

知財金融事業  
知財ビジネス評価書（目的別編）

～新規事業創出 作成の手引き～



# 目次

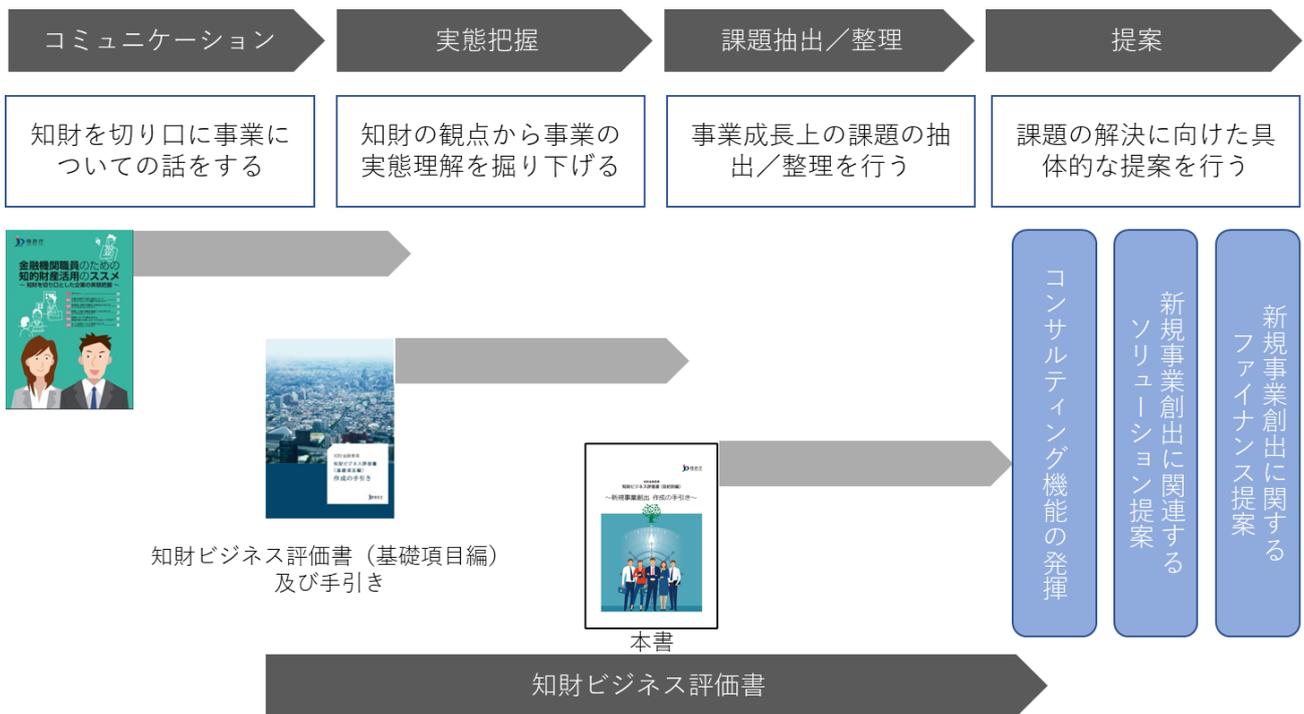
本書の位置づけ	3
本書の使い方（ガイダンス）	4
1. 検討すべき初期仮説	5
2. 実現可能性の検討	8
3. ビジネスモデルに照らした実現可能性の具体的な検討	12
4. 課題の整理	15
参考資料	17

## 本書の位置づけ

本書は主として金融機関を支援する専門家等が、知財の観点から取引先企業の課題を整理し、本業支援に係る提案につなげたり、より踏み込んだ提案を検討したりするために有用な項目を「知財ビジネス評価書（目的別編）～新規事業創出～」として取りまとめたものです。

また本書は、知財を切り口として取引先企業とのコミュニケーションを図り、提案の「きっかけ」となる必要最低限の項目を取りまとめた「知財ビジネス評価書（基礎項目編）」と対をなすもので、基礎項目編と併せて活用することが想定されています。

