



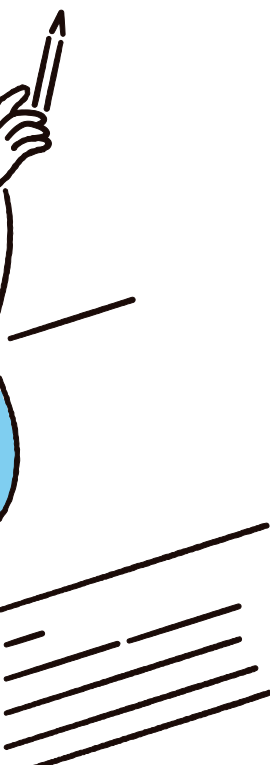
近畿経済産業局

関西知財活用支援プラットフォーム



Intellectual property can become a source  
of your "earning power".





---

# 現場で生み出される 知的財産の 活用に向けて。

売上を伸ばしたい、利益率を向上させたい、  
多くの企業が抱えている課題です。

これらの課題解決に向けて、営業力の強化、新規事業の開発などの  
対応に加えて、知的財産の活用は考えられないでしょうか。

現場ではいろいろな検討や工夫がなされ、  
課題解決のアイデアやノウハウが生まれています。

これらがまさに「知的財産」であり、適切に活用することで  
企業の競争力を高めることができます。

---

本冊子は、今年度支援した5社の中小企業について、知的財産の切り口から経営  
課題解決に向けた支援を行い、その結果をまとめたものです。中小企業が知的  
財産を活用するうえでのポイントを読みやすいようにまとめているので、皆様の  
知的財産活用の参考になれば幸いです。



## 2021年度の支援事例をご覧になりたい方へ

QRコードより、2021年度知財パンフレットをダウンロードいただけます。  
知財戦略概要、ナレッジ1つ、支援事例3つを掲載しています。

# 3つの機関の強み・施策で 中小企業の知財戦略をもっと強く。



## 知財戦略で 「稼ぐ」企業を、関西から。

近畿経済産業局、日本弁理士会関西会及びINPIT-KANSAIから構成される関西知財活用支援プラットフォームは、2025年大阪・関西万博までに、知財を稼ぐ力にして経営を行う企業を関西で多く創出することを目的としています。3つの機関の強み・施策をミックスして、知財活用支援を行う点が最大の特徴です。中小・ベンチャー企業だからこそ、経営陣が知的財産の意識改革・マネジメントを行うことができ、大企業に勝るとも劣らない知財戦略を構築できると考えています。

