

平成 29 年度調査事業

特許情報の利用拡大に向けた
公的特許情報サービスのあり方に関する調査

平成 30 年 3 月

アビームコンサルティング株式会社

— 目次 —

1. はじめに.....	1
2. 調査概要	4
2.1. 本調査の実施内容	4
2.2. 調査結果	6
2.3. 調査結果を踏まえた公的特許情報サービスのあり方	11
2.4. 本事業による成果物（記事・手引書）	20
3. 本調査の実施内容	21
3.1. 知財総合支援窓口及び中小企業支援機関へのヒアリング	21
3.2. ヒアリング結果の整理と総括	24
3.3. 記事の作成	25
3.4. J-PlatPat 活用手引書の作成.....	25
4. 調査結果	26
4.1. 調査結果・考察	26
5. 調査結果を踏まえた公的特許情報サービスのあり方	41
5.1. 現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策	41
5.2. 今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策	48
6. 本事業による成果物（記事・手引書）	58
6.1. 「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事.....	58
6.2. 「自社の知財が漏えいする事例（商品の模倣、技術の盗用）」を紹介する記事	60
6.3. 「中小企業支援機関における知財活用」を紹介する記事	62
6.4. 「J-PlatPat の活用方法」を紹介する記事	64
6.5. J-PlatPat を利用した経営課題解決の手引書.....	66
7. 付録.....	68

1. はじめに

我が国特許庁では、特許情報¹の普及活用の今日的なあり方について検討を行うため、平成 27 年度より産業構造審議会 知的財産分科会 情報普及活用小委員会を開催し、平成 28 年 5 月 20 日に報告書「特許情報のさらなる活用に向けて」を公表した。

報告書では、図 1-1 の通り、特許情報の重要性に対する企業の認識度として、現状は①特許情報の重要性に気づいていない層、②特許情報の重要性に気づいているが活用していない層、特許情報を活用している層と大きく分かれ、更に、特許情報を活用している層については、③J-PlatPat を活用している層、④高度な民間が提供している特許情報サービス²を活用している層に分けることができると考えられる、としている。そして、将来的には、①②の層の者に対して J-PlatPat を普及していくことにより、特許情報の重要性及び活用方法について理解を広めることが特許情報サービス利用者全体の規模拡大に効果的であると考えられ、更に、J-PlatPat の普及が進み、J-PlatPat を活用する者が増加するにつ

1 「特許情報」とは、特許・実用新案・意匠・商標の出願・権利化に伴って生み出される情報（公報情報や経過情報等）、その他の知的財産権情報を含む情報を指す。

2 「特許情報サービス」とは、特許情報の提供や特許情報の活用に繋がる情報や支援を提供しているサービス全般を指す（民間企業が提供するサービスも含む）。

（特許情報サービスの一例）

- ・ 特許情報プラットフォーム（J-PlatPat）：<https://www.j-platpat.inpit.go.jp>
- ・ 中韓文献 翻訳・検索システム：<http://www.ckgs.jpo.go.jp/>
- ・ 知財ビジネス評価書作成の支援に係る紹介用のパンフレット
- ・ 知的財産権制度に関する説明会
- ・ その他民間による特許情報提供システムや知財関連セミナー等

れて、より高度なサービスへと関心が向き、ユーザーの利用するサービスがより高度な民間による特許情報サービスへと移行していくものと考えられる、としている。

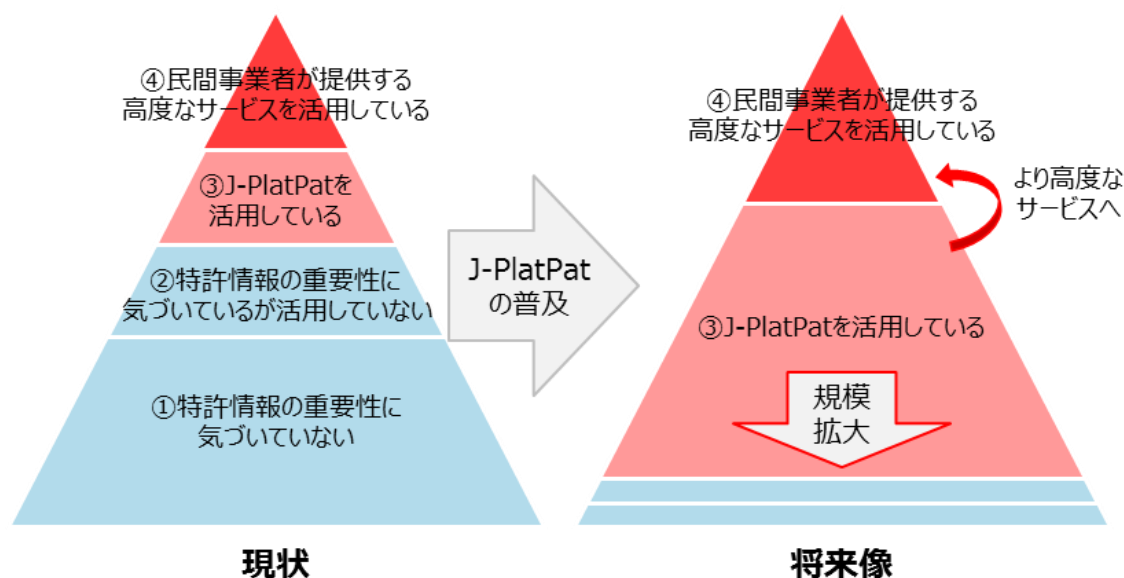


図 1-1 特許情報サービスの活用に関する現状と将来像³

特許庁では平成 28 年度に「高度な特許情報サービスの普及活用に関する調査」を実施し、民間事業者が提供する高度な特許情報サービス及び利用目的に応じた海外の特許情報へのアクセス方法についての調査を通して、特許情報の活用方法を我が国ユーザーの利用目的に即した形で発信した。この調査は、③の層のユーザーが④の層への移行を促していくための基礎資料とすることを目的として実施したが、一方で、更なる特許情報の普及活用のためには、特許情報サービス全体の利用者拡大に向けた検討を進める必要がある。

そこで本調査では、①②の層（主に中小企業）に対して、特許情報の重要性及び活用方法について理解を広め、特許情報サービス全体の利用者拡大を図るための調査・検討を実施した。

3 情報普及活用小委員会報告書「特許情報の更なる活用に向けて」平成 28 年 5 月 図 I -17 を一部改変。

調査では、統計的な情報の収集ではなく、中小企業と直接相対する現場の生の声を収集するために、知財総合支援窓口及び中小企業を支援する機関（以下、中小企業支援機関という。）に対してヒアリングを行った。中小企業支援機関は、金融機関、中小企業診断士、弁理士等のその他士業、その他中小企業支援に関わる団体の担当者を対象とした。当該機関に対し、これまでの経験からどのような特許情報があると、中小企業に知財⁴の有用性を紹介しやすいか、特に J-PlatPat 等の公的特許情報サービスからどのような情報発信があると、中小企業に知財の有用性をより理解し、活用してもらえるかについてヒアリング調査を実施した。

その結果を踏まえ、ユーザーが特許情報を有効に活用するために、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策や今後の公的特許情報サービスにおいて目指すべき姿を検討した。そして、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策のなかで、特に効果の高いと思われる内容について記事を作成した。また、J-PlatPat を活用することにより中小企業にとってどのような具体的メリットがあるかを明らかにし、J-PlatPat を利用したことのないユーザーでも活用できることを目指した手引書を作成した。

4 本調査においては、経営資源として知的財産を活用することだけでなく、特許出願等によって取得した権利を活用すること等も想定している。このため、活用の対象を「知的財産」、「知的財産権」等と特定して表現することができない場合がある。そこで、これらの知的財産に関連した企業経営に有用な資源を総称して「知財」と称することとする。

2. 調査概要

本業務における調査内容、調査方法、調査結果等の概要を以下に示す。

2.1. 本調査の実施内容

本業務において実施した調査内容について以下に示す。なお、調査の実施内容の詳細については、「3.本調査の実施内容」に示す。

(1) 知財総合支援窓口及び中小企業支援機関へのヒアリング

特許情報サービスの利用者拡大を検討するため、知財総合支援窓口及び中小企業支援機関に対して「中小企業の特許情報の活用状況」及び「中小企業に知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等」について、ヒアリング調査を実施した。ヒアリングを行った対象者及び対象者数は以下の通り。

表 2-1 ヒアリング先一覧

対象者	対象者数
知財総合支援窓口	11
金融機関	4
中小企業診断士	3
弁理士	2
その他中小企業支援団体	4
合計	24

(2) ヒアリング結果の整理と総括

ヒアリングの調査結果及び考察を踏まえ、特許情報サービスの利用者拡大に向けて必要と考えられる施策として以下の2点について検討を行った。

① 現状の公的特許情報サービスの活用で実現すべき施策

現状の公的特許情報サービスを用いて中小企業が知財の有用性を理解し、特許情報サービスを活用するために必要と考えられる施策を検討した。

② 今後の公的特許情報サービスのあり方

将来にわたって公的特許情報サービスの利用者拡大を目指すために、現状の公的特許情報サービスの機能等には備わっておらず、今後の公的特許情報サービスにおいて検討すべき施策を整理した。

(3) 記事の作成

「2.1.本調査の実施内容 (2) ヒアリング結果の整理と総括」で検討した現状の公的特許情報サービスの活用で実現可能な施策のうち、中小企業や中小企業支援機関が特許情報を認識・活用するために効果的と考えられる施策に基づき、記事を作成した。

(4) J-PlatPat 活用手引書の作成

「2.1.本調査の実施内容 (2) ヒアリング結果の整理と総括」で検討した現状の公的特許情報サービスの活用で実現可能な施策のうち、J-PlatPat を初めて利用するユーザーをサポートするために効果的と考えられる施策に基づき、手引書を作成した。

2.2. 調査結果

調査により得られた主な意見と、意見を踏まえた考察について以下に示す。なお、各調査結果の詳細については、「4.調査結果」に示す。

2.2.1.「中小企業を支援する機関から見た、中小企業の特許情報の活用状況」の調査結果

<主な意見>

- ・ 中小企業の多くは、J-PlatPat をはじめとした公的特許情報サービスについて認識しておらず、利用する機会もない。
- ・ 中小企業や中小企業支援機関が J-PlatPat を活用している例として、技術者が新製品を開発する際に他者が出願した特許の技術に関する情報を参考としていたり、新規企業に訪問する際に訪問先企業がどのような特許を取得しているのかを把握する、といった方法がある。

<考察 1：中小企業が「知財は他人事」と思わないための普及活動が必要>

中小企業の多くは、自社における「知財」が何か把握していない、そもそも「知的財産権制度」とは何かわからない、といった状況にあると考える。知財を活用することのメリットや、商標等を取得しないことによるリスクが中小企業に対して十分に伝わっておらず、知財が自分とは無関係だと考えられてしまう可能性が高い。中小企業の活動において知財がどのような効果を生み出すのか、より身近なテーマや業種を絞った具体的な事例等を用いた普及が効果的と考える。例として、皮革製品を製造している会社向けに、ユニークなデザインのハンドバックを作成したが権利化していないために模倣被害を受けてしまった事例等が考えられる。

<考察 2：技術情報、企業情報としての J-PlatPat の活用について普及の余地がある>

多くの中小企業は公的特許情報サービスを利用していないといった意見が得られた一方で、J-PlatPat の活用方法についても意見が得られた。J-PlatPat には、従来の利用方法（自社が有している技術の特許化可否の調査や、新商品に付ける名称の利用可否の調査等）の他に、以下のような利用方法があると考えられる。

- ・ 特許の技術に関する情報を新製品開発時等に参考とするといった「技術情報」としての利用方法
- ・ 営業活動等において、訪問先企業が特許や商標を取得していないか調査し、企業の強みを把握したり、経営者との会話に用いるといった「企業情報」としての利用

上記のような利用方法も周知していくことで、知財について認識していないユーザーにも利用を拡大できる余地があると考ええる。

2.2.2.「中小企業に知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等」の調査結果

＜主な意見＞

- ・ 知財の権利化を判断するのは経営者である。経営者が興味を持つと考えられる知財に関する情報があると、知財の普及に繋がる。
- ・ 中小企業に知財について興味を持ってもらう方法として、知財を権利化した成功事例よりも、知財を権利化しなかったことによる失敗事例を伝える方が有用性を理解してもらいやすい。

＜考察 3：知財と経営を結びつけた情報を用いた普及活動が効果的である＞

多くの経営者は自社の売上げアップや経営危機に関する情報については積極的に情報収集するが、自社には関係ないと判断された場合、興味を持つ可能性は低くなると考える。知財総合支援窓口が中小企業に訪問する際に、最初から知財の話を始めても専門用語や制度に対する敷居の高さから自社との関連性を判断することができず、興味を持ってもらえない可能性が高い。

中小企業の場合、知財を権利化するかは経営者が最終判断することが大半であるため、経営と結びつけた情報でないと興味を持ちにくいと考える。

＜考察 4：失敗事例に関する情報を用いた普及活動が効果的である＞

知財を権利化したことによる売上げの増加や新規顧客の獲得といった経営にプラスの影響を与える情報を中小企業が見ても、自分たちには特許に繋がるような情報はない・自分たちとは関係ないと考えられてしまうケースが多い。一方で、知財に関連する失敗事例を提示した場合には、知財について知らないと自社の経営に影響を及ぼす可能性があると考え、興味を持つ可能性が高いと考える。

そのため、「知財を権利化していなかったために自社の製品が模倣被害にあってしまった」といった、どのような中小企業においても起こりうる「失敗」に関する事例の方が、当事者意識を持つきっかけになりやすいと考える。

2.2.3.その他の調査結果

(1) 知財に興味を持つ企業と持たない企業の傾向

<主な意見>

- ・ 自社ブランドの検討や新製品を開発しようと考えている経営者のいる中小企業は知財に興味を持ちやすい。
- ・ 下請けから脱却しようという意識がない中小企業は、知財に対する興味がない。

<考察 5：経営者に熱意のある中小企業は知財に興味を持つ可能性が高い>

新しい技術や製法を積極的に取り入れたり新規事業を常に考えたりといった熱意のある経営者がいる中小企業は、知財に興味を持ちやすい傾向にあると考える。このような中小企業を中心に普及を行うことで、普及活動の効果が生じやすくなると考えられる。

