

# 地方発グローバル展開企業の 知財戦略

株式会社 ミヤゲン

# 1. 会社概要

## 株式会社ミヤゲン

資本金 : 3,000万円

従業員 : 35名

(重度障害者多数雇用事業所)

本社 : 福井県敦賀市山泉7号15番地3

東京営業所 : 東京都中央区日本橋本町4-2-11

海外生産拠点 : 中国 江蘇省 江陰市

ベトナム国 ハノイ市

重度障害者多数雇用事業所

株式会社 ミヤゲン

〈本社工場〉

# 2. 事業内容

包装資材



環境商品



産業資材  
水産資材



販売促進  
用品



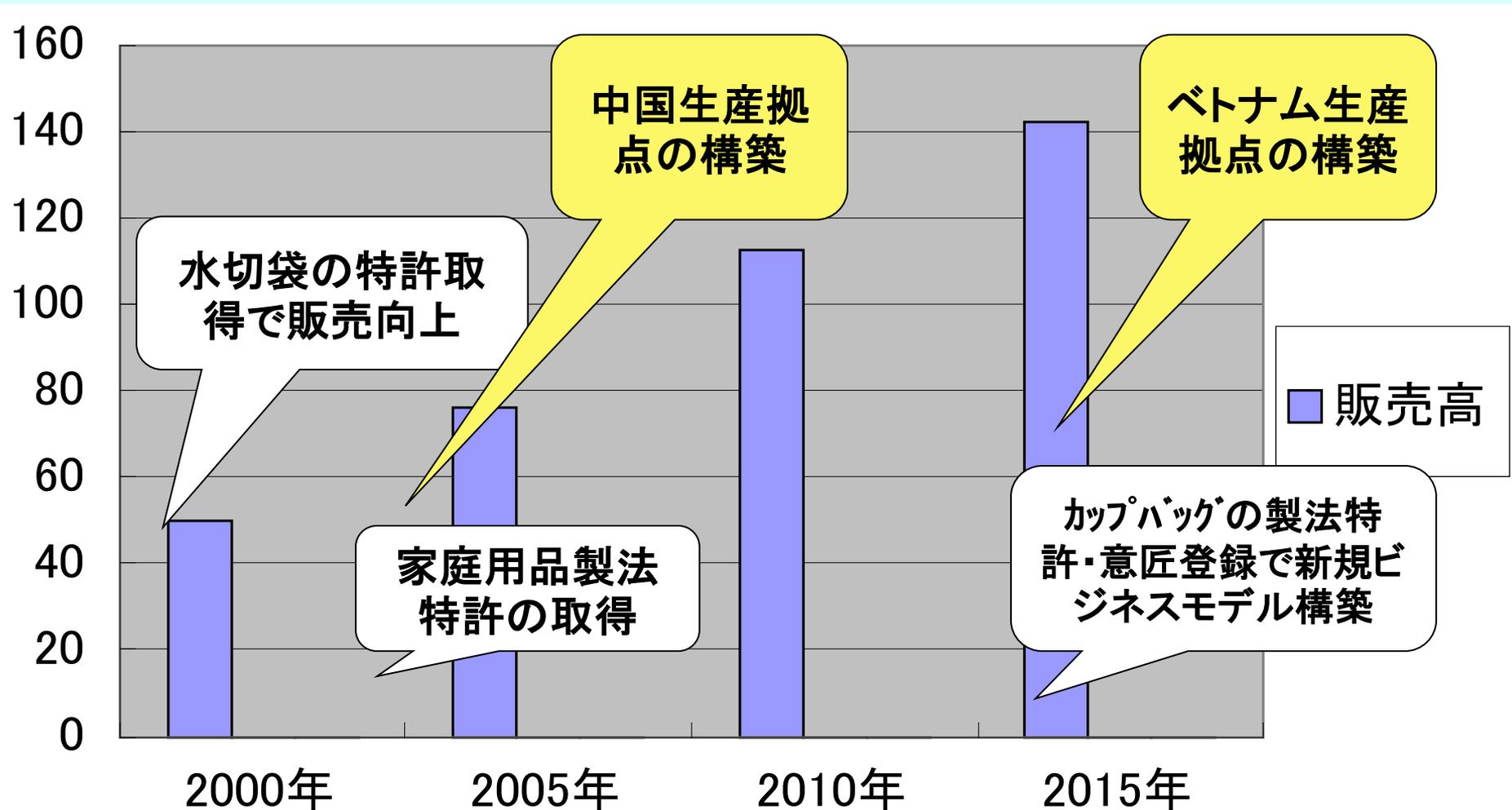
### 3. 会社の歩み

---

1. 1953年(昭和28年) 父宮元武四創業(紙袋製造)
2. 1955年(昭和30年) ポリ袋製造
3. 1960年(昭和35年) 宮元武壽 宮元製袋所入社
4. 1965年(昭和40年) 産業資材製造販売
5. 1966年(昭和41年) 資本金300万円会社組織に
6. 1989年(平成元年) 宮元武壽 代表取締役就任
7. 1994年(平成6年) 株式会社ミヤゲンへ社名変更
8. 2000年(平成12年) 中国江蘇省江陰市へ進出
9. 2015年(平成27年) 中国事業の再構築
10. 2015年(平成27年) ベトナムに新生産拠点構築
11. 2016年(平成28年) 海外ビジネス戦略スタート

