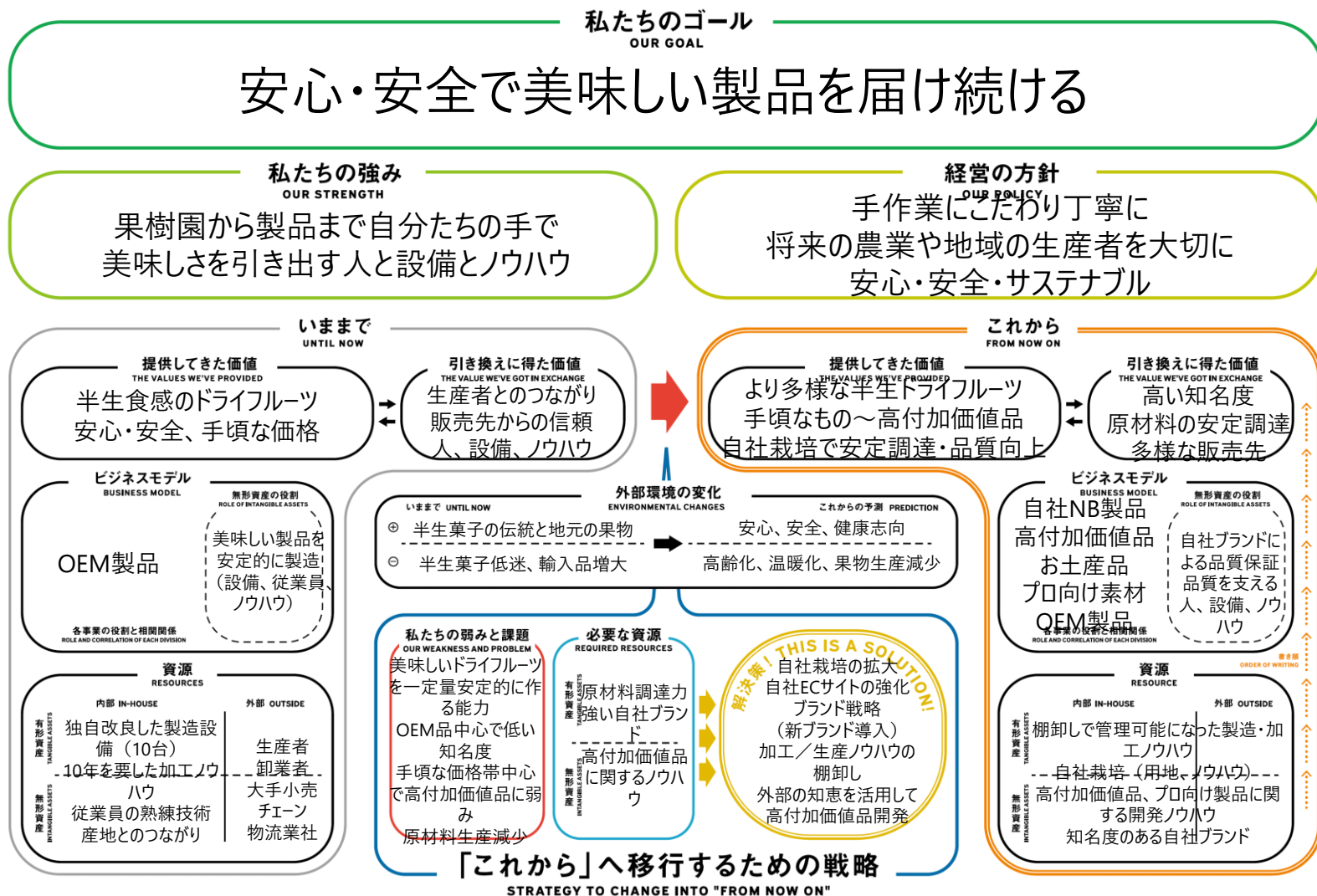
## 必要な経営戦略リスト、戦略検討に向けた検討論点

課題解決の方向性	
調達	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産者との関係強化</li> <li>調達先の地域分散</li> <li>自社栽培の拡大</li> </ul>
生産	<ul style="list-style-type: none"> <li>ノウハウの言語化・見える化を実施（ノウハウの棚卸し）</li> <li>自動化／機械化の検討</li> <li>閑散期を埋める製品の開発、販売地域の開拓</li> <li>設備メーカーとの契約内容見直し</li> </ul>
マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツルヤ成功の要因を深掘り</li> <li>自社ブランド浸透に向けた広報戦略の見直し</li> <li>外部の知恵を借りて、高付加価値品やプロ向け商品を開発</li> </ul>
営業	<ul style="list-style-type: none"> <li>各地域の地域一番スーパーを、ツルヤの成功を誘因に開拓する</li> <li>コンビニは、年ごとに販売先を変えるなどして、穴が開かないように対応</li> <li>営業担当者の世代交代に向け担当者を配置</li> </ul>

