

特許庁請負事業

平成 30 年度
中小企業等知財支援施策検討分析事業
(中小企業等知財分析レポートを用いた
マッチング実証研究事業)
報告書

有限責任監査法人トーマツ
(平成 31 年 3 月)

目次

第1章 本事業の目的・内容	1
(1) 背景	1
(2) 目的	1
(3) 事業期間	1
第2章 事業実施方法	2
(1) 事業スケジュールの決定	2
(2) 有識者との意見交換	3
(3) 特許庁及び当法人との適時の連携・体制の整備	7
第3章 事業実施の結果	8
(1) マッチング支援の準備	8
(2) マッチング支援の実施	17
(3) 成果報告書の作成	23
第4章 考察	24
(1) 総論	24
(2) レポート・マッチングディスカッションの有用性	29
(3) 分析	35
第5章 巻末資料	45
(1) 事業概要説明資料	45
(2) 改善後の企業マッチングレポート	47
(3) 活用マニュアル	47

第1章 本事業の目的・内容

(1) 背景

特許庁では、中小・ベンチャー企業のイノベーションを促進するため、特許情報を活用した「マッチングレポート（以下、「レポート」という。）」の開発とマッチング支援の実証研究事業を実施した。

平成 29 年度における実証研究事業の結果、レポートに期待される情報や分析内容など、レポートとして機能するために必要な最低限度の基準を示し、また大企業等との「マッチングディスカッション」の成約件数について、見込まれた数値目標を達成するなどの成果を得た。

一方で、新たな課題が特定された。一点目は、レポートを提供した企業（以下、支援先企業）によるディスカッションに向けた準備の不足である。例えば、最初のディスカッション実施時に、秘密保持契約なしに交渉相手に開示可能な情報と開示すべきでない情報の仕分けすらできていない事案が散見された。

二点目は、支援先企業が交渉相手に対して示す提案資料の中にレポートから得られる知見を活用せずに、既存の技術紹介資料などを用いるなどして、交渉相手に効果的な提案ができていない事案が多く、マッチングディスカッションで確認された点である。

仮にレポートで適切なパートナー候補を抽出できたとしても、支援先企業側の準備不足や、レポート情報の未活用などによって、連携の成功事例が創出されないことは、レポートの信頼性を損ない、当該マッチング手法が市場に定着することを阻害することになり兼ねない。他方で、リソースが限られており、基礎的な知見を有していない中小企業等に、適切な準備や提案資料作成を求めることは酷でもある。

(2) 目的

そこで平成 30 年度の実証事業においては、中小企業等の顧客企業の連携支援を業務とする地域金融機関、政府系支援機関、地方自治体、ベンチャーキャピタル、アクセラレーター等（以下、支援機関）に対して、レポートを普及するとともに、彼らと共同して支援先企業に上述した課題に対応するコンサルティング支援を提供することを目的とした。具体的には、支援機関等に対して、レポートの作成時の留意点、レポートの解釈、その他レポートから得られる知見の活用法（分析結果に基づく提案方法など）を伝授しつつ、支援機関から紹介を受けた企業にレポートを提供し、交渉準備に係るコンサルティングを含むマッチング支援を提供した。これにより、レポートを用いたマッチング支援を提供できる支援機関のすそ野を拡げ、レポートの社会実装を促すことを目指した。加えて、レポートを用いたマッチング支援のノウハウを取りまとめることで、レポートに対する支援機関の理解を促し、当該マッチング手法の普及を加速することも目的とした。

(3) 事業期間

平成 30 年 8 月 24 日から平成 31 年 3 月 29 日まで

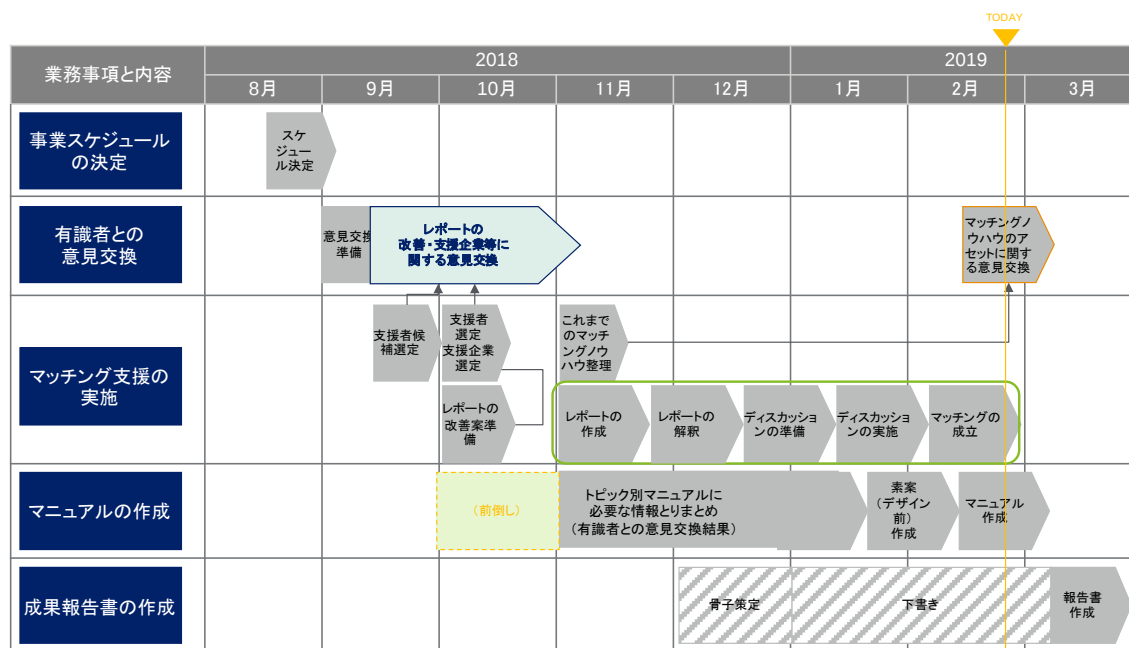
第2章 事業実施方法

(1) 事業スケジュールの決定

契約締結後速やかに事業スケジュールを確定した。

また、下記の留意点に対応した上で事業を実施した。

図表 1 事業スケジュール



図表 2 事業スケジュールに関する留意点への対応

留意点	対応
有識者等との意見交換の時期、頻度、相談項目は事業目的に沿った適切なものであるか。	■ 時期と頻度：事業開始前、マッチングディスカッション実施後など事業進捗上の節目で実施 ■ 相談項目：レポートの改善案、有用性、活用方法や今後の発展性など
有識者等の指摘や助言等に基づいて、レポート内容の改善を図ることができるスケジュールとなっているか。	■ 事業開始前、レポート作成中に意見交換を実施したため、その指摘や助言等に基づいてレポート内容の改善を図りながら事業を実施
マッチング支援(実証研究)の実施成果に基づいて、レポート内容の改善を図ることができるスケジュールとなっているか。	■ レポートを作成しながら随時企業からのフィードバックも得ながらレポートの改善を図る

(2) 有識者との意見交換

本年度の改善案や今後の有効活用方法について、以下の有識者に2回ヒアリングを行い、改善案の補強や支援対象企業の選考のインプットとした。

図表 3 有識者との意見交換概要

業種	助言内容概要
知財の実績・知見を有する 弁護士・弁理士	<1回目> ■ 中小ベンチャー企業の価値向上に寄与するという構図は良いのではないか。「これだけマッチング候補先がある」というのを裏返しにして、「これだけ大企業と親和性がある技術がある」ということを裏付けるデータにならないかと考える。 ■ 時系列で、先進的なベンチャーの技術を大企業が追随している、ということが本レポートのチャートで分かると、客観的にベンチャー企業の技術の優位性が分かる。このような価値が表せると、資金調達のツールとしてベンチャー企業からのニーズが非常に高まる。技術優位性も裏付けるレポートとなれば国のプロジェクトでなくとも（民間サービスであっても）、ベンチャーが費用を出してでもほしい情報になるのではないか。 ■ 常に政府の支援がある場合には持続するが、国の事業が終わると持続性がなくなる。ベンチャー企業が費用を拠出したくなるような仕組みとできると継続性が生まれ良いのではないか。 ■ レポートの品質を向上するものとして、企業側のニーズに沿ったものとしたい。共同開発や販路開拓などの目的に合わせた候補企業を出せると良いのではないか。 ■ マニュアルを作り込んだとしてもそれを基にコンサルティングができる支援者、できない支援者がいると思われる。コンサルタントを増やすという観点で、実際にコンサル人材自体を投入しなければならない。マニュアルはとにかく人材育成自体が重要である。 ■ マッチング対象先のリストアップ内容の確証性は高いと感じている。 <2回目> ■ 検索式やキーワード設定が職人技になるのはある程度致し方ない。むしろマッチング性の評価がセオリー的にできると良いのではないか。アウトプット（レポート）から得られる示唆がセオリー化できると良い。AIなどの活用方策もあるかもしれない。 ■ ベンチャーキャピタル（以下、VCという）、金融機関の巻き込みは重要である。特にVCなど、資金調達のカギを握る役割に本事業を理解いただくことは非常に重要である。 ■ 特許庁及び本事業の受託事業者が事業を行っているうちは大企業も面談を受け入れると思うが、純粋に民間で実施するとなかなか大企業側が中小企業の提案を受け入れない可能性があるため、その後の仕組みについて検討する必要がある。

業種	助言内容概要
マッチング支援を行う中小企業支援団体 マッチング事業統括・参事	<1回目> ■ 本レポートが事業承継の参考とできないかと考えている。 ■ 自社事業との連携を考えたい。また特許庁事業なども含め関心がある方にアクセスしてもらいイベントや交流会なども実施して、そこにいらした企業をターゲットに支援メニューを紹介していきたい。 ■ NDA 締結は契約ではなく覚書としておき、ある程度柔軟性を持たせることも重要である。商社などが間に入る場合でも、動きやすさが出る。 ■ レポートの作成について、形式に落とし込むことでコストを安くすることはできないのか。 <2回目> ■ レポートを活用することで先進技術を持っていない中小企業でも自社の製品や技術を異業種へ横展開させることが可能と考えており、有用性は高い。 ■ 大学発のベンチャー企業にはよくあるパターンとして、高い技術を有しているが、ビジネス化の部分でうまくいかない場合がある。 ■ 今後人材育成がポイントになるのではないかと。 ■ レポート作成企業のうち 50%が大企業とのディスカッションに進んだというのは高い確率であると思われる。ただし、マッチングのアウトカムを測ることは非常に難しく、売上が上がった数など追いかけると先が長いフォローアップとなる。 ■ 中小企業 5 社の提案を大企業 1 社に持ち掛け、大企業側が選ぶという仕組みは可能か。例えばドローンの分野で三次元計測となると、複数の企業が考えられる場合に、どの技術が実際にマッチするかどうか複数の選択肢から検討する場面もあり得る。事業領域が異なる複数社の掛け合わせで成功例が出るパターンがある。

