



静岡市創生推進会議 資料

有限責任監査法人トーマツ／特許庁 静岡県事業プロデューサー
増山 達也

2018年3月22日

Making another half century of **Impact**
デロイト トーマツ 50周年 次の50年へ

50th
Deloitte Tohmatsu

特許庁 事業プロデューサー派遣事業の全体像

事業PDを派遣し、新規事業創出環境の整備と地域経済の自走化をサポートしている

本事業の全体像と特徴

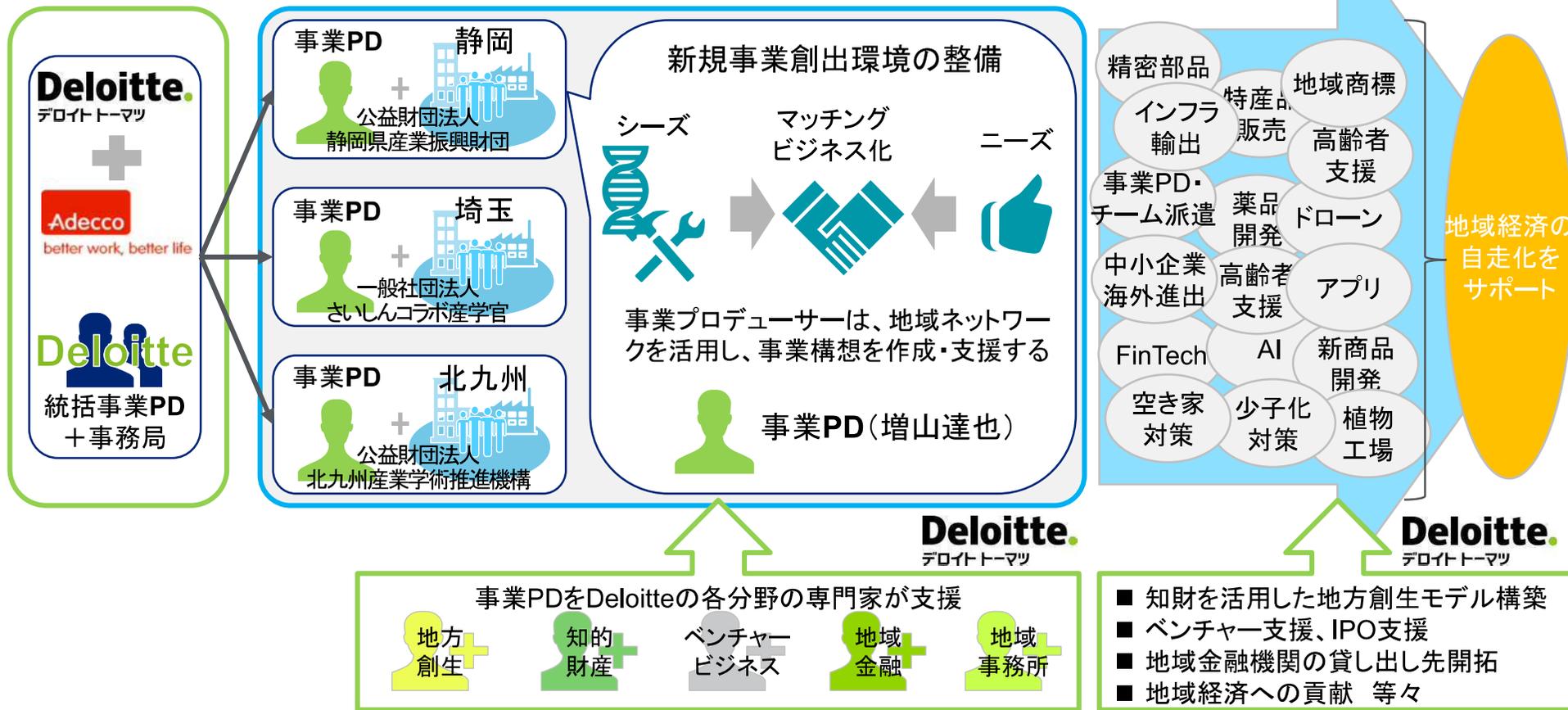
※来年3月で静岡県内の事業化支援は終了

事業実施 (2016年度 ~ 2018年度 3年間)

