



PRESS RELEASE

マーケティング・知的財産事業化支援事業の新規採択について

東経連ビジネスセンターは、マーケティング・知的財産事業化支援事業※の新たな採択先3件を決定しましたので、下記の通りお知らせ致します。なお、支援期間は平成25年10月～平成26年9月の1年間となります。

※ 東経連ビジネスセンターは、一般社団法人東北経済連合会が平成23年4月に設立した東北地域の産学連携等の支援や、企業のマーケティング、知的財産等の事業化支援を行う支援センターです。マーケティング・知的財産事業化支援事業は随時ホームページで受け付けております。

記

■農業生産法人 有限会社今野醸造（宮城県加美郡、代表取締役社長：今野 昭夫）

- ・ 支援テーマ：仙台味噌を用いた新しい調味料開発とそのブランド戦略支援
- ・ 支援先概要：平成7年4月設立、資本金5百万円、売上高130百万円、従業員13名
- ・ 主力製品：無添加 あなたののために（無添加仙台味噌）、釜神（無添加仙台味噌）

- ・ 内 容： 全国的に味噌、醤油の市場は縮小傾向にあり、（有）今野醸造の味噌、醤油の売上の伸びも鈍化傾向にあります。一方、味噌、醤油と言った発酵醸造技術は東北の産業にとって貴重な技術ノウハウであり、東北地域の食品産業にとって発酵醸造技術をベースにした新商品の開発は大きな課題の一つです。

同社は自社栽培原料を使用した長熟タイプの無添加仙台味噌『釜神』をリリースしました。一般的な仙台味噌に比べ強い風味が特徴で他食材に負けずしっかりとした味噌らしきを出せると、高い評価を得ています。

同社より、「無添加仙台味噌『釜神』を用いた新しいブランド商品を開発したい」との申込があり、検討の結果、以下の支援を行うこととしました。

- ・ 支援内容： 草場佳朗マーケティング支援チーム・ディレクターを中心にマーケティング・リサーチを行い、「釜神」を用いた新しい調味料の開発とともに、ブランド・ネーミング、ロゴの作成等の支援など、ブランド戦略の立案と実施を支援します。また、支援を通じて、東北の醸造発酵技術をベースにした新商品開発のモデル作りを目指します。



■リリースに関するお問い合わせ先



■株式会社川喜（岩手県釜石市、代表取締役社長：川端 力）

- ・支援テーマ：アルコールフリーで保存可能な“ヘルシー生そば”のブランド戦略支援
- ・支援先概要：昭和52年3月設立、資本金47百万円、売上高206百万円、従業員23名

・主力製品：南部そば、和山高原そば、釜石ラーメン、中華めんシリーズ

・内容：川喜は、地元産の食材と良質な水にこだわり、添加物をなるべく使用せず、素材の味を大切にして小麦やそばの風味を引き出しています。大手企業には真似できないこだわりで勝負する、丹精込めた麺づくりが特徴です。

同社はさらなるこだわりとして、自社栽培の蕎麦の実と打ち粉も岩手県産小麦を使用した、アルコールフリー（エタノール無添加）で10日間保存可能な「ヘルシー生そば」の開発に着手しました。アルコールを使用しないことにより、そば自体の風味が格段に向上するとともに、安全性と美味しさを保持しながら、独自の粉体殺菌技術等を活かした日保ちの向上を図ります。

同社より、「百貨店・高級スーパー向けブランドおよび自社ブランドでのプレミアム商品化を目指したい」との支援申込があり、検討の結果、以下の支援を行うこととしました。

- ・支援内容：大志田典明マーケティング支援チーム・プロデューサーを中心に購買ターゲット層の抽出、価格戦略、プロモーション・ツール制作等を手掛けることにより、ブランド戦略の立案と実施を支援します。

※注）通常流通する「生そば」には、品質保持のため、アルコールが少量含まれています。アルコールは茹でることで揮発するため、食べる段階では影響ありませんが、アルコール臭と蕎麦の香気は相性が悪く、バイヤーや健康に関心の高い消費者から、完全な無添加（そば粉・小麦粉・食塩以外使用しない）の生蕎麦の開発の高い要望があったものです。





