

# **近畿知財戦略推進計画 2014**

**平成 27 年 3 月**

**近 畿 経 済 産 業 局**

〔目次〕

はじめに	1
(1) 計画の目的	1
(2) 計画策定の背景について	2
第1章 近畿地域の知的財産を巡る現状と課題	8
1-1 統計データ等から見た地域の「強み」	8
(1) 経済規模に比べて活発な知財活動	8
(2) 知的財産に対する意識の高い中小・ベンチャー企業の集積	9
(3) 大学等研究機関における発明の創出	9
(4) 中小企業における意匠の創出・活用の進展	10
(5) 知財活動を支援する人材、産業支援機関等の集積	11
1-2 統計データ等から見た地域の「弱み」	12
(1) 地域における知財活動	12
(2) 中小企業の1人あたりの特許出願件数	13
(3) 海外における知財活動	13
1-3 企業アンケート調査結果	14
(1) 企業プロフィール	14
(2) 事業内容、経済環境の変化の影響について	15
(3) 知的財産の活用状況、認識について	20
(4) 知財戦略、知財の取得や活用等に向けた取組や工夫	23
(5) 知的財産管理に関する課題、要望	27
(6) アンケート結果から見た近畿地域の中小・ベンチャー企業の強みと弱み	28
第2章 近畿地域の知財活動における課題の分析	29
2-1 知財活動及び事業活動の活発度に着目したタイプ別中小・ベンチャー企業の特徴と課題	29
(1) 企業活動及び事業活動による企業グループの分類	29
(2) 企業グループ別比較にみる、事業活動及び企業活動の特徴及び課題	30
(3) まとめ	38
2-2 企業における知的財産関連の支援策の利用動向	41
2-3 知財関係支援機関及び企業ヒアリングからみる現状と課題	42
(1) 産業支援機関による企業支援の取組状況と利用者属性	42
(2) 産業支援機関から見た近畿地域の知財活動・事業活動の課題	44
(3) 産業支援機関及び中小・ベンチャー企業から見た必要な支援	46
第3章 取り組みの方針	50
(1) 取り組みの方針と支援対象	50
(2) 具体的な企業支援の取り組みの方向性	52
(3) 取り組みの実現に向けたネットワークづくりに向けて	54
第4章 知的財産の戦略的活用のためのアクション・プラン	55

## はじめに

### (1) 計画の目的

2013年6月7日に閣議決定された「知的財産政策ビジョン」では、中小・ベンチャー企業は社内に十分な知財部門を有しておらず、独力で知財マネジメントを行うのは困難で、外部専門家や関係機関からの支援が必要であるが、地域における専門家や関係機関の支援体制は未だ十分ではなく、中小・ベンチャー企業の知財活動を活性化させるためには、各地域の経済産業局を中核として、地域金融機関も含めた関係機関、地方自治体、専門家とのネットワークを強化し、各地域の状況に合わせた知財支援の取組を推進する必要があると述べられている。

また、2014年6月25日に閣議決定された『「日本再興戦略」改訂2014』では、日本の稼ぐ力の強化と世界最高の知財立国の実現に向けて、イノベーション創出を促す知的財産システムの強化に取り組むこととしている。

こうした状況を踏まえ、特許庁では、今後の中小企業・地域支援の基本方針を策定するため、2014年5月に有識者による「中小企業・地域知財支援研究会」を立ち上げた。同年7月にとりまとめられた報告書においては、中小企業の知財活用の裾野拡大とその支援の必要性が指摘されている。

近畿地域の中小・ベンチャー企業知財支援施策については、2010年に第3期計画（2010年度～2013年度）である「近畿知財戦略推進計画2010」によって、知財経営の一層の推進と、それを支援する支援機関の強化と連携推進を目指すアクション・プランが示され、これに沿って様々な事業に取り組んできたが、第3期計画が2013年度に終了を迎えたため、2014年度以後の指針となる新たな計画が必要である。

このため、「近畿知財戦略推進計画2010」に基づく支援及び近畿地域の中小・ベンチャー企業の知財活動の状況及び近畿経済産業局が実施した各種知財支援策の実施状況等を検証するとともに、次期（概ね3～4年）の支援策を提言する、「近畿知財戦略推進計画2014（以下、「第4期計画」という。）」を策定する。

近畿地域においては、第3期計画で掲げた「1. 企業経営における知財活動の支援」、「2. 地域の特性を活かした知財戦略の支援」、「3. 知財支援ネットワークの構築と連携の推進」の3つのテーマのもと、経営と一体となった知財活動に対する支援を進めてきた。これまでに、知財ビジネスマッチング、近畿知財塾、事例調査、模倣品対策、海外知財に関する事業等で先進的な取組みを推進し、厳しい経済環境の中、活発な知財活動につながってきたところである。

また、先の「中小企業・地域知財支援研究会」報告書でも言及されるとおり、知財の視点から見ると中小企業の「裾野」の広がりには依然として限定的であることから、第4期計画は、「知財活用の裾野を広げる」ことを重点目標に、中小企業の知財活用の実態を把握するため、業種や知財の活用状況に関係なく幅広い企業にアンケート調査を実施し、知財活動と事業活動の関連性に着目してタイプ別に課題を抽出・整理し、必要な支援策の方向性を整理する。

## (2) 計画策定の背景について

### ① 中小企業における知財活用の裾野拡大とその支援の必要性

#### 『「日本再興戦略」改訂 2014－未来への挑戦－』における知的財産の位置づけ

2014年6月24日に閣議決定された『「日本再興戦略」改訂 2014－未来への挑戦－』では、「日本産業再興プラン」において提言された6つのアクションプランの1つである「科学技術イノベーションの推進/世界最高の知財立国」に向けて、新たに講ずべき具体的施策の1つとして、「知的財産・標準化戦略の推進」が打ち出され、日本の稼ぐ力の強化と世界最高の知財国の実現に向けて、職務発明制度の見直しや営業秘密の保護強化、知財人材の育成など、世界最速・最高品質の知財システムの確立に向けた検討の加速が期待されている。

#### 「日本産業再興プラン」の体系、「知的財産・標準化戦略の推進」の具体的方策

1. 緊急構造改革プログラム（産業の新陳代謝の促進）
2. 雇用制度改革・人材力の強化
3. 科学技術イノベーションの推進/世界最高の知財立国
  - ①職務発明制度・営業秘密保護の強化
  - ②国際的に遜色ないスピード・質の高い審査の実現
  - ③新市場創造型標準化制度の構築
4. 世界最高水準のIT社会の実現
5. 立地競争力の更なる強化
6. 地域活性化・地域構造改革の実現/中堅企業・中小企業・小規模事業者の革新

#### 知的財産の裾野拡大に向けた普及活動と支援の必要性

一方、特許庁では、特許出願件数に占める中小企業等による出願の割合は約12%と米国の半分以下であり、中小企業の「裾野」の広がりには依然として限定的であることを踏まえて、2014年5月に「中小企業・地域知財支援研究会」を立ち上げ、7月に報告書を取りまとめた。

報告書では、今後の活動方針として「1. 中小企業の多様性と経済環境の変化に対応する支援メニューの整備」、「2. ワンストップ支援の拡充」、「3. 中小企業知財支援人材の育成に向けた活動の強化」、「4. 支援策の普及を中核とする、フィードバックや施策立案体制の整備」の4つの柱を策定し、総合的な支援強化ためには、ユーザー目線での施策立案と継続的フォローアップに関係者一体となって取り組むことが求められている。

## 裾野拡大に向けた中小企業向け普及活動（現状と課題）

- 「中小企業支援策の普及活動」については、実施主体の国等が、①直接中小企業経営者等に対して「個別訪問」による支援策の普及・啓発を実施。しかし、直接の普及活動に関しては限界あり。支援機関等への「セミナーや説明会」等を実施し、**間接的に中小企業の支援策の活用を促す活動を一層強化することが必要。**
- 「中小企業の知財マインドの醸成」については、事業視点の知財啓発に向け、①知財活動を実施する中小企業経営者等、②中小企業支援者に対し、制度の概要や支援策について普及活動を実施。**知財以外の分野で中小企業と接点の多い支援者・支援機関との協力強化が重要。**



## 今後の活動の基本方針

: 知財の裾野拡大との関わりが深い項目

### 1. 中小企業の多様性と経済環境の変化に対応する支援メニューの整備

#### (1) 海外展開支援の強化

#### (2) 裾野拡大に向けた金融面での支援の強化

- ①知財を活用した融資制度の拡大
- ②知財権（ノウハウを含む。）を活用したビジネスに対する融資等を拡大するための総合的施策の構築

#### (3) 中小企業の減免制度の利用拡大

#### (4) オープン・クローズ戦略を意識した支援の強化

#### (5) 知財への気づきを与える裾野拡大策の強化

- ①ベンチャー育成・新事業スタートアップ時の支援
- ②デザイン・ブランド構築支援
- ③権利活用面での支援
- ④相互交流型少人数セミナー等支援手法の改善

### 2. ワンストップ支援の拡充～知財総合支援窓口の抜本の見直し～

#### (1) ワンストップ窓口としての定着に向けた「継続性」の確保

#### (2) 中央統括機能の充実

#### (3) 支援の幅の拡充と質の向上

#### (4) 地域の実情に応じた利便性の高い支援体制の整備

### 3. 中小企業知財支援人材の育成に向けた活動の強化

#### (1) 地域で求められる支援人材像

#### (2) 支援人材の確保

#### (3) 支援人材育成に向けた研修等の強化

### 4. 支援策の普及を中核とする、フィードバックや施策立案体制の整備

#### (1) 知財や中小企業の関係者が一体となった施策の普及

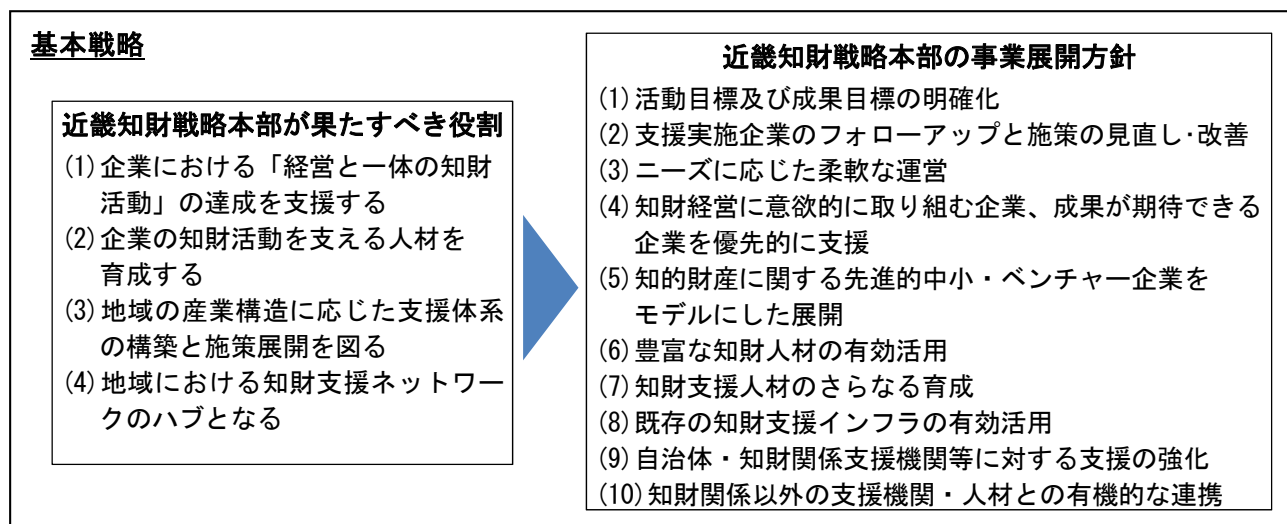
#### (2) 知財総合支援窓口を拠点とした施策の展開

#### (3) 事業化プロセス全体を通じた普及活動の重要性

#### (4) 支援策構築と普及の両面を視野に入れたPDCAサイクルの確立

## ②第3期計画の取組状況

2010年5月に策定した「近畿知財戦略推進計画2010」（第3期計画）では、基本戦略として企業における経営と一体の知財活動の達成支援や、知財活動を支える人材育成などに重きを置いた事業展開方針を打ち出し、基本戦略の実現に向けて、近畿知財塾の開催や知的資産経営報告書の普及・啓発、知財ビジネスマッチングフェアなど、先進的な取組を推進してきた。



### 知的財産の戦略的活用促進のためのアクション・プラン

#### 1. 企業経営における知財活動の支援

地域・中小企業等における知財マインドの醸成	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 中小・ベンチャー企業向け知財セミナー（KIP-NET セミナー）</li> <li>(2) 経営者向け知財経営戦略ビジネスセミナー</li> <li>(3) 大学等研究者向け知的財産セミナーの開催</li> <li>(4) ホームページ、メールマガジン等による情報提供</li> </ol>
中小企業等の社内体制の構築に対する支援	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 近畿知財塾の開催</li> <li>(2) 知財支援人材インターンシップ事業の実施</li> <li>(3) 職務発明・先使用権制度相談会の開催</li> <li>(4) 地域中小企業知財戦略コンサルティング事業</li> </ol>
中小企業等の知財活動に対する支援	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 中国ビジネスにおける知財戦略支援人材の育成と企業等の支援</li> <li>(2) 中国との共同研究開発及びライセンス契約に関する調査</li> <li>(3) 知的資産経営報告書の普及・利活用の促進及び評価・認証手法の検討</li> <li>(4) 地域中小企業外国出願支援事業の実施</li> <li>(5) 海外模倣品対策支援策情報の普及・啓発活動</li> </ol>
知財の権利活用に対する支援	<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 知財ビジネスマッチングフェア2010の開催</li> <li>(2) 動画配信による特許権利活用の促進</li> <li>(3) 意匠権利用促進のための活用事例集の作成及び普及・啓発</li> </ol>

#### 2. 地域の特性を活かした知財戦略の支援

- (1) 知財先進都市支援事業の実施
- (2) 感性価値創造とデザインの知的財産戦略に関するシンポジウムの開催
- (3) 若手社会人デザイナー向け知財マネジメント講座の開催
- (4) 地域ブランドの活用支援

#### 3. 知財支援ネットワークの構築と連携の推進

- (1) 地域の中小企業支援体制における相談窓口の一本化の検討
- (2) 中小企業支援機関と知財相談窓口との相互連絡体制の構築
- (3) 関係機関連絡会議の開催

第3期の特許室事業	H23	H24	H25	H26
1. 企業経営における知財活動の支援				
【地域・中小企業等における知財マインドの醸成】				
知財ワークショップの開催	→	→	→	→
ホームページ、メルマガによる情報提供	→	→	→	→
【中小企業等の社内体制の構築に対する支援】				
近畿知財塾の開催	→	→	→	→
知財インターンシップ事業の実施	→	→		
中小企業の知財体制先進事例調査	→			
【中小企業等の知財活動を支援する】				
中小企業外国出願支援	→	→	→	→
海外展開の調査、関連施策説明キャラバン	→	→		
【知財の権利活用に対する支援】				
知財ビジネスマッチング	→	→	→	→
中国等の海外ビジネスにおける知的財産戦略ガイドブック作成	→	→	→	→
特許技術等動画制作	→			
知財戦略活用シンポジウム	→			
次世代産業創出支援(大学発シーズの活用)		→	→	→
知財人材の自立型輩出・育成・活用モデルの実証		→		
中小企業の知財活用促進のための外部環境のあり方調査		→		
関西クリエイティブ・プロダクツ プロモーション事業 海外展開指南塾2013			→	
2. 地域の特性を活かした知財戦略の支援				
若手デザイナーのための知財マネジメント講座	→			
地域団体商標の活用促進				→
3. 知財支援ネットワークの構築と連携の推進				
知財総合支援窓口(特許等取得活用支援事業)	→	→	→	→
関係機関連絡会議の開催	→	→	→	→

## ■第4期計画素案の策定に向けた基礎調査実施概要

### (1)「近畿知財戦略推進計画2014」素案策定検討委員会の設置

近畿地域の中小・ベンチャー企業の知財活動の現状及び課題の整理、整理のための調査方針の検討、課題から必要とされる支援策をはじめとする第4期計画の検討・とりまとめを実施。

#### 【研究会委員】(◎は委員長を示す)

氏名※敬称略	所属・職名
土生 哲也◎	土生特許事務所 弁理士
大野 健造	一般社団法人大阪発明協会 (知財総合支援窓口)
柴田 鉄也	商工中金 大阪支店 営業第一部長
高安 輝樹	株式会社昭和 代表取締役社長
西岡 泉	大阪工業大学 大学院 知的財産研究科教授
松下 正	古谷国際特許事務所 弁理士(日本弁理士会近畿支部 知財普及・支援委員会委員長)
西尾 元宏	近畿経済産業局 地域経済部 産業技術課 特許室長

#### 【開催概要】

回数	開催概要
第1回(平成26年9月5日)	委員会設置、趣旨説明、文献調査報告、意見交換、アンケート項目の検討
第2回(平成26年10月31日)	アンケート結果報告ヒアリング中間報告、意見交換
第3回(平成26年12月5日)	調査結果報告、調査結果及び計画素案の骨子に関する意見交換

### (2)中小・ベンチャー企業アンケート調査

近畿地域の中小・ベンチャー企業を対象に、知的財産の取得・活用状況の現状把握と、事業活動に連携した知財活動を活発にするための課題抽出に向けて、郵送アンケート調査を実施。

#### 【実施概要】

調査対象者、対象者数	近畿管内の中小・ベンチャー企業(主に製造業)有効対象者・2,976社
調査期間	平成26年9月～10月
有効回答者数・回答率	843票 有効回答率 28.3%
調査項目	企業の事業活動：企業概要、事業内容及び経済環境の変化の影響 企業の知財活動：知的財産の活用状況・認識、知財戦略・知財の取得や活用等に向けた取組や工夫、知的財産管理の課題、知的財産活動への支援策の活用状況など

### (3)中小・ベンチャー企業及び知財関連支援機関等へのヒアリング調査

近畿地域の中小・ベンチャー企業の知財活動の現状及び課題、支援ニーズを把握・整理するため、近畿管内の知財総合支援窓口をはじめとする産業支援機関及び、知財活動を実践・模索している中小・ベンチャー企業に対し、訪問ヒアリング調査を実施。

#### 【実施概要】 ※調査項目等はp.42参照。

調査対象者、対象者数	計32事業所(産業支援機関：17機関、中小・ベンチャー企業：15社)
調査期間	平成26年9月～12月



## ■本計画の構成

はじめに ー計画策定の背景と目的

### 第1章 近畿地域の知的財産を巡る現状と課題

1-1 統計データ等から見た地域の「強み」

1-2 統計データ等から見た地域の「弱み」

1-3 企業アンケート調査結果

(統計データ、及びアンケート調査結果を中心に近畿地域の特徴を記載)

※本章におけるデータの出典について

以下の中小企業の統計データの出典の「特許庁推計(中小企業産業財産権関係統計)」は、特許庁が保有する中小企業基本法第2条第1号において定義されている中小企業の出願データと、民間の信用調査会社が保有する企業データをクロス集計させて、特許庁が推計したものである。

該当箇所 1-1 (1)経済規模に比べて活発な知財活動  
(4)中小企業における意匠の創出・活用の進展

1-2 (1)地域における知財活動  
(2)中小企業の1人あたりの特許出願件数が低調、中小企業間で取組格差がみられる  
(3)海外における知財活動

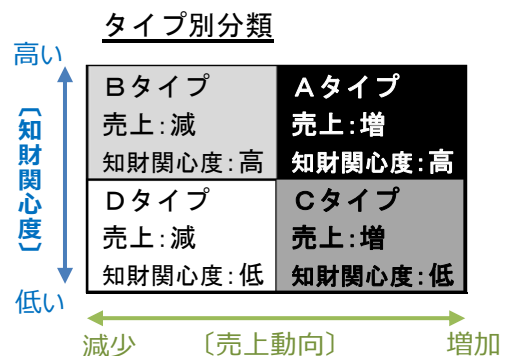
### 第2章 近畿地域の知財活動における課題の分析

2-1 知財活動及び事業活動の活発度に着目したタイプ別中小・ベンチャー企業の特徴と課題

2-2 企業における知的財産関連支援策の利用動向

2-3 知財関係支援機関及び企業ヒアリングからみる現状と課題

(アンケート調査項目の内、①知財への関心度、及び②最近3年間の売上高動向に着目し、回答企業を4タイプに分けて傾向を分析。タイプ別の支援ニーズを検討。)



### 第3章 取り組みの方針

今後の取り組みに関する基本の方針

### 第4章 知的財産の戦略的活用のためのアクション・プラン

取り組みの方針を受けた具体的な取り組みや支援策

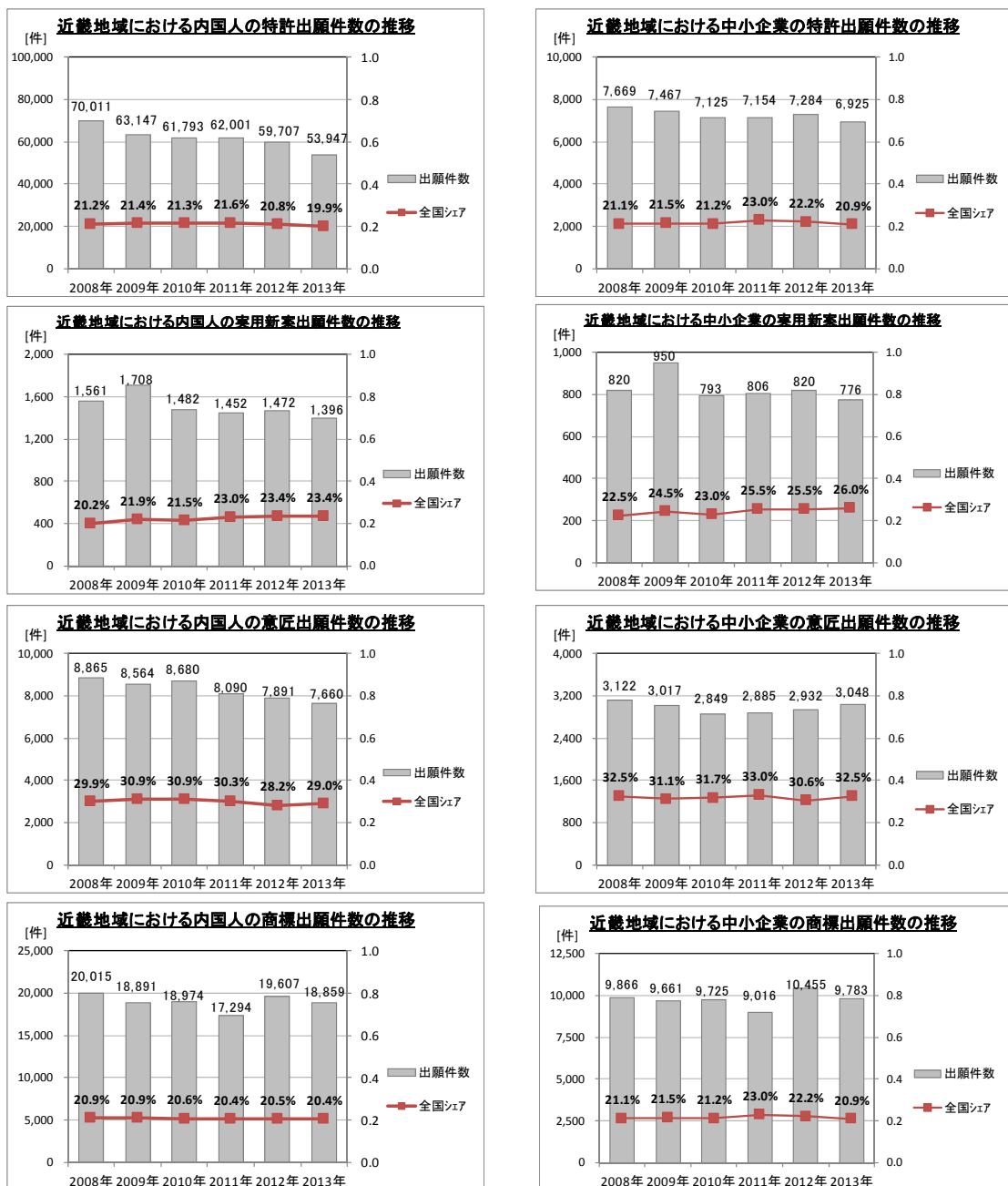
# 第1章 近畿地域の知的財産を巡る現状と課題

## 1-1 統計データ等から見た地域の「強み」

### (1) 経済規模に比べて活発な知財活動

2013年の近畿地域における内国人※1の産業財産権の出願件数の全国シェアは、特許で19.9%、実用新案が23.4%、意匠が29.0%、商標で20.4%に及ぶ。これは、近畿地域の域内総生産の割合16.2%※2を上回る数値となっており、近畿地域においては、経済規模に比べると活発に知財活動が進められていると考えられる。また、中小企業の出願件数の全国シェアは、特許(20.9%)、実用新案(26.0%)、意匠(32.5%)、商標(20.9%)いずれも、内国人の全国シェアよりも上回っている。

【近畿地域における内国人及び中小企業の産業財産権の推移】(出典：特許庁推計(中小企業産業財産権関係統計))



※1 中小企業、大企業、国・自治体、その他の法人、個人の合計

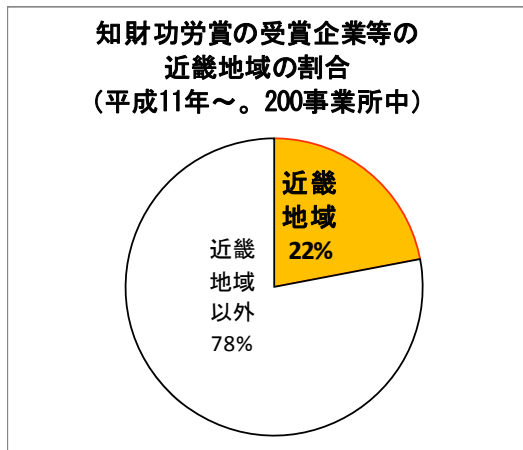
※2 「近畿経済の概要－経済指標でみた近畿－」(H.26.9：近畿経済産業局)による