### POINT1

3つの機関の  
強み・施策を  
ミックスした支援内容

### POINT2

知財を稼ぐ力にして  
経営を行う  
企業の創出

## 支援内容例

知的財産を事業に活かすためのアドバイスや支援後の活かし方の助言を行います。



### 知的財産の発掘支援

事業の中から「強み」となる技術・ブランド・ノウハウ等の知財を見つけ出す作業をお手伝いします。



### 知財管理体制の構築

事業から創出される知財を拾い上げ、管理し、必要に応じて特許等の知的財産権を取得していく仕組み作りをお手伝いします。



### 職務発明規程の整備

職務発明について会社名義で特許出願するために必要な職務発明規程の作成や改訂をお手伝いします。



### 秘密管理体制の構築

製造ノウハウをはじめとする営業秘密が漏洩しないように管理する体制作りをお手伝いします。



### 知財調査体制の構築

事業を進めるに際して障害となり得る他社の知的財産を調査する体制作りをお手伝いします。



### ブランド戦略

商品・サービスの「強み」が顧客に伝わるように知的財産の観点からブランド構築をお手伝いします。



### 知財ミックス戦略

特許・実用新案・意匠・商標・ノウハウ・著作権など、複数の知的財産権を活用する方法を一緒に考えます。



### オープン&クローズ戦略

市場を拡大して収益を最大化するために技術を開放するオープン戦略と技術を囲い込むクローズ戦略の組合せ方法を一緒に考えます。



### 知財関連契約の整備

知財関連契約の整備のほか、契約締結時の留意事項に注目しながら契約の骨子作りをお手伝いします。

## 支援プログラムの流れ

START

1

支援依頼の提出



2

審査・採択



3

初回ヒアリング



4

支援 / 2~5回

課題を設定し  
必要な支援を行います

ヒアリング内容を基に課題を設定し、課題に適した知財支援を行います。



5

成果取りまとめ

今後に生かせる形で  
支援成果をまとめます

今後も活用できる形で支援成果をまとめ、活かし方の助言も行います。

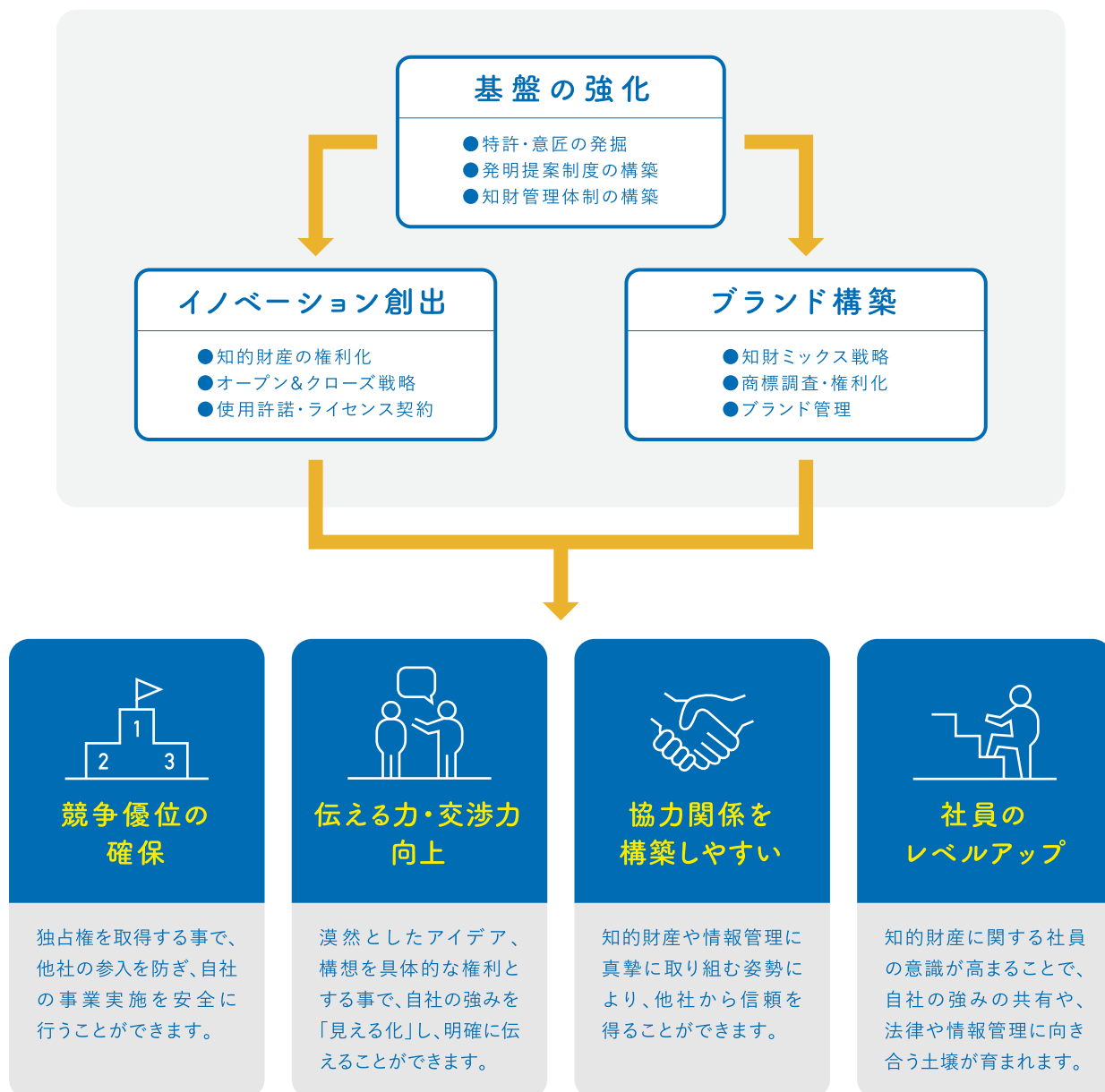
FINISH

# 事業に貢献する知財戦略

## 知的財産を稼ぐ力にするための 3側面からのアプローチ

知的財産を稼ぐ力にするために、イノベーション創出、ブランド構築、社内基盤の強化の3側面からのアプローチで、知財の戦略的な活用を支援します。

### 3 APPROACH



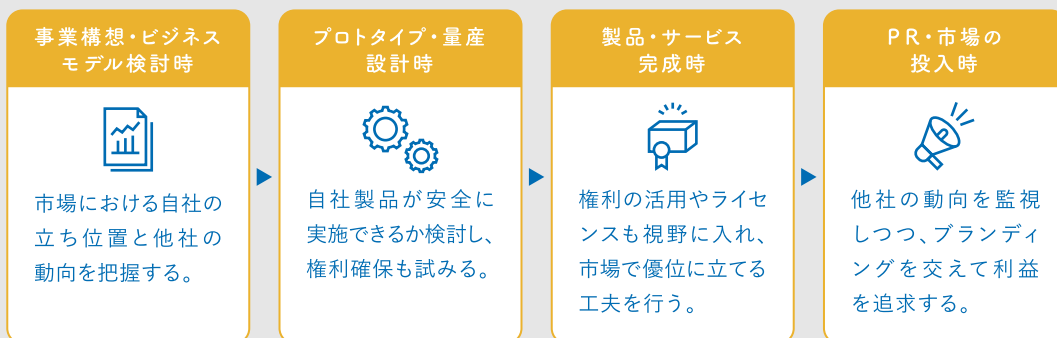
経営上の課題を解決するためのどんな小さな工夫やノウハウでも、その企業が独自に生み出し、積み上げてきたものは知的財産であり、経営資源です。企業を持続的に成長させていくためにも、知的財産を戦略的に活用していきましょう。

## 知的財産を戦略的に活用しましょう！

### CASE 01

## イノベーション創出に貢献する知財戦略

事業展開の全てのプロセスで知的財産は密接に関係しています。  
自社ビジネスを安全かつ有利に実施するために、知財を意識しましょう。



### CASE 02

## ブランド構築に貢献する知財戦略

製品デザインや商品名を守るために、  
意匠・商標を活用することは、中長期的なブランド構築に不可欠です。



### CASE 03

## 基盤強化に貢献する知財戦略

社内において知財発掘や知財管理体制などを構築し、  
知財意識が定着していくと、会社がより一層強くなります。

- 市場・競合・知財調査
- 特許・意匠の発掘
- 強みの「見える化」
- 知的財産の権利化
- 知的財産権の譲渡・ライセンス
- 知的財産権の権利行使・対応

※項目は主な例を記載



このページの内容を  
詳しくご覧になりたい方へ

QRコードより、2021年度知財パンフレットをダウンロードいただけます。P.06～07に  
このページの各項目に対する具体的な知財活動の一例など記載していますので、是非  
ご覧ください。

## 特許以外の知的財産権も知ろう

どの特徴を権利化  
するかで検討

特許は強力な権利ですが、権利取得が難しい場合もあります。特許以外にも、製品の模倣を防ぐ一定の効果が期待できる知的財産権（実用新案、意匠、商標など）があります。製品の特徴や予算に応じた使い分けをおすすめします。

## 知的財産権

知的財産権には特許権などの産業財産権のほか、著作権などの権利も存在しています。それぞれの特性に合わせて、権利を活用しましょう。

## 産業財産権



## 実用新案権

## 開閉しやすい蓋の形状

物品の構造、形状にかかる考案を保護。

※方法、組成物、化学物質、コンピュータプログラムなどは実用新案の保護対象ではありません



## 意匠権

## 特徴的なデザイン

物品等のデザインを保護。



## 特許権

## 洗浄技術

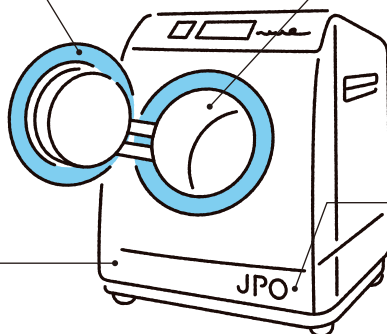
物、方法、製造方法の発明を保護。



## 商標権

## ブランド名

商品やサービスに使用するマーク（文字、図形等）を保護。



※洗濯機の例

## その他の知的財産権



## 著作権

文芸、学術、美術、音楽、プログラム等の精神的作品を保護。



## 営業秘密

ノウハウや顧客リストの盗用など不正競争行為を規制。



このページの内容を  
詳しくご覧になりたい方へ

ここに掲載した「その他の知的財産権」は一部のものです。  
他の権利も詳しく知りたい方は特許庁のwebサイトをご覧ください。

製品の模倣品を防ぐために特許を取得することは有効ですが、多くの費用と時間が必要です。製品の特徴や予算に応じて、特許以外の権利により模倣品を防ぐ例を紹介します。

## 知的財産権の活用例

1

### ライフサイクルが短い製品の場合

#### 実用新案で出願しておくことも一手です

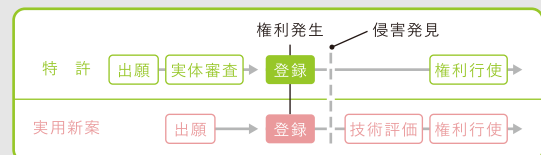
実用新案は、権利の存続期間が短いですが、形式審査のみで登録となり、登録までに特許庁に支払う手数料も安価です。予め権利の有効性について十分な検討が必要ですが、権利行使を行わなければ実用新案技術評価請求（請求項数5の場合、47,000円）の必要はないので、限られた予算を効率よく使うことができます。

