



これからの時代の 知財戦略コンサルハンドブック

— 生成AI活用を念頭においた、専門家のノウハウ・マインドセットのアップデート —



鮫島正洋

内田・鮫島法律事務所 代表パートナー弁護士/
特許庁「知的財産コンサルティング実証調査研究」事業
有識者委員会 座長

特許庁が地域の中小企業に向けた「知財戦略コンサルティング」施策を実施してから20年以上が経過した。

その間、知財分野においては、IPランドスケープ、知財金融、デザイン経営などさまざまな手法が導入され、実務においても、生成AIの活用が不可欠となっている。

こうした環境変化を踏まえ、これまでに蓄積された知見を最大限に活用し、現代版の知財戦略コンサルティングをモデル化することが本プロジェクトの目的である。

本プロジェクトでは、7つのモデルケースを実施し、「知財戦略コンサルティング」のエッセンスを抽出した。

本プロジェクトが知財実務の新たな地平を切り拓き、日本の競争力向上に寄与することを願ってやまない。

「知的財産戦略コンサルティング」の定義、企業経営における6つの知財力

「知的財産戦略コンサルティング」とは、企業の**経営課題**を**知的財産的な手法**を用いて改善するためのコンサルティング

≠「知財」の課題を「知財」を用いて解決

6つの知財力と、経営への応用例

効果的な「知的財産戦略コンサルティング」を行うことで、中小企業が下記の知財力を経営の中で応用することができるよう、支援する

6つの知財力	経営への応用例	知財が発揮する価値
他との違いを「見える化」する力	競合分析実施時に知財情報分析を実施 知財の観点から競合他社の動向を把握し、自社の強みや競合優位性、今後注力すべき領域を見える化する	知財の観点からの分析により他社の最新の研究開発動向や技術トレンドを踏まえた戦略策定が可能に
従業員の「レベルアップ」を推進する力	評価項目の見直し 特許出願に報奨制度を設けるなど、知財開発の観点からも個々の社員の貢献を可視化し、適切なインセンティブを付与する	創作意欲が向上し、新規技術開発や新規知財の創出に寄与
競合他社に対する「競争優位」を確保する力	オープン・クローズ戦略の検討と、情報の秘匿や権利化 発見した自社の価値創造の源泉について、必要に応じて権利化（特許取得等）や営業秘密の秘匿を検討	知財を自社の財産として保護することで、自社の価値創造の源泉を競合他社に流出・模倣させないことが可能に
取引先との「交渉力」を高める力	技術的優位性の提示 取引先や金融機関に対して、知財の観点から自社の強みや技術的な優位性を示す	「産業財産権取得済」の事実自体を客観的に自社の技術的優位性や信頼性を示す材料としてPR可能
顧客にオリジナリティを「伝える」力	知財権を活用したブランドの確立 自社の強みや文化を示すロゴ・デザイン・商標等を作成し、知財として権利化する	ロゴやデザインを権利化することで、競合との違いをブランドとして可視化し、訴求できる
パートナーとの関係を「つなぐ」力	共同研究に際しての適切な契約締結 自社技術が協業先に悪用されないよう、共同開発契約等、知財の観点から適切な契約を締結の上、新規製品開発を行う	知財の権利関係を事前にパートナーと整理しておくことで、トラブルの抑制が可能

はじめに なぜいま、知財支援人材において「マインドセット」「ノウハウ」のアップデートが必要なのか？

中小企業を取り巻く環境の変化および生成AIの登場に伴い、
知財支援人材に求められるケイパビリティにも変化が求められている

中小企業を取り巻く環境の変化



- ・ 大企業からの垂直的な下請け構造に基づき、技術力が高く品質の良いものをより安く販売するビジネスモデル
- ・ しかし、物価上昇に伴う原材料・人件費の高騰におけるコスト転嫁が難しいことや、グローバル競争環境において品質がコモディティ化し、参入障壁構築型の経営戦略にも限界が来ている
- ・ また、社会や消費者も「品質が良く安い」という以外の、多様な価値を受容する価値観へと変容している
- ・ 中小企業自身が、各社ごとにこれからの経営スタイルを模索していく必要がある

→ 各社に個別に **寄り添う** 重要性の高まり

生成AIの出現：知財実務の変化



- ・ 大規模LLMの登場により、生成AIの技術レベルが格段に向上
- ・ 形式知化・定型業務化された業務は生成AIの活用のメインターゲット
- ・ 知財実務は特に、特許などの産業財産権制度に伴う公開情報など、形式知化された情報が豊富に入手可能な領域であり、業務・使い方によっては人間が対応するよりも「高速かつ精度の高い対応」が実現されてしまう

→ **非形式知** を扱う重要性の高まり



中小企業の変化に **寄り添い**、**非形式知** を扱える、コンサルティング的支援ができる知財支援人材が求められる

本書は
こんな方に
おすすめ！

これからの時代においても、中小企業にとって価値のある知的財産コンサルティングを提供したい方
本書では、時代の変化に対応し、これまで培ってきた知財の専門性を活かして、支援をアップデートしたい方向けのヒント（ノウハウ・マインドセット）を提示

目次

	目次	主な記載内容	
1章	イントロダクション 本書の狙い	• 本資料公開に寄せて (特許庁「知的財産コンサルティング実証調査研究」事業 有識者委員会座長メッセージ)	p. 2
		• 「知的財産戦略コンサルティング」の定義、企業経営における6つの知財力	p. 3
		• なぜいま、知財支援人材において「ノウハウ」「マインドセット」のアップデートが必要なのか？	p. 4
		理想の中小企業経営支援のあり方	• 理想的な中小企業支援のあり方
2章	「ノウハウ」「マインドセット」の紹介 —生成AIが進展する時代の人間の役割—	• 生成AIの特徴を踏まえた知財実務の変化	p. 7
		• これからの知財支援人材に求められる「ノウハウ」「マインドセット」	p. 9
3章	ケース紹介 — コラム — 参考資料	• 今年度支援事例について、各支援事例で特に特徴的に表出した「ノウハウ」「マインドセット」の紹介	p.11
		• コラム1「アトツギベンチャー×海外展開 知財支援の最前線」	p.16
		• コラム2「知財支援における生成AI活用の現在地」	p.17
		• 知財戦略コンサルティングの留意点 — 「ここがポイント！知財戦略コンサルティング～中小企業経営に役立つ10の視点～」より—	p.18
		• 理想的な中小企業支援を実現する2つの支援アプローチ — 知財支援アプローチ、デザイン経営アプローチ —	p.23
		• 中小企業支援に資する特許庁政策をさらに知りたい方へ	p.26

