

事例4：豊桑産業株式会社（デジタル技術を活用した自社ブランド事業の創出）

新事業創出

ブランディング強化

■ 知的財産経営実践の概要

解決したい課題

自社ブランド事業による付加価値の向上

- 内装建材のOEM生産で培ったデジタル技術、ノウハウを活用した自社ブランド製品の開発、事業の高付加価値化。
- 新たな市場を獲得するためのブランディング戦略、ビジネス戦略や知財戦略についての考え方や進め方が不明瞭。

ハンズオン支援

経常利益率アップに向けた自社ブランド商品の開発・販売の戦略立案と事業計画の作成を支援

訪問支援：3回

専門家によるハンズオン支援

- 事業展開の方向性確認、ブランディング手法の助言
- ビジネスゴール、ロードマップ作成について助言
- ブランディングの考え方、知財管理の必要性を助言

結果・成果

BtoB、BtoBtoC、BtoCの3つの事業とブランド戦略の進め方を理解

今後の取組課題

- 特注家具メーカーとの協業方法の検討と契約の締結
- 3つの事業のロードマップの作成とブランディングの検討
- 模倣対策、受注や協業に係る契約など知財管理力の強化

■ 企業概要

業種 製造業（木質内装建材の製造）

住所 岐阜県各務原市

URL

<https://hosojapan.co.jp/>

創業 1938年

従業員数 79人

資本金

3,000万円

■ 取組の詳細

- スマートファクトリー化による注文から生産、加工まで短納期で注文に対応できるという強みを活かして、作り付け家具などのオーダー家具事業を自社ブランドで展開するという新事業の方向性を確認。
- ビジョン経営、受注までのストーリーブック、リピートストーリーの設定、ブランディングにおける知財活用、新事業展開における協業先との調整、商標取得等について助言と議論を実施。ロードマップの作成について説明。
- 3つの事業のロードマップとペルソナの設定、3つの事業毎に顧客の視点でのブランド名の付与、商標・特許取得による他社の模倣阻止等について助言、議論。自社の事業を守るために受注契約、職務発明規定、秘密保持契約など知財に関する管理力を強化することについて助言。



■ 企業の声

自社ブランド商品の開発・販売戦略を検討していたが、これまで全く考えていないかった有用な助言を専門家からいただき、事業のロードマップとブランディングについての取り組み方針が明確になった。知財については、これまでほとんど意識していないかったが、自社事業を守るために商標、特許、ノウハウ、営業秘密等を総合的に管理することが必要であることを理解できた。

■ 支援専門家（回数）

支援コーディネータ (3)
中小企業診断士
同行専門家 (2)
ブランド専門家