本書では、「新規事業創出」というテーマを念頭に、基礎項目編に加えて、検討することが有用である項目を整理していますので、既に取引先が新規事業創出に取り組んでいる事実を把握している、金融機関として取引先の新規事業創出に関連して何らかの本業支援を行うとしているといった場合であっても、まずは基礎項目編を検討していただいた上で、活用することを想定しています。



知的財産・知的資産は事業者にとって重要な経営資源の1つであり、事業成長のキーファクター

## 本書の使い方(ガイダンス)

知財ビジネス評価書は、知的財産を切り口として事業実態の理解を深め、課題の抽出や整理を行うのに資するものです。本書では、新規事業創出というテーマについて、理解を深め、課題の抽出や整理を行う際、知的財産の観点を加味することで、その効果を高めることを狙った知財ビジネス評価書の作成や、知財ビジネス評価書の活用をしていただく際の参考にしていただくことを念頭においています。

本書で主に活用いただくことを想定している読み手は、以下の通りであり、下記のような使い方をさせていただくことを意図して、作成・編集されています。

読み手	本書の使い方(例)
知財ビジネス評価書の作成者(知財専門家、知財調査会社等)	金融機関や中小企業の依頼に基づき、新規事業創出を検討している企業や当該新規事業を対象とした、「知財ビジネス評価書」を作成しようとする作成者が、最低限検討すべき事項や評価書に盛り込むべき要素を理解する。
中小企業知財経営支援に従事する専門家	金融機関からの依頼に基づく支援や金融機関と連携した支援を行う専門家が、新規事業創出を念頭においた知財ビジネス評価書の内容を理解すると同時に、支援にも役立つエッセンスを理解する。
金融機関の職員	知財金融に取り組む金融機関職員が、専門家を活用することで、どのような「知財ビジネス評価書」を作成することが可能であるのか、専門家がどのような目線で新規事業創出を捉えているのかについて、理解する。本書の内容を理解することで、事業性評価スキルの向上とコンサルティング提案スキルの向上に資する他、専門家や知財ビジネス評価書の作成者の活用イメージを持つことができる。

新規事業創出に取り組む必要性は認識していても、具体的に「何に」取り組めば良いのかという点について具体的な一歩を踏み出せない中小企業も少なくありません。知財ビジネス評価書(基礎項目編)において、「基礎項目編「E:『良いところ(強み)』を支える知財の棚卸」や、「基礎項目編「I:知財からみる『新たな事業』発見シート」も活用し、新規事業創出のアイデア出しをしています。本書では、それも参考にしつつ、対象企業の経営者が検討したいと考えている初期仮説を念頭に検討を行って行きます。

またある程度、新規事業創出の対象となる事業、商材等が明確となってきた段階で、どのように市場に訴求していくかについての検討を行う場合には、「知財ビジネス評価書(目的別編)～販路拡大～」を参考にすることで、マーケティングの視点を踏まえたアプローチ方法を検討することができます。

## 1. 検討すべき初期仮説

ここでは具体的な検討に先立ち、検討の対象となり得る、初期仮説を設定します。知財ビジネス評価書（基礎項目編）において、「基礎項目編「E：『良いところ（強み）』を支える知財の棚卸」や、「基礎項目編「I：知財からみる『新たな事業』発見シート」も活用し、新規事業創出のアイデア出しを行っていますので、それらを参考にしつつ、検討を進めます。また、検討の過程で知財情報等から得られる示唆から追加的な仮説が示せる場合には、「知財専門家から見た追加的な新規事業の仮説」に追記します。

それぞれの初期仮説について、「市場の視点（どのような市場機会を捉えようとしているのか）」、「何を誰に提供しようとしているのか」について、専門家としての整理を行います。その後、金融機関・対象企業とヒアリングを実施し、金融機関・対象企業の興味・関心度をお伺いします。その上で、興味・関心度の高い項目に限定して、項目2：実現可能性の検討を行います。



