

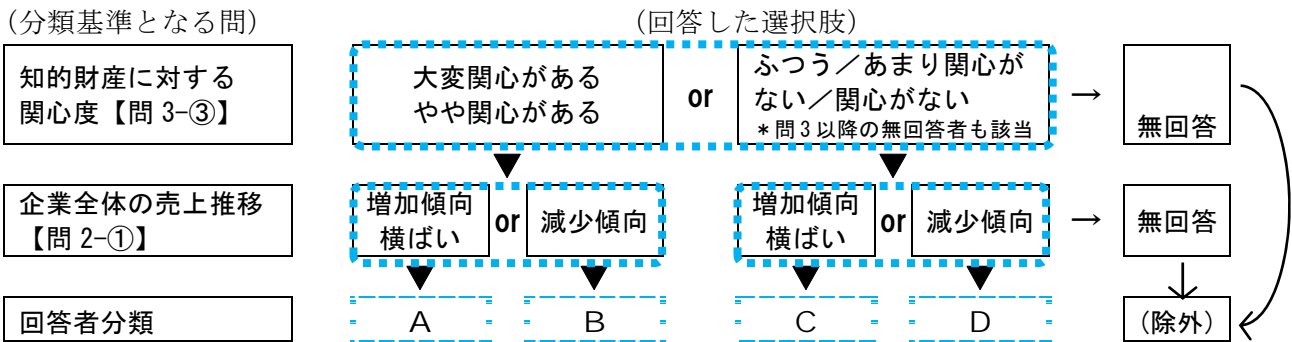
第2章 近畿地域の知財活動における課題の分析

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

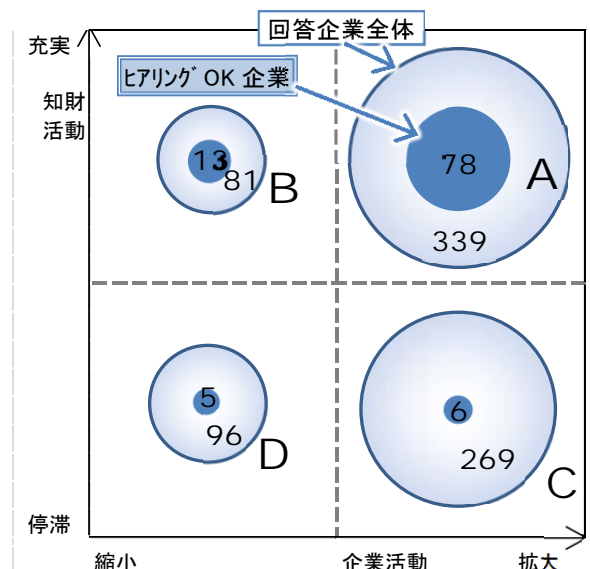
	回答企業全体 (N=785。除外分除く)		ヒアリング対応 OKと回答 (N=102)	
	票数	構成比	票数	構成比
A. 知的財産に対する関心度が高く、売上高は増加・横ばい (近畿地域の知財活用のリーダー的存在になりうる)	339	43%	78	76%
B. 知的財産に対する関心度は高いものの、売上高が減少傾向 (知財をビジネスに活かさきれていない懸念がある)	81	10%	13	13%
C. 知的財産に対する関心度はあまり高くないが、 売上高は増加・横ばい(堅調にビジネスを展開、今後、 知財活用により飛躍する可能性を秘めている)	269	34%	6	6%
D. 知的財産に対する関心度はあ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