# 4. 販売高に対する知財と海外展開の関係

海外展開と知財が経営に大きく影響する



# 5. 新規商品開発

(コーヒーカップのテイクアウト用専用袋)

## 他社の商品



カップを安定してホールドするため、厚手の紙による中箱をセットしテイクアウト用のポリ袋に入れる二重構造となっている。

また、他にも紙製や簡易的な商品も販売されているが使い勝手やコストなどの課題

## が 当社の商品

ある。

中箱を無くしてポリ袋のみで構成し、カップも安定したテイクアウトが出来る構造とした。



関連特許、実用新案、意匠登録関係を推進中

# 6. 新規商品の市場

日本経済新聞 2015年(平成27年)5月8日(金曜日)

## コンビニコーヒー19億杯

大手5社、今年度3割増

### セブンがアイスラテ

コンビニエンスストアが店頭でいわれるコーヒーの市場は2015年度も成長を続ける見通しだ。大手5社合計の販売計画は14年度比で約3割増の19億杯となる。セブンイレブン・ジャパンは新たに江崎グリコと共同開発したアイスカフェラテを発売する。前年度までに大手は抽出マシンをほぼ全店に導入済みで、今後は新商品で女性客などを開拓して、市場を広げる競争に入る。

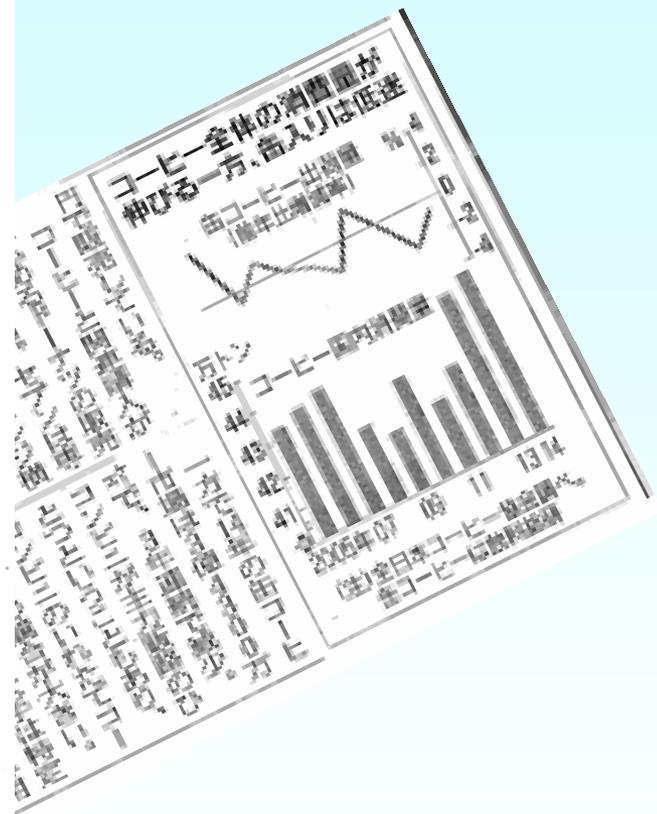


セブンイレブンは6月にもアイスカフェラテを投入する(東京都千代田区)

