

令和 5 年 4 月 20 日

中小企業の知的財産活用に向けた小冊子 「知的財産活用 BOOK vol.02」を発行しました

近畿経済産業局では、昨年度中小企業 5 社に対して、知的財産面からの伴走支援を行い、その支援内容と成果等をまとめた小冊子「知的財産活用 BOOK vol.2」を発行しました。本冊子は、中小企業の経営者や中小企業支援に携わる専門家の皆様向けに、各企業の経営課題に応じた支援事例とともに、中小企業が知的財産を事業に活かすためのポイントを、読みやすいレイアウトでまとめていますので、是非ご覧ください。

併せて、今年度の伴走支援先企業の募集を開始します。

1. 事例集の概要

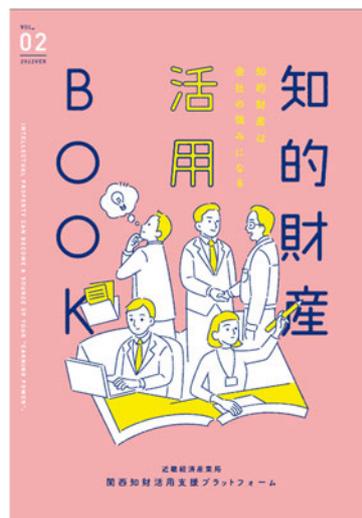
近畿経済産業局は、日本弁理士会関西会、(独)工業所有権情報・研修館 近畿統括本部 (INPIT-KANSAI) と連携して実施する「関西知財活用支援プラットフォーム」において、2025 年大阪・関西万博までに、知的財産を稼ぐ力にして経営する企業を、関西で多く創出することを目的に、知的財産面からの経営課題解決に向けた伴走支援を行っています。

本冊子は、本プラットフォームにおいて昨年度実施した、中小企業 5 社における、各社の経営課題に応じた知的財産面からの支援内容等をまとめました。

具体的には、開発中製品を題材とした特許・商標の調査・検討により知的財産への意識向上及び知財活動定着に向けた社内体制が整った事例や、特許情報を活用したニーズの把握方法についてのアドバイスを通じて、マーケティング視点が身についた事例等を掲載しています。

また、知的財産権の使い分けやオープン&クローズ戦略等、中小企業が知的財産を事業に活用するためのポイントを「知財ナレッジ」としてまとめました。

本冊子が、中小企業の経営者、及び産業支援機関の相談員(アドバイザー)、弁理士等の中小企業支援に携わる専門家の皆様にとって、知的財産活用の参考となりましたら幸いです。冊子は下記の関西知財活用支援プラットフォームの Web ページからダウンロード可能です。また、冊子配布も予定しています。



(掲載事例 5 社)

山科精器株式会社、株式会社クニムネ、株式会社ウミヒラ、大東寝具工業株式会社、株式会社小西金型工学

2. 公募概要

令和 5 年度に、知的財産面からの経営課題解決に向けた伴走支援を希望する中小企業者を募集します。応募される場合は下記の Web ページからお申し込み下さい。

公募時期：令和 5 年 4 月 20 日(木)～5 月 26 日(金)15:00

対象者：以下のいずれも満たす中小企業者等

- ・ 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県に所在する中小企業者等
- ・ 自社の強み(知的財産)を経営に活用(※)することに対して、興味や意欲、課題認識等を有する中小企業者等

※活用により想定される事業への効果(例)：

売上拡大 / 利益率向上 / 市場シェアの拡大 / 販路拡大 / 新事業創出 / ビジネスモデルの更新 / ブランド戦略 / 自社の広告宣伝(PR) / 人材育成

(関西知財活用支援プラットフォームの Web ページ)

https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/07_chizai_platform/outline.html

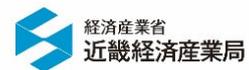
(本発表資料のお問い合わせ先)

近畿経済産業局 知的財産室長 上田

担当者:伊藤

電話:06-6966-6016(直通)

06-6966-6064(FAX)



(参考) 主なページのご紹介

知 財
インフォ

1

権利化の検討と活用

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も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

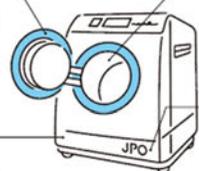
開閉しやすい蓋の形状

物品の構造、形状にかかる考案を保護。
※方法、装置、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。

その他の知的財産権

著作権

文章、字句、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」は一部のみです。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。

※2022年度知的財産権相談入門(特許庁)を元に作成

製品の模倣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的に使うことができます。

存続期間・費用の違い

	権利の存続期間	出願から登録までの期間の費用	出願から登録までの期間の費用
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、特許庁のwebサイトをご覧ください。

手続きの違い



2



特許取得は難しいですが、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などは、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かめたりする必要なく、見た目や権利保護を判断できるので、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禁止でも活用できます。

3

特許権・意匠権の取得は難しい製品の状況

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。



支援事例
CASE 1

山科精工株式会社

温室内にある専用工作機械、熱交換器、潤滑装置、医療機器を製造販売する機械メーカー。主はオーダーメイド製品だが、近年は自社企画品の販売も手掛けている。

支援計画概要



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識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・装置を扱っているため、手をつける活動の優先順位の設定が必要。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いない状況を改善し、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/発明発露の準備
・特許申請/特許出願
・特許権の取得/維持
・特許権の行使/侵害
・特許権の譲渡/ライセンス

商品開発の一連の知財活動の実践 特許調査と発明発露

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・発明発露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把握方法を理解する
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把握方法等について具体的な事例を交えて解説。

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リスクの調査、先行特許のデータベース作成、支援者からより具体的な動向を可視化。

発明発露

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方を助言。

STEP 1

STEP 2

特許

高橋

商品開発の一連の知財活動の実践 高橋案の検討と高橋調査

高橋とブランド戦略のレクチャー

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

高橋案の検討

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

高橋調査

高橋案について、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。支援者から調査を支援・解説の上、各案の優劣リスクを講評。

営業秘密

商品開発の一連の知財活動の実践 営業秘密等に関する支援

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

支援者から営業秘密も含めた解説を実施。現状では職務発明規程がなかったため、発明の所属や対応、営業秘密などの説明を行った。事業部別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を提示した。具体的な支援については、本支援後も継続してサポートに支援予定である。

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習得

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。

山科精工株式会社
常務取締役
保坂 誠氏

当社のような受注制作事業は、顧客との「対1」の関係が基本となるため、知的財産に関する業務は必要になりがちでした。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、遠いイベント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、つい無機質な言葉で呼んでしまいがちな製品に「ペットネーム」と呼ばれるチャームリ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点は非常に興味深いものでした。また、今回の熱い支援に賛同した若手社員も多く、新たに得た知的財産という視点をどう活用していく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部を新設しました。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選定してきた山科精工ですが、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重要な項目になります。また、特許権は自社の技術やアイデアを世に開くことでもあり、その先には「山科精工にしかできない」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。

特許弁護士



柳野 嘉秀



小野 正明



浪野 康明

知的財産制度は一見複雑そうですが、その根拠は人の感情です。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践)を通じて、その具現化のための道標を作れたかと思えます。あとは、それに従って進めれば、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。

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いきましょう。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は一歩も二歩も前進できます。