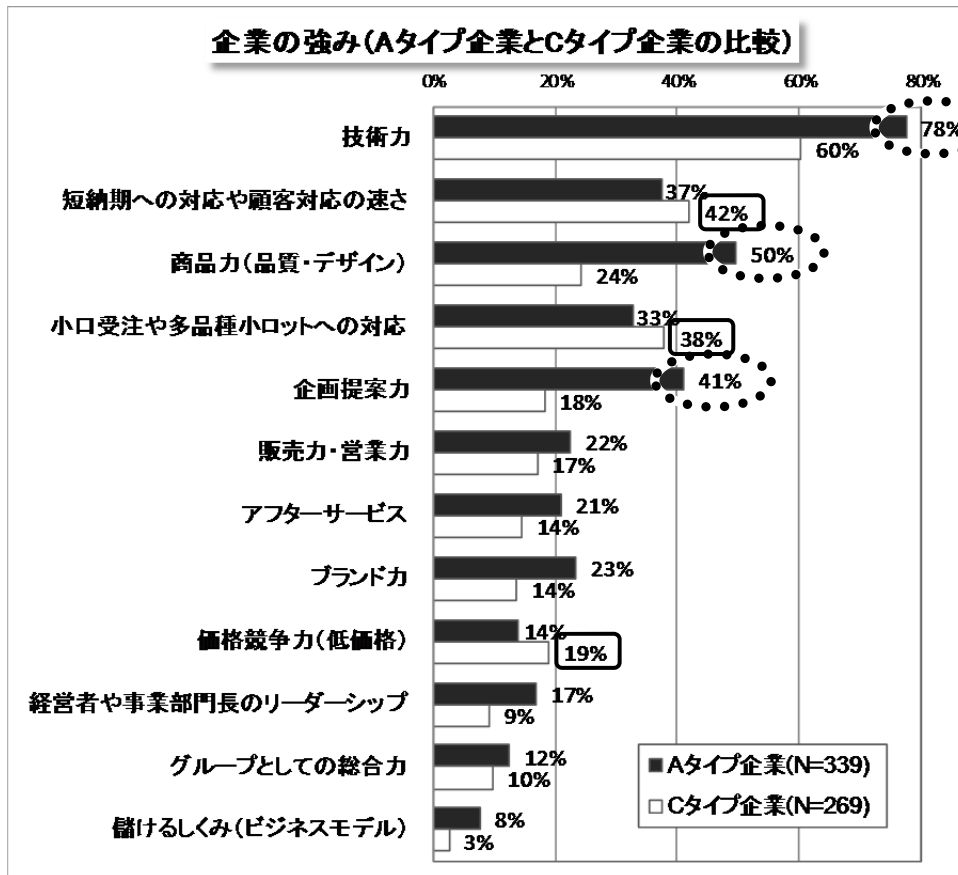
(2) 企業グループ別比較にみる、事業活動及び企業活動の特徴及び課題

※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

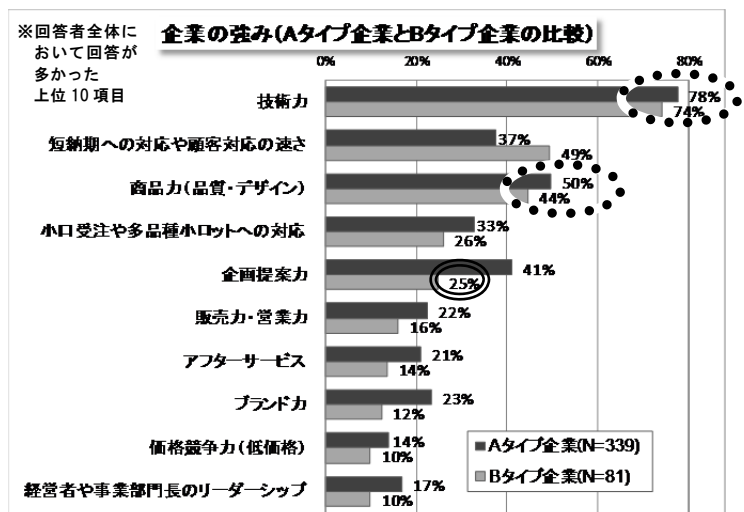
企業の強み

- * 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。



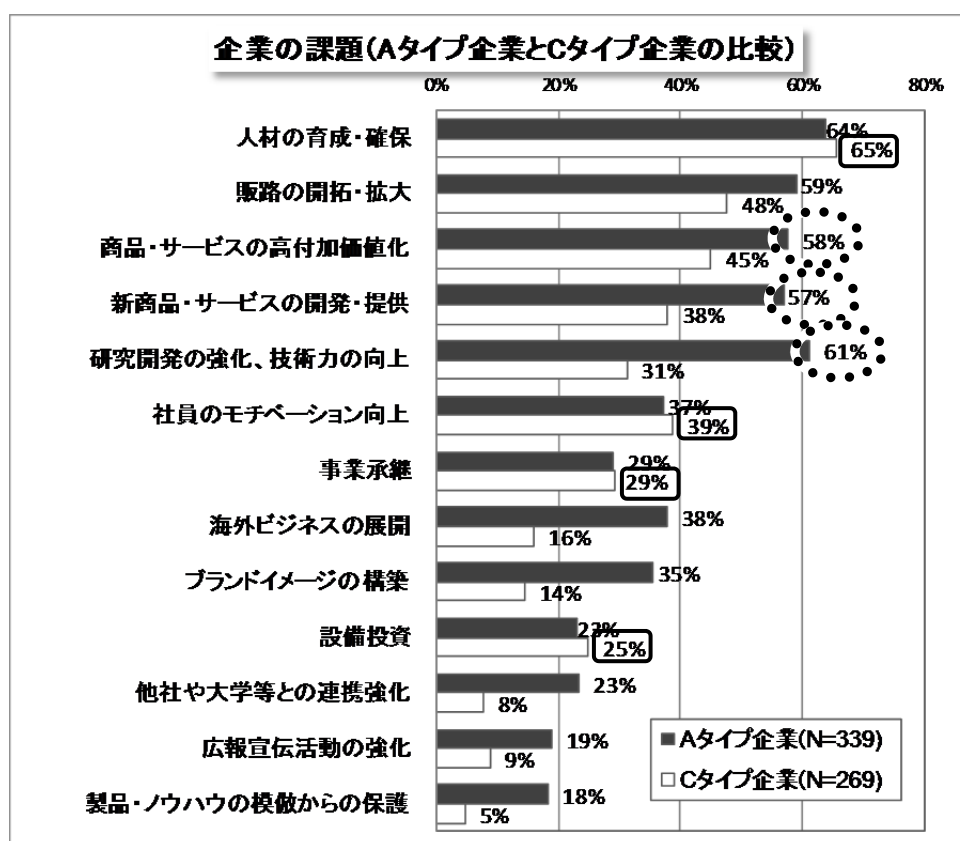
- * また、知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なる **Aタイプの企業とBタイプの企業を比較**すると、Bタイプの企業は、「技術力」(74%)、「商品力(品質・デザイン)」(44%)については、Aタイプの企業と同様に回答の割合が大きい。