理想的な中小企業支援のあり方

中小企業

これからの時代に求められる、理想的な中小企業経営のあり方

自社の強みや個性を生かすことで、社会から求められる「独自の価値」を持続的に提供できている状態

- ここで言う「独自の価値」とは、自社の存在意義を表す、個社特有のもの
 ...技術的な強み、事業の背景にあるストーリーや価値観、などが中心



知財支援人材

理想的な中小企業経営を実現する、理想的な中小企業支援のあり方

顧客に寄り添い、その強みや個性を言語化することで、「独自の価値」を顕在化させる柔軟な支援

- そのためには、これまでの支援内容をケース分析し当てはめていくアプローチだけではなく、各社の個別の状況を的確に理解し、様々な支援内容を組み合わせたり、これまでのやり方に捉われない新しい支援内容を検討するといった対応が求められる

知財支援人材のそういった柔軟な対応をサポートするため、知財経営支援におけるケースとしての「支援内容」ではなく、「マインドセット」「ノウハウ」に着目した整理を行い、「マインドセット」「ノウハウ」が発現した例として、「支援事例」を紹介する

これからの知財支援人材に求められる「ノウハウ」と「マインドセット」 －生成AIが進展する時代の人間の役割－

生成AIの特徴と知財実務の変化

旧来の知財実務は、生成AIを活用することで下記のような変化が起きつつある

- ① 生成AIの活用においては、生成AIの処理の対象となる「インプット」として、得たい「アウトプット」に対し適切な情報を与えることが重要となる。この「インプット」情報として、まだ言語化されていない各企業の情報や経営者の考え、思いなどの「非形式知」を引き出し、言語化し与えることが求められる
- ② 公開されている形式知を基にした、膨大な情報の整理・レポートは生成AIが得意とするタスク。生成AIの活用により、多くの「アウトプット」が出てくるが、その情報を精査し、目的に応じて取捨選択し、意思決定や判断に活用するというタスクが重要になる



知財実務の変化に対応し、効果的な知財支援を行うための
「ノウハウ」「マインドセット」が求められる

→ [次頁参照](#)

これからの知財支援人材に求められる「ノウハウ」と「マインドセット」

－生成AIが進展する時代の人間の役割－

求められる「ノウハウ」「マインドセット」

今後は、知財支援人材には、下記のような役割に応じた「ノウハウ」「マインドセット」が求められる



ノウハウ

① ヒアリング力

形式知となっている内容だけではなく、まだ言語化・整理されていない「非形式知」を、支援先から「引き出す」力

② コミュニケーション力

生成AIが出したアウトプットを活用するために、その内容を精査し、支援先の文脈や状況に合わせて知財に関する支援内容についてわかりやすく「伝える」力

③ アクセラレート力

調査結果や方針を伝えるだけではなく、その内容を支援先の具体的なアクションに落とし込み、支援先自身によるアクションの実行を「促進」する力



マインドセット

① 柔軟性

各社の個別状況や、生成AIをはじめとする有効な技術トレンドにキャッチアップし、自分自身が変わっていくことへの積極性

② 成長の手段としてのAI活用

AI活用による効率化を踏まえ、自分の検討や判断をアップデートする。自身の専門分野を軸足としつつ、専門分野以外にも越境し、真に支援先に求められる効果的な支援を提供する態度を持つ

③ 「寄り添う」姿勢

対応すべき戦略や方針について一方的に示すのではなく、経営者の孤独や不安に寄り添い、共に考える。本音を引き出す信頼関係を築く

これからの知財支援人材に求められる「ノウハウ」と「マインドセット」

ノウハウ

- 支援を効果的に進めていくために、求められる「手法」「コツ」
 → 生成AI時代には、より「非形式知」の取り扱い、「コミュニケーション」の重要性が高まるため、下記「ノウハウ」が重要になる

ノウハウの種別	#	ノウハウ	ノウハウの具体的な内容	参考) 主な支援事例
ヒアリング力 非形式知を「引き出す」力	1	知財ではなく、「経営・事業」を切り口とした会話	<ul style="list-style-type: none"> 「特許はありますか？」といった知財の話ではなく、「なぜこの事業を始めたのか?」「どこに苦労して投資したのか?」「現状の経営課題は?」という経営・事業の物語から入る 事業ドメイン、事業パートナーとの役割分担、今後の研究開発・事業展開の方針など、客観的な視点でビジネスモデルの全体像を把握する バリューチェーンの中で知財に関わるポイントを特定した上で、知財の話始める 	豊実精工 (事例1)
	2	徹底した事前準備と仮説に基づく議論	<ul style="list-style-type: none"> 最大限、各企業の「非形式知」を引き出すべく、公開情報などの「形式知」から企業の仮説(強み、課題、注力分野)を構築して面談に臨む 具体的な仮説をぶつけ、議論を深める 	セキネシール工業 (事例2)
コミュニケーション力 知財に関する支援内容について「伝える」力	3	資料を用いた構造的な説明	<ul style="list-style-type: none"> 各回の打ち合わせの位置付けや議題、支援の内容について、資料を用いて認識を合わせながら説明する 	ニッケンかみそり (事例3)
	4	「翻訳」と「脱・専門用語」	<ul style="list-style-type: none"> 専門用語を使わず、経営者の言葉(売上、利益、シェア、競合、安心感など)で知財の意義を語る 	育葉産業 (事例4) モールドモデル (事例5)
アクセラレート力 支援先自身によるアクションの実行を「促進」する力	5	カスタマイズ	<ul style="list-style-type: none"> その企業の技術の特長、規模、風土、リソースに併せて、知財アクションを設計する。 	育葉産業 (事例4)
	6	複数シナリオの提示	<ul style="list-style-type: none"> 絶対解を押し付けず、「A案(独占)、B案(開放)、C案(ハイブリッド)」のように選択肢を示し、経営者の意思決定を支援する 	豊実精工 (事例1)

これからの知財支援人材に求められる「ノウハウ」と「マインドセット」

マインドセット

- 「ノウハウ」を実践するために求められる「心構え」

#	マインドセット	ノウハウの具体的な内容	参考) 主な支援事例
1	柔軟性	生成AIをはじめとする技術トレンドや、様々な新たな支援手法に対し、前向きに接しキャッチアップする 中小企業の状況にも個別に柔軟に対応する	—
2	成長の手段としてのAI活用	AI活用による効率化を踏まえ、自分の検討や判断をアップデートする 自身の専門分野を軸足としつつ、専門分野以外にも越境し、真に支援先に求められる効果的な支援を提供する態度 を持つ	セキネシール工業 (事例2)
3	「寄り添う」姿勢	対応すべき戦略や方針について一方的に示すのではなく、経営者の孤独や不安に寄り添い、共に考える 本音を引き出す信頼関係を築く	ニッケンかみそり (事例3)

