

# 広島銀行【広島県】

## 1. 広島銀行の概要

(2018年9月30日現在)

|      |  |
|------|--|
| 創業   | 1878年（明治11年）11月  |
| 資本金  | 545億73百万円  |
| 預金   | 7兆1,587億円  |
| 貸出金  | 5兆9,472億円  |
| 従業員数 | 3,500名   |
| 店舗数  | 国内本支店 151<br>出張所 16<br>上海駐在員事務所<br>バンコック駐在員事務所<br>シンガポール駐在員事務所 |



## 2. 事業性評価と知財金融への取組み経緯



### 3. 伴走型支援での取り組み（ツールとスキーム）

【事業性評価を知的財産の観点から深化させる仕組みづくりにチャレンジ】

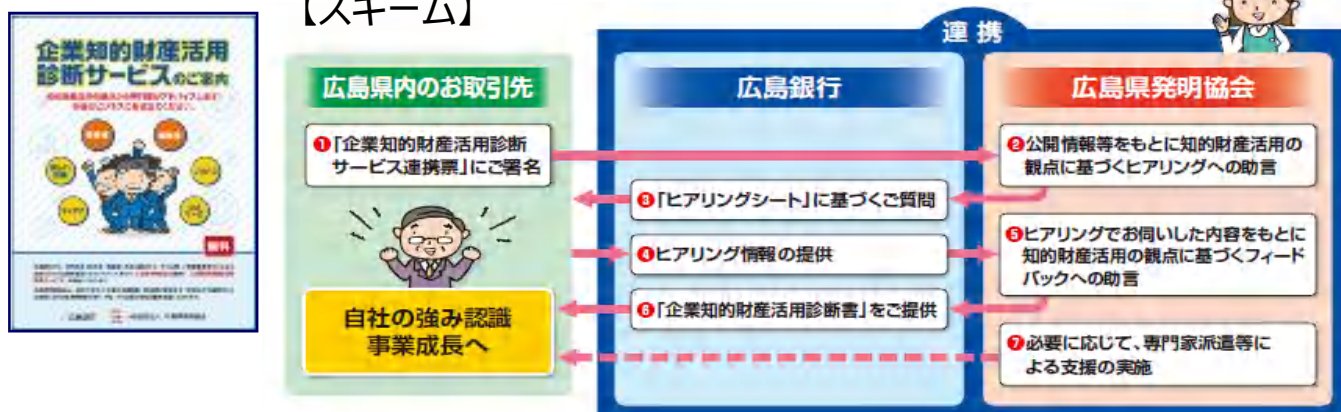
| コンセプト  |
|--|
| ・知的財産を切り口としたお取引先との <b>コミュニケーションツール</b> の開発<br>→対話結果と課題認識を <b>フィードバック</b>           |
| ・ <b>既存の仕組みを活用した</b> お取引先と銀行双方に有益なスキーム<br>→「 <b>知財総合支援窓口</b> 」の <b>専門家アドバイスの活用</b> |



### 「企業知的財産活用診断サービス」 取扱開始（2017年6月）

「知財総合支援窓口」の専門家の知見を活用し、広島銀行の行員が知的財産活用の観点から、お取引先の事業内容等をヒアリングのうえ、「**企業知的財産活用診断書**」として提供する無料のサービス。

【スキーム】

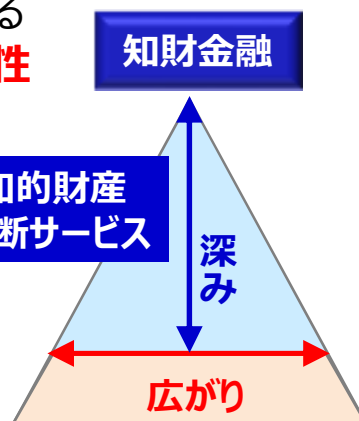


「企業知的財産活用診断サービス」により、広島銀行における「知的財産」への対応レベルは**格段に向上**し、より深い**事業性評価による取引先支援**が可能となる。

一方、「特許権」など技術中心の取組みでは、**対話領域は限定的**。

行員にとっても身近で親しみのある、企業の「商品・サービス」を「知的財産」としてアプローチすることで、**事業性の理解が深まり、知財金融の裾野も広がる**。

**新たな取組みにチャレンジ！**



② **新たな取組み**  
(ブランディング支援)