- * 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。

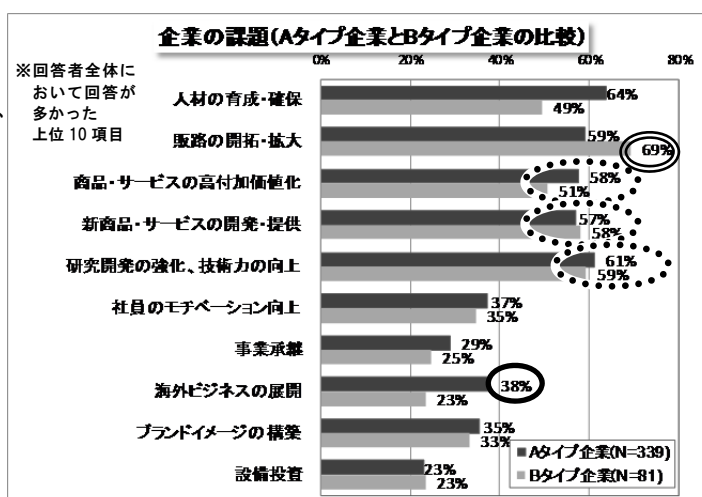


企業の課題

- * 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。



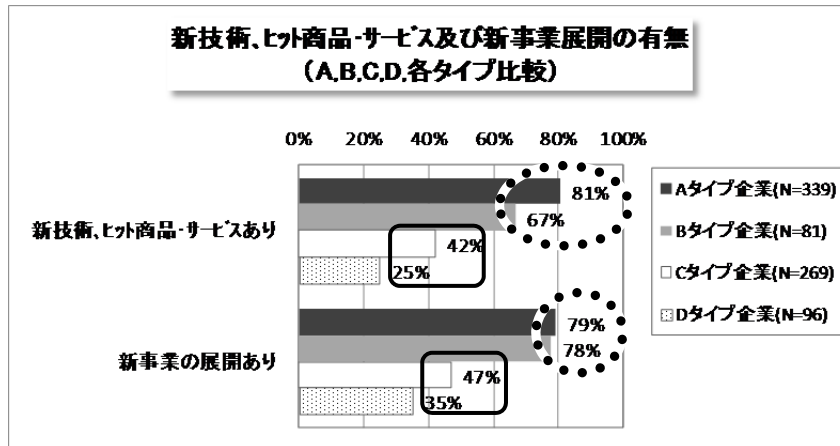
- * また、知的財産への関心度がともに高いが、事業活動の状況が異なる。Aタイプの企業とBタイプの企業を比較すると、Bタイプの企業は、「商品・サービスの高付加価値化」「新商品・サービスの開発・提供」「研究開発の強化、技術力の向上」とともに、Aタイプの企業と同様、50%以上の回答に及び、多くなっている。
- * 特に、Bタイプの企業では「販路の開拓・拡大」が69%と選択肢の中で最も回答が多く、課題とする企業が多いと考えられる。
- * 一方、Aタイプの企業では、「海外ビジネスの展開」が38%と、Bタイプよりも15ポイント多く、課題とする企業が多いと考えられる。