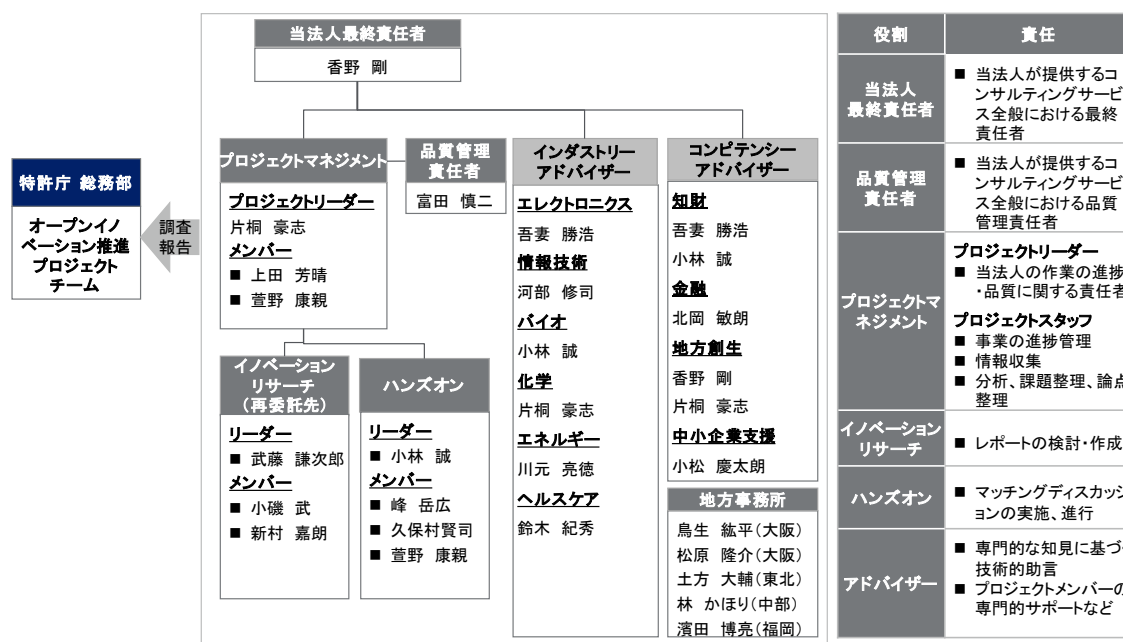
業種	助言内容概要
中小企業振興、知財支援を行う中小企業知財支援団体センター長	<1 回目> ■ 今年度事業の出口、アウトプットをどこに見定めるかが重要。マッチング先を選定するまでではなく、その後の事業創成までの成功事例があると普及させやすい。ただし、事業展開としての成功事例になるまでには実務上少なくとも2～3年を要するというのは理解している。 ■ 支援機関との関わりでマッチング以降をそちらに引き継ぐというやり方も考えられる。 ■ 現在開催している交流会で、昨年度の本事業に参加された企業があった。しかしマッチング後のアクションイメージが湧いていないようだった。マッチング後を重視したスキームとすることが重要と考えている。 ■ 中小企業では、世代交代が起きるタイミングで知財保持の考え方や事業の展開を考えようという意思が発生する。そうしたタイミングにある企業は本事業の支援先として好ましい。 ■ 大企業側は、中小企業の技術を取り込みたいか、中小企業と共同研究をしたいかなどで姿勢が全く変わってくる。学会や業界で有名な技術でない限り大企業から中小企業側に掛け合っただけではコラボレーションするということは少ない。シーズを売り込む企業はほとんどがビジネスライクな提案でないために、成功に繋がりにくい。どんなに良いアプローチでも大企業のニーズに合致していなければマッチングは難しい。 ■ 当機関のアドバイザーに本事業を紹介したところ、正直には懐疑的な反応であった。シーズのマッチングに苦勞する中で、何年も要した先に成功事例が出てくる。 ■ 良い企業があればご紹介し、共同で支援していくなどもぜひ行っていきたい。マッチングを行っている相談員とも引き合わせ可能。 <2 回目> ■ レポートの有用性はとても高いため、単年度事業ではなく継続的に活用・支援できる体制を整えるべきである。 ■ 今後成功事例を見せていくことが重要である。 ■ 人材という意味で言うと昔特許庁が実施していた特許流通アドバイザーがある。すでに特許庁の手を離れてはいるが、地方自治体等で独自に運営されている。彼らの役割などと整合性を確保する必要がある。 ■ 本ツールだが、特許庁のIPASにも組み込めるのではないかと考えている。ツールとして汎用性が高いと考えているので、1事業での実施というよりは様々な事業で使っていただくのが有用と考えている。 ■ 代替わりする際にもこのレポートは有用であると考えているため、事業承継などでも使えるのではないかと考えている。

業種	助言内容概要
中小企業に対し、政策融資を行う団体 課長	<1回目> ■ 以前は研究開発支援が中心であったが、従来の枠組みを越えた出資や起業支援などの取り組みが登場している。ただし、出資の場合、いずれの企業も出資後のリターンが求められ、成果に繋げることの難しさはある。 ■ ベンチャーは視野狭窄になってしまう面がある。自社の国際的な位置付けを確認することも有用ではないか。海外の特許や既存事業とバッティングしたという事例もあったので、レポートである程度把握できると有用ではないか。 ■ 大学の方々が、大企業にマッチングを持ち掛けに行くことは通常ハードルが高い。こうした面でも大学と大企業を繋ぐきっかけとしてレポートが役割を果たせると期待する。 <2回目> ■ VCや投資を伴う支援を行っている支援機関にとっては、投資先ベンチャーの成長で直接のリターンを得ることが目的である。レポートへの支援はそこに寄与するものとして響くと思う。 ■ 地方の支援機関について、地方にベンチャーを作ることが難しく、第二創業を支援することが良いだろう。 ■ 新たな用途アイデアがひらめくと様々な可能性が生まれる。実際のアウトプットが出ないとなかなか説得力がないため、実現するための連携先を探す手段としてレポートが使えるのではないか。 ■ 地方ではなかなかベンチャー人材がおらず、地方だとパートナー探しに苦労する。ただし逆にこんな企業があるという発見にレポートの情報が活用できれば、例えば人材確保のきっかけにもなるのではないか。 ■ 昨年度事業でも、中小・ベンチャー企業側が、大企業とのディスカッション前に提案書が作れない、ブラッシュアップができないという事象に直面しており、企業における人員や能力面での課題を感じた。レポートなど、我々から供給できる情報を積極的に活用してもらうためには利用側にも優秀な人材が必要だと思った。

（３）特許庁及び当法人との適時の連携・体制の整備

本事業を円滑かつ着実に実施するために、必要な管理・実施体制を構築するとともに本事業遂行に必要な人員、設備等を確保した。具体的には下図の体制で本事業を実施した。

図表 ４ 成果報告書の作成における留意点とその対応



上図にて、プロジェクトのコアメンバーとして「プロジェクトマネジement」3名、「マッチング」4名以上、レポート作成のために「イノベーションリサーチ」3名の体制で実施した。中小企業等の産業分野は多岐にわたるため、様々な分野に対応できるように「インダストリーアドバイザー」として必要に応じて当法人内部から各分野の経験・知見のあるメンバーを投入して中小企業等との面談やマッチングに臨んだ。また、中小企業等が直面する課題は知財だけにとどまらないため、各課題に対応可能なコンピテンシーを有する「コンピテンシーアドバイザー」も必要に応じて投入した。

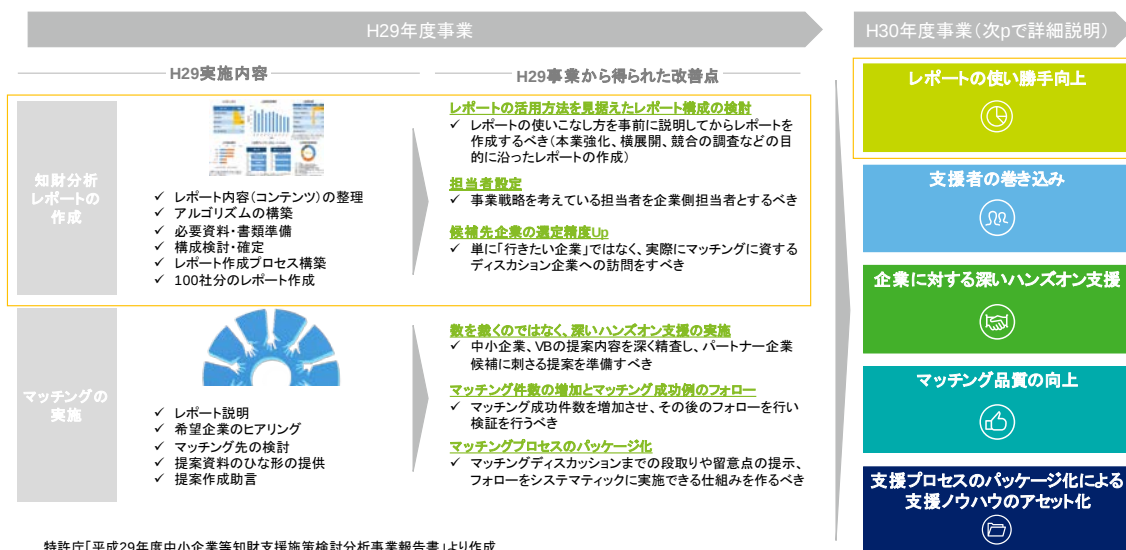
さらに、中小企業等は様々な地域に所在するため、当法人の全国40カ所の地域事務所に所属するコンサルタントにも協力を依頼し、必要に応じて現地での中小企業や大企業との調整サポートにあたった。

本事業の実施内容は随時当法人から報告され、内容の確認を得ながら実施した。具体的には、当法人との定例打ち合わせを毎週から隔週のペースで行いつつ、企業訪問や有識者等訪問も可能な限り特許庁担当者が同行しながら実施した。また、一週間単位で進捗を報告し、企業訪問・有識者等訪問の数日前にはリマインドを流すなど、常に情報共有を図るよう、当法人と随時連携しながら本事業を実施した。

図表 6 レポートの改善方針

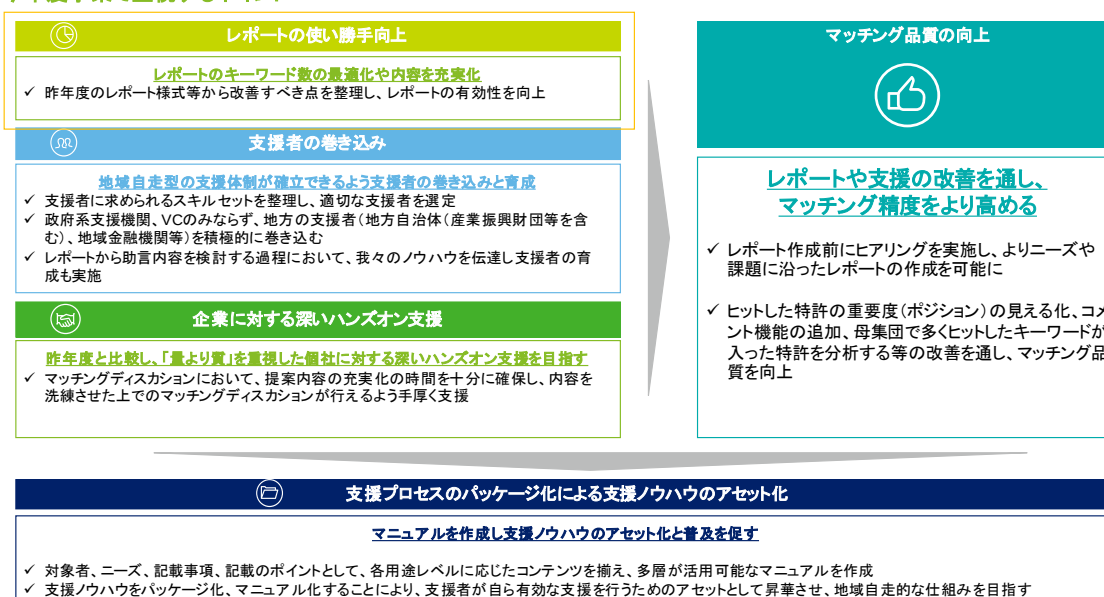
改善方針案	改善内容
レポートの使い勝手向上	■ レポートのキーワード数の最適化やキーワードの設定内容・検索式を充実化 ■ 昨年度のレポート様式等から改善すべき点を整理し、レポートの有効性を向上
支援機関の巻き込み	■ 支援者に求められるスキルセットを整理し、適切な支援者を選定 ■ 政府系支援機関、VC のみならず、地方の支援機関（地方自治体（産業振興財団等を含む）、地域金融機関等）を積極的に巻き込む ■ レポートから助言内容を検討する過程において、我々のノウハウを伝達し支援者の育成も実施
企業に対する深いハンズオン支援	■ マッチングディスカッションにおいて、提案内容の充実化の時間を十分に確保し、内容を洗練させた上でのマッチングディスカッションが行えるよう手厚く支援
マッチング品質の向上	■ レポート作成前にヒアリングを実施し、よりニーズや課題に沿ったレポートの作成を実施 ■ ヒットした特許の重要度（ポジション）の見える化、コメント機能の追加、母集団で多くヒットしたキーワードが入った特許を分析する等の改善を通し、マッチング品質を向上
支援プロセスのパッケージ化による支援ノウハウのアセット化	■ 対象者、ニーズ、記載事項、記載のポイントとして、各用途レベルに応じたコンテンツを揃え、多層が活用可能なマニュアルを作成 ■ 支援ノウハウをパッケージ化、マニュアル化することにより、支援者が自ら有効な支援を行うためのアセットとして昇華させ、地域自走的な仕組みを目指す

図表 7 レポート作成のポイント①



図表 8 レポート作成のポイント②

今年度事業で重視するポイント



(ア) レポートの使い勝手向上

レポートの作成にあたってはキーワード設定と検索式の適切な構築が品質向上に寄与すると考え、以下の対応を行った。また、レポート構成の見直しや用語の見直しも行い、より読み物として読みやすいレポートを目指した。

図表 9 レポート改善内容と方法

改善内容	具体的方法	対象ドキュメント
目的の確認	■ レポートを作成する際、マッチング後のビジネスイメージ、レポートの活用目的ごとにどのようなキーワードを設定すべきか、議論の上確定した。	■ ヒアリングシート
キーワード (KW) 設定と検索式の構築	■ アウトプットとなるレポート結果に目的に合致したマッチング候補先リストを出力する目的で、ヒアリングシートを踏まえた検索式を組み、適切な母集団の形成を行った。	■ ヒアリングシート
レポートの構成・見直し他	■ レポートの説明に沿った構成とすべく、以下の改善を行った。 ・参考情報として末尾にまとめて掲載してあった「各候補企業でどの課題キーワードがヒットしたのかを一覧できる対比表（以下、コンパラマップという）を各分析グループ内のコンテンツに移動 レポート説明・パートナー候補企業の絞り込みの際に頻繁にコンパラマップを用いて説明をしており、ほぼ確実に使用するため、参考情報という位置づけがふさわしくなくなった。 ・用語修正 「技術課題類似度数」を「キーワードマッチング度数」に修正した。どちらも指定課題キーワードを含む公報の延べ数を各出願人の出願件数で割った数値を表した用語であるものの、より理解しやすい用語へと修正した。	■ レポート

図表 10 本レポートにおける検索式の構築例

◆ 分析対象分野

■ ロボット

検索式

S001出願日 20070101:

S002IPC B25J?