深く技術を理解し、支援先に寄り添った複数の知財戦略を検討

ヒアリング力

アクセラレート力

支援先：豊実精工株式会社（岐阜県、機械加工・表面处理） | 支援者：澤井 周 弁理士（アルト特許事務所/株式会社アルトIPコンサルティング 弁理士）

支援において特に生かされたノウハウ・マインドセット

Point 1

ノウハウ：知財ではなく、「経営・事業」を切り口とした会話

前提となる、対象商材（技術）および支援先企業の事業について、
ヒアリング・ディスカッションを丁寧に実施

- 今回は知財戦略支援ではあるものの、全3回の支援のうち第2回までは、知財戦略方針よりも、研究開発状況や事業課題に関するヒアリングに時間を割いて実施。
- 対象商材を研究開発した経緯や、技術的な特徴、想定される活用用途、競合プレイヤー・技術の状況や競合優位性について、仮説を基に問いかけを繰り返し、状況を把握。
- その結果、今回の商材のビジネス展開において、権利化を行うべき部分、ノウハウとして秘匿すべき部分、およびライセンススキームと連携したブランド構築戦略まで、技術的な特徴に応じた有機的な知財戦略を検討することができた。

Point 2

ノウハウ：複数シナリオの提示

ビジネスモデル、価格設定について、
その背景と併せて複数パターンを用意し、ディスカッションにおいて提示

- ビジネスモデルについては、装置自体の販売、ノウハウを含めたライセンススキームなど、技術を最大限生かした上で模倣などを防ぐことができるビジネスモデルを幅広く検討。価格設定においては、それまでの支援において支援先から引き出した情報を踏まえ、競合技術のターゲティングと、ターゲティングを踏まえたポジショニング案を複数提示。
- その結果、支援先が把握している顧客からのニーズやフィードバックも情報として整理され、効果的なビジネスモデル・価格設定の検討に繋がった。

支援内容紹介

• 支援先の経営課題

- 対象商材のビジネスモデル、ライセンススキーム、価格戦略検討
- 上記に基づいた、オープン・クローズ戦略の検討

• 主な支援内容

- 対象商材の技術的特徴、現状の研究開発状況、今後のビジネス展開の見通しと論点と想定している内容について、支援先にヒアリング
- 想定顧客を想定し、当該顧客が想定している対象商材の活用を念頭に置いたビジネスモデル・契約スキームの検討
- 上記に基づいた知財戦略、ライセンススキームの検討
- 今後のビジネス展開を見据え、研究機関との共有特許についての、要検討・対応事項の整理

• 今後の展望

- 研究開発の最終段階として、製品としての販売が可能な段階まで開発を進める
- 上記と並行して、今回の支援内容に基づいた知財戦略、ビジネスモデルの構築。契約交渉などの知財アクションの実行

支援において特に生かされたノウハウ・マインドセット

Point 1

ノウハウ：徹底した事前準備と仮説に基づく議論

徹底した事前準備で幅広い選択肢を示すことで支援先の新たな発見を引き出す

- 支援先は、新規事業の実施のため今後研究開発を行うべき事業領域の探索に際して、参入すべき事業領域や協業先の解像度を高める支援を必要としていた。
- 今回の支援では、支援前に毎回徹底した事前調査を行い、100ページ近い資料を仮説として示しつつ議論を行った。協業先候補となる技術や素材について幅広い選択肢を提示した上で議論を行うことで、事業者の強みや新規事業の進め方について新たな発見や深掘りのきっかけが生まれ、支援先が注力しやすい事業領域を絞り込むことができた。
- また、協業先候補の連絡先や論文掲載先を提示し、支援先が次の行動を起こしたくなる仕掛けを組み込んだ。

Point 2

マインドセット：成長の手段としてのAI活用

AIを活用して事前に「形式知」を収集しておくことで、現場では仮説ベースの議論と「非形式知」の収集に注力可能

- 事前にAIを活用して公開情報などの「形式知」から企業の仮説（強み、課題、注力分野）を構築して面談を実施。現場では仮説ベースで突っ込んだ議論が可能に。
- また、現場を実際に見学し言語化されていない情報（非形式知）をヒアリングすることで、支援先も言語化できていなかったより本質的な強みや課題等を把握することができ、結果として事業者が実際に「一步を踏み出せる」支援が可能になった。

支援内容紹介

- 支援先の経営課題
 - 10～20年後を見据えた新規事業の検討
- 主な支援内容
 - 新規事業を企図した背景や新規事業の位置づけ、タイムライン等のヒアリング
 - 支援の方向性やリサーチ内容について説明
 - 協業先候補のリストを基に議論を行い、今後さらに深掘りをすべき分野について議論
 - 上記の議論を踏まえ、特定分野（技術/素材等）についてさらに深掘りをした協業先候補を提示
 - 上記リストを基に、支援者が今後アプローチすべき先について議論
- 今後の展望
 - 新規事業を行うにあたっての協業先・分野・連絡先の一覧資料を示し議論を行ったことで、今後事業者側で本格的な取組内容を議論・決定した上で実際に協業先へのコンタクトを開始できる状態にもっていくことができた
 - 今後は支援先側で協業先候補にコンタクトを行い、研究開発を進めていく

支援先：ニッケンかみそり株式会社（岐阜県、剃刀製造） | 支援者：鮫島 正洋 弁護士（弁護士法人内田・鮫島法律事務所 代表パートナー）

支援において特に生かされたノウハウ・マインドセット

Point 1

ノウハウ：資料を用いた構造的な説明

各回の支援では、支援の流れ・アジェンダ・支援内容のポイントを端的に図やイラストを用いてとりまとめた資料を活用

- ・ 全3回、各回90分という限られた支援時間を有効活用するため、毎度の支援において、口頭の説明だけでなく、資料を準備。加えて、一週間程度前に支援当日のアジェンダを支援先に事前送付。
- ・ 各回の支援の全体像やゴールについて、支援先との間で共通認識を持つことで支援機会を円滑に推進。加えて、複雑な説明になりやすい契約スキームのパターンやPCT出願に伴う意思決定ポイントとスケジュールの関係性などについては、生成AIで作成した図やイラストを効果的に用い、視覚的に理解しやすい工夫がされており、支援先の理解を促進に寄与した。

