

(STEP1)企業が使用するブランドネームと商標権の取得範囲の対比

ブランド階層の明確化

商標権の有無、範囲の確認(J-platpat)

企業名

ハウスネーム
ハウスマーク

企業概要
企業理念

事業名

ファミリーネーム
ファミリーマーク

ファミリーネーム
ファミリーマーク

事業概要

事業概要

製品サービス

ペットネーム
ペットマーク

ペットネーム
ペットマーク

製品概要

製品概要

ハウスネーム(マーク)

登録商標

指定商品・指定役務

ファミリーネーム(マーク)

登録商標

登録商標

指定商品・指定役務

指定商品・指定役務

登録商標

登録商標

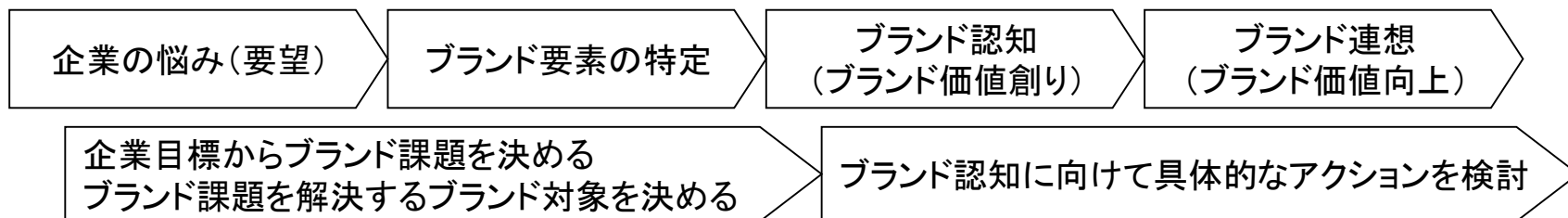
指定商品・指定役務

指定商品・指定役務

(STEP2)現状分析 4P×3C

	自社	競合	市場(顧客)	評価 (提供価値や強み、差別化要因に関するコメントを記載)
製品				
価格				
販売チャネル				
プロモーション				

(STEP3) 企業目標とブランド要素の決定



企業目標	ブランディング方向性	整理すべき論点	結果	ブランド対象
製品の魅力を上げたい	ブランド認知による製品差別化	売りたい顧客は決まっているか	○	企業ブランド
		他社と比較して優位な特徴はあるか	×	
		知財権の取得、範囲は適切か	×	
高い価格で売りたい	ブランド認知による高価格化	収益ポイントは決まっているか		製品ブランド
		ビジネスの仕組みや仕掛けはあるか		
取引先を開拓したい	ブランド連想による販路開拓	ユーザまで届ける仕組みはあるか		技術ブランド
		最終ユーザとの接点はあるか		
世の中に知られたい	ブランド連想による認知度向上	訴求する特徴は分かり易いか		サービスブランド
		インターネットを活用しているか		

(STEP4)ブランド認知、ブランド連想に向けたロードマップ提案



悩み	課題	対象	方向性	観点	支援メニュー	
製品の魅力を上げたい	製品差別化	企業ブランド	ブランド認知	技術	製造工程の見える化	ノウハウマニュアル
				デザイン	コンセプトの明確化	デザイン意匠マニュアル
				ネーミング	標章使用の統一化	知財権範囲の見直し
高価格で売りたい	高価格化	製品ブランド	ブランド認知	収益	ビジネスモデル最適化	ファンメッセージ
				コスト	製造プロセス効率化	製造工程マニュアル
				顧客関係性	顧客満足度の向上	顧客ロイヤリティの向上
取引先を開拓したい	販路開拓	技術ブランド	ブランド連想	自社販売	オペレーション効率化	オペレーションマニュアル
				他社販売	市場(顧客)状況の調査	他社知財調査の活用
				契約	販売先の見える化	個別契約書の見直し
世の中に知られたい	認知度向上	サービスブランド	ブランド連想	販促物	商品訴求ポイント統一	ブランドマニュアル
				展示会	顧客メッセージ統一	ブランドステートメント
				インターネット	媒体の最適化	ブランドストーリー