存続時間・費用の違い

|      | 権利の<br>存続期間 | 出願から登録後<br>3年間の費用 | 出願から登録後<br>10年間の費用 |
|------|-------------|-------------------|--------------------|
| 特 許  | 20年         | ¥189,400          | ¥417,600           |
| 実用新案 | 10年         | ¥21,800           | ¥135,000           |

※特許庁に支払う手数料（請求項数5の場合。技術評価請求費用は含まず）  
※手数料については、軽減・免除制度もあります。

手続きの違い



2



### 特許取得は難しそうだが、 デザイン上の特徴がある製品の場合

#### 意匠権を活用する

既存の製品と同じような機能を持ち合わせているが、今までにない外見上の特徴があるような新製品を開発した場合には、意匠登録が活用できます。意匠権は具体的な性能や機能を確認めたりする必要なく、見た目で権利侵害を判断できるので、比較的容易に模倣品の発見ができます。また、税関での模倣品の輸入差止でも活用できます。

3

### 特許権・意匠権の取得は難しそうな製品の場合

#### 商品名を商標登録し 広報・販促に活かす

製品の商品名について商標登録を行うと、自社商品名と同じ商品名や紛らわしい商品名をつけての販売等をやめさせることができます。商標権は同じ技術やデザインであるという理由で権利行使することはできませんが、登録された商品名を用いての積極的な広報・販促活動でブランド力を高め、他社と差別化することができます。



## オープン&amp;クローズ戦略とは？

事業視点で考える  
オープン&クローズ戦略

## オープン

第三者による技術・情報の  
利用を認め、市場でのプレーヤーを  
増やして市場規模を拡大

## クローズ

競争優位性の源泉は  
自社で独占して  
市場シェアを拡大



ビジネスモデルを明確にし、  
協調領域と競争領域を  
検討した上で、  
事業戦略を考えましょう。

検討項目



ビジネス  
モデル



協調領域と  
競争領域



技術・情報の  
活用方法

オープン&クローズ戦略におけるオープンとは、第三者による技術・情報の活用を許諾し、市場でのプレーヤーを増やして市場拡大を行う戦略です。一方、クローズとは、自社の稼ぎどころを自社のみで独占することで、利益確保を図る戦略です。オープンにする技術等は、特許で権利化している技術等の場合もあれば、標準化技術のような場合もあります。クローズにする技術等は、特許権等の産業財産権で保護されている技術の場合もあれば、製造ノウハウ等で秘匿化された技術情報やデータ等の営業秘密の場合もあります。「クローズ」と称されているのは、第三者に実施させないという意味でのクローズです。事業戦略としてのオープン&クローズ戦略において、オープンにする技術等に関する事業領域を「協調領域」、クローズにする技術等に関する事業領域を「競争領域」と称することもあります。

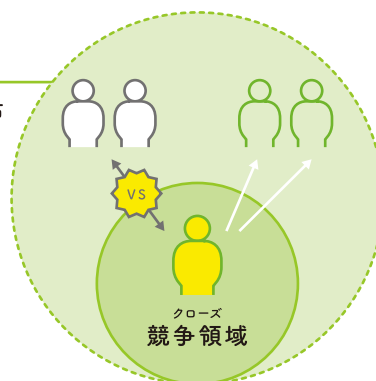
## オープン

関係者が増えて  
市場拡大



## クローズ

技術・情報を独占  
利益独占



事業者  
需要者  
自社

オープン・クローズという言葉聞いたことはあるでしょうか？ここでは事業視点と知財視点2つのオープン・クローズを考える必要があること、そして、これらをうまく検討することで最適な事業戦略を行えることを紹介します。



## 知財視点で考える オープン・クローズ

### オープン

特許出願等を行い、  
技術内容を公開し  
権利化する

### クローズ

特許出願等せず、  
秘密情報として管理する

知財視点の  
オープン・クローズだけでなく、  
事業視点のオープン&クローズ戦略も  
含めた両方の視点で  
考えましょう。

### 知財視点のオープン・クローズ

形状や構造に特徴があり、第三者が容易に模倣できるような技術は公開して権利化し（オープン）、他者の模倣を牽制した方がよい場合があります。一方で、製品を見たり分解されても分からない技術や他者による使用の検知が難しい技術は、出願せず秘密情報として管理して（クローズ）、第三者の模倣を回避した方がよい場合もあります。

### 事業視点のオープン&クローズ戦略も含めた検討を

中小企業は、資金や人、設備面の制約から外部企業と協業することも多いと思いますが、外部アセットの活用という観点からは、事業視点でのオープン&クローズ戦略を積極的に活用することも有効です。一旦動き始めた事業に後からオープン&クローズ戦略を取り入れるのは困難です。新規事業の実施前に、技術や発明の公開／非公開という知財視点に加えて、第三者による実施をさせる／させないという事業視点からも検討し、技術が競争優位性の源泉になるようなビジネスモデルを構築してみてください。



### 参考事例

例えばアップルのiPhoneはオープン&クローズ戦略の代表的な成功事例と言えます。iPhoneアプリの開発環境は標準化されており（オープン）、世界中の企業がアプリ開発に参入していますが、プラットフォームであるiOSのコア部分や製品デザインはアップルが独占し（クローズ）、大量普及・高収益を両立させています。

## STEP 01 知る 社員に知的財産を意識させる

まずは、社内に新聞・業界紙のニュースなどの知財情報を発信しましょう。知財情報としてはどのようなものであってもよいですが、一般的には他社の活用成功事例が好ましいです。なお、配信する内容としては、経営陣向けと従業員向けでは異なります。

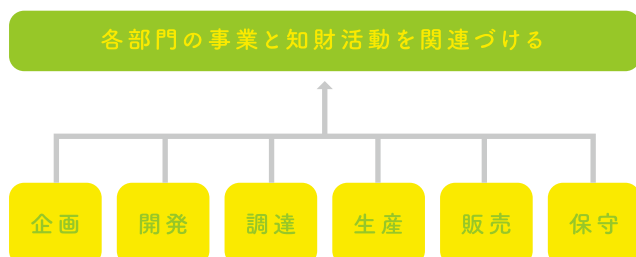
経営陣向け  
経営問題に  
関係する情報

従業員向け  
普段の事業活動に  
役立つ情報



## STEP 02 やってみる 他人ごとから自分ごとへ

単に、他社事例を配信しているだけでは、「あれは他社の事例であって、わが社とは事情が違うのでいらないのでは？」となることもよくあります。そのため、関係する部門の責任者に納得してもらい、その実働部隊に自分ごとと認識してもらう必要があります。そのためには、その部門の活動と知財活動との関係を結び付けたり、どうなるのかを知ってもらうことが重要です。



