

【特集】 成長に導く 価値の再定義



自社の持つ経営資源の価値を見直し、
新たな市場開拓、取引先の拡大を目指す



株式会社まるしげ

国産メンマで市場を開拓
竹林を経営資源に

代表取締役 竹尾滋展さん

長年の歴史を有する企業であっても、従来の顧客に依存しているだけでは経営状況の悪化から脱することはできない。中小企業や新たな事業を起こそうと考えている経営者にとって、既存の技術や商品、経営資源が持つ価値を見直し、新しい市場を創出することは大きなビジネスチャンスとなる。

事業の方向性を模索していた脱サラ起業家は、自らが有する経営資源を活用して新たな事業を興す「エフェクチュエーション」の経営理論に基づいて、放置されていた竹林に価値を生み出す事業の展開に踏み切った。

300年以上の歴史を持つ老舗醤油蔵元では親族内承継による経営者の交代を経て、自社の醤油づくりの技術を生かしたOEMによる取引先拡大に積極的に取り組んでいる。

両者の取り組みからは、今まで気づかなかった自社の経営資源や、長年培われてきた技術の新たな生かし方のヒントを見出すことができる。



ミエマン醤油 合資会社西村商店

老舗醤油蔵元 逆境からの脱出
事業承継を転機に

代表社員 西村真美さん

contents

P6
INPIT三重県知財総合支援窓口
支援先事業者の声
株式会社ルミナ
知財と現場力で、ネイル業界の
新しい可能性を切り拓く



P7
経営支援課 販路開拓支援班
営業力強化支援促進事業
専門家派遣による支援事例



P8
三重県事業承継・引継ぎ支援センター
相談事例レポート
事業譲受 株式会社アルクハナ
事業譲渡 寺田林右衛門本店



Chapter1 起業までの試行錯誤

“自らの有する経営資源は何か”を突き詰めた先にたどり着いた「竹林」

国内で流通しているメンマの99%は中国産や台湾産が占め、国産メンマのシェアは1%に過ぎない。そうした状況の中で、あえて国産メンマづくりを事業の中心に掲げて起業したのが、株式会社まるしげ(以下、まるしげ)の竹尾滋展代表(以下、竹尾代表)だ。

2年前の令和6年春、20年間勤務していた航空宇宙部品組立メーカーを退職して、イチから新しい事業を立ち上げようと考えた竹尾代表は、以前から親交のあった三重県よろず支援拠点くわなサテライトのコーディネーター・立道^{たけみちかずひさ}和久(以下、立道)の元に相談に訪れた。この時点では事業の具体的なアイデアは決まっていなかった。

桑名の錫物を使った調理道具やお洒落なメッシュバッグ、個人的に築いていた中国とのルートを生かした輸入品販売など、さまざまなアイデアが浮かんで消えていく状態が続いた。桑名商工会議所が主催する「桑名創業塾」にも参加。資金調達や税務知識、知的財産権など創業時に必要な知識を学ぶ場で作成した創業計画書のテーマは「きくらげ」だった。

「これだという事業のアイデアが定まらない状態で、しばらく試行錯誤が続いていました」(竹尾代表)

退職から半年以上経ち、秋を過ぎた頃、立道は竹尾代表に一つのアドバイスをくれた。

「自分がやりたいこと」を前提に考えるのではなく、「自分が持っている何か」を経営資源として生かした事業を始めることを考えてみては」



昨年の収穫時期には家族総出で竹林での幼竹の伐採に取り組んだ。

自らが有する経営資源などを活用して新しい事業を興し、結果を生み出す手法は、「エフェクチュエーション」と呼ばれる最新の経営理論に基づいており、成功した起業家に共通する意思決定のパターンとして注目されている。竹尾代表の相談にのる中で、立道はこの経営理論の活用を考えた。

国産メンマづくりを学ぶため福岡県糸島市へ

自分にはどのような経営資源があるのかを問われた竹尾代表は、そこで初めて「竹」の存在に着目することになった。桑名市には豊富な竹林があり、古くからタケノコの産地として知られていた。竹尾家も代々竹林を受け継いでおり、8か所の竹林を所有。竹尾代表の曾祖父は竹の桶を販売、祖父はタケノコの出荷に携わっていたという歴史があった。長らく訪れていなかった竹林を目にした竹尾代表はその惨状にショックを受けた。

「竹林に入るのは小学生のとき以来でしたが、本当はかなり荒れていて。地域の人もタケノコを出荷しなくなっているし、放置竹林をこのままにしておくわけにはいかないとしました」

自らの持つ経営資源である「竹」を生かしてどのような事業ができるのか。起業に向けて歩みを進めた竹尾代表が最初に考えたのは竹を使った工芸品だった。しかし、竹籠のような工芸品には買い替え需要が生まれにくいいため、事業の成長を期待しづらい面があった。

「やはり、消費されるモノである食品を事業として手がけていかなければと思いました」

竹尾代表は竹を活用した事業展開を探る中で、福岡県糸島市で行われている国産メンマづくりに注目。令和7年1月、妻の愛紗^{あいさ}さんとともに糸島市へ向かった。

Chapter2 メンマの味・食感の追求

半年以上の試行錯誤を経て、納得のいく味・食感の国産メンマを実現

令和7年1月、4月と二度にわたって糸島を訪れた竹尾代表は、国産メンマづくりを行っている事業者から竹の伐採方法やメンマの生産工程などを学んだ。ひと通りの作業を行った竹尾代表は自分にもできるという手応えを得た。