知的財産情報から得られる情報も活用して、アイデア／思いつきレベルの仮説を検証したり、これまで気づいていなかったコアコンピタンスの用途・展開方法に係る仮説を提示したりすることが大切です。具体的に「何をするか？」の選択肢を、仮説であっても提示することで、金融機関を含む支援者とのディスカッションが具体的になり、経営者の新規事業創出に関する意思決定につなげていくことが出来ます。



### 標準的なテンプレート

#### 基礎項目編を通じて検討した新規事業の仮説に対する評価

基礎項目編を通じて検討した新規事業の仮説		市場の視点(どのような市場機会をとらえるか?)	何を誰に提供するか?	対象企業の興味・関心度
仮説1	・アイデアの例	・どのような市場の認識があるか?	・どのような強みを誰に提供するのか? 具体的な企業名まで特定する必要はありません	・ヒアリングを踏まえて○・△・×を記載してください。
仮説2	・アイデアの例	・どのような市場の認識があるか?	・どのような強みを誰に提供するのか? 具体的な企業名まで特定する必要はありません	・ヒアリングを踏まえて○・△・×を記載してください。
仮説3	・アイデアの例	・どのような市場の認識があるか?	・どのような強みを誰に提供するのか? 具体的な企業名まで特定する必要はありません	・ヒアリングを踏まえて○・△・×を記載してください。

## 追加的に提案し得る新規事業の仮説に対する評価

知財専門家から見た追加的な新規事業の仮説	市場の視点(どのような市場機会をとらえるか?)	何を誰に提供するか?	対象企業の興味・関心度
仮説4 ・ アイディアの例	・ どのような市場の認識があるか?	・ どのような強みを誰に提供するのか? 具体的な企業名まで特定する必要はありません	・ ヒアリングを踏まえて○・△・×を記載してください。
仮説5 ・ アイディアの例	・ どのような市場の認識があるか?	・ どのような強みを誰に提供するのか? 具体的な企業名まで特定する必要はありません	・ ヒアリングを踏まえて○・△・×を記載してください。
仮説6 ・ アイディアの例	・ どのような市場の認識があるか?	・ どのような強みを誰に提供するのか? 具体的な企業名まで特定する必要はありません	・ ヒアリングを踏まえて○・△・×を記載してください。



## 作成方法と記入例

事前に知財ビジネス評価書(基礎項目編)を活用した上で、対象企業の経営者、金融機関等とも相談しながら、検討の対象としたい初期仮説を設定します。基礎項目編も活用して設定した初期仮説が、どのような市場機会を捉えて、どのような強みを誰に提供しようとするものであるのかを明確にするような記載を心掛けます。

なお、対象企業の興味・関心度については「○、△、×」の三段階で表示します。

## 基礎項目編を通じて検討した新規事業の仮説に対する評価

基礎項目編を通じて検討した新規事業の仮説	市場の視点(どのような市場機会をとらえるか?)	何を誰に提供するか?	対象企業の興味・関心度
仮説1 新素材を活用した民生品の製造(アクセサリメーカーやデザイナーと連携し、高騰した貴金属に代わる機能美を追求した男性向けアクセサリを作る)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 男性アクセサリ需要が高まっている</li> <li>・ 男性アクセサリは金よりもシルバーやプラチナが多いが、原価が高騰</li> </ul>	ファッション意識の高い男性を顧客層に持つジュエリーショップ、紳士服店等に対して、貴金属(シルバー等)ではない新素材を生かした機能美を追求したアクセサリを提供する	○
仮説2 強度、柔軟性という新素材の特性と加工精度を活かした医療器具の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 患者の負担軽減の観点から金属に代わる新素材による微細な器具に対する関心が高まっている</li> <li>・ サプライチェーン強靱化の観点で国内調達回帰の動きがある</li> </ul>	医療機器メーカーに対して、新たな医療器具用品(オペ用微細器具等)を提供する	×
仮説3 より小型化して、小さな工場や中小企業の作業場でも使える小型装置の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 省エネや加工精度はサプライチェーン全体の問題となっており、サプライチェーン参加企業全体で潜在ニーズがある</li> </ul>	自動車部品 Tier3~4 クラスの中小企業に対して、小型でエネルギー効率の高い加工装置を提供する	○