S003IPC A61F2/68+A61F2/70+A61F2/72

S004IPC A61H3/00+A61H1/02+A61F2/60+A61F2/62+A61F2/64+A61F2/66

S005発明の名称 ?モータ?+?電動機?+?制御?+?コントロール?+?アクチュエータ?+?作動?+?センサ?+?検出?+?検知?+?ロボット?+?マニ
ピュレータ?+?マニプレータ?+?マニブレータ?+?motor?+?control?+?actuator?+?sensor?+?robot?+?manipulator?

S006要約 ?モータ?+?電動機?+?制御?+?コントロール?+?アクチュエータ?+?作動?+?センサ?+?検出?+?検知?+?ロボット?+?マニピュレー
タ?+?マニプレータ?+?マニブレータ?+?motor?+?control?+?actuator?+?sensor?+?robot?+?manipulator?

S007論理式 S001*(S002+S003+S004*(S005+S006))⇒14,785件

(イ) 支援機関の巻き込み

以下の支援機関にレポートを紹介し、事業への巻き込みを図るとともに、本レポートの有用性を伝達し、認知度向上を図った。

図表 11 支援機関への説明内容と結果

支援機関	説明内容	結果・反応（支援内容）
金融機関 A	■ 事業概要説明 ■ 今年度改善案 ■ 改善のための意見聴取	■ レポートの有用性確認 ■ 認知度向上
金融機関 B	■ 事業概要説明	■ レポートの有用性確認 ■ 認知度向上
技術移転機関 A	■ 事業概要説明 ■ レポート作成・説明	■ 企業の紹介 ■ 別事業でのレポート活用
大学 A	■ 事業概要説明	■ 企業の紹介
大学 B	■ 事業概要説明 ■ レポート作成・説明(名古屋大学から紹介のあった中小企業向け)	■ 企業の紹介
大学 C	■ 事業概要説明 ■ 今年度改善案	■ 次年度以降のレポート活用
政府系機関 A	■ 事業概要説明 ■ 今年度改善案 ■ 改善のための意見聴取	■ 認知度向上 ■ 企業の紹介

支援機関	説明内容	結果・反応（支援内容）
政府系機関 B	■ 事業概要説明 ■ 今年度改善案 ■ 改善のための意見聴取	■ 認知度向上 ■ 企業の紹介
政府系機関 C	■ 事業概要説明 ■ 今年度改善案	■ 企業の紹介
自治体 A	■ 事業概要説明	■ レポートの有用性確認 ■ 認知度向上
ベンチャーキャピタル A	■ 事業概要説明 ■ 今年度改善案	■ 企業の紹介

(ウ) 企業に対する深いハンズオン支援

昨年度事業と比較し、「量より質」を重視した個社に対する深いハンズオン支援を行った。またマッチングディスカッションにおいて、提案内容の充実化の時間を十分に確保し、内容を洗練させた上でのマッチングディスカッションが行えるよう手厚く支援を実施した。

図表 12 プロセス別ハンズオン支援の内容

プロセス	具体的方法	対象ドキュメント
ヒアリング (キーワード 設定)	■ レポートの活用にあたっての目的を確認した。目的が不明確な場合は支援対象企業の事業内容や戦略、方向性をヒアリングし、パートナー候補企業に求める要件や事業規模、どのような提携が良いかイメージを議論し、目的を詳細化した。	■ ヒアリングシート ■ レポート
キーワード 設定と検索 式の構築	■ キーワードについては、類語等も含め検索式を構築した。 ■ レポート作成前にこれらの検索式を支援先企業とも共有し、キーワードや類語の追加有無や修正可否などを確認した。	■ レポート
レポート 説明	■ レポートの説明にあたって、当法人が支援先企業の目的を踏まえいくつかの候補企業を提示した。	■ レポート
ディスカッ ション準備	■ 提案内容のアイデア出し ■ 提案内容のブラッシュアップ ■ 提案書の事前確認	■ 提案書

(エ) マッチング品質の向上

レポートや支援の改善を通し、マッチングの精度をより高めることを念頭において事業を実施した。具体的には、レポート作成前にヒアリングを実施し、よりニーズや課題に沿ったレポートの作成を可能にすること、またヒットした特許の重要度（ポジション）の見える化、コメント機能の追加、母集団で多くヒットしたキーワードが入った特許を分析する等の改善を通じ、マッチング品質の向上を図ることに意識して取り組んだ。

(オ) 支援プロセスのパッケージ化による支援ノウハウのアセット化

昨年度・今年度の事業を踏まえ、本レポートを活用するであろう産業振興財団や地方自治体の産業振興担当課等を想定し、レポートの活用マニュアルを作成した。マニュアルの構成は以下の通り。

図表 13 マニュアル概要

項目	内容
想定する読者	■ 中小企業・大学等のオープンイノベーション支援担当者 ■ 中小企業等の知財活用施策の担当者 ■ ビジネスマッチング関連の業務を行おうと考えている方 例) 地域金融機関、産業振興財団等 ■ 今後知財を活用したビジネスやアドバイザーを目指す方
ニーズ	■ レポートの中身や活用方法を知ること、自身のマッチング事業に活用する ■ 企業間マッチングには何が必要か、知財分析とは何か に対する理解を促進する
必要なコンテンツ	■ 分析ツールの構築背景や実行の効果、課題 ■ 分析ツールの内容および活用方法 ■ 分析ツールの強みと企業等への支援方法 ■ これまでの分析ツールの構築にあたっての背景などを踏まえた中小企業のマッチング事例
必要なポイント、工夫	■ 全体感が理解できる内容 ■ 項目ごとの詳細な説明 ■ 図表を用いた分かりやすい内容
デザインの特徴	■ 広報/PR 用に適した冊子デザイン

項目	内容
実際の構成	1. 全体像 知財を活用したマッチングレポートとは 2. マッチングレポートの見方 本マニュアルの構成 レポートの種類 マッチング候補企業の抽出 マッチング候補企業を抽出するための分析対象分野と課題キーワード 分析 A～C におけるマッチング候補（サマリー） 設定した母集団 30 社の一覧 マッチング候補企業の絞り込み マッチング候補企業タイプ別分析(バブルチャート) マッチング候補企業タイプ別分析(タイプ一覧) マッチング候補企業ごとの合致キーワード 特許出願一覧（全件要約リスト）及び参考となるリスト情報 3. 企業マッチング マッチング候補者選定の進め方 マッチングディスカッションの準備
形式	■ リーフレット形式
周知方法	■ 特許庁のホームページに掲載 ■ 読み手となりうる対象者への配布

③ 企業選定

レポートの認知度向上、普及支援活動の一環で中小ベンチャー企業・大学の支援機関等へ支援先企業候補紹介を依頼して、各機関から 30 社程度を紹介いただいた。その中から個社にヒアリング等を行い、レポート活用に意欲があると考えられる企業、またマッチングに適した技術を保有していると思われる企業に対し、レポートを作成した。

図表 14 企業募集における課題と工夫

課題	項目	工夫
企業募集の方法	■ 昨年度からの支援企業 ■ 支援機関等からの推薦による選定	■ 昨年度支援が最後のフェーズまで到達しなかった企業で、良い事業案を有している企業から選定 ■ マッチングの可能性が高いと推測できる企業を選定 ■ 支援機関が接する中で当事業に合致すると思われる企業の推薦

④ レポート作成企業の結果

結果としては 29 件のレポートを作成した。当初意図と沿わないレポートが出来た場合に再作成を考え、15 社分のレポートを 2 件ずつ作成することを想定していた。現実には中小企業等に再作成の意図がなかったケースがあったことから、他の中小企業等のレポートを作成することとした。加えてレポートの今後の普及促進を見据えて①サンプルレポートの作成、②定型化されたキーワード設定によるレポートの検証を行った。①については、仮想的な会社・キーワードを設定したサンプルとしてのレポートを作成した。今後レポートの普及促進において、関係者に広く周知する際に用いる想定である。②については、専門的な知識や経験を活用しなくても一定程度の品質のレポートを作成できるよう、今年度作成したレポートのうち出力結果が良好だったものを 2 件抽出し、キーワードの設定や検索式の構築などを定型化した。そうして作成したレポートをすでに作成したレポートと比較することで品質の差を検証した。

(2) マッチング支援の実施

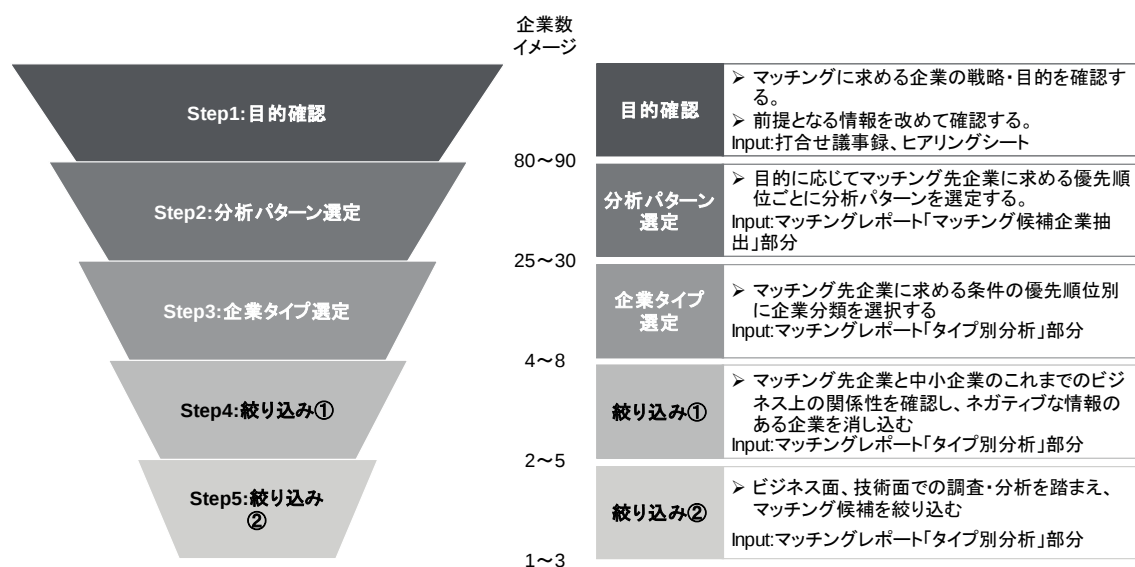
① マッチングディスカッションの準備（パートナー候補企業の決定）

レポートを作成した 15 者の中から、支援先企業等の要望に応じてマッチング候補先を延べ 28 社選定した。支援先企業と協議してパートナー候補企業を決定する際、単にレポートを説明するのみでは候補企業を絞り込めないことが多々あったため、レポート説明前に候補企業の特許文献から読み取れる情報から先方の抱える課題の仮説を立ててレポート説明を実施した。また、支援先企業がパートナー候補を選定する際、企業の目的を踏まえた上でレポートから読み取れるパートナー企業候補や選定のやり方をドキュメントに明記した。

図表 15 パートナー候補企業の決め方の一例①

課題	内容	工夫
ディスカッションの申し入れを行うパートナー候補案の決め方	■ 出力されたパートナー候補案を中小企業と共有した際、30 社も候補があると、どこに何を提案するべきか絞れず、パートナー候補を決めきれない ■ レポートの作成目的や KW 設定によっては、マッチング度数が高いと、純粋に競合となり得る可能性もあるため、必ずしもマッチング度数 1 位が最適なパートナー候補となるとは限らない	■ 候補案の中から、研究開発を中止している・トーンダウンしている・個人発明者を削除し、数を絞った ■ どの課題キーワードがヒットしたのかを一覧できるコンパラマップを用いて、重要視している課題キーワードがヒットした企業を優先的に参照した ■ タイプ別診断 ABCD のうち、「A 新規事業として近年取り組んでおりキーワードマッチング度数が高すぎない」を優先的に参照した ■ 企業の目的を踏まえレポートから読み取れるパートナー候補を何社か抽出し、提示した ■ 最後には 3～5 社に絞り、中小企業側に個別に検討いただく方法が有効だった
マッチングに進むことへの躊躇	■ 中小企業自身が「発注元から相談されて受注する」という営業スタイルを中心としてきた企業が多かったため、「提案して案件を獲得する」という自発的な提案営業スタイルに慣れていない	■ 提案書作成の段取りや内容のレビュー、当日のプレゼンテーションの事前練習、ファシリテーション支援を行い、不安を払しょくするサポートを行った

図表 16 パートナー候補企業の決め方の一例②



また、レポート説明後にパートナー候補企業を選定する段階になって進行が遅れるケースが増えた。これは、事業説明からレポート作成・説明までは当法人主体で進めていたが、レポート説明後は支援先企業自らが候補企業と自社技術・製品・サービスの親和性や提案ポイントなどの検討を行う必要があり、支援先企業等の作業負担が増えるためと考えられる。このケースに対応するために以下の工夫を行った。