Point 2

マインドセット：「寄り添う」姿勢

支援先の多様な事業課題を丁寧にヒアリングし、事業戦略の全体像を整理した上で、支援先の意向に沿って海外展開戦略、知財戦略を整理

- ・ 現状の機械自体を販売するのみのビジネスモデルでは今後大きくマネタイズしていくことは難しいという事業課題を踏まえ、支援先の本来の技術的強みである替え刃に注目した事業戦略をディスカッションを通して構築。替え刃部分を保護していくための知財戦略、及び、支援先の競争力の維持・強化に資する製造委託先や販売代理店との契約戦略を提案するなど、支援先に寄り添った支援を展開。
- ・ 支援においては、支援先の直近の関心事項などから会話を始めることで、支援先と目線合わせを行い、より課題感を把握しやすくしていた。

支援内容紹介

- ・ 支援先の経営課題
 - 既に公知となった技術に対する知財戦略の検討
 - 海外展開を見据えた包括的な知財戦略の構築
 - 海外生産・販売におけるビジネスモデル・契約戦略の構築
- ・ 主な支援内容
 - 対象商材（ぶどう巻つる処理機）の現状の性能、価格設定、国内外での需要、知財に関する状況のヒアリング
 - 事業戦略と連動した知財戦略の全体像の整理
 - 基礎出願、PCT出願内容のレビュー
 - 知財戦略の全体像を踏まえた、今後の権利化戦略の検討
 - 海外展開に伴う製造委託契約、販売代理店契約に関する基本的事項のご説明、検討
 - ブランディング、ネーミングに関する検討
- ・ 今後の展望
 - 意匠権の活用や改良発明を用いた権利化
 - 海外での現地視察などのマーケティングを踏まえた、海外展開先の検討、販売代理店の探索
 - 上記と並行してPCT出願の国内移行先の選定

支援において特に生かされたノウハウ・マインドセット

Point 1

ノウハウ：「翻訳」と「脱・専門用語」

知財に関する取組によるメリット・価値を多面的に説明

- ・ 支援先は「知財戦略について何かしら対応が必要であり、重要である」という認識はあるものの、具体的に知財活動に取り組むことによって、自社の今後のビジネスにおいてどのような価値があるかについては、解像度が低いまま、今回の知財支援に応募していた。
- ・ 上記の状況を受け、共同研究における発明の帰属の整理の重要性や、対応しない場合のリスクケースについても、支援先の共同研究開発状況を整理した上でその状況に沿って説明を実施。技術を独占するという面以外で、特許権取得によることによる信頼性の向上などのメリットについても説明を実施し、多面的にわかりやすく、知財戦略の必要性・重要性を伝えることで理解を促進した。

Point 2

ノウハウ：カスタマイズ

まだ確立されていない技術に対する、将来的な知財戦略検討ポイントをカスタマイズして提示

- ・ 今回の支援時点において、支援先が取り組む「みつばの有機水耕栽培」は、技術やノウハウが確立されておらず、研究開発の途上であった。
- ・ そのため、支援先が想定している研究開発プロセスをヒアリングした上で整理し、各プロセスにおいて、知財や契約において気を付けるべき、検討すべきポイントとその背景を事前に整理し、対応すべきタイミングにおいて、機動的に対応できるよう支援を実施。

支援内容紹介

・ 支援先の経営課題

- － 今後、開発予定の有機水耕栽培技術のビジネス展開におけるビジネスモデル、知財戦略の検討

・ 主な支援内容

- － 現状の研究開発状況、今後の研究開発タイムライン想定ヒアリング
- － 知財戦略の必要性・重要性についてのご説明
- － 有機水耕栽培に関連する先行技術、先行特許に関する調査結果のご共有
- － 今後の研究開発タイムラインに沿った、知財戦略の検討ポイントの整理
- － 秘密保持契約（NDA）、共同研究開発契約について、「OIモデル契約書」（特許庁）をもとにタームシート案の整理

・ 今後の展望

- － 研究開発による有機水耕栽培技術の確立が先行するが、そのプロセス中に行われると想定される共同研究開発段階から、知財マネジメントの考え方を、今回の支援を基に整理し、対応していく
- － 技術が確立された後は、その技術を権利化・ノウハウとして秘匿することで、ライセンスビジネス等のビジネスモデルでの展開を検討する

支援において特に生かされたノウハウ・マインドセット

Point 1

ノウハウ：「翻訳」と「脱・専門用語」

事例も併せて伝えることで、支援先の理解を促進

- 支援先はこれまで特許を出願した経験がなく、特許出願にあたって必要な論点やプロセスについて、解像度を高める支援を必要としていた。
- 支援先に対して、専門用語を用いた説明に閉じず、他社の事例や過去の経験を例として挙げて丁寧な説明を行った。これにより、特許の初学者であっても、特許を出願する意義や、ノウハウを公開することによる論点について具体的にイメージできるようになった。
- また、上記で説明した論点を、支援先に当てはめた場合に想定されるケースとして翻訳することで、自社の課題や強みに引き寄せて議論を行うことができ、同社が取り組むべき方向性が明確化した。

支援内容紹介

• 支援先の経営課題

- 既存事業の工法の特許出願要否の検討
- 新規事業実施時における、ライセンス契約を含む留意点の整理

• 主な支援内容

- 支援先の事業課題のヒアリング
- 既存事業の工法の特許化に向けた論点の整理
- 今後実施可能性のある新規事業に関して、共同開発を実施する際に留意すべき点について、知財の観点からアドバイスを実施
- ライセンス契約締結時の留意点についてアドバイス

• 今後の展望

- 本事業では既存工法の特許化に向けて留意すべき論点を整理し、事業者が実際に特許出願するにあたっての道筋を提示した。今後は支援先側で、適宜出願に向けた書面整理を進めていく。
- またライセンス契約を実際に締結し、新規事業を進めていく。

アトツギベンチャー×海外展開 知財支援の最前線

「生成AI時代の知財コンサルに求められる力とは—アトツギベンチャー×海外展開の支援事例を交えて—」開催レポート

特許庁は、知的財産戦略コンサルティング実証調査研究事業で得られた成果や知見を広く共有するため、2026年3月10日、オンラインイベントを開催した。その中からトークセッション「支援事例紹介」のレポートをお届けする。

登壇者

■ 弁護士法人 内田・鮫島法律事務所
代表パートナー弁護士 鮫島 正洋氏
(写真左)

■ ニッケンかみそり株式会社 常務取締役
熊田 征純氏 (写真右)



