

令和6年度オープンファクトリー実施事業者における
知的財産権の適切なリスク管理に関する調査事業
【実施報告書】

令和7年2月

株式会社ダン計画研究所

目次

1. 実体調査【守りと攻めの観点洗い出し現地型 WS の開催】	1
(1) 守りと攻めの現地型ワークショップ（以下、WS）実施概要	1
(2) 守り WS 開催概要	2
(3) 攻め WS 開催概要	7
2. 内容総括【調査内容検討会の開催及び報告書作成】	13
3. 普及活動【各地のオープンファクトリー事業者へ報告書の成果発表の開催】	17
(1) 普及活動の実施概要	17
(2) アンケート調査結果	24
4. 実施期間	29
5. 納入物	29
普及用の「手引き」	30

1. 実体調査【守りと攻めの観点洗い出し現地型 WS の開催】

オープンファクトリー時の情報発信と知的財産保護の観点から、既にオープンファクトリーを実施している中小企業に会場提供及び工場見学を依頼し、「守り」と「攻め」の2つの観点から、下記の実施概要により現地にて WS を2回実施した。有識者及び企業の選定については、貴局との協議を経て決定した。なお、ここで言う知的財産には、営業秘密や取引先情報、未公開情報等の知的財産権として登録されていないものを含んでいる。

それぞれ、知的財産の専門家とのディスカッションを踏まえて、その場でアドバイスすることにより、主に以下の内容について、参加者間で理解が進むという成果が得られた。

- ①取引先の未公開情報や取引内容に直結する情報について、必ず秘密を守ること
- ②自社の未公開デザインはオープンにしないこと
- ③技術情報のうち、自社の未公開情報や営業秘密にしたいノウハウについては、「何ができるか」は話してもいいが「なぜできるか」は秘密にすること
- ④知的財産権を登録しているなら、正当に権利を主張すべきで裁判までいかなくても、警告書や通知書として権利侵害をしている可能性のある相手に連絡を取るだけでも抑制力が発揮される。

各 WS における実際の工場見学によって把握された「要注意ポイント」は手引きの中に取り入れ、各回の記録は電子データで納入した。

また、本事業とは別途実施された近畿経済産業局主催「知財セミナー・WS 事業」における令和6年2月17日開催分「体験談から学ぶ 知的財産権の活かし方 その時どうする？ ～海外で商標権がバッティングしたら？ オープンファクトリーで思わぬリスクが？～」に、「守り」WS の参加企業である株式会社上山製作所の代表取締役 上山 哲生氏が講師として登壇し、初めてオープンファクトリーに参加した企業にとって図解による注意ポイントの喚起が行動変容につながったという効果が確認できた。

(1)守りと攻めの現地型ワークショップ（以下、WS）実施概要

■目的：

オープンファクトリー企業を直接訪問し、見学からのオープンファクトリー実施時注意点や秘密保持契約内容及び CI の見せ方について現地型 WS から要点を洗い出すことを目的に実施した。

「守り」WS については、できていることとできていないこと、不安に思うことを中心に抽出した。

「攻め」WS については、「攻め」（情報発信等）の工夫と効果を中心に抽出した。

■開催回数：

「守り」、「攻め」をテーマに各1回実施した。

■対応者：

オープンファクトリー実施企業の代表者（または代表者に準ずるもの）各1名に依頼した。

■参加対象者：

会場となる企業以外で、オープンファクトリーを実施している事業者に参加を依頼した。

■参加者数：

各回5～6名参加を依頼した（有識者、会場企業を含む）。

■謝礼等：

有識者及び対応者に謝金及び旅費を支払った。

(2)守りWS 開催概要

■開催日時、参加者等

- ・日 時：令和6年10月31日（木）15：00～17：30
- ・場 所：共和鋼業株式会社様 工場・東大阪営業所 WS スペース
- ・参加者：専門家及び対応者含めて6名で実施（以下、敬称略）

（知財専門家）

K & T特許商標事務所 パートナー弁理士 北野 修平

（オープンファクトリー参加企業）

【対応者（会場提供企業）】1者

共和鋼業株式会社 代表取締役 森永 耕治

【参加企業】4者

株式会社上山製作所

株式会社オークマ工塗

サクラテック株式会社

若井産業株式会社

（事務局）

近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課、同 知的財産室

（調査受託機関）

株式会社ダン計画研究所

■守り WS 当日の進行内容（次第）

1. 開会挨拶・趣旨説明（15:00-15:15）

- (1)挨拶、趣旨説明 近畿経済産業局
- (2)主な論点、まとめたガイドブック（8 頁程度）で発信したい項目の説明 ダン計画研究所
- (3)参加者紹介（一言、お願いします）

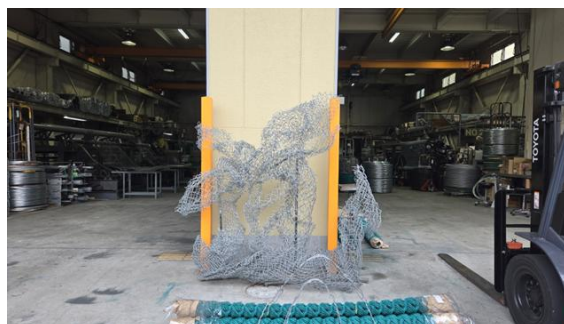
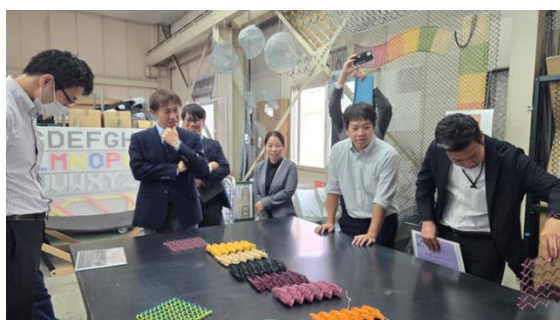
2. オープンファクトリーの見学(15:15-15:45、休憩・移動を含む)

共和鋼業株式会社様 ご説明

3. ディスカッション（15:45-17:30）

項目	時刻
(1) 進行説明 ダン計画研究所	15:45-15:50
(2) オープンファクトリーの効果と不安点（2 グループに分かれて、意見出し合い）	15:50-16:05
①オープンファクトリーの効果	15 分
②「守り」でできていること/できていないこと、不安に思うこと	
(3) 各自発表と北野先生コメント	16:05-16:55
グループ1 より @各自 5 分×2 名 + 北野先生コメント 10 分程度	16:05-16:25
グループ2 より @各自 5 分×3 名 + 北野先生コメント 15 分程度	16:25-16:55
①効果と不安点 自分で思っていたこと	各自 5 分
②今日、他者の話で出てきて、新たに気づいたこと	
③北野先生に確認したいこと	
(4) 今後、「守る」ためにできることアイデアフラッシュ（2 グループ、メンバー入替）	16:55-17:05
(5) グループ代表による発表 @5 分×2	17:05-17:15
(6) 北野先生コメント	17:15-17:25
(7) 本日の成果確認と協力お礼、閉会	17:25-17:30

（受入れ企業での工場見学や WS の様子）





■ 守り WS の主なポイント

主なポイントは以下の通りである。なお、記録については電子データで別途納入した。

1. オープンファクトリーの効果と不安点

① 効果

- ・ オープンファクトリーによって社内の雰囲気が変わる。一番の効果としてはインナーブランディングの醸成。
- ・ 会社がきれいになる。これも大きな効果。
- ・ 広く知ってもらいたい機会になる、新たな共創のチャンスが生まれてくる、来てほしい方に来てもらう口実の一つになる。
- ・ WS は大人も楽しいし、こういうふうに作るのだと実感してもらえる。修学旅行生の受け入れ等も随時、実施。
- ・ 来てほしいのは求人の対象者。地域で働きに来てくれる人は、地元で、自転車で来れる距離みたいな人が多いので、こういう会社もあるとアピールしたい。
- ・ オープンファクトリーをした方が OS 運動よりも工場を綺麗にできそう。

② 不安点

- ・ 前提として、安全確保を最重視している。参加者が怪我をするといけない。
- ・ 見られたらいけないものは、「立ち入り禁止」として隠しているが、何を隠さなきゃいけないかというふんわりしたニュアンスになっている。チェックができていない。
- ・ 一番話してしまうのは、営業畑の担当者か社長。一番危ない。
- ・ 自分が工場見学に行く時は、納品されている素材のタグをチェックしている。
- ・ 見学ルートを作っていないが、見せてはいけない場所は、針金とブルーシートで物理的にブロック。
- ・ 機械での製造現場を見せているが、職人の腕が必要なところはカバー。

- ・ オープンファクトリー実施時は、試作エリアのモノは全て隠しているが、誰もチェックしていない。隠しきれているかは自分達では気づいていない懸念はある。
- ・ WS 参加者の作品について、著作権的に SNS にその作品を載せていいのかわからないか迷いがある。
- ・ オープンファクトリーをボランティアで手伝ってもらっていて、控室は出入り自由。このあたりをどこまで規制するか、あまり固く言い過ぎたくない。
- ・ WS は、人がたくさん来られてありがたい反面、ちょっと見といてと託児所にみたいになるため、せめて同意書をとった。
- ・ ボランティアの学生さんや社員の家族は立入禁止エリアに控室があるので、本社内に入ってきている。そこまで人を疑わないといけなかと気にしている。
- ・ 今年初参加で軽い気持ちで参加を決め、軽い気持ちでやってみるつもりだったが、今日、参加してもう少し気をつけようと思った。来てくださる方の期待に応えたいという気持ちもあるが、どうバランスをとるかが大事だと思ったので、ちゃんと社内で話したい。
- ・ 不安に思っていることの方が多い。社員は乗り気ない人とそうじゃない人との温度差がある。
- ・ 見学を受け入れると、ライバルとか外部にノウハウが見られる懸念もある。そういうものについてどう守ればいいかは、わからない。