一方で、下請けから脱却しようと考えていない中小企業や、製品の性能向上に向けた研究や新製品の開発等に取り組もうとしていない中小企業は、経営を見直すような機会が生じにくく、知財といったこれまでにない観点を新たに取り入れる機会も少ない傾向にあると考えられる。そのため、これらの中小企業に対して知財に対する普及活動を行っても興味を持つ可能性は低い。

(2) 中小企業支援機関に関する調査結果

<主な意見>

- ・ 中小企業診断士のなかで知財に関するコンサルティングを提供している人はほとんど見られない。
- ・ 金融機関の職員の多くは J-PlatPat の利用方法については理解しておらず、行員に向けた勉強会等が必要と考える。

<考察 6：中小企業支援機関に対する知財の普及が十分ではない>

中小企業と同様に、中小企業支援機関においても、知財が自身の支援内容とどのように関連するのか理解していない、又は理解するきっかけがない（理解するためのコンテンツがあったとしても効果的に利用されていない）と考えられる。

中小企業支援機関は中小企業を支援する機会が多いため、当該機関が知財の有用性を理解し、知財の観点を自身の活動に取り入れていくことで、間接的に中小企業が知財の重要性について認識するきっかけになることが期待できる。

(3) 知財総合支援窓口に関する調査結果

<主な意見>

- ・ 知財総合支援窓口では企業を探す、訪問する、支援するといった各活動において工夫を行っている。
- ・ 中小企業支援機関と連携することで、より効果的な活動が行えている。

<考察 7：好事例に関する知財総合支援窓口間の情報共有が必要>

各地域の知財総合支援窓口の担当者によって、金融機関といった中小企業支援機関とのネットワークを築いたり、独自に資料を作成したりといった様々な工夫が行われている。これらの工夫は他の地域でも活用できる可能性が高く、相談する中小企業にとっても品質の高い対応を受けることが可能になることから、地域間における情報共有を積極的に行っていくことが必要と考える。

(4) J-PlatPat に関する調査結果

<主な意見>

- ・ マニュアルやガイドブックが、知財について認識していない初心者向けに作成されていない。J-PlatPat へのアクセス方法についても記載されておらず、知財総合支援窓口でアクセス方法を説明する資料を作成している。
- ・ 現状のマニュアル等は機能別にしか記載されておらず、ユーザーは利用目的を達成するためにどのような手順で J-PlatPat を利用すればよいのかわからない。

＜考察 8：知財に対して認識がないユーザー（初心者）を想定したサポートコンテンツが必要＞

J-PlatPat に対する改善要望として特に知財総合支援窓口から多く意見が挙げられたのが、マニュアルやガイドブックがわかりにくく、知財について認識していない初心者には知りたいことを理解できない、といった意見であった。また、知財総合支援窓口では J-PlatPat へのアクセス方法を説明するための資料も作成しており、ユーザー利便性向上を目指した改善余地があると考ええる。知財について認識していないユーザーが利用することも想定したサポートコンテンツを用意することで、J-PlatPat の利便性が高くなり、今後の利用者拡大に寄与していくものと考ええる。

2.3. 調査結果を踏まえた公的特許情報サービスのあり方

「2.2.調査結果」を踏まえ、現状の公的特許情報サービスにおいて利用者の拡大に繋がると考えられる施策や、今後の公的特許情報サービスとして求められる施策について以下に示す。なお、各施策の詳細については、「5.調査結果を踏まえた公的特許情報サービスのあり方」に示す。

2.3.1.現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策

これまでの調査結果や考察を踏まえ、施策を検討するための観点として以下の2点を整理した。

<知財の有用性に関する情報を経営者や中小企業支援機関等の視点に立って発信する>

特許情報を活用する利用者を拡大するためには、知財の重要性について認識していない層を対象とした施策が必須となる。中小企業の経営者の目線だけでなく、金融機関や中小企業診断士といった様々な中小企業支援機関の目線にも立ちながら、それぞれが最も興味を持ち、有益と考える情報が何かを整理したうえで普及を行うことが有効と考える。

<中小企業を取り巻く機関の密な連携により包括的な支援を行う>

知財総合支援窓口では担当者による独自の工夫が見られたため、他地域の知財総合支援窓口におけるナレッジ（中小企業訪問時に興味を持ってもらいやすい話題や、中小企業支援機関と連携して効果的な支援が行えた際の工夫等）について定期的に共有する場を設ける等の活動を行い、更にそのナレッジを担当者間で磨き上げていくことで、これまで以上に質の高い支援が期待できる。また、中小企業支援機関と連携し、経営の相談を受けている企業に知財の観点を組み込んだ支援を行うことで、相乗的な効果が期待できる。

調査結果を踏まえた考察と施策検討の観点の結びつきについて、図 2-1 に整理した。

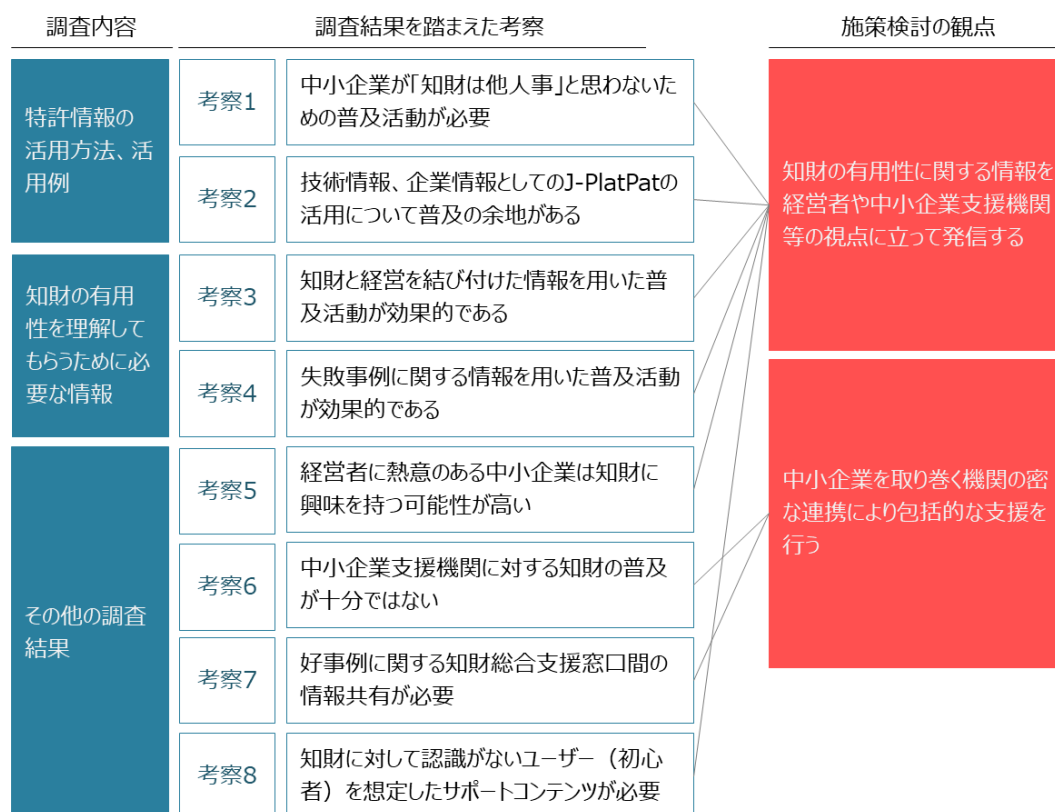


図 2-1 考察と施策検討の観点のマッピング

図 2-1 に示した施策検討の観点に基づき、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策を導き出した。具体的な施策の内容を以下に示す。

＜「知財の有用性に関する情報を経営者や中小企業支援機関等の視点に立って発信する」観点により導き出した施策＞

施策 1：経営と結びつけたコンテンツの拡充

考察 1、考察 3、考察 4、考察 5 の通り、特に中小企業の経営者を対象とした普及活動が必要であり、知財と経営を結びつけたコンテンツが効果的であると考えます。また、J-PlatPat を案内するマニュアルにおいても、ユーザーがどのような経営課題を抱え、J-PlatPat を用いてどのように解決するのか、といった「ユーザー目線」に立った見直しが必要と考えます。

施策 2：知財の観点以外からの特許情報の普及活動

考察 2 の通り、J-PlatPat には訪問先企業がどのような特許を取得しているかを事前に確認してから営業するといった活用方法や、技術者が新製品開発時等に技術情報として特許情報を参照するといった活用方法がある、との意見が得られた。これらの知的財産権制度を理解していなくても活用できる方法を周知することで、多くの中小企業に J-PlatPat を活用してもらうきっかけに繋がると考える。

施策 3：初心者を想定したコンテンツの拡充

中小企業や中小企業支援機関の多くは、「知的財産権制度」や「特許」といった用語を日常的に目にする機会が少ないため、J-PlatPat の利用方法を理解するには機能だけでなく知財に関するフォローも必要と考える。現状の J-PlatPat のマニュアル等はある程度知財に対する知識があることを前提として作成されているため、知財について認識していないユーザーは、J-PlatPat がどのような情報を提供するサービスであるか理解することが困難であるとする。考察 8 の通り、J-PlatPat をはじめとした特許情報サービスのマニュアルや、普及を行うための記事等を作成する際は、読み手が「知財について認識していない」ことを前提とした内容、構成にする必要があると考える。また、J-PlatPat の利用時における注意点（簡易検索における検索対象が他の検索機能と異なる等）をマニュアル等に明記することで、ユーザーの理解度が向上するだけでなく、対応の度に注意点を説明している知財総合支援窓口の業務効率化も期待できる。

<「中小企業を取り巻く機関の密な連携により包括的な支援を行う」観点により導き出した施策>

施策 4：中小企業支援機関に対する普及活動

考察 6 を踏まえ、中小企業支援機関に対しても知財の普及活動を行っていくことが有効と考える。中小企業支援機関が知財を理解していくことで、当該機関が経営支援を行っている中小企業が潜在的に抱えている知財に関する悩みを見つけ出し、知財総合支援窓口を案内する等の対応が期待できる。

施策 5：知財総合支援窓口担当者間の積極的なナレッジの共有

考察 7 の通り、知財総合支援窓口担当者は多種多様な経歴を持っているため、特定の知財総合支援窓口において有効に支援が行えている場合においても、他地域の担当者のナレッジを活用することで、別の切り口からより効果的な支援が行える可能性がある。なお、ナレッジを共有するには日々の活動においてデータを蓄積することが重要であり、こういった企業になぜ効果的だったか、といった継続的な分析を行うといった仕組みが、支援に関する品質向上に繋がると考える。

本章に記載した、調査結果を踏まえた考察、施策検討の観点、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策の関連性を、図 2-2 に示す。



図 2-2 考察、施策検討の観点及び現状の公的特許情報サービスに追加すべき施策のマッピング

2.3.2. 今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策

今後の公的特許情報サービスにおいて、利用者の拡大に加え特許情報の活用を目指すために必要と考える施策について検討を行った。

ヒアリングでは「中小企業に特許情報を活用してもらうには、知財とは何か、といった点から理解してもらう必要がある。」といった意見が多く得られたことから、「1.はじめに」の図 1-1 にみられる「①特許情報の重要性に気づいていない」層のなかには、特許情報だけでなく、知財の重要性について認識していない中小企業も多くいると考えられる。そのため、特許情報だけでなく、知財の重要性についても併せて認識してもらうための施策の検討が必要と考える。

「②特許情報の重要性に気づいているが活用していない」層の中小企業は、J-PlatPat を利用するまでのハードルは高くないと考えるものの、操作に行き詰まってしまうこと等により、特許情報の活用に至っていない可能性がある。J-PlatPat は簡単に必要な情報が入手できると認識してもらうために、初心者を想定したサポートコンテンツの充実化や、利用者のニーズを取り込んだ機能改善を行うことが有効と考える。

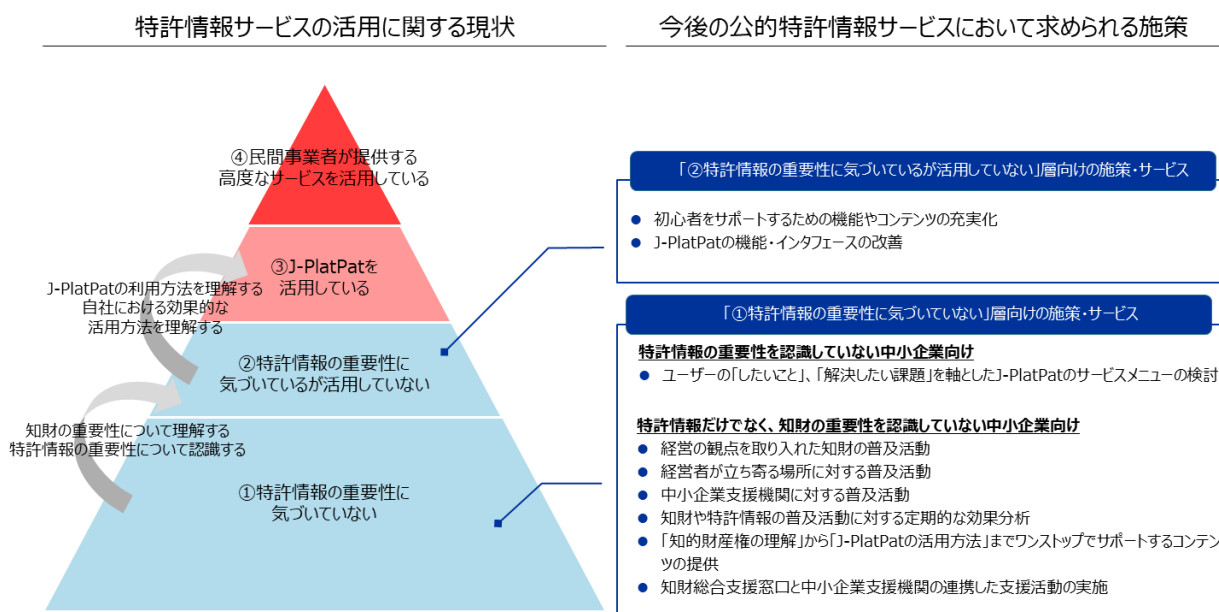


図 2-3 今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策

図 2-3 に記載した今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策について以下に示す。

<「①特許情報の重要性に気づいていない」層向けの施策・サービス>

特許情報だけでなく、知財の重要性を認識していない中小企業向け

- ・ 経営の観点を取り入れた知財の普及活動

➤ 中小企業の知財の活用事例・失敗事例の充実化

これまでの考察が示すように、知財の重要性について認識していない中小企業の経営者は、経営に対するリスクに関する情報（失敗事例）に興味を持つ可能性が高いと考える。どのような中小企業においても当てはまるような、より多様な業種、規模の中小企業の事例を収集し、特許庁から発信することが有効と考える。