「当初は“楽勝”だと思いました(笑)。

20年間勤めた会社を退職して起業する決断。周囲には反対意見もあったが、妻の愛紗さんは「好きなことをやればいい」と後押ししてくれた。

塩蔵して熟成させたら醤油やみりんなどで味付けするだけです。それほど難しい作業ではないんじゃないかと」

しかし、実際のメンマづくりは難航を極めることになった。糸島から戻った竹尾代表はさっそく所有する竹林で1.2トンの幼竹を収穫し、450kgを塩蔵。2か月かけて熟成させた後にいよいよ味付けしたものの、出来上がったメンマは満足のいく味わいにはほど遠

納得のいく味・食感が得られるまで半年以上にわたってメンマの仕上がりにこだわり続けた竹尾代表。醤油ベースの「味付けメンマ」だけでなく、トマト系のアラビアータといった独自の味付けにも挑戦している。



株式会社まるしげ (桑名市)

国産メンマで市場を開拓
竹林を経営資源に

自分はどのような「経営資源」を持っているか。そこを突き詰めた脱サラ起業家は、代々受け継いできた竹林に着目。国産メンマや竹粉を使ったグラノーラで「竹」に新たな価値を生み出し、市場の開拓に取り組んでいる。



【味付けメンマ】の加工工程①高さ3メートルまでの幼竹を収穫。②皮や節などを取り除く。③ボイル後は2か月かけて塩蔵して熟成し、旨味を引き出す。④メンマ状にカット。⑤乾燥させてシャキシャキとした食感を引き出す。⑥味付けして完成。

い仕上がりだった。

「全然美味しくなかったんです。食感も違って。原因がわからなくて、全国各地の国産メンマを参考に取寄せてみましたが、やはり納得できるものはありませんでした」

放置竹林の整備といった環境面の魅力を打ち出しても、一般的な中国産メンマに味や食感が劣っていると評価されては商品価値は高められない。

「何度も味付けしては期待を裏切られて、メンマが嫌いになりそうでした」

中国でのメンマの生産工程では、自然発酵させた後に天日乾燥する。中国でメンマに使われるのは麻竹^{ましちく}という

竹で、カットすると自然に発酵して独特の酸味が生まれる。国産メンマに使われるのは孟宗竹^{もうそうちく}で、自然発酵はしない。乾燥と発酵という大事な工程が国産メンマづくりには欠けていた。

そこで、竹尾代表は乾燥機を導入。ひと手間加えることで、メンマ特有のシャキシャキとした食感を実現し、味付けに工夫を重ね、ようやく納得のいく味わいにたどり着くことができた。



糸島では2か所の生産者を訪ね、竹の収穫からメンマの仕上げまで熱心に学んだ。

Chapter3 今後の事業展開

展示会では大手バイヤーから引き合い。 市場開拓の手応えを掴む

メンマの味付け、食感の出し方などに試行錯誤を重ねている間、妻の愛紗さんは竹を使った新たな商品開発を進めていた。糸島の生産者が竹を原材料にしたお茶を生産していたり、他の地域でも竹粉を使ってクッキーを作っていることを知った愛紗さんが、普段から自分で作っているグラノーラに竹粉を使えないかと考えたのだ。

「糸島から戻って来てから、妻は毎日、取りつかれたようにグラノーラづくりに時間を費やしていました」と、竹尾代表。

竹粉は水に溶けない性質があるため、普通に混ぜただけではパサパサとした食感になってしまう。さまざまな製



展示会ではメンマがバイヤーから注目された。

法を試し、試行錯誤を重ねた結果、微粉末に加工した竹粉をココナッツオイルとオリゴ糖でオーツ麦にコーティングし、販売開始を予定していた8月を目前にようやく完成。9月に「めんまんま」ブランドの「たけのこグラノーラ」を携えて桑名市の伊藤市長を訪問した際には、新聞各紙に取り上げられ、竹尾代表の取り組みや商品の存在が広く知られることになった。

10月、11月には食の展示会に出展。大手スーパーや食材宅配会社のバイヤー、大手ラーメン店オーナーなどから「味付けメンマ」に関心が集まった。

「ただ、450kgしか生産できていなかったもので、具体的な取引までは話を進めることができませんでした。今年は4トン生産する予定なので、あらためてアピールできればと思っています」

今年1月には 桑名市寺町通り商店街「三八市」で「味付けメンマ」を試験的に販売。まるしげの国産「味付けメンマ」が多くの人の食卓に上る日も遠くない。



竹粉を使った「たけのこグラノーラ」は4種類のバリエーション。1袋1,620円で販売中。

Column

事業展開の先に見据える 障がい者就労施設の運営



経営資源としての竹の可能性が広がり始めている。

竹尾代表は竹を使った商品開発の先に見据えている事業がある。

「障がい者の方が働ける場所を作りたいという思いが根源にあるんです」

自身の身内に障がい者がいることから障がい者支援に関心の高かった竹尾代表は、一時は障がい者の就労支援施設を設立することも考えた。相談を受けた立道は、障がい者支援の経験のない竹尾代表がいきなり施設運営を手がけるよりも、まずは事業を軌道に乗せてから、そこの仕事を障がい者に担ってもらおうという形にしてはとアドバイス。その助言を受けて、現在はメンマづくりの事業などに注力している。

