

伝統と革新の「おせち料理」をブランドに アパレルからの転身を活かし、広い視野で独自の魅力を発揮

事業内容

2002年設立
小売業（おせち料理の販売）

知的財産権と内容

商標第4619470号	n o b u n a k a n o
商標第4930175号	板前魂
商標第5384837号	板前魂
商標第5538179号	板前魂の望
商標第5538180号	板前魂の花籠

他 商標48件（申請中4件）

（2025年6月現在）

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役社長 中野 聡志さん

アパレルメーカーから転身！画期的なおせちを発想

当社は、中野社長の父が創業し、ニューヨークでブランドを立ち上げたアパレルメーカーが前身となっている。だが2001年、ちょうどアメリカに事業を広めようとして取り組んでいたさなか、同時多発テロ事件に見舞われ、急遽予定の変更を余儀なくされた。その際、帰国した先代が新たに取り組んだのが、妻（中野社長の母）が日本で実家の家業を継いで営んでいた宅配寿司の仕事だった。お正月にはご近所を中心におせち料理も提供しており、先代がその手伝いで配達を行ったところ、お客様が喜ぶ顔を見て「人の役に立つ仕事だ」と感銘を受けたという。そして、自らが経営者として身につけた製造やマーケティングに関するノウハウをこの事業に生かすことを決意したそうだ。

アパレルでの洋服づくりの経験は、おせちの彩りやパーツごとに異なる魅力を持つものを合体させるといった工程にも活かされ、新感覚の商品を作り出している。その評判を受けて事業は拡大し、現在では専用のECサイト『板前魂（いたまえたましい）』を中心に、毎年30万食超のおせちを配送するほどの規模へ成長した。従来は年末に集中して業務を行う形が主流だったが、業界の常識にとらわれない、画期的な「冷凍おせち」の発想で、より効率的な製造・配送を実現しているのが特徴だ。

ブランド名『板前魂』を掛け合わせて商標を取得

知財に関しては、先代の海外でのビジネス経験もあり、「自社の権利を守り、他社の権利を侵害するリスクを防ぐもの」として創業当初から意識していたと中野社長は話す。現在も商標を取得する際には先代が主体となって取り組んでいるものの、中野社長もその隣で積極的に学び、いずれは知識やスキルを継承すべく動いているという。申請の際には弁理士をはじめとする外部の専門家とも連携し、商品のアイデアを前提として相応しいネーミングを検討することが多い。中でも存在感を発揮しているのは、やはり当社を象徴する『板前魂』である。商品名を考える際は、『肉三昧』や、『やわらかおせち』など、どのようなおせちであるかがダイレクトに伝わる名称となるよう心がけているが、普遍的な単語では商標を取得することができない。そこでブランド名の『板前魂』と組み合わせることで、うまく個性が主張され、円滑に取得できているそうだ。

商標が自社やブランドを守る“プライド”と言える存在に

商標の取得により、特に『板前魂』のブランド力が向上し、消費者や他社からの認知に繋がった。また、会社の信頼性が上がったことで、大手ECサイトや実店舗との取引にも好影響を与えられているという。ゆえに

当社では商標を会社やブランドを守る“プライド”と捉え、他社による無断使用の監視やパトロール、必要に応じた削除依頼などの対応も徹底している。

2016年にはその姿勢や知財の適切な活用が認められ、日本弁理士会が主催する「第3回知的財産活用表彰」において、ブランド部門で知的財産活用奨励賞も受賞した。今後は『板前魂』のおせちの魅力をさらに広めるべく、大阪・関西万博で盛り上がるインバウンドに向けた「おせち弁当」を計画している。日本文化の体験としておせちを味わってもらい、ゆくゆくは海外展開の足がかりになれば、との展望だ。

知財取得・活用における苦悩



今となっては50を超える商標を取得・活用している当社だが、はじめのうちは同書同体（フォントや文字サイズなどの書体が一致しているか）への配慮に苦労したこともあった。しかし、経験を重ねるうちにデザインのコッ

が掴めるようになり、現在は担当部署と連携しながら、サイトやカタログでの表記等を統一し、ブランド力を高められているという。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ

注目!

「商標登録は、会社を守る“保険”のようなもの」と中野社長は話す。「従業員や顧客を守ることに繋がるし、将来振り返った時に“やって良かった”と感じられるものだと思う。商品企画に携わった社員のアイデアが商品名に採用され、当社の商標権となることもあり、従業員のモチベーションアップにも繋がっている」と。

また、申請や手続きについても「難しく考えず、まずは実行してみることが大切。費用や手間はかかるが、特にネットが普及し、多岐にわたるブランディングを検討できるようになった今の時代こそ、知財の取得はより一層必要だと考えている」と続けた。



『板前魂』の公式サイトは、彩り豊かなおせち料理が並び視覚的にも美しい



単品でメニューを購入し、オリジナルのカスタマイズができる『マイおせち』も画期的



知的財産活用のポイント

早くから商標の重要性に気付き 伝統文化に基づく自社のブランドを守る

海外で先進的なビジネスを学んだ先代の影響もあり、早くから商標に対する意識を強く持っていた当社。取得後も積極的に活用を行い、自社の礎となる『板前魂』の名称とも合わせたブランディングを進めた結果、「商標は“プライド”である」と認

識するほど大きな存在となった。社員にもその意志は共有されており、特にWebページやカタログの制作部門はフォントサイズや表記なども踏まえ、実務を通じて使用ルールを徹底しているという。また、人事異動後もノウハウが継承されるよう、マニュアルも作成した。業種が変わっても熱意を持って自らのブランドに向き合う先代の想いと、それを受け継ぐ中野社長の熱意が、今後も伝統の「おせち」文化を世代を超えて支えていく。

COMPANY DATA

取材：2025年6月

企業名：株式会社ナカノモードエンタープライズ 所在地：大阪府大阪市東淀区豊新4-1-29 電話番号：082-237-6255

URL：<https://www.losechi.com/shop/default.aspx> 創業：2002年 資本金：1000万円 従業員：13名