## (2) 知的財産に対する意識の高い中小・ベンチャー企業の集積

近畿地域における 1999 年以降の知財功労賞の受賞企業は 44 事業所(全体の 22%)に及び、また、近畿地域で受賞した事業所の 48%に相当する 21 事業所が中小・ベンチャー企業である。

また、今回実施したアンケート調査において、売上が増加傾向の企業の 70%が知的財産への高い関心度を示しており、売上が減少傾向の企業(58%)と比べて 12 ポイント上回った。

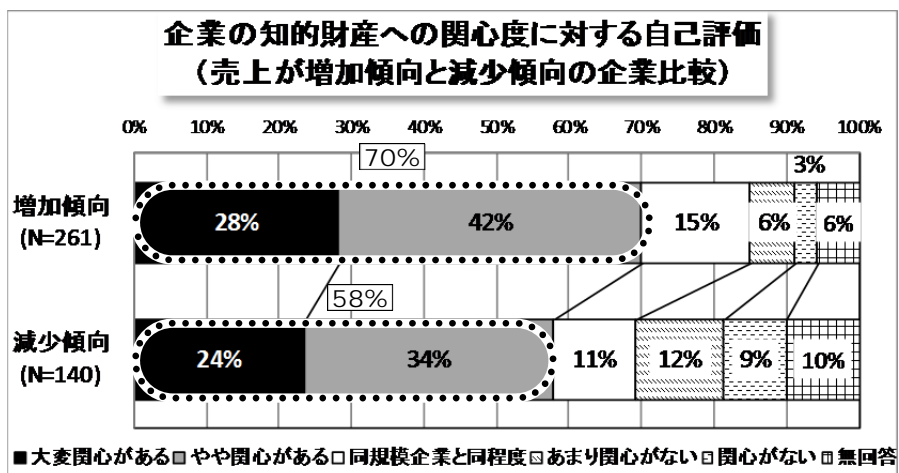
これらのことから、近畿地域においては、知的財産に対する意識の高い中小・ベンチャー企業の集積があると考えられる。



**知財功労賞を受賞した近畿地域の中小・ベンチャー企業**

1999	オプテックス(株)(滋賀県)
2001	(株)タイキ(大阪府)
2002	(株)西村製作所(京都府)
2003	(株)東農園(和歌山県)
2004	椿本メイフラン(株)(滋賀県)、(株)フェイス(京都府)
2007	(株)オーティス(大阪府)、(株)タケダレース(福井県)
2008	山本光学(株)(大阪府)、 オリエント化学工業(株)(大阪府)、前田金属工業(株)(大阪府)
2009	(株)シード(大阪府)
2010	(株)日本スペリア社(大阪府)
2012	タカラベルモント(株)(大阪府)、(株)エンジニア(大阪府)、 (株)パトライト(大阪府)
2013	(株)メガチップス(大阪府)、サラヤ(株)(大阪府)、 (株)コバード(福井県)、(株)ユニオン(大阪府)
2014	iPS アカデミアジャパン(株)(京都府)

(近畿経済産業局作成)



※アンケート調査結果より整理

## (3) 大学等研究機関における発明の創出

2013年の国内大学・承認TLOにおける特許公開件数の上位100位以内をみると、近畿地域では、大阪大学(192件)が全国第4位、京都大学(175件)が同第5位であるのをはじめ、計17機関が入っており、件数では全国の18.5%を占めている。

また、国内大学・承認TLOにおける特許の登録件数の上位100位以内をみると、近畿地域では、大阪大学(198件)が全国第4位、京都大学(139件)が同第6位であるのをはじめ、計16機関が入っており、件数では全国の17.5%を占めている。

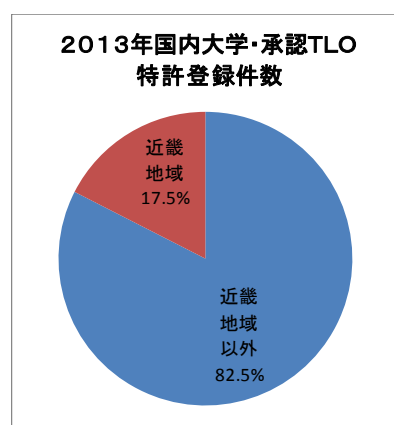
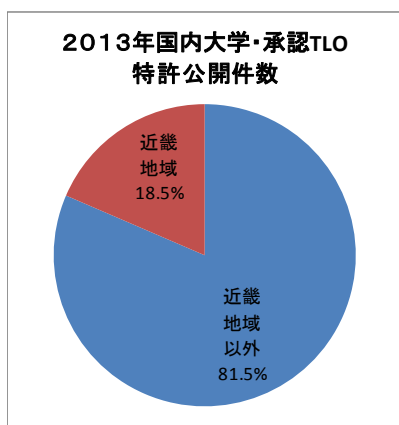
これらのことより、近畿地域における大学等研究機関において、多くの発明が創出されているものと考えられる。

2013年国内大学・承認TLO 特許公開件数  
(上位100位内の近畿地域の国内大学・承認TLO等)

順位	出願人	件数
4	国立大学法人 大阪大学	192
5	国立大学法人 京都大学	175
15	公立大学法人 大阪府立大学	72
26	公立大学法人 大阪市立大学	45
29	国立大学法人 神戸大学	41
31	学校法人 近畿大学	40
31	学校法人 同志社	40
33	学校法人 関西大学	39
33	学校法人 立命館	39
39	国立大学法人 福井大学	35
49	国立大学法人 京都工芸繊維大学	28
70	学校法人 龍谷大学	18
73	国立大学法人 奈良先端科学技術大学院大学	17
87	学校法人 関西学院	11
87	学校法人 常翔学園	11
87	国立大学法人 和歌山大学	11
87	国立大学法人 滋賀医科大学	11
近畿 計(上位100位)		825
全国 計(上位100位)		4450

2013年国内大学・承認TLO 特許登録件数  
(上位100位内の近畿地域の国内大学・承認TLO等)

順位	出願人	件数
4	国立大学法人 大阪大学	198
6	国立大学法人 京都大学	139
11	公立大学法人 大阪府立大学	87
25	学校法人 立命館	52
30	国立大学法人 神戸大学	47
31	国立大学法人 奈良先端科学技術大学院大学	45
31	国立大学法人 福井大学	45
34	学校法人 近畿大学	43
50	学校法人 関西大学	31
56	学校法人 同志社	25
57	国立大学法人 京都工芸繊維大学	23
78	学校法人 関西学院	14
82	公益財団法人 新産業創造研究機構	12
87	公立大学法人 大阪市立大学	10
93	学校法人 龍谷大学	9
93	学校法人 常翔学園	9
近畿 計(上位100位)		789
全国 計(上位100位)		4510



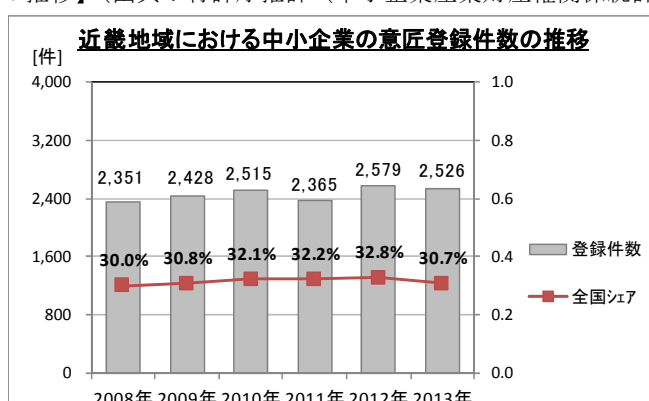
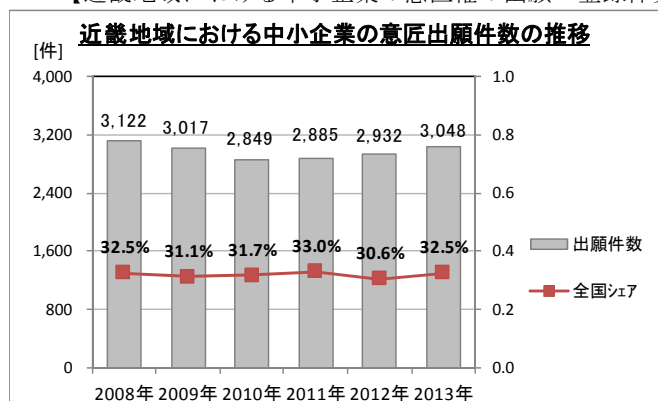
(出典：特許年次行政報告書 2014年版 (統計・資料編))

#### (4) 中小企業における意匠の創出・活用の進展

2013年の近畿地域の中小企業における意匠出願件数の全国シェアは32.5%、同年の意匠登録件数の全国シェアは30.7%を示しており、他の産業財産権に比べて高く、中小企業における意匠の創出・活用が進展しているものと考えられる。

また、中小企業における意匠分類別の出願件数の全国シェアをみると、多様なグループにおいて40%以上の高いシェアを示している。

【近畿地域における中小企業の意匠権の出願・登録件数の推移】(出典：特許庁推計 (中小企業産業財産権関係統計))



【近畿地域における中小企業の意匠出願件数の全国シェア 40%以上の分類】

(出典：特許庁推計（中小企業産業財産権関係統計）)

分類	Bグループ(衣服及び身の回り品)	全国シェア
B2	服飾品●	48.6%
B4	かばん又は携帯用袋物等●	41.1%
B5	履物	41.2%
B7	化粧用具又は理容用具●	46.2%
B9	衣服及び身の回り品汎用部品及び付属品	71.1%
Cグループ(生活用品)		全国シェア
C0	C1～C7に属さないその他の生活用品	45.5%
C3	清掃用具、洗濯用具等	40.5%
C4	家庭用保健衛生用品●	52.1%
Dグループ(住宅設備用品)		全国シェア
D5	厨房設備用品及び衛生設備用品	54.8%
D6	室内整理用家具・用具	43.4%
D9	住宅設備用品汎用部品及び付属品●	55.6%
Eグループ(趣味娯楽用品及び運動競技用品)		全国シェア
E0	E1～E4に属さないその他の趣味娯楽用品及び運動競技用品●	61.8%
Fグループ(事務用品及び販売用品)		全国シェア
F3	事務用紙製品、印刷物等	45.5%

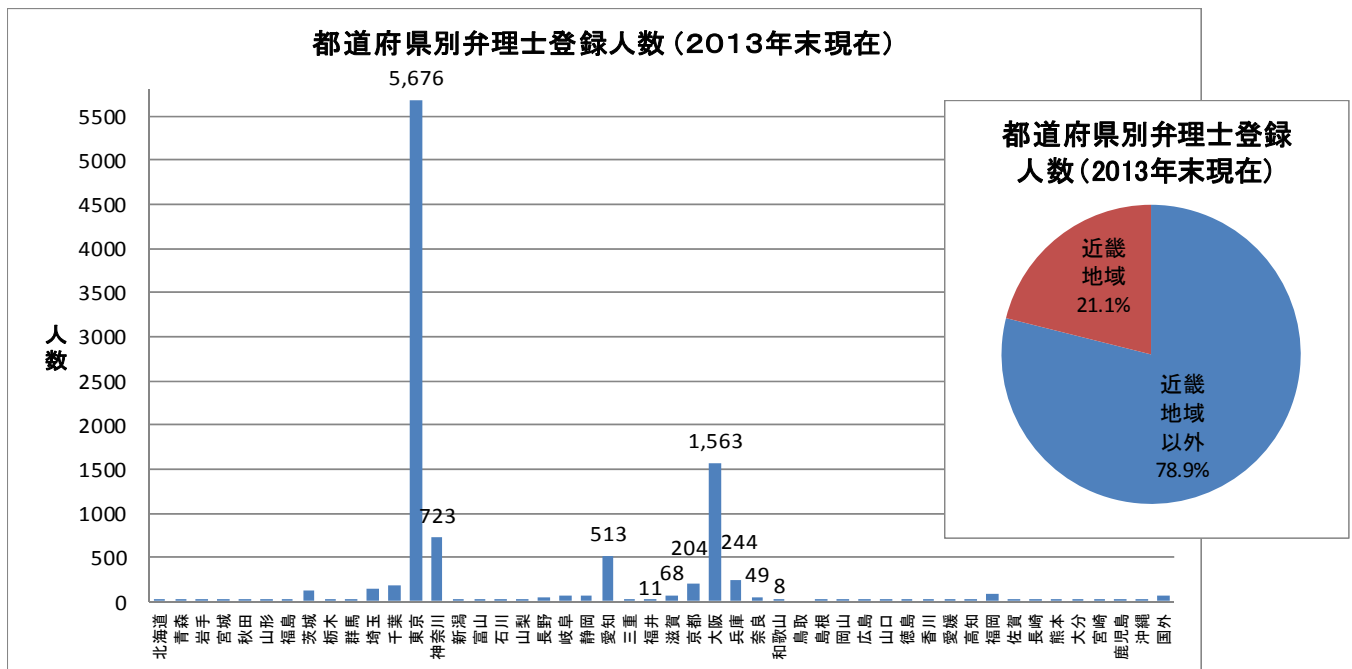
分類	Gグループ(運輸又は運搬機械)	全国シェア
G2	航空機●	100.0%
Jグループ(一般機械器具)		全国シェア
J0	J1～J7に属さないその他の一般機械器具	43.8%
J4	事務用機械器具	50.0%
J5	自動販売機及び自動サービス機	50.0%
J6	保安機械器具等●	55.8%
Kグループ(産業機械器具)		全国シェア
K0	K1～K9に属さないその他の産業用機械器具	56.5%
K1	利器及び工具	43.4%
K4	食料加工機械等	44.1%
K5	繊維機械及びミシン	40.0%
Lグループ(土木建築用品)		全国シェア
L0	L1～L7に属さないその他の土木建築用品●	50.0%
L3	組立て家屋、屋外装備品等	53.0%
Mグループ(A～Lに属さないその他の基礎製品)		全国シェア
M1	織物地、板、ひも等●	75.2%
M3	ねじ、くぎ、開閉金物、係止具等	41.0%

●：内国人においても全国シェア 40%以上を示す分類

(5) 知財活動を支援する人材、産業支援機関等の集積

2013年末現在の近畿地域における弁理士登録人数は2,147人であり、全国の21.1%を占めている。

また、多くの発明を創出する大学等研究機関 (p. 10) に加えて、1999年以降に知財功労賞を受賞した産業支援機関等が複数見られ、近畿地域においては、知財活動を支援する人材及び産業支援機関等が集積していると考えられる。



(出典：特許年次行政報告書 2014年版 (統計・資料編))

知財功労賞を受賞した近畿地域の産業支援機関等	
2006	財団法人新産業創造研究機構(兵庫県)
2009	西陣織工業組合(京都府)
2010	兵庫県靴工業組合(兵庫県)
2011	奈良先端科学技術大学院大学(奈良県)
2012	大阪タオル工業組合(大阪府)

## 1-2 統計データ等から見た地域の「弱み」

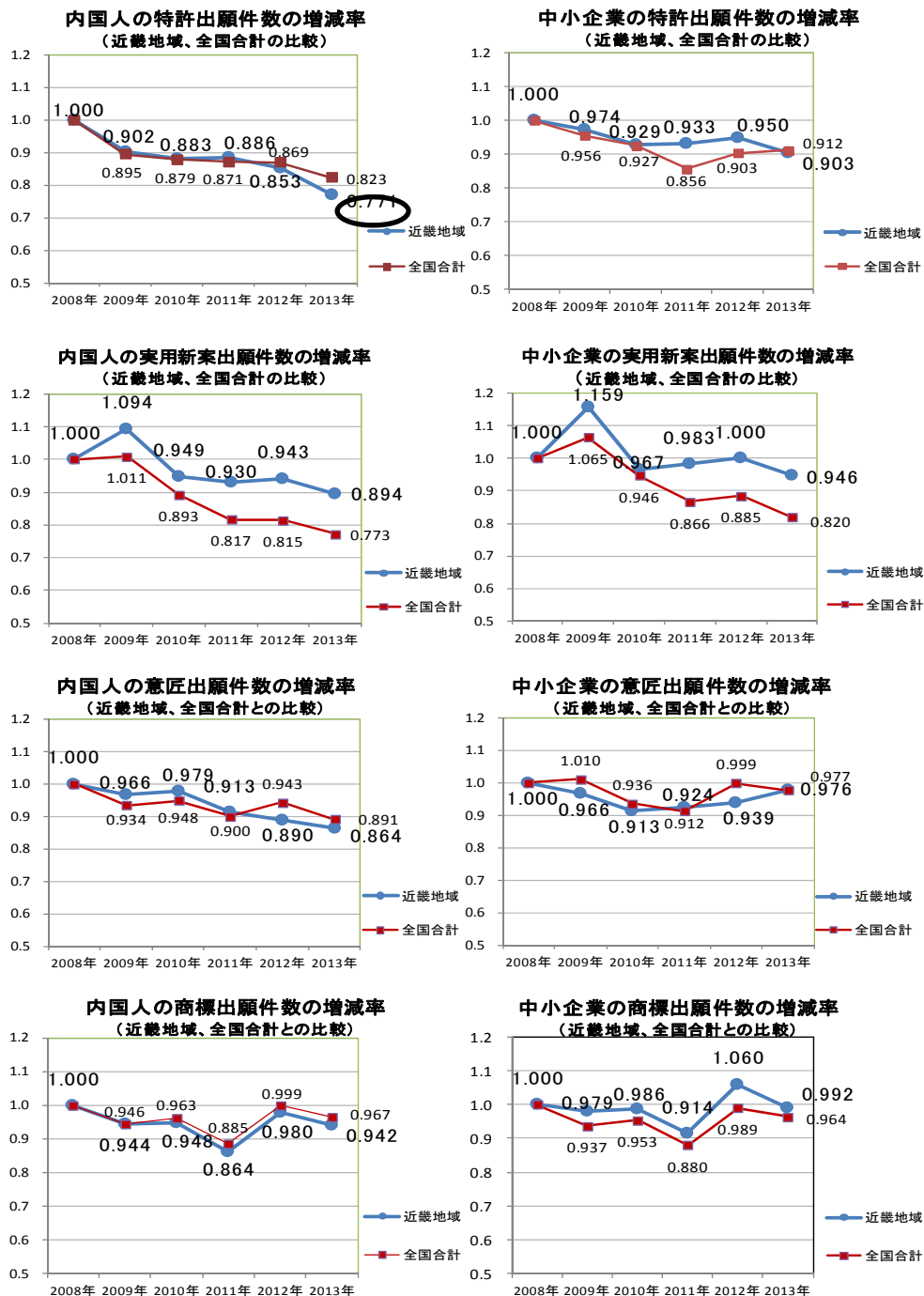
### (1) 地域における知財活動

※ここでは、2008年の件数を1とした場合の2013年の比率を「増減率」と表現している。

近畿地域の内国人における5年間（2009年～2013年）における産業財産権の出願件数は、特許、実用新案、意匠、商標ともに減少しており、実用新案を除き、全国合計より減少が大きく、中でも、特許出願件数は2013年で0.229ポイント減と大幅な減少が見られる。一方、中小企業では特許、実用新案、意匠、商標ともに減少しているが、特許及び意匠については、内国人と比べると減少が小さい。

【近畿地域における内国人及び中小企業の産業財産権の件数の増減率】

(出典：特許庁推計（中小企業産業財産権関係統計）)





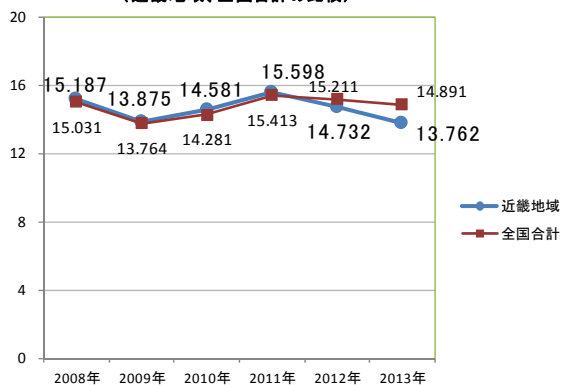
## (2) 中小企業の1人あたりの特許出願件数

2013年の中小企業の発明者1人当たりの特許出願件数は、近畿地域では2.837件であり、全国合計(3.163件)よりも少なくなっている。

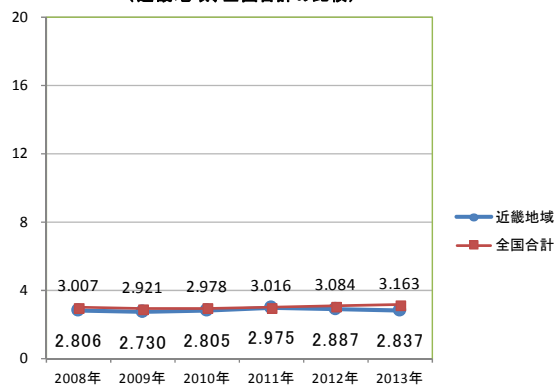
【近畿地域における内国人及び中小企業の発明者1人当たり産業財産権の件数の増減率】

(出典：特許庁推計(中小企業産業財産権関係統計))

内国人の1人当たりの特許出願件数の推移  
(近畿地域、全国合計の比較)



中小企業の1人当たりの特許出願件数の推移  
(近畿地域、全国合計の比較)



## (3) 海外における知財活動

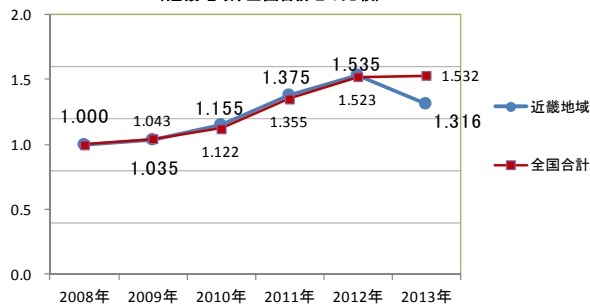
近畿地域の内国人における5年間(2009年～2013年)におけるPCT<sup>※1</sup>出願、マドプロ<sup>※2</sup>出願の増減率をみると、全国合計よりも増減が小さい。

一方、中小企業のPCT出願については、全国合計よりも増加が大きいが、マドプロ出願については全国合計と比べて小さい。

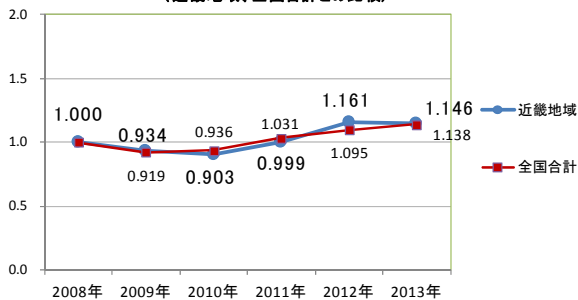
【近畿地域における内国人及び中小企業のPCT出願及びマドプロ出願の件数の増減率】

(出典：特許庁推計(中小企業産業財産権関係統計))

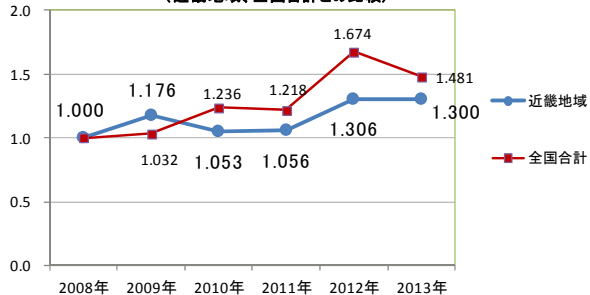
内国人のPCT出願件数の増減率  
(近畿地域、全国合計との比較)



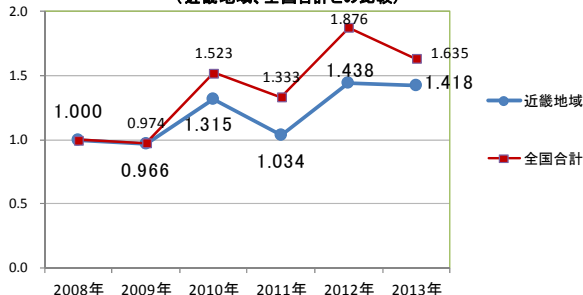
中小企業のPCT出願件数の増減率  
(近畿地域、全国合計との比較)



内国人のマドプロ出願件数の増減率  
(近畿地域、全国合計との比較)



中小企業のマドプロ出願件数の増減率  
(近畿地域、全国合計との比較)



※1 特許協力条約(PCT:Patent Cooperation Treaty)に基づく国際出願

※2 マドリッド協定議定書(マドリッドプロトコル)による商標の国際登録出願

### 1-3 企業アンケート調査結果

(調査概要は p.6 に記載)

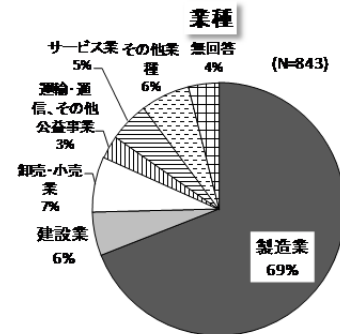
#### アンケート調査結果の利用上の注意

- \* 調査結果の集計構成比 (%) は小数点以下第 1 位を四捨五入し算出しているため、内訳の合計が必ずしも 100% とならない場合がある。
- \* グラフ上の N 値は各問における回答者総数を示す。全ての回答者が回答した問は N=843 となるが、問 3 以降の回答者 (N=674) をはじめ、回答対象を限定する設問では異なる数値を示すものがある。

## (1) 企業プロフィール

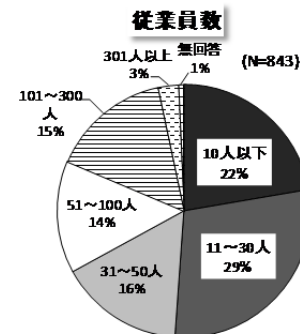
### ① 業種

- \* 「製造業」が 69% と過半数を占める。
- \* 製造業以外の業種では、「卸売及び小売業」(7%)、「その他の業種」(6%)、「建設業」(6%)「サービス業」(5%)などがみられた。



