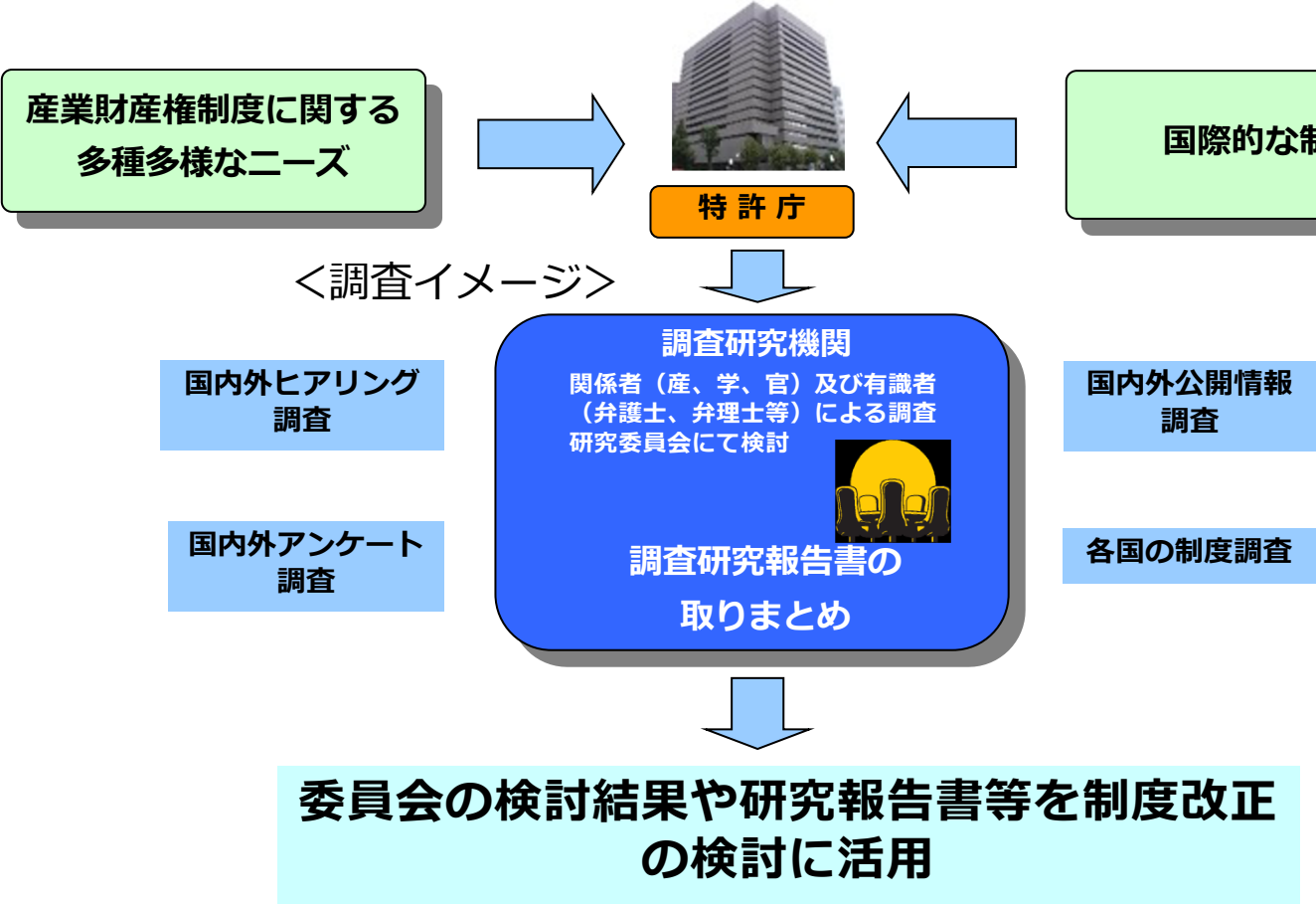


令和2年度産業財産権制度問題調査研究

中小企業等知財分析レポートを 用いたマッチング調査研究について



- 産業財産権制度に関しての企画立案に資するように、法制面や運用面について改正を行う際の基礎資料となる報告書を取りまとめることが目的。
- 調査研究テーマ毎に専門家を交えた研究委員会の開催・国内外公開情報調査・国内外ヒアリング調査・国内外アンケート調査等、調査研究テーマに応じた調査・分析を行う。



<詳細について>

本調査の詳細については、特許庁HP（以下URL記載）に掲載しております。令和元年度研究テーマ一覧「[中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング調査研究報告書](https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/zaisanken-seidomondai.html)」をご参照ください。

URL:<https://www.jpo.go.jp/resources/report/sonota/zaisanken-seidomondai.html>

<お問い合わせ先>

経済産業省 特許庁 総務部 企画調査課
〒100-8915 東京都千代田区霞が関3-4-3
TEL : 03-3581-1101（内2156）
FAX:03-3580-5741

背景 特許庁では、「特許情報を活用したマッチングレポート(以下Mレポート)」の開発と同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て体系化した。ビジネスマッチングを事業として提供する事業者・支援機関(以下BM事業者)にもMレポートの有用性を賛同を得ている。しかし、Mレポートの市場への定着は途上にあり、より早く市場へと浸透させるため、BM事業者との連携が不可欠である。

目的 MレポートをBM事業者の既存サービスに組み込み、新たなマッチング支援手法として普及・定着させることを目指し、その有効性について実証的検証を行う。

■ **公開情報調査** 国内のBM事業者の活動状況及びマッチングの成功事例等を調査、整理及び分析し、従来のマッチング手法とMレポートを用いた際の比較検証を行った。

■ **BM事業者と支援対象企業の選定**：BM事業者 8 社と支援対象企業 10 社選定。

■ **Mレポートの作成**：支援対象企業およびBM事業者に対し、事前ヒアリングを実施し、Mレポートを作成。

■ **マッチング面談の準備**：Mレポートをもとに面談し、マッチング先を決定、マッチング面談に向けたフィードバックを行った。

■ **マッチング面談**：支援対象企業とマッチング先と面談実施。

■ **委員会による検討** 産業界実務者 3 名の委員会を設置し、委員会を開催。委員会では、BM事業者等の選定、Mレポートを既存サービスに組み込むことの有効性、新たなマッチング支援手法等に関する検討、分析、助言を頂いた。

まとめ 調査研究から、技術についての十分な理解と周辺課題を捉えたマッチング支援が重要であることが確認できた。Mレポートの改訂含め、事業プロセスを再考し、また市場へ浸透する上での現実的なビジネスモデルを構築した。

- 1. 調査研究の目的及び実施計画**
 - 1.1. 調査研究の背景と目的
 - 1.2. 事業実施計画
- 2. 事業実施方法**
 - 2.1. 調査研究内容
 - 2.2. 実施プロセス
- 3. 調査結果**
 - 3.1. 公開情報調査
 - 3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査
 - 3.3. 委員会による検討
- 4. 調査結果の分析・取りまとめ**
 - 4.1. 総論
 - 4.2. 実施プロセスの再考
 - 4.3. Mレポートを活用したビジネス展開
 - 4.4. Mレポートを活用したビジネスの要諦
- 5. 参考資料**

1. 調査研究の目的及び実施計画

1.1. 調査研究の背景と目的

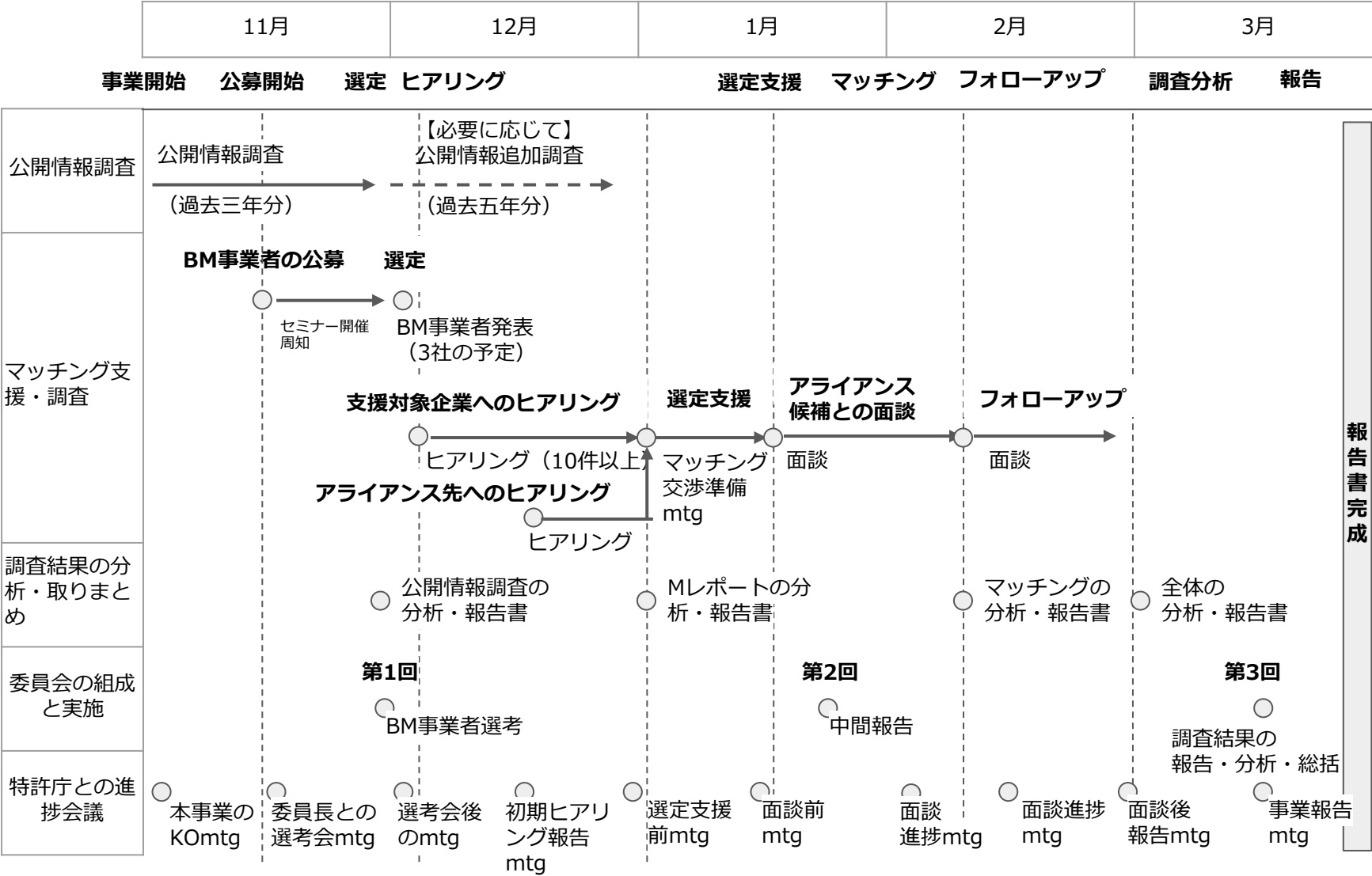
特許庁では、中小・ベンチャー企業等のイノベーションを推進するため、中小・ベンチャー企業等の技術进行分析して、その技術とシナジーのある特許技術を持つ事業会社をショートリストにした「特許情報を活用したMレポート」の開発と同レポートを用いたマッチング支援のノウハウを取りまとめて体系化してきた。

過去に実施した事業では、一定程度のマッチング成約を達成するなど、Mレポートをビジネスマッチングに活用することの効果を実証し、また地域金融機関やベンチャーキャピタル、産学連携本部などのビジネスマッチング事業者（BM事業者）にもMレポートの有効性について賛同を得ている。しかし、当該Mレポートの市場への定着は途上にある。

本調査研究では、Mレポートをより早く市場へと浸透させるために、BM事業者と連携し、MレポートをBM事業者の既存サービスに組み込み、新たなマッチング支援手法として普及・定着させることを目指し、その有効性について実証的検証を行う。

