

# 日本の伝統文化「庭」を、海外へ積極展開する

会社名 株式会社タケダ造園  
 所在地 島根県出雲市下横町 402  
 従業員 13名  
 資本金 2,000万円  
 売上高 非公表  
 業種 造園工事及び造園資材販売、ガーデンデザイン、外構工事



## 支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- 庭園に関する海外(パリやドイツ)でのヒアリング調査や海外輸出展開に向けた検討をする中で、DIYで組立てられる日本庭園「楽庭」を新規事業として打ち立てた。
- その「楽庭」事業のブラッシュアップを目標として、知財戦略の他、販売戦略、コスト構造等の整理を目標とした。

After

## 支援を受けてできるようになったこと

Future

- ビジネスマodelのブラッシュアップとして販売戦略を検討した(国内外向けHPの整備や海外販売における代理店・取次店の位置づけ等の検討を行い、実践段階へ至った)。合わせて「楽庭」を欧州規格に適合させるための検討・改良を行った。
- 海外でのブランド作りのために、社長の日本庭園に関する深い造詣を生かして言語化し発信することなど検討・実現した。

## 今後の事業展開の展望

- 国内では販路拡大のため、展示会等にも積極的に出展する。
- 海外に向けては更に小型軽量化した可搬型の「楽庭」の開発に取り組むとともに、海外販売の進展に合わせた商標の海外出願を検討する。

## 加速的支援を受けた事業や商材



海外に日本の文化を「日本庭園」(特に出雲庭園)を通じて伝えていくため、半畳サイズ(900mm×900mm)の日本庭園をDIYで組立てられる「楽庭」という商品を企画した。

生け垣、つくばい、飛び石など、日本庭園の伝統的手法が使われており、背景に歴史的ストーリーを持たせている。

石材、竹材、砂利等には本物の素材を使っているが、石の軽量化を行ったり、灯籠にライティングして夜の風景を演出できるなど、拡張性に優れている点に特徴がある。

【出典】山陰お庭の暮らし方研究所(株)タケダ造園運営のページ)

<https://www.takezofarm.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
ビジネスモデルのブラッシュアップと販売戦略の検討	マーケティングが不十分(どこの誰にどのように「楽庭」を売っていくのかの検討)であり、ビジネスモデルのブラッシュアップと販売戦略の再検討が必要である。
部材生産の委託(外注)先との、知財面に配慮した条件面の検討	委託先との契約が(支援開始当初)締結されていなかったため。また、海外展開を進めるにあたっては海外との契約締結が必要である。
「楽庭」のコンセプトのブラッシュアップのための支援	試作品として楽庭「茶の湯」の組み立てキットが完成しているが、それだけでは日本庭園の良さを十分に伝えきれない可能性があり、コンセプトを磨くことが必要である。
海外を含めた知財戦略の検討	国内では出願済み・登録済みの意匠、商標の活用のための知財戦略が検討されていなかったほか、海外での知的財産取得を含めた知財戦略の検討がされていなかったため、国内・海外双方をにらんだ検討が必要である。

## 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
ビジネスモデルのブラッシュアップと販売戦略の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>買い手に訴求できるポイント(組み立て可能、日本文化の体現)や訴えかけるキャッチフレーズ「神在をその手に」を考えたほか、展示会等を通じた海外とのやり取りを通じて、販売戦略について具体化するなど、ビジネスモデルを全体として確立することができた。</li> </ul>	中小企業診断士 ブランド専門家
部材生産の委託(外注)先との、知財面に配慮した条件面の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売契約書、製造委託契約書、NDAの作成を完了させることができた。</li> <li>規格に合わせた「楽庭」の改良を行うことができた。</li> <li>取扱説明書を作成することができた。</li> </ul>	弁護士 技術士
「楽庭」のコンセプトのブラッシュアップのための支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>「楽庭」のコンセプト実現に必要なオプションを用意できた。</li> <li>プランディングを行っての適切なキャッチコピーを決定できた。</li> <li>ECサイトの整備とSNSを通じての情報発信が可能となった。</li> </ul>	中小企業診断士 ブランド専門家 EC専門家
海外を含めた知財戦略の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>特許については出願には至らなかったものの、海外販売の進展に合わせた商標の海外出願が見込まれている。</li> </ul>	知財EX

## 支援チーム紹介

主担当専門家:中小企業診断士 中谷豪太

活用専門家:中小企業診断士、ブランド専門家、知財EX、弁護士、EC専門家、技術士

知財総合支援窓口担当者:島根県知財総合支援窓口 福代功一

PO(プログラムオフィサー):塩谷良知