

事例5：山本水産株式会社（海産物を利用した新たな商品・サービス等のブランディング方策を検討）

ブランディング強化

ビジネスモデル検討

知的財産経営実践の概要

解決
したい
課題

海産物を用いた新たな商品・サービスの販売力強化

- 新商品を開発し、SNSも利用してPRをしている。しかし、PRの方向性が正しいのか確信が持てない。
- 商品の企画・開発・プロモーションを一貫する戦略を検討したい。

専門家によるハンズオン支援

- 展開を控える製品や、想定する顧客層やビジネスモデルを確認
- 売りたい商材を、狙い通りに購入してもらうための考え方を議論
- 集客方法と主要商品・サービスの顧客導線を整理。商標・データ・ノウハウの活用を助言

今後の取組課題

- ✓ Web予約を拡充する中、体験型サービス名や商品名の商標クリアランス・権利化が必要
- ✓ Web予約やSNSで蓄積されるマーケティングデータの活用が必要
- ✓ 強みである「顧客との対面コミュニケーションに関する『ノウハウ』」の共有知化が必要

ハンズ
オン
支援

海産物販売や、店頭での飲食事業の集客力を高めるため、ブランディングの側面を意識したマーケティング戦略を検討
訪問支援：3回

結果
・
成果

「予約型・体験型」の店頭小売・サービス提供を強化する方針が樹立（同時期に、引き合いも複数発生）

取組の詳細

- 自社の強みや価値、ブランド価値の源泉となっている各種要素について、現場見学をしつつ確認。同社の強みである「顧客との対面コミュニケーション」を一層活かすための方策について議論を支援。
- 「①地元客、②日帰り圏内客、③インバウンドを含む遠方の観光客」の顧客層がある中、商品・サービスの販売力・集客力を高めるために、「売り方」を工夫する案に議論が至る。一般的な店頭小売だけではなく、「予約型・体験型」に仕立てることで、高集客力・高拡散・リピート購入が期待される可能性に気が付き得て、優先度を上げて取り組むこととした。
- 顧客層を意識しつつ、AISASの考え方で、集客力や評判（ブランド）を高める主要施策を整理し、それらの取り組みと相乗効果を生む知財活用（商標・データ・ノウハウ）を助言。



企業の声

- 議論を通じて、マーケティングやブランディング、広告と広報など、類似するものの差異がある概念の理解が深まり、今まで抱いていたもやもやとした感覚が解消されました。また、PR・発信、受注・決済、訪対対応、アフターフォローの各段階の取り組みについて、整合性を図りつつ一貫した取り組みを検討するイメージもつきました。
- 当社の情報露出が増えることに伴うリスクや、従業員全員で挑戦していけることなど、今後の道筋が見えてきたので助かりました。

企業概要

業種	漁業（漁業、水産物加工販売）				
住所	愛知県蒲郡市	URL	http://www.yamasui.net/		
創業	1973年10月	従業員数	10人	資本金	1,000万円

支援専門家（回数）

支援コーディネータ
中小企業診断士（3）
同行専門家
弁理士（3）