実現期 (3年後)

地方創生の実行フェーズと位置づけ、3地域で様々な案件形成を事業PDとトーマツが支援します

継続的な支援も想定しています。



派遣後約1年経過時点の状況【静岡市企業 事業化企業 4件】

埼玉県、北九州市に比べ、静岡県の事業化件数は群を抜いている

派遣後約1年経過時点の状況

平成29年12月時点で派遣開始から約1年が経過しましたが、各地で地道な活動を続けた結果、3か所とも順調に成果を挙げています。各事業プロデューサーの特性が出ており、成果の数としては静岡が一步リードしている格好ですが、埼玉と北九州でも今後の成果の表出が予定されているところです。

図 各地の活動状況(平成30年3月 時点)



静岡市企業の支援事例

Benefitea ～ 高級ボトリングティーの事業化(知財戦略および販売戦略支援)

Benefitea社: 高級ボトリングティーの支援



開発した商品

- 静岡の企業、Benefitea社は、茶葉原料本来の成分を凝縮したエキスを抽出する特殊製法を考案。
- 旨味成分アミノ酸や香気成分を凝縮しており、ペットボトルや急須で飲むお茶にはないワインのような高い味わいや繊細な香りを再現する高級ボトリングティーの開発に成功。



出典:
Benefitea社HP

静岡白葉茶高級ボトリングティー『金の風薫』

事業化における課題

- しかし、製品化まではたどり着いたものの、製法は非公開とする意向が強い中、一方で高級ボトリングティーのブランドをどのように保護すべきかわからないという課題があった。



都内百貨店に展示する様子

事業PDの提案したソリューション

撮影: トーマツ

- 事業プロデューサーが訪問、同社社長と相談し、課題抽出と販売戦略を立案。
- 静岡県知財総合支援窓口と連携し、製法を非公開とする代わりに製法名などの商標登録を行うことで高級ボトリングティーブランドを守り、他社の類似製品の相乗りを防ぐ知財戦略を立案。
- 並行して進めていた都内大手百貨店の基幹店常設展示も決定し、高級ブランド化戦略の第一歩となった。
- 更に交渉の結果、同系列百貨店の都内大型店舗、流通チェーン店常設および大手航空会社への採用も決定。
- 今後は同社社長と協力し、より一層静岡茶ブランド力を高める施策を進める一方、他県のお茶農家との連携も提案していく予定

静岡市企業の支援事例

マコジャパン ～ 素材を活かした無添加・濃縮フルーツソースの事業化

マコジャパンは独自の乾燥装置(特許)を利用した「常温常圧濃縮」により無添加・濃縮フルーツソースを製造する会社です。事業PDが販売戦略の策定および販路開拓を支援。結果、世界のトップパティシエ 辻口博啓氏のパティスリー「モンサンクレール」にて無添加・濃縮フルーツソースの採用が決定しました。

マコジャパン: 無添加・濃縮フルーツソースの販売支援



マコジャパンのシーズ

- ▶ ヒートポンプを応用した新しい乾燥原理による乾燥装置(マコジャパンの兄弟会社、株式会社グリーンセイジュ(代表小鍋彰久氏)が特許を保有(特許第3696224号))を活用し、風を当てて20℃程度の常温で乾燥させる「常温常圧濃縮」を実現
- ▶ 従来の乾燥装置では熱で酵素が破壊されるが、本装置では加える熱量を最小限に抑えることで、素材本来の味・色・香りを最大限引き出したフルーツソースの製造に成功した

事業化における課題

- ▶ 少人数で運営している企業であり、製造できるフルーツソースの量は自ずと少量生産にならざるを得ない
- ▶ 営業力にも限りがあるため、他のフルーツソースとの違いを訴求する戦略や機会を作り切れず、販売に苦戦していた