### 成長維持へ新商品投入

セブン、ローソン、ファミリーマート、サークルサンクス、ミニストップの5社合計で14年度は15億杯を販売したと見られる。13年度比で2割以上になった。各社は海

外に店舗を増やしたほか、セブンは1店にマシンを2台入れるなど、導入済みのはじめの販売拡大にも力を入れている。15年度の販売計画では、セブンが前年度比で



する。これまではホットとアイスコーヒーに絞って提供しており、本格的に商品を広げるのは初めてだ。

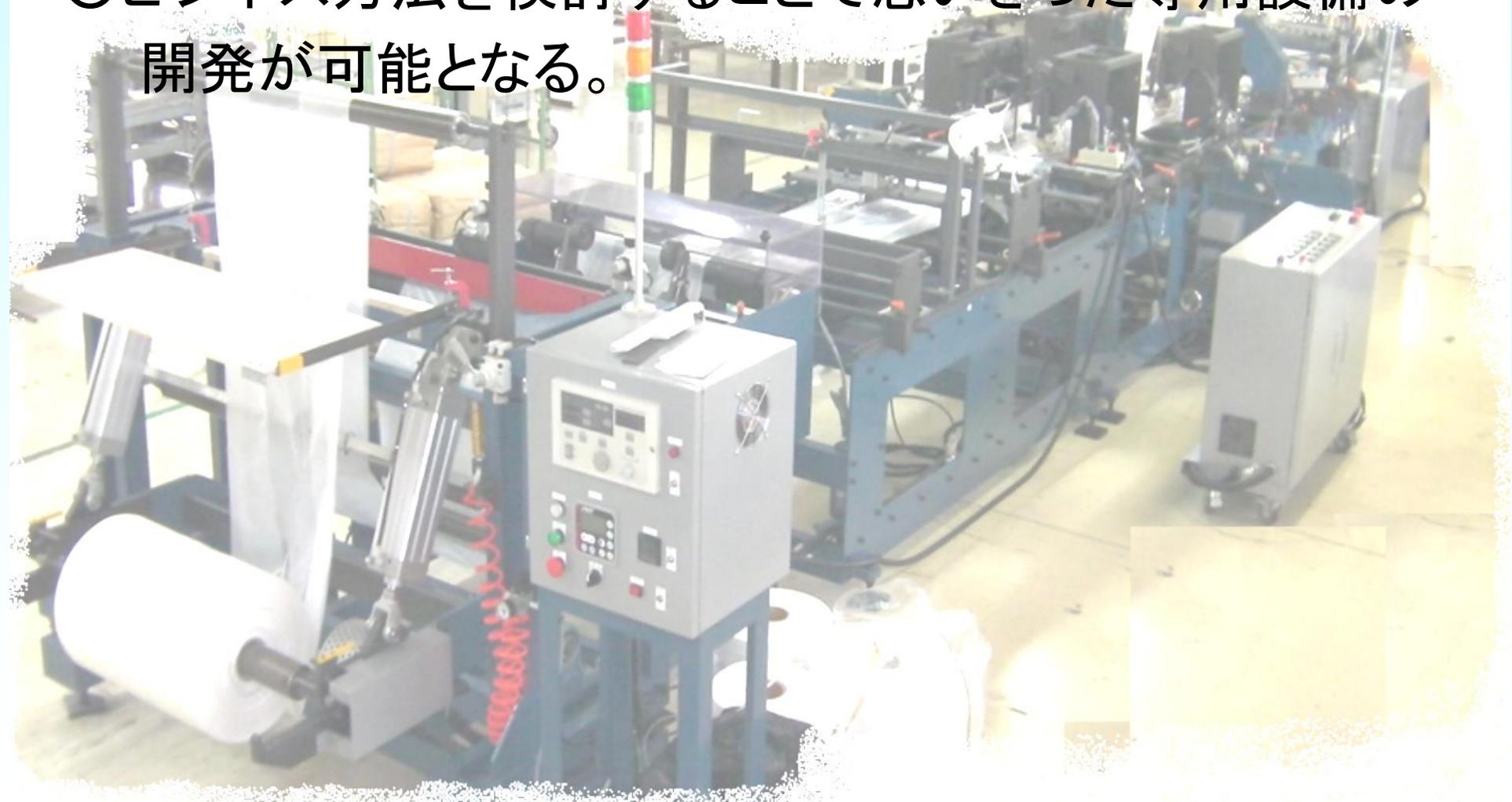
江崎グリコと共同開発した、細かい氷状のミルクが入った専用の専用機、顧客がセルフサービスで熱いコーヒーを注ぐことで、アイスカフェラテが完成する仕組みだ。