「糸島でも障がい者の方たちが竹を切ったり皮を剥いたり、生き生きと作業している姿を目にしました。いつかは自分も同じように事業を展開できればと思っています」

竹粉には土壌改良材への活用などの引き合いもある。また、国産メンマは飲食店向けの需要や海外展開も視野に入れて動き始めている。大きな夢の実現に向けて、竹尾代表の挑戦は始まったばかりだ。



放置竹林対策として注目される国産メンマ

年々増加する放置竹林への対策として、国産メンマや土壌改良材、肥料など竹を資源として活用する取り組みが全国各地で行われている。メンマの生産に取り組む事業者の話題も増えてきたが、国産メンマのシェアは現状では1%に過ぎない。市場で中国産メンマに肩を並べられる商品の開発に期待が寄せられている。

三重県産業支援センターの支援内容 Support by MIESC

桑名市長との面会、大規模展示会への出展など、認知度アップを強力にバックアップ

竹尾代表が退職した時から事業の相談にのっていた立道に加えて、まるしげを設立後は桑名商工会議所経営指導員の波多江宏幸さんが竹尾代表の支援にあたることになった。

令和7年8月に「たけのこグラノーラ」が販売開始になると、桑名市役所商工課を通じて伊藤市長との面会をセッティング。その様子を紹介したメディアを通じて認知度が高まり、さまざまな事業者からの引き合いに

つながった。

展示会の出展には「伴走型小規模事業者支援推進事業」の補助金を活用。「FOOD STYLE JAPAN 2025〈中部〉」(10月)、「地方銀行フードセレクション2025」(11月)と大規模な食の展示会で国産「味付けメンマ」の存在をアピールできた。

今後の販路拡大のためには、どれだけ生産量を増やせるかがカギを握ることになる。幼竹の収穫時期は2週

間程度に限られる中で、目標としている4トンのメンマ在庫を確保するためには12トン(約1,700本)の幼竹を収穫しなければならない。

「短い収穫期間でコストを抑えながらどれだけ多くの収穫量を確保できるか。現在、竹尾さんと一緒に生産計画のブラッシュアップに取り組んでいます」と、創業前からサポートにあたってきた立道。今後の事業展開の支援にも力を入れていく。



創業前から相談に対応してきた、くわなサテライトコーディネーターの立道(左)と、「桑名創業塾」への参加や展示会出展などのサポートにあたった桑名商工会議所の波多江さん(右)。

Company Profile

株式会社まるしげ

桑名市桑部1476番地7
TEL 0594-73-3524
https://marushige2025.com



代表者 代表取締役 竹尾滋展
設立 令和6年
資本金 300万円
事業内容 食品企画・製造・販売、竹関連商品の開発

これまでの歩み

令和6年 航空宇宙部品組立メーカーを退職
桑名商工会議所主催の「桑名創業塾」に参加
竹を使った新規事業に着目
福岡県糸島市で国産メンマの生産技術を習得
株式会社まるしげ設立

令和7年 初めて幼竹を収穫。「たけのこグラノーラ」販売開始
竹の利活用の知識を深めるためにNPO環境再生職人ネットワークに入会
竹林整備の実務を積むためにNPO法人 桑竹会に入会
販路開拓のため展示会に出展

令和8年 桑名市寺町通り商店街「三八市」で「味付けメンマ」を販売



「たけのこ味ご飯のもと」も開発中。



Chapter1 事業承継 三重県よろず支援拠点の支援

親族内承継で第15代目当主に。
経営状況の把握からスタート

江戸時代の貞享元年(1684年)、紀州藩主の用命を受けて玉城町田丸に「古里屋」の暖簾を掲げ、醤油や味噌の製造を手がけるようになった合資会社西村商店(以下、西村商店)。300年以上にわたって醤油醸造を手がけ、「ミエマン醤油」のブランドを築き上げてきた。県内のスーパーなどには大手メーカーと肩を並べるように看板商品の「スーパーミエマン濃口醤油」や、つゆ、だしなどの商品が陳列されている。

第15代目当主となる西村真美さん(以下、西村社長)が代表社員となったのは令和3年6月。60歳になった年に親族内承継で経営を引き継ぐことになった。20代の頃から西村商店で仕事を始め、常務という立場で販路開拓を中心に業務にあたってきたものの、経営全般には関わっていなかった。

「どうやって販路を広げるか、売上を増やすかということに集中してやってきて、事業承継の準備をしてきたわけではなかった。決算書の数字の見方を学んで、経営状況を正確に把握することから始めるような状況でした」

顧問税理士や玉城町商工会、三重県事業承継・引継ぎセンターとともに、事業承継の支援にあたったのが、三重県よろず支援拠点コーディネーターの高垣和郎(以下、高垣)だった。高垣は西村社長の常務時代から販路開拓の支援を行ってきて、10年にわたるつきあいがあった。