1. 調査研究の目的及び実施計画

1.2. 事業実施計画



2.1. 調査研究内容

調査研究の実施内容は、次の4項目で計画した。

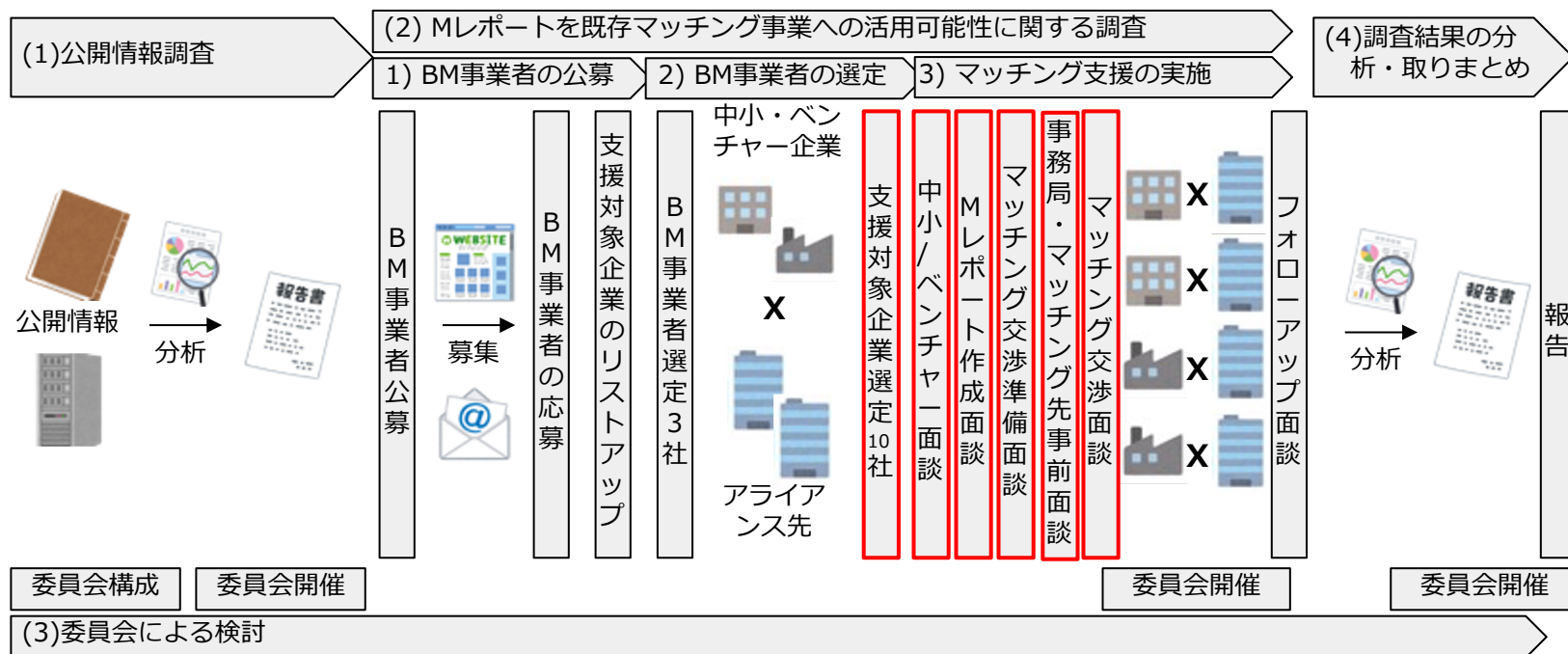
- (1) 公開情報調査（BM事業者の活動状況およびマッチングについて成功事例等の調査）
- (2) Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査
 - 1) BM事業者の公募
 - 2) BM事業者の選定（3者以上）
 - 3) マッチング支援の実施（10件以上）
- (3) 委員会による検討
 - 1) 委員会の構成
 - 2) 委員会の開催（3回：11月、1月、3月の想定）
- (4) 調査結果の分析・取りまとめ

2. 事業実施方法

2.2. 実施プロセス

調査研究の実施内容は、以下に示すプロセスで計画した。

【実施プロセス：調査研究内容及び実施の流れ】



3.1. 公開情報調査

国内のBM事業者の活動状況及びマッチングの成功事例等を調査し、従来のマッチング手法とMレポートを用いた際の比較、検証を行った。

公開情報調査の方法

情報収集

対象はメガバンク、地方銀行等の金融機関、ベンチャーキャピタル、アクセラレータ、コンサルティングファーム。

マッチング手法は従来のマッチング手法として金融機関等のビジネスマッチングサービスの事例/自治体等が支援するビジネスマッチング支援事業を調査。

また、Mレポートを用いた手法は過年度（平成 29 年度～令和元年度）中小企業等知財支援施策検討分析事業 成果報告書を調査。

整理・分析

収集した情報を次の視点で整理。

- ・ ビジネスマッチングの目的：イノベーションの創出、組織改善や顧客・販路開拓等の経営課題の解決など、実現しようとする内容に着目。

- ・ BM事業者に求められる要素：専門性や汎用性の有無、規模感、コミュニケーションなど、そのスキルやネットワーク等に着目。

分析は、ビジネスマッチングの目的によって異なるであろうBM事業者に求められる要素に焦点を当てて、比較検証を行った。

3. 調査結果

3.1. 公開情報調査

比較検証項目	調査結果	本年度への活用
支援対象企業のレポート活用目的	レポート作成時における活用目的についてのヒアリングが重要であることが示唆された。	ヒアリングでレポート作成目的を明確にする質問を加える。
パートナー候補企業の選び方	具体的なストーリーや提案の作り込みの重要性が求められている。マッチングディスカッションに向けた準備不足が課題。	将来ビジョンやビジネスモデル、特許の読み込みなど技術と事業理解を深める。
コンサルテーションによるレポートへの付加価値の提供	レポートの規格化の必要性や支援先企業に対する理解の向上、パートナー開拓に対する積極性の向上などに資する取り組みの重要性が示唆された。	知財分析事業者と連携したレポートの説明を実施する。
ビジネスマッチング事業者による支援内容	パートナー候補の選定に関してのディスカッションが最も有益であったことが挙げられており、レポート作成時のヒアリングが成否に大きく関わる。	保有技術および解決する問題、ビジネスモデルイメージ、将来のビジョンについて整理できるヒアリング項目を作成する。
レポートの実効性分析とビジネスマッチングにおけるポイント	失敗要因として取り上げられたものから読み取れたものは、特に専門性が求められる技術についての十分な理解と、周辺課題を捉えた出口・用途のイメージの不足が課題。	マッチング面談前に特許情報の読み込みを実施する。
ビジネスマッチング事業者の分類	ビジネスマッチング事業者へのレポート活用を促進するためには、採算性のある事業として導入が必要と考えられ、そのためには該当事業者がビジネスマッチング事業に取り組む事業目的や収益構造に関わる部分が大きいと考えられる。	Mレポートに対する認識を、コストからインベストメントへと変えることを必要であると考え、事前にBM事業者に本事業の意図を正しく伝える。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

本調査にあたり、次の3項目を実施した。

- 1) BM事業者の公募
- 2) BM事業者等の選定
- 3) Mレポートを用いたマッチング支援の実施

＜実施の流れおよび概要＞

1) BM事業者の公募

- ①HP掲載、メールや電話による周知
- ②応募書類の必要事項

2) BM事業者等の選定

- ①BM事業者の選定（3者以上）
- ②支援対象企業の選定（10者以上）

3) Mレポートを用いたマッチング支援の実施

- ①支援対象企業に対するヒアリング
- ②Mレポートの作成、提供、アライアンス先選定支援
- ③アライアンス候補者との面談調整
- ④マッチング交渉準備に関する支援
- ⑤マッチング交渉面談の同席及び交渉のファシリテーション
- ⑥支援対象企業へのフォローアップ・ヒアリング

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.1. ビジネスマッチング事業者の公募

次に示す事業概要説明および応募情報の資料を作成し、リバネスのWEBページでリリースするとともに想定されるBM事業者に対してメール等案内した。



2020年11月17日

ビジネスマッチング支援事業者を募集します。マッチング支援に年間30万件を超える特許ビッグデータを活用しませんか？

株式会社リバネス



株式会社リバネス知識創業研究センター（本社：東京都新宿区、代表取締役副社長CTO：井上 淳、以下「リバネス」）は、特許庁 令和2年度「中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング調査研究」を受託し、本調査研究の一環として、日頃ビジネスマッチング支援に取り組む事業者とともに、実際にビジネスマッチング支援に取り組みます。年間30万件の蓄積がある特許情報を活用したマッチングレポートを実際にご作成し、そのレポートを活用したマッチングに興味のある金融機関、大学等の産学連携本部、TLO、ベンチャーキャピタルなど、ビジネスマッチング事業者を公募いたします。

<目的>
本調査研究では、マッチングレポートをより早く市場へと浸透させるために、BM事業者と連携し、マッチングレポートをBM事業者の既存サービスに組み込み、新たなマッチング支援手法として普及・定着させることを目指し、その有効性について実証的検証を行う。

<事業の流れ>
ビジネスマッチング事業者を公募し、BM事業者を3社程度採択いたします。そして、保有する支援企業リストから10件ほどマッチングレポートを作成し、下記の実証的検証を行います。

申請			マッチングレポート作成		マッチング面談			
公募	審査	採択	支援企業決定	ヒアリング面談	レポート作成	面談準備	交渉面談	フォロー
11/17-12/4	11/28-12/7	12/9	12/9	12/7-12/18	12/7-1/4	1/4-1/15	1/18-2/29	3/1-3/12
BM事業者	リバネス委員会	リバネスから通知	リバネス	リバネス、BM事業者 & 分析企業	リバネス & 分析企業	リバネス & BM事業者	リバネス & BM事業者	リバネス & BM事業者



<公募期間>
2020年11月17日13:00から2020年12月4日19:00

<応募の方法について>
下記 [フォーム](#) から御申請ください。
※もしフォームがうまくいかない場合は<応募情報>と<支援対象企業リスト>をメール（saito@lne.st）にリバネス 齊藤宛へ、ご提出ください。
また、<支援対象企業リスト>は [こちら](#) からダウンロードください。

<応募情報>

- 事業者・支援機関名
- 本社等所在地
- 代表者名
- 創業年又は設立年
- 資本金(出資金等を含む)
- 従業員数
- 主な株主(主な出資機関) ※公開できる範囲に限る
- 売上高 ※公開できる範囲に限る
- 主な取引先 ※公開できる範囲に限る
- 主な事業概要 ※公開できる範囲に限る
- 既存または想定するマッチング事業の概要
- 本事業の支援に適したスタートアップや中小企業等「支援対象企業」のリスト(最大10社まで) [こちらからダウンロードください](#)。
- マッチングレポートを用いたビジネスマッチングに期待する点

本事業に関する問合せ
株式会社リバネス 担当：岡崎・齊藤
TEL 03-5227-4198 / Mail: rd@lne.st

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.1. ビジネスマッチング事業者の公募

BM事業者に対するMレポートの活用事例等の紹介を含むセミナーを企画し、以下のリリースによりセミナーの案内を行い、本事業の周知と参加を促した。



2020年11月9日

特許庁「中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング調査研究事業」のビジネスマッチング事業者向けセミナーを11月16日に開催

株式会社リバネス



特許庁「中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング調査研究事業」

ビジネスマッチング事業者向けセミナー

テーマ「ビジネスマッチングにビッグデータ活用情報を活かす新たなアプローチとは？」

登壇者
高田 龍弥氏 特許庁 総務課オープンイノベーション推進プロジェクトチーム
丸山 真幸氏 弁護士法人内田・般島法律事務所 弁護士と弁理士

オンライン開催 2020.11.16 (月)
17:00-18:00

株式会社リバネス 知識創成研究センター（本社：東京都新宿区、代表取締役社長CTO：井上 浩、以下「リバネス」）は、特許庁より「中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング調査研究事業」を受託しており、金融機関や大学等の産学連携本部などビジネスマッチングに取り組む機関と連携し、特許情報を用いたビジネスマッチングレポート（以下、「マッチングレポート」という）を用いたマッチング支援に取り組めます。本セミナーでは、ビジネスマッチングに取り組む機関を主な対象に、ビジネスマッチングにおける現状課題、マッチングレポートを活用したマッチング支援のスキームなどについて、今後のマッチング支援にご活用いただける情報をお届けします。

概要

中小・ベンチャー企業等の支援において、事業会社等とのビジネスマッチングは重要な位置づけにあります。しかし、そのビジネスマッチングにおいて、どのような企業とマッチングするのが良いか、どのようにマッチングを働きかけたら良いかなど、風人的ネットワークやノウハウに依存した状況があるのではないのでしょうか。

この度のセミナーでは、国内で年間30万件を超えるビッグデータである特許情報を活用したマッチングツールおよびマッチング支援のノウハウについて、同ツールの開発を推進してきた高田 龍弥氏（特許庁）と弁護士と弁理士として活躍するとともに同ツールの開発を支援してきた丸山 真幸氏（弁護士法人内田・般島法律事務所）にお話をうかがうとともに、ディスカッションいたします。



ご紹介するマッチングツールは、過去3年に渡り特許情報を活用したマッチングについて調査研究してきた成果であり、中小・ベンチャー企業等のビジネス推進に適したマッチング先を抽出するツール「特許情報を活用したマッチングレポート（以下、マッチングレポート）」です。このマッチングレポートを活用することで、中小・ベンチャー企業等の技術とシナジーのある事業会社等を効果的にリストアップし、またそのレポートを用いたマッチング支援が、従来の風人的ネットワークやノウハウに依存せずに可能になるものと考えています。

日時：2020年11月16日（月）17:00-18:00

テーマ：「ビジネスマッチングにビッグデータ活用情報を活かす新たなアプローチとは？」

場所：オンライン開催

参加費：無料

対象：ビジネスマッチングに関わる企業、機関等：メガバンク・地方銀行・信用金庫等金融機関、ベンチャーキャピタル、アクセラレータ、大学等産学連携本部・技術移転機関（TLO）、政府系支援機関、地方自治体等

登壇者



高田 龍弥氏

特許庁 総務課オープンイノベーション推進プロジェクトチーム

2004年入庁後、経済産業省、外務省などを経て2018年のプロジェクトチーム設立当初からチームに参画。特許情報を活用したビジネスマッチングやオープンイノベーションを促進するためのモデル契約書事業等を企画・担当する。



丸山 真幸氏

弁護士法人内田・般島法律事務所 弁護士と弁理士

東京大学工学部卒。特許事務所勤務を経て弁護士法人内田・般島法律事務所へ参画。知財訴訟の他、ベンチャー企業の知財戦略支援を手掛ける。2019年度特許庁マッチングレポート事業委員。



[<<参加申込はこちら>>](#)