## 追加的に提案し得る新規事業の仮説に対する評価

基礎項目編を通じて検討した新規事業の仮説	市場の視点(どのような市場機会をとらえるか?)	何を誰に提供するか?	対象企業の興味・関心度
仮説4 XXXXという用途で新素材を加工し、製品販売を行う	<ul style="list-style-type: none"> <li>「〇〇」「◆◆」というキーワードで出願例を調査すると、多少方式は異なるが新素材の活用として XXXX という用途を念頭に置いた接着技術の出願が見られた。</li> <li>XXXX という用途で利用するには、□□という課題を解決する必要がある。しかし、当社が保有している技術は XXXX という用途に適している上、強度・耐久性が求められる場面で優位性を発揮できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX という用途は特殊な用途であり、ビジネス機会としては未成熟</li> <li>現状、有力な代替技術もあり、スイッチングコスト等を考えると当社の提案力だけで新たな市場を創造、形成していくのは容易でない</li> <li>有力な代替技術の開発動向を考えると、今後3年程度以内に市場投入できないと市場に受け入れられない可能性がある</li> </ul>	△
仮説5 XXXXという優位性が発揮される XXXX 用途の小型装置を開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の保有技術、特許は〇〇という独自性を有する</li> <li>当社の権利範囲に加えて XXXX という用途開発に係る周辺特許を取得することで、XXXX 領域における知財上の優位性を獲得できる可能性がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXX という用途は新たな用途であり、ニーズを満たす小型装置で需要がある</li> <li>想定される顧客の多くは、新規の装置導入となるため、〇〇という優位性が発揮される小型装置であれば、競争力を持ちうる。</li> </ul>	○



市場の視点(どのような市場機会を捉えるか?)については、専門家として知っている業界知見等に加え、アクセス可能な市場情報も参考に記載します。何を誰に提供するか?という点についてはなるべく客観的に記載しますが、「誰」の部分は具体的な個社名まで特定して記載する必要はありません(記入例も参考に、記載してください。)

## 参考情報： 市場レポート等の活用



有料のデータベースの中には、市場情報を提供してくれるものも少なくありません。しかし、インターネットで検索すれば、無料でも閲覧できる市場レポートも数多く公表されています。特に金融機関の調査部門や経済研究所等が公表しているレポートの中には業界トレンドや市場情報をまとめているものが多く、検討を行う際に参考となります。

専門家に依頼する金融機関の側でも、自社の調査部門や経済研究所が作成しているレポートや、アクセス可能な有料データベースの市場情報がある場合には事前に共有しておくと考えられます。

## 2. 実現可能性の検討

項目1にて興味・関心度が高かった仮説を対象として、知財の視点、ビジネス・競合の視点から実現可能性を検討します。具体的には、「対象企業が取組める内容かどうか」を評価した後に、「事業化に要する期間」を検討します。その上で、「参入余地はあるのか」という観点の検討を行います。

評価の際に、知財情報等の分析を行った場合には、評価の根拠となる資料を添付してください。



### 標準的なテンプレート

新規事業の仮説		知財の視点からの評価		ビジネス・競合の視点からの評価		① 対象企業が 取組めるか?	① 事業化に 要する期間	② 参入余地は あるか?
仮説○								
仮説○								
仮説○								

※必要に応じて知財情報の分析結果や上記評価の根拠となる資料を添付します。

### 仮説○に係る競合の特徴

企業名	競合する技術／ブランド 競合事業の概要	主な顧客 (将来顧客含む)	市場の支配力 (知財による保護領域含む)

### 仮説○に係る知財情報から見た状況

知財情報から見た状況			
分析方法			
他社知財	保有者	懸念点	影響度



## 作成方法と記入例

知財の視点からの評価、ビジネス・競合の視点からの評価につき、それぞれの仮説についての参考評価を、「○、△、×」の三段階で表示します。

新規事業創出の仮説を客観的に評価してきますが、仮説に対していわゆる「ダメ出し」をすることが目的ではありません。評価を行う際、なるべく新規事業創出の可能性をポジティブに評価できる要素があれば具体的に記載するようにします。