③疑問点（専門家への質問事項、その場で一定の助言があった）

- ・ 所属する会社または個人だとして、秘密保持を破った場合、どこまで効果があるのか、
- ・ WS 参加の誓約書や同意書は、実際に破った人にどういった効果を発揮するのか、抑止効果は実際あるのかをお尋ねしたい。
- ・ 同意書は個人情報になるので取り扱いには注意しつつ不安要素がある。
- ・ 御取引先のことをどこまで言っているのかも気になっている。どこまで話しているのかが一つの不安要素で特に決まりが内部にない。
- ・ 受付で確認書という手もあると言ってもらえて、確かに 1 枚何かというのは抑止力になると思った。
- ・ 情報を守るために、どういうところが抑えどころかを教えていただけたらありがたい。

（専門家 コメント）

- ・ 例えば立て看板みたいなのを置いておいて、入ってもらうときに名前を受付的に書くのはどうか。ここに書いてある内容は了解した、だから名前を書いてもらうぐらいとしかしておく方法はある。
- ・ 見たらいけないところは見ませんとかで、難しい言葉にする必要もない。抑止力にはなる。
- ・ 「未公開のもの」が工場内にはないか？ということはずっと考えないといけない。権利は、自分達が取れるものが権利を取れなくなった場合と、リスクがもう一つある。
- ・ 特許の対象となるアイデアは外からは分かりにくいですが、デザインは見た瞬間に分かる。取引先の未公開情報がうっかり出てしまうと、お客さんからの信頼を失うリスクがある。最低限、お客さんのデザインしたもののだけは隠しておいてもらいたい。
- ・ 試作品の製作や加工を受けている場合は、特に注意が必要。

- ・ 海外出願を考えておられるクライアントさんだと、本当に救いようのないことになってしまうこともある。そこはしっかり注意しておいてほしい。

2. 守るためにできること

- ・ 守りとなった場合、何が守るものなのかを把握する必要があると思った。それを社長と社員で会社の共通認識として理解しておいて、隠せるものは隠す、動かせないものはカバーする。それしかない。
- ・ 知財面の守備力が高すぎると、見せる部分が少なくてあまり面白くないかもしれない。
- ・ お客さんの試作品を見せてはだめ、というのは本日、理解できた。
- ・ オープンファクトリー時、受付が非常に重要だとよく分かった。受付で同意してサインしてもらい、建屋の外は写真 OK にして、中は撮影禁止からスタートした方がいい。
- ・ 「撮影禁止」「立ち入り禁止」のテープを貼って、通り道を当日までに準備する。事務室や事務机にもカバーが必要だということもわかった。

(北野先生 総括コメント)

- ・ ノーリスクではオープンファクトリーはできないが、100%大丈夫にしようと思うとガチガチになってしまう。それを例えば、95%までは大丈夫ですとしておくと、多分全然違う。各社の考えで線を引いてもらえばいい。
- ・ ステップ的には2つある。1つはまず情報を峻別して、各社の事情に合わせて、ここまでは見せてもいい、これは見せたらだめというのは、最初に決めておいた方がいい。これで多分、ほとんどのリスクを避けられる。多分、90何%まではできていると思う。
- ・ これは見せられないけど、こんな仕事ができますという話はしてもいい。せっかくのオープンファクトリーの機会なので、「なぜできるか」は言わずに、「何ができるか」はどんどん言ってもらっていい。ただ、「なぜできるのか」のところで、はたと止まってほしい。

(3)攻めWS 開催概要

■開催日時、参加者等

- ・ 日 時：令和 6 年 11 月 5 日（木）15：00～17：30 予定
- ・ 場 所：藤田金属株式会社 本社/本店
- ・ 参加者：専門家及び対応者含めて 5 名で実施（以下、敬称略）

（知財専門家）

K & T 特許商標事務所 パートナー弁理士 北野 修平

（オープンファクトリー参加企業）

【対応者（会場提供企業）】 1 者

藤田金属株式会社 代表取締役社長 藤田 盛一郎

【参加企業】 3 者

株式会社河辺商会

木村石鹼工業株式会社

株式会社友安製作所

（事務局）

近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課、同 知的財産室

（調査受託機関）

株式会社ダン計画研究所

■攻め WS 当日の進行内容（次第）

1. 開会挨拶・趣旨説明（15:00-15:15）

- (1)挨拶、趣旨説明 近畿経済産業局
- (2)主な論点、まとめたガイドブック（8 頁程度）で発信したい項目の説明 ダン計画研究所
- (3)参加者紹介（一言、お願いします）

2. ショップの見学(15:15-15:45、休憩・移動を含む)

藤田金属株式会社様 ご説明

3. ディスカッション（15:45-17:30）

項目	時刻
(1) 進行説明 ダン計画研究所	15:45-15:50
(2) ショップや見学コース設置等による発信の工夫点と効果（2 グループに分かれてディスカッション）	15:50-16:05
①ショップや見学コース設置等によるオープンファクトリーの工夫点	15 分
②「攻め」の発信による効果+その反面、知財面で不安に思うこと	
(3) 各自発表と北野先生コメント	16:05-16:55
グループ1より @各自 5 分×2 名 →北野先生コメント 10 分程度	16:05-16:25
グループ2より @各自 5 分×2 名 →北野先生コメント 10 分程度	16:25-16:45
①「攻め」の工夫と効果 自分で思っていたこと	各自 5 分
②今日、他者の話で出てきたこと	
③北野先生に確認したいこと（知財面の不安があれば）	
(4) 今後、「攻め」を強め、知財を守るためにできることアイデアフラッシュ（全員）	16:45-16:55
(5) 各自発表 @5 分×4 名	16:55-17:15
(6) 北野先生コメント	17:15-17:25
(7) 本日の成果確認と協力お礼、閉会	17:25-17:30

（受入れ企業での工場見学や WS の様子）





■攻め WS の主なポイント

主なポイントは以下の通りである。なお、記録については電子データで別途納入した。

1. オープンファクトリーの効果と不安点

①効果

- ・ 工場をオープンにしたら、職人たちがお客さんをめちゃくちゃもてなすようになり、自分から説明をしてくれるようになり、自社ブランドになった。名前を覚えてもらえる。
- ・ 工場は見せるのは危険な場面も多く、積極的には見せていないが、新工場を建てた際、最初から見せられるようにしようと、安全に見学するためのツールを作り、イベントができるスペースを設けた。ブランディングの一つのピースとして取り組んでいる。
- ・ 地域のお客さんに還元するアウトレットセール、何をやっているかのショールームを兼ねて、一部ノリで始めたが、実際にはショールーム以上に機械に一番感動してくれたことが驚きだった。
- ・ オープンファクトリーがきっかけで入社した社員も増えた。外からの人に自分たちの仕事のイメージしてもらえる。一番良かったのは採用面で、溶接工1名の募集に350人から応募が来た。
- ・ 見せる場所をつくったら工場の現場も盛り上がった。モチベーションアップや品質アップにつながっている。通路の線引きもなかったが、ラインを引き、社員の制服がTシャツに変わった。
- ・ オープンファクトリーは、一種の外部検査のように機能することがある。定期的に人が来ると、守るべき規制を社内できちんと守ろうという牽制になる。
- ・ 見学受入時、工場スタッフは「キャスト」として動いてもらっている。見学コンテンツも、現場の人達で開発。自分たちが主体的に工場を変えていくという流れができて、それはすごい良かった。
- ・ 若い社員にとって、オープンファクトリーは学びの場にもなっている。
- ・ オープンしていることによって、あの会社だったらやってくれそうなみたいな期待値が多分すごく上がっていく。確率が上がって、街全体でやってるからこそ、「未知なる共創」が増えていく。

②不安点

- ・ 取引先との関係においてマイナスになるイメージを持っていないが、社内のメンバーにどう説明したらいいか戸惑いがある。いざオープンファクトリーとなると、一般の全然知らない人が来る。その辺りをどう区分すればいいか、考えながらスタート。
- ・ 長年の OEM の場合、信用で動いていることもあり、何を見せたらだめかという話は特に出てこない。
- ・ 部品の場合、普通に見たら何かわからないが、実はここで大手の商品に使われてるとか言いたくなってしまう。質問されると、やっぱりへえ！とか言われたい。
- ・ 受付の一筆で抑止力になったり、裁判に使えたりするのかが不安。オープンにしていると自己責任で泣き寝入りなのか。そこが知りたい。

③疑問点（専門家への質問事項、その場で一定の助言があった）

- ・ 工場見学の現場から情報が漏洩したとして、取引先に訴えられる場合があるか？
- ・ 設備もある程度分からないようにしての方がいいとか、そういったこともあるか？
- ・ Facebook に上げてる人たちに対して、お客さんが使っていて、それは自社ののだと言いたい場合、どこまで言っているのか、その線引きはどこかが知りたい。
- ・ 模倣された場合の、中小企業にとっての現実的な対処方法を聞きたい。