【参加申込の方法について】

・リバネスIDのページ画面>

・リバネスIDに登録（無料）後、「必要事項を記入の上、ビジネスマッチングセミナー参加登録」のチケットをお申込みください。

※参加申し込み後の諸注意※

オンライン配信にお申し込みの方には、

登録後に、視聴用URL（Microsoft Teams）をメールにてご案内します。

・事前に登録いただいた方のみ視聴が可能です。

・オンライン配信サービスの接続や設定についてはサポート対象外となります。

・終了時刻は前後する可能性があります。

特許庁オープンイノベーションポータルサイト

<https://www.ipa.go.jp/support/general/open-innovation-portal/index.html>

本事業に関する問合せ

株式会社リバネス 担当：岡崎・齊藤

TEL 03-5227-4198 / Mail: rd@lne.st

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への 活用可能性に関する調査

3.2.1. ビジネスマッチング事業者の公募

BM事業者向けのセミナーの様子と実施概要、参加機関数は次の通りであった。



テーマ	ビジネスマッチングにビッグデータ特許情報を活かす新たなアプローチとは？
開催日時	令和2年11月16日
開催時間	17:00-18:00
会場	オンライン会場（配信はセンターオブガレージ）
参加機関数	16事業者（メガバンク、地方銀行、大手事業会社、ものづくり系中小企業、大学、一般財団法人、TLO）

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.2. ビジネスマッチング事業者の選定

公募リリースやセミナー等によって案内した本事業に対して応募のあったBM事業者（3者以上）および支援対象企業（10者以上）は、次の2つの基準で選定した。

ビジネスマッチング事業者の選定基準

会社基盤	・ ビジネスマッチング事業を継続的に実施しうるだけの経営基盤を有するか
支援能力・強み	・ Mレポートを組み合わせることで、BM事業者のマッチング事業がより効果的なサービスになりうるか ・ 主な取引先に多様な業種、事業領域が予想されるか。また支援対象企業との親和性の高い事業者が含まれているか
Mレポート活用の方向性	・ Mレポートの活用に期待する点が想定するマッチング事業をより効果的なサービスにつながる視点を有しているか
支援に対する姿勢	・ 支援対象企業の候補リストから支援の目的や意欲が感じられるか

支援対象企業の選定基準

会社基盤	・ 支援対象企業の経営基盤が、ビジネスマッチングにたえられる状況であるか ・ その後の成長が期待される状況にあるか
技術力・強み	・ ビジネスマッチングによりインパクトのある事業へと成長する見込みがある先進的な技術を保有しているか ・ 社会課題や産業上の課題等の解決に資する可能性のある技術であるか
経営者の概要	・ 事業会社との連携について明確な目的を持ち、意欲的であるか ・ レスポンスが早く、フットワークが軽い等、スピード感があるか

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.2. ビジネスマッチング事業者の選定

応募があった8者のBM事業者および提示された支援対象企業の中から10者選定し、委員による承認を得て、次の通りBM事業者8者と支援対象企業10社を決定した。なお、選定には、BM事業者の支援対象企業に対する優先度を考慮した。

ビジネスマッチング事業者と支援対象企業一覧

BM事業者名	支援対象企業名	支援対象企業ステージ
地銀①	VB①	アーリー
地銀①	VB②	シード
地銀②	VB③	レイター
大学①	VB④	シード
大学②	VB⑤	シード
VC①	VB⑥	ミドル
VC②	VB⑦	シード
メガバンク①	VB⑧	アーリー
メガバンク①	VB⑨	レイター
M&A①	VB⑩	アーリー

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施

マッチング支援は次の6項目を設定して実施した。

項目	実施内容
①支援対象企業に対するヒアリング	知財分析事業者によるMレポート作成にむけて、支援対象者へヒアリングを行う。主に、保有技術および解決する問題、ビジネスモデルイメージ、将来のビジョンについて整理する。 ※知財分析事業者と連携して実施
②Mレポートの作成、提供、アライアンス候補の選定支援	知財分析事業者がMレポートを作成するにあたり支援する。特に、アライアンス候補者を選定においては、技術やビジネスモデルの親和性に加えて、ビジョンもあわせて検討し連携仮説をつくる。
③アライアンス候補者との面談調整	選出されたアライアンス候補者に対して、 事前にヒアリングし、支援対象企業との連携の方向性をあらかじめ把握した上で 、面談調整を行う。
④マッチング交渉準備	①②③によって得られた情報をもとに、アライアンス候補者への連携提案資料の作成支援、交渉戦略立案などの支援を行う。
⑤マッチング交渉・ファシリテーション	支援対象企業とアライアンス候補者とのマッチング交渉面談に同席し、ファシリテーションを行う。特に、 両者のビジョンの共有、共感を土台に、支援対象企業の技術に基づいた連携イメージの構築 を目指す。
⑥フォローアップヒアリング	支援対象企業に対して、a Mレポートに対する評価、改善点等。 b 一連の支援に対する評価、改善点等。 c 今後の事業計画等をヒアリングする。

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ①支援対象企業に対するヒアリング

支援対象企業に対し、保有技術や解決する問題、ビジネスモデルイメージ、将来のビジョンなどについてヒアリングを実施し、次に示すヒアリングシート作成した。なおヒアリングシートは、ヒアリングの実績を重ねるなかで、また委員の助言等を反映し改訂を行った。

マッチング・レポート作成のための事前ヒアリングシート

1. ヒアリング先情報	
名称	
所在地	
部署・担当者	
連絡先	TEL: E-mail:
webページ	
2. レポート作成目的	
☐	パートナー候補探し(本業強化ー調達先探し)
☐	パートナー候補探し(本業強化ー販路開拓)
☐	パートナー候補探し(事業領域の横展開)
☐	パートナー候補探し(技術開発)
☐	業界動向調査
☐	事業承継先検討
☐	その他()
3. レポート作成対象となる事業、課題等	
事業(分野)	
技術・サービス面	
3. ビジネスモデル	
☐	B2B
☐	B2C
☐	物販
☐	ライセンス/ロイヤリティ
☐	広告モデル
☐	基本使用料/会員費/リース
☐	受託/コンサル
☐	その他()

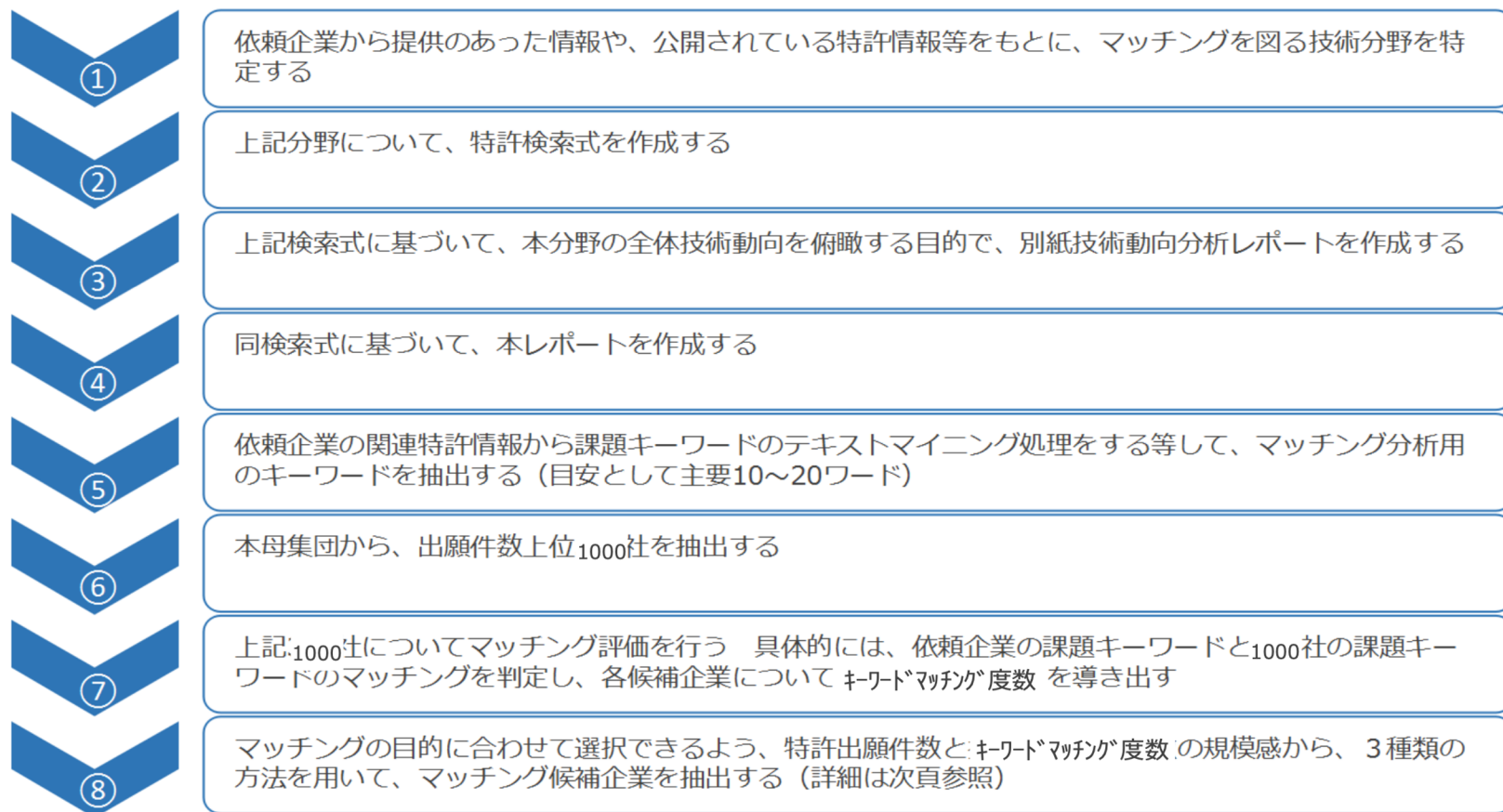
4. レポート作成対象となる技術、課題等		
研究開発(分野)		
技術面		
連携相手(企業、研究者)		
競争相手(企業、研究者)		
5. 重要視している(特長となる)技術キーワード(複数可10個前後が望ましい)、優先順位順)		
6. マッチング先として関心のある業界、技術分野など(あれば)		
業界		
技術分野		
7. レポート作成の際に特に注目してほしい特許(あれば)		
☐	特許番号:	名称
☐	特許番号:	名称
☐	特許番号:	名称
☐	特許番号:	名称

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ②Mレポートの作成、提供、アライアンス候補の選定支援

支援対象企業10者に対して作成したヒアリングシートをもとに、特許情報分析企業「イノベーションリサーチ株式会社」が以下の手順で分析を行いMレポートを作成した。

◆ 分析手順



3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ②Mレポートの作成、提供、アライアンス候補の選定支援

作成したMレポートを支援対象企業、BM事業者に共有し、マッチング候補企業の選定、決定の面談を実施した。面談の内容および説明資料は次の通りである。

マッチング候補企業決定の流れ

①面談のゴールおよびアジェンダの提示

＜ゴール＞ マッチング候補企業3社を決定し、それぞれに対するアプローチ方法と提案資料の大枠を決定する。

＜アジェンダ＞

1. 企業マッチングレポートの説明
2. マッチング候補先の選出・ディスカッション
3. アプローチ方法、提案資料の準備

②説明資料の構成

1. ヒアリング面談で決定したマッチング支援の方向性について確認。
2. Mレポートの説明
 - ・母集団の形成と対象とした特許件数
 - ・母集団からマッチング度の高い企業抽出のために指定したキーワード
 - ・マッチング候補企業一覧（サマリー）
 - ・マッチング候補企業絞り込み
 - ・タイプ分析：新規事業-既存事業、キーワードマッチング度数を軸に作成したバブルチャート
 - ・候補企業ごとに合致したキーワード一覧
 - ・特許情報を部分的に抽出した全件要約リストの説明（要約・発明が解決しようとする課題に着目）
 - ・全件要約リストからの検索（支援目的に照らしてキーワードに重み付けして具体的な特許の検索）
3. マッチング候補企業の提示（5件程度）：企業名、選定根拠、着目した特許の一覧

③ディスカッション

④マッチング候補企業3社程度の決定

⑤各マッチング候補企業へのアプローチ方法、提案資料のイメージを決定

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ③アライアンス候補者との面談調整

Mレポートをもとに、支援対象企業、BM事業者とのディスカッションによって決定したマッチング候補企業に対して、面談の調整を行った結果を以下に示す。

BM事業者	支援対象企業名	打診するマッチング先候補	結果
地銀①	VB①	1. 大企業 2. 大企業 3. 大企業 4. 大企業	1. 特許情報にもとづき打診して面談OK 2. 自社技術で間に合っており面談NG 3. 打診に対して返答なし 4. 打診に対して返答なし
地銀①	VB②	1. 大企業 2. 大企業 3. 大企業 ※大企業 ※大企業	1. 該当特許を把握している担当がおらず見送り 2. 該当特許を把握している担当がおらず見送り 3. すでに接点があり本事業での面談調整は見送り 4. 繁忙期のため期間中での面談NG 5. 特許情報にもとづき打診して面談OK
地銀②	VB③	1. 大企業 2. 大企業 3. 大企業 4. 大企業	1. 他候補で面談が決まったため打診見送り 2. 特許情報にもとづき打診して面談OK 3. 他候補で面談が決まったため打診見送り 4. BM事業者が打診したが年度内不調
大学①	VB④	1. 大企業 2. 大企業 3. 大企業 ※大企業	1. 連携仮説を提示し面談OK 2. 他候補で面談が決まったため打診見送り 3. 開発中止に伴い面談NG ※ 連携仮説を提示し面談OK
大学②	VB⑤	1. 中堅企業 ※大企業 ※大企業 2. 外資 3. 外資	1. 適切な部署につながらず見送り ※他候補で面談が決まったため打診見送り ※特許情報にもとづき打診して面談OK 2. 他候補で面談が決まったため打診見送り 3. 他候補で面談が決まったため打診見送り

