

# 知的財産取引手法に関する調査研究報告書

2007年3月

株式会社三菱総合研究所



## 目次

1	はじめに.....	1
1-1	調査の目的.....	1
1-2	調査内容及び方法.....	1
1-2-1	特許ビジネス市のフォローアップ調査及び分析.....	1
1-2-2	特許ビジネス市に類似する知的財産取引手法の事例調査.....	2
1-2-3	知的財産取引手法のベストモデルの検討.....	3
2	知的財産取引事業の概要.....	5
2-1	特許ビジネス市の概要.....	5
2-1-1	特許ビジネス市概要.....	5
2-1-2	地域版特許ビジネス市.....	6
2-1-3	特許ビジネス市事業フロー(主体別、フェーズ別).....	7
2-2	その他の知的財産取引事業.....	11
2-2-1	インタビュー調査.....	11
2-2-2	事例調査結果(インタビュー).....	38
3	特許ビジネス市発表案件のフォローアップ調査.....	43
3-1	アンケート調査実施概要.....	43
3-1-1	調査目的.....	43
3-1-2	調査対象.....	43
3-1-3	調査方法.....	43
3-1-4	調査項目.....	43
3-1-5	アンケート回収数.....	44
3-2	アンケート調査結果.....	44
3-2-1	問1 発表案件の現状について.....	44
3-2-2	問2 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援について.....	49
3-2-3	問3 特許ビジネス市に関する評価点・改善点.....	66
3-2-4	問4 特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた支援.....	76
3-2-5	問5 その他.....	82
3-2-6	問6 確認・追加質問について.....	88
3-3	インタビュー調査概要.....	89
3-3-1	インタビュー調査.....	89
4	特許ビジネス市の分析.....	91
4-1	特許ビジネス市の全体評価.....	91
4-1-1	知的財産取引の実績.....	91
4-2	特許ビジネス市発表案件の評価.....	93
4-2-1	成功度合いの定義.....	93
4-2-2	評価指標の設定.....	93
4-2-3	案件の評価.....	94
5	特許ビジネス市の課題の整理.....	101

6	知的財産取引手法のベストモデルの検討 .....	105
6-1	特許ビジネス市発表案件について .....	105
6-1-1	選定プロセスの考え方 .....	105
6-1-2	評価のフィードバック・選定方法の見直し .....	105
6-1-3	選定外案件の活用 .....	105
6-1-4	発表後の案件情報の提供 .....	106
6-1-5	委員・招聘者の位置づけ .....	106
6-1-6	特許ビジネス市成功事例の紹介 .....	106
6-1-7	発表内容のブラッシュアップ支援 .....	106
6-2	一般参加者の集客について .....	107
6-2-1	真に興味を持つ参加者の集客 .....	107
6-2-2	事前の発表案件の詳細情報提供 .....	107
6-2-3	同じ参加者が興味を持つ案件の増加 .....	107
6-2-4	一般参加者のセグメントの明確化 .....	107
6-3	特許ビジネス市以外の事業等 .....	108
6-3-1	特許流通アドバイザーの支援体制化 .....	108
6-3-2	特許ビジネス市と他事業との連携 .....	109
6-3-3	各地域で展開されている特許ビジネス市類似の事業 .....	109
7	おわりに .....	111

## 資料編

1	平成 18 年度特許ビジネス市のシーズ募集要領 .....	1
2	地域版特許ビジネス市の概要 .....	13
2-1	「特許市場」(大阪産業創造館 主催) .....	13
2-2	特許ビジネス市 in 燕・三条 .....	17
2-3	みやぎ特許ビジネス市 .....	19
2-4	特許ビジネスフェア in わかやま .....	21
3	特許ビジネス市発表案件フォローアップ調査・アンケート調査票 .....	22
4	アンケート・インタビューからの課題詳細 .....	38

## 1 はじめに

---

### 1-1 調査の目的

---

独立行政法人工業所有権情報・研修館(以下「情報・研修館」という。)では、平成15年度より、特許流通市場の整備に向けた取組として、特許を核にしたビジネスプランと金融機関、商社等の事業化支援サービスとの出会いの場である「特許ビジネス市」を実施している。

具体的には、公募された発表候補案件から、有識者によるシーズ選考委員会によって選ばれた案件について発表者が特許・技術およびその特許を活用したビジネスプランを発表する。これを一般参加者が傍聴し、自身の考えを投票する。発表案件に興味を持った一般参加者は、発表後に設けられたブースにおいて個別に発表者に相談したり後日連絡をとることによって、特許ライセンスや共同研究・共同開発の申し出や、資金・事業化支援に関する支援について発表者と具体的に交渉する。その結果、双方が合意すればこうした知的財産取引が成立することになる。

このように特許ビジネス市はシーズ側とニーズ側の出会いの場を提供する事業であるため、ライセンス契約成立等の成果の有無を把握するためには、一定期間経過後に発表者等に問い合わせる必要がある。これまで(平成15年度から18年度まで)にすでに計45案件の発表案件の集積があり特許ビジネス市事業からの成果を把握し、事業の課題点等も把握するべき時期が来ているといえる。

そこで、本調査では、特許ビジネス市での発表案件の現状を把握するためにフォローアップ調査を行い、その調査結果の分析を行うとともに、特許ビジネス市に類似した事業の調査も併せて行う。

さらに、特許ビジネス市と特許ビジネス市に類似した事業の分析をもとに、開放特許の流通等が民間や地方公共団体等の関係者間で自立的に行われるような環境(知的財産取引市場)のベストモデルの検討を行うことを目的とする。

### 1-2 調査内容及び方法

---

#### 1-2-1 特許ビジネス市のフォローアップ調査及び分析

平成15年度、16年度、17年度に実施された特許ビジネス市発表案件(全45件)の現状を調査することにより支援内容等への評価情報を収集し、知的財産取引手法のベストモデル検討のための基礎資料とすることを目的とする。

調査方法は、まずは全発表案件に対してアンケート調査を実施した上で、さらに追加調査すべき案件に対して関係者(主に発表者)へのインタビュー調査を実施した。その中で、特許ビジネス市での発表を契機として受けることができた各支援内容、支援を受けた成果(ライセン

ス契約成立や収入増等)、支援に対する評価(高く評価する点、改善すべき点)等の情報を収集した。

図 1 に特許ビジネス市のフォローアップ調査フローを示す。

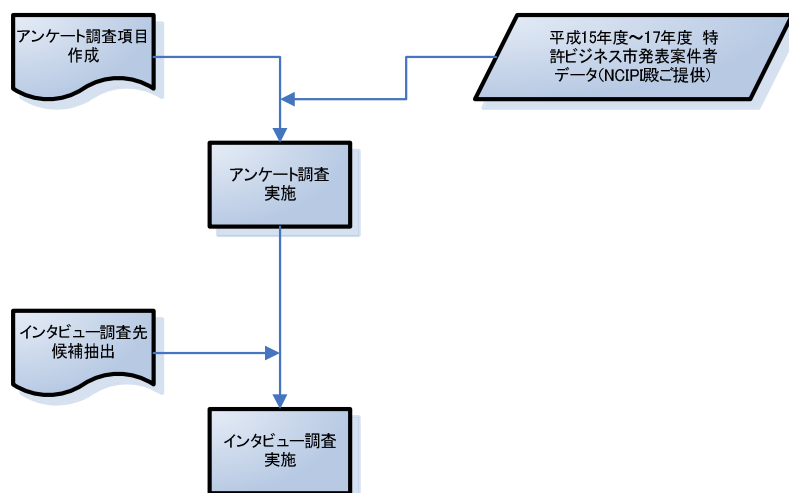


図 1 特許ビジネス市のフォローアップ調査フロー

上記調査で得られた内容に基づいて、特許ビジネス市のフォローアップ調査の分析を行った。分析に当たっては、特許ビジネス市における案件の成功度合いを可能な範囲で客観的に評価するために、評価指標を定義し、成功度合いの評価指標に基づいて各発表案件を評価した。

#### 1-2-2 特許ビジネス市に類似する知的財産取引手法の事例調査

既存の特許ビジネス市に類似する知的財産取引事業を調査し、各事業の特徴や成果等を整理した。類似の他事業を分析することにより、現在の特許ビジネス市の課題の解決方法や、知的財産取引手法ベストモデルの検討の基礎資料とした。

ここでの類似の他事業とは、技術のニーズとシーズのマッチングを行う事業の中で、特に次のような要素を持つものを対象とした。

- マッチングを行う場(会場での発表、ネット上での意見交換等)があるもの
- 単に技術だけでなく、特許やビジネスプラン(事業計画)も含むもの
- ライセンス契約成立数等、マッチング成果がわかるもの
- マッチングをする主催者(事業者)がシーズ提供者そのものでない(例:大学の研究成果を広く使ってもらうためにその大学 TLO がマッチングをする事業は、基本的に除外)

公的機関、民間企業の双方を対象とし、文献、インターネットホームページ等、公開

されている資料を調査した。

### 1-2-3 知的財産取引手法のベストモデルの検討

#### (1) 検討の目的・観点

将来的に民間による知的財産取引市場が活性化するために、どのような知的財産取引事業が実現可能かを検討した。

#### (2) 有識者による委員会の設置

専門的知見から評価・検討を受けるため、有識者による委員会「知的財産取引手法に関する検討委員会」を設置した。

##### a. 委員会委員

委員会委員およびオブザーバーは以下の通りである。

表 1 「知的財産取引手法に関する検討委員会」委員およびオブザーバー

	氏名	所属
委員	鮫島 正洋(委員長)	内田・鮫島法律事務所 弁護士・弁理士
	石井 誠	みずず監査法人 知的財産室室長 公認会計士
	須貝 英雄	株式会社ベンチャーラボ 技術・企業評価事業部
	塚越 雅信	インクタンク・ジャパン株式会社 代表取締役社長
	増山 博昭	株式会社アイ・ピー・ビー 代表取締役社長
オブザーバー	阿部 利英	独立行政法人工業所有権情報・研修館 流通部長
	竹内 邦夫	独立行政法人工業所有権情報・研修館 流通部長代理
	駒崎 利徳	独立行政法人工業所有権情報・研修館 流通部主査
	西平 優香	独立行政法人工業所有権情報・研修館 流通部
	齋藤 心一	独立行政法人工業所有権情報・研修館 流通部専門調査員
	渡辺 正	社団法人発明協会 特許流通促進事業センター 特許流通市場開発グループ 参事

## b. 委員会開催回数・議事内容

各回の開催日および議事概要は以下の通りである。

### ① 第1回委員会

日時	2007年1月17日(水) 14:00-16:00
議題	1. 委員・事務局自己紹介 2. 「特許ビジネス市」事業等説明 3. 「知的財産取引手法に関する調査研究事業」実施概要説明 4. 「特許ビジネス市」フォローアップ調査(アンケート)経過報告 5. 「特許ビジネス市」フォローアップ調査の分析指標 6. 知的財産取引手法事例調査(インタビュー候補等) 7. 知的財産取引手法のベストモデル検討のためのご議論

### ② 第2回委員会

日時	2007年2月21日(水) 10:00-12:00
議題	1. 「みやぎ特許ビジネス市」について 2. 特許ビジネス市発表者のフォローアップ調査 (1) アンケート結果 (2) インタビュー調査進捗報告 3. 特許ビジネス市発表者のフォローアップ調査の分析 4. 事例調査(インタビュー結果) 5. 知的財産取引ベストモデルの検討(論点整理)

### ③ 第3回委員会

日時	2007年3月16日 17:00~19:00
議題	1. 特許ビジネス市の事業概要 2. 特許ビジネス市の事業評価 3. 特許ビジネス市の課題 4. 知的財産取引手法のベストモデルの検討



## 2 知的財産取引事業の概要

### 2-1 特許ビジネス市の概要

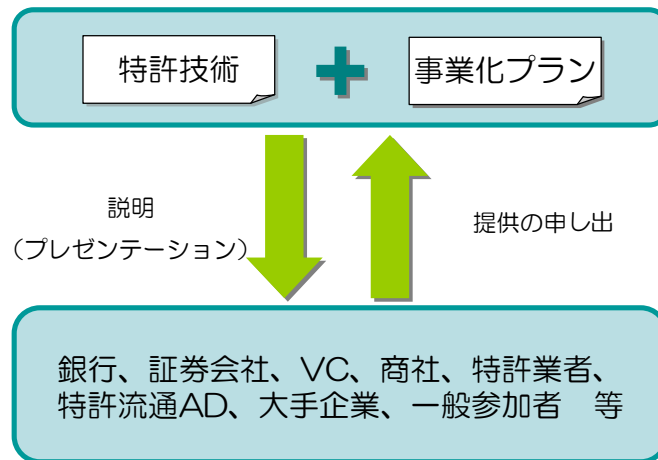
情報・研修館が実施している、特許ビジネス市事業の全体概要を知財取引活性化とイベントの観点から示し、事業の関係者の役割分担やその機能詳細を示す。

#### 2-1-1 特許ビジネス市概要

情報・研修館では、特許流通市場の創出を目的に、平成15年度より「特許ビジネス市」を開催している。

「特許ビジネス市」とは、特許技術等のシーズ保有者が、技術の内容・効果に加え、商品開発のポイントとなるビジネスプラン、ライセンス条件等を説明し、会場の参加者から、これらシーズ技術のライセンス、商品開発のための共同研究、商品の販売協力、事業資金の支援等、各種アライアンスの申し出を募る場である。

この「場」を創設することにより、知的財産の取引を活性化すると共に、知的財産取引事業そのものをアピールすることが目的となっている。



出所：独立行政法人工業所有権情報・研修館ホームページ

図 2 特許ビジネス市の概要

今後の特許流通市場活性化のための有力な手法の1つとして、「特許ビジネス市」への期待はますます高まっている。

発表会場には、金融・商社・ベンチャーキャピタル・民間知財業者等の各分野から招聘した委員、一般参加者が出席する。シーズ提供者からの各案件の説明の後、招聘者との意見交換が行われるほか、招聘者および一般参加者から「案件に関心があるか」「何らかの形で支援・協力できるか」「市場規模予測はどのぐらいか」等について意思表示(投票)を受けている(平成16年度からITアナライザーを使用開始)。

2年目の平成16年度からは、特定の技術分野に絞って案件を選定・発表する回も設けている。

## 2-1-2 地域版特許ビジネス市

特許ビジネス市は、地域への広がりも見せている。平成18年度から、同様の手法を取り入れたイベントを独自に企画・開催する地域が出てきている。情報・研修館は、各地域で独自に開催される「地域版特許ビジネス市」を積極的に支援している。

平成18年度に開催された地域版特許ビジネス市の概要は、表2のとおり。

表2 地域版特許ビジネス市の概要

名称	特許市場	特許ビジネス市 in 燕・三条	みやぎ特許ビジネス市	特許ビジネスフェア in わかやま
開催日	平成18年9月1日	平成18年10月24日	平成19年2月15日	平成19年2月23日
主催	大阪産業創造館	(財)新潟県県央地域地場産業振興センター	宮城県	和歌山県
共催		(独)工業所有権情報・研修館 新潟県	(独)工業所有権情報・研修館 (財)みやぎ産業振興機構	(財)わかやま産業振興財団 (社)発明協会和歌山県支部
後援		(財)にいがた産業創造機構		
協力	(独)工業所有権情報・研修館			(独)工業所有権情報・研修館
テーマ	エコロジー・環境		エネルギー・環境・生活関連技術	酵素を利用した食品等加工; 新たな排水・廃液処理方法; 新たな殺菌・防腐方法
発表数		10件	5件	7件
				9件

### 2-1-3 特許ビジネス市事業フロー(主体別、フェーズ別)

特許ビジネス市事業フローを図3に示す。主な流れは次の通りである。

(※シーズの募集要領及びシーズの選考の詳細については資料編に掲載する。)

特許ビジネス市は、情報・研修館の主催で実施されている。社団法人発明協会は、情報・研修館からの委託を受け、特許ビジネス市事務局(以下、「事務局」という。)を設置して、事務及び運営を行っている。

まず、年度始めに開催内容(開催時期・回数・場所、シーズの募集・選考方法、その他運営方法等)が決定されると、情報・研修館のホームページ等で発表シーズの募集が開始される(募集期間は約1ヶ月)。

事務局における書類選考(応募資格・要件を満たしているかの確認)を経た応募シーズは、金融・商社・ベンチャーキャピタル等の有識者から成る「特許ビジネス市」シーズ選考委員会にかけられる。連携の可能性評価及び技術的な興味度の評価の選考基準で評価・選考され、上位発表予定数が発表シーズとして選定される。

選定されたシーズの保有者(応募者)は、事務局より発表日時・場所の連絡を受け、シーズの特許技術概要及びビジネスプランについてのプレゼンテーション資料を作成し、発表の準備を進める。資料作成にあたっては、事務局の支援を受けることができる。

一方、発表シーズ決定後、開催日時・場所及び発表シーズ名・発表者名がホームページやリーフレット等で広く一般に告知され、一般参加者の募集が開始される(募集期間は、各開催回の開催前約1~2ヶ月)。

特許ビジネス市当日は、各発表者がシーズの特許技術概要及びビジネスプランについて、約15分間プレゼンテーションを行う。各発表の後には、会場参加者(招聘者(主にシーズ選考委員)及び一般参加者)と約10分の質疑応答が行われ、その後、会場参加者による発表シーズへの評価(数項目についての投票)が行われる。(投票結果は瞬時に会場スクリーンで発表される。)

また、会場には各発表シーズのパネルが展示され、参加者は発表者に直接質問等することが可能である。また、別室にて個別相談を申し込むこともできる。

発表者は特許ビジネス市当日及びその後に、発表シーズへの支援・連携等を希望する者と連絡を取り合い、契約締結に向けて交渉を進める。

また、当日参加者以外からの支援・連携等も促進するため、特許ビジネス市での発表後、発表資料は情報・研修館のホームページに掲載される。

なお、発表シーズのライセンス等成立状況を把握するため、情報・研修館では事務局を通じて、適宜フォローアップ調査を実施する。

特許ビジネス市 事業概要

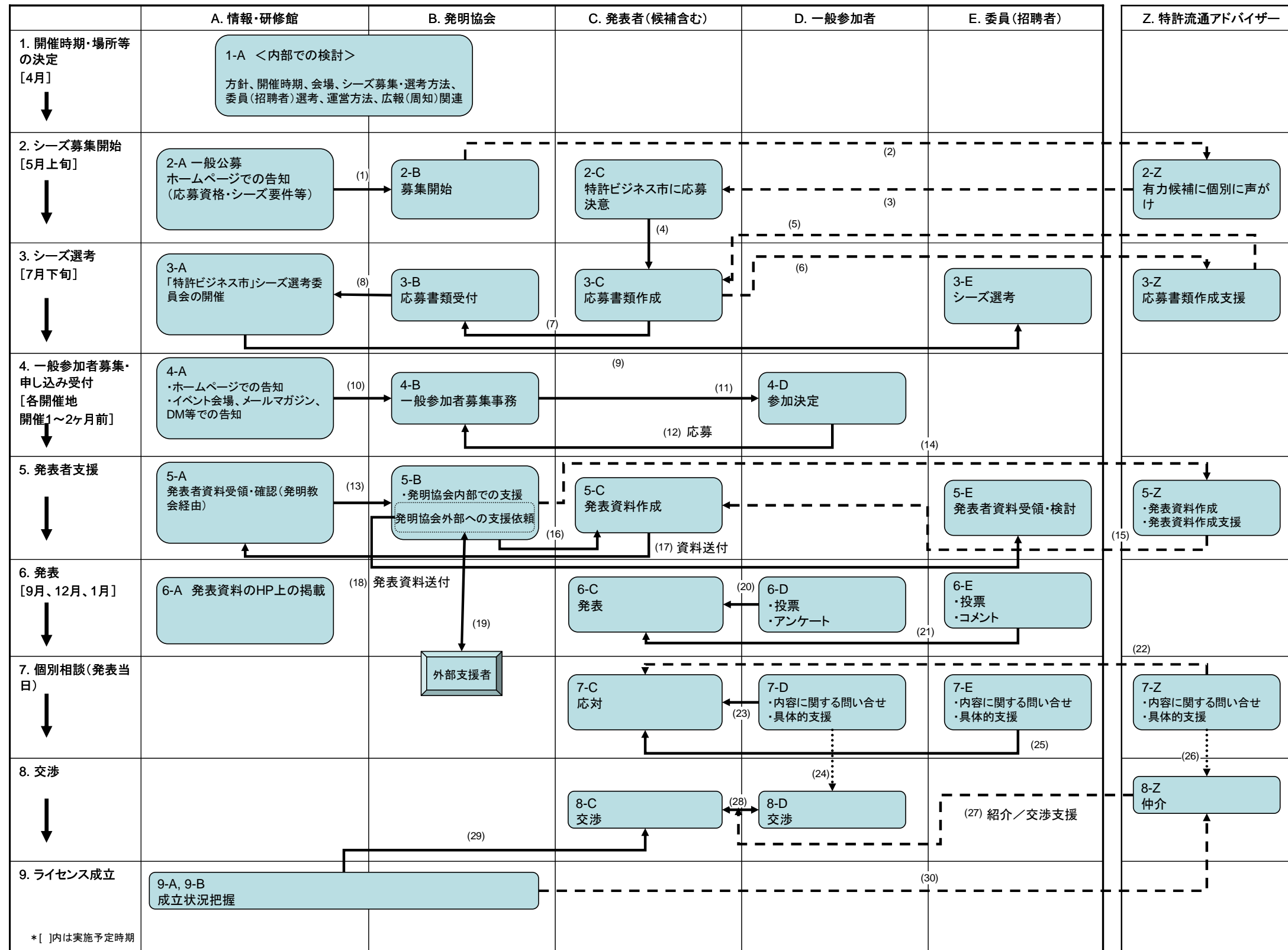


図 3 特許ビジネス市事業概要

特許流通アドバイザーとは、特許流通個別案件の成立のために特許導入を希望する企業へのアドバイス、研究機関・大学の特許の産業界への移転等を支援する特許流通の専門家であり、独立行政法人工業所有権情報・研修館が全国の自治体やTLO等に派遣している。



## 2-2 その他の知的財産取引事業

---

特許ビジネス市事業以外の知的財産取引の事業事例を文献調査、インタビュー調査を実施し、整理した。

### 2-2-1 インタビュー調査

#### (1) 事例調査方法および概要

調査の対象は、技術のニーズとシーズのマッチングを行う事業の中で、特に次のような要素を持つものとし、公的機関、民間企業の双方を対象とし、文献、インターネットホームページ等、公開されている資料を調査した。

- マッチングを行う場(会場での発表、ネット上での意見交換等)があるもの
- 単に技術だけでなく、特許やビジネスプラン(事業計画)も含むもの
- ライセンス契約成立数等、マッチング成果がわかるもの
- マッチングをする主催者(事業者)がシーズ提供者そのものでない(例:大学の研究成果を広く使ってもらうためにその大学 TLO がマッチングをする事業は、基本的に除外)

調査の結果抽出された知的財産取引の事例をおおまかに分類すると、(1)民間企業による仲介・支援等、(2)自治体、財団、NPO 等による仲介・支援事業等、(3)展示会、(4)データベース、となった。

民間企業による仲介・支援は、シーズ、ニーズともに、大企業、中小企業、大学等を問わず、幅広い範囲を対象としているものが多い。また、事業内容も、マッチング事業にとどまらず、知的財産運用コンサルティングサービス等と組み合わせて行っている例もある。

自治体、財団、NPO 等による仲介・支援事業等は、対象を地域内企業とし、地域振興策の一貫として実施されている例が見られた。特許ビジネス市と同様、年に数回プレゼンテーションの機会を設け、支援者を募る形式が主である。

展示会には、特許庁他が主催する知財ビジネスマッチングフェアがある。企業・大学・公的研究機関等が自ら保有する特許等をブースに展示する大規模なイベントで、国内の複数の地域で開催される。

データベースは、シーズ側が登録したデータをニーズ側自由に閲覧し、希望する技術を探すことのできるサービスであり、現在ではインターネット経由で情報の閲覧が出来るものがほとんどである。

特許ビジネス市事業以外の知的財産取引の事業事例調査の対象を表 3 に示す。

表 3 事例調査対象

	主催者(事業者)	名称
民間企業 による仲 介・支援等	株式会社 Business Creation & Collaboration Network	ニーズ情報・新規事業情報
	(株)ベンチャーラボ	ビジネスマッチング
	みずほ総合研究所	i・Trans<アイ・トランス>
	yet2com	yet2.com Marketplace
	TOYRO新事業創出推進協議会(池田銀行と自然総研による共同 設立)	ビジネスマッチング事業
	ジャパンテクノロジーグループ(JTG)	日本の技術を探す米国企業向けブロー カー・サービス
	ジャパンテクノロジーグループ(JTG)	米国の技術を探す日本企業向けブロー カー・サービス
自治体、 財団、 NPO等 による仲介・ 支援事業 等	Ocean Tomo, LLC	ライブ知財オークション(Live Intellectual Property Auction)
	東京都	産学公連携成長企業発掘支援事業
	大阪産業創造館	知的財産活用プロジェクト アイデア事業家マーケット
	財団法人 神奈川科学技術アカデミー	技術移転仲介事業
	(財)奈良県中小企業支援センター	なら・テクノリエゾン
	財団法人 福岡県産業・科学技術振興財団	マッチングコーディネート事業
	かずさバイオペンチャーネットワーク(事務局:(財)千葉県産業振興 センター)	ちばバイオビジネスマッチング交流会
	(財)川崎市産業振興財団	かわさき起業家オーディションビジネス・ア イデアシーズ市場
	財団法人 科学技術交流財団	コーディネート事業
	財団法人 北海道中小企業総合支援センター	ベンチャーシーズマッチング事業
	大阪商工会議所	創業特許マーケット
	特定非営利活動法人日本パテントリサーチアソチエイツ(JPRA)	特許事業化 NEW PROJECT
	特定非営利活動法人日本パテントリサーチアソチエイツ(JPRA)	公開特許入札会
	展示会	特許庁、近畿経済産業局、近畿知財戦略本部
データベ ース	科学技術振興機構	J-STORE
	(財)ベンチャーエンタープライズセンター	デジタルニューディール 産業技術データベース



