

株式会社 東農園

大事なのは「思い入れ」と「好奇心」 歴史とブランド力から、自社の在り方を考える

事業内容

天保5年創業（庄屋から遡れば享保8年）・昭和62年改組
漬物製造業（梅干）、酒類製造業（リキュール）をメインとして、梅および農産物を活用した幅広い製品を展開

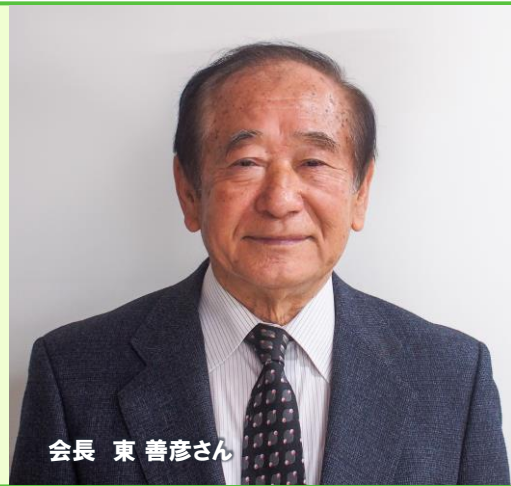
知的財産権と内容

特許第4785877号	バラの風味を有するアルコール飲料及び該アルコール飲料の製造方法
実用新案第3104548号	化粧用具
実用新案第3234895号	健康器具 ※梅あんみんまくら
商標登録第2076070号	ゴダイウメ、ゴダイバイ
商標登録第4280465号	ウメマクラアンミン、ウメマクラ、ウメ
商標登録第6104245号	トーキョープラム、トーキョーブラウメ、プラム、ブラウメ
商標登録第6771580号	オーサカブラウメ、オーサカプラム、ブラウメ、プラム

他特許0件 実用新案登録1件 商標権22件

(2024年2月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



会長 東 善彦さん

庄屋から梅農園へ…由緒正しい東家の歴史

元々は紀州徳川家田辺藩より名字帯刀を許可され、代々庄屋（現代で言う税務署的な役割）を務めていたという東家。そこから天保5年に初代善右エ門が分家独立し、以来東農園として6代に渡り梅づくりに力を注いできた。当社が大切にしているのは「健康食品としての梅のあり方」である。味はもちろんのこと、食品であるからには安全性も重要だ。日本人の知恵を示すものの代表として「梅干と日本刀」が挙がるように、“梅”は古来より我が国の人々に寄り添ってきた。その歴史をふまえ、あえて産地直送の通信販売にこだわることで、安定した品質を保っているのも特徴的だと言えるだろう。

まだ知財が一般的でなかった時代に、いち早く注目

特許や実用新案、商標といった知的財産権を意識し始めたのは、時代の流れとともに梅干の販売方法が変化してきたころ。スーパーにてパック詰めで売られる梅干しがよく見られるようになり、台湾をはじめ外国産の梅も定番化しつつあった。そんな中で、自社の歴史的な価値を維持しながら、他社との価格競争に巻き込まれないための「ブランド力」向上の一環として検討したのが知財の取得だ。当時はちょうどゆうパックが広まったタイミングだったこともあって、通販による

全国展開をきっかけに長年の付き合いである弁理士に相談。地元和歌山県の支援制度も活用してサポートを受けつつ、着実な戦略を練っていった。初めて関わった際にはまだ特許庁のデータベースも存在せず、和歌山の発明協会にて紙ベースの調査を行った、といったエピソードからも、同社がいかに早い段階から知財活用に注目していたのかがうかがえる。

特許が活かされた『薔薇梅酒』と、海外進出への展望

様々に取得されている当社の知財の中でも、特許として登録されているのが「バラの風味を有するアルコール飲料、及び該アルコール飲料の製造方法」である。その技術に基づく『薔薇梅酒』は当社ならではの豊潤な梅酒に、自社で有機栽培認証を受けた国産ダマスクローズの香りを併せたもの。マカオと共同開発を行ったスパークリングタイプも販売されており、こちらは海外向けの展開のようだ。

また、今後は薔薇梅酒に限らず、様々な形で梅の魅力を世界に伝えていく姿勢だという。難しさは理解しながらも、やはり「ブランド力を武器にする」ことが大切だ、と当社は考える。12年に一度の縁起物である『申（さる）年の梅』や、梅の種を乾燥させて詰めることで、指圧を受けているような心地よさが味わえる『梅のまくら（寝具）』など、当社は数々のユニークな商品を生み出してきた。

自社の売上アップだけでなく、梅干業界全体の付加価値拡大に寄与したい、という強い思いもその原動力となっている。これからもその卓越したアイデア力がブランドを、ひいては会社を支えていくことだろう。

知財取得における苦悩



知財を取得するにあたり、当社は複数の特許事務所をはじめ、発明協会や産業振興財団、大阪府立大学など幅広い専門機関からの協力を受けた。しかし、はじめのうちは知識の乏しさもあり、既に取得されている知財との類似性の調査や、有益性の証明などが非常に難しかったという。また、「業界でもパイオニア的な存在として多くの製品を開発しているからこそ、新しいものを出し続けなければならないと感じ、それがプレッシャーになることもある」と東会長は言う。お客様のニーズは前提として、結果がどうなるか分からない状態であってもチャレンジし続けるという並々なら

ぬ使命感。ただ、その感情は急かすように沸き立つ日もあれば、原動力として背中を押してくれる日もある。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ

注目!

「必要なのは『思い入れ』と『好奇心』。その2つがあれば、何か思い浮かんでくるものはあるはずだ」と東会長は語る。「効率よく百発百中で当たるようなものが見つかったり、1日～2日で考えたアイデアがぱっと特許を取れたりすればいいが、そう簡単な世界ではない。はじめは興味であっても、それだけで続くようなものでもないし、「運、鈍、根」も必要かな」と。とにかく「よそにないものを作りたい」というような強い気持ちを持って、様々な目線から（会社としての）方向を考えること。その根気強さが、いずれは知財を自社の貴重な財産にする活力となるに違いない。



特許を活用し、海外展開もされている『薔薇梅酒』



「五代梅」をはじめ、次々に生み出されたオリジナリティあふれる商品たち



知的財産活用のポイント

アイデアへの行動力が、 長年のネットワークを構築

当社の強みのひとつとして「弁理士を含め、古くから培われた専門性の高いネットワーク」が挙げられる。外部に相談しやすい体制が整っているお陰で、アイデアが生まれた際、スムーズに開発に繋がりがやすいのだ。当社も人脈の重要性は感じており、

産学官の連携は今後も強化していく予定である。また、専門家との会話の中で新たな商品の活用が見出されるケースも。例えば、まだその言葉が一般的ではなかった30～40年前、東会長は大学の教授から「ゼロミッション」についてのアドバイスを受けた。それが現在、梅の未利用資源に注目するきっかけにも繋がっている。飼料としての利用等、梅の可能性はまだまだ無限に広がりそうだ。

COMPANY DATA

取材：2024年2月

企業名：株式会社東農園 所在地：和歌山県日高郡みなべ町東本庄836-1 電話番号：0739-74-2487

URL：<https://www.godaiume.co.jp/> 創業：天保五年（1834年） 資本金：1000万円 従業員：47名

