

**令和 6 年度中小企業等知財支援施策検討分析事業
(地域における中小企業等によるイノベーション創出・知財経
営支援体制のあり方に関する調査実証研究)
報告書 (要約版)**

令和7年3月27日
特許庁総務部普及支援課

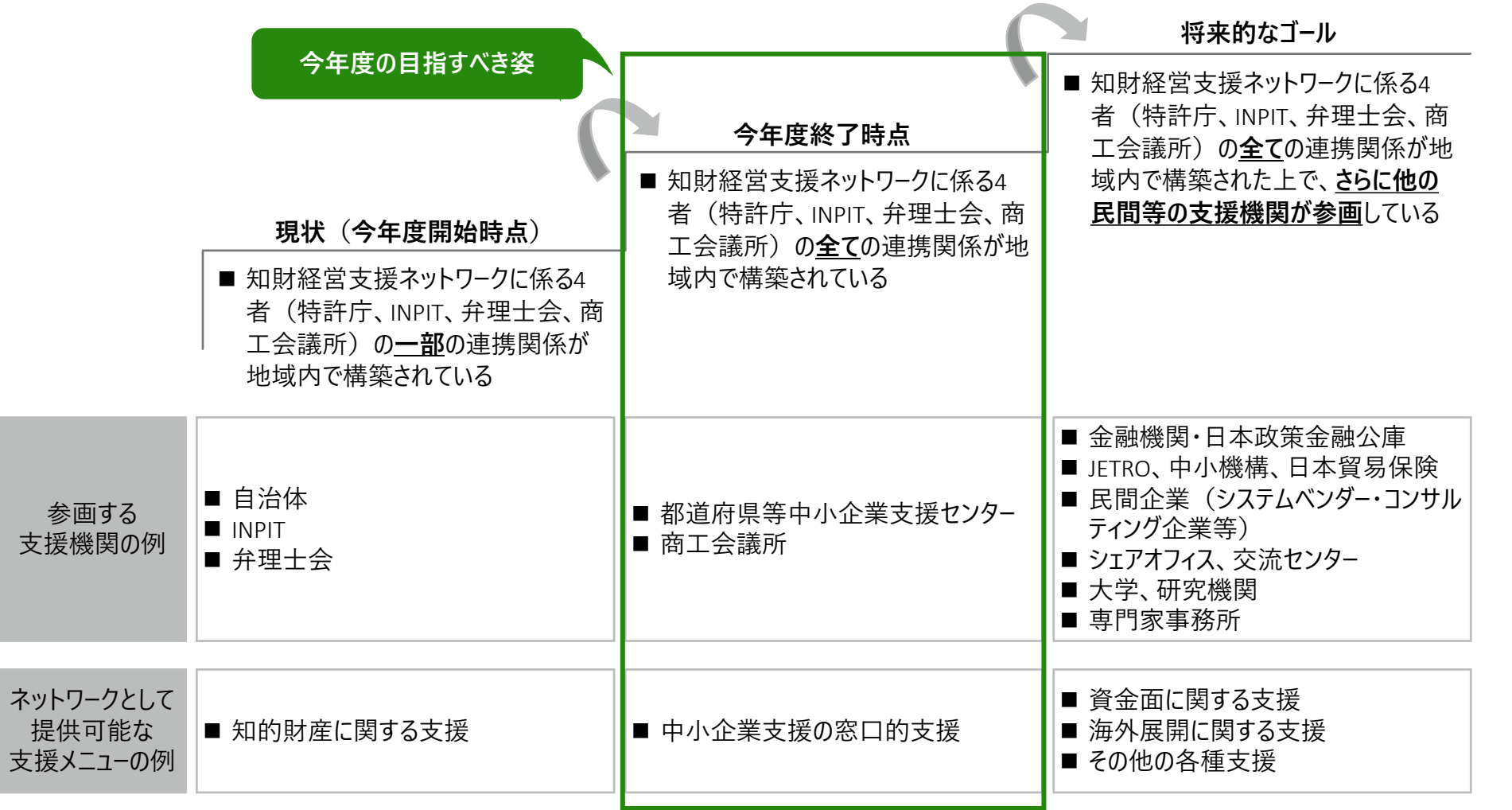
目次

アジェンダ		ページ数
1	本事業の背景・目的	3
2	公開情報調査	7
3	支援対象地域の決定	15
4	ヒアリング調査	17
4	対象地域の支援	20
5	アンケート結果	38
6	仮説の検証	43
7	今後の事業に向けた提言	45

本事業の背景・目的

今年度は知財経営支援ネットワーク※の連携関係を地域内で構築することを目指します

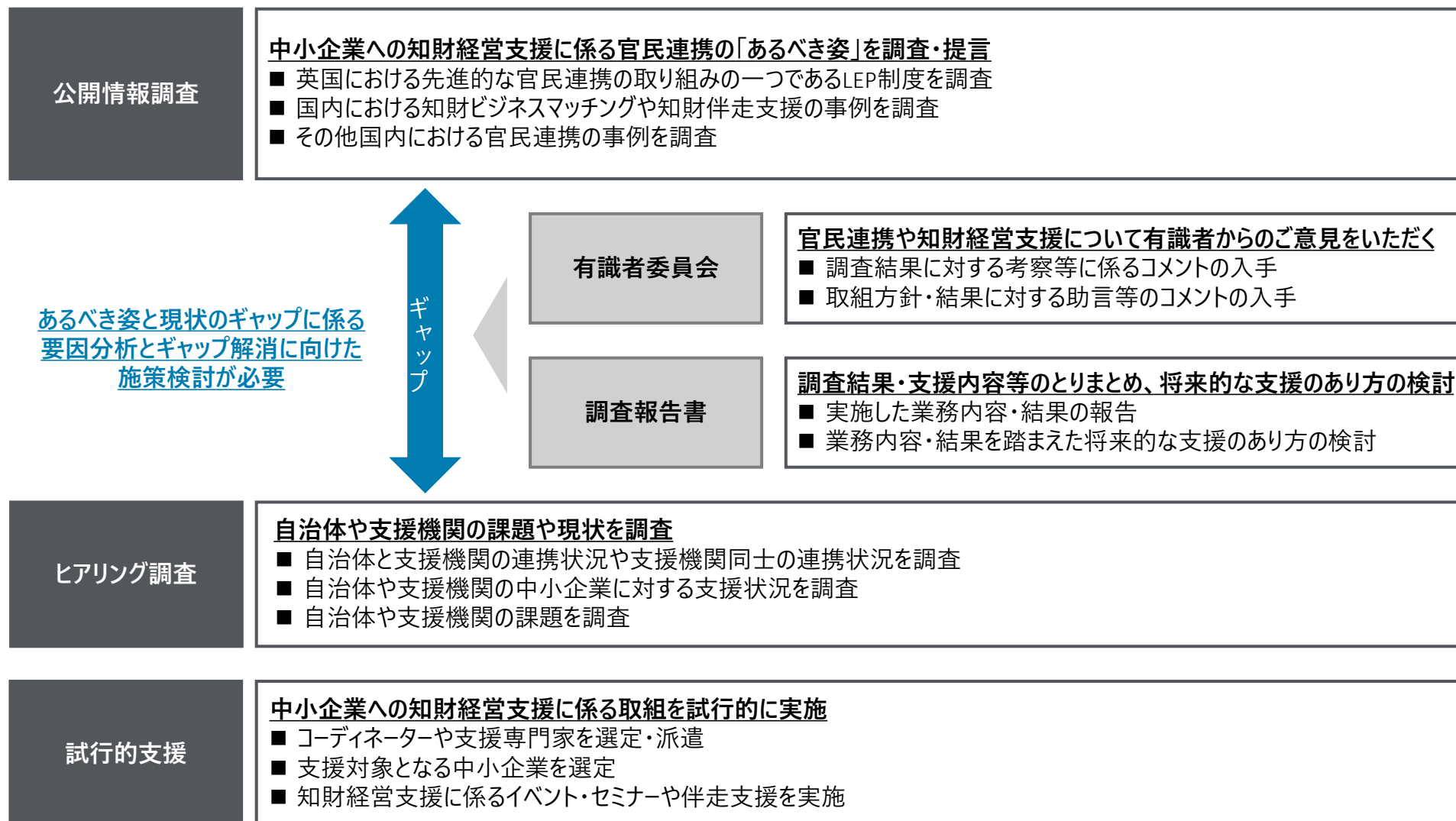
地域における知財経営支援ネットワークの構築ステップ



※経済産業省HP（“<https://www.meti.go.jp/press/2022/03/20230324001/20230324001.html>”“<https://www.meti.go.jp/press/2024/12/20241204001/20241204001.html>”）を参照

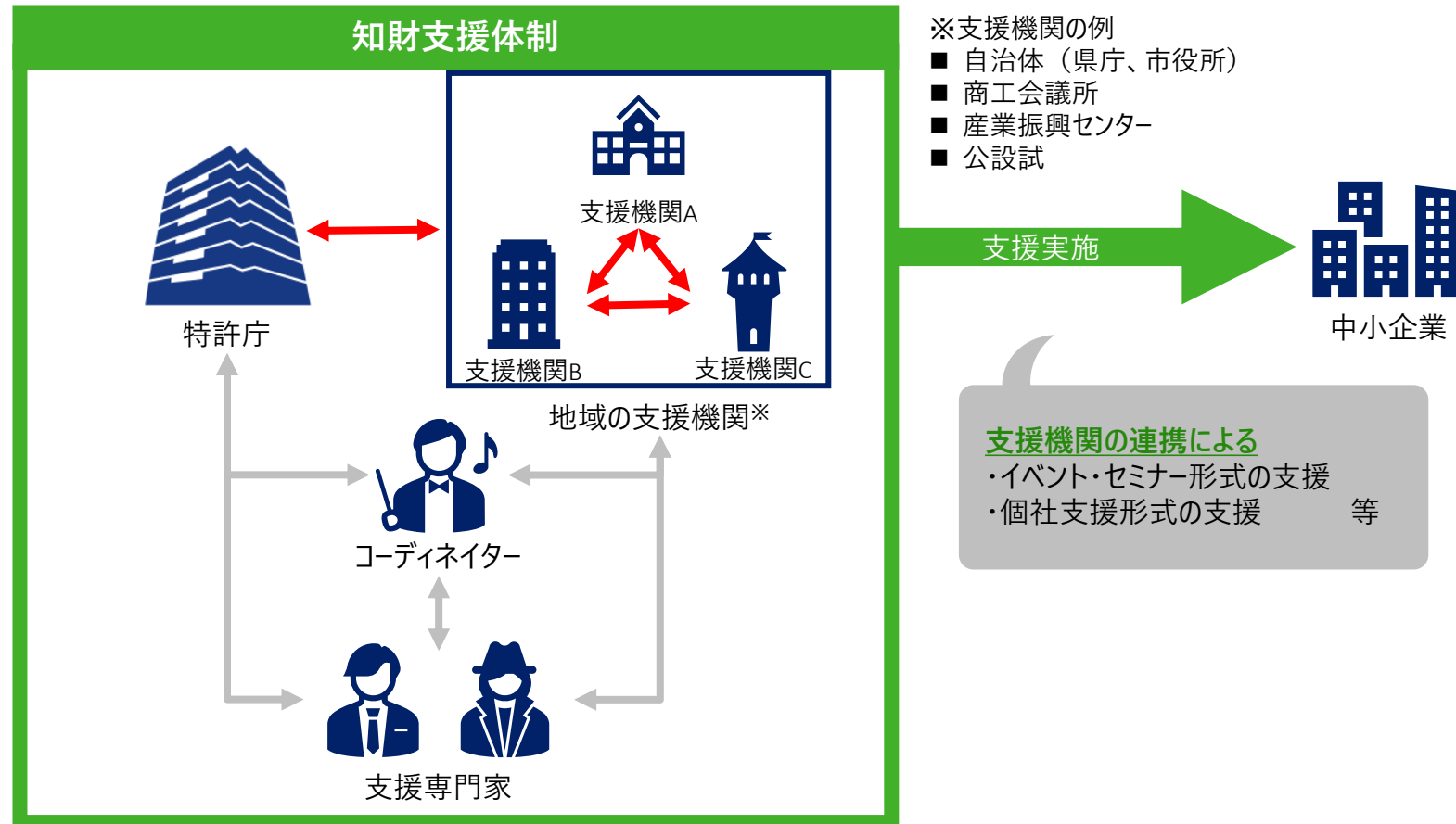
今年度は公開情報調査・ヒアリング調査・試行的支援を通じて、最終的なゴールを見据え、各地域でネットワーク構築を図ります

各業務項目の関係性の整理



主に特許庁・支援機関・コーディネーター・支援専門家で構成される「知財支援体制」についてのあり方を設計・検討することを今年度事業の目的としています

今年度事業の目的



今年度の目的

- 支援機関の連携による取組の効果的・効率的な実践に向けた知財支援体制のあり方の設計・検討
 - 「知財支援体制のあり方」としては、特に**特許庁⇄地域の支援機関との連携および支援機関間の連携のあり方**（赤矢印）に注目

公開情報調査

財政難下の英国では交付金等の資産が潤沢でないため、LEPでは官民連携組織に予算や権限を与え各地域の実情に基づく民主導型の産業振興体制へと転換が図られています

英国のケース：LEP（Local Enterprise Partnership）の概要

施策概要

■ 施策名

Local Enterprise Partnership（LEP）＊

■ 概要

地域経済開発の促進を目的とした自治体と民間企業の共同組織

■ 形態：指定なし

※適切な法的地位を自由に選択可能

■ 対象エリア：各地域の実経済圏（設置数：38）

■ 導入時期：2010年6月



写真出所：英国政府公式HPより

施策背景・概要



英国・産業振興の置かれた状況

- 地方自治体の改革を背景に、1997年に経済開発、地域再生の促進を目的に、行政主導のRDA（地域開発公社）が設立。
- 世界的金融危機の影響もあり、2008年にはマイナス成長に転じるなど地方自治体含め財政難に陥いる。補助金など地域に投じることが可能な行政資金が縮小。