関連づけの例

### 研究部門 or 開発部門

事業構想を検討する段階で、知的財産権の取得も視野に入れてみましょう。競合他社が出願した技術を定期的に伝えるのもよいでしょう。

### 販売部門

新製品のカタログに掲載する訴求点において競合と違う点を知財面から提言することで、製品カタログの作成を手伝うなども可能です。「特許取得済み」「特許番号〇〇〇〇号」といれるだけでも営業時の顧客の関心度が変わることもあります。

中小企業の場合、知的財産を融合させた事業戦略を進めていくといっても、どう取り組めばいいのかが分からないことも多いです。まずは、社内の人たちの知的財産の意識を「知らない」から「知っている」に、そして「やる」「やり続ける」とステップアップしていきましょう。

## 知財活動を継続するためには？

一部署の社員が知財活動の重要性を認識し始めた段階



### 知財活動の 重要性を実感する

一部門において知的財産と事業の関連性が実感できれば、有意義な活動として経営陣に報告するようにしましょう。これにより知財活動に対する経営陣の合意も得やすいでしょう。その後は、この取り組みを他部署にも拡大していけばよいでしょう。



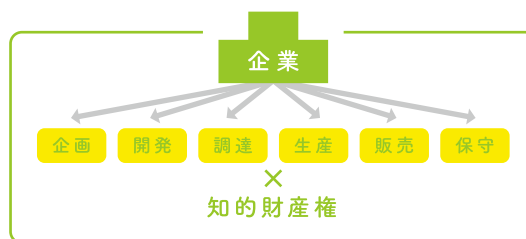
### 知的財産に関する 知識習得の場を

社員が各部門の活用事例を実感し、自社技術の権利化にも興味をもった段階では、どのようなものが特許になるかやビジネスに効く特許の権利化の方法などを情報配信しましょう。また、社員に外部セミナー受講や知的財産の資格取得など実務に必要な知的財産の知識習得を促しましょう。

社内に知財活動が広まった段階

### 知財活動を 事業戦略に組み込む

社員発信で会社全体に知財活動を広げて行く（ボトムアップ）形で社内の知財活動を活発にできた後は、事業戦略を立てる段階で事前に上層部が各部署や業務ごとの知財確保の検討をする（トップダウン）知財活動を行っていきます。これにより、会社全体としてバランスのとれた知財活動ができるとともに、他社よりも一歩先をゆく事業展開も可能となり、構造的に強靱な企業を築くことができるでしょう。



会社全体がもっと強くなる

#### POINT

事業構想を検討する段階で知的財産権の取得も視野に入れてみましょう。

支援計画概要



22年09月(1回)  
現状把握・  
支援内容の設定



22年10月～23年01月(4回)  
知的財産のレクチャーと  
一連の知財活動の実践

STEP  
1

現状把握・支援内容の設定

まず社内の知財活動・管理を定着させ、  
ブランド戦略にも沿う形で知的財産を活用していく

現状の課題

- ① 知財マインドの普及を推進しているが改善の余地が多くある。
- ② 知財活用を理解し、実践させたい。
- ③ 社内において知財管理も定着させたい。

自社商品に価格決定権を持ち、営業利益率を向上させた  
いが、知的財産に関する知見の不足から具体的な知財活  
動ができていない。また、多種多様な商品・装置を扱って  
いるので、手をつける活動の優先順位の整理が必要。事業  
部制を敷いていた経緯から他部門への介入が難しく、  
経験ある社員の知財ノウハウが活かされてない状  
況を改善し、社内における知財活動や知財管理を定着  
させ、ブランド戦略にも沿う形で知財活用を行えるよ  
うにしたい。

支援内容

支援後も知財活動が定着するように、行うべき一連  
の知財活動を整理し、現在開発中の「フードカッ  
ター」を対象にして実践的な支援を行うこととした。

知的財産に関するレクチャー

一連の知財活動の実践

- ・特許調査/発明発掘の実践
- ・ブランド戦略も踏まえた  
商標案の検討・調査
- ・営業秘密、職務発明規程の  
留意点まとめ

STEP  
2

特許

商品開発の一連の知財活動の実践

特許調査と発明発掘

支援後も知財活動が定着するよう、  
実際開発中の「フードカッター」の特許調査・発明発掘を各部門を横断して実施

特許に関するレクチャー

他社の特許の権利範囲の  
確認方法を理解する

支援者から知財全般の基礎的事項、  
クレームチャートを使った特許請求の  
範囲の確認方法等について具体的  
事例を交えて解説。

特許調査

他社の特許や侵害リスク、  
発明動向を可視化

企業メンバーが他社特許権の侵害  
有無の調査、先行特許のデータベース  
作成を通じ、侵害リスク、他社の発明  
動向を可視化。

発明発掘

販売戦略に組み込み  
利益率改善に

企業メンバーがフードカッターの  
新規技術に関して発明提案書を  
作成。支援者からより具体的な  
技術の特性の見える化を助言。

## 商標とブランド戦略のレクチャー

支援者から、商標と商品・役務、識別力と類否、商標出願・登録、ブランド戦略（現状及び戦略案）等について、事例・具体例を交えて説明。

## 商標案の検討

「フードカッター」の商標案を企業メンバーで検討して発表。識別力や需要者への訴求等の観点から、各案について支援者から講評。

## 商標調査

商標案について、企業メンバーで同一・類似の先行商標の有無を調査して発表。支援者から調査を実演・解説の上、各案の抵触リスク等を講評。

## 営業秘密管理、契約関係、職務発明規程についてのレクチャー

支援者から留意点も含めた解説を実施。現状では職務発明規程がなかったので、発明の帰属や対価、留意事項などの説明を行った。事業展開の現状を踏まえた上で、必要な契約対応についても提示した。

## 社内の知財管理フローについてのレクチャー

支援者から知財部門を持たない企業における知財管理の業務フロー例を提示した。具体的な支援については、本支援後にも継続してINPITにて支援予定である。

製品開発で取り組むべき知財活用の方策を  
実践を通して整理

実際の開発中製品を題材として製品開発における一連の知財活動の実践により、目標営業利益率の達成に向けた知的財産への意識向上および知財活動定着への体制が整った。また、営業秘密管理や職務発明規定の留意点を学び、社内での知財管理の重要性を認識した。