「自分が本当にこの事業を引き継いでいっていいのか、といった“人生相談”にもしてもらいました」と、西村社長。高垣は経営状況の把握や経営課題・自社の強みの把握、赤字体質が続いている中で取引先金融機関との関係をどのように構築していけばいいのかなど、幅広い面で西村社長のサポートにあたった。

「三重県よろず支援拠点というのは言ってみれば“総合診療医”のような存在なんです。経営者の方が抱える細かな課題まですべて聞かせていただいた上で、“専門医”である関係機関と連携しながら支援を行っていきます」(高垣)

「事業承継は経営者だけでなく従業員皆で承継していくもの」

厳しい経営状況の中で第15代目の経営者として事業を引き継いだ西村社長は、「ミエマン醤油」ブランドの価値を高めながら、販売先や仕入先との関係強化に取り組んでいった。

「醸造元は売り先さんや仕入先さんからのご支援がなければ事業が立ち行かなくなります。これまで築いてきた関係性をしっかりと維持していかなければならないと思いました」

代替わりの難しい状況を打開しなければならない西村社長。経営者という立場はそれまでの社内での役回りと違って孤独になりがちな立場だが、支

えとなったのは従業員たちの存在だったという。

「現場の人間も皆で取引先との関係を維持できるように動いてくれました。事業承継という経営者だけの問題に捉えられがちですが、自分だけが承継するわけではない、従業員が皆で承継していくもの



屋上に設置されたミエマン醤油の醸造タンク。半年以上かけてもろみを発酵させ、压榨工程へと移っていく。



ミエマン醤油 合資会社西村商店 (玉城町)

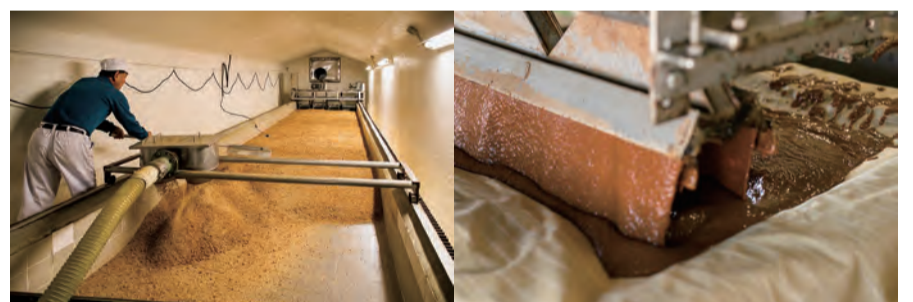
老舗醤油蔵元 逆境からの脱出
事業承継を転機に

親族内承継で60歳で家業を継ぐことになった醤油蔵元の経営者は、厳しい経営状況に直面しながらどのように経営の立て直しに取り組んでいったのか。三重県よろず支援拠点コーディネーターの支援内容とともに紹介する。

なんと実感しました」

事業承継は経営者だけでなく従業員皆で共有していくもの。西村社長の

言葉からは事業を受け継いでいく人間の重みが伝わってくる。



製造工程の現場では70代以上のベテラン職人も作業にあっている。

Chapter2 就任前から抱いていた地元・三重への想い

家庭用の伊勢うどんのつゆを開発。
伊勢うどんの魅力を全国に広める

経営者となる前はミエマン醤油の販路開拓を中心となって担っていた西村社長。国内外の三重県フェアで知り合った真珠業者やかつお節店、米菓メーカーなど他業種の事業者の女性とともに「みえOKAMIの会」を結成し、共同で販路開拓に取り組んできた

経験がある。「みえOKAMIの会」は東京日本橋の三重テラスで「座・みえOKAMI FESTA」を開催するなど、三重の県産品の魅力を積極的に発信してきた。

「三重県の魅力を多くの方に知っていただく。三重県自体が目立たないと、自分たちの商売も発展させていけないという使命感のようなものがありました」と、西村社長。集まったメンバ



三重県の魅力を発信した「みえOKAMIの会」。

ーはその後、全員が経営者となっている。

今では全国区で有名になり、三重の食文化を語る際に欠かせない存在となった伊勢うどんだが、うどん店でしか提供されていなかった伊勢うどんが家庭でも食べられるようになった経緯には西村商店が関わっている。

「60年近く前になりますが、ウチが一番最初に家庭用の伊勢うどんのつゆを作り始めたんです」

伊勢の老舗製麺所が家庭用のうどん麺を販売することになり、西村商店がそのうどんつゆを手がけたのが始まりだった。その後、生協からも声がかかり、小袋入りの伊勢うどんつゆを製造。関東の生協で販売され、伊勢うどんは多くの人に三重の魅力を広めていく役割を担っていった。

伊勢では、うどんといえば伊勢うどんを指すことから、商品名は「伊勢のうどんつゆ」と名付けた。



20代の頃は東京で会社勤めをしていた経験もある西村社長。家業を手伝うために三重県に戻ってきた。

経営が苦境に立たされている中で、事業承継は従業員の協力がなければ成し得なかったと語る西村社長。伝統的な製法を守りながら、新しい味の開発に取り組んでいる。(写真の場所は压榨工程の作業場)