- ・ 経営者が立ち寄る場所に対する普及活動

金融機関のように、どのような中小企業も必ず利用する機関に対し、特許庁や知財総合支援窓口担当者から普及用のコンテンツの設置を依頼することで、知財の重要性について認識していない経営者にも知財に関する情報が伝わる可能性が高くなる。また、会社を設立した際に登記の手続きを行う場所等を例とした経営者が立ち寄ることが多い場所に知財を紹介するコンテンツを用意することも有効と考える。

- ・ 中小企業支援機関に対する普及活動

特許庁や知財総合支援窓口から中小企業支援機関の担当者に対して知財の普及活動を行っても、中小企業支援機関は難しい・自分とは関係ないと判断し、耳を傾けない可能性がある。そこで、特許庁から各機関が内部に発信している社内報等に対し、知財を活用した事例や知財総合支援窓口との連携事例等の掲載を依頼することで、知財の重要性について認識する機会を生み出すことが可能になると考える。中小企業診断士を例とした場合、中小企業診断協会が開催している中小企業診断士が受講必須の研修に知財に関するコンテンツを追加したり、同協会が発行している会員誌に知財に関する記事を掲載してもらうこと等が考えられる。

- ・ 知財や特許情報の普及活動に対する定期的な効果分析

特許庁が行っている普及活動について、どのような企業にどういった効果をもたらしたのかといった効果分析を行うことで、より効果的な普及活動が期待できると考える。より効果の高かった記

事がどのような内容か、また、なぜ効果があったのかといった理由を分析することで、これまで以上に効果的な普及活動に繋がっていくものと考えられる。

- ・ 「知的財産権の理解」から「J-PlatPat の活用方法」までワンストップでサポートするコンテンツの提供

現在、特許庁では、「知的財産権制度に関する資料」、「出願プロセスに関する資料」、「J-PlatPat に関する資料」のように、それぞれの分野において個別にコンテンツが作成されており、知財に認識のないユーザーが特許情報の活用に至るまでは、複数のコンテンツを確認する必要がある。

上記のような現状を踏まえ、特に知財に認識のない中小企業が知的財産権制度の理解から特許情報を活用する方法までを一貫して案内できるコンテンツがあると、全体像が把握でき、特許情報の活用につながっていくことが期待できる。また、「①特許情報の重要性に気づいていない」層だけでなく、「②特許情報の重要性に気づいているが活用していない」層や「③J-PlatPat を活用している」層にも有用な情報が含まれていると考えるため、多くのユーザーの特許情報活用に繋がっていくことが期待できる。

- ・ 知財総合支援窓口と中小企業支援機関の連携した支援活動の実施

調査結果を踏まえ、知財総合支援窓口と中小企業支援機関が密接に連携するほど、効果的な支援活動が可能になると考える。上記を実現するために、定期的に知財総合支援窓口と中小企業支援機関で情報交換を行い、知財の観点で支援できる企業がないかを確認し、連携して相談を受ける等の活動の仕組みを構築することが有効と考える。

特許情報の重要性を認識していない中小企業向け

- ・ ユーザーの「したいこと」、「解決したい課題」を軸とした J-PlatPat のサービスメニューの検討
J-PlatPat のトップページから選択できる機能は法域単位（特許・実用新案、商標、意匠）であるが、初心者にはどの機能を用いることで目的の結果に辿り着けるのか判断することは難しい。例えば「自社で新しく始めるサービスが他者の権利を侵害していないか確認したい」といった J-PlatPat の利用目的に対し、どのように利用すればよいのかは現状の J-PlatPat で理解すること

は難しいと考える。特許庁がこれまで以上にユーザーの視点に立ち、上記を例としたユーザーの利用目的に応じたサービスメニューを検討することで、中小企業にとって J-PlatPat をどのように利用すればよいか明確になり、自身が抱えている経営課題の解決に役立つことを理解できると考える。

<「②特許情報の重要性に気づいているが活用していない」層向けの施策・サービス>

- ・ 初心者をサポートするための機能やコンテンツの充実化

現状の J-PlatPat のマニュアルは機能別の説明に留まっており、ユーザーが「やりたいこと、調べたいこと」をどのような手順で実施していくのか、といった観点が不足している。また、検索機能によって検索結果が異なる可能性があること（簡易検索は、全ての種別の公報情報及び公報情報内の項目を検索対象としていない、等）が明確に記載されていない点や、普段聞き慣れない専門用語の多さもユーザーにとって利便性を低下させる要因になる。J-PlatPat を初めて利用するユーザーや知財に対する認識が高くないユーザー、といった多種多様なユーザーを想定し、躓きそうなポイントを整理したうえでサポートするための機能やマニュアル等のコンテンツを充実させる必要がある。

- ・ J-PlatPat の機能・インターフェースの改善

中小企業が特許情報の重要性を理解しても、J-PlatPat のユーザー利便性が低い場合には特許情報の活用に至らないため、利用者である中小企業の要望を定期的に受け付け、利便性の向上に繋がる機能を追加していく必要があると考える。また、知財総合支援窓口や中小企業支援機関等から中小企業の支援に有益と考えられる要望についても収集・対応していくことで、支援内容の高度化に繋がり、特許情報の普及に寄与していくものと考えられる。改善が必要と考えられる点について、以下に例を示す。

- 知財総合支援窓口や中小企業支援機関等の利便性を高める機能の追加（担当エリアで特許を取得している中小企業について J-PlatPat を用いて容易に検索できる機能等）
- 中小企業の意見を反映した機能の追加（知財総合支援窓口が中小企業を支援した際に意見として受けた、過去の類似した商標の拒絶理由が確認できる機能等）

- より利便性を高めるためのインターフェースの見直し（キーワード検索の機能名が異なっていたり、検索結果のインターフェースが異なっていることにより混乱を招く可能性がある）

2.4. 本事業による成果物（記事・手引書）

「2.3.1.現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策」に記載した施策の実現に向け、本調査では以下の成果物を作成した。なお、成果物の想定している利用方法や期待効果等の詳細については、「6.本事業による成果物（記事・手引書）」に示す。

（1） 記事の作成

- ・ 「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事（付録 2）
- ・ 「自社の知財が漏えいする事例（商品の模倣、技術の盗用）」を紹介する記事（付録 3）
- ・ 「中小企業支援機関における知財活用」を紹介する記事（付録 4）
- ・ 「J-PlatPat の活用方法」を紹介する記事（付録 5）

（2） 手引書の作成

- ・ J-PlatPat を利用した経営課題解決の手引書（付録 6）

3. 本調査の実施内容

3.1. 知財総合支援窓口及び中小企業支援機関へのヒアリング

中小企業が特許情報を有効に活用するうえで必要な情報等を取得するため、知財総合支援窓口及び中小企業支援機関に対して「中小企業の特許情報の活用状況」及び「中小企業に知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等」について、ヒアリング調査を実施した。

中小企業支援機関として、金融機関、中小企業診断士、弁理士、その他中小企業支援団体を対象とした。

表 3-1 ヒアリング先一覧

対象者	対象者数
知財総合支援窓口	11
金融機関	4
中小企業診断士	3
弁理士	2
その他中小企業支援団体	4
合計	24

ヒアリングにあたっては、下図に示すヒアリングシート（「付録 1 ヒアリングシート」）を利用した。

「特許情報の利用拡大に向けた公的特許情報サービスのあり方に関する調査」 ヒアリングシート	
本ヒアリングシートは、主に中小企業に対して知財財産に関する何らかの活動を行っている組織・団体等のご担当者様を対象とした質問事項を取りまとめています。ヒアリングの際には、本ヒアリングシートに沿ったご質問を予定しておりますので、ご参加いただきますようお願い申し上げます。 なお、本調査では、各組織・団体等が活動を行う際に用いている特許情報（※1）及び特許情報サービス（※2）の利用状況や、より効果的な活動を行うためにどのようなサービスを要望されているかについてヒアリングをとおして確認させていただくことで、貴方の活動がより効果的に行えるための施策（貴方が中小企業を支援する際に活用できる記事やコンテンツ等）を検討し、報告書として取りまとめる予定です。 お忙しい中お手数お掛けしますが、ご協力の程、宜しくお願い申し上げます。 （※1）「特許情報」とは、特許・実用新案・意匠・商標の出願・権利化に伴って生み出される情報（出願情報や経過情報等）、その他の知財財産情報を含む情報を指します。 （※2）「特許情報サービス」とは、特許情報の提供や特許情報の活用につながる情報や支援を提供しているサービス全般を指します（民間企業が提供するサービスも含む）。 （特許情報サービスの一例） ・特許情報プラットフォーム（J-Platform）：https://www.jplatform.jp/ ・中継文庫 翻訳・検索システム：http://www.clap.jp/en/ ・知財ビジネス評価書作成の支援に係る紹介用のパンフレット ・知財財産情報に関する説明会 ・その他民間による特許情報提供システムや知財関連セミナー等 ＜注＞本ヒアリングシートは知財総合支援窓口や金融機関、中小企業診断士等を対象に送付しております。そのため、共通的な質問や例の記載について、ご担当者様の活動内容に当てはまらない記載が含まれている可能性があります。	で行っている内容について具体的に載せてください 活動や相談に対する支援 ※や情報について対応する。 ※提供を照会する。 ※ している特許情報サービスについて載せてください ※載せてください。 照を検索するための方法の案内に利用している。 ※分析の基礎を学ぶ機会を設けている。 情報サービスを用いて活動の効果を高める為にご ※そのような工夫を行おうと思ったのか、工夫を ※載せて載せてください。
1	2

図 3-1 ヒアリングシート

各対象者に対するヒアリングにおける狙いは以下の通りである。

（1） 知財総合支援窓口

知財総合支援窓口では、中小企業からの知財に関連する相談に対応している。また、知財を普及させるために中小企業を訪問するといった活動も行っている。このため、中小企業の特許情報の活用状況や、中小企業に特許情報を普及させるために有用な情報等の収集が期待できる。

(2) 金融機関

金融機関のなかには、特許庁による知財ビジネス評価書作成支援事業⁵を活用し、特許情報を融資判断の際の参考資料としていたり、特許を保有している大学と自社製品を開発したいが技術がない企業の知財マッチングを支援したりするといった金融機関がある。このため、知財に関心を持つ企業の特徴、知財の観点を自身の活動に取り入れる際の課題、知財総合支援窓口等との連携状況等の情報収集が期待できる。

(3) 中小企業診断士

中小企業診断士は、中小企業から経営に関する様々な相談に対応している。今回のヒアリングにおいては、特に知財に関する知見を有する中小企業診断士を対象としている。このような中小企業診断士は、経営に関する知識と知財に関する知識の両方を有するため、経営的な視点からの特許情報の有効な活用方法や、中小企業診断士が中小企業を支援する際に知財の観点をを用いるうえでの課題等について情報を収集することが期待できる。

(4) 弁理士

弁理士は、出願書類の作成等の他に、中小企業の知財に関する相談や、セミナー等を通して中小企業に対して知財の普及活動を行っている。知財に関する専門家として、今回の調査で検討した施策の妥当性について有益な意見が得られると期待できる。

(5) その他中小企業支援団体

上記に挙げた機関以外で、中小企業を支援する機会の多い機関を選定した。それぞれの機関における中小企業との関わり方に応じた情報を収集した。

⁵ 特許庁では、知財ビジネス評価書（企業特有の技術やノウハウ等が効果的に活用されているかを評価し、融資判断の際の参考資料等に用いる）の作成を無料で支援する制度がある。当該制度を活用している金融機関の事例についても紹介されている（<http://chizai-kinyu.go.jp/docs/case/>）。

3.2. ヒアリング結果の整理と総括

ヒアリングの結果は、表 3-1 のヒアリング対象者ごとに整理した（図 3-2「手順 1 ヒアリング結果の整理」）。

また、各質問に対する回答を取りまとめ、「中小企業の特許情報の活用状況」や、「中小企業に対して知財の有用性を伝えるために効果的と考えられる情報」について整理した。また、それ以外にも公的特許情報サービスのあり方を検討するうえで有益と考えられる情報について「その他の調査結果」として整理した。（図 3-2「手順 2 調査結果、考察の検討」）。

上記の調査結果及び考察を踏まえ、利用者の拡大に向けて必要と考えられる施策について検討した。検討結果は、現状の公的特許情報サービスの活用で実現可能なものと、長期的に公的特許情報サービスで対応を検討しなければいけないものの 2 つに分類して整理した（図 3-2「手順 3 施策とあるべき姿の検討」）。

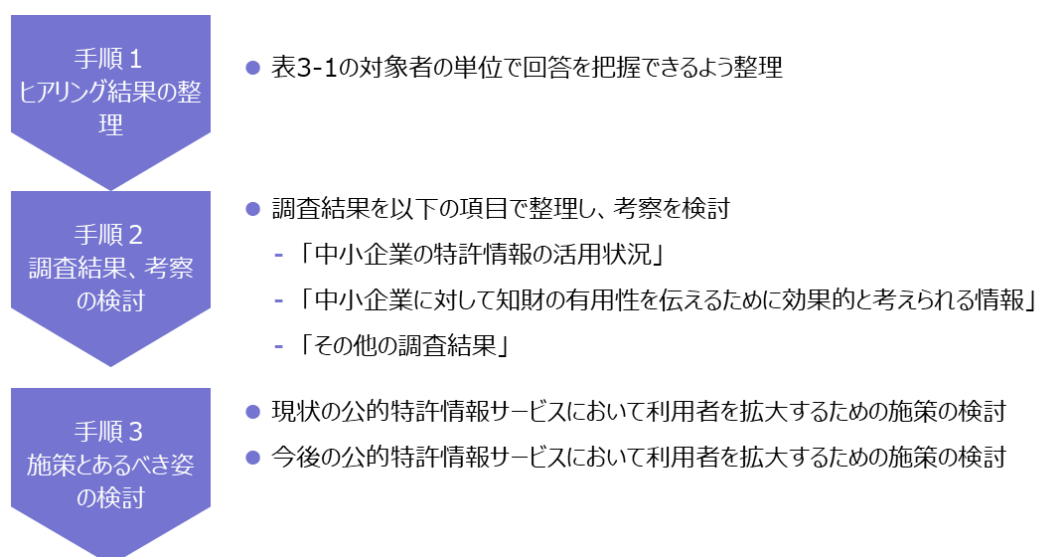


図 3-2 ヒアリング結果の整理と総括の流れ

3.3. 記事の作成

「3.2.ヒアリング結果の整理と総括」で検討した現状の公的特許情報サービスの活用で実現可能な施策のうち、中小企業や中小企業支援機関が特許情報を認識・活用するために効果的と考えられる施策に基づき、記事を作成した。

