

事例3：ニチニチ製薬株式会社（乳酸菌コスメの市場ポジションを確立する戦略・行動計画の立案・実践）

ブランディング強化

社内体制強化

事業性強化

■ 知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

独自技術製品のリブランディング対応

- 化粧品市場における市場競争力強化に資する施策を複合的に実施し、ブランディングも含めた自社商品の存在感を高める知財活動を効率的に進めたい。

専門家によるハンズオン支援

- ▶ 乳酸菌コスメの市場ポジションの現状確認
- ▶ ポジション分析を踏まえた戦略・行動計画の立案
- ▶ 自社の「強み」の見える化、ブランド戦略の方向性検討

今後の取組課題

- ✓ ブランディングについて、施策の着実な積み上げが重要であり、知財との連動も意識しつつ取組を計画的に進めていく。
- ✓ 短期的、中長期的な取組課題を整理し、その実現を目指す。

ハンズ
オン
支援

化粧品市場において自社商品の競争力強化に資する施策、自社商品の差別化・高付加価値化のための適切な知財活動の検討
訪問支援：3回

結果
・
成果

現状を整理し、今後改善させていくべき課題を会社全体の課題として再整理、取組の優先度の明確化

■ 取組の詳細

- 乳酸菌コスメの市場ポジションを確立する戦略・行動計画の立案に向けた現状確認を行い、製品価値やターゲット顧客に関する言語化を実施
- 将来価値設計ノートを用いたブランディング活動のあり方や注意点の確認、助言



- 市場動向分析にかかるこれまでと今後について協議、短期・中長期に分けて施策計画を議論

- 現有特許や周辺技術領域を見据えた研究開発状況を確認、出願戦略は従前の方針を継続させていくことで合意。周辺知財を確保していくことで、自社の領域拡充を図っていくことの有用性を助言
- ブランディングを進めるなかで、保有する知財のみならず、競合他社の商品やその背景の知的財産(権)に着目し、競合との差異化のポイントが明確になるなどの知財情報活用の効用について認識を向上

■ 企業の声

ブランディングやそのためのマーケティングの取組の必要性について、営業担当は認識していたが、開発部門など社内の各部門がハンズオン支援に参加することでそれらの重要性を社内で理解・共有できた。ブランディング活動について中長期の継続した取組・蓄積が不可欠であり、今回策定いただいたアクションプランをもとに着実な進捗を図っていきたい。

■ 企業概要

業種	製造業（乳酸菌・有用微生物の研究開発及び健康食品の製造、化粧品の販売）			
住所	三重県伊賀市	URL	http://www.nichinichi-phar.co.jp/index.html	
創業	1987年	従業員数	70人	資本金
				8,500万円

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ（3）
弁護士・弁理士
同行専門家（2）
ブランド専門家