事業PDの提案したソリューション

- ▶ 販売戦略では少量生産という希少性、素材本来の風味を残した他のフルーツソースには無い深い味わいを活かし、市場に訴求するため発信力の強い有名シェフとのコラボレーションによる販売拡大戦略を立案
- ▶ 事業プロデューサーのネットワークを最大限活用し、世界のトップパティシエ 辻口博啓氏に試食・試飲いただき、フルーツソースの味・色・香りについて高評価を得て、静岡県内・県外にも販売活動を展開
- ▶ ⇒ 辻口氏のパティスリー「モンサンクレール」をはじめ、静岡県内でかき氷の移動販売を営む「氷屋bebe」、静岡市用宗のジェラート店「LA PALETTE(ラパレット)」、東海地区の有名イタリアンなど複数の店舗で採用が決定、スイーツからドリンク、ドレッシングまで幅広い用途で活用されている

▼ 自由が丘「モンサンクレール」



写真提供: モンサンクレール

▼ 乾燥装置のイメージ



写真提供: マコジャパン

formation, contact Deloitte Touche Tomomatsu LLC..

静岡市企業の支援事例

旅酒～静岡版 旅酒『伊豆』(日本酒)の事業化

横浜市の企業 旅酒は、旅酒ブランド(商標登録済)を全国展開するため、静岡県内で提携できる酒造会社を探していました。この度、本事業の事業プロデューサーが静岡市清水区に本社を置く三和酒造と引き合わせを実施し、静岡版旅酒『伊豆』の販売が決定しました。

静岡版 旅酒『伊豆』(日本酒)の事業化



旅酒のシーズ

- 全国の地酒を『旅酒』として統一ラベルでブランディング
- 「～(観光名所)を旅して出会う酒」のキャッチフレーズで、そこでしか買えない希少性と、飲み切りサイズのボトルが人気
- 訪日外国人に向けてラベルにQRコードを付加、多言語化対応

「旅酒」関連商標登録済(商標登録第5593695・5713720・5794907号)



事業化における課題

- 静岡県版『旅酒』に、味も香りも華やかで飲みやすい日本酒を探していたが、適した酒造会社を見つけることができなかった。

事業PDの提案したソリューション

- トーマツのリレーションで横浜の旅酒から事業プロデューサーへの支援依頼をいただいた
- 旅酒 丹生谷氏より希望条件をヒアリングし、希望条件に合う酒造会社を県内より選定し、静岡県産業振興財団「知的財産活用研究会」・静岡銀行 興津支店を通じて、マッチングに前向きだった三和酒造とのコラボレーションが実現
- さらに販路開拓を支援し、伊豆地区沿線の鉄道会社への販売が決定、伊豆地区のホテル・旅館・酒卸からも引き合いがきている

旅酒のメリット

- まだカバーできていなかった静岡県で、静岡県版『旅酒』に適した酒造会社を見つけることができた
- これで旅酒のラインナップをほぼ日本全国分揃えることができた

三和酒造にとってのメリット

- 『伊豆』という地域性を持たせた銘柄を新規発売し、さらに地域限定発売として希少性を確保
- 旅酒社のブランド力を活用し、訪日外国人など新たな顧客層にアピールできることになり、さらに訪日外国人の目につく棚を持つ販路を開拓できた

今後の事業展開

- 今後も旅酒、三和酒造、事業プロデューサーの三者が相互に連携して販売を推進する
- マーケティング手法としては、訪日外国人に加えて若年層もメインターゲットに、口コミに加えウェブやSNSを活用したプロモーションを展開していく

