

農山漁村地域ビジネス創出人材育成プログラム

# 商品・サービスの 価値形成の考え方・手法(1)(2)

講師：天野 良英  
有限会社NEWビジネス研究所 所長

最終更新日：2015年10月15日

# 新商品開発・新サービスはどうあるべきか

## 新商品・新規ビジネスの開発は「売れる商品をつくるしくみ」

- ①新商品開発・新サービスの重要性、なぜ農林漁業者が新たな取組みを進める必要性があるのか
- ②新商品開発・新サービスはどのように進めるか
- ③何をどうすれば、売れる商品になるか
- ④「売れる商品」「成功する新商品の」定義は何か
- ⑤売れる商品にするための組織、人、金、連携はどうするか

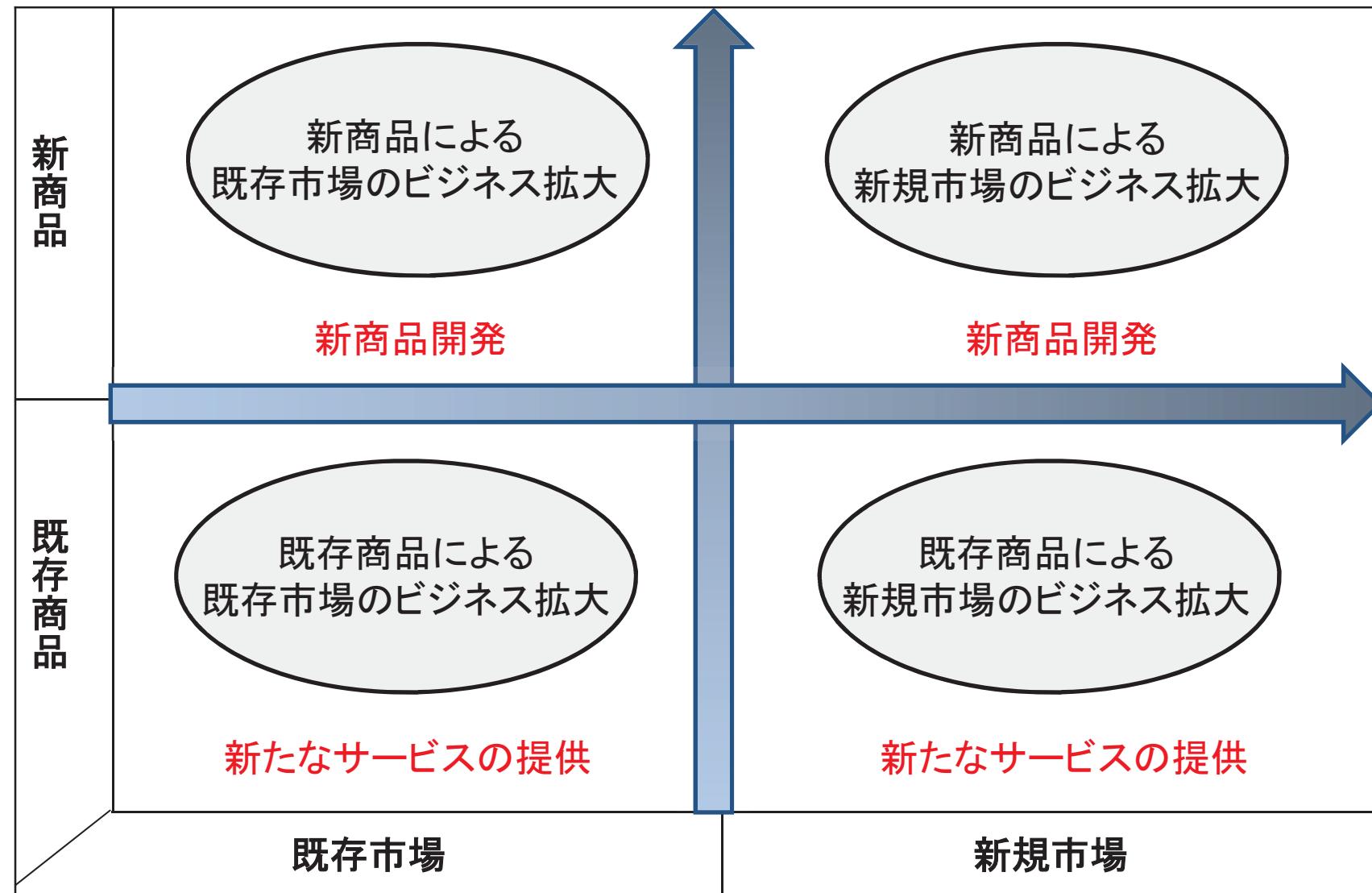
## 新商品・新サービスの重要性

売上を伸ばすためには、新商品開発、新サービスの提供か新規顧客開拓の選択がある

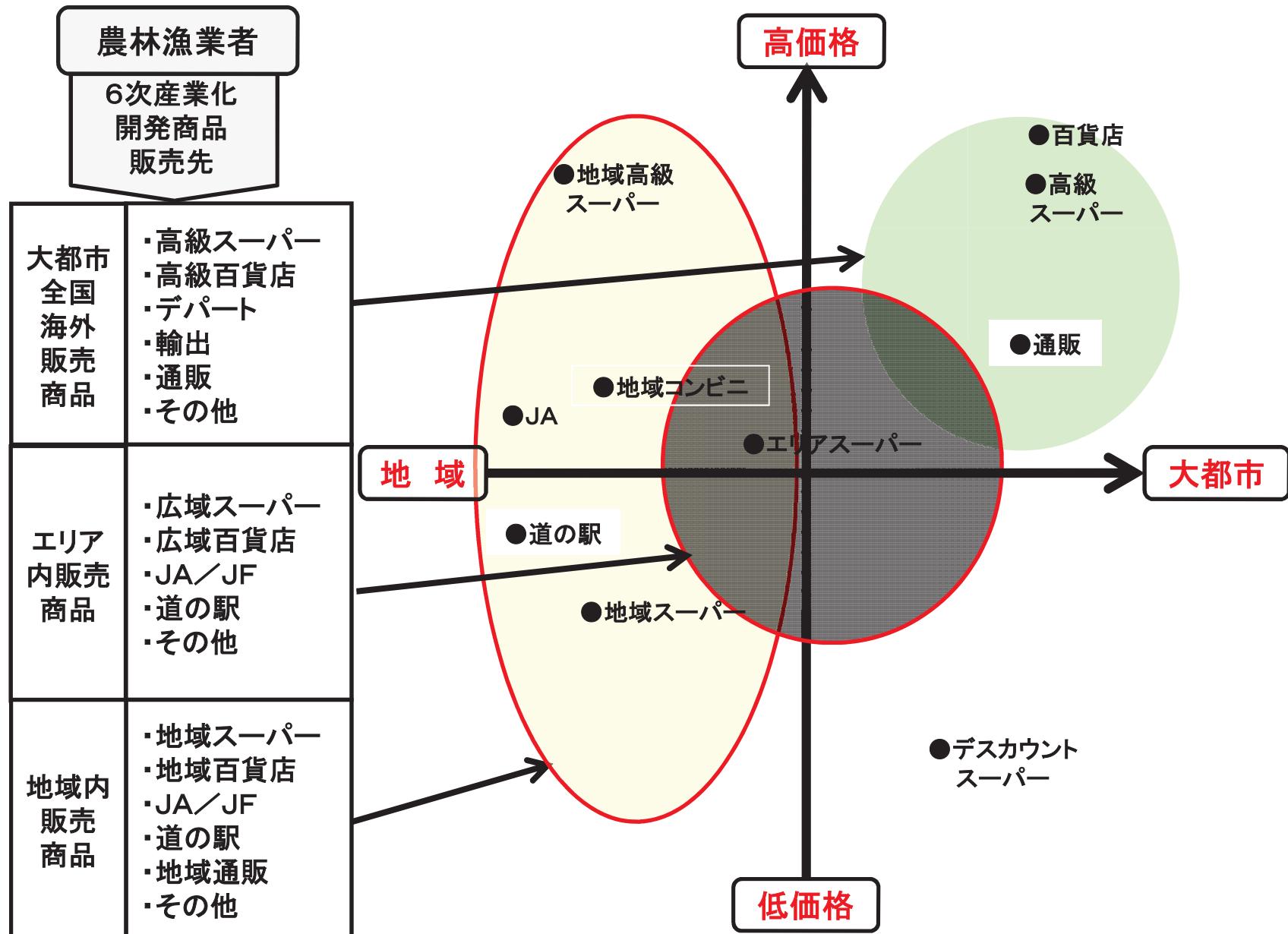
## 農林漁業者が進める必要性

農林漁業者等による農林水産物及びその副産物(バイオマス等)の生産・加工・販売を一体的に行う取組等を創出することにより、農山漁村の活性化を図るとともに、収益性を上げるための取組

