KANSAI BRANCH OF JAPAN PATENT ATTORNEYS ASSOCIATION
JPAA 日本弁理士会 関西会

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おります。

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

発行者 / 関西知財活用支援プラットフォーム
・日本弁理士会関西会 ・（独）工業所有権情報・研修館 近畿統括本部（INPIT-KANSAI） ・近畿経済産業局

編集・制作・デザイン / 有限会社セメントプロデュースデザイン

VOL.
03
2023VER

知的財産活用BOOK

知的財産は会社の強みになる

INTELLECTUAL PROPERTY CAN BECOME A SOURCE OF YOUR "EARNING POWER".

近畿経済産業局
関西知財活用支援プラットフォーム

社内の知的財産、
見えないままでは もったいない

顧客から商品やサービスが選ばれるのは、
自社だからこそ提供できる価値があるからです。
その価値を生み出す源となっているのが
技術・ノウハウ・ブランドといった知的財産かもしれません。

ところが、これらの知的財産は日常業務の中に溶け込んでいて、
意識して発掘しないと見えにくいままです。

知的財産を把握し管理できると、
他社が真似できない価値を生み続けることができます。
弁理士の力も活用しながら、
自社がもつ知的財産を最大限に活かしていきましょう。

3冊目となる本冊子では、新たに4社の中小企業に対する知財視点での支援の内容と成果をまとめました。また、知財視点でどのような取組が考えられるか、これまでの支援事例を経営課題別に分類し一覧にしています。
自社の経営課題に関連する事例を参考にして、課題解決のヒントにしていただければ幸いです。

2021年度　2022年度

過去の支援事例をご覧になりたい方へ
二次元コードより、2021年度、2022年度知財パンフレットをダウンロードいただけます。

関西知財活用支援プラットフォームとは

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。

戦略

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。

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。

マーケティング戦略への知財情報活用
特許文献から得られる情報などをマーケティング視点で捉え、顧客ニーズや競争環境の把握をお手伝いします。

具体的取組

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。

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。

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。

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。

新製品開発での知財活用
新製品を開発する際の開発方向性の検討、工夫点やネーミングなどにおける知財活用についてお手伝いします。

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 ヒアリング・支援/最大6回** ▶ **4 成果取りまとめ** FINISH

3 ヒアリング・支援/最大6回

支援内容を設定し、必要な支援を行います

ヒアリング内容を基に支援内容を設定し、知財面からの伴走支援を行います。知財活動の定着に向け、課題を行っていただく場合があります。

4 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。

知的財産を戦略的に活用

事業に貢献する知財戦略

知的財産は、日常業務の中にも多く隠れています。とはいえ、身近すぎて社内のメンバーだけでは気がつくことが難しいかもしれません。そこで、物事を外から客観的に捉えることができる弁理士のサポートを受けて、「見えない知財」を「知財資源」に変えていくことが大切です。

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

基盤の強化
- 特許・意匠の発掘
- 発明提案制度の構築
- 知財管理体制の構築

イノベーション創出
- 知的財産の権利化
- オープン&クローズ戦略
- 使用許諾・ライセンス契約

ブランド構築
- 知財ミックス戦略
- 商標調査・権利化
- ブランド管理

競争優位の確保
独占権を取得する事で、他社の参入を防ぎ、自社の事業実施を安全に行うことができます。

伝える力・交渉力向上
漠然としたアイデア、構想を具体的な権利とする事で、自社の強みを「見える化」し、明確に伝えることができます。

協力関係を構築しやすい
知的財産や情報管理に真摯に取り組む姿勢により、他社から信頼を得ることができます。

社員のレベルアップ
知的財産に関する社員の意識が高まることで、自社の強みの共有や、法律や情報管理に向き合う土壌が育まれます。

見えない知的財産を見える化し、経営に活かす！

POINT 1 知的財産は、日常業務から生まれている

どんな企業でも知的財産を持っています。特許権や高度な発明だけが知的財産というわけではなく、日々の業務からも価値ある知的財産が生まれています。技術・製品の改善や新たな製品の検討のみならず、日々の社内での雑談や顧客との会話に至るまで、すべての活動が知的財産を生み出すことにつながっています。

日常業務の価値ある知的財産の例

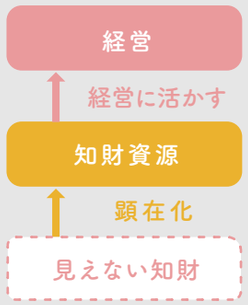
- 仕入れた顧客ニーズ
- 実験条件の変更
- レシピの改良
- Web等での情報発信

POINT 2 知的財産の隠れた価値

日常業務の中に潜んでいる知的財産は、将来の稼ぎの源になる可能性があります。とはいえ身近すぎて社内メンバーが見つけ出すのは難しいかもしれません。これらの把握を得意としているのが弁理士です。物事を外から客観的に捉えることで、会社の中に潜む知的財産を掘り起こすことができます。

POINT 3 知財の守り方・活かし方

知的財産は貴重な情報であり、一度外部に情報が流れると元に戻すことは難しく、その価値を保つことができません。知的財産の価値を持続し、競争力を保つため、その価値の把握とともに、その管理が重要となります。また、競争相手に差をつけるためには、情報をいつ、どこで、どのような条件で提示するかが重要です。知財戦略は、知的財産の価値を見逃さず、活かすための戦略です。そのために、「見えない知財」を顕在化して、「知財資源」として経営に活かす方法を考えていきましょう。