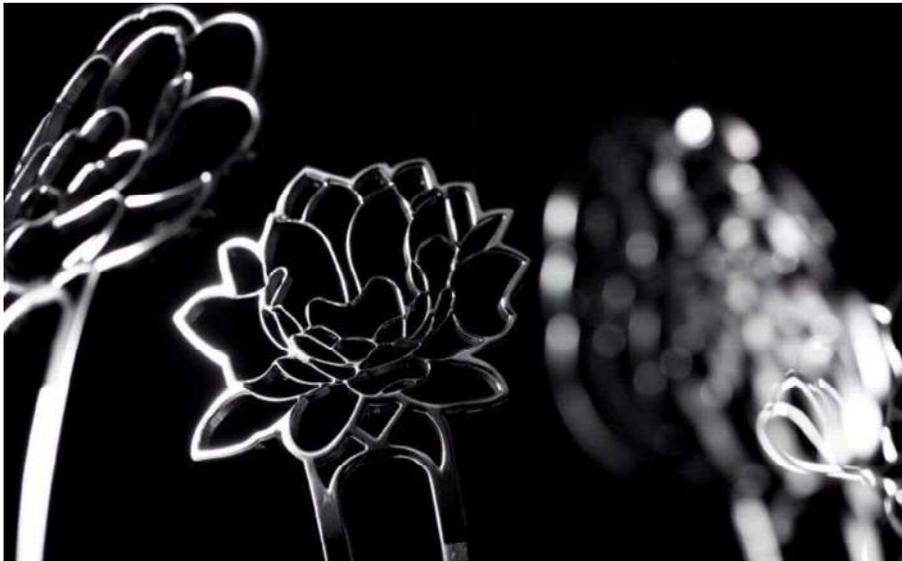
© 2017. For information, contact Deloitte Touche Tohmatsu LLC..

静岡市企業の支援事例

山崎製作所 - 町工場から世界へ『KANZASHI』の事業化

山崎製作所は長年培い、磨き上げた切り、叩き、曲げといった板金加工の基本技術を活かし、和をモチーフとした切り絵のような繊細で美しいデザインのかんざしを開発し、新規ブランド「三代目板金屋」を立ち上げ新商品名を『KANZASHI』としました。この度、本事業の事業プロデューサーが知財戦略・販売戦略の立案支援を行い、海外展開を模索していた『KANZASHI』の米国での販売開始が決定しました。

Y社: 『KANZASHI』の事業化



事業化における課題

- ▶ 国内本格販売にあたって、知財戦略、ブランディング・販売戦略についての経験が不足していた
- ▶ 海外展開も検討していたが、外国語による契約条件の交渉・締結に不安があった

事業PDの提案したソリューション

- ▶ 知財戦略では海外展開も踏まえた商標権・意匠権の重要性を助言。まずは、意匠権の国内出願を実施(意匠登録出願 意願 2017-006408)
- ▶ 海外展開では、中小企業の海外展開を支援している企画実行会社、エイグローブ株式会社(浜松市)の小粥氏との連携を提案、小粥氏のネットワークと語学力を活かして米国での販売先を発掘
⇒ 課題であった契約条件の交渉についても小粥氏のサポートによって順調に進み、無事販売契約を締結、米国(シリコンバレー、NY)での本格販売が決定

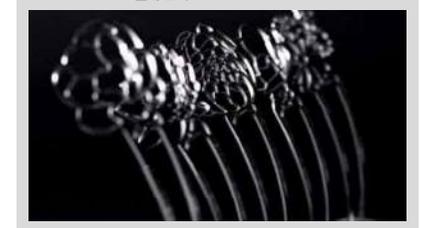
山崎製作所の技術シーズ

- ▶ 工作機械や医療機器などの板金加工で長年培った精密板金加工技術を持つ
- ▶ 下請けからの脱却をはかるため、女性の視点も取り入れて板金加工技術を用いたかんざしを開発し、新規ブランド「三代目板金屋」を立ち上げ、新商品名を『KANZASHI』とした
- ▶ 繊細なデザインと機能性が女性に大変好評を博している

外国人モデルを起用して欧米の顧客を開拓



ステンレスに繊細なデザインを刻み、熟練の職人が5段階の磨き加工を施す



観光地開発、地域特産品のブランド化に向けた支援事例 — 開発中の観光地に地域資源のブランド化をすすめていく

用宗地区の魅力発信に取り組む不動産会社C社



静岡市の南西端に位置し、市の中央を北から南へ縦断する安倍川の河口付近から南西、及び隣接する焼津市との境界の大崩海岸より北東の沿岸地域。用宗港は、全国を代表するシラスの水揚げ地。