図表 17 パートナー候補企業の決定時の進行遅れにおける課題と工夫

課題	内容	工夫
支援のスタンス	■ レポート説明後、支援先企業が一旦引き取ってマッチング候補を考える場合、基本的には支援先企業等からの連絡を待つしかなく、次のステップに進むために時間が過剰に経過してしまうケース等があった	■ 支援先企業等の負担軽減のため性急なリマインドは避けつつ、レポート提供から 1 週間以上経過した企業にはリマインドを発信することとした

② マッチングディスカッションの準備（事前協議）

パートナー候補企業とのディスカッション日程のアポ取りに関しては特許庁のリレーションやノウハウもご協力をいただきながら支援した。アポ取りする際、ライトパーソン（候補企業の経営層若しくは外部連携担当者又は外部連携に意欲的な人物）の紹介にあたっては、中小企業等の製品や強みなどを説明した資料以外にも、連携イメージを具体的に提案することでライトパーソンへのリーチプロセスを円滑化することができた。特に候補企業側の特許や技術上の課題に言及しつつ、具体的な議論イメージを示しつつ打診することの効

果は高かった。候補企業は各部署の役割が細分化されており、コンタクトパーソン（事前につながりのある人物）が必ずしもライトパーソンを知っているわけではない。できるだけ簡易で分かりやすい資料を提示しつつ、（候補企業側の）特許を特定して技術や関心領域を具体的に示すことで、よりライトパーソンに繋がる確度を高めることができる。

しかし、その資料を全ての支援先企業が用意できているわけではなく、全く用意できていない場合は当法人の日ごろの提案活動のノウハウを活用して簡単な提案資料フォーマットを作成し、支援先企業等に提供の上、必要に応じて資料作成を側面支援した。

図表 18 アポ取りにおける課題と工夫

課題	内容	工夫
アポ取りの 段取り	■ 支援先企業等からパートナー候補企業のライトパーソンと繋がることは難しい（リレーションがない） ■ アポ取り時の説明では、支援先企業の製品の強みが理解されにくく、紹介者がライトパーソンに繋げることを躊躇してしまう	■ 特許等を具体的に特定して面談を依頼した結果、ライトパーソンもしくはライトパーソンの部署に繋がるが多かった ■ 支援先企業等の強みを伝えるべく、支援先企業等が十分な資料を用意できていない際には簡易な提案書フォーマットを提供するなどした ■ 提案資料がすぐに作成できない場合には、メールに提案内容の概要を記載してアポ取りを実施した

図表 19 提案書フォーマットの例

提案相手社名Xxx様

製品・商品・サービスの写真など

Xxxのご提案
株式会社xxx

1. 企業紹介

XXX

概要

社名
代表取締役XXX

ロゴなど

- 基本情報
 - 所在地
 - 電話番号
 - 規模
- 事業内容
 - 主力事業
 - その他事業

製品・商品・サービスの写真など

主なお取引先

お取引先名	内容
Xxx (個別名称が出せない場合は「大手電子機器メーカーA社」など)	■ Xxx
Xxx	■ Xxx
Xxx	■ Xxx
Xxx	■ Xxx

2. 今回のご提案

XXX

ご提案内容

今回ご提案の特徴

- 製品・商品・サービスの販売、ライセンス、提携、共同開発、M&Aなど？
- 製品・商品・サービス、その提案内容の特徴
- 他社との差別化要因、競争優位
- xxx

貴社にとってのメリット

提案を受ける側の企業にとってのメリット

- ラインナップの拡充
- コスト削減
- 付加価値向上
- 差別化
- xxx

3. ご相談事項と今後のアクション

XXX

ご相談事項

課題

- 料金で折り合うか？
- 技術的に可能か？
- どういう体制で組むか？
- xxx

今後のアクション

今後のアクション

- 技術的検討
- 詳細な市場調査
- 上層部への確認
- ビジネスイメージの具体化
- NDA, MOU
- xxx

プレゼン資料の作成にあたっては、パートナー候補企業の立場に立って候補企業にとって十分に魅力的な提案を盛り込んだ資料を作成する必要がある。そのため、以下の留意点および対策を行い、資料のブラッシュアップを図った。

図表 20 プレゼン資料作成時の留意点と対策

留意点	内容	対策
パートナー候補企業の視点	■ 候補企業の求める技術やビジネスプランを踏まえ、相手側のニーズに刺さるプレゼン内容になっているか	■ 当法人内の業界担当者をパートナー企業候補に見立て、業界ならではの商習慣やニーズ、トレンド、候補企業の業界ポジションなどを助言した
課題仮説	■ パートナー候補が具体的に何を課題としているのか、どこにソリューションを提供すればよいのかを仮説として立てられているか	■ 全件要約リスト（検索式で特定された全特許をExcelに抽出したもの）などを用いて、パートナー候補企業の特許から技術課題を分析した ■ 当法人内の業界担当者から業界動向やパートナー候補企業の抱えている包括的な課題等を抽出した
資料構成	■ 提案にストーリーがあるか、内容に過不足がないか ■ 冗長な情報や本筋から離れる情報がないか	■ 当法人が資料を確認し、レビューと改善助言を行った
練習	■ 提案内容について、本番で問題なく漏れなく提案できるかどうか	■ 当法人の業界担当者をパートナー候補に見立て、プレゼン練習を実施した

また、円滑なディスカッションを目指すとともに、知財や技術の流出を防ぐため、ディスカッションの際の留意点を支援先企業等へ助言した。以下の留意点及び対策について助言を行った。

図表 21 マッチングディスカッションの際の留意点とその対策

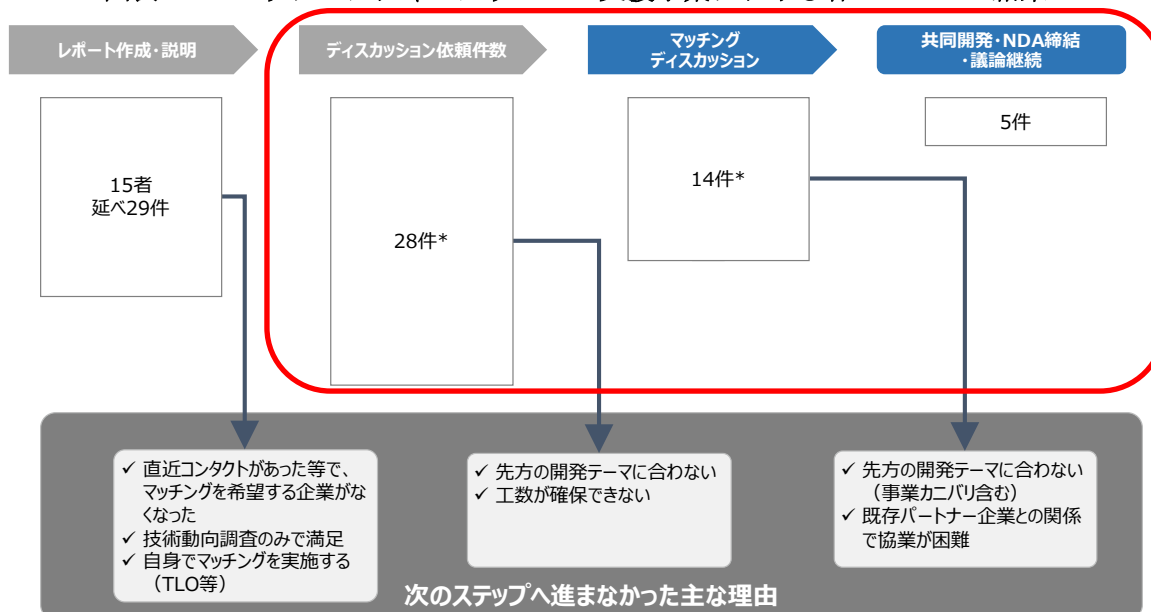
留意点	内容	対策
時間配分	■ 自社の技術を長時間説明してしまう	■ 目的（協業、共同研究開発、特許ライセンス等）を明確にする ■ 出来るだけ具体的な議論や質疑の時間をとる
知財・技術流出	■ 関係構築の実現を目指すあまり、過剰に情報提供してしまう ■ 情報の重要性を意識せず提供してしまう	■ 重要情報流出時のリスクを予め説明する ■ 提供前に情報の重要度を判断する ■ 踏み込んだ協議を行う前に秘密保持契約を締結する（自社様式でない場合は情報利用の目的、範囲が明確か確認）

③ マッチングディスカッションの実施

結果としては延べ 14 件のマッチングディスカッションを実施した。また、1 社で数社のマッチング先とディスカッションした中小企業等もあったため、それらはマッチングディスカッションの延べ数としてカウントした。

結果の内訳は、選定された企業 28 社中、実際にアポ取りを実施した 19 件、その内、マッチングディスカッションが実現できたのは 14 件、さらにその後マッチング成立（事業化に向けた議論継続、秘密保持契約（NDA）締結、共同開発の開始等）5 件の実績が挙げた。

図表 22 マッチングディスカッション支援事業における各プロセスの結果



*マッチング希望数（延べ）

④ マッチングディスカッション後のフォロー

マッチングディスカッション終了後、継続審議もしくはNDA締結を素早く実施できるよう、支援先企業ならびにパートナー候補企業への注意喚起や留意事項などを伝え、円滑に議論が進むようフォローした。また、NDA締結にあたって支援先企業が適切な契約を締結できるよう専門家の意見を仰ぐことを伝えた。

（３）成果報告書の作成

本事業の助言を仰ぐに適した有識者との意見交換を通じて、本事業に関する助言を得た。有識者の選定については、特許庁担当者と相談し、承認を得たのちに意見交換を実施して助言を得た。

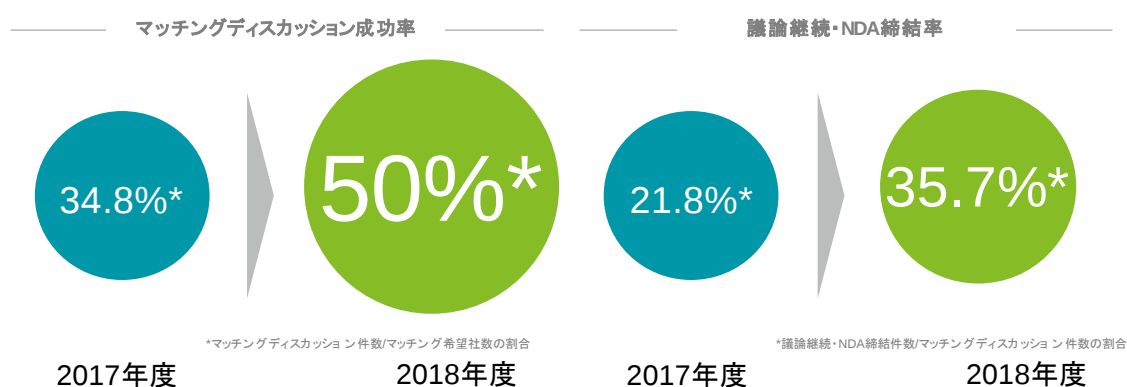
第4章 考察

(1) 総論

昨年度の実証結果を踏まえ今年度はレポートおよびマッチングディスカッションの品質向上を主眼に事業を実施した。結果として、マッチングディスカッションの成功率およびマッチングディスカッション後のNDA締結、共同開発の開始等までのフェーズへ到達する確率も上昇し、一定の成果を得ることができた。また、レポートの作成から使い方、パートナー候補企業選定に至るまでのプロセスを再整理し、マニュアルとしてまとめたことで、これまでの知見やノウハウのみに頼らないアセットの「見える化」を実現した。

特許情報を分析したレポートの作成およびマッチングディスカッションの実証事業としてはツール、プロセスがアセット化でき、実用化・さらなる普及のための準備が整ったと考えられる。

図表 23 昨年度と比した実施結果



一方で本事業を今後さらに普及・拡大するためにはいくつかの検討要素があると考えており、「レポート」「人」の観点で整理した。

① レポートについて

レポートの有用性の確立

レポートそのものについては、事業の目的に応じて、分析、戦略立案、研究開発、事業化、横展開など幅広く対応できることがわかった。今後企業がオープンイノベーションで他企業と連携する際のツールとして、有用性が高いと考えられる。中小企業等がパートナーを探す際は、これまで人的ネットワークに依存している傾向があり、パートナー選定において属人化された視野・幅での選定になりがちであった。本レポートは特許情報というビックデータからアルゴリズムによって機械的に抽出された情報が網羅されており、恣意的な情報が極力排除されているため、客観性が高く、純粋に技術的に相応した企業がリストアップされるところが大きな特徴である。

レポート規格化の必要性

一方で本レポートの作成については、イノベーションリサーチ社の開発したシステムを用いて作成しており、効果的な普及を実現するにあたっては、他の調査会社・特許事務所等でも同様のレポートを作成できる体制を整える必要がある。昨年度・本年度の事業で作成したレポートをいくつかの項目で規格化し、他の調査会社や特許事務所が自由に作成できるようにすることが望ましい。規格化の際に考慮すべき点としては「品質の維持」と「汎用性の（カスタマイズ性の）高さ」の要素に加え「中小企業等が手の出る価格」が望ましく、それらを如何にバランスよく定義するかが重要である。「品質の維持」について、規格化するにあたって検討する項目ごと、以下のように整理した。