※はマッチング先候補選定として決定しなかったが、Mレポートに含まれていた候補企業
太字は事務局またはBM事業者とつながりのある企業

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ③アライアンス候補者との面談調整

前項続き。

BM事業者	支援対象企業名	打診するマッチング先候補	結果
VC①	VB⑥	1. 大企業 2. 中小企業 3. 大企業	1. 特許情報にもとづき打診して面談OK 2. 他候補で面談が決まったため打診見送り 3. 特許情報にもとづき打診して面談OK
VC②	VB⑦	1. 大企業 2. 大企業 ※VB	1. 該当特許を把握している担当がおらず見送り 2. 他候補で面談が決まったため打診見送り ※特許情報にもとづき打診して面談OK
メガバンク①	VB⑧	1. 大企業 2. 大企業 3. 大企業	1. 連携仮説を提示し面談OK 2. 打診したが年度内不調 3. 連携仮説を提示し面談OK
メガバンク①	VB⑨	1. 大企業 2. 大企業 3. 大企業 ※大企業	1. 打診に対して返答なし 2. 打診に対して返答なし 3. BM事業者が打診したが年度内不調 ※連携仮説を提示し面談OK
M&A①	VB⑩	1. 大企業 2. 中堅企業 3. 大企業 4. 大企業	1. BM事業者から調整し見送り 2. BM事業者から調整し見送り 3. BM事業者から調整し見送り 4. 連携仮説にもとづき打診したが年度内不調

※はマッチング先候補選定として決定しなかったが、Mレポートに含まれていた候補企業
太字は事務局またはBM事業者とつながりのある企業

マッチングの面談調整を行った結果、その面談を実現するためには、BM事業者等が既につながりのある企業か、誰かの紹介などで適切な部署にリーチできるかが重要であった。マッチング候補企業の選定においては、この要素を含めて決定する必要がある。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ③アライアンス候補者との面談調整

マッチング候補企業に対して、Mレポートで抽出された特許情報リストをもとに、特に特許技術が解決しうる課題に着目して、マッチングの可能性について打診した。この際、リバネスおよびBM事業者において既につながりのある候補に対しては、そのチャンネルを活用してアプローチした。

BM事業者の寄与

マッチング候補企業との調整における関わり方等は、BM事業者によって差がみられ、その関わり方としては、次のような特徴が見られた。

- ・直接的なネットワークがないBM事業者もあったが、ネットワークを有しているBM事業者においては、技術についての理解が乏しく、マッチングの具体的な支援を直接的に行うことはできない傾向がみられた。なおBM事業者の立場によっては、系列やエリアに制限があり、アプローチしにくい候補企業があった。

- ・BM事業者のネットワークは技術系の部署でないこともあり直接アプローチができないこともあった。

- ・BM事業者によって、マッチング支援はビジネスではなく取引先の支援の一環である場合もあった。

- ・マッチングにおいての目的が明確なBM事業者もあった。

このような特徴は、BM事業者の属性による違いとして捉えることができると考えられる。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への 活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ③アライアンス候補者との面談調整

特許情報をもとにしたアプローチとその反応

アプローチにおいて、特許技術が解決しうる課題に着目してマッチングの可能性について打診した結果を踏まえて、その反応を大きく次の4つに分類した。

反応分類	特徴	対策
①課題一致協業型	出願している特許技術はあるが、継続してその課題があり、常にそのソリューションをもとめており、提案に対して関心を示す	対策不要（マッチング面談において、その課題に着目した具体的な連携提案を示すことで、効果的なマッチング面談に臨むことが可能）
②課題自社解決型	出願している特許技術により既に課題が解決しており、新たに技術を求めている。または、自社技術にこだわりがあり他にソリューションを求めている	支援対象企業の技術による課題解決提案ではなく、その技術の基盤となる要素技術や強みを中心に、該当した特許とは異なる部分での協業等を探る動きが有効と考えられる
③過去事案型	レポートで対象とする特許は過去10年分を含んでおり、担当者の退職や後任不在、対象研究開発から撤退など、対応可能な状況にない	マッチングの調整において、着目する特許は直近3年などに制限して、時間的な不一致が生じないようにする
④課題不一致型	キーワードとしては該当するが、課題の本質が別であり、支援対象企業の技術との親和性が低い	着目した特許や支援対象企業の技術の紹介から入るのではなく、マッチング先候補企業の課題、ニーズを探るようなアプローチが有効であると考えられるが、既存のネットワークがない場合は調整が困難である

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ④ マッチング交渉準備

マッチング先の状況にあわせた交渉準備

連携提案資料の作成支援、交渉戦略立案などの支援を行うにあたり、支援対象企業の支援方針やビジネスMレポートから得られた特許情報等、さらにマッチング先の調整において得られた課題やニーズ等を踏まえ、マッチング面談のパターン（交渉方針）を次の3つに大別した。

マッチング先の状況		交渉準備	
課題やニーズの分類	想定される対応	技術面	具体的提案
①課題具体型 (課題やニーズが明確)	・ 支援対象企業の技術に関連、関心のある研究開発者等技術系が面談 ・ 技術的なディスカッションが中心	ソリューションとなりうる技術に注力して説明する	具体的な連携を提案する
②課題複数型 (課題やニーズが複数)	・ 支援対象企業の技術に関連する部署が複数あるなど、連携可能性が多岐にわたる ・ 窓口的な役割で研究企画等オープンイノベーション担当者が面談	要素技術や関連技術など幅広く説明する	具体的な連携が想定できるようであれば簡潔に提案する
③課題後出型 (提案技術に応じて課題やニーズを明確化)	・ 支援対象企業の技術に関心があるが、技術の話を聞いてから具体的なディスカッションに展開 ・ 窓口的な役割で研究企画等オープンイノベーション担当者が面談 ・ 研究開発者等技術系も同席する傾向	要素技術や関連技術など幅広く紹介し、必要に応じて技術詳細を説明する	具体的な連携が想定できるようであれば簡潔に提案する

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ④ マッチング交渉準備

連携提案資料の構成および面談のファシリテーション

課題やニーズにもとづいて大別したマッチング先の状況に対応する3パターン（交渉方針）の資料構成と面談の流れ、想定する時間を次に示す通り体系化した。

①課題具体型	②課題複数型	③課題後出型
資料構成 1. 会社紹介 会社概要・理念・ビジョン等 2. 解決したい課題 社会課題や産業上の課題等 3. 保有する技術、製品、サービス ※提案先の課題、ニーズにフォーカス 4. 要素技術等詳細 エビデンスや自社の強み 5. 連携提案 具体的な連携イメージ	資料構成 1. 会社紹介 会社概要・理念・ビジョン等 2. 解決したい課題 社会課題や産業上の課題等 3. 保有する技術、製品、サービス ※提案先に関連する技術等を簡潔に広く紹介 ＜必要に応じて以下を含める＞ 4. 要素技術等詳細 エビデンスや自社の強み 5. 連携提案 具体的な連携イメージ	資料構成 1. 会社紹介 会社概要・理念・ビジョン等 2. 解決したい課題 社会課題や産業上の課題等 3. 保有する技術、製品、サービス ※提案先に関連する技術等を簡潔に広く紹介 ＜必要に応じて以下を含める＞ 4. 要素技術等詳細 エビデンスや自社の強み
面談の流れ 1. 面談趣旨説明（5分） ファシリテータ 2. 支援対象企業から資料説明（20分） 支援対象企業 3. マッチング先からの質疑応答（20分） マッチング先企業 4. 連携イメージの擦り合せ（10分） 支援対象企業・マッチング先企業 5. 次のアクションの決定（5分）	面談の流れ 1. 面談趣旨説明（5分） ファシリテータ 2. 支援対象企業から資料説明（20分） 支援対象企業 3. マッチング先からの質疑応答（10分） マッチング先企業 4. 想定部署の課題やニーズ、連携案（10分） マッチング先企業 5. 連携案に関するディスカッション（10分） 支援対象企業・マッチング先企業 6. 次のアクションの決定（5分）	面談の流れ 1. 面談趣旨説明（5分） ファシリテータ 2. 支援対象企業から資料説明（15分） 支援対象企業 3. マッチング先からの質疑応答（15分） マッチング先企業 4. 課題やニーズ説明、連携案（10分） マッチング先企業 5. 連携案に関するディスカッション（10分） 支援対象企業・マッチング先企業 5. 次のアクションの決定（5分）

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑤マッチング交渉・ファシリテーション

支援対象企業とマッチング候補企業とのマッチング交渉面談に同席し、ファシリテーションを行った。特に、両者のビジョンの共有、共感を土台に、支援対象企業の技術に基づいた連携イメージの構築を目指した。

支援対象企業	マッチング先	交渉方針	結果
VB①	大企業	③課題後出型	マッチング候補の大企業はVB①が有する技術については未着手であった。このため、VB①のノウハウを大企業の技術にかけ合わせることによるコラボレーションの可能性が議論としてあがった。今後はNDAを締結し、VB①が大企業を訪問し、互いの製品紹介及び技術の体験会を行い、次に向けた動きを具体化する。
VB②	大企業	②課題複数型	両者が過去に直接面談を実施していたことは支援対象企業、マッチング先双方から事前情報として入手していた。新しく支援対象企業が構想・開始した技術サービスを中心に議論を実施。今後はマッチング先の各部門に同サービスを説明し、適切な部署による支援対象企業訪問と継続的なディスカッションを実施する。
VB③	大企業	①課題具体型	マッチング面談の事前に、VB③の技術および着目した特許について状況を共有し、関心のある点についてフィードバックを得て、VB③に伝えた。製品自体がそのまま導入できるわけではないが、VB③の技術が活かせる可能性が考えられたことから、製品紹介よりもその背景にある技術力に重きをおいて説明する方針とした。面談の結果、マッチング候補の大企業から関連する領域での課題や具体的なニーズを引き出すことができ、直ぐに解決できる課題ではないが、まずはVB③の強みのある製品等の紹介を行うなどしつつディスカッションを継続することになった。

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑤マッチング交渉・ファシリテーション

支援対象企業	マッチング先	交渉方針	結果
VB④	大企業	③課題後出型	関連する特許出願に関わる研究所については、開発中止による面談の見送りを希望された。そこで、製品開発、製造を担う部門に提案を実施。マッチング先社内にある部門横断の新規事業チームが先にヒアリングにあたり、その後の社内展開を検討となったため、技術資料を事前に送付した上で面談を実施した。面談時には、仮説提示した連携部門に持ち込むにあたっての議論と、他部門への応用について検討。提示するデバイスの仕様も理解が進み、今後マッチング先社内ですべて興味を示す部門を調査する。
VB⑤	大企業	②課題複数型	着目した特許情報を大企業に伝え、同特許と関連ある部署の担当者も同席の面談を調整いただいた。一方で、着目した領域以外での連携可能性も考えられるとの意見を得たことから、幅広く用途等技術の紹介が良いとVB⑤にフィードバックした。結果、他部署での連携可能性があるか改めて社内に情報を展開いただくことになったが議論の継続には至らなかった。なお、研究者が陥りがちな技術紹介に寄り過ぎた提案になったことも継続的な議論につながらなかった要因のひとつと考えられる。
VB⑥	大企業	①課題具体型	マッチング面談の事前にマッチング候補の大企業にVB⑥の技術について概略を紹介し、その結果得られた連携仮説を、VB⑥にフィードバックし、具体的な提案をもって面談に臨んだ。結果、より詳しいニーズを研究開発等技術系のスタッフから得ることが出来、次回はそのニーズを踏まえた提案をVB⑥から行うこととなった。
VB⑥	大企業	②課題複数型	マッチング面談の事前にマッチング候補の大企業にVB⑥の技術について概略を紹介し、大企業内の様々な部署の他、当該大企業のクライアント等も含めて連携の可能性があることが明らかになった。これをVB⑥にフィードバックし、コア技術を中心にVB⑥の強みと幅広いソリューションについて説明する方針をとった。結果、面談により具体的に提案できる先が明確になり、次回はその部署に対して具体的な提案を行うこととなった。

3. 調査結果

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑤ マッチング交渉・ファシリテーション

支援対象企業	マッチング先	交渉方針	結果
VB⑦	VB	①課題具体型	VB⑦の求める技術について把握し、それを事前にマッチング候補のVBに伝え、面談前の地ならしを行った。面談においては、VB⑦から技術の紹介と不足している技術課題について説明を行い、これに対するソリューションとしてVBから技術の説明を行い、出来ること出来ないことを伝えた。次回は、VB⑦からサンプルをVBに送付し、VBの技術が適用できるかを検証する。
VB⑧	大企業	①課題具体型	VB⑧より、会社紹介、今後の事業展開について紹介してもらったのち、連携の仮説について議論した。事務局側でVB⑧の技術内容、新たな事業展開について事務局側で把握していたため、事前にマッチング候補の大企業へのインプットが済んでいる状態で面談ができ、Mレポートであがってきていた技術以外での連携可能性についても議論できた。具体的に連携に向けて研究所訪問で合意。
VB⑧	大企業	①課題具体型	まずVB⑧より、技術を中心にした会社紹介と新規に立ち上げる事業について紹介していただいた。それを踏まえて連携の仮説について議論した。事務局側でVB⑧の技術内容、新たな事業展開について事務局側で把握していたため、事前にマッチング候補の大企業へのインプットが済んでいる状態で面談ができたことと、大企業側もVB⑧のことを知っていたため、大企業側から連携できそうな事業の候補を出してもらいながらMレポートであがってきていた技術も踏まえて連携可能性について議論できた。具体的に連携に向けて先方で関連しそうな部署に接続してもらうことで合意。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑤ マッチング交渉・ファシリテーション