C社

古民家の改装や体験型観光ツアーの企画、店舗の誘致を進める。



事業PDのソリューション



古民家のブランド価値の向上

古民家の付加価値を高める提案

⇒ 和の意匠性を備えた静岡県内企業の紹介、採用



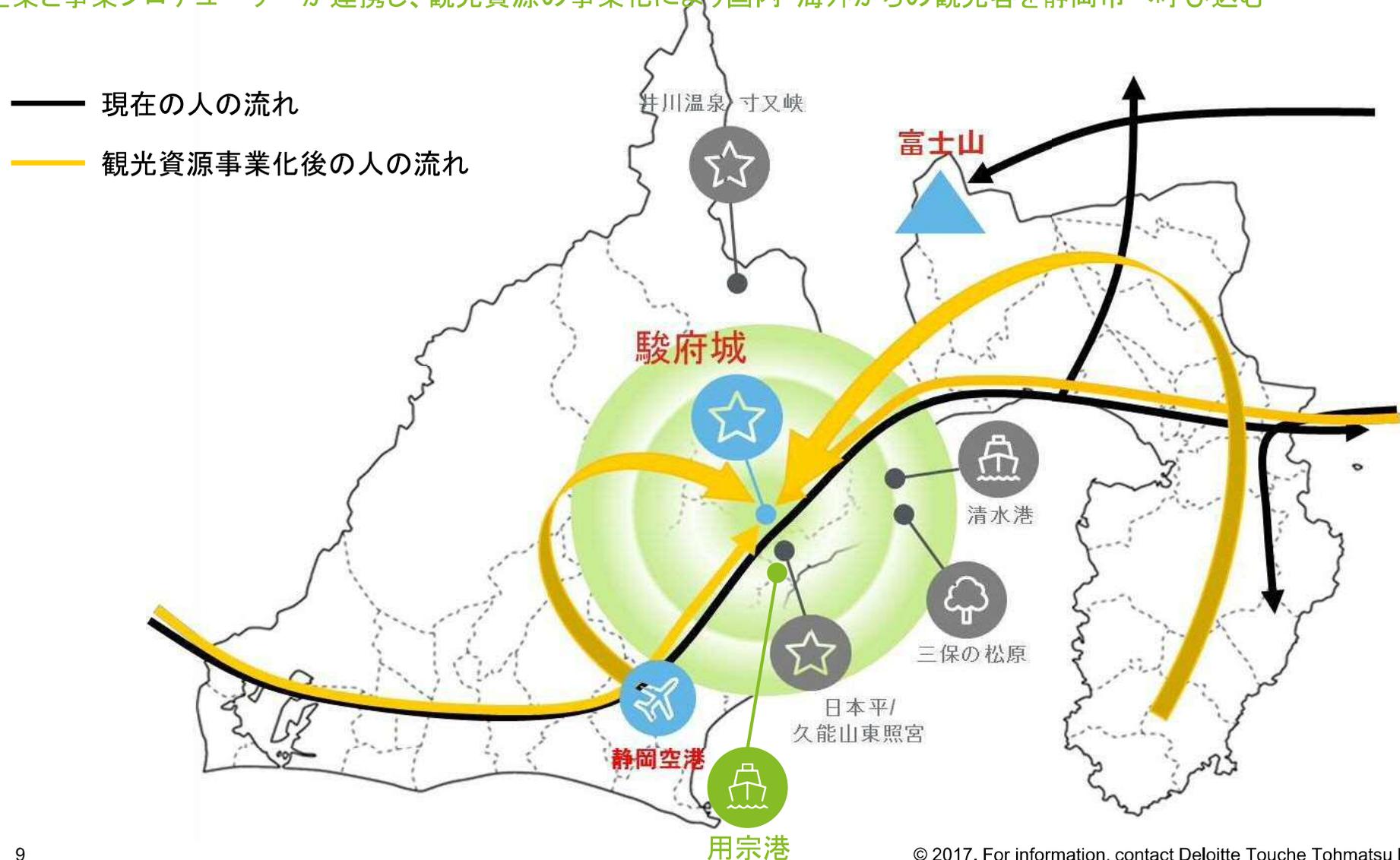
ジェラート店のブランド価値の向上

・ジェラートに使用する石垣いちご農家、ジェラートにかけるフルーツソースを紹介 ⇒ 商品化後の商標取得もアドバイス

静岡県中部地域の観光資源の事業化イメージ

— 観光資源を事業化する(付加価値をつける)ことにより、しずまえ、静岡市内中心街、オクシズを観光客に周遊してもらう仕組みづくり

企業と事業プロデューサーが連携し、観光資源の事業化により国内・海外からの観光客を静岡市へ呼び込む



静岡市ご紹介企業および想定される事業化スケジュール(他自治体含む)