取り組みの概要

- 2010年にキャメロン保守党・自由民主党連立政権が発足。地域主導で産業振興を進める上で、RDAは十分な費用対効果が期待ができないと判断され廃止。同時に自治体と地元経済界双方に、RDAに代わる民間主導の組織を共同で組成するよう促した。
- 同年6月にLEPの設置が決定され、現在38のLEPが展開されている。



成果

- これまでに76億ポンドの民間部門による投資と18万人以上の雇用が創出されたとされている。（2018年3月末時点）

＊LEPは英国のイングランドにて展開されている施策である

出所：各種資料よりトーマツ作成

特徴的な取組

民主導による官民連携組織

■ 地域に即した自由な組織設計

LEPは組織全体の構造を、独自で自由に設計することが可能である。例として、一部のLEPでは「産業セクター」「戦略立案」「中小企業支援」「投資促進」など役務ごとにチーム（部）を設置している。

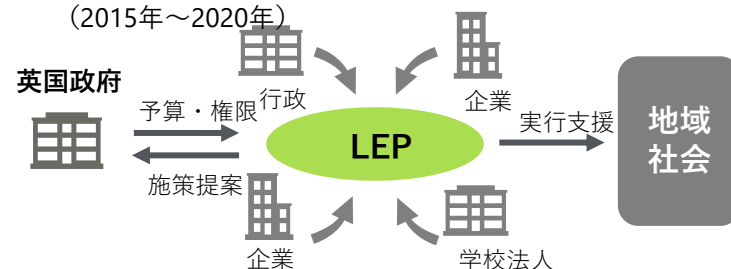
■ 運営メンバーのうち半数以上は民間企業の者が務めることが義務化

運営メンバーの半数以上は民間部門で占める事、代表者は民間部門出身者（ビジネスパーソン）に限定することが規定されている。ロンドンLEPの事例では、起業家も多く参加。また、メンバーや意思決定組織の選定に行政は関与しない。また、LEPは産業振興に関する権限を付与されており、法規制の緩和実現への働きかけなど中央政府への直接的な交渉が可能である。

経済的に自立した組織

■ 民間資金とファンドの連携・活用

- 運営資金は原則民間資金を中心に自己調達される。
- 資金が不足する場合は政府に事業を提案し、採択事業は政府のファンド資金を活用することが可能。このファンド資金は競争的資金として位置付けられる。
- ・ 地域成長基金（Regional Growth Fund）：約32億ポンド（2011年～2017年）
- ・ 地方成長基金（Local Growth Fund）：約120億ポンド（2015年～2020年）



英国LEP制度の特徴のうち、 特許庁の知財支援事業に応用可能な特徴をリストアップ

知財支援事業に応用可能なLEPの特徴

LEPの特徴	LEPでの実施事項・効果	知財支援事業への応用
経済圏域に沿った 事業推進	実質的な経済圏域に沿った対象エリアを設置 地方自治体が認識する産業振興の対象圏域と実態経済圏域が合致するようになり、現実に沿った戦略の策定や実行可能となった ※自治体が複数のLEPに加入している事例あり	● 単独の自治体だけでない周辺自治体との連携、協力体制の構築
自由な組織設計	地域の課題の解決に最適な組織設計の選択 LEPは組織全体の構造を、独自で自由に設計することが可能であり、一部のLEPでは「産業セクター」「戦略立案」「中小企業支援」「投資促進」など役割ごとにチームを設置している	● 個別の課題に合わせて、役割ごとのチームの設置
地域の経済実態を 反映した運営	地域の特性に合致した民間企業出身者が運営に関与 LEPの戦略分野に合致した民間理事の公募により選定し、地域の現実の経済実態に即した戦略・計画策定を行うことによって、事業の実現性の向上を目指した	● 地域の戦略分野に合わせた外部専門家の意見を反映した運営計画の策定 ● 地域の経済実態を理解している、地方自治体、商工会議所、地方金融機関等を運営メンバーとする運営組織の構築
自治体予算における 資金調達・管理	独立採算を原則とした運営 参画する自治体や民間企業等によって運営予算を拠出し、LEPに参画する地方自治体が管理を行ったため、LEPの維持運営のために、戦略的な運営が求められた	● 地方金融機関や地方商社等の民間資金の活用 ● 自治体の予算による継続的な支援を可能とする資金体制の構築
客観的評価制度の 導入・運用	事業に関する説明責任、透明性の評価 事業のアウトプット、KPIの達成状況に関する報告義務付けることによって、費用対効果を意識した計画策定・遂行を目指した	● 支援事業ごとのKPI、もしくは、定性的な目標項目の設定 ● 支援事業の支援結果評価の実施

Greater Manchester LEPは、強い権限と予算を持つ合同行政機構と協力し、官民連携やR&D投資を主導、大企業や研究機関の研究開発を支援し、最先端イノベーションを促進しています

Greater Manchester LEPの概要

地域概要

強い自治権をもとに研究開発を推進

18世紀後半からの産業革命で発展。マンチェスター・ユナイテッドFCの根拠地として有名。**5つの大学、世界的なビジネススクール**を擁し、マンチェスターサイエンスパートナーシップにて官民連携のライフサイエンスイノベーションを推進。Jaguar Land Roverや日立も進出しており、更なるグローバル企業誘致にも力を入れている。**グレーター・マンチェスター合同行政機構**が中央政府から権限や予算を多く移譲され、LEPと共同で研究開発を主導。



ロゴ出所：LEP Networkウェブサイトより



LEP概要

科学とイノベーションの推進しており、特許や論文など研究開発に強みを持つ

■ 概要

- 成長戦略：科学・イノベーションを主導し、健康革新と先端材料における地域の中核的な強みの強化と、デジタル、エネルギー、産業バイオテクノロジーの将来の可能性に焦点を当てた成長戦略を実施。
- グレーター・マンチェスター合同行政機構（GMCA）との役割分担：GMCAとLEPがほぼ同時に発足。LEPは、GMCAとパートナーシップを組み、LEPでは特に技能や対内投資の誘致といった分野において、民間部門の賛同と専門知識を得る機会を提供している。

出所：GMLEPウェブサイト、各種資料よりトーマツ作成

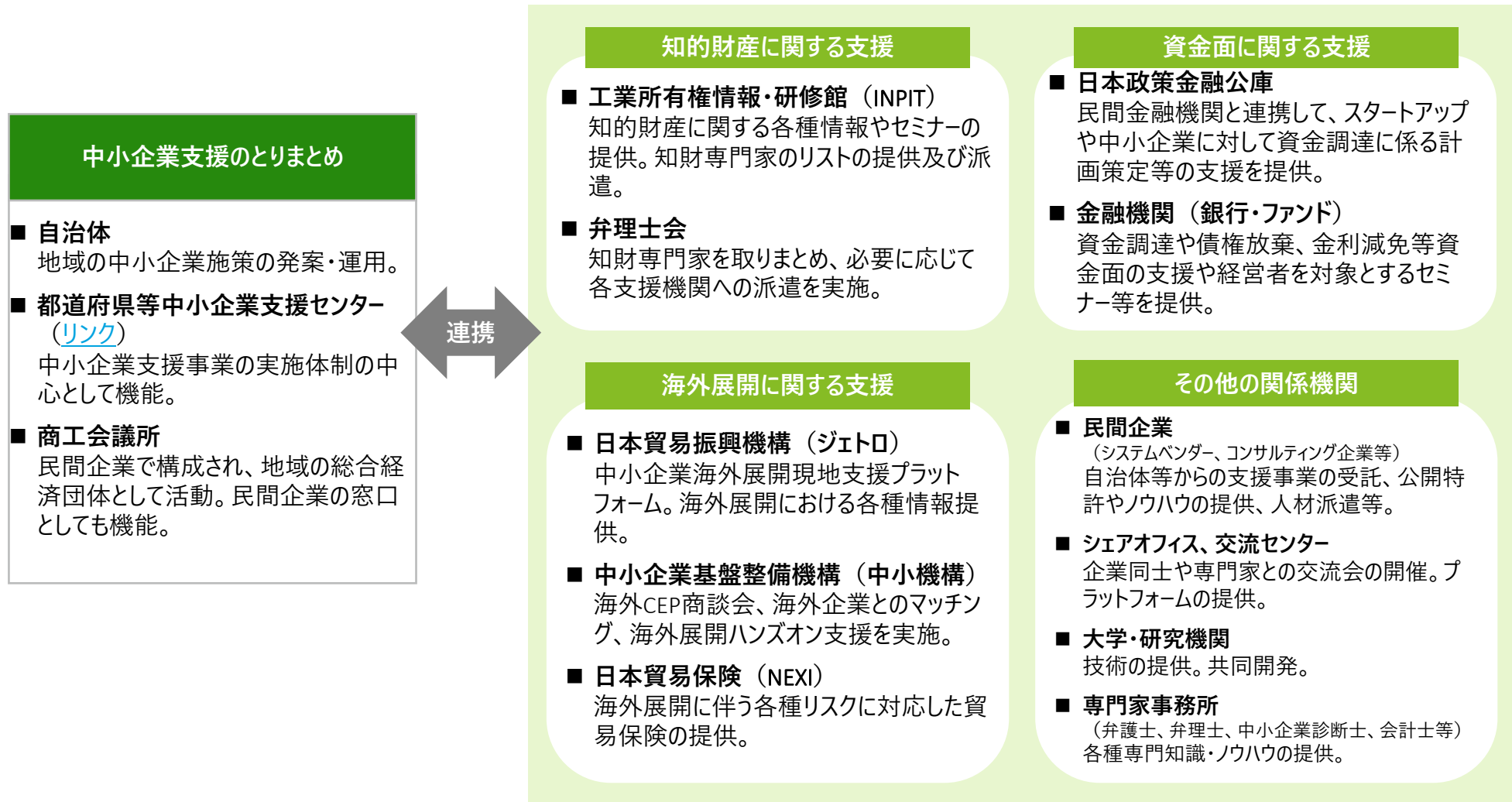
特徴的な取組

- ガバナンス：政府から複数のプログラムや予算の権限を移譲されたGMCAとパートナーシップを組み、特に技能や対内投資の誘致といった分野において、強いリーダーシップで官民連携を主導。
- 投資：GMCAと協力し、2015年から2021年の間に4億9450万ポンドのグロースディール投資を確保、研究開発を中心に投資を実施
- 研究開発：Innovation Greater Manchesterという産学連携パートナーシップを推進、IoTを活用した官民連携スマートシティ構築実験プロジェクトなど、多くの最先端研究開発を推進
- 人材：デジタルスキルアカデミーを開設、サイバーセキュリティ、ソフトウェア開発などのプログラムで人材を育成
- 労働力：製造業に従事する中小企業の手元メーカーによるサポートネットワークの構築、失業者職業訓練プロジェクトなどを提供
- スタートアップ：Innovation Acceleratorを設置、数千万ポンド相当の研究開発投資を促進するプロジェクトを実施



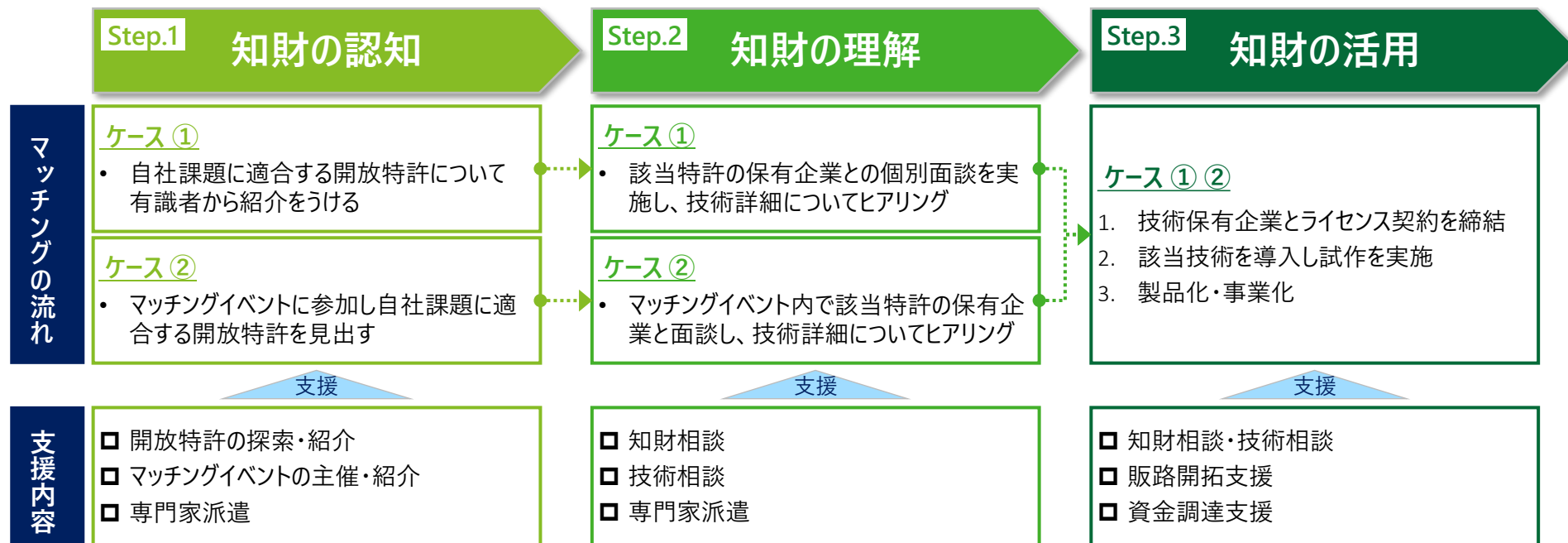
各地域や中小企業の課題に合わせて連携先を選択することによって、より効果的な支援を提供できる支援体制（チーム）を構築することにつながると考えられます