②事業活動の特徴

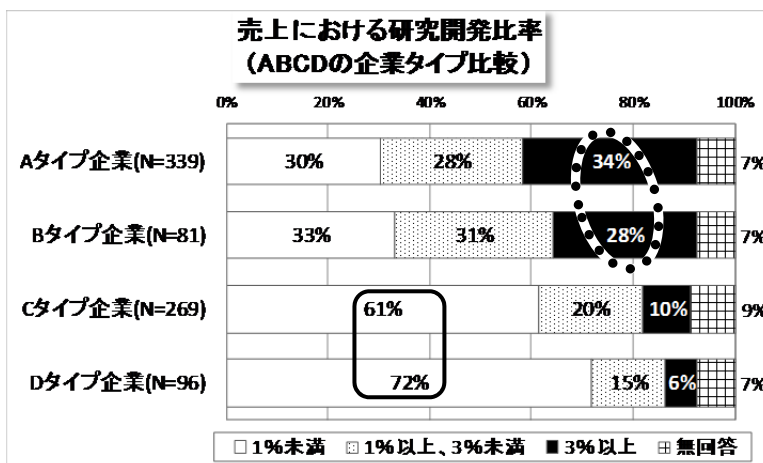
新技術、ヒット商品・サービス及び新事業展開の有無

- * 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。



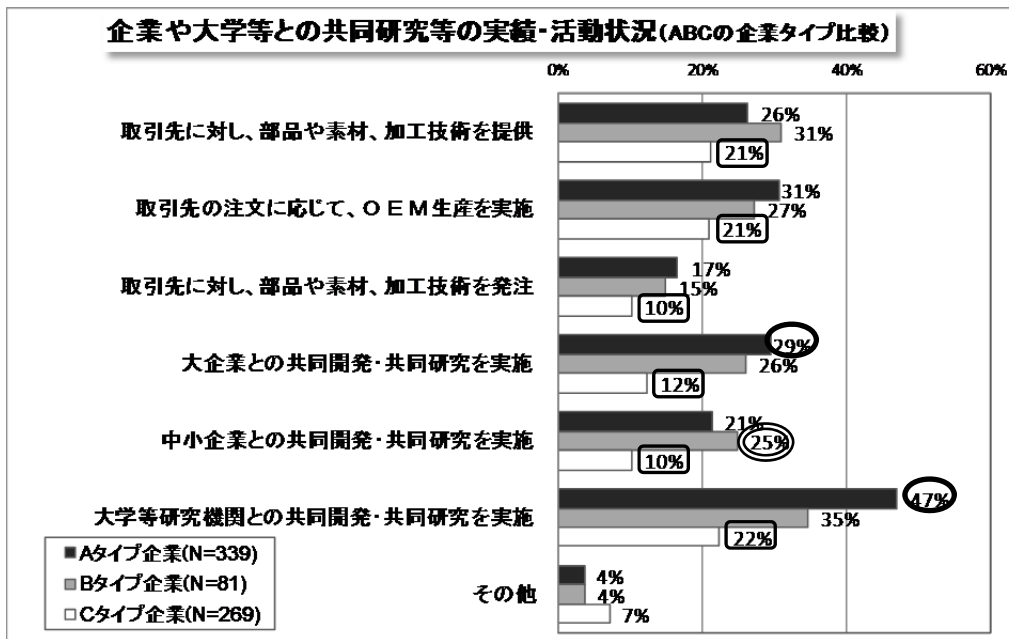
売上における研究開発費率

- * 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。



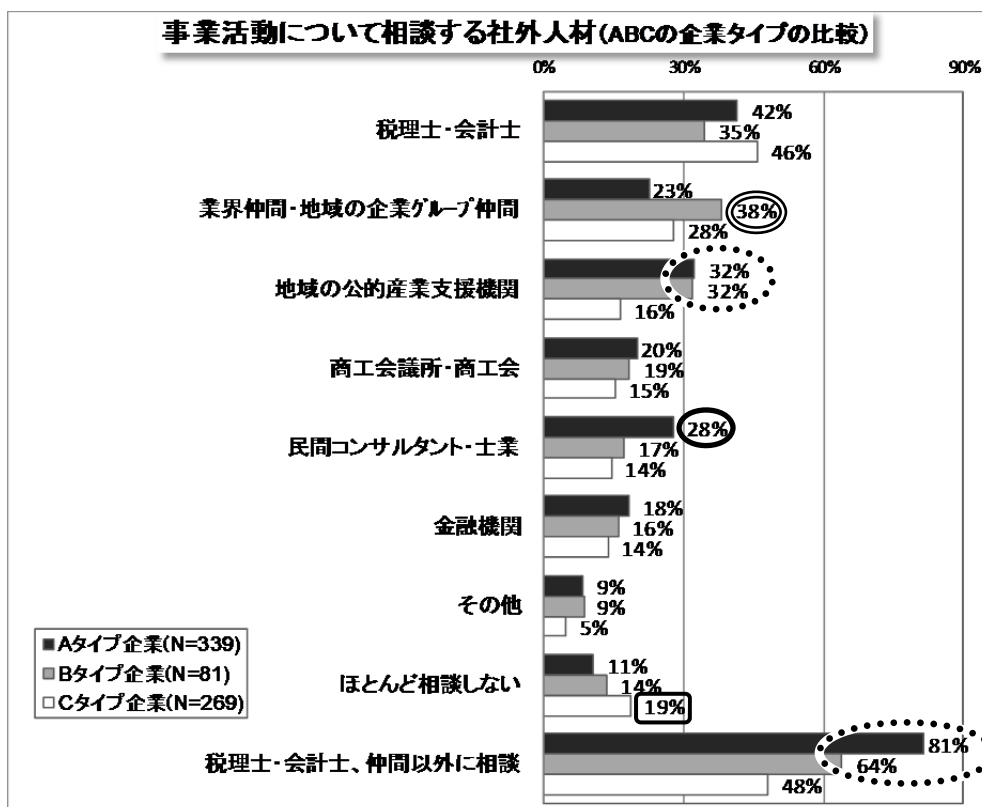
企業や大学等との共同研究等の実績・活動状況

- * 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