経営課題を知財視点でサポート

タイプ別で見る支援事例一覧

企業によって、抱える経営課題は様々です。このページでは、経営課題を大きく4つのタイプに分類し、各課題に対応する過去の支援事例を一覧にしています。自社の抱える経営課題と似ている事例を参考にして、課題解決を目指しましょう。

伸び悩み TYPE

課題1
何が強みなのか分からない

▶ 見えない経営資源に目を向け、自社の強みの明確化

- 本誌/P8-P9　ナレッジ（稼ぐ力）
- 本誌/P16-P17　田中繊維株式会社

課題2
強みはあるが、伸び悩んでいる

▶ 強みを踏まえた事業拡大の方向性の提示

- 本誌/P10-P11　ナレッジ（特許文献情報）
- 2022年度/P14-P15　株式会社クニムネ

▶ アイデア創出に向けた規程やアイデアの適切な管理体制の整備と新たな企画創出の促進

- 本誌/P14-P15　クモノスコーポレーション株式会社
- 本誌/P18-P19　株式会社オーゼットケー
- 2022年度/P16-P17　株式会社ウミヒラ

▶ 知財活用に向けた社内体制の整備

- 2022年度/P6-P7　ナレッジ（知財権の活用）
- 2022年度/P10-P11　ナレッジ（社内体制）
- 2021年度/P12-P13　ジーワン株式会社

顧客拡大 TYPE

課題1
顧客の幅を拡大したい

▶ 顧客が抱えているニーズの仮説設定と、提案型営業への活用

- 本誌/P10-P11　ナレッジ（特許文献情報）
- 2022年度/P14-P15　株式会社クニムネ

課題2
新たなチャネルを広げたい

▶ 自社の強みを活かしたブランドの確立と、消費者への認知向上（ブランド体系の整理、商標の活用）

- 本誌/P16-P17　田中繊維株式会社
- 2022年度/P12-P13　山科精器株式会社

▶ 顧客から愛される魅力あるネーミングの検討

- 2022年度/P12-P13　山科精器株式会社

市場開拓 TYPE

課題1
新市場への進出戦略を検討したい

▶ 自社の強みが活かせる新たな市場の探索

- 本誌/P8-P9　ナレッジ（稼ぐ力）
- 本誌/P12-P13　音羽電機工業株式会社
- 2022年度/P14-P15　株式会社クニムネ

課題2
自社の強みを活かせる市場を見つけたい

▶ 新事業における知財を使った収益化の検討

- 2022年度/P20-P21　株式会社小西金型工学

▶ バリューチェーンの俯瞰、優位性を発揮できる領域の確認

- 2021年度/P14-P15　リージョナルフィッシュ株式会社

▶ 新事業展開における知財調査や工夫点の知財確保検討

- 2022年度/P12-P13　山科精器株式会社

競争力強化 TYPE

課題1
事業の付加価値を強化したい

▶ 自社の生み出す付加価値の整理と、それを収益につなげる方策の提示

- 本誌/P8-P9　ナレッジ（稼ぐ力）
- 2021年度/P8-P9　ナレッジ（知財帰属）
- 2021年度/P10-P11　株式会社クロスエフェクト
- 2021年度/P12-P13　ジーワン株式会社

課題2
市場における自社のポジションを確認したい

▶ 自社の優位性を強化するための秘密情報管理体制の検討

- 2022年度/P18-P19　大東寝具工業株式会社
- 2021年度/P14-P15　リージョナルフィッシュ株式会社

▶ バリューチェーンの俯瞰、優位性を発揮できる領域の確認

- 2021年度/P14-P15　リージョナルフィッシュ株式会社

▶ 事業と知財の両面から、市場拡大と収益確保の検討

- 2022年度/P8-P9　ナレッジ（オープンクローズ）

過去の事例は二次元コードよりご覧ください

2021年度　2022年度

本誌（2023年度）

2023年度のナレッジ・支援事例は次ページからご覧ください

経営課題のタイプ分けは、知財金融パンフレットを参考に作成。
https://chizai-kinyu.go.jp/cms/wp-content/uploads/chizai_kinyu.pdf

知財ナレッジ 1

弁理士のサポートで 隠れている技術や仕組みを稼ぐ力に!

企業が稼ぐ力を高めるためには、社内の技術や仕組みを「稼ぐ力の原石」として抽出し、これを評価することによって「稼ぐ力」にしていく必要があります。弁理士は権利取得の代理業務だけでなく、技術面と知財面から、これらのサポートを行っています。

STEP 01 弁理士の視点を使って「稼ぐ力の原石」を抽出する

きらりと光る技術でも、社内の人間には見えにくい

弁理士は、普段から企業が持つ「きらりと光る技術」を見出して、発明として権利化する業務をしています。この力を使って知財と技術の両面から、企業が持っている「稼ぐ力の原石」を抽出します。