3.4. J-PlatPat 活用手引書の作成

「3.2.ヒアリング結果の整理と総括」で検討した現状の公的特許情報サービスの活用で実現可能な施策のうち、J-PlatPat を初めて利用するユーザーをサポートするために効果的と考えられる施策に基づき、手引書を作成した。

4. 調査結果

4.1. 調査結果・考察

「3.本調査の実施内容」を踏まえた調査結果を以下に示す。

知財総合支援窓口及び中小企業支援機関等にヒアリングを行い、ヒアリング先から見た「中小企業の特許情報の活用状況」や「中小企業に対して知財の有用性を伝えるために効果的と考えられる情報」を調査した。

4.1.1.「中小企業を支援する機関から見た、中小企業の特許情報の活用状況」の調査結果

中小企業の特許情報の活用状況や活用方法について、ヒアリング先からは主に以下のような意見が得られた。

表 4-1 中小企業の特許情報の活用状況、活用方法に関する主な意見

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
1	特許情報の活用状況	中小企業の多くは、J-PlatPat をはじめとした公的特許情報サービスについて認識しておらず、利用する機会もない。「知財とは何か」といった点から理解してもらう必要がある。	知財総合支援窓口
2		知財を権利化することや、J-PlatPat を利用することでどのようなメリットがあるか理解できていない中小企業が多い。	知財総合支援窓口
3	特許情報の活用方法	知財に関する失敗経験がある中小企業は、自社の知財の棚卸や、他者の特許情報の把握等、J-PlatPat を利用するケースがある。	知財総合支援窓口
4		中小企業の技術者は自社の新製品を開発する際に、J-PlatPat を用いて他者が出願した特許の技術に関する情報を参考としている場合がある。	知財総合支援窓口
5		営業活動として新規企業に訪問する際に、J-PlatPat で訪問先企業がどのような特許を取得しているのかを把握しておくことで、経営者とのコミュニケーションに利用できる可能性がある。	金融機関

上記の意見を踏まえ、「中小企業を支援する機関から見た、中小企業の特許情報の活用状況」について、以下 2 点の考察が得られた。

<考察 1：中小企業が「知財は他人事」と思わないための普及活動が必要>

中小企業の多くは、自社における「知財」が何か把握していない、そもそも「知的財産権制度」とは何かわからない、といった状況にあり、特許情報を活用するスタート地点に立てていない状況にあると考える。その理由の一つとして、知財を活用することのメリットや、商標等を取得しないことによるリスクを中小企業に伝えるためのコンテンツが十分でないことが想定される。

上記のような企業は、新しい技術を開発しても特許を権利化することによる技術の保護を考えない結果、他者に特許を取得されてしまったり、新しいサービスを企画しても他者の商標権を確認しておらず、侵害してしまうといった問題を引き起こす可能性がある。

そのため、中小企業の経営において知財がどのような効果を生み出すのか、といった点について、より身近なテーマや業種を絞った具体的な事例を用いた普及が効果的と考える。例として、皮革製品を製造している会社向けに、ユニークなデザインのハンドバックを作成したが権利化していないために模倣被害を受けてしまった事例等が考えられる。

<考察 2：技術情報、企業情報としての J-PlatPat の活用について普及の余地がある>

公的特許情報サービスである J-PlatPat については、従来の利用方法（自社が有している技術の特許化可否の調査や、新商品に付ける名称の利用可否の調査等）の他に、以下のような利用方法があると考えられる。

- ・ 特許の技術に関する情報を新製品開発時等に参考とするといった「技術情報」としての利用方法
- ・ 営業活動等において、訪問先企業が特許や商標を取得していないか調査し、企業の強みを把握したり、経営者との会話に用いるといった「企業情報」としての利用

上記のような利用方法も周知していくことで、中小企業が知財を理解していなくても、経営課題（生産性を向上させるためにどのような技術を開発するべきか、販路拡大に向けてどのような企業を

訪問すればよい) の解決に向けたツールとして紹介することができる。このような利用方法は、知財について認識していないユーザーに対しても利用を促進するきっかけを生み出すことが可能と考える。ただし、これらの活用方法は現状の J-PlatPat のマニュアル等には記載されていないため、具体的な利用方法やどのような場合に J-PlatPat が効果的なのか、といった内容が記載されているコンテンツがあると望ましい。

4.1.2.「中小企業に知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等」の調査結果

「中小企業に知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等」について、ヒアリング先からは以下のような意見が得られた。

表 4-2 知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等に関する主な意見

No	主な意見	ヒアリング先
1	普及活動を行ううえで、基本的には経営者が興味を持つ情報を提供することが有効である。現場レベルでは知財の権利化等の最終的な判断までに時間を要するため、中小企業へ訪問する際には基本的に経営者を対象とすることが多い。	知財総合支援窓口
2	訪問時に最初に知財の話から始めても興味を持ってもらえない。中小企業の経営者が抱える経営課題に対する有効なアプローチが知財である、といった流れで伝えることが効果的である。	知財総合支援窓口
3	事業に対し、知財がどのように関わるかといった情報。創業間もない企業であれば商標、技術系に関する企業であれば特許等、対象者によって変える。	その他中小企業支援 団体
4	中小企業には特許を取得した成功事例よりも、特許を取得しなかったことによる失敗事例を伝える方が有用性を理解してもらいやすい。	知財総合支援窓口 金融機関 中小企業診断士 その他中小企業支援 団体

No	主な意見	ヒアリング先
5	知財に対する「初心者」向けの情報。知的財産権制度とはどのようなものか、知財を権利化することでどのようなメリットが生まれるのか、J-PlatPat の簡単な操作方法等。	知財総合支援窓口

上記を踏まえ、「中小企業に知財の有用性を理解してもらうために必要となる情報や要望等」については、以下 2 点の考察が得られた。

<考察 3：知財と経営を結びつけた情報を用いた普及活動が効果的である>

中小企業に知財を普及させるためには、知財と経営を結びつけて説明することが重要と考える。多くの経営者は自社の売上げアップや経営危機に関する情報については積極的に情報収集するが、自社には関係ないと判断された場合、興味を持つ可能性は低くなると考える。知財総合支援窓口が中小企業に訪問する際に、最初から知財の話を始めても専門用語や制度に対する敷居の高さから自社との関連性を判断することができず、興味を持ってもらえない可能性が高い。

中小企業の場合、知財を権利化するかは経営者が最終判断することが大半であるため、経営と結びつけた情報でないと興味を持ちにくいと考える。そのため、「あなたの会社の売れ筋製品を海外展開する際に気を付けることがある。」、「新商品開発のヒントとなる無料のサービスがある」のように、経営に関するテーマに対し、知財が解決策となることを示すような情報を提示することが、経営者が知財の重要性について認識し、興味を持つための第一歩になると考えられる。また、知的財産権制度や特許・商標の説明を中心とした資料ではなく、あくまで経営課題に対する解決策の一つに特許や商標がある、といった経営者の立場に立ったコンテンツを整理していくことが重要と考える。

なお、図 4-1 に示す中小企業に対するアンケート結果においても、知的財産活動は他の活動と比べて、「非常に重要」、「重要」と回答される比率は高くない。経営課題のなかでも特に販売活動や開発活動といった重要と考えられる活動と結びつけていくことが効果的と考える。

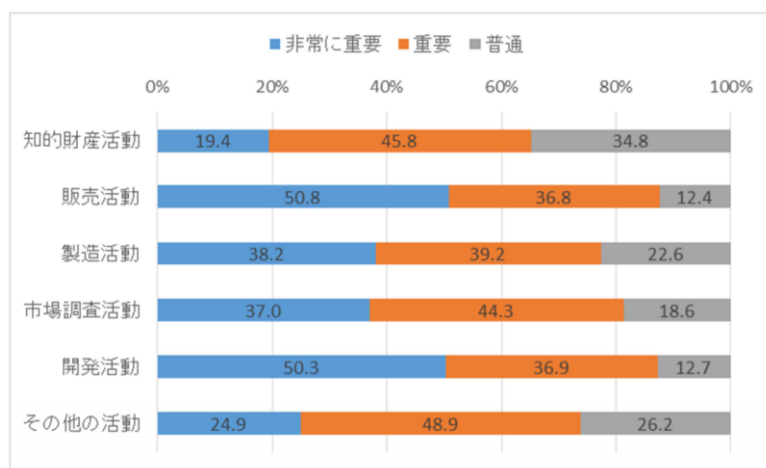


図 4-1 知的財産活動と他の活動の重要性の比較⁶

<考察 4：失敗事例に関する情報を用いた普及活動が効果的である>

知財を権利化しないことによるデメリットや知財関連の失敗事例に関する情報を伝えるのが効果的である、といった意見が多くのヒアリング先から挙げられた。現在、特許庁から配布されているパンフレットや記事に記載されている事例の多くは知財を権利化したことによる売上の増加や新規顧客の獲得といった経営にプラスの影響を与えるものが多く、そのような情報を中小企業が見ても、自分たちには特許に繋がるような技術はない・自分たちとは関係ないと考えられてしまうケースが多い。一方で、知財に関連する失敗事例を提示した場合には、知財について知らないと自社の経営に影響を及ぼす可能性があると考え、興味を持つ可能性が高いと考える。そのため、「知財を権利化していなかったために自社の製品が模倣被害にあってしまった」、「知的財産権制度を理解しておらず、いつのまにか他者の権利を侵害しており、損害賠償により経営危機に陥った」といった、どのような中小企業においても起こりうる「失敗」に関する事例の方が、当事者意識を持つきっかけになりやすいと考える。

6 出典：平成25年度 中小企業等知財支援施策検討分析事業（中小企業の知的財産活動に関する基本調査）報告書 図表44 知的財産活動と他の活動の重要性の比較（全体）[SA]

4.1.3.その他の調査結果

(1) 知財に興味を持つ企業と持たない企業の傾向

ヒアリングを通して、「知財に興味を持つ企業と持たない企業の傾向」について以下のような意見が得られた。

表 4-3 知財に興味を持つ・持たない傾向のある中小企業に関する主な意見

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
1	知財に興味を持つ傾向のある中小企業	自社ブランドの検討や新製品を開発しようと考えている経営者のいる中小企業。	知財総合支援窓口 その他中小企業支援団体
2		過去に知財関連で失敗経験がある企業。他者に特許を取得されてしまったり、商標を取得していないことにより社名の変更を余儀なくされた例等が挙げられる。	知財総合支援窓口 中小企業診断士 その他中小企業支援団体
3		小売業や飲食業、農業系等の商品を販売する業界は商標に関する相談が多い。	知財総合支援窓口
4	知財に興味を持たない傾向のある中小企業	下請けから脱却しようという意識がない中小企業は、知財に対する興味がない。一般的に下請け企業は発注元企業からの指示通りの製品を作るため、他者の知的財産権を侵害することを考える必要がない、といった考えを持つ下請け企業が多い。また、自社の技術の権利化や営業秘密といった対策を行うと発注先企業との関係性が悪化することから、知財を取得できない、といった事情もある。	知財総合支援窓口
5		新しく何かを始めようといった経営戦略がない企業は、知財に興味を持ちにくい傾向にある。	知財総合支援窓口
6		経営者が知的財産に関する関心が低い場合は、興味を持ってもらえないことが多い。経営者が交代した	金融機関

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
		り、第二創業（業態の転換や新事業の立ち上げ等）のタイミングであれば、知財についても興味を持つ可能性がある。	

上記の意見を踏まえ、知財に興味を持つ企業と持たない企業の傾向について、以下のような考察が得られた。

<考察 5：経営者に熱意のある中小企業は知財に興味を持つ可能性が高い>

新しい技術や製法を積極的に取り入れたり新規事業を常に考えたりといった熱意のある経営者がいる中小企業は、知財に興味を持ちやすい傾向にあると考える。このような中小企業を中心に普及を行うことで、普及活動の効果が生じやすくなると考えられる。

一方で、下請けから脱却しようと考えていない中小企業や、製品の性能向上に向けた研究や新製品の開発等に取り組もうとしていない中小企業は、経営を見直すような機会が生じにくく、知財といったこれまでにない観点を新たに取り入れる機会も少ない傾向にあると考えられる。そのため、これらの中小企業に対して知財に対する普及活動を行っても興味を持つ可能性は低い。

(2) 中小企業支援機関に関する調査結果

ヒアリングを通して、中小企業支援機関の知財に対する認識や、知財に関する活動内容について以下のような意見が得られた。

表 4-4 中小企業支援機関における知財の認識等に関する主な意見

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
1	中小企業支援機関の知財に	中小企業診断士のなかで知財に関するコンサルティングを提供している人はほとんど見られない。J-PlatPatの存在すら認識していない人が大半である。	中小企業診断士
2	関する認識	金融機関やよろず支援拠点と連携できるとこれまで知財総合支援窓口と接点のない中小企業の発掘に繋がる。これら	知財総合支援窓口

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
		の中小企業支援機関は知財について認識が低いため、知財に関する普及活動を行っている。	
3		金融機関向けにセミナーを実施することもあるが、実際に知財に関する活動に繋がる例は少ない。	知財総合支援窓口
4		金融機関の職員は J-PlatPat の利用方法について理解していない。そのため、行内に向けた勉強会等が必要と考える。	金融機関
5	知 財 に 関 する活動	金融機関における知財に関する活動として、主に以下のよう なものがある。 ・ 知財に関するセミナーの開催 ・ 知財ビジネス評価書を用いた支援 ・ J-PlatPat を用いた新規訪問企業の情報収集 ・ 産学連携支援 ・ 知財総合支援窓口との連携	金融機関
6		中小企業診断士における知財を取り入れた活動として、主 に以下のようなものがある。 ・ 知財に関するセミナーの開催 ・ パテントマップ作成支援 ・ ものづくりに関する補助金の申請支援 ・ 知財総合支援窓口との連携	中小企業診断士

上記の意見を踏まえ、中小企業支援機関における知財の認識等については以下のような考察が得られた。

<考察 6：中小企業支援機関に対する知財の普及が十分ではない>

中小企業支援機関によって差はあるものの、中小企業と同様に、中小企業支援機関においても知財について認識していないといった意見が得られた。今回ヒアリングを行った中小企業支援機関にお