国内の各支援機関の役割・ケイパビリティ



知財ビジネスマッチングは、知財の認知・理解・活用の3要素から構成され、支援実施によりマッチング機会の増加・マッチングの確度向上が見込まれます

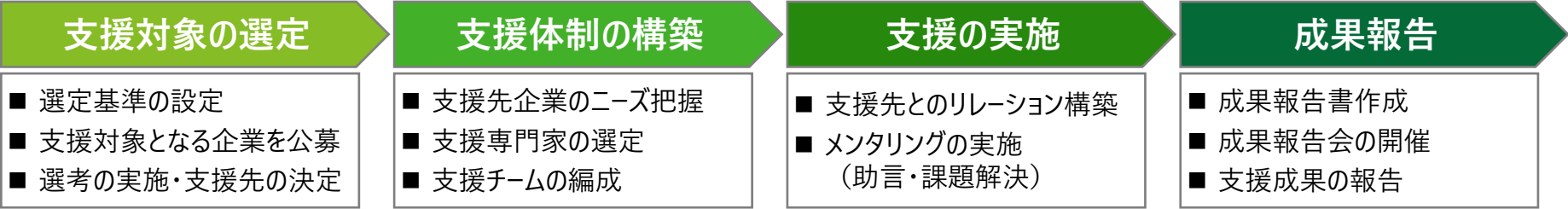
知財ビジネスマッチングのスキーム



知財伴走支援では、支援先の課題を把握した上で支援体制を構築し、知財戦略・知財活用・知財教育・ブランド戦略等に関する支援を実施します

知財伴走支援のスキーム

＜知財伴走支援の業務工程＞



＜主な支援内容＞

	 知財戦略策定	 知財活用	 知財教育・啓発	 ブランド戦略策定
概要	ビジネス戦略と整合した知財戦略の構築を支援	知財を活用した資金調達・業務提携を支援	知財業務の体系化に向けた社員教育・環境整備を実施	企業・製品価値の効果的提示に向けた戦略構築を支援
実施例	□ 対象技術の優位性・競合技術の動向・顧客価値等の調査・分析 □ ポートフォリオ管理に関する助言 □ リスクマネジメント方針の検討	□ ライセンス契約締結に関する助言 □ 売却等の資金調達に関する助言 □ 技術提携・共同開発等／他社との知財共同利用に関する助言	□ 社内意識向上に向けた社内研修・セミナーの実施 □ 社内職務発明規定の整備 □ 知財業務フロー案の提示	□ 顧客ニーズ・競合製品の調査分析 □ ブランドネーム・ロゴの開発の支援 □ ブランドガイドライン策定支援
支援者	□ 資格：弁理士／弁護士／中小企業診断士 □ 所属機関：特許事務所／法律事務所／INPIT知財総合支援窓口／商工会議所／金融機関／ブランド・マネージャー認定協会			

知財ビジネスマッチング・知財伴走支援における想定課題と提言のまとめ

知財支援手法における想定課題・提言

	知財ビジネスマッチング	知財伴走支援
想定課題	① マッチングイベントの開催等、技術の認知を促す支援に重点が置かれる一方、技術を事業化に結び付けるまでの<u>出口戦略の支援</u>が手薄になっている懸念がある ② 特許のみがマッチング対象として取り扱われ、<u>意匠・商標のマッチング機会の整備が不十分である</u>懸念がある	□ 別機関所属の複数専門家でチームを構成し支援に当たる際、チームリーダーの責任・役割が不明確であった場合にチーム内の意思統一・合意形成に時間を要し、<u>支援方針の決定・支援の実行に遅延</u>が生じる懸念がある
提言	① 知財ビジネスマッチングにおける出口戦略の支援状況を把握し、支援の不足が実際に懸念される場合には、<u>知財伴走支援事業との連携</u>を含め、支援の確実な実施を担保する座組を整える必要がある ② 意匠・商標のマッチング機会拡充に向け、試行的な意匠・商標のマッチングイベント・セミナーの開催等、<u>意匠・商標のマッチング意義に関する普及・啓発施策</u>の検討が必要である	□ 過去事例においてチームリーダーの責任・役割が明確に定義され、チーム内の意思統一・合意形成への貢献が保証される状況にあったか確認した上で、<u>チームリーダーの標準的運用に関するガイドラインの整備</u>を含め今後の支援の在り方を検討する必要がある

支援対象地域の決定

今年度は下表に記載の4地域で実施

今年度の実施地域

地域のバランス、自治体の規模、知財支援の取組状況等のバリエーションを考慮し、本事業の実施に意欲的な4地域に支援対象地域として協力いただいた

地域	概要
愛知県	■ 日本のほぼ中央に位置し、人口約750万人を擁している。産業別では、第三次産業（卸売・小売業等）の割合が約6割、第二次産業（製造業等）の割合が約4割を占めている。全国に比べ、製造業の構成比が極めて高いところが特徴である。
福島県郡山市	■ 福島県の中央部に位置し、人口約32万人を擁している。産業別では、第三次産業（卸売・小売業等）の割合が約7割、第二次産業（製造業等）の割合が約2割を占めている。新幹線や高速道路が通じており、福島県の交通の要衝としても知られ、物流や商業の拠点としても重要な役割を果たしている。
熊本県熊本市	■ 九州の中央部に位置し、人口約73万人を擁している。産業別では、第三次産業（卸売・小売業等）の割合が約7割、第二次産業（製造業等）の割合が約2割を占めている。全国に比べ、農業や食品関連産業が盛んなことが特徴であり、豊富な地下水を活用した酒造業や食品加工業も発展している。
香川県	■ 四国の東北部に位置し、人口約100万人を擁している。産業別では、第三次産業（卸売・小売業等）の割合が約7割、第二次産業（製造業等）の割合が約2割5分を占めている。1年を通して温暖な気候で、地震や津波などの自然災害も少ないことが特徴である。

ヒアリング調査

4地域へのヒアリングから各地域の連携状況や提供している支援メニュー、課題感が明らかとなり、「知財専門家の更なる充実」が共通の課題感として認識されていました

各地域の連携状況・支援メニュー・課題感

赤字：支援機関との連携を密にすることにより解決できる可能性があると思われる課題

地域名	連携状況	支援メニュー	課題感
愛知県	■ INPIT ■ 弁理士会 ■ 県産業振興センター ■ 金融機関 ■ 県内他商工会議所・商工会 ■ 経産局	■ 知財関連 ■ 経営相談 ■ 補助金関連	■ 県としては企業との接点はセミナーや講演会などに限定されており、直接支援する機会が少ない ■ 地域の知財専門家が限られており、同じ人に何度も依頼することになってしまう ■ 市町村との連携がなかなか進まない
福島県郡山市	■ INPIT ■ 県産業振興センター・県内公設試 ■ 地域の製造業支援拠点 ■ よろず支援拠点 ■ 地域の他の支援機関 ■ 県 ■ JETRO	■ 知財関連 ■ 製品開発 ■ 販路開拓 ■ 伴走支援	■ 販路開拓が効果的に進められていない ■ 地域の知財専門家が限られている ■ 各支援機関の支援内容を把握しきれていない ■ 各支援機関の支援内容に重複がある ■ 現状、市と商工会議所・商工会・金融機関との連携関係が密ではない
熊本県熊本市	■ INPIT ■ 弁理士会 ■ 金融機関 ■ 商工会議所・商工会 ■ 地域の他の支援機関 ■ 県 ■ 大学	■ 知財関連 ■ 経営相談 ■ SUへの伴走支援 ■ ピッチイベント ■ 融資関連 ■ 事業承継関連	■ 大学研究者への起業や知財に関するさらなる啓発が必要 ■ 地域の知財専門家が限られている（特にディープテックを理解できる知財専門家が不足している）
香川県	■ INPIT ■ 産業支援財団 ■ 弁理士会 ■ 経産局	■ 知財関連 ■ 販路開拓 ■ 補助金関連	■ SU向けの知財支援の在り方をさらに検討する必要がある ■ 地域の知財専門家が限られている ■ イベント周知等の点での他機関とさらなる連携が必要である

連携状況や提供している支援メニュー、抱えている課題感が商工会議所ごとに異なっている 様子がヒアリングから明らかになりました

各商工会議所の連携状況・支援メニュー・課題感

赤字：支援機関間の連携を密にすることにより解決できる可能性があると思われる課題

機関名	連携状況	支援メニュー	課題感
愛知県一宮商工会議所	■ INPIT ■ 信用金庫・信用保証協会 ■ 県内他商工会議所・商工会	■ 知財関連 ■ 経営相談	■ 支援メニューのバリエーションが少ない ■ 専門家の選定を士業団体に依頼しており、by nameで依頼できていない ■ 他機関の提供メニューを熟知できていない
福島県郡山商工会議所	■ INPIT ■ 県産業振興センター・県内公設試 ■ 地域の製造業支援拠点 ■ よろず支援拠点 ■ 地域の他の支援機関 ■ 県知財支援機関	■ 知財関連 ■ 経営相談	■ 特定の専門家へ依頼が集中してしまう
熊本商工会議所	■ INPIT ■ 金融機関・信用金庫・信用保証協会 ■ 県内他商工会議所・商工会 ■ 地域の他の支援機関 ■ 事業承継センター	■ 知財関連 ■ 経営相談 ■ 法律関連 ■ 融資関連 ■ 事業承継関連	■ 商工会議所スタッフの知財リテラシーが不足している
香川県高松商工会議所	■ INPIT ■ 金融機関 ■ 地域の他の支援機関	■ 知財関連 ■ 販路開拓 ■ 創業支援 ■ 融資関連 ■ 補助金関連	■ 商工会議所スタッフの規制・条例リテラシーが不足している（相談先も分からないことが多い） ■ 企業からの課題・ニーズによってはつなぐ先が分からないことがある

対象地域の支援

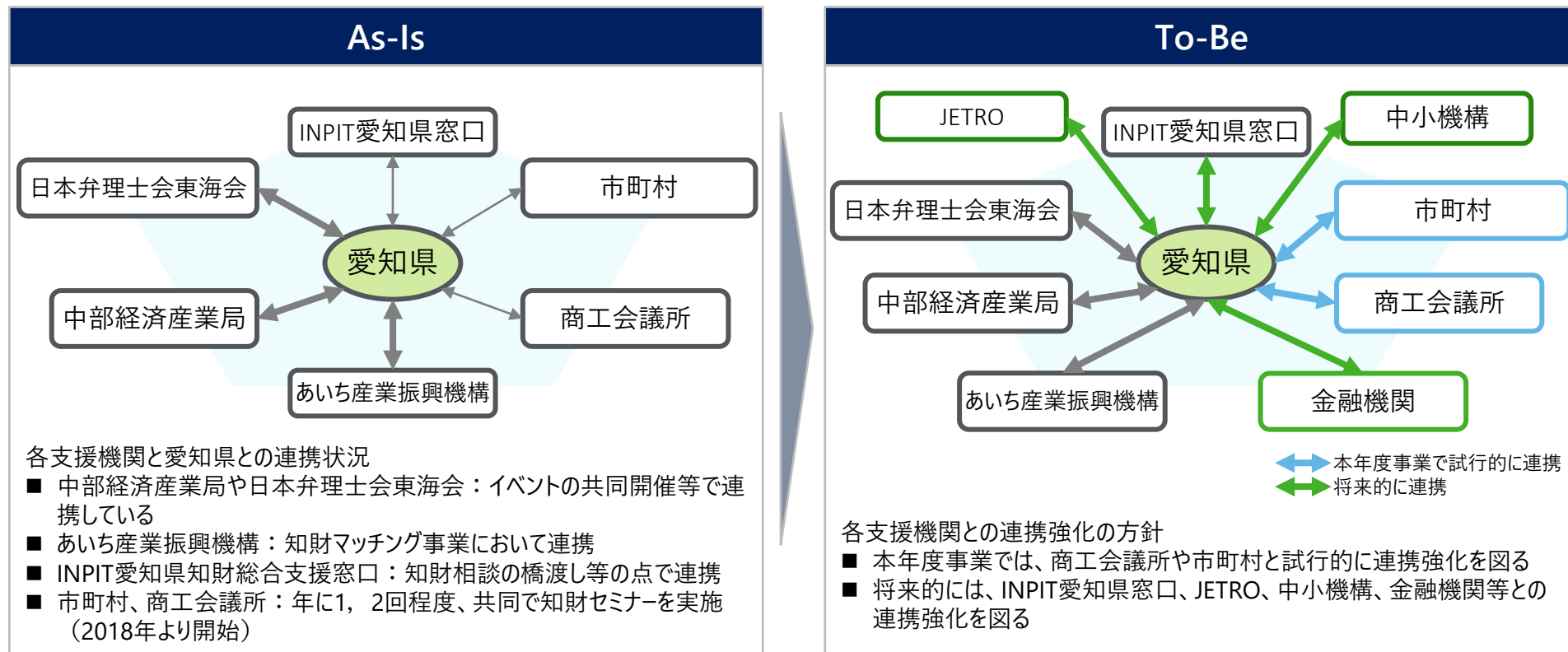
対象4地域における個社支援およびセミナー・イベントの実施内容は下表のとおりです

各地域の支援内容

地域名	個社支援						セミナー・イベント	
	1社目			2社目				
	支援先名称	支援内容	うち知財に関する支援内容	支援先名称	支援内容	うち知財に関する支援内容	実施内容	うち知財に関する実施内容
愛知県	A社	販路開拓	意匠の活用				デザイン思考ワークショップ	デザイン思考ワークショップ
福島県郡山市	B社	販路開拓	ブランディング戦略策定	C社	販路開拓	ブランディング戦略策定	知財セミナー	知財経営の視点からのパネルディスカッション
熊本県熊本市	D社	サービスノウハウの知財保護	サービスノウハウの知財戦略策定				事業承継者支援プログラム	事業承継者向け知財セミナー
香川県	E社	製品の付加価値向上	開放特許との知財マッチングの実施				知財ビジネスマッチングセミナー	知財ビジネスマッチングセミナー