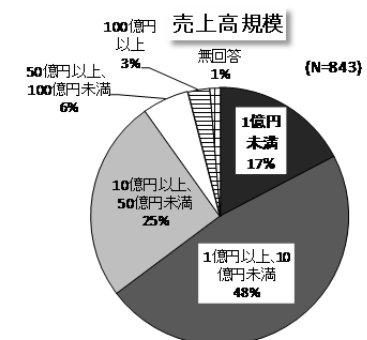
### ② 従業員数

- \* 「10 人以下」(22%) と「11~30 人」(29%) を合わせた 30 人以下の規模が小さい企業が 5 割強 (51%) を占めており多くなっている。
- \* また、「31~50 人」(16%) と「51~100 人」(14%) を合わせた規模が中規模の企業は 30%、「101~300 人」(15%) と「301 人以上」(3%) を合わせた 101 人以上の規模が大きい企業は 18% となっている。



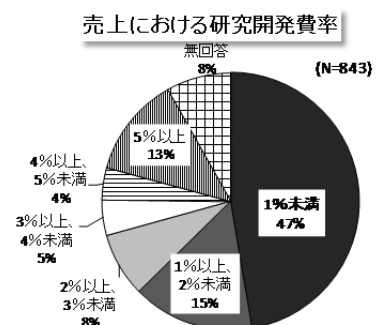
### ③ 売上高規模

- \* 「1 億円以上、10 億円未満」(47%) がもっとも多く、次いで「10 億円以上、50 億円未満」(25%) と続く。
- \* また、資本金規模 (1-③) と同様に、「100 億円以上」という規模の大きい企業も 3% みられた。



### ④ 売上における研究開発費率

- \* 「1% 未満」が 47% と、研究開発費率の小さい企業が多い。
- \* 一方、研究開発費率が 3% 以上の企業は 22% に止まる。



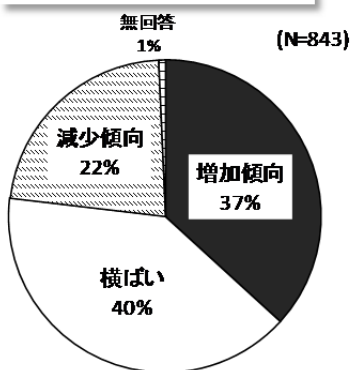


## (2) 事業内容、経済環境の変化の影響について

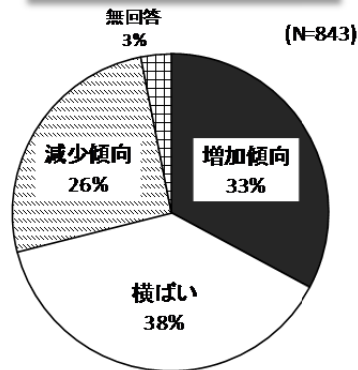
### ①最近3年間における売上高の増減の傾向

- \* 企業全体の売上高の傾向については、「横ばい」が40%と最も多く、次いで「増加傾向」(37%)、「減少傾向」(22%)と続く。
- \* 国内事業における売上高の傾向については、「横ばい」が38%と最も多く、次いで「増加傾向」(33%)、「減少傾向」(26%)と続く。
- \* 海外事業における売上高の傾向については、「海外進出していない」が60%を占めている。また、海外展開している企業においては、「増加傾向」(16%)が最も多く、次いで「横ばい」(15%)、「減少傾向」(4%)と続く。

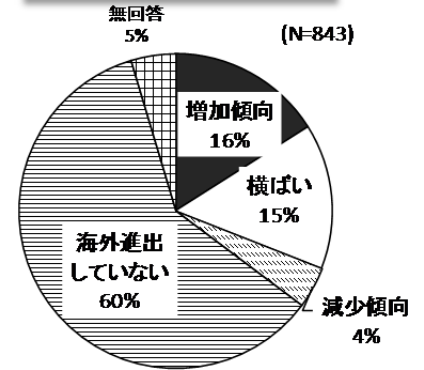
売上高(企業全体)の傾向



売上高(国内事業)の傾向

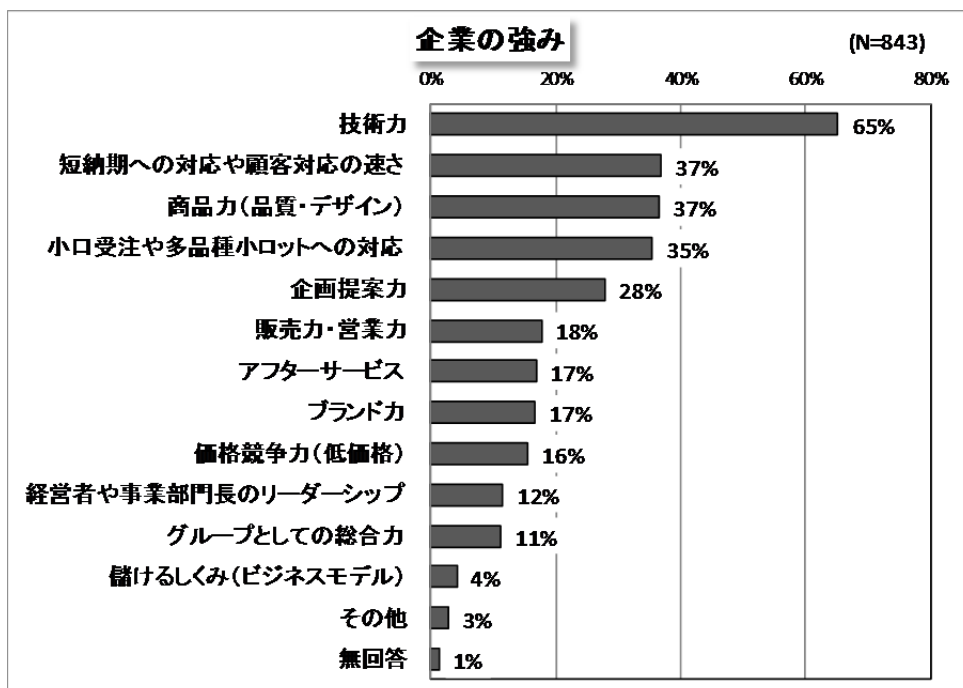


売上高(国内事業)の傾向



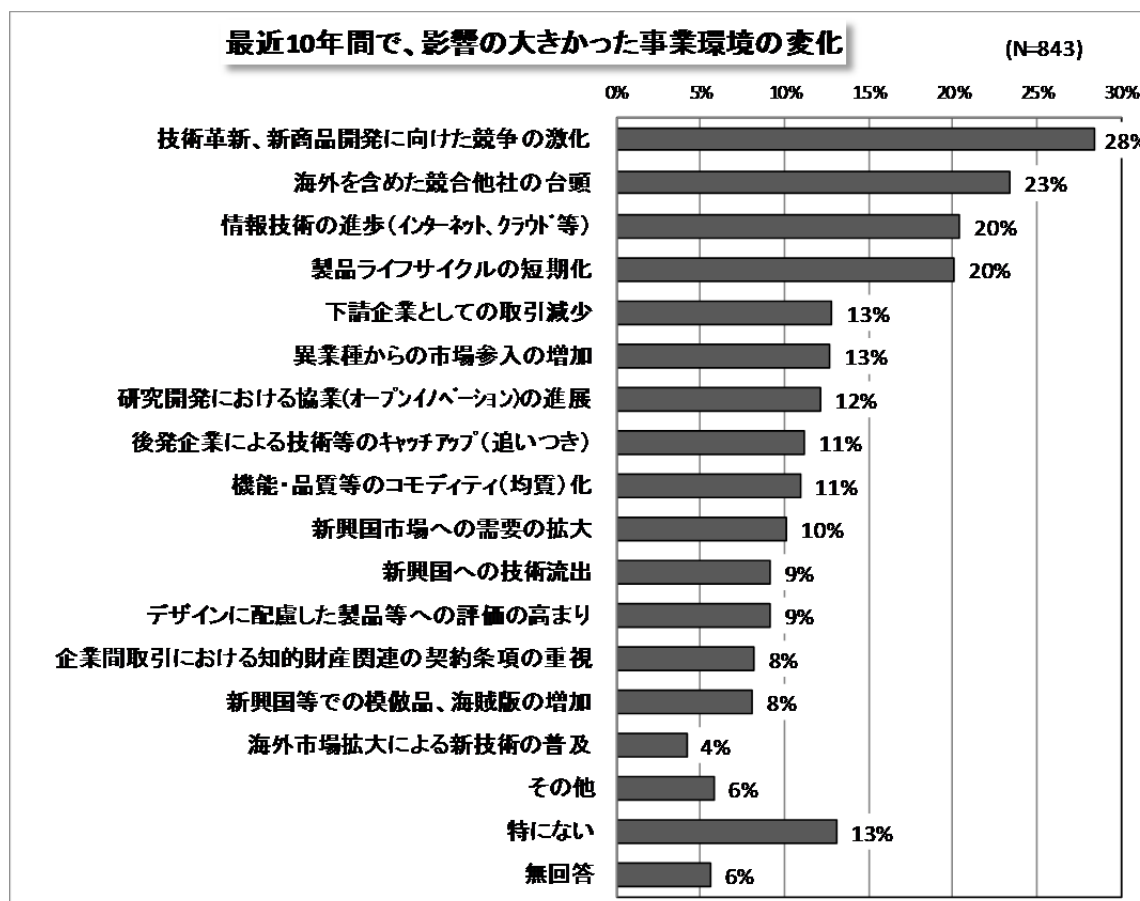
### ②企業の強み(複数回答)

- \* 回答が最も多い「技術力」(65%)や、「商品力(品質・デザイン)」(37%)といった、製品やサービスそのものの質の高さを強みとする企業が多くなっている。
- \* また、「短納期への対応や顧客対応の速さ」(37%)や「小口受注や多品種小ロットへの対応」(35%)といった営業活動に関する項目への回答も多い。
- \* 一方、「経営者や事業部門長のリーダーシップ」や「グループとしての総合力」といった組織体制や、「儲けるしくみ(ビジネスモデル)」に対する回答は15%未満であった。



### ③最近 10 年間で、知財関連の事業環境の変化として影響したこと

- \* 「技術革新、新商品開発に向けた競争の激化」(28%)及び「海外を含めた競合他社の台頭」(23%)の2点が回答の多い選択肢の第1位、第2位となっており、海外も含めて企業間競争が激化していることが、このことから窺われる。
- \* この他では、「情報技術の進歩(インターネット、クラウド等)」(20%)、「製品ライフサイクルの短期化」(20%)の2点への回答が20%を占めている。

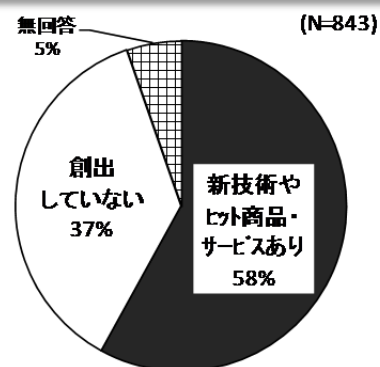


### ④最近 10 年間の新技術やヒット商品・サービスの有無

#### 新技術やヒット商品・サービスの有無の状況

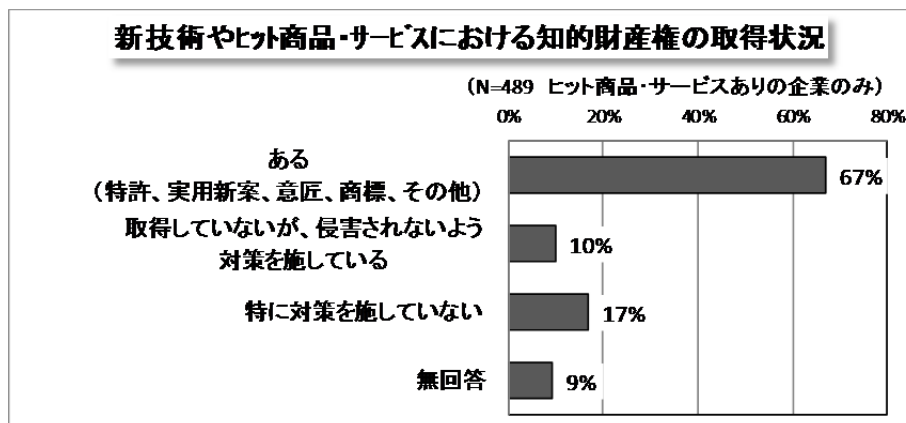
- \* 58%が、最近 10 年間の新技術やヒット商品・サービスを創出している。

#### 最近10年間の新技術やヒット商品・サービスの有無



### 新技術やヒット商品・サービスにおける知的財産権の取得状況

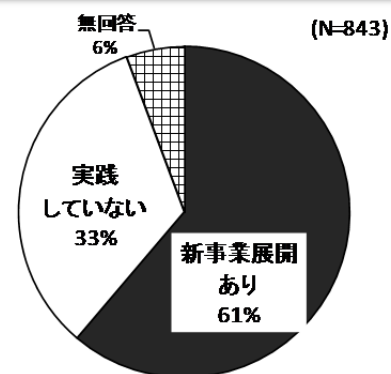
- \* 知的財産権を取得していると回答した人は 67%となっており、新技術やヒット商品・サービスには知的財産が多く含まれることが窺われる。
- \* 一方、「特に対策を施していない」回答した企業も 17%みられた。



### ⑤最近 10 年間の新事業の展開状況

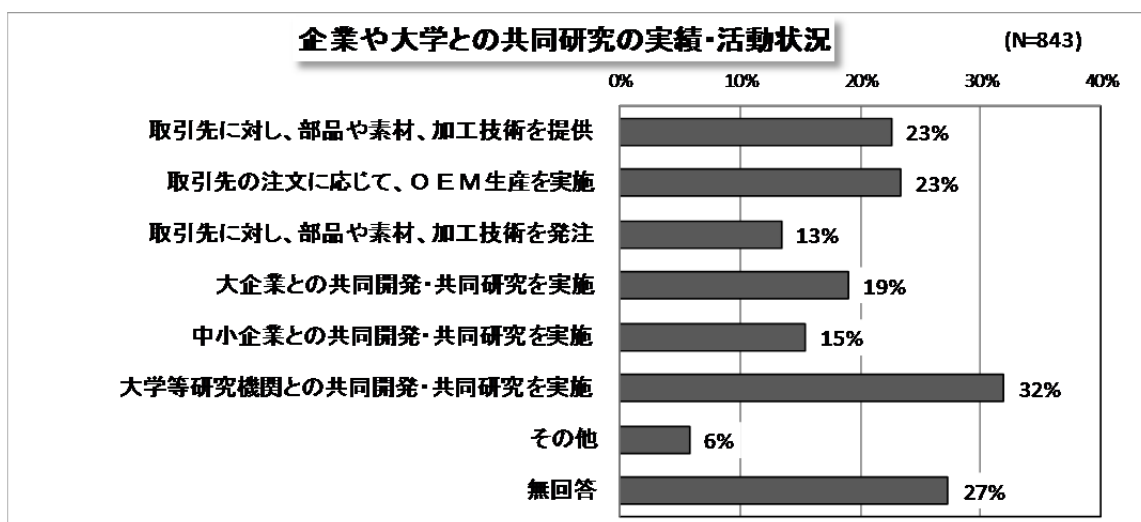
- \* 61%が、最近 10 年間に新事業の展開を実践している。

### 最近10年間の新事業展開の有無



### ⑥企業や大学との共同研究の実績・活動状況

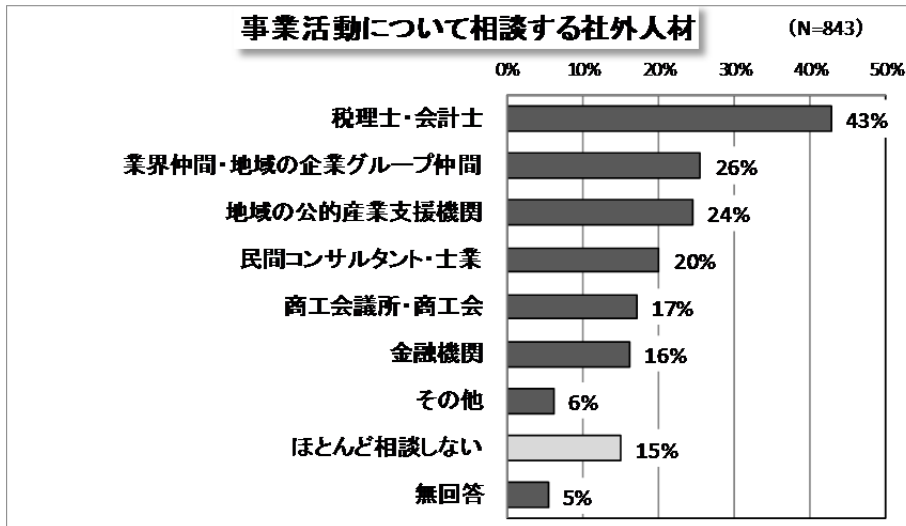
- \* 「大学等研究機関との共同開発・共同研究を実施」が 32%と最も多く、次いで「取引先に対し、部品や素材、加工技術を提供」「取引先の注文に応じて、OEM生産を実施」(ともに 23%)、「大企業との共同開発・共同研究を実施」(19%)と続く。



⑦事業活動について相談する社外人材、知的財産関連の情報提供・アドバイスの有無

**事業活動について相談する社外人材**

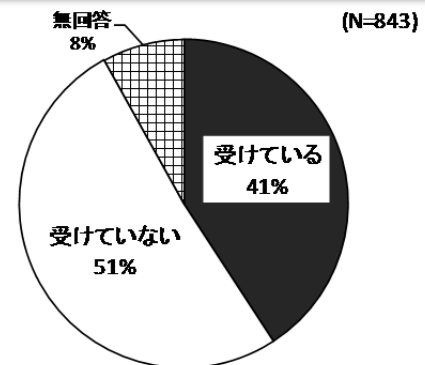
- \* 「税理士」が 43%と最も多く、次いで「業界仲間・地域の企業グループ仲間」(26%)、「地域の公的産業支援機関」(24%)、「民間コンサルタント・士業」(20%)と続く。
- \* 一方、「ほとんど相談しない」も 15%みられた。



**知的財産関連の情報提供・アドバイスの有無**

- \* 知的財産関連の情報提供・アドバイスについて、「受けている」と回答した人は 41%で、「受けていない」(51%)と回答した人よりも少なかった。

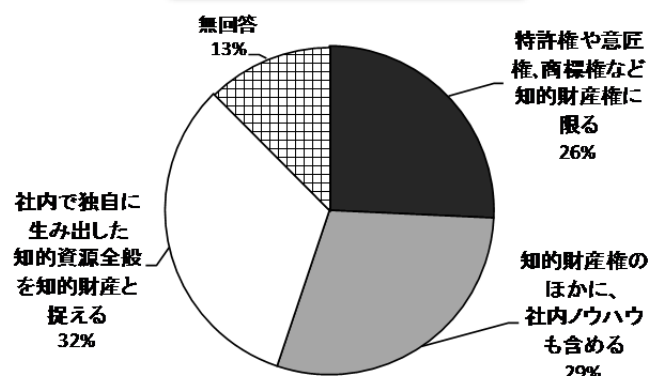
**知的財産関連の情報提供・アドバイスの有無**



⑧「知的財産」に関する捉え方

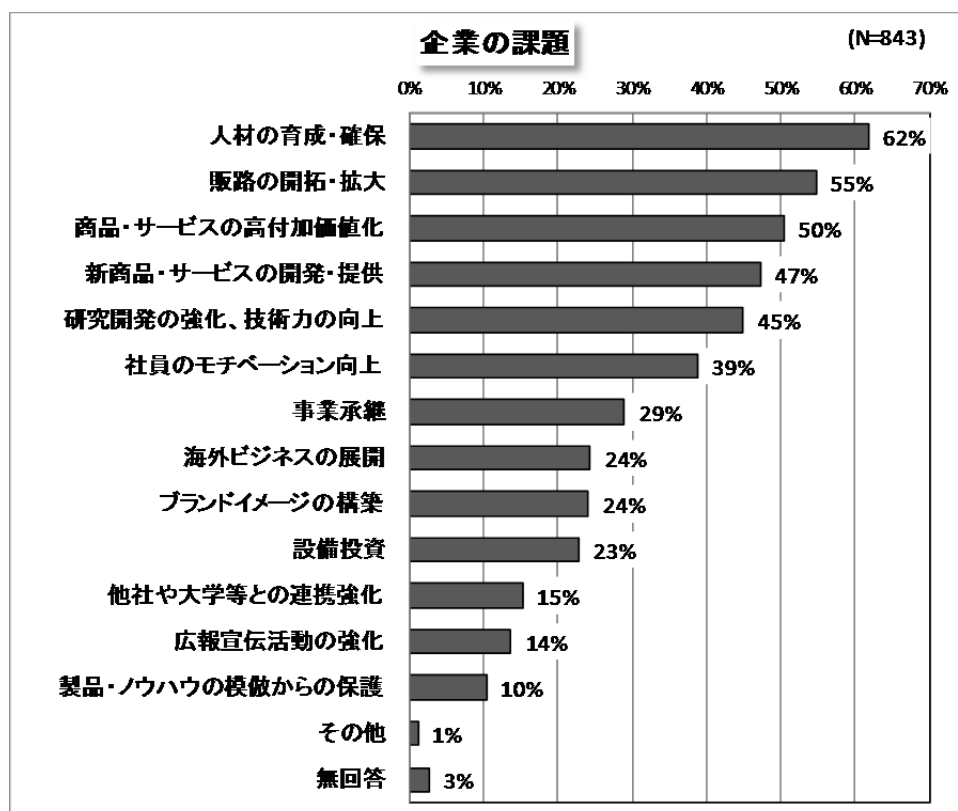
- \* 「社内で独自に生み出した知的資源全般を知的財産と捉える」が 32%と最も多く、次いで「知的財産権のほかに、社内ノウハウも含める」(29%)、「特許権や意匠権、商標権など知的財産権に限る」(26%)と続く。
- \* 3つの選択肢について、いずれも 30%前後の回答が集まった。

**「知的財産」に関する捉え方 (N=843)**



### ⑨現在の経営課題について

- \* 「人材の育成・確保」が62%と最も多くなっている。また、「社員のモチベーション向上」も39%と多く、人材面において課題を抱える中小・ベンチャー企業の多いことが窺われる。
- \* また、「商品・サービスの高付加価値化」(50%)及び「新商品・サービスの開発・提供」(47%)、「研究開発の強化、技術力の向上」(45%)の3点が回答の多い選択肢の第3位、第4位、第5位となっており、商品やサービス、技術力など、開発面で課題を抱える中小・ベンチャー企業の多いことが窺われる。
- \* この他では、「販路の開拓・拡大」(55%)への回答が多くなっている。

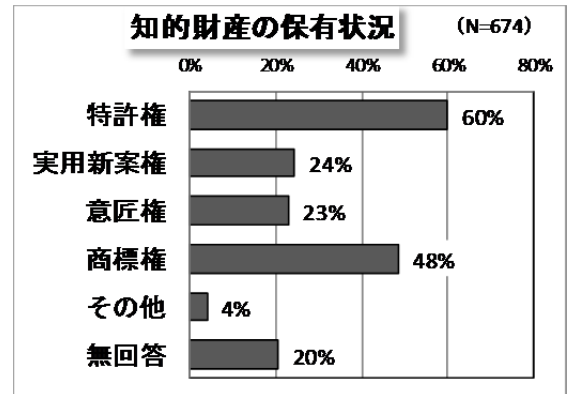


### (3) 知的財産の活用状況、認識について

#### ① 知的財産の保有、海外出願経験、過去5年間の出願の状況及び関心の変化

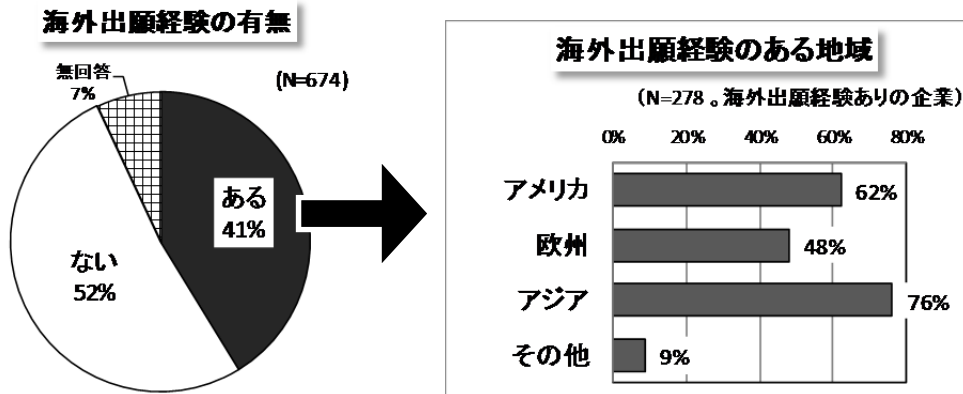
##### 知的財産の保有状況（複数回答）

- \* 「特許権」を保有していると回答した企業が60%と最も多く、次いで「商標権」(48%)、「実用新案権」(24%)、「意匠権」(23%)と続く。



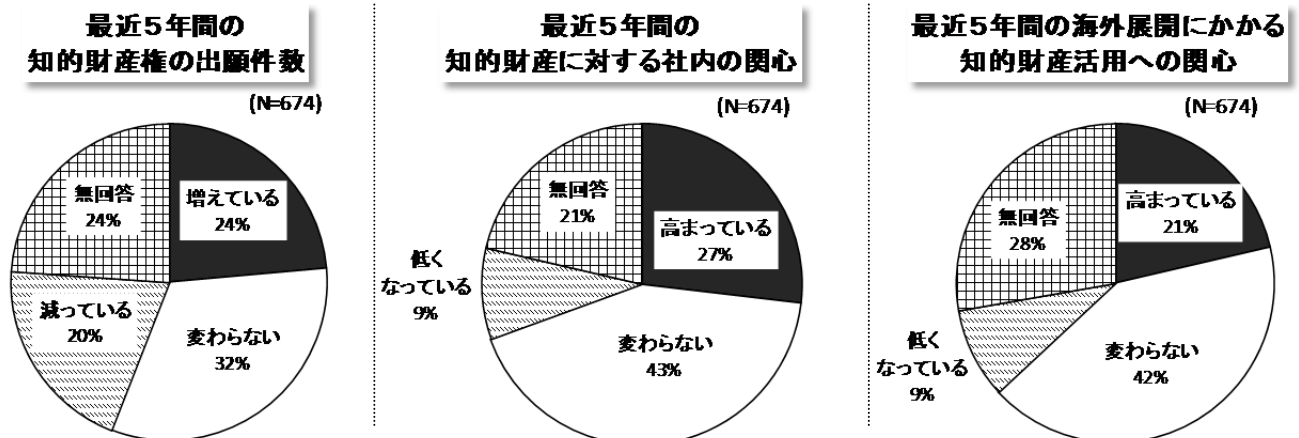
##### 海外への出願経験

- \* 41%が、海外出願経験があると回答している。
- \* 海外出願経験のある企業のうち、海外出願経験のある地域としては、「アジア」が76%と最も多く、次いで「アメリカ」(62%)、「欧州」(48%)と続く。