（北野先生 コメント）

- ・ 裁判となると高額な経費がかかり、時間も 1 年半くらいかかるとっておいてほしい。それよりも、自社が原因で情報が流出した場合、取引先の信用を失うことの懸念がある。
- ・ 他社では作れないなら、見せてもいいが、たとえば工程における工夫は見せる必要はない。そこはノウハウなので隠しておかれた方がいい。
- ・ 受付で一筆書いておいてもらう、サインをしてもらう、ということで抑止力にはなるだろう。
- ・ 基本的には取引先の情報は言わないでお願いしたい。オープンファクトリーをする以上、リスクゼロにはできないが、リスクを最小化する意味で来た人にも一筆、サインしてもらう方がいい。
- ・ 最低限、注意事項を確認しました欄にチェックを入れて名前を書いてもらうのは、個別の秘密保持契約よりもハードルが下がる。受付名簿のところに一緒に書いておいて、サインをもらうイメージ。
- ・ 自社にとって大事なものは、商標や意匠を出願してもらいたい。権利が登録してある前提なら、弁理士さんに言って警告書、あるいは通知書として、相手方に主張していくことは可能。
- ・ 権利の取り方も、類似のデザインを含めて「関連意匠」として出願し登録する方法もある。権利の取り方にも戦略がある。

2. 守るためにできること

- ・ 消費者を味方につけて真似されても大丈夫なブランドを作る方がいい。ファンがひどいと言ってくることもある。

(北野先生 コメント)

- ・ 一回、知財で守りましょうとお客さんを説得して、権利登録をして守りにかかったら模倣がパタッと止まった。知財に本気の姿勢を見せることも大切。自身にとって大事なものは出願して登録している方がいい。それで相当、模倣が止まる。
- ・ 海外から類似品が入って来た時に、知的財産権を持っていたら、税関に事前に申請しておくのと税関で止めてくれる。そういう効果もある。
- ・ 海外出願は費用もかかるが、本当はできたら特許・意匠に関しては海外展示会出展前に出願しておくのが一番いい。
- ・ 商標に関しては、特に会社の名前や大事なブランドの名前は出願して登録しておいてもらいたい。

3. 受付時の工夫としてのメンバーシップ制

- ・ 工場見学時の注意と守る内容を大きくパネルにしておいて、指で押すみたいにしたら、参加型にもなる。
- ・ 工場見学時の注意を守ることを、メンバーシップ的に理解してもらうのはどうか。お互いに協定を結ぶイメージ。「お約束」という言い方もいいかもしれない。
- ・ オープンファクトリー参加企業が増えると、ルールが整備されて、どんどんレギュレーションが厳しくなり、面白くなくなると参加者が減るし、悪意のある人には来てほしくない。うまく雰囲気や、約束、メンバーシップみたいに宣言しておく、悪意のある人を寄せ付けないバリアになるという考え方でできないか。
- ・ オープンファクトリーでも知財のことを入れておいて、知財を知ってもらう良い機会だくぐらいい感じが良さそう。禁止です、ばかりを言いたくはない。一定の節度が保たれるような仕掛けを知財面でも工夫しておきたい。
- ・ オープンファクトリーは、本当はみんなと一緒に作っていくみたいな感じだと思う。そこでの会話から関係性ができる。

(北野先生 総括コメント)

- ・ 日本のシステムとして、創作物は最初に出願した人が権利を取れるという制度があり、特許や意匠が該当する。特許はアイデア、意匠は見た目（デザイン）の保護。自分達が出願しなかったらもったいなかったし、誰か他の人に取られたら「自分たちも考えていたのに、実施できない」というリスクがある。
- ・ オープンファクトリーをして自分たちの知財（商品、工程）を外に出すと、その二つのリスクを負うことになるかと理解してもらいたい。
- ・ その上で、リスクをゼロにできないという前提で考えた場合の対応について。まず特許＝アイデアについては、話さなければ分からない。一方、オープンファクトリーでぱっと見られるのはデザイン。
- ・ ただ、それを分かった上で共創を大事にしたい、みんなに見てもらいたいの方がより強いなら、後は会社の判断次第。それでも良くて、便利な道具を一つ失うけれどそれ以上のプラスがある、という判断なら、それでもいい。

- ・ ただ、自社のものでなく、お客さんの発売前の商品や試作品を出してしまうのは信用を失うリスクがある。お客さんに迷惑をかけてしまう。最低、そこだけは抑えておいていただきたい。
- ・ 話をしてしまうのは、どこの会社でも社長。その時、一つだけ約束していただきたいのは、技術について「何ができるかは言ってもらっていい」が、「なぜできるかは言わない」ということ。この基準を一つ持っておいていただけるとかなりリスクが減る。
- ・ なぜできるのか？と聞かれたら「そこは企業秘密です」と守ってもらいたい。

2. 内容総括【調査内容検討会の開催及び報告書作成】

■目的：

現地型 WS の結果から、オープンファクトリーを実施することで、情報漏洩や注意点などの実施前に抑えておくべき守りのポイントを抽出。また、オープンファクトリーによる協業等を産み出す要因として自社のビジョンを効果的に伝達できている企業の特徴等の知的財産における攻めのポイントを整理する検討会を開催し、今後「手引き」として活用可能な形を想定した報告書を作成することを目的に1回、実施した。

■開催日時：

令和6年12月18日（水）13：30～15：30 予定

■開催場所：

近畿経済産業局第2別館3階 ミーティングルームD

■検討会委員：

- ・弁理士、1のWSを実施した企業の代表者2名、近畿経済産業局管内および中部経済産業局管内のオープンファクトリー実施企業代表者（またはそれに準ずるもの）を各地域1名ずつで構成した。

（知財専門委員）

K & T特許商標事務所 パートナー弁理士

北野 修平

（委員）

1のWSを実施した企業の代表者2名

共和鋼業株式会社

代表取締役

森永 耕治

藤田金属株式会社

代表取締役社長

藤田 盛一郎

近畿経済産業局管内および中部経済産業局管内のオープンファクトリー実施企業

株式会社友安製作所

ソーシャルデザイン部 担当執行役員

松尾 泰貴

株式会社イクシー

代表取締役社長

生駒 健二

■開催回数：

1回

■謝礼等：

検討会委員には謝金及び旅費を支払った。

■報告書：

1.実態調査及び2.内容総括における委員意見を踏まえたA4サイズ、8ページ程度の報告書案を「手引き」として作成の上、提示し、意見を踏まえて修正した後、3.普及活動で「暫定案」として配布した。なお、暫定案として示したため、その後、図解の1枚もの以外は回収した。

■検討会の主なポイント

主なポイントは以下の通りである。なお、記録については電子データで別途納入した。

1. 開会挨拶・趣旨説明

(省略)

2. 委員紹介

(省略)

3. 資料説明

(事務局 省略)

4. ディスカッション 主な内容

①知的財産を守ることの注意喚起は大前提

- ・ 知的財産について権利が取れる状態を維持しましょう、そのためには見せないようにしようというのが前提としてある。特にデザインは見えたらそのまま知られてしまうので、後で権利にしたいと思うものは絶対に隠しておいてもらいたい。
- ・ 一方、技術的アイデアは、隠れた加工法があったとしても説明しなかったら分からない。何ができるかはどんどん話してもらっていいのだが、「なぜ、そんなことができるのか」というところは隠しておいてもらいたい。
- ・ 一方、公知になってもいいので、もっと見てもらいたいという場合も、当然おありだろう。それは判断次第。ただ、お客さんの試作品や未公開の情報は、秘密を守ってもらいたい。

②守り WS、攻め WS からの気づき

- ・ 注文書が見えるところにあったが、社員と問題意識を共有し、チェックして出さないようにできた。試作品開発エリアもしっかり隠せた。
- ・ 海外や地方から見学できるように VR 撮影を実施したが、ここは絶対ダメだという部分は隠して撮影できた。
- ・ 弊社の独自加工は商標も取っているがロゴでは取っていなかった。特徴になる加工だから、ロゴを作り、加工したものには付けていくことにしようとしている。

③オープンファクトリーの効果

- ・ オープンファクトリー時に実施した WS の写真で驚いたのは、本当にこの社員？というくらい顔つきがすごく優しくなっていたこと。員が変わってきたのを実感している。
- ・ 弊社もオープンファクトリーを 15 年近くしてきているが、大事にしているのは何のためにやっているか。弊社のオープンファクトリーは全て有料で実施。最大の効果はインナーブランディングで、お客さんがお金を払って見に来てくれることは、社員にとって誇り。

④リスクとオープンのバランス、有料化、WS 等の工夫

- ・ 目に見える部分と目に見えない部について、リスクを気にして制限していくと自社は安心だが、お客様にとっては不満足になる面もある。リスクを減らしながらも、それを補うための何か方策とい