(2) 個別結果詳細

a. 民間企業による仲介・支援等

① ニーズ情報・新規事業情報

主催者(事業者)	株式会社 Business Creation & Collaboration Network
沿革(歴史等)	1999年設立
技術シーズ提供者	中小・ベンチャー企業、商工会議所、企業の知的財産部、TLO 担当者、貿易関係者、商社関係者、海外企業団体の日本窓口など
技術ニーズ需要者	技術士(機械、船舶、航空・宇宙、電気・電子、化学、繊維、金属、経営工学、応用理学、情報処理、衛生工学、水道、建設、生物工学、環境、林業、水産、農業)、学会関連(電子情報通信、応用物理、機械、電気、電気化学、化学、計測制御、化学工学、人口知能学会、表面処理、液晶、磁気)大学関係者、弁理士、弁護士、中小企業診断士、経営コンサルタント、流通・販売・マーケティングなどの専門家、公設試験機関など
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	研究開発、発明、企業、人材、科学技術等に関連する、あらゆる情報の結節点の役割を果たし、情報の最適マッチングを高度な機密性を保持して実施する
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	電気・電子／情報・通信／機械・加工／輸送／土木・建築／繊維・紙／化学・薬品／金属材料／有機材料／無機材料／食品・バイオ
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	メールのBCC (blind carbon copy) 機能を利用して多数の有識者・専門家、国内外の企業関係者、大学・公的機関などの方に情報提供し、情報の中継点機能を提供することにより、インターネットを利用したビジネス、あるいは高度な情報交換の場を提供。
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	9,000名を超えるメール配信先をベースとしている。
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・落札金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.bccnetwork.com/gyomu.html">http://www.bccnetwork.com/gyomu.html</a>

## ② ビジネスマッチング

主催者(事業者)	(株)ベンチャーラボ
沿革(歴史等)	1999年3月会社設立
技術シーズ提供者	中小企業等(大阪市・大阪産業創造館、大東市、高槻市、福井県、長岡市、茨城県等)
技術ニーズ需要者	
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	大阪市、高槻市、大東市、福井県、京都市の各事業累計で、約 3,201 社(18 年度 3 月末現在)の中小企業を訪問し、うち 1,224 社の要望案件に応じて、対大手企業、対中小企業、対大学等へのマッチング(仲人)活動を実施し、具体的に販路紹介や技術支援などといった成果を 1,287 件(1 企業に対する重複成果含む)挙げている。
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.venturelabo.co.jp/activities_intro.html#matching">http://www.venturelabo.co.jp/activities_intro.html#matching</a>

③ i・Trans<アイ・トランス>

主催者(事業者)	みずほ総合研究所
沿革(歴史等)	1999年8月にサービス開始
技術シーズ提供者	みずほフィナンシャルグループと取引している企業・大学/TLO
技術ニーズ需要者	企業等(会員数は三百社ほど)
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	知的財産の創造・保護・利用をトータルサポートし、ビジネスアライアンスを形成する知財・技術パートナーを、みずほフィナンシャルグループと取引している企業・大学/TLOの中から探し出し紹介する、有料法人会員制度
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	会員
提供手段(セミナー形式、ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内の公開特許情報検索サービスの利用</li> <li>・i・Trans事務局が窓口となって、会員の大学・TLOを紹介</li> <li>・適宜フォーラム形式で会員企業の技術発表の場を設けている</li> </ul>
提供する内容	
料金	入会金 31,500円 年会費 126,000円 会員企業をご紹介するだけの場合は、年会費以外の費用は無料。紹介以降、交渉支援等みずほ社の支援が必要な場合は有料とすることもある。
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	みずほのネットワークから、「共同開発先を探している」などの技術ニーズ・シーズにマッチするパートナー企業・大学/TLOを紹介
料金	入会金 31,500円 年会費 126,000円
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	知的財産に関する、基本的な質問から高度な相談まで、弁理士等専門家との連携により、トータルサポート
実績(成約件数・(落札)金額等)	サービス開始以来、数百件のマッチングが成立
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.i-trans.jp/scheme.html">http://www.i-trans.jp/scheme.html</a> <a href="http://www.business-i.jp/news/for-page/chizai/200512050001o.nwc">http://www.business-i.jp/news/for-page/chizai/200512050001o.nwc</a>

④ yet2.com Marketplace

主催者(事業者)	yet2com
沿革(歴史等)	1999年発足
技術シーズ提供者	大企業、中小企業等
技術ニーズ需要者	大企業、中小企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	データベースは拡大を続けており、世界の研究開発の1/4を占めている
概要	実施許諾可能な技術、ノウハウ、技術ニーズのオンラインマーケットプレイスにより、技術ニーズと能力のつながりを作る。さらに、知的財産ポートフォリオ評価に関するコンサルティングサービスを行い、実施許諾に最適な技術の選択を支援。また、取引過程における支援なども行う。取り扱う技術等は世界の研究開発のうち大きな割合をしめている。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	組織内で使用していない特許等で実施許諾可能なものを匿名でネットに掲示
提供手段(セミナー形式、ネット)	ネット
提供する内容	知的財産ポートフォリオ評価に関するコンサルティングサービスを行い、実施許諾に最適な技術の選択を支援。また、取引過程における支援なども行う。
料金	検索は無料。取引成立ごとに最低10,000ドル手数料
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	技術を所有する個人・団体ならば誰でも可
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	yet2.comの仲介で技術掲載者との連絡が可能 ・技術掲載者に匿名で質問 ・掲載者への紹介(直接交渉)依頼(先方の承諾までは匿名扱)
料金	・検索は無料(詳細の閲覧には登録が必要だが、無料) ・参加費用は組織の規模や受けるサービスなどにより異なる
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	各種サービス ・Technology Licensing(応用対象分野の特定、文書案作成、交渉支援等) ・Technology acquisition(技術の防衛的・戦略的獲得の支援) ・知的財産ポートフォリオ分析
実績(成約件数・(落札)金額等)	2005年4月時点取引累計数 1,000件以上 2005年第1四半期で 取引7件成立(各取引額は3万ドル~3千万ドル)
特色(工夫している点)	・難解な特許請求項自体の説明文と違い、技術市場化を目的とし、簡潔な文章で技術を説明。現在は市場にはない技術応用を推測しているものもある。 ・技術には関連特許も含む ・掲載されている技術は全て実施許諾が可能なもの ・制約条件: yet2.com への掲載は最短1年間で、掲載中は他のインターネットサイトへの当該技術掲載はしない。(他の仲介業者を介しての販売、自社による販売は可。)
URL	<a href="http://www.yet2.com/app/about/home">http://www.yet2.com/app/about/home</a>

⑤ ビジネスマッチング事業

主催者(事業者)	TOYRO 新事業創出推進協議会 (池田銀行と自然総研による共同設立)
沿革(歴史等)	2000年4月設立
技術シーズ提供者	中小企業
技術ニーズ需要者	企業・研究機関・専門家等
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	企業のニーズとシーズの引き合わせ(マッチング) 企業のニーズに応じた専門家の紹介 企業のニーズとシーズを集積した「サイバー・マッチング」の運用 大規模異種業種交流会「TOYRO ビジネスマッチングフェア」の開催など
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	ビジネスマッチングのデータを登録した企業に限定(協議会または池田銀行に問い合わせ)
提供手段(セミナー形式、ネット)	・ビジネスマッチングフェアの開催(企業の出展、プレゼンテーション) ・サイバーマッチングによるデータ検索
提供する内容	
料金	登録は無料
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	データ閲覧は、登録企業に限定
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.toyro.biz/toyro_01.html">http://www.toyro.biz/toyro_01.html</a> <a href="http://www.ikedabank.co.jp/news06/news0911.html">http://www.ikedabank.co.jp/news06/news0911.html</a>

⑥ 日本の技術を探す米国企業向けブローカー・サービス

主催者(事業者)	ジャパンテクノロジーグループ (JTG)
沿革(歴史等)	2003 年秋会社発足
技術シーズ提供者	日本の大学、大学ベンチャー、公的・民間研究機関等
技術ニーズ需要者	米国企業 (大手製薬等)
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	日本の大学等の革新的な技術シーズを探す米国企業 (大手製薬等) のニーズを把握し、かつそれらを代理して、日本でのネットワークを生かして 主に日本の大学やベンチャー企業の有望な技術をサーチ・取得する。また、海外からのニーズと、日本国内のシーズとを効率的にマッチングするためのインターネットベースのサービス を大学向けに提供している。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国際技術連携・技術移転ニーズ集 (年3回発行)</li> <li>・データベース・マッチングシステム</li> </ul>
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	<p>■JTG 国際技術連携・技術移転ニーズ集 (年3回発行) J T G が海外で集めた海外企業の技術ニーズを集めたもの。約 7 0 0 のニーズが含まれている。</p> <p>■大学向けニーズデータベース・マッチングシステム 大学向けに提供されるサービス。大学の研究者と企業ニーズとのマッチングを行うとともに、研究者がネットワークを通して企業ニーズを検索し技術開示ができるシステム。各大学向けにカスタマイズして提供される。</p>
技術シーズへのアプローチ手段	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本の大学向けのニーズを提示すると、JTG が日本の大学向けに無料で配布。</li> </ul>
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.japantechnologygroup.com/jpService.htm">http://www.japantechnologygroup.com/jpService.htm</a>

⑦ 米国の技術を探す日本企業向けブローカー・サービス

主催者(事業者)	ジャパンテクノロジーグループ (JTG)
沿革(歴史等)	2003 年秋会社発足
技術シーズ提供者	日本での特許ポートフォリオ管理に関して支援の必要な企業、大学、大学ベンチャー、公的・民間研究機関等 (日本以外に拠点を持つ企業、大学、大学ベンチャー、公的・民間研究機関等)
技術ニーズ需要者	日本企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	米技術の導入による日本企業の新製品開発を加速・効率化すべく、日本企業(大手製薬等)のニーズを把握し、かつそれらを代理して、主に米国の大学やベンチャー企業の優れた技術シーズをサーチ・取得する。上記同様に、ニーズとシーズとを効率的にマッチングするためのインターネットベースのサービスも提供している。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	・各種レクチャー、ワークショップ、ネットワーキングイベントなど ・展示会への出展など
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.japantechnologygroup.com/jpService.htm">http://www.japantechnologygroup.com/jpService.htm</a>

⑧ ライブ知財オークション (Live Intellectual Property Auction)

主催者(事業者)	Ocean Tomo, LLC
沿革(歴史等)	2006年4月開始
技術シーズ提供者	企業、個人発明家、弁護士事務所など
技術ニーズ需要者	
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	落札可能性が高い技術分野として「デジタル・ホーム・メディア、金融サービス、Eコマース、通信、インターネット/ウェブサービス、オーディオ・エンコーディング/信号処理、コンバージェンス技術」を挙げているが、ブランドやエンタテインメント、音楽著作権なども受け付けている。
技術シーズの集め方 提供手段(セミナー形式、ネット)	ネット等で募集 オークション
提供する内容	各出品者は、Ocean Tomo と販売委託契約を締結する。販売委託契約には、各出品者が将来の特許権行使において理由の如何にかかわらず、入札者のオークションへの参加を何らかの証拠として使用しないこと、という条件が付されている。
料金	<p>■特許出品</p> <p>特許1件(最低指定入札価格なし) 1,000ドル          特許1件(最低指定入札価格付き) 3,000ドル          特許ポートフォリオ(最低指定入札価格なし) 3,000ドル          特許ポートフォリオ(最低指定入札価格付き) 6,000ドル</p> <p>■トレードマークおよび著作権出品</p> <p>1件(最低指定入札価格なし) 1,000ドル          1件(最低指定入札価格付き) 2,000ドル</p> <p>■知財展示会</p> <p>1ブースあたり 3,500ドル          (ただし個人発明家の場合: 1,000ドル)</p>
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	一般
集め方(公募、会員等)	Ocean Tomo 社に申し込み
技術シーズへのアプローチ手段	オークション会場にての直接入札の他、代理入札、不在者入札、電話入札、オンライン入札
料金	<p>入場料他</p> <p>オークション、知財展示会、ディナー、レセプション共通パス          (1名) 500ドル</p> <p>オークションカタログ 500ドル</p> <p>入札者パッケージ(カタログ、および2名分のオークション、知財展示会、ディナー、レセプション共通パス) 1,500ドル</p>
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前に特許詳細を示したカタログ送付</li> <li>・知財展示会</li> <li>・個別デューデリジェンスミーティング(希望者に対し設定。出品者と直接御対話できる。)</li> </ul>
実績(成約件数・(落札)金額等)	<p>2006年10月</p> <p>売却対象数(出品数): 96種類</p> <p>落札総額: 22百万ドル</p> <p>出品した出品者の51.8%が売却された</p>



特色(工夫している点)	提出された特許はすべて Ocean Tomo Patent Ratings という評価プラットフォームを用いてレーティング。検証された統計学的アプローチを用いて特許の価値を客観的に評価している。IPQ レーティングにより一定のスコアを満たした特許を出品特許として検討している。
URL	<a href="http://www.oceantomo.com/j_web/index_jp.html">http://www.oceantomo.com/j_web/index_jp.html</a>

b. 自治体、財団、NPO 等による仲介・支援事業等

① 産学公連携成長企業発掘支援事業

主催者(事業者)	東京都
沿革(歴史等)	2003 年度開始
技術シーズ提供者	大学等(大学院、大学、高等専門学校、公設試験研究機関など)
技術ニーズ需要者	大学等の技術シーズの活用を考えている東京都内中小企業
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	大学等の研究成果である技術シーズを公募し、それを必要とする企業との間で合意にいたった共同開発について、企業に対し開発経費の助成など総合的な支援を行う。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	大学等が持っている技術シーズを公募
提供手段(セミナー形式、ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>大学等の技術シーズの活用を考えている都内中小企業を対象に、事業説明会(及びコーディネータ相談会)を開催</li> <li>事業説明会(相談会)での相談以前、以後においても、東京都産学公連携窓口(都立産業技術研究所に常設)に設置した東京都産学公連携コーディネータが、相談に応じるとともに、企業に相応しい大学シーズを探し、それを基に大学等との共同開発研究に取り組むため手伝いをする</li> </ul>
提供する内容	共同開発研究費等の助成(1テーマ 1,500 万円以内、助成率1/2以内)その他の支援策
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	公募
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	<ul style="list-style-type: none"> <li>産学公連携コーディネータが、大学等と中小企業の共同開発研究の連携を手伝う</li> <li>共同開発研究から商品化、事業化までの間(2~3年)、関係機関と連絡を取りながら、東京都産業技術研究所等による技術支援や、経営面、市場開拓面での東京都の支援策を中小企業が積極的に活用できるようサポート</li> </ul>
実績(成約件数・(落札)金額等)	15年度 3件(応募 46件) 16年度 3件(応募 7件) 17年度 3件予定
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/whats-new/sangaku/">http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/whats-new/sangaku/</a>

## ② 知的財産活用プロジェクト アイデア事業家マーケット

主催者(事業者)	大阪産業創造館
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	アイデア(知的財産)の商品化・事業化を望んでいる企業・個人事業者
技術ニーズ需要者	新たな商品開発・新規事業立ち上げ為に、積極的に社外のアイデアを活用したいと考える企業
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	アイデアの商品化・事業化を望んでいる企業・個人事業者『アイデア提供者』と、新たな商品開発・新規事業立ち上げの為に、積極的に社外のアイデア(知的財産)を活用したいと考える企業『アイデア導入企業』との出会いの場。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	アイデア導入を希望する企業が、その内容・条件等を掲示し、それに適したアイデアを持つ企業等が応募する
提供手段(セミナー形式、ネット)	事務局による事前審査(書類選考)を行い、通過者のみ導入企業に対するプレゼンテーションを行う(1件につき15分間) 発表後、導入企業の反応、アドバイスを受けて具体的な商談へ
提供する内容	アイデア導入企業の求めるアイデアに適しているものを提供
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	公募
技術シーズへのアプローチ手段	事前審査により、事業化の可能性が高いと認められたアイデアについて、「アイデア導入企業」の前でプレゼンテーションをして頂き、その後の商談に繋げる。「アイデア導入企業」は、それぞれの基準で事業化へ向けての商談を行う。具体的な商談やライセンス契約などの内容については、「提供者」と「導入者」の責任において行う。
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	(これまで実際に、水回り清掃用品、園芸栽培用品、照明機器などに関するアイデアが導入企業に認められ、契約が成立。製品化が進んでいる)
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.sansokan.jp/chizai/market/">http://www.sansokan.jp/chizai/market/</a> <a href="http://www.sansokan.jp/events/eve_detail_san?H_A_NO=06625">http://www.sansokan.jp/events/eve_detail_san?H_A_NO=06625</a>

### ③ 技術移転仲介事業

主催者(事業者)	財団法人神奈川科学技術アカデミー
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	企業、大学、TLO
技術ニーズ需要者	技術課題解決や新製品開発のために技術導入を希望する企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	ニーズとシーズのマッチングを行ない、特許ライセンス契約の仲介をはじめ様々なかたちで総合的な技術移転サービスを提供。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング支援</li> <li>・PR・営業の代行</li> <li>・商談代行・契約交渉の仲介</li> </ul>
提供する内容	ニーズとシーズのマッチングを行ない、特許ライセンス契約の仲介
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	<ul style="list-style-type: none"> <li>・蓄積された技術移転ノウハウと市場・技術分析に基づき、技術導入の考えられる企業(ニーズ)を探す</li> <li>・全国の都市で開催される「技術説明会」をはじめとした各種商談会により営業チャンネルを増やすことができる</li> </ul>
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	技術移転に向けたニーズ側・シーズ側との商談立会いやライセンス契約等の交渉を仲介し、公正な契約を手伝う。特許が不案内な利用者には弁理士による特許相談会等を開催。
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.newkast.or.jp/innovation/iv_iten_01.html">http://www.newkast.or.jp/innovation/iv_iten_01.html</a>

④ なら・テクノリエゾン

主催者(事業者)	(財) 奈良県中小企業支援センター
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	大学、公設試験機関等
技術ニーズ需要者	奈良県内中小企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	奈良県中小企業支援センターと公設試験研究機関が一体となって、企業が抱える技術ニーズを収集し、産学官連携の仕組みを活用した新産業の創出を図る「ならテクノ・リエゾン(奈良県版技術移転機関)」を構築、運営し、産業の活性化を図る。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コーディネーターを配置し、中小企業の新技術や新製品開発のニーズを発掘して、大学や公設試験機関等が保有する技術とのマッチングを図る</li> <li>・共同研究プロジェクトの企画から、事業化支援など技術移転による産業創出の支援</li> </ul>
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.nashien.or.jp/nara-techno/index.html">http://www.nashien.or.jp/nara-techno/index.html</a>

⑤ マッチングコーディネーター事業

主催者(事業者)	財団法人 福岡県産業・科学技術振興財団
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	大学等
技術ニーズ需要者	福岡県内の企業
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	福岡県内の企業が抱える技術ニーズと大学等が所有する研究シーズを調査。調査したニーズ・シーズのマッチングや実用化可能性試験などを通じた産学官連携コーディネーター活動を実施し、県内産業の競争力強化や新産業創出を目指した共同研究開発プロジェクトへの展開、実用化へのコーディネーターを行う。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	「コーディネーター相談書」で申し込み
提供手段(セミナー形式、ネット)	企業等の技術ニーズを調査・分析して、そのニーズを実現する大学等の研究シーズを調査する。そして、これらを結びつける手伝いをする。
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	財団のマッチングコーディネーターが積極的に県内各企業を回り、そのニーズ・シーズをマッチング
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	マッチングしたニーズ・シーズについて、実用化可能性試験を行う。また、その計画、進捗・管理及び評価を行う。研究開発プロジェクトの企画・推進、技術移転・実用化及びベンチャー創出、知的財産権確保に係る指導、産学官交流環境の整備等の産学官連携業務を行う。
実績(成約件数・(落札)金額等)	15年度 6件 16年度 5件 17年度 4-5件予定
特色(工夫している点)	企業等からのアクションを待つ受動型事業ではなく、財団のマッチングコーディネーターが積極的に県内各企業を回り、そのニーズ・シーズをマッチングさせる、全国的に先端的な能動型事業
URL	<a href="http://www.ist.or.jp/ren/mc.htm">http://www.ist.or.jp/ren/mc.htm</a>

⑥ ちばバイオビジネスマッチング交流会

主催者(事業者)	かずさバイオベンチャーネットワーク(事務局:(財)千葉県産業振興センター)
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	企業等
技術ニーズ需要者	個人投資家や機関投資家、支援機関、他の企業(バイオ関連の企業や個人・機関投資家など)
登録(ないし発表)されている技術件数	2006年は、バイオ関連の企業や個人・機関投資家、監査法人の方々など93名が参加。5社がプレゼンテーションを行った。
概要	会員企業の資金調達、事業提携、販路開拓などを促進するため、会員企業が個人投資家や機関投資家、支援機関、他の企業などに対し自社のPRを行う
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	バイオ
技術シーズの集め方	会員企業
提供手段(セミナー形式、ネット)	企業プレゼンテーションを行う「交流会」を開催
提供する内容	
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	無料
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	日本エンジェルズ・フォーラム、新日本監査法人の協力を得て、事前に発表企業に対する入念な指導・助言を行ったほか、発表後のフォローアップも行っていくこととしている。
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.kazusabio.net/report/report14.html">http://www.kazusabio.net/report/report14.html</a> <a href="http://www.kazusabio.net/event/match06/matching01b.html">http://www.kazusabio.net/event/match06/matching01b.html</a>

⑦ かわさき起業家オーディションビジネス・アイデアシーズ市場

主催者(事業者)	(財) 川崎市産業振興財団
沿革(歴史等)	2001年11月開始
技術シーズ提供者	個人、法人(国籍不問)
技術ニーズ需要者	ベンチャーキャピタリスト、ビジネスパートナー
登録(ないし発表)されている技術件数	応募者は学生を含めて1,100名 受賞者350名
概要	新規創業や新分野への進出を図る企業、学生のビジネス・アイデアを募集し、優れたアイデアには発表の場として、オーディションを年7回開催する。入賞者へは川崎市制度融資の利用やその他のサポートなどの特典を付与することによって、アイデアの実現を支援する。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	公募
提供手段(セミナー形式、ネット)	専門家による審査会で審査(①1次審査【書面審査】、②2次審査【面接審査】、③最終選考会【プレゼンテーション】の3段階の審査)
提供する内容	
料金	応募費用:2,000円(学生は無料)
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	ベンチャーキャピタリスト、エンゼル、金融機関、起業家、事業パートナーなどとの出会いの場である「ビジネス交流会」を開催
料金	ビジネス交流会参加費:1名あたり1,000円
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	受賞した賞により、様々な支援が提供される(例) ・川崎市制度融資の利用 ・川崎経済活性化融資制度(かわさき起業家オーディション対応融資制度)の利用 ・KSP投資ファンドの投資対象案件に ・インキュベーション施設(KBIC・SOHO「創房」)の入居審査時に配慮 ・ビジネスマッチング ・専門家による支援
実績(成約件数・落札金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.kawasaki-net.ne.jp/">http://www.kawasaki-net.ne.jp/</a>



⑧ コーディネート事業

主催者(事業者)	財団法人 科学技術交流財団
沿革(歴史等)	2004 年度開始
技術シーズ提供者	大学や公的研究機関など
技術ニーズ需要者	企業
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	大学や公設研究機関等の研究シーズと企業が求めるニーズとを、効率的かつ効果的にマッチングさせ、上流から下流への技術の一連の流れを作る
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	公募
提供手段(セミナー形式、ネット)	応募された研究課題について、理事長の選任する審査委員による事前審査(書類審査)を行い、さらに審査委員会において評価する。理事長は、その評価に基づき採択する。
提供する内容	研究機関(大学や研究所)等が保有する技術シーズ(特許等)の実用化のため、企業に委託し、シーズ提供者や科学技術コーディネータが協力して行う試験研究。実施企業は、明確なビジネスプランを有していることが条件。
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	大学等の研究シーズや企業が必要とするニーズを収集調査し、その連携に向けた支援をおこなう
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	国などが実施しているプロジェクト事業(競争的資金)採択に向けた企画立案等の支援をおこなう
実績(成約件数・(落札)金額等)	16年度 6件(応募7件) 17年度 未定
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.astf.or.jp/coordinate/index.htm">http://www.astf.or.jp/coordinate/index.htm</a> <a href="http://sgk.jst.go.jp/scripts/search/details.htm?SNUM=653466366333733306364343334366137316364303235623834363130313430&amp;TARGET_ID=523013&amp;CATEGORY=CHIHOU">http://sgk.jst.go.jp/scripts/search/details.htm?SNUM=653466366333733306364343334366137316364303235623834363130313430&amp;TARGET_ID=523013&amp;CATEGORY=CHIHOU</a>