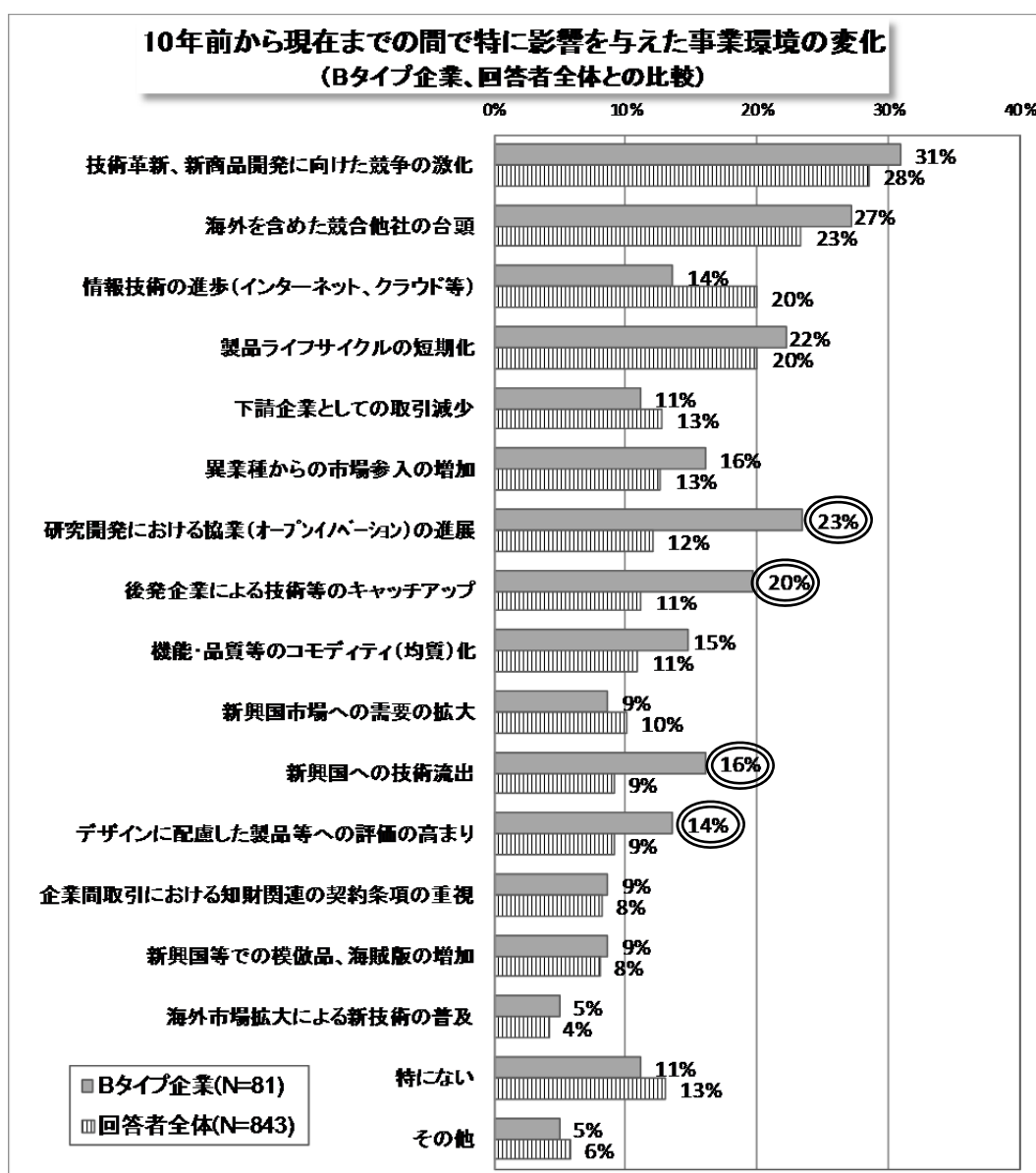
- * A、B、Cのタイプの企業を比較すると、まず、Cタイプの企業は「ほとんど相談しない」が19%に及び、また、「税理士・会計士」及び「業界仲間・地域の企業グループ仲間」以外に相談相手のある企業は48%と半数以下に止まり、事業活動に関する相談相手が少ない。中でも、「地域の公的産業支援機関」はAタイプ及びBタイプの企業より16ポイント下回り、少なくなっている。
- * また、Aタイプの企業とBタイプの企業について比較すると、「税理士・会計士」及び「業界仲間・地域の企業グループ仲間」以外に相談相手のある企業はAタイプの企業では81%、Bタイプの企業では64%に及び、Aタイプの企業の方がより多種多様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。

