

事例3：株式会社松鶴園（海外展開を機としたブランディング方策の見直し）

ブランディング強化

海外展開

知財権活用

知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

海外展開に伴い商品ブランディングの在り方を再考したい

- 海外展開に伴い、安価な他国産と競合しないよう、製品の高付加価値化が課題。
- 最終ユーザーや消費者と距離があるBtoBの取引構造において採りうるブランディング手法が不明。

専門家によるハンズオン支援

- ▶ 海外商標の出願や活用方法について助言（1回目）
- ▶ 商品・事業・会社単位のブランディングと、中長期的な事業戦略に関して助言（2・3回目）
- ▶ 提供価値の議論と、海外知財リスクの議論を実施。（4回目）

今後の取組課題

- ✓ 自社の提供価値を言語化する取り組みを継続しながら、国内・国外におけるブランディング活動を実行していく。
- ✓ 自社ブランドが毀損しないよう、各種の備えを行っていく。

ハンズ
オン
支援

業務用抹茶の
「海外展開×高品質
ブランド確立」を
目指す
訪問支援：4回

結果
・
成果

従来とは異なるスタンスのブランディング活動も実施していく方針が樹立。主要な知財リスクを把握。

取組の詳細

- 先願商標と商品セグメントに鑑み、商標（呼称・観念・外観）の出願内容を議論。また、BtoB市場での模倣品対策とブランドコントロールについて助言。
- 商品単位でのブランディングだけでなく、事業単位・会社単位でのブランディングについて事例を交えつつポイントを解説。製品の高付加価値化につながるブランディング活動を行うためには、「独自性・共感性」の視点で自社の提供価値を見定めていくことが求められることを議論。
- 提供価値は「機能と情緒」の両面で捉え、発信することが肝要と議論。また、海外展開で想定すべき知財トラブルのケース（侵害・被侵害、秘密流出、等）に関して議論を実施。



企業の声

ブランディングについて考える中で、社員間で意見交換をするいい機会にもなりました。自分の思っていたことと同じこともあれば、新たな視点もありました。商標、ブランディングの重要性を再認識し今後も取組んでいきたいと思えます。

企業概要

業種	製造業（業務用抹茶の製造）				
住所	愛知県西尾市	URL	https://biz-shokakuen.jp/		
創業	1993年	従業員数	40人	資本金	1,000万円

支援専門家（回数）

支援コーディネータ
ブランド専門家（4）
同行専門家
中小企業診断士（2）
海外展開専門家（4）