支援対象企業	マッチング先	交渉方針	結果
VB⑨	大企業	③課題後出型	事前にマッチング候補の大企業の面談担当とコンタクトし、VB⑨の概要を共有するとともに、現在の事業範囲、最近の関心領域などのヒアリングを行った。その上でVB⑨に提案の方向性、面談担当者のバックグラウンドを踏まえた議論展開等のアドバイスを行った。面談を通して、純粋な技術連携ではなく原料から商品までの一連のビジネスモデル設計が必要であることが見えた。当該大企業で関心を持つ方が他にいれば再度面談を行うこととなった。
VB⑩	大企業	①課題具体型	VB⑩が求める技術やマッチング候補の大企業との連携仮説について協議した。BM事業者より当該大企業に対して、連携可能性検討を打診したところ、マッチングに至らなかった。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑥フォローアップヒアリング

マッチング面談の結果を踏まえて、支援対象企業に次の4項目についてヒアリングを実施した。これにより、Mレポートを活用したマッチング支援の改善点の抽出を行った。

- a. Mレポートに対する評価、改善点等
- b. 一連の支援に対する評価、改善点等
- c. 今後の事業計画等
- d. マッチング支援の継続

支援対象企業	ヒアリング内容
VB①	a.Mレポートに対する評価・改善点等 従来は展示会ベースで商談を進めていた。そこでは設定できなかった企業と当社の技術を活かしたマッチングができた。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 検索式に適用したキーワードについて、同じキーワードでもニュアンスの異なるものがあり、一概にマッチング度数上位から候補先選定をすることは適切ではない。ヒアリングにおいてキーワードを選定した際に、複数の特許明細を確認し、その使われ方のニュアンスを捉えて、検索式を見直すことが望ましい。 c.今後の事業計画等 同社では関連技術に関しての最新情報を常に入手していたが、今回のマッチング候補先の情報は含まれていなかった。今後、連携先として探索を拡げていく指針となった。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑥フォローアップヒアリング

支援対象企業	ヒアリング内容
VB②	a.Mレポートに対する評価・改善点等 大企業との連携を想定する場合に、Mレポートにおいて新たな連携先を見つけるという価値は低い。一方で、中規模以下の企業であれば有効と考えられるため、候補対象を限定したマッチング成立に向けた活用が良いのではないかと。 d.マッチング支援の継続 マッチング候補先の探索にMレポートを使用するのではなく、特定の連携希望先との連携仮説を組み立てるために特許情報を使うことができると良い。例えば、BM事業者が連携先として紹介可能な企業候補群について、その連携仮説を特許情報を用いて構築することで、BM事業者が連携における効果的な価値を発揮できると考えられる。
VB③	a.Mレポートに対する評価・改善点等 マッチングレポートは競合がいくつか入ってしまっていた。もう少しいろいろな角度で打合せを重ねた上でレポートを作成した方が良かったと感じた。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 予算や事業の終了時期の兼ね合いがあったので仕方ない部分もあるかと思うが、展開が急ぎで進められたので、もっと時間をかけて検討してみたかった。しかし、普段の営業活動ではなかなか会うことができない権限のある方に一度目で接触できたということについては、弊社のような中小企業にとっては有難いシステムだと感じた。しかも、初回で先方のネックとなっている技術情報もうかがうことができた。やはり特許庁という後ろ盾があったからこそ、あのような話をしていただけたのではないかと感じている。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑥フォローアップヒアリング

支援対象企業	ヒアリング内容
VB④	a.Mレポートに対する評価・改善点等 設立直後のベンチャーにとって、ターゲットとする業界が俯瞰できたこと、自社技術が他社の権利を侵害していないこと、自社の構想が他社によって既に権利化されていないことを確認できた。一方で、Mレポートのみを見て、マッチングに至るにはハードルが高く、少し規模の小さい企業がより多く検索できると良い。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 連携先が広がったこと、アプリケーション検討が進んだ機会になったことが価値となった。Mレポートのみでは連携に向けたアクションを取ることが難しく、事務局によるマッチング先候補の選定支援は必要。Mレポートの追加要望として、企業規模や新規事業部門の有無などがあるとわかりやすいと考えており、それに関連した情報を支援の中でも得られると良い。
VB⑤	a.Mレポートに対する評価・改善点等 大学の研究者やベンチャーが企業等へつながる機会は、JSTの新技术説明会やイノベーション・ジャパンなどの展示会が多い。これらと比べて特許ベースでのマッチングは、質的、量的にも技術的に話ができる人とコンタクトできるかという点が見えない。またマッチングレポートは、特許情報に基づいているが、企業は特許を防衛的な位置づけで出していることも多く、必ずしも外部連携に対してインセンティブがないことも多いのではないかと。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 企業との連携機会という意味で可能性を広げてくれたこと、またマッチング面談などで実際にコンタクトしたこと、見えなかったことが見えるなど刺激になった。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑥フォローアップヒアリング

支援対象企業	ヒアリング内容
VB⑥	a.Mレポートに対する評価・改善点等 今回のマッチングの結果からみれば、繋がりたいと考えていた先とコンタクトできたので、マッチングレポートを活用したマッチング支援は良かったのではないかと考えられる。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 2社とマッチングしたが、どちらもスムーズに話をする事ができ好印象をもっている。1点気になったのは、うち1社との面談において事前に得ていた連携イメージと面談当日に得たニーズに違いがあった。事前に対応した窓口的な方と当日に対応した技術者とで課題に対する認識が違うことは不思議ではないので特に問題ではない。 d.マッチング支援の継続 この事業のようなマッチング支援、大企業の紹介は興味がある。技術部との話も勉強になるが、企画や営業とつながることができれば、予算取りにおいては有利であると考えており、そのような部署とのマッチングが望ましい。
VB⑦	a.Mレポートに対する評価・改善点等 とても良いレポートだといえる。自分たちでつながろうとして企業情報を集めたとしても絞り込むことも難しいし、HP等で情報を集めるのも大変。この点において、レポートには多くの企業がリストとして掲載された状態にあり、これがわからない、これが足りないという要望でマッチング候補企業を抽出できるのは大変に有り難い。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 マッチングレポートでは、競合しそうな企業もリストに含まれていたが、どことマッチングするのが良いか、アドバイス付でマッチング先の選定、調整したあたりは、非常に価値がある支援であった。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑥フォローアップヒアリング

支援対象企業	ヒアリング内容
VB⑧	a.Mレポートに対する評価・改善点等 ベンチャーでの利用：ベンチャーが使う場合は創業5年以上経ったところが独自で使うことに可能性がある。その際にはマッチングの広がりを作ることができるといったベンチャー側へのレクチャーが必要。ちょうど新規事業を仕掛けようとしていたタイミングで、シナジーがあった。同じようなフェーズのベンチャーであれば関心を持つ可能性はある。例えば、J-Startup認定ベンチャーなど（200社くらい）。費用的に大きな金額が出せないで、5万円程度で利用できるライトプランのようなものがあると活用が進む可能性がある。 国の機関での利用（例：NEDO）：NEDOがベンチャーを対象に技術的な広がりや可能性、NEDO内での確認をするための資料を作るところでマッチングレポートを使う。NEDOにもマッチングは期待したい。 アクセラレーターでの利用：プラグアンドプレイのようなたくさんのベンチャーを抱えているところが利用する。入口マッチングで使うだけなので特許はみない可能性がある。IDATEN Venturesのようなハードウェアに特化したVCであれば関心を持つ可能性はある。 VC・金融機関での利用：技術デューデリジェンスでの利用の可能性はあるが、費用を出すかが不明。
VB⑨	a.Mレポートに対する評価・改善点等 従来の営業先開拓は株主や銀行の紹介などが主だったのに対し、マッチングレポートを活用することで客観的に情報がとれるのが良かった。また、掲げたキーワードに対して、網羅的に探索できるのが良かった。一方で、キーワード設定がずれるとノイズとなる業種が交じるため、キーワード設定が難しいと思った。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 面談担当者となる方の関心事や最近の取り組みを、事前に提供いただいたうえで面談に挑めたのが良かった。そのような事前情報があると、面談時により深い議論ができる。

3.2. Mレポートを既存マッチング事業への活用可能性に関する調査

3.2.3. マッチング支援の実施 ⑥フォローアップヒアリング

支援対象企業	ヒアリング内容
VB⑩	a.Mレポートに対する評価・改善点等 今回のマッチングレポートと候補に関する考え方は新規性があった。これまで連携候補先をいろいろ考えていたが、限られた面談回数にも関わらず、新しい視点が得られ気づかなかった候補がリストアップできた。レポート自体は有用だった。 b.一連の支援に対する評価・改善点等 今回のマッチングの目的に資する連携候補先の選定では、何段階かの難しさがあった。正直、共同研究などの連携検討という観点であればいくつか候補があったし、今回のマッチングという目的は達成できたのではないかと。実際に、リストの中にすでに何社も連携している会社があった。技術的に連携はある。レポート自体、そして一連の支援の進め方、考え方はよかった。改善点をあげるとするならば、特許からのリストアップだったが、もっと数多くの企業に対して1社1社について具体的な連携を深ぼっていくまでの事前協議を重ねられた方が良かった。特許情報だけでは出てこない、リストアップ企業の事業や研究の重ね合わせができるかどうかは鍵になるのではないかと。 c.今後の事業計画等 今回の目的の連携可否は難しいが、レポートを活用した技術提携先の探索は続ける方針。 d.マッチング支援の継続 連携しながら事業継続をしていくため、今後もマッチング支援を継続してもらえるとありがたい。マッチングレポートは予算的には、事業の方向性が固まって初めて調べるということになる。当然ながら相手先企業の技術や自社特許における関連性を調べるのは自社で既にやっている。情報収集も学会で継続的に行っている。レポートの良さの一つである、隠れている連携候補先をいかに見つけるかにどこまで予算を捻出するかがポイント。今回は、限定的なマッチングを目的に活用したが、やはり具体的に目的を見据えてからサーベイするということになるだろう。公的な支援があるとレポートを活用しやすい。できれば、今回のように知財をもとに、一緒に議論をしてくれるサポート支援があるとより一層議論が深まり連携可能性も高まる。今回はその役割を事務局が果たしてくれた。

3.3. 委員会による検討

3.3.1 委員会の構成と委員会開催スケジュール

委員会の構成

本調査研究に関して専門的な視点からの検討、分析、助言を得るために、特許庁と協議の上で有識者3名による委員会を設置した。委員は株式会社シクロ・ハイジア代表取締役CEO小林 誠 氏（委員長）、株式会社イーパテント代表取締役社長・知財情報コンサルタント野崎 篤志 氏、リアルテックファンド代表永田 暁彦氏の3名に委嘱した。

委員会開催スケジュール

実施した全3回の委員会の実施日時、議題は次の通りである。

委員会	日時	議題
第1回	令和2年 12月2日 17:00- 19:00	・公開情報調査に関する報告及び意見交換 ・ビジネスマッチング事業者及び支援対象企業選定の方針検討 ・ビジネスマッチング事業者の決定 ・支援対象企業の決定
第2回	令和3年 1月14日 16:00- 18:00	・報告書の骨子および中間報告書（概要版）の現状 ・マッチング支援の要諦についてのディスカッション ①支援対象企業に対するヒアリング ②マッチングレポートの作成、提供、アライアンス候補の選定支援
第3回	令和3年 3月10日 15:00- 17:00	・マッチング状況報告 ・サービスモデル案 ・ディスカッション

3. 調査結果

3.3. 委員会による検討

3.3.2 第1回委員会

サマリー

過年度におけるMレポートの活用と現状課題、仮説を提示し、BM事業者にマッチング支援サービスをどのように導入できるか議論した。BM事業者および支援対象企業の選定の要点を整理、共通認識を構築した。決定したBM事業者に対するサービス導入の仮説、検証について議論した。Mレポートによる支援仮説について議論した。

助言等（抜粋）

公開情報調査に関する報告及び意見交換

・過年度の事業報告でMレポートのコストが課題に挙げられたのに対して、Mレポートは、本来インベストメント行為である。本調査では、コストからインベストメントへと変えることを目指す。

ビジネスマッチング事業者及び支援対象企業選定の方針検討

・選定基準に、自社の本業の推進のためにMレポートを活用できるか否かを加える。
・BM事業者の属性を踏まえて、Mレポート活用について比較検証するため、属性の異なる事業者を3社以上選定する。

ビジネスマッチング事業者の決定

・三井住友銀行は前述の基準を満たすため、ビジネスマッチング事業者として決定する。

支援対象企業の決定

・BM事業者からの推薦支援対象企業について、支援の優先度をヒアリングして決定する。

3.3. 委員会による検討

3.3.3 第2回委員会

サマリー

報告書の骨子および中間報告書（概要版）の現状を共有し、最終報告書の作成にむけた助言を得た。支援対象企業に対するヒアリングにおいて用いたヒアリングシートに対してフィードバックを得た。マッチングレポートの作成、提供、アライアンス候補の選定支援において、どの様に選定していくかの基準について助言を得た。