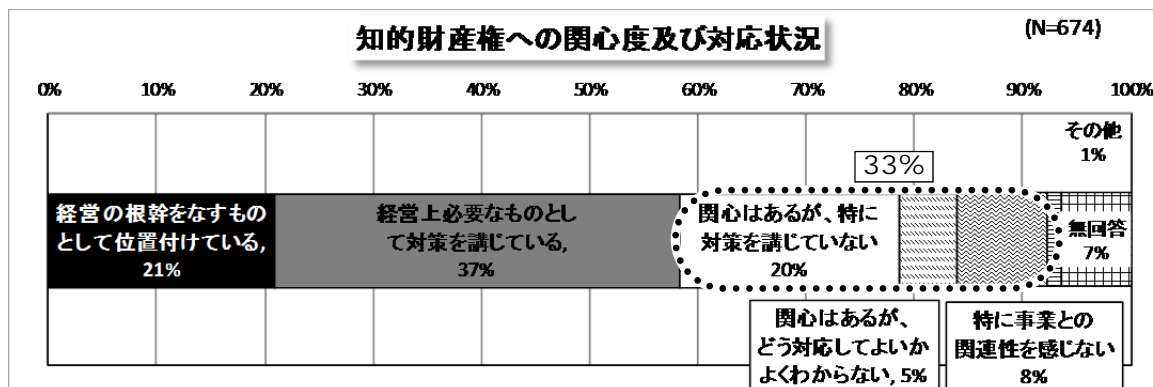
##### 過去5年間の出願の状況、関心の変化

- \* 知的財産権の出願件数については、「変わらない」が32%と最も多く、次いで「増えている」(24%)、「減っている」(20%)と続く。
- \* 最近5年間の知的財産に対する社内の関心については、「変わらない」が43%と最も多く、次いで「高まっている」(27%)、「低くなっている」(9%)と続く。
- \* 最近5年間の海外展開にかかる知的財産活用への関心については、「変わらない」が42%と最も多く、次いで「高まっている」(21%)、「低くなっている」(9%)と続く。



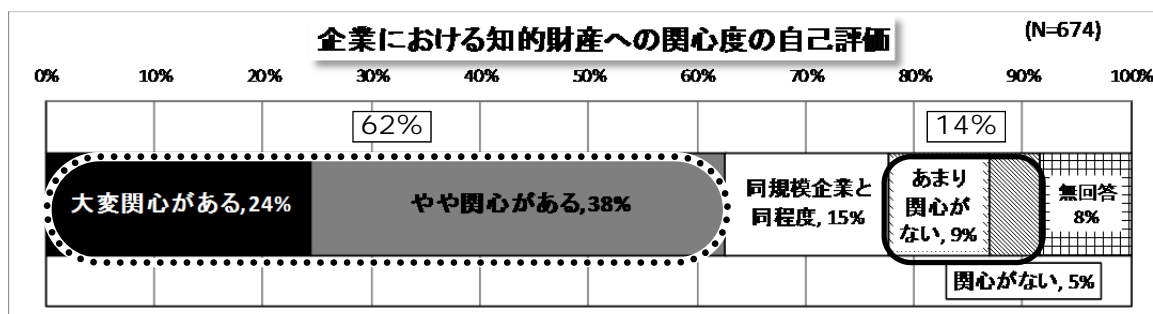
## ②知的財産権への関心度及び対応状況

- \* 「経営上必要なものとして対策を講じている」が37%と最も多く、次いで「経営の根幹をなすものとして位置付けている」(21%)、「関心はあるが、特に対策を講じていない」(20%)と続く。
- \* 「関心はあるが、特に対策を講じていない」(20%)、「関心はあるが、どう対応してよいかよくわからない」(5%)、「特に事業との関連性を感じない」(8%)といった、知的財産に対する対応を施していないという回答が33%みられた。



## ③企業における知的財産への関心度の自己評価

- \* 「やや関心がある」が38%と最も多く、次いで「大変関心がある」(24%)、「同規模企業と同程度」(15%)と続く。
- \* 知的財産に対し、関心があると回答した企業※<sub>1</sub>(62%)の方が、関心がないと回答した企業※<sub>2</sub>(14%)よりもはるかに多くなっている。



※1 「大変関心がある」「やや関心がある」の合計

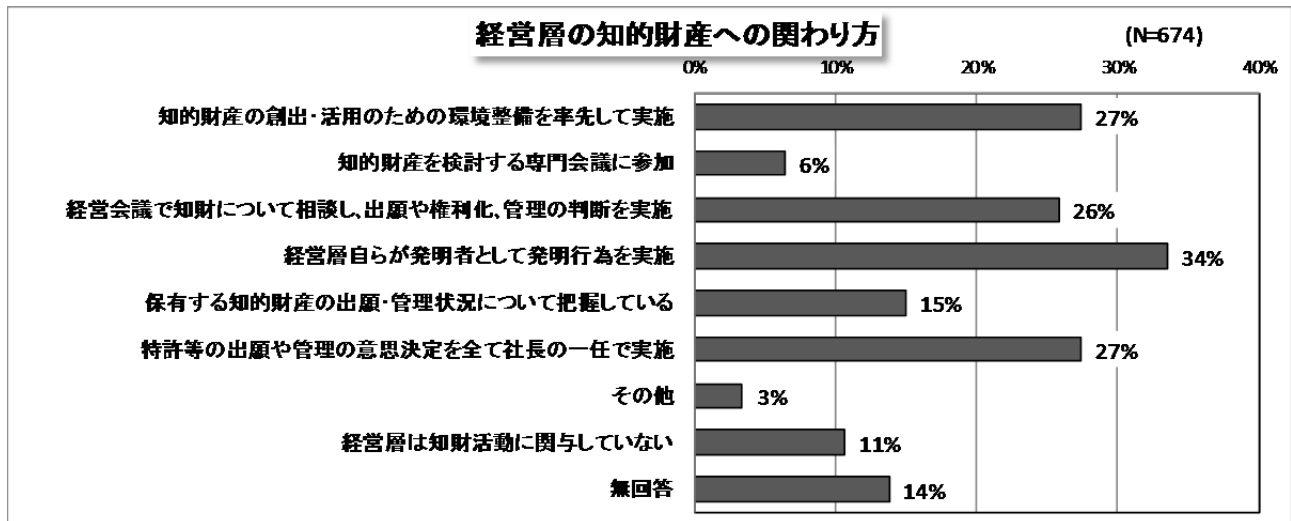
※2 「あまり関心がない」「関心がない」の合計

※3 「やや関心がある」については、この項目を選択したものに加えて、この間は回答していないが、「知的財産に関心を持つようになったきっかけ」を回答した者(165票・24%)との合計で算出している。

#### ④経営層の知的財産への関わり方

\* 「経営層自らが発明者として発明行為を実施」が34%と最も多く、次いで「知的財産の創出・活用のための環境整備を率先して実施」、「特許等の出願や管理の意思決定を全て社長の一任で実施」（ともに28%）、「経営会議で知財について相談し、出願や権利化、管理の判断を実施」（26%）と続き、経営層が知的財産に関わる企業が多くなっている。

\* 一方、「経営層は知財活動に関与していない」は11%みられた。

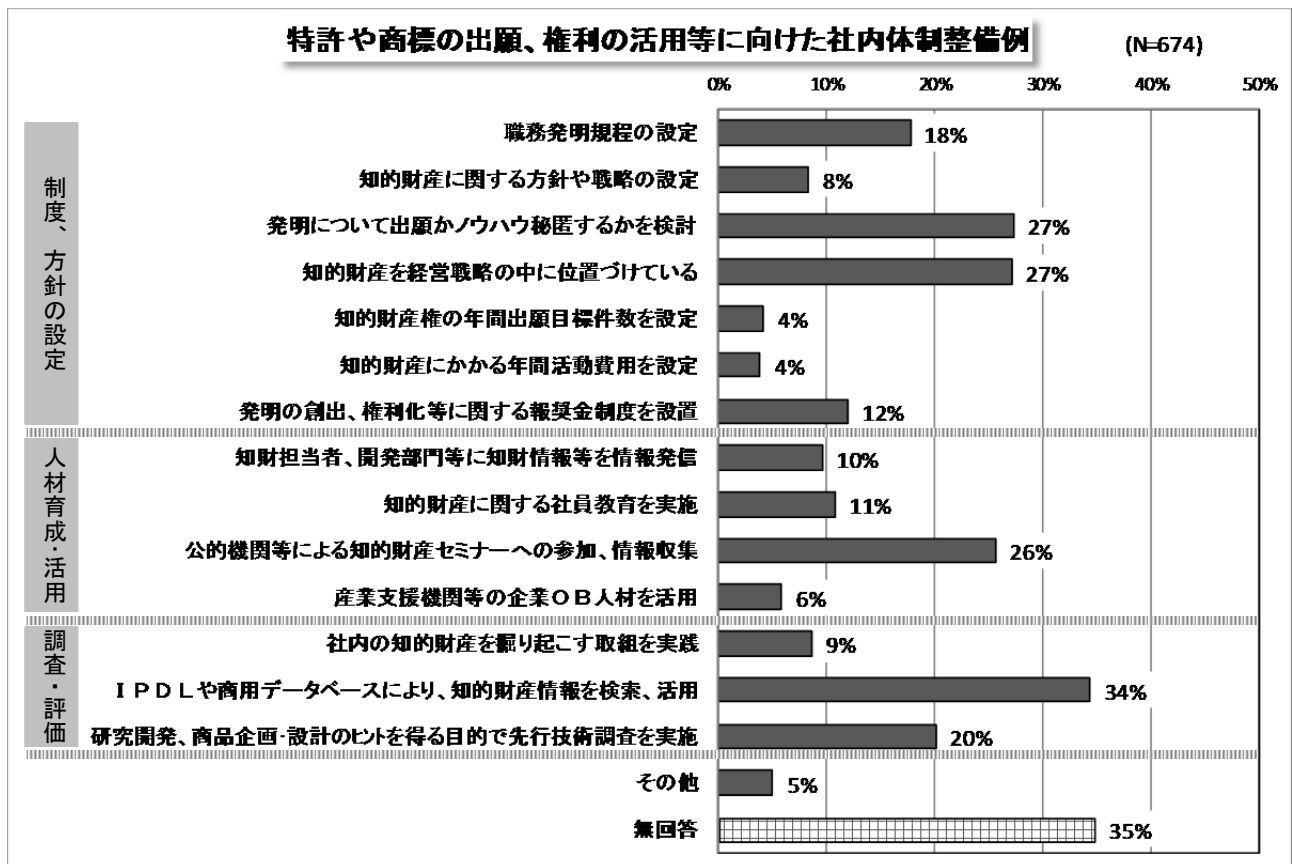




#### (4) 知財戦略、知財の取得や活用等に向けた取組や工夫

##### ① 特許や商標の出願、権利の活用等に向けた社内体制整備例、効果のあった取組内容

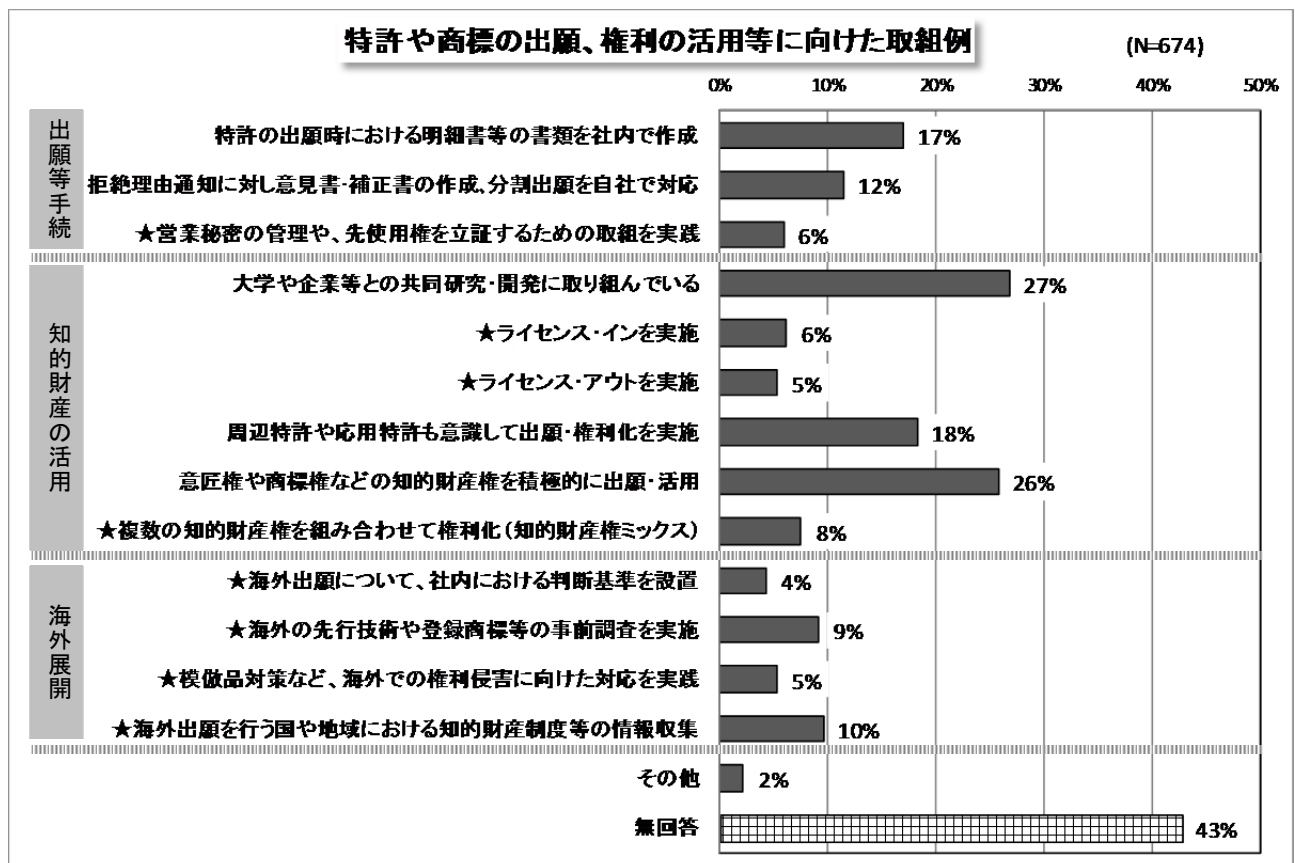
- \* 「IPDLや商用データベースにより、知的財産情報を検索、活用」が35%と最も多く、次いで「発明について出願かノウハウ秘匿するかを検討」「知的財産を経営戦略の中に位置づけている」（ともに27%）、「公的機関等による知的財産セミナーへの参加、情報収集」（26%）、「研究開発、商品企画・設計のヒントを得る目的で先行技術調査を実施」（20%）と続く。
- \* 一方、人材育成、活用に関する取組や、知的財産権にかかる年間の出願目標件数及び活動費用を設定しているところは10%未満に止まった。



## ②特許や商標の出願、権利の活用等に向けた取組例

- \* 「大学や企業等との共同研究・開発に取り組んでいる」が27%と最も多く、次いで「意匠権や商標権などの知的財産権を積極的に出願・活用」(26%)、「周辺特許や応用特許も意識して出願・権利化を実施」(18%)、「特許の出願時における明細書等の書類を社内で作成」(17%)と続く。
- \* 一方、「営業秘密の管理や、先使用权を立証するための取組を実践」や、「ライセンス・インないしライセンス・アウト、知的財産権ミックスの実践、海外展開にかかる知的財産の活用等の実践」は10%以下となった。(下表の「★」の箇所)

このことから、知財活動の中でもより戦略的に知的財産を活用するための取組を実践している企業が少ないことが窺われる。

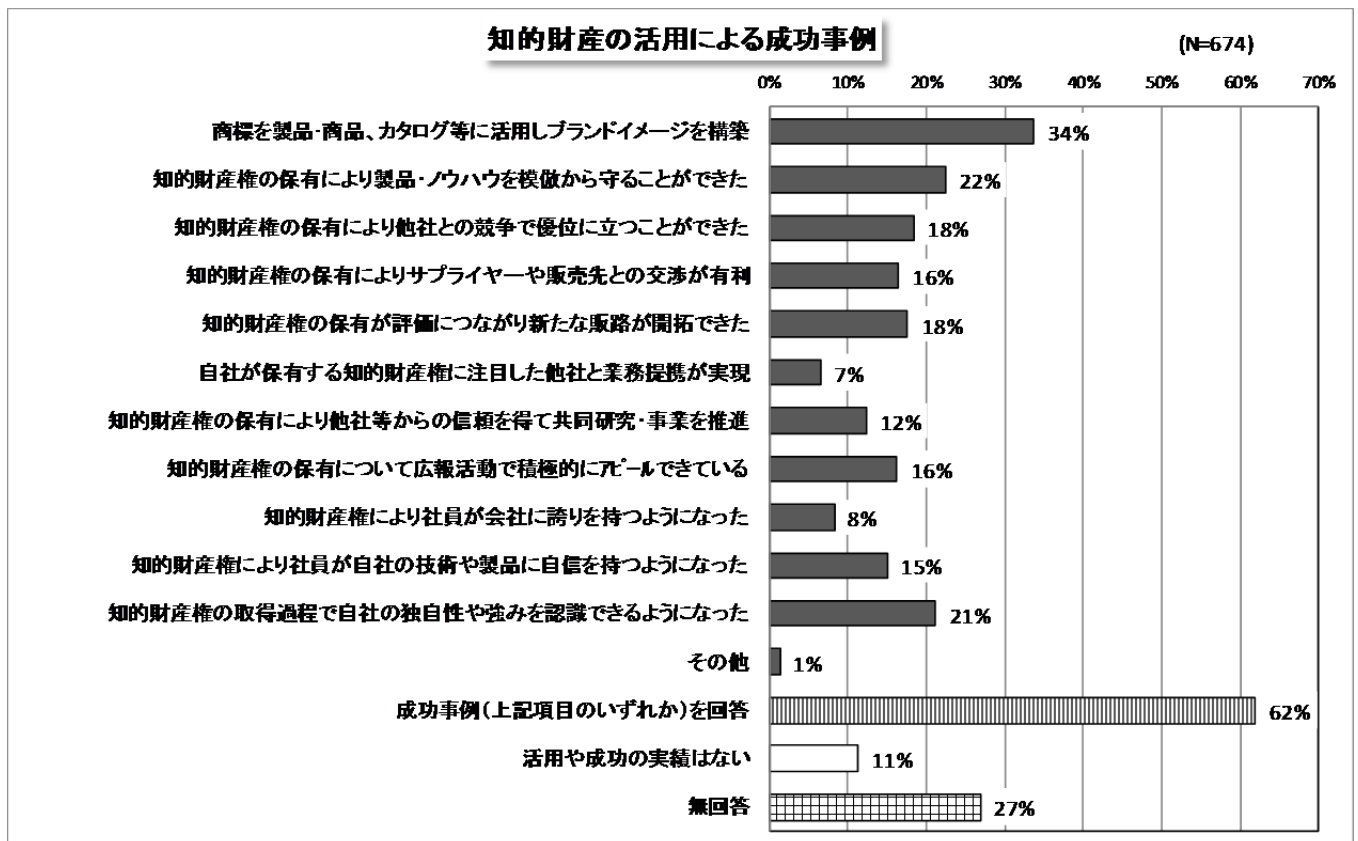


### ③知的財産の活用による成功事例

\* 成功事例を回答している企業は全体の62%を占めており、企業の多くは知的財産を保有することで事業活動に効果があると感じていることが明らかとなった。

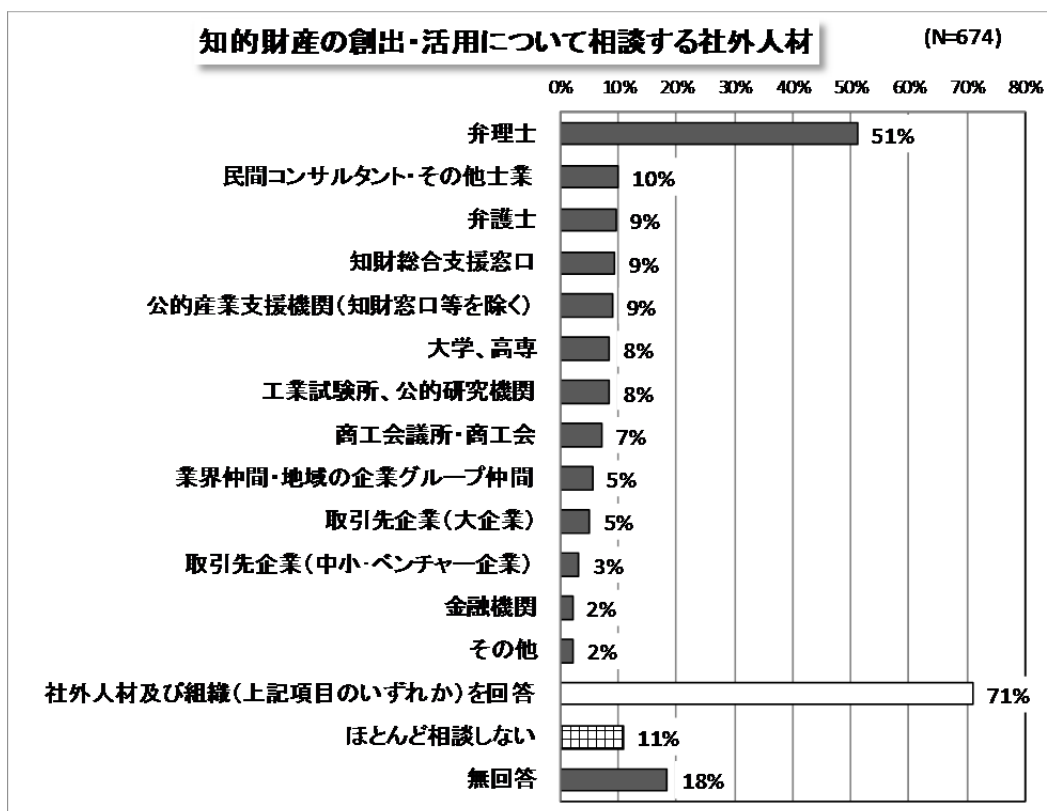
中でも、「商標を製品・商品、カタログ等に活用しブランドイメージを構築」(34%)、「知的財産権の保有により製品・ノウハウを模倣から守ることができた」(22%)の2点が特に多い。

\* また、「知的財産権の取得過程で自社の独自性や強みを認識できるようになった」(21%)、「知的財産権により社員が自社の技術や製品に自信を持つようになった」(15%)といった、社員の意識啓発についても効果があると回答する人も見られた。