うのをどう考えていくかが大事。

- ・ 金属部品加工をしているが、正直、クローズにしたい気持ちはある。ただ、何の機械を使っているかの特定はほぼ可能だ。その中で、大事なことは作業の加工条件であるとか工具の選定、人の教育方法等で、簡単には目に見えない。工場は比較的オープンに見せつつ、見せられないものや試作開発の部分はルートから外すといった独自のルートを作り、お客さんがよそ見をしないように掲示物で説明ポイントや研修会場に写真撮影ポイントを作っておいて、工場の中で見れなかったことは研修会場で見せて不満足を起こさせないようにしている。
- ・ 弊社は、団体受付のみで個人受付は無い。研修旅行等を扱うエージェント経由で有料。注意事項も含めてすべて、エージェントに契約書にサインをもらってから初めて注文を受ける。
- ・ 有料の考え方はすごく参考になった。今まで無料にしていたが、社員の時間を取っているので、実施側のブラッシュアップのためにも有料を導入した方がいいかもしれない。
- ・ WS で何か持ち帰ってもらうのが、一番強い思い出になる。
- ・ 修学旅行受入れの場合、学生さんには持って帰って小物、自慢して家族に話してもらうよう伝えている。
- ・ 何のためにやっているかが大切だ。ファンになってもらいたいなら、あまり見せないというのは効果が薄れる。それよりも、うちが独自でこういうものを作っている、途中段階だが試作品はこれ、と見せて、見た人からアイデアが出てきて新しいものが生まれるとつながっていく。
- ・ 中小企業の場合、は有料で対価を受け取り、地域のことも知ってもらうとなると、活動が持続的になる。

⑤「手引き」の工夫、サインやチェック

- ・ デザイン的には、まだ少し硬いので、できるだけ読みやすいようにしてもらえるとありがたい。
- ・ ファン獲得のための共感を得て秘密も守るところは、「秘密保持契約」よりも、もっと軽い感じでできればいいと思う
- ・ ポップにシェアして「お約束」という感じで、会員企業側だけでなく、来た人もコーナーを楽しく作る一人の「演者」という考え方でメンバーシップ協定とかをつくる工夫が必要。
- ・ 個別の秘密保持契約でなくていいので、サインはぜひ貰ってほしい。ただ、これが無ければオープンファクトリーをすべきではありません、とは思っていない。
- ・ 一番困るのは、「お客様の新製品で試作中のものが見学ルートにある」こと。
- ・ 受付でチェックだけでもいいかもしれない。プロ（BtoB）の人が来たときは、秘密保持契約を結べばいい。

⑥直前チェックリスト

- ・ 取引先の未公開情報だけは、とにかく気を付けてほしい。自社の情報が漏洩しても、自分達の問題で済む。しかし、取引先の知的財産（未公開情報、デザイン）が世に出て、お宅とは取引できないとなってしまうと、大変だ。
- ・ 当社としては、見学ラインの安全確保が一番気になる。実際に歩いてチェックするとか、当日の動きを踏まえて、特に初めてされる会社はチェックされた方がいい。
- ・ 初めてオープンファクトリーを実施する企業の場合、「所用時間 30 分」と発信していたとして、それでできそうかも事前の要チェック事項だろう。
- ・ チェックリストはどういう目線で作るかを確認が必要。オープンファクトリー全般のことか、知

財かで内容も違ってくる。分けるのはどうか。

- ・ 工場には危険な機械があるので、気をつけてほしい、動きやすい服装で来てねというのも伝えたい。工作機械周辺はオイルまみれでこける人が必ずいる。階段も危ない。
- ・ 有料の場合、特に参加者の満足と安全を重視している。

3. 普及活動【各地のオープンファクトリー事業者へ報告書の成果発表の開催】

(1) 普及活動の実施概要

■目的：

報告書において取りまとめた結果を活かし、有識者や WS 参加企業とともに、調査内容から洗い出した共創を産み出す要因や知的財産面の注意点などを発表するとともに、調査を行ったことによる企業の変化などを発信し、参加企業の意識変化を図ることを目的に実施した。

■開催日時：

令和 7 年 1 月 20 日（月）14：00～16：00

■開催場所：

MUIC Kansai イベントスペース

協力：一般社団法人関西イノベーションセンター

■開催手法：

リアル開催

■開催回数：

1 回

■定員：

50 名で募集

■対象者：

企業、行政、支援機関等

■講師：

- ・ 報告書（暫定案）を公表する弁理士等（知的財産に関する有識者）
K & T 特許商標事務所 パートナー弁理士 北野 修平
- ・ 知的財産を意識したオープンファクトリーを体現する企業 2 名（WS 会場提供企業）
共和鋼業株式会社 代表取締役 森永 耕治
藤田金属株式会社 代表取締役社長 藤田 盛一郎

■謝礼等：

当日の講演に対し登壇者に謝金及び旅費を支払った。

■参加費：

無料

■資料等：

講師資料を配布（別途、電子データで納品）するとともに、イベントの評価等についてのアンケート用紙（A4 サイズ、1 ページ）を作成、当日配布し、アンケート用紙の回収及び結果取りまとめを行った。（後述）

■チラシ作成：

テーマ及び実施内容が明確になるよう記載内容を工夫したチラシ（A4・1 枚両面、カラー、内製可）を仕様書の指定項目に沿って作成し、原則フォーラム開催日の 4 週間前までに、当局担当者へ電子媒体を提出した。

(チラシ)

大阪・関西万博の前に

Featuring 関西オープンファクトリーフォーラムvol31

オープンファクトリー時の 注意点

～「何ができるか」はオープンに、
「なぜできるか」は秘密に～

～魅せるための転ばぬ先のつえ～



令和7年

1/20 Mon
14:00～16:00

参加無料
事前申込

定員：50名 リアル開催のみ
場所：MUIC Kansai イベントスペース
アクセス：<https://www.muic-kansai.jp/#access>
対象：企業、行政、支援機関で
オープンファクトリー実施中・
関心のある皆様



【開会挨拶、趣旨説明】近畿経済産業局

専門家メッセージ

「オープンファクトリー時の注意点～魅せるための転ばぬ先のつえ～」(25分)

講師：K & T特許商標事務所 パートナー弁理士 北野 修平 氏

オープンファクトリー企業事例

—オープンファクトリーの効果と知財面—

・事例1 FactorISM より(15分)

講師：藤田金属株式会社 代表取締役社長 藤田 盛一郎 氏

・事例2 こーばへ行こう！ より(15分)

講師：共和鋼業株式会社 代表取締役 森永 耕治 氏

講師3名のディスカッション (60分)

「大阪・関西万博の前に知っておきたい

オープンファクトリー時の効果と知的財産これだけは！ポイント」

【閉会式】

締切

令和7年
1月16日(木)
18時まで

以下の宛先、記載事項をご確認の上、メールにてお申込みください。

①申込先メールアドレス：of-chizai@dan-dan.com

②申込記載事項 件名：【1/20オープンファクトリーセミナー参加申込み】

本文：参加者の氏名、メールアドレス、電話番号

(会社(団体)所属の場合は、参加者の会社(団体)名・部署名も記載下さい。)

事務局：株式会社ダン計画研究所 (TEL 06-6944-8751)

主催：近畿経済産業局 協力：一般社団法人関西イノベーションセンター

■受付等：

チラシの中に申込アドレスを埋め込み、参加申込の受付を行った。

参加者の募集・申込・受付の管理を行い、イベント開催日の1週間前及び前日までに参加者リストを貴局に共有した。参加者データは、別途、電子データで納入した。

■申込者数と参加者数

- ・申込者数：42 名
- ・参加者数：40 名

■備品等：

セミナー開催にあたって、MUIC Kansai と連絡を取り、プロジェクター・マイク・配信機材等の必要な備品の準備を行った。また、開催前に関係者と事前調整を行い、円滑な運営に務めた。

■広報活動

以下の手法で広報活動に務めた。

- ・貴局サイト「地域一体型オープンファクトリー」のサイトの中の、「関西オープンファクトリーフォーラム・シンポジウム」にチラシを掲載
- ・知的財産関連のセミナー情報を発信しているサイト「知財ポータルサイト IP Force」に掲載を依頼し、掲載いただいた
- ・過去に弊社が名刺交換等によりメールアドレスを把握している事業者の中から、「製造業」「支援機関」を抽出し、325 名に対して発信

(普及活動実施の様子)



■普及活動セミナーの主なポイント

主なポイントは以下の通りである。なお、記録については電子データで別途納入した。

1. 専門家メッセージ及び企業事例より

オープンファクトリーと知的財産の保護について

- ・ 知的財産を出願し、権利として登録しようとする場合、一つ重要な条件がある。「公知でない」こと。公知になっているアイデアやデザインについては、知的財産権を登録できない。
- ・ 「公知ではない」とは、守秘義務のない第三者に知られていないこと。たとえ一人でもアウト。逆に10人が知っていても秘密保持契約書がある相手なら、それは公知ではない。
- ・ 知的財産とオープンファクトリーは、この辺の相性がちょっと悪い。一人一人と秘密保持契約を結ぶのは、現実的ではない。一方で、何かしておかないと、来場者がアイデアやデザインを知ってしまえば、原則として権利は取れないということになる。
- ・ 特に「デザインは見たらわかる」。弁理士の立場からは、先に出願しておいてほしい。特許や意匠の出願を先にしておけば、もうどうぞ見てくださいと言える。それがないなら、隠しておいてもらいたい。

