

# 事例8：奥田屋（奥田屋の知恵・価値を現す新ブランドの創出・ビジネスモデルの検討）

新事業創出

ブランディング強化

ビジネスモデル検討

## 知的財産経営実践の概要

解決  
したい  
課題

### 蓄積してきた「知恵」を生かした新ビジネスへの転換

- 従前の商品づくりのノウハウ・技能を明確にし、新たな市場を獲得するための発進力強化につなげたい。
- 保護・活用すべき知的財産を特定し、それらを生かした訴求力向上を図りたい。

### 専門家によるハンズオン支援

- 課題抽出（1回目）
- ターゲット設定、ブランドコンセプト検討を弁理士・ブランド専門家を交えて協議（2回目）
- ブランディングに資するビジネスモデルの方向性検討（3回目）

### 今後の取組課題

- ✓ 顧客を精査した商品開発・販売戦略を展開していく（希少性、限定性を強調）。
- ✓ 行動計画を策定し、スケジュールを意識した行動を実践。商品化のプロセスに商標登録を加え、出願対応を着実に実行していく。

ハンズ  
オン  
支援

ブランディング戦略  
とビジネス戦略の  
連動性について助  
言等を実施

訪問支援：3回

結果  
・  
成果

ターゲットを絞り込  
んだ事業戦略のブ  
ラッシュアップにつ  
ながり、行動計画  
の再検討に反映

## 取組の詳細

- 商品の魅力をより高める利用者側での用途提案（レシピや利用例）の有用性を助言。メディア活用について、伝統製法に対する顧客評価を把握しつつ、顧客情報を有効活用した独自プロモーションの重要性を助言。
- 奥田屋の強みを抽出する作業、それをより強化するための考え方、ノウハウや情報整理の方法、知財対応の必要性について意見交換（プレスト）を行い、ターゲットを明確にすることの必要性に触れ、検討対象とする商品「ホタルイカキムチ」「白えびバター」に関するストーリー検討について深掘りの議論を実施。
- 奥田屋ブランドとして、ターゲット顧客に明確に発信させていくこと、希釈させないことを明確にしていく考え方を討議。まだまとめきれないと捉えられ、一層の絞り込みが重要であり、今後の継続を助言。商標出願、商品ラベルデザイン等の重要性を指摘し、継続検討することも助言。



ホタルイカ  
キムチ

## 企業の声

行動計画を立て計画的に取り組んでいくことは意識していたが、外部の視点を取り込んだ取組・検討の重要性についてあらためて理解が深まった。「奥田屋」というシンボルにどのような価値を持たせるのか、身近な一文で表現させていく意義を強く意識することができた。商品開発時に意識すべき知財要素を指摘してもらっており、今後の準備に組み込んでいきたいと考える。

## 企業概要

業種	水産加工食品製造販売（富山湾産の“富山のさかな”の生鮮）				
住所	富山県富山市	URL	http://www.kobujime.jp/		
創業	文久元年 (1861年)	従業員数	3人	資本金	-

## 支援専門家（回数）

支援コーディネータ  
弁理士（3）  
同行専門家  
ブランド専門家（2）