支援というより、  
熱い授業のようでした。

山科精器株式会社  
常務取締役  
保坂 誠氏

当社のような受注製作事業は、顧客との1対1の関係が基本となるため、知的財産に関する業務はおおざかりになりがちでした。今回は、自社開発した「フードカッター」という製品を題材にして、知的財産に対する考え方や、その申請・管理などをレクチャーしていただいたのですが、通りいっぺんのお役所仕事ではなく、かなり突っ込んだ質問攻めには本気の情熱を感じました。特に、つい無機質な型番で呼んでしまいがちな製品に「ペットネーム」と呼ばれるチャーミングな愛称をつけることは、商標権という観点から、とても重要な仕事であるという話は非常に興味深いものでした。また、今回の熱い支援に触発された若手社員も多く、新たに得た知的財産という視点をどう活用していこうかと活発な意見の交換が行われているようです。

会社としてはその受け皿として、以前からあった営業部とは別に営業企画課を新設しました。製品の効果的な売り方を考えると同時に、次世代を担う新しい開発テーマを設定できる部署として機能させていくつもりです。「お客様の『やりたい』を、カタチに。」というタグラインを基に、お客様のことを一番に考えて邁進してきた山科精器ですが、そのお客様のビジネスを守るためにも、知的財産の管理はこれからの最重要項目になります。また、特許取得は自社の技術やアイデアを世に問うことでもあり、その先には“山科精器にしかできない”というブランディングにもつながっていくと確信しました。これからも自社の技術を信じ、社員を信じ、独自機械製造のスペシャリストとして努めてまいります。

## 担当弁理士



柳野 嘉秀



小野 正明

知的財産制度は一見複雑そうですが、その根源は人の感情です。新しい製品を作って世の中を変えたいという情熱や、自社の独自性を他社に真似された怒りといった、企業人として誰しも抱く感情を具現化する方法の一つが知的財産制度です。今回の支援（特に、一連の知財活動の実体験）を通じて、その具現化のための道標を作れたかと思います。あとは、それに従って進めていき、自社商品について価格決定権を握れることを期待しています。

INPIT-KANSAI  
知財戦略  
エキスパート  
濱野 廣明

特許、商標に加えて、ノウハウ管理や契約の留意点も知って頂けたと考えています。知的財産活動が定着したと言えるには、日々の業務が回っていくことですので、実践、演習の次は実際の業務の中に組み込んで行きましょう。自社に合った営業秘密管理規定、職務発明規程を整備するとともに、業務フローに組み込めると定着に一步も二歩も前進できます。

## 支援計画概要



### STEP 1

#### 現状把握・支援内容の設定

#### ビジネスモデルや貢献している技術、 経営者の思いなどをヒアリング

##### 現状の課題

これまで培った自社の技術を活かし、  
売れる商品開発がしたい。

プラスチック成型を多く請け負う中で培った技術やノウハウ、設備を有しており、それらを活かした商品開発に取り組んできたが十分な売り上げにはつながっていない。自社の技術を活かして売れる商品づくりや販路拡大のヒントを得たいと考えている。

##### 支援内容

自社技術の優位性を客観的に認識し、顧客ニーズの把握などマーケティング視点を持った技術開発・営業体制の構築支援を行った。

技術の優位性の深掘り

マーケティング視点を  
開発・営業体制に導入

### STEP 2

#### 技術の優位性の深掘り

#### クニムネが保有する 各技術について効能を探索

既存の自社技術について  
さまざまな視点から深掘り



既存技術や特許技術など  
社内技術の価値を認識

技術A = 重厚感 耐薬品性 ...

保持する特許技術の内容と、それらを活かした商品展開について詳しくヒアリングした。その中で、既存の製品の需要や優位性があると思う点について深く議論を行った。特許取得した技術以外でも、社内では「当たり前」すぎて認識していなかった部分に、実は他社と差別化できる自社技術の優位性があることが見えてきた。

## 特許情報から顧客ニーズを探索

STEP2のプロセスを経て、特定の技術にフォーカスし、  
市場での事業優位性を確保するための特許情報の活用方法を検討することとした。

顧客ニーズを意識した  
分析・探索を実践

マーケティング視点の開発・営業体制のレクチャーの中で、顧客ニーズ把握のための特許情報を用いた探索について説明。「技術A」について、演習として特許情報を元に分析・探索を実践してもらった。

顧客ニーズにあわせた  
技術の提供へ

顧客ニーズを意識することで、既存の自社の別技術についても、顧客ニーズに合わせた提案ができそうなものがあることに社長が気づき、新製品に繋がるよう技術の深掘りやニーズの具現化を進められるようになった。

## 特許情報を活用して顧客ニーズを探索

J-PlatPatの特許公報の情報を使い、自社技術や類似する技術について、開発の目的や動向から想定される顧客ニーズの仮説立てを実施。キーワードの設定や、明細書の着眼点等の検索のコツについても伝授。

## 目指す開発・営業体制

顧客ニーズを把握  
(特許情報を駆使したニーズの仮説立て)

ニーズ

自社技術

売れる新製品

特許情報を活用したニーズの  
把握方法とマーケティング  
視点が身についた

開発前に顧客ニーズ把握を行うことへの意識変化と、特許情報を活用した顧客ニーズ把握の方法等を実践。これにより顧客ニーズに合わせた自社の技術を提案するマーケティング視点が養われた。



作れる商品ではなく、  
求められる商品を。

株式会社クニムネ  
技術顧問

長澤 次男氏

「近畿経済産業局」や「地域経済部」等は、経営者にとっては聞きなれた部署なのですが、「知的財産室」と初めて耳にした時には「そんな部署あった？」というのが率直な感想でした。しかしお話をうかがってみると「今までにない斬新な切り口で、市場開発にも生かせる手法を伝授します」とのこと。二つ返事でこの言葉に飛びついたのが始まりでした。ご担当いただいた方々から、まず当社のウィークポイントを知るため、きめ細かなヒアリングを繰り返し行っていました。さらに、自社開発した商品の分野に、他社から出願されている特許情報をピックアップし、それを読破するという宿題もいただきました。目の回るような時間でしたが、何とか無事に終えることができ、J-PlatPatによる検索で競合他社の調査を行う手法も身につきました。その結果当社の場合は、マーケティング不足

から市場や販売先の生の声が聞き取れておらず、製造している商品も自己満足的な商品に留まっているという現在地を知ることができました。当社は「賃加工」と呼ばれる、依頼されたものを設計図通りに製造する下請けとしてスタートしたため、独自の技術へのこだわりが強く「他社に真似のできない技術」を追求しすぎて「市場が求める商品」を作っていなかったのです。内心危惧していたことが明確になり、目の前が開けたような感覚でした。これからは、製造現場での小さな気づきや、お客さまの何気ないひと言など、細部に宿る可能性を、知的財産という新しい観点でピックアップして業績に繋げていきたいと思います。ありがとうございました。



