

事例6：ミナミ産業株式会社（大豆加工食品を、国内外で本格的にBtoC展開する方策の検討）

新事業創出

ブランディング強化

海外展開

知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

新たな価値提案ができる大豆加工食品をBtoC展開したい

- BtoB事業として、大豆加工食品やその製造装置を国内外に販売していた。新たな付加価値を提案できる複数の商材（大豆加工食品）を、国内外でBtoC事業として展開したい。

専門家によるハンズオン支援

- BtoB事業で培った自社の強みの特定、伝え方の検討
- BtoCブランディングの方策検討、国際取引における知財法務の助言
- 事業のさらなる展開方策（商標やノウハウのライセンス、データ利活用など）を議論・検討

今後の取組課題

- ✓ コミュニケーションツール（完成間近のHPやコンテンツ）を活かした各種ブランディング施策の実行
- ✓ 国内外への販路開拓の実現に伴う、ブランドや製造ノウハウの知財保護方策の実行

ハンズ
オン
支援

既存事業で培った強み（ブランド力・技術力）を特定し、BtoC事業としてのブランド戦略を具体的に議論・検討
訪問支援：3回

結果
・
成果

各種商材の特徴を鑑みた、事業・製品のブランド戦略や、国際取引における知財法務について議論を深めた。

取組の詳細

- 大豆加工食品や大豆加工機器を、BtoB事業として国内外に製造販売していたが、BtoC事業も展開することで事業拡大や事業リスクの分散を図る。
- 独自の加工技術に支えられた大豆加工食品（豆乳・大豆パウダーなど）は、味・栄養・健康・環境負荷の面で非常に価値が高い製品となっており、海外では既にブランドが確立している状況。
- 多様なBtoC事業の展開シナリオが考えられる中、伊勢の町家を改装した店舗を核とした、BtoCブランディングの方策を検討。その際、次世代食品としてグローバル展開することも視野に、独自のブランドコンセプトを構築することを検討。
- 海外展開時に特有の知財法務や、商標や技術ノウハウに着目したパートナーシップの戦略について助言。



企業の声

● BtoC事業をどのように展開したらよいのか迷っていた中、専門家とのディスカッションを通じて、自社の状況を整理することができた。その結果、どのように取組を進めて行くのか、社内ですらにディスカッションするための方向性を見出すことができ、新事業の本格稼働に向けて準備を進めることが可能に。また、海外展開や新たな技術開発に関する知財法務の助言も有益だった。

企業概要

業種	製造業（大豆・豆乳等の加工機械の製造・販売、大豆加工食品の製造・販売）				
住所	三重県四日市市	URL	https://www.minamisangyo.com/		
創業	1951年	従業員数	20人	資本金	1,000万円

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）
弁護士・弁理士