

# 地元資源を活用した価値提案に向けた戦略を再構築

会社名 株式会社三彩  
 所在地 高知県土佐市北地4517番地2  
 従業員 4名  
 資本金 1,000万円  
 売上高 6,000万円  
 業種 紙・不織布製品(一般消費者向け最終製品)の企画・販売



## 支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- マーケットイン志向に切り替えるなどして企画販売会社としての売上の安定性を高めたい。
- 関連会社が開発した楮糸を使ったファッション商品の企画・開発を着実に進めたい。
- 次の10年に向けての指針と展開方法を獲得したい。

## 支援を受けてできるようになったこと

After

- 事業戦略に基づく行動計画を明確にでき商品管理力と新商品開発力の強化につなげることができた。ブランドとして発信すべき価値の見える化、PR上の表現方法などを総合的に再構成させ、商品の訴求力を高める方法(ユーザー目線での“選びやすさ”に注目)を実践することができた。

## 今後の事業展開の展望

Future

- 今回獲得した知識や手法を活用し、自社開発企画の比率を高め、事業収益性を改善させていく。
- 新たな商品企画に着手しており、その円滑な推進を目指していく。

## 加速的支援を受けた事業や商材

親会社等グループ会社で開発・製造した技術・素材(不織布等)を基本に、一般消費者向け最終商品の企画・販売を行ってきた。

企業規模は小さいが、県内で知名度のあるグループ内で最も最終ユーザーに近い事業を進めており、ユーザー情報収集と広報的な役割も果たしている。女性の視点と生活感を商品企画に反映し、不織布を使った、美容、調理、介護、子育てなど女性向けを意識した生活関連製品3ブランドを展開している。

2018年第32回高知県地場産業大賞奨励賞(mizukami5商品)、土佐のいい物おいしい物発見コンクール非食品部門大賞(美活クッキング)等多数の受賞実績がある。

mizukami  
HYBRID WASHI



りぐる

くらす三彩



【出典】株式会社三彩ホームページ  
<https://www.sansai-co.jp/>



## 加速的支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
事業ドメインの再定義、商品企画力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品構成が平板的に見受けられがちで、個々の商品についても競争力(強み等)が曖昧な印象があり、自社ブランド製品の事業ドメインで存在意義と展開の方向性を再確認する必要がある。</li> </ul>
ブランド戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>3つのブランドを立ち上げているが、ブランドの強化は必須である。言葉の使い方や、技術面からの訴求方法、地域性、地場性の反映などを念頭にブランド強化に注力していく必要がある。</li> </ul>
販売力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社サイトとECモールを始めているが試行錯誤な部分も多く、専門家のアドバイスが必要。市場には同様商品が多いので、何らかの際立った魅せ方等の工夫が必要である。</li> </ul>
知財対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業ドメインとブランド戦略を踏まえた知財戦略の見直しが必要である。</li> <li>グループ会社の特許、商標やノウハウを使っており、権利関係の整理が必要である。</li> </ul>
契約管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ会社との契約関係の整理が、また業務委託会社との契約が必要である。</li> </ul>



## 加速的支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
事業ドメインの再定義、商品企画力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>骨格となるグループ内での立ち位置と自社の業務ミッションの再定義を実施。目先対応から中長期視点も入れた事業運営と管理の方法を確認。新規開発の楮絲の事業化を含む商品管理能力と新商品の企画力の強化につなげることができた。</li> </ul>	知財経営専門家 中小企業診断士 ブランド専門家
ブランド戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供価値の抽出・確認、他社製品との違い(差異性)を抽出、言語化、その伝え方を整理(見える化)。「安心と優しさ」を軸にしてアイデンティティの深掘りとブランドコンセプト構築を進めることができた。</li> <li>想いを届けるに相応しい表現の具現化、効果的なコンテンツ内容、具体的ページ構成方法などをまとめることができた。</li> </ul>	知財経営専門家 中小企業診断士 ブランド専門家 デザイン専門家
販売力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>他社製品との違い、自社製品の良さ、前提としてのブランドコンセプトを考慮する形で、ホームページとECサイトの最適化設計とSNSの活用方法を明確にすることができた。</li> <li>ホームページ及びECサイトをユーザー目線でも見直し、コンテンツの充実を進めることができた。</li> </ul>	知財経営専門家 中小企業診断士 ブランド専門家 フードコーディネーター
知財対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業に必要となる権利化対応、法務対応を理解し必要な措置を実施できた。</li> <li>知財権(特許、意匠、商標)の活用に関する知見を深めることができた。</li> </ul>	弁理士 中小企業診断士
契約管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業上必要となる契約手続きを整理し、必要な対応を具体化できた。楮絲にかかる新規事業プロジェクトに関しても必要な契約を進めることができた。</li> </ul>	弁護士 中小企業診断士

## 支援チーム紹介

主担当専門家: 中小企業診断士 楠本 秀利(知財経営専門家 吉栖康浩)

活用専門家: ブランド専門家、デザイン専門家、フードコーディネーター、弁理士、弁護士

知財総合支援窓口担当者: 高知県知財総合支援窓口 柏井 富雄

PO(プログラムオフィサー): 中 隆廣