担当弁理士 松下 正

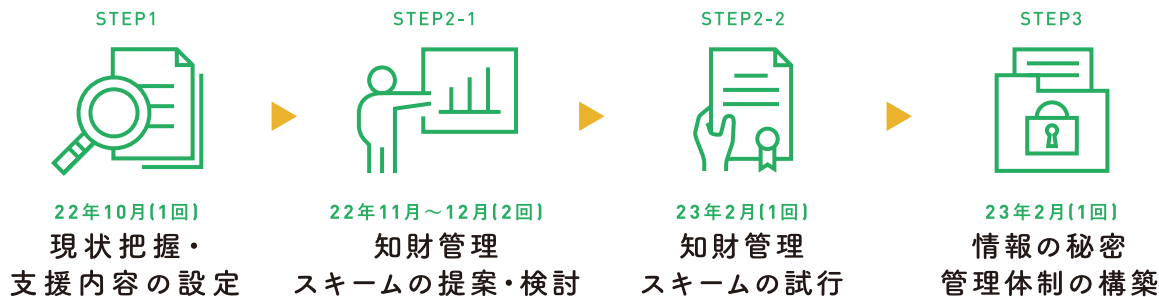
自社技術の深掘りは下請け脱却の第1歩となります。そのためには、顧客価値は何か？それを実現している技術は何か？という観点で、外部専門家に見える化してもらうことをおすすめします。



担当弁理士 垣木 晴彦

特許情報は、特許性の判断及び特許権の侵害回避のための資料としてのみに利用されがちですが、顧客ニーズの探求や新規顧客の探索などに有用な資料となり得ますので、是非ともマーケティング視点でご活用下さい。

支援計画概要



STEP  
1

現状把握・支援内容の設定

ベテランの経験に頼りきった体制から、  
組織的にできる知財管理体制を構築

現状の課題

- ① 知財管理を一人のベテランが行っている。
- ② 知財管理に対する意識が浸透しておらず管理体制の確立が必要。

新しいアイデアを出願するか否かは、経験豊富な人間が一人で判断していたが、今後は組織的に検討ができる体制にしたい。既に職務発明規程案があったが、まだ実際に施行されていないため、今後の施行に向けて検討。ISOに準拠した設計管理手順書も存在しているので、手順書の流れに沿う形で知財管理を行えるようにしたい。

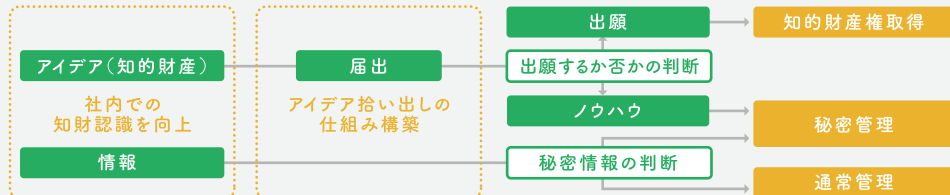
支援内容

既にISO手順書が存在するため、一般的な知財管理フローをISO手順書に沿う形で落とし込み、スムーズな知財管理の導入支援を行った。

知財管理スキームの  
提案・検討と試行

- ・発明届出書の運用方法を検討
- ・出願するか否かの判断基準策定
- ・情報の秘密管理体制の構築

目指すスキーム



STEP  
2-1

知財管理スキームの提案・検討

発明届出書及びその運用方法を検討

新しいフォーマットの  
提案・検討

知財管理スキーム、発明届出書のフォーム、出願するか否かの判断基準などを提案・検討した。

実際の例に基づいた  
アドバイス

これまでの対応事例や開発アイデアを元に知財面からアドバイスをを行い実践的な運用に向け支援した。

ISO手順書に沿った  
知財管理スキーム検討

ISO手順書に沿う形での知財管理スキームについて助言した。

## 発明届出書の作成から審査まで、出願要否の判断を実施

判断基準案に基づいて  
出願するか否かの判断を試行

職務発明規程案に則した  
知財管理スキームを確定

知財管理スキームとの連携を  
ISO手順書に追記

各担当者の担当する案件を題材に、具体的に発明届出書を書いてみて、それを元に運用方法の検討・アドバイスを行った。

### POINT

#### 特許出願するか否

市場規模、特許性、性能、機能、コスト比較、事業性、侵害発見容易性(他社の侵害を容易に発見できるか)など。

## 情報の秘密管理体制の構築

### 秘密情報の重要性の解説と その社内管理体制のあり方を提案

秘密情報管理についてレクチャーと、情報管理体制の構築に向けたディスカッションを実施した。特に他社と締結した秘密保持契約や他社から得た情報管理の重要性を指摘した。

### 知財管理を組織的に行う ためのスキームを新たに策定

既に存在していた職務発明規程案とISO手順書に沿う形での知財管理スキーム提案や知財管理の一連の流れを実施し、新スキームの導入ハードルを下げるように努めた。



知的財産を守るとは、  
自社の技術を守ること。

株式会社ウミハラ  
代表取締役  
海平 匡可氏

知的財産に関しては、その全てを専務一人に任せきりにしていたので、できるだけ早く会社全体で取り組む体制に移行させなければと考えていました。当社は整形外科等の手術時のデバイスを、特注で設計開発・薬事承認・製造するメーカーなのですが、例えば設計段階ではうまくいっていても、アッセンブリーでの組込がうまくいかないことが多々あります。そこで現場従業員の職人的な目や手加工での工夫がそれを解決していくのですが、実はこの段階に知的財産への可能性が多数存在していました。しかし、あまりにも日常的な試行錯誤であったため、社員も気づかないことが多かったようです。今回この支援を受けることで、そういった問題点が浮き彫りになったことは何よりの収穫でした。さまざまな角度からのアドバイスを受け「ISOに準拠

した設計管理手順書」に沿った形での知財管理スキームを構築することができました。今後は、社長として社員からのアイデアを的確にピックアップし、会社の財産として申請・管理・共有していきたいと考えています。知的財産を守りその理解を深めることは、社員一人一人のアイデンティティーを尊重し、モチベーションをアップさせることにもつながります。当社のように技術屋や職人集団と呼ばれる会社は、つい後回しにしてしまいがちな案件ではありますが、今後は日々の仕事の中で知的財産への意識が高まる仕組みを作っていきたいと考えています。知的財産管理についてのノウハウを持つことで、自社の優位性を再確認することもできますので、ぜひご活用をお勧めしたいです。

#### 担当弁理士



坂本 寛



上羽 秀敏

これまで属人的な知財管理であった状況を考慮して、発明届出・出願要否判断を含む知財管理を組織的に行うスキームを提案しました。組織的な知財管理を行うことによって、優れたアイデアを埋没させることなく、企業の優位性確保・成長を図ることができます。