図表 24 レポートの規格化にあたって検討する項目(案)

検討項目	内容	理由
検索式の構築	■ 検索式の構築にあたっての基本的な考え方を整理する	■ 分析会社により、検索式の立て方が異なり全く別物のレポートとなるおそれがあるため、基本的な方針や考え方を提示する必要がある
課題キーワードの設定	■ (原則)技術的な課題を表す一単語 10～20 個程度を設定 ■ (原則)探索の範囲は「発明が解決しようとする課題」に設定	■ 特許の「発明が解決しようとする課題」に記載のキーワードからシナジーが期待できる特許等を特定するところにレポートの特徴がある
成果物	■ 企業特許情報を基にしたマッチング候補企業のリスト。特に設定した課題キーワードを加味してランキングの調整を行ったもの（別添サンプルレポートの分析 B リスト等） ■ 各企業の出願年等を加味したリスト ■ コンパラマップ	■ 費用内で最低限必須の項目を想定 ■ 技術動向分析レポートは、有用と考えられるがコスト的にはオプションにせざるを得ない
金額・納期	■ (中小企業等への普及にあたって望ましい)金額は 5～10 万円/1 件程度 ■ 納期は依頼から 2 週間程度	■ 中小企業等が現実的に支払える金額、かつ実用に耐えうる金額を設定する必要がある ■ ある調査会社によると上記のアウトプットであれば 5～10 万円程度で作成可能との回答あり

② 人について

人材のすそ野拡大に向けて

本事業を通して、様々な有識者、特許庁、イノベーションリサーチ社、知財専門家の知見を拝借しながら事業を実施してきた。結果としてレポートおよびマッチングディスカッションの実証事業は一定の成果を得ることができたと考えている。一方で彼らのような知見のある人物は業界においても先端的な知見を持つトップクラスの専門家であり、彼らの助力が今後も本事業を推進する際に必要となってしまうと現実的ではなく、十分な波及効果は見込めない。

今後本事業を普及するためには人材の面でもすそ野の拡大を図っていく必要がある。その際に注意しなければならないのは「品質の担保」である。そのため、各プロセスや役割に応じて、ある程度の知見を持った人間が要所で関わる必要があると考えられる。以下に整理する。

図表 25 工程別の求められる人物像

工程	求められる人物像	内容
全体：支援先企業へのマッチングレポート活用提案からマッチングディスカッション支援（面談のアポ取り）まで	■ 中小企業等に近い立場で関わっている機関かつネットワークを有し、一定の信用力を保持する機関 ・地域金融機関 ・ベンチャーキャピタル ・大学等の産学連携を推進する機関/部署 ・産業振興財団等の企業支援を推進する機関/部署 ・地方自治体/経済産業局等の企業支援を推進する部署	■ 中小企業等の事業化や研究開発に近い立場で関わっている機関が次の一手、もしくは現在抱えている課題を解決するための手段として、他社との連携を模索する際にレポートを使ってもらえるような仕掛けが必要 ■ そのためにはレポートのもたらす効果、実績の紹介と彼らにとってのインセンティブを刺激する要素を説明する必要がある ■ 金融機関や自治体等が持つネットワーク力や一定の信用力を活かして、パートナー候補となる大企業等への繋ぎ（面談依頼等）を実施することが考えられる

工程	求められる人物像	内容
レポート作成	■ 知財に知見のある弁理士・特許調査事務所等	■ レポートの品質はキーワードの設定と検索式の構築によって大きく左右されるため、一朝一夕に身につくものではない ■ 一方ですでに知財分析でビジネスを実施している弁理士や特許調査会社などであれば、上記のようなキーワード設定や検索式の構築に関して既に一日の長があり、対応者としてふさわしいと考えている ■ 今後レポートを規格化するにあたって、彼らが作製に関わるような仕組みとなれば、品質担保の面からも有用と考える
マッチングディスカッション	■ 技術を分かり易く説明する方法（連携のための提案/プレゼン）を側面支援できる、コンサルティング能力を持った人物 ■ 特許情報を読み解き、候補企業の技術を理解して、技術課題の仮説構築などを行えるコンサルティング能力を持った人物 ■ 知財に精通したコンサルティング会社等	■ 技術力に自信のある中小企業等では、専門的な技術情報をプレゼンにおいてそのまま提案してしまうことが多く、企業の求める「市場性」や「事業としての可能性」、「コスト意識」などが希薄になってしまうケースが多い ■ 支援先企業のもつ技術力について、他者特許等との比較で相対的な優位性を理解し、その技術を用いた製品・サービスがもたらすインパクトや市場性、事業内容、計画（ロードマップ等含む）などを説明できる人物が必要である ■ また、特許情報等を用いて、先方企業の技術内容の理解や想定する課題仮説の構築能力も必要になる ■ その場合アプローチ方法としては2つ考えられる。1つ目は個社ごとに中小企業等の担当者を育成する方法であり、2つ目はそういった技術を咀嚼し、ビジネス面への連携交渉をすることが可能な人材を育成する方法である。波及効果を考えた場合、後者を育成・増やしていくことが望ましい

図表 26 本事業の支援の結果および考察内容①

	実施結果	考察・今後の展望
 マッチング レポート	✓ レポート構成をより見やすい、説明しやすい構成に見直した結果、企業の理解が円滑になった ✓ KWの設定に関するガイドラインを作成し、企業の目的に応じたKWの設定が円滑になった ✓ レポート作成にあたって検索式を特許庁審査官などに協力いただいた結果、レポート内容の品質が向上した ✓ レポートから候補企業を選定するためのガイドラインを作成し、絞り込みを円滑にした ✓ ある企業から「人事採用の候補企業リストとして活用できる」旨フィードバックを受領	● レポートの品質が総合的に向上したことにより、マッチングディスカッションのためのツールとして有用なものとなってきた。 ● 検索式の構築など品質を担保するためには専門的な知見を活用する必要がある。一方で弁理士・知財専門家等の助けがあれば一定程度のレポートが作成できることもわかってきた。 ● マッチングディスカッションのみではなく、業界分析や、技術動向分析、人事採用等幅広い活用の仕方も考えられる
 支援者	✓ 多種多様な機関、団体を巻き込み、普及支援を図った結果、支援先企業の紹介や、レポート作成に関する新記事事業受注の発生、知財戦略本部にてレポートの有用性を委員から発言いただいたりした 【支援者】 JST、中小企業基盤整備機構、東大TLO、リアルテックファンド、産業技術総合研究所、日本政策投資銀行、名古屋大学、東京大学、東北大学、横浜信金等々	● 今後のレポート活用いただく機関として、大学のTLOやINPIT等の支援機関が挙げられるが、TLO等にはその有用性を認知いただけたと考える。 ● 一方で産業振興財団などの支援機関はマッチングディスカッション等の場にはあまり顔を出してこなかった。そういった場に彼らを巻き込み、企業と一体となって支援できるかが課題である。

図表 27 本事業の支援の結果および考察内容②

	実施結果	考察・今後の展望
 レポート 作成者	✓ レポート作成にあたって検索式を特許庁審査官などに協力いただいた結果、レポート内容の品質が向上した ✓ KWの設定と検索式の構築には知財に関する知見が必要 ✓ レポートの作成については、IR社の技術を用いて作成しており、普及にあたっては、他の調査会社・特許事務所等でも作成しえる必要がある ✓ 昨年度・本年度の事業で作成したマッチングレポートをいくつかの項目で規格化し、他の調査会社や特許事務所が自由に作成できるようにすることが望ましい	● レポートの品質はKWの設定と検索式の構築によって左右される部分があり、一朝一夕に身につくものではない。 ● 一方ですでに多数社会で活躍している弁理士や特許調査会社などであれば、上記のようなKW設定や検索式の構築にすでに一日の長があり、対応者としてふさわしいと考えている。 ● 今後マッチングレポートを規格化するにあたって、彼らが作製に関わるような仕組みとなれば、品質担保の面からも有用と考える。
 マッチング ディスカッション 支援者	✓ プレゼン資料に関するレビュー、見直し ✓ プレゼン練習を通じた品質向上 ✓ マッチングディスカッション後の細かいフィードバック ✓ 時間配分の助言 ✓ パートナー候補企業の適切な部署にコンタクトするために複数のルートを使用し、ライトパーソンを発掘 ✓ 課題仮設を構築するにあたってレポート情報をインプットに先方企業の深堀を行った。（全件要約リストやレポートのコンパラマップ等）	● 技術に特徴のある中小企業等では、専門的な技術情報をプレゼンにおいてそのまま提案してしまうことが多く、企業の求める「市場性」や「事業としての可能性」、「コスト意識」などが希薄になってしまうケースが多い。 ● そういったことを改善するためには、当該企業のもつ技術力について、優位性を理解・先方へ説明し、その技術を用いた製品・サービスがもたらすインパクトや市場性、事業内容、計画（ロードマップ等含む）などを説明できる人間が必要である。 ● また、提供した特許情報等を用いて、先方企業の技術内容の理解や想定する課題仮設構築能力も必要になる。 ● その場合アプローチ方法としては2つ考えられる。1つは個社ごとに中小企業等の担当者を育成する方法であり、2つ目はそういった技術→ビジネスへの翻訳が可能な人材を育成する方法である。波及効果を考えた場合、後者を育成・増やしていくことが望ましい。

(2) レポート・マッチングディスカッションの有用性

今年度重点的に改善を目指した5つの観点から結果と成果を以下にまとめる。

図表 28 レポートの成果

目的	結果	成果および改善点
レポートの使い勝手向上	■ レポートの見直し(構成、用語等) ■ レポートからパートナー候補企業を選定する手法の定型化の検討 ■ パートナー候補企業の抽出と提示 ■ レポート内容が不十分だった場合の再作成 ■ 作業効率の向上 キーワード抽出、検索式構築、作成、企業抽出等	■ パートナー候補企業のレポート活用目的の明確化 ■ パートナー候補企業選定の円滑化 ■ レポート再作成を通じた支援先企業の満足度向上 ■ レポートのマッチング以外での活用方法のフィードバック ・ 人事採用 ・ 営業先開拓 ・ 技術評価資料 等 <改善点> ■ 支援先企業がパートナー候補企業に持参した資料を単なる技術資料としてではなく、ビジネスマッチング/具体的な連携の在り方に主眼を置いた提案書となるよう支援を強化する

目的	結果	成果および改善点
支援機関の巻き込み	■ 以下の支援機関の巻き込み ・政府系機関 A ・政府系機関 B ・政府系機関 C ・技術移転機関 A ・ベンチャーキャピタル A ・ベンチャーキャピタル B ・大学 A ・大学 B ・大学 C ■ 各種イベントでのレポート活用の周知・宣伝・名刺交換等を通じたネットワーク形成 ■ レポートに関する認知度向上(支援機関を巻き込み、レポートの活用価値の普及を実施) ■ レポートの有用性確認	■ 支援先企業の紹介 ■ レポートに関する新規事業受注の可能性 <改善点> ■ 全国規模での普及にあたって、(特許庁以外の機関が主体となる事業を含め) 関連事業への打ち込み等、同サービス活用される機会の拡大を模索する必要がある