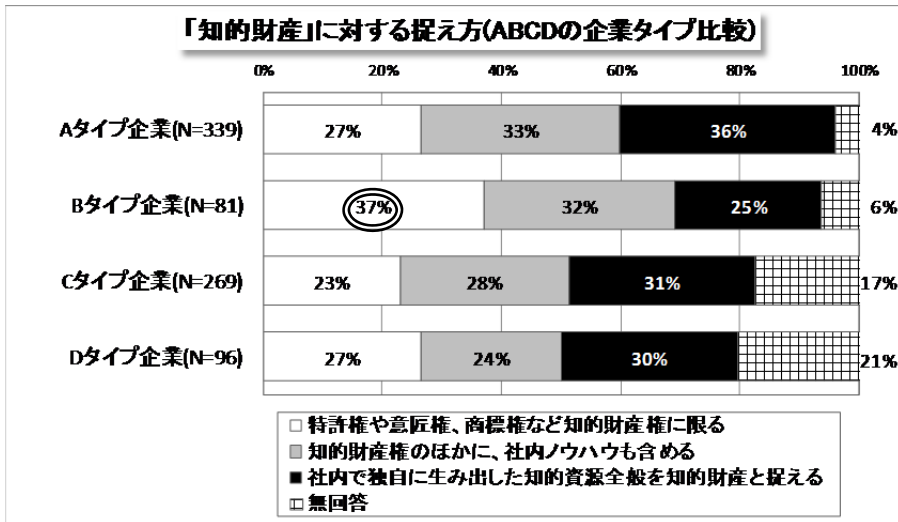
これらのことから、Bタイプの企業を取り巻く事業環境は、強みとしている技術力や商品・サービスの質が、オープンイノベーションや後発企業の技術開発、新興国の台頭等により、市場全体で成熟したレベルに達しており、競争が激化しているものと推察される。