愛知県ではINPIT・弁理士会・中部経済産業局・あいち産業機構とは連携関係が既に構築されており、本年度事業で市町村や商工会議所との試行的な連携を実施

知財支援における愛知県の現状・展望／本事業の位置づけ



本事業

■ 支援内容

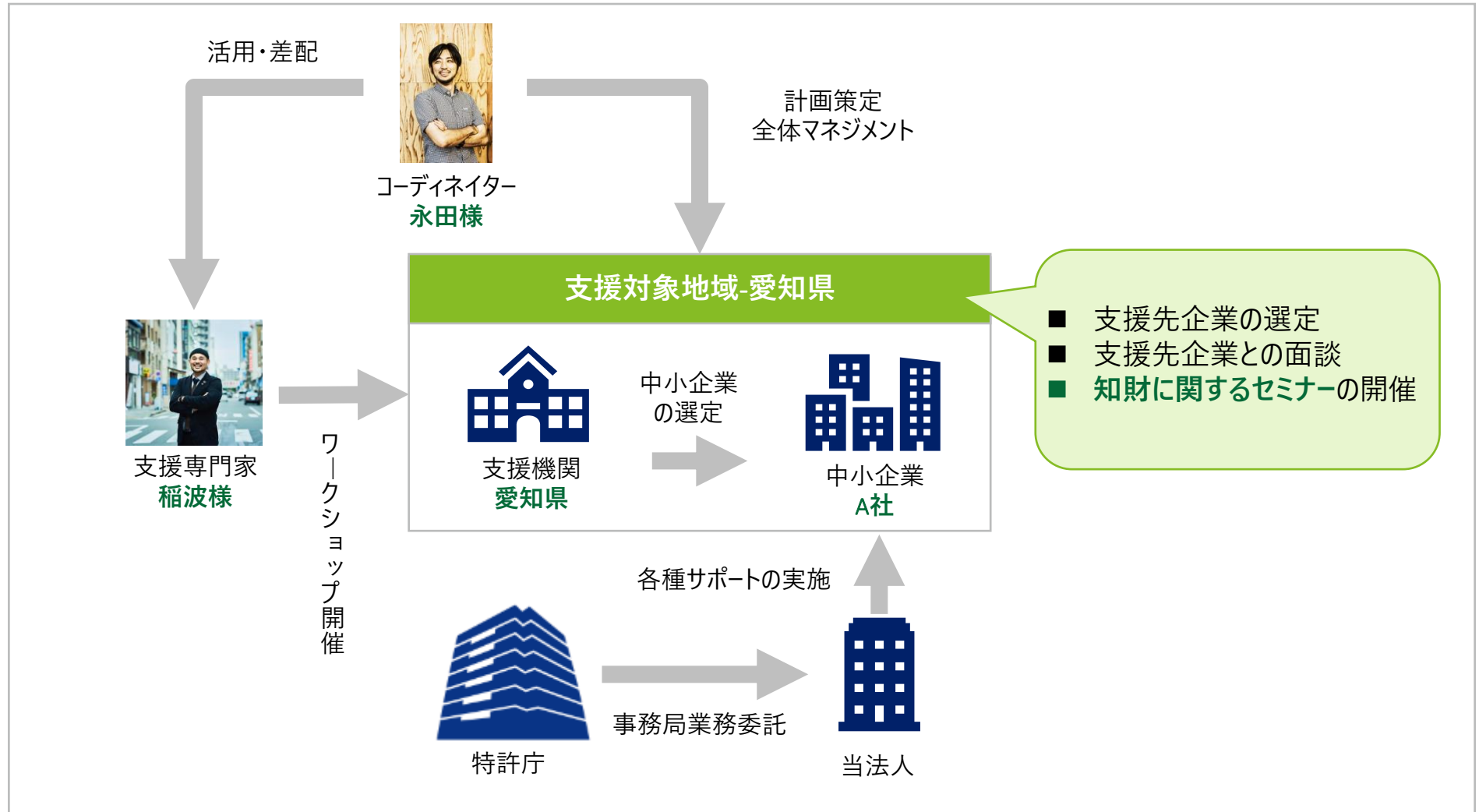
- 知財セミナーの実施
- 中小企業向けに知財経営に関する個社支援を実施

■ 期待される効果

- 成功事例の学習により、事業者及び支援機関へ知財経営の視点を啓蒙
- 専門家の助言により、事業者へ知財経営意識が浸透

愛知県では永田様にコーディネーターを務めていただき、ワークショップの講師としては稲波様に参画いただきました

愛知県の支援体制



愛知県A社に対して計3回の支援を行いました

中部経済産業局、常滑市役所、常滑商工会議所にもオブザーバー参画いただきました

A社_支援実施結果

企業名	A社	支援開始時の課題	■ 現在の販売先がECサイトや小売店数店に限られているので、国内や海外に販路を開拓したい
コーディネーター	永田 宙郷	支援終了時に目指す姿	■ 販売先候補となり得る小売店を洗い出し、優先順位をつける ■ 上記小売店とのチャネルを見出す
参画機関	中部経済産業局、常滑市役所、常滑商工会議所		

支援回数	日時	支援内容
第1回	2024/12/20	1. 工場見学 2. 現状及び課題・支援ニーズに関するヒアリング ① 企業概要や事業承継の状況等についてヒアリング ② 自社ブランドについて立ち上げの経緯や現在の販路についてヒアリング
第2回	2025/1/21	1. 第1回の振り返り 2. 販売先となる小売店の洗い出しと優先順位付け ① 自社ブランド製品の販売先となる小売店約100点を支援対象企業にてリストアップし、当該リストについてコーディネーターを中心にレビューを実施し、特に注力すべき小売店を選定
第3回	2025/2/27	1. 製品に関連した知的財産権についての情報提供 ① 特許庁より製品に関連した特許権・意匠権・商標権等を紹介 2. 小売店リストのブラッシュアップ 3. ブランディング戦略に関する支援 ① 自社ブランドをさらに発展させるための方策等についてコーディネーターからアドバイスを実施

株式会社RWの稲波様を講師として、デザイン経営・デザイン思考に関する講演・ワークショップを2/17(月)に開催しました

セミナー・イベント内容

- 日時：2025 年2 月17 日（月） 13:30-16:30
- 内容：講演・ワークショップ
- 場所：ウインクあいち18 階・セミナールーム



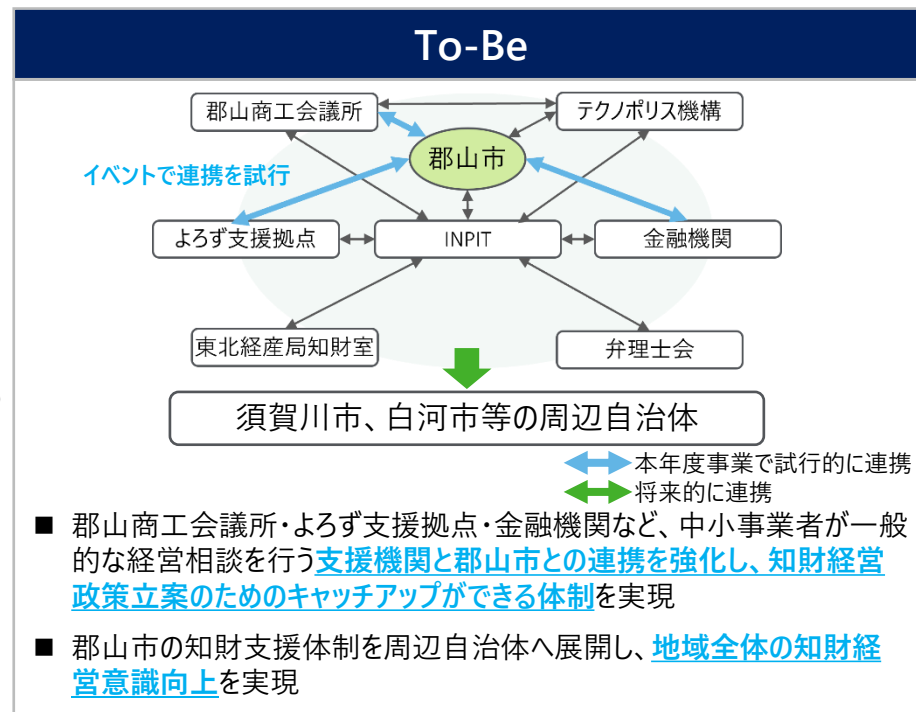
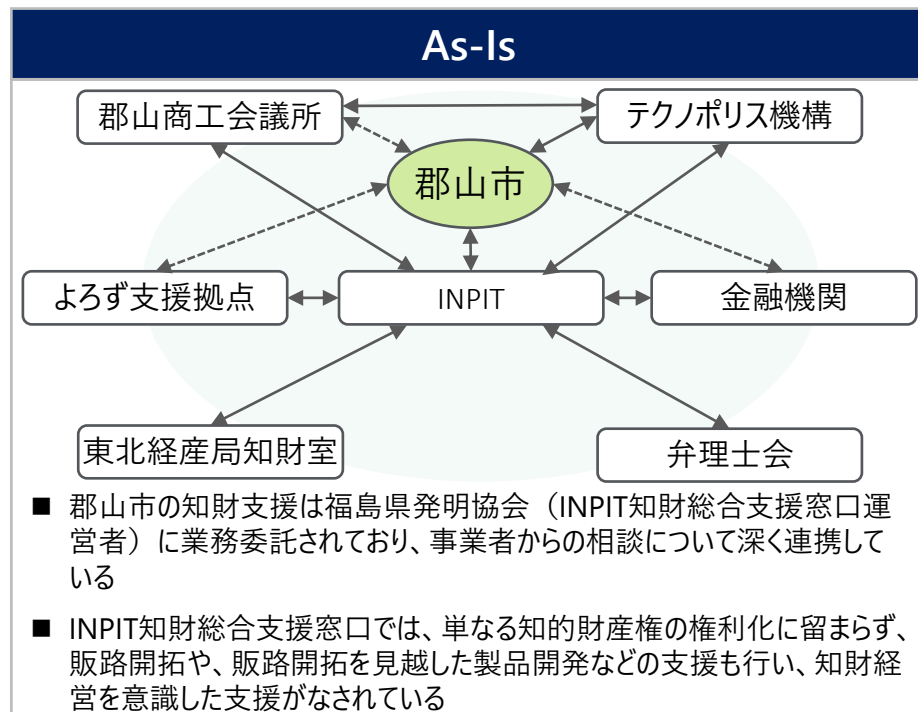
講師

- 株式会社RW
代表取締役社長
稲波 伸行 様
- 1975年三重県菰野町生まれ。
名古屋芸術大学美術学部デザイン科卒業。
大学卒業後、フリーランスとして独立。
デザイナーとして活動するだけでなく、流通会社の立ち上げや、地域コミュニティをつくるNPOの立ち上げにも参画。
2008年RW創業。
2012年より株式会社RWとして法人化。
企業や事業の価値の再定義に伴走し、ミッション、ビジョンの構築や、新規事業の立ち上げ、事業の運用までをサポートする。



郡山市では、INPIT知財総合支援窓口をハブとした知財経営支援が提供されており、本事業ではブランディング支援の事例紹介を通じて、他の支援機関との連携強化を図りました