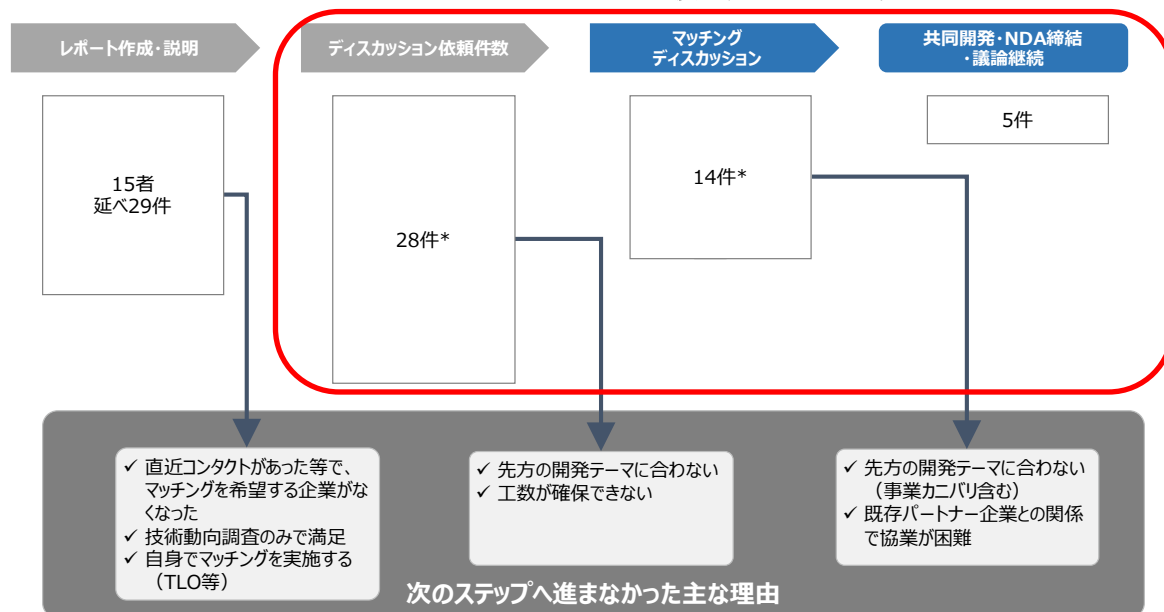
目的	結果	成果および改善点
企業に対する 深いハンズオン支援	■ 当法人の業界担当者を適宜アサイン ■ プレゼン資料に関するレビュー、見直し ■ プレゼン練習を通じた品質向上 ■ 時間配分の助言 ■ マッチング候補先の特許も確認・分析し、知財コンサルを実施	■ 提案資料の改善 ・単なる技術紹介資料ではなく、読み手を意識した内容へ ・面談先企業（パートナー候補企業）の特許から技術課題を特定して、それらを踏まえた提案資料とする ■ プレゼン内容の改善 ・時間配分の調整 ・アピールポイントの強調 ※提案すべき内容は、その技術でどういった社会課題を解決できるのか、ニーズはどれほどあるか、それを解決する従来手法はあるか、あるならば比較優位性は、社会実装するための残された課題は何か、市場は、そして提案先とのシナジーは、連携にはどのような展望があるか、といった観点で提案されるべきことを重視 ■ 昨年度専門的技術に特化した場合、専門用語が難解であることから、先方に刺さらない場合が多くあったため、プレゼン資料の作成において伝わりやすさを意識するとともに、マッチング面談の実施時にもその点に留意してハンズオン支援を実施した <改善点> ■ 業界担当者のアサイン頻度の向上 ■ 練習回数、資料レビュー回数の増加（マッチングディスカッションで有効なプレゼンが行えるよう支援を実施）

目的	結果	成果および改善点
マッチング品質の向上	■ マッチングディスカッションが実現した件数は、昨年度の面談依頼件数 92 件のうち、32 件に比べ、本年度は 28 件のうち 14 件となり、ディスカッションが実現する確度が 34.8%から 50.0%へと上昇 ■ パートナー候補企業の適切な部署にコンタクトするために複数のルートを使用し、ライトパーソンを発掘（一度、適切と思われる部署で断られても、別部署の担当に話すと関心を持たれる場合が何度かあった） ■ パートナー候補企業の課題仮説を構築するにあたって、レポートで特定された特許情報を活用した（全件要約リストやレポートのコンパラマップ等） ■ 検索式の組み方によるマッチング確度の上昇	■ マッチング成功率が向上 ■ レポートの活用方法の改善 ・全件要約リストの活用 ・コンパラマップの活用
これまでの支援内容のアセット化	■ レポートの作成から活用方法までを見える化	■ 普及にあたって金融機関や地方自治体、官公庁、地域の産業振興担当等、中小企業等支援機関/担当者向けにレポートの活用方法を周知するためのマニュアルを作成

① 事業全体を通じた考察

本事業において、レポートの作成、マッチングディスカッションを実施したものの、各ステップにおいて次のステップに進まない企業も発生し、マッチングディスカッションを実施できた会社は14件ほどであった（下図参照）。離脱の理由として主なものは、応募した中小企業等内やマッチング候補先企業内の個別事情が主であった。

図表 29 各プロセスにおける支援企業の参加結果



*マッチング希望数（延べ）

各プロセスにおいて、応募した中小企業が次のプロセスへ進まなかった理由と今後の対応案を下表に示す。

図表 30 プロセス別の要因分析

プロセス	支援件数	次のステップに進まなかった主な理由	今後の対応案
レポート作成・説明	29 件* *延べ数	■ レポート活用の目的が技術動向調査に主眼があり、現時点においてはマッチングを希望しない	
マッチング候補選定	28 件* *延べ数	■ パートナー候補企業より打ち合わせ実施を辞退（主な理由は以下のとおり） →注力領域の対象外である →繁忙期であるため、検討する時間がない→既存事業に影響する	■ 候補企業にアポイントを取る際に提案イメージ（課題仮設、ソリューション、技術的魅力のアピール）を固め、先方が十分に興味を引く（検討に値する）内容となるよう工夫する ■ 様々な方面から候補企業に対してアプローチを試みてライトパーソンを特定する
マッチングディスカッション	14 件* *延べ数	■ 候補企業へ提案内容が刺さらない（提案内容が専門的に過ぎる内容や技術の細部に関する情報が多く、先方に伝わらない） ■ 候補企業が検討するとして案件がストップしている	■ 提案書に必要な要素（目的、課題仮設、ビジネスモデル、提案を採用するメリット等）を作りこむ

(3) 分析

昨年度および本年度の実証事業について、結果を分析した。分析のアプローチとしては①全体的な傾向、②成功・失敗事例の傾向の2つの観点から分析を行った。2つの観点の分析を通して、今後の方向性や示唆、改善すべき点などを明確化することが目的である。

図表 31 アプローチ別分析内容

アプローチ	目的・内容	インプット
全体的な傾向	■ 昨年度および今年度の実施件数や成功事例の件数を確率で見える化し、比較、要因分析を行うことで、事業の方向性や有用性の確認、改善点を検討する	■ 平成 29 年度および平成 30 年度の同事業の支援企業数、レポート作成数、マッチング候補数、アプローチ数、マッチングディスカッション数、議論継続・NDA 締結数
成功・失敗事例の傾向	■ 昨年度および今年度の事業の中で成功・失敗事例を 3 例ずつ抽出し、様々な観点から数値化と比較を行う。本事業の推進に必要な要素として重要なもの見える化や支援の在り方を検討する	■ 平成 29 年度および平成 30 年度の同事業のヒアリングシート、レポート、会議議事録、メール、プレゼン資料

① 全体的な傾向

平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の比較検証結果は以下の通りである。マッチングディスカッションに至るまでの成功率の比較、マッチング後の進捗状況成功率の比較を行った。詳細は以下の通り。

■ マッチングディスカッションに至るまでの成功率の比較

平成 29 年度事業と平成 30 年度事業でマッチングディスカッションに至るまでの成功率¹の比較を行った。以下に結果を示す（ここでは支援先企業によるマッチングの希望件数ではなく、実際にマッチングを打診した件数（オファー件数）を分母として計算している）。平成 30 年度事業での成功率は、73.7%、平成 29 年度事業での成功率は 34.8%となり、平成 30 年度事業の方が成功率は高い結果となった。

次に、この成功率の差が統計学的に有意な差であるかの検定²を行い、平成 29 年度事業

¹ マッチングの成功率の定義は、 $\frac{\text{マッチングを実施した件数}}{\text{相手方にオファーした件数}}$ とした。

² 帰無仮説を「平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の成功率は同じである」として、サンプル数（111）を考慮しフィッシャーの正確確率検定を行った。なお、平成 30 年度事業と平成 29 年度事業の成功率の差の 95%信頼区間（修正 Wald 信頼区間）は下限 0.147、上限 0.580 であった。検定方法として、両側検定とは「平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の成功率は同じである」という帰無仮説に対して、平成 30 年度事業が低い場合と高い場合の両方の可能性を考慮した検定、片側検定はこの場合平成 30 年度事業が高

からの変更点がマッチングの成功率に一定の影響を及ぼしたか否かを検証した結果、平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の成功率には有意な差³があること、つまり今年度の工夫を含めた昨年度からの変更点が成功率に影響したことが分かった。

図表 32 マッチングディスカッションに至るまでの成功率の平成 29 年度事業と平成 30 年度事業との比較

年度	オファー件数 (マッチング希 望件数)	成功件数	失敗件数	成功率
平成 30 年度	19(28)	14	5	73.7%
平成 29 年度	92(92)	32	60	34.8%
合計	120	46	65	

■マッチング後の進捗状況成功率の比較

平成 29 年度事業と平成 30 年度事業でマッチング後の進捗状況成功率⁴の比較を行った。以下に結果をしめす。平成 30 年度事業の成功率は 35.7%、平成 29 年度事業の成功率は 21.9%と平成 30 年度事業の方が成功率は高い結果となった。

次に、この成功率の差が統計学的に有意な差であるかの検定⁵を行った結果、平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の成功率には有意な差⁶は見られなかった。つまり、このサンプル数では 2017 年度と 2018 年度の進捗状況成功率に差があるかどうかはどちらともいえないという結果であった。

図表 33 マッチング後の進捗状況の成功率の平成 29 年度事業と平成 30 年度事業との比較

年度	マッチング 実施件数	成功件数	失敗件数	成功率
平成 30 年度	14	5	9	35.7%
平成 29 年度	32	7	25	21.9%
合計	46	12	34	

い場合のみを考慮した検定。

³ p 値 0.003904817 (両側検定)、p 値 0.002038338 (片側検定) (有意水準 $p < 0.05$)。

⁴ マッチング後の進捗状況成功率の定義は、 $\frac{\text{マッチング後 NDA 締結・議論継続した件数}}{\text{マッチングを実施した件数}}$ とした。

⁵ 帰無仮説を「平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の成功率は同じである」として、サンプル数 (46) を考慮しフィッシャーの正確確率検定を行った。なお、平成 29 年度事業と平成 30 年度事業の成功率の差の 95%信頼区間 (修正 Wald 信頼区間) は下限 -0.138、上限 0.417 であった。

⁶ p 値 0.467019987 (両側検定)、p 値 0.263919911 (片側検定) (有意水準 $p < 0.05$)

■マッチング成否の要因分析

昨年度（平成 29 年度）事業の結果をもとに、マッチング成否に関して統計学的手法により要因分析⁷を行った。変数としては、比較的容易に調査できる支援先企業の創業年数、業界、担当者属性、補助等公的支援の有無を使用し分析を行った。その結果を以下に示す。

結果、今回設定した変数の中にはマッチングの成否に関して、基準⁸と比較して統計学的に有意な差のある要因⁹は見つけられなかった（表中の各項目の解釈方法は注釈参照）。つまり、このサンプル数ではマッチングの成否に関して、基準と比して関連の強い要因であるかどうかはどちらともいえないという結果であった。理由として、全体のサンプル数が少なかったこと、また成功サンプル数が少なかったことが挙げられる。また、当然ながら実際にマッチングが成立するか否かには、特許情報以外の要因（研究テーマの違い、他事業のカニバリズム、双方の描くビジネスモデルの相違等）が多数あり、それらが強く影響した可能性があることが理由として考えられる。

その中でも影響がある可能性が捨てきれないものとしては、支援先企業の補助等公的支援の有無、担当者属性で経営層であるか、知財部門であるかであった。

⁷ 昨年度のアンケート回答企業（71 社）を対象にマッチングに成功した企業（17 社）に対してロジスティック回帰分析を行った。目的変数をマッチングの成否、説明変数として、支援先企業の創業年数、業界、担当者属性、補助等公的支援の有無を設定した。なお、モデルの適合度の検定（ホスマー・レメショウ検定）を行ったところ、モデルに適合していないと否定するほどの結果とはならなかった。（p 値 0.1562475）

⁸ 各変数属性の基準として、創業年数は「1950 年代以前～1960 年代」、担当者属性は「その他」、業界は「その他の業界」、公的支援は「補助等無」を基準としている。

⁹ 帰無仮説として、「各変数の偏回帰係数が 0 である。（基準と成功率は同等である）」としたときの p 値が有意水準（ $p < 0.05$ ）を満たしていないため。

図表 34 マッチング成否の要因分析（ロジスティック回帰分析¹⁰⁾

変数属性	変数	偏回帰係数 ¹¹⁾	オッズ比 ¹²⁾	オッズ比の 95%信頼区間 ¹³⁾		p 値 ¹⁴⁾ (検出力 ¹⁵⁾)
				下限	上限	
創業年数	1970 年代以～ 1990 年代	-1.021	0.360	0.051	2.534	0.305 (0.310)
	2000 年代以～ 2010 年代	-0.092	0.912	0.202	4.121	0.905 (0.080)
担当者属性	経営層	1.365	3.915	0.434	35.294	0.224 (0.663)
	知財部門	1.485	4.416	0.389	50.142	0.231 (0.482)
業界	医療・バイオ	0.122	1.130	0.133	9.620	0.911 (0.219)
	ケミカル	-0.413	0.662	0.078	5.624	0.705 (0.068)
	ものづくり	-0.247	0.781	0.099	6.175	0.815 (0.068)
	IT	-1.009	0.364	0.030	4.486	0.431 (0.062)
公的支援	補助等有	0.869	2.384	0.627	9.056	0.202 (0.392)

¹⁰⁾ 成功と失敗のような 2 値のアウトカムに対して、各変数の影響の度合いを分析するための手法。意味のあるモデルを構築できればアウトカムの確率を予想することもできる。

¹¹⁾ 偏回帰係数は各変数属性の基準に比して対して、マッチングの成否への影響に関してプラスかマイナスかを表している。例えば、創業年数であれば、基準である「1950 年代以前～1960 年代」に比べて、「1970 年代以～1990 年代」であることはマッチングの成否に関して、マイナスの影響であることを意味する。