原石の例①

ある製品に使われている社内の加工技術

抽出

企業が固有に持つ他社にない技術力

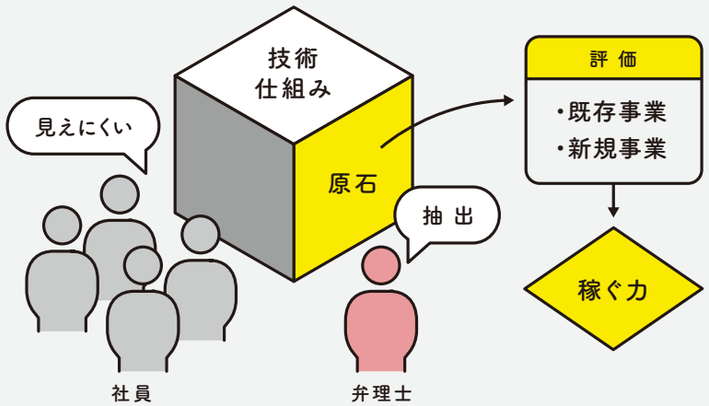
原石の例②

短納期を実現している

抽出

それを支える奥に潜んでいる仕組み

「稼ぐ力の原石」を「稼ぐ力」にする流れ



●原石の「抽出」とは

社内に存在する知財資源を事業との関係で、見える化することです。

●原石の「評価」とは

稼ぐ力の原石を既存事業や新規事業への貢献度と結びつけ、稼ぐ力にしていくことです。

STEP 02 「稼ぐ力の原石」を2つの視点で評価して「稼ぐ力化」する

A.既存事業との関係を整理して貢献度を評価

稼ぐ力の原石が見出されても、既存事業にどう活きているのかがわかりにくい場合があります。弁理士の物事の解像度を上げる質問力を用いて既存事業との関連を整理することで、その稼ぐ力の原石と事業との関係が明確になります。これを自社の強みとして事業開発をすることで、さらに競争力を高めることができます。

抽出した原石が既存事業にどう活きるのか不明

2つを関連付けて、競争力を持つ領域を適切に把握

B.新たな評価軸で新規事業への貢献可能性を評価

稼ぐ力の原石は、評価軸によって評価が変わります。弁理士は既存事業だけでなく、新規事業に対して貢献できる要素があるか検討します。新市場では求められる価値(顧客価値)も変わるからです。既存事業に対する評価では「稼ぐ力」にならない技術でも、新たな評価軸を見出すことができれば「稼ぐ力」にすることが可能になります。

稼ぐ力の原石 ＼ 新規事業の市場	市場A	市場B	市場C
価値A			
価値B			
価値C			

特許情報を用いて稼ぐ力として効果を発揮できる新たな評価軸(新規市場)の候補などを探索します。

知財ナレッジ 2

特許文献情報の活用により 顧客ニーズを探れる！

特許文献情報は、特許権が取得できるかどうか、他人から特許権の侵害と言われないかのほか、技術動向の把握や競争相手の探索など様々な活用方法があります。ここでは、特許文献情報を提案営業のための顧客ニーズの探索という視点で活用する方法について説明します。専門的な分析等については、弁理士を活用することも有効です。

STEP 01 特許文献情報の効果的な使い方を知ろう

顧客ニーズを探るのは難しい課題ですが、

特許文献をニーズの情報源として活用するのも一手です

一般的な使い方		その他の効果的な使い方
・特許権取得のため ・特許権侵害回避のため	▶	**顧客ニーズの探索** マーケティング視点で読み取る

POINT

具体的な発明の活用例の記載から、顧客ニーズを探し出す。

特許出願に必ずある発明の活用例（発明を実施するための形態〈実施例〉）の記載には、顧客ニーズを捉えるための価値ある情報が隠れていることがあり、これらを分析・検討することにより、顧客ニーズを満たす開発方針の仮説を立てることができます。

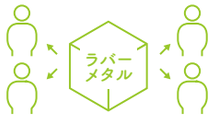
特許出願			
…	明細書	図面	…

発明の名称	発明を実施するための形態
技術分野	実施例（製造方法・使用方法など）
⋮	⋮

読み取れる情報	特許技術の具体的な活用例 どのような分野・用途で用いられているか
経営・マーケティング視点で読み取れる情報	活用例などをヒントに想定される顧客ニーズ

事例：技術の特徴から顧客ニーズを知る

課題

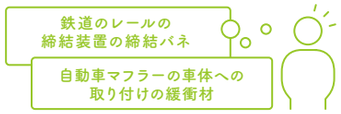


「ラバーメタル」（ゴムのようなしなやかさを持った金属）を開発したが、顧客ニーズを知りたい。

検索

「ラバーメタル」の特徴のキーワードで適宜組み合わせて検索し、分析・検討する。

分析・仮説



自社技術をどう使用すれば顧客ニーズを満たすかを分析し、仮説を立てる。

特許情報を経営に活かすIPランドスケープという考え方も普及してきています。詳細は二次元コードより、ご確認ください ▶

STEP 02 特許文献情報に基づき仮説を立てた顧客ニーズから提案営業へ

客観的な情報に基づいて取引先に自ら積極的な提案をしよう

①顧客ニーズを把握する意識を持つ

自社製品を開発して顧客に提案する際、自社の技術力を活かせるモノを作ってしまい、その製品が顧客のニーズに合致していないことも多いです。売れる製品とするためには、開発前にしっかりと顧客ニーズを考える意識を持つことが大切です。

②特許文献情報の活用

特許文献情報の活用により、客観的な情報に基づいて、取引先の潜在的なニーズの仮説を立てる

顧客ニーズの仮説を立てることで、自社技術を活用して狙える市場や顧客が明確になり、注力すべき技術や営業先を絞り込むことができます。また、顧客ニーズを満たす自社独自の技術や製品ができると、価格競争を回避し、優位にビジネス展開ができます。

