

事例3：本多タオル株式会社（卸売事業者による商品ブランディングの取り組み）

ブランディング強化

知財権活用

新事業創出

■ 知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

自社ブランドの構築

- タオルの一次卸としてタオルの生産者や流通業者とサプライチェーンを形成しているが、卸売事業者のため自社商品に社名を表示できず、ブランド化が図れていない。
- ブランディングにより付加価値を高めて売上を増加させたい。

専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- 顧客ターゲットのセグメントごとのブランド構築、ブランドサイトについて助言、議論（2回目）
- 自社ブランドPRのための展示会出展企画について助言（3回目）

今後の取組課題

- ✓ 顧客ターゲットを明確にしたブランドサイトを構築して、商品ブランドを確立する。
- ✓ 商標について、幅広く応用可能な商標を検討、出願する。

ハンズ
オン
支援

ブランディングの
進め方の説明と方策
検討、展示会出展
企画の検討

訪問支援：3回

結果
・
成果

ブランディングにつ
いての理解を深め
今後の取り組みの
方向性を見出した

■ 取組の詳細

- ・国内タオル市場が縮小傾向にあり、一次卸売ビジネスが厳しい状況におかれている中で、新しいヒット商品を企画、創出に成功しているものの、ブランディングの取り組みが不十分であり、高付加価値化ができていない。
- ・開発している機能性タオルを中心として、ターゲットごとに商品ブランドをつくり、新たなブランドサイトを立ち上げて、顧客層にとっての価値をPRすることを助言した。
- ・ブランドを保護するための商標出願の技法についてアドバイスした。
- ・ドラッグストアを対象とした展示会の出展企画について、ストーリーの提示、企業姿勢のPRによる差異化、顧客フォロー等について助言した。
- ・ブランディングの取り組みの参考として模倣品対策、粗悪品対策、商標侵害、ロゴマーク表示等の事例を紹介した。

OBORO TOWEL
✿バスタオル。
卒業宣言✿

■ 企業の声

一番為になったのは会社として意識改革の取っかかりがつかめたこと。ホームページをリニューアルして、会社の新しいロゴマークの作成から始まり、ホームページの写真や動画を撮影などを通じて何か新しいことをやるんだという雰囲気生まれた。まず社員の意識から、そして広く社会に貢献できる本多タオルブランドを展開していく。

■ 企業概要

業種	卸売業（タオルおよびタオル製品、ギフト用タオル、販促用タオル、名入れタオル、オリジナルタオル、別注タオルの販売）				
住所	愛知県名古屋市		URL	http://www.honda-towel.com/	
創業	1932年3月	従業員数	40人	資本金	3000万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ
弁護士・弁理士（3）
同行専門家
中小企業診断士（2）