#### ④ 知的財産の創出・活用について相談する社外人材

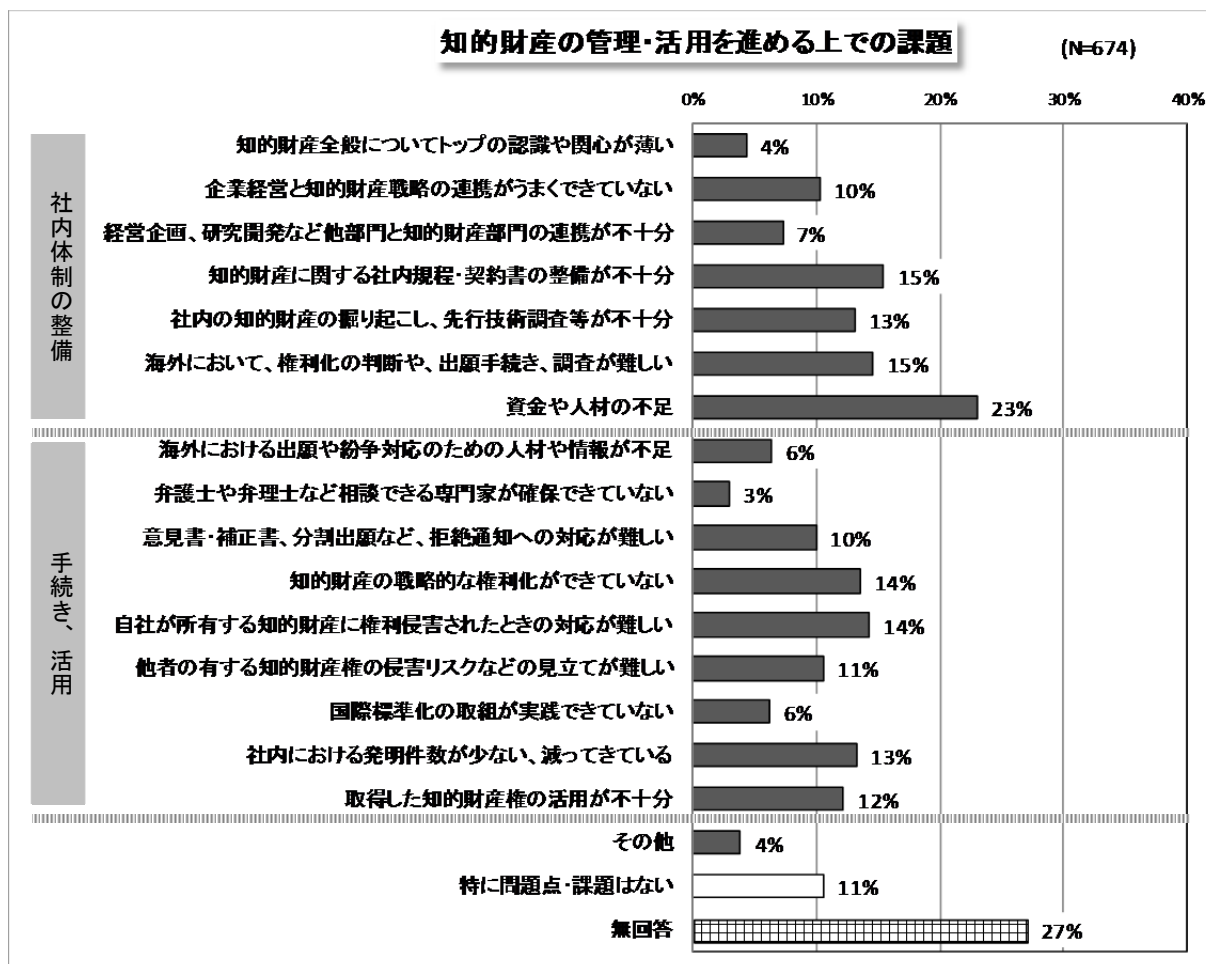
- \* 知的財産の創出・活用について相談する社外人材を回答している企業は全体の71%を占めている。中でも、「弁理士」が51%と最も多い。
- \* 一方、「知財総合支援窓口」や「公的産業支援機関」、「大学、高専」、「工業試験所、公的研究機関」、「商工会議所・商工会」といった、公的な支援機関へ相談すると回答した人は、いずれも1割未満であった。



## (5) 知的財産管理に関する課題、要望

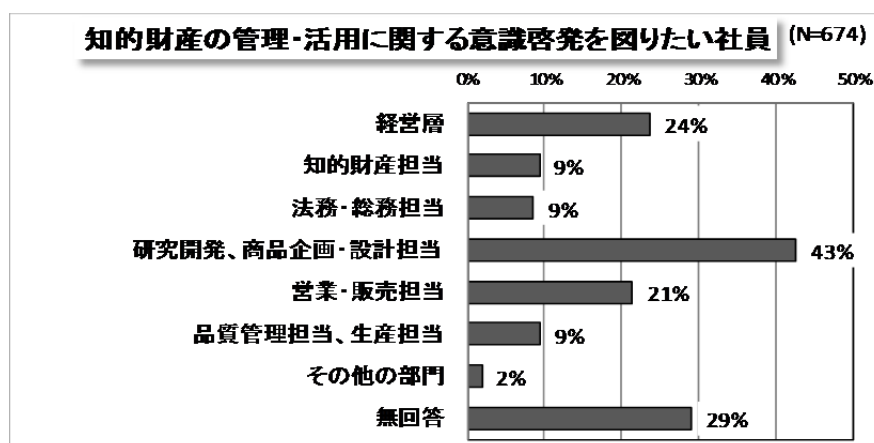
### ① 知的財産の管理・活用を進める上での課題

\* 「資金や人材の不足」(23%) が最も多く、次いで「知的財産に関する社内規程・契約書の整備が不十分」「海外において、権利化の判断や、出願手続き、調査が難しい」(ともに15%)、「知的財産の戦略的な権利化ができていない」「自社が所有する知的財産に権利侵害されたときの対応が難しい」(ともに14%)と続く。



### ② 知的財産の管理・活用に関する意識啓発を図りたい社員

\* 「研究開発、商品企画・設計担当」が43%と最も多く、次いで「経営層」(24%)、「営業・販売担当」(21%)と続く。



## (6) アンケート結果から見た近畿地域の中小・ベンチャー企業の強みと弱み

アンケート調査結果より、近畿地域の中小・ベンチャー企業における事業活動及び知財活動における強みと弱みについては、以下のように整理・考察できる。

### 事業活動

#### 【強み】

##### 技術力を強みとする企業が多い

- \* 「技術力」が強みであると回答した企業は65%に及ぶ。

##### イノベーション創出に積極的な企業が多い

- \* 最近10年間に、58%が新技術やサービスを創出し、67%が新事業の展開を実践している。
- \* 32%が、大学等研究機関との共同開発・共同研究を実施している。

#### 【弱み】

##### 海外展開を実践している企業が少ない

- \* 「海外進出していない」と回答した企業が60%に及ぶ。

##### 人材の育成・確保と、販路の開拓・拡大が経営課題

- \* 企業の経営課題として、62%が「人材の育成・確保」、55%が「販路の開拓・拡大」を回答しており、それぞれ回答の多い選択肢の第1位、第2位となっている。

### 知財活動

#### 【強み】

##### 活発な知財活動を展開している企業の集積が見られる

- \* 知的財産に関する回答者のうち、特許権は60%、商標権は48%、実用新案権は24%、意匠権は23%が保有すると回答し、海外出願経験のある企業は41%。

##### 知的財産に対する関心度が高い企業が多く、知財活用への機運が高まっている

- \* 知的財産に関する回答者のうち、62%が、企業において知的財産に対する関心があると回答。
- \* 最近5年間における知的財産への社内の関心は、低下傾向よりも上昇傾向の企業の方が多い。

##### 知的財産の活用による事業活動への成功事例を実感している企業が多い

- \* 知的財産に関する回答者のうち、62%が知的財産の活用による事業活動の成功事例があると回答。(ブランドイメージ構築、模倣品対策、社員の意識啓発など)

#### 【弱み】

##### 知的財産との接点を持たない企業の集積がみられる

- \* 51%が、社外人材より知的財産関連の情報提供・アドバイスを受ける機会がないと回答。
- \* 知的財産に関する回答者のうち、知的財産権への対応を講じていない企業が33%に及ぶ。

##### 知的財産の創出・活用に向けて、社内体制の整備や取組の工夫を凝らしている企業が少ない

- \* 知的財産の出願、権利化に向けて、社内体制整備や知的財産の活用の取組例として、多様な項目への回答を示した企業が少ない。

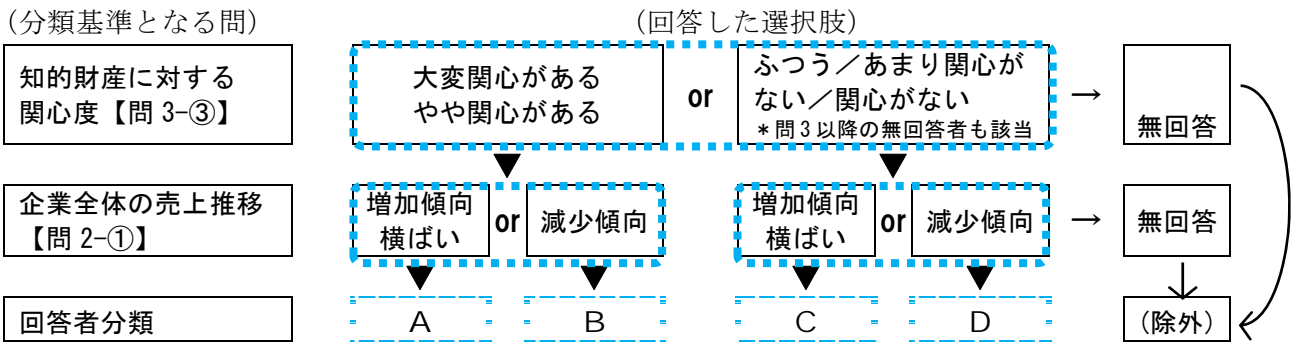
## 第2章 近畿地域の知財活動における課題の分析

### 2-1 知財活動及び事業活動の活発度に着目したタイプ別中小・ベンチャー企業の特徴と課題

#### (1) 企業活動及び事業活動による企業グループの分類

アンケート回答企業について、「知的財産に対する関心度」及び「最近3年間の売上高動向（企業全体）」の回答により、以下のA～Dの4タイプに分類し、これら4タイプの知的財産に関する取組み及び事業活動の状況について比較分析を行った。

#### 分類のフロー



#### 分類した内訳数

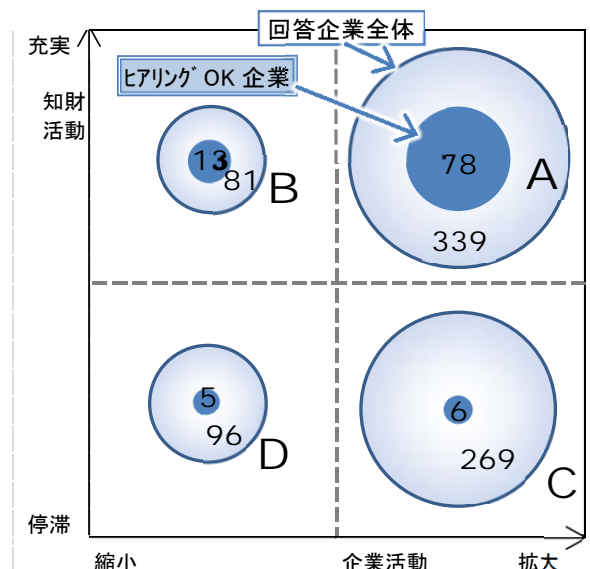
	回答企業全体 (N=785。除外分除く)		ヒアリング対応 OKと回答 (N=102)	
	票数	構成比	票数	構成比
A. 知的財産に対する関心度が高く、売上高は増加・横ばい (近畿地域の知財活用のリーダー的存在になりうる)	339	43%	78	76%
B. 知的財産に対する関心度は高いものの、売上高が減少傾向 (知財をビジネスに活かさきれていない懸念がある)	81	10%	13	13%
C. 知的財産に対する関心度はあまり高くないが、 売上高は増加・横ばい(堅調にビジネスを展開、今後、 知財活用により飛躍する可能性を秘めている)	269	34%	6	6%
D. 知的財産に対する関心度はあまり高くなく、 売上高が減少傾向(知財活用により活性化の可能性)	96	12%	5	5%
除外(売上推移 もしくは 知的財産に対する関心度への回答ナシ)	58	←比率除外		
回答者合計	843			

#### 企業グループ別の回答者分布イメージ

右図の通りに分類された。

Aタイプの企業のうち、78社(Aタイプ企業うちの24%に相当)はヒアリング対応に了承する回答を示した。

近畿地域において、「知的財産への関心が高く、かつ元気に事業活動を展開」している中小・ベンチャー企業の中には、他者にその活動状況を伝える意向を持つ企業が多く、知的財産の活用に向けて全体をリードする存在になりうるものと期待できる。





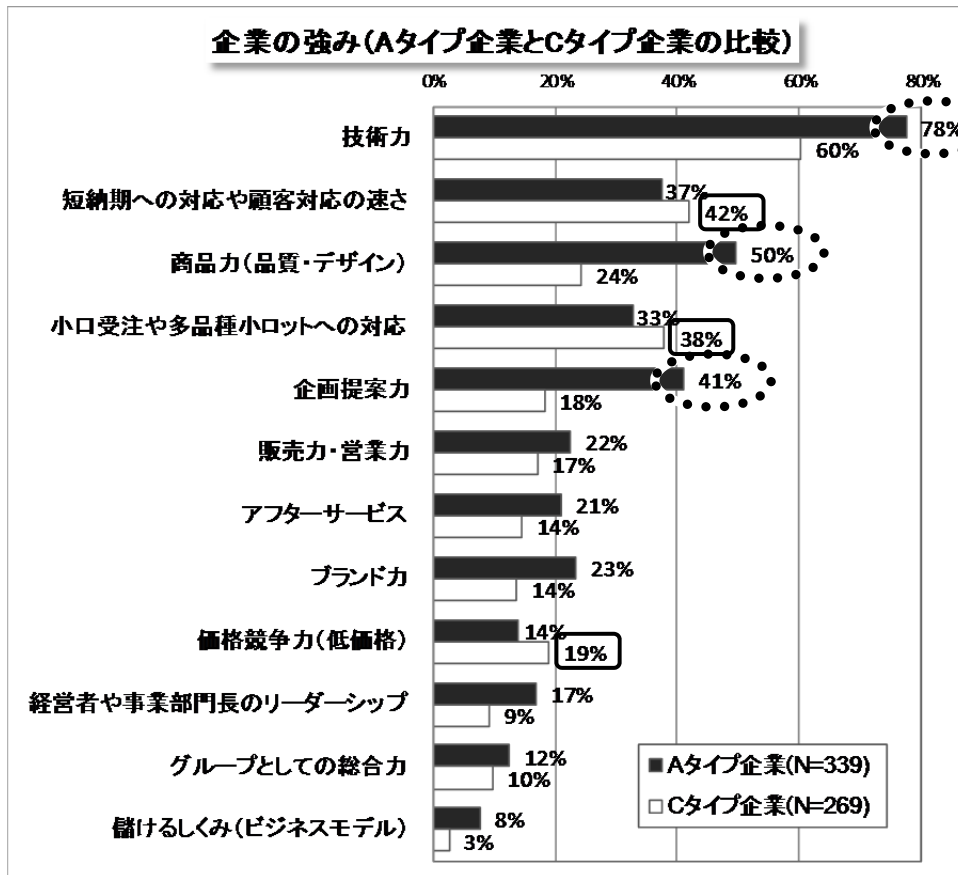
## (2) 企業グループ別比較にみる、事業活動及び企業活動の特徴及び課題

※ここでは、A、B、C、Dの各タイプについて、特徴が見られたものをピックアップして整理している。

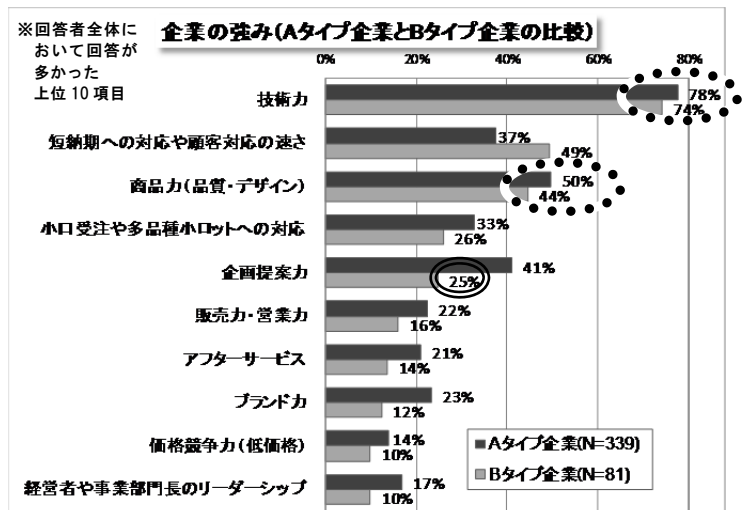
### ①タイプ別企業の強みと課題

#### 企業の強み

- \* まず、事業活動はともに活発であるが、知的財産への関心度が異なる **Aタイプの企業とCタイプの企業を比較**すると、ともに「技術力」が最も多いのは同じであるが、選択肢の多くはAタイプの企業の方が回答の割合が大きい。中でも「技術力」「商品力(品質・デザイン)」「企画提案力」の3点は、Cタイプの企業よりも10ポイント以上、Aタイプの企業の方が回答の割合が大きい。
- \* 一方、「短納期への対応や顧客対応の速さ」「小口受注や多品種小ロットへの対応」「価格競争力(低価格)」の3点については、Cタイプの企業の方がAタイプの企業よりも回答の割合が大きい。



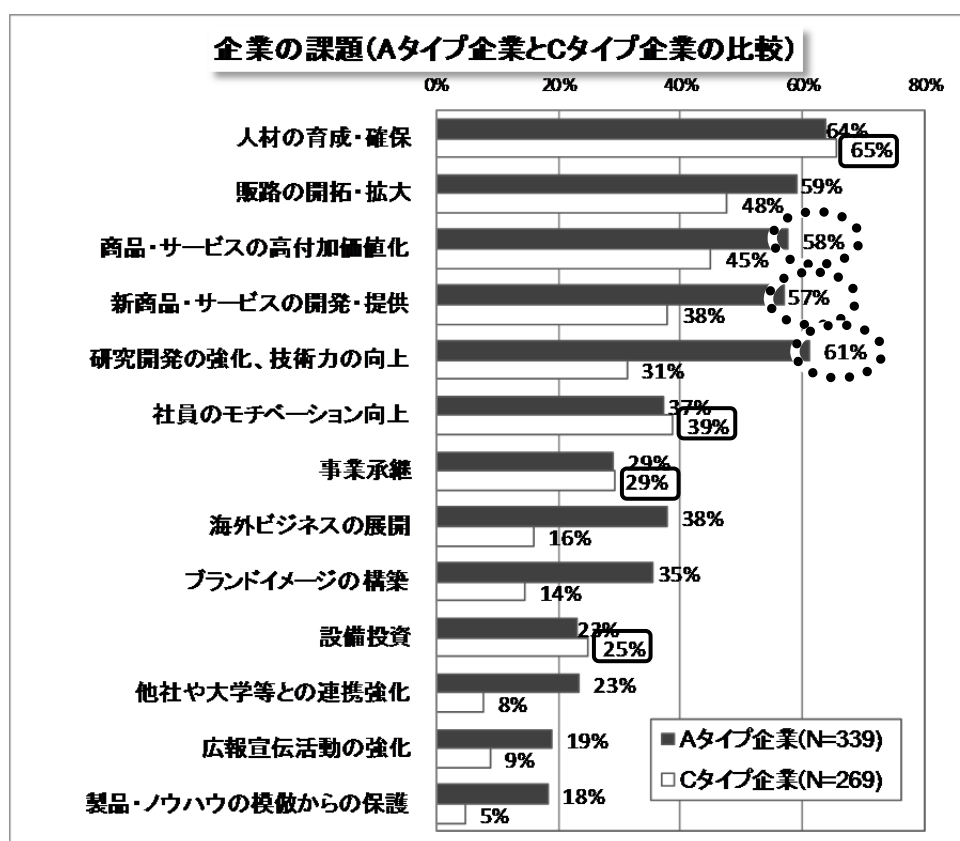
- \* また、知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なる **Aタイプの企業とBタイプの企業を比較**すると、Bタイプの企業は、「技術力」(74%)、「商品力(品質・デザイン)」(44%)については、Aタイプの企業と同様に回答の割合が大きい。
- \* 一方、「企画提案力」については25%に止まり、Aタイプの企業から16ポイント下回っている。



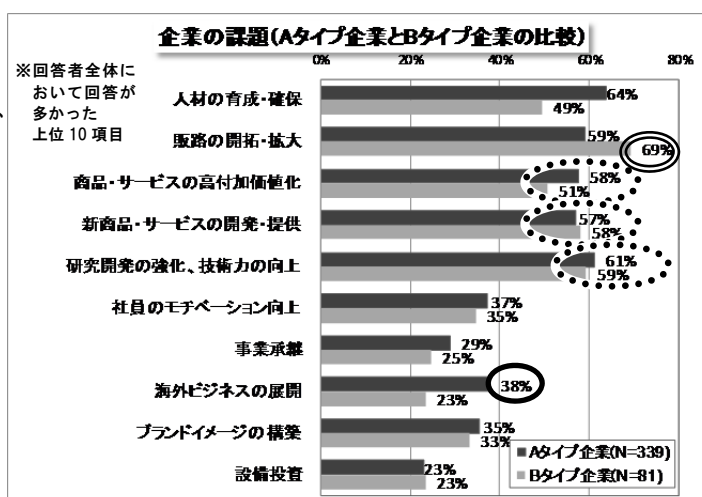


## 企業の課題

- \* まず、事業活動はともに活発であるが、知的財産への関心度が異なる **Aタイプの企業とCタイプの企業を比較**すると、多くのAタイプの企業が強みと考える「技術力」「商品力(品質・デザイン)」「企画提案力」との関連が深い「商品・サービスの高付加価値化」「新商品・サービスの開発・提供」「研究開発の強化、技術力の向上」の3点をはじめ、選択肢の多くは、Aタイプの企業の方がCタイプの企業よりも10ポイント以上上回る結果となった。
- \* 一方、「人材の育成・確保」「社員のモチベーション向上」「事業継承」「設備投資」の4点については、Cタイプの企業の方がAタイプの企業よりも回答の割合が大きい、若しくはCタイプの企業とAタイプの企業がほぼ同じ割合となっている。



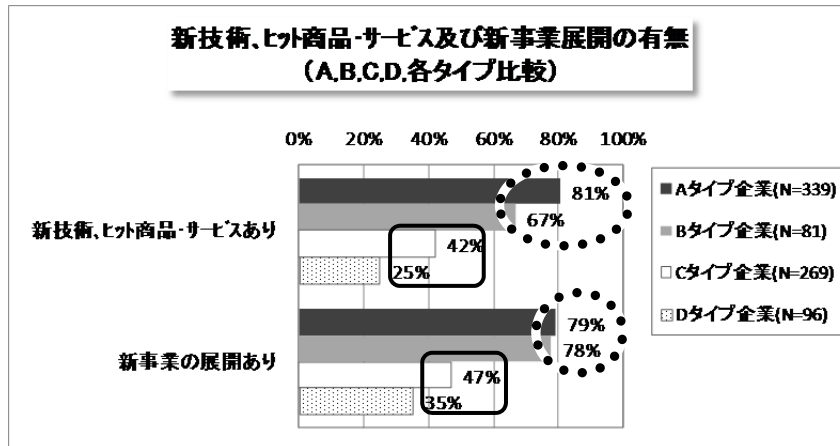
- \* また、知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なる **Aタイプの企業とBタイプの企業を比較**すると、Bタイプの企業は、「商品・サービスの高付加価値化」「新商品・サービスの開発・提供」「研究開発の強化、技術力の向上」とともに、Aタイプの企業と同様、50%以上の回答に及び、多くなっている。
- \* 特に、Bタイプの企業では「販路の開拓・拡大」が69%と選択肢の中で最も回答が多く、課題とする企業が多いと考えられる。
- \* 一方、Aタイプの企業では、「海外ビジネスの展開」が38%と、Bタイプよりも15ポイント多く、課題とする企業が多いと考えられる。



## ②事業活動の特徴

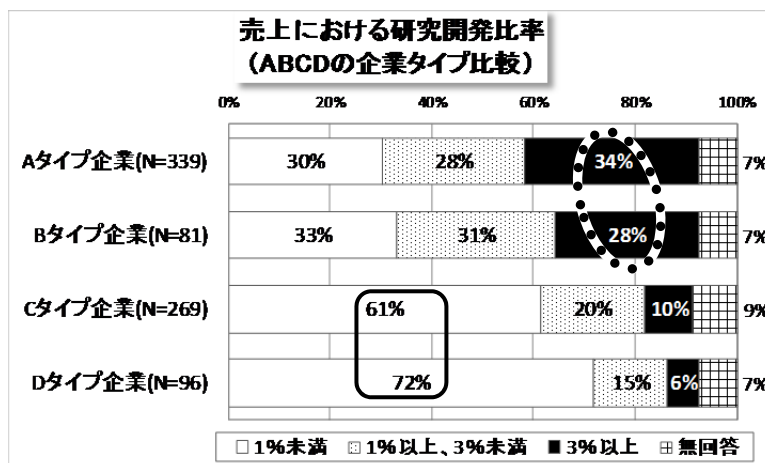
### 新技術、ヒット商品・サービス及び新事業展開の有無

- \* A、B、C、Dの各タイプの企業を比較すると、新技術、ヒット商品・サービスがある企業、新事業の展開がある企業ともに、A、B、C、Dの順で割合が大きくなっている。
- \* また、新技術、ヒット商品・サービス及び新事業展開ともに、Aタイプの企業とBタイプの企業は7割前後以上で実績がある一方で、Cタイプの企業とDタイプの企業は半数以下に止まり、新技術、ヒット商品・サービス及び新事業展開の傾向が大きく2つに分かれた。



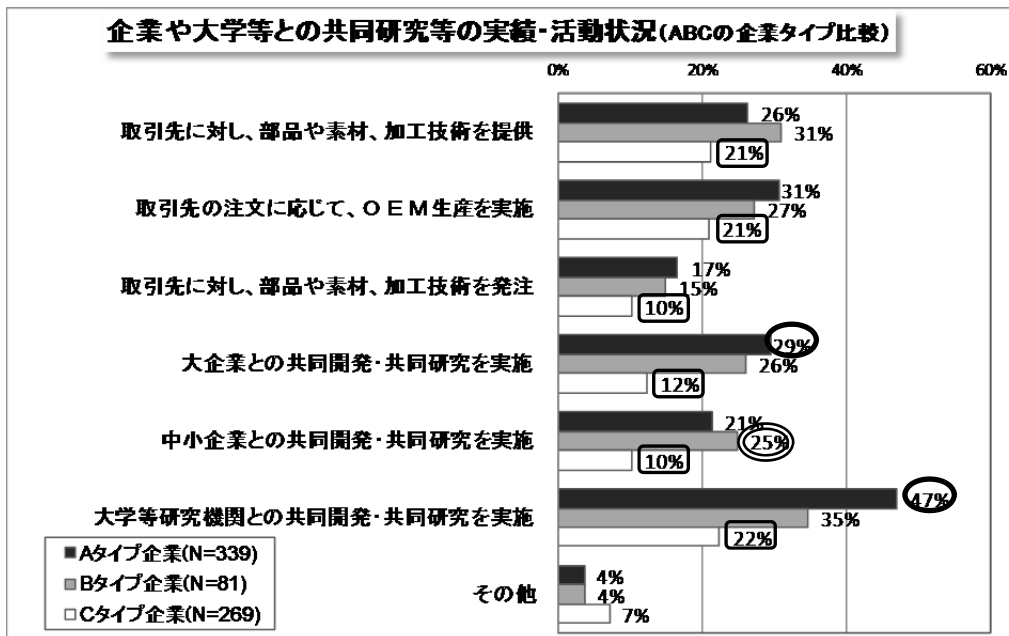
### 売上における研究開発費率

- \* A、B、C、Dの各タイプの企業を比較すると、まず、研究開発比率が3%以上のところが、Aタイプの企業では34%、Bタイプの企業では28%と、3割前後を占めている。
- \* 一方、Cタイプの企業とDタイプの企業は、研究開発比率が1%未満のところそれぞれ61%、72%と、研究開発費をかけない企業がともに6割以上に及ぶ。
- \* 売上における研究開発費率の傾向が大きく2つに分かれた。