INPIT-KANSAI  
知財戦略  
エキスパート  
藤盛 謙二

どの会社にも秘密として守るべき重要な情報が必ずあります。秘密情報の管理に着手して、自社が保有する情報の棚卸しを行うことで、自社の強みやその源泉を再認識することができます。またこの重要情報を有効に活用することで、企業競争力のさらなる強化に役立てることができます。企業力をよりいっそう高めるために、さあ始めましょう、自社の情報管理を！

支援計画概要



現状把握・支援内容の設定

STEP  
1

主に社長自らアイデアを出し、出願・権利取得を行っていた体制から  
知的財産に対して全社員で取り組む組織を目指す

現状の課題

- ① 自社製品のコモディティ化を避けるため、幹部職員の知財スキル向上が必要。
- ② 技術やノウハウを支える人材確保。
- ③ 日常業務における知財意識を醸成するため、従業員に知財研修の実施が必要。

社長は自社製品の開発力やブランドを認知させ、育てていくためには知的財産が重要であることを認識。しかし従業員までその意識は浸透しておらず、開発体制及び知財管理体制が不十分。これまでは社長自身が開発テーマの選定、アイデア出し、ノウハウ秘匿の管理、ブランド名の選定、デザインの決定、出願・権利化、取引契約の確認等を行っていた。

支援内容

幹部従業員を核として知財体制を構築し、全従業員には日常業務で知財意識を醸成される環境づくりのため、下記の支援内容とした。

全従業員向けの  
知財基礎知識レクチャー

幹部社員向け情報管理体制  
構築に向けたレクチャー

知的財産を含めた  
開発体制構築

知財基礎知識レクチャー・ワークショップ 全従業員向け

STEP  
2

寝具業界にフォーカスした内容のレクチャーで  
従業員全員で自分ごととして知的財産を検討

レクチャー実施

知的財産制度の目的、企業活動における知的財産権の重要性、制度の概要、自社の主力製品に関する知財情報の重要性とJ-PlatPatの使用方法について紹介。自分ごととして議論に参加してもらうよう、実際の競合他社や寝具メーカーを題材に説明。意匠法の改正内容についても説明した。

ワークショップ

「ブランド化を下支えする知財戦略」をテーマに、実例を取り上げ、従業員が経営者の多角的な視点で事業を捉えることの重要性を学習。議論を通して、早い段階での権利取得の必要性等、知財戦略の重要性を実感した。

## どんな情報が知的財産か理解して社内体制の整備を検討

## レクチャー実施

知的財産権では保護できない「眠り」に関する自社ノウハウの見える化、見える化されたノウハウ及び漏洩防止のための従業員の管理等についてレクチャーを実施した。

## 営業秘密管理

各従業員が持っている「眠り」に関する知見などのノウハウを見える化し、知的財産権として取得が難しい技術・ノウハウは営業秘密として管理することを提案した。

## 知的財産を含めた開発体制構築

全従業員が共に知的財産を考え、共に開発する体制をつくるために  
アイデアシートとそのフローを策定

## アイデアシート検討

## 相談～出願をしやすいフローも提案

一連の取り組みの中で従業員から出た意見を元に、全従業員が意見出しをしやすく知的財産の社内検討ができるアイデアシートについて検討。アイデアを埋もれさせず会社として可視化するとともに、他社の知的財産に抵触しないか調査するなど知財活動も含めた仕組みを検討。このシートは社内でも活用予定。

## 全従業員の知的財産への意識の向上と、それを踏まえた製品開発を期待

従業員が基礎的な知財知識を習得でき、J-PlatPatを用いた意匠や商標の調査が可能となった。さらに、出願フローやアイデアシートを整備して、全従業員が業種によらず製品アイデアを出せる体制が整った。



知的財産は社員みんなのもの。  
だからみんなで考える。

大東寝具工業株式会社  
代表取締役

大東 利幸氏

商品開発は経営陣が主導し、知的財産についても必要最低限のことを弁理士さんや専門機関に相談するという程度でした。今回、知的財産権取得へのスキームが、どのようなプロセスを経て形成されるのかをレクチャーしていただき、今までのやり方から大きく舵を取るきっかけをいただきました。そもそも技術革新がそれほど多くある業界ではないのですが、そのイメージの中に私自身がどっぷりと浸かっていたため、知的財産に関するしっかりとした方針がありませんでした。しかしこの支援を受けたことで「みんなで考え、みんなで評価し、みんなで決断する」ということが何より大切だと気づきました。社員ひとりひとりが知的財産への意識を持ち、自由な発想で開発に取り組むこと。失敗してもいいから、アイデアをカタチに

するために「まず始めよう」というステージを提供すること。そして知的財産という成果を得た際には、アイデアを出してくれた社員に報奨金を出し、その社員の名前を新しい商品に冠するなど、今生まれつつある新しい風を止めないことが、社長としての私のミッションだと考えています。私たち大東寝具工業は京都壬生の地で約100年前に生まれた会社です。その歴史の長さゆえ、今までのやり方にこだわることも多くありました。しかしこれからは、知的財産を活用した攻めの戦略で、新たな開発や、既存商品のコモディティ化の抑止に努めていけそうです。世の中の大きな変化を前に、得体の知れない不安の中にいたような気持ちがスッと晴れました。知的財産のおかげでこれからは枕を高くして眠れそうです。



INPIT-KANSAI 知財戦略エキスパート  
深町 裕一

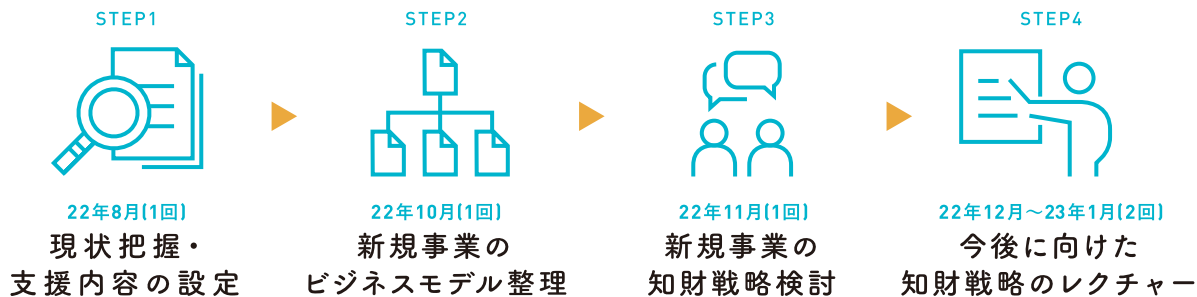
今後の事業において、知的財産の面で従業員の力をより一層引き出すことが鍵になると思います。快適な眠りの環境を提案するソリューション事業においては各従業員のノウハウをいかに会社として引き出し活用できるか、寝具等の開発においては従業員のアイデアをひきだし知的財産権として保護活用できるか、これらについて今後も取り組みを継続してください。