サブシートとして、それぞれの仮説に対して競合の特徴を示すリスト、知財情報から見た状況を示すリストがあり、知財情報等も積極的に活用し、評価の根拠を整理します。当該リストの作成に際して、知財情報を参照して注目すべき他社知財とその影響度を記載しますが、精緻な先行技術調査やクリアランス調査を求めているものではありません。

- ・・・新規事業の有力な選択肢となり得る
- △・・・検討すべき事項は多いが、新規事業の選択肢となる可能性がある
- ×・・・新規事業として検討するのは容易ではない

その上で、知財の視点からの評価、ビジネス・競合の視点からの評価を総合して、当該仮説が「対象企業自身で取組める内容かどうか」「参入余地はあるか」についての参考評価を「○、△、×」の三段階で表示します。

※ここで「△」「×」は、課題の存在を示唆するものであり、経営者が改善に取り組むことで、改善する可能性があることに留意が必要です。知財ビジネス評価書を作成する際にも本留意事項を明記の上、受領者に理解いただく必要があります。

また目安として当該仮説を事業化するのに必要となる期間を記載します。厳密である必要はありませんので、年単位で想定しておくべき期間を記載してください。

新規事業の仮説		知財の視点からの評価		ビジネス・競合の視点からの評価		① 対象企業が取組めるか?	①' 事業化に要する期間	② 参入余地はあるか?
仮説1	新素材を活用した民生品の製造	○	新素材の切削方法、加工方法についても大手取引先の高度な仕様にも対応できる技術力があり、デザイン仕様が明確になれば、アクセサリとして求められる加工に対応可能	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>貴金属を用いたアクセサリの単価が3~5万円程度であり、現在の売り上げ規模を下支えするには、5000~10000個のロットを目指す必要がある</li> <li>技術的な競合については多い一方で、ビジネス上の競合は少ない可能性がある</li> </ul>	○	1年以内	○
仮説3	より小型化して、小さな工場や中小企業の作業場でも使える小型装置の開発	○	エネルギー効率が高い点が当社の特長であり、小型化に必要なXXXXという技術課題を解決できる点が評価できる	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>新素材を加工して部品を製造しているのはTier3-4クラスの中小企業で、中小企業が導入可能な装置にニーズがある可能性が高い</li> <li>エネルギー効率が低いという優位性はある一方で、競合メーカーが多く、エネルギー効率向上に関する開発も盛んである</li> </ul>	○	2年以内	△
仮説5	◆◆という優位性が発揮されるXXXX用途の小型装置を開発	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社の保有技術、特許は◆◆という優位性がある</li> <li>当社の権利範囲に加えてXXXXという用途開発に係る周辺特許を取得することで、XXXX領域における知財上の優位性を確保できる可能性がある</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXという用途は新たな用途であり、ニーズを満たす小型装置自体には需要がある</li> <li>想定される顧客の多くは、新規の装置導入となるため、◆◆という優位性が発揮される小型装置であれば競争力を持ちえる</li> <li>現時点では直ちに競合するプレイヤーは見当たらない</li> </ul>	○	2年以内	○

### 仮説3(例)に係る競合の特徴

企業名	競合する技術/ブランド 競合事業の概要	主な顧客 (将来顧客含む)	市場のプレゼンス
C社	代替技術A:XXXXという方式で、XXXXという要求を満たすXXXXという機能を発揮する	大手装置メーカー	大手装置メーカーの多くは大体技術Aを採用しており、大手装置メーカーが製造する装置のシェアは国内7割
D社	代替技術B:XXXXという方式で、XXXXという要求を満たすXXXXという機能を発揮する	中小企業	代替技術Bを用いた小型装置を既に中小企業に納入している。全国に代理店を有する商社を通じた販売を行っている