■有限会社二唐刃物鍛造所（青森県弘前市、代表取締役社長：吉澤 俊寿）

- ・ 支援テーマ：作刀技術・和包丁の海外向け新ブランド戦略支援
- ・ 支援先概要：昭和 24 年 2 月設立、資本金 25 百万円、
売上高 200 百万円、従業員 16 名
- ・ 業 務 内 容：業務・家庭用刃物製造、建築用鉄骨製造
- ・ 内 容： 同社は、350 年の刀鍛冶の歴史を有し、作刀の技術を使用した職人の手打ちによる刃物作り技術を伝承してきました。作刀の技術を使用した『折れず、曲がらず、よく切れる』刃物を、丁寧に手作りで仕上げています。
同社が製造する和包丁はその切れ味の良さから、長年、青森県民に愛されてきています。近年、欧米諸国で和包丁の人気は高まっており、同社は国内だけでなく海外市場の展開に強い意欲をみせています。
同社より、「海外見本市に出展の際に指摘された“海外の人には柄が小さすぎる”などの点を改良し、高級感を持たせた『海外向け和庖丁』として展開したい」との支援申込があり、検討の結果、以下の支援を行うこととしました。
- ・ 支 援 内 容： 大塚玲奈マーケティング支援チーム・ディレクターを中心に、マーケティング・リサーチを行い、海外向け新商品の開発とともに、流通戦略の立案や、プロモーション・ツールの製作を手掛け、海外向けブランド戦略の立案と実施を支援します。



以 上



◇過去の支援案件の紹介

- 齋藤マシン工業株式会社 (山形県天童市、代表：阿部 光成)
 - ・ 支援テーマ：コンパクトな植物油用濾過装置のセールス及びマーケティング支援
 - ・ 支援 期間：平成 23 年 7 月～平成 24 年 6 月
- 有限会社フラワート (秋田県由利本荘市、代表：嶋 真紀子)
 - ・ 支援テーマ：世界初の“ジュエリング・フラワー（宝飾花）”のマーケティング支援
 - ・ 支援 期間：平成 24 年 1 月～12 月
- 株式会社四季菜 (秋田県秋田市、代表：高橋 真木夫)
 - ・ 支援テーマ：秋田産米粉を使ったスイーツの商品開発及びマーケティング戦略支援
 - ・ 支援 期間：平成 24 年 4 月～平成 25 年 3 月
- 株式会社味の加久の屋 (青森県八戸市、代表：野田 一夫)
 - ・ 支援テーマ：震災復興に向けた水産加工品のマーケティング戦略支援
 - ・ 支援 期間：平成 24 年 4 月～平成 25 年 3 月
- あおもり藍産業協同組合 (青森県青森市、代表理事：吉田 久幸)
 - ・ 支援テーマ：独自の染料化技術を核とするあおもり藍ブランド商品の開発及びマーケティング支援
 - ・ 支援 期間：平成 24 年 10 月～現在
- 齋栄織物株式会社 (福島県伊達郡川俣町、代表：齋藤 泰行)
 - ・ 支援テーマ：世界一薄い絹織物「妖精の羽(フェアリー・フィガー)」を使用した製品開発及びブランディング支援
 - ・ 支援 期間：平成 24 年 10 月～現在
- 武輪水産株式会社 (青森県八戸市、代表：武輪 俊彦)
 - ・ 支援テーマ：「鯖スパイシーマリネ」新規販路開拓支援
 - ・ 支援 期間：平成 25 年 1 月～現在
- 株式会社佐渡乳業 (新潟県佐渡市、代表：高橋 一五(かずゆき))
 - ・ 支援テーマ：ナチュラルチーズ&デザートの商品開発及び全国ブランディング支援
 - ・ 支援 期間：平成 25 年 4 月～現在
- アンデックス株式会社 (仙台市青葉区、代表取締役社長：三嶋 順)
 - ・ 支援テーマ：ソフトウェアパッケージ「SMART-Transport」の販売支援
 - ・ 支援 期間：平成 25 年 4 月～現在
- 久慈琥珀株式会社 (岩手県久慈市、代表取締役社長：向 正彰)
 - ・ 支援テーマ：久慈琥珀(株)のブランディング支援
 - ・ 支援 期間：平成 25 年 7 月～現在