ファミマは昨年6月に発売したシャーベットの「フラッペ」に17日から新たに2号を投入する。抽出マシンのホットミルクをかけたままシャーベットの状態で「抹茶フラッペ」などを販売する。価格は280円とされる。ローソンはアイスカフェラテを第4種

下げ、4月から150

## 7. 新規商品の生産設備開発

- 対象商品の設備開発について秘密保持契約実施。
- ビジネス方法を検討することで思いきった専用設備の開発が可能となる。



# 8. 特許等取得支援事業の専門家派遣を受け

## ビジネスモデル

### ●課題を整理

人	開発体制	生産体制	知財マネジメント
物	商品	生産設備	生産環境
金	設備投資	契約	お客様

- ・新規事業のビジネスモデル構築が必須
- ・ビジネスモデル構築にはターゲット顧客の特定が必須

課題



支援

### ●専門家支援

経営	中小企業診断士	弁理士	弁護士
技術	デザイン専門家	ブランド専門家	企業OB

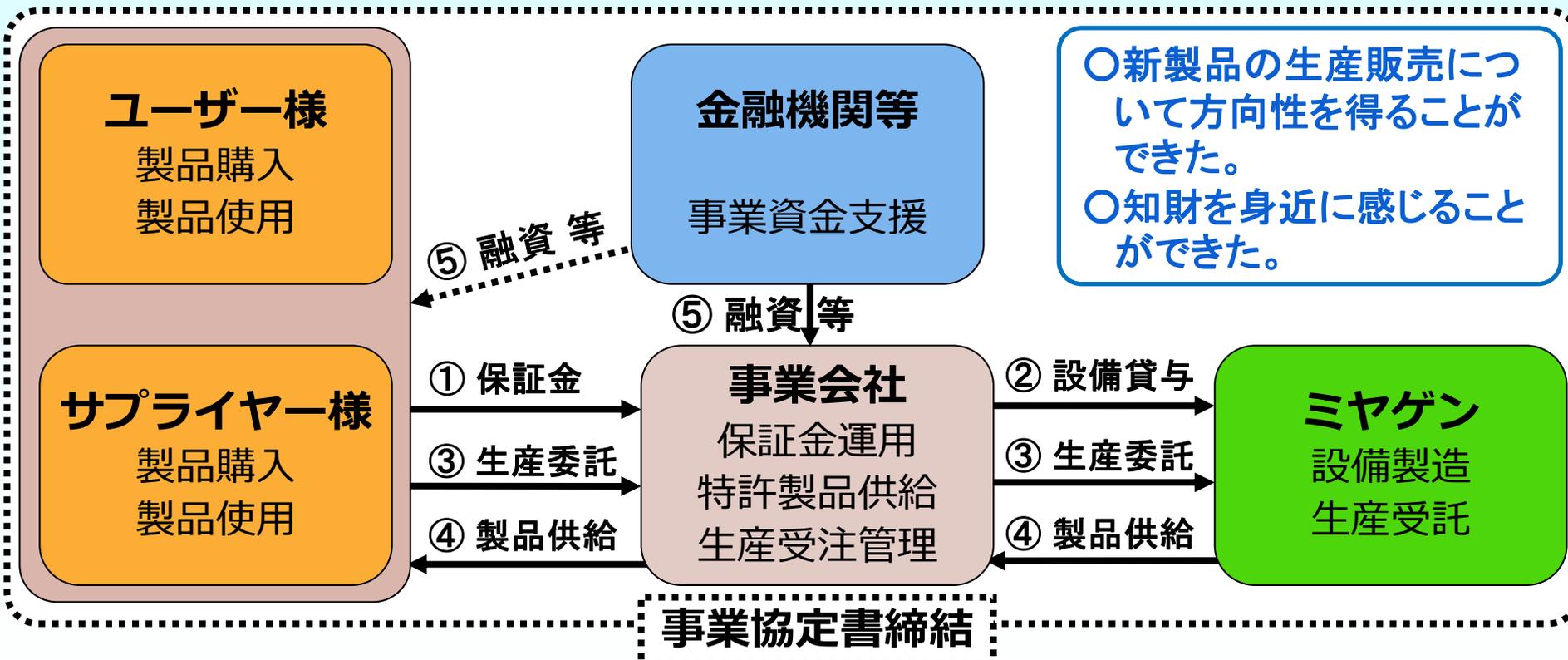
- ・専門家を招きビジネスモデルの支援を得る



# 9. 専門家派遣による新ビジネスモデル検討

## 結果

- ・新規事業推進について、知財、製造、販売の3つの観点から課題を解決する。
- ・ビジネスモデル設計について、対応ポイントの整理実施。
- ・ビジネスモデル強化の為の知財を特定。今後の計画を立案。



