



# ものづくりから始まる 北海道食・モノ・語り

～食と機械の連携への扉と鍵～

経済産業省  
北海道経済産業局





# 刊行にあたって

北海道が他府県に比べて誇るべき地域資源は「豊かで新鮮な食資源」です。実際に、北海道の産業構造を見てみると、製造業全体の事業者数に占める食料品製造業の割合、出荷額全体に占める食料品製造業の割合がともに3割と、全国に比べ大きなウエイトを占めており、北海道の地域経済を支える重要な産業です。

多様化する消費者のニーズと商品ライフサイクルの短期化により、食品メーカー側には高い技術力や商品開発力、更には安心・安全が求められ、食品機械の果たす役割は重要です。身近で、気軽に相談ができる機械メーカーの存在が求められる一方、相談するにあたっては、双方の企業情報を開示する必要性が出てくるなど、情報管理が重要になります。道内食品メーカーと道内機械メーカーが取引をする上で知的財産について知ることが1つのポイントになると言えます。

本書は、食品機械分野に新規参入・事業拡大するにあたり、参考にしていただきたいポイントを知財の視点を踏まえて整理し、また、道内食品メーカーが道内機械メーカーに期待する声と、まさにその期待に応え、地域に貢献している道内機械メーカーの取組についてご紹介するものです。過疎化・高齢化が進み「働き手」が少なくなる中、食品加工現場では、機械による省力化ニーズがますます高まると思われます。今後の事業展開を図る上で、食品機械分野が可能性のある1つの選択肢と考えていただく、その一助となれば幸いです。

本書の作成にあたりましては、道内の食品メーカー、機械メーカーの皆様アンケート調査、ヒアリングへのご協力をいただきました。ここに厚く御礼申し上げます。

平成27年2月 経済産業省北海道経済産業局

# 目 次

## 1.食品製造を知る

|                           |   |
|---------------------------|---|
| (1) データで見る北海道の食品製造        | 1 |
| (2) 道内機械メーカーとの取引を望む食品メーカー | 3 |
| (3) 食品分野は企業情報の宝庫          | 3 |
| 🔗【食品業界を知る鍵】               | 4 |
| Point.1 様々な情報を知的財産と認識する   | 4 |
| ① 知的財産とは何か                | 4 |
| ② 知的財産の取組による効果            | 4 |
| ③ 知的財産の活用事例               | 5 |
| コラム「情報管理をどうしていますか？」       | 5 |

## 2.食品機械のニーズを探る

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| (1) 道内食品メーカーが機械導入時に重視する点            | 6  |
| (2) 道内機械メーカーへの期待が大きい工程              | 6  |
| ① 前工程におけるオリジナル機械                    | 7  |
| ② 工程間をつなぐ自動化ニーズに対応した機械              | 7  |
| 🔗【食品機械への参入を考える鍵①】                   | 8  |
| Point.1 他社の技術や特許などを調査する             | 8  |
| ① 先行技術調査の意義・必要性                     | 8  |
| ② 先行技術調査の方法                         | 9  |
| Point.2 自社技術・商品を守る                  | 9  |
| ① 特許権の取得を通じて守る                      | 9  |
| ② ノウハウは営業秘密として守る                    | 10 |
| コラム「不正競争防止法によりノウハウを営業秘密として保護するためには」 | 10 |
| Point.3 秘密保持契約は口頭で済ませない!            | 12 |

### 3.事例から学ぶ(食品メーカー)

|   |    |
|---|----|
| 事例① 道内機械メーカーからの積極的な情報発信を期待<br>(中山食品工業株式会社)      | 13 |
| 事例② 生産ラインのカスタマイズなど個別ニーズへの対応を期待<br>(サンマルコ食品株式会社) | 15 |
| 事例③ キーワードは「コンパクト」「清掃簡易」「自前修理可能」<br>(株式会社山武林商店)  | 17 |
| 事例④ 水産加工分野に新たなアイデアを取り込みたい<br>(株式会社布目)           | 19 |
| 事例⑤ 製造ライン全体を踏まえた適切な食品機械の提案を期待<br>(株式会社ほんま)      | 21 |
| 事例⑥ 地元機械メーカーと共同開発を実施することで共に成長を目指す<br>(株式会社丸勝)   | 23 |
| 事例⑦ オリジナルの食品機械の開発において秘密保持契約が重要<br>(株式会社きのとや)    | 25 |
| 食品メーカーからの声(機械メーカーに対する期待)                        | 27 |

### 4.事例から学ぶ(機械メーカー)

|   |    |
|---|----|
| 事例① 積極的な営業活動によりビジネスチャンスをつかむ<br>(株式会社ニュートラル) | 29 |
| 事例② 中小メーカーだからこそ個別ニーズに対応<br>(株式会社サン工機フードテクノ) | 31 |
| 事例③ 異業種連携により利用者目線の製品開発を実現<br>(株式会社倉本鉄工所)    | 33 |
| 事例④ 先行技術調査を実施し新たな市場を探る<br>(株式会社共成)          | 35 |
| 事例⑤ 弁理士を活用し海外で勝負をかける<br>(株式会社タイヨー製作所)       | 37 |
| 機械メーカーの声(事業展開におけるポイント)                      | 39 |
| 📍【食品機械への参入を考える鍵②】                           | 41 |
| Point.1 食品機械の分野でトラブルを未然に防ぐための契約について         | 41 |
| ① 秘密保持契約                                    | 41 |
| ② 共同研究開発契約                                  | 42 |
| ③ 共同出願契約                                    | 42 |

### 5.参考

|                 |    |
|-----------------|----|
| アンケート調査結果       | 43 |
| 各種相談窓口          | 59 |
| 機械関連を中心とした主な展示会 | 60 |