Chapter3 販路拡大への取り組み

客先の求める味に応えるOEM生産で小規模な飲食店まで取引先を拡大

大手メーカーの商品がスーパーの商品棚の目立つ場所を占める中で、地場の醤油蔵元は一般消費者向けの小売りの売上だけでは経営を成り立たせることは難しい状況だ。西村商店でもスーパーなどでの小売り商品と、他社や飲食店などからの依頼に応えたOEM生産の商品の2本柱が売上を支えている。

三重県内中南勢エリアで店舗を展開するスーパーのプライベートブランドの醤油では、製造所名として西村商店の名前が表記されていたりもするが、西村社長は製造元であることを自ら積極的にアピールしていない。

「今ではOEM商品に生産者を表記



展示会でもOEM生産の魅力アピール。取引先の拡大に取り組んでいる。

してもらいケースもよく見られるようになりましたが、私たちは“そういうことは言わないように”というのを長年にわたって教え込まれてきましたから」

自らは表に出ることなく、客先の味づくりに徹する姿勢が、蔵元である西村商店には受け継がれているのだ。焼肉店のたれなど、依頼を受けてお店の味づくりに携わることも少なくない。

「さまざまな提供先のお客様に適した商品、求める味をいかにご提案できるか、醤油やだし、つゆづくりの技術が問われる部分です」

社長就任前から販路開拓の中心を担ってきた西村社長は、小売りルートの開拓だけでなくOEM生産の供給先開拓にも力を注いできた。そうした客先との繋がりは大規模な展示会ではなく、少人数でのイベントや勉強会のような集まりに参加する中で得られることが多いという。スーパーの流通ルートでの販売から地元の飲食店といった小規模な取引先まで、“全方位外交”の販路拡大が西村社長の肩にかかっている。

Column

品質の高さが評価され、農林水産大臣賞を受賞



一次審査では味以前に香りと色だけが審査対象となっており、約300点の中から50点に絞られる。

日本醤油協会が全国の蔵元から出品された醤油の中から品質に優れた醤油を選出する全国醤油品評会で、令和6年、西村商店の「スーパーミエマン濃口醤油」は約300点の中から最高賞の農林水産大臣賞を受賞した。令和7年にも農林水産省大臣官房長賞を受賞。2年連続で快挙を成し遂げている。

受賞した醤油は品評会用に特別に作ったものではなく、通常の出荷用に生産している工程の中で作られた商品だ。

「地元の皆さんに使ってもらっている普段づかいの醤油が評価されたことは、現場の従業員たちにとっても自信になりました」

しかし、スーパーなどに並ぶ「スーパーミエマン濃口醤油」すべてに受賞作品と謳うことはできないという。受賞対象はあくまでも出品された醤油と同じロットで生産された醤油に限られるためだ。

最高賞を受賞した実績をどのように販路拡大に生かしていくか、西村社長にとっての課題の一つにもなっている。



減少の一途をたどる地域の醤油蔵元

昭和30年には約6,000社あった醤油メーカーの数は令和6年には1,013社にまで減少している。大手メーカー5社がシェアの5割以上を占め、市場の寡占が進む中で、厳しい経営状況に立たされている小規模な蔵元は伝統的な醤油づくりにこだわり、工夫を凝らしながら生き残りを賭けた販売戦略を展開している。

三重県産業支援センターの支援内容 Support by MIESC

大手メーカーに対抗し得るマーケティング展開の支援に今後も期待

西村社長と10年来のつきあいがあったコーディネーターの高垣は、主に販売先の紹介など販路開拓の支援にあたってきたが、事業承継後は“総合診療医”として経営全般の立て直しが図れるように寄り添ってきた。西村社長にとって、高垣は何でも相談できる心強い相談相手となっている。事業承継にあたっては、三重県事業承継・引継ぎセンターのコーディネーターとも連携して、キャッシュ

フローの安定化や運転資金の把握、債務状況の見直しなどがスムーズに進められるようにサポートした。当初、5年を目標に目標設定した単年度黒字を3年で達成することができたが、従業員の賃上げへの対応といった課題もあり、売上を増やして黒字化を継続していくことは容易ではない。

西村社長は販路拡大に取り組むとともに、農林水産大臣賞を受賞するなど品質には折り紙付きのミエマ

ン醤油のブランド価値をさらに高めていくための方策を模索している。

「大手メーカーと価格面で勝負することはできません。品質の違いをどのように打ち出していけばいいのかわからない。中小企業のマーケティング力の弱さをカバーしていけるように、今後も支援に期待しています」

西村社長と高垣の二人三脚の取り組みは今後も続いていく。



西村社長(右)とは社長就任前からのつきあいになる高垣(左)。事業承継の際には昼夜を問わず電話で西村社長の悩みを聞きながら相談にのるなど、親身になって支えてきた。

Company Profile

合資会社西村商店

度会郡玉城町田丸244番地
TEL 0596-58-2225
https://mieman.co.jp

代表者 代表社員 西村真美

設立 昭和7年

資本金 300万円

従業員数 34人

事業内容 醤油・つゆ・調味料・うどんなどの製造販売



これまでの歩み

貞享元年 屋号「古里屋」として味噌・醤油製造を開始
昭和7年 会社名を「合資会社西村商店」として法人化
昭和25年 味噌・醤油の販売自由化により機械設備の充実を図り、伊勢・志摩地区の販路を拡大
昭和35年 本醸造醤油の新ブランド「ミエマン醤油」誕生
昭和43年 「伊勢のうどんつゆ」販売開始
昭和62年 全国醤油品評会で農林水産大臣賞を受賞
令和3年 西村真美さん、代表社員に就任
令和6年 全国醤油品評会で農林水産大臣賞を受賞