- ・ 技術的アイデアは概ね、見てわからないものが多い。「どうやってやってるんですか」という質問にはうっかり答えないことが大切。社長が喋ってしまうパターンが多いので注意してもらいたい。
- ・ 権利出願しておくか、見られたら公知になって困るものは隠してもらいたい。技術的アイデアについて質問されたら、「そこは秘密ですよ」と笑顔でかわす決めておいていただきたい。そこが共創レーションの起点につながることもある。
- ・ 判断基準として、「何ができる」かは言ってもいい、「なぜできるか」は話さないようにしておいてもらいたい。
- ・ 客先の未発売の新製品や試作品が置いてませんかという話には、一番気を付けてもらいたい。一番痛いのは信頼の失墜で、これだけは絶対に気をつけていただきたい。

オープンファクトリーと知的財産の保護

- ・ 昨年12月に本事業で北野先生に来ていただきWSを開催してもらったが、新製品がその辺に置かれていたり、発注書が置いていたり、段ボールに得意先の名前が書いてあったりした。それまで、勉強せずにやっていたので、WS後は、撮影OKの場所や立入禁止の場所を提示したり、発注書は隠したり、通路や避難経路も明示するようになった。
- ・ 加工法についても、ロゴマークで出願した。
- ・ まずは見てもらわないと始まらないので、弊社は知財的には「ザル」だが、少し目を細かくして、何を隠さなきゃいけないかの共通認識が無かったと振り返り中。
- ・ 工場見学を実施というのは、弊社としては変わらず進めていきたいところです。

オープンファクトリー参加の入り方

- ・ 当初は、商店街の空き店舗を借りてWSからスタートしていて、皆で何かをするというところからだったので、参加しやすかった面があった。
- ・ WSのために、金網で文房具を開発する必要があり、悩みながらつくっていくとデザイナーさんが仕上げてくれて、すごくいい経験になった。皆と一緒にやるのはいいが、自社工場でとなると結構厳しいと思っていたが、外でWS経験があったので、社員も一生懸命考えてくれた。

オープンファクトリーの効果

- ・ この体験を活かして展示会に出たり、設計で使ってもらったり、メディア露出が増えたり、他地域でのWSに呼んでいただいたりと、広がっている。社内的には社内が綺麗になるのは絶対で、インナーブランドの効果もある。社員が変わり、自信と誇りが出てくる。
- ・ 社外への広がりでは、業界外への広がりや、会社へ来てもらうきっかけになっている。

2. 講師3名のディスカッションより

(司会より「手引き」暫定版の紹介。)

①本事業WS参加後の変化

- ・ オープンファクトリーのノウハウなくスタートしてきて、やっていいことや悪いことがわからない

ままやってきたと気づいた。少しでも改善しようと取り組んでいる。今後、旅行社からの体験ツアー受入れが始まるので、その時も気をつけていきたいと考えている。

- ・ 知財の意識が無くて、本来隠すべきところも結構話を聞いたと気づいた。取引先に迷惑がないようにという意識や、守らないとダメなものはしっかり守ろうという気持ちになった。
- ・ 「なぜできるのか」は、「職人の腕です」と答えている。

②中小企業にとっての知的財産権

- ・ 知的財産を守るために正式に裁判となると、何百万円のお金がかかる。ただ、そこまでいなくても、警告書や通知書で、まずは連絡するというやり方もある。共創のきっかけになることもある。
- ・ 権利を登録するのは、裁判で戦うという話だけではなく、イニシアチブを取れるということ。

③質疑応答より

(会場参加者)

- ・ オープンファクトリーの実施の際、担当者だけではなく、現場への声かけと協力が大事だが、現場にはまだ抵抗感がある。最初はどのように取り組まれたのか教えていただきたい。

(事例企業)

- ・ 見学ルートの安全を大事にしている。初めてオープンファクトリーに参加した際、社長も社員もがよく分からない状況だった。社長がやると決めて先頭に立ってやっていると、徐々に浸透していった。
- ・ 最初は社長のワンオペで意見を聞かずに実施準備をして、現場の職人には少しずつ携わっていくやり方で関わってもらった。現場を見学で回った際、その人にその場でクイズを出してもらう。そういうところから浸透させていった。
- ・ 工場が見えるショップも社長が推進。実際にショップが始まってお客さんがいるのが工場から見えた瞬間に、職人もお客さん来てるぞ、みたいにはなった。自分達が作った商品が、リアルに目の前で売れる風景を見られるのは町工場にはなかなかない。

(会場参加者)

- ・ 支援機関の者です。万博関連で海外の方が見学に来た場合、知財の対策はどうしたらいいか。

(講師)

- ・ 知的財産権は国ごとに発生するもの。世界の多くの国が、知的財産関連の条約に参加していて、共通の手続きがある。WIPO（世界知的所有権機関）に向けて特許出願するのも日本語ででき、販売状況を見て目指す国の手続きに移行できる。

(会場参加者)

- ・ 商標について B 国で日本と同じ製品で、少し名前を変えて売られた場合、対応する術はないかと思うんですけど、それについてはいかがか。

(講師)

- ・ 同一商品で商標が類似なら、権利の範囲内。商標は類似まで防ぐことが可能。

(会場参加者)

- ・ 自社の商品を大企業に真似されて販売された経験がある。

(講師)

- ・ 権利は登録しておいていただきたい。
- ・ 普通に競争すると資金力がある会社が勝つことが多い。ところが、知的財産に関しては 1 人であっても 5 万人の会社に対抗できる。知的財産は規模に関わらず平等。ぜひ権利登録をご検討いただけたらと思う。

(会場参加者)

- ・ オープンファクトリーの意義を自治体として考えると、保をしていけるかという観点で見ている。オープンファクトリーの具体的な効果を教えてもらいたい。

(事例企業)

- ・ 共創によるイノベーションという意味では、オープンファクトリー参加以降、対外的な広がりがすごく出てきている。場に来てもらえる一つのきっかけにもなる。業界の外の方に知っていただくいい機会になってる。
- ・ オープンファクトリーに参加した後、大手メーカーとの共創が始まったことがある。大手メーカーさんが突然、会社に来られて、面白いことやってますよね、何か一緒にできないですか？と訪ねて来られた。
- ・ また、海外での商標権や意匠権は大事なものは公的助成制度を使って登録した。

(会場参加者)

- ・ オープンファクトリーの事務局の者です。意匠の公知について、どういう対策を取るのがいいか。

(北野先生)

- ・ 守秘義務が無い人が一人でも見てしまうと、その時点で公知。基本的には隠しておいてもらいたい。お約束にサインしてもらっても、本来は「一切口外しません」と書いてあればいいが、逆にオープンファクトリーの趣旨から考えても難しい。なので、基本的には隠していただくのが対策になる。

(会場参加者)

- ・ 仮に来た人が SNS で発信した場合はどうか。

(北野先生)

- ・ SNS については、個人の顔写真があるのを載せたという方が問題になりやすい。ただ、おっしゃるとおり、SNS での発信は公知になる。新規性喪失の例外はあるので、うまく証拠が揃えば救済措置はあるが、絶対助かる訳でもないので、とりあえず隠していただきたい。

(2) アンケート調査結果

- ・実施手法：調査票を当日配布、当日回収
- ・回収数：41

把握できた参加者人数 40 名に対してアンケート回収数が 41 となったが、おそらく登壇企業の同行者からの回答とみられるため、有効として処理した。参加者全員がアンケートに回答した結果となった。

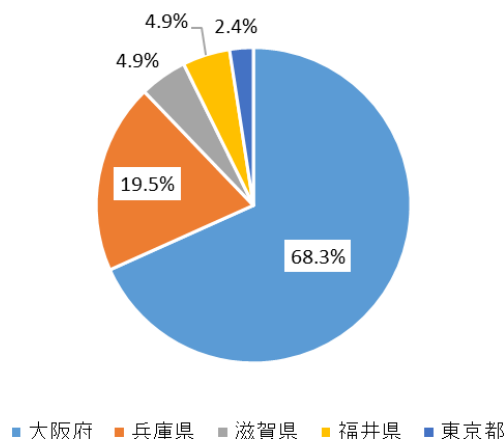
設問 1 所属企業・機関の所在地と業種

参加者は大阪府からが最も多く 68% を占めた。次いで、兵庫県、滋賀県と福井県となった。近畿圏以外では、東京都からの参加が 1 名あった。

また、業種は行政（自治体・産業支援機関等）が 39% と最も多く、次いでオープンファクトリーの主体となる製造業の 24% が多くなった。

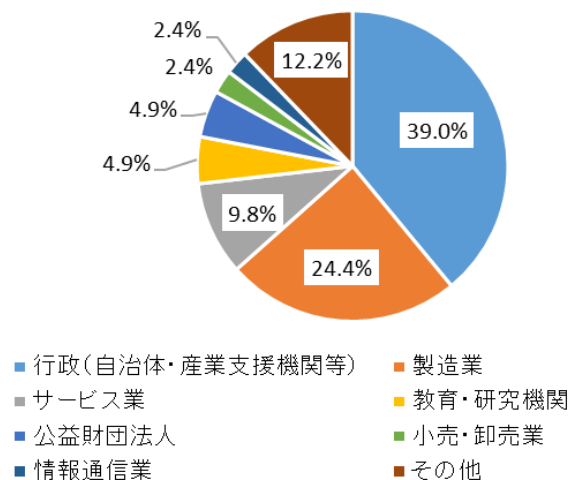
図表 1-1 参加者の所属企業・機関の所在地 N=41

府県名	数	%
大阪府	28	68.3%
兵庫県	8	19.5%
滋賀県	2	4.9%
福井県	2	4.9%
東京都	1	2.4%
総計	41	100.0%



図表 1-2 参加者の所属企業・機関の業種 N=41

業種	数	%
行政(自治体・産業支援機関等)	16	39.0%
製造業	10	24.4%
サービス業	4	9.8%
教育・研究機関	2	4.9%
公益財団法人	2	4.9%
小売・卸売業	1	2.4%
情報通信業	1	2.4%
その他	5	12.2%
総計	41	100.0%



