

ものづくり・商業・サービス革新事業

## 革新的なサービスの創出における 「ブランド力の強化」による付加価値の向上 ～ ブランドに蓄積する信用力をアップする。～

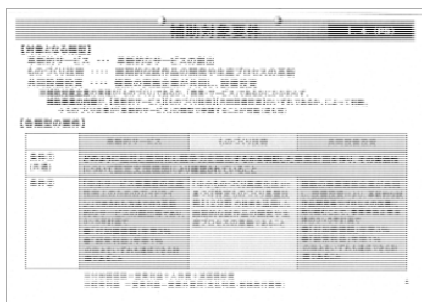
平成27年3月

大阪府八尾市 弁理士、中小企業診断士 鷹津 俊一

www.takatsu-pateco.jp

## 補助対象要件より

近畿経済産業局ものづくり産業支援室「平成26年度補正ものづくり・商業・サービス革新事業」より



革新的なサービスの創出は「中小企業サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」(以下「ガイドライン」)で示された方法で行う。

付加価値向上のため、ガイドラインに示された以下の手法から自社に合致するものを選択する。

- 新規顧客層への展開
- 商圏の拡大
- 独自性・独創性の発揮
- ブランド力の強化**
- 顧客満足度の向上
- 価値や品質の見える化
- 機能分化・連携
- IT利活用

# ブランド力強化の具体的手法とは

近畿経済産業局ものづくり産業支援室「平成26年度補正ものづくり・商業・サービス革新事業」より

ブランドについて（平成14年経済産業省「ブランド価値評価研究会報告書」より）

- ブランドを「企業が自社の製品等を競争相手の製品等と識別化または差別化するためのネーム、ロゴ、マーク、シンボル、パッケージ・デザインなどの標章」と定義する。
- ブランドとは、コーポレート・ブランドとプロダクト・ブランドとを指す。  
 コーポレート・ブランド：コーポレート・ネーム、コーポレート・ロゴなどが源泉となってもたらず競争優位性の標章。  
 プロダクト・ブランド：製品に付されたネーム、ロゴなどが源泉となってもたらず競争優位性の標章。

付加価値の向上に資するブランドの力を強化するための具体的な手法

- 付加価値の向上とは、提供するサービスの価値を増大させること(ガイドライン)。
- 具体的な手法

- ・コンセプトを明確に打ち出し、サービス・商品の内容や提供手段、顧客との接点をコンセプトに基づき一貫させる。
- ・サービス・商品のバラつきをなくし、品質を安定化させる。
- ・サービス・商品の品質を保証し、信頼性を向上する。
- ・ブランドイメージを維持・向上させるための測定、評価、改善の仕組みをつくり、実行する(PDCAサイクルを回す)。

# 平成25年度補正 革新的サービス採択例

近畿経済産業局ものづくり産業支援室「平成26年度補正ものづくり・商業・サービス革新事業」より

企業概要 HPより

- 本社・工場(焙煎) 大阪府東大阪市
- 資本金 1000万円
- 従業員数 17名(平成26年4月現在)
- 事業内容 スペシャルティコーヒーの製造、販売ならびにカフェ関連事業経営に至るまでのコーヒーに関する総合企業。

付加価値の向上 HPより

「受注生産制である焙煎発送システムですが、その日の天候や豆の状態などにより、どうしても生産量に誤差が生じます。その誤差で生じた余りの豆も、品質や味は、決して低くありません。自身を持って市場に出せる豆です。そこでそれらの余剰分の豆を鮮度の時間経過により価格を鮮度に連動させる価格で販売させていただきます。」

【具体的な手法】

- ・コンセプトを明確に打ち出し、サービス・商品の内容や提供手段、顧客との接点をコンセプトに基づき一貫させる。
- ・サービス・商品のバラつきをなくし、品質を安定化させる。
- ・サービス・商品の品質を保証し、信頼性を向上する。

卸小売

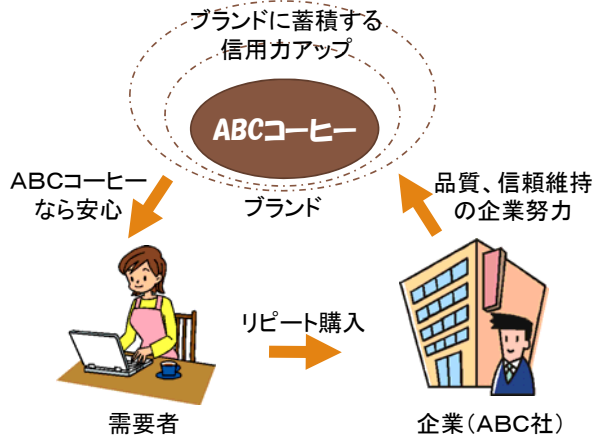
「鮮度が見える化」する、コーヒー新市場の創造と、新販売システムの導入

- ・農園からの生豆買付から通販・店舗での小売まで一貫して行う事業者の取組。
- ・「焙煎後の鮮度」が味を左右するスペシャルティコーヒーと呼ばれる際立った風味特性を持つコーヒーについて、「鮮度が見える化」することにより、高付加価値に見合う値づけを可能とすることができる新販売システムを導入する事業。

補助対象経費：新販売システムに必要な機器の導入等  
 ガイドライン：価値や品質の見える化、ブランド力の強化(注)

- ・同一の価格帯において提供される商品の品質を均一化させる。
- ・需要者の期待する品質を保証し、信頼性を向上する。

# ブランドに蓄積する信用力アップ



1. 企業は均一な品質の商品を提供して(品質を保証して)、自社商品の信頼性を向上します。
2. 品質が保証されているため、その商品に付されたブランドへの信用が保たれます。
3. 需要者はそのブランドを見て、期待する品質が得られるものと安心します。
4. 1～3が繰り返され、需要者が商品をリピート購入すると共に、ブランドに蓄積する信用力が高まります。
  - 需要者の目に触れる全てのマーク(ブランド)を同一に保たないと、ブランドの品質保証機能が発揮されず、信用が蓄積しません。
  - パートナーにも統一したマーク(ブランド)を使用してもらわないと、ブランドの出所表示機能が発揮されず、需要者が戸惑います。
  - ブランド力を保護するには、商標登録を受けます。

## 革新的なサービスの創出における「ブランド力の強化」による付加価値の向上

わたくしどもは、

☆ 特許、実用新案、意匠、商標の出願を代理します。

☆ ものづくり・商業・サービス革新事業における専門家指導をお引受けします。(ブランド構築、権利取得、契約書など)

平成27年3月

鷹津中小企業診断士・弁理士事務所  
弁理士 鷹津俊一

お問い合わせ、メール配信のお申込みはホームページから。

<http://www.takatsu-pateco.jp>



メール配信のお申込み

お問い合わせ