いては、知財に関する活動を始めようとしているが実施には至っていない、始めたばかりで事例がない、といったケースが見られた。

上記の理由として、中小企業が経営に対して知財がどのように関連しているのか理解していないのと同様に、中小企業支援機関においても、自身が行っている支援内容に対して知財がどのように関連するのか理解していない、又は理解するきっかけがない（理解するためのコンテンツがあったとしても効果的に利用されていない）ため、知財の有効性を認識できていないと考えられる。

中小企業支援機関は知財総合支援窓口と比べて中小企業を支援する機会が多く、支援内容も多岐にわたる。当該機関が知財の有用性を理解し、知財の観点を自身の活動に取り入れていくことで、間接的に中小企業が知財の重要性について認識するきっかけになる可能性があるため、中小企業支援機関に対しても知財の普及活動を行うことが重要と考える。

一方で、知財を取り入れた活動を行っている中小企業支援機関もみられた。これらの活動は多くの中小企業支援機関では行われておらず、他者にはない強みとなる可能性がある。他者との差別化になるような独自のサービスを始めたいと考えている中小企業支援機関に対し、これらの活動の具体的な内容と効果を伝えていくことは知財を普及する観点で効果的と考える。

また、ものづくりに関する補助金の申請の例として、「平成 29 年度 T O K Y O イチオシ応援事業⁷」の申請内容には、図 4-2 のように J-PlatPat を用いた先行技術調査の有無を確認する項目が見られた。このような情報を補助金獲得の支援をしている中小企業支援機関に普及することも有効と考える。

7 公益財団法人東京都中小企業振興公社が行っている事業
(<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyo/ichioshi.html>)

ウ 権利・法令等		
産業財産権	本事業に係る技術について特許情報プラットフォーム (J-PlatPat) 等で先行技術調査をしている	☐ はい ☐ いいえ
	本事業に必要な産業財産権を出願又は保有している	☐ はい ☐ いいえ
	上記が「はい」の場合の権利について	☐ 特許権 ☐ 実用新案権 ☐ 意匠権 ☐ 商標権
	本事業に必要な産業財産権の実施許諾を受ける予定	☐ あり ☐ なし
	上記が「あり」の場合の権利について	☐ 特許権 ☐ 実用新案権 ☐ 意匠権 ☐ 商標権
製造物責任等への対応、法令遵守、規制、環境配慮、安全性確保等への取組みについて		公開・登録番号

図 4-2 ものづくりに関する補助金申請において特許情報が必要となる例

(3) 知財総合支援窓口に関する調査結果

知財総合支援窓口は「中小企業や中堅企業等が経営のなかで抱える、アイデア段階から事業展開までの知的財産に関する悩みや相談を、窓口支援担当者がワンストップで受け付ける相談窓口⁸」とされており、全国 47 都道府県に設置されている。

知財総合支援窓口が中小企業を支援する際の主な活動は、図 4-3 の通り「訪問する企業を探す」、「企業に訪問する（連絡する）」、「企業を支援する」の 3 つに分類されると考える（知財総合支援窓口に相談に来た場合には「企業を支援する」からはじまる）。

8 出典：知財ポータル「知財総合支援窓口とは」（<http://chizai-portal.inpit.go.jp/about/>）

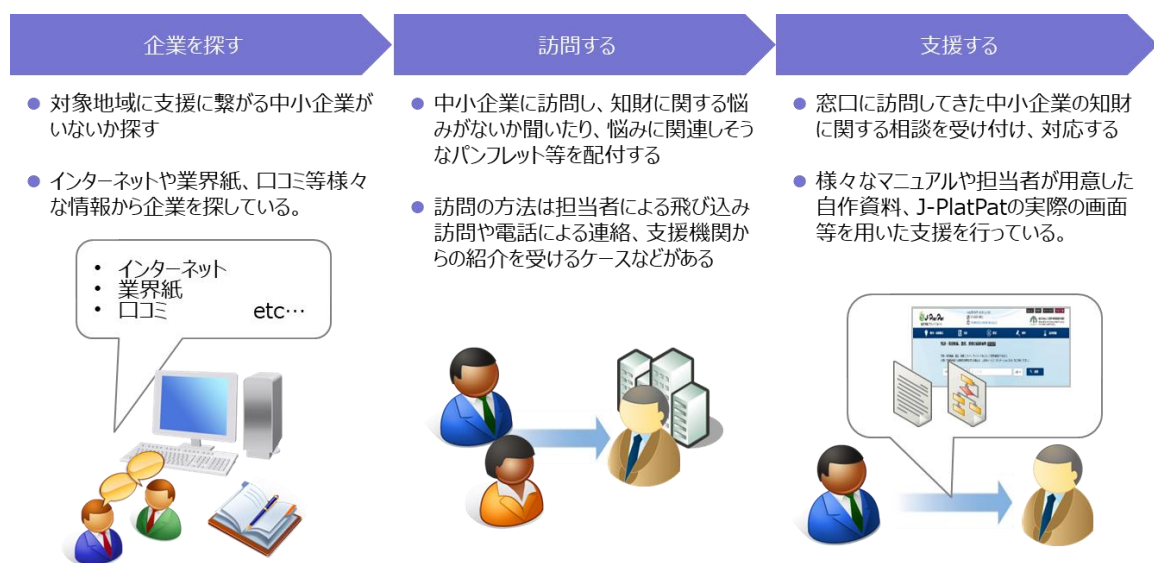


図 4-3 知財総合支援窓口の主な活動

知財総合支援窓口担当者へのヒアリングを通して、知財総合支援窓口が実施している活動における工夫や、中小企業支援機関・他地域の知財総合支援窓口との連携状況等について以下のよう意見があった。

表 4-5 知財総合支援窓口の活動における工夫に関する主な意見

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
1	「企業を探す」 際の工夫	- 地域の新聞を確認して、新製品を開発している企業、県に認定された企業、新規事業等に対し熱意のある経営者がいる企業、特許に結びつく技術を持っていると考えられる企業等をピックアップする - デザインコンペで賞を獲得した企業を調べる - 経営者の世代交代等、経営方針の見直しが行われそうな企業の情報を入手した際には積極的に訪問する（世代交代による経営者の若返りは、新しいことへの意欲的な挑戦や、経営方針の見直しといったきっかけになることが多く、知財を活用した経	知財総合支援窓口

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
		営（特許侵害の予防、ライセンス契約による収益の確保等）にも興味を持ってもらいやすい） - 金融機関や商工会等の中小企業を支援する団体と良好な関係を築くことで、相互補完しながら中小企業を支援することができている - 金融機関や商工会議所に向けて、知財の重要性に係る PR を積極的に行っている。その結果、金融機関から中小企業の紹介件数が増加している。	
2	「訪問する」際の工夫	- 知財総合支援窓口の知名度が高くないため、中小企業に認知されているよろず支援拠点や商工会と同行訪問することで、新規訪問企業に対しても信頼してもらえるようになる - 特許を題材にしたテレビドラマ等、身近なものや話題性のあるテーマを用意する - 成功事例を話しても「そんな大発明はウチにはない」と言われてしまうため、権利侵害で訴えられた事例（失敗事例）等の経営危機に繋がるテーマから話を始める	
3	「支援する」際の工夫	- 以下を例としたマニュアルや説明資料を作成する - J-PlatPat で商標を検索するための手順、注意点を記載したマニュアル - 開発した商品に対するネーミングの考え方を記載した資料 - 知的財産権制度の概要を説明した資料 - 出願から登録までの全体で発生する期間・費用感を認識してもらうことを目的とし	

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
		た、出願手続きの概略や出願費用、弁理士費用等がまとめられた資料 ・ 他地域の知財総合支援窓口で独自に作成している資料を連携してもらい、利用している。	

上記の意見を踏まえ、知財総合支援窓口の活動について、以下のような考察が得られた。

<考察 7：好事例に関する知財総合支援窓口間の情報共有が必要>

知財総合支援窓口のなかには、よろず支援拠点⁹や商工会、金融機関等と連携して中小企業を支援しているケースが多く見られた。よろず支援拠点と同じ建物にある知財総合支援窓口においては、よろず支援拠点からの求めに応じ、中小企業からの経営に関する相談の席に同席し、商標の取得方法を案内する、といった対応を行っており、双方にとって効率的・効果的な支援が行えていると考える。中小企業にとっては経営課題に対して知財の観点を含めた包括的な解決策が提供されるメリットがあり、中小企業支援機関にも顧客からの信頼度向上に繋がるといったメリットがあると考え、積極的に連携していくことが望ましい。経営に関する相談にきた中小企業と接する機会が増えることで、潜在的な知財に対する課題を抱えている中小企業の発掘にも効果的であると考え。

また、知財総合支援窓口の担当者は、独自に金融機関とのネットワークを築いたり、独自に資料を作成したりといった様々な工夫を行っている。一方で、これらの工夫が他地域の知財総合支援窓口と共有されているケースはほとんど見られなかった（同一都道府県内に複数の知財総合支援窓口がある場合、定期的な情報共有は行われている）。初めて相談に来た人向けに知財総合支援窓口担当者が作成した資料や、新たな企業の発掘に関するノウハウ等は、他の地域でも活用できる可能性が高い。知財総合支援窓口全体のノウハウの共有により、相談する中小企業にとっても品

9 「よろず支援拠点」は、国が全国に設置する経営相談所であり、中小企業・小規模事業者の皆様の売上拡大、経営改善等、経営上の相談に対応している。あらゆるお悩みの相談に対応している（<http://www.smrj.go.jp/yorozu/>）。

質の高い対応を受けることが可能となることから、地域間における情報共有を積極的に行っていくことが有効と考える。

(4) J-PlatPat に関する調査結果

J-PlatPat に関する改善や今後追加されると望ましい機能の要望についてヒアリングした結果を以下に示す。

表 4-6 J-PlatPat に関する主な意見

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
1	J-PlatPat の マニュアルに対する要望	マニュアルやガイドブックが、知財について認識していない初心者想定で作成されていない。	知財総合支援窓口
2		J-PlatPat へのアクセス方法がマニュアルに記載されていない。J-PlatPat の存在を把握していない人もいるため、アクセス方法を説明する資料を作成している。	
3		現状のマニュアル等は機能別にしか記載されておらず、ユーザーは利用目的を達成するためにどのような手順で J-PlatPat を利用すればよいのかわからない。	
4		簡易検索における検索対象が他の検索機能と異なるといった、利用時における注意点が明記されていない。	
5		J-PlatPat の情報だけでなく、知的財産権制度や出願から登録までの期間等、J-PlatPat を利用するうえでユーザーが併せて把握したい情報が記載されていると、より利便性が高くなる。	
6	J-PlatPat の機能に対する要望	検索対象に出願人の住所（都道府県、市町村といった単位）を追加 ・ 知財総合支援窓口が企業訪問するための情報として利用できるため	

No	カテゴリ	主な意見	ヒアリング先
		・ 中小企業支援機関や一般企業が営業活動を行う際に利用できるため	
7		商標の拒絶理由を照会する機能の追加 ・ 商標出願時に、過去の類似した商標の拒絶理由を参考情報として確認することができるため	
8		特許・実用新案、意匠、商標の検索機能やインターフェースの統一 ・ それぞれの公報情報の検索・照会において利用する検索機能について、検索範囲が異なっていたり、表示されるメニューの位置が異なっており、利便性が低いと考えるため	

<考察 8：知財に対して認識がないユーザー（初心者）を想定したサポートコンテンツが必要>

J-PlatPat に対する改善要望として特に知財総合支援窓口から多く意見が挙げられたのが、マニュアルやガイドブックが、知財について認識していない初心者にはわかりにくく理解できないといった意見であった。そのため、知財総合支援窓口担当者が対応の度に説明したり、独自に資料を作成する、といったことが生じている。ある程度知財に知識があるユーザーであれば現状の J-PlatPat の利用に支障はないと考えるが、知財について認識していないユーザーが利用することも想定したサポートコンテンツを用意することで、J-PlatPat の利便性が高くなり、今後の利用者拡大に寄与していくものと考ええる。また、J-PlatPat で特許情報は調べてみたものの、出願に関する費用や期間についてはどこを見たらいいかわからない、といったことも想定される。ユーザー目線で考えた場合、知的財産権制度や出願から登録までの期間等、J-PlatPat を利用するうえでユーザーが併せて把握したい情報が一か所にまとまっていると、より利便性が高くなると考えられるため、今後の公的特許情報サービスを検討するうえでは考慮する必要があると考える。

5. 調査結果を踏まえた公的特許情報サービスのあり方

「4.1.調査結果・考察」を踏まえ、現状の公的特許情報サービスにおいて利用者の拡大に繋がると考えられる施策や、今後の公的特許情報サービスとして求められる施策について以下に示す。

5.1. 現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策

現状においても公的特許情報サービスの利用者拡大に向け様々な施策を行っており、一定の成果は上がっているが、今後、更に普及活動の効果を高める施策を検討する必要がある。これまでの調査結果や考察を踏まえ、施策を検討するための観点として以下の2点を整理した。

＜知財の有用性に関する情報を経営者や中小企業支援機関等の視点に立って発信する＞

特許情報を活用する利用者を拡大するためには、知財の重要性について認識していない層を対象とした施策が必須と考える。特に、企業における知財活動の実施を判断する経営者の視点に立って、知財が経営とどう結びつき、どのような効果があるかを理解してもらう情報を発信することが効果的と考える。

また、知財に関する活動を行うことで金融機関にはどのようなメリットがあるか、中小企業診断士であればどのような支援が可能か、といった具体的な情報を中小企業支援機関に対して発信することで、これまで以上に知財に興味を持つきっかけが生まれ、効果的な普及活動に繋がっていくことが期待できる。

上記の通り、利用者にとって有益な情報は異なるため、それぞれの利用者が最も興味を持ち、有益と考える情報が何かを整理したうえで普及を行うことが有効と考える。

＜中小企業を取り巻く機関の密な連携により包括的な支援を行う＞

知財総合支援窓口では担当者によって独自に工夫を行っていることが確認できた。これらの工夫を他地域の知財総合支援窓口と定期的に情報交換することで、これまで特定の担当者のみが保有していたナレッジ（中小企業訪問時に興味を持ってもらいやすい話題や、中小企業支援機関と連携して効果的な支援が行えた際の工夫等）が知財総合支援窓口全体に共有され、更に効果の高い支援が行えることが期待できる。

また、中小企業支援機関と連携している知財総合支援窓口は、経営の相談に来ている企業に知財の観点を組み込んだ支援を行うといった相乗的な効果を生み出している。このことから、各地域の知財総合支援窓口の連携、知財総合支援窓口と中小企業支援機関の連携の強化を図ることで、中小企業に対し高品質で効果的な支援が期待できると考える。