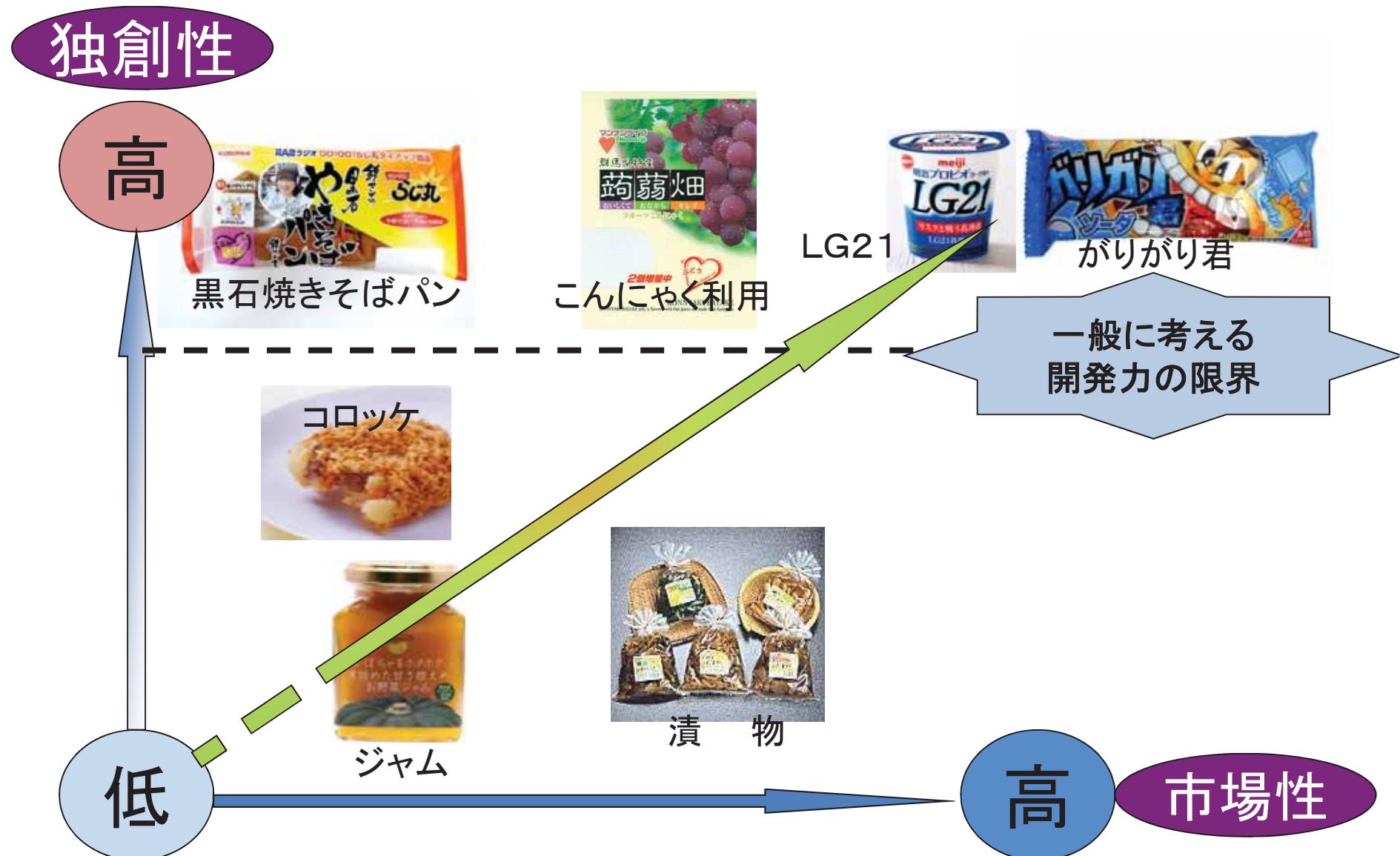
# 商品・市場マトリックス



# 市場別販路先 事業者が求める市場



# 商品開発(地域品＆全国品)



# 過去の成功・失敗要因の見直しから

成功・失敗要因を生かす

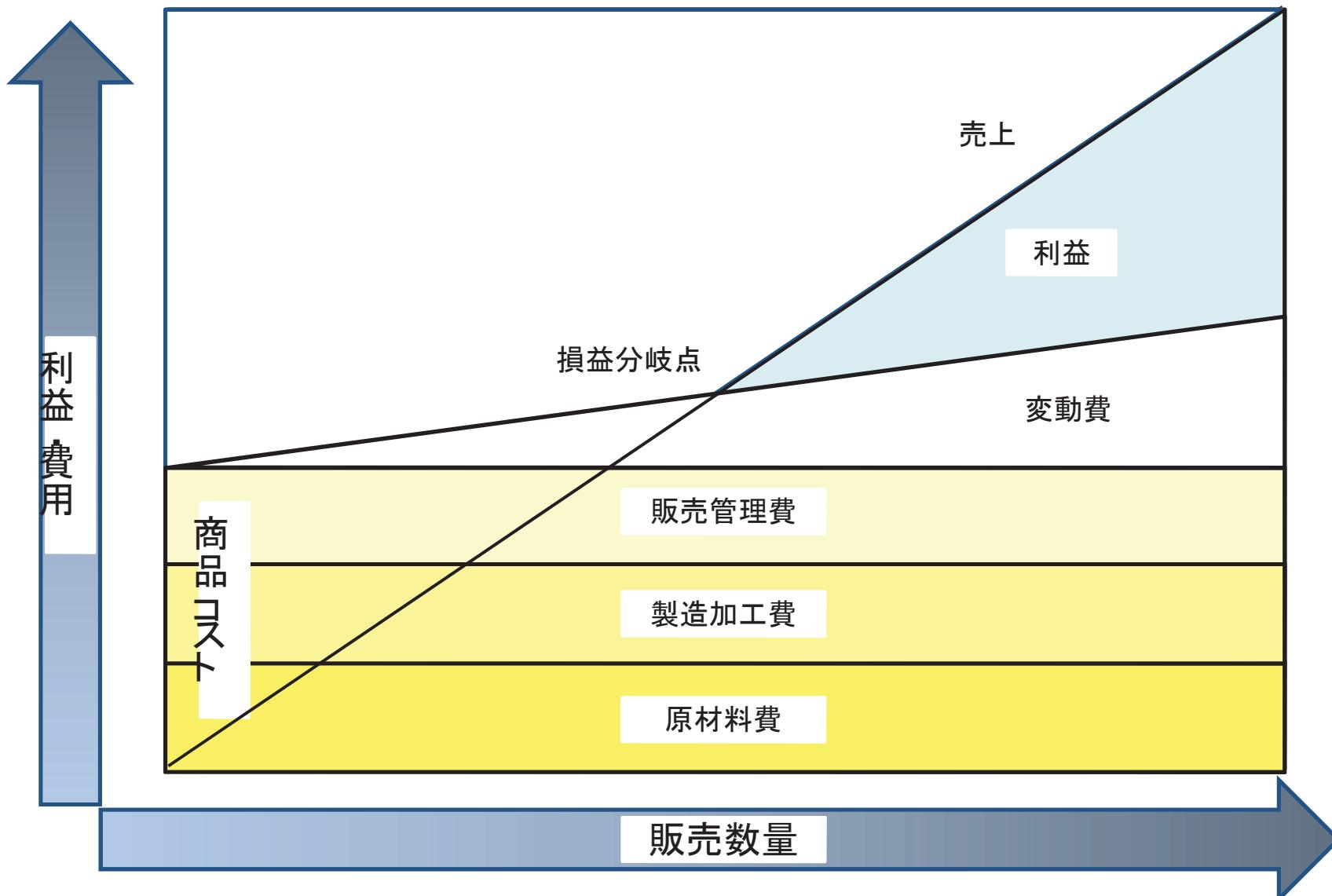
失敗は成功のもと

	新商品開発の成功要因	新商品開発の失敗要因
生産面	<ul style="list-style-type: none"><li>・他社のマネの出来ないアイデア商品</li><li>・他の技術との有効な結びつき</li><li>・高い生産、技術力</li><li>・特許などの知的財産の取得</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・開発コストの増大</li><li>・品質の悪さ、問題の発生</li><li>・生産、技術力の弱さ</li><li>・商品開発でのつまづき</li></ul>
販売面	<ul style="list-style-type: none"><li>・潜在ニーズの先取り</li><li>・開発、販売のグットタイミング</li><li>・マーケットリサーチの徹底</li><li>・豊富な商品知識による販売力</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・市場の不安定</li><li>・マーケットリサーチのミス</li><li>・開発ニーズの不適合性</li><li>・開発、販売時期のズレによる市場変化</li></ul>
組織面	<ul style="list-style-type: none"><li>・トップの強力な意思決定と支援</li><li>・連携先との円滑な連携</li><li>・担当者に対する権限の委譲</li><li>・リーダーの強力なリーダーシップ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・連携先との不徹底</li><li>・緊急時のミスジャッジ</li><li>・強力なリーダー、開発担当者の不足</li><li>・トップの支援体制の不備</li></ul>
人材面	<ul style="list-style-type: none"><li>・担当者の強力な熱意</li><li>・チームワークのよさ</li><li>・リーダーの能力向上</li><li>・優れた研究者、技術者の保有</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・リーダーの能力不足／リーダー不在</li><li>・チームワークの悪さ／個人プレー</li><li>・研究開発者、生産技術者の不足</li><li>・生産部門の問題</li></ul>