成熟産業の技術転用 —農業課題の解決と海外需要

岐阜県関市で72年続かみそりメーカーのアトツギである熊田氏は、「既存市場の成熟化・コモディティ化に強い危機感を抱いていた。」と語る。そこで「切る技術」を農業分野へ転用し、ブドウ農家の重労働を解消する電動工具「ぶどう巻つる処理機」を開発。国内で約1,000台を販売するヒット商品となった。

転機となったのは、使用した農家が投稿したSNS動画だ。これが世界中で話題となり、予期せず海外からの問い合わせが殺到した。しかし、海外展開の経験がない同社にとって、各国の知財保護や契約形態は未知の領域であった。熊田氏は、「何から手を付けるべきか、課題の解像度が低い状態が問題であった。」と当時の心境を振り返る。

消耗品ビジネスを守る 「意匠権」と「契約」の防衛網

今回の支援は、知財面、および法務面、の両面で展開された。

同社のビジネスモデルについて「本体販売ではなく、継続的な『替刃（消耗品）販売』で収益を上げるモデル」であると両氏は同意する。しかし、製品は既に販売済み（公然実施状態）であり、替刃部分の特許取得は新規性の観点から困難な状況だった。そこで鮫島氏が提案したのが、既に行っていたPCT出願を活用し、分割出願と変更出願を組み合わせることによって「意匠権」を獲得する戦略だった。「特許を活用した権利化が難しい場合でも、独特な形状や配置を意匠権で保護することで、模倣品の排除は可能」と鮫島氏はいう。

契約戦略については、製造面と販売面において、類型を比較しながらレクチャーする支援を行った。製造面では、「製造受委託契約」と「ノウハウライセンス契約」の違い、今回採用する「製造受委託契約」の「タームシー

ト」のポイントをわかりやすく説明した。販売面では、販売代理店契約の3つの類型を整理した上で、代理権を販売代理店に付与し、代理店がニッケンかみそり株式会社名義で契約を行う「代理権付与型」についても解説した。鮫島氏は、「代理権付与型であれば、現地の農家の声を吸い上げ、次の改良や知財戦略に活かすサイクルを作ることが可能である。」と説いた。



▲「ぶどう巻つる処理機」
(トークセッション使用時資料より)

海外出願の「選択と集中」

海外出願の際に、避けては通れない検討ポイントとして、「出願先の国をどのように選定するか？」という論点がある。今回の支援ではどのように検討したのだろうか。

ブドウの主要な生産地を持つ国はすべて市場になると言っても過言ではない「ぶどう巻つる処理機」だが、1カ国あたり100万円程度の出願費用を要するとも言われる中で、全方位

的な展開は難しいと熊田氏は語る。そこで、ワイン生産量が多く、かつ販売代理店の確保が見込める「勝てる市場」に絞り込む戦略的判断が有効であると鮫島氏は説明した。

ビジネス全体を俯瞰する視座と、 「MADE IN 関」の未来

最後に、今後支援を受けて感じた点と今後の中小企業支援に求められる専門家の在り方が語られた。

熊田氏は、「支援を受ける側はピンポイントで知りたい情報を求めてしまうが、部分的ではなく全体的な背景を理解していただいた上での支援が重要であると感じた。」と語る。これに対し鮫島氏は、「クライアントのピンポイントな質問に答えるだけなら生成AIでも可能だ。」と指摘する。「専門家の真の価値は、背景にある事業全体を俯瞰し、クライアント自身も気づいていない潜在的な課題を言語化することにある。」と述べ、ビジネスコンサルティングとしての知財支援の重要性を説いた。

熊田氏は「かつては、家業や地元と距離を置いていたが、戻ってきたからこそ、関市の刃物産業の価値に気づくことができた『MADE IN 関』の機械が世界中で活躍する姿を夢見て、今後も挑戦を続けたい」と力強く語った。鮫島氏も「地域産業を盛り上げるアトツギの成功は、日本の競争力向上に直結する」とエールを送り、対談は幕を閉じた。

知財支援における生成AI活用の現在地

「生成AI時代の知財コンサルに求められる力とは—アトツギベンチャー×海外展開の支援事例を交えて—」開催レポート

特許庁は、知的財産戦略コンサルティング実証調査研究事業で得られた成果や知見を広く共有するため、2026年3月10日、オンラインイベントを開催した。その中からトークセッション「生成AI×知財コンサルの現在とこれから」のレポートをお届けする。

登壇者

- TechnoProducer株式会社
代表取締役 CEO 楠浦 崇央 氏 (写真左)
- 株式会社アルトIPコンサルティング
弁理士 澤井 周 氏 (写真右)

プロが生成AIを使う価値は
「スピードの向上」

両者はまず、知財コンサルティング実務における生成AIの活用について共有した。澤井氏は、特許出願における明細書作成や中間処理といった定型業務において、生成AIが高い精度のアウトプットを生成可能であり、不可欠なツールとなっているという。楠浦氏

も、調査業務における圧倒的な時間短縮効果を指摘し、両氏は生成AI活用の本質的価値がコスト削減よりも「スピード向上」にあるとの見解で一致した。

澤井氏によると、これまでなら一か月程度の期間を要していた調査が、生成AIを活用することで一週間程度で分析・報告まで完了できるケースもあるという。大幅な効率化により、調査結果を踏まえた顧客とのディスカッションまでを含めたPDCAサイクルが圧倒的に速くなっていると説明する。楠浦氏も「スピード感が生まれることで、生まれた余力で次のことができる。それにより、プロの価値をより多くの人に届けられるのではないか。」と応じ、同意した。

顧客の「深い」情報を「速く」
引き出し、支援に繋げる

続いて、生成AIによって創出された時間や余力を、知財支援人材がどのような付加価値に転換していくべきか、について話題は移った。両者は、生成AIが公知情報に基づく作業を得意とする一方、クライアントがまだ整理できていない課題や考え、思いを引き出す「言語化」にこそ、人間ならではの価値がシフトしていくと話す。

「重要なのは、特許出願やビジネスモデル構築の前提となる、『技術の強みは何か』『事業課題は何か』といった内容を、まだクライ

アントの中で整理されていない状態から会話を通していかに引き出していかか」とであると澤井氏は言う。楠浦氏はクライアントの考えを言語化するため、本格的な特許情報調査の前に予備調査を実施し、その結果を例示として活用しながら会話することも多いという。予備調査自体が生成AIの活用により大幅に効率化され、クライアントとのコミュニケーションも迅速にできるようになったと話す。

