

事例5：有限会社小松鋳型製作所（新事業を拡張させるブランド・デザイン戦略の検討）

ビジネスモデル検討

ブランディング強化

知財権活用

知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

軌道に乗った新事業のさらなる拡大

- 本業（鋳物用の中子・砂型の設計・製造）で培った技術を活かして、食品用金型を製作する新事業を立ち上げた。
- 新事業を始めて数年になるが、現状の顧客ターゲットやビジネスモデルでは、売上（受注量など）が頭打ちとなる可能性。

専門家によるハンズオン支援

- 事業拡張策の議論、ブランディング手法の助言
- ブランドのコア部分の作りこみや、デザイン思考の活用を助言
- ブランド確立を支える、意匠保護方策等の助言

今後の取組課題

- ✓ 提供価値を凝縮・体現したシンボルや顧客コミュニケーションツールの制作
- ✓ 独自製品デザインの権利保護
- ✓ 知財（ブランド・ノウハウ）を活かしたパートナー戦略の構築

ハンズ
オン
支援

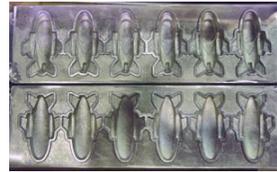
新たな顧客獲得を見据えた事業シナリオの立案、ブランドの磨き上げ方策の検討
訪問支援：3回

結果
・
成果

新事業を成長させる事業戦略の設定と、その裏付けとなるブランド・デザイン戦略についてのマインド向上

取組の詳細

- 本業や新事業（初期段階）で培った強み（顧客ニーズを汲んだ焼き型の設計力等）や、現在までの引き合いを鑑み、新たなビジネスモデルや顧客についてプレストを実施。
- 食品用金型事業の広がりを見据えたブランディングの方策について議論。作り手の想いをブランドのシンボル（メッセージ・ロゴ・コンテンツなど）として体現し、それらを商標等で保護・活用する方策を助言。
- 将来価値設計ノートを用いて、顧客ターゲット別の提供価値などをプレスト・整理。事業ブランドとしてのまとめ方・価値の伝え方について提案。
- 独自製品を意匠権で保護する方策や、ライセンスの貸借を伴う外部パートナーとの連携方策について助言。



企業の声

食品用金型事業の今後のシナリオや、事業の本質的な価値について深く考える機会となりました。新たな事業で最も重要なデザイン性を守る方策として、商標権の活用等によってブランドを形成することや、意匠権を取得することで、よりオリジナリティを高めた製品を広めていきたい。

企業概要

業種	製造業（鋳物用中子・砂型、食品用金型）				
住所	石川県小松市	URL	http://www.k-igata.co.jp/		
創業	1967年	従業員数	13人	資本金	900万円

支援専門家（回数）

支援コーディネータ（3）
ブランド専門家
同行専門家（2）
弁理士