

# 認証制度の制定を通じたブランディング推進基盤の構築！

**会社名** 東日本バッグ工業組合  
**所在地** 東京都台東区柳橋 2-16-14  
**従業員** 組合員(袋物製造業者)134社、職員2人(理事29名)  
**出資金** 134万円  
**売上高** 非公表  
**業種** 各種展覧会への出展  
 催事等のイベント関連事業、機関誌の発行



## 支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

### Before

- ミシン縫製の技術に強みがある上に、使い勝手を考慮し、極限まで作り込んだ製品の品質は外国産のものとは一線を画している状況であった。
- 産地ブランドとして、BMT(BAG MAKERS TOKYO)ブランドを立ち上げたが、周知活動が不十分な状況であった。

## 支援を受けてできるようになったこと

### After

- 企業認証制度の制定と、製品認証制度の骨子の制定を行った。
- オリジナル製品のデザインやプロモーションで実績があるnendo社と協業し、nendo社と製作するコラボレーション製品の方向性を示すことができた。

## 今後の事業展開の展望

### Future

- 製品認証制度については、組合から構成される認証委員会に基づいて、運営を行っていく。
- 産地ブランドに係る事業については、組合の定款との関係から、別会社を設けて、遂行を図る。

## 加速的支援を受けた事業や商材



当組合はバッグ職人及び企業等の組合員から構成されている。組合員の中には、クオリティーの高い製品を作り、百貨店で販売されている企業が複数ある。ミシン縫製の技術に強みがある上に、使い勝手を考慮し、極限まで作り込んだ製品の品質は外国産のものとは一線を画している。  
 また、東京都の袋物の裁縫技術の高さや歴史について注目されている上に、欧米では裁縫技術を生かした日本製品に対する関心が高まっている状況であった。  
 そこで、産地ブランドとして、BMTブランドを立ち上げたが、周知活動が不十分であった。

【出典】東日本バッグ工業組合公式インスタグラム

[https://www.instagram.com/accounts/login/?next=https%3A%2F%2Fwww.instagram.com%2Fbagmakerstokyo%2F&is\\_from\\_rle](https://www.instagram.com/accounts/login/?next=https%3A%2F%2Fwww.instagram.com%2Fbagmakerstokyo%2F&is_from_rle)



## 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                                                                                                                             |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事業戦略の策定及びビジネスモデルの整理     | <ul style="list-style-type: none"> <li>産地ブランドを立ち上げたが、産地ブランドの周知方法が不十分であり、組合員の売上げの向上に貢献できていないため。</li> </ul>                                 |
| 産地ブランドの企業認証制度の制定        | <ul style="list-style-type: none"> <li>産地ブランドの付加価値を高めるための方策が不十分であり、ブランディングが図れていなかったため。</li> </ul>                                         |
| 事業戦略に基づく知財戦略            | <ul style="list-style-type: none"> <li>産地ブランドの商標登録が行えていなく、知的財産による保護が不十分であったため。</li> <li>産地ブランドの企業認証制度を制定した場合の営業秘密等の管理が必要になるため。</li> </ul> |
| 産地ブランドのプロモーション及びブランディング | <ul style="list-style-type: none"> <li>イベント関連事業において、産地ブランドを用いた効果的な広告宣伝活動が行えていなかった。</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             |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 事業戦略の策定及びビジネスモデルの整理     | <ul style="list-style-type: none"> <li>オリジナル製品のデザインやプロモーションで実績があるnendo社と協業し、nendo社と製作するコラボレーション製品の方向性を示すことができた。</li> </ul> | 中小企業診断士           |
| 産地ブランドの企業認証制度の制定        | <ul style="list-style-type: none"> <li>製品認証制度の基準や認証会のルールなどの制度骨子を設けることができた。</li> </ul>                                      | ブランド専門家           |
| 事業戦略に基づく知財戦略            | <ul style="list-style-type: none"> <li>ブランドとして、BAG MAKERS TOKYOに係る商標登録をすることができた。</li> </ul>                                | 弁理士<br>知財戦略AD     |
| 産地ブランドのプロモーション及びブランディング | <ul style="list-style-type: none"> <li>トレーサビリティシステムの主な仕様の確立と、CCC社と協業した展示会の方向性を示すことができた。</li> </ul>                         | ブランド専門家<br>海外知財PD |

## 支援チーム紹介

主担当専門家: 中小企業診断士 中尾光孝

活用専門家: 中小企業診断士、ブランド専門家、弁理士、海外知財PD、知財戦略AD

知財総合支援窓口担当者: 東京都知財総合支援窓口 金尾良子

PO(プログラムオフィサー): 田久保泰夫