

# 伝統技術を活かした新たなビジネスへの展開

会社名 株式会社浅沼醤油店  
 所在地 岩手県盛岡市中ノ橋通一丁目8-2  
 従業員 20名  
 資本金 1,000万円  
 売上高 2億8,000万円  
 業種 醤油及び調味料の製造・販売

株式会社 浅沼醤油店

## 支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- 調味料等のレシピ開発事業(短期目標)と発酵素材事業(中期目標)を起こし、3年後3,500万円、5年後6,000万円(総売上の17.6%)まで伸長させたい。
- レシピ開発事業とオリジナル発酵素材事業の双方を踏まえた知財網の構築、ノウハウ管理体制の構築をしたい。

## 支援を受けてできるようになったこと

After

- 自社の強みを再確認し、開発品と利益の源泉であるOEM、ODMビジネスモデルの活用についての事業戦略を構築した。事業戦略に即したブランディング、顧客獲得の方針、及び知財戦略が整理され、その方針の下、直営実店舗をリニューアルした。
- 自社ブランド開発品をクラウドファンディングを活用して情報発信した。

## 今後の事業展開の展望

Future

- 強みである研究開発力に基づく自社ブランド開発商品の情報をOEM、ODMの顧客となるターゲット層へ発信して、OEM、ODMへ誘引する事業展開を進める。
- 低利益性の下請け事業から高利益性の独自開発商品事業への転換が期待できる。

## 加速的支援を受けた事業や商材

### OEM、ODM事業

自社ブランド商品の販売とともに、大手食品メーカー等に対して、特徴ある多様な食品開発が可能として、OEM、ODM事業を展開する。食品ロス低減等社会貢献できる技術であり、顧客のSDGsやエコ活動を支援するという付加価値も訴求している。

パンの耳を発酵させてつくった食欲をそそる香ばしさが魅力の洋風醤油で「朝のパン醤油」をクラウドファンディングに出品し、自社ブランド商品の拡大と共にこれを梃にOEM、ODMの顧客の誘引を目指している。



【出典】株式会社浅沼醤油店 <https://www.asanumashoyu.co.jp/>



## 加速的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
ビジネスモデル整理を通じた事業戦略の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存・新規事業のビジネスモデル整理と、両事業間のシナジーを意識し、独自の強み・ノウハウは維持し続けられる事業戦略の構築が必要。</li> <li>事業面と知財面、並びに、市場環境(将来像)、競合他社などから事業戦略をブラッシュアップする必要がある。</li> </ul>
ブランディングと顧客開拓(マーケティング)との方針策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>各事業のブランディングと顧客開拓の取組み方針を策定する必要。</li> </ul>
知財戦略の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業の優位性を確保するため、知的財産の取得・活用等の戦略を検討する必要がある。事業の自由度担保のために取り組むべき知財活動を特定してアクション化する取組みが必要。</li> <li>レシビ開発事業の「成果」の帰着について準備を進めておく必要がある。</li> </ul>
販売促進・認知向上戦略の策定と実践	<ul style="list-style-type: none"> <li>具体的な販売促進計画、認知拡大・浸透に向けた具体的なプロモーション計画を策定し、アクションをする必要がある。</li> </ul>
知財マネジメントの体制づくりと実践	<ul style="list-style-type: none"> <li>知財戦略と合致する知財マネジメントの体制づくりと実践が必要。</li> </ul>



## 加速的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
ビジネスモデル整理を通じた事業戦略の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>BtoBモデルを軸にビジネスモデル整理をし、「研究開発力を活かした開発品を顧客のフラッグシップとして提供し、技術力を知ってもらうツールとして位置づけて、当社の利益の源泉であるOEM・ODMの加工賃ビジネスに誘引する」ことを事業戦略とした。</li> </ul>	中小企業診断士
ブランディングと顧客開拓(マーケティング)との方針策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客に情報を正しく伝える観点から、商品をカテゴライズし、それぞれの「役割」「位置づけ」を言語化し、明確にできた。</li> <li>商品構成の再設定についての知見が得られた。</li> </ul>	中小企業診断士、食の専門家
知財戦略の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>特許及び商標出願を実施し、方法や留意点を習得した。</li> <li>特許クリアランス及び先行技術調査を通して、今後意識すべき先行出願等を確認すると共に今後の研究開発における重要なデータベースとなる競合等の情報を得た。</li> </ul>	弁理士
販売促進・認知向上戦略の策定と実践	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報発信の場、OEM・ODM誘因の観点からの直営実店舗リニューアルができた。</li> <li>強みや特徴を活かせるHP、SNS等の情報発信について知見を得て、自社ブランド開発品(朝のパン醤油)について、クラウドファンディングを活用して、情報の発信及びマーケティング情報の収集を行った。</li> </ul>	食の専門家
知財マネジメントの体制づくりと実践	<ul style="list-style-type: none"> <li>開発部内に品質管理課と知財課を設置した。</li> <li>先使用権の主張、職務発明規程等について考え方を整理した。</li> </ul>	弁理士、企業OB(知財専門家)

## 支援チーム紹介

主担当専門家:弁理士 藤掛 宗則

活用専門家:中小企業診断士、弁理士、食の専門家、企業OB(知財専門家)

知財総合支援窓口担当者:岩手県知財総合支援窓口 中嶋 孝弘

PO(プログラムオフィサー):今村 孝