## 消費者ニーズから企画・立案



# 利益を上げる



# 附加価値をつける 加工方法

# 様々な加工処理

## 粉碎加工

- ・凍結粉碎
- ・ミル／圧縮
- ・衝撃
- ・摩擦
- ・スプレードライ

## ペースト・液化

- ・酵素分解
- ・圧搾処理
- ・遠心分離
- ・蒸留
- ・ろ過

## 加熱・乾燥

- ・乾燥処理
- ・燻煙処理
- ・湯煮
- ・蒸し
- ・焼く
- ・揚げる
- ・マイクロ波加熱

## その他

- ・超臨界処理
- ・発酵
- ・超高圧処理
- ・真空含浸

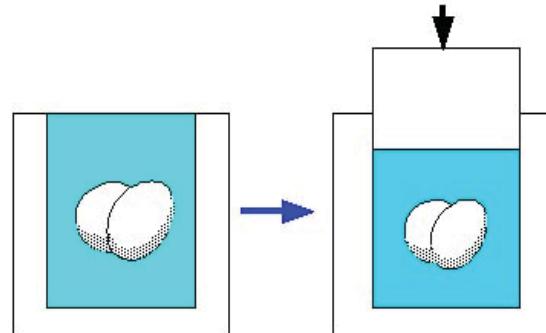
# 超高压食品加工

## 超高压加工処理

数百～数千気圧の超高压を利用して食品製造や加工を行うところから超高压利用技術と呼ばれ、できあがった食品は超高压食品と呼ばれています。

圧力(この場合の圧力とは数百～数千気圧の超高压)による製造、加工は熱を伴わないか、もしくは少ない加熱で行われるために、加熱による欠点をみごとにカバーし、新鮮さを保った食品の製造が可能です。個々には熱を伴わないタンパク質の変性や多糖類のゲル化、殺菌などの様々な超高压による効果が確認されている。

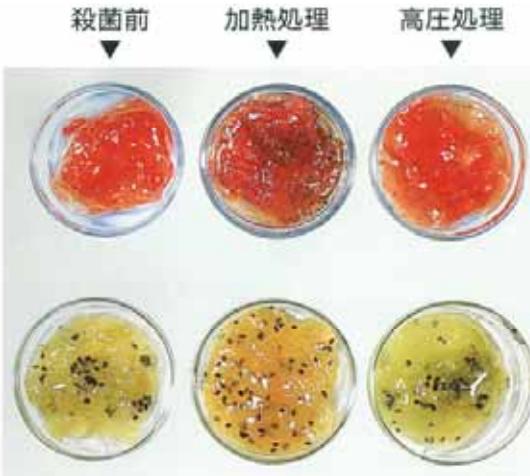
シリンドもしくは  
水圧ポンプで  
圧縮する



1気圧

数千気圧

### 高圧処理によるジャムの変化



高圧処理で色・香り・栄養そのまま



高圧処理でごはんの甘味をぎゅっと閉じ込めて  
います。  
レンジ3分で炊きたてを超えるおいしさに。

(株)日本食程新聞社 新技術・食品開発賞受賞



越後製菓(株)の「越後のごはん」(超高压処理)は、高圧処理により、米粒の形状を維持しつつ、細胞壁、アミロペラスト膜などを破壊することで結水を促進させ、炊飯時には蒸潤により糊化度を上昇させ。さらに炊飯後の経時変化で水が粒内へ浸透することを利用し、製造後数ヶ月の製品もマイクロ波の加熱で炊飯直後の糊化度を超える高い復元性を有する無添加米飯の製造方法を実現した。

日本食程新聞より

■卵の状態変化(高圧処理と加熱処理との比較)



# 酵素分解加工食品

## 消化酵素(じょうかこうそ)

消化に使われる酵素のことである。分解される栄養素によって炭水化物分解酵素、タンパク質分解酵素、脂肪分解酵素などに分けられる。生物が食物を分解するために產生するほかは、食品加工、胃腸薬、洗剤として使用される。海外ではサプリメントとしての利用も一般化している。

酵素とは特定の生化学反応の触媒作用をもつ物質です。

<例え>

- 人間の唾液に含まれているアミラーゼはでんぷんを分解する酵素。
- パイナップルが持つプロメラインはたんぱく質分解する酵素。

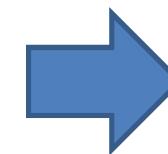
酵素は自然界上では生物(植物も生物です)が生成するのですが、人工的に特定の酵素を作ることも可能です



規格外メロンを酵素分解した原料を活用した  
「メロン発泡酒」



規格外みかん



酵素分解した  
みかんペースト

# 高圧処理技術と酵素処理技術の融合装置

「まるごとエキス」は、微生物と酵素の特徴を利用した装置



タンパク質を主成分とする素材  
(動物性・植物性を問わない)



超高压タンク内で、酵素の作  
用により分解！  
(50～100MPa、40～60°C)

広島県立食品工業技術センターが開発

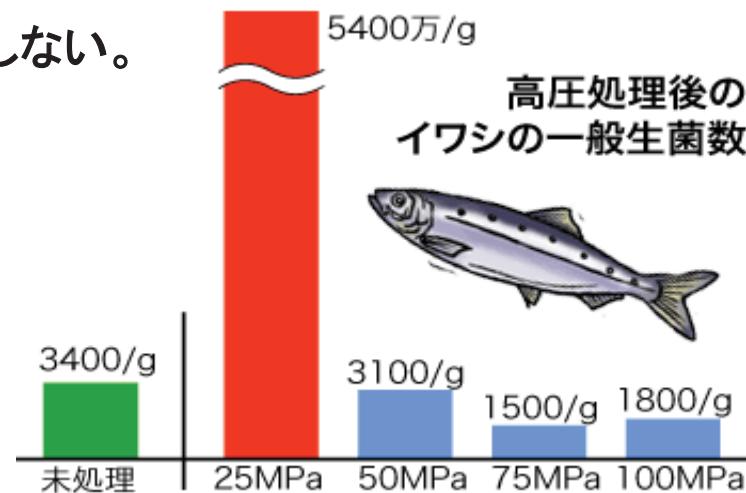


短時間で素材がまるごと液体化。  
イワシを用いた実験では24時間  
で完全液体化！(骨まで溶けて  
残渣がない)※素材によって分  
解時間は多少異なります。