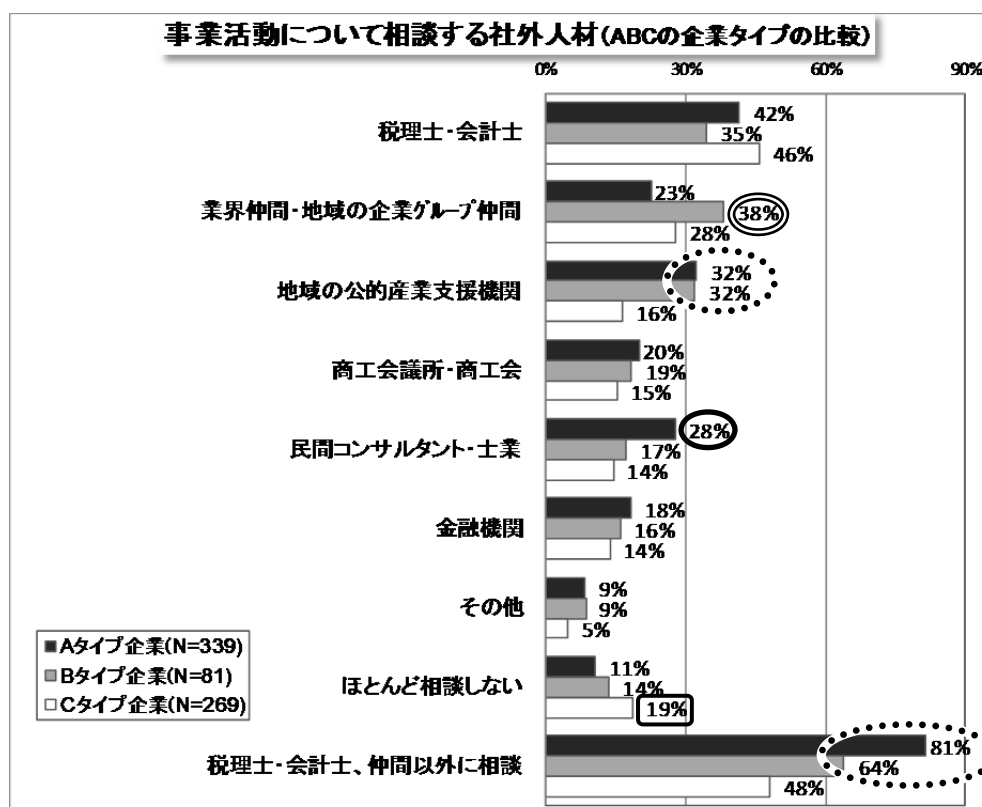
### 企業や大学等との共同研究等の実績・活動状況

- \* A、B、Cのタイプの企業を比較すると、まず、Cタイプの企業は、全ての選択肢においてA及びBタイプの企業よりも5ポイント以上下回り、中でも共同研究・共同開発に関する項目は10ポイント以上下回り、オープンイノベーションの取組がやや消極的であると考えられる。
- \* また、共同研究・共同開発に関する項目について、Aタイプの企業とBタイプの企業を比較すると、Aタイプの企業では大企業及び大学等研究機関との共同研究・共同開発が、Bタイプの企業では中小企業との共同研究・共同開発が、それぞれより多いという特徴が見られる。



### 事業活動について相談する社外人材

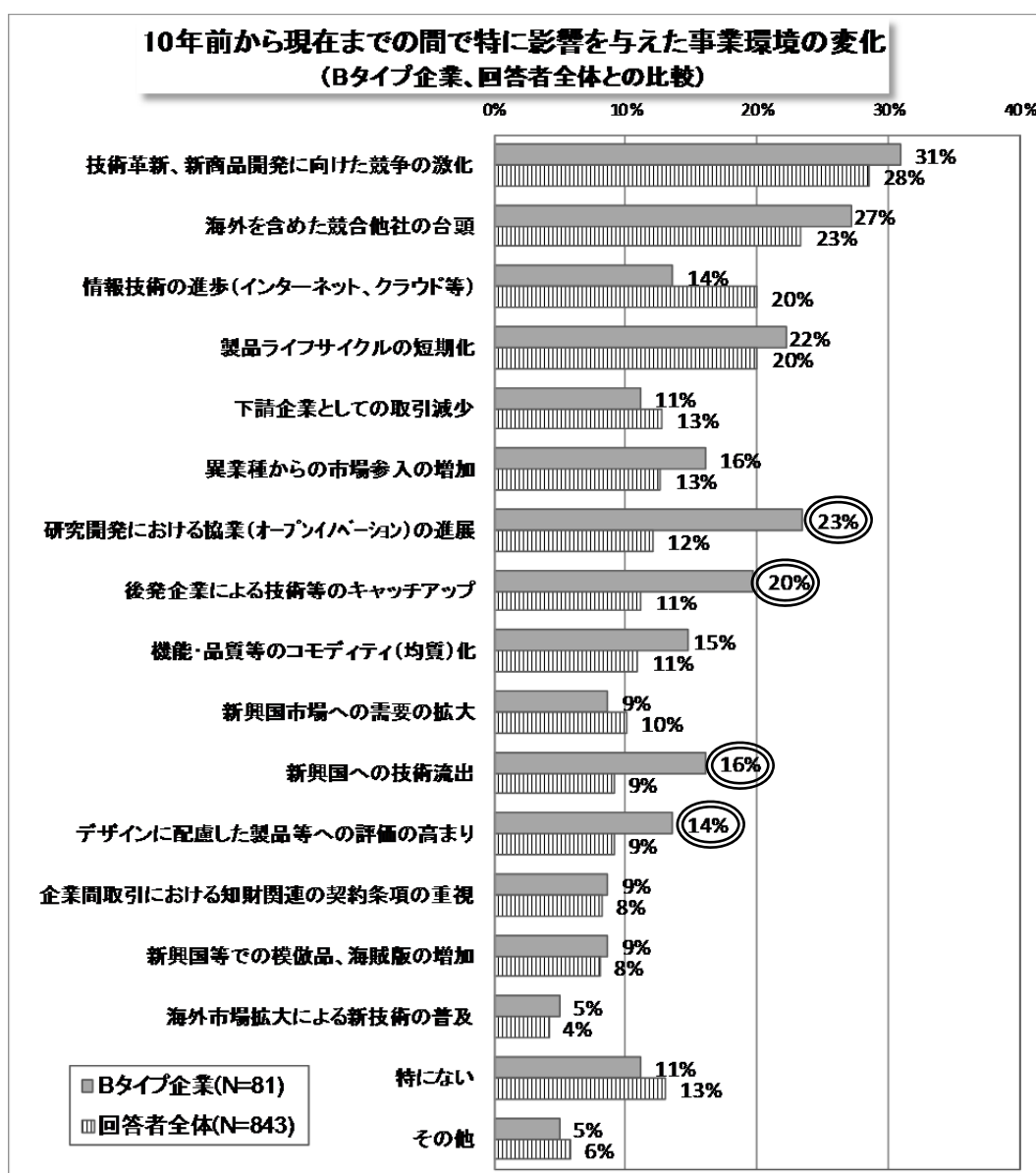
- \* A、B、Cのタイプの企業を比較すると、まず、Cタイプの企業は「ほとんど相談しない」が19%に及び、また、「税理士・会計士」及び「業界仲間・地域の企業グループ仲間」以外に相談相手のある企業は48%と半数以下に止まり、事業活動に関する相談相手が少ない。中でも、「地域の公的産業支援機関」はAタイプ及びBタイプの企業より16ポイント下回り、少なくなっている。
- \* また、Aタイプの企業とBタイプの企業について比較すると、「税理士・会計士」及び「業界仲間・地域の企業グループ仲間」以外に相談相手のある企業はAタイプの企業では81%、Bタイプの企業では64%に及び、Aタイプの企業の方がより多種多様な相談相手がいるものと考えられる。また、Aタイプの企業では、「民間コンサルタント・士業」が、Bタイプの企業では「業界仲間・地域の企業グループ仲間」が、それぞれ多いという特徴が見られる。



## 10年前から現在までの間で特に影響を与えた事業環境の変化

\* 知的財産に対する関心度は高いものの、売上ダウンで事業活動に元気がないBタイプの企業と回答者全体を比較すると、Bタイプの企業では、「研究開発における協業（オープンイノベーション）の進展」、「後発企業による技術等のキャッチアップ」、「新興国への技術流出」、「デザインに配慮した製品等への評価の高まり」の4項目への回答は、回答者全体と比較して5ポイント以上の差が見られた。

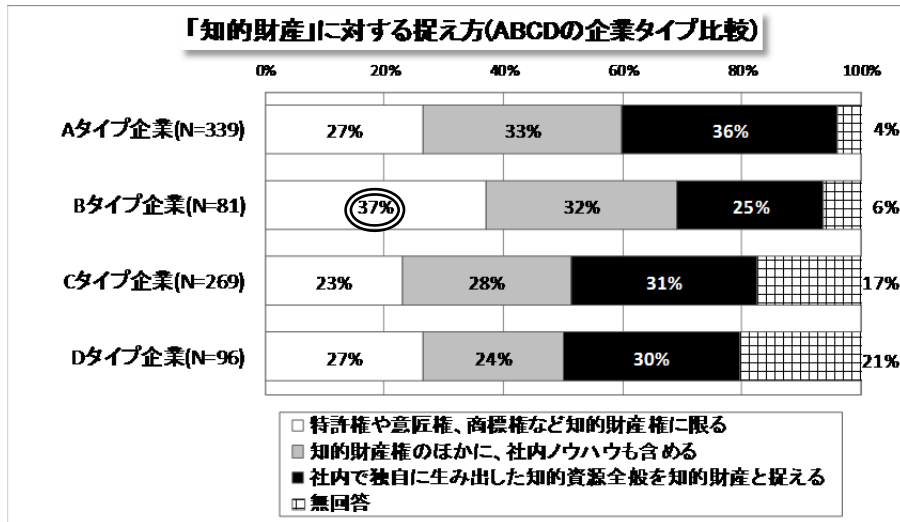
これらのことから、Bタイプの企業を取り巻く事業環境は、強みとしている技術力や商品・サービスの質が、オープンイノベーションや後発企業の技術開発、新興国の台頭等により、市場全体で成熟したレベルに達しており、競争が激化しているものと推察される。



### ③知的財産に対する企業の位置づけ・考え方

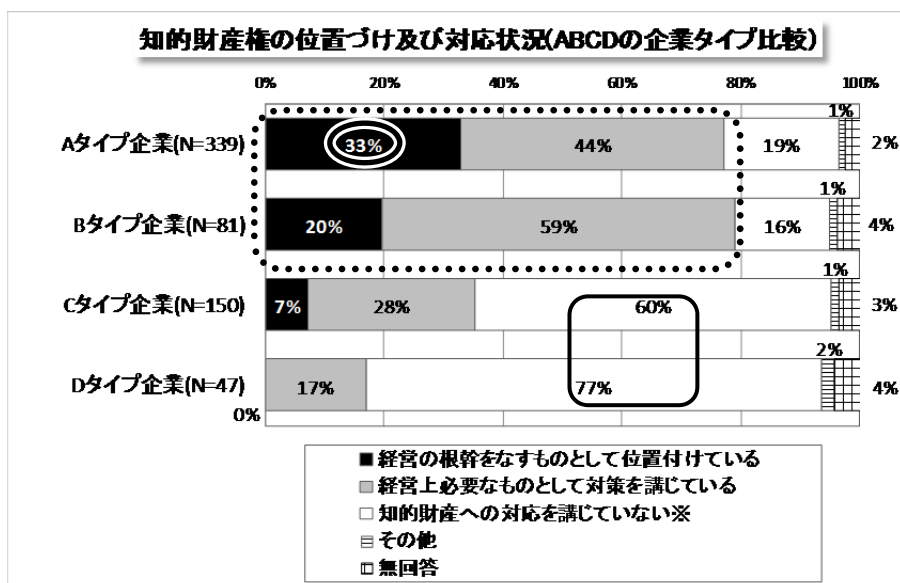
#### 「知的財産」に対する捉え方

- \* A、B、C、Dの各タイプの企業を比較すると、Bタイプの企業において、「特許権や意匠権、商標権など知的財産権に限る」が37%と最も多く、知的財産を狭く捉えている企業がやや多いと考えられる。
- \* また、全ての企業タイプにおいて「知的財産」の捉え方にバラツキが見られ、なおかつ広く捉えている「社内で独自に生み出した知的資源全般を知的財産と捉える」への回答が最も割合の大きいAタイプでも36%に止まったことから、あらゆる属性の企業に対し、知的財産とは何かを含めた啓発が必要であると考えられる。



#### 知的財産権の位置づけ及び対応状況

- \* A、B、C、Dの各タイプの企業を比較すると、まず、Cタイプ及びDタイプの企業において、知的財産への対応を講じていない企業が、Cタイプで60%、Dタイプで77%と6割以上に及び、多くなっている。
- \* 一方、Aタイプ及びBタイプの企業では、知的財産への対応を講じている企業がともに80%弱に及ぶ。このうち、Aタイプの企業では、「経営の根幹をなすものとして位置付けている」が33%に及び、知的財産を重視している企業がBタイプの企業より多いものと考えられる。

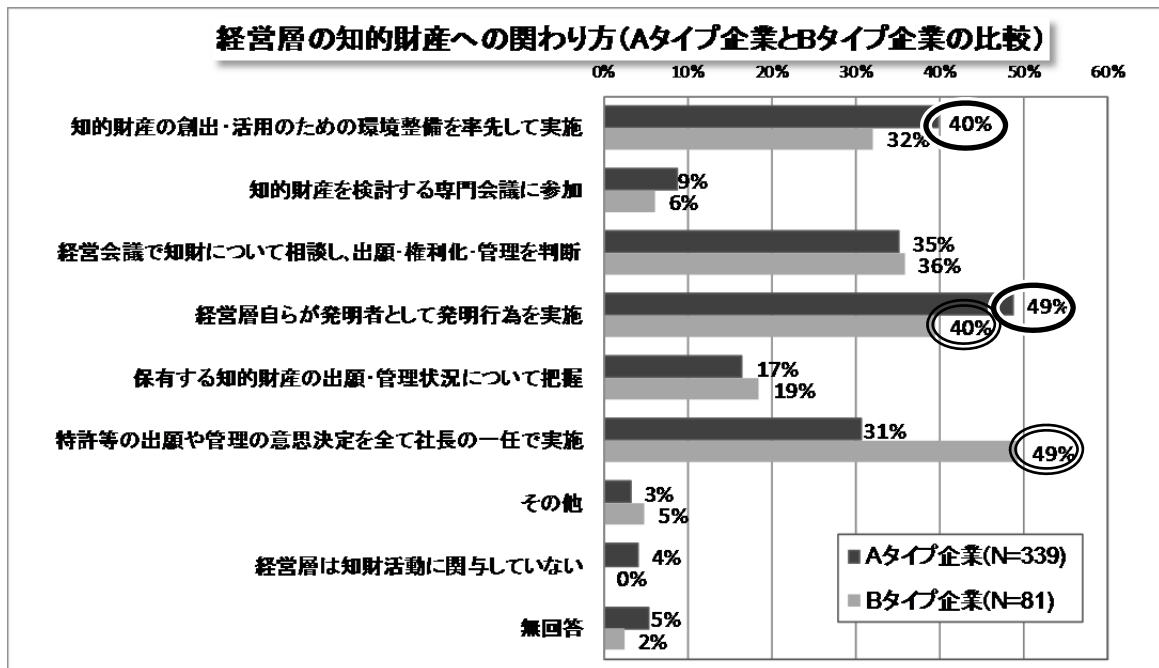


※「関心はあるが、特に対策を講じていない」「関心はあるが、どう対応してよいかよくわからない」「特に事業との関連性を感じない」のいずれかに回答

#### ④知財活動の取組状況

##### 経営層の知的財産への関わり方

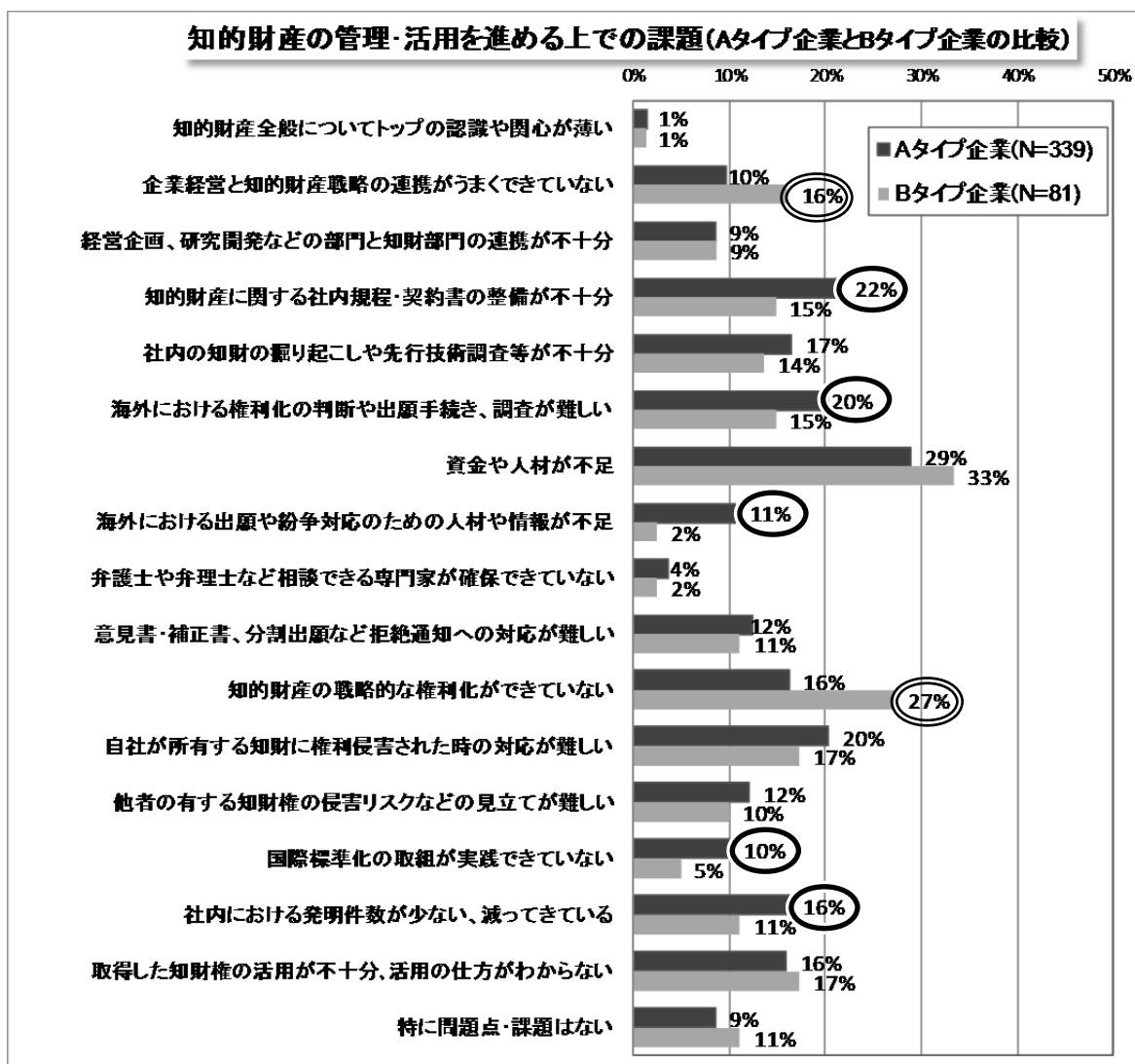
- \* 知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なるAタイプの企業とBタイプの企業を比較すると、まず、Bタイプの企業は、「経営層自らが発明者として発明行為を実施」、「特許等の出願や管理の意思決定を全て社長の一任で実施」の2点が40%以上に及び、発明行為や知的財産の創出・活用について、社長1人で取り組んでいるところが多いものと考えられる。
- \* 一方、Aタイプの企業は、「知的財産の創出・活用のための環境整備を率先して実施」、「経営層自らが発明者として発明行為を実施」の2点が40%以上に及び、Bタイプの企業に比べて、組織的に発明行為や知的財産の創出・活用に取り組んでいるところが多いものと考えられる。



### 知的財産の管理・活用を進める上での課題

\* 知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なるAタイプの企業とBタイプの企業を比較すると、まず、Bタイプの企業は、「知的財産の戦略的な権利化ができていない」、「企業経営と知的財産戦略の連携がうまくできていない」の2項目への回答は、Aタイプの企業と比較して5ポイント以上、多くなっている。

\* 一方、Aタイプの企業は、「海外における権利化の判断や出願手続き、調査が難しい」「海外における出願や紛争対応のための人材や情報が不足」といった海外展開に関する2項目と、「知的財産に関する社内規程・契約書の整備が不十分」「国際標準化の取組が実践できていない」「社内における発明件数が少ない、減ってきている」について、Bタイプの企業と比較して5ポイント以上、多くなっている。





### (3) まとめ

企業アンケート調査（概要は p.7 参照）のクロス分析及び企業ヒアリング調査（概要は p.7, 42 参照）により、A～Dの4タイプの企業における事業活動及び知財活動の特徴について、以下のよう  
に整理した。

#### ① Aタイプの企業

**事業活動: 技術力、商品力、企画提案力を強みとして、イノベーション創出を積極的に展開。**

- \* 技術力、商品力、企画提案力をはじめ、多種多様な強みを持ち、さらに、商品・サービスの高付加価値化、新商品・サービスの開発・提供、研究開発の強化、技術力の向上などを課題として、さらなる事業展開を目指している。
- \* 多くの企業が、新技術、ヒット商品・サービスの開発や、新事業を展開し、また、大企業や大学等研究機関との共同研究・共同開発も活発に進めており、イノベーション創出に積極的である。また、事業活動を相談できる社外人材を有する企業が多く、社外ネットワークの形成も進んでいる。

**知財活動: 知財活動を組織的に取り組み、知財による事業活動への効果を実感。**

- \* 知的財産権を経営の根幹と位置付ける企業や、企業内の知的財産に関する体制整備を進める企業が多く、組織的に知財活動を進めている傾向が見られる。また、ヒアリングにおいて、知的財産の創出・活用が事業展開に効果をもたらしていると回答する企業が多く見られた。
- \* また、今後の知的財産の創出・活用に向けて、海外展開における各種知財活動の強化や、知的財産に関する社内規程・契約書の整備、国際標準化、発明のさらなる発掘など、他の企業グループよりより実践的な課題をあげる企業が多くなっている。

#### 知的財産の創出・活用が事業活動に効果をもたらしている例

- ▶ 特許製品を「当社オリジナル製品です」と営業に行くことで、逆に「こういうことはできないか」と取引先から声を掛けてもらえることがある。
- ▶ 知財を有する斬新な商品を製造する企業として、他社との業務提携が実現。今後は、200名ほどの営業担当者と共に、製品販売やマーケティング活動を取り組んでいく。
- ▶ カタログ掲載製品の7割は特許製品であり、業界最先端の面白い製品を開発・販売する企業として、取引先にファンが多い。

#### ② Bタイプの企業

**事業活動: 技術力、商品力を強みとする一方、販路の開拓・拡大や海外展開など新たな取引先開拓が課題。**

- \* 技術力、商品力を強みとし、また、新技術、ヒット商品・サービスの開発や新事業を展開する企業、共同研究・共同開発も活発に進める企業も多く、Aタイプの企業と事業活動の特性は似た傾向を示している。しかし、企画提案力を強みとする企業がAタイプよりも少なく、取引先のソリューションへの対応がやや弱く、商品・サービス主導で事業活動が展開されているものと考えられる。
- \* また、販路の開拓・拡大を課題とする企業が多いことが特徴の1つとしてあげられる。この背景として、オープンイノベーションや後発企業のキャッチアップ、新興国の台頭等といった事業環境の変化により、Bタイプの企業をとりまく市場が成熟したレベルに達していることも推察される。

**知財活動: 事業展開に効果的な知財活動の実践を課題とする企業が多い。**

- \* 知的財産について狭く捉えている企業がやや多く、また、ヒアリングにおいては、Aタイプの企業と比べて、事業活動への効果を実感している企業は少なかった。



- \* また、発明行為や知的財産の創出・活用を社長1人で取り組んでいる企業や、戦略的な知財活用や企業経営と知財戦略の連携を課題とする企業が多く、これらのことから、事業展開に効果的な知財活動が実践できていないところが多いものと考えられる。

### ③Cタイプの企業

**事業活動:**技術力と取引先への機動的なソリューション対応が強みである一方、人材育成・確保が課題。

**イノベーション創出にはやや消極的。**

- \* 技術力を強みとするのに加えて、短納期への対応や顧客対応の速さ、小口受注や多品種小ロットへの対応、価格競争力といった機動的な対応にも強みを有し、取引先のソリューション対応を得意とする企業が多いものと考えられる。また、企業の課題としても人材の確保や社員のモチベーション向上、設備投資など、ソリューション対応に向けたヒト、モノの強化をあげる企業が多く、ヒアリングにおいて事業活動は順調であるものの人材確保に苦勞している企業が確認された。
- \* 一方、商品力や企画提案力を強みとする企業や、新技術、ヒット商品・サービスの開発や新事業を展開する企業、共同研究・共同開発も活発に進める企業、共同開発・共同研究を実践する企業が少なく、イノベーション創出にはやや消極的であるという特徴が見られた。また、その背景として、強固な販路を有することが、ヒアリングにおいて複数確認された。