知財はここから。



INPIT三重県知財総合支援窓口 支援先事業者の声

商標登録・加速的支援

株式会社ルミナ (名張市)

知財と現場力で、ネイル業界の新しい可能性を切り拓く — INPIT三重県知財総合支援窓口とともに歩んだ事業成長の軌跡 —

INPIT三重県知財総合支援窓口の支援を受けて、知的財産の活用や事業の再構築に取り組んだ企業様のお声をご紹介します。

Company Profile

株式会社ルミナ

名張市桔梗が丘1番町4-85-1
TEL 0595-41-0500
<https://rumina.jp/>



1. INPIT三重県知財総合支援窓口との出会い

株式会社ルミナは、2012年に名張市で個人事業として「ネイルサロン麗」を開業しました。店舗から始まった会社で、現在はネイル商材の企画・販売、技術セミナー、オリジナル技術の講師育成事業を行っています。

当時は満足できる商材が少なく、自分が納得できる商材を作りたいと考え、ネイル商材の企画・販売を開始しました。ブランド名の商標登録についてINPITへ相談したことが、知財との出会いでした。

2. 知財を活用した事業化の推進

創業当初は店舗施術と講師活動など「現場に寄り添う技術」を強みとしていました。事業拡大を考えた際、技術やアイデアをどのように自社資産として守り育てるかが課題となりました。

施術で当たり前とされていた道具や技法を見直し、独自の技術伝達や補助道具の構想をINPITに相談しました。その際「知的財産になり得る」と助言を受け、事業の方向性が大きく変わりました。

3. 取得知財と申請状況

現在、ネイルマシン持ち方補正具の特許を取得しています。

爪の施術には繊細な操作が必要ですが、この特許により施術技術を大きく進化させました。さらに2件の特許を出願中です。爪施術に欠かせない筆とやすりの発明で、特徴は次の通りです。

- ①美しい爪の形を作りやすい特殊形状の筆
- ②使い方を統一できるガイド印付き爪やすり



持ち方補正具 ササエール



ガイド付き爪やすり 150G/180G

INPITの支援で特許を取得し、知財への理解が深まりました。既存の道具に工夫を加えるだけでも特許になり得ると学び、次の取得に向けて取り組んでいます。今後も自社独自の道具や技術へ進化させます。

4. ビジネスモデルの再構築 (加速的支援)

2年前、商品とブランディングについてINPITから1年間、専門家派遣による支援を受けました。この支援で事業全体を整理し、ビジネスモデルを見直しました。

単なる商品販売にとどまらず、

- ・現場課題と結びついた商品開発
- ・ブランドを売るという考え方
- ・知財の重要性
- ・講師育成による全国展開

こうした支援を受けて、中小・小規模企業にとって知財戦略が有効であると理解できました。

5. 三重県産業支援センターと連携した大学との共同研究

主力商品のネイルジェルには、爪の主成分セラチンを配合しています。

セラチンが爪へ与える影響を科学的に検証したいと考えていたとき、三重県産業支援センターから大学との共同研究の可能性が紹介されました。

4年前に共同研究を開始し、昨年は研究成果を大学研究者が学会で発表しました。今後も研究を継続します。

6. ネイル業界最大の展示会での反響

これまでの成果は、業界最大級の展示会「ネイルエキスポ」への出展で明確に表れました。大学との共同研究や特許商品、出願中の商品に多くのネ



リストが関心を示し、自社商品とブランドのファン獲得につながりました。

知財が信頼性と説得力を高め、ブランド価値向上につながった瞬間でした。

7. ネット販売での工夫

当社はネット販売に力を入れていますが、単に商品を並べるのではなく、

- ・開発背景
- ・技術的根拠
- ・店舗での使用メリット

を分かりやすく説明し、知財取得状況も公開しています。購入者の理解と納得を重視した取組であり、加速的支援の助言を実践した結果でもあります。

8. ネイル技術セミナー・

1泊2日のネイル合宿での反響

商品開発のヒントや情報収集、交流の場として全国でセミナーを開催しています。

知財で保護した道具や独自技法を使い、「現場で再現できる技術」を伝えることを重視しています。

受講者からは「理解できた」「理論



が明快で分かりやすい」との声が多く寄せられ、講師育成プログラムを通じて全国へ広がっています。

9. 知財戦略の有効性と今後の方向

自社商品を知財で守り、唯一の価値へ高める。知財は選ばれる理由となり、強力な武器となります。

三重県産業支援センターの支援で実現した産学官連携を基盤に、今後は知財・研究・教育を組み合わせ、業界全体の技術向上とネイリストの働き方や人生を豊かにすることを目指します。