高圧力なので微生物の増殖が抑制され、腐敗しない。

調味料等の製造過程では、腐敗防止のため食塩  
を多量に添加する必要がありました。しかし、高圧  
力なので微生物の増殖が抑制され、食塩を用いな  
くても腐敗しません。(食塩不要)

右のグラフのように50MPaを超えると菌の増殖  
は大幅に抑制されます。しかし酵素は圧力に強く、  
300MPa以上で活性化する酵素もあります。



# ピューレ加工

## 従来のピューレと全く異なる、新しい製法

過熱蒸気による加熱処理と、刃物を使わない優しい遠心分離処理を組み合わせた新しい製法です。ミキサーで素材を細かく切り刻み、裏ごしをする従来のピューレの製法とは全く異なります。

### 加工の流れ

野菜や果物などの素材を水洗い、種取りなど下処理をします



下処理をした素材を、過熱蒸気処理します。過熱蒸気での調理では、過熱蒸気で満たされた部分からは酸素が排除され、素材は酸化されることなく加熱調理されます。

その結果、素材本来の味、香り、色、栄養価が損なわれにくくなります



過熱蒸気処理した素材を、優しい遠心分離技術を用いて、加水することなく、ピューレ状に加工します。組織の破壊が少なく、素材の持ち味が保たれた状態となり、素材本来の味、香り、色、栄養価が残された「ネピュレ®」が完成します

#### コメ産地:秋田県

乳化作用と保湿効果を持っています。小麦粉や米粉等、他の素材の良さを引き出しパンや洋菓子、麺等にも幅広く利用できます



「おコメ食パン」

#### 黒千石大豆産地:北海道

栄養価が高く、人気の黒千石大豆は、希少で入手困難。ネピュレにすることでさらに機能性が高くなり安定供給が可能になりました



#### とちおとめ 産地:栃木県

柔らかな果肉と豊かな甘さ、適度な酸味を感じるバランスがとれたイチゴ「とちおとめ」の美味しさそのままネピュレにしました。



#### にんじん産地:北海道

北海道産の新鮮な人参を栄養、旨味を損なうことなくまるごとネピュレにしました。人参特有の甘みが格別な逸品です。



#### かぼちゃ 産地:北海道

北海道の大地で育まれたかぼちゃを厳選してネピュレにしました。かぼちゃはβカロテンはじめポリフェノールを多く含んだ緑黄色野菜の代表格です。



---

# デザイン・包装

# 商品価値を高める

# 新感覚のふりかけ商品

ふりーらフルーラは、「フリースタイルのフリー」、「フルーツ感覚のフルー」に、静岡の方言「ら」を付け、親しみやすく郷土色出した商品名です。アイスクリーム、ヨーグルト、パスタ、トーストに！食べ方フリースタイルの楽しいふりかけ「ふりーらフルーラ」そのおいしさと実力をギュッと詰め込んだ新感覚の「フリースタイルふりかけ」



ふりーら フルーラ  
「フルーツ＆ベジタブル」  
フリースタイルふりかけ



パスタに



ヨーグルトに

## ふりーらフルーラ ストロベリー



紅ほっぺは静岡生まれの超人気ブランド

”ほっぺが落ちるほど美味しい”ニューフェイスのブランドイチゴ。

## ふりーらフルーラ みかん



三ヶ日みかんは静岡生まれの産地名称みかん

200年の歴史が培う匠の技術で独特の甘みと酸を増すミカン。

## ふりーらフルーラ グリーンティー



静岡のお茶は静岡生まれの農産物のシンボルです

一級銘茶のお茶処。懐深い歴史と文化を持つ静岡のお茶。

## ふりーらフルーラ トマト



アメーラ®は静岡生まれの超高級高糖度トマト

ブランドトマトで1位を獲得。デザート感覚の甘い高濃度トマト

(有)三角屋水産

# 色をキーワードに



## 塩麹商品



塩麹飴(うすき製薬)



柴芋麹サイダー(錦灘酒造)



塩麹飴(うすき製薬)



塩麹 海人の藻塩



塩麹スープ(マルサン)



白菜漬け  
(ピクルスコーポレーション))



塩麹顆粒タイプ(菊正宗)

---

# メディアへの発信

## 新商品・新サービス のPRにメディアを活用

## メディア活用(新製品のPRにメディアを活用)

- 地方メディア (新聞、テレビ、ラジオ、ミニコミ紙、通信社)
- 新聞 (ブロック紙、県紙、地域紙、専門誌)
- 社会部記者か、経済部記者か、専門記者か
- 地方紙が重視する基準

地域に関する内容

新聞を読んでいない県外のリリース半分は廃棄

### …・メディアとの付き合い方…

- 地域に関する発表は現地で
- リリースは中央・地方、放送、新聞など同時に
- 全国発信は通信社に取材を依頼
- 概要地域との接点を強調

地域のためになる事業、社長の出身地など

- フリーぺーぺーは読者数が多い

読者向け特典つきは紹介されやすい

- テレビは映像用の事例が必要

- 広報窓口を一本化する

- 「投げ込み」はできるだけ記者に会って説明

### 日頃から関係構築

- ・掲載後の挨拶
- ・情報発信
- ・飲食出来る関係
- ・携帯番号交換

---

# 知的財産権を守る

## (商標・特許)

# 知的財産権の利用

農林漁業分野には、新品種、栽培／養殖技術、加工技術、ブランドなどの知的財産権が存在する。今後、競争が激しくなるにつれ、知的財産の創造、保護及び活用が、競争を勝ち抜くための重要なポイントである。