（その他 内訳）

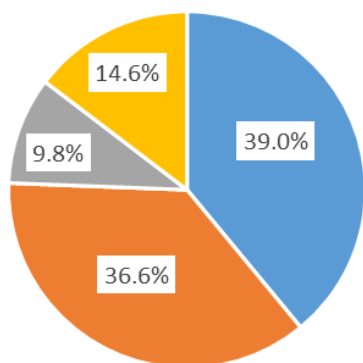
コンサルティング、デザイン業、金融、支援機関、記載無が各 1。

設問2 本セミナーの情報源

セミナーの情報源は、事務局からのDM・講師からの案内 39%、次いで近畿経済産業局のホームページやメールマガジンの案内が 37%と、両者を合わせると4分の3がいずれかを情報源としていた。

図表2 本セミナーの情報源 N=41

情報源	数	%
事務局からのDM・講師からの案内	16	39.0%
近畿経済産業局のホームページやメールマガジンの案内	15	36.6%
自治体・産業支援機関・商工会議所からの案内やホームページ	4	9.8%
その他	6	14.6%
総計	41	100.0%



- 事務局からのDM・講師からの案内
- 近畿経済産業局のホームページやメールマガジンの案内
- 自治体・産業支援機関・商工会議所からの案内やホームページ
- その他

(その他 内訳)

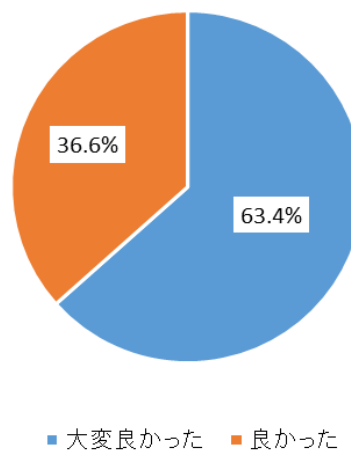
- ・ 社内の知財関係者からのメールや連絡 2
- ・ 知人からの紹介 2
- ・ 近畿経済産業局より連絡、本社から連絡 各 1

設問3 本セミナーの全体的な満足度や感想

満足度は非常に高く、大変良かった 63%、良かった 37%のみの回答となった。

図表3 本セミナーの満足度 N=41

満足度	数	%
大変良かった	26	63.4%
良かった	15	36.6%
総計	41	100.0%



感想の記述内容をみると、主に以下の内容が寄せられた。

(感想の主な内容)

- ①オープンファクトリー時の守るべき知的財産について見識が深まり、有意義だった（16件）
- ②企業の具体的な取組が分かって良かった（8件）
- ③オープンファクトリー参加の効果が分かったのが良かった（5件）
- ④知的財産の専門家と実践企業の話が分かりやすかった（2件）

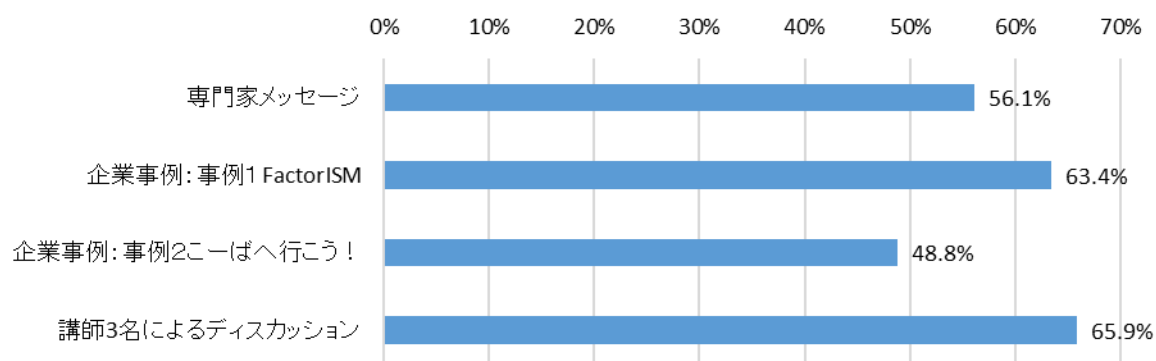
また、今後の要望につながる内容としては、「見せ方についても知りたかった」という意見や「チェックリストを待ちます」との記載があった。

設問4 印象に残ったプログラム（複数回答可）

特に印象に残ったプログラムを複数回答可で尋ねたところ、講師3名によるディスカッションが66%と最も多く、次いで企業事例1のFactorISMの実践例63%となった。

図表4 印象に残ったプログラム（複数回答可） N=41

プログラム名	数	%
専門家メッセージ	23	56.1%
企業事例：事例1FactorISM	26	63.4%
企業事例：事例2こーばへ行こう！	20	48.8%
講師3名によるディスカッション	27	65.9%



設問5 主催者（近畿経済産業局）への要望、手引きへの意見等

主催者への要望や手引きへの意見等の記述内容をみると、主に以下の内容が寄せられた。手引き完成後に参加者に対して発信が求められる。

（要望、意見等の主な内容）

- ①知的財産について考えるきっかけとなった、ガイドやお約束を共有いただけるのはありがたい（4件）
- ②リスク面をテーマにしたセミナーはなかなかなく大変勉強になった、失敗例も知りたい（2件）
- ③オープンファクトリーの募集方法や集客手法を知りたい（2件）
- ④見学ルート of 安全確保は、フォークリフトや手すり等の注意事項も必要、小学生以下の入場者に対する安全対策を教えてもらいたい（2件）
- ⑤WSのアイデアをどう出しているかを知りたい（1件）
- ⑥立入禁止のサイン等の表記を英語でも欲しい（1件）
- ⑦今後もこのようなイベントがあれば参加したい（1件）

貴局と協議の上、以下に示すアンケート調査票を作成し、当日配布し、その場で41票を回収した。

(アンケート調査票)

オープンファクトリー時の注意点～魅せるための転ばぬ先のつえ～
Featuring 関西オープンファクトリーフォーラム vol.31
<アンケート>

今後の事業の参考とするため、アンケートへのご協力の程よろしくお願い致します。

【1】参加された方の所属企業・機関について、お答えください。

所在地(勤務地)	①兵庫県 ②大阪府 ③京都府 ④滋賀県 ⑤奈良県 ⑥和歌山県 ⑦福井県 ⑧上記以外の都道府県(都道府県名_____)
業種	①製造業 ②小売・卸業 ③情報通信業 ④サービス業 ⑤教育・研究機関 ⑥行政(自治体・産業支援機関等) ⑦その他(業種名_____)

【2】本日のセミナーをどこでお知りになりましたか。

情報源(複数回答可)	①自治体・産業支援機関・商工会議所からの案内やホームページ ②近畿経済産業局のホームページやメールマガジンの案内 ③事務局からのDM・講師からの案内 ④その他(_____)
-------------------	---

【3】本セミナーの全体的な満足度や感想をお聞かせください。

満足度 (当てはまるものに○をつけてください)	①大変良かった ②良かった ③ふつう ④あまり良くなかった ⑤良くなかった
参加した感想 ※ご自由にご記入ください	

【4】特に印象に残ったプログラムとその理由をお教えてください。

特に印象に残ったプログラム (複数回答可)	①専門家メッセージ：オープンファクトリー時の注意点～魅せるための転ばぬ先のつえ～ ②オープンファクトリー企業事例：事例1 FactorISMより ③オープンファクトリー企業事例：事例2 こーばへ行こう！より ④講師3名によるディスカッション
その理由 ※ご自由にご記入ください	

【5】セミナー主催者(近畿経済産業局)への御要望、手引きへのご意見がありましたら、お聞かせください。

※ご自由にご記入ください	
---------------------	--

アンケートへのご協力、ありがとうございました。

※ご記入いただいた個別の内容は今後の近畿経済産業局の運営のためのみに活用し、公表することはありません。

4. 実施期間

請負契約締結日～令和 7 年 2 月 2 8 日（金）

5. 納入物

（１）納入物

①調査報告書の電子媒体（ＣＤ－Ｒ等） １式

調査報告書を納入した。

調査報告書は、ＰＤＦ形式以外にも、機械判読可能な形式のファイル（Microsoft Word、Excel、PowerPoint）で納入した。

②調査報告書電子媒体（ＣＤ－Ｒ等） ２式（公表用）

公表用の調査報告書（手引き、次頁以降に掲載）を一つのＰＤＦファイル（透明テキスト付）に統合し、納入した。

以上

普及用の「手引き」

大阪・関西万博2025前に 今すぐチェック!!

オープンファクトリー時の注意点 ～魅せるための転ばぬ先のつえ～

「何ができるか」はオープンに
「なぜできるか」は秘密に

▶ オープンにする ▶ 未知なるコラボが生まれる ▶ 人材確保につながる



令和7年2月
近畿経済産業局

1

1. 実録 工場内見学ルートはここに要注意!