近畿経済産業局 知的財産室長  
上田 真誠

同社は良質で魅力的な製品づくりを行うという強い思いを持つ従業員が多く、その従業員のアイデアを活かすためには、アイデアを組織的に管理・共有し、知的財産を意識して開発する体制づくりが大切です。アイデアシートや社内フローの検討等の今回の取り組みをきっかけに、更なる魅力的な製品づくりにつながることを願っています。

## 支援計画概要

STEP  
1

## 現状把握・支援内容の設定

新規事業に関する知的財産権取得と今後の展開について、  
知的財産の観点から検討

## 現状の課題

- ① 新規事業の製品の特許を取得したい。
- ② 今後を見据えた新規事業展開につき、知的財産面の示唆が欲しい。

金型メーカーが特許を取得して自社製品を販売する例はあまりないが、先が厳しい金型業界における新たな希望となるように、知的財産権取得を行った上で金型を活かした新たなビジネスを展開したい。また、今後の事業展開を行う際の知的財産の面での留意点を把握したいと考えている。

## 支援内容

ビジネスモデルを検討・整理した上で、有効な特許取得の可能性や収益をあげるビジネス手法を模索するため、下記の支援内容とした。

新規事業の  
ビジネスモデル整理

新規事業の知財戦略検討

今後に向けた知財戦略の  
レクチャー

STEP  
2

## 新規事業のビジネスモデルの整理

新規事業に関する「開発関係者」  
「サービスの提供方法」「収益化の仕組み」等を整理

## 新規事業の詳細の深掘り

新規事業でのユーザーとの関係性、時間軸を考慮した事業展開案を検討し、想定される製品・サービスの提供方法を整理した。

## 権利関係の整理と相互理解

共同研究先との技術開発につき、今後の事業展開や権利化を進めるにあたり、研究者間で留意すべき点について検討・整理・アドバイス等を行った。

## 新規事業の知的財産権取得の可能性とビジネスモデルを提案

今後の事業展開と知財戦略の  
ディスカッション

収益につながる「仕組み」を  
ビジネスモデルとして提案

特許やその他の知的財産での  
多面的な保護を検討

知的財産権取得と共に、新たな  
ビジネスモデルの方向性を見出した。

ビジネスモデルを踏まえた知的財産権の検討を行った。  
また、特許を取ることができそうな範囲の提案を行った。

## 今後に向けた知財戦略のレクチャー

事業後継者候補を交え、  
今後を見据えたビジネスモデルを  
踏まえてレクチャー

POINT  
1

自社事業に関連しそうな部分は、商標の使用など  
具体的な事例も交え実践的な内容に

POINT  
2

ビジネスモデルやノウハウを踏まえた  
知財戦略の可能性を探るディスカッション

知的財産への認識を向上させ、  
事業にあった  
知財活用の方法を示唆

新規事業の実施に向けて知的財産を用いて収益に繋がりそうな  
ビジネスモデルの提案や、新規事業にかかる製品やサービスを適切に  
保護できそうな知的財産権取得に関する提案を行い、ビジネスモデル  
と特許取得の可能性をブラッシュアップできた。



知的財産を活用して、  
型にはまらない金型製造業へ！

株式会社小西金型工学  
産学連携担当  
小西 遥大氏

コーニッシュというブランドを立ち上げ、商標権を活用した差別化戦略は以前から行っていたのですが、今回の支援によって、私たちは「知財ミックス」という新たな戦略を手に入れることができました。金型業界は、各社独自の技術でその優位性を競い合っている業界ですが、その独自性を守るために特許を申請・取得してしまうと、同時にその技術が公開されてしまうため、知的財産とはやや距離を置かざるをえませんでした。しかし「特許権」「商標権」「意匠権」「実用新案権」など、複数の知的財産権をミックスさせることによって、商標だけにとどまらず、製品のアイデアやそれを完成させる技術までを守ることができると知ることができました。この気づきは、今回の

支援と同時並行して進められていた、金型製造に特化した新型センサーの開発にも新しい視点を持つきっかけとなり、知的財産としての可能性をひとつひとつ検証しながら、いかに販路を拡大していくのかという、営業戦略にまで大きな変革をもたらしてくれました。支援を終えた今、社内における知的財産への関心は大きな高まりを見せ、あらゆる製品に対して、知的財産を活用できないかというディスカッションを自然発生させています。私たちにとって「知的財産」とは、「自分達の可能性を知るといふ財産」となりました。これからも金型業界をリードする、型にはまらない金型製造会社として、まだ世の中にない製品、まだ世の中にない技術をゼロから生み出し続けていきたいと考えています。

担当弁理士



中 富雄



赤間 賢一郎

知的財産権を取得して他社に対して優位に立つためには、その知的財産権が自社のビジネスモデルと噛み合っていることが重要です。まず、自社のビジネスモデルを整理し、そのうえでビジネスモデルを補強できる知財活用を検討することが好ましいといえます。今後も、ビジネス環境は変化していくでしょうが、その変化に柔軟に対応していける体制作りを進めてください。



INPIT-KANSAI  
知財戦略  
エキスパート  
中川 美和

金型業界を自社の新事業で牽引したい、との思いを知財戦略に落とし込むべく議論を重ね、長期的な事業展開に則した知財活用のためのポイントを見える化しました。新事業を成長させるため、研究開発の成果を踏まえ収益性のあるビジネスモデルに作り上げる事、自社ビジネスを守る知的財産を活用する事、その際には特許だけでなくノウハウ・情報の活用を視野に入れる事をご検討下さい。



日本弁理士会関西会では、知的財産相談室での知財相談、各種冊子やウェブサイトによる海外知財情報の提供、INPIT-KANSAIと連携しての弁理士紹介制度などを通じて、知財の面から中小企業の支援を行っています。



独立行政法人  
工業所有権情報・研修館  
近畿統括本部 (INPIT-KANSAI)

INPIT-KANSAIでは、中小・ベンチャー企業等の事業成長を支えるべく、企業の個別事情に応じた知的財産活動を支援しています。豊富な経験と知見を有した知財戦略エキスパートが、海外展開における知財リスクの削減、ノウハウや営業秘密の管理手法など知的財産活動に関する様々な課題解決をサポートしています。



経済産業省  
近畿経済産業局

近畿経済産業局知的財産室では、地域産業の活性化や中小・ベンチャー企業に対する知財活用支援を実施しています。大企業が保有する開放特許等と新製品開発等を目指す中小企業とのマッチングやデザイン経営、中小企業の知財意識向上を図るセミナー開催など、様々な角度から幅広い支援を行っています。



#### 知的財産権に関するご質問・お問合せはこちら

**近畿経済産業局**  
地域経済部 産業技術課 知的財産室

〒540-8535 大阪市中央区大手前1-5-44  
TEL:06-6966-6016 FAX:06-6966-6064  
<https://www.kansai.meti.go.jp/chizai.html>