知財支援における郡山市の現状・展望／本事業の位置づけ



本事業

■ 支援内容

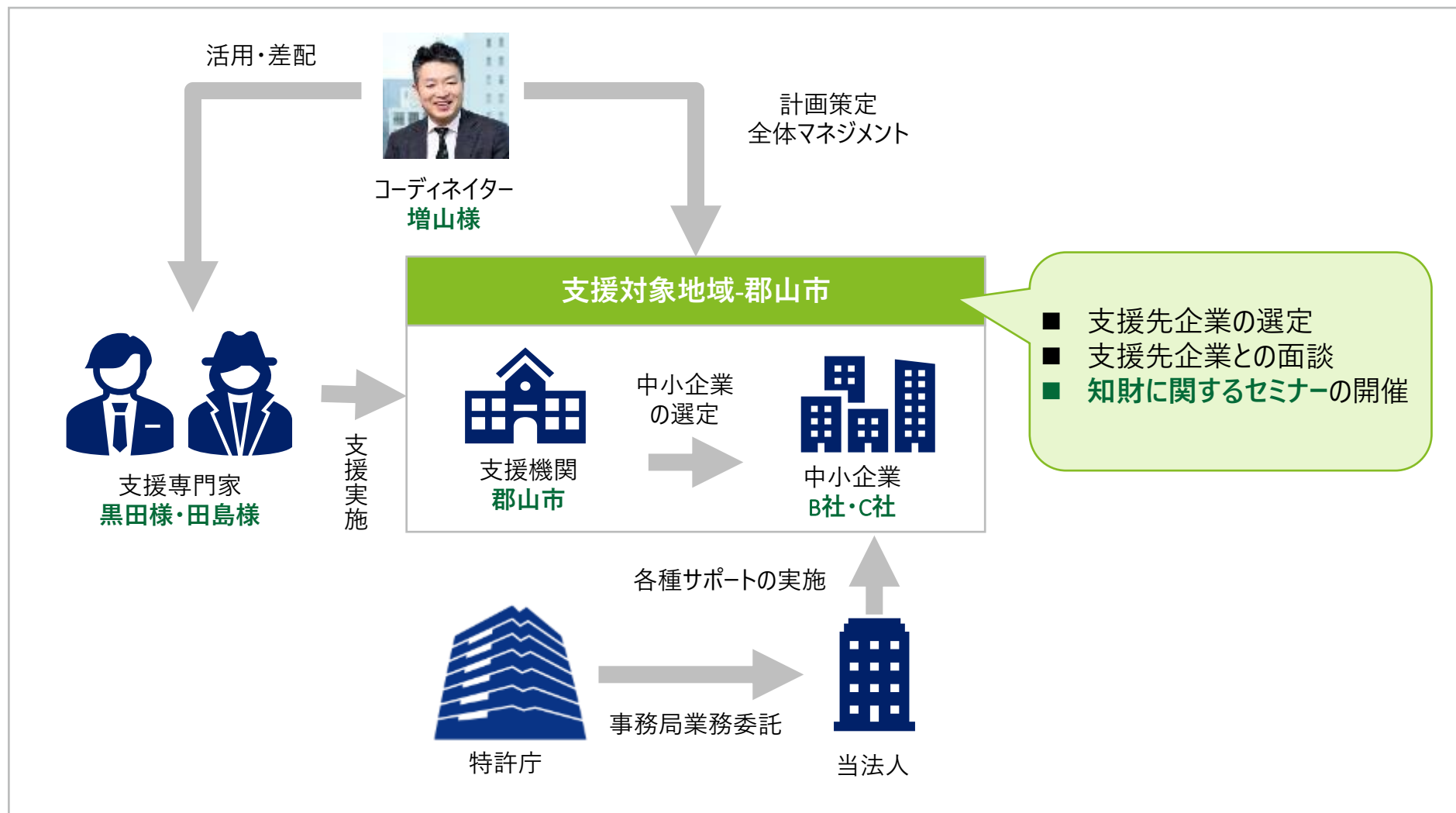
- 中小企業向けに知財経営に関する個社支援の実施
- 知財セミナーの実施

■ 期待される効果

- 専門家の助言により、事業者へ**知財経営意識が浸透**
- **ブランディングによる販路開拓の観点から知財経営支援を行い、その内容をイベントで紹介**することにより、一般的な経営相談を受ける支援機関へ**知財経営の視点からの支援を啓蒙**

郡山市では増山様にコーディネーターを務めていただき、支援専門家としては黒田様・田島様に参画いただきました

郡山市の支援体制



B社への面談支援では、購入者・使用者に向けたメッセージの切り分け等、直近の展示会に向けたブランディングの助言を行いました

支援計画

支援開始時の課題	■ ターゲット層のニーズ拡大という機会をとらえ、販路を開拓すること
支援終了時に目指す姿	■ 顧客の予算策定時期を踏まえ、展示会および顧客ヒアリングへの実施計画ができています ■ どのように販路を開拓していくか、ブランディングの視点も含めた計画ができています

支援内容

回数	日時	支援内容
1	2024/12/25	■ 現状把握及び支援方針に関する協議を実施 ➢ 顧客の予算策定時期を踏まえたアピール方法について議論 ➢ 権威の影響力利用、メディア活用、展示会活用に関する助言 ➢ 意匠登録出願の内容と、商品名やキャッチコピーの商標取得可否を議論
2	2025/1/20	■ 第1回面談の検討事項・進捗状況の共有 ➢ パンフレットのキャッチコピーについて議論 ➢ 顧客へのヒアリング結果について議論 ➢ 権威の影響力、メディア、展示会等の活用による製品のアピール方法について議論
3	2025/2/21	■ 展示会でのアピール方法に関する協議を実施 ➢ 展示会のパネル及びパンフレットについて、キャッチコピーや紹介文の議論 ➢ 商品名及びその商標取得について議論

c社への面談支援では、複数想定される販路の整理や、ビジネスモデル特許の解説を行い、営業の優先順位を付けるための助言を行いました

支援計画

支援開始時の課題	■ 製品の面積を使って情報が掲載できることを、第1の付加価値として打ち出すこと
支援終了時に目指す姿	■ 製品の活用フィールドについて、製品のメリットや原料素材を意識したストーリーが描けている ■ ストーリーに基づき、営業の優先順位を付けるためのヒントが得られている

支援内容

回数	日時	支援内容
1	2024/12/3	■ 現状把握及び支援方針に関する協議を実施 ➤ 製品へのキャラクター掲載、QRコードによる情報掲載、広告掲載等の利点や留意点を議論 ➤ 販路については、BtoBtoCやBtoCの形態が望ましいことを助言 ➤ 知財については、商標によるブランド化や、データ活用等で売れるための仕組みを作りビジネスモデル特許とすることを議論
2	2025/1/22	■ 第1回面談の検討事項・進捗状況の共有 ➤ c社の各種進捗状況についての議論 ➤ 原料仕入先の特許取得状況についてヒアリング ➤ ビジネスモデル特許についての議論 ➤ 複数の販路について議論し、営業の優先順位付けに向けた議論

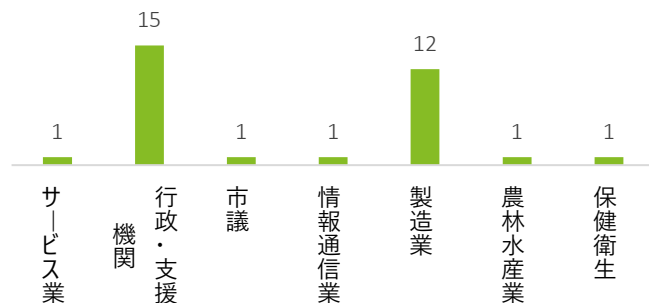
郡山市主催の知財セミナー内でパネルディスカッションを行い、事業者及び支援機関に対し て知財経営支援の重要性を周知いたしました

郡山市_知財セミナー

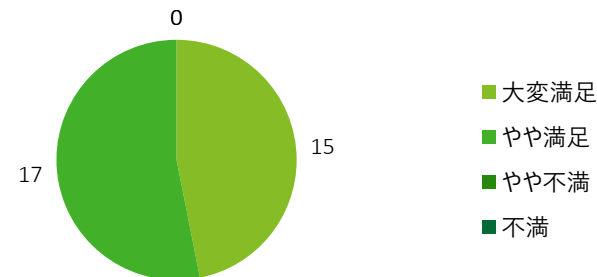
実施事項	■『郡山市知的財産活用推進セミナー』 ➢ パネルディスカッション モデレータ：増山様、支援機関：田島様、パネリスト：原様、B社、C社
議論の抜粋	■ 本事業における支援を受けての所感 ➢ B社：目の前のものづくりのことしか視野に入っていなかったので、販路や自社のアピール方法の視点をいただけたことが大きかった。 ➢ C社：ものづくりの視点だけでない幅広い専門家の知見が得られ、そこで得られた新たな知見がまさに知的財産そのものだと感じた。 ■ 今後知財活用を広げていくにあたって、あったらよい支援等 ➢ B社：知財制度が十分周知されていないように感じるので、もっと周知していただきたい。 ➢ C社：販路を実際に繋げたり広げたりしていただくなど、支援側も手を動かすような支援が望ましい。