農林漁業における知的財産権の例		
場面	例	知的財産権
農作物の育成	新しい品種	育成者権
	花の色を決める遺伝子の配列	遺伝子特許
農林漁業の生産、養殖技術	新しい栽培の方法	特許権
	新しい養殖技術	特許権
	作物を形よく育てるパイプ	実用新案権
	農機具の形状	意匠権
商品に対するマーク・ブランド	近大マグロ／キンダイマグロ	商標権
	宇治茶	地域団体商標

# 知的財産権の種類

創作意欲を促進

## 知的財産権

信用の維持

### 知的創造物についての権利

#### 特許権(特許法)

- 「発明」を保護
- 出願から20年(一部25年に延長)

#### 実用新案権 (実用新案法)

- 物品の形状等の考案を保護
- 出願から10年

#### 意匠権(意匠法)

- 物品のデザインを保護
- 登録から20年

#### 著作権 (著作権法)

- 文芸、学術、美術、音楽、プログラム等の精神的作品を保護
- 創作時から死後50年(法人は公表後50年、映画は公表後70年)

#### 回路配置利用権 (半導体集積回路の回路配置に関する法律)

- 半導体集積回路の回路配置の利用を保護

- 登録から10年

- 植物の新品種を保護

- 登録から25年(樹木30年)

#### 育成者権 (種苗法)

#### (技術上、営業上の情報)

- ノウハウや顧客リストの盗用

- 等の不正行為を規制

### 営業標識についての権利

#### 商標権(商標法)

- 商品・サービスで使用するマークを保護
- 登録から10年(更新あり)

#### 商号 (会社法、商法)

- 商号を保護

#### 【以下の不正行為を規制】

- 混同惹起行為
- 著名表示冒用行為
- 形態模倣行為(販売から3年)
- ドメインネームの不正取得等
- 誤認惹起行為

#### 商品表示、商品形態 (不正競争防止法)

#### 地域団体商標権 (商標法)

#### 産業財産権=特許庁所管

(注)特許権、実用新案権、意匠権及び  
商標権を産業財産権という。



# 知的財産権とは(図解)



# 農林漁業者の知的財産権の悩み

## ○知財に関する農林漁業者の悩みや公的支援への期待は、多種・多様

### 知財に関する悩み

- ①知財は「難しい」、「関係ない」という最初のハードルの高さが意識の根底に有。  
②知財に取り組もうとする意思を有しても、以下のような悩み有。

### 支援策が必要と思われる局面

#### 【専門的・技術的知見の不足によるもの】

例えば、以下の知見がない。

- ・自分の発明した技術を「特許出願」する方法
- ・既に他が発明したものがないか  
「先行技術の調査方法」
- ・特許出願書類の書き方
- ・弁理士等などの専門家の探し方