「ネイリストの人生を豊かに。」

この理念のもと、実践に役立つものづくりと技術開発に挑戦し続けます。

支援担当者の声 Support Coordinator Comment

INPIT支援担当者 杉山早実

知財マインドが高く、支援期間も現在で8年となりました。ネイルエキスポでも同業者の注目を浴びるようになり、今後の成長が楽しみです。



【お問い合わせ】

INPIT三重県知財総合支援窓口 詳しくはHPから

みえ知財

検索

津窓口 TEL:059-253-8310 四日市窓口 TEL:059-327-5830 ご相談時間 9:00から17:00まで(土日・祝日・年末年始を除く)



営業力強化支援促進事業

営業力の強化を図り、経営の向上を目指す県内企業に対して支援をしています。



セミナー開催

市場動向や販路開拓の考え方に触れ、自社の方向性や可能性を考えるきっかけを提供



専門家派遣

コーディネーターや専門家が企業を訪問し、課題解決に向けたハンズオン支援を実施



マッチング

広域商談会などを通じ、企業の強みを市場に繋げる実践の場を提供

「いい製品をつくっているのに、なかなか新しい取引先に繋がらない」「特定の取引先に頼りきりで、この先が少し不安」県内の中小企業から、こうした悩みを多く耳にします。このような企業に対して「課題設定型支援」を実施しています。企業が目指す「ありたい姿」を起点に、現状とのギャップを明確化し、対話を通じて本質的課題を特定、解決への道筋を描きます。



経営支援コーディネーター 服部高久(中央)と商談会に参加された企業様(左・右)

専門家派遣による支援事例

強みを「見える化」し、新規開拓を強化 **児玉鉄工株式会社** (四日市市)

1957年創業の児玉鉄工株式会社は、産業用ロボットや工作機械向けの金属部品加工を手がける歴史ある企業です。鋳物・鉄・アルミなど多様な材質に対応し、特に「旋削+穴あけ工程が多い製品」を得意とする高度な加工技術と、短納期にも応える現場力を強みとしています。

同社では現在、事業承継を見据えた新たな転換期を迎えています。3代目後継者である児玉莉子さんは、もともと医療業界に従事しており、金属加工とはまったく異なる世界でキャリアを積んできました。しかし、家業を手伝う中で「父が長年かけて築いてきた技術を、このまま終わらせたくない」と承継を決意。知識も経験もない状態から金属加工業界に飛び込み、今は現場と営業の両面で奮闘しています。



児玉雅彦代表取締役と3代目の莉子さん



製品例

本事業では、「技術はあるが、それが市場に十分伝わっていない」という課題に着目。まず社内に当たり前のよう存在していた技術力の棚卸しに取り組みました。製品サイズや加工難易度、寸法公差、材質対応力などを具体的に整理し、購買担当者の視点で「何が強みなのか」が一目で伝わる形へと再構築しました。その結果、アルミ加工における高い寸法精度、薄物や加工難易度の高い製品への対応力、試作から量産まで柔軟に応える現場体制といった同社ならではの価値が明確になり、既存顧客への深耕だけでなく、新たな販路開拓に向けた営業戦略の軸が見え始めています。

「父が積み上げてきた技術を、きちんと“伝わる言葉”にして、必要としているお客様に届けたい」と語る莉子さん。異業種からの挑戦だからこそ見える視点が、老舗企業に新しい風を吹き込んでいます。



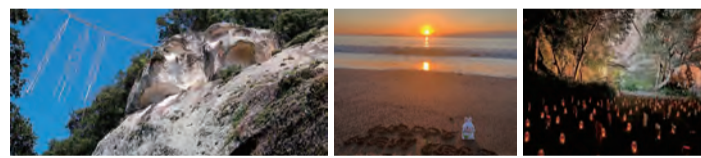
「想いと魅力を、届ける」広報強化で次のステージへ **ゲストハウスうさぎ** (熊野市)

世界遺産・花の窟神社のすぐそばに佇む、築約100年の古民家を再生した「ゲストハウスうさぎ」。オーナーの川上吉洋さんは熊野の自然と歴史に魅せられ、令和6年度三重県起業支援金を活用し、他県から移住して起業という夢を叶えました。

オーナーが何より大切にしているのは、宿泊客との温かなコミュニケーションです。単なる宿泊場所の提供ではなく、熊野の歴史や文化を語り合い、滞在そのものを体験に昇華させるスタイルが持ち味。その姿勢は、多くの利用者から高い評価を得ています。



ゲストハウスうさぎと川上吉洋オーナー



ゲストハウス周辺の景色

しかし、創業間もないこともあり、「この宿の魅力やオーナーの想いをいかに広く、正しく発信するか」という広報・集客面が大きな課題となっていました。

本事業では、「想いはあるが、それが市場に十分伝わっていない」という課題に着目。SNSやWebを活用したデジタルマーケティングを軸に支援を展開しました。まずターゲット顧客を明確化し、その顧客層に対して効果的な導線設計を構築。ターゲットを明確にした発信戦略を練り直すことで、「選ばれる宿」としての発信力を強化しました。オーナーが見据えるのは、自社の成功だけではありません。「自分の宿をきっかけに、熊野を訪れる人が増え、観光産業全体が盛り上がるほしい」。日本でもまだまだ知られていない熊野の圧倒的な大自然の魅力を、世界中の人々に知ってもらいたいという強い想いが原動力となっています。