想定される事業化スケジュール(2018/3月時点・62件)

| | 平成28年度 | | 平成29年度 | | | | 平成30年度 | | | |
|------|----------------|--------------|------------------|----------------------|---|---|---|---|---|--|
| | 3Q (10-12月) | 4Q (1-3月) | 1Q 5 5 (4-6月) | 2Q (7-9月) | 3Q (10-12月) | 4Q (1-3月) | 1Q (4-6月) | 2Q (7-9月) | 3Q (10-12月) | 4Q (1-3月) |
| 特許 | | | ◆ CAIメディア | ◆ SPLYZA ◆ マコジャパン | ◆ Happy Quality (メロン) ◆ イージス ◆ テクノロジーズ (小型センサー) | ◆ D社(サプリ) ◆ P社×G社 (リサイクル) ◆ T社 (開放特許) ◆ E社(雑貨) | ◆ E社 (3Dプリンタ) ◆ G社(什器) ◆ S社(粉体) ◆ K社(食品) ◆ A社(アルミ) ◆ I社(電解) ◆ C社 (開放特許) | ◆ N社(防滑) ◆ B社(自転車) ◆ N社(食品) ◆ B社 (健康器具) ◆ M社(ロボット) ◆ R社(ロボット) ◆ I社 (開放特許) | ◆ F社(Box) ◆ R社(医療) ◆ D社(中国) ◆ T社 (ホイール) ◆ S社(農具) ◆ M社 (開放特許) ◆ S社×J社 (渋滞緩和) | ◆ S社(音楽) ◆ G社 (エネルギー) ◆ H社×M社 (医療) ◆ S社(ロボット) ◆ K社(音楽) |
| 実用新案 | | ◆ サンケミカル | | ◆ サンケミカル × プレス浜松 | | | ◆ R社×S社 (アニメ) | ◆ Q社×T社 (お茶) | | ◆ R社×C P (自転車) |
| 意匠 | | | | | ◆ 山崎製作所 (アクセサリ) | | ◆ H社×R社 (教育) | | | |
| 商標 | | ◆ Benefitea | | ◆ 旅酒 ◆ イーブレイン | | ◆ B社×B社 (炭酸飲料) ◆ A社(システム) | ◆ B社×T社 (飲料) ◆ Y社(缶詰) ◆ C社 (地域商標) | ◆ C社×H社 (介護) ◆ F社(漁業) ◆ H社 (補修材) | ◆ N社(印刷) ◆ T社 (医食) ◆ Y社(薬草) | ◆ O協会(食品) ◆ B社×A社 (システム) |

静岡市ご紹介企業

- ◆ D社(鮪加工食品)
- ◆ S社(着物リサイクル)
- ◆ K社(印字検査機)
- ◆ O社(植木鉢)

Deloitte. トーマツ.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームであるデロイト トーマツ 合同会社およびそのグループ法人(有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャル アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション 合同会社を含む)の総称です。デロイト トーマツ グループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約40都市に約11,000名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト (www.deloitte.com/jp) をご覧ください。

Deloitte (デロイト) は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザリーサービス、リスクアドバイザリー、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスをFortune Global 500® の8割の企業に提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約245,000名の専門家については、[Facebook](#)、[LinkedIn](#)、[Twitter](#) もご覧ください。

Deloitte (デロイト) とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド (“DTTL”) ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTL および各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL (または “Deloitte Global”) はクライアントへのサービス提供を行いません。Deloitte のメンバーファームによるグローバルネットワークの詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