③知的財産に対する企業の位置づけ・考え方

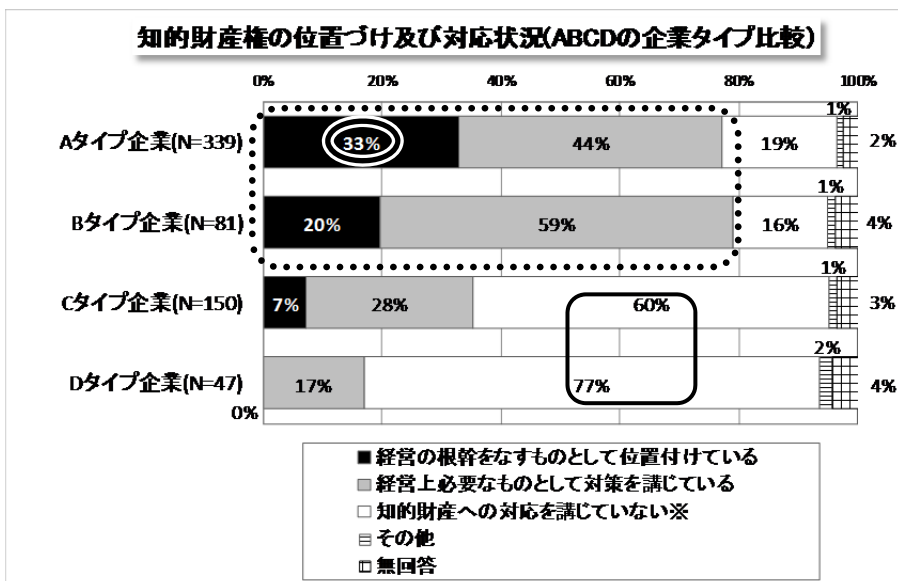
「知的財産」に対する捉え方

- * 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。

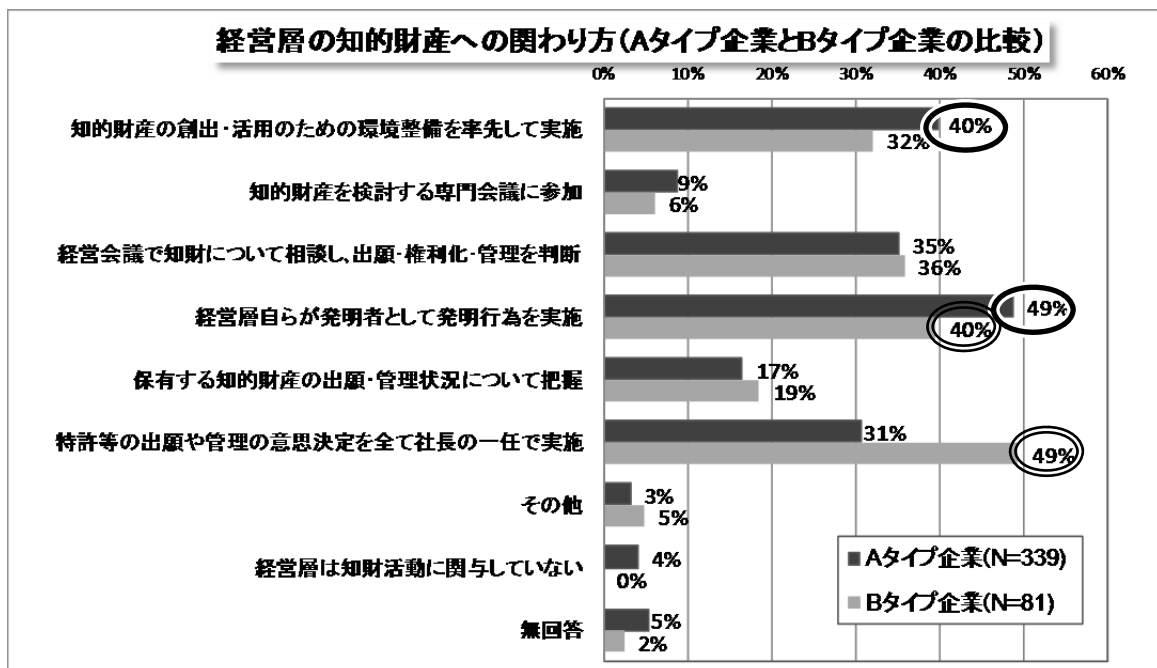


※「関心はあるが、特に対策を講じていない」「関心はあるが、どう対応してよいかよくわからない」「特に事業との関連性を感じない」のいずれかに回答

④知財活動の取組状況

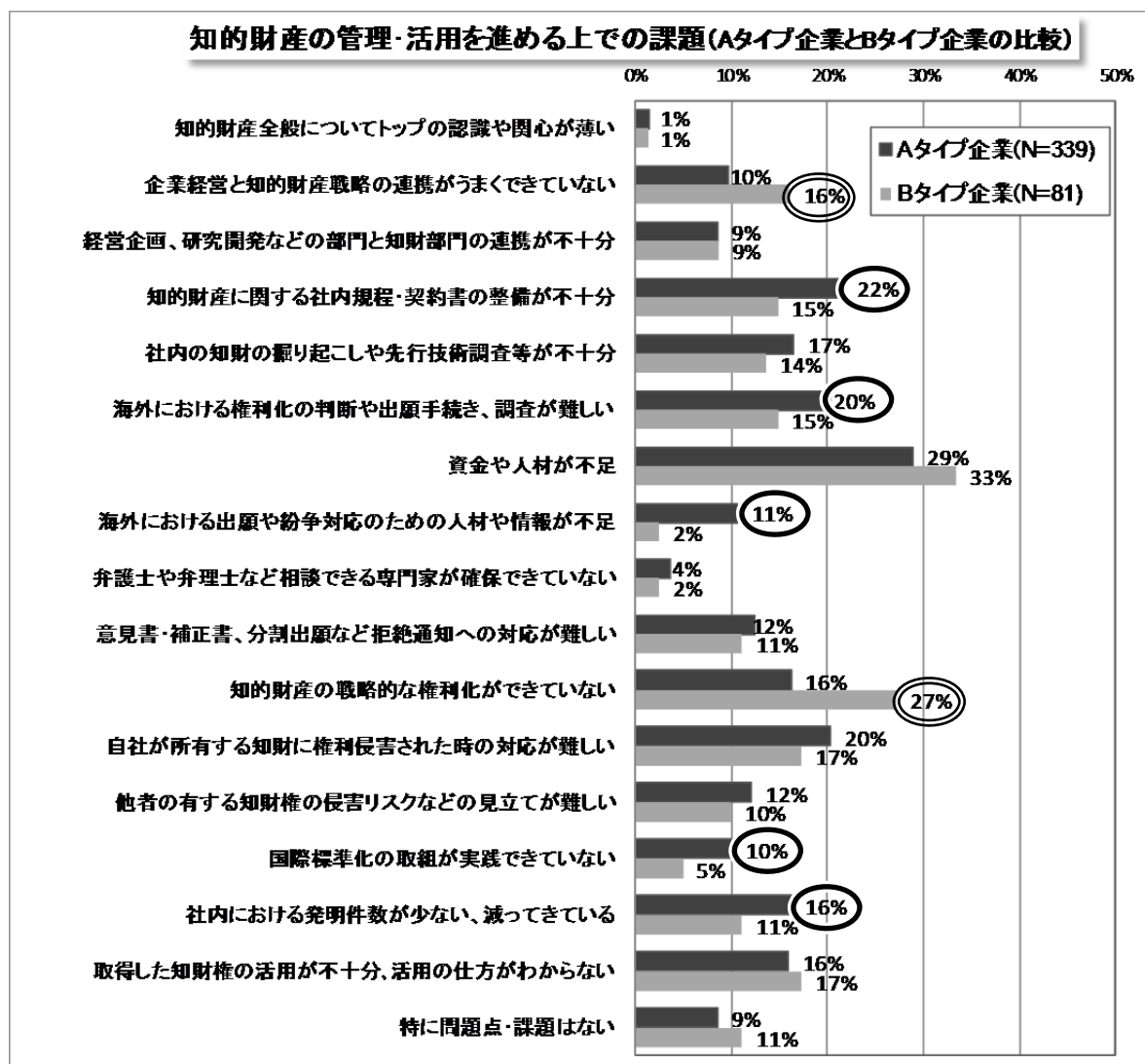
経営層の知的財産への関わり方

- * 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。

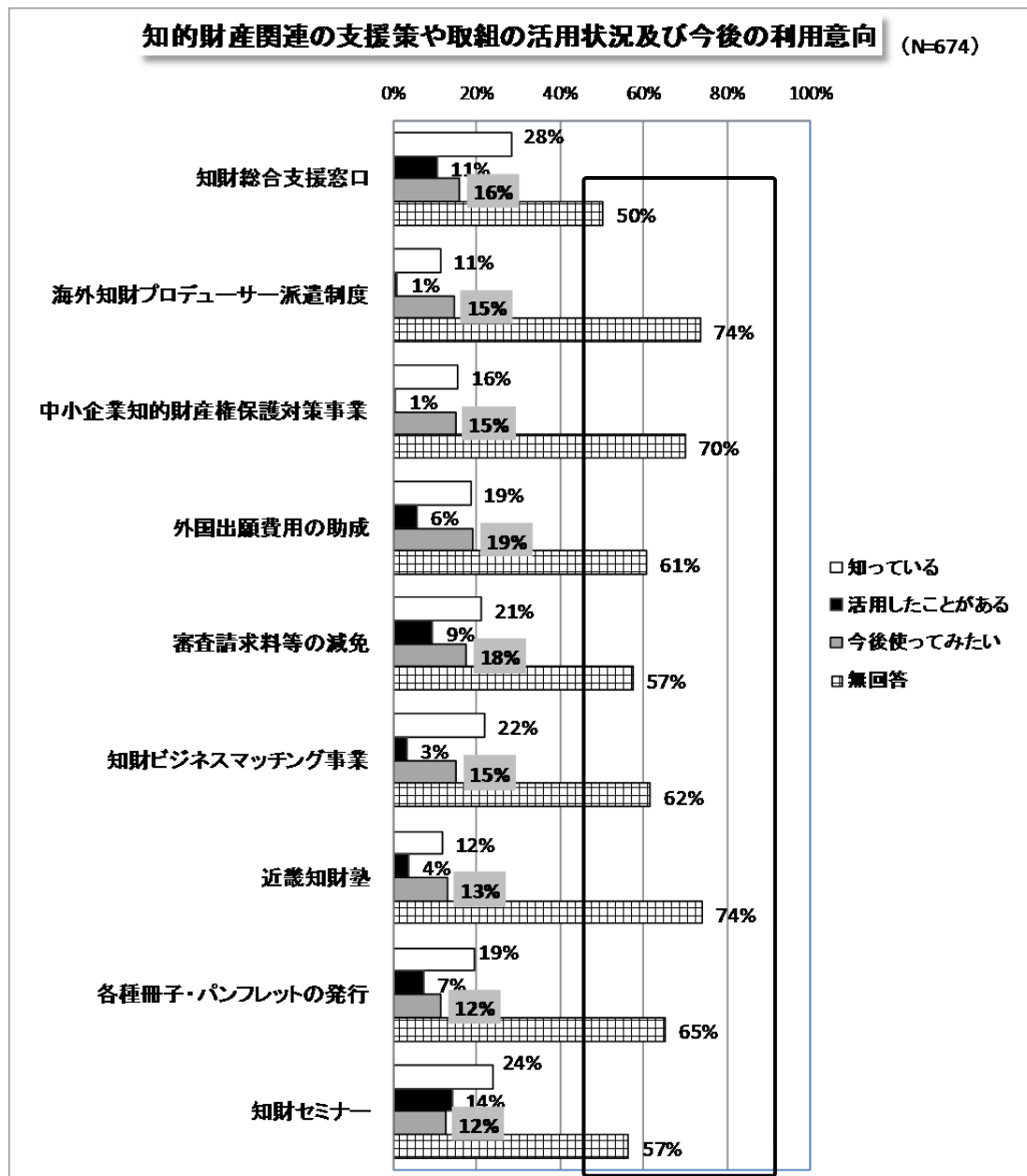
- * 新技術、ヒット商品・サービス及び新事業展開を有する企業が最も少なく、事業活動が停滞しているものと考えられる。また、売上における研究開発費をかけない企業が多く、イノベーション創出に向けた社内体制の整備が課題であると考えられる。

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活用する方策（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分からない」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。
- ▶ 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。
- ▶ 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