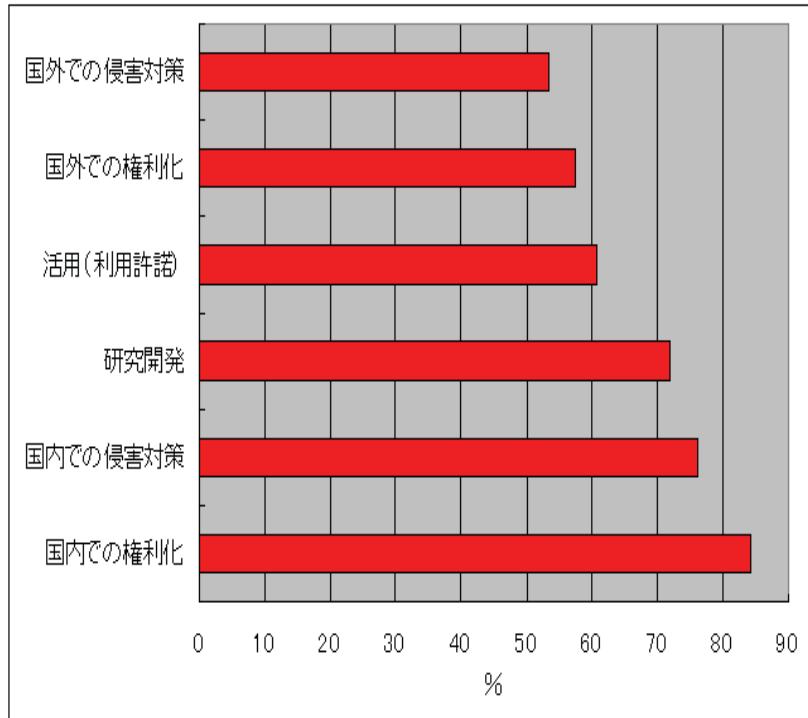
#### 【人的・資金的不足によるもの】

- 出願に要する費用(弁理士費用等)が高額
- 警告書が届いたが、対応方法を不知

#### 【知財意識の欠如に伴う課題】

- 経営者・従業員の教育方法
- 共同研究開発や取引先との関係での技術流出  
防止方法

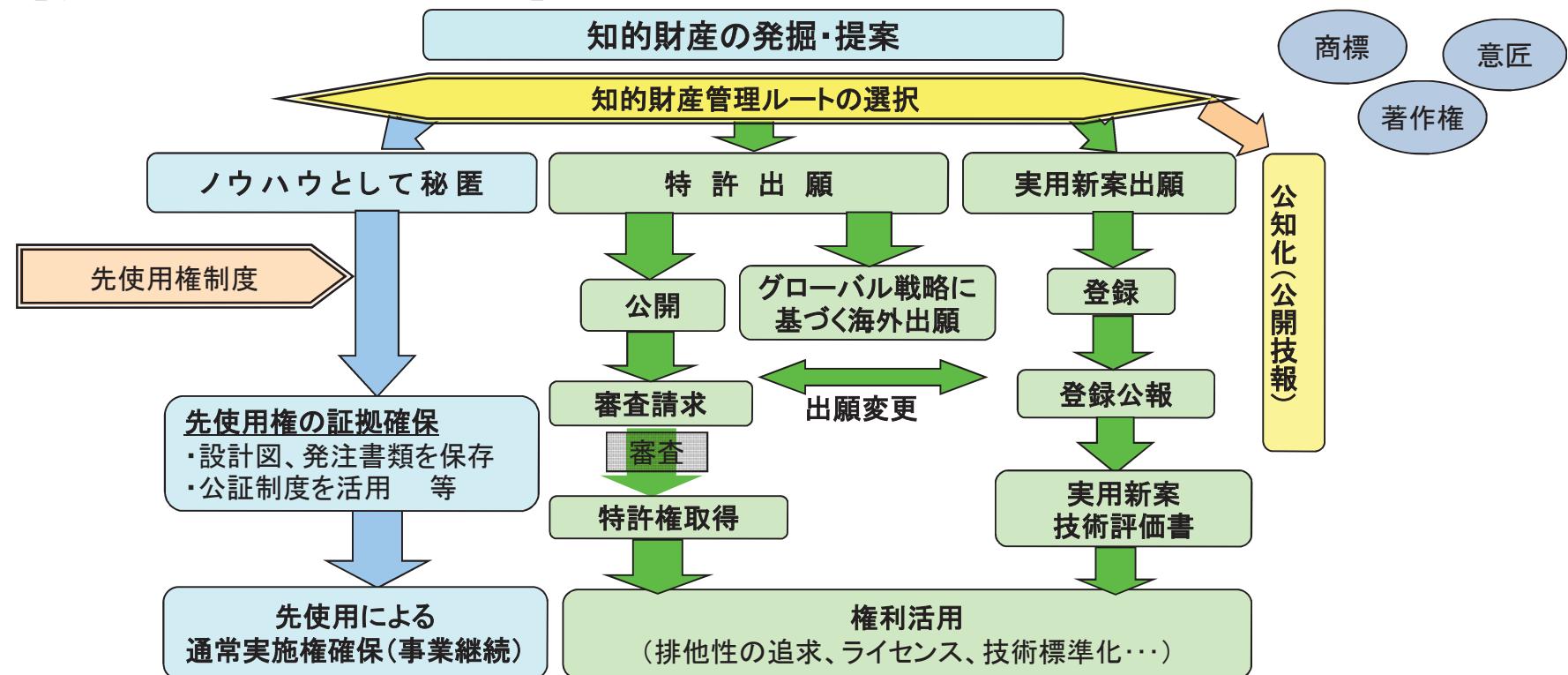
中小企業524社回答(2005.12調査)



# 複眼的視点からの知的戦略

- 国際的な競争が激しくなる中、公開が前提となる特許権取得の対象とするか、ノウハウ(営業秘密)として秘匿するかを峻別し、特許権取得を選択した場合には、海外でも権利化していくなど、戦略的な取組が求められている。
- ノウハウとして秘匿する場合には、「先使用権」によって通常実施権を確保することも必要。
- 「先使用権制度」とは、他者が特許出願をする前から、事業やその準備をしていた者については、他者が特許権を取得したとしても、例外として事業を継続できる制度。

## 【技術の戦略的な管理について】



# 特許になる発明とは

(経済産業省北海道経済産業局資料より)

## 特許法上の発明であるか

特許を受けることができる「発明」であるためには、まず第一に、産業として実施できなければなりません。これは、ただ単に学術的・実験的にしか利用できない発明は「産業の発達」を図るという特許法の目的が達成できず、保護する価値がないからです。特許法における「産業」は、工業、鉱業、農業などの生産業だけでなく、運輸業などの生産をともなわない産業もふくめた広い意味での産業を意味します

## 産業として実施できるか

特許を受けることができる「発明」は、今までにない「新しいもの」でなければなりません。すでにだれもが知っているような発明に特許権という独占権をあたえることは、社会にとって百害あって、一利もないからです。特許法では、次の発明の場合に「新しさ」がないとして特許されません

## 新しいかどうか

特従来技術をほんの少し改良しただけの発明のように、だれでも簡単にできる発明については、特許を受けることができません。科学技術の進歩に貢献していない自明の発明には特許権をあたえるほどの価値がありませんし、簡単な発明でも特許権が認められるようになると、日常的に行われている技術的な改良についても次々出願しないと別の人間に特許をとられてしまいかねず支障がでるからです。

● 事实上、明らかに実施できないもの



例：地球と月を結ぶ連絡橋

● 個人的にのみ利用され、市販などの可能性のないもの



例：猫舌向けのお茶の飲み方



→ 特許を受けることが  
できない発明

商標とは、事業者が、自己(自社)の取り扱う商品・サービスを他人(他社)のものと区別するために使用するマーク(識別標識)です。

私たちは、商品を購入したりサービスを利用したりするとき、企業のマークや商品・サービスのネーミングである「商標」を一つの目印として選んでいます。

そして、事業者が営業努力によって商品やサービスに対する消費者の信用を積み重ねることにより、商標に「信頼がおける」「安心して買える」といったブランドイメージがついていきます。商標は、「もの言わぬセールスマン」と表現されることもあり、商品やサービスの顔として重要な役割を担っています。

このような、商品やサービスに付ける「マーク」や「ネーミング」を財産として守るのが「商標権」という知的財産権です。

商標には、文字、図形、記号、立体的形状やこれらを組み合わせたものなどのタイプがあります。

また、平成27年4月1日以降受付の出願から、動き商標、木口グラム商標、色彩のみからなる商標、音商標及び位置商標についても、商標登録ができるようになりました。



商標権を取得するためには、特許庁へ商標を出願して商標登録を受けることが必要です。商標登録を受けないまま商標を使用している場合、先に他社が同じような商標の登録を受けていれば、その他社の商標権の侵害にあたる可能性があります。また、商標を先に使用していたとしても、その商標が、自社の商品やサービスを表すものとして需要者に広く知られているといった事情がなければ、商標権の侵害にあたる可能性がありますので注意が必要です。