③顧客ニーズを把握して積極的な提案営業へ

Q.特許文献情報とは？

特許出願には「明細書」や「図面」等が含まれており、主要国ではそれらがデータベース等で公開されています。特許文献情報とは、これら公開されている特許出願の内容のことで、J-PlatPat（無料データベース）などのデータベースで検索することができます。「明細書」のうち、特に発明を具体的にどのように活用するのかが書かれた「発明を実施するための形態（実施例）」の項目を分析することが、顧客ニーズの仮説を立てる上で効果的です。

支援事例 CASE 1

音羽電機工業株式会社

日本で唯一の雷対策専門メーカーとして、雷対策関連製品の製造・販売や雷対策コンサルティング・雷対策工事・受託試験等を実施。

支援サマリー

課題・目的
新規事業を競合他社と差別化し、模倣から守る仕組みの構築が必要

支援成果
自社の優位性把握に特許文献情報の活用が効果的であることを認識

事業へ期待される効果
技術開発の適切な方向性及び新規事業を守る仕組みの明確化

STEP 1 現状把握・支援内容の設定

新規事業における自社技術の優位性について

特許文献情報を活用して客観化し、そこから類推(把握)される優位性の確保を検討

現状の課題・要望

1. 競合他社との関係で新規事業を守る方策を検討したい

従来とは異なる技術分野での新規事業を進めているが、どの部分が競合他社との関係で差別化できうる自社の優位性であるかがつかめないため、競合他社との関係で新規事業を守る方策を検討したい。

2. 公開されている特許文献情報の活用の仕方について知りたい

支援内容

新規事業における自社技術の優位性の把握のために特許文献情報に基づき他社技術動向を分析し、その優位性を確保する方策を支援する。

- 優位性把握のための特許文献情報の分析
- 優位性確保に向けた、特許出願を行う場合の留意点検討

STEP 2 新規事業の方向性決定のための優位性の把握

特許文献情報の分析・検討による

自社技術の客観化

① 競合他社の動向・代替技術などの認識	② 自社の優位性把握への活用	③ 技術開発の方向性決定に活用
特許文献情報から競合他社が注力している出願分野や権利化している技術、今後進出するであろう分野等を認識する。	①の取組を踏まえて、自社にしか解決できない課題や、自社が優位に展開できる技術・ノウハウ、営業上の強みなどを把握する。	②の取組を、誰に向けてどのような技術を開発すればよいか決定するために活かす。

STEP 3 知財活用促進のための社内体制検討

特許出願の際の留意点の把握とともに、特許文献情報を経営に活かす

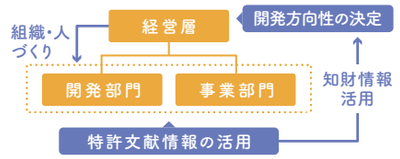
優位性に基づく特許取得のための出願前の心構えや対応方法を確認

自社特許を題材にして、優位性を認識した上で出願手続を振り返り、優位性を確保するための出願の際の留意点について企業メンバーと支援者で議論しながら確認した。

確認事項のポイント
1. どのような権利範囲の主張が適切か
2. 発明のポイントを明確に伝える明細書の書き方

特許文献情報活用に向けた組織・人づくり

技術開発方向性の決定において、特許文献情報分析に基づく優位性把握の重要性が確認できたことから、これを実現するための組織・人づくりについて議論した。



支援内容の成果

自社事業を通じて特許文献情報の活用を実践

新規事業を対象に、特許文献情報を用いて優位性を認識した上で技術開発の方向性を決定するプロセスを支援した。その優位性の確保に向け、競合他社から模倣されないビジネスモデルを構築するための一手段としての特許出願の留意点を認識いただいた。

開発と知財。この両輪で、唯一無二の技術集団として走り続けます。

音羽電機工業株式会社
技術本部常務
圓山 武志氏

雷害対策のトップ企業として、新しい技術開発とその特許出願は日常的に行っていたのですが、知財の獲得自体が目的になってしまっていて、知財を経営戦略に組み込み、どう活かすかという方策が十分にとられていませんでした。また、これまでも何度か知財に関するセミナーを受講したことはあったのですが、どれも通り一遍の概論の域を出ず、自分事として捉えることができないでいました。しかし今回の支援は、まず我々の実業務をこれでもかというほどヒアリングしていただくことから始まり、具体的な問題点への指導も本当に腑に落ちるものばかりだったと実感しています。知財に関する意識も高まり、技術畑ではない社員からもたくさんの提案を受けました。経営サイドとしても、知財への意識を高く持ち続けないと、社員たちから雷を落とされてしまいますね(笑)。

担当弁理士 垣木 晴彦　担当弁理士 中 富雄

特許文献情報の効果的な活用をご理解いただいたと思います。今後は、弁理士をうまく活用し、新規事業での今後の技術開発での優位性を客観化した上で、その守り方をご検討いただき、簡単に模倣されない自社独自のビジネスモデル構築を目指してください。

INPIT-KANSAI 知財戦略エキスパート 鶴 善一

特許情報を効果的に用いることにより、他社の技術動向に配慮しつつ自社の強みをどのように権利化するのかが明確になったと思います。今後、特許情報活用により、有利な権利を持つ新製品が開発されることを期待いたします。

