

自社ブランドの加工食品を生産・販売する体制を構築

会社名 株式会社Agrish
 所在地 佐賀県唐津市唐房4-4782-21
 従業員 5名(パートを含む)
 資本金 300万円
 売上高 非公表
 業 種 農産食料品製造(トマト栽培及びトマトジュースの製造販売)



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- プレミアムトマト及び生トマトジュースに特化した事業を進めているが、自社ブランドの確立には至っておらず、事業戦略の検討も必ずしも十分ではなかった。
- 今後、自社ブランドを確立し事業拡大を行うための仕掛け・仕組みを図っていく。

支援を受けてできるようになったこと

After

- 事業規模拡大に向けた具体的なアクション(栽培法のパッケージ化、ライセンスビジネス、協力農家との連携等)と、利益拡大に向けた販路について検討が進んだ。
- 技術流出対策の方法・ポイントについて理解を深め、社内外におけるノウハウ管理の体制整備が進んだ。

今後の事業展開の展望

Future

- 生産能力の確保や、自社ノウハウの保護と活用(権利化、秘匿化、ライセンス等)について、引き続き取り組んでいく。
- 供給体制の増強とブランド価値の拡大により、さらなる販売拡大を見込む。
- 国内販売の体制整備(例:外部連携先を確保する一連の手法確立)をベースとして、海外展開に向けた準備を継続していく。

加速的支援を受けた事業や商材



独自の栽培ノウハウを駆使して糖度9～13度を誇るプレミアムトマトを生産。グルタミン酸、GABA、リコピンが国産の一般的なトマトに比べ2倍～3倍。

加工品として、平均糖度15度の高糖度トマトジュース「太陽のたまもの」を生産・販売。また、一般的な加熱製造によるトマトジュース製造方法とは異なる冷凍フレッシュフリーズ商品を開発するなど、質の高い原材料を生かした独自の加工技術を用いて、国内5つ星ホテルが採用するトマト加工品も展開。



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
事業戦略の検討	自社ブランドを確立し、トマト事業を大きく成長させるための、ビジネスモデル(BtoB、BtoC)と活動計画を、詳細に策定する必要があった。
ブランド戦略・マーケティング戦略の検討	利益と売上げの拡大を目指すべく、自社ブランドでの販売を進めてきたが、認知度等に課題がありブランド力強化の方向性を探っていた。
事業戦略を踏まえた知財戦略や知財権取得の検討	事業規模の拡大に向け、生産量を増やすべく外部の農家との連携を検討している状況にあり、農法の技術流出対策が課題であった。
社内体制の確立	自社内に閉じず、農法などの営業秘密管理の体制を構築する余地があった。
海外展開の準備	水を抑える特性のある農法は、日本よりも水が入手しにくい、海外においてニーズがあるように想定された。

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
事業戦略の検討	<ul style="list-style-type: none"> ブランド価値、価格、利益を維持しながら、生産量を向上させるための具体的なアクション(栽培法のパッケージ化、ライセンスビジネス、協力農家との連携等)について検討が進み、実施に向け着手しつつある。 利益拡大を意識した販路の検討が進展した。 	中小企業診断士 知財経営専門家 ブランド専門家 弁理士
ブランド戦略・マーケティング戦略の検討		
事業戦略を踏まえた知財戦略や知財権取得の検討	<ul style="list-style-type: none"> 自社農法の技術流出や模倣を防ぐべく、営業秘密管理や特許による保護の方法について知識を得て、取り組みや検討を進められるようになっている。 	弁理士 知財EX
社内体制の確立	<ul style="list-style-type: none"> 自社と連携先(協力生産者)において、ブランド価値の源泉としてのノウハウ管理を実施していく準備が進められた。 	知財EX 弁理士 中小企業診断士
海外展開の準備	<ul style="list-style-type: none"> 海外展開に向けた準備として、マーケティング面での確認事項や食品関連の規制、海外における知的財産面での対応ポイントについて理解を深めた。 	中小企業診断士 弁理士

支援チーム紹介

主担当専門家: 中小企業診断士 東條寮、知財経営専門家 吉栖康浩
 活用専門家: 弁理士、ブランド専門家、中小企業診断士、知財EX
 知財総合支援窓口担当者: 佐賀県知財総合支援窓口 末次 孝之
 PO(プログラムオフィサー): 喜多克己