情報をいかに「深く」、「速く」、引き出すか。加えて、必要に応じて生成AIをそのために効果的に活用できるか。それが今後、専門家にとって重要なスキルになるだろう。

人間に改めて求められる
「寄り添う」役割

生成AIによって、大幅に効率化されたり、あるいはこれまでの人間が担っていたタスクが代替されていくことが想定される中で、これからの知財支援人材には、どのような役割が求められるのだろうか。

澤井氏は「時代が一周し、いわゆる顧客に徹底的に寄り添う『御用聞き』的役割の専門家が求められるのではないかと述べた。クライアント自身も生成AIを日常的に活用しているが、特に知財などの専門性の高い分野において、アウトプットの正確性を判断することは難しい。専門的な知見を基に、信頼できる判断を提示することが求められている。

加えて、生成AIは基本的に批判的な応答をしない傾向がある中で、「専門家としてクライアントのことをよく理解し、時には厳しいことも言う」という人間ならではの価値もあるという。「そのためには、この人を信頼できると思ってもらうことが重要」と澤井氏は話す。楠浦氏も、クライアントは時には厳しさを求めているという点に同意し、「例えば、クライアントとのコミュニケーション用チャットをすぐに開設し、リアルタイムで相談事項などに対応するスピード感を重視している。そういった蓄積が信頼関係や伴走的な支援に繋がる」と述べた。

生成AIにはできない、クライアントに「寄り添う」支援。知財の専門性を有していることを前提に、さらに信頼関係を築き、寄り添うことができるコンサルタントとしてのマインドセットをしっかりと持つことが求められていると言えるだろう。

生成AI活用時には、
セキュリティ確保、顧客説明を

生成AIを活用する場合は、データの再学習禁止設定などのセキュリティ面を確保した上で、事前にクライアントに対して丁寧に説明することが重要だと両氏は説明する。クライアントの社内規定などに抵触しないかといった点も含め、データの取り扱いには注意を払った上で、生成AIを効果的に活用し、付加価値の高い知財支援をぜひ実現いただきたい。

知財戦略コンサルティングの留意点

「ここがポイント！知財戦略コンサルティング～中小企業経営に役立つ10の視点～」より

- ・ 効果的な知財戦略コンサルティングを行う前提となる、知財戦略コンサルティングの基本プロセスごとの留意点を下記にて提示
- ・ 本書で紹介している「ノウハウ」「マインドセット」に加えて、適宜参照されたい

Step1. 現状分析

- ・ 企業の現状と課題を把握するためのヒアリング、調査、分析

#	対応事項	実施上のポイント
1	ヒアリングの開始	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一般的なビジネスの話（経営環境、業績、経営戦略）から始める。 ・ 競争力の源泉が知財と関係すると判明した時点で、技術開発・知財の話に移行する。 ・ 和やかな雰囲気を作り、経営者との垣根を低くする。 ・ 事前に調査した情報（例：製品と特許の不一致）から仮説を立てて質問する。 ・ 創業理念や会社の設立趣旨をヒアリングする。
	事業内容・投資内容の把握	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中期計画や事業計画について質問し、会社の方向性を把握する。 ・ 客観的視点で事業モデル（キーファクター、収益モデル等）を正確に把握する。 ・ 製品分布や過去の取扱商品も含め、事業ドメインの定義を確認する。 ・ 「どのような発明か」ではなく「どのような事業に投資しているか」をヒアリングし、経営課題に沿った知財課題を設定する。 ・ 今後の研究開発計画を時間軸や投資額と共にヒアリングする。 ・ ビジネスモデルの全体像（誰と協力し、どう販売するか等）まで含めてヒアリングする。
	経営課題と知財の関係の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「脱下請け」などの経営課題に対し、自社の強みを客観的に把握できているか確認する。 ・ 商品開発プロセスにおける知財の位置づけや予算の組み方を確認する。 ・ 経営情報から経営課題を読み取り、その中から知財で解決できる課題を抽出する。
	経営者の知財理解度の確認	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営者が特許やノウハウ管理の目的・効果を実質的に理解しているか確認する。 ・ 特許への期待が過大でないか確認し、必要であれば現実的な効果を説明し意識を合わせる。 ・ 経営者が「知的財産（知的資産）」をどのように解釈しているか（権利か、ノウハウや仕組みも含むか）を確認する。
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社長の立場（創業者か後継者か等）や企業の歴史も踏まえて質問する。 ・ 事業承継は知財を見直す良い機会であるため、その際の実績を確認する。

知財戦略コンサルティングの留意点

「ここがポイント！知財戦略コンサルティング～中小企業経営に役立つ10の視点～」より

- ・ 効果的な知財戦略コンサルティングを行う前提となる、知財戦略コンサルティングの基本プロセスごとの留意点を下記にて提示
- ・ 本書で紹介している「ノウハウ」「マインドセット」に加えて、適宜参照されたい

(つづき) Step1. 現状分析

- ・ 企業の現状と課題を把握するためのヒアリング、調査、分析

#	対応事項	実施上のポイント
2	特許調査・ パテントマップ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業が保有する特許・ノウハウを棚卸し、製品の競争力とどう結びついているかを客観的に確認する。 ・ 調査やマップ作成は、短期的な事業との関係での提案と、長期的な社内体制構築の提案を区別して行う。
3	ヒアリング結果の 整理・分析	<ul style="list-style-type: none"> ・ 投資している事業と特許・ノウハウ管理の関係を明確にし、知財活動のアウトライン（出願体制、情報管理、人材育成等）を設定する。 ・ その業界における特許・ノウハウ管理の実質的な目的や効果を確認する。 ・ ビジネスモデルの全体像を整理し、競争力のコアとなる部分を保護するための調査ポイントを特定する。 ・ 経営課題から知財で解決できる課題を抽出し、支援テーマを設定する。

知財戦略コンサルティングの留意点

「ここがポイント！知財戦略コンサルティング～中小企業経営に役立つ10の視点～」より

- ・ 効果的な知財戦略コンサルティングを行う前提となる、知財戦略コンサルティングの基本プロセスごとの留意点を下記にて提示
- ・ 本書で紹介している「ノウハウ」「マインドセット」に加えて、適宜参照されたい

Step 2. 事業・技術開発戦略の分析（再検討）

- ・ 現状分析を基に、企業の戦略再構築をサポートする

#	対応事項	実施上のポイント
1	既存事業の知財状況の顕在化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 開発テーマを短期・中期・長期に分け、出願特許を予算や件数で統計化し、事業と知財を客観的に結びつける自己分析ツールを提供する。
2	発明の抽出時期と内容の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品開発プロセスの後半で抽出された発明は上位概念が忘れられがちのため、過去の出願資料で確認・検証する。
3	具体的な業務との連動	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「知財活動のための活動」を避け、具体的な業務と直結した形で知的財産活動を行う。
4	客観的な分析の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特許調査やパテントマップを用いて、同業他社との力関係やSWOT分析などを実行し、担当者と議論しながら自社を客観的に見つめる機会とする。