社内の実情に合わせた体制整備を行い、さらに知財を活かせる会社を目指す

支援事例 CASE 2 クモノスコーポレーション株式会社

多数の特許技術を駆使し、インフラのリスク分析から3D計測、デジタルコンテンツ構築まで幅広く手掛ける。特に3D分野では圧倒的多数の計測実績を持つパイオニア的存在。

支援サマリー

課題・目的
知財管理とその運用をまとめる社内体制の構築

支援成果
透明かつ運用しやすい発明管理体制の骨子作成

事業へ期待される効果
組織的な知財活用と知財リスクの低減・回避

STEP 1 現状把握・支援内容の設定

事業成長を見越して、現状の体制を踏まえた社内規程・管理体制の整備

現状の課題・要望

1. 発明に係る判断の多くを社長単独で行っており、組織的な判断体制を構築したい
2. 発明の取扱に統一的なルールを定め、管理や戦略作りを容易にしたい
3. 権利化以外の選択についても検討し、社内の知財を十分把握できる体制を作りたい

技術の保護や権利化の判断基準を属人的な体制から組織的な管理体制に移行する必要がある。加えて、社員の発明提案を促し、技術の蓄積による競争力の拡大を図っていくためにも、知財管理ルールの明確化が必要。

支援内容

知財部門や会議体の役割を明確にし、社内の実情に合わせた体制を整備することで、運用しやすいルールを策定する。

- 発明フローの明確化・改良
  出願・秘匿化や海外出願の要否判断など、知財運用に必要な諸事項の検討
- 職務発明規程骨子の作成
  発明届出書フォーマットの作成

STEP 2 発明の発生から権利消滅までの流れを整理

現状の体制を踏まえ、知財戦略の観点を加えて「発明フロー」を整理

1 現状の発明発生から権利消滅までのフローの確認

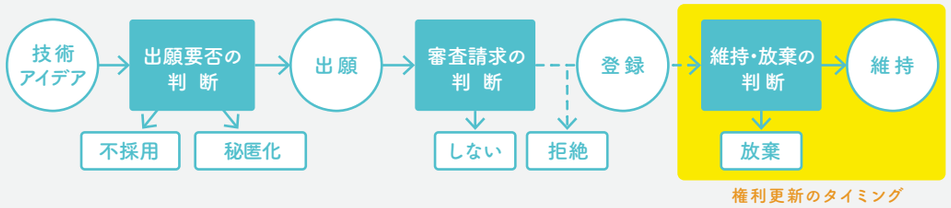
各種判断のタイミングや主体を明確にし、起こり得るパターンを網羅しているか、判断の妥当性等について後日検証を行えるかを検討した。

2 戦略的な判断を行うためのフローの改良

- 発明者、部署責任者、社内会議体、特許事務所の知見を活用でき、手戻りなく効率的に判断できる流れを検討した。
- オープン・クローズ判断に係るステップを盛り込み、秘匿化するアイデアについても、事由と共に蓄積する方針を確認した。
- 海外出願や権利の更新・放棄等を判断するための検討期間も踏まえた管理方法を検討した。

STEP 3

発明フロー図



職務発明規程の骨子と発明届出書の整備

「発明フロー」の明確化に向けて、
発明者や知財管理部門が留意すべき、運用ポイントを精査

知財管理部門が把握すべき情報の精査	発明者への補償に係る詳細検討	職務発明規程の運用開始に向けた課題整理
「発明届出書」に関して、発明の経緯や出願公開リスクなど、必要な情報を適切に把握できるように社内体制を踏まえて整理した。	発明者への補償に関し、会社側の運用上の負担を軽減し、かつ発明者側の納得感が得られるルールを検討した。	就業規則との整合性や社内周知の必要性・周知方法など、注意すべき課題を踏まえ、きめ細かく整理した。

支援内容の成果

「運用しやすいルール」を策定し自社の知財管理体制を見直した

発明フローの各段階における判断・処理の現状を可視化し、ノウハウを含めた社内知財の掘り起こしと活用が可能となる、従業員や会議体の役割分担が明確化された新フローを確立した。このフローに合致する職務発明規程や発明届出書の整備によって、現体制のまま無理なく即時の運用が可能な環境も整った。

組織的な知的財産管理運用という視点は、社内に新しい風を吹かせてくれるはずです。

クモノスコーポレーション株式会社
執行役員
桜井 ゆかり氏

特許をはじめ、知財取得にはこれまでも積極的でしたが、社内の環境整備は不十分でした。また会社規模の拡大に伴い、職務発明規程などルールの明確化が必要でしたので、今回の支援によって研究開発フローを考慮した知財活用の運用フローを構築できたことは大きな成果になりました。継続して知財を生み出す土壌を得たことで、今後、従業員主体の発明も増えることでしょう。全社員に向けた知的財産の基礎知識獲得ツールとして、INPITのeラーニング動画なども継続して活用させていただきます。リアルな現場を知る弁理士のアドバイスや、近畿経済産業局からのレクチャーは、通り一遍の指導ではなく、様々な最近の動向を、その背景も含めてご説明していただき、とても活発で有意義な議論ができたと感じています。

担当弁理士
吉田 玲子

担当弁理士
三品 明生

「雛形」を使用して規程類の整備をした結果、運用が負担となり、形骸化してしまうケースがあります。現状の体制を大幅に変えることなく、それと合致させた規程やフローの構築で、知的財産活動の定着を図ることが重要です。