来場者アンケート（回答率25.2%：回答32件／来場127件）

回答者の所属

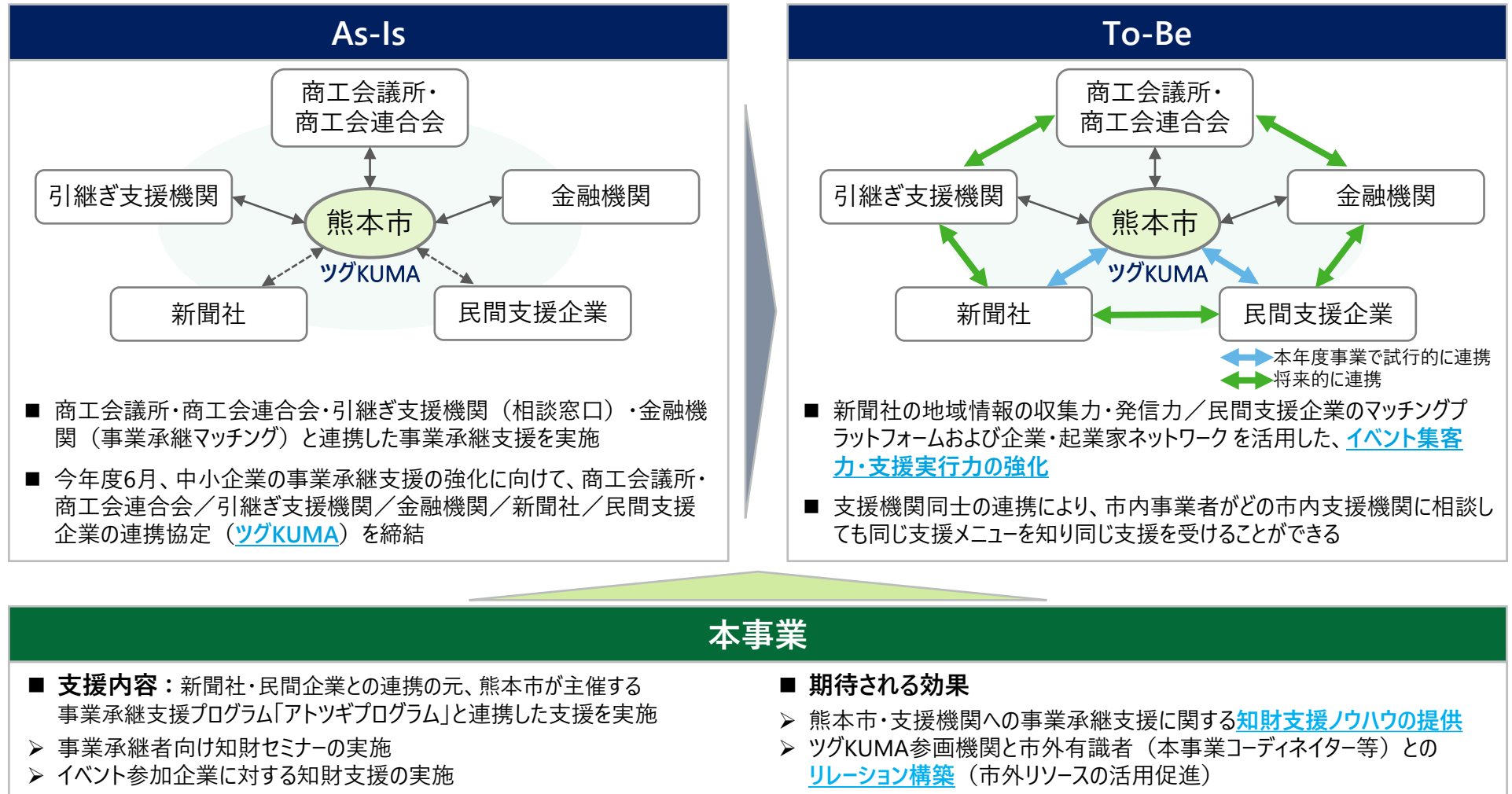


回答者の満足度



熊本市は事業承継に関するイベント集客力・支援実行力の強化に向けて支援機関連携を進めており、本事業では知財ノウハウの提供のほか市外リソースの活用促進を図りました

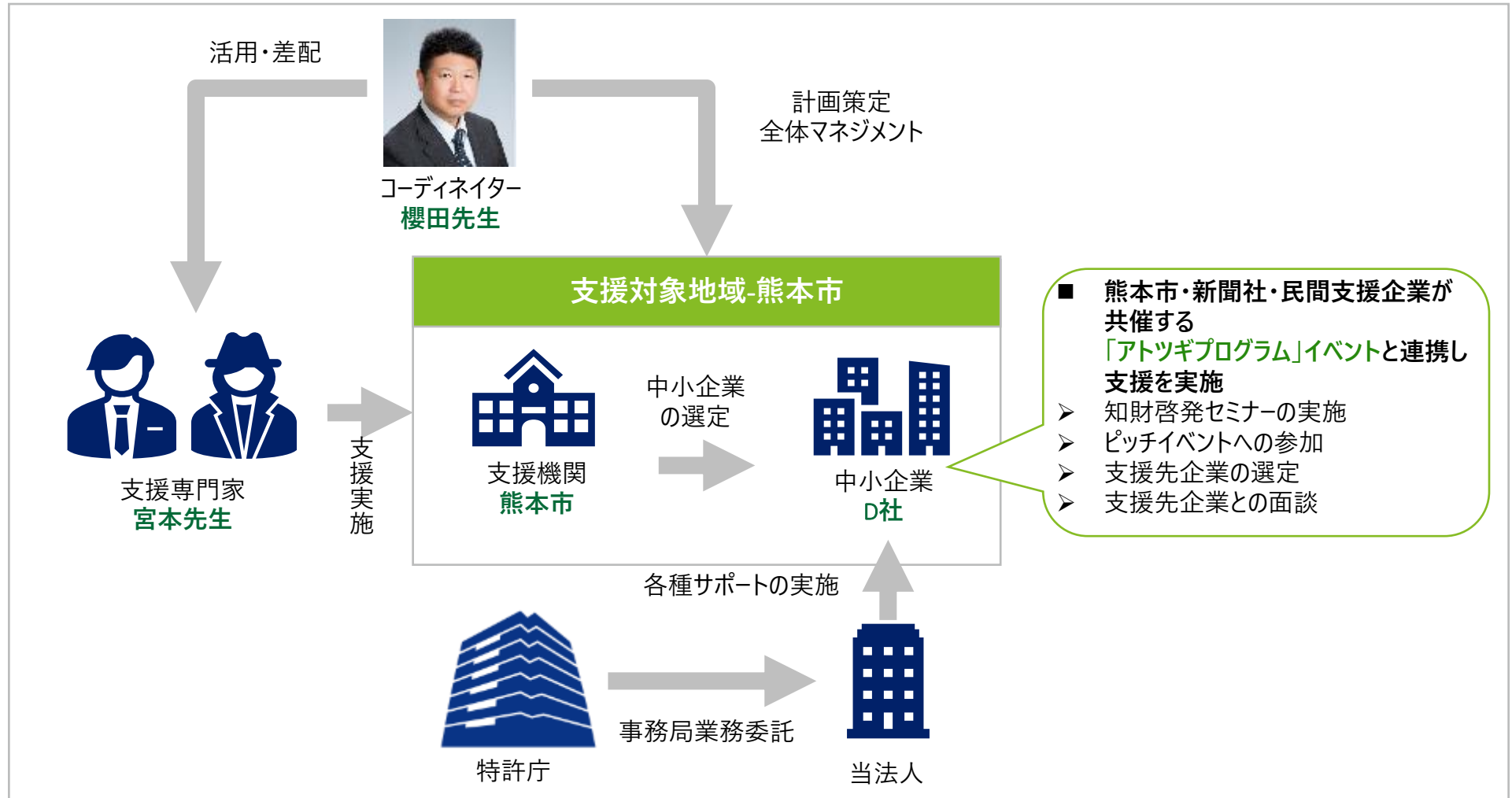
熊本市_事業承継支援における現状・展望／本事業の位置づけ



参照）熊本市_事業承継支援事業HP

熊本市の支援では、熊本市主催イベント参加企業を対象とし、 知財啓発セミナー・知財専門家による助言を実施しました

熊本市の支援体制



熊本市においては、複数の支援機関が共同運営するアツギプログラムと連携し、知財啓発セミナーの実施・伴走支援企業の選定を実施しました

アツギプログラムにおける支援機関連携・本事業での実施事項

□ 支援機関同士の連携

- 主催：熊本市
- 事務局：一般社団法人ベンチャー型事業承継
- 広報：熊本市日日新聞社

□ イベントスケジュール

7/31 WED 14:00 - 18:00	▶ キックオフイベント・講座A(発散 新規事業開発講座)
8/23 FRI 15:00 - 18:00	▶ 講座B(収束 意見交換会)
9/20 FRI 15:00 - 18:00	▶ 講座C(磨き上げ ピッチ前最終講座)
10月中	▶ 相談会・視察研修(任意参加)
11/8 FRI 13:00 - 18:00	▶ 最終発表会

本事業での実施事項

櫻田先生によるご講演
(知財啓発セミナー)

支援候補企業の
ピッチを聴講
→支援先選定につなげる

イベント参加企業であるD社を支援先として選定し、知財活用の意義について解説した上で、既存事業と新規事業の両立に向けた必要施策について助言を実施しました

D社_支援計画

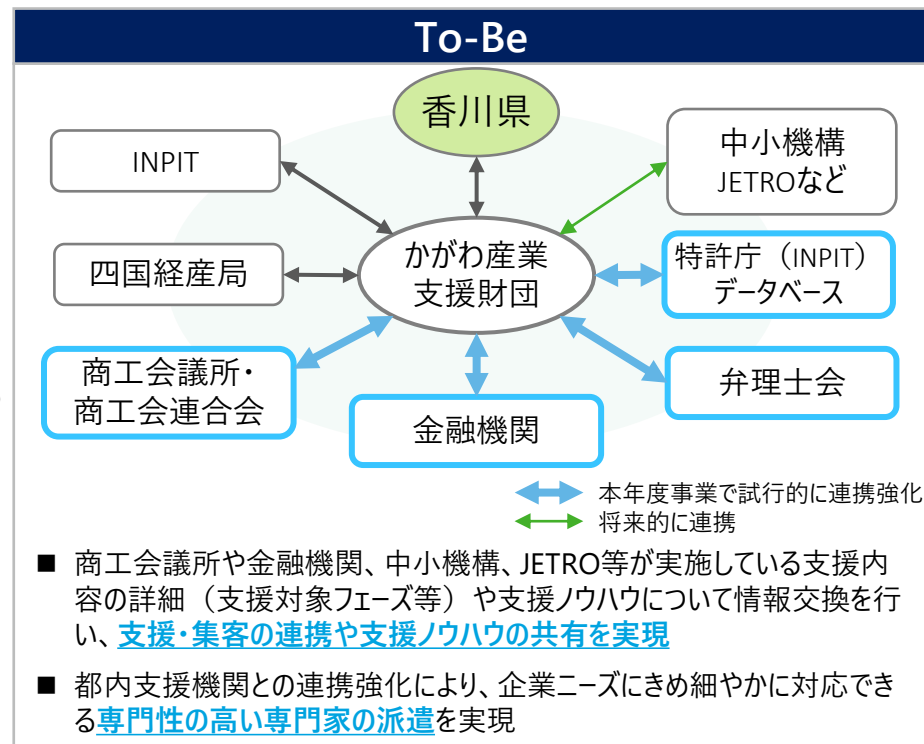
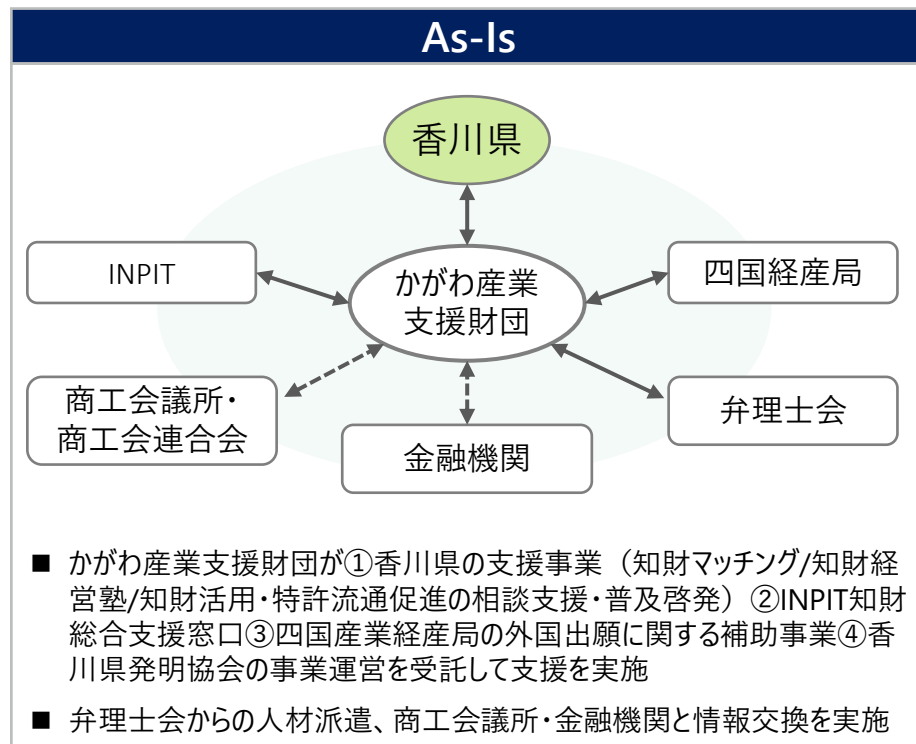
支援開始時の課題	■ 企業認知度と人材不足により、既存事業と新規事業の両立に課題を抱えている
支援終了時に目指す姿	■ 既存事業と新規事業の両立に必要な知財活用施策が整理できている

D社_支援内容

回数	日時	支援内容
1	2025/1/14	■ 事業内容・支援ニーズの概要を把握 ➢ D社から事業内容に関する説明を受け概要を把握 ➢ 本事業での支援ニーズについてヒアリングを実施
2	2025/2/3	■ 知財活用レクの実施（知財経営の基礎について解説） ■ 課題・支援ニーズに関するヒアリングの実施 ➢ 既存事業の継続性確保・新規事業本格化に向けた課題把握を目的としたヒアリングを実施
3	2025/2/13	■ 事業課題を再整理した上で、専門的助言を提示 ➢ ブランディング：商標の登録・活用により認知を広げることで、新規顧客開拓・採用活動につながる ➢ 採用活動：ブランディングを活用した採用活動を実施し、組織体制の整備・拡充につなげる ➢ 新規事業：技術内容・サービス内容の明確化、秘密保持契約締結準備、補助金利用による設備拡充、技術の権利化 ■ 今後の相談先として、熊本県内相談窓口を紹介 ➢ 経営支援の相談先として熊本県内の相談窓口（商工会議所・よろず支援拠点・INPIT等）、採用支援の相談先として民間支援企業を紹介

香川県では、多様な知財支援を提供しており、本事業では知財マッチング支援を通じて支援ノウハウの提供のほか支援機関や専門家とのリレーション構築機会を提供

知財支援における香川県の現状・展望／本事業の位置づけ



本事業

■ 支援内容：知財ビジネスマッチングに関する支援を実施

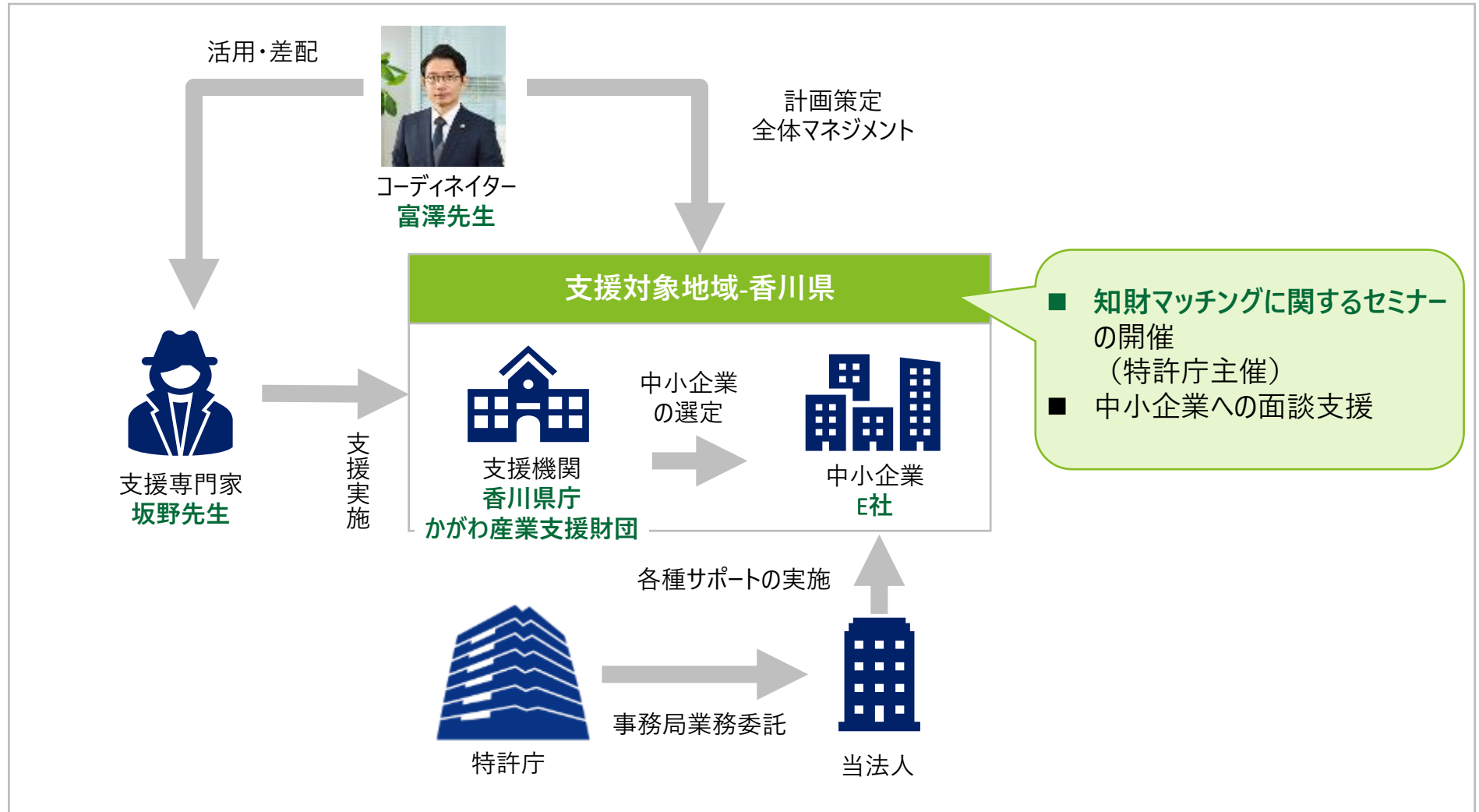
- 中小企業及び支援機関向けに知財ビジネスマッチングの基礎知識に関するセミナーを開催
- 中小企業向けに知財ビジネスマッチングに関する個社支援を実施