知財戦略コンサルティングの留意点

「ここがポイント！知財戦略コンサルティング～中小企業経営に役立つ10の視点～」より

- ・ 効果的な知財戦略コンサルティングを行う前提となる、知財戦略コンサルティングの基本プロセスごとの留意点を下記にて提示
- ・ 本書で紹介している「ノウハウ」「マインドセット」に加えて、適宜参照されたい

Step 3. 知的財産戦略の策定

- ・ 定まった事業や研究開発の方向性を踏まえ、具体的な知財の保護・活用に関する戦略・方針を決定する

#	対応事項	実施上のポイント
1	重点分野の決定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業が投資している事業を重点的にカバーできる戦略を立案する。 ・ 経営課題の解決を重視し、戦略提案の際は複数案を提示するなど工夫する。 ・ 開発投資や設備投資の計画から重点分野を確認し、出願分野にメリハリをつける。
2	市場や競合関係を前提とした戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市場の競合状況（成熟度、企業数など）に応じて知財の活用方法を変化させる。 ・ 「特許をどう出すか」だけでなく、特許以外の手段（物理的保護、契約等）も含め、競争力のコアをどう保護するかを考える。 ・ 特定の分野・製品で「トップになる」ことを目指す経営戦略に知財戦略を連動させる。 ・ 海外展開に際しては、コア特許の取得から有力な販売パートナーとの提携といった戦略も検討する。
3	その他の戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社内の経験・知識が効率的に共有されるような社内体制を立案する。 ・ ノウハウが流出する原因（人の離職等）とその防止方法（技術の明文化、製造装置の工夫等）を会社全体で俯瞰して考える。

知財戦略コンサルティングの留意点

「ここがポイント！知財戦略コンサルティング～中小企業経営に役立つ10の視点～」より

- ・ 効果的な知財戦略コンサルティングを行う前提となる、知財戦略コンサルティングの基本プロセスごとの留意点を下記にて提示
- ・ 本書で紹介している「ノウハウ」「マインドセット」に加えて、適宜参照されたい