INPIT-KANSAI
知財戦略エキスパート
深町 裕一

計測に関して独自の技術ノウハウを多数保有しており、これら知的資産をオープン・クローズの戦略も含め組織として一層保護・活用し、事業の優位性を知財で強化していきましょう！

OEMで培った技術力を活かして自社製品のブランド構築を目指す

支援事例 CASE 3

田中繊維株式会社

兵庫県加古川市にある老舗靴下メーカー。国産100%で紳士・婦人用靴下を製造。創業100周年を記念してオリジナルブランド「TANAKA SOKKEN」を立ち上げ。

支援サマリー

課題・目的
自社製品の売上拡大に向けた具体的な方策の確立

支援成果
マーケットインの視点を踏まえたブランド体系の構築

事業へ期待される効果
ブランディングと自社製品の売上拡大に寄与

STEP 1 現状把握・支援内容の設定

「消費者目線の導入」と「ブランド体系の構築」で売上拡大を目指す

現状の課題・要望

1. 会社名や製品名でブランドを複数設定しているが、整理が曖昧でブランドが分散している
2. 原料や履き心地にこだわった「いい品質」の靴下を製造しているが、消費者に十分に伝わっていない

OEM事業の価格競争激化への不安から、付加価値の高い自社ブランドの販路拡大を目指すが、ブランドの構築が十分に出来ていない。

支援内容

高い技術力ゆえの「生産者目線」の製品開発から「消費者目線」での製品開発への移行と、ブランド体系構築をサポートする。

- 消費者目線の導入
- 商標活用とブランド体系の構築

STEP 2 消費者目線の導入

生産者視点ではなく、消費者ニーズを踏まえた製品開発・販売へ目線を切り替えるための支援を実施

1 消費者ニーズを踏まえ、自社製品の強みを整理

消費者が靴下に求めることを分析し、自社製品が持つ強みの棚卸しを実施。「いい品質」を様々な切り口から言語化し、消費者に価値が伝わりやすいアピール文言を整理。

アンケートの実施　アピール文言の整理

2 魅力的な商品紹介となるECサイトの原稿作成や価格決定要因の検討を実施

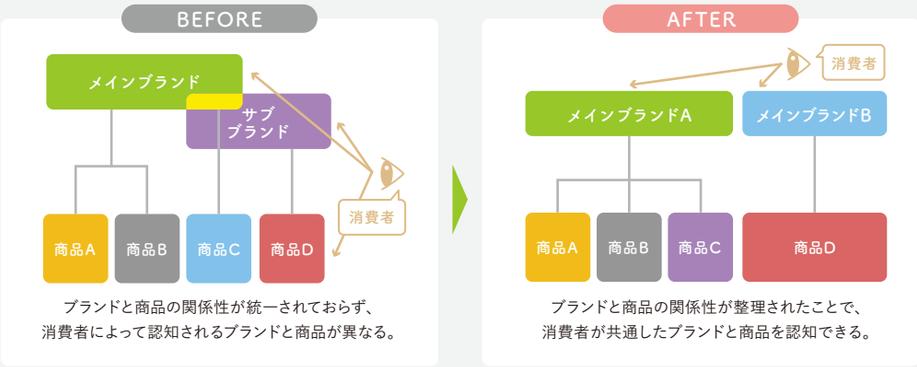
ブランドとしてPRする事項を整理し、訴求力があるECサイト用の商品紹介ページ原稿案を作成 → 消費者のブランド認知と購買意欲を高める表現に

他の経営事例などから、製品の「品質」以外での価格決定要因を検討 → 自社製品への応用検討に繋がった

STEP 3 商標活用とブランド体系の構築

1. 商標の基本的知識とブランドにおける商標の重要性に関するレクチャーを実施
2. 各ブランドの役割と関係性を構造的に整理 ※下記はイメージ図

消費者が認知しやすいブランドを目指すため、
混在していた商品とブランドの役割と関係性を整理して、構造的に体系の見直しを行った。



BEFORE：ブランドと商品の関係性が統一されておらず、消費者によって認知されるブランドと商品が異なる。

AFTER：ブランドと商品の関係性が整理されたことで、消費者が共通したブランドと商品を認知できる。

支援内容の成果

消費者目線を踏まえたブランド体系構築の第一歩へ

消費者目線を導入する事で自社の強みを再整理し、複数ある自社ブランドの各役割の理解を促進させ、全社的なブランド体系構築への第一歩とした。また、商標権取得やブランドへの活用の基本をレクチャーし、そのメリットや共同開発等における権利関係への注意と理解も促した。

こだわりを詰めたブランドをお客さまに届けたい。

田中繊維株式会社
代表取締役
田中 一成氏

創業100周年を迎えた2021年に、オリジナルブランド「TANAKA SOKKEN」を立ち上げました。しかし、ブランディングのノウハウがなかったうえに、技術をアピールしたい気持ちが空回りして次々に商品を展開してしまい、まとまりがない見え方になっていました。お客さまに伝える言葉も、素材や製法にこだわりすぎて、どんな履き心地なのか、どんな時に履いて欲しいのかなど、お客さま目線の発信ができていませんでした。しかし今回の支援によって、伝えたい項目やブランドの構造を整理し、お客さまと商品が、出会いやすく買いやすいブランド体系を検討することができました。今後は、オンラインストアでの販売や、ポップアップストアなど催事での販売、さらに、ふるさと納税の返礼品など、様々なシーンに大いに活かし、ブランド力を強化していきたいです。