専門家との対話を通して磨き上げた広報戦略は、今後、熊野の隠された魅力を世界へ届ける確かな力となっていくでしょう。



【お問い合わせ】

経営支援課 販路開拓支援班

TEL: 059-253-4355 FAX: 059-228-3800

<https://www.miesc.or.jp/support/management/>
HPはこちら →



三重県事業承継・引継ぎ支援センター 相談事例レポート

事業譲渡・商標権の分割移転

INPIT三重県知財総合支援窓口との連携支援で
障がい者の就労場所確保を実現

事業譲受

株式会社アルクハナ

事業譲渡

寺田林右衛門本店

支援担当者 三重県事業承継・引継ぎ支援センター
統括責任者 後藤悦夫

01

相談のきっかけ

障がい者の就労先を譲渡
してくれる事業所を探して

株式会社アルクハナ(以下、アルクハナ)は、一般就労が難しい心身に障がいを持つ方を対象にした「障害福祉サービス」を展開している企業であり、2022年10月より、志摩市にて就労継続支援B型事業所「からふる」を運営しています。

アルクハナでは障がい者の収入を増やすため、障がい者が従事できる就労事業を譲渡してくれる事業所



を探していましたが、なかなか条件に合う事業所を見つけられない状況にありました。

そこで地元税理士事務所を通じて、事業を譲ってくれる事業先を探してほしいとの相談が三重県事業承継・引継ぎ支援センターにありました。

02

両事業者の出会い

譲渡先のビジョンに賛同し、
黒ニンニク事業の譲渡へ

寺田林右衛門本店の寺田さんは鳥羽の離島「神島」の小中学校を卒業後、鳥羽高校まで3年間船で通い続け、卒業するまで神島に住んでいました。

就職のために一旦は島を離れたましたが、再び神島に戻り、天然塩作りに励んでいます。

天然塩作りのきっかけは、寂れていく島を見て、神島でオリジナルブランドの塩を製造して知名度を高めることで観光客を増やしたい。また、地元の方に雇用の機会を創出することができれば、島が活性化するのではないかとこの思いからでした。



(上)天然塩「神島の塩」と黒ニンニク「海女の温もり」。(下)天然塩作りを手がける寺田さん。

寺田さんは天然塩作りのほかに「黒ニンニク」の製造・販売をしていましたが、地元企業の社長の紹介により、アルクハナの西村社長と面談。地元活性化×障がい福祉のビジョンに賛同し、アルクハナに黒ニンニク事業を譲渡することになりました。



寺田林右衛門本店・寺田さん(左)から株式会社アルクハナ・西村社長(中)へとバトンタッチ。右は三重県事業承継・引継ぎ支援センターの後藤。

Company Profile

株式会社アルクハナ(障がい福祉サービス事業所「からふる」)

志摩市阿児町立神2038-1 TEL 0599-77-7995

寺田林右衛門本店

鳥羽市神島 TEL 0599-25-7515

03

センターとINPITとの連携支援

商標権の分割移転で事業を
限定した事業譲渡を実現

地元税理士事務所より「アルクハナに事業を譲渡してくれる先が見つかったが、手続きがわからないので支援してほしい」との依頼もあり、センターでは事業譲渡契約書の作成支援、INPITでは商標権の移転手続きの支援を行いました。

黒ニンニク事業譲渡にあたり、寺田さんは黒ニンニク事業で商標名「海女の温もり」を使用することを了解していましたが、商標名は寺田さん自身の鳥羽・志摩への想いが強く込められており、将来利用する可



西村社長(左)に商標権についての説明を行うINPIT支援担当者の村上(右)。

能性があるので、商標権は自身で保持したい意向がありました。

そこでINPIT支援担当者の村上に相談、村上は2つの方法(①ライセンス契約の締結②商標権の分割移転)を提案しました。

提案内容を検討した結果、商標権の分割移転によって、アルクハナは黒ニンニク事業限定の商標権を取得。寺田さんは黒ニンニク事業以外の商標権を保持することとなり、両者の意向に沿った移転ができました。

支援担当者の声 Support Coordinator Comment

当センターでは、三重県事業承継ネットワーク構成機関および三重県産業支援センターの各部署と連携して事業承継を推進しています。

今般、地元税理士事務所からの

相談案件のトスアップならびにINPITとの連携支援により、円滑な事業譲渡支援を行うことが出来ました。

今後も「オール三重」での事業承継に注力したいと考えます。

【お問い合わせ】

三重県事業承継・引継ぎ支援センター

TEL: 059-253-3154 FAX: 059-253-3357

✉ soudan@mie-shoukei.go.jp <https://www.mie-shoukei.go.jp>

HPはこちら →



公益財団法人三重県産業支援センター

Mie Industry and Enterprise Support Center

〒514-0004 三重県津市栄町1丁目891番地 三重県合同ビル4階・5階

TEL 059-228-3321 FAX 059-226-4957

<https://www.miesc.or.jp/> ✉ soumu@miesc.or.jp

北勢支所

〒510-0805 三重県四日市市東阿倉川788(三重県工業研究所産業研究室 施設内)

TEL 059-327-5830 FAX 059-327-5831

<https://www.miesc.or.jp/support/project/8/>

✉ h-miesc@miesc.or.jp