¹²⁾ オッズ比は、各変数属性の基準に対してその変数であった場合にどの程度マッチング成功確率が増加するかを示している。つまり、担当者属性でいうと「経営層」であることは「その他」に対して、約 4 倍の成功確率であることを示す。

¹³⁾ オッズ比の 95%信頼区間は、オッズ比の幅を示し、95%の確率でその区間に含まれることを示す。つまり、下限が 1 より大きかった場合はその変数はマッチングの成功率にプラスに有意に影響していることがいえる。上限が 1 より小さかった場合はその逆の意味を表す。

¹⁴⁾ p 値は、「各変数の偏回帰係数が 0 である。（基準と成功率は同等である）」（帰無仮説）と仮定したときに表中のその偏回帰係数がでる確率とそれより珍しいことが起こる確率の和を示す。つまり、p 値が小さければ帰無仮説を仮定した場合に、表中の数値が出る確率が低いことを示すため、その変数が成功要因である可能性が高いことを表す。

¹⁵⁾ 成功率に関して基準との差の検出力。検出力とは、検定の精度を確率で表す指標で、この値が高ければ、真に有意差がある場合及び、真に有意差がない場合両方について正しく検出できていることを示す。多くの場合 0.8 以上を基準とする。

② 成功・失敗事例の傾向

全体的な傾向を踏まえ、実際の成功・失敗事例を分析した。昨年度および今年度のレポート件数、支援対象企業数に差があり、母集団に差があることから、分析対象は各年度成功・失敗事例を3例ずつ分析することとした。

図表 35 分析対象

年度	成功事例	失敗事例
平成 29 年度	■ 大学発ロボットベンチャー x 大手ゲーム会社 ■ 計測事業会社 x 大手出版会社 ■ 研究所発遺伝子解析ベンチャー x 大手香料会社	■ 遠隔操作技術ベンチャー x 大手ゲーム会社 ■ 成膜関連技術中小企業 x フィルム会社 ■ 大学発宇宙関連技術ベンチャー x 大手生活用品メーカー
平成 30 年度	■ 電極用素材ベンチャー x 大手化学メーカー ■ 大学発素材ベンチャー x 大手化学メーカー ■ バイオベンチャー x 大手外資製薬メーカー	■ 情報セキュリティー技術ベンチャー x システムインテグレーション会社 ■ 計測事業会社 x 大手ゲーム会社 ■ 成膜関連技術ベンチャー x 大手エネルギー会社

本分析では、様々なインプット情報を踏まえて企業の積極性を読み取れるデータを抽出し、レポート作成およびマッチングディスカッションにおける支援企業の積極性を分析することとした。例えばレポートにおける説明時間、質問数、候補確定社数、レポートの読み込みの回数などを基に分析を試みた。

図表 36 支援企業の積極性を測るためのインプットと着目した情報

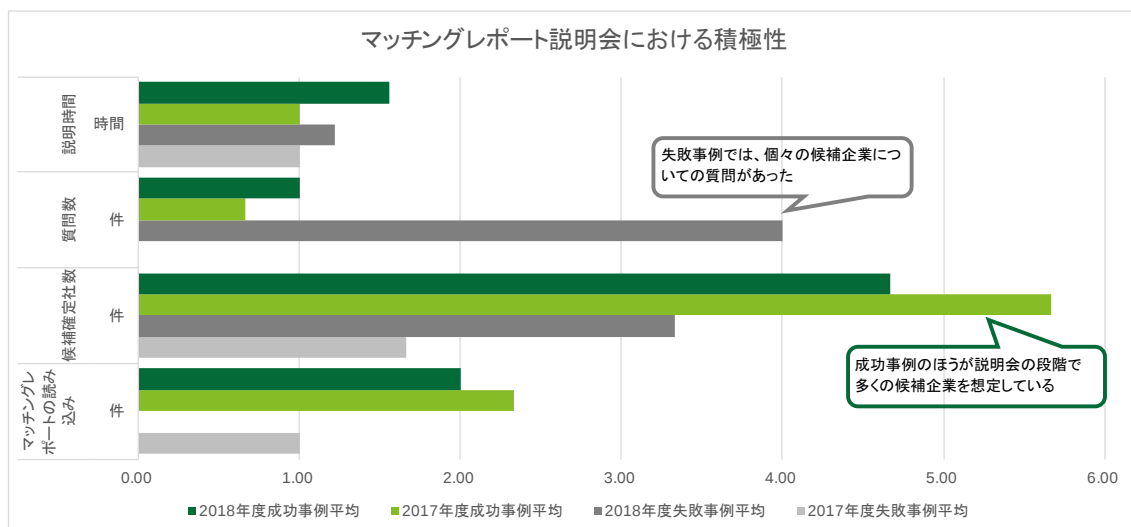
インプット	着目した情報	加工方法
ヒアリングシート	■ キーワード数 ■ 担当者・役職	■ 件数 ■ 件数平均 ■ 人の役職等定性情報
レポート	■ 業界・技術分野数 ■ 特許件数 ■ マッチング候補企業の分類 ■ マッチング候補企業のキーワード合致件数	■ 件数 ■ 件数平均
全件要約リスト	■ 特許件数 ■ マッチング候補の特許出願件数(全期間)	■ 件数 ■ 件数平均

インプット	着目した情報	加工方法
議事録	(レポート説明時) ■ 同席者・出席者 ■ 質問回数・発言回数 ■ 説明時間 (マッチングディスカッション時) ■ 打ち合わせ回数 ■ 議論時間 ■ 質疑回数 ■ 同席者数 (人数・役職・専門家)	■ 回数 ■ 回数平均 ■ 時間 ■ 時間平均
メール情報	(レポート説明時) ■ 説明会後のメール回数 ■ レポート送付後のメール回数 (マッチングディスカッション準備) ■ やり取り (作りこみ) (マッチングディスカッション時) ■ リハーサル回数	■ 回数 ■ 回数平均
プレゼン資料	■ 資料の枚数	■ 枚数平均

成功事例では、平成 29 年度事業、平成 30 年度事業共に、レポートの分析結果の説明時（説明時）の段階で候補企業を多く出している企業が実際のマッチングを実現していることが判明した。支援先企業がレポート説明後すぐにマッチング候補を選べるということは、自社について深い理解を有していること、またパートナー開拓に積極的に取り組むという気概を有している証左であり、マッチングの成功に結び付いたものと考えられる。

また、レポート結果の説明会における質問数が多い企業がマッチング失敗になるという場合も多くみられた。マッチングを成功させている企業は、レポートを事前に読み込み、ある程度マッチング候補企業を想定した上で説明会に臨んでいるため、質問数が少なくなった可能性があると考えられる。

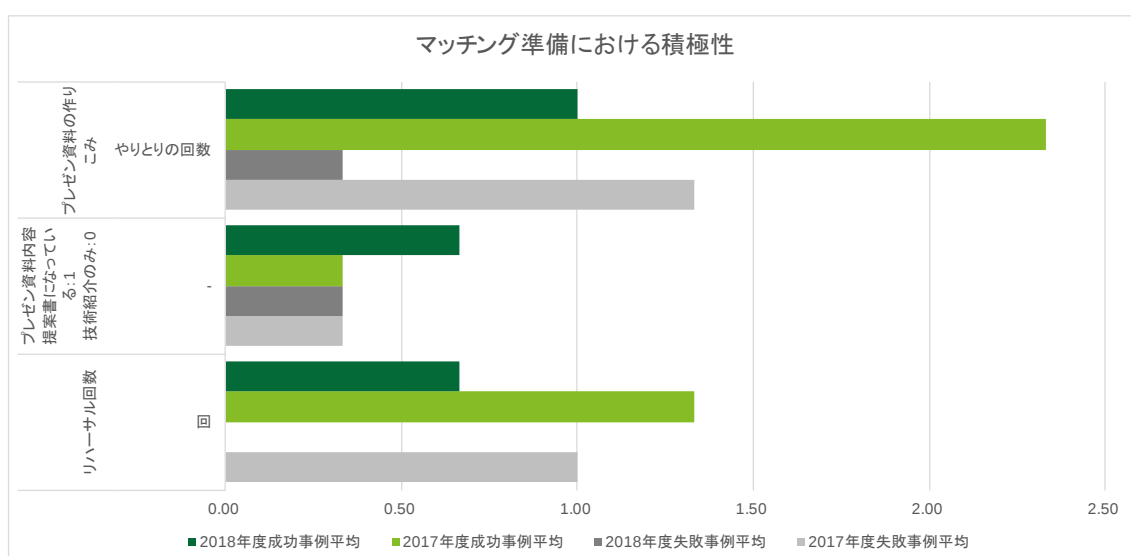
図表 37 レポート説明会における積極性



次にマッチング準備における積極性について分析するため、プレゼン資料の作りこみ、プレゼン資料の内容、リハーサル回数を基に分析を試みた。

分析結果から、プレゼン資料の作りこみ回数が多ければ、マッチングが成功する傾向にあることが分かった。特に平成 29 年度事業ではその傾向が強く、いかにマッチング先の興味・関心を引くプレゼン資料を作成するかという点が、マッチング成功に結び付く可能性が高いことが判明した。

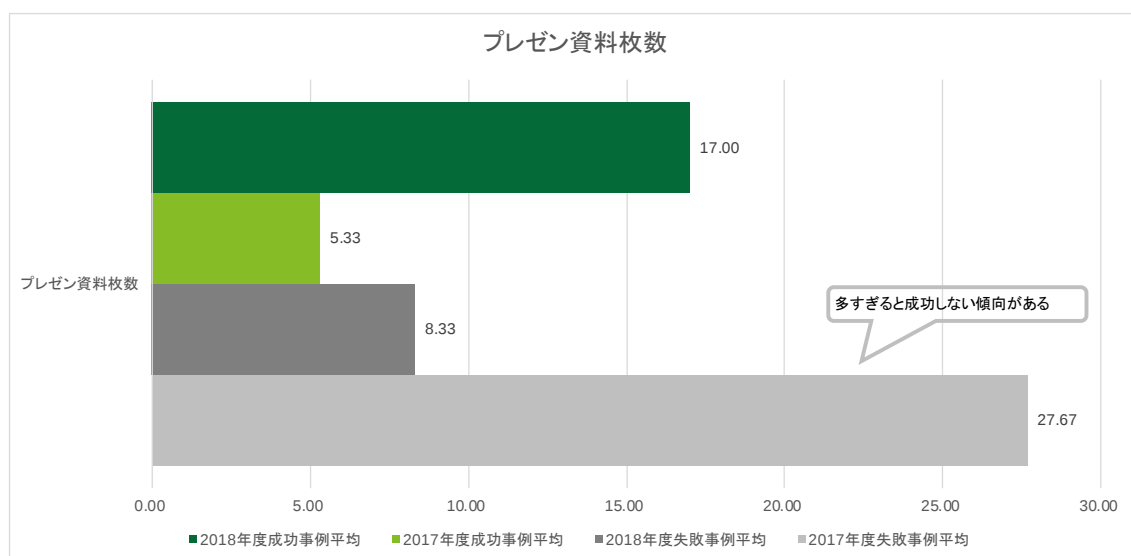
図表 38 マッチング準備における積極性



次に、プレゼン資料の枚数とマッチング成功可否の関係について分析した。

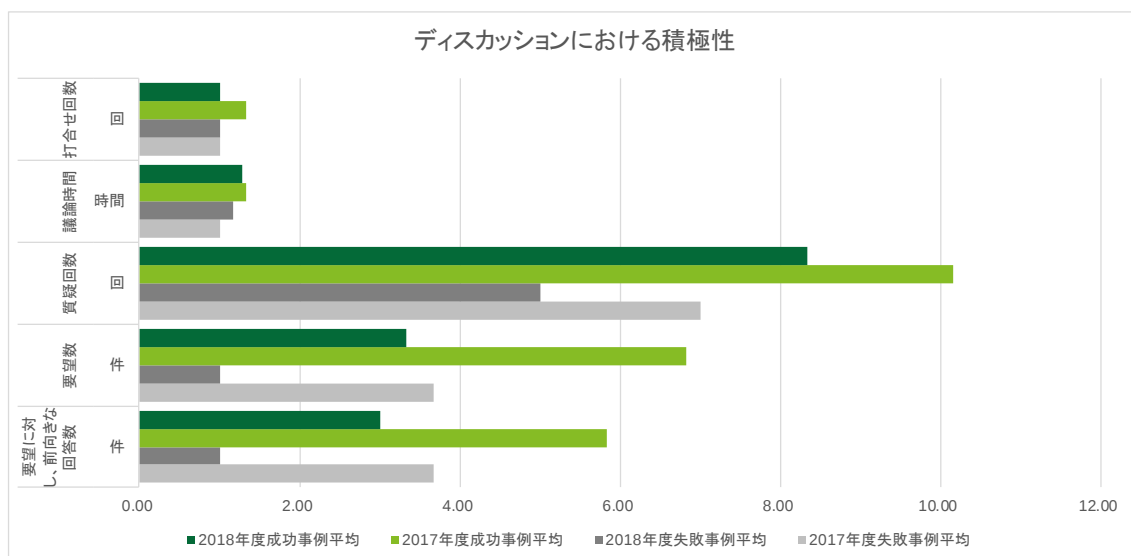
以下図表の通り、プレゼン枚数が 5～15 枚程度の企業がマッチングを成功している傾向にあった。特筆すべき点として、プレゼン資料の枚数が多すぎる企業（25 枚以上）については、マッチングが成功しない傾向にあることが判明した。本報告書にて上述した通り、技術の細部について長い説明を実施するよりも、技術について端的に説明を行い、マッチング候補企業が興味・関心を引くことがマッチングの成功にとって重要であると考えられる。