担当弁理士 柳野 嘉秀　担当弁理士 松本 浩一

商品開発とブランド戦略は表裏一体です。どういった思いで商品を作り、その商品を記憶してもらうためにどんなブランドにするのか、顧客視点を忘れずに取り組んでもらえれば、売上拡大に寄与するブランドが確立されていくと思います。健闘をお祈りしています！

INPIT-KANSAI 知財戦略エキスパート
中川 美和

「履き心地の良さ」に加えて、多くの強みが協議を重ねる中で明確になりました。顧客視点を継続的に取り入れ、分析する事で商品・ブランドが磨かれ、事業成長につながる事を願っております。

事業と知財を結びつけて、ノウハウやアイデアの創造を促進し、事業拡大を目指す

支援事例 CASE 4

株式会社 オーゼットケー

主にレディースインナー用付属部品の製造販売を行う会社。長年培った技術を活かし、体温で形状変化する新素材の加工技術や医工連携により開発した手術器具などの新分野へも積極的に取り組んでいる。

支援サマリー

課題・目的	支援成果	事業へ期待される効果
事業戦略を踏まえた発明を積極的に提案できる体制整備	自社の事業戦略及び知財戦略を可視化し、社内体制を整備	社内体制が整備されたことによる技術力の向上と事業拡大

STEP 1 現状把握・支援内容の設定

事業戦略を踏まえた知財戦略を整理・検討し、アイデア出しを促進することで事業の強化を目指す

現状の課題・要望

1. 社長が考える事業の展望や知財の考え方を従業員が分かるようにしたい
2. 事業戦略を踏まえて、知財を活用するための方策を整理したい
3. 従業員からの発明提案を促すため、職務発明規程及び発明届出書を整備したい

従業員への自社の事業戦略や知財戦略の共有化が十分にできていない。技術や知見・知識を特許にするか秘匿化するか等の整理及び判断方法の確立が必要。実際に従業員からアイデアを提案してもらう体制を作るため、職務発明規程の制定が必要と考えた。

支援内容

知財活用と職務発明規程の要点を解説した上で、新規事業の事業戦略と知財戦略の方針を整理し、規程制定と運用体制を構築することとした。

- 社長の考える事業展望や知財への見解を可視化
- 新規事業に係る事業戦略と知財戦略の整理
- 発明提案から権利化や管理までの運用体制の構築

STEP 2 事業戦略の可視化と知財戦略の整理

各事業の将来性の整理・可視化に取り組み、必要となる技術や権利化・秘匿化の判断基準などを整理

1 事業展開やビジョンについての整理

自社の既存事業や新規事業における技術の強みや将来性を可視化し、社長が考える事業展開の方針や企業のビジョンについて整理した。

2 事業戦略を踏まえた知財戦略の整理

新規事業を題材に、自社が競合他社より優位に立つために必要な技術を検討し、技術ごとに権利化 / 秘匿化 / ライセンス化等、取るべき知財戦略の手段を整理した。

自社の強み
優れた意匠、使い勝手の良い工夫を可能にする加工技術

強みの源泉（強みの根拠）
あらゆるニーズに対応できる素材や部材の知見

▼ 知財による保護・活用 ▼

権利化 or 秘匿化　ライセンスの有無

STEP 3 知財活用に向けた社内体制の整備

開発力向上を目指して、社内からの発明提案を促す仕組み・体制を整備

職務発明規程の骨子作成

従業員からの積極的な発明提案を得るために、発明が適切に評価される職務発明規程の骨子を作成した。

発明届出書の作成

必要事項を漏れなく記載できる届出書フォーマットを作成した。

オープン・クローズの判断検討

技術や知見・知識を特許化するか、秘匿化するか等の判断を行うための会議体設置を検討した。

発明管理体制の整備

発明が発生してから権利化・秘匿化され、管理されるまで運用できるように、運用細則の検討などを行った。

支援内容の成果

従業員一人ひとりが発明提案できる土台を構築した

社長が考える事業戦略の可視化と知財戦略を整理することで、従業員に対してそれらの戦略の方針を共有できる体制が整った。また、従業員から積極的な発明提案がされ事業が拡大出来るよう、発明が適切に評価される職務発明規程の骨子を作成した。

知財は身近な経営ツール。そして、全社員で共有できる会社を良くする仕組みです。

株式会社オーゼットケー
代表取締役
山﨑 陽彦 氏

「工夫は発明である」「すでに公開されている技術や意匠はどんどん参考にしましょう」という言葉を最初にいただき、まさに目からウロコ。おかげで、難しく考えすぎていた知財というものに、肩の力を抜いて取り組むことができました。つまりは、求められるものを作るために、まずやってみようという精神が大切だということ。これまで知財は一部の社員の仕事でしたが、今回の支援で職務発明規程等を規定し、みんなが知財に関心を持って働くことによって、発明への取組もよりスムーズになり、技術職ではない社員からも様々な提案が出てきました。我々の強みがさらに伸びていくものと確信しています。今までは単価が安い商品であることや、他分野に進出しても知財の維持費倒れになるのではないかと不安が大きかったですが、様々な視点からのご指導で、多くの気づきをいただきました。まだまだ免許皆伝とまではいきませんが、目録ぐらいは手にしたのではないかと思っています。