助言等（抜粋）

報告書の骨子および中間報告書（概要版）の現状

- ・本事業がマッチングレポートの社会実装を目指す趣旨であることを踏まえ、報告書は実際にマッチングレポートを使うためのマニュアルを想定してまとめる。

支援対象企業に対するヒアリング

- ・解決を目指す社会課題と技術の両側面から見られるヒアリングシートに改訂する。
- ・Mレポートで選出される企業は、想定範囲内の他、セレンディピティや感動要素のある想定外も抽出できるような設計を目指す。

マッチングレポートの作成、提供、アライアンス候補の選定支援

- ・客観7割、主観3割程度で組み合わせで選定できるとよい。
- ・選定はBM事業者の工夫のしどころである。

3. 調査結果

3.3. 委員会による検討

3.3.4 第3回委員会

サマリー

マッチング状況を報告し、マッチング支援の各面談での資料、面談の手順や考え方について議論し、助言を得た。サービスモデルについて、BM事業者ごとに想定されたビジネスモデルを示すとともに、現実的なサービスとしては、M&A仲介事業者が対象になる可能性が高いことを踏まえて助言を得た。

助言等（抜粋）

マッチング状況報告

- ・ Mレポートに生きていない特許が含まれている問題は、権利が消滅しているものなどを除外して検索することで回避できる。
- ・ マッチングにおいて知財上での適合が高いことで探索しているが、最終的なマッチングにおいてはもう一軸、知財とは異なる軸を入れるのが良い。

サービスモデル案

- ・ レポートの分析量を減らし、ロングリストとして活用することも考えられる。
- ・ ビジネスモデルを考える上で、シンプルに誰が支払うか、金を持っている人から金をとるのがセオリーである。30万円/本ではなく月額10万円などはどうか。
- ・ M&A仲介事業者が成約で最低3,000万円とすると、Mレポートで成約率が60倍高くなるなら、50万円でも3,000万円の利益につながるドアノックツールとして価値がある。
- ・ Mレポートの方向性は2つある。安価に数か、Mレポートによるマッチング精度の向上。どちらに価値があり、社会に浸透するかを考える必要がある。

4. 調査結果の分析・取りまとめ

4.1. 総論

本事業の目的は、MレポートをBM事業者の既存サービスに組み込み、新たなマッチング支援手法として普及・定着させることを目指し、その有効性について実証的検証を行うことにあ
る。過去の事業実績を踏まえて、BM事業者と連携して支援対象企業とマッチング候補企業
との面談を調整して実施した。BM事業者は公募の後、委員会に諮り8者、メガバンク、地方
銀行、ベンチャーキャピタル、M&A仲介事業者、大学産学連携の5つの属性で決定した。支
援対象企業はBM事業者から提案のあったなかから10社を決定した。これら10社に対してヒ
アリングを実施、Mレポートを作成し、BM事業者および支援対象企業とディスカッションに
より、マッチング候補企業を各3社程度を選定した。マッチング候補企業のべ30社に対して
打診した結果、マッチング面談に至ったのは12件であった。マッチング面談の結果、成約は
10件（成約率：83.3%）を得た。なお協業にむけて議論継続となったケースを成約と定義
した。

マッチング支援を通じて、そのプロセスを再考し、ヒアリングシートの改訂、マッチング支
援における各面談の要素について、BM事業者や支援対象企業、マッチング候補企業の状況
にあわせた類型を定義し、交渉準備、面談内容を整理した。

マッチング支援サービスとしては、BM事業者ごとにビジネスモデルを想定して検証し、実
現可能性のある対象としてM&A仲介事業者を想定したビジネスモデルを導いた。

4.2. 実施プロセスの再考

本調査でおこなったマッチング支援をもとに、そのプロセスを次の通り整理した。

	実施内容	ポイント
①	事前ヒアリング および Mレポート作成	Mレポート作成のために支援先企業にヒアリングを行い、対象とする母集団とキーワードを決定しMレポートを作成する
②	マッチング候補 企業の選定	ビジョンや解決を目指す課題、保有する技術、ビジネスモデル等を踏まえてマッチング支援の方向性を決定するとともに、対象とする母集団とキーワードを決定する。想定範囲の企業につながる客観的なキーワードの他、主観的なキーワードを含めることで意外性のある企業の抽出につなげる
③	マッチング面談 調整	BM事業者、支援先企業と議論し、マッチング候補企業を決定する
④	マッチング交渉 準備	マッチング支援の方向性や支援対象企業のフェーズを踏まえて、Mレポート、着目する特許情報をもとに連携仮説を立ててマッチング候補企業を選定し、BM事業者のネットワークも考慮の上で決定する
⑤	マッチング面談	Mレポートや着目する特許情報から立てた連携仮説および、その他の収集可能なマッチング候補企業の関連情報から類推される接点も踏まえて調整に臨む
		面談調整で得られたマッチング候補企業の状況等に合わせて提案資料および面談アジェンダを決定する
		マッチング候補企業との調整時に得られた情報をフィードバックし、準備すべき提案資料およびマッチング面談の流れとゴールをBM事業者とすり合わせる
		マッチング候補企業、BM事業者、支援先企業と面談を実施する
		支援対象企業が自社の紹介、特に専門的な技術の話に偏らないように、適宜、技術等をわかりやすく補足し、マッチング面談のゴールを目指してファシリテーションする

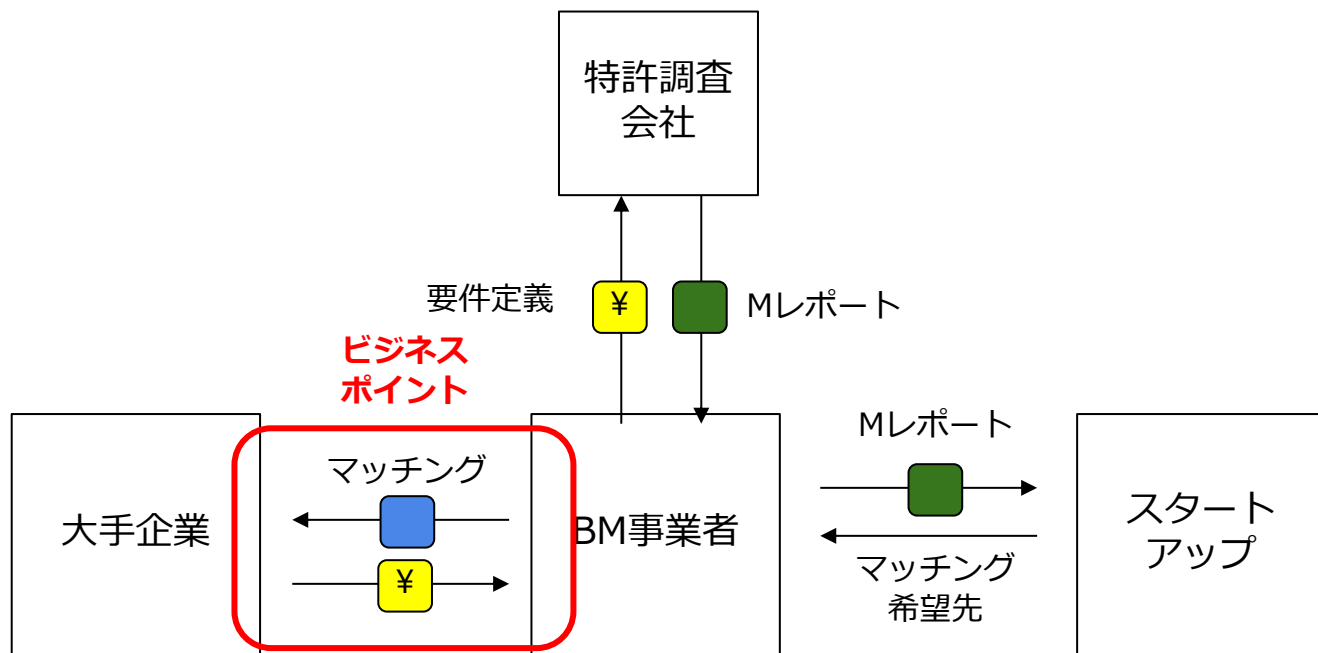
4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.1. 金融機関モデル

本調査事業の開始当時において、MレポートをBM事業者の既存サービスに組み込み、新たなマッチング支援手法として普及・定着させることを目的に、対象ごとに4つのビジネスモデルを想定した。

金融機関

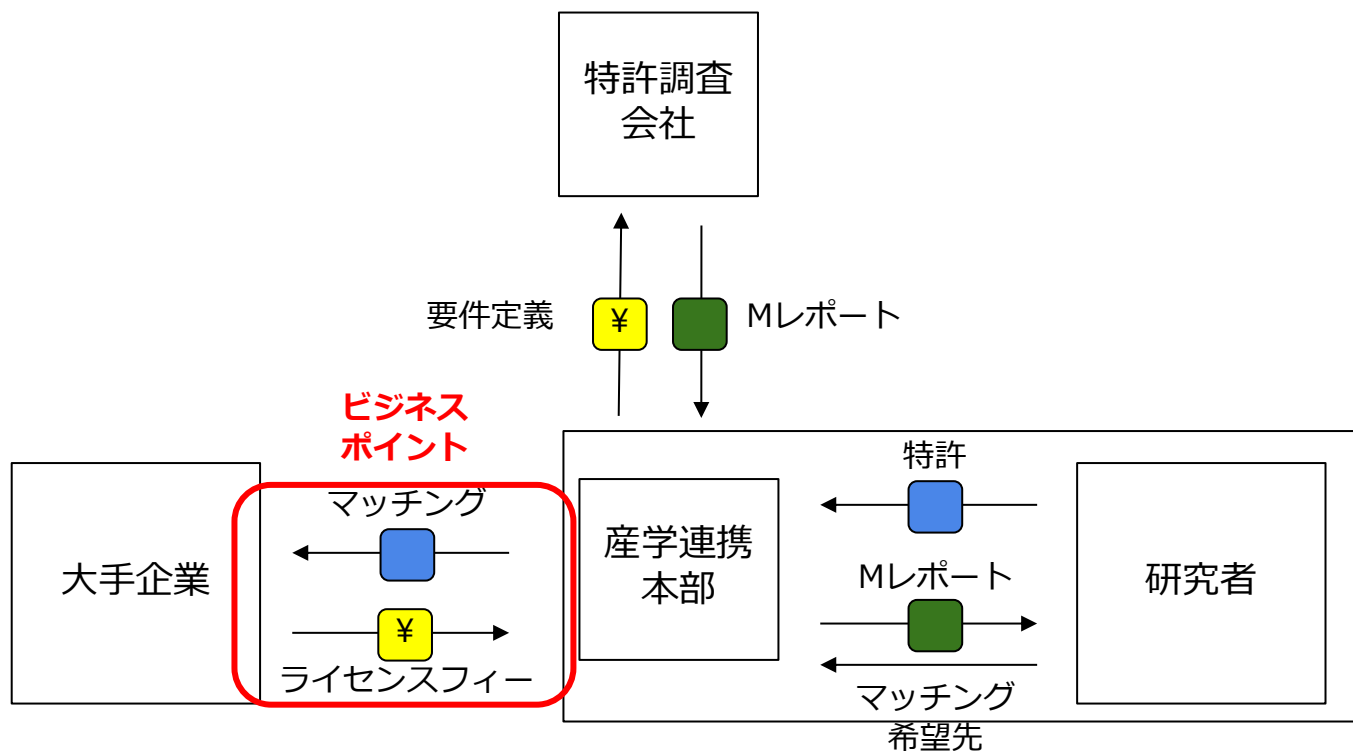
大手企業や地域中堅企業等を対象に、月額制でビジネスマッチングサービスを提供するモデルを想定し、Mレポートによりスタートアップ等とのマッチング率が上がることを付加価値として提供できるのではないかと仮説を設定した。



4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.2. 大学産学連携モデル

大学産学連携	大学が保有する特許が大手企業で活用された際に、ライセンス収入として計上されるモデルが想定され、産学連携本部がMレポートを活用し、ライセンス先を開拓することで大学におけるMレポートの普及が期待できるのではないかと仮説を設定した。
--------	---