図表 39 マッチング資料枚数



続けて、ディスカッションにおける積極性とマッチング成功可否の関係について分析した。平成 29 年度事業、平成 30 年度事業共に、ディスカッションにおける質疑回数、要望数、要望に対し前向きな回答数が多いほど成功に結び付く傾向にあることが伺える。企業自らが主体性をもってレポートを用いたマッチング企業の開拓を行っていくことが重要であると考えられる。

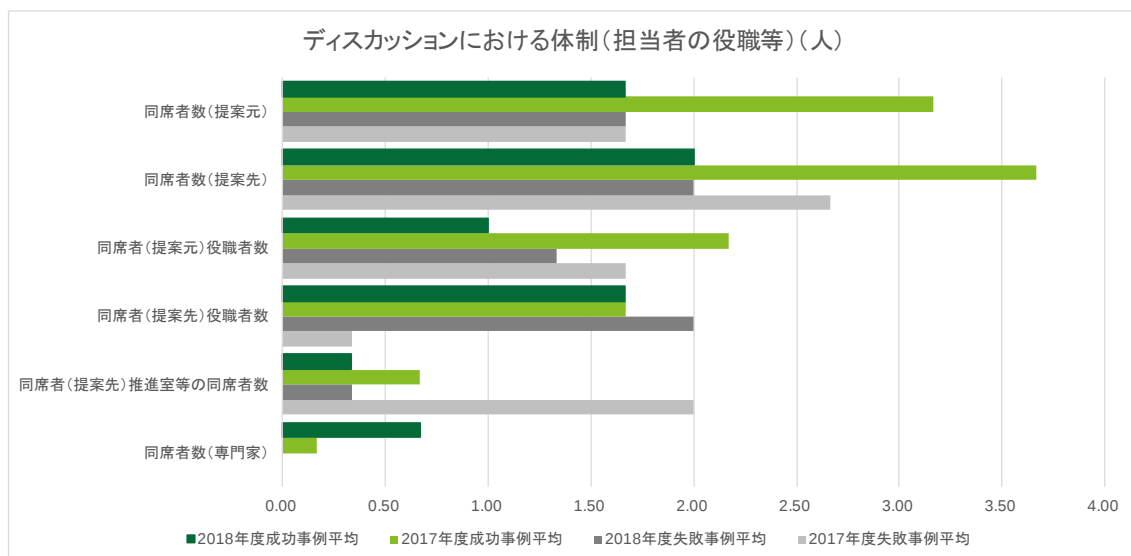
図表 40 ディスカッションにおける積極性



続けて、マッチングにおける体制（担当者の役職等）とマッチング成功可否の関係について分析した。

平成 29 年度事業についていえば、提案元（支援先企業側）の同席者数、提案先（パートナー候補先側）の同席者数、が多いほど、マッチングが成功している傾向がある。ディスカッションに参加する人数が多いことにより、マッチング先の候補企業に対する熱意を伝えられている点が要因と考えられる。

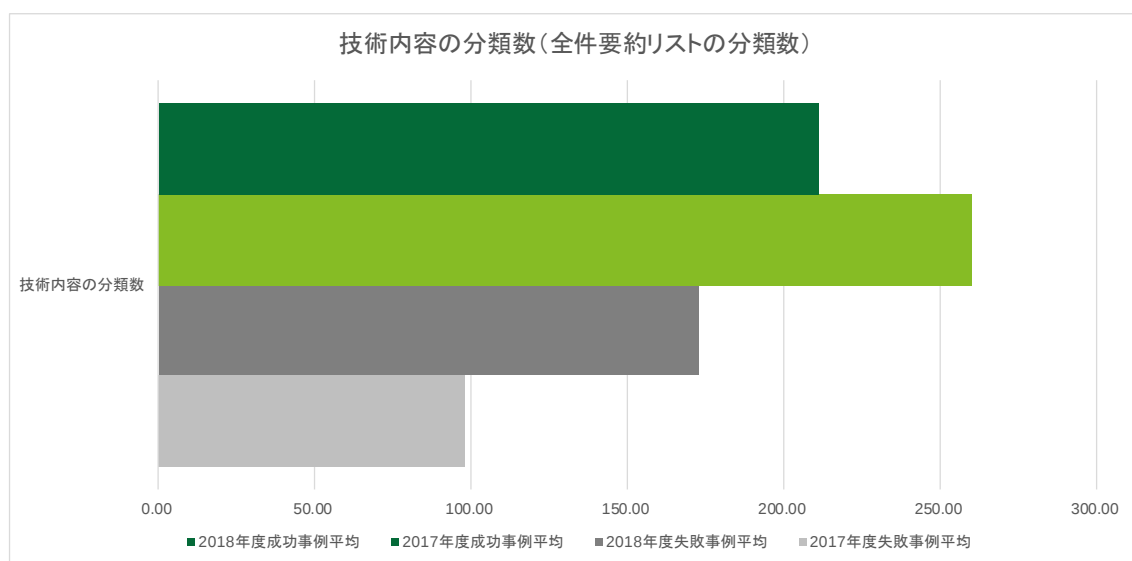
図表 41 ディスカッションにおける体制（担当者の役職等）



最後に、技術内容の特許分類の総数（全件要約リストの特許分類の延べ総数）とマッチング成功可否の関係について分析した。

技術内容の分類数（全件要約リストの分類数）とマッチング成功可否の関係については、平成 29 年度事業、平成 30 年度事業共に技術内容の分類数（全件要約リストの分類数）が多い程、マッチングの成功率が上昇することが判明した。特に平成 29 年度事業については、その傾向が顕著であり、技術内容の分類数（全件要約リストの分類数）が多いほどマッチング成功率が上昇し、少ないほどマッチングが失敗するケースが顕著であった。

図表 42 技術内容の分類数（全件要約リストの分類数）



第5章 巻末資料

(1) 事業概要説明資料

Deloitte.
デロイト トーマツ



特許庁事業 平成30年度中小企業等知財分析 レポートを用いたマッチング実証研究事業

中小・ベンチャー企業の知的財産を分析して効率的にパートナー候補(大企業)を抽出し、
レポートの作成、マッチング・ディスカッションを実施します！

事業趣旨

この度、有限責任監査法人トーマツは、特許庁事業「平成30年度中小企業等知財支援施策検討分析事業(中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング実証研究事業)」(本事業)を受託しました。今後の中小・ベンチャー企業(以下、「中小企業等」という。))における事業活動では、自らの技術を権利化し、それを活用することで、新市場を切り拓いていくことが求められます。そこで必要となる量産体制、販路、資金などを既に保有する大企業と対等なビジネスパートナーとなることが、事業化の加速に有効と考えられます。

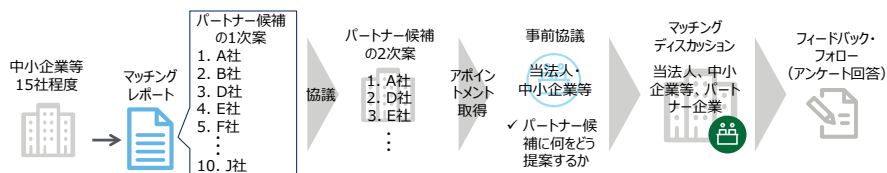
本事業は以下の2点を目的として本事業を実施します。

- ① 中小企業等の知的財産を分析することによって、効果的かつ効率的に理想的なパートナー候補を抽出する手法を確立する。
- ② 円滑・適切なマッチングを実現するため、マッチング・ディスカッションの際の留意点等を取りまとめるとともに、マッチング・ディスカッションの在り方について検討する。

本事業は平成29年度より実施しており、今年度事業においては、レポートの改善やマッチング支援を重点的に行う予定です。この機会に、興味のある方は奮ってご参加ください。

本事業の特徴

- ・ 本事業では、中小企業等がお持ちの特許情報を基に、中小企業等の企業分析、技術動向分析結果を踏まえてキーワードと合致するパートナー候補企業を抽出し、レポート作成を行います。
- ・ また、希望企業にはレポートを基にパートナー候補企業の技術部、R&D関連部署、新事業関連部署等にアポイントメントを依頼し、中小企業等の技術提供や今後の開発の可能性についてディスカッションするためのマッチングを行います。



マッチングレポート

- ・ レポートの事前準備として、中小企業等の特許情報等※を参考にし、大企業等とのマッチング提案に好適な技術領域を特定します。 ※例えば、中小企業等よりご提供いただける情報、特許情報プラットフォーム (J-PlatPat) 情報
- ・ 主要プレイヤーがどこか、開発の旬はいつごろか、どのような技術要素が中心かなど、マッチング提案に好適な技術領域のトレンドを概観します (技術動向分析)。
- ・ 上記技術領域において、キーワード分析等を基にし、中小企業等とのマッチング指数が高い企業をパートナー候補企業として抽出します。

募集対象企業

1社あたり最低1件の特許出願又は登録があり、パートナー候補を抽出するマッチングレポートの作成と、パートナー候補とのマッチング・ディスカッションを希望する企業

- ※レポート作成にあたり、中小企業等に作業していただくことはありません。
- ※レポート作成費用、事前協議・マッチングディスカッションへの当法人専門家の参加費用について、中小企業等の負担はありません。
- ※中小企業等には、パートナー候補とアポイントメントが取得できた場合に、パートナー候補企業との協議資料を作成していただきます。
- ※大企業とのアポイントメント取得・調整次第では、ディスカッションを必ずしも設定できるわけではありませんが、設定できるように努めます。
- ※ディスカッション後、必ずアンケートにご協力いただきます。
- ※応募にあたっては、応募企業様の支援者 (地域金融機関、政府系支援機関、地方自治体、ベンチャーキャピタル、アクセラレーター等) をご紹介ください。支援者には応募企業と共にレポート作成からマッチングディスカッションへの準備等へご参加いただきます。

お申込方法及び注意点

- ① お申込方法
弊社担当者までご連絡ください。
- ② 注意点その他
 - ・ 募集期間は2018年内の応募受付分とさせていただきます。
 - ※状況に応じ、応募期間を延長する可能性もあります。

マッチング・ディスカッション同行者のご紹介



小林 誠 (こばやし まこと)

- デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社 知的財産グループのシニアヴァイスプレジデント
- 「the 2017 edition of IAM Strategy 300 – The World's Leading IP Strategists」の1人に出選
- 製造業、IT、生命科学業界において、国内外の M&A・ライセンス・合併会社組成に関するアドバイザー、IPデューデリジェンス、企業・ビジネス・無形資産評価、IP戦略コンサルティング、グローバル IP管理再編、技術主導の新規事業開発支援、特許マッピング・評価分析等に関するコンサルティングを行っている。
- 国際特許事務所において、特許出願、先行技術調査、ベンチャー支援、および特許戦略コンサルティング業務を経て、2007年より現職。

有限責任監査法人トーマツ

パブリックセクターアドバイザー

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル

担当: 上田 芳晴 [Tel:080-4377-8840](tel:080-4377-8840) Mailyoshiharu1.ueda@tohmatsu.co.jp

デロイト トーマツ グループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド (英国の法令に基づく保証有限責任会社) のメンバーファームであるデロイト トーマツ合同会社およびそのグループ法人 (有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社を含む) の総称です。デロイト トーマツ グループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約40都市に約11,000名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト (www.deloitte.com/jp) をご覧ください。

Deloitte (デロイト) は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクアドバイザー、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組みクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを提供し、Fortune Global 500® の8割の企業に提供しています。"Making an impact that matters"を自らの使命とするデロイトの約245,000名の専門家については、[Facebook](https://www.facebook.com/deloitte)、[LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/deloitte)、[Twitter](https://twitter.com/deloitte) もご覧ください。

Deloitte (デロイト) とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド ("DTTL") ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTL および各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL (または "Deloitte Global") はクライアントへのサービス提供を行いません。Deloitte のメンバーファームによるグローバルネットワークの詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を裏にする可能性のあることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることがなく、適用に関する具体的な事案をもとに適切な専門家に相談してください。

Member of

Deloitte Touche Tohmatsu Limited

© 2017. For information, contact Deloitte Touche Tohmatsu LLC.

(2) 改善後の企業マッチングレポート

別添する（別添1）。

(3) 活用マニュアル

別添する（別添2）。

禁 無 断 転 載

平成30年度 特許庁請負事業
中小企業等知財支援施策検討分析事業
(中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング実証研究事業)

平成31年3月
請負先 有限責任監査法人トーマツ

連絡先

特許庁
オープンイノベーション推進プロジェクトチーム
03-6810-7496 (総務部総務課)