⑨ ベンチャーシーズマッチング事業

主催者(事業者)	財団法人 北海道中小企業総合支援センター
沿革(歴史等)	2002 年度開始
技術シーズ提供者	道内中小企業者等
技術ニーズ需要者	(具体的に道内への拠点設置計画や道内中小企業者等との事業提携、資金調達等の計画を有する) 道外の中小企業者等 (一般企業 (メーカー・商社等)、金融機関 (銀行・証券・ベンチャーキャピタル等)、行政 (北海道・北海道経済産業局等)、その他公設研究機関、大学、学生、監査法人、会計事務所等から、毎回 100 名程度が来場)
登録(ないし発表)されている技術件数	発表：毎回 4～6 社程度を予定 過去の開催 《札幌開催》開催数：計 16 回 (平成 14 年 4 月～平成 18 年 3 月) 発表企業数：計 77 社 《地域開催》開催数：計 11 回 (平成 17 年 4 月～平成 18 年 3 月) 発表企業数：計 40 社
概要	道内中小企業の資金調達・販路拡大・事業提携などに関するビジネスプランを発表する場を定期的に提供し、ビジネスパートナーとのマッチングを目指すベンチャーシーズマッチング事業を開催
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	(1) 食分野 (2) 観光分野 (3) IT分野 (4) バイオ分野 (5) 住宅分野 (6) 環境・リサイクル分野 (7) 生活関連分野 (8) その他北海道の産業経済の活性化に寄与すると認められる分野
技術シーズの集め方	公募
提供手段(セミナー形式、ネット)	ビジネスプランを発表する場を定期的 (年 4 回程度) に提供。毎回 4～6 社が発表。まず、プレゼンテーションを 20 分間で行った後、質疑応答の時間を 5 分間設ける。会場では、パソコン・OHP・ビデオ等をプレゼンテーションで使用できる。また、事業・製品等を PR するための展示コーナーも設置。
提供する内容	ある程度事業化がすすんでいるもの
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	イベント終了後に交流会を開催。 展示スペースを設置。
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	発表企業の事業計画の具体化及びプレゼンテーション技術の向上を目的として専門家がアドバイスする機会を提供
実績(成約件数・(落札)金額等)	15 年度 21 件 (応募 21 件) 16 年度 24 件 (応募 24 件) 17 年度 未定 商談成立：述べ 71 社 【内訳】 資金調達 22 社；販路拡大 17 社；事業提携 6 社；その他 26 社
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.hsc.or.jp/gaiyo/sogoshien/ventureseeds.htm">http://www.hsc.or.jp/gaiyo/sogoshien/ventureseeds.htm</a> <a href="http://sgk.jst.go.jp/scripts/search/details.htm?SNUM=6534663663333733306364343334366137316364303235623834363130313430&amp;TARGET_ID=501020&amp;CATEGORY=CHIHOU">http://sgk.jst.go.jp/scripts/search/details.htm?SNUM=6534663663333733306364343334366137316364303235623834363130313430&amp;TARGET_ID=501020&amp;CATEGORY=CHIHOU</a>

⑩ 創薬特許マーケット

主催者(事業者)	大阪商工会議所
沿革(歴史等)	2006年10月末運営開始
技術シーズ提供者	製薬企業、大学・研究機関、ベンチャー企業等
技術ニーズ需要者	国内外の製薬企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	日本初の創薬シーズ(製薬候補物質)・基盤技術(創薬に使われる技術)、試薬・診断薬に限定した特許流通のマーケット。大阪商工会議所が会員制で運営。マーケットに登録される案件(売り案件)は、製薬企業で開発中止となった創薬シーズや、大学・研究機関、ベンチャー企業等が持つ創薬シーズ、病気の原因となるターゲット蛋白質、基盤技術等の特許技術。売り案件の技術情報は、誰でも閲覧できる一次情報と、マーケットの会員(国内外の製薬企業等)のみが閲覧できる詳細情報に分かれている。会員は、買い注文を出す(買い案件の登録)ことも可能です。運営事務局では、会員からの依頼を受け、売買案件をマッチングする。運営協力者：大阪工業大学大学院知的財産研究科、シミック株式会社、双日株式会社、三菱UFJ信託銀行株式会社
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	創薬シーズ(製薬候補物質)・基盤技術(創薬に使われる技術)、試薬・診断薬に限定
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	ネットに登録
提供する内容	希望に応じて、案件の成約をサポートするコーディネート、臨床試験等コンサルティング・医薬品開発のトータル支援、ライセンス事務の負担軽減や特許侵害防衛に役立つ知財信託等、様々なオプションサービスを運営協力者が提供。(別料金)
料金	特許技術提供者(売り手)は、売り案件となる特許情報を2008年3月末までは無料で登録できる。一方、買い手となる会員は、売り案件の詳細情報を閲覧でき、関心案件に買い注文を出せる。会員の年会費は、大企業が84万円、中小・ベンチャー企業が31万5,000円。また、大学・研究機関は2007年3月末までの入会に限り年会費が永年無料で、2008年3月末までに限り入会初年度の年会費が無料。
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	会員がネットで登録。
技術シーズへのアプローチ手段	ネットで閲覧
料金	入会金：105,000円 年会費：大企業840,000円、中小企業315,000円 売り案件掲載料：大企業105,000円、中小企業・大学・研究機関52,500円 買い案件掲載料：会員限定 成約時料金：大企業会員、315,000円、大企業非会員525,000円 中小企業・大学・研究機関会員105,000円、非会員210,000円
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	希望に応じて、案件の成約をサポートするコーディネート、臨床試験等コンサルティング・医薬品開発のトータル支援、ライセンス事務の負担軽減や特許侵害防衛に役立つ知財信託等、様々なオプションサービスを運営協力者が提供。(別料金) 運営協力者：大阪工業大学大学院知的財産研究科、シミック株式会社、双日株式会社、三菱UFJ信託銀行株式会社

実績(成約件数・(落札) 金額等)	
特色(工夫している点)	(1) 他者の利用を前提とした特許情報のみ掲載 (2) 創薬関連に特化した詳細な特許情報を掲載 (3) 他の類似サービスに比べて低料金で運営
URL	<a href="http://www.drugtech-patent.jp/j/">http://www.drugtech-patent.jp/j/</a>

⑪ 特許事業化 NEW PROJECT

主催者(事業者)	特定非営利活動法人日本パテントリサーチアソチエイツ (JPRA)
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	企業等
技術ニーズ需要者	
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	「特許事業化 NEW PROJECT」は特許又は特許を含む技術を事業化・市場への流通化を計る目的でオープンしたサイト。特許を持っているが眠っている、何度もチャレンジしたが事業が成功しないという人などを対象と考えている。一定の会員又は契約者の間の市場のため確立した契約。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	
提供する内容	
料金	出展料：法人会員契約(必須) 一年間 月額 10,000 円(年間一括払いの場合 年額 100,000 円) ホームページ出展料：一年間 30,000 円 出展資料作成料(希望者対象)：250,000 円～500,000 円 市場分析及び評価(希望者対象)：500,000 円
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	会員に内容を公開
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	個人会員 月額 1,000 円 法人会員 月額 10,000 円(年間一括払いの場合 100,000 円) プロジェクトへの参加費用 50,000 円(2ヶ月有効)
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.jptra.jp/np/100npindex.htm">http://www.jptra.jp/np/100npindex.htm</a>

⑫ 公開特許入札会

主催者(事業者)	特定非営利活動法人日本パテントリサーチアソチエイツ (JPRA)
沿革(歴史等)	平成 13 年 6 月第 1 回開催
技術シーズ提供者	企業等
技術ニーズ需要者	
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	特許権者がプレゼンテーションを行う。入札者は製品・製法などに関して質問。専門家には司会からコメントが求められることもある。札入れの段になると、司会は紹介された特許製品や特許製法がもたらすであろう金銭的価値を金額のランク(幅)で低額から高額へと順に提示する。これに対し、入札者である企業は、自己の評価する金銭的価値が提示された時に挙手し、そのような金銭的価値のランクで評価していることを表明。
提供する内容	各特許権の存続期間や特許発明の技術的範囲について説明することは無く、特許権者が自由にプレゼンテーションを行った内容に基づいて入札者が札入れを行う、という構成。 「入札者が入札を行う前に、専門家がその特許権について法律的な面から解説をする機会を設け、入札者はその両者の説明を吟味した上で札入れを行う、という手順が望まれる。」という意見あり
料金	
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	会員無料 非会員 2,000 円
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.jpaa.or.jp/publication/patent/patent-lib/200312/jpaapatent200312_035-036.pdf">http://www.jpaa.or.jp/publication/patent/patent-lib/200312/jpaapatent200312_035-036.pdf</a>

## c. 展示会

### ① 知財ビジネスマッチングフェア

主催者(事業者)	特許庁、近畿経済産業局、近畿知財戦略本部
沿革(歴史等)	1997年度から全国の各地域ブロック別を実施してきた「特許流通フェア」は2005年度をもって終了。「知財ビジネスマッチングフェア 2006」は「近畿特許流通フェア」のノウハウを継承しつつ、知的財産ビジネスの発展という新たな視点で実施。
技術シーズ提供者	企業・大学・公的研究機関など
技術ニーズ需要者	企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業・大学・公的研究機関などが、自らが保有する開放特許等(実用新案を含む)について、ライセンス先等を開拓するために、試作品、模型、映像等を活用し、その特徴や適用分野等をアピールする提案型の展示</li> <li>・産業財産権等の知的財産権をもとに新たなビジネスを展開する企業等が、販路や事業連携先を開拓するために、試作品、模型、映像等を活用し、その特徴や適用分野等をアピールする提案型の展示</li> </ul>
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	
提供手段(セミナー形式、ネット)	交流・商談会
提供する内容	
料金	入場無料
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	交流・商談会
料金	入場無料
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	会場内の一角に、交流・商談の為のビジネスサポートセンターを設置
実績(成約件数・(落札)金額等)	2006年 交流・商談総件数 4,692件 「成約可能性が大きい」商談があった出展者の割合 約4割 「継続可能性が大きい」商談があった出展者の割合 約9割
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://www.chizaifair.com/">http://www.chizaifair.com/</a>

d. データベース

① J-STORE

主催者(事業者)	科学技術振興機構
沿革(歴史等)	平成 14 年 10 月～未公開特許情報 開始 平成 16 年 12 月～外国出願特許情報から開始
技術シーズ提供者	大学、TLO、公的研究機関等
技術ニーズ需要者	企業等
登録(ないし発表)されている技術件数	未公開特許 1,242 件 公開特許 9,397 件 技術シーズ 2,092 件 研究報告 2,102 件 外国出願特許 534 件 テクニカルアイ 45 件
概要	大学・公的研究機関、JST 等の技術移転可能な特許情報(出願から 1 年半未満の未公開特許情報を含む)等を掲載している無料データベース
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	
技術シーズの集め方	・研究成果や JST の基礎的研究等の研究成果を科学技術振興機構(JST)が大学・国立試験研究機関から収集 ・掲載希望機関が JST に申し込み
提供手段(セミナー形式、ネット)	インターネットでデータベース公開
提供する内容	・未公開特許情報 ・公開特許情報 ・技術シーズ情報 ・研究報告情報
料金	無料
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	個別情報に掲載された問い合わせ先(情報提供機関または JST)に相談。
料金	無料 事前に機関からの要請を受けて JST が仲介を行った場合に限り、実施料の 10%を手数料として控除
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	情報提供機関が企業からの直接の問い合わせに対応することを希望しない場合、一次窓口として JST が対応することが可能。
実績(成約件数・(落札)金額等)	ライセンスの実績(平成 18 年 3 月 31 日現在) 特許件数・・・2,064 件 企業件数・・・1,265 件
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://jstore.jst.go.jp/">http://jstore.jst.go.jp/</a>



## ② デジタルニューディール 産業技術データベース

主催者(事業者)	(財)ベンチャーエンタープライズセンター
沿革(歴史等)	
技術シーズ提供者	企業、大学等
技術ニーズ需要者	他の大学の研究者、異分野の企業やベンチャー等
登録(ないし発表)されている技術件数	データ登録件数は10万1,000件以上
概要	利用者からの産業技術情報の登録を受け付けている。 大学・企業内で保有する技術や最先端の研究・開発技術を登録することによって、他の大学の研究者、異分野の企業やベンチャー等へ技術力を広くアピールできます。広くアピールすることで、共同研究を組む企業を見つけたり、大学発ベンチャーの可能性を広げたりすることができる。
技術シーズの提供	
技術分野(特定分野)	ライフサイエンス、情報通信、環境、ナノテクノロジー・材料、/業エネルギー、社会基盤、製造技術、理学・境界・工学一般、フロンティア、ビジネスプラットフォームの10分野(大分類)
技術シーズの集め方	利用者が登録
提供手段(セミナー形式、ネット)	インターネットでデータベース公開
提供する内容	
料金	自身で登録する場合は無料。登録の代行サービスは有料(実費)
技術シーズの提供先	
種別(一般、会員、特定者(特定分野企業等)等)	
集め方(公募、会員等)	
技術シーズへのアプローチ手段	
料金	
成約に至るまでの主催者の関与、フォロー	
実績(成約件数・(落札)金額等)	
特色(工夫している点)	
URL	<a href="http://dndi.jp/navi/dbput.html">http://dndi.jp/navi/dbput.html</a>

## 2-2-2 事例調査結果(インタビュー)

知的財産取引事業として、知的財産オークションを実施している米国の Ocean Tomo 社にインタビュー調査を行った。概要は下記のとおりである。

表 4 Ocean Tomo 社インタビュー実施概要

実施日時	2007年1月23日(火) 13:30~14:30
実施場所	ホテル日航東京
対象者	Ocean Tomo(米国) 藤森涼恵氏
内容	知的財産取引事業(オークション)について

### (1) 事業名

オーシャントモ・ライブオークション

### (2) 主催者

主催: Ocean Tomo, LLC

### (3) 沿革

特に知的財産関連の係争において損害賠償額の算定を行うダメージエキスパートとして 20 数年の実績を持っている。Ocean Tomo としての会社設立は 2003 年。

知的財産(特許、著作権、商標、営業秘密)に関する価値評価・コンサルティングを主要な事業の一つとしている。設立当初から知的財産の流通促進事業を検討していた。公開オークションはコーポレートファイナンス部門の一事業であり、同部門には非公開の個別 M&A コンサルティングも実施している。その他に、知財ベースの企業インデックス投資(自社でファンド約 200 万ドル保有)も行っている。

### (4) 概要

特許等知的財産権のオークションを主催。過去 2 回(2006 年 4 月、2006 年 10 月)アメリカで開催された。今後 2007 年 4 月(アメリカ)及び 6 月(ロンドン)の開催が予定されている。

### (5) 成約の形態

知的財産権譲渡契約の書式(標準的な書式であり、その他の書式を認めていない)に基づく権利譲渡。

### (6) 技術シーズの提供

#### a. 技術分野

現在は特に制限を設けていないが、検討はしている。オークションというイベント性(参加者が多い方が場が盛り上がる)と勘案してバランスをとる必要があると考えている。

最初のオークションでは特に技術分野等に関係なくオークションを開催したが、最近ではなるべく技術分野(市場分野)に近い出品をスケジュールの中で固める等の工夫をすることにより、入札者が参加しやすくなるように工夫している。

#### b. 提供元

出品者については特に制限は設けていない。取引対象となる知的財産権の所有者であればだれでも出品申込み可能。

#### c. 技術シーズの集め方

出品をいかに集めるかはオークションを成功させるために重要な要素である。現在では関心のありそうな企業等に案内している。また、米国のライセンス協会や IP 関連のイベントで告知している。

さらに、興味を持つかもしれない企業に対しては、電話で個別に紹介もしている。

こうした手段を併せて、オークションの情報が約 10 万人の目にとまっている。

#### d. 提供手段

ライブ(実会場のある)のオークション形式。

#### e. 提供する内容

技術提供者は出品に当たって以下のような項目について(全てではない)情報を提供する。

- 特許番号、商標名、著作権名、ドメインネーム
- 所有権変遷リスト
- 出品知的財産の概要
- 出品知的財産の権利
- 権利の制限(担保等)
- 標準化団体、大学、政府機関、被利益団体等の関与
- 第三者、先取特権者からの現状・将来にわたる所有権に関する対抗の可能性
- 所有権、ライセンス、侵害、無効性、実施等に関する第三者からのクレームの可能性
- 把握している出品知的財産の侵害(可能性含む)
- 係争(和解、係争中、警告受領)の状態
- その他のデューデリジェンス関連資料
- 技術・ノウハウの提供可能性
- 商品化のための人材協力の可能性

出品者に対しては対象となる知的財産についてなるべく詳細に情報を提供してもらうようお願いしている。例えば商品化のための人材協力の可能性については、1 時間あたりの料金まで出してもらうケースもある。

## (7) 技術シーズの提供先(参加者)

### a. 種別

オープンなオークション形式をとるため、参加者に制限は設けていない。ただしオークション参加登録時において、予定入札価格に対する取引銀行の保証状が必要。

### b. 集め方

出品者と同様、郵便物でのご案内、各種イベントでの告知、個別の電話連絡等を実施している。まずオークションカタログを提供し、その後興味があれば入札者登録後、より詳細な情報を提供している。

### c. 技術シーズへのアプローチ手段

オークション形式のため、成立(落札)時には技術(知財)の所有権が移転される。技術内容等については入札までに各社が提供された情報を基にデューデリジェンスを実施する。

### d. 料金

オークションカタログ(100ドル)では出品予定の全ての知的財産の情報(特許番号、名義人等)を提供している。さらに入札者登録(1,500ドル)者に対しては、オンラインセキュアデータルームへのアクセスを提供し、より詳細な、デューデリジェンスに必要な情報(例:ライセンス状況等)を提供している。

さらに個別の依頼があれば出品者と入札者間でのデューデリジェンスミーティングの仲介を行う。

## (8) 成約に至るまでの主催者の関与

出品の申込みを受けてから当該特許の評価<sup>1</sup>によって最初のスクリーニングをかける。その後は出品対象の知的財産に関する情報、当該特許等を活用したビジネスの市場等を総合的に判断し、出品対象を決定する。

一方、入札登録者に対しては、入札前に各社が行うデューデリジェンスに必要な資料を提供する。

原則としてオークションにて落札されれば、事前に準備した譲渡契約書に双方がサインして、金銭の移動を確認後、主催者の関与は終了となる。ただし、入札額が最低落札価格に至らなかった場合で、出品者がその価格での売却を希望する場合には、Ocean Tomoが双方の間に入って調整する。

## (9) 実績

過去二回のオークションによる取引実績は以下の通りである。

---

<sup>1</sup> 同社が開発した Patent Ratings®ソフトウェアを評価の一部に利用。同ソフトウェアは特許弁護士により開発されたもので、技術分野、請求項の数、請求項に使用される文言、出願代理人事務所等約 50 の特許の経済的価値に大きく相関すると同定された要素を基に全ての登録済み米国特許の価値をスコアとして自動的に算出する。

表 5 Ocean Tomo 社によるオークション取引実績

実施日	場所	出品ロット数	売却ロット数	取引額
2006年4月	サンフランシスコ	78 (全て特許)	26 (オークション開催日のみ、その後の交渉結果を含めると出品数の約半数が売却された)	約 800 万ドル
2006年10月	ニューヨーク	96 (ドメインネーム等特許以外の知的財産を含む)	25	約 2,400 万ドル (1件のみで 1,600 万ドルの落札 (音楽録音権) あり)

(10) 特色

- オークション形式での取引であり、一日に取引できるロット数に限りがある(多くて 100 程度)ので、出品対象とする知的財産を慎重に選定している。
- 権利譲渡契約書は Ocean Tomo が指定する一つのフォーマットしか使うことが出来ない。これにより確実に権利移転が進む。権利移転交渉権を取引しても、そこから実際に移転されるまでの条件交渉に時間がかかったり、成約に至らないことも多いと想定されたため。
- 入札候補者が出品対象の知的財産のデューデリジェンスを行うことができる時間は約 2 ヶ月程度であり、特に日本の企業からは短いという声もある。これはアメリカと日本で知的財産のデューデリジェンスに関する考え方が異なるからではないかと考えている。日本ではとかく「本当にこの知財は必要か」をすみずみまで調べてどちらかという必要性を否定する方向で、調査に時間をかける傾向が強いようだが、多くのアメリカの企業では知るべき内容に優先順位をつけ、迅速に意志決定しているという印象を受ける。日本企業の知財担当者にはこれがアメリカでの取引の実態であり、米国で取引を行う限りはそれに合わせる必要があるとお願いしている。
- オークション形式による取引への懸念として、出品者が所有する特許を、競合他社や PLEC(Patent Licensing and Enforcing Company)が落札者する場合がある点が指摘される。しかし、出品者側は自社の特許の棚卸しを慎重に行い、ポートフォリオと照らし合わせて不要と判断した知的財産を出品しているので、出品者側の不安はないと考えている(ただし、日本企業の場合はそうした売却によるレピュテーションリスクを懸念する傾向が強い)。主催者としては、入札する機会が公平に与えられることが重要であると考えており、結果としてその機会を活用して落札したのが事業会社ではなく PLEC であっても、機会を公平に与えるという義務を果たしたものと判断している。
- 出品対象は技術ではなく、あくまでその技術を利用した市場の存在、その状況をもとに判断する。こうした判断を基に、出品者に対しては対象特許群の見直し等を提案することもある。
- 入札者の名前等は公開されない。これは入札の事実が米国特許侵害裁判において故意侵害主張のベースとして使用されないよう(第三者が特許を取得しているのを知りながら侵害(実施)すると懲罰的賠償として損害賠償額が 3 倍になる場合がある)にした結果である。さらにオークションの参加条件には、オークションへの参加や入札の事実をなんら特許侵害裁判において証拠として使用してはならない、という条件が含まれている。また入札者は実際に会場にいる必要はなく、代理人による入札、電話での入札も可能である。



### 3 特許ビジネス市発表案件のフォローアップ調査

---

平成 15 年度、16 年度、17 年度の発表案件の現状を、アンケート及びインタビュー調査により把握した。

#### 3-1 アンケート調査実施概要

---

##### 3-1-1 調査目的

- 調査対象の各発表案件が現在どのような状況にあるかをフォローアップする。
- 各発表案件の成功要因や失敗要因に関する分析(1 特許ビジネス市の分析)のための基礎資料とする。

##### 3-1-2 調査対象

- 平成 15 年度、16 年度、17 年度の全 45 案件の発表者ないし関与した特許流通アドバイザーをアンケート調査の対象者とした。なお、同一発表者が複数案件を発表している場合には、発表案件数分の調査票を配布した。

##### 3-1-3 調査方法

- 郵送により、アンケート調査・回答票を送付した。
- アンケートの発送は平成 18 年 12 月 18 日に行い、締め切り日を平成 19 年 1 月 10 日とした。
- 適宜督促状を送付し、回収率の向上を図った。

##### 3-1-4 調査項目

アンケートの調査項目の概要は以下の通りである。

1 発表案件の現状について

2 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援について

2-1 ライセンス・譲渡に関する支援について

2-2 共同開発・用途開発に関する支援について

2-3 資金協力に関する支援について

2-4 事業化に関する支援について

3 特許ビジネス市に関する評価点・改善点について

4 特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた支援について

なお、実際に送付したアンケート調査票は資料編に掲載する。

### 3-1-5 アンケート回収数

調査対象として配布した 45 案件中、40 案件についての回答が得られた。

### 3-2 アンケート調査結果

#### 3-2-1 問 1 発表案件の現状について

問 1 発表案件の現状について 発表された案件の現状について以下の選択肢の中からあてはまる番号を <u>いくつでも</u> 選び、○印をつけてください。 1 発表後に当該特許を活用した製品の製造・販売を開始した 2 発表後に当該特許を活用した製品の製品化が進んだ 3 発表後に当該特許を活用した技術開発が進んだ 4 共同研究・開発している又は検討中 5 オプション契約をして相手先で検討中 6 秘密保持契約をして相手先で検討中 7 サンプルを渡し相手先で検討中 8 発表前と特に変わらない
---

#### (1) 集計結果

発表された案件の現状について、全体の3分の2弱は何らかの進展が見られている回答をしている。特に、「製品化が進んだ」という回答は3分の1強に達している。また、2割弱が「製品の製造・販売開始」、2割強が「技術開発が進んだ」、「サンプルを渡し相手先で検討」と回答している。

一方、回答者の3分の1強が「発表前と特に変わらない」と答えている。

表 6 発表案件の現状

選択肢	回答数	比率
1 発表後に当該特許を活用した製品の製造・販売を開始した	7	17.9%
2 発表後に当該特許を活用した製品の製品化が進んだ	14	35.9%
3 発表後に当該特許を活用した技術開発が進んだ	9	23.1%
4 共同研究・開発している又は検討中	5	12.8%
5 オプション契約をして相手先で検討中	4	10.3%
6 秘密保持契約をして相手先で検討中	4	10.3%
7 サンプルを渡し相手先で検討中	9	23.1%
8 発表前と特に変わらない	14	35.9%
N	39	





図 4 発表案件の現状

(2) 各選択肢毎の詳細

a. 選択肢 1 発表後に当該特許を活用した製品の製造・販売を開始した

製造・販売に関して、いつ頃販売を開始したのか質問した。

また、主な製造者／販売者は自社、他社のどちらかを尋ねた。製造、販売ともに、主に他社が行っているという回答が多く、製造者については回答者の約 73%、販売者については約 87%が他社という回答である。