【要注意ポイント】
社長、説明担当者は話す内容のラインを決めておく

①取引先の未公開情報：絶対守る
②自社の権利化したい未公開デザイン：守る
③技術面で「何ができるか」：アピールOK
④技術、ノウハウについて「なぜできるか」：話さない
質問されたら「企業秘密です」「ノウハウです」で返す

【要注意ポイント】
手順書や注文書等が見えるところに置いていないか？オープンファクトリー実施前に最終チェック

【要注意ポイント】
商品開発エリアや試作品ラインを隠す、立入禁止にする

【要注意ポイント】
写真と動画について、撮影OKエリアと撮影禁止エリアを明確に区分
海外からの参加者にもわかるように、サインで表示

工夫例
説明やwsの場所、見学ルートをつくる
受付が大事：注意事項を提示、サインを得る

工夫例
立入禁止の表示をテープを貼る等により明確に

工夫例
若手を起用、オープンファクトリー企画を任せる

工夫例
動かせない機械や事務エリアも布等でカバー、見えないように
見学の列から離れる人がいないかは要チェック

2

2. 受付やワークショップ等での工夫例

工夫例 受付での「お約束」掲示とサイン

工場見学時に守ってほしいことを確認することは、見学時の事故防止だけでなく、知的財産の流出を防ぐことにつながります！
しかし、同意書などの難しい書類を用いることは、オープンファクトリーの意義に反する意見も多く、気兼ねなく同意を得られる『お約束の掲示』なら楽しくオープンファクトリーに参加ができるのではないのでしょうか。
掲示用『お約束』は次のページにて掲載しています。
→受付に注意事項を提示、参加者リストに確認のサインをしてもらうだけでも、自社を守ることにつながります。
(こんな工夫も！)
メンバーカードを用意して、裏面に注意事項を入れておく。
カードを作ることで、参加者もオープンファクトリーの一員として感じてもらいやすい。



ようこそ！！
●●工業へ
Open Factory2025

参加にあたっての「お約束」

受付でサイン→中にどうぞ！
1.....
2.....
(次頁に詳細)

工夫例 撮影スポット

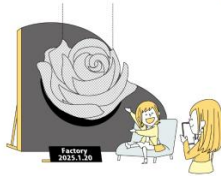
来場者にぜひ見て欲しいスポットや製品があれば、オープンファクトリー時の写真スポットにする事で、オープンファクトリーが一生涯の思い出に！
→工夫のおかげで
・SNS等で注目を集めやすくなります。
・撮影スポットがあると、メディアに取り上げられやすくなります。
※工場内で撮影されたくないエリアには撮影NGのサインや目隠し等しっかり区分を行いましょう。

工夫例 ものづくり体験などのワークショップ

自社の技術や製品に関するワークショップ（以下「WS」という）を企画することで、大人だけでなく、子どもも参加しやすくなります！
※特にB to Bの企業の場合、自社の製造技術を用いたWSを企画する事で、イメージしにくい企業の事が伝えられます。
→工夫のおかげで
・親子で参加しやすいと、大人も一緒に参加します。
・参加した証として帰るものができると拡散されやすくなります。
・観光や修学旅行のツアーに組み込まれやすくなります。

工夫例 ショップ併設

オープンファクトリーに参加した後は、企業の魅力を感じ取り、多くの参加者が企業のファンになりやすくなります。そこに企業の製品に対する購入できるショップやスポットを設けることで、お土産として購入してくれる機会づくりになります！
→工夫のおかげで
・購入した製品を使って周囲の人に紹介する“エア社員”になってもらえます。
・写真スポットにもなり、注目を集めやすくなります。



手元危険な場合は大人同伴
(子どもだけにならないように要配慮)



3

3. 「お約束」掲示例や個別受入時の秘密保持誓約書文例 等

(文例) オープンファクトリー実施時の受付での「お約束」掲示例

ようこそ！！
●●工業へ
Open Factory2025

参加にあたっての「お約束」

サインして中にどうぞ！
1.....
2.....
3.....

【受付で名前記入の場合】
「お約束」を見てもらい口頭で説明した上で、受付名簿に名前を書いてもらう。
(グループ毎に実施すれば、受付に手間取らない)

【参加カードの場合】
同じ内容をカードに入れておき、サインと引き換えに、カードを渡す

私は・・・
①
②
③
令和○年 月 日
(サイン欄) 本人サイン

参加にあたっての「お約束」

(日本語、必要に応じて英語等を用意)

私は●●工業のオープンファクトリーに参加するにあたり、次のお約束を守って参加します。

1. オープンファクトリーのゲストとして楽しみます。
2. 見学ルートを守り、それ以外には立ち入りません。工場内は気をつけて歩きます。
3. 写真撮影禁止の場所では写真・動画を撮影しません。
4. WSでつくる私の作品の写真を、御社のSNSやウェブサイトに出すことを許可します。
5. 私の後ろ姿の写真は、
・出しても構いません
・出さないでください
(受付名簿でどちらかに○)

(参考) 取引先等の工場見学受入れに関する「秘密保持誓約書」の文例

取引先や新規顧客の工場見学を受け入れる場合は、相手先がはっきりしており、工場内の知的財産の漏洩防止のために、秘密保持誓約書を交わすことが重要です。知的財産の管理がしっかりしている企業だという印象を与えることもできます。

工場見学に関する秘密保持誓約書 令和××年×月×日

〇〇〇〇株式会社
〇〇〇〇殿

〇〇〇〇株式会社
〇〇〇〇印

私は、貴社〇〇〇製造工場を見学させていただき、次の事項を厳守し、いささかも貴社にご迷惑をかけぬことを誓約いたします。

記

1. 私は、工場見学に際し貴社が見学ルートとして特定した場所以外について、立ち入りを行いません。
2. 私は、工場見学に際し貴社の許可を得ることなく一切の写真撮影、録画、録音をいたしません。
3. 私は、工場見学中に得た情報について、貴社の許可なく公表をいたしません。但し、見学中に貴社から許可を得て撮影した写真、見学中に案内担当者から説明を受けた内容、配布された書類については除きます。
4. その他、オープンファクトリー現場での貴社からの指示を遵守して見学することを誓約して参加いたします。

以上

出典：INPIT「知っておきたい知的財産契約の基礎知識（別冊）」
(10)秘密保持誓約書を参考に、ダン計画研究所作成2025

4

4. オープンファクトリー 嬉しい効果 ◀▶ 避けよう！リスク

嬉しい効果

【伝わる、自信を持つ】

- ・地域の住民の方がやって来る、「何をしている工場」かが伝わる
- ・工場見学が、一般ユーザーとのタッチポイントとなり、ものづくりへの理解が深まる
- ・参加者にファンになってもらえる、会社のブランディングにつながる
- ・社員が自信を持って話をするようになる
- ・工場が綺麗になる
- ・見学コースを創る際に検討することで、隠すべき場所が明確になる
- ・メディアに取り上げられることが増える（例 人気番組で紹介され電話回線が注文ですと通話中になった）

【未知なるコラボが始まる】

- ・取引先が見に来る
 - ・潜在的な共創先や取引先が見に来る（イベント実施時だと、見に来やすい）
 - * 商社等がリサーチに来る
 - * デザイナーが見に来る、大学関係者が見に来る
- （例 著名デザイナーが新商品に素材を活用、展示会でブースが賞を受賞）

【採用・人材定着につながる】

- ・自転車や徒歩で通勤できる工場周辺の人からの応募が増える
- ・定期的に参加していたファンが、人材募集に応募してくる（例 1名の溶接工採用が350倍に、事務スタッフでも150倍に！）
- ・職場の雰囲気分かり、家族にも一緒に参加してもらえ
- ・自信を持って語る、社員が誇りを持つ、人材が定着、社員が優しい顔でWSを実施

避けよう！リスク

【要注意】取引先の未公開情報

- ・特にB to Bの場合は要注意。信頼を失うことにつながりかねません。

- * 取引先の発売前の新商品が、無造作に置いてある※
- * 取引先の試作品が、見える場所にある※
- * 発注書の伝票が、見える場所に置いてある
- * ラインに「○○○様ライン」と取引先名が書いてある

※原則、出願前に日本国内において公知となったデザインは、意匠権登録を受けることができません。

取引先の未公開情報は見せない！

【要注意】自社の未公開情報

- ・新商品を開発したのに、特許・意匠等が登録できない懸念があります。

- * 自社の発売前の新商品が、無造作に置いてあり、見える
- * 自社の試作品が、見える場所にある
- * 素材等の仕入れ先の伝票が、見える場所に置いてある

自社の新商品のデザインは見せない！

【要注意】ノウハウ・営業秘密

- ・言いたくなる気持ちはわかりますが・・・

- * 外からは見えない製造ノウハウを話してしまう→ NG
- * 大手取引先や誰もが知っている施設で使われていると名前を出す（特に質問に答える際、つい話してしまうことがあります）

なぜできるかは秘密に！

- ・本来秘密にしたい作業中の職人の手元や、機械の微調整等の現場を撮影されて、独自の工夫が流出してしまう懸念があります。

5. 専門家メッセージ 「これだけは押さえてほしい知財のツボ」



K & T 特許商標事務所
パートナー弁護士
北野 修平 氏

オープンファクトリーを実施された企業の皆様には、予想以上のメリットがあることを教えて頂きました。企業の存在や特徴が広まることで新たな商品開発や新たな事業分野への進出のきっかけになることは予測できましたが、それ以外にも社員が自社の商品にプライドを持つ、地域の方とのつながりや企業に対する理解が深まる、新規採用への好影響など多くのメリットがあるとのことでした。