必要な戦略リスト	戦略検討におけるポイント
知財戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>現に使用している／今後使用を予定している商標を国内外で登録する</li> <li>高付加価値商品に関するノウハウを獲得</li> <li>新ブランドを創設</li> <li>生産ノウハウの棚卸し→管理</li> <li>製造設備に関する契約の見直し</li> </ul>
量産化・生産性改善戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産者との連携を密にして原材料の確保に努めつつ、自社栽培も拡大する。</li> <li>手作業というこだわりを守りながら、自動化できる部分は自動化する。</li> </ul>
販売・市場開拓戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>ツルヤでの売上高増加の要因を明らかにして、他の販売先へ展開する</li> <li>高付加価値商品を開発・販売する</li> <li>自社ブランドの知名度を高め、B to C事業での売上高増大を図る。</li> <li>ECサイトの拡充・強化</li> <li>海外市場を開拓する。</li> </ul>
財務戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>借入金返済を進めながら、原材料在庫確保</li> <li>自社栽培に一定の資金を振り向け</li> </ul>

# 5. 知財を活用した経営戦略策定に向けて (To-Be)

## 経営デザインシート



# Appendix 1 OEM先等のニュースリリース事例

# Appendix 1



# Appendix 1



# Appendix 1



## Appendix 2 支援専門家からのコメント

## Appendix 2

### 支援専門家からのコメント

#### 登録商標第6069580号「生ドライフルーツ」

- 商標「生ドライフルーツ」は、株式会社岡昇（福島県福島市）の登録商標であり、指定商品は「加工野菜及び加工果実」です。
- 同社は、ドライフルーツの企画開発、製造、販売を行っています。
- 本商標登録出願の審査においては、右のとおり、拒絶理由通知が発せされていますが、意見書による反論により、登録が認められています。
- 同社はさらに商標「生ドライ」についても、審判を経て登録を得ています（登録第6144108号）。

#### 拒絶理由通知（抜粋）

- 本願商標を、本出願に係る指定商品に使用した場合、単に商品の品質、生産の方法を普通に用いられる方法で表示したものととして認識（商標法第3条第1項第3号）

#### 意見書

- 本願商標は、全体として審査官説示の意味合いを暗示させる場合があるとしても、いまだ漠然とした意味合いを想起させることにとどまる
  - 「生ドライ」が、食品業界において商品の具体的な品質等を表示するものとして普通に用いられていると認められる事実は見つからない
  - 「生ドライ」を「生乾き」と翻訳すると、「十分に乾いていない」という意味となる場合もある
- これをもって、直ちに商品の品質等を具体的かつ直接的に表したものと理解、認識させるとまでは言い難い
- 本願商標は、その構成全体で特定の意味を持たない一種の造語として認識される
- したがって、商品の品質等を表示したものとは言えない

## Appendix 2

### 支援専門家からのコメント

#### 商標「潤果」について

- 商標「潤果」については、右のとおり2件の登録が確認できます。
- 末次美和氏は、株式会社ブランドツール（福岡県八女市）の代表取締役で、同社は「潤果」というブランドであまおう（苺）、とよみつ姫（いちじく）、シャインマスカット（ブドウ）などのドライフルーツを製造、販売しています。

#### 商標「潤いドライフルーツ」について

- 商標「潤いドライフルーツ」については、登録はありませんが、株式会社フィールドベース（福岡県朝倉市）が、この商標を用いてドライフルーツの製造・販売を行なっています。
- なお、“みずみずしい”を意味する「瑞」を用いた「瑞果」「瑞潤」などの登録は、見当たりませんでした。

登録番号	権利者	指定商品
5447415	株式会社 明治	(第29類) 乳製品 (第30類) 菓子及びパン (第32類) 清涼飲料、果実飲料、乳清飲料
6396107	末次美和	(第29類) 水分を多く含んだセミドライタイプのドライフルーツ

1. 納品された報告書についての著作権は特許庁に帰属しておりますが、特許庁ウェブサイト（知財金融ポータルサイト含む）で公開された報告書を他者へ開示・掲載等される場合には、特許庁ウェブサイトの利用ルールに則り、特許庁ウェブサイト（知財金融ポータルサイト）からの引用である旨を示した上で使用することが可能です（※1）。

また、対象の金融機関・企業が本事業の目的や趣旨の範囲内で利用する場合（※2）には、著作権が特許庁に帰属することを明記した上で、利用できますが、報告書の非公開部分（特許庁ウェブサイトで公開していない部分）は、原則、不特定多数への開示はお控えください。

ご利用にあっては、事前に特許庁へのお問合せをお願いいたします。

※1：特許庁ウェブサイト「1. 特許庁ウェブサイトのコンテンツの利用について」（知財金融ポータルサイトへの掲載資料にも準用）

[このサイトについて | 経済産業省 特許庁](#)

※2：本事業の目的は、企業が自社の強みとその事業上の位置づけを金融機関等のステークホルダーに適切に示し対話促進につなげることです。例えば、自機関・自社内での報告書の共有、自社の強みのステークホルダーへの開示等は目的の範囲内となりますが、知財の権利譲渡や損害賠償額算定等における価値評価は本事業の目的範囲外となります。

2. 報告書の内容は納品時点の情報であり、ヒアリング時点の内容における認識違い・誤りや、その後の状況の変化により、報告書の内容と実際との間で違いが発生する可能性がございます。また、個別の報告書の内容については、特許庁の公式見解ではなく、また特許庁が責任を負うことはありません。
3. 納品時点の内容に誤りがある場合、特許庁は受託事業者に対して修正等を求め、これに基づき受託事業者は報告書作成者に対して修正等の対応を求めることができます。
4. 個別の報告書に対する問い合わせについては、2026年3月までは受託事業者が対応いたします。また、2026年4月以降は、委託元である特許庁が対応いたします（ただし、報告書の内容の詳細については対応しかねる場合がございます）。