#### 人材の育成・確保を課題とする企業の例

- ▶ 事業活動や売上也順調であり、全世界で展開する大手企業が取引先であるにも関わらず、新卒採用における学生からの反響はあまり良くない。

#### 強固な販路を持つ企業の例

- ▶ 全世界で展開する大手企業複数が取引先。競合する4~5社の中では最も規模が大きい。取引先とのつながりが強い業界であるため、模倣されても売上に影響が出ることはない。
- ▶ 国内では撤退する会社が多く、現在では分野におけるトップメーカーとなっている。また、大手医薬品メーカーと直取引があり、ノウハウに裏打ちされたオンリーワン製品を持つ。

**知財活動:**知的財産を重視しない傾向が強いが、ノウハウ管理に対する関心は高い。

- \* 知的財産権への対応を講じていない企業が過半数に及び、知的財産を重視していない傾向にある。また、ヒアリングにおいては、出願等での費用対効果について疑念を抱く企業が複数見られた。
- \* 一方、ノウハウ管理に関心を示す企業がヒアリングにおいて複数見られ、この点で知的財産への活用効果を示すことは、Cタイプの企業にとっては有用であると考えられる。

#### 費用対効果について疑念を抱く企業の意見例

- ▶ 知財は出願にもコストがかかり、管理負担も大きい。回収できるだけのメリットがあるのか、慎重に検討する必要がある。
- ▶ 仲間のベンチャー企業の中には知財活動に注力しているところもあるが、投資分を回収できているとは思えない。費用対効果を考えると、知財への対応は最低限で良いと考えている。

#### ノウハウ管理に関心を示す企業の意見例

- ▶ 製造記録の書類を公証人役場にもっていき、確定日付を取得し、先使用权を主張できるように書類整備している。今後、企業内部においてノウハウ等の情報管理は徹底していきたい。
- ▶ 今のところは取引先との契約においてノウハウを厳しく問われることはないが、今後は、製品開発時における知財やノウハウ秘匿を意識していくべきではないかと感じている。

#### ④Dタイプの企業

**事業活動: 事業活動が停滞。イノベーション創出に向けた社内体制の整備が課題。**

---

- \* 新技術、ヒット商品・サービス及び新事業展開を有する企業が最も少なく、事業活動が停滞しているものと考えられる。また、売上における研究開発費をかけない企業が多く、イノベーション創出に向けた社内体制の整備が課題であると考えられる。

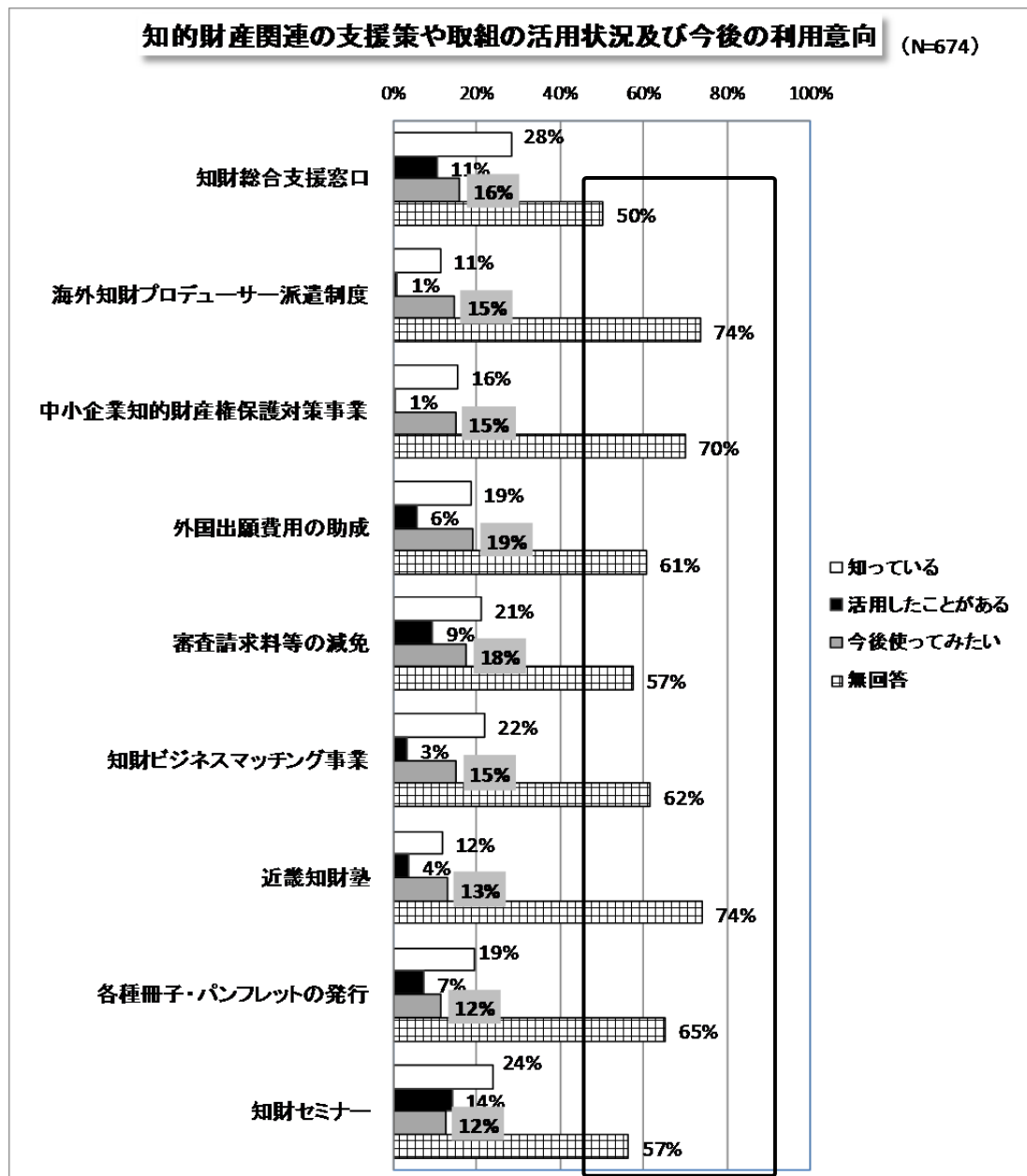
**知財活動: 知的財産権への対応を講じていない企業が最も多い。**

---

- \* 知的財産権への対応を講じていない企業が77%と最も多く、様々な事業活動の課題に対応する知財活動の効果について、広く伝えていくニーズが潜在しているものと考えられる。

## 2-2 企業における知的財産関連の支援策の利用動向

- \* 近畿地域の中小・ベンチャー企業における知的財産関連の支援策の認知度（「知っている」としては、「知財総合支援窓口」（28%）、「知財セミナー」（24%）、「知財ビジネスマッチング事業」（22%）、「審査請求料等の減免」（21%）の4項目は20%代、残りの5項目10%代に止まり、認知度が低いものと考えられる。
- \* 活用実績（「活用したことがある」としては、「知財セミナー」（14%）及び「知財総合支援窓口」（11%）の2項目を除くと、10%未満となっており、あまり活用されていないものと考えられる。
- \* 今後の活用意向（「今後使ってみたい」）についても、「外国出願費用の助成」（19%）をはじめ、全ての項目で10%代に止まっている。
- \* また、全ての支援策について、無回答が50%を超えており、知的財産関連の支援策への関心を持っていない中小・ベンチャー企業が多いものと考えられる。



## 2-3 知財関係支援機関及び企業ヒアリングからみる現状と課題

### 【ヒアリング調査概要】

**目的** 近畿地域の中小・ベンチャー企業の知財活動の現状及び課題、支援ニーズを把握・整理するため、近畿管内の知財総合支援窓口をはじめとする産業支援機関、知財活動を実践・模索している企業に対し、ヒアリング調査を実施。

**ヒアリング** 産業支援機関

**項目** 1. 企業支援の取組状況、利用者の属性及び知財に対する認識  
2. 支援機関から見た近畿地域の中小・ベンチャー企業の知財活動・事業活動の課題  
3. 企業の知財活動・事業活動を活性化させるために必要な支援イメージなど

**企業**

1. 事業内容、経済環境の変化の影響  
2. 知財に対する認識、知財戦略、取組体制、代表者の考え方  
3. 知財活動の取組状況及び知財活動に関する課題  
4. 知財活動への支援策の活用状況、あると良い支援策のイメージ

**対象者数** 産業支援機関：17 機関（知財総合支援窓口・3、自治体・1、公設試験研究機関・2、公的産業支援センター・2、経済団体・5、大学・1、金融機関等・2、税理士・1）

中小・ベンチャー企業：15 社（Aタイプ・5 社、Bタイプ・4 社、Cタイプ・6 社）

※アンケート回答企業より、知財活動を実践・模索しているA～Cタイプを抜粋。

### (1) 産業支援機関による企業支援の取組状況と利用者属性

#### ① 知財総合支援窓口における取組内容、利用者属性

- \* 窓口相談のほかに、企業訪問や出張事業等を実施し、窓口相談よりも情報整理の場や気づきの場として機能するため、企業からは好評を得ている。
- \* いずれも、利用者は小規模企業が多く、新たな参加者・利用者の確保や、利用者の固定化を課題としている。

#### 知財総合支援窓口での取組内容など意見例

- ▶ 知的財産関連の相談のうち、全体の2割強が企業訪問。企業訪問は、経営者の話を聞き、それをもとに必要な情報を整理することで重宝される。一方、利用者が固定化されており、新規の企業が少ない。新たな企業に訪問を持ちかけても、受け入れてもらえていない。
- ▶ 窓口を利用する企業は小規模企業の社長が多い。小規模企業の社長は時間がないこともあり、企業訪問は喜んでもらえる。最近では、商標関連の案件が増えており、まず、商標についての相談をきっかけとして知財に開眼し、意匠や特許を取得する企業もある。また、県内各地を年数回ずつ担当者が各地へ訪問する出張事業を実施。参加者がいない日もあるが、地域の自治体、産業支援機関と連携し、事前にチラシ配布するなど広報活動を進めながら根気よく行っている。
- ▶ 窓口を利用する企業は、知財への意識はあるが顧問弁理士のいない小規模企業が多い。窓口相談の企業よりも、訪問した企業の方が、その後も利用する傾向にある。窓口相談は、あらかじめ決まった質問にしか対応できないが、訪問すると、相手にとっても気づきの機会となることが多い。新たな利用企業の発掘に取り組んでいるものの、連絡を取っても受け入れてもらえないケースが多い。

## ②知財総合支援窓口以外の産業支援機関における、企業の知財活動支援の取組内容、利用者属性

### 知財総合支援窓口以外での企業の知財活動支援

- \* 知財総合支援窓口以外の産業支援機関において、企業の知財活動を支援する取組としては、連続講座や知財セミナーの自主企画・運営、特許取得費用の支援事業、特許庁が支援する外国出願支援事業、経営相談における知的財産相談メニュー設置がある。
- \* 利用者としては、連続講座や奨励金制度といった継続開催しているものについては、知財に対する意識の高い企業や、事業を利用したリピーターが多い。一方、知財セミナーや知財相談については、知財に対する意識があまり高くない人の参加が多い。

### 知財総合支援窓口以外での企業の知財活動支援の取組例

- ▶ 特許取得費用の支援事業を実施。特許出願を行った後、審査請求も実施した法人に対し、費用の一部を交付。地場産業や地域資源とのつながりが深い企業の利用が多く、リピーターも複数ある。
- ▶ 特許庁が支援する外国出願支援事業では、最近では商標が増加傾向。
- ▶ 主に知財担当者を対象とした有料連続講座を毎年企画、開催している。座学だけでなく、工場見学、知財関連の裁判傍聴も取り入れている。参加企業は知財に対する意識が高い企業に偏っており、裾野を広げる必要性を感じる。
- ▶ 無料経営相談の一環として、知的財産相談メニューを設置。相談に来られる方の中には、発明協会の存在を知らない人もいる。
- ▶ 知財担当者が講師となり、図書館で休日に知財セミナーを何回か開催してきた。図書館に偶然来られた方で、当日参加される人が多い。

### 事業支援活動における知財への配慮・言及

- \* 産業支援機関における企業認定制度や、補助金申請支援、経営革新計画の作成支援などがあげられた。
- \* 企業を審査する際に知的財産の有無を評価する機関もある。
- \* 中小企業に知的財産に対する意識がない場合は、知的財産については全く触れることがない。

### 事業支援活動における知財への配慮・言及

- ▶ 申請書の審査において、技術的な強みを書く欄に知的財産の記入があれば、計画の実現可能性が高いと評価している。
- ▶ 審査の際、技術系の企業について特許の有無は確認。但し、技術的な内容まで踏み込んだ検討は十分ではない。知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なる。
- ▶ 技術を評価した融資の実績はあるが、知的財産についての評価項目はない。支援企業が小規模企業のため、知的財産に関する話題はほとんどないため、知的財産に対する意識はかなり低い印象を持つ。
- ▶ 事業継承にかかる相談において、知的財産について話題にあがることはあまりない。

### 大学等研究機関との共同研究や共同開発、共同出願における、知的財産への配慮・言及

- \* 大学等の研究機関において、共同研究や共同開発、共同出願の際に、知的財産について話し合う機会がある。その際、中小企業は、契約に不慣れなところが多い、柔軟に対応しているが何も注文のないケースが多い。

## 大学等研究機関との共同研究や共同開発、共同出願における、知的財産への配慮・言及

- ▶ 共同研究・受託研究、共同出願等において、企業と契約書を取り交わす際、契約が不慣れな中小企業等に対しては、知財担当が契約文書にどんな内容が含まれているか、知財関連の項目を含めて詳細な説明をしている。
- ▶ 共同研究等における共同出願時の契約については、出願費用・登録費用を企業負担とする以外の契約項目については柔軟に対応している。契約に当たって、大企業の場合は様々な注文をつけてくるが、中小企業は柔軟に対応しているが何も注文のないケースが多い。

## (2) 産業支援機関から見た近畿地域の知財活動・事業活動の課題

### ① 中小・ベンチャー企業の問題

- \* 大企業依存型の事業展開からの脱却や、企業の差別化に向けた新製品開発や新分野進出、海外展開、事業継承、日々のビジネス対応など、多様な事業課題がある。
- \* 知的財産については、意識を持っている中小・ベンチャー企業が少ない。中には、手遅れになってしまってから相談に来る企業がある。
- \* 知財活動を展開している企業を含めて、知的財産の創出・活用の効果についての理解の浅い中小企業が多い。

### 知的財産以外の多様な事業課題

- ▶ 関西は、企業城下町という風土がまだ根付いている印象を受ける。
- ▶ かつては大企業依存型の中小企業が多かったが、最近は海外展開の進展など外部環境の影響等により、大企業依存型の事業活動を継続できないケースが増えている。
- ▶ 企業が生き残るには、特産品を扱う場合でも、新製品開発や新分野進出が必要だ。
- ▶ 今年、「はじめての海外展開」というテーマでセミナーを行った際に、予想以上の多くの企業が参加し、今後、海外展開を考えている企業が多いことを改めて実感した。
- ▶ 事業継承を経営課題としている企業が最も多い。
- ▶ 多くの企業は、生産ラインのメンテナンスやクレーム対応など目先の商売で手一杯である。余裕がなければ知的財産にまで手が回らないのではないかと。

### 知的財産に対する意識を持つ企業が少ない

- ▶ 中小企業のうち、90%は知財に対する意識を持っていないのではないかと。
- ▶ ものづくり企業において、知的財産に対する意識はまだ低いと思う。
- ▶ 取引先では、結局はノウハウだ、と思っているところも多いかもしれない、という印象を受ける。
- ▶ 知的財産について問題が発生してから相談にくる企業が多い。相談に来たときにはすでに手遅れになっているケースが多い。

### 知的財産の創出・活用の効果についての理解の浅い中小企業が多い

- ▶ 「知的財産＝模倣対策」という狭い範囲で捉えている企業が多い。
- ▶ 知的財産を権利化することのメリットについて、具体的なイメージがないため、中小企業において理解も進んでいないのが現状ではないかと。
- ▶ 顧問弁理士任せで、知財への意識がかなり低い企業もある。

## ②中小・ベンチャー企業を取り巻く環境の問題

- \* 知的財産関連をはじめ、公的産業支援機関の支援策の情報が中小・ベンチャー企業に届いていない。
- \* 知的財産についての理解が浅い産業支援機関や自治体もある。
- \* 知財アドバイザーをはじめ、知的財産に関心を示す企業を発掘するネットワーク体制が不十分。

### **公的産業支援機関の支援策が中小・ベンチャー企業に届いていない**

- ▶ 知的財産の支援策が多くの中小企業に知られていない。利用している企業は沢山利用しているが、利用していない企業には情報が届いていないように思われる。
- ▶ 企業に有用な情報が届いていないように思われる。
- ▶ 公的情報等が上手く伝わっていないように思う。情報発信の仕方に課題がある。特許の価値や知財セミナーの意義についても、うまく伝えることが必要だ。

### **知的財産に対する意識を持つ産業支援機関や自治体が少ない**

- ▶ 産業支援機関や金融機関は、知的財産への理解が浅い。
- ▶ 金融機関において、知的財産の保有状況が審査対象となるには、まだ行員の知識が浅い。

### **知的財産に関心を示す企業を発掘するネットワーク体制が不十分**

- ▶ 各地に精通しているアドバイザーなど、商工会議所、商工会とつながりを持ち、知的財産案件があれば紹介いただくようなネットワークを張り巡らしている。しかし、連絡しても相談不要と断られるときもある。
- ▶ 埋もれている企業ニーズを発掘するには、コーディネータが何回も通って話を聞く中から、話題が出ることもある。その時に適切に対応する中で、知財の話にもつながるものも出てくるはずだ。コーディネータによる継続的な関係づくりが鍵だろう。
- ▶ 知財アドバイザー制度を運用しているが、利用が少ない。



### (3) 産業支援機関及び中小・ベンチャー企業から見た必要な支援

#### ①事業活動における知的財産の有用性を「伝える」支援策の充実

- \* まず、支援イメージとしては、事業経営と知財活動の関係性を伝えることや、他社の知財活動や事例から、知的財産の有用性を学ぶことについての回答が見られた。
- \* また、支援内容や支援機関を企業に広く伝えるための具体的支援策としては、簡易リーフレットの作成や親しみやすい事業等のネーミング、既存の企業グループを対象とした知財セミナーの開催についての回答が見られた。

【意見例】 ▶：産業支援機関 ○：中小・ベンチャー企業

#### 支援イメージ 事業経営と知財活動の関係性を伝える

- ▶ 知的財産は自社とは無縁であると捉えている中小企業も多い。もう一段飛躍する上で、知財が欠かせないとの認識が定着するための支援活動が必要。
- ▶ 「知的財産の取得や活用が新たなビジネスにつながります」というメリットがみえるよう、企業にアドバイスが必要。
- ▶ 知的財産に関するニュースについて、事実関係だけでなく、背景や戦略を解説してくれる機会があると関心を持つ人がもっと増えると思う。
- 判例も含め、知的財産を物語としていきいきと解説があると、知的財産の面白さが伝わると思う。(Aタイプ)

#### 支援イメージ 他社の知財活動や事例から、知的財産の有用性を学ぶ

- ▶ 企業が一番知りたいのは、他社がどうしているのかということだと思う
- ▶ 知財に関する具体的な成功例・失敗例、権利化した後の活用の具体例をアドバイスできる人が必要。
- 知財を活用することによって成功した企業が、実例を公表してくれるような場があればいい。企業の実体験を聞くことで、他社も触発されるはずである。(Cタイプ)

#### 支援策 簡易リーフレットの作成等

- ▶ 企業が知的財産で困ったときのために、簡単に案内できるツールが必要だと思う。例えば、1枚もののリーフレットがあると活用しやすい。
- HPに掲載されていた知的財産の説明が難しく、あまり理解できない。分かりやすいものがあると良い。(Cタイプ)
- 地域の知財総合支援窓口を何度も利用している。非常に有用なので、もっと広く宣伝するべきではないか。(Aタイプ)

#### 支援策 親しみやすい事業等のネーミング

- ▶ 「知財活用」という言葉からは、企業は、自社とは関係ない、実践するにはハードルが高いというイメージを持たれやすい。「知財活用」を別の言い方で説明できないか。
- ▶ 知的財産関連の事業名称や施設名、機関名は長いものが多く、分かりづらい。もう少し、知的財産の事業や部署を親しみやすいネーミングに変更できないか。
- 「知的財産」「発明」という名称がつくと、内容が難しそうな印象を受ける。(Cタイプ)

#### 支援策 既存の企業グループを対象とした知財セミナーの開催

- ▶ 会員企業向けや支援機関の職員向けの知財セミナーのニーズはある。
- 商工会議所の青年部における各部会では、定期的に勉強会を実施している。青年部で知的財産をテーマにした勉強会を開催したい。(Cタイプ)

## ②多様化する知財活動の支援ニーズに対する支援策の充実

- \* 企業が関心を持つ知的財産のテーマとして、商標や海外の展示会、知的財産権ミックス、知財管理技能検定、訴訟、ノウハウ、IPDLなど情報検索等のテーマが多様化しており、それぞれの課題に沿った支援ニーズがあるものと考えられる。
- \* 多様な知財活動への対応策として、事業展開をとまなう知財活動の支援や、セミナーによる情報発信、企業への個別対応などの回答が見られた。

【意見例】 ▶：産業支援機関 ○：中小・ベンチャー企業

### 支援イメージ 関心ある知的財産のテーマの多様化

- ▶ 知的財産への関心をまだ持っていない中小企業にとって、商標はとりかかりやすいテーマだと思われるので、そこから攻めていくといい。
- ▶ 知的財産のみで関心を持ってもらうのは困難。近畿経済産業局が作成した冊子「展示会の落とし穴」のように、読み進めていくと中身は知的財産で読みやすい内容ならば、関心を持ちやすい。
- ▶ 今後は、様々な知的財産を組み合わせる方策（知的財産権ミックス）が必要となってくる。
- ▶ 知財管理技能検定を普及させると良いのでは。3級を取得するだけでも知的財産が俯瞰できる。
- 知財管理技能士という資格があるのならば、社内でも取得させたい。（Cタイプ）
- 大手企業との訴訟に挑むには、莫大な費用が必要となるため、訴訟費用を支援してもらいたい。（Aタイプ）
- ノウハウをきっちり守ることを伝えた冊子やセミナーなどがあればよい。（Cタイプ）
- 「知財をどう取り組めばいいのかわからない」企業は多いのではないか。（Cタイプ）
- 開発の参考とするための情報検索にIPDLが活用できるのであれば、活用していきたいが、IPDLなど情報検索の方法がわからない。（Cタイプ）

### 支援策 事業展開をとまなう知財活動の支援

- ▶ 中小企業は、特許を取得してもその後の販路開拓が問題となるところが多いので、販路開拓も合わせて支援する必要があるのではないか。
- 特許出願後のフォローが不足していると感じる。出願後の事業活動をフォローするような支援策の充実を期待する。（Cタイプ）

### 支援策 セミナーによる情報発信

- ▶ 基礎コース、応用コースの連続講座を検討したことはある。
- 知財活動は、教科書通りに進まないことばかりなので、自社の知財活動に有用な情報や専門家をもっと知りたい。（Aタイプ）
- 知的財産に関心のない経営者に、知的財産の重要性を訴えるためには、まずは知的財産のリスクについて関心を持ってもらう方がいいのではないか。（Aタイプ）
- 研究開発部署のメンバーには、知的財産を浅くでも知っておくことが大切なので、初心者向けの知財セミナーの開催機会が多いと良い。（Bタイプ）

### 支援策 企業への個別対応

- 知的財産の活用に向けて、当社にとっての具体的なアドバイスが欲しい。（Cタイプ）
- 設計部門に知財担当を置いており、周囲や他部門の理解や協力を得るために、できるだけ多くの社員に知財について学ぶ機会を設けたいが、社員が揃って社外のセミナーに参加するのは難しいので、社内で知財セミナーを開催してほしい。（Bタイプ）

### ③海外ビジネス展開の進展に応じた、海外における知財活動への支援策の充実

- \* 知的財産の活用により、活発に事業展開を進めている企業や、知財活動の支援策を展開している産業支援機関からは、海外における知財活動の支援策の充実を求める回答が見られた。
- \* また、具体的な支援策としては、高度な知財問題を取り扱う専門機関の西日本拠点の整備や、支援事業の応募期間の延長などの回答が見られた。

#### 支援イメージ 海外展開時における知財活動の支援策の充実

- ▶ 特許庁が支援する外国出願費用の助成について、対象となる費用の拡大が望まれる。
- ▶ 外国出願に対する支援が必要。また、公設試で複数の企業にライセンス付与をしていて、地域の産業の発展に寄与し、競争力の高い技術の特許についても、外国出願の支援対象にならないか。
- 新たな国や地域でのビジネス展開を検討する前に、ロイヤルティ販売が可能かどうかを探るための市場調査を支援してもらえると有難い。(Aタイプ)

#### 支援策 高度な知財問題を取り扱う専門機関の西日本拠点の整備

- ▶ 知財総合支援窓口による対応に加えて、より高度かつ専門的な問題を取り扱う機関や専門家が大阪には不足している。特に、I N P I Tは大阪に西日本の拠点を設置してほしい。

#### 支援策 支援事業の応募期間の延長

- ▶ 特許庁が支援する外国出願支援事業は、単年度事業のために、公募期間が短い。期間の拡大を希望する。企業の事業展開のタイミングと合わないと利用できない。
- 海外出願時の補助などは活用しているが、応募時期が限定されていることが多い。審査請求や優先権を主張できる期間といった当社側の制約もあったため、補助を利用したくても期間内に応募できなかったことがある。そこは改善を希望したい。(Aタイプ)