■ 期待される効果

- 支援機関に対する知財ビジネスマッチング支援に関する**支援ノウハウの提供**
- 支援対象機関（香川県、かがわ産業支援財団）に対して、他支援機関（金融機関等）や県外専門家（本事業コーディネーター等）との**リレーション構築機会の提供**

香川県では富澤様にコーディネーターを務めていただき、 知財ビジネスマッチングの活用をテーマとし支援を実施しました

香川県の支援体制



E社への支援では、開放特許の利活用に向けて計3回の面談を実施いたしました

E社_支援計画

支援開始時の課題	■ 開放特許活用ノウハウが不足している
支援終了時に目指す姿	■ 知財ビジネスマッチングの実施方法を理解し、開放特許の活用に関する戦略を明確に描けている

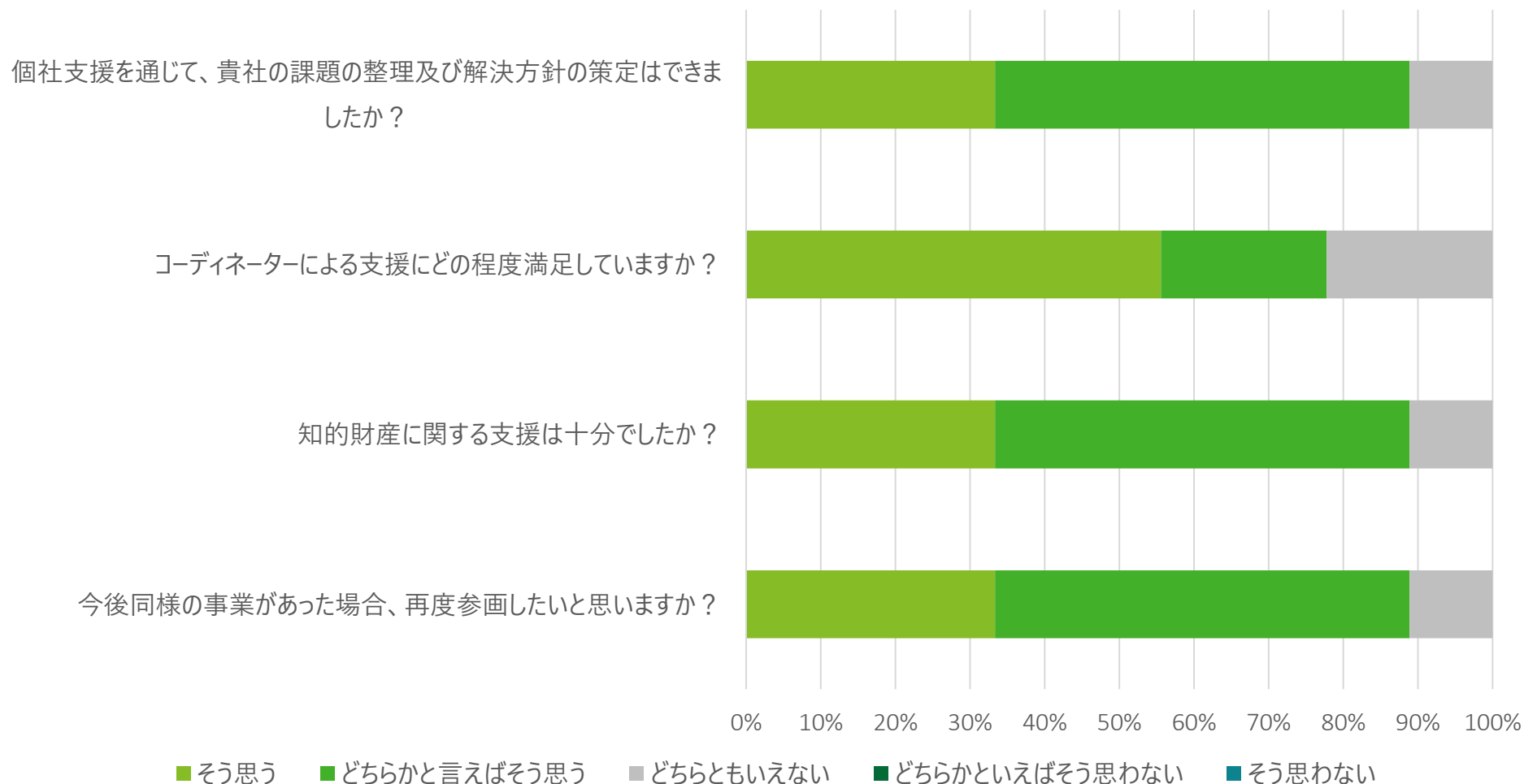
E社_支援内容

回数	日時	支援内容
1	2024/11/29	■ 今後の支援方針に関する協議を実施 ➢ X社開放特許 1 件、Y社開放特許3件を紹介し、E社側の興味を確認 → Y社開放特許に興味あり ➢ 開放特許の活用検討を目的としたアイデアソン（ワークショップ形式）を実施する（E社もアイデアソン実施に合意） ➢ テストマーケティング・資金調達の手段として、クラウドファンディングの活用を今後検討する
2	2024/12/19	■ Y社の開放特許の紹介（計5件の開放特許を紹介） ■ 開放特許を使用する場合の使用料の紹介
3	2025/2/14	■ E社社員向けに開放特許の活用に関する説明の実施 ■ Y社の開放特許を活用したアイデアソン（ワークショップ形式）の実施

アンケート結果

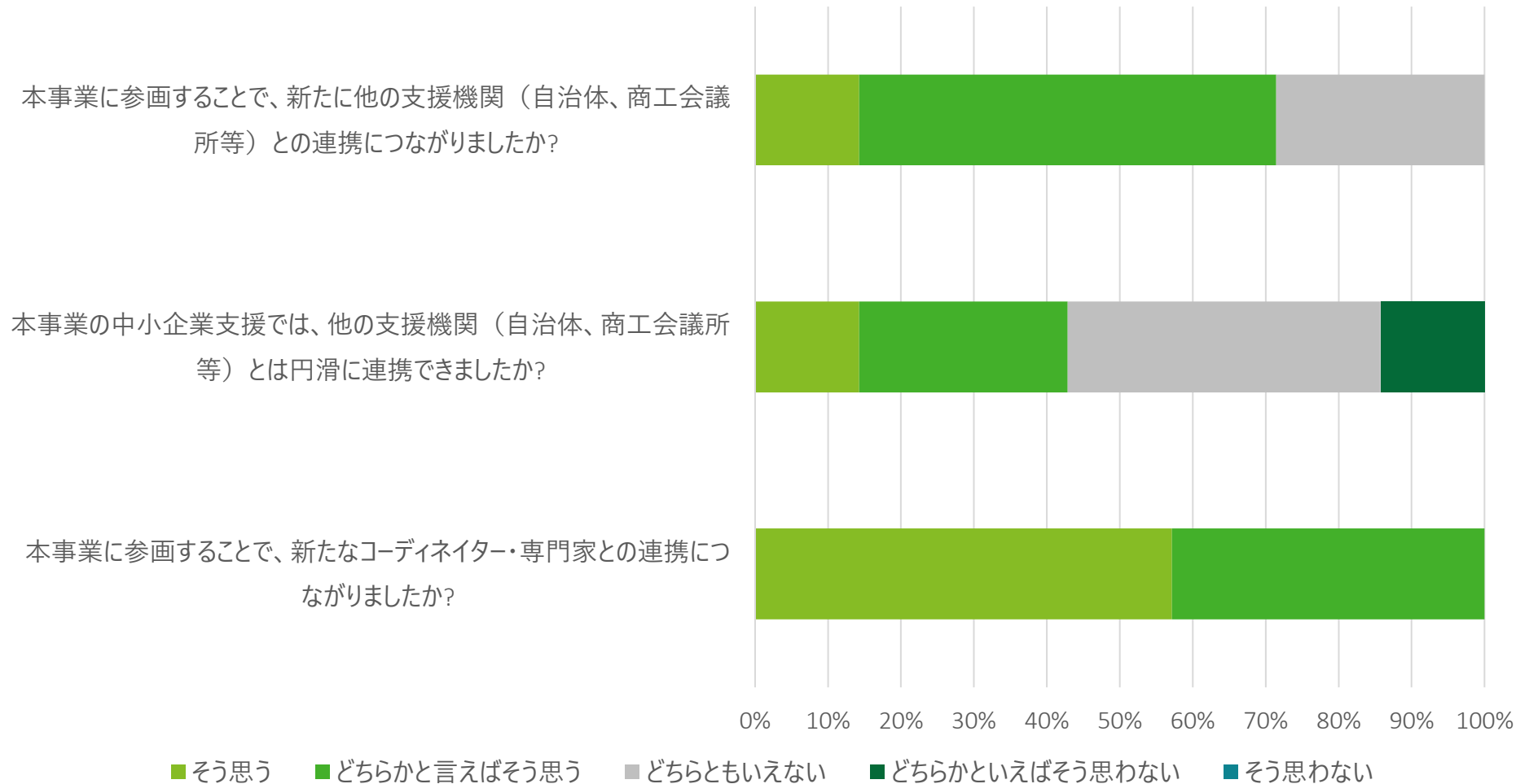
個社支援を受けた中小企業からは概ね満足の回答が得られています

中小企業向けアンケート結果



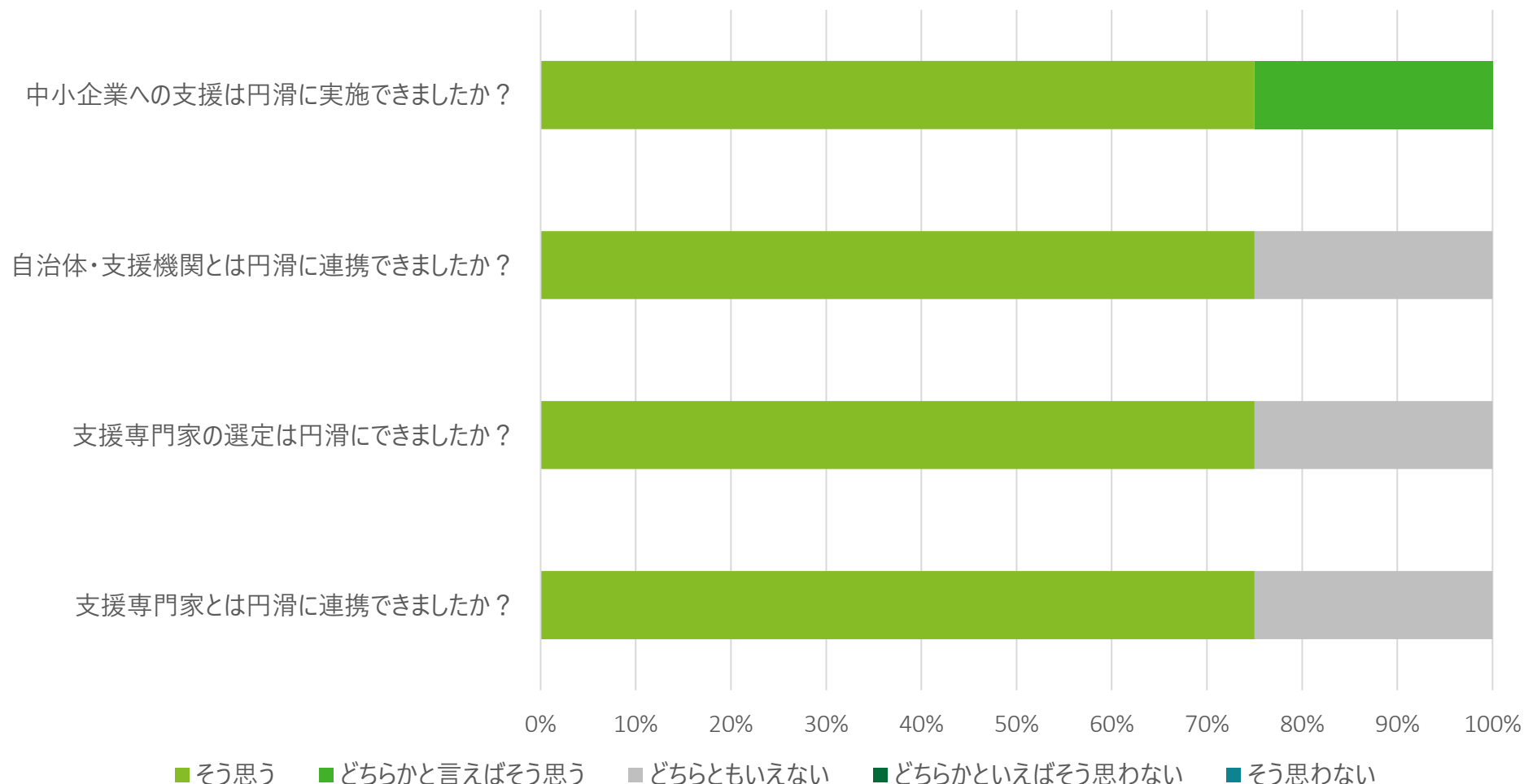
自治体・支援機関のアンケート結果を見ると、他の支援機関と新たな連携関係の構築につながったものの、円滑な連携関係構築にまでは至っていないように見受けられます