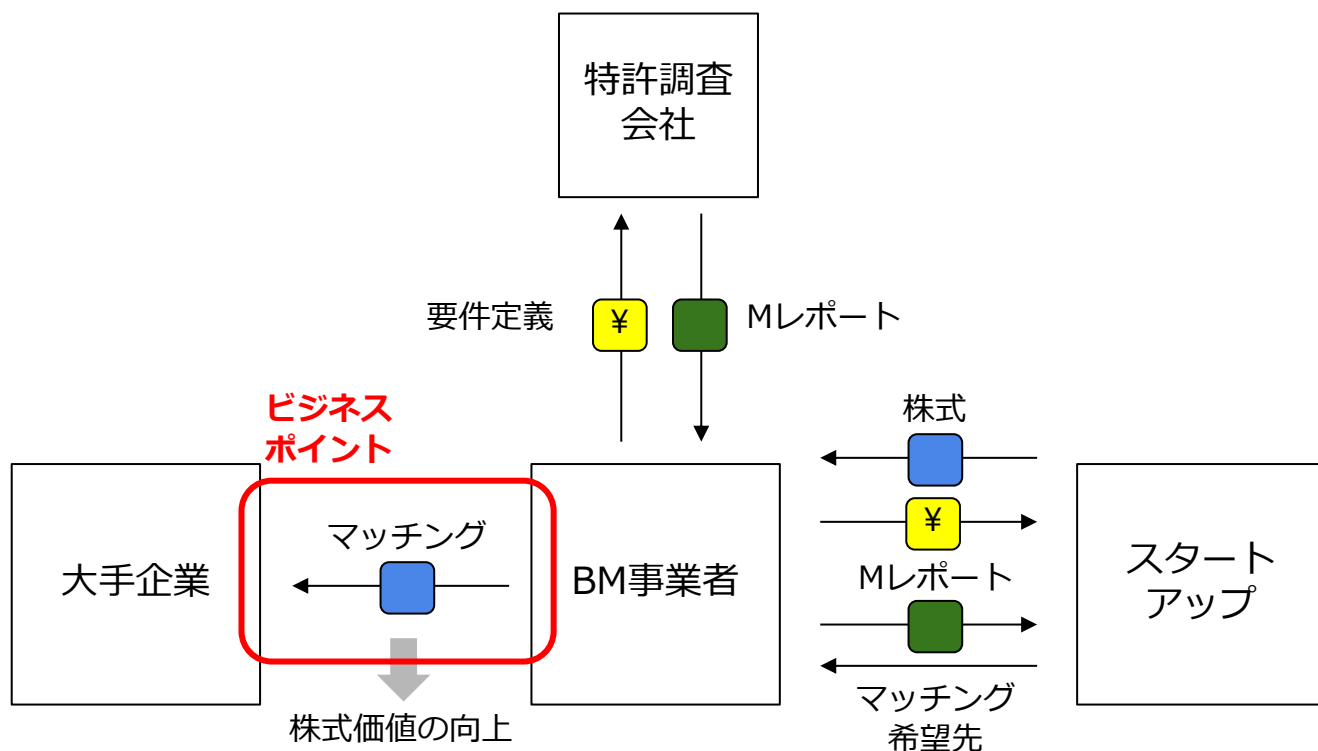
4. 調査結果の分析・取りまとめ

4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.3. ベンチャーキャピタルモデル

ベンチャーキャピタル

出資先のスタートアップが成長できる事業パートナーとのマッチングを支援するモデルを想定した。自社が取得した株式価値の向上を目的にしているため、Mレポートの価値を認識できれば、多くのスタートアップの支援に広がるという仮説を設定した。

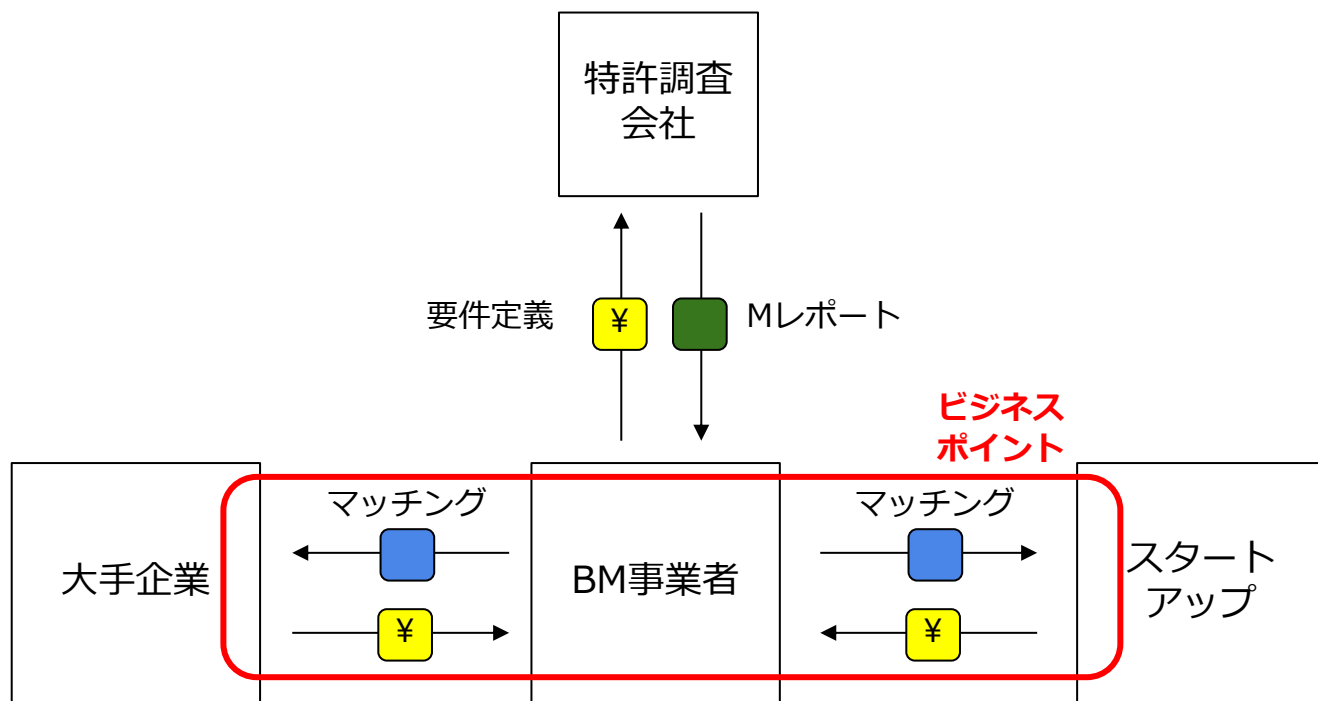


4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.4. M&A仲介事業者モデル

M&A仲介事業者

売り手と買い手の双方に成功報酬型のマッチングビジネスを提供することを想定し、M&A仲介事業者が自社保有の連携先候補リスト以外に、マッチングの可能性ある候補企業のリサーチを目的に活用するという仮説を設定した。



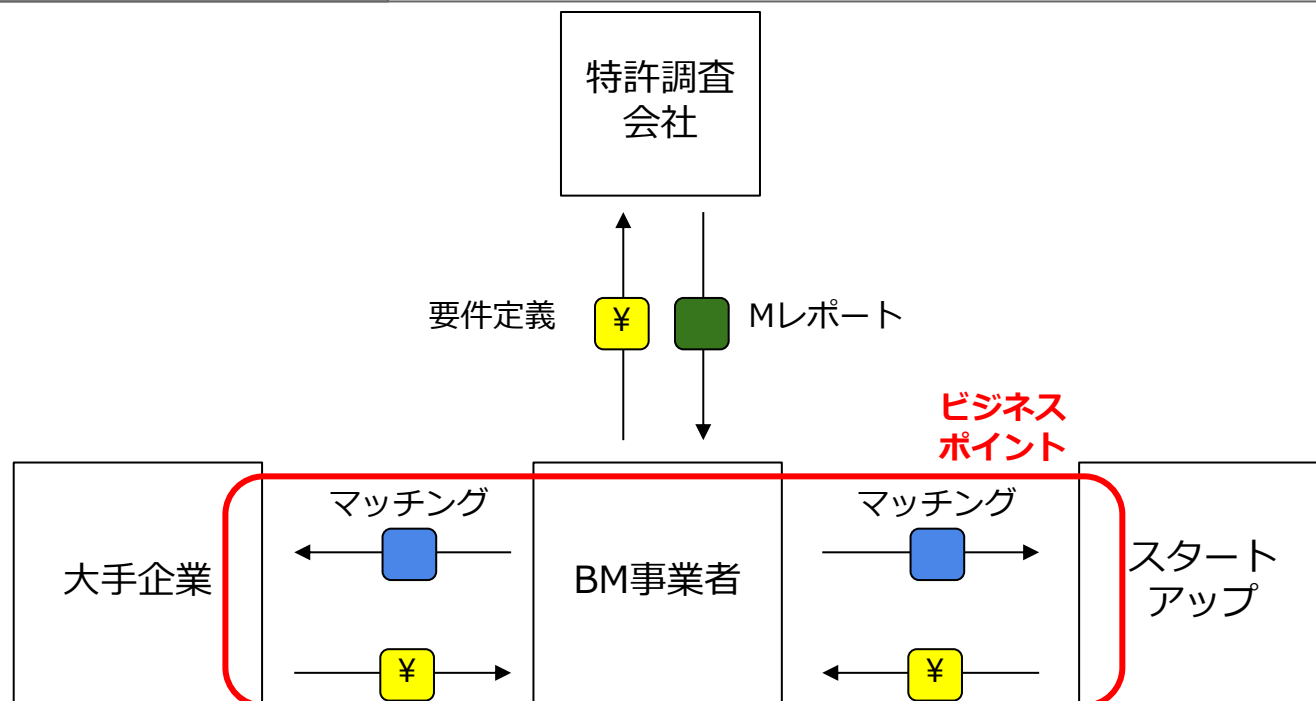
4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.5. 実現可能性のあるビジネスモデル案

本調査研究の結果を踏まえて、現状のMレポートを有効に活用し、普及・定着させるためには、M&A仲介事業者のようにマッチングを事業の根幹とした収益性が高いビジネスモデルにおいてMレポートを導入することが適当と考えられる。

M&A仲介事業者/コンサルティングファームなど

マッチング支援がBM事業者のビジネスの根幹を担う構造のビジネスモデル。スタートアップや大手企業に対してMレポートを提供するのではなく、マッチング候補を効果的に探索し、アプローチするためのリストを提供することで、BM事業者がマッチングのコストを下げつつ、精度を高めるためのツールとなる。



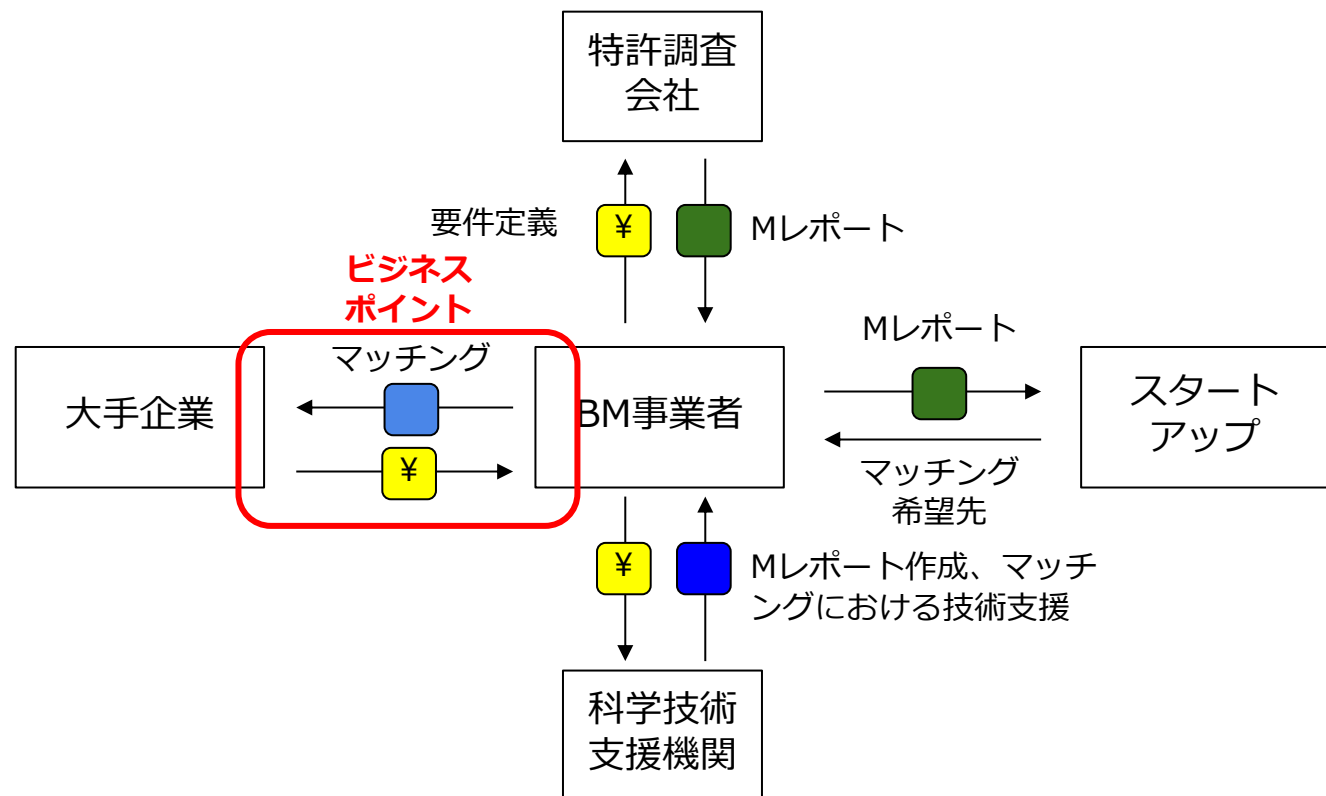
4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.6. 技術サポートを追加したビジネスモデル案

Mレポートを有効に活用し、普及・定着させるためには、Mレポートを十分に活用できるだけの技術理解が不可欠であり、その部分を外部機関で補う。

金融機関、
大学産学連携、
ベンチャーキャピタル等

Mレポートは、本質的な技術の理解を重ねることで、より効果的に活用することができ、マッチングの精度も高めることが可能になる。この点に着目し、BM事業者に対して科学技術面でのサポート機関をモデルに追加することで、対価に見合うだけのマッチング精度を得ることが期待できる。