### 仮説3(例)に係る知財情報から見た状況

知財情報から見た状況			
分析方法	「XXXX」、「XXXX」というキーワードに着目し、現在有効な特許及び20年以内に出願された文献の範囲で、競合する特許を抽出した結果、10件の該当文献があった。簡易的な定性評価を行い、懸念点、影響があると考えられるものを下記の通り抽出した。		
他社知財	保有者	懸念点	影響度
特許 XXXX	C社	XXXにおいて懸念あり	権利範囲が広く、回避が難しい
特許 XXXX 特許 XXXX	C社	今後、XXXXという技術開発を行っていく場合に、懸念事項あり	特許網を構築しており、回避は難しい
特許 XXXX	D社	XXXにおいて懸念あり	回避可能性はあるが、用途を考えると取れる選択肢は少ない

### 3. ビジネスモデルに照らした実現可能性の具体的な検討

「2. 実現可能性の検討」で実現可能（参入余地がある）と判断した選択肢について、具体的なビジネスモデルが描けるかを検証します。現状、不足している要素があっても、これらを補うことで、新規事業の実現性が高まる項目については、不足する要素を獲得する手段を示すことが大切です。不足する要素の獲得方法の検討と併せて、当該新規事業に係るビジネスモデル実現に向けた具体的な検討を促していきます。

※検討すべき選択肢が複数ある場合には、複数のビジネスモデルを検討します。

※業種に応じて検討の必要性が低い項目があれば、省略いただいても問題ございません。

（一例：調達→製造）



#### 標準的なテンプレート

提供価値と顧客					
【観点の例】 ・提供価値は明確になっているか？ ・想定顧客は明確になっているか？		【獲得手段】			
研究開発／商品企画		調達→製造		営業／顧客へのデリバリー	
【観点の例】 ・今後必要な開発テーマは明確か？	【獲得手段】	【観点の例】 ・必要な資源を調達できるか？ ・製造することができるか？	【獲得手段】	【観点の例】 ・デリバリー手段／チャンネルがあるか？	【獲得手段】
内部管理／組織／人的資源					
【観点の例】 ・事業に必要な仕組みや内部資源を持っているか？			【獲得手段】		
パートナー					
【観点の例】 ・必要なパートナーと組むことができるか？			【獲得手段】		
知的財産戦略と知的財産活用					
【観点の例】 ・必要な知財の獲得が可能か？ ・必要な知財活動を行うことができるか？			【獲得手段】		



## 作成方法と記入例

ビジネスモデルの検討に際しては、ビジネスバリューチェーンも意識して、提供価値と顧客、研究開発／商品企画、調達と製造、営業／顧客へのデリバリー、内部管理／組織／人的資源、パートナー、知的財産という項目に対象企業のビジネス構成要素を分解して検討するようなテンプレートになっています。

各項目についての総合的な参考評価を、「○、△、×」の三段階で表示します。

○・・・新規事業を実現する上で、直ちには問題とならない

△・・・不足している要素はあるが、補うことが出来る可能性が高く、改善が期待できる

×・・・不足している要素があり、新規事業創出実現の上で大きな障壁となる

※ここで「△」「×」は、課題の存在を示唆するものであり、経営者が改善に取り組むことで、改善する可能性があることに留意が必要です。知財ビジネス評価書を作成する際にも本留意事項を明記の上、受領者に理解いただく必要があります。

提供価値と顧客		△
<ul style="list-style-type: none"> <li>提供価値は明確にされているが、想定顧客(ユーザ)の検討は不十分である。本新規事業に即した事業戦略から不在となっている。</li> <li>コアとなる「強み」をより強化していく技術ロードマップ、「競合」とより差異化を図れる領域を明確にしておく筋道が明確でない。</li> </ul>	【獲得手段】 新規事業に係る事業戦略の策定	

研究開発／商品企画	△	調達→製造	×	営業／顧客へのデリバリー	×
<ul style="list-style-type: none"> <li>XXXXの技術課題の解決策が未解決であり、追加的な開発、共同研究などが必要</li> <li>用途開発を進めていく上で、更なるニーズ探索と想定顧客との試行的なやり取りや施策が必要</li> </ul>	【獲得手段】 ・産学連携 ・共同開発/実証パートナーの確保	製造自社の製造体制や設備では量産ができないため、製造パートナーが必要	【獲得手段】 製造パートナーの確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>ニーズ探索型の営業が必要であり、開発チームも営業に加わるような体制整備が必要</li> <li>その際、同社の技術ブランドを確立し、戦略的に同社の技術をマーケティング、ブランディングしていくことが必要</li> </ul>	【獲得手段】 営業体制の見直しと人材育成