自治体・支援機関向けアンケート結果



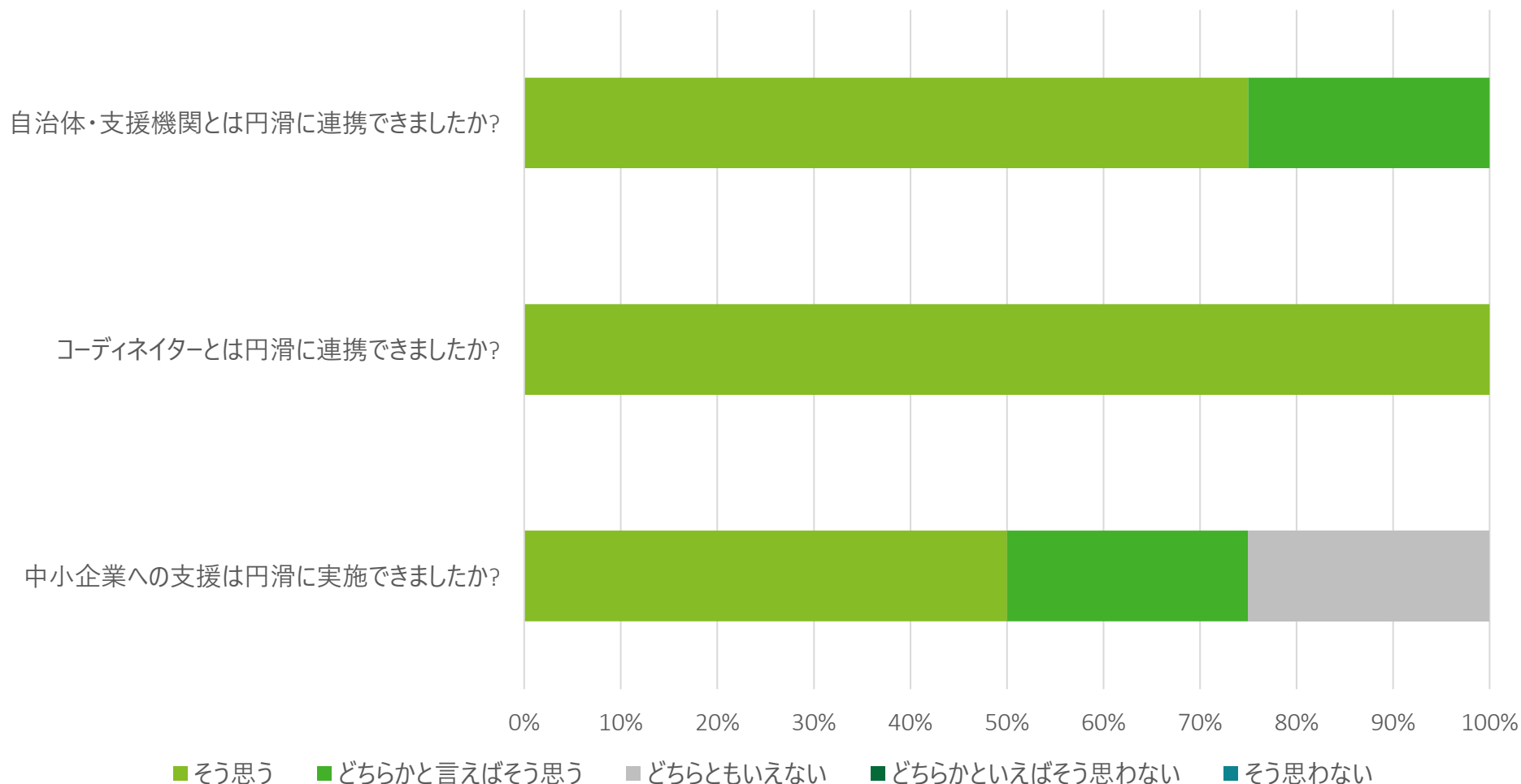
コーディネーターからは中小企業、自治体・支援機関、支援専門家と概ね円滑に連携できたとの回答を得ています

コーディネーター向けアンケート結果



支援専門家からは自治体・支援機関やコーディネーターとは円滑に連携でき、かつ、中小企業への支援も円滑に実施できたとの回答が得られています

支援専門家向けアンケート結果



仮説の検証

自治体等へのヒアリングを踏まえて打ち立てた仮説について一定程度確からしいとの検証結果が得られましたが、一部の仮説については更なる検証が必要です

仮説の検証結果

仮説	検証結果
各地域の実情に応じて 知財経営支援ネットワークの <u>コア機関</u> は異なる	今年度の支援地域では、コア機関が自治体である場合と、INPITである場合とがあった 自治体がコア機関である場合には縦割りの弊害で同自治体内でも協力を得づらい場合があり、INPITがコア機関である場合には知財関連団体以外から協力を得づらい場合がある等の課題が存在する
<u>自治体・商工会議所・中小企業支援センター等</u> が 中小企業支援における <u>中小企業とのインタフェース</u> として 機能することが知財経営支援には効果的である	一部の地域では自治体が中小企業のインタフェースとして機能し、個社支援やイベントに参加する企業の発掘が行われた 商工会議所や中小企業支援センターについては今年度はオブザーバー的参画に留まったため、今後更なる検証が必要となる
指定地域が <u>都道府県</u> の場合、 <u>市町村や域内の商工会議所等との連携関係</u> を 構築する必要がある	一部の都道府県では、市町村や商工会議所が個社支援にオブザーバーとして参加するなど、連携関係のきっかけ作りができ、今後それらの機関を通じた中小企業との連携が期待される 都道府県側から市町村や商工会議所に協力を依頼しても反応が遅れる場合や対応が困難な場合がある。人員確保等の観点から、予め前年度のうちから頭出しするなどの工夫が必要である。

今後の事業に向けた提言

各地域の知財経営支援は必須機関と任意機関とが連携して支援がなされ、各地域または中小企業への支援テーマを踏まえ任意機関をアサインする方策が考えられます

提言（支援体制について）

	分類	役割	候補となる支援機関
必須機関	コア機関	知財経営支援ネットワークの中心として活動する	- 自治体 - INPIT - 日本弁理士会
	中小企業との窓口的機関（インタフェース）	地域内の中小企業の課題・ニーズを収集する	- 自治体 - 商工会議所 - 中小企業支援センター
	知財支援機関	中小企業に対して知財支援を行う	- INPIT - 日本弁理士会
任意機関	その他の支援機関	テーマに応じた支援を行う	- 知財ビジネスマッチング：金融機関、中小企業診断士協会等 - 事業承継：事業承継支援センター - 販路開拓：商工会議所、中小企業支援センター - 資金面での支援：金融機関 - 海外展開：JETRO、中小機構、日本貿易保険 - その他：民間企業（システムベンダー、コンサルティング企業）、シェアオフィス・交流センター、大学研究機関、専門家事務所

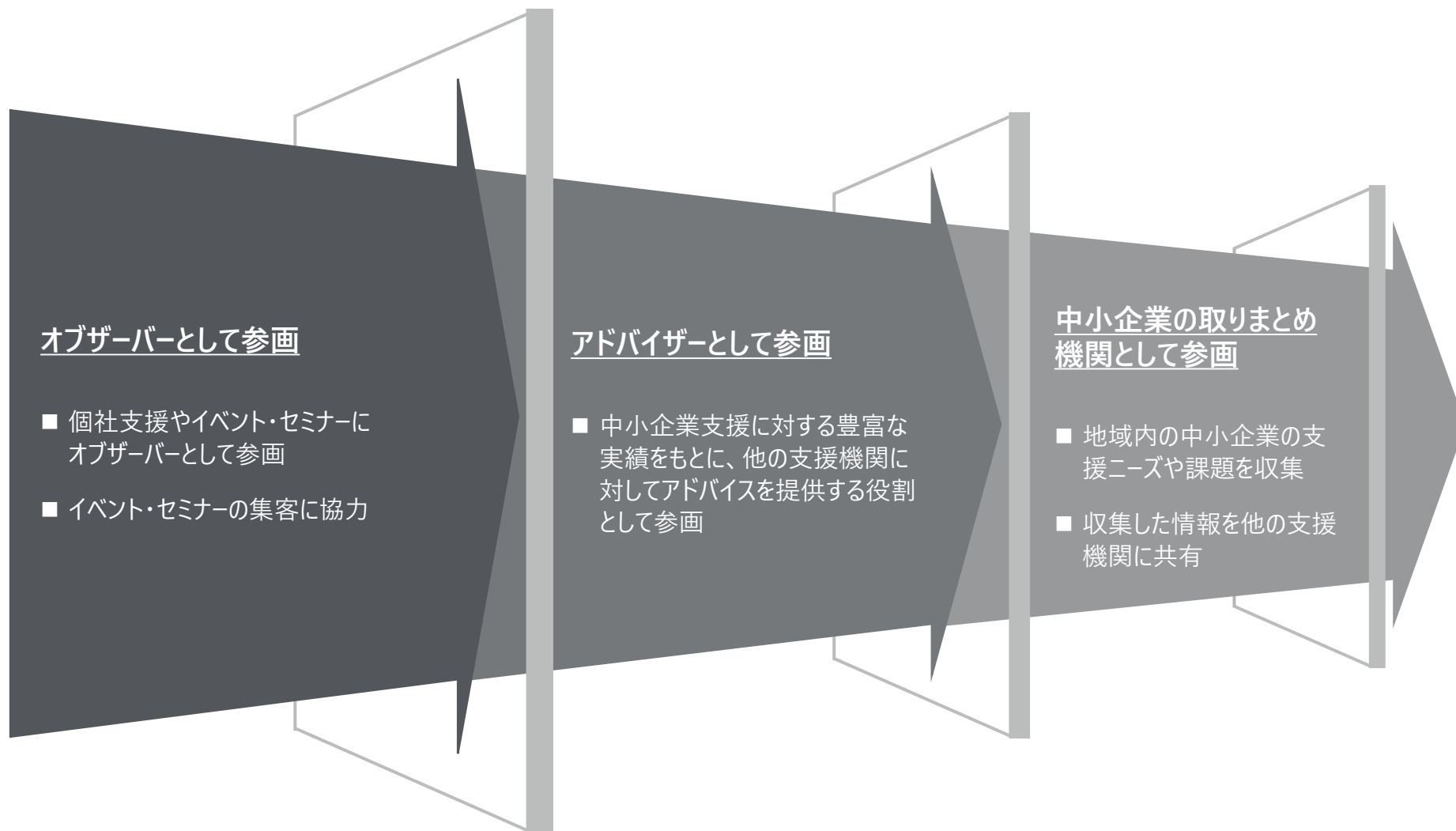
今年度実施したヒアリングや試行的支援の結果から、商工会議所の知財経営支援ネットワークへの参画に係る障壁・課題は主に4つに分けられると思料します

商工会議所の参画に係る障壁・課題

商工会議所側の課題	■ そもそも商工会議所の通常業務が逼迫しており、オブザーバー参加という形であっても、新たな会議体・伴走支援等に参加することが難しい
中小企業側の課題	■ 知財に対応する人材リソース不足 ➢ 中小企業にとっては目先の業務や運転資金が重要でありそういった意味で知財の優先順位は低い ➢ 知財マインド向上のためのセミナーを開催しても、知財に取り組む人材リソース不足により毎回集客にも苦勞し、裾野拡大になかなかつながらない
専門家側の課題	■ 地域に知財専門家が枯渇しており、中小企業から商工会議所に知財関連の相談があった際に斡旋できる人材が限られているまたはいない ➢ 中小企業から相談があるのは出願依頼よりもトラブル対応などのコンサル的業務 ➢ 出願の依頼があったとしても特許よりは意匠や商標 • 意匠・商標出願を対応可能な弁理士やトラブル対応可能な弁護士等の人材が地域に枯渇
知財相談窓口との連携の課題	■ 地域によってはINPIT等の知財相談窓口が非常に手厚い ➢ そのような地域では、知財に課題を感じている中小企業は商工会議所には相談せずに、INPIT等に直接相談する ➢ 逆にINPIT等の知財相談窓口から事業計画等の支援を商工会議所に依頼するパターンは少ない

知財経営支援ネットワークに商工会議所を巻き込むための3ステップを提示します

提言（商工会議所の知財経営支援ネットワークへの参画方策）



コーディネーター・支援専門家の今後の活用に向けて、 推奨される属性・運用・選定方法について提言します

提言（コーディネーターおよび支援専門家の活用について）



コーディネーターの活用

- 専門性・地域性：
事業承継・知財ビジネスマッチング・販路開拓等、支援テーマ・ニーズに対応した専門性を有していることが好ましい。コーディネーター自身が当該地域の地域性を有し、知財経営支援ネットワークのコアを成すことができることが好ましい。
- 権限：
試行的支援の差配、支援機関との連携等、コーディネーターによる広範な活動が実現されるためには、その裏付けとなる権限が適切に付与され、活動の自由度が認められる必要がある。



支援専門家の活用

- 知財経営支援ネットワークを構築・活用するという観点からは支援機関から支援専門家が派遣されることが好ましい
- 支援機関から支援専門家を適時・適切に派遣するためには、支援人材データベース等を作成し、所与の支援ニーズ・技術分野を選択すると候補者が提示されるような仕組みを構築する方法が考えられる。

個社支援・イベント開催におけるテーマ設定・運用方法について提言します

提言（支援内容について）



個社支援

- 今年度は各社の支援ニーズ・課題感を踏まえて支援テーマが設定されたが、中小企業の受け入れやすさや被支援企業の発掘しやすさを考慮すると、知財ありきではなく、中小企業が何を課題としているかを前提として支援テーマを設定し、そこに関連した知財支援を追加的に実行する方法も一案であると思われる。



イベント

- 各地域の中小企業に対して知財経営支援の普及・啓発を図る目的となり、デザイン思考や販路開拓等、各地域の支援テーマに即した内容で開催することが効果的であると思われる。
- 知財経営支援ネットワークの構築の観点からは、可能である場合には支援機関から講師を招聘することが好ましい。