販売を開始した時期については、発表前に既に販売開始をしていたものが 1 件あった。その他は、発表後、最短で約 2 ヶ月、最長で約 2 年 7 ヶ月で販売が開始されている。

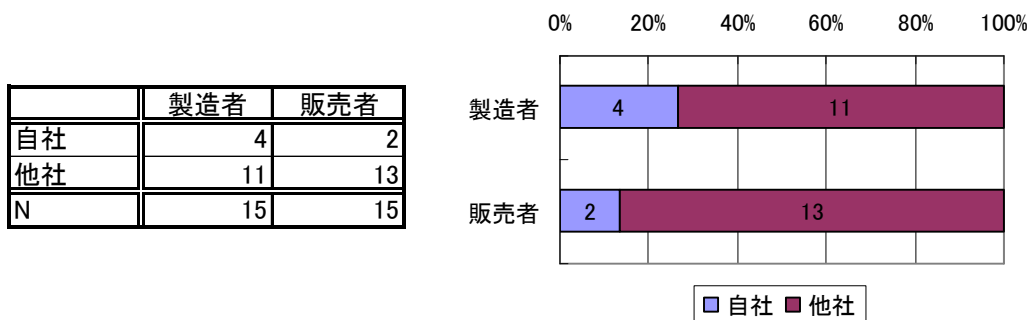


図 5 製造・販売を主に行った組織

表 7 選択肢 1 の具体回答詳細

年度	発表時期	販売開始時期	製造者	販売者
15	平成 15 年 11 月	平成 18 年 6 月	自社	自社
15	平成 15 年 11 月	平成 18 年 6 月	自社	自社
15	平成 15 年 11 月	平成 17 年 5 月	他社	他社
16	平成 16 年 9 月	平成 15 年 11 月	他社	他社
16	平成 16 年 9 月	平成 17 年 3 月	他社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 18 年	他社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 5 月	他社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 7 月	他社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 18 年 4 月	他社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 18 年 11 月	自社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 18 年 11 月	自社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 11 月	他社	他社
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 12 月	他社	他社
17	平成 18 年 1 月	平成 18 年 10 月頃	他社	他社
17	平成 18 年 1 月	平成 18 年 11 月頃	他社	他社

b. 選択肢 2 発表後に当該特許を活用した製品の製品化が進んだ

「発表後に当該特許を活用した製品の製品化が進んだ」と回答のあった 13 件のうち、製品化を主に担当した組織に関する記述があったのは、13 件だった。うち、半数にあたる 6 件が主に他社で製品化を行った。3 分の 1 にあたる 4 件が自社および他社であわせて製品化を行った。

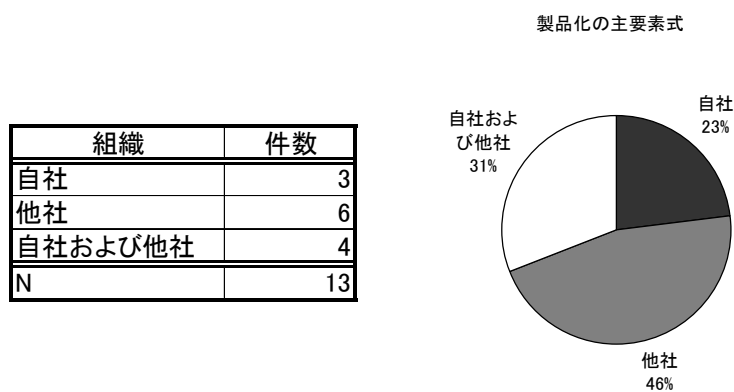


図 6 製品化に主に携わった組織

c. 選択肢 3 発表後に当該特許を活用した技術開発が進んだ

「発表後に当該特許を活用した技術開発が進んだ」と回答のあった 9 件のうち、技術開発を主に担当した組織に関する記述があったのは 8 件だった。うち、半数が自社および他社であわせて技術開発を行っている。

技術開発の主要組織

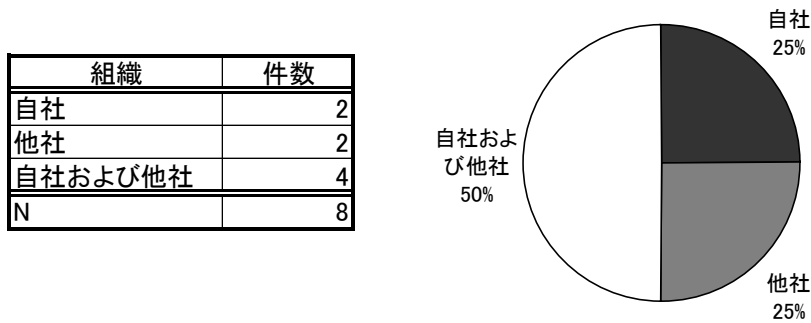


図 7 技術開発に主に携わった組織

d. 選択肢 4 共同研究・開発している又は検討中

「共同研究・開発している又は検討中」との回答の 5 件のうち、コンタクト時期についての記述は 4 件あった。発表の約 2 ヶ月から 11 ヶ月後にコンタクトがあった。

表 8 共同研究・開発に関するコンタクトがあった時期

年度	発表時期	コンタクトがあった時期
16	平成 16 年 9 月	平成 16 年 11 月
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 9 月(平成 18 年 3 月終了)
17	平成 17 年 10 月	平成 18 年 11 月
17	平成 17 年 12 月	平成 18 年 12 月

e. 選択肢 5 オプション契約をして相手先で検討中

「オプション契約をして相手先で検討中」という回答 4 件のうち、3 案件においてコンタクトがあった時期についての記述があった。うち、1 件はビジネス市での発表前に既にコンタクトがあった。

表 9 オプション契約に関するコンタクトがあった時期

年度	発表時期	コンタクトがあった時期
15	平成 15 年 11 月	平成 16 年 1 月
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 2 月
17	平成 17 年 12 月	平成 18 年 10 月

f. 選択肢 6 秘密保持契約をして相手先で検討中

「秘密保持契約をして相手先で検討中」との回答 4 件のうち、2 件について具体的な時期の回答があった。うち 1 件については複数コンタクトがあったと回答された。

表 10 秘密保持契約に関するコンタクトがあった時期

年度	発表時期	コンタクトがあった時期
15	平成 15 年 11 月	平成 17 年 11 月
17	平成 17 年 12 月	(複数) 平成 18 年 1 月、 平成 18 年 9 月、 平成 17 年 9 月、 平成 17 年 8 月

g. 選択肢 7 サンプルを渡し相手先で検討中

「サンプルを渡し相手先で検討中」との回答の 9 件のうち、コンタクト時期についての記述は 8 件あった。最短で発表の同じ月にコンタクトがあり、最長で発表後 1 年 1 ヶ月後にコンタクトがあった。

表 11 サンプルを渡し検討するにあたりコンタクトがあった時期

年度	発表時期	コンタクトがあった時期
16	平成 16 年 9 月	平成 17 年 10 月
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 4 月
16	平成 17 年 3 月	平成 17 年 4 月(他多数)
17	平成 17 年 10 月	平成 17 年 10 月
17	平成 17 年 12 月	平成 18 年 4 月
17	平成 17 年 12 月	平成 17 年 12 月
17	平成 18 年 1 月	平成 18 年 2 月
17	平成 18 年 1 月	平成 18 年 3 月

### 3-2-2 問2 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援について

問2 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援について  
**特許ビジネス市での発表を契機として、直接的・間接的に支援を受けましたか？受けられた支援としてあてはまるものすべてに○印を付けて下さい。**

- 1 ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた
- 2 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた
- 3 資金協力先（融資、出資等）の申し出・紹介を受けた
- 4 事業化支援の申し出・紹介を受けた
- 5 上記のような申し出・紹介は何も受けていない

回答者の4割が、「ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた」、3分の1弱が「共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた」と回答している。「資金協力先」、「事業化支援」の申し出紹介を受けたのは、いずれも0件である。

一方、全体の4割近くは、各種支援の申し出・紹介を何も受けていない。

表 12 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援の種類

選択肢	回答数	比率
1 ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた	16	40.0%
2 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた	12	30.0%
3 資金協力先（融資、出資等）の申し出・紹介を受けた	0	0.0%
4 事業化支援の申し出・紹介を受けた	0	0.0%
5 上記のような申し出・紹介は何も受けていない	15	37.5%
N	40	



図 8 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援の種類

(1) 問 2-1 ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた回答者に対する質問

問 2-1 ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた方にお聞きます。

問 2-1-1 何件の申し出・紹介を受けましたか？

問 2 で「ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた」と回答のあった 16 案件のうち、申し出・紹介の件数の記載があったのは、13 案件だった。13 案件のうち、申し出か紹介のどちらかを 1 件のみ受けた回答者が半数近い。

ライセンス・譲渡 申し出・紹介件数合計

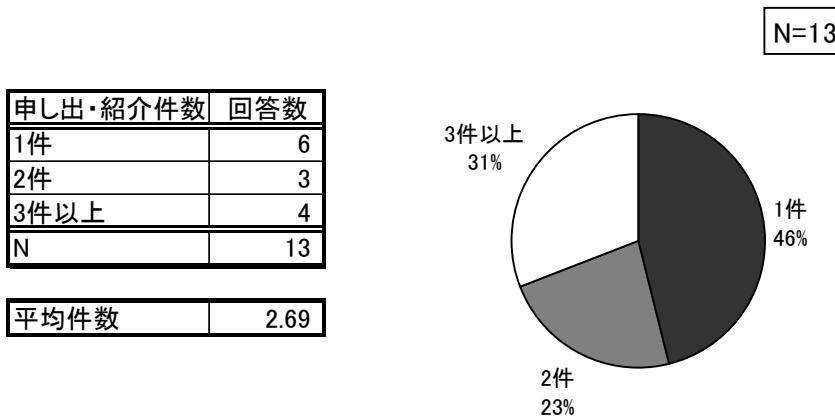


図 9 ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた件数

ライセンス・譲渡の申し出は受けておらず、紹介のみを受けたのは約 4 割である。

ライセンス・譲渡 申し出件数

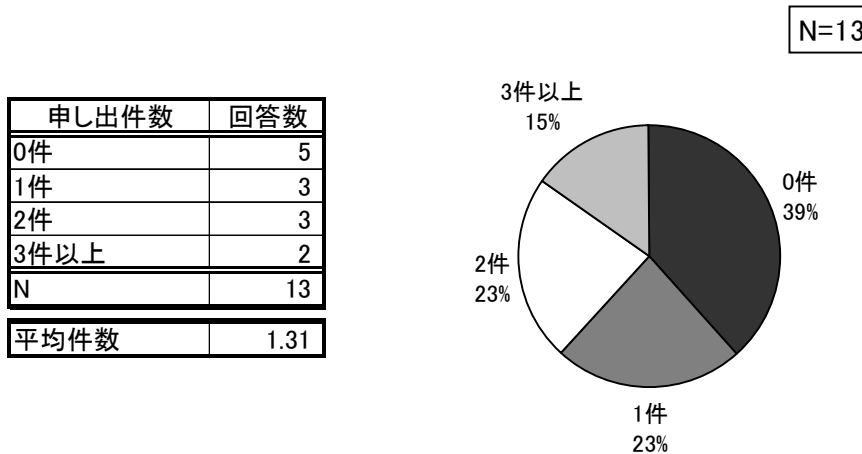


図 10 ライセンス・譲渡の申し出を受けた件数

ライセンス・譲渡 紹介件数

N=13

紹介件数	回答数
0件	2
1件	8
2件	1
3件	1
N	13
平均件数	1.38

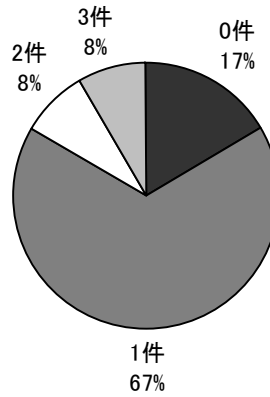


図 11 ライセンス・譲渡の紹介を受けた件数

問 2-1-2 ライセンス契約を何件締結しましたか？また、譲渡契約を締結しましたか？

ライセンス契約の申し出・紹介を受けた 16 案件のうち、ライセンス契約にまで至ったのは、10 案件(13 契約)である。6 案件はライセンス契約にまでは至らなかった。そのうち 8 案件が契約件数が 1 件となっている。

譲渡契約に至った案件はなかった。

ライセンス契約 締結件数

N=16

ライセンス契約件数	回答数
0件	6
1件	8
2件	1
3件	1
N	16
平均件数	0.81

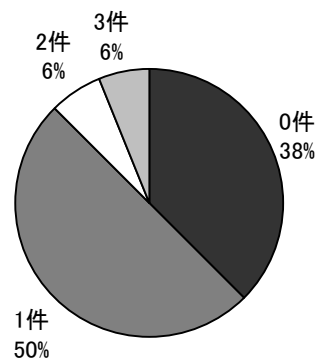


図 12 ライセンス契約の締結件数

譲渡契約有無	回答数
なし	16
あり	0
N	16

図 13 譲渡契約の有無

問 2-1-2-1 ライセンス契約または譲渡契約締結先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

1. はい 2件  
2. いいえ

問 2-1-2-2 ライセンス契約・譲渡契約の内容について、可能な範囲でお答えください。

ライセンス契約・譲渡契約の内容について、5つの案件に関する回答があった。

表 13 ライセンス契約・譲渡契約の具体的内容事例

	項目	回答
案件 1 16 年度発表	契約の種類	実施契約（通常実施権）
	ライセンス料・譲渡金額	イニシャル 30 万円、実施料 5%
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	あり。製造方法の指導
	その他特殊条件	
案件 2 16 年度発表	契約の種類	実施契約（通常実施権）
	ライセンス料・譲渡金額	一時金 ランニングロイヤリティ：売上の 3%
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	研究開発費用の一部
	技術指導の有無とその内容	なし
	その他特殊条件	
案件 3 16 年度発表	契約の種類	実施契約（通常実施権）
	ライセンス料・譲渡金額	【製品】 ¥20/kg
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	ライセンサーの検討による市場価格を参考。販価の 2～3% に合致
	技術指導の有無とその内容	工場に来訪させ技術開示・指導
	その他特殊条件	各県に 1 社。又は【原料】の種類が異なる場合はこの限りではない。
案件 4 17 年度発表	契約の種類	実施契約（通常実施権）
	ライセンス料・譲渡金額	一時金 100 万円、料率：売上の 5%
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	当該技術の研究開発にかかった費用
	技術指導の有無とその内容	本件特許を利用した製品の加工技術のノウハウを開示した。
	その他特殊条件	なし
案件 5 17 年度発表	契約の種類	オプション契約 本実施権許諾条項有り
	ライセンス料・譲渡金額	オプション契約…予約料（3 分割支払）
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	
	その他特殊条件	オプション契約に本実施権許諾条件付き 外国出願について特約有り



問 2-1-3 ライセンスまたは譲渡の交渉中のものは何件ですか？

ライセンスまたは譲渡交渉中であるのは 13 案件中 1 案件のみである。

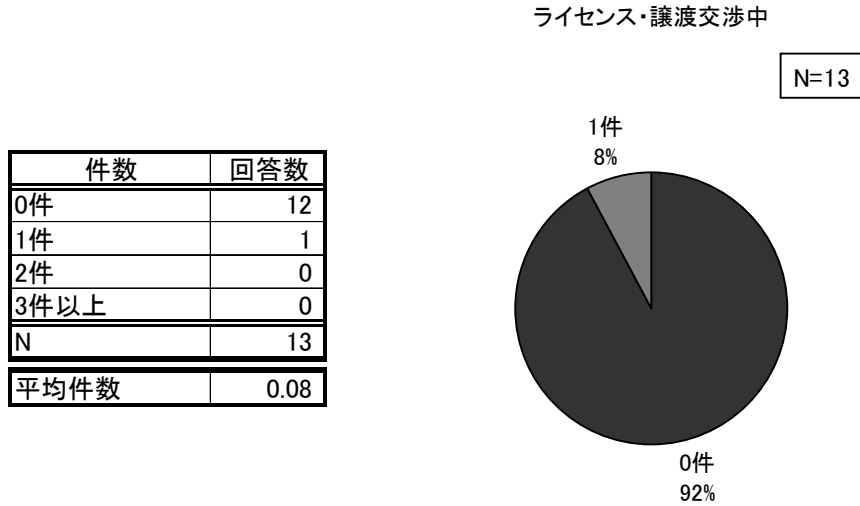


図 14 ライセンスまたは譲渡交渉中の案件数

問 2-1-3-1 秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

秘密保持契約を締結した上でサンプル品や技術情報を提供したものは 3 案件である。

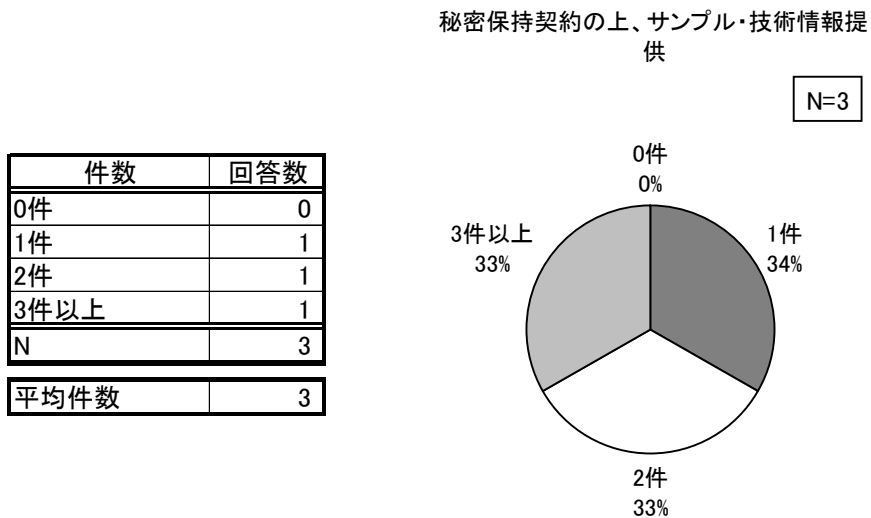


図 15 機密保持契約締結の上、サンプル品・技術情報を提供

問 2-1-3-2 秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報は提供していないものは何件ですか？

秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報を提供していないものは、1 案件のみである。

表 14 秘密保持契約を締結したが、サンプル品・技術情報は提供していない案件

件数	回答数
0件	2
1件	0
2件	0
3件以上	1
N	3
平均件数	0

問 2-1-3-3 秘密保持契約を締結していないが、サンプル品や技術情報を提供しているものは何件ですか？

秘密保持契約を締結していないが、サンプル品や技術情報を提供しているものは、1 案件のみである。

表 15 秘密保持契約を締結せずサンプル品・技術情報を提供した案件

件数	回答数
0件	2
1件	0
2件	0
3件以上	1
N	3

**問 2-1-4 ライセンスまたは譲渡の交渉をしたが、契約締結に至らなかったものは何件ですか？**

ライセンス・譲渡の交渉をしたが、契約締結に至らなかったのは、13 案件中 9 案件である。その 9 案件のうち、3 分の 2 にあたる 6 案件がそれぞれ 1 件と回答している。

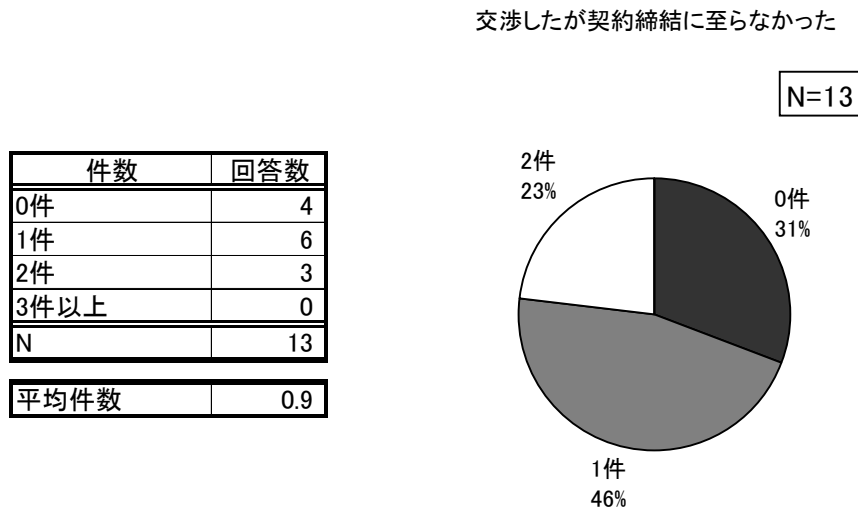


図 16 ライセンス・譲渡の交渉をしたが契約締結に至らなかった案件数

**問 2-1-4-1 交渉の経緯をなるべく具体的にお答え下さい。(時期・期間、合意できた／できなかった内容等)**

交渉の経緯に関する具体的な記述には下記のようなものがあった。

表 16 交渉の経緯に関する具体的内容

年度	内容
17	契約の内諾をもらったが、その後社内で決済がとれず断られた。
16	秘密保持契約を締結後、ライセンサー企業において実証試験を行い、満足すべき結果が得られた。技術開発担当者は、ライセンス契約を強く希望したが、社長決裁が得られなかった。
16	2004 年 10 月電話にて特許ビジネス市に招聘された社員を通じ紹介を受けた同じ商社の社員から、本件特許を利用できそうな企業への紹介を打診され、快諾。同月、特許権者と共に商社を訪問し、説明並びにサンプル提供。11 月 1 社紹介したが採用不可との通知。12 月その後数社紹介したが 1 社のみ興味を示したとのメール回答受信。翌 2 月電話で商社に確認したところ、上記 1 社も採用に至らずとの回答。
16	最初の実施許諾契約条件を提示したが、販売地域が隣接していたので成約に至らなかった。
16	申し入れがあったが、ノウハウ提供（技術指導）の条件で合意できなかった。
15	ノウハウ対価で折り合いがつかず合意できなかった。導入側の技術レベルが低すぎた。
17	相手が事業化できないと判断した。

**問 2-1-4-2 秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？**

秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは2社のみであり、件数もそれぞれ1件である。

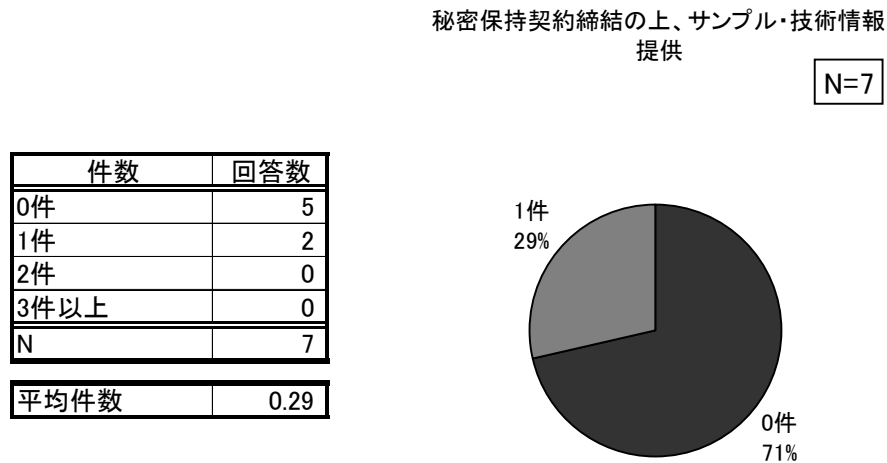


図 17 秘密保持契約締結の上、サンプル・技術情報を提供した案件

**問 2-1-4-3 秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報は提供しなかったものは何件ですか？**

秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報を提供しなかったという案件はなかった。

表 17 秘密保持契約を締結したがサンプル・技術情報は提供しなかった案件

件数	回答数
0件	7
1件	0
2件	0
3件以上	0
N	7

問 2-1-3-4 秘密保持契約は締結しなかったが、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

秘密保持契約は締結しなかったがサンプル品や技術情報を提供した案件がある回答者は 4 社あった。

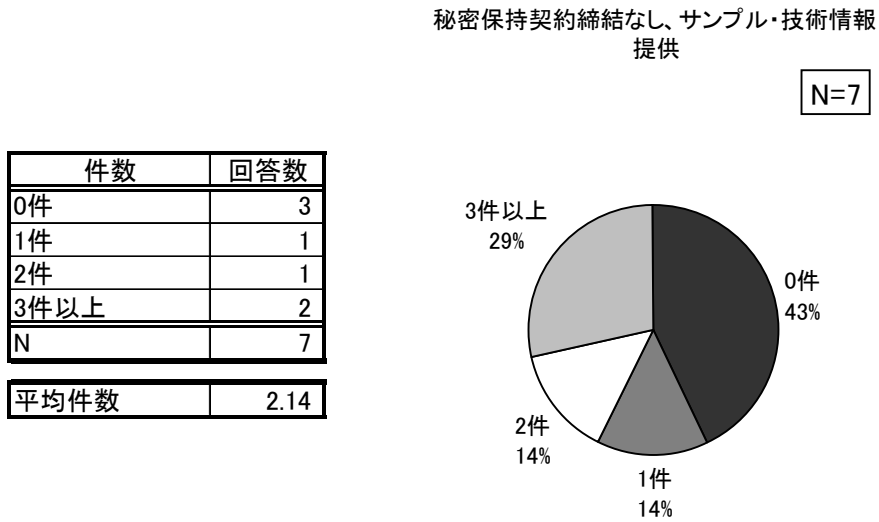


図 18 秘密保持契約は締結しなかったが、サンプル品や技術情報を提供した案件

問 2-1-5 ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介は受けたが、交渉していないものは何件ですか？

ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介は受けながらも交渉していない案件があると回答した回答者は 1 件のみであった。従って、それ以外の案件に対して申し出・紹介があったものについては、少なくとも交渉にまでは至っている模様である。

表 18 ライセンス・譲渡先の申し出・紹介は受けたが交渉していない案件

件数	回答数
0件	12
1件	0
2件	1
3件以上	0
N	13

問 2-1-5-1 交渉していない理由は何ですか？

ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介は受けたが交渉していないものがあると回答した回答者が交渉していない理由は、すでに有力なライセンス先と交渉中であったためとしている。

表 19 交渉していない理由

年度	内容
17	すでに有力なライセンス先と交渉中であった

(2) 問 2-2 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた回答者に対する質問

問 2-2 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

問 2-2-1 何件の申し出・紹介を受けましたか？

共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けたのは 11 社である。

申し出については、0 件の回答者も 2 社あったものの、3 件以上受けた回答者が半数近くに達しており、平均すると 3 件弱の申し出を受けている。

一方、紹介については 0 件の回答者が 11 社中 5 社であり、平均でも 1 件である。

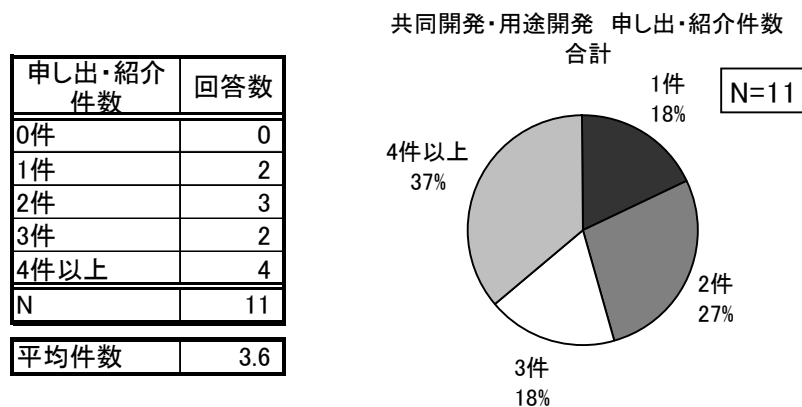


図 19 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた件数

申し出件数	回答数
0件	2
1件	2
2件	2
3件以上	5
N	11
平均件数	2.6

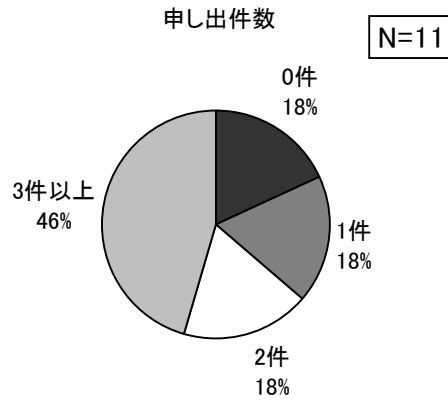


図 20 共同開発・用途開発の申し出を受けた件数

紹介件数	回答数
0件	5
1件	2
2件	3
3件以上	1
N	11
平均件数	1.0

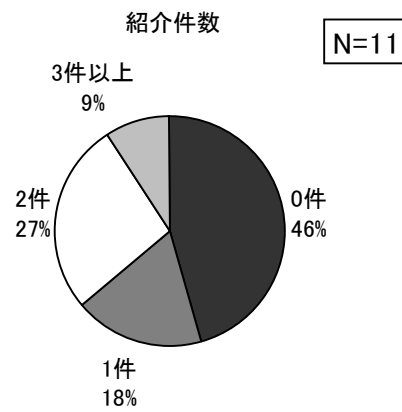


図 21 共同開発・用途開発の紹介を受けた件数

問 2-2-2 共同開発・用途開発を何件実施しましたか？（実施中も含む）

共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた11社のうち、実際に開発実施にまで至ったのは4社である。

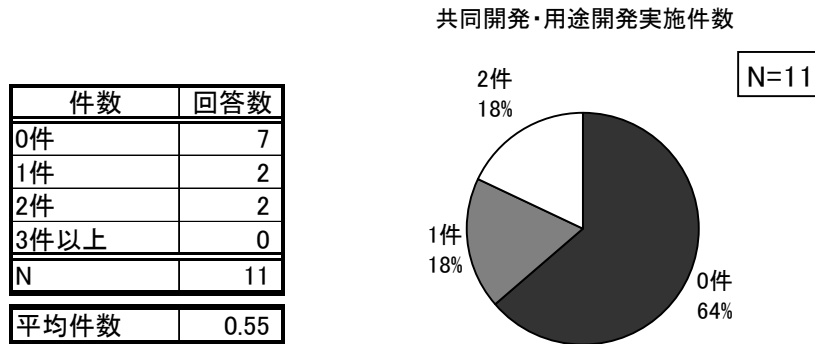


図 22 共同開発・用途開発を実施した件数

問 2-2-2-1 共同開発・用途開発先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

共同開発・用途開発先を紹介可能とした回答者はいなかった。

問 2-2-3 共同開発・用途開発の交渉中のものは何件ですか？

共同開発・用途開発の交渉中の案件がある回答者は、5社あった。

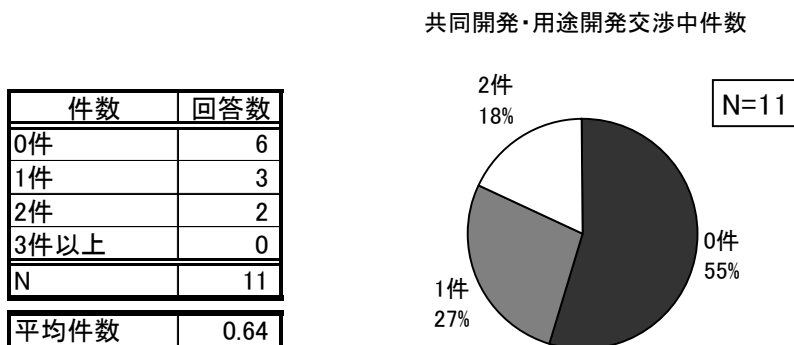


図 23 共同開発・用途開発を交渉中の案件数



問 2-2-3-1 秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

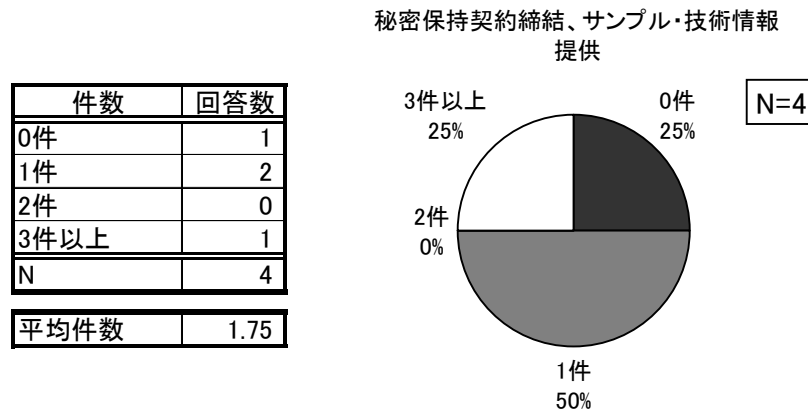


図 24 秘密保持契約を締結した上でサンプル品・技術情報を提供した案件数

問 2-2-3-2 秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報は提供していないものは何件ですか？

秘密保持契約を締結しながらサンプル品・技術情報を提供していない回答者は、なかった。

件数	回答数
0件	4
1件	0
2件	0
3件以上	0
N	4

問 2-2-3-3 秘密保持契約を締結していないが、サンプル品や技術情報を提供しているものは何件ですか？

秘密保持契約をすることなくサンプル品や技術情報を提供している回答者は 3 社あった。

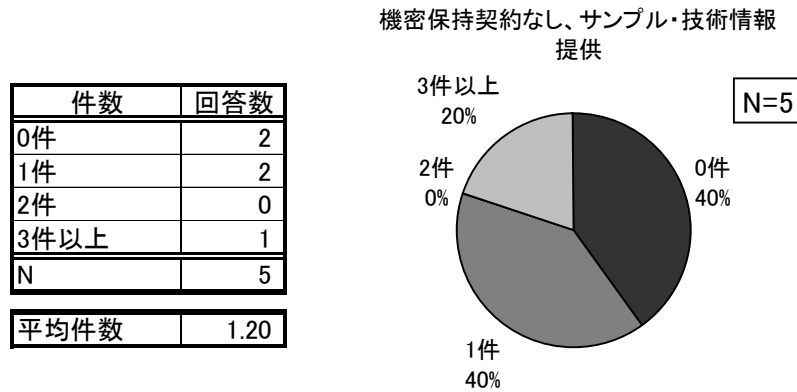


図 25 秘密保持契約は締結していないがサンプル品・技術情報を提供した案件数

問 2-2-4 共同開発・用途開発先と交渉を行ったが、共同開発・用途開発の実施には至らなかったものは何件ですか？

共同開発・用途開発の交渉は行ったが実施には至らなかった案件のある回答者は、7 社あった。うち、3 社で、そのような案件が 3 件以上ある。

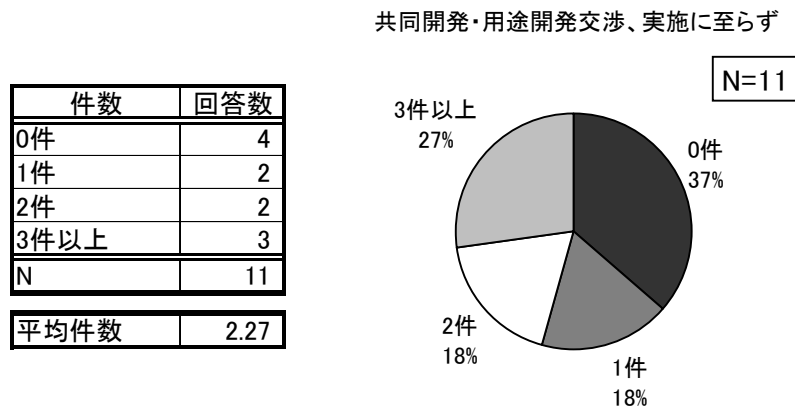


図 26 共同開発用途開発の交渉はしたが実施には至らなかった案件数

問 2-2-4-1 交渉の経緯をなるべく具体的にお答え下さい。(時期・期間、合意できた／できなかった内容等)

交渉の経緯に関する具体記述には、次のようなものがあった。

表 20 交渉の経緯に関する具体的内容

年度	内容
16	直接にサンプルを要望され提供を行った。その後、採用には至っていない。
15	直接または流通アドバイザーを介してサンプルを提供した
17	2カ所ほど共同研究をマッチングしてくださいましたが、合意に至りませんでした。
17	交渉中
15	A社:2004/1~5 当方の技術開示と先方のニーズをお聞きし、何度か話し合いを持ったが、先方ニーズに適合しないということで終了。B社:2004/5~12 先方の顧客に紹介して用途開拓を行うため、サンプルを提供したが、適当な用途が見つからなかった。
16	合意できなかった

問 2-2-4-2 契約に至らなかった理由は何ですか？

共同開発・用途開発の契約に至らなかった理由としては、価格やコスト面の問題や、ニーズへの適合の問題が挙げられた。また、「原料の調達に困難であることが判明した」、という回答もあった。

自由記述を分類すると、表 21 のように分けられる。

表 21 共同開発・用途開発契約に至らなかった理由の概要

項目	回答数
価格・コストの問題	3
市場・ニーズに適合しなかった	2
原料調達が困難と判明した	1

具体的な記述には、次のようなものがあった。

表 22 共同開発・用途開発契約に至らなかった理由（具体的記述）

年度	内容
16	価格面が最大の要因
15	相手方の製品化に至るまでの条件(特に価格面)に合わなかった
17	当方のシーズがマーケット(市場)に受入れられなかった
15	双方とも、ニーズに適合しなかった
16	原料を他国から輸入する必要がある、当該国の輸出規制をクリアすることが困難と判明した
17	コスト面で合わなかった

問 2-2-5 共同開発・用途開発の申し出・紹介は受けたが、交渉していないものは何件ですか？

共同開発・用途開発の申し出・紹介は受けたが、交渉していないものがある回答者は、11 案件中 2 案件である。8 割強は、交渉にまでは至っている。

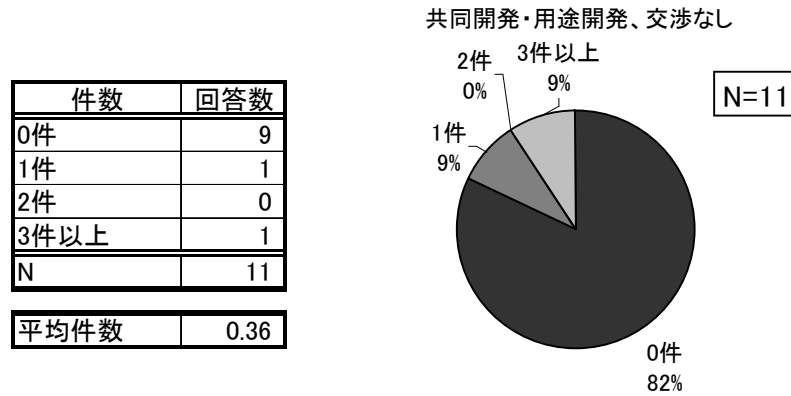


図 27 共同開発の申し出・紹介は受けたが交渉していない案件数

問 2-2-5-1 交渉していない理由は何ですか？

年度	内容
17	相手方が興味を示さなかった(価格面が理由と思われる)。

(3) 問 2-3 資金協力先の申し出・紹介を受けた回答者に対する質問

問 2-3 資金協力先（融資、出資等）の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

問 2-3-1 何件の資金協力の申し出・紹介を受けましたか？

問 2-3-2 そのうち、何件の資金協力を実際に受けましたか？

1. 資金協力先をご紹介いただくことは可能でしょうか？
2. どのような資金協力を受けましたか？あてはまるものを**すべて**お答えください。
3. 資金協力の申し出・紹介はあったが、実際には資金協力を受けなかったものは何件ですか？ア. なぜ資金協力を受けなかったか、代表的な理由をお答えください。

資金協力先の申し出・紹介を受けた回答者はいなかった。

(4) 問 2-4 事業化支援の申し出・紹介を受けた回答者に対する質問

問 2-4 事業化支援の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

問 2-4-1 何件の事業化支援の申し出・紹介を受けましたか？

問 2-4-2 そのうち何件の事業化支援を実際に受けましたか？

1. 事業化支援先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

2. どのような事業化支援を受けましたか？具体的にお答えください（例：商品販売協力、市場調査 等）。

問 2-4-3 事業化支援の申し出・紹介はあったが、実際には事業化支援を受けなかったものは何件ですか？

1. なぜ事業化支援を受けなかったか、代表的な理由をお答えください。

事業化支援の申し出・紹介を受けた回答者はいなかった。

### 3-2-3 問3 特許ビジネス市に関する評価点・改善点

#### 問3 特許ビジネス市に関する評価点・改善点

特許ビジネス市を契機として支援を受けた方・受けていない方の双方にお聞きします。  
特許ビジネス市について、どのように評価されますか？  
特許ビジネス市を契機として受けられた支援に応じて、評価すべき点と、改善すべき点をそれぞれなるべく具体的にお答え下さい。

#### (1) 評価すべき点

(N=27)

評価すべき点については、27 案件による具体的記述があった(複数記述)。自由記述された評価について、主体毎、内容毎に分類した。

評価がされた主体を大まかに分類すると、下記のようになった。

表 23 記述のされた評価対象主体

評価対象主体	記述数
特許流通アドバイザー	9
支援先紹介者、ビジネス市出席者等	10
自分自身(発表者)	6
ビジネス市開催者	4

#### a. 特許流通アドバイザーに対する評価

##### ① 概要

特許流通アドバイザーに対する評価には、下記のようなものがあった。案件について広く情報発信をしてくれたことに対して評価をする意見が多く見られた。

表 24 特許流通アドバイザーに対する評価 概要

内容	回答数
案件の紹介、情報発信をしてくれた	8
案件を具体的に把握してくれた	2
フォローアップをしてくれた	1
N	9

特許流通アドバイザーに対する評価

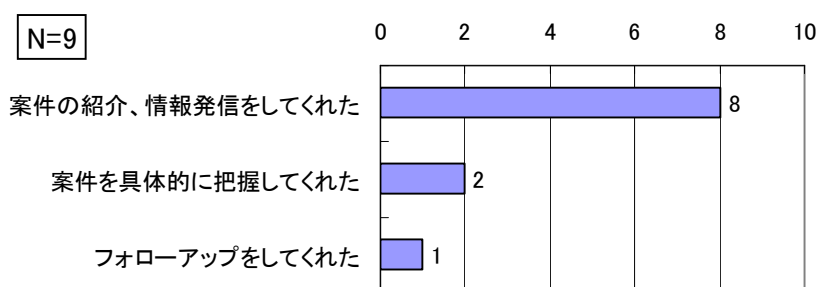


図 28 特許流通アドバイザーに対する評価

② 詳細

特許流通アドバイザーに対する評価は、具体的には下記のように記述されていた。

表 25 特許流通アドバイザーに対する評価 詳細

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
0	ライセンス契約先を紹介して頂いた方々（流通 AD）	本技術を全国的に PR して頂いたこと。流通促進事業の HP に掲載して頂いたこと。	*
1	特許流通アドバイザー	案件内容を具体的に把握した	*
1	特許流通アドバイザー	ライセンス先を紹介してくれた	
2	ビジネス市に出席された流通アドバイザー	自社のシーズを相手方に紹介してもらえた	
2	ビジネス市に出席された流通アドバイザー	当社シーズを紹介してもらった	
2	特許流通アドバイザー（特許ビジネス市開催者）	全国の特許流通アドバイザーと情報交換可能なこと	
2	特許流通アドバイザー	具体的な案件を把握して紹介	*
5	特許流通アドバイザーが	3.（資金協力先の申し出・紹介者）又は 4.（事業化支援の申し出・紹介者）となるべき企業に情報提供をしていく	
5	ライセンス契約先との仲介を同地区の特許流通 AD が	仲介、後日のフォローアップ、他	

\* 「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\* 「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

b. 支援先紹介者、ビジネス市出席者等に対する評価

① 概要

表 26 支援先紹介者、ビジネス市出席者等に対する評価 概要

内容	回答数
ライセンス先等企業の紹介、仲介をしてくれた	7
支援の意欲があった	2
新たな発表の場を提供してくれた	1
N	10

支援先紹介者、ビジネス市出席者等に対する評価

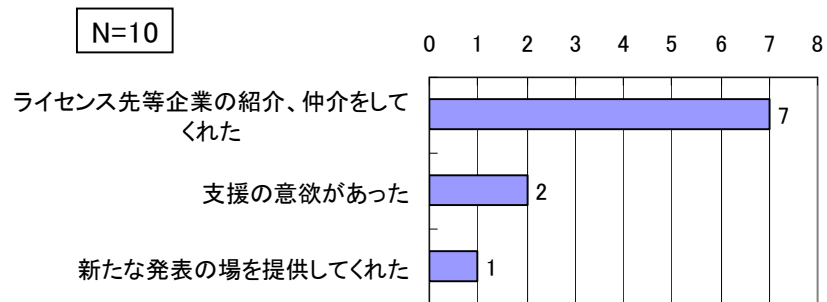


図 29 支援先紹介者、ビジネス市出席者等に対する評価 概要



② 詳細

表 27 支援先紹介者、ビジネス市出席者等に対する評価 詳細

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
1	支援先紹介者	相手先の意向を確認してくれた事	
1	特許ビジネス市への招聘金融機関	特許ビジネス市への招聘金融機関がライセンス先企業を紹介してくれた。金融機関がライセンス先企業と取引関係にあり、企業ニーズを把握していた。	*
2	支援先紹介者、特許流通アドバイザー他	共同開発先候補との会合の場の設定、また、その場のアドバイスをしていた。	
2	共同研究を紹介してくれた、特許ビジネス市出席者	ご自身のネットワークで案件紹介をして下さった点	
1	社内の同僚にライセンス契約候補先を紹介してくれた、特許ビジネス市出席者	こちらが知らない企業に特許を紹介してくれ、ライセンスの機会を与えてくれた努力を評価する。	*
0	ビジネス市出席者	「なんとか支援をしたい」という意欲が感じられた	*
1	出席者	新たな市場につながる相手先を紹介された	
2	特許ビジネス市出席者	共同して用途開発をやっていくこと	
5	特許ビジネス市出席者	特許ビジネス市出席者が、企業を集めた場をつくり、発表の機会を与えてくれた。企業を集めた場は、その発表以後も他の特許の発表の場として継続できている。	
2	特許ビジネス市のチラシを見た企業	新しい企業とのつながりができた	

\* 「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\* 「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

c. 自分自身（発表者）に対する評価

① 概要

自分自身(発表者)に対する評価には、下記のようなものがあった。

表 28 発表者に対する評価 概要

内容	回答数
発表・説明の機会ができた	3
準備等により現状把握ができた	2
紹介者が相手先と頻繁に接触してくれる	1
N	6

自分自身(発表者)に対する評価

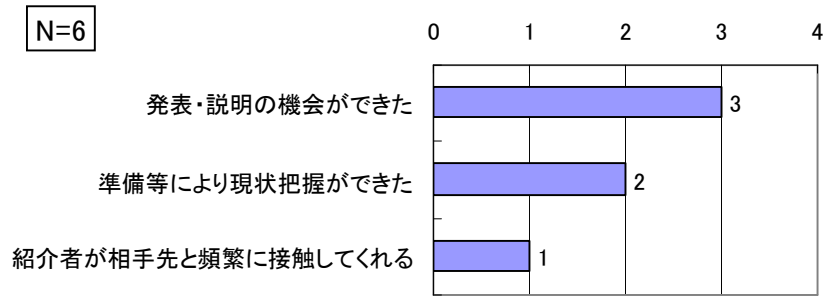


図 30 発表者に対する評価 概要

② 詳細

表 29 発表者に対する評価 詳細

支援の種類	誰が	何を(したことを評価する)	AD
0	自分自身	シーズを発表し、当業界の評価を受ける機会として貴重である。	*
0	自分自身	特許についての説明をする場の提供	
0	自分自身	特許ビジネス市に出展するための事前調査(とくに市場、技術分野)による流通の現状を把握できた。	
1	自分自身	紹介者が相手先と何度もコンタクトの労をとってくれている	*
0	ビジネス市に出席できて	不特定多数の人に技術を紹介できた	
1	ライセンサー (*回答者:特許アドバイザー)	プレゼン資料の作成を通して、市場性、対象地域、等の特性を把握した。	*

\*「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\*「支援の種類」は次の 5 種から選択: 0. 支援は受けていない; 1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介; 2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介; 3. 資金協力先の申し出・紹介; 4. 事業化支援の申し出・紹介; 5. その他(具体的に)

d. ビジネス市開催者に対する評価

① 概要

表 30 ビジネス市開催者に対する評価 概要

内容	回答数
発表・説明の機会を与えてくれた	2
シーズのマッチングを検討してくれた	2
N	4

ビジネス市開催者に対する評価

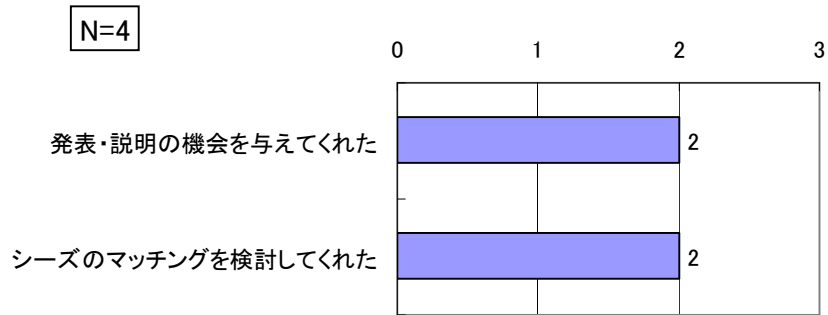


図 31 ビジネス市開催者に対する評価 概要

② 詳細

表 31 ビジネス市開催者に対する評価 詳細

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
2,5	ビジネス市事務局	当社シーズのマッチングを検討していただいた(会社へのメールなど)	
2	特許ビジネス市開催者	学会とは異なる一般者への技術紹介という今までになかった場を提供してくれた	
0	特許ビジネス市関係者	発表のチャンスを与えて頂けた事	*

\*「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\*「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

(2) 改善すべき点

(N=24)