内部管理／組織／人的資源		△
<ul style="list-style-type: none"> <li>企業として成長する過程で、従来技術を活かした従来製品(○○等)の製造・販売に必要な人員や組織が必要だが、新規事業を立ち上げていくために必要な人員や組織の違いを十分に認識したうえで、体制整備に取り組めていない</li> <li>同社の知財戦略を、事業戦略全体を踏まえて検討できる弁理士と継続的に付き合っていない</li> </ul>	【獲得手段】 ・知財のマネジメント体制 ・専門家の紹介	

パートナー		×
<ul style="list-style-type: none"> <li>技術開発を行う外部パートナーを自ら探索したことがない。共同研究を実施する前提として、バックグラウンドIPや秘密保持といった基本的な知財マネジメントスキルが不足している</li> <li>製造や販売面でのパートナーについても検討した経験がない。今後の事業展開によっては不足するケイパビリティを補う観点から、連携する必要があるが、交渉・契約等のスキルも不足している</li> </ul>	【獲得手段】 ・パートナーの紹介 ・専門家の紹介(自治体や専門機関の活用を含む)	

## 知的財産戦略と知的財産活用

×

- 新規事業の長期的な展望を見据えたブランドの確立に関する検討が不足している。
- XXXX の用途で技術開発を進める場合、XXXX の分野における特許権の保護領域を強化すべきである。今後、想定顧客、利用場面が絞られていく中で、意匠の保護を強化すべきである。
- 営業秘密管理や戦略的な契約締結に関連し、知財法務に係る組織能力を高めることが必要

### 【獲得手段】

- 専門家の紹介
- 特許庁、INPIT 等の支援メニューとの連携



実現可能性を検討する上で、具体的なビジネスモデルが描くことが出来るか？現在不足している要素があっても当社が今後取り組みを行ったり、支援を行ったりすることで、不足している要素を獲得することが出来るか？という視点が重要となります。

## 4. 課題の整理

1. ～ 3. を踏まえて課題の整理を行います。課題整理の視点としては、ビジネスモデルの各項目について、事業戦略を実行していく上で、不足している要素、今後獲得していく必要がある要素に着目します。不足している組織能力を補っていくことで、新規事業創出に係る事業成長の確度を高めていくことにつながります。



### 標準的なテンプレート

当社が取り組む新規事業

抽出した課題	課題の分類	課題の具体的な内容	想定される提案



## 作成方法と記入例

知財経営の観点から、不足している要素を課題として再整理し、組織能力を身に付けていくことの必要性があることや、具体的にどのようなことを金融機関として促すとよいのかという点について、端的に整理を行います。

当社が取り組む新規事業

◆◆という優位性が発揮される XXXX 用途に小型装置を開発する

抽出した課題	課題の分類	課題の具体的な内容	想定される提案
本業に係る事業戦略と知財戦略の不十分さ	事業戦略	自社の客観的な強みの評価ができておらず、構想レベルのビジョンを戦略に落とす必要がある	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知財情報の活用 (INPIT 事業との連携)</li> <li>・事業戦略、知財戦略に関する専門家助言を踏まえた事業計画作成</li> </ul>
技術課題の克服	開発	XXXX という用途に必要な強度の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学連携の提案</li> </ul>
製造体制の欠如	製造	事業化に向けて必要な体制が具備されていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開発の進展、事業化スケジュールがより明確になった段階でのマッチング</li> </ul>
ニーズ探索型の営業に関する組織能力の不足	営業/販売/メンテナンス	開発メンバーが顧客や市場にアクセスできていない(営業メンバーから技術課題、開発に示唆のある情報がフィードバックされていない)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知財情報の活用による強みの見える化と営業ツールの作成</li> <li>・上記を踏まえた開発メンバーの育成 (INPIT 事業との連携)、技術的親和性のある取引先紹介 (技術マッチング)</li> </ul>
今後の外部連携に対応できない	内部管理/組織/人的資源等	社内の知財法務リテラシーの欠如と相談可能な専門家の不在	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社内リテラシー向上 (INPIT 事業との連携)</li> <li>・専門家の紹介</li> </ul>
コアコンピタンスとなっている技術の権利保護の確保について目途がない	知的財産	技術を保護するための追加的な権利取得について戦略的に対応できていない	<ul style="list-style-type: none"> <li>・知財専門家による知財戦略検討と必要な権利取得の支援</li> </ul>