一方で、オープンファクトリーでは、自社のアイデア、ノウハウの境ともいえる工場に第三者を招くわけですから、これらの流出、喪失のリスクがあるのは当然です。未公開のアイデアやデザインについては、特許権、意匠権などの知的財産権を取得することで保護できます。まずはオープンファクトリーの前に、有用なアイデア、デザインについて権利取得の手続きをしておくことをお勧めします。間に合わない場合、見たらわかってしまうもの（デザインや外見から分かるアイデア）については、隠しておきましょう。

外見から分からないアイデアは、話してしまわなければ問題ありません。その際、何ができるか（耐久性が向上するなど）はどんどん話して頂いて構いませんが、なぜできるか（コーティングの材質を変えたなど）を話さない、というのがどこまで話してよいかの一つの基準となります。

工場内には取引先の未公開製品、試作品が置いてある場合があります。これらを見せてしまうことは、取引先が知的財産権を取得する機会を奪ってしまうことになるかもしれません。これだけは絶対にないように留意してください。

この資料が知的財産喪失のリスクを抑えつつ、安心してオープンファクトリーの実施にチャレンジするきっかけとなることを期待しております。

【知的財産制度の概要】

- ①自社で創作したアイデア、デザインについて他人を排除する権利（知的財産権）がとれる！
技術的アイデア：特許権、実用新案権
デザイン：意匠権
- ②知的財産権は、自由競争主義の例外をなす強力な独占権
権利者ができること
差し止め：（例）侵害やめさせる、在庫廃棄、生産設備廃棄
損害賠償：（例）正規品1個の利益×侵害品数
他社類似製品の発生を抑制し、有利な環境で事業が進められます。
ぜひ権利取得をご検討ください！
- ③アイデア／デザインの権利取得は、「公知でない」ことが条件
アイデア／デザインを来場者に知られると「公知」となってしまいます。
オープンファクトリーの前に権利取得の手続きを行うことをお勧めします。
手続が間に合わない場合、「公知」とならないような準備、当日対応が必要です。

【オープンファクトリー時の知財の留意点】

- ①まずは事前の権利取得の手続きを検討してください
手続（特許庁への出願）にはある程度の時間が必要です。
余裕をもって進めましょう。
時間が無くて何とかなる場合もあります。
お付き合いのある弁理士にご相談ください。
海外への出願等について、公的な補助制度もあるので、相談窓口等で確認してください。（巻末に掲載）
- ②事前手続きが間に合わない場合、知財を失わない準備、対応を！
事前準備として、見られて公知になるものを隠す。
当日間かれたら「そこは企業秘密です（笑）」でかわす／興味をひく。
- ③話していいかどうかの判断基準は？
「何ができる」はOK、「なぜできる」はNG！
当日対応する社員さんに徹底するようお願いください。
社長を含む会社上層部の皆さん、サービス精神でうっかり話さないよう注意してください！

【まとめ】信用と知的財産で「損」をしないためのポイント

【知っておきたい知的財産知識】		【守りたいノウハウ・営業秘密、取引先の未公開情報】	
「何ができるか」はオープンに 自社の技術や加工の特徴について、社長から社員まで共通の言葉で自社を語りましょう。アドリブもOKですが、加工方法などの話してはいけない線引きを作り、社内で共有しておきましょう。 特に、社長とトップ営業マンは話しがちです。人一倍の自制意識を！		「なぜできるか」「新しい形」は秘密に 製造ノウハウで工場内で使っている以上、誰にもわからないものです。製造工程における「なぜできるか」を支えるちょっとした工夫は、秘密にしましょう。ただし、秘密としての管理は一定、必要です。	
大切なアイデア・デザインは出願を 技術的アイデアについては特許出願を、意味を込めた言葉やマーク等で守りたいものは商標出願を、デザインは意匠出願を しましょう。 商標は信用を守るものなので、区分（商品やサービス区分を選ぶ）の中で最初に出願した人が要件をクリアしていれば登録できます。 ※なお、展示会へ出展する際も守りたいものは事前に出願することがお勧めです。		取引先の未公開情報は必ず守る 一番良くないのは、取引先の発売前の商品や、未公開の技術情報・デザインを、思いがけず話してしまったり、見学コースから見えるところに新商品や中身がわかる箱が置いてあることです。「 お客様の世に出てない情報は絶対守る 」と意識しましょう。	
知的財産権は取ったきりじゃない 特許権・意匠権を登録できたら「世界で初めて自分達が開発した」と自信を持って説明できます。また、外観からわかりやすい意匠・商標の場合、模倣したと考えられる後発メーカーに対して、権利者は「警告書」や、その手前の「通知書」で指摘することもできます。 権利を取ってそのままでなく、中小企業も堂々と活用しましょう。		受注型、試作開発企業は特に注意を 長年のつきあいがあり、信頼関係が深い取引先ほど、長年の商習慣での受発注になっていて、改めて契約書を交わしていないことが多いのも事実です。特に受注加工や、試作開発型の企業の場合、取引先と一緒に創り上げることも多いため、誰の情報かが明確に区分別れないまま工場現場に混在しがちです。 オープンファクトリーの前に今一度チェック、ライバル企業の目線でチェックしてみましょう。	

7

オープンファクトリー直前チェックリスト

オープンファクトリーについて	☑	項目	備考
	☐	「何のために」オープンファクトリーを実施しているかを、社長・担当者で共有しているか？	実施直前の打合せで再度、確認
	☐	見学ルートの安全が確保されているか？	事前に見学ルートを担当者が歩いてチェック （子ども、高齢者、性別を意識して、見学者目線で直前にチェック）
	☐	滑りやすい場所、機械が熱い場所、階段等の注意を掲示してあるか？	
	☐	トイレ等の案内ができていますか？	
	☐	工場内の清掃状況を、直前にチェックしたか？	
知的財産について	☑	項目	備考
	☐	取引先の発売前商品や未公開デザインを隠してあるか？	競合会社も視察に来ると想定して、商品、箱、パッケージをチェック
	☐	自社の発売前商品や未公開デザインを隠してあるか？	実施直前の打合せで再度、確認
	☐	技術や加工方法・ノウハウについて、「何ができるか」はオープンにしても良いが、「なぜできるか」は秘密と、社長と担当者が理解しているか？	
	☐	見学ルートの線引きはできていますか？	テープやカバーで物理的にブロック 立入禁止場所を明確に表示
	☐	新商品開発に関わるエリアや試作品を隠してあるか？見学ルートから見えるところに残っていないか？	
	☐	製造ノウハウに関わる場所は隠しているか？人が入れないようにしているか？	目線を上げてラインの上や壁等を再確認
	☐	取引先の名前がラインに残っていないか？	
	☐	注文書や作業手順書が見えるところに置いたり貼っていないか？	サインで表示
	☐	撮影禁止などの表示が適切にできていますか？	
	☐	見学時に守ってほしいことを提示したり、説明しているか？	守ってほしいことの整理

8

相談可能な窓口及びポータルサイト紹介

■知財総合支援窓口

中小企業等が抱える様々な経営課題について、自社のアイデア、技術、ブランドなどの「知的財産」の側面から解決を図る支援窓口です。
知財総合支援窓口は、各都道府県に設置しており、地域に根付いた支援を行っています。

TEL 0570-082100
全国47都道府県に設置されたお近くの窓口につながります。

知財総合支援窓口 知財ポータル
<https://chizai-portal.inpit.go.jp/>



■近畿経済産業局 ～知的財産活用支援サイト～ みんなの関西ちざいば

近畿経済産業局では、近畿地方の企業・産業支援機関等に不可欠な知的財産に関する基礎知識や支援施策、イベントなどの最新情報を集約した知財ポータルサイト（知的財産活用支援サイト「みんなの関西ちざいば」）を開設しました。
近畿地方の企業・産業支援機関等が知的財産の情報を探す際に「まず見るサイト」を目指して、独立行政法人工業所有権・情報研修館 近畿統括本部（以下、「INPIT-KANSAI」という。）、日本弁理士会関西会、日本商工会議所等と連携しつつ、今後もコンテンツを充実させていきます。

～知的財産活用支援サイト～ みんなの関西ちざいば
<https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/kinip/index.html>



この冊子の作成にご協力いただいた皆様 以下、敬称略

【検討会 知的財産専門委員】
K & T 特許商標事務所 パートナー弁理士 北野 修平

【検討会 委員】
共和鋼業株式会社 代表取締役 森永 耕治
藤田金属株式会社 代表取締役社長 藤田 盛一郎
株式会社友安製作所 ソーシャルデザイン部 担当執行役員 松尾 泰貴
株式会社イクシー 代表取締役社長 生駒 健二

【写真提供・検討WS実施協力企業】
共和鋼業株式会社、藤田金属株式会社

□発行・事務局
近畿経済産業局 地域経済部 地域連携推進課
〒540-8535 大阪府大阪市中央区大手前1丁目5-44
大阪合同庁舎第一号館

「令和6年度オープンファクトリー実施事業者における知的財産権の適切なリスク管理に関する調査事業」報告書

□編集・事務局
株式会社ダン計画研究所 TEL 06-6944-1173

□イラスト
ホンマヨウヘイ