改善すべき点については、24 社による記述があった。

表 32 改善すべき点を指摘された主体

改善すべき点を指摘された主体	記述数
紹介者、招聘者	6
ビジネス市開催者	6
自分自身(発表者)	14
その他	2

a. 紹介者、招聘者等の改善すべき点

① 概要

紹介者、招聘者等に対しては、下記のような点が指摘された。主に、特許ビジネス市開催後に、実際の支援を希望する声が多い。

表 33 紹介者、招聘者等の改善すべき点 概要

内容	回答数
実際の支援を行うべき	6
督促、フォローを行うべき	2
N	6

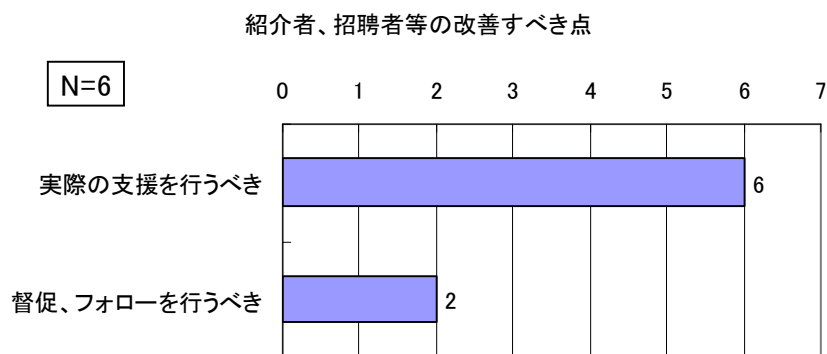


図 32 紹介者、招聘者等の改善すべき点 概要

② 詳細

表 34 紹介者、招聘者等の改善すべき点 詳細

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
0	ビジネス市の参加者（紹介者）の投票者	ライセンス先紹介、事業化支援などに投票があったが、何ら支援がなかった。投票はリップサービスだったのか？	*
0	支援先紹介者	ビジネス市開催時は色々考えるが、終了すると後のフォローをしてくれない。発表した技術を本当に必要な人に紹介していない。	
0	支援提供者、支援先紹介者	支援協力者に対し、督促をすべきであった	
5	招聘者	具体的に、ライセンス先や共同開発先を紹介したいとの評価をしていただいたが、実際に紹介をして欲しかった	
5	招聘者	評価してもらった招聘者に、実際にマッチングを行って欲しかった	
5	招聘者	具体的にライセンス先や共同開発先を紹介したいとの評価をして頂いたが、実際に紹介をして欲しかった	

\* 「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\* 「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

b. ビジネス市開催者の改善すべき点

① 概要

ビジネス市開催者に対しては、下記のような点が指摘された。特許ビジネス市の広報活動の向上、継続的な支援を求める声が多い。

表 35 ビジネス市開催者の改善すべき点 概要

内容	回答数
イベントの宣伝をもっとすべき	2
支援の持続性を確保すべき	3
実例の紹介をすべき	1
N	6

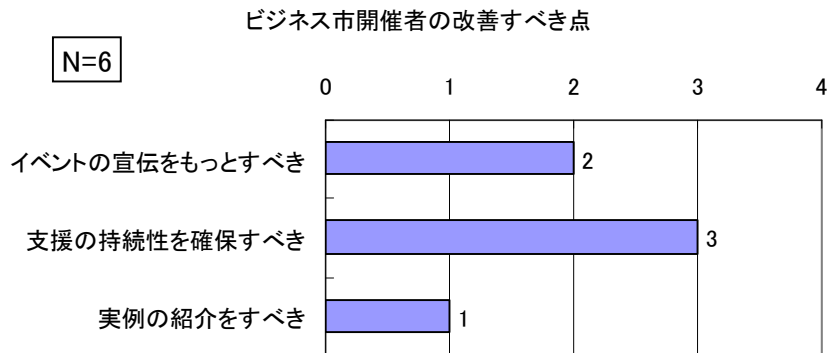


図 33 ビジネス市開催者の改善すべき点

② 詳細

表 36 ビジネス市開催者の改善すべき点 詳細

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
1	特許ビジネス市開催者	参加者が非常に少なかったので、もっと興味がある人が集まるよう PR して欲しかった。	*
1	開催者	実績のある案件を実例をつけて紹介すべきだ	*
2	開催者	実績ある案件の 2nd、3rd ライセンシーの発掘	*
2	特許ビジネス市開催者	もっと、イベント自体の宣伝が必要と思う。また、案件数も増やし、カテゴリー毎に分ける等、聴講者の便宜を図ると効果が上がるのではないか？	
5	特許ビジネス市開催者	発表者側から、会場で評価してくれた企業に対して、接触する方法、手段を考えるべき	
5	特許ビジネス市の手法	同一案件に対する支援の持続性に欠ける。	*

\* 「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\* 「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

c. 自分自身（発表者）の改善すべき点

① 概要

表 37 発表者の改善すべき点 概要

内容	回答数
積極的な接触をすべき	5
発表内容、説明方法を改善すべき	5
発表後の対応を向上すべき	3
技術・シーズ自体を向上すべき	1
N	14

自分自身(発表者)の改善すべき点

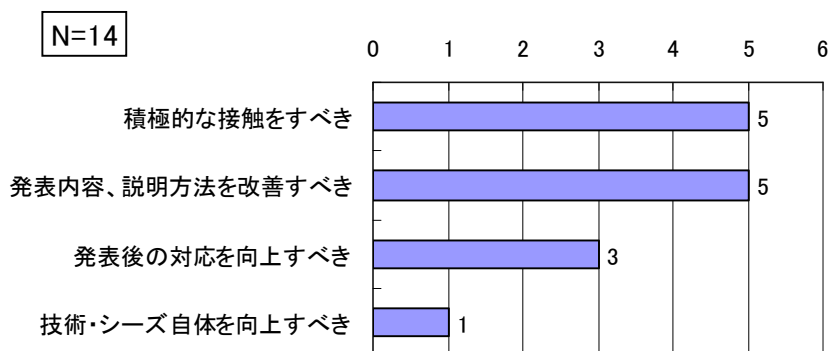


図 34 発表者の改善すべき点 概要

② 詳細

表 38 発表者の改善すべき点 詳細

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
0	自分自身	もう少し、一般受けする技術を紹介すべきであった	*
0	自分自身	シーズ自体に改善の余地がある	*
0	自分自身	サンプル提出先に対してもう少し積極的なアプローチを行えばよかった。	
0	自分自身	具体的な効果を数値で明確に説明できれば良かった。	
0	特許権者	新規用途を提案すべきだった	*
1	自分自身	相手先が遠方のため、十分な話し合いができない	*
1	自分自身	サンプル提供にすぐに対応可能な状況であればまた違った結果になっていたと思われる。	
1	自分自身	評価のための試作機を準備すべきだった。（ただし、2～300万必要）	
2	自分自身	有望なビジネスプランを提示できなかった	
2	自分自身	当社ビジネスの有望性を含め、具現化できるための事業計画を十分に説明できなかった。	
5	自分自身	自ら、招聘者とのコンタクトを試みた方がよかった	
5	自分自身	自ら、招聘者とのコンタクトを試みた方がよかった	
5	自分自身	自ら、招聘者とのコンタクトを試みた方がよかった	
5	発表した本人	関連シーズをよりこれに直接携わる業者へPRできればと思われる	

\*「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\*「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

d. その他の回答

表 39 その他改善すべき点

支援の種類	誰が	何を（したことを評価する）	AD
1		相手先紹介だけでなく、相手先に応じた資金や技術の支援先と共同した取組みが必要だった	
0		（残念ながら、実例ありませんでしたので、どのように改善すべきか判りません）	

\*「AD」欄に「\*」のある案件は、特許流通アドバイザーによる回答

\*「支援の種類」は次の 5 種から選択：0. 支援は受けていない；1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介；2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介；3. 資金協力先の申し出・紹介；4. 事業化支援の申し出・紹介；5. その他（具体的に）

### 3-2-4 問 4 特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた支援

#### 問 4 特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた支援

発表された当該技術に関して、特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた全ての支援について、可能な範囲でなるべく具体的にお答えください。

#### (1) 問 4-1 ライセンス先申し出・紹介について

#### 問 4-1 ライセンス先の申し出・紹介を受けましたか？

##### a. ライセンス先申し出・紹介の有無

特許ビジネス市での発表と関わりなくライセンス先の申し出・紹介を受けた案件数は 11 件であり、特許ビジネス市の発表を契機としてライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた案件数(12 件)とほぼ同数である。

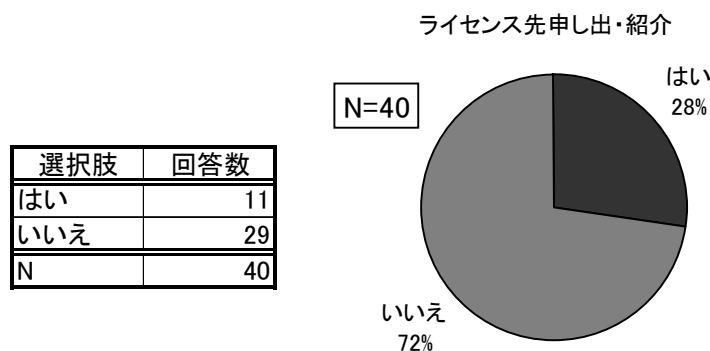


図 35 ライセンス先の申し出・紹介の有無

##### b. ライセンス先申し出・紹介の具体的内容

###### ① 概要

問 4 で「はい」と回答した回答者が、複数の案件についてライセンス先申し出・紹介の具体的内容を記述した。その内容を大まかに分類すると、図 36 のようになる。回答者の記述の中には、同じ案件に関しても複数の要素が記述されていることから、最も状態の進展した内容を対象として集計した。

実施契約締結にまで至ったのは 5 件あり、うち 1 件は販売を予定するまでに至っている。また、1 案件で複数の実施契約を締結した例の記述もあった(表 42 参照)。



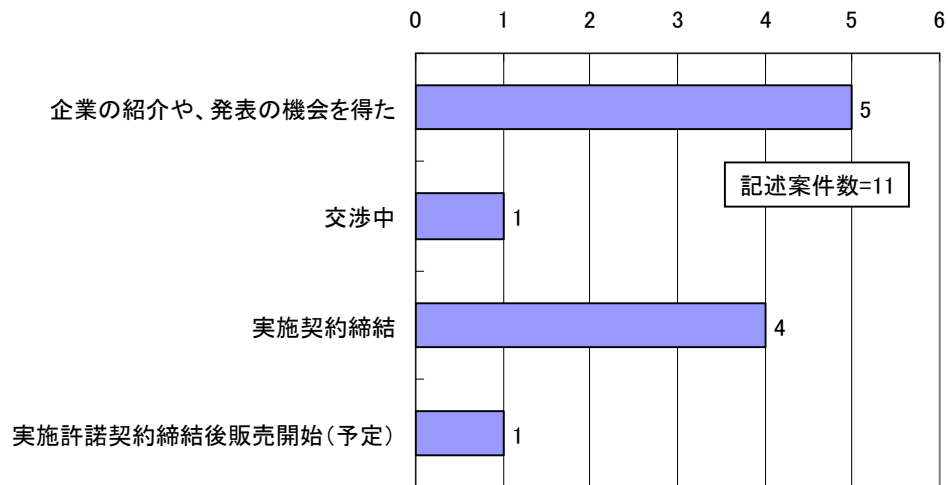


図 36 ライセンス先申し出・紹介の具体的内容

② 具体記述内容詳細

実際の記述内容を下記に示す。

1) 企業の紹介や、発表の機会を得た

表 40 「企業の紹介や発表の機会を得た」 具体的記述

年度	記述内容
16	特許に関する企業を集めての説明会を設定してくれた。
16	特許流通アドバイザーより〇県内で行われた業者の会合があることを紹介され、発明者によるプレゼンと懇談の機会が得られた。
16	特許流通 AD から、導入希望の紹介を受けた。
17	新規事業を予定している海外の会社から、品用のサンプルセットを要求されているが、試作本数多く、対応できていない。
16	成約案件は大半がライセンシー居住地区の特許流通アドバイザーである。

2) 交渉中

表 41 「交渉中」の具体的記述

年度	記述内容
17	数社とライセンス交渉中です。

### 3) 実施契約締結

表 42 「実施契約を締結した」 具体的記述

年度	記述内容
16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・秘密保持契約締結 8 件(ライセンス契約に至らないもの)</li> <li>・オプション契約を締結した</li> <li>・通常実施権契約締結 4 件</li> </ul>
15	<ul style="list-style-type: none"> <li>・〇県の会社から平成 15 年 12 月に実施許諾の申し込みがあり、実施期間を 16 年 2 月～平成 16 年 12 月とする実施契約を締結したが、販売にはいたらなかった。</li> <li>・〇県の会社から平成 17 年 3 月に実施許諾の申し込みがあり、実施期間を平成 17 年 3 月平成 19 年 3 月とする実施契約を締結しているが、サンプル出荷のみの状況である。</li> </ul>
16	〇県の特許流通アドバイザーよりライセンシー候補の紹介を受けて、成約までサポートを得た。
16	特許流通 AD に要望し、ライセンス先候補企業・組合に対し全国規模で訪問・紹介・サポートして戴いている。その活動で新たに 2 件ライセンス契約締結。

### 4) 販売開始（予定）

表 43 「販売開始（予定）」 具体的記述

年度	記述内容
16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライセンス中</li> <li>・オプション契約を締結し、マーケティング中</li> <li>・〇県の企業より、平成 19 年 4 月より販売開始(ライセンス)</li> </ul>

#### (2) 問 4-2 譲渡の申し出・紹介について

問 4-2 譲渡の申し出・紹介を受けましたか？

特許ビジネス市での発表と関わりない活動から譲渡の申し出・紹介を受けた回答者はいない。

表 44 譲渡の申し出・紹介の有無

選択肢	回答数
はい	0
いいえ	40
N	40

(3) 問 4-2 共同開発・用途開発先の申し出・紹介について

問 4-3 共同開発・用途開発先の申し出・紹介を受けましたか？

a. 共同開発・用途開発の申し出・紹介の有無

共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた回答者は、約3分の1であり、13件である。これは、特許ビジネス市を契機とした申し出・紹介案件数の11件よりも若干多いが、ほぼ同じである。

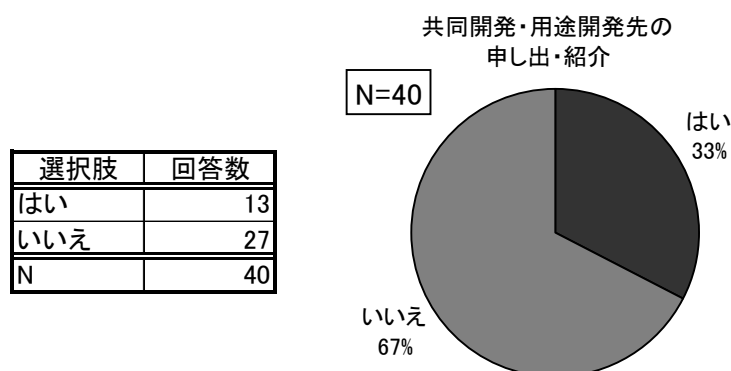


図 37 共同開発・用途開発先の申し出・紹介の有無

b. 共同開発・用途開発先の申し出・紹介に関する具体的記述

① 概要

共同開発・用途開発先の申し出・紹介に関する具体的記述をおおまかに分けると、次のようなものがあつた。記述のあつた12案件のうち、5件が共同開発の契約締結をしたり、実際に共同開発を行ったりしている。1案件については、既に共同研究から成果が得られた。

回答者の記述の中には、同じ案件に関しても複数の要素が記述されていることから、最も状態の進展した内容を対象として集計した。

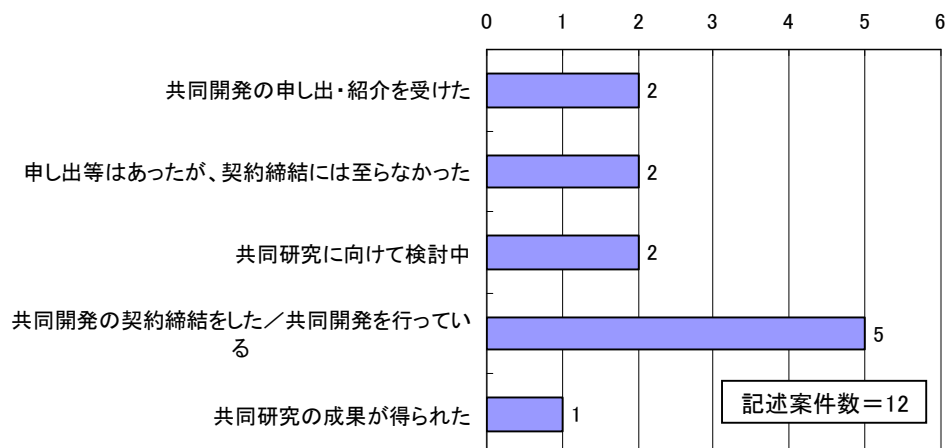


図 38 共同開発・用途開発先の申し出・紹介に関する具体的内容

② 具体記述内容詳細

1) 共同開発の申し出・紹介を受けた

表 45 「共同開発の申し出・紹介を受けた」具体的記述

年度	記述内容
15	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学と共同研究している中で、大学を通じて紹介を受けた</li> <li>・工業メッセ出展時に、先方の会社へ紹介された</li> </ul>
16	製品用として、導入希望企業から申し入れがあった。

2) 申し出等があったが、契約締結には至らなかった

表 46 「申し出等があったが、契約には至らなかった」具体的記述

年度	記述内容
16	特許流通アドバイザーが紹介した企業から、本件特許にプラスαした内容の共同開発の申し出を受けた。しかし、単独で出来たので、共同開発は断りライセンスの申し出を行なったが、一時金が折り合わず合意に至らなかった。
16	企業にサンプル提供したが、ニーズと合致せず、中断した。

3) 共同研究に向けて検討中

表 47 「共同研究に向けて検討中」 具体的記述

年度	記述内容
17	素材の高耐久性及び寸法安定性を要求される部材について紹介を受けた。引き続き検討中。
17	○大学○センターの紹介を受け、現在共同研究開発についての可能性を検討しています。

4) 共同開発の契約締結をした／共同開発を行っている

表 48 「共同開発の契約締結をした／共同開発を行っている」 具体的記述

年度	記述内容
15	当社による原料販売を行っているので、そのサンプル提供先との共同開発は行われている
16	当社による原料販売を行っているので、そのサンプル提供先との共同開発は行われている。
17	当社による原料販売を行っているので、そのサンプル提供先との共同開発は行われている。
16	共同研究契約締結 5 件
17	○大学で研究題材としている。○企業でも研究している。

\*上 3 件は同回答者、別案件

5) 共同研究の成果が得られた

表 49 「共同研究の成果が得られた」 具体的記述

年度	記述内容
16	○社と共同研究し、成果を展示会で発表した。中央官庁の補助金事業で実施

(4) 問 4-4 資金協力の申し出・紹介について

問 4-4 資金協力（融資、出資等）の申し出・紹介を受けましたか？

特許ビジネス市以外の機会でも、資金協力の申し出・紹介を受けた回答者はいない。

選択肢	回答数
はい	0
いいえ	40
N	40

図 39 資金協力の申し出・紹介の有無

(5) 問 4-5 事業化支援の申し出・紹介について

問 4-5 事業化支援の申し出・紹介を受けましたか？

事業化支援の申し出・紹介を受けた回答者は 1 社である。一方、特許ビジネス市を契機として事業課支援の申し出・紹介を受けた案件は全くなかった。

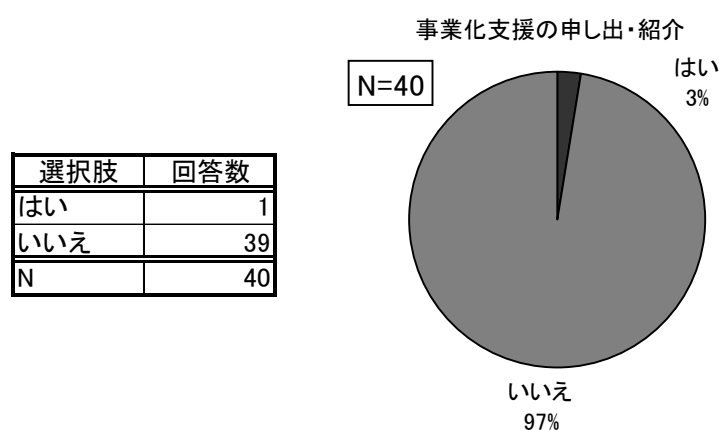


図 40 事業化支援の申し出・紹介の有無

表 50 「事業化支援の申し出・紹介」の具体的記述

年度	記述内容
16	JST 顕在化事業への申請

3-2-5 問 5 その他

問 5 その他、特許ビジネス市に関するご意見がございましたらお答えください。

(1) 概要

その他の自由記述には、17 件の記述があった。「非常に効果的な制度である」、「引き続き開催してほしい」等、肯定的な評価となる記述がみられた(6 件)。

一方で、特許ビジネス市開催前、開催時、開催後等での情報の発信方法等に向上を望む内容が多く見られた。発表分野に関心のある企業や支援者に効果的に情報を届け、対話ができるような制度が望まれているようである。例えば、気軽に立ち寄れる展示ブースの設置、ウェブ等の媒体による広範な情報発信等が好ましいのではないかという意見が見られた。

## (2) 具体的記述

### a. 分類

自由記述の内容を、複数の項目に分類すると、次のようになった。

表 51 自由記述分類概要

項目	記述数	比率
効果的な制度である／今後も期待したい等、評価	6	33.3%
発表方法の工夫が必要(媒体の多様化等)	6	33.3%
事前の情報発信の向上が必要	5	27.8%
事後の情報発信、フォロー等が必要	3	16.7%
発表分野と来場者の関心が一致するような集客が重要	6	33.3%
(ビジネス市での評価が高くて)成約に至らない	5	27.8%
その他	2	11.1%
記述数	17	

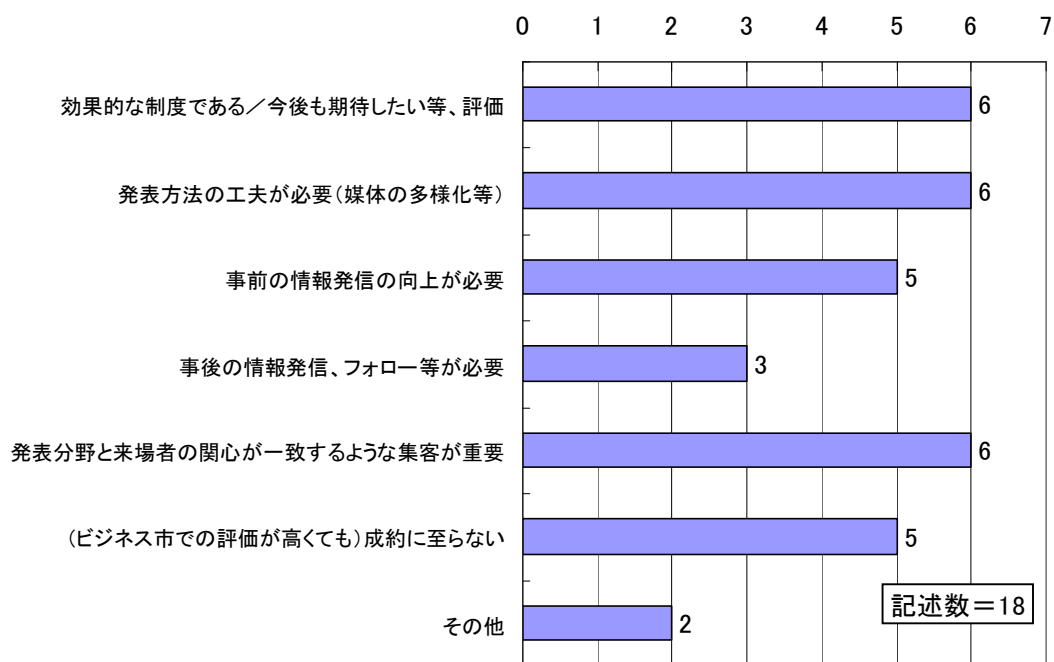


図 41 特許ビジネス市に関するご意見 概要

### b. 具体記述詳細

実際に記述されていた内容は下記のようなものだった。

表 52 「効果的な制度である／今後も期待したい等、評価」 具体的記述

年度	記述内容
15	商談の数を増やし、成約の確立を上げる試みとして、効果はあると思います。更に、成約件数を上げるためには、成約に至らなかった原因を分析し、フォローが必要かと思います。
16	回を重ねるごとに熱気が出てきている。発表する特許を事前に PR して、ビジネス市にはその特許に関心を持ちライセンスを検討のために参加する状況まで高めておく必要があると感じています。
17	今回の案件は数件の引き合いがあったが、結果的に成約に至らなかった。本制度は案件紹介ツールとしては非常によく、発明協会による事前の市場調査をはじめ、ターゲットを絞った集客等、非常に効果的な制度である。
17	また呼んで下さい。
17	各ジャンルの専門家の方にプレゼン時アドバイスやいろいろな話(情報交換)ができたことは、とてもよい機会だと実感しました。今回の件では、テーマ的に実績につながりませんでしたが、また、全く別分野で活かせる案件の方でぜひトライしたいと思われました。ありがとうございました。
17	すばらしいイベントなので、ぜひ引き続き開催して下さい。より多くの企業、資金提供可能者(社)の参加を促進して下さい。特に海外企業、海外キャピタルへの宣伝に注力して下さい。

