

若い世代に練り物の魅力を伝えたい 知財による防御だけでなく、ブランディングも実感

事業内容

1948年創業
さつま揚げ・かまぼこの製造・販売

知的財産権と内容

商標第6564326号	ウオッチ,サカナッチ
商標第6716547号	オツカマ

(2024年3月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役 濱崎 創さん

さつま揚げ産業が盛んな土地で独自路線を追求

当社は70年以上にわたりさつま揚げ（当地域では“つけあげ”と呼ばれるが、本紙では“さつま揚げ”と記載）、およびかまぼこの製造・販売を手がけてきた。地元いちき串木野はマグロ漁をはじめとした漁業が盛んなこともあり、魚のすり身を利用したさつま揚げ産業が古くから栄えている。地域柄競合も少なくないからこそ、先代の頃より常にオリジナリティを追求する姿勢で製品づくりを行ってきた。現在は通信販売にも対応しており、ふるさと納税の返礼品として登録されるなど、幅広い世代にとってより身近な存在となるべく活躍の場を広げている。

練り物離れの若者に向けた「魚っち」で商標の取得へ

知財の中でも商標を取得するきっかけとなったのは、自社のオリジナル商品「魚っち（うおっち）」だった。これは黒コショウを入れたおつまみ感覚のかまぼこで、サラミのような独特のフォルムが特徴だ。元々自社で使用していた機械が別の用途でも活用できると知り、試作を重ねたことで生まれた。

キャッチーで親しみやすいネーミングにも“近年の若者の練り物離れに効果的なアプローチを打ち出したい”という濱崎代表の想いが表れている。当初は知財に強い関心を抱いていたわけではなかったが、県内のテレビ番組に取り上げられたのを契機にロコミが広が

り、販売数が伸びたことで商標登録の必要性を感じるに至った。

また、鹿児島県の新特産品コンクールを受賞した際、INPITの知財総合支援窓口の担当者と名刺を交換。商品に対する反響が大きくなっていたタイミングであったため、相談を行った。そこで弁理士の紹介を受け、スムーズに取得が叶ったという。

ブランディング効果の大きさを感じ、さらなる発展を目指す

その後も、当社では新商品であるドライかまぼこ「おつかま」の販売にあたり商標を取得するなど、積極的に知財の活用を続けている。「はじめは防御的な意味で取得した知財だったが、商標の®マークが付けば信用性が上がり、ブランド力が向上しているという実感も大きい」と濱崎代表は語った。また、アピールポイントが明確になったことで、SNS等で商品を紹介しやすくなった面もある。このような取り組みによって、現在は開発の狙いどおり、20代の若者が直接店舗へ訪れ、購入していく姿がよく見られるようになった。さらに、魚っちは製造工程も独自性が高いため、特許の取得を視野に入れていきたい、との考えもあるそうだ。取得の難易度やメリットなどを照らし合わせつつ、取得が見込まれた際には支援窓口と再度相談しながら進めていく方針だという。「今後も自社の発展や地域貢献を考える上で、知財は重要な戦略として検討していきたい」と濱崎代表は話した。※

知財取得における苦悩



魚っちの商標取得に関しては円滑に進んだと話す濱崎代表だが、過去には既に類似品が存在していたことで、商標の取得を一度断念した経験もある。商品の内容はまったく別物であったものの、名称が類似していたために申請を拒絶されてしまったという。しかし、濱崎代表自ら特許庁の情報サイトや相手会社のHPなどを細かくリサーチした結果、その類似の権利は期間満了により数か月後には無効になることが判明。そのタイミングを見計らって、弁理士との相談を進め、申請・取得に至ることができた。偶然の好機もあれど、諦めずに糸口を探ったことで、商標取得の達成に繋がった。

また、本来ならば「サラム風かまぼこ 魚っち」が正式名称だが、サラム風かまぼこは既存の単語を組み合わせたものであるがゆえに取得が許可されない難しさもあった。この点は弁理士のアドバイスもあり、それ

ぞれのネーミングを個別に商標申請することで共倒れのリスクを防いだそう。

知財取得を目指す経営者へのメッセージ

注目!

「まだ知財を取得していない場合は、ぜひ取り組むことをおすすめしたい」と濱崎代表は話す。知財は大変な面もあるが、ブランディングに役立つのはもちろん、新しいことにチャレンジする面白さもある。

また、「商標登録証を自社や店舗に飾れば、顧客の目につく。これによって信頼性が高まり、企業・製品に箔が付くことに加え、さらなるモチベーションの向上に繋がるはずだ。そしてまた新たな商品が生まれ、会社の発展のきっかけになる可能性もある。自社もまずは地場をしっかりと固めた上で、地域貢献の一環としても産業を盛り上げていきたい」と合わせて語った。



商標取得のきっかけとなった『魚っち（うおっち）』



手作業も交えつつ、日々丁寧に作られるさつま揚げや蒲鉾たち



知的財産活用のポイント

商品の明確なコンセプトを ネーミングに表現

当社では先代より続く「他にはないものを作り、差別化したい」という強い気持ちが、魚っちをはじめとする商品開発の原動力となっている。また、開発の際には従業員の意見も大切にしながら、味や食感などのヒントを得ているという。このよう

にして開発した製品が、ターゲット層である若者世代にダイレクトに響いたのは、コンセプトが伝わりやすいネーミングも寄与している。今後は親類のアドバイスを参考に、鹿児島中心部への販売専門店の出店も予定しており、ますますの認知度拡大が期待されている。ブランド力・信用性の向上といった面からも、知財の取得は重要であると考えている。

COMPANY DATA

取材：2024年3月

企業名：有限会社浜崎蒲鉾店 所在地：鹿児島県いちき串木野市三井3092 電話番号：0996-32-2229

URL：<https://www.e-hamasaki.co.jp> 創業：1910年 資本金：1000万円 従業員：不明

