

企 業概要

■社名：株式会社シオダ（栃木県）

■従業員数：45人 ■資本金：10百万円

■事業内容：医療機器製造業

<http://www.shiodadental.com/>

■売上高：非公開

■知的財産：特許1件、意匠2件、商標5件



相 談のきっかけ

歯科医療器具で磨いたものづくりノウハウ、特にプロである歯科医師の細かなリクエストに答えることができる対応力があり、当社が培ってきた独自技術を生かす新たな市場を模索していた中で、ネイルツール分野、ホビーツール分野など「切る」にこだわるべき価値を持つユーザに向けて既存メーカーでは実現できていない／気づいていない新たな価値提案に取り組むことになったことが契機。ネイル関連分野に新規参入するにあたり製品開発はもとより知財活用・ブランド化を計画的かつ有機的に実践し、顧客や競争者を意識した差別化・魅力化・独自化の視点から当社の強みを最大限発揮し得る体制を整え、売上ならびに利益目標の達成をめざしたい。

課 題と支援の内容

課題

ビジネスモデルの検討・整理

- ・ネイル関連向けに当社リソースを活用し、強みを生かせるビジネス全体像の検討（開発、製造、販売、知財、ブランディング）

中小企業
診断士
(理美容業界)

製品開発と知財戦略

- ・ネイル関連分野に新規参入するにあたり製品開発に関する支援
- ・知財活動の課題を整理し、ネイル関連事業における競争力の維持強化のための知財戦略策定のための支援

中小企業
診断士
弁理士

ブランディング

- ・ネイル関連事業における顧客・販売戦略とブランディング活動の頭出し

中小企業
診断士
弁理士

ネイル関連事業のアクションプラン策定

- ・展示会出展や上市タイミングを中心としたネイル関連事業における課題解決のための活動計画策定（事業面を軸としたアクションプラン）等

中小企業
診断士
弁理士

支 援を通じてできたこと

項目

商品の魅力・顧客価値を踏まえた製品開発／知財戦略の構築

- ・ネイル他社製品と弊社開発製品の形状・機能の差異（ハンドル・先端刃部）また他社製品の知財情報の確認方法を学んだことにより、開発からブランディングまでの手法を体系的に理解する事が出来た。

- ・OEM製品が多い弊社にとっては事業と知財のかかわりを理解する大きな一步となった。

魅力発信・新規顧客開拓のためのブランディング活動の具体策

- ・ブランディングとアクションプランを具体化する上で必要な、SNS系ツールを活用した情報発信やプロモーションによる試作品モニタリングとその結果の活用、展示会による情報展開の要点などを整理することができた。

社 長の支援成果についてのコメント

計画的な支援を通じて、新市場参入プロセスを深く見直すことができ、独自技術の知財化、開発品の市場投入においてブランディング視点の必要性、そのためのツール整備など事業視点と知財視点から活動計画を策定し実施することの重要性に気づけた。

リーダー： 藤掛宗則（弁理士）

支援担当者： 横田治三（栃木県知財総合支援窓口）