表 53 「発表方法の工夫が必要」 具体的記述

年度	記述内容
15	特許流通フェアなどと同じ日 or 期間に行い、発表を聞いた人が気軽にブースに立ち寄りコミュニケーションがとれる形態が良いかと考えます。(2003、2004 年の東京のように)。今回(2006 年)の流通フェアでも発表の機会がありましたが、認知されておらず、もったいないように思われた。
16	03 年、04 年の東京で行われたように、発表と同時に展示ブースもあり、発表者が気軽に質問できる形の方が好ましいと考えます。
17	起業家向けに、特許の要点が誰にでも見られるように(普通の言葉で特許のポイントだけでも)データベース化したら良いと思う。
17	発表を聞いた人が気軽にブース立ち寄りコミュニケーションがとれる形態が良いかと考えます
17	<ul style="list-style-type: none"> <li>招待者の企業名、担当、興味のある分野等を発表者に開示して欲しい。</li> <li>プレゼンでは開発者としての考え方、技術内容は伝えたいと思いますが事業化に当たっては相手企業との会話は不可欠だと思いますので、質疑応答の時間をもう少し長く、また展示ブースでの工夫が必要(反省)</li> </ul>
17	発表のスタイルなどについて、口頭発表するだけでなく、発表内容を記録し、紙媒体、Web などで広報すればより効果的。現状では会場に着席して聴講した人にしか伝わらない。 聴講者が直接の技術開発担当者、研究者でなく、人の間に入るタイプの人が多かったように思う。一長一



年度	記述内容
	<p>短はあると思うが、専門性の近い人にも聴講してほしい。</p> <p>率直な感想として、大勢の庇護(商社、代理店、コンサルタント etc)がブローカー的に間に入ると、仕事をやりにくく感じる。インターネットなどを通してマッチングし、技術の供給元と需要先が直接、話をできるような形態が望ましい。</p> <p>他の展示会などでも発表しているので、どれが特許ビジネス市を端緒としているかがわかりにくい、ということも付言しておく。</p>

表 54 「事前の情報発信の向上等が必要

年度	記述内容
16	<p>回を重ねるごとに熱気が出てきている。発表する特許を事前に PR して、ビジネス市にはその特許に関心を持ちライセンスを検討のために参加する状況まで高めておく必要があると感じています。</p>
16	<p>発表の手間の割には、引き合いや紹介件数が少ないのが課題である。評価コメントを戴ける方よりも、発表案件を企業に紹介していただける方を招聘者としてほしい。</p> <p>また、発表案件に関心のある企業の出席者が少ないのも大きな問題である。集客の方法に工夫が必要である。</p>
16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネス市で具体的には出席された方々で特許流通アドバイザーからのライセンシー紹介が主。</li> <li>・メインの招待者からの紹介はない。</li> <li>・可能なら、技術分野別のビジネス市とし、事前発表シーズの公報(PR)をし、関連シーズ聴講要望者の参画が望ましい。</li> </ul>
17	<ul style="list-style-type: none"> <li>・招待者の企業名、担当、興味のある分野等を発表者に開示して欲しい。</li> <li>・プレゼンでは開発者としての考え方、技術内容は伝えたいと思いますが事業化に当たっては相手企業との会話は不可欠だと思いますので、質疑応答の時間をもう少し長く、また展示ブースでの工夫が必要(反省)</li> </ul>
17	<p>発表内容についての指示はあったが、事前に来場者の属性(公的研究機関、メーカー、投資家等)が不明だったため、発表内容の精査、絞り込みができませんでした。参加者、来場者のお互いにとって有効な場にするためにも、事前情報の発信をお願い致します。</p>

表 55 「事後の情報発信、フォロー等が必要」 具体的記述

年度	記述内容
15	商談の数を増やし、成約の確立を上げる試みとして、効果はあると思います。更に、成約件数を上げるためには、成約に至らなかった原因を分析し、フォローが必要かと思います。
17	発表のスタイルなどについて、口頭発表するだけでなく、発表内容を記録し、紙媒体、Webなどで広報すればより効果的。現状では会場に着席して聴講した人にしか伝わらない。 聴講者が直接の技術開発担当者、研究者でなく、人の間に入るタイプの人が多かったように思う。一長一短はあると思うが、専門性の近い人にも聴講してほしい。 率直な感想として、大勢の庇護(商社、代理店、コンサルタント etc)がブローカー的に間に入ると、仕事をやりにくく感じる。インターネットなどを通してマッチングし、技術の供給元と需要先が直接、話をできるような形態が望ましい。 他の展示会などでも発表しているので、どれが特許ビジネス市を端緒としているかがわかりにくい、ということも付言しておく。
17	発表資料がHPに掲載されたかと思いますが、最終ページにメールアドレスを記載したことで、SPAMメールが増えるようなことは考えられますでしょうか？

表 56 「発表分野と来場者の関心が一致するような集客」 具体的記述

年度	記述内容
16	発表の手間の割には、引き合いや紹介件数が少ないのが課題である。評価コメントを戴ける方よりも、発表案件を企業に紹介していただける方を招聘者としてほしい。 また、発表案件に関心のある企業の出席者が少ないのも大きな問題である。集客の方法に工夫が必要である。
16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネス市で具体的には出席された方々で特許流通アドバイザーからのライセンサー紹介が主。</li> <li>・メインの招待者からの紹介はない。</li> <li>・可能なら、技術分野別のビジネス市とし、事前発表シーズの公報(PR)をし、関連シーズ聴講要望者の参加が望ましい。</li> </ul>
17	今回の案件は数件の引き合いがあったが、結果的に成約に至らなかった。本制度は案件紹介ツールとしては非常によく、発明協会による事前の市場調査をはじめ、ターゲットを絞った集客等、非常に効果的な制度である。
17	<ul style="list-style-type: none"> <li>・招待者の企業名、担当、興味のある分野等を発表者に開示して欲しい。</li> <li>・プレゼンでは開発者としての考え方、技術内容は伝えたいと思いますが事業化に当たっては相手企業との会話は不可欠だと思いますので、質疑応答の時間をもう少し長く、また展示ブースでの工夫が必要(反省)</li> </ul>

年度	記述内容
17	発表内容についての指示はあったが、事前に来場者の属性(公的研究機関、メーカー、投資家等)が不明だったため、発表内容の精査、絞り込みができませんでした。参加者、来場者のお互いにとって有効な場にするためにも、事前情報の発信をお願い致します。
17	すばらしいイベントなので、ぜひ引き続き開催して下さい。より多くの企業、資金提供可能者(社)の参加を促進して下さい。特に海外企業、海外キャピタルへの宣伝に注力して下さい。

表 57 「(特許ビジネス市での評価が高くて) 成約に至らない」 具体的記述

年度	記述内容
16	発表の手間の割には、引き合いや紹介件数が少ないのが課題である。評価コメントを戴ける方よりも、発表案件を企業に紹介していただける方を招聘者としてほしい。また、発表案件に関心のある企業の出席者が少ないのも大きな問題である。集客の方法に工夫が必要である。
16	本件については、発表後、まったく反応がなく、特許権者(発表者)は不快感を持つに至っています。(本質的には技術の用途展開ができなかったためと(アンケート回答者である特許流通アドバイザーは)考えていますが。)
17	今回の案件は数件の引き合いがあったが、結果的に成約に至らなかった。本制度は案件紹介ツールとしては非常によく、発明協会による事前の市場調査をはじめ、ターゲットを絞った集客等、非常に効果的な制度である。
17	各ジャンルの専門家の方にプレゼン時アドバイスやいろいろな話(情報交換)ができたことは、とてもよい機会だと実感しました。今回の件では、テーマ的に実績につながりませんでしたが、また、全く別分野で活かせる案件の方でぜひトライしたいと思われました。ありがとうございました。
17	当該特許は、特許ビジネス市の評価は高かったが、結果としては成約していない。特許権保有者である【発表者】が現在、ライセンスを受けないで実施している会社と係争中のため、新たなライセンス契約をストップしている状況であり、今回のアンケートに十分に対応できなかった。

表 58 その他 具体的記述

年度	記述内容
17	当該特許は、特許ビジネス市の評価は高かったが、結果としては成約していない。特許権保有者である【発表者】が現在、ライセンスを受けないで実施している会社と係争中のため、新たなライセンス契約をストップしている状況であり、今回のアンケートに十分に対応できなかった。
17	発表資料が HP に掲載されたかと思いますが、最終ページにメールアドレスを記載したことで、SPAM メールが増えるようなことは考えられますでしょうか？

### 3-2-6 問 6 確認・追加質問について

#### 問 6 確認・追加質問（インタビュー、電話・電子メール等による調査）について

今後、本調査ご回答結果について、当方より確認・追加質問等（インタビュー、電話・電子メール等による調査）に協力いただくことは可能ですか。

なお、確認・追加質問結果について企業名、お名前を公開することはありません。また、インタビュー調査の場合は調査担当者が訪問して1時間～1時間半程度お話を伺うものです。また、ご協力が可能と回答いただいた場合でも、すべての方に必ず確認・追加質問を行うことをお約束するものではありませんので、ご了承ください。

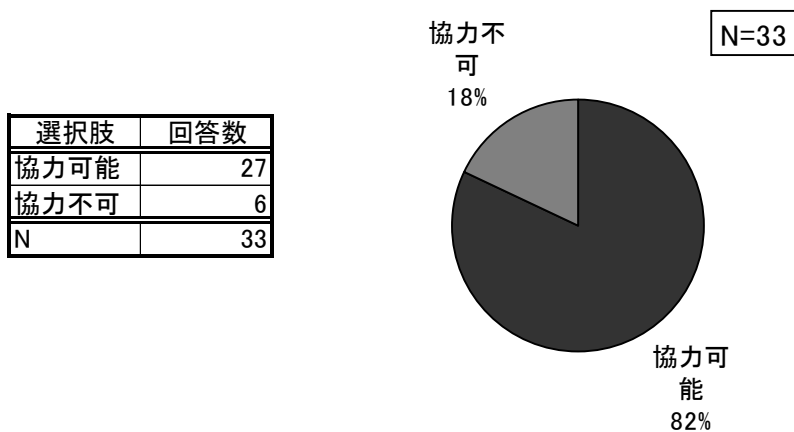


図 42 追加調査協力の可否

### 3-3 インタビュー調査概要

---

#### 3-3-1 インタビュー調査

##### (1) 調査目的

アンケート調査の結果に加えて、特許ビジネス市各発表案件の現状を把握するために必要な情報を入手することを目的とする。

##### (2) 調査対象

調査対象は、下記のような観点から抽出した。

- アンケート調査の内容から、さらに詳細を確認する必要がある案件をインタビュー調査の対象とした。
- 原則として案件発表者をインタビュー対象者とするが、必要に応じて支援提供者、支援先紹介者もインタビュー対象者とした。
- 特に、成功・失敗双方の側面から知的財産取引手法のベストモデルの検討に有用と思われる案件を抽出した。

抽出の結果、13 機関(17 案件分)に関して調査を実施した。

##### (3) 調査方法

調査対象とした 13 機関のうち、9 カ所に訪問調査、3 カ所に電話調査を行い、1 カ所から文書で回答を受領した。

##### (4) 質問項目

アンケートで回答された現状に応じて、次の質問をした。全対象者に対して共通調査項目について調査し、個別の案件の状況に応じて個別質問項目について調査した。

表 59 インタビュー調査の質問項目

<p>共通調査項目</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 特許ビジネス市を知った契機</li> <li>2. 特許ビジネス市での発表により期待した効果</li> <li>3. 発表に当たりブラッシュアップした技術やビジネスプランの内容</li> <li>4. 発表に当たって気をつけたポイント</li> <li>5. 特許ビジネス市発表前及び後に参加者に開示を希望する項目</li> <li>6. (発表者以外の)参加者についての印象</li> <li>7. 参加者による投票結果についての印象</li> <li>8. 発表当日の個別相談についての印象</li> <li>9. 発表後の当該技術に関する問い合わせ等の状況の変化</li> <li>10. 特許ビジネス市に対する全般的なご意見</li> </ol>										
<p>個別質問項目</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="272 707 323 891">1</td> <td data-bbox="323 707 1378 891"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援を受けるに当たって実施した支援者とのコンタクト時期・方法</li> <li>● 契約等の交渉から締結に至るまでに要した期間</li> <li>● 交渉に関して受けた支援</li> <li>● 交渉で難しかったポイント</li> <li>● 締結の決め手となったポイント</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="272 891 323 1003">2</td> <td data-bbox="323 891 1378 1003"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援を受けるに当たって実施した支援者とのコンタクト時期・方法</li> <li>● ライセンス/共同研究・用途開発等の交渉が成立しなかった理由(どうしていれば成立したと考えられるか)</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="272 1003 323 1115">3</td> <td data-bbox="323 1003 1378 1115"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品化に向けて受けた他者の支援や自社努力(他社支援を受けた場合にはビジネス市で取り入れるべき施策かどうか)</li> <li>● 特許ビジネス市での発表が、支援以外の点で製品販売・開発を進めた要因</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="272 1115 323 1149">4</td> <td data-bbox="323 1115 1378 1149"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 発表時における技術や事業プランに対する参加者の理解度</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="272 1149 323 1276">5</td> <td data-bbox="323 1149 1378 1276"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 当該技術の製品化に向けた開発予定</li> <li>● 特許ビジネス市での発表を契機とする開発計画等の変更</li> <li>● 特許ビジネス市での発表を契機として支援を受けられなかった理由</li> </ul> </td> </tr> </table>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援を受けるに当たって実施した支援者とのコンタクト時期・方法</li> <li>● 契約等の交渉から締結に至るまでに要した期間</li> <li>● 交渉に関して受けた支援</li> <li>● 交渉で難しかったポイント</li> <li>● 締結の決め手となったポイント</li> </ul>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援を受けるに当たって実施した支援者とのコンタクト時期・方法</li> <li>● ライセンス/共同研究・用途開発等の交渉が成立しなかった理由(どうしていれば成立したと考えられるか)</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品化に向けて受けた他者の支援や自社努力(他社支援を受けた場合にはビジネス市で取り入れるべき施策かどうか)</li> <li>● 特許ビジネス市での発表が、支援以外の点で製品販売・開発を進めた要因</li> </ul>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 発表時における技術や事業プランに対する参加者の理解度</li> </ul>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 当該技術の製品化に向けた開発予定</li> <li>● 特許ビジネス市での発表を契機とする開発計画等の変更</li> <li>● 特許ビジネス市での発表を契機として支援を受けられなかった理由</li> </ul>
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援を受けるに当たって実施した支援者とのコンタクト時期・方法</li> <li>● 契約等の交渉から締結に至るまでに要した期間</li> <li>● 交渉に関して受けた支援</li> <li>● 交渉で難しかったポイント</li> <li>● 締結の決め手となったポイント</li> </ul>										
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 支援を受けるに当たって実施した支援者とのコンタクト時期・方法</li> <li>● ライセンス/共同研究・用途開発等の交渉が成立しなかった理由(どうしていれば成立したと考えられるか)</li> </ul>										
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品化に向けて受けた他者の支援や自社努力(他社支援を受けた場合にはビジネス市で取り入れるべき施策かどうか)</li> <li>● 特許ビジネス市での発表が、支援以外の点で製品販売・開発を進めた要因</li> </ul>										
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 発表時における技術や事業プランに対する参加者の理解度</li> </ul>										
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 当該技術の製品化に向けた開発予定</li> <li>● 特許ビジネス市での発表を契機とする開発計画等の変更</li> <li>● 特許ビジネス市での発表を契機として支援を受けられなかった理由</li> </ul>										

## 4 特許ビジネス市の分析

### 4-1 特許ビジネス市の全体評価

過去の発表案件の現状から、特許ビジネス市事業の全体としての評価を行った。

#### 4-1-1 知的財産取引の実績

平成 15 年度、16 年度、17 年度発表案件(全 45 件)を対象としたアンケート調査に対して、約 89%(40 件)の回答が得られた。その後のインタビュー調査(17 案件分)と併せて、特許ビジネス市の知的財産取引の実績を以下にまとめる。

##### (1) 特許ビジネス市を契機とする各種支援状況

特許ビジネス市で発表したことを契機として、40 件中約 60%の 24 案件が何らかの支援(特許権のライセンス・譲渡、共同開発・用途開発、資金協力、事業化支援の申し出や紹介)を受けている。

特許ビジネス市で期待される各種支援は基本的に発表当日の交流を基本としたものであり、発表案件の半数以上がその交流の場から発生した支援を受けているという結果は、知的財産取引事業のイベントを醸成するという特許ビジネス市の目的を相当程度達成していると評価される。

支援の内容別に見ると、ライセンス・譲渡の申し出や紹介は 4 割、共同開発・用途開発の申し出や紹介は 3 割の案件が支援を受けているのに対して、資金協力、事業化支援についての支援を受けた案件はなかった。

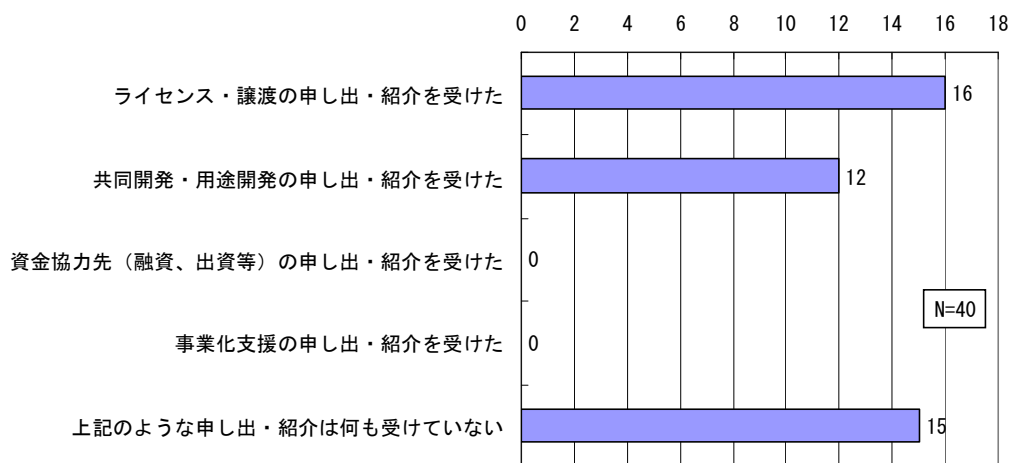


図 43 特許ビジネス市を契機とする各種支援状況(再掲)

## (2) 特許実施許諾、共同開発・用途開発の契約

特許実施許諾契約に至った案件は全体の約 38%に相当する、15 案件であった。そのうち、特許ビジネス市を契機として成約したものに限り 10 案件(計 13 契約)である。

また、特許ビジネス市を契機として共同開発・用途開発に至った案件は 4 案件(計 9 契約)であった。

ライセンス契約や共同開発・用途開発契約の成立に至るためには、ライセンサーの特許の内容やビジネスプランの優位性のみならず、ライセンシー側の事情(事業化のタイミング、資金力、販売力、技術力等)も大きな影響を及ぼす。こうした状況を鑑みると、特許ビジネス市を契機として、ライセンス契約について4割の案件が支援を受け、1/4の案件がライセンス成立したという結果は高く評価すべきであり、ライセンス成立の機会提供という特許ビジネス市のもう一つの目的を、相当程度達成していると評価される。

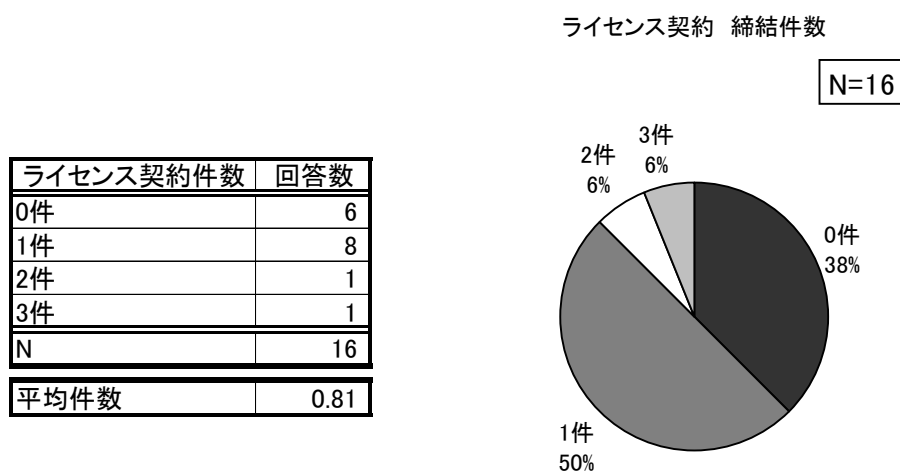


図 44 特許ビジネス市を契機として特許実施許諾契約に至った件数 (再掲)



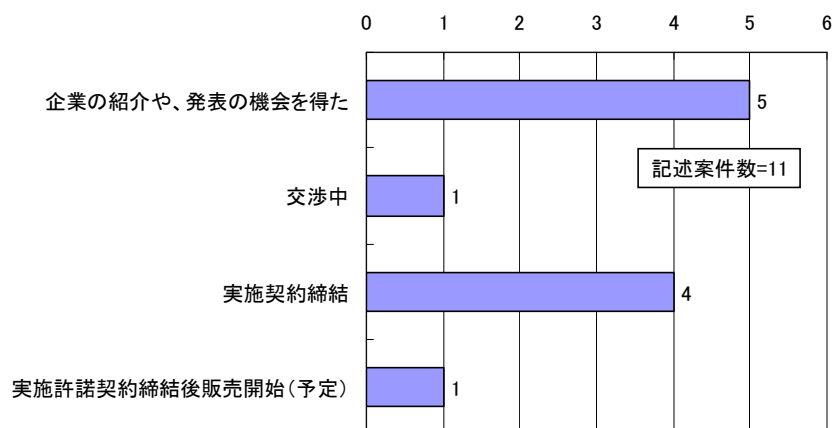


図 45 特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた支援（再掲）

#### 4-2 特許ビジネス市発表案件の評価

上記 3 で述べたフォローアップ調査結果を基にして、特許ビジネス市発表案件の分析を行った。

##### 4-2-1 成功度合いの定義

基本的な考え方として、「特許ビジネス市での発表を契機として受けることの出来た支援を活用し、かつ、その案件の現状(発表特許を活用した製品が販売された、製品化が進んだ、技術開発が進んだ等)の評価が高いもの＝成功度合いが高い案件」とした。

##### 4-2-2 評価指標の設定

###### (1) 特許ビジネス市発表後の案件の現状

発表された案件の現状	評価
発表後に当該特許を活用した製品の製造・販売を開始した	1(最高位)
発表後に当該特許を活用した製品の製品化が進んだ	2
発表後に当該特許を活用した技術開発が進んだ	3
協力相手と検討中	4
発表前と特に変わらない	5(最低位)

## (2) 特許ビジネス市での発表を契機とした支援の活用

支援状況	評価
成立※	1 (最高位)
交渉中	2
交渉したが不成立	3
申し出・紹介を受けたが交渉していない	4
申し出・紹介が無い	5 (最低位)

※支援の成立とは、ライセンス契約・譲渡契約の締結、共同開発・用途開発の実施（実施中包含む）、資金協力の受領、事業化支援の受領を意味する。

## (3) 案件の現状に対する特許ビジネス市での発表を契機とする支援の貢献度

特許ビジネス市での発表を契機とする支援の貢献度	評価
全て／ほとんど特許ビジネス市での発表を契機とする支援	1(最高位)
特許ビジネス市に関わりなく得られた支援とほぼ半々	2
全て／ほとんど特許ビジネス市に関わりなく得られた支援	3(最低位)

以上 3 つの項目に対する評価をもとに、特許ビジネス市での発表の成功度合いを評価する。

### 4-2-3 案件の評価

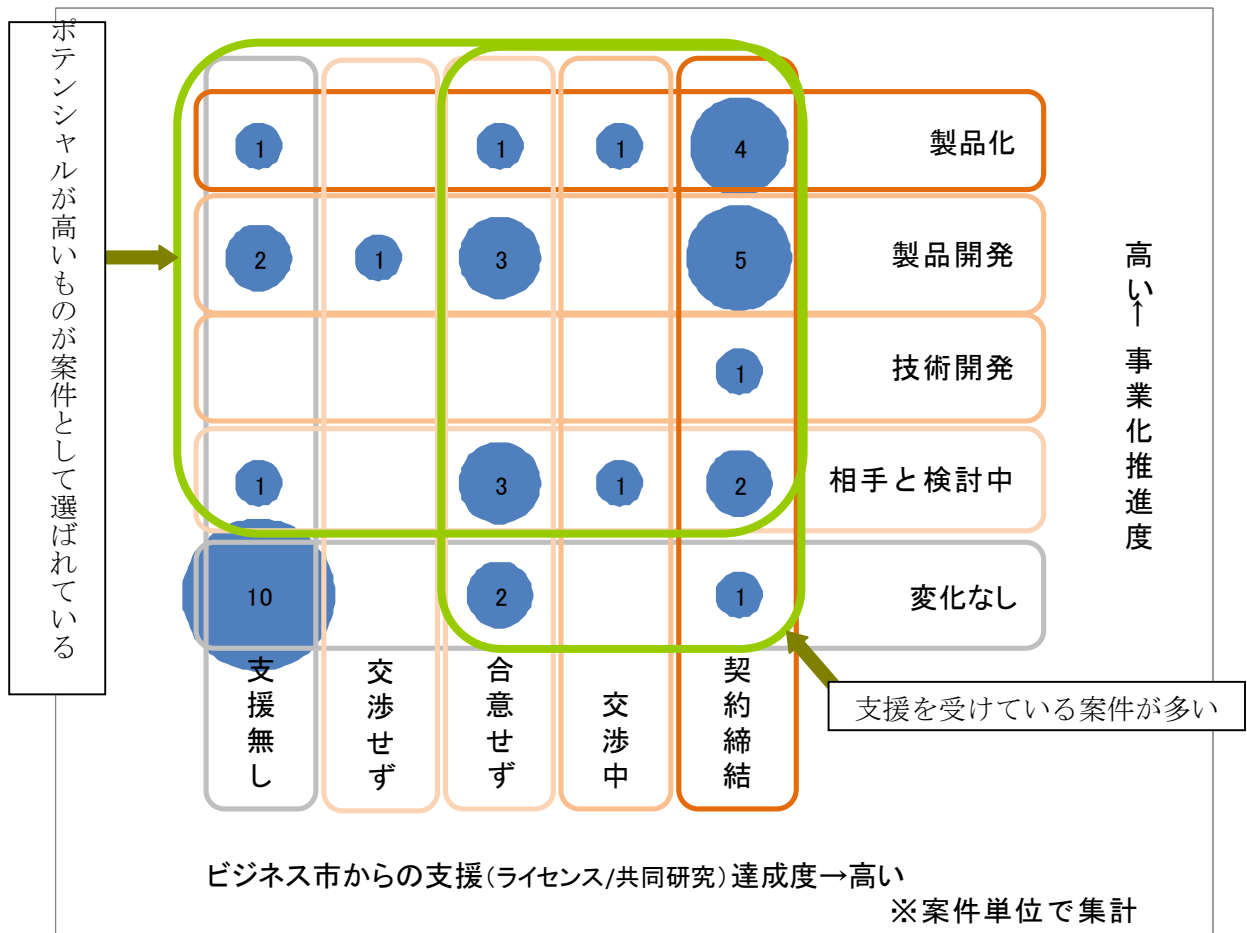
#### (1) 成功度合いの評価

特許ビジネス市発表案件の現状と特許ビジネス市での発表を契機とした支援の活用の関係をまとめると図 46 のように表すことができる。

##### a. 全体の評価

全体を見ると、特許ビジネス市からの支援が無く、事業化推進についても変化がなかった案件(10 案件)以外の 30 案件については、何らかの支援を受けたか、発表後に事業化が進んだことが伺える。