INPIT-KANSAI
知財戦略エキスパート
濱野 廣明

知財を事業で活用するには、事業戦略から解きほぐすことが重要です。狙った開発を行って得られた知財を権利化するのか秘匿化するのかを判断し、管理する社内体制の準備は整いました。成長を目指して運用を開始しましょう！

近畿経済産業局
知的財産室長
上田 真誠

大企業、中小企業問わず日々の工夫で多くの知財が生まれており、これらの知財を見える化し、稼ぐ力になり得ると知ることが知財活用の出発点です。今回の成果を基に知財経営に取り組んでいただければと思います。

1 過去支援企業の支援後の経過

2021年度（令和3年度）

リージョナルフィッシュ株式会社

（代表取締役社長：梅川忠典）

ゲノム編集による魚の超高速の品種改良と、スマート陸上養殖を組み合わせた次世代水産養殖システムの研究・提供を行う。

支援前の課題

1. 将来市場が拡大した場合の競合他社に対する優位性担保が必要
2. ゲノム編集魚に係る技術等について、知財の権利化や情報管理などによる模倣対策が必要

支援内容

事業全体視点で優位性担保を目指す

1. 知財情報を用いて、自社が優位性を持つ領域を再認識
2. 技術ノウハウ等の価値ある情報を活用できる仕組みの構築

詳しくは、2021年度のパンフレットをご覧ください ▶

支援後

変化したこと

権利化できそうな範囲で特許出願 → 社員を含めた意識の変化 → 事業展開で重要となる知的財産の確保

自社の技術やノウハウを保護して競合他社の参入や模倣を防ぐ手段として、知財の重要性をより意識するようになった。経営基盤や組織力に劣るスタートアップ企業であっても、重要な知財を確保することで、大企業に対しても強みをアピールし、企業価値を伸ばしていく知財戦略が必要と考えるようになった。

行った取組

- 保有技術を洗い出し **権利化するものと秘密管理するものを選別**
- 技術情報や営業情報を整理し、**開示すべきでない情報を厳密に管理**
- 自社の開発体制に合った **職務発明規程へ見直し、運用開始**

支援の成果

- 競合他社との関係で自社事業の優位性について整理ができ、高い事業価値を示すことで企業との事業提携に繋がった。
- 権利化すべきか秘密情報として管理するかを適切に判断できるようになり、将来の事業展開に有効な知財保護が効率的にできるようになった。
- 従業員に対してポジションに応じた情報へのアクセス権限を適切に付与することで、情報を階層的に管理でき、情報の漏洩を予防できる体制が整った。

リージョナルフィッシュ株式会社
代表取締役社長
梅川 忠典 氏

知財活動で、将来利益の実現可能性を高めることができる。

- 知財支援を受けて、どのような技術につき権利化するか、あるいは、秘密情報として扱うべきか整理できた。
- 知財活動を一言でいうと、「将来的なフリーキャッシュフロー（企業が自由に使うことのできるお金）の期待値をあげるもの」といえる。例えば将来競合が参入できない状況を作り出すことで、現在想定している将来利益の実現可能性を高めることができる。

2 過去支援企業の支援後の経過

2021年度（令和3年度）

株式会社クロスエフェクト

（代表取締役：竹田正俊）

プロダクトデザイン及び樹脂筐体設計・3Dスキャニング・光造形による3D開発試作モデルの製作などを実施。

支援前の課題

仕様に基づく試作だけでなく、設計提案やデザイン提案など様々なパターンで受託しており、

今までの契約は自社提案による付加価値を適切に反映できていない可能性があった。

支援内容

受託パターンに合う契約書作成を目指す

受託パターンごとに知的財産権等※の帰属を整理し、各受託パターンに適切な知財条項を取り入れた契約書骨子を作成した。

詳しくは、2021年度のパンフレットをご覧ください ▶

※意匠登録を受ける権利、意匠権、特許を受ける権利、特許権、著作権などを含む

支援後

変化したこと

自社で製品をデザインした場合、

- 自社に知的財産権等が帰属する場合があること
- それらの権利が自社の生み出す付加価値を裏付けるものになり得ること

を認識できた。

会社に損害を及ぼす契約をしてしまう可能性もあり、経営者は知財面を含めて契約内容をしっかりと確認し、理解した上で契約すべきと感じた

行った取組

- デザインにより生じる **知的財産権等の譲渡分** も対価として受領できるよう交渉
- 受託パターンに応じた **契約ひな形を活用し、** 自社の発明や創作等が契約に反映されているか確認
- 知財関連の資格取得支援などを通じて、**社内で知財担当者を育成**

支援の成果

- 受注にあたり、これまで請求できていなかったデザイン作成に係る対価やそれに関連する知的財産権等の譲渡対価もいただけるよう交渉し、以前より大幅に利益を出すことに成功した。
- 大手企業は知財の価値を認識してくれる場合が多く、設計上の工夫やデザインに関する知的財産権等を譲渡することで、より高い評価を得られるようになった。

株式会社クロスエフェクト
代表取締役
竹田 正俊 氏

自社の知財価値に見合った訴求により収益基盤を強くできる。

- 支援者から「知財を主張できるところは主張すべき」との助言を受けて、自社の知財価値に見合った訴求ができるようになった。
- デザイン提案にブランド的価値を付けていき、自社サービスの付加価値をさらに上げていきたい。
- 権利譲渡による収益だけでなく、顧客の売上に応じたロイヤリティ収益を得るなどの取組を行って、収益基盤を強くしたい。