上記の施策検討の観点に基づき、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策を導き出した。調査結果を踏まえた考察、施策検討の観点、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策の関連性を、図 5-1 に示す。

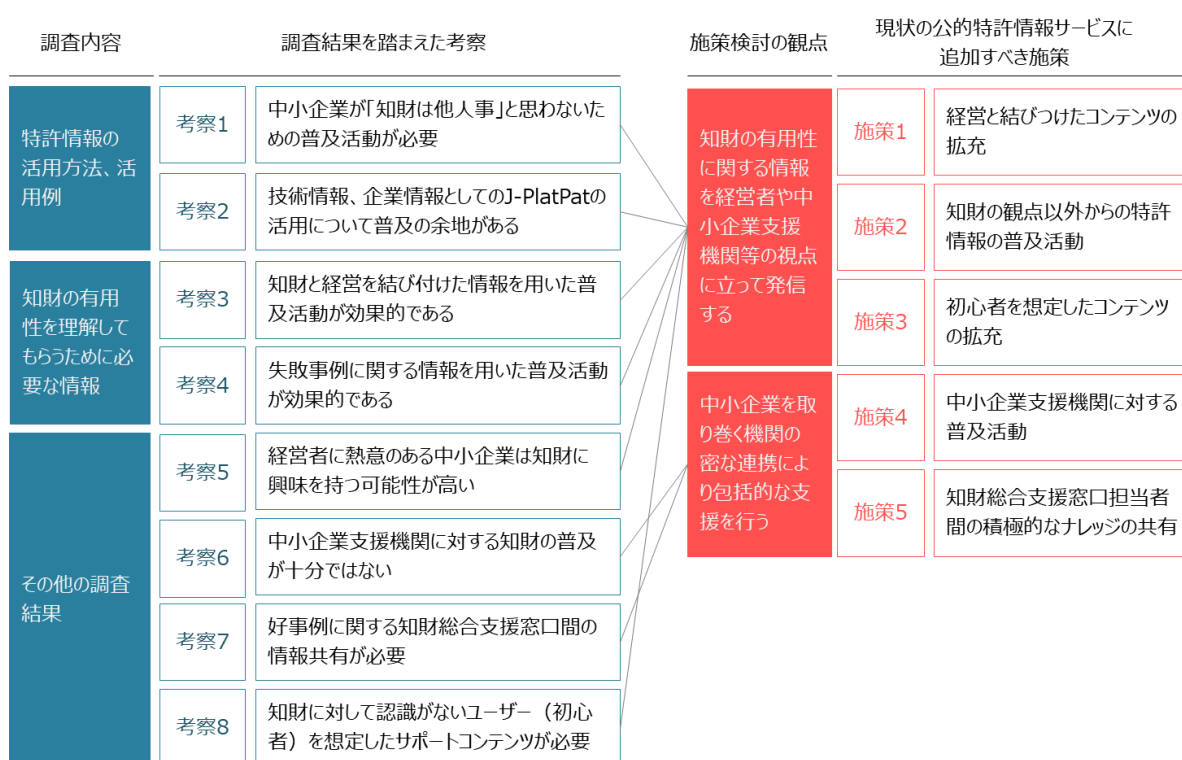


図 5-1 考察、施策検討の観点及び現状の公的特許情報サービスに追加すべき施策のマッピング

図 5-1 に示した施策検討の観点に基づき導き出した、現状の公的特許情報サービスにおいて実施すべき施策の具体的な内容を以下に示す。

＜「知財の有用性に関する情報を経営者や中小企業支援機関等の視点に立って発信する」観点により導き出した施策＞

施策 1：経営と結びつけたコンテンツの拡充

考察 1、考察 3、考察 4、考察 5 の通り、特に中小企業の経営者を対象とした普及活動が必要であり、知財と経営を結びつけたコンテンツが効果的であると考え。また、J-PlatPat を案内するマニュアルにおいても、ユーザーがどのような経営課題を抱え、J-PlatPat を用いてどのように解決するのか、といった「ユーザー目線」に立った見直しが必要と考える。具体的な施策を以下に示す。

（ア） 知財を知らないことによる経営上のリスクに関する事例の普及

経営者に知財の必要性を認識させるためには、知的財産権を取得することによりどのようなメリットがあるかよりも、知財について理解していないことにより自社にとって生じるデメリット（リスク）を伝えることが効果的と考える。成功体験は優れた技術を持っている企業にのみ生じる話であり、自分たちには関係のない話と中小企業に考えられてしまう傾向がある。商標権侵害等の経営のリスクに繋がる事例であれば、会社を経営危機に陥れてしまう可能性があるため、経営者は耳を傾ける可能性が高い。

（イ） 目的別（経営課題等）に J-PlatPat の操作方法が記載されたマニュアル等の整備

現状の J-PlatPat のマニュアルには機能に関する説明やその機能の利用方法は記載されているが、利用者の目的に対してどのような手順で操作するかは記載されていない。そのため、初めて利用するユーザーの場合、どのような手順でどの機能を利用すればよいのか判断が難しい。例えば、「商標出願前に他者の商標権を確認するための手順」や「自社が保有している製品の性能向上を目指すために関連する特許技術の情報収集を行う手順」といった、ユーザーが J-PlatPat を利用する目的ごとに手順が整理されていると、よりユーザーの理解度向上に寄与するマニュアルになると考える。

施策 2：知財の観点以外からの特許情報の普及活動

考察 2 の通り、J-PlatPat には訪問先企業がどのような特許を取得しているかを事前に確認してから営業するといった活用方法や、技術者が新製品開発時等に技術情報として特許情報を参照するといった活用方法があることが確認できた。

図 5-2 に示す通り、特許情報の活用に至るには、知的財産権制度とはどのようなものか、特許や商標を取得することのメリットは何か、といった前提知識が必要と考える。一方で、上記のような例は、知的財産権制度等について理解していなくても活用できる方法であるため、Step1, Step2 を介さずに Step3 の特許情報の活用につながることを期待できる。ただし、最低限の J-PlatPat の操作方法や特許情報の確認方法等は理解する必要があるため、操作等に対する敷居を感じさせず、特許情報の有用性を理解してもらうためのマニュアル等も並行して準備する必要があると考える。

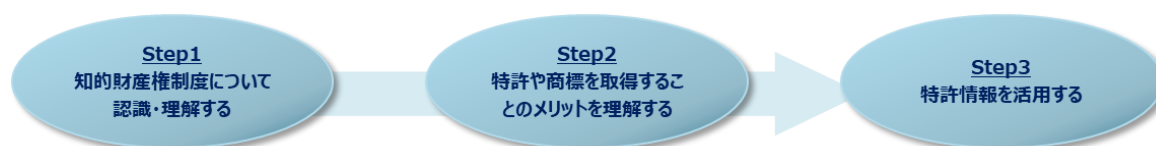


図 5-2 中小企業が特許情報を活用するまでのプロセス

施策 3：初心者を想定したコンテンツの拡充

中小企業や中小企業支援機関の多くは、「知的財産権制度」や「特許」といった用語を日常的に目にする機会が少ないため、J-PlatPat の利用方法を理解するには機能だけでなく知財に関するフォローも必要と考える。現状の J-PlatPat のマニュアル等はある程度知財に対する知識があることを前提として作成されているため、知財について認識していないユーザーは、J-PlatPat がどのような情報を提供するサービスであるか理解することが困難であると考え。考察 8 の通り、J-PlatPat をはじめとした特許情報サービスのマニュアルや、普及を行うための記事等を作成する際は、読み手が「知財について認識していない」ことを前提とした内容、構成にする必要があると考える。また、J-PlatPat の利用時における注意点（簡易検索における検索対象が他の検索機能と異なる等）をマニュアル等に明記することで、ユーザーの理解度が向上するだけでなく、対応の度に注意点を説明している知財総合支援窓口の業務効率化も期待できる。

＜「中小企業を取り巻く機関の密な連携により包括的な支援を行う」観点により導き出した施策＞

施策 4：中小企業支援機関に対する普及活動

考察 6 を踏まえ、中小企業支援機関に対しても知財の普及活動を行っていくことが有効と考える。中小企業支援機関が知財を理解していくことで、当該機関が経営支援を行っている中小企業が潜在的に抱えている知財に関する悩みを見つけ出し、知財総合支援窓口を案内する等の対応が期待できる。上記を実現するために、必要と考えられる具体的な施策を以下に示す。

(ア) 中小企業支援機関が知財に関する活動を行うことによるメリットの紹介

中小企業支援機関のうち、金融機関や中小企業診断士といった民間の組織には、知財に関する活動が営利に繋がる等のメリットがあると判断してもらう情報を提供することが効果的と考える。業務に知財の観点を組み込んでいくことで、当該機関の顧客企業からの信頼度向上に繋がる可能性があることや、他者との差別化に繋がるといったメリットがあることを伝えることが重要と考える。例として、知財総合支援窓口と協力することで商標登録できそうなネーミングの考え方について助言等の支援を行っていくことで、顧客から「なんでも相談できるパートナー」と評価されることが期待できる。

(イ) 中小企業支援機関における特許情報の活用事例の提供

中小企業支援機関が知財に関する活動を行うことにメリットを感じ、いざ従来の支援業務に知財の観点を取り込もうとしても、どのような活動が自身にとって可能であるか、また、どのような準備が必要か自身で考えることは難しいと推察される。そのため、表 5-1 に示すような、知財を活用している中小企業支援機関の事例（どのように取り組んだか、なぜ始めたか、どのような効果があったか）を収集して提供することが効果的と考える。また、中小企業支援機関が行っているサービスに対して、知財がどのように関連するかをマッピングできるコンテンツを用意するといった効果が期待できる。

表 5-1 中小企業支援機関における特許情報活用事例

中小企業支援機関	主な活用事例
金融機関	・ 知財ビジネス評価書を用いて、顧客企業が保有する知財の価値を評価して融資するサービス ・ 新しい製品を開発したいが技術がない企業と、特許はあるが活用できていない企業や大学等をつなげるサービス ・ 金融機関の営業担当者が、新規に訪問する企業の特徴を把握するために、J-PlatPat で企業情報を事前に検索する
中小企業診断士	・ ものづくりに関する補助金制度の申請時に J-PlatPat を用いて先行技術調査を行う ・ 顧客から権利侵害について相談された際に、J-PlatPat による確認方法や知財総合支援窓口の案内を行う ・ 新製品開発の相談を受けた際に、J-PlatPat を用いた技術情報の確認方法を伝える

施策 5：知財総合支援窓口担当者間の積極的なナレッジの共有

考察 7 の通り、知財総合支援窓口担当者は多種多様な経歴を持っているため、特定の知財総合支援窓口において有効に支援が行えている場合においても、他地域の担当者のナレッジを活用することで、別の切り口からより効果的な支援が行える可能性がある。なお、ナレッジを共有するには日々の活動においてデータを蓄積することが重要であり、こういった企業になぜ効果的だったか、といった継続的な分析を行うといった仕組みが、支援に関する品質向上に繋がると考える。知財総合支援窓口において情報を蓄積し、他担当者で共有するまでの例を図 5-3 に示す。

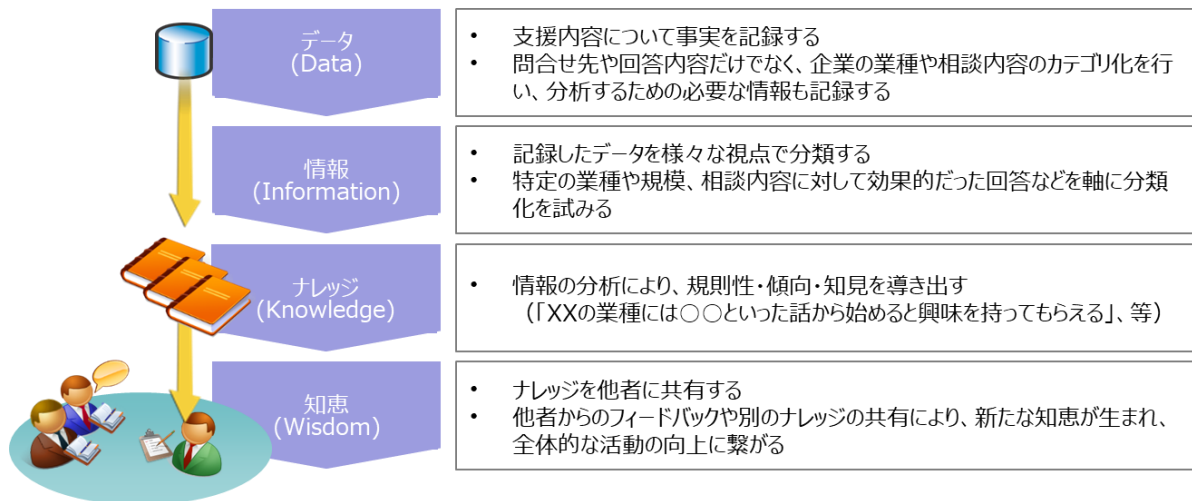


図 5-3 DIKW モデル¹⁰に基づくナレッジ共有の仕組み

10 データを蓄積し、分析していくことでナレッジ化し、共有した周囲からのフィードバックを受けより活用できる知恵となっていく、ナレッジマネジメントの仕組み

5.2. 今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策

今後の公的特許情報サービスにおいて、利用者の拡大に加え特許情報の活用を目指すために必要と考える施策について検討を行った。

ヒアリングでは「中小企業に特許情報を活用してもらうには、まず知財とは何か、といった点から理解してもらう必要がある。」といった意見が多く得られたことから、「1.はじめに」の図 1-1 にみられる「①特許情報の重要性に気づいていない」層のなかには、特許情報だけでなく、知財の重要性について認識していない中小企業も多くいると考えられる。自社における知財が何かを把握し、知財を権利化することによりどのようなメリットがあるかを認識しないと、特許情報を活用することは難しい。そのため、特許情報だけでなく、知財の重要性についても併せて認識してもらうための施策を検討することで、この層に該当するより多くの中小企業に対して効果的な普及活動が可能になると考える。また、特許情報の重要性に気づいていない中小企業に対しては、どのような場合に特許情報を利用すると経営に役立つかをイメージできるサービスを提供することで、重要性を理解する手助けになると考える。