## 一般商品名(商標)のつけ方

---

- ✧ 覚えやすいこと
- ✧ 言いやすい、書きやすい、聞きやすい、読みやすい
- ✧ 発音しやすい
- ✧ 聞いていて快い感じを起こさせやすい
- ✧ イメージしやすい
- ✧ 記憶させやすい
- ✧ 流行にマッチしている

### 類似商標

【概観】 視覚をもって判断

\* ライオンとティオン \* アマロンとママロン

【発音】 聴覚をもって判断

\* ノーベルとノーブル \* ミリオンとミニオン

【意味】 意味の比較

\* Kingと王様 \* Heartとハート

### 商品の効能

「スイート」「あまい」「美味しい」「美しい」など効用  
を表すものは単独では登録されない

例: スイートようかん→駄目 スイートハートようかん→OK

…文字標語をいれることで可能となる…

\* 品質・用途・数量・原料名・形状を表すものも駄目

# 地域団体商標制度

地域ブランドをより適切に保護することにより、信用力の維持による競争力の強化と地域経済の活性化を支援（平成18年4月1日施行）。

## 改正前の商標法下での地域ブランド保護に関する問題点

地域名と商品名からなる商標について商標登録を受けるためには  
全国的な知名度が必要

- ・全国的な知名度を獲得するまでは、登録を受けられない。
- ・それまでの間に他者の便乗を排除できない。

## 改正の内容

地域名と商品名からなる商標（地名入り商標）について、一定の範囲で周知となった段階で地域団体商標として登録を受けることを可能とする。

具体的な  
登録例

岩槻人形

権利者：岩槻人形協同組合



1097件(平成27年6月末現在)

地域別登録査定内訳一覧表

北海道	東北	関東
46	90	111
甲信越	北陸	東海
74	76	138
近畿	中国	四国
284	63	40
九州	沖縄	その他
125	41	9

合計：1097件(平成27年6月末現在)

「地域団体商標2015(15年3月)」



平成27年3月末日までに登録査定された出願185件について商品の写真や商品の特徴などを紹介。

# 地域における知的財産活用事例

石垣島パパイヤ研究所

<沖縄県石垣市>

パパイヤを市の基幹産業に！

自治体が知財権  
を取得し活用

(株)にちはら総合研究所

<島根県津和野町>

町の知財を活かした冬虫夏草事業を開始！

農家の発案でパパイヤ栽培  
技術の研究開始(1996年)

↓  
市や研究機関が援助

↓  
栽培技術特許権取得

○2004年石垣市が市の共有財産と  
して取得

↓  
研究所を設立

販路開拓・製品開発

○2006年「石垣市パパイヤ」の図形  
商標取得



旧日原町が特許・商標を取得

○国内特許権取得(2004年)

○中国で特許権取得(2005年)

○地域独自ブランド化の商標出  
願「元気工房」(1999年)

↓  
町ぐるみの知財への取組

○会社の売り上げの一部を町に支払  
い、町は特許の年金として使用

○弁理士活用した知財教育を実施

↓  
事業を積極的に展開

○産学官連携による研究開発

○販路開拓への連携



# 地域ブランド商標の例

商標登録されている地域ブランドの例

登録第4734753号



小田原蒲鉾

登録第4696358号



商標  
現在5件登録

登録第4625235号



商標  
現在8件登録

登録第4066358号



登録第457925号

信州味噌



1 貝最中

(1個) 85円／(15個入) 1,312円

相模江の島に合ったお菓子。海にちなんだ五種類の貝を主材とした最中です。自然な味づくりと素材の良さ、本物の味を贈ります。

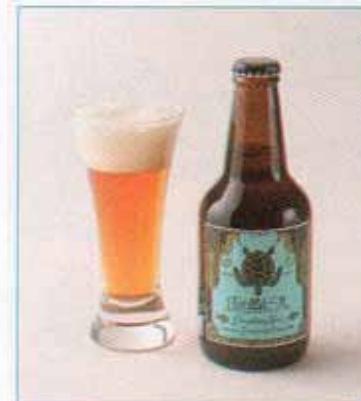
■井上総本舗

江の島2-1-9 ☎0466-22-4640

営業時間／8:00～18:00

定休日／金曜

MAP  
B-8



23 江の島ビール

(1本) 330ml 515円

江島神社の祈願水を仕込水に使用したエールビールです。市内デパート・スーパー・酒販店にて販売中。詳しくはお問い合わせ下さい。

■鎌倉ビール醸造(株) 名越坂ブルワリーハウス

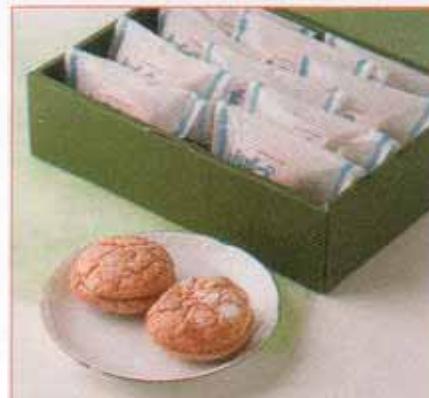
鎌倉市大町5-9-29 ☎0120-35-1192

営業時間／9:00～17:00

定休日／日曜・祝日

MAP  
F-8

<http://www.enoshima-beer.com>



21 湘南ぼーい

(1個) 157円／(10個入) 1,720円

小麦粉を一切使用せず、アーモンドブードルとヘーゼルナッツのブードルの生地に、プラリネクリームをサンドした風味豊かなお菓子です。(お子様から大人の方までご好評いただいております。)

■洋菓子 チロル鵠沼店

鵠沼石上1-4-12 ☎0466-26-3053

営業時間／9:00～19:00

定休日／水曜

MAP  
E-7

## 松坂牛の例



平成14年登録  
(松阪市)

松阪牛元祖  
和田金

昭和55年登録  
(松阪市)



平成13年登録  
(千葉県)



平成9年登録  
(大阪府)



平成13年登録  
(千葉県)



平成7年登録  
(北海道)