

知的財産事例

日乃食工業株式会社

食の社会課題の解決に向け、“もやし”の汎用性に注目 アイデア力と発明への熱意が独自製品を作り続ける原動力

事業内容

1988年設立（創業は1978年）

- ・当社開発製品の販売（骨食の魚類・農菜での珍味・農菜でのお肉）
- ・不可食のつづ貝を可食用に加工

知的財産権と内容

特許第6833238号	肉様食品の製造方法
特許第7244973号	もやし含有食品の製造方法、肉用食品、加熱された食品及び非乾燥食品
商標第6440016号	農菜
商標第6477663号	社名ロゴデザイン

(2024年9月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役 牧野 一志さん
辻 拓也さん

独自のアイデアと技術力で

自社ならではの加工食品・惣菜品を開発

当社は、1998年に前身となる北海食品工業から更なる躍進を目的として設立。牧野代表が新商品の開発に意欲的なこともあり、自社のアイデアに基づく惣菜品や加工品を製造している食品加工業者だ。北海道という食材豊富な地場を活かし、道産のアヤボラ（つづ貝）の加工品をはじめ、骨まで食べることができるカレーやにしんなど、幅広いバリエーションの製品を製造している。製品製造には、牧野代表の右腕である辻さんとの連携による社内体制の確立に加え、アイデアを形にするための独自のシステムを確立。温度や圧、処理の時間などを工夫するとともに、美味しさだけでなく見た目の美しさも追及している。そのアイデア力は食の社会問題解決にも通じており、近年では肉の代替品として仕上げた『農菜ミート（もやしミート）』を作り上げた。特許や商標も取得し、現在は今後の発展も視野に入れブランディングにも力を入れている。

身近な“もやし”に注目し

『農菜ミート』の特許と商標を取得

食の社会問題に対し牧野社長が最初に取り組んだのは、アヤボラの可食用加工であった。当時は硬くて食べることができないアヤボラの廃棄量が多かったため、製造方法を模索し、可食用と遜色ない柔らかさと味を実現。ただ、特許に関しては開発力に自信を持っていた

からこそ「費用や時間がかかるし、取らなくても独自性を証明できるはず」と消極的であったという。しかし、多くの製品を生み出す中で「他との明確な差異を主張できなければ価格競争に巻き込まれる恐れもある。会社の安定を図り、より一層の発展を望む上で特許は強みになるもの」と捉えるようになった。特許を取得した商品では、ホテルチェーンからの依頼で開発した『農菜ミート』が代表的だ。宗教等で肉を食べない利用客に対応できる代替肉を求められ、牧野代表自らもやしの食感に注目し、繊維状に加工して大豆等を混ぜて肉のように仕上げるといった先進的な製法を思いついた。全く別の材料から肉を製造するアイデアは、世界の人口増による将来的な食糧難への対策等フードテック的な観点も意識している。知財の取得はINPITの相談窓口を活用し、まずは製法の特許を申請するところから始まった。製造技術やアイデアを弁理士と共有し、密に連携を図った結果、無事に特許を取得。その後は製品のブランディングに向け“農菜”の名称、および自社のロゴの商標取得に続いた。その中でINPITの担当者が変わったこともあったが、心強い支援によって信頼が築かれ、関係性は現在も継続している。

INPITの「重点支援」活用で

メディアや大手メーカーから反響も

製法の特許は無事に取得できたものの、牧野代表には“もやし”への着眼点や開発への熱い思いから「モノ

(具体的な商品)としての権利も得たい」という希望が開発当初からあった。そこでINPITの「重点支援」を受け、自社の技術と親和性の高い弁理士の協力を得たことで「もやし含有食品の製造方法」として無事に特許を取得した。また、重点支援ではブランディングや販売に至るまで様々なサポートを受けたそうだ。「取得後はテレビをはじめメディアの反響が大きく、取材依頼も複数来た」と牧野代表は話す。大手メーカーからの問い合わせもあり、自社の独自性や品質などが効果的に伝わったと考えている。加えてネットショップの開設等、従来のBtoBからBtoCにビジネスを拡大する契機にもなった。今後は主要事業の一角を目指し、インドネシアやシンガポール等、加工肉事業に積極的な近隣アジア諸国から海外への販路も広げていく方針だ。

知財取得における苦悩



とはいえ、農菜ミートの知財取得においては苦心した部分もある。特許申請にあたり、最初に相談した弁理士から「モノの特許の取得は難しいのではないかと判断され、一度はモノの特許取得を諦めかけたという。

しかし、INPITの担当者とも話し合い、申請の文面を変えるなど様々な工夫を行った結果、無事取得することができた。また、本来は“もやしミート”の名称でも商標を取得する予定で申請したが、一般的な用語の組み合わせゆえに却下された経験も。ただ、これに関しては“農菜”の方がオリジナル感の強さから取引先にも覚えてもらいやすいと前向きに考えているそうだ。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ



「まず、技術に興味を持ってほしい」と牧野代表は言う。自社の限界を決めつけてしまわず、その仕組みや発想を掘り下げて考える作業が更なる開発に繋がることもある。既存の特許からも学べるケースはあるので、公開されている知財情報の調査等、ぜひ関心を持って取り組んでほしいと。また「当社も新商品が売れるまでにはある程度時間を要した。一見地味な作業でも、意味を見出して続けることが大切」とも語った。業界で主流になると思われていた技術でも、風向きが変われば予想通りにいかないこともある。常に根気強く向き合うことで、独自の知財取得・活用に繋がっていく。



見た目はひき肉のような「農菜ミート」は、もやしの繊維の効果で様々な形に加工できる



北海道名産のにしん等の魚介類の総菜も製法にこだわり、独自技術で骨まで食べられるほど柔らかいのに、ふっくらと仕上げられている



知的財産活用のポイント

日常の疑問が貴重な技術となり 自社のブランドにも繋がった

家庭でもやしを食べることが多く、ある時「なぜずっとシャキシャキとした食感が続くのだろう」との疑問から農菜ミートにもやしを原料として使用する着想を得たという牧野代表。そして細かく切って繊維状にしたり、小麦粉を使って固めたりして

いるうちに「和紙の製法に似たやり方でブロック化できないか」と考えた。肉の代替品として意外性のある野菜を用いていることもあり、自身の発明である、という思い入れも強い。それが「モノ（ブランド）として権利を得たい」という契機にも繋がった。牧野代表の言葉通り、日常の中でも様々な特徴や技術に関心を持ち、熱意を持って取り組んだ成果が自社にとって貴重な権利を生んだことが窺える。

COMPANY DATA

取材：2024年9月

企業名：日乃食工業株式会社 所在地：北海道北広島市大曲工業団地4-1-5 電話番号：011-377-4466

URL：<https://www.hinoshoku.co.jp/> 創業：1978年 資本金：1000万円 従業員：21名