「②特許情報の重要性に気づいているが活用していない」層の中小企業は、特許情報の重要性には気づいていることから、J-PlatPat を利用するまでのハードルは高くないと考える。しかし、いざ J-PlatPat を利用しても、どの機能を利用すれば目的を達成できるかわからない、また、操作手順がわからなくなった場合にすぐに解決できるための仕組みがない、といった問題により行き詰まってしまうこと等により、特許情報の活用に至っていない可能性がある。J-PlatPat は簡単に必要な情報が入手できると認識してもらうために、初心者を想定したサポートコンテンツの充実化や、利用者のニーズを取り込んだ機能改善を行うことが有効と考える。

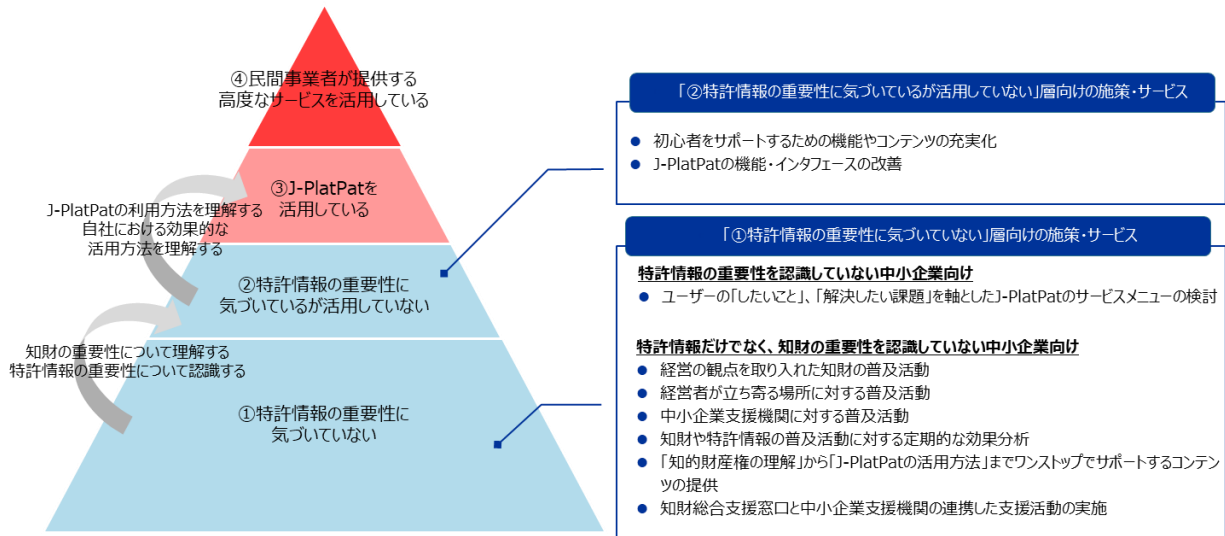


図 5-4 今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策

図 5-4 に記載した今後の公的特許情報サービスにおいて求められる施策について以下に示す。

＜「①特許情報の重要性に気づいていない」層向けの施策・サービス＞

特許情報だけでなく、知財の重要性を認識していない中小企業向け

特許情報サービスの利用者拡大には知財の重要性について認識していない中小企業に対する普及活動が必須と考える。これまでの調査結果を踏まえた経営と紐づけたコンテンツを用いて、特許情報等を認識していない中小企業が自社にも知財が関係あると認識してもらうための施策が必要と考える。また、普及活動は長期的に行うものであるため、定期的に効果分析を行い、普及活動自体の質を高めることも重要と考える。具体的な施策を以下に示す。

・ 経営の観点を取り入れた知財の普及活動

➤ 中小企業の知財の活用事例・失敗事例の充実化

これまでの考察が示すように、知財に認識のない中小企業の経営者は、経営に対するリスクに関する情報（失敗事例）に興味を持つ可能性が高いと考える。どのような中

小企業においても当てはまるような、より多様な業種、規模の中小企業の事例を収集し、特許庁から発信することが有効と考える。

製造系や小売系の中小企業が興味を持ちやすい事例として、商標権の侵害等が挙げられる。特に近年は SNS の普及により、世界中の商品を目にする機会が増えている一方で、他者の登録商標と同じ商品名を無断で使って販売したことによって訴訟沙汰になってしまう事例が増えている。このような事例を多く収集し、知財は他人事ではないことを中小企業に認識してもらうことが有効と考える。

なお、他者の権利（商標権）の侵害に繋がる例として以下が挙げられる。

表 5-2 商標権侵害による事例

商標権侵害による事例	
【商品名が類似していた事例】 人気菓子を製造・販売する A 社が、B 社が販売する菓子に対して、商品名が類似していることから自社の商標権を侵害しているとし、販売差し止め等を求めた。	多額の損害賠償が請求されたが、最終的には B 社が以下の対応を行うことを条件に和解が成立した。 ・ B 社の菓子のパッケージデザインを変更する。 ・ 販売地域を特定の地域に限定する。
【店名と商品名が類似していた事例】 大手食品メーカーが飲食店 C に対し、自社製品と同じ名称の店名を用いていることから、名称の使用差し止めと損害賠償を求めた。	店名を変更することで和解が成立した。飲食店 C はチェーン展開をしており、全ての店に対して店名変更の対応を余儀なくされた。
【社名と商品名が類似していた事例】 人気菓子を販売する D 社の社名が、E 社が取得していた商標権の侵害に該当するとして、E 社は D 社に社名の使用差し止め並びに損害賠償を求めた。	D 社は社名変更及び数千万円の損害賠償の支払いを命じられた。
【サービス名が同一であった事例】 大手サービス事業者 F 社が提供を開始したサービスが、地方都市の G 社が既に提供していた類似のサー	F 社は一番で敗訴し、G 社から商標権を買い取ることで和解が成立した。

商標権侵害による事例	
ビスと同じ名称であったことから、G 社が商標権を侵害されたとして名称の使用差し止めを求めた。	
【個人経営の店名が大手チェーンと同一であった事例】 地方の個人が経営する飲食店 H が、大手飲食チェーン I 社と同一の店名を使用しているとして、店名の変更を求める警告を受けた。	H は創業以来数十年にわたって同じ店名を使用していたが、店名の変更をせざるを得なかった。

- ・ 経営者が立ち寄る場所に対する普及活動

金融機関のように、どのような中小企業も必ず利用する機関に対し、特許庁や知財総合支援窓口担当者から普及用のコンテンツの設置を依頼することで、知財の重要性について認識していない経営者にも知財に関する情報が伝わる可能性が高くなる。また、中小企業支援機関だけでなく、経営者が手続き等により立ち寄ることが多い場所に知財を紹介するコンテンツを用意することも有効と考える。例として、会社を設立した際に登記の手続き等を行う場所に対し、「登記だけでなく、商標も必要ではないですか。」といった主旨のコンテンツを設置することで、知財を取得する必要性を認識するきっかけになると考えられる。

- ・ 中小企業支援機関に対する普及活動

特許庁や知財総合支援窓口から中小企業支援機関の担当者に対して知財の普及活動を行っても、中小企業支援機関は難しい・自分とは関係ないと判断し、耳を傾けない可能性がある。そこで、特許庁から各機関が内部に発信している社内報等に対し、知財を活用した事例や知財総合支援窓口との連携事例等の掲載を依頼することで、知財の重要性について認識する機会を生み出すことが可能になると考える。中小企業診断士を例とした場合、中小企業診断協会が開催している中小企業診断士が受講必須の研修に知財に関するコンテンツを追加したり、同協会が発行している会員誌に知財に関する記事を掲載してもらうこと等が考えられる。

また、中小企業支援機関においても中小企業と同様に、様々な知財を活用した事例があると、活用を始めやすいと考える。特に金融機関や中小企業診断士等は知財を活動に取り入れるこ

とについて売上げ向上等の定量的なメリットがないと実施する判断が難しいため、より具体的な情報を収集し、特許庁より発信していくことが、普及活動の効果を高めるために必要であると考ええる。

- ・ 知財や特許情報の普及活動に対する定期的な効果分析

特許庁が行っている普及活動について、どのような企業にどういった効果をもたらしたのかといった効果分析を行うことで、より効果的な普及活動が期待できると考える。現状も企業が抱える課題を解決するような施策を紹介する記事やパンフレットを作成しているが、知財総合支援窓口へヒアリングした際には、中小企業訪問時に有効活用できるものもあるが、利用することがほとんどないものもあるといった意見が得られた。より効果の高かった記事がどのような内容か、また、なぜ効果があったのかといった理由を分析することで、これまで以上に効果的な普及活動に繋がっていくものと考えられる。

- ・ 「知的財産権の理解」から「J-PlatPat の活用方法」までワンストップでサポートするコンテンツの提供

現在、特許庁では、「知的財産権制度に関する資料」、「出願プロセスに関する資料」、「J-PlatPat に関する資料」のように、それぞれの分野において個別にコンテンツが作成されている。また、J-PlatPat には操作マニュアルはあるが、前提知識となる知的財産権制度等に関する情報は掲載されておらず、ユーザーに対する敷居を高くする一因になっていると考える。これらのように、知財に認識のないユーザーが特許情報の活用に至るまでは、複数のコンテンツを確認する必要があり、どのような順番でどの情報を確認すればよいかわからない状態となっている。

上記のような現状を踏まえ、特に知財に認識のない中小企業が知的財産権制度の理解から特許情報を活用する方法までを一貫して案内できるコンテンツがあると、全体像が把握でき、特許情報の活用につながっていくことが期待できる。また、「①特許情報の重要性に気づいていない」層だけでなく、「②特許情報の重要性に気づいているが活用していない」層や「③J-PlatPat を活用している」層にも有用な情報が含まれていると考えるため、多くのユーザーの特許情報活用に繋がっていくことが期待できる。

- ・ 知財総合支援窓口と中小企業支援機関の連携した支援活動の実施

調査結果を踏まえ、知財総合支援窓口と中小企業支援機関が密接に連携するほど、効果的な支援活動が可能になると考える。知財総合支援窓口にとっては潜在的な知財に関する課題を抱えている中小企業を発掘できる可能性があり、特に中小企業診断士や金融機関等にとっては知財の相談先を知っているといった点で他者との差別化を図れる可能性がある。また、中小企業にとっても相談先が一本化されるため、相談に関する負荷が軽減したり、経営と知財を結びつけることにより知財は経営に必要であることが理解しやすくなる、といった効果が期待できると考える。

上記を実現するために、定期的に知財総合支援窓口と中小企業支援機関で情報交換を行い、知財の観点で支援できる企業がないかを確認し、連携して相談を受ける等の活動の仕組みを構築することも有効と考える。

特許情報の重要性を認識していない中小企業向け

特許情報の重要性を認識してもらうためには、特許情報を利用することで何ができるかをイメージしてもらうことが必要と考える。そのための具体的な施策を以下に示す。

- ・ ユーザーの「したいこと」、「解決したい課題」を軸とした J-PlatPat のサービスメニューの検討
J-PlatPat のトップページから選択できる機能は法域単位（特許・実用新案、商標、意匠）であるが、初心者ほどの機能を用いることで目的の結果に辿り着けるのか判断することは難しい。例えば「自社で新しく始めるサービスが他者の権利を侵害していないか確認したい」といった J-PlatPat の利用目的に対し、どのように利用すればよいのかは現状の J-PlatPat で理解することは難しいと考える（そのため、知財総合支援窓口が自作資料により補足説明を行っている。）。特許庁がこれまで以上にユーザーの視点に立ち、上記を例としたユーザーの利用目的に応じたサービスメニューを検討することで、中小企業にとって J-PlatPat をどのように利用すればよいかわかり明確になり、自身が抱えている経営課題の解決に役立つことを理解できると考える。

＜「②特許情報の重要性に気づいているが活用していない」層向けの施策・サービス＞

中小企業が特許情報を重要であると理解しても、J-PlatPat が初めて利用するユーザーに分かりにくいメニューとなっていたり、十分なサポートコンテンツが用意されていない場合、期待していた結果が得られないことにより活用まで結びつかないといったケースが想定される。利用する大半の中小企業は知財に対する専門的な知識は有していないと想定されるため、そのような初心者を想定したサービスを用意する必要があると考える。具体的な施策を以下に示す。

- ・ 初心者をサポートするための機能やコンテンツの充実化

現状の J-PlatPat のマニュアルやガイドブックについてわかりにくいといった声が多く挙げられている。理由としては前述した通りマニュアルが機能別の説明に留まっており、ユーザーが「やりたいこと、調べたいこと」をどのような手順で実施していくのか、といった観点が不足している点にある。また、検索機能によって検索結果が異なる可能性があること（簡易検索は、全ての種別の公報情報及び公報情報内の項目を検索対象としていない、等）が明確に記載されていない点や、普段聞き慣れない専門用語の多さもユーザーにとって利便性を低下させる要因になる。J-PlatPat を初めて利用するユーザーや知財に対する認識が高くないユーザー、といった多種多様なユーザーを想定し、躓きそうなポイントを整理したうえでサポートするための機能やマニュアル等のコンテンツを充実させる必要がある。

- ・ J-PlatPat の機能・インタフェースの改善

中小企業が特許情報の重要性を理解しても、J-PlatPat のユーザー利便性が低い場合には特許情報の活用に至らないため、利用者である中小企業の要望を定期的に受け付け、利便性の向上に繋がる機能を追加していく必要があると考える。また、知財総合支援窓口や中小企業支援機関等から中小企業の支援に有益と考えられる要望についても収集・対応していくことで、支援内容の高度化に繋がり、特許情報の普及に寄与していくものと考えられる。「4.1.3.その他の調査結果（4）J-PlatPat に関する調査結果」に記載した意見を踏まえ、改善が必要と想定される点について以下に示す。

➤ 知財総合支援窓口や中小企業支援機関等の利便性を高める機能の追加

知財総合支援窓口や中小企業支援機関は自身が担当するエリアが設けられていることが多い。自身の担当エリアで特許を取得している中小企業について J-PlatPat を用いて容易に検索できるようになると、新たに支援する中小企業の効率的な発掘が可能となる。

上記に示した例のように、知財総合支援窓口や中小企業支援機関といった、中小企業を支援する立場にいる組織の利便性を高める機能が実装されると、知財総合支援窓口等の活動がより効果的に行われ、知財の普及に繋がっていくと考える。

➤ 中小企業の意見を反映した機能の追加

商標の出願時に、過去の類似した商標の拒絶理由は大きな判断材料になるといった中小企業からの要望が知財総合支援窓口のヒアリングから確認できた。これらのように利用者である中小企業がどのような機能を求めているかを定期的に収集し、特に要望の多い機能を優先的に実装していくことで、中小企業にとってより使いやすいサービスを実現することが可能になると考える。また、中小企業から直接要望を受け付けるだけでなく、知財総合支援窓口に対してもどのような機能があるとより中小企業に利用してもらえるか、中小企業が利用する際にどのような点に不便さを感じているか、といった意見を収集し、中小企業の利便性に直結する機能を整理していくことが必要と考える。