- ・【ユーザー様メリット】 事業の一端を担って頂くことで、知財権付製品が安価で長期安定的に供給されます。

# 10. 知財、開発や海外事業における成功失敗

---

## 【海外事業】

1. 調査不足で中国浙江省へ進出したため途中で進出先変更
2. 中国の何でもOKから何でもダメ(印刷許可)
3. 中国社会の常識(騙される方が悪い、盗られる方が悪い)
4. 社員の不正(リベートは当たり前)
5. 裁判を起こしても透明公正は得られない。

## 【知財・開発】

1. 開発権利化は「ダメだ」から始まる
2. アイデアで特許を取ったが、いざ製造となると簡単ではない
3. アイデアに沿って製造機械を造ったが思った通りの製品ができない
4. 思ったとおりに行かないところから、次の開発権利化に繋がる

# 11. 日本のミヤゲンから世界のミヤゲンへ

## ”革新的事業展開の構築”

多くの日本企業の最大の課題

世界に誇る物づくりやサービスがあっても？

・今まで日本市場のみの国内戦で戦ってきたために、  
**グローバル市場に打って出れない！ 戦えない！**

・ 国際マーケティング企画、営業部門がない  
では、社内に今からそのような部門を創れるか??  
**時間、コスト、人材採用.....非常に困難！！**

日本企業であるからといって、組織を日本人だけで作る必要はない。  
**人材活用・組織形成もグローバルに考える時代**

# 12. Global Marketing Hubのメリット

---

## 1. 国際高資質人材

- 語学力(英語ネイティブ、中国語ネイティブ等)
- 世界最高の学力と十分なキャリア、実績、能力
- 世界に人的ネットワークを構築

## 2. 低コスト

- 現地基準給与で採用可
- 無料テレビ会議・メールを活用した日本からの業務指示
- 労務管理等は現地に委託

## 3. 成長性

- 貴社の経営理念、商品コンセプトをしっかりと理解した高資質人材は将来、貴社の海外現地法人の幹部としても期待大

# Global Marketing Hub

13

「日本」を世界市場へ。グローバルマーケティング拠点 フィリピン



Global Marketing Hubとは、**日本国外で優秀な人材を現地で採用し、マーケティング・セールス活動をグローバルに展開する画期的なコンセプト**です。  
**低コストでグローバルマーケティング・セールス業務をアウトソース（外部委託）し、業務指示も日本から日本語**で問題ありません。

Global Marketing Hubサービス提供元:LLP JASEAN(日本本社)・Jasean JP Philippines Inc.(フィリピン支社)

# 14. なぜ、フィリピン？

---

## 1. 国際高資質人材

- 英語ネイティブ、世界トップクラスの教育、人材の宝庫
- 平均年齢23歳、失業率6.2%

## 2. 低コスト

- フィリピン大卒初任給平均4万円～（⇔日本は約20万円～）
- 日本に最も近い東南アジア（時差1時間。東京からフライト4～5時間）

## 3. 成長性

- 日本と共通したホスピタリティ精神、親日派多い
- 海外出稼ぎ労働者が労働人口の6分の1、海外出張・海外赴任も全く抵抗なし

# 15. フィリピン人材採用～業務遂行のフォロー

Global Marketing Hubを実現するためのフィリピン人材採用から、業務遂行の為の日々のフォローまでのサービスがワンストップ且つ安価に提供されている。

人材採用活動

・希望人材条件を伝えるのみ

ワークスペース

・現地での法人設立・オフィスレンタル不要

通訳

・依頼の手間なし

人事労務管理

・日本人社員駐在不要

人材教育

・グローバル人材育成スペシャリストにお任せ

インターネット会議

・日本のオフィスから現地担当者と通訳を介して何時でも会議

# 16. まとめ

---

1. 障害者雇用と地方の雇用創出に寄与
2. 知財の活用による新ビジネスモデル構築
3. 海外ビジネスのアウトソース営業化の構築
4. 開発型製造業を株式会社ミヤゲンのDNAに

END

ご清聴ありがとうございました

株式会社 ミヤゲン