

経験則に基づく知恵を化学の視点でとらえ 安全で有用な天然素材の開発に有効活用

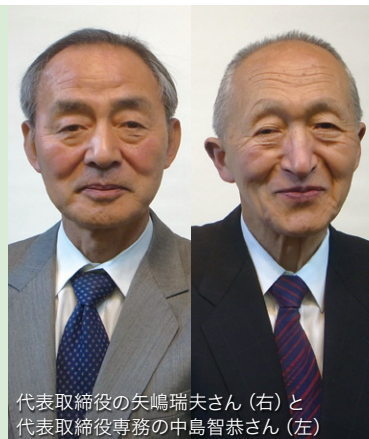
事業内容

安全性にこだわった天然食品による保存剤、抗酸化剤等の添加物や機能性食品素材等の研究開発。老化が早いなどの国産小麦粉の弱点を補う製パン加工技術の開発で、「平成 16 年度優良ふるさと食品中央コンクール 新技術開発部門」に輝く。

特許登録番号と内容

特許番号第 5175410 号	新規な機能を有する錠菓、錠剤およびそれらの製造方法
特許番号第 4996807 号	色素の安定化剤および色素の安定化方法
特許番号第 4931741 号	糖類組成物及びその製造方法
特許番号第 4886983 号	抗体を含有する機能性組成物
商標登録第 5372756 号	ペボカボ茶
商標登録第 5372757 号	ペボ茶

他、特許登録、商標登録など多数(2013年4月現在)



代表取締役の矢嶋瑞夫さん(右)と
代表取締役専務の中島智恭さん(左)

経験則から安全性が認められている 身近な素材に注目

食品添加物の業界をリードするアサマ化成株式会社。なかでも食品の保存の分野に特化した企業として、広く知られている。

同社が手がける商品の大きな特徴は、天然由来へのこだわり。昔から「これを使うと安心」と言われてきたものを原料に選んでいることだろう。代表取締役の矢嶋瑞夫さんは「ふだんから私たちが食べているものなら安全性は担保されやすいと考え、身近な素材に注目し、研究しています」と話す。

たとえば唐辛子。昔から食品を長持ちさせると言われているものの、これは経験則によるもので、実はどの成分が効いているのがわからなかった。同社はこれを研究し、保存効果がある成分の抽出に成功。抽出物には唐辛子特有の強い辛みがないので、幅広く使えることも分かった。「弊社は、素材をていねいに研究して特許を取得し、商品化してきました。唐辛子抽出物もそのひとつ。食中毒対策などの目的で、多くの弁当類や総菜などに使っていただいています」と矢嶋さんは笑顔を見せる。研究に着手してから商品化し、売上げの計算が立つまで、10 年かかることも珍しくない同社の商品。それぞれの開発には、いくつもの難所があったという。とくに原料の調達には頭を悩ませることが多い。工業製

品と違い、天然物はいつも同じ状態でコンスタントに入手するのは困難。保存の問題もある。こうした問題をクリアするため、試行錯誤を繰り返し、ノウハウを蓄積している。

こうした日々の誠実で地道な努力が実り、食品業界の厚い信頼を得ている同社。とくに食の安全性のニーズが高まる近年、同社が手がける天然由来の添加物は、消費者へのわかりやすい安心材料になると、食品メーカーに加え、流通業界にも歓迎されている。

「模倣されやすい」ことを意識し 開発技術は特許で守るのが基本

同社は全国に 5 つの販売拠点をもち、研究員は、各拠点の営業担当者とともに顧客を訪問したり、展示会に出展するなどして、ニーズの掘り出しにも力を入れている。毎年拠点ごとに研究テーマの設定も実施。各テーマは定期的に成果を評価し、研究を継続するか否かを判断しているという。食品メーカーや大学との共同研究にも前向きで、すでにいくつもの商品開発を実現した。新たな技術の取得や臨床実験のコストなどを考慮し、HP で共同開発のパートナーを募集するという試みも行っている。

そんな同社が現在取得している知財権は、特許だけで 140 以上にもなる。特許取得のメリットについて、矢嶋さんの回答は「商品を守るため」といってシン

COMPANY DATA

所在地:東京都中央区日本橋小伝馬町20-3

電話番号:03-3661-6282 URL:http://www.asama-chemical.co.jp/

創業:1975年10月 資本金:4500万円

売上高:非公開 従業員数:30名(2013年5月現在)



アサマ化成が開発したホップの穂花から抽出したホップ主剤の日持向上剤「ホップイン」。
タレや惣菜、漬物などに利用されている

ブル。同社は、素材ベースの製剤を顧客に納めている。専門家がこれを見れば、内容物分析も、模倣もそれほど難しくないだろう。そのためには、特許取得は絶対に必要だという。ただし「弊社しか入手できない素材を使用するもの、競合がいないもの、商品化の見通しが立たないものについては、定期的に見直して権利の延長はしないといった判断もしています」と矢嶋さん。

また、あえて特許出願しない場合もある。その一例が、製造工程のノウハウだ。今、学校給食は地産地消の一環として、パンに地元産の小麦粉・米粉を使うことを奨励しているが、米粉を使うとおいしさが長持ちしないという。「そこで弊社で開発した小麦たんぱく質グリアジンを使います」と矢嶋さん。実験を繰り返し、入れる量やタイミング等の製造方法を確立した。これは簡単に分析できるものではないので、情報保守のために出願せず、社内にノウハウとして蓄積するという。

同社の弁理士は「この業界で、これだけ知財権への関心と知識を持つところは少ない」と話す。矢嶋さんは、



抗糖尿病「ベボカボ茶」や腸内細菌改善食品（乳清たんぱく）「母乳のチカラ」は自社開発し、グループ会社で販売。すでに固定ファンを獲得している



特許権が非常に重要視される製薬業界の出身。そうした背景も、同社の知財戦略に大きな影響を与えているのだろう。

■ 自社製品を使った食品ブランドを設立。 消費者の生の声が貴重なヒントに

素材の開発ひとすじだった同社は、2005年に健康食品の販売を行うグループ会社・ラクトライフを立ち上げた。「健康に役立ついい商品ができたので、消費者のみなさんにできるだけ安価でお届けするのは、直販がいいだろうと考えました」と矢嶋さん。消費者と直接のパイプが出来れば、生の声を聞くことができる。これも大きな収穫だ。新しい商品やサービスのヒントになる。矢嶋さんは「ダイレクトに反応が返ってくるので、いい商品を作り喜んでいただきたいという思いが強くなります」と話す。研究者のモチベーションも刺激しているようだ。

今後は、天然の防黴剤を作りたいなど、新たな研究に挑む同社に、大きな期待が寄せられる。

知的財産活用のポイント

明細の作成などの日々の業務を通し 知財の重要性を社内に浸透させる

特許出願の際、同社では開発者が明細を書き、弁理士がブラッシュアップして提出する。知財に関して特別な勉強会などは

実施していないが、日々の業務や先輩の指導等から、研究者は明細の作成スキルや知財への意識を高めている。「大手も中小企業も平等に権利を持てる知財権の制度は、非常にありがたい」という矢嶋さんの思いは、しっかりと浸透している。