➤ より利便性を高めるためのインターフェースの見直し

現状の J-PlatPat は「特許・実用新案」、「意匠」、「商標」、「審判」、「経過情報」といった単位でメニューが構成されており、その配下に各機能が選択できるような構成となっている。文字列によるキーワードを入力して検索した場合、「特許・実用新案」の場合は「2.特許・実用新案テキスト検索」と記載されており、「商標」の場合は「2.商標出願・登録情報」と記載されている。類似した機能に対し異なる機能名が表示されており、混乱を招く要因になっていると考える（なお、これらの機能名については見直しが行われる予定である）。

特許・実用新案	意
1.特許・実用新案番号照会	
2.特許・実用新案テキスト検索	
3.特許・実用新案分類検索	
4.パテントマップガイダンス（PMGS）	
5.外国公報DB	
6.審査書類情報照会	
7.コンピュータソフトウェアデータベース（CSDB）検索	
8.ワン・ポータル・ドシエ（OPD）照会	
9.中韓文献番号照会（特許庁関連サイトへ）	
10.中韓文献テキスト検索（特許庁関連サイトへ）	

図 5-5 「特許・実用新案」の機能一覧（平成 30 年 2 月時点）

商標
1.商標番号照会
2.商標出願・登録情報
3.称呼検索
4.図形等商標検索
5.図形等分類表
6.商品・役務名検索
7.商品・サービス国際分類表
8.指定商品の書換制度について（特許庁HPへ）
9.日本国周知・著名商標検索
10.不登録標章検索

図 5-6 「商標」の機能一覧（平成 30 年 2 月時点）

また、検索結果を表示する画面においても、インターフェースが異なっている。図 5-7 及び図 5-8 に示す通り、「特許・実用新案」には検索結果の上段に「審査書類情報」といったボタンが用意されているが、「商標」には当該ボタンは用意されていない。一方で、「商標」には、「詳細表示」や「公報」といった「特許・実用新案」にはないボタンが設置されている。



図 5-7 「特許・実用新案」の検索結果のインターフェース

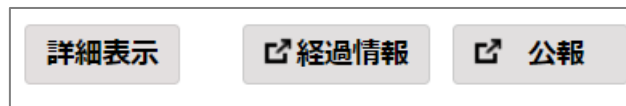


図 5-8 「商標」の検索結果のインターフェース

上記については一例であるが、機能ごとに異なるインターフェースとなっており、初めて利用するユーザーはどこに何があるかわからなくなり、利便性の低下に繋がる可能性があると考えられる。同じような機能や画面の場合は可能な限りインターフェースや名称を統一しつつ、初めて利用するユーザーや知財に対する理解度が低いユーザーを想定し、特定の用語にカーソルを置くと解説が表示されたりといったサポートに関する機能も充実化されることが望ましい。

6. 本事業による成果物（記事・手引書）

「4.調査結果」及び「5.調査結果を踏まえた公的特許情報サービスのあり方」の結果を踏まえ、特許情報サービスの利用者拡大に効果的と考えられる記事・手引書を作成した。

本章で説明する記事・手引書は、特許庁ホームページ上で公開しており、中小企業や中小企業支援機関がダウンロードして利用することができる¹¹。

6.1.「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事

6.1.1.記事作成の経緯

施策 1 に示した通り、中小企業に知財の有用性を普及するためには、知財に関する成功事例よりも失敗事例を提供する方が効果的であると考えます。

失敗事例の内容としては、ヒアリングにて「自社の知財が漏えいする事例（商品の模倣、技術の盗用）」と、「他者の権利を侵害してしまった事例」の2つのトピックについて効果が高いとの意見が得られた。複数のヒアリング先において失敗事例の有効性や必要性が指摘されており、中小企業への訴求効果が高いと考えられるため、それぞれのトピックで一つずつ記事を作成した。

本記事では、新しい商品を考える際には他者が権利化した商標を侵害していないか調査する必要がある旨を説明している。また、多くの読み手に当事者意識を持ってもらうために、近年増加傾向にあるSNSの普及による侵害の発覚といった身近なテーマを用いた事例としている。

6.1.2.想定している利用方法と期待効果

知財総合支援窓口では、知財を普及させるために中小企業に直接訪問して説明を行っている。本記事は、知財総合支援窓口の担当者が、知財の重要性について認識していない中小企業を訪問した際に説明に用いることを想定している。他者が権利化した商標を事前に調査しなかったことによる失敗事例

11 特許庁ホームページ（特許情報提供サービスに関する調査報告書について）

(http://www.jpo.go.jp/shiryou/toushin/chousa/sangyou_zaisan_service_houkoku.htm)

(又はインターネットで「特許情報提供サービスに関する調査報告書について」と検索)

同様に、中小企業支援機関に対して知財の普及活動を行う際にも活用することが可能と考える。中小企業支援機関は知財総合支援窓口よりも中小企業と接する機会が多いため、中小企業支援機関の支援を通して中小企業も知財の重要性について認識するきっかけが増える、といった効果が期待される。

図 6-1 「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事

6.2.「自社の知財が漏えいする事例（商品の模倣、技術の盗用）」を紹介する記事

6.2.1.記事作成の経緯

本記事は、「6.1.「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事」と同様の経緯で作成している。

本記事は、自社の製品が他者に模倣されたり、技術が流出したりしないよう知的財産権として登録する等、知財の観点で対策を行うことが必要であることを説明している。また、中小企業が興味を持ちやすいよう、技術者が他者に転職し技術情報が流出したことがきっかけで知財に関心を持った中小企業があった、といったヒアリングで得た実際の事例をもとに本記事を作成した。

6.2.2.想定している利用方法と期待効果

「6.1.「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事」と同様に、知財総合支援窓口が、知財の重要性について認識していない中小企業を訪問した際に説明に用いることを想定している。自社の技術が盗まれてしまう事例を通じて、知財の観点で自社の技術・商品を守ることの重要性を認識するといった効果が期待される。

また、知財総合支援窓口が、中小企業支援機関を訪問した際に利用することも想定しており、「6.1.「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事」の内容と同様の効果が期待できる。

解決の How to

**ものづくり企業に警告！
自社の強みが盗まれる前に
するべきこと…**

**苦勞して考えたアイデアも、真似されては水の泡！
無料の解決手段をご紹介します。**

アイデアに関する権利

デザインの模倣 営業秘密の漏洩 独自技術の流出

無料で解決

**あなたの会社の「強み」、
しっかり守れていますか？**

（左）
模倣しても、真似企業で必ず
競争上は不利です。
権利の侵害も発生し

ブランドの製品を製造
より、A社の売り上げは
激減。自社ブランドの
信頼性によって使いや
した。

として売り出すことに
際等、積極的な営業活
から、目標としていた

は、販路拡大を考え、
つくりは商品が陳列さ
されていたのである。
真似されたとすぐにわ

に相談した。しかし、A
の取崩し止めを行う
公開しているため、知
非模倣品の販売差止

が、その後似たよう
も発生してしまった
引けた計画も見直しさ

るを得なくなりました。

「今回の事例では、A社が販路拡大を急ぎ、知財権を侵害したにもかかわらず、知財権を侵害してしまっただけで、模倣品の被害を防ぐことができませんでした。」

【自社の「強み」が奪われた企業の末路

事例のようなケースは決して特殊な製品や技術を持って
いる企業のみで発生するものではありません。例えば、展示
会において公開されている製品を「自社でも製作できる」と
他社が判断すれば、新しくデザインを検討するためのコスト
がかからないため、模倣される事例が発生してもおかしくは
ありません。

自社の「強み」である主要製品や技術が奪われてしま
うと、売り上げの減少だけでなく、模倣された製品の競争に勝
つためのコストの増大や、技術力の低下や技術力をアピールし
ていた企業のブランド失墜といった問題にまで発展する可
能性もあります。企業の経営に深刻な影響を及ぼす可能性
が十二分に考えられるのです。

他にもある技術流出の例

作業場見学への対応	取引先から自社の作業場を見学したいとの要望があった。現場や製造用の機器について見学時に説明したところ、同様の製造用の機器で取引先が製造を始め、取引先も失った。
作業風景の公開	製品の展示会において作業風景を映像として公開していた。映像の中には製造方法に関する自社のノウハウが書き込まれており、映像を見た競合他社がノウハウを用いて同品質の製品を開発した。
職員の引き抜き	技術開発に携わった職員が、競合他社に引き抜きを受け、自社の独自技術を用いて同品質の製品を開発してしまっった。
インターンの受け入れ	海外から外国人インターンを受け入れたが、製造を任せさせていた製品が知財の盗用を指摘してしまっったため、帰国後に処分を命じられてしまっった。

とはいえ、特に中小企業においては、自社の「強み」に対する脅威から身を守るための知見を備えた専門家がいない企業が大勢です。そういった企業についてはどのように対応していくべきなのでしょうか。

解決策はこちら

図 6-2 「自社の知財が漏えいする事例（商品の模倣、技術の盗用）」を紹介する記事

6.3.「中小企業支援機関における知財活用」を紹介する記事

6.3.1.記事作成の経緯

中小企業支援機関は知財総合支援窓口と比べて中小企業に接する機会が多い。このため、中小企業支援機関が知財について理解していると、中小企業が知財の重要性について認識するきっかけが増えると考えられる。しかし、中小企業支援機関の多くは知財の重要性に対する認識が低い傾向にあるため、まずは中小企業支援機関の業務において知財がどのように活用できるかを示し、中小企業支援機関に知財の重要性を認識してもらう必要があると考え、記事を作成した。

6.3.2.想定している利用方法と期待効果

本記事は、施策 4 で示したように、知財総合支援窓口の担当者が、知財の普及のために中小企業支援機関を訪問した際に用いることを想定している。本記事を利用することによって、中小企業支援機関が知財の重要性に対する認識を高め、知財に関連した活動や知財総合支援窓口との連携を行うきっかけとなることが期待される。

6.4.「J-PlatPat の活用方法」を紹介する記事

6.4.1.記事作成の経緯

考察 2 に示した通り、特許情報には、本来想定される知財に関する情報としての利用以外に、「技術情報」、「企業情報」といった利用方法があると考え。このうち、「技術情報」及び「企業情報」としての利用方法は、知財に対する認識が低い企業や、技術開発等を行っておらず自社に知財は関係ないと考えている企業に対しても J-PlatPat を普及するために有益な情報であると考え、記事を作成した。

本記事は、ヒアリングで得た実際の活用方法を参考として作成した。

6.4.2.想定している利用方法と期待効果

知財総合支援窓口の担当者が、新しい製品開発のヒントを求めている中小企業や顧客の新規開拓を行う機会が多い中小企業に対し、J-PlatPat で効果的な情報が探せる可能性があることを伝えるために用いることを想定している。また、中小企業支援機関へ普及活動を行う際にも、これらの利用方法が中小企業の支援に役立つ可能性があることを伝えるために用いることを想定している。本記事を利用することによって、知財の重要性について認識していない中小企業及び中小企業支援機関が、J-PlatPat を利用するきっかけとなることが期待される。



経営課題の処方箋、J-PlatPatのご紹介!

解決のHowto

あの企業の
特徴を
知りたい!

この商品名、
使って
大丈夫?

自社の
技術だけでは
新製品が開発
できない…。

なぜあの
企業の業績は
好調なの?



特許情報プラットフォーム (J-PlatPat) は、インターネットで利用できる無料の特許情報検索ツールです。独立行政法人工業所有権情報・研修館が運営しています。

J-PlatPatには特許を出願した企業や技術に関する情報などが掲載されており、これらの情報が経営課題解決のヒントになるかもしれません。

できるかもしれませんが、また、訪問した際に開発過程の苦労話や創業工夫のエピソードを話してもらえかけにもなるでしょう。

新製品を開発したいが、自社の技術だけでは難しい!

いいアイデアが思いついても「うちの会社の技術力だけでは無理だ…」とあきらめていませんか? あなたが必死に考えている技術は、既に他社が開発して特許を出願しているかもしれません。

J-PlatPatでは、特許に関する技術情報や、特許を保有している企業を検索することができます。その企業と提携して共同開発ができれば、開発にかかる時間とコストを削減するだけでなく、新たなビジネスチャンスが得られるかもしれません。



ライバル企業の業績が好調である秘密を知りたい!

ライバル企業の好調の秘密は、優れた特許技術にあるのではないのでしょうか。J-PlatPatを使ってその企業が出願した特許の情報を検索してみると、どのような特徴があるかヒントをつかみかけになります。

例えば、部品や技術別に出願された特許の件数を集計してみると、ライバル企業が力を入れている技術分野や今後の方向性を知ることができるかもしれません。



使い方がわからなくても安心。無料の支援サービスはこちら

図 6-4 「J-PlatPat の活用方法」を紹介する記事

6.5. J-PlatPat を利用した経営課題解決の手引書

6.5.1. 手引書作成の経緯

施策 1 に示した通り、J-PlatPat を活用するためには、利用する目的（経営課題）に対してどのような機能をどのような手順で操作すべきか示されている必要がある。

また、施策 2 に示した通り、知財に認識のないユーザーが J-PlatPat を利用する際は、詳細な手順だけでなく特許情報に対する最低限の説明も必要と考える。

上記を踏まえ、J-PlatPat を初めて利用するユーザーにもわかりやすいよう、J-PlatPat へのアクセス方法から J-PlatPat を利用して経営課題を解決するまでの手順について画面イメージと合わせて示す手引書を作成した。

6.5.2. 想定している利用方法と期待効果

本記事は、知財総合支援窓口の担当者が、知財に対する認識が低い中小企業や中小企業支援機関を訪問した際に説明に用いることを想定している。J-PlatPat の主な機能や具体的な J-PlatPat の活用方法を説明することで、中小企業や中小企業支援機関における経営課題の解決に J-PlatPat が有効活用できると認識することが期待される。

7. 付録

付録 1 ヒアリングシート

付録 2 「他者の権利を侵害してしまった事例」を紹介する記事

付録 3 「自社の知財が漏えいする事例（商品の模倣、技術の盗用）」を紹介する記事

付録 4 「中小企業支援機関における知財活用」を紹介する記事

付録 5 「J-PlatPat の活用方法」を紹介する記事

付録 6 J-PlatPat を利用した経営課題解決の手引書