知財専門家、特許庁の施策や INPIT 知財総合支援窓口等と連携することを念頭に、詳細な取り組み事項を提案するのではなく、端的にどのようなことを取り組むべき事項を、対象企業や金融機関が共通言語で理解できるような記載を心掛けます。

## 参考資料

### 知財ビジネス評価書(基礎項目編)

金融機関・取引先と知財専門家の間でのコミュニケーションの促進を図るべく、取引先への提案の「きっかけ」となる必要最低限の項目を示すものです。金融機関は、知財専門家の支援も活用しつつ、本書を用いて、取引先との対話を行うことで、知財を切り口として事業実態や課題の把握、提案のきっかけを探ることが出来ます。本書を活用する際にも基礎項目編を併用することが前提となっています。

特許庁が運営する「知財金融ポータルサイト」で閲覧、ダウンロードすることが出来ます。

<https://chizai-kinyu.go.jp/docs-2/>



### 金融機関職員のための知的財産活用のススメ

主に金融職員を対象として、知財の視点を金融機関職員の実務に活かす方法を解説した入門テキストです。知財を意識した取引先との対話の実践、金融機関職員を念頭においた J-PlatPat も活用方法も解説しています。

特許庁が運営する「知財金融ポータルサイト」で閲覧、ダウンロードすることが出来ます。

<https://chizai-kinyu.go.jp/reference-2/>





## 特許庁の中小企業施策

特許庁では中小企業を対象とした情報提供や各種施策を紹介しているポータルサイトを運営しています。活用できる施策がある場合には、金融機関や対象企業に積極的に紹介してください。

特許庁のホームページ「支援情報・活用事例」のタブをクリック。「中小企業向け情報」のリンクを参照。

<https://www.jpo.go.jp/support/chusho/index.html>



## INPIT 知財総合支援窓口

独立行政法人工業所有権情報・研修館（INPIT）は各都道府県に INPIT 知財総合支援窓口を設置し、中小企業等の知財経営の導入・定着、専門家による各種助言を行っています。本書を通じて整理された課題解決についても、金融機関と連携して支援を行うことが可能ですので、連携を示唆することも検討してください。



知財総合支援窓口  
知財ポータル

特許庁 INPIT 工業所有権情報・研修館

文字サイズ 小 中 大

アイデア  
商品ネーミング  
商品デザイン  
新しい技術

中堅・中小・ベンチャー企業の皆さんへ

INPIT 知財総合支援窓口

営業上の情報・ノウハウ  
ロゴマーク  
屋号

知財支援はINPIT  
INPITは御社の知的財産活用を無料でお手伝いする公的機関です

支援事例 | 知財人材検索 | 全国の窓口一覧 | 知財関連支援情報 | お知らせ  
よくあるご相談 | パンフレット集 | 知財総合支援窓口とは | 加速的支援 | 商店街支援

INPIT の情報はこちら

<https://www.inpit.go.jp/>



INPIT 知財総合支援窓口の情報はこちら

<https://chizai-portal.inpit.go.jp/>



より詳しい情報はこちら

知財金融ポータル

<https://chizai-kinyu.go.jp/>



改訂

初版 令和5年3月31日

第2版 令和6年3月31日

問い合わせ先

特許庁普及支援課 支援企画班

〒100-8915 東京都千代田区霞が関 3-4-3

03-3581-1101(内線 2145) PA02G0@jpo.go.jp