## 4. 伴走型支援での取り組み（ブランディング支援）

### 新たな取り組み

【ブランディング支援に繋がる仕組みづくりにチャレンジ】

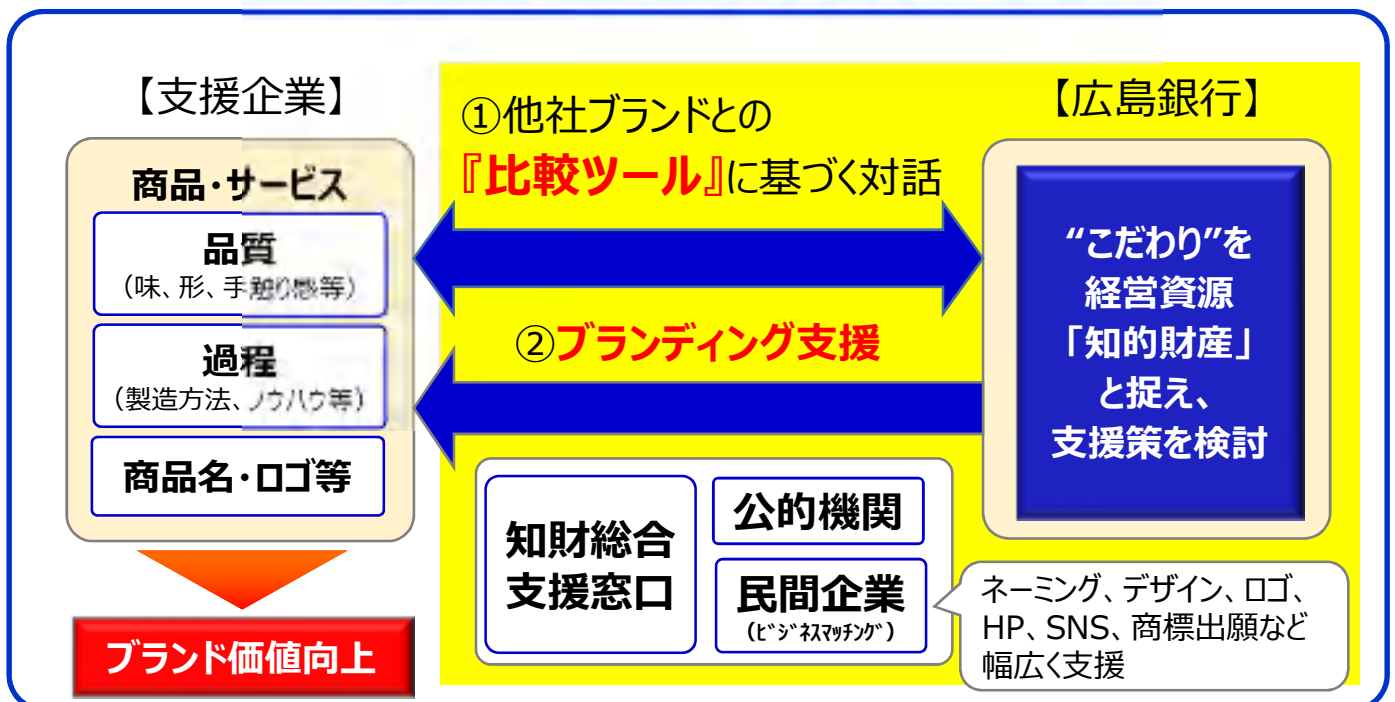
#### コンセプト

- 「商品・サービス」に着目した**ブランディング支援ツール**の開発
- 競合他社と比較することで、企業の“こだわり”や“強み”を**再認識**
  - ブランディングに関する取組状況を**フィードバック**
  - 企業ブランド価値向上に向けた取組みを**提案**

ブランディング  
支援

# 御社の“こだわり”、 〈ひろぎん〉が応援します！

企業の「商品・サービス」（品質、過程、商品名・ロゴ等）には、“**こだわり**”があり、経営資源（ひいては**知的財産**）と捉え、「**ブランディング支援**」による、商品の認知度向上、他社との差別化、販路拡大などに繋がる本業支援を展開します。



# 5. 取引先評価事例（ブランディング支援）

【業種：いちご生産販売】

A農園と比較した  
“強み”は何か？



## 競合他社との比較（『比較ツール』抜粋）

| 支援企業  | 沖美ベジタ（有）                              | 競合企業     | A農園  |
|-------|---------------------------------------|----------|--|
| 項目    | 支援企業：沖美ベジタ（有）                         | 競合企業：A農園 |  |
| キーワード | <p><b>“みつばち”</b>による受粉<br/>※商標登録なし</p> |          | <p><b>土・肥料</b><br/>※商標登録あり<br/>(J-PlatPatよりキーワード抽出)</p>    |
| パッケージ |                                       |          | <p>A農園の<b>“こだわり”</b>は、土・肥料。<br/>当社の<b>“こだわり”</b>は何だろう？</p> |



### ヒアリングできたこと（当社の“こだわり” = 強み）

“みつばち”が受粉を手助けしてくれるから、きれいな形のいちごができる。  
→“みつばち”が生きていくための**優れた環境が、この農園にはある！**

### 当社の課題

**“こだわり”をパッケージにしたのに、消費者に伝わっていない。**

### 「みつばち」に着目したブランディング支援を開始

→専門家による仕組みづくりとして、まずはHPにSNSコンテンツを導入

→さらに、「広島県産応援登録制度」(\*)を活用した各種支援策を実施中

### 支援企業のご感想

(\*) 生産者こだわりの広島県産の農林水産物について、県が審査に合格した商品のPRや販路開拓を応援する制度

- ・自慢の“いちご”を生産する過程においてこだわってきた「みつばちによる受粉」が、お客さまに十分伝わっていなかったことに、あらためて気付きました。
- ・お客さまの心に残るメッセージを発信していくため、当社はHPを一新しました。
- ・これから、SNSを活用したPRも検討していきます。
- ・沖美いちごを広島レモンに負けない、**地域ブランドに育てることが私の夢**です。
- ・これからも幅広いご支援を、よろしくお願いします。

ご覧いただき、ありがとうございました。