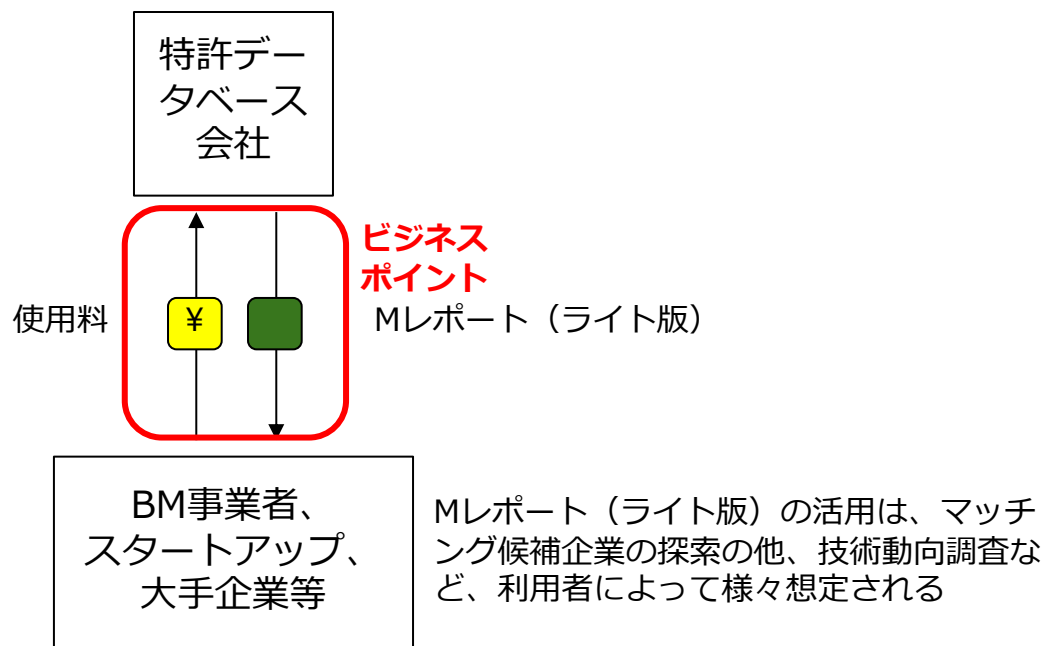
4.3. Mレポートを活用したビジネス展開

4.3.7. 安価なMレポート提供によるビジネスモデル案

特許情報にもとづいて抽出される技術的に親和性の高い企業リストを安価に提供するデータベースサービスを構築することでMレポート（ライト版）の普及を促す。

BM事業者、中小・ベンチャー企業、大手企業等

特許情報にもとづいたビジネスマッチングの可能性を安価に検討できるデータベースサービスを構築することで、マッチングに関心のある機関が、独自にキーワードを選定して技術的に親和性の高い企業を抽出したライト版のMレポートを活用するモデル。
※マッチング支援ではなくMレポートの提供を価値とする。



4.4. Mレポートを活用したビジネスの要諦

- ・ Mレポートの作成にあたっては、支援対象企業の技術に対して適切な理解が不可欠だけでなく、支援の方向性において独自の視点でのキーワードも検索式に盛り込み、セレンディピティおよび感動要素のある想定外のマッチング候補企業も抽出できるようにする。
- ・ 金融機関等のBM事業者は、技術の理解において十分な支援ができない可能性があり、Mレポートを活用したマッチング支援サービスでは科学技術に関してサポート可能な機関との連携が不可欠といえる。
- ・ Mレポートの活用においては大きく2つの方向性が考えられ、安価なロングリストとして数を提供するか、マッチングの精度を高めて価格以上の価値を提供するか、BM事業者の属性にあわせてサービスを検討することが求められる。
- ・ マッチング支援サービスを提供するにあたり、マッチングの成約がBM事業者の根幹の事業に直結することが、その対価を支払う理由になる。
- ・ 現状のMレポートのビジネスモデルとしては、マッチングの成約が価値と直結するM&A仲介事業者を対象としたサービスが実現可能性の高いものとして考えられる。

5.1. ヒアリングシートの改訂

本調査の結果を踏まえて、次の通りヒアリングシートを改訂した。

マッチング・レポート作成のための事前ヒアリングシート

1. ヒアリング先情報	
名称	
所在地	
部署・担当者	
連絡先	TEL: E-mail:
webページ	
2. レポート作成の対象となる事業 ※貴社の事業全体ではなく、マッチングレポートを活用したい事業や技術分野を選択	
事業領域、分野	
解決したい社会的課題、産業上の課題	
活用する技術、サービス	
連携相手(企業、研究者)	
競争相手(企業、研究者)	
過去に接点があった企業等 ※マッチング支援が不要な企業	
3. ビジネスモデル ※上記2で記載した事業に関して選択。現状と今後目指すモデルが異なる場合は今後について選択	
☐	B2B
☐	B2C
☐	物販
☐	ライセンス/ロイヤリティ
☐	広告モデル
☐	基本使用料/会員費/リース
☐	受託/コンサル
☐	その他()
4. レポート作成目的 ※着目する事業や技術分野において、マッチングレポートで何を果たしたいか選択	
☐	自社強みの強化
☐	自社弱みの補強
5. レポート作成目的(具体的に) ※マッチングの方向性について具体的に記載	
☐	パートナー候補探し(本業事業領域: サプライチェーン探し) ※具体的内容: ※想定企業名:
☐	パートナー候補探し(本業事業領域: 販路開拓) ※具体的内容: ※想定企業名:
☐	パートナー候補探し(事業領域の横展開) ※具体的内容: ※想定企業名:
☐	パートナー候補探し(技術開発) ※具体的内容: ※想定企業名:
☐	業界動向調査 ※具体的内容:
☐	事業承継先検討 ※具体的内容: ※想定企業名:
☐	その他()

6. レポート作成で着目する技術、サービスの強み、優位性、独自性等 ※端的に一言で表現		
強み、優位性、独自性等		
7. レポート作成で着目する技術等の内容		
研究開発領域、分野		
技術内容		
技術課題等		
8. 重要視している(特長となる)技術キーワード ※選定は0個前後、優先順位順		
1.	7.	13.
2.	8.	14.
3.	9.	15.
4.	10.	16.
5.	11.	17.
6.	12.	18.
9. 独自視点による技術キーワード ※8の程度、優先順位順		
1.	4.	7.
2.	5.	8.
3.	6.	9.
10. 既存の事業領域や技術分野に関わらず、今後のマッチング先として関心のある業界、技術分野など(あれば)		
業界		
技術分野		
11. レポート作成の際に特に注目してほしい特許(あれば)		
特許番号:	名称	
特許番号:	名称	
特許番号:	名称	
特許番号:	名称	

5.2. 特許情報を活用したマッチングレポートの広報

株式会社リバネスが発刊する雑誌「創業応援 vol.21」にて、特許情報を活用したマッチングレポートについて記事化して紹介した。

特刊1 地域発、攻めの事業

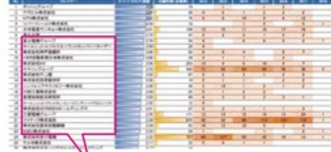
特許情報のビッグデータを分析し、理想のパートナーを発掘する

新たな価値創造のためには、既存のパートナー以外にも連携の輪を広げることが必要だ。しかしながら、従来大手企業の下請けで仕事をすることが多かった地域企業にとって、新しい組織と連携するのもハードルがある。特許リバネスでは、そのような課題を特許分析という手法で解決するユニークな取り組みを進めている。

特許情報は宝の山

そもそも特許情報は、国内だけで年間30万件を超える出願があり、その1件1件に数十万円の出願費用がかかっている。言い換えると、出願企業が知恵を絞り、技術と活用方法の方向性を明示した情報の集まり、つまり有用なビッグデータなのである。特許情報という形でデータが蓄えられた情報は、統合的なデータベースに格納され、そのデータは時系列で追えるなど非常に扱いやすい。特許情報プラットフォーム「J-PlatPat」はそのデータベースにアクセス可能であり、キーワードによる検索やCSVファイルへの出力がすべて無料である。このデータベースに眠ったビッグデータを使いこなすことができれば、技術の動向調査や競合分析、連携先発掘など新規事業の創出と拡大につながる大きな価値を生み出すことができる。特許情報には、出願人の技術内容だけでなく、解決する課題、その効果や関連する技術などが詳細に記載されている。そのため、この豊富な情報源に自社のフォーカスしたい技術分野と解決したい課題で絞り込みをかけることで、最適な連携先候補を発掘することができるのだ。

● マッチング検索画面



特許情報から把握できる、連携シナジーが期待される出願者のリスト

近年この技術分野のR&Dに注力、かつ技術が補完関係にある企業がおすす

▲ 図1 ビジネスマッチングレポートイメージ

自社技術の強みからキーワードを選定する

例えば「ロボット」という検索ワードでリサーチをすると、「ロボット制御」や「ハンド」といった派生出るキーワードが発見できる。また、出願人の産業分野に着目することで、利用される分野も類推できる。キーワードのマッチング度と出願時期を軸に出願データをプロットすることで、連携候補先企業の分布を視覚化することや、連携候補となる企業群のショートリストを作成することもできる。さらに、出願時期を

縦軸、キーワードマッチング度を横軸にとって連携候補となる企業群の分布図を作成してみると、出願件数が近年に集中している企業や、過去の出願率が高い一方で近年の出願件数が少ない企業があることがわかる。つまり、近年の出願件数の増減によって、今まさにその分野に注力している企業なのか、その分野での技術開発を減速もしくは取りやめた可能性がある企業なのか、という分析を行える。これをもとに、例えば、分布図の左上に位置する近年の出願件数が多い企業のうち、課題キーワードのマッチング度数が「高すぎ

ない」企業を優先的にピックアップする、という発掘戦略を設定できるのだ。マッチング度数が高いということは、アプローチしている課題のキーワードの多くが共通していることを意味しており、純粋な競合企業である可能性が高いためだ。

ビジネスマッチングレポートを開発し、100社以上で実証する

特許リバネスでは、上記のアプローチについて、実際にビジネスマッチングレポート（図1）を作成し、特許リバネスHPにそのサンプルと活用マニュアル（図2）を公開し、現在その普及に向けた取り組みを実施している。実際に過去3年間、100社以上の地域企業やスタートアップ、大学等と同レポートを提供し、大企業等の事業会社とマッチングをアレンジするなどして、その効果を検証してきた。NDAの締結または議論議案をまとめた結果、平成29年度のマッチング成功率は21.8%、平成30年度は成功率35.7%にのぼり、特許情報の活用が企業のアイディアスやオープンイノベーションの促進に有効であることを実証している。

持続可能なビジネスを展開するために

4年目となる今年、特許リバネスとともに、ビジネスマッチングレポートを活用してくれる「マッチング事業者」の発掘に取り組んでいる。具体的には、銀行やベンチャーキャピタル、TLOやマッチングプ

特許リバネス2年度「中小企業等知財分析レポートを用いたマッチング調査研究」



特許情報を活用した企業マッチングレポート活用マニュアル



▲ 図2 特許情報を活用した企業マッチングレポート活用マニュアル（出典：2019年3月29日発行 有価証券報告書）

プラットフォーム提供事業者、M&A仲介業者である。ビジネスマッチングを事業として行う主体にノウハウを提供し、彼らをハブにこのレポートを広げていくという戦略だ。これまでの経験から、地方企業やスタートアップに直接レポートを使ってもらうだけでなく、マッチング事業者がこのレポートを有効活用することで、より波及効果が期待できるのではないかと仮説を立てた。過去

の実証では、当初目的とした連携候補発掘以外にも、業界動向調査や事業承継先検討、リクルーティングなどにも広く活用できる可能性が示されている。地域企業やスタートアップが置かれる環境とニーズに寄り添い、より使いやすいサービスにしていけるべく開発を続けている。

（文 長谷川 和宏）

関連イベント情報

第10回 超異分野学会本大会

日時：2021年3月5日（金）10:00～11:00

場所：コングレススクエア羽田 セッションルームB

タイトル：毎年30万件蓄積され続ける特許情報から新たな知識を生むためには
WEBサイト：https://nic.lne.st

登壇者

モデレーター：岡崎敬（株式会社リバネス 知識創成研究センター長）
パネリスト：高田康弘氏（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）
野崎直志氏（株式会社イーバント代表取締役社長）
杉原淳一氏（株式会社バイオバンク代表取締役）

ビジネスマッチングレポートも紹介します

5.3. 特許情報を活用したマッチングに関するセッション

株式会社リバネスが主催する第10回超異分野学会本大会にて、特許情報を活用したマッチングに関するパネルディスカッションを行った。

Hyper Interdisciplinary Conference

超異分野学会

毎年30万件蓄積され続ける特許情報から
新たな知識を生むためには

2021年3月5日(金) 10:00-11:00

高田 龍弥
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

野崎 篤志
株式会社イーパテント
代表取締役社長／
知財情報コンサルタント K.I.T. 虎ノ門大学院客員准教授

杉原 淳一
株式会社バイオインパクト
代表取締役

岡崎 敬
株式会社リバネス
研究開発事業部
知識創業研究センター
センター長

<セッション概要>

特許出願には数十万円の費用がかかるにも関わらず、毎年約30万件もの出願がなされています。特許庁では、この特許情報を有効活用するべくビジネスマッチングレポートを開発しました。保有する特許情報をもとに連携候補企業等をリスト化した当該レポートの活用により、オープンイノベーションの促進につながる有意義なマッチングを実現しています。学術論文、公的研究資金の獲得情報なども有用なビッグデータであり、これらを組み合わせたりすることで、新たな知識を生み出すプラットフォームになると考えられます。本セッションでは、このような知識・技術のビッグデータから新たな価値を生むアプローチについて議論します。

禁 無 断 転 載

令和2年度 特許庁産業財産権制度問題調査研究
中小企業等知財分析レポートを用いた
マッチング調査研究報告書について
(要約版)
令和3年3月

請負先
株式会社リバネス

〒162-0822 東京都新宿区下宮比町1-4 飯田橋御幸ビル5階