I. 東経連ビジネスセンターの概要（平成23年4月設立）

1. 目的

東北7県の産学官＋金融が総力をあげて、“Innovation for Growth”をスローガンに東アジアの技術・生産開発拠点の形成を見据えつつ、大震災からの復興等の支援を通して、東北の国際競争力強化及び雇用の創出を図る。

2. 活動期間

5年間（平成23年4月～平成28年3月）

3. 組織形態

東北7県の産業支援機関、大学等研究機関、大手企業等を会員とする任意団体

4. 活動経費

年間9千万円程度

5. 事務局所在地

東経連事務局内（宮城県仙台市）

6. 主な事業内容

- （1）マーケティング・知的財産事業化支援事業
- （2）産学連携・アライアンス支援事業
- （3）グローバル・ビジネス支援事業
- （4）ビジネス講座事業

II. マーケティング・知的財産事業化支援事業

1. 目的

マーケティング、知的財産、セールス、ファイナンス分野のハイレベルな専門家による当センターの支援チームが、技術力の高い中堅・中小ベンチャー企業の新製品・新商品・新サービスの事業化を、戦略的かつ実践的に支援します（原則1年間）。

2. 応募資格

- （1）企業の要件（以下の全ての要件を満たすこと）
 - ① 主たる事業拠点を東北7県（含新潟県）に置くこと。
 - ② 高い技術またはノウハウ等を持つこと。
- （2）支援事業の要件（以下の要件を概ね満たすこと）
 - ① 「新技術による新商品・新製品・新サービスの事業化」、「既存技術を用いた新たな市場の参入による新商品・新製品・新サービスの事業化」など、イノベーション創出による成長を目指すこと。
 - ② 原理確認が終了した試作品が完成しており、マーケティング・リサーチを行うための、モニタリングの準備ができること。
 - ③ マーケティング戦略の仮説（何を差別化のポイントにして誰に売りたいか等）を持っていること。



- ④ 開発計画だけでなく、実売計画を具体的に検討していること。
- ⑤ 特許、商標など、知的財産戦略を検討する意思を持つこと。
- ⑥ 社長以外に営業企画等、専任の担当者を置いて支援を受けられること。
- ⑦ 既存の営業費・販促費は措置されていること。

3. 支援分野（下記の7分野から、貴社の事業テーマに応じた支援チームを編成します）

(1) マーケティング戦略立案・実行支援

ネットリサーチ、フォーカス・グループ・ミーティング等のマーケティング・リサーチに基づく、差別化ポイントの明確化及び価格、流通、プロモーション等の戦略構築支援

(2) ブランディング支援

ネットリサーチ、ネガティブチェック等によるブランドネーム、ロゴ、シンボル等ブランド要素の構築支援

(3) 営業販促ツール・ホームページ強化支援

マーケティング・リサーチに基づく、営業販促ツール、ホームページの改定のアドバイス

(4) セールス戦略支援

マーケティング・リサーチに基づく、新たな販路開拓支援

(5) 知的財産戦略支援

特許、商標の出願、補正の実施および戦略構築支援

(6) 法務支援

販売契約書等の法務チェック支援

(7) ファイナンス戦略支援

資本政策等に関するアドバイス

4. 支援の特徴（民間支援ならでの、実効性ある4つのメリットが特徴です）

- (1) 当センターで編成する支援チームのサポート費用は、200万円まで負担します。（当センターから支援チームへ直接支払）
- (2) 年度の区切りに関係なく、支援決定から12ヶ月間サポートを受けることができます。（例えば9月～翌年8月など）
- (3) 常時募集していますので、貴社の事業進捗等に応じていつでもお申し込みいただけます。
- (4) 国や県など公的助成に認定されている事業に、当センター事業をセットして追加支援・連携支援することが可能です。

以上