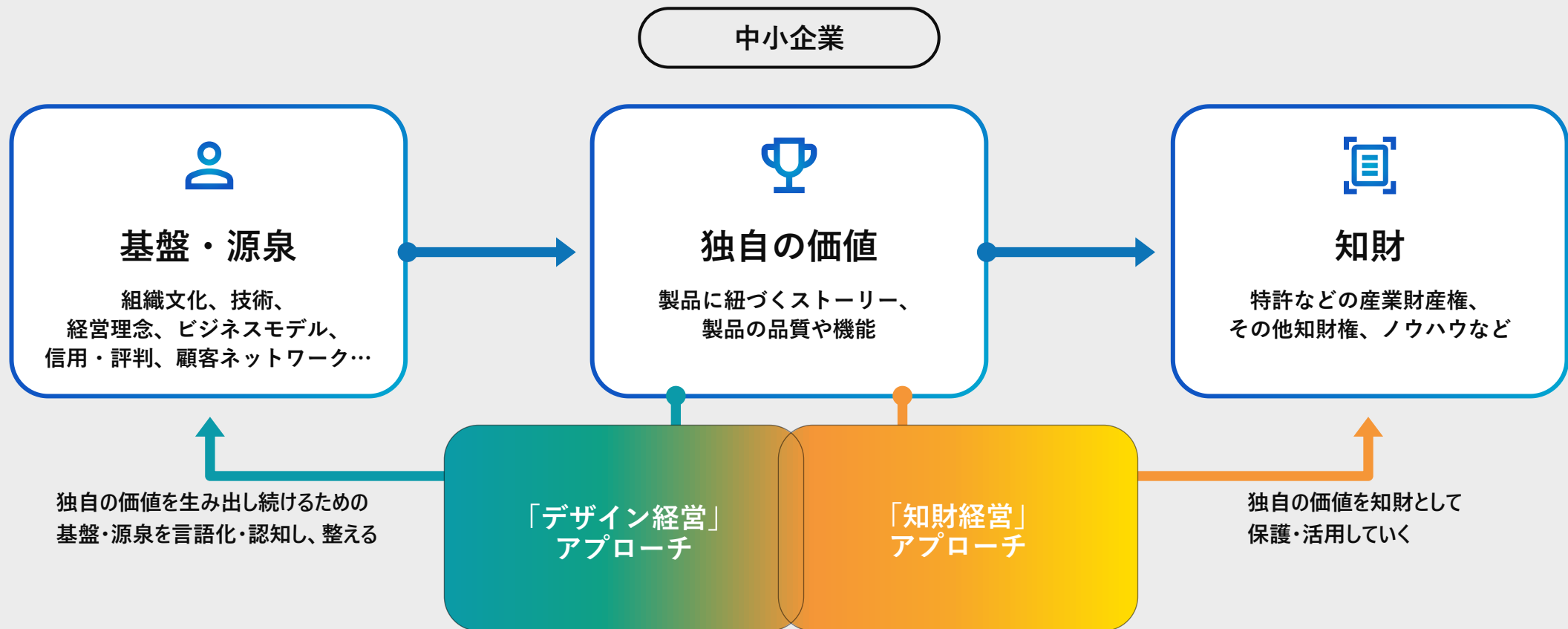
Step 4. システム整備

- ・ 知財戦略の策定にあたり、社内の知財管理体制の整備が検討課題に上がった企業に対し、知財管理体制を具体的に構築・支援する

#	対応事項	実施上のポイント
1	体制整備の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・ 単なる発明の出願だけでなく、ビジネスモデル全体を俯瞰して効果的な出願を選別する仕組みを構築する。 ・ 法律的側面だけでなく、経営の意思が反映される意思決定プロセスを構築する。 ・ メリハリのある活動のため、発明や特許をランク付けし、重点対応や権利放棄の判断をしやすいとする。 ・ 外国での権利取得に関する基本ポリシー（例：先進国は特許、新興国は意匠など）を固めておく。 ・ 既存の経営プロセスに準ずる形で知財活動を組み込み、身の丈に合った体制を構築する。
	外部資源の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社内のできることで社外に依頼することを明確に仕分ける。 ・ 自社の分野に専門性があり、対話のできるコンサルタントと出会うことが重要。 ・ 支援を受ける側も、自社の事業・技術を外部に的確に説明できる力を身につける。 ・ 出願代理人との関係を確認し、戦略推進に適さない場合は変更も検討する。 ・ 大企業との共同出願については、有効なケースと注意すべきケースを予め整理しておく。
	社内体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 知財担当者は、開発現場を理解し、他部署の仕事もできる人材が望ましい。 ・ 知財活動にかかる予算の上限設定を検討する。 ・ 情報共有のためのIT投資や、使い勝手の良いシステムの構築・維持を検討する。
2	社内教育・啓蒙	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営陣が率先して知財に関する基本方針を策定し、社内でも共有することでコミットメントを明確にする。 ・ 知財活動の重要性を全従業員に伝え、活動への意識をプラスの方向に向かせる。 ・ 開発担当者だけでなく、できるだけ多くの社員が参加する形で教育・啓蒙を進め、自社の強みの客観化につなげる。 ・ 新たな開発に向けた意欲を高める「空気づくり」を意識する（定量ノルマに偏らない目標管理など）。 ・ 教育や啓蒙は、相手や目的に応じ、押し付けにならないように工夫する。

理想的な中小企業支援を実現する2つの支援アプローチ — 知財支援アプローチ、デザイン経営アプローチ —

- ・ 特許庁では、中小企業の「独自の価値」を引き出すための施策として、「知財経営」と「デザイン経営」の主に2つのアプローチに関する取組を促進している
- ・ これら2つのアプローチは独立したものではなく、中小企業の経営を中心に据えると、下記のような整理ができる



理想的な中小企業支援を実現する2つの支援アプローチ

知財支援アプローチ、デザイン経営アプローチ

本書は「知財経営」アプローチでの支援を想定した資料だが、「デザイン経営」アプローチについてもご関心いただける方は、ぜひ下記特許庁発行物もご参考いただきたい

中小企業のためのデザイン経営ハンドブック



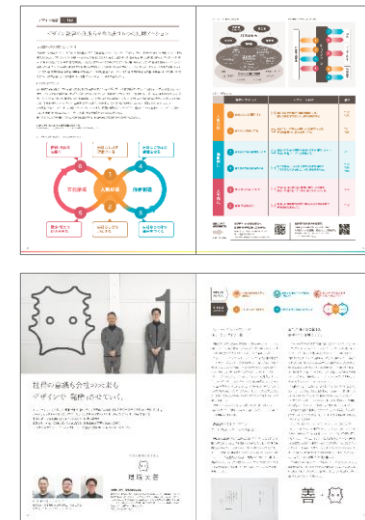
中小企業がそれぞれに適したデザイン経営の第一歩を踏み出すために、企業の歴史や強みを棚卸しし、ミッション・ビジョンの明確化、社員の行動変容、顧客洞察、プロトタイピングなど、9つの“入り口”を、デザイン経営企業の先進事例とともに紹介することで、中小企業がデザイン経営に取り組むためのヒントを提供。



中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2



「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック」で示したデザイン経営の考え方を発展させ、デザイン経営の新たなモデルを示すと共に、デザイン経営と知財活動の関係性に着目し、デザイン経営の推進力を生み出す「6つの知財アクション」を提示。デザイン経営の好循環モデルやデザイン経営を推進するための活動、その活動の実践企業等の事例を紹介。



理想的な中小企業支援を実現する2つの支援アプローチ

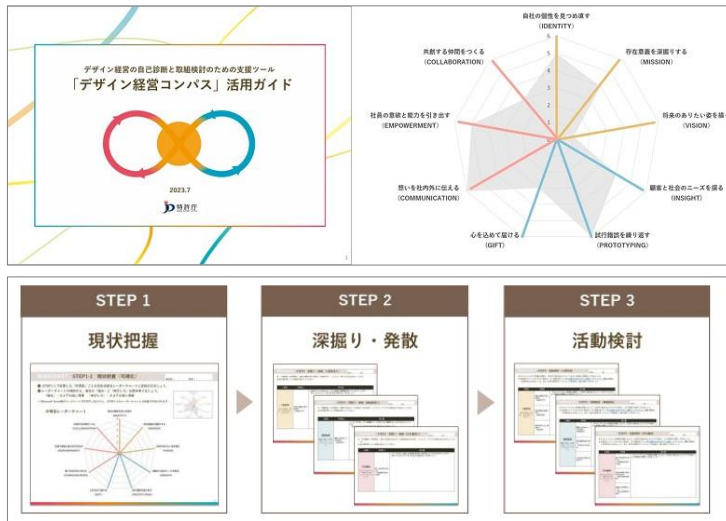
知財支援アプローチ、デザイン経営アプローチ

本書は「知財経営」アプローチでの支援を想定した資料だが、「デザイン経営」アプローチについてもご関心いただける方は、ぜひ下記特許庁刊行物もご参考いただきたい

デザイン経営コンパス



自社の現状を「デザイン経営」の視点（人格形成、文化醸成、価値創造）で振り返り、これからの未来に向けた取組の方向性を検討していくための支援ツール。「STEP1：現状把握」、「STEP2：深掘り・発散」、「STEP3：活動検討」の3つの活用ステップからなる。



中小企業におけるデザイン経営の効果・ニーズに関する調査



中小企業がデザイン経営を複数年にわたって実践することで生まれた効果、そしてデザイン経営と知的財産の関係性について調査。その結果、デザイン経営には「1.自社らしさの明確化」、「2.人材の採用と定着化」、「3.新しい仕事の創出」の3つの効果があり、デザイン経営を継続する企業は、可視化されていなかった固有の経営資源を見える化することで新たな知的財産を生み出していることを確認。



中小企業支援に資する特許庁政策をさらに知りたい方へ

「経営課題に効く！中小企業のための支援施策ガイド『知的財産スタートブック』」のご紹介

- ・ 中小企業の経営者や知財担当者、自治体や支援機関の担当者が、個社の課題や活動段階に応じた支援施策にたどり着くことができるよう、各施策の概要・対象者・支援の効果などをまとめたガイドブック
- ・ 下記リンクまたは右のQRコードよりアクセス可能。
https://www.jpo.go.jp/support/chusho/document/chusho_chizai_about2/startbook.pdf



目次

● 知的財産権とは	p3
● 産業財産権とは	p4
● もっと活用したい 意匠権	p5
● もっと活用したい 商標権	p6
● 知的財産権の支援施策を活用した事業課題例	p7
● おすすめ支援施策一覧	p29
● INPITのプロフィール	p51



本資料に関するお問い合わせ

特許庁 総務部 普及支援課 産業財産権専門官
電話：03-3581-1101 内線2340
メール：PA 0661@jpo.go.jp