### ④企業と知財を「つなぐ」ための、地域の産業支援機関等のネットワーク形成の強化

- \* 産業支援機関において、企業と知的財産を「つなぐ」ための地域の産業支援機関等のネットワーク形成の強化や、支援者派遣の充実が必要であるという回答が見られた。

#### 支援イメージ 地域におけるネットワークの形成

- ▶ 知的財産に関心を持つ新しい企業を発掘する取組が求められる。そのためには、地域の自治体や産業支援機関において、ネットワークを強化する必要があるのではないかと。
- ▶ 各地の知財総合支援窓口で売り込むのではなく、近畿全体で知財総合支援窓口を売り込んでいくことで、多くの企業に窓口を認知してもらえるような取組が必要ではないかと。
- ▶ 支援機関のコーディネータや金融機関など、企業との日々接点となる方々に知的財産について理解してもらい、話題が出たときに適切な機関や制度を紹介してもらえるようになると良い。
- ▶ 他機関との連携は、支援事業単位で連携する必要がある。支援機関が連携し、企業の知財活動も含めて総合的に支援できるような施策があると良い。

#### 支援イメージ 支援者派遣の充実

- ▶ 市内に弁理士がおらず、知的財産に詳しい人が身近にはいない。知財総合支援窓口の訪問回数を増やしてほしい。

## 支援策及び支援ネットワークの課題

企業の事業活動及び知財活動を活発化させる上では、現在の知的財産関連の支援策や、活動の支援役となるべき産業支援機関等における課題の解決が求められる。

企業の事業活動及び知財活動を活発化させる上での支援策及び支援ネットワークの課題として、以下の点があげられる。

### 支援策における課題

中小・ベンチャー企業に対し、知的財産関連の支援策の認知度や関心度を高めるための情報伝達の工夫や、企業が関心を持つ知的財産関連のテーマの多様化に応じた知財活動支援ニーズへの対応、より活発な知財活動の推進に向けた企業の活用促進に向けたミスマッチの解消が求められる。

#### 支援策への認知度や関心度を高めるための情報伝達の工夫

##### 【課題】

- 支援策の内容や効果を、分かりやすくなおかつ簡潔に伝える手法やツールの開発
- 知的財産＝「難しい」「特許権のみ」「模倣品対策」等のイメージ払しょくに向けた広報活動の強化
- 活動中の企業グループ・業界仲間や個別企業への対応等による、ピンポイントの情報発信の強化
- 他の経営課題テーマと絡めた、知財の面白さを伝えられる人材の発掘、情報発信

#### 多様化する知財活動支援ニーズへの対応

##### 【課題】

- 企業タイプ別(A, B, C, D)の経営・知財活用面の課題に沿った支援策の立案、強化
- 企業が関心ある多様な知的財産関連のテーマへの支援プログラムの対応  
(例. 商標、知的財産権ミックス、知財管理技能検定、知財訴訟、ノウハウ秘匿、IPDL活用)
- 海外ビジネス展開において必要不可欠となる、知財戦略の構築及び知財活動への支援強化

#### 企業の活用促進に向けたミスマッチの解消

##### 【課題】

- 公募事業の期間延長、企業が活用しやすい期間への改正(例. 中小企業外国出願支援事業)
- より高度な知財活動の展開に向けた専門機関の西日本拠点の整備(例. INPIT)
- 利用ニーズのある中小・ベンチャー企業に向けた、助成制度の対象者及び対象範囲の拡大

### 支援ネットワークにおける課題

活動の支援役となるべき産業支援機関等への知的財産の普及・啓発、知的財産に関心を示す企業を発掘するネットワーク体制の構築が求められる。

#### 産業支援機関等への知的財産の普及・啓発

##### 【課題】

- 自治体、産業支援機関、金融機関、企業支援人材に対する知的財産の意識啓発  
(多くは、知的財産に関する知識が浅く、関心が低い)
- 企業と日々接点のあるコーディネータ人材、公設試担当者等による、知財活動の相談・アドバイスをを行うスキルの醸成

#### 知的財産に関心を示す企業を発掘するネットワークの構築

- 知財支援機関及び人材と、自治体、産業支援機関、金融機関、企業支援人材との連携強化
- 知財総合支援窓口など、知財支援機関間及び人材間の広域連携の強化
- 支援事業単位での知財活動支援を含めた産業支援機関等の連携強化

## 第3章 取り組みの方針

### (1) 取り組みの方針と支援対象

近畿地域における中小・ベンチャー企業の知財活動は、文献調査やアンケート調査、ヒアリング調査から見てきたとおり、経済活動に比べて活発に取り組まれており、なおかつ知財活動を事業経営に活かし飛躍する中小・ベンチャー企業の集積も見られた。

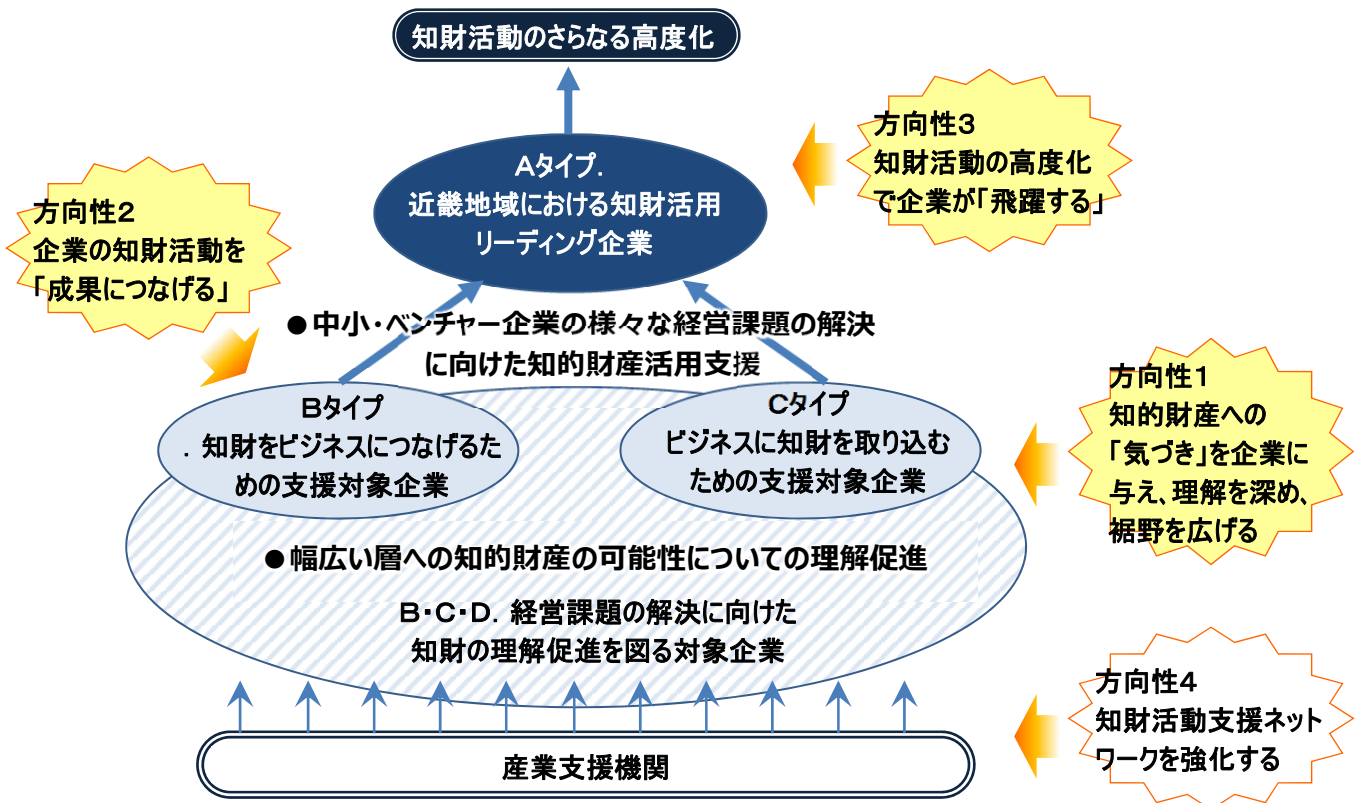
その一方で、事業活動と知財活動の特徴により企業のタイプを4つに分類すると、それらのタイプにより企業が抱えている課題が異なることや、また、現在の知的財産関連の支援策や企業の事業活動及び知財活動の支援役となる産業支援機関等においても、多種多様な課題のあることが明らかとなった。

これらの課題を解消するためには、企業のタイプ別による課題を捉えた支援策の設定や、産業支援機関等が企業の事業活動及び知財活動を活発化させる役割を果たすための方策を打ち出し、実践することが必要と考えられる。

以上のような状況を分析し、近畿地域における中小・ベンチャー企業の知的財産の戦略的な活用の促進と知的財産活用の掘り起こしに向けた基本戦略として、今後の取組の方針と方向性を整理すると、次ページの図のようになる。

**【近畿地域における中小・ベンチャー企業の知的財産の戦略的な活用の促進と知的財産活用の掘り起こしに向けた基本戦略】**

- <大方針>**
- **幅広い層への知的財産の可能性についての理解促進**  
「知的財産＝他の企業にはない自社の強みを生み出す企業活動」そのものであり、知的財産を創出し活用するための活動に取り組むことが、経営課題の解決に直結していることについて、幅広い層の中小・ベンチャー企業の理解促進を図る
  - **中小・ベンチャー企業の様々な経営課題の解決に向けた知的財産活用支援**  
知的財産への関心度や事業活動の特徴に応じて、中小・ベンチャー企業がタイプ別に有する様々な経営課題の解決に向けて、知的財産を有効に活用できるようきめ細かな支援に取り組む



**支援対象企業のタイプ**

- |             |  |
|-------------|--|
| <b>Aタイプ</b> | 近畿地域の知財リーディング企業であり、海外知財、侵害対策、標準化等に関する関心が高まり、費用対効果を含めた現実的な対応方法を模索する企業 |
| <b>Bタイプ</b> | 経営者が知財の意義を理解し、社内体制は一定整備されているが、社内での浸透や知財を具体的なビジネスにつなげるための対策が不十分な企業    |
| <b>Cタイプ</b> | 顧客へのソリューション提案力が強くノウハウ管理に関心があるが、内部管理は十分でなく、強みを示す知財の有効活用には関心が低い企業      |
| <b>Dタイプ</b> | 中小・ベンチャー企業の関心の高いテーマと絡めた知的財産の意義、リスク、活用に関する情報提供が必要な企業                  |

## (2) 具体的な企業支援の取り組みの方向性

基本戦略にもとづいた支援策を展開していくにあたって、具体的な取り組みの方向性について、支援対象となる企業のタイプを基準として、以下に整理する。

### <方向性1> 知的財産への「気づき」を企業に与え、理解を深め、裾野を広げる支援

(主な対象層：Cタイプ企業、Dタイプ企業)

- ・提案力がありノウハウ管理に関心があるが、知財の有効活用には関心が低い企業
- ・知的財産の意義、リスク、活用に関する情報提供が必要な企業

知財活動に対する関心度の低い企業においては、売上動向の増加・減少の傾向にかかわらず、イノベーション創出には消極的な傾向にあり、自社の知的財産への対策を講じていない企業が過半数を占めるという、調査結果が出ている。また、人材面を課題にあげる企業が多い。

これらの企業に対しては、知的財産が経営課題の解決に資する重要な企業資産になることや、知的財産に対する関心が高く知財活動を活発に取り組む企業には事業活動も活発な企業が多いという、知財活動の意義の理解促進に取り組むことが望まれる。

さらに、人材面については、知財活動を通じて、企業の独自性や強みを認識する、技術や製品に対する自信を持つようになるなど、人材活性化や社員のモチベーション向上等に効果を発揮し得ることを、近畿管内での企業事例をはじめとする具体例を交えて伝えることで、知的財産への関心度を高めることも考えられる。

「知的財産は難しい」、「我が社の事業活動では知的財産との関連性を感じない」という企業の思い込みや誤解を解き、事業活動の活発化に向けて知的財産を経営に取り込んでいく企業を新たに発掘・創出するための支援として、以下の方策に取り組む。

#### 【方向性に沿った取り組み方策のイメージ】

- 営業秘密の保護や人材育成、営業活動強化につながる知財活動の支援
- 「経営課題に効く知的財産の効果」の理解促進に向けた各種ツールの開発  
(読みやすい・親しみやすいリーフレット・冊子、映像など)
- 相談の「待ち」ではなく、支援対象となる者の元へ「乗り込む」取り組みの充実  
(経営者グループや業界仲間、企業支援者グループの会合など)
- 知財ビジネスマッチングマート事業への新規参加者の発掘
- 知的財産を経営に取り込んでいく企業の掘り起こしに向けた、第2の「近畿知財塾」の企画、開催(企業経営と知的財産の関係性強化に重きを置く)
- 取引先の開発情報収集に活用可能なツールとしてのJ-PlatPat(IPDLの後継)の打ち出し(セミナー等のテーマに取り上げ、入りやすい最初の一步とする)



## <方向性2> 企業の知財活動を「成果につなげる」ための支援

(主な対象層：Bタイプ企業)

### ・知財の意義は理解し体制整備されているが、具体的対策が不十分な企業

知財活動に対する関心度が高いながらも、売上動向が減少傾向にある企業においては、技術力や商品力を強みとする一方で、商品・サービス主導の事業展開であるため、販路の開拓・拡大に向けた新たな取引先の開拓に課題を抱える企業が多い。また、「知的財産」の捉え方が狭い傾向があり、事業展開に効果的な知財活動の実践にも課題が見られる企業が多いという、調査結果が出ている。

これらの企業に対しては、自社の知財活動を、新たな取引先の開拓をはじめとする経営課題の解決につなげていくことが望まれる。企業の知財活動が、ビジネス・ソリューションの提案力強化や販路の開拓・拡大などへと実を結ぶよう、戦略的な知財活用に取り組めるようにするための支援として、以下の方策に取り組む。

#### 【方向性に沿った取り組み方策のイメージ】

- 戦略的な知財活動の実践に向けた、多様な知財活動の課題解決への支援  
(営業が活用できる知財マップづくり、商標活用、自社PRコンテンツ作成)
- 個別訪問による知的財産の幅広い活用提案及び活用効果の普及・啓発  
(当事者が見えていない経営課題の抽出・対応提案、全社的な普及・啓発)
- 知財活動を販路の開拓・拡大につなげていくための支援
- 知財で元気な企業の事例の発掘、情報発信

## <方向性3> 知財活動の高度化で企業が「飛躍する」ための支援

(主な対象層：Aタイプ企業)

### 近畿地域における知財活用リーディング企業

知財活動に対する関心度が高く、売上動向が増加傾向にある企業においては、技術力、商品力、企画提案力を強みにイノベーション創出を積極的に展開し、知財活動による事業活動への効果を実感する企業が多い一方、海外展開時の知財活動をはじめとする、より高度な知財活動の展開を課題とする企業が多いという、調査結果が出ている。

これらの企業に対しては、企業がより飛躍するため、主に経済環境変化の中でも企業の関心が高まっている海外展開を取り上げて、費用対効果を意識した取り組みが可能となるように支援することが望まれる。近畿地域における知的財産施策の求心力強化に向けた知財活動支援の専門機関の整備等も含めて、主に以下の方策に取り組む。

#### 【方向性に沿った取り組み方策のイメージ】

- 海外進出形態に合わせた、多様な出願戦略の調査研究と成果の普及・啓発  
(PCTで国内移行を海外パートナーに委ねる、特許を受ける権利を得るなど)
- 近畿知財塾による専門人材の育成強化

### (3) 取り組みの実現に向けたネットワークづくりに向けて

方向性1～3の取り組みを実現するには、地域の中小・ベンチャー企業と、産業支援機関や企業支援人材、金融機関等とのネットワークづくりが必要である。

具体的な取り組みの方向性について以下に整理する。

#### <方向性4> 知財活動支援ネットワークを強化するための支援

(主な対象層：産業支援機関、中小・ベンチャー企業の支援人材)

地域の産業支援機関、企業支援人材、金融機関等においては、そもそも知的財産に対する意識を持つ機関が少ないこと、公的産業支援機関の知財に関する支援策が多くの企業に知られていないことや、知的財産に関心を示す企業を発掘するネットワーク体制が不十分であることが課題になっている。

地域の産業支援機関や企業支援人材、金融機関等が、企業における知財活動の意義を理解し、さらに、事業活動の活発化に向けて知的財産を経営に新たに取り込む企業や、より戦略的な知財活動の展開を模索する企業を発掘・創出するネットワーク形成に向けて、以下の方策に取り組む。

#### 【方向性に沿った取り組み方策のイメージ】

- 中小企業への経営支援人材やコーディネータ等に対する「経営課題に効く知的財産の効果」の普及・啓発、知財活動の相談・アドバイスをを行うスキルの醸成
- 知財支援機関及び人材と、自治体、産業支援機関、金融機関、企業支援人材との連携活動の強化  
(弁理士と税理士、知財総合支援窓口と金融機関及び商工会議所・商工会など)
- 知財総合支援窓口など、知財支援機関間及び人材間の広域連携の強化  
(お互いの取組状況や悩み等を話し合いながら、協働できることを考える)
- 支援事業単位における、知財活動支援を含めた産業支援機関間の連携強化  
(提案型公募事業、経営革新等支援、ものづくり中小企業支援など)
- 産業支援機関、企業支援人材、金融機関等を対象とした知的財産への認知度・関心度、評価に関する実態・意向調査の実施

## 第4章 知的財産の戦略的活用のためのアクション・プラン

第3章の基本戦略の実現に向けて、取組の方向性にもとづき、支援策（アクション・プラン）を展開していく。

### 【アクション・プラン 全体像】

#### 1. 企業に知的財産への「気づき」を与える支援

- 1-1 読みやすい・親しみやすいリーフレット、手引書の作成・配布
- 1-2 知財総合支援窓口メニューブックの作成
- 1-3 知財活動と事業活動の連携の重要性等を訴求するコンテンツの製作
- 1-4 企業交流グループを対象とした知財セミナーの実施
- 1-5 知財初心者向けセミナー等の開催

#### 2. 企業の知財活動を「成果につなげる」ための支援

- 2-1 知的財産の戦略的活用に向けた、近畿知財塾やワークショップ等の開催
- 2-2 知財総合支援窓口を活用したオーダーメイド型セミナー等の実施
- 2-3 特許等を有する製品やデザイン製品の販路開拓支援事業の実施
- 2-4 経営に知財活動を取り入れた先進事例の紹介事業の実施
- 2-5 知財ビジネスマッチング事業の継続

#### 3. 知財活動の高度化で企業が「飛躍する」ための支援

- 3-1 海外展開を行う中小企業向けワークショップ等の開催
- 3-2 中小・ベンチャー企業の海外展開時の知財戦略、知財活動に関する実態調査の実施
- 3-3 海外展開を行う中小企業向けの知財戦略、知財活動に関する情報提供

#### 4. 知財活動支援ネットワークを強化するための支援

- 4-1 支援機関向け知財セミナーの開催
- 4-2 知財総合支援窓口が主催する連携会議の参加機関の拡大
- 4-3 提案型公募事業等における知財活用に関する支援機関によるフォローの強化
- 4-4 知財活用の先進企業や専門家等とのネットワークの構築

## 【アクション・プラン 詳細】

### 1. 企業に知的財産への「気づき」を与える支援

「知的財産は難しい」、「我が社の事業活動では知的財産との関連性を感じない」という企業の思い込みや誤解を解き、事業活動の活発化に向けて知的財産を経営に取り込んでいく企業を新たに発掘・創出するための支援を行う。

#### 1-1. 読みやすい・親しみやすいリーフレット、手引書の作成・配布

営業秘密の保護や人材育成、営業活動強化につながる知財活動、経営課題に効く知的財産の効果などについて、4コマ漫画やイラストを駆使した説明や、取組状況を確認する簡易チェックリスト表の掲載等により、読みやすさ・親しみやすさを重視したリーフレット、手引書を作成し、各地の産業支援機関等の協力を得て、地域の中小企業へ配布する。

#### 1-2. 知財総合支援窓口メニューブックの作成、配布

中小企業の知財活動に関する相談をワンストップで行う知財総合支援窓口の支援メニューを網羅的かつ平易にとりまとめた冊子を作成し、地域の中小企業及び産業支援機関等に配布する。

#### 1-3. 知財活動と事業活動の連携の重要性等を訴求するコンテンツの製作

中小企業の経営者や研究者・開発者、営業担当者等が、知財活動と事業活動の連携の重要性を身近な課題として感じてもらうため、知財活用による売上げアップや新事業展開等、企業活動にもたらした効果の事例の紹介等を映像やHPへの掲載等により発信する。

#### 1-4. 企業交流グループを対象とした知財セミナーの実施

商工会議所・商工会の青年部や公設試験研究機関の研究会等の企業交流グループを対象とした知財セミナーを開催し、経営者や後継者等に知財活動と事業活動の連携の重要性の啓発や知的財産関連の支援策の普及に努める。

#### 1-5. 知財初心者向けセミナー等の開催

知的財産の法律用語や専門用語が中小企業に知的財産を「難しいもの」とのイメージを与えていることから、中小企業の経営者や社員、デザイナー等が関心を持つテーマについて、明日からすぐに使えるような知財の有効活用に関する情報を織り交ぜた初心者向け知財セミナー等を開催する。

テーマ例

・取引先の開発情報の賢い取り方	・円滑な事業承継
・自社ブランドの構築	・デザインを守る

## 2. 企業の知財活動を「成果につなげる」ための支援

企業の知財活動が、ビジネス・ソリューションの提案力強化や販路の開拓・拡大などへと実を結び、戦略的な知財活用に取り組めるようにするための支援を行う。

### 2-1. 知的財産の戦略的活用に向けた、近畿知財ワークショップ等の開催

中小企業が、知的財産を事業活動に効果的かつ戦略的に活用できるようにするため、知的財産をめぐる多様なテーマ別、社内の階層別や知財の理解度別等、ターゲットを絞り、講師と参加者間のディスカッション取り入れたワークショップや近畿知財塾を開催する。

- テーマ例
- ・営業ツールに活用できるパテントマップの作成
  - ・業務内容等に応じた社内知財教育（営業担当・研究開発部門・経営者等）
  - ・知的財産権ミックス

### 2-2. 知財総合支援窓口を活用した、オーダーメイド型セミナー等の実施

知財総合支援窓口の企業訪問の機会を捉えて、企業の要望に応じた社員向けのセミナーや経営アドバイス等を実施する。

### 2-3. 特許等を有する製品やデザイン製品の販路開拓支援事業の実施

特許権等の新たな技術を有する製品や、デザイン製品のブラッシュアップを、製品・サービスの開発企業と専門家とのコラボレーションにより、国内外の展示会への出展等、販路開拓を行う。

### 2-4. 経営に知財活動を取り入れた先進事例の紹介事業の実施

知財活動と事業活動の連携を実践する取り組みやヒット商品及びサービスを HP 等で紹介する。

### 2-5. 知財ビジネスマッチング事業の継続

知財ビジネスマッチング事業は、知財活動への関心が比較的低かった受注生産型の中小企業にとって大企業から許諾された特許を活用した自社製品を開発することが知的財産に関心を持つきっかけにもなっており、また、大企業、金融機関、産業支援機関の連携促進の実践の場としても有効であることから、引き続き実施する。

### 3. 知財活動の高度化で企業が「飛躍する」ための支援

経済環境変化の中でも企業の関心が高まっている海外展開を中心に、費用対効果を意識しつつ、企業がより飛躍するための知財活動の実践が可能となるように支援を行う。

#### 3-1. 海外展開を行う中小企業向けワークショップ等の開催

海外展開を行う中小企業が直面する多様なテーマに対し、講師と参加者間のディスカッションを取り入れたワークショップを開催する。

テーマ例 ・ 国別の知財制度と対策

- ・ 中国ビジネスにおける知財活用の成功例
- ・ 自社による海外特許等の簡易検索
- ・ 国際標準化を活用した海外展開

#### 3-2. 中小・ベンチャー企業の海外展開時の知財戦略、知財活動に関する実態調査の実施

中小企業の海外展開時における知財戦略や知財活動の実態について把握・分析を行い、海外展開をする上での効果的な知財戦略、知財活動を実践するためのポイントや成功事例について調査する。

#### 3-3. 海外展開を行う中小企業向けの知財戦略、知財活動に関する情報提供

海外展開を行う中小企業の海外知財戦略の構築に必要な、事業戦略に応じた効果的な知的財産の防衛方法や海外技術調査の方法等を取りまとめた冊子等により情報提供を行う。

## 4. 知財活動支援ネットワークを強化するための支援

地域の産業支援機関や企業支援人材、金融機関等が、企業における知財活動の意義を理解し、さらに、事業活動の活発化に向けて知的財産を経営に新たに取り込む企業や、より戦略的な知財活動の展開を模索する企業を発掘・創出するネットワーク形成に向けて、支援活動を行う。

### 4-1. 支援機関向け知財セミナーの開催

中小企業の経営相談先である金融機関、税理士、公認会計士、中小企業診断士、商工会議所・商工会等の支援機関を対象に、知財活動と事業活動の連携の有用性を訴求する知財セミナーを各地で開催し、支援策の活用による中小企業の知財活動の推進を図る。

### 4-2. 知財総合支援窓口が主催する連携会議の参加機関の拡大

知財総合支援窓口が主催する連携会議の参加機関を、税理士、公認会計士、中小企業診断士等にも拡大する。

### 4-3. 提案型公募事業等における知財活用に関する支援機関によるフォローの強化

近畿経済産業局等が実施する提案型公募事業等の支援事業において、知財総合支援窓口や連携機関が応募企業の知財活動を継続的に支援する。

### 4-4. 知財活用の先進企業や専門家等とのネットワークの構築

産業支援機関や中小企業等に対して知財活用の有用性等を伝える伝道師的な役割や、近畿地域の知財支援施策に対するアドバイザーの役割等を担う、知財活動の先進企業の経営者や専門家等のネットワークを構築する。