従って、発表された案件のうち、選考の段階で発表案件事業化が進むポテンシャルの高いものが選ばれている確率が高いと言える。また、発表対象として選ばれた案件は高い割合でビジネス市を契機とする支援を受けていると言える。



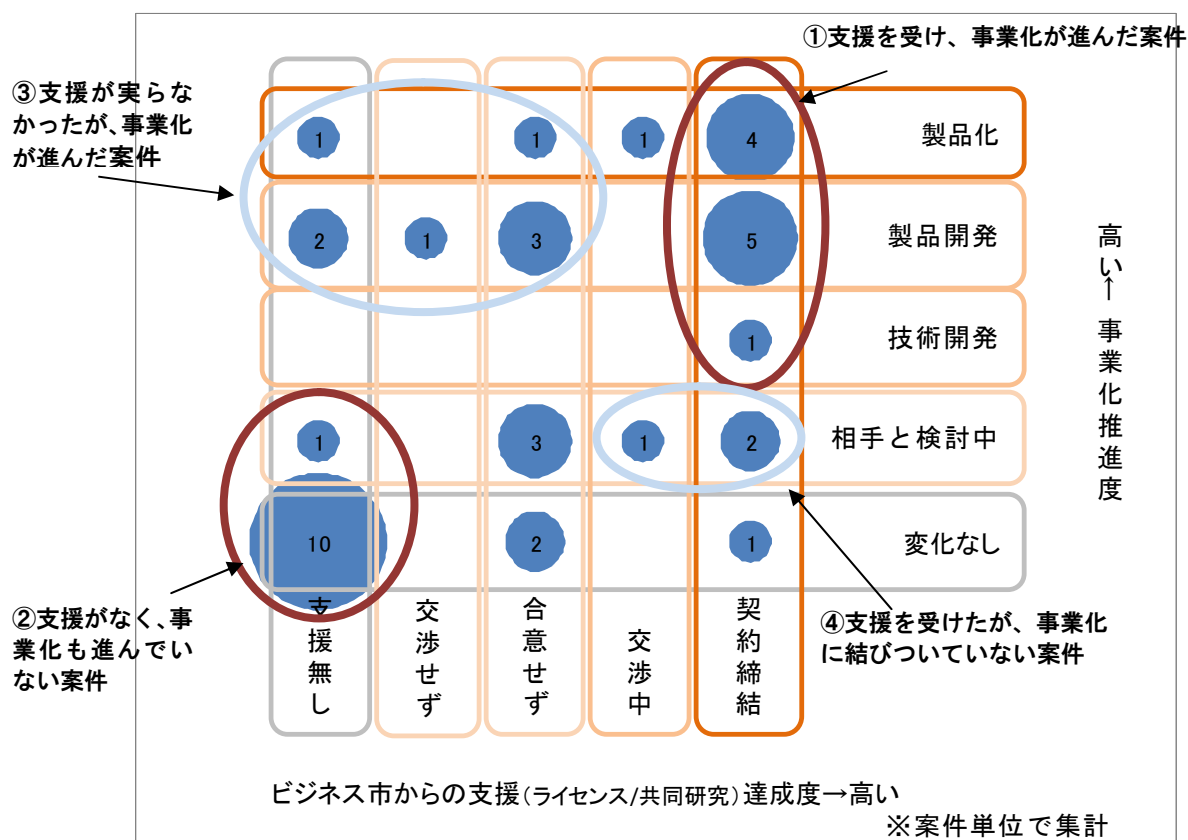
(丸の大きさは案件数を表す)

図 46 特許ビジネス市発表案件の現状と  
特許ビジネス市での発表を契機とした支援の活用の関係

## b. 事業化推進度とビジネス市からの支援達成度の関係

案件毎に、事業化推進度合いとビジネス市からの支援達成度合いの関係をみると、大きく以下の4つに分類することができる。

- ① 特許ビジネス市を契機とする支援を受けて、事業化が進んだ案件
- ② 特許ビジネス市を契機とする支援を受けず、事業化も進んでいない案件
- ③ 特許ビジネス市を契機とする支援は実らなかったが、事業化は進んだ案件
- ④ 特許ビジネス市を契機とする支援を受けたが、事業化に結びついていない案件



(丸の大きさは案件数を表す)

図 47 特許ビジネス市の発表案件ごとの偏り

上記分類に示される現状の要因について、アンケート調査及びインタビュー調査から以下に整理した。

## ① 支援を受け、事業化が進んだ案件

特許ビジネス市を契機として支援を受け、事業化が進んだ案件には以下の特徴がみられた。

### 1) 支援を有効に活用している

- 特許流通アドバイザー等による有効な支援を受けている
  - 特許流通アドバイザーによる全国規模でのPRや、流通促進事業のホームページでの情報発信等を高く評価している。
  - 特許流通アドバイザーが潜在的なライセンシーの仲介をはじめ、後日のフォローアップを高く評価している。
  - 特許保有者の負担になると思われたため、発表資料の作成、当日の発表を特許流通アドバイザーに担当してもらっている案件もある。また、売り上げ予測等の作成に当たり、発明協会からの支援を受けている。
- 自社の事業範囲外の市場については知識がなかったため、発明協会によるビジネスモデルの提案が役に立った。
- 発表後に特許ビジネス市ホームページに情報があるため、これを興味を持ってくれた企業に対して示すことにより、当該技術に対する信用を得やすくしている。
- 興味を持った企業の所在する他県の特許流通アドバイザー経由で紹介を受け、ライセンス契約が成立した。

### 2) 発表者自らが当該特許を活用したビジネスプランや取引に熱心に取り組んだ

- 発表者(企業知財部)では、日頃から単なる知的財産の管理事務にとどまらず、知財ポートフォリオの策定や、特許を活用したビジネスモデルを検討していた(経営トップが知財経営に理解があった)。
- 発表内容については技術面では開発者にヒアリングを実施しながらも、ビジネスモデルは主導的に作成した。
- 発表技術を活用したビジネスプランは、すでに開発のための補助金(科研費や県の補助金)を申請する段階で作っていた。
- 金融機関、ベンチャーキャピタルからの参加がある聞いていたので、売り上げ計画等、特に資金面での内容を盛り込んだ。
- すでに製品化している商品をブースに展示し、多くの参加者に興味を持ってもらえるように配慮した。
- ライセンシーの立場に立ったプレゼン資料の作成を心がけた。事業化の部分については可能性も含めて参加者に興味を持って聞いてもらえるような内容とした。

- 発表時点での試作品開発にあたり協力関係にある工場では、生産能力が限定されるため、それに必要な投資をできるところを探していた。したがって、大手メーカーをターゲットにした内容にした。

### 3) 特許ビジネス市以外でも自助努力

- 特許ビジネス市に参加する前からコンタクトのある会社と個別相談をしていた
- 技術面でクリアすべき課題について、地域の産業支援機関の紹介により、大学の先生と共同研究の可能性を模索している。そのための資金調達については地元の銀行の補助金制度を利用しようと考えている。
- ビジネス市に限らずいろいろな機会を利用して自社技術を積極的にアピールしている。こうした会社の技術は、特許流通アドバイザーの目にとまる機会も多く、内容の把握もできるので結果としてライセンス成立に結びつきやすい。
- 基本となる特許だけではなく、関連特許を数多く抑えることにより、特許流通に有利になるようにしている。

### 4) 発表技術を厳選している

- 特許ビジネス市で発表する際には自社特許の中から、比較的技術が完成しているもの、自社がビジネス展開していないもの、ライセンシー側で追加的な初期投資の負担の必要がないものを選んでいく。
- 大変の案件は特許流通アドバイザーが発表にふさわしい内容と判断したものであり、技術的にある程度優秀な案件が集まっている。

## ② 支援がなく、事業化も進んでいない案件

支援がなく、事業化も進んでいない案件には以下の特徴がみられた。

### 1) 発表した技術内容やプレゼンテーションの内容に改善の余地がある

- 一般的な理解が難しい技術内容であった。
- 具体的な効果を数値で明確に説明できればなおよかった。
- 発表に際して特に技術のブラッシュアップや、ビジネスプランを深度化して検討していなかった。

### 2) 発表後、興味のある人に対するアプローチが十分でなかった

- サンプルを提出した先に対してより積極的なアプローチをとるべきだった。
- 発表した技術を本当に必要とする人を紹介してもらえると期待していた。
- 発表時の投票で高く評価してくれた参加者に対して、接触する方法・手段がなか

った。

- ライセンス成約という成果に強い意気込みを持っていなかった。

### ③ 特許ビジネス市を契機とする支援が実らなかったが、事業化が進んだ案件

特許ビジネス市を契機とする支援が実らなかったが、事業化が進んだ案件には以下の特徴がみられた。

#### 1) 大企業の場合は自社努力により、中小企業の場合は特許流通アドバイザー等の支援を受けて、事業化を進めた

- (大企業)原料販売を自社で行っている関係で、そのサンプル提供者との共同開発が実施できた。
- (中小企業)特許流通アドバイザーが共同研究・補助金取得といった支援を独自に提供した。結果的に製品販売までたどり着いた。
- 特に製品パッケージデザイン等、商品化に関わる支援を受けた。
- 投票結果から判断して具体的な支援が得られるものと期待していた
- 投票ではライセンス先紹介、事業課支援等の可能性が提示されたが実際には支援がなかった。
- 評価してもらった参加者に実際にマッチングを行ってほしかった。自らコンタクトを試みるべきだった。

#### 2) 発表の機会が十分でなかった

- 参加者が非常に少なかったので、より興味を持った人が多く参加するよう、PR等を期待する。
- 数社(10社未満)の問い合わせがあったが、不成立に終わった。より積極的に相手先を探さないと技術ライセンスの話は進まないと感じた。
- 大企業のビジネスに合うような案件を期待している参加者が多かったと感じた。市場規模として大きなものを想定していなかったが、そうした市場でもビジネスをやっていける中小規模企業の参加者が少なかった。そのため発表内容が大企業の事業としての現実味が少ないと感じた参加者が多かったのではないかと感じた。

### ④ 支援を受けたが、事業化に結びついていない案件

支援を受けたが、事業化に結びついていない案件には以下の特徴がみられた。

1) 興味を示した潜在的なライセンサーに十分な対応がとれなかった

- 興味を示した参加者にサンプル提供を要請されたがすぐに対応できなかった。用意できていれば違った結果になっていたと思われる。
- 共同・用途開発者の紹介・申し出があったが遠方のため、十分な話し合いができなかった。

2) 発表した技術が実用化には遠いものだった

- 個別相談時に興味を示してもらった参加者もいたが、発表技術がまだ実用化には遠いものであり、結局それ以降の話し合いはなかった。
- 共同研究中の内容は技術のフィージビリティ調査であり、本格的な共同研究には至っていない。

3) 今後交渉成立の見込みもある

- 発表から半年ほどたってから特許ビジネス市のホームページをみつけた社から問い合わせをもらった。
- 発表(2005年)時にコンタクトのあった企業と交渉を続けており、特許の実施許諾契約が成立する見込みである。



## 5 特許ビジネス市の課題の整理

---

アンケート及びインタビュー調査結果および知的財産取引手法検討委員会での検討結果をふまえ、現在の特許ビジネス市における課題を整理する。

図 3 特許ビジネス市事業概要に則した課題を図 48 特許ビジネス市課題認識に整理した。その主な内容は次の通りである。

### ○開催時期・場所等の決定

情報・研修館内部で開催内容を検討する際には、開催情報発信量増加、テーマの絞り込み、他の類似イベントとの連携等により、発表内容に興味のある人により多くの情報を聞いてもらえるように調整することが必要となる。また、特許ビジネス市当日に招聘する委員については、発表者に対し具体的な支援をできるような専門家を選ぶという課題もある。

### ○シーズ募集

情報・研修館にとっては、特許ビジネス市への参加者を増加させるため、周知方法の工夫や情報発信内容の充実等により、事業認知度を向上させることが課題である。

特許ビジネス市への応募者や特許流通アドバイザーにとっては、ビジネス市の趣旨に適した案件を発掘することが課題である。

### ○シーズ選考

発表者は事前に、どのような人に対し発表を行うかを把握しておいたほうがより効果的な発表ができると思われることから、発表者ができる限り参加者による情報を把握できるようにすることが望ましい。

発表者は、参加者の興味を惹くような発表内容・タイトルを準備することが課題である。

### ○一般参加者募集・申し込み受付

事業認知度の向上、より早い段階での発表内容詳細情報発信等により、特許ビジネス市会場に、発表内容に興味を持つ参加者を多数集客することが課題である。

### ○発表者支援

発表者に対しては、特許ビジネス市当日にはどのような人が集まるのかを知らせておくことにより、万全に発表準備ができるよう支援すること等が考えられる。

会場に招聘される委員には、事前に発表資料が配付されることから、その内容を十分に精査・把握した上で会場に臨むよう期待される。

特許流通アドバイザーは、複数のアドバイザー間で情報を共有し、新しいビジネスの提案ができれば、事業の活性化に資することと思われる。

### ○発表

情報・研修館は、当日のプレゼンテーションを動画配信する等、様々な媒体を通して発信することにより、当日会場に出席不可能な人にも広く聴講できる機会をつくることも理想と思われる。

発表者は、優れた技術や事業計画をいかに一般参加者にも理解しやすく説明できるかが課題である。

委員は、開催前に受領した資料も利用して、発表内容を理解し、的確な意見・知見を提供するよう求められている。

特許流通アドバイザーからは、現実的な支援が期待できることから、より多くのアドバイザーが参加できるような開催環境が望ましい。

### ○個別相談

委員には、意見を述べるのみにとどまらず、実際に支援を提供することが期待されている。

### ○交渉

発表者は、特許ビジネス市での発表に加えて、自ら各所との接触を試みる等、積極的な対応をすることが、支援獲得に役立つものと思われる。

特許ビジネス市での発表が問い合わせのきっかけとなったり、別の機会の説明に役立ったという事例もあることから、発表終了後の情報発信の継続も重要である。

特許流通アドバイザーが仲介して実際に契約が成立した案件も多く、より多くのアドバイザーに認知を図ることが支援の拡大につながると期待される。

### ○ライセンス成立

情報・研修館は、特許ビジネス市からより効果的な支援を提供できるよう、事業改善のための恒常的フィードバックが必要となる。

特許ビジネス市 課題認識

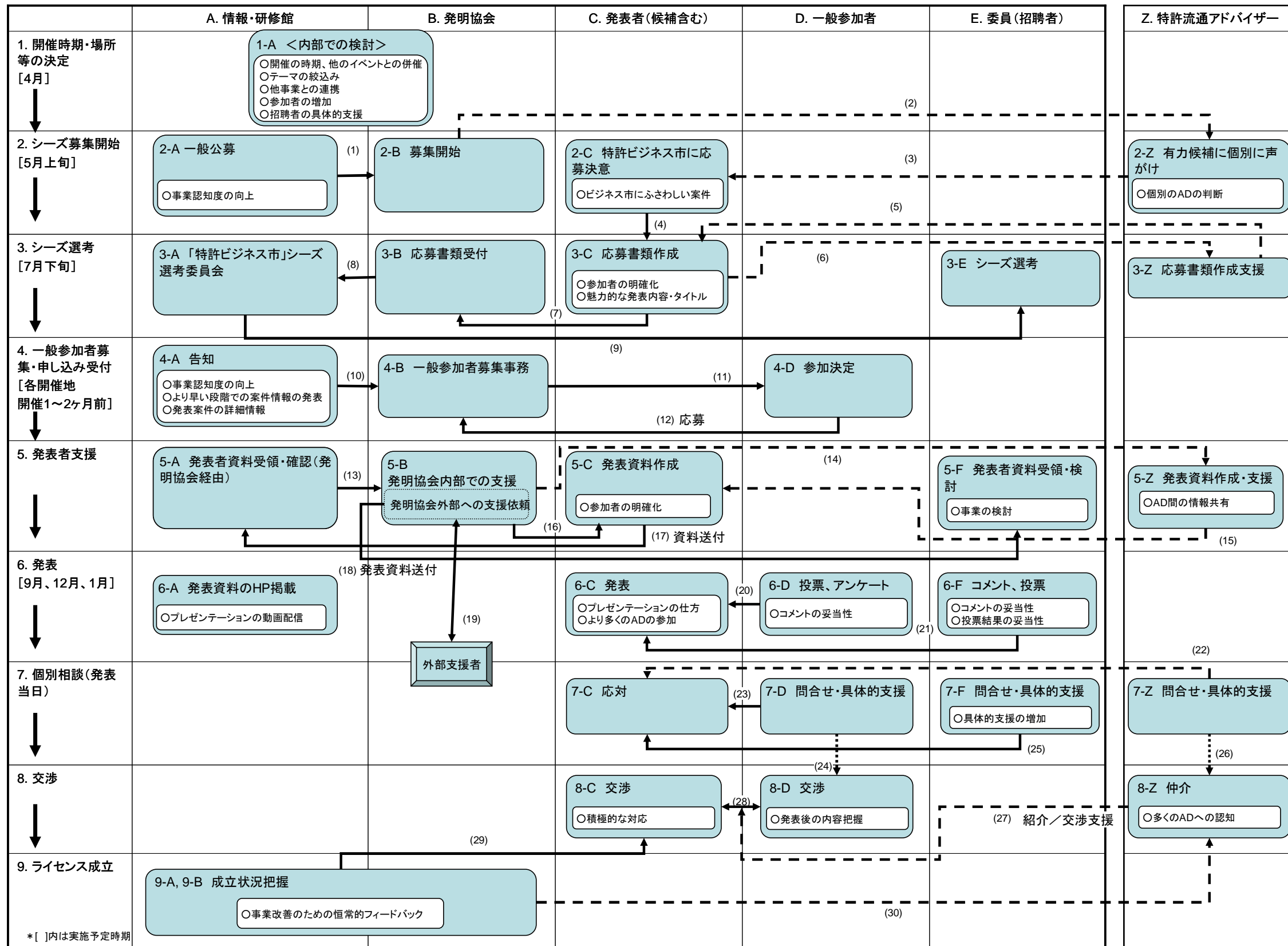


図 48 特許ビジネス市課題認識



## 6 知的財産取引手法のベストモデルの検討

---

これまでに分析した特許ビジネス市の現状と課題を基礎資料とし、「知的財産取引手法に関する検討委員会」を中心に今後の知的財産取引手法のありかた(ベストモデル)を検討した。なお、ベストモデルは広く知的財産取引手法を念頭におきつつも、現行の特許ビジネス市の事業スキームに則した形で検討した。

### 6-1 特許ビジネス市発表案件について

---

#### 6-1-1 選定プロセスの考え方

- 特許ビジネス市という、一度の発表を最大の機会として興味を持つ参加者にアピールする、という事業の性格から、対象とする技術内容には優位性があっても、市場が見込めないもの、技術の開発が未だ実用化まで距離のあるもの等は、ライセンス成立の可能性は低くなってしまう。また、選定方法が明確化・透明化されていないと、ライセンス成約率を高めるためのフィードバックを十分に機能させることが難しい。

#### 6-1-2 評価のフィードバック・選定方法の見直し

- 評価基準、評価者共にその後の発表案件のフォローアップ調査結果をフィードバックし、知的財産取引活性化を促進するという観点からの見直しを図る。
- また、選定された案件については、さらなるプロセスの透明化や、今後の応募者のために、選定された理由を明確化する。

#### 6-1-3 選定外案件の活用

- 現行スキームでは、応募された案件のうち選考の段階で落選した案件(平成18年度については、約80件)については、当日の発表を含め外部へ知らされることなく終わっている。しかしながら、選定外案件の中にも、技術内容が優れているものや成約の可能性があるものも含まれているものと考えられる。従って、特許ビジネス市においてプレゼンテーションを行う選定案件に準じて、選定外の案件についても、何らかの形で外部に技術シーズを報知する等選定外案件の活用を検討すべきである。例えば、当日の発表はできなくとも、ポスターセッションの対象として、興味を持つ一般参加者とディスカッションができるようにする、選定案件に準じて選定外案件についての情報(シーズの概要、連絡先等)も当日の会場の配付資料に載せたり、ホームページで公開する、応募者の理解を得つつ地方公共団体主催の特許ビジネス市の発表案件候補として紹介する、特許流通アドバイザーに紹介する等が考えられる。それによって、発表対象には選ばれなかったが優秀な案件が一般参加者の目に触れる機会を増大させ、支援やライセンス契約の可能性が高まると考えられる。

#### 6-1-4 発表後の案件情報の提供

- 当日の発表内容については、後日読み返したり、興味を持ちそうな別の者に紹介する際の利便性から、紙の資料を配付する。
- 現在、特許ビジネス市のホームページでは各発表者のプレゼンテーション資料を掲載しているが、それだけでは発表者の考えや意気込みが伝わりにくい。これに対しては、発表当日に参加できなかった者も可能な限り当日の状況がわかるよう、発表の様子を録画し、インターネット等、アクセス性の高い方法で閲覧できること等が考えられる。

#### 6-1-5 委員・招聘者の位置づけ

- 招聘者が特許ビジネス市で果たすべき役割を見直し、明確化する。発表当日までに発表内容が知らされていることから、市場や技術内容を事前に検討し、より具体的なコメントや投票を求める。  
発表後についても、発表者にとって招聘者に対する大きな期待が寄せられていることから、より具体的な支援(関係企業の紹介等)の可能性を検討する。

#### 6-1-6 特許ビジネス市成功事例の紹介

- 特許ビジネス市で発表したものの、その後にライセンス交渉等が無かった参加者からは、特許ビジネス市主催者や、招聘者等から具体的な引き合い情報が得られると期待していたという意見が見られた。  
特許ビジネス市事業は、知的財産の取引を活性化するための情報発信の場を提供することが主たる内容であり、ライセンス成立までには発表者自身の努力が不可欠である。  
このような特許ビジネス市の趣旨を正しく認識してもらうためには、これまでの特許ビジネス市で発表し、ライセンス成立等の成果が得られた事例を発表者に紹介し、発表資料のあり方、発表後の潜在的ライセンシーの探索、特許流通アドバイザーへの協力依頼、ライセンス交渉等の具体例をとりまとめることにより、今後の発表者の参考に資するものと考えられる。

#### 6-1-7 発表内容のブラッシュアップ支援

- 発表内容を聞いて一般参加者が興味を持つかどうかは、発表する技術内容そのものやビジネスプランの優秀さといった内容面の充実が重要であることは当然であるが、基本的に一度の発表の機会しかない特許ビジネス市では、発表者がそうしたメッセージをいかに一般参加者に魅力的に伝えられるか、すなわち、プレゼンテーションの充実が非常に重要である。
- 個別の発表者に対して発表前にプレゼンテーション(発表資料と発表方法)について意見・指導するように支援すれば、特許ビジネス市での支援も増え、成功率も高まると考えられる。

## 6-2 一般参加者の集客について

---

### 6-2-1 真に興味を持つ参加者の集客

- 約 6 割の案件は特許流通アドバイザー経由で応募されており、それらは平均的に優秀な案件が多いと考えられる。今後取引成立を増やすためには、興味を持つと思われる者にビジネス市の発表内容をどれだけ知ってもらえるかがポイントとなる。

### 6-2-2 事前の発表案件の詳細情報提供

- 特許ビジネス市では実際に当日の発表を見ることもその内容を理解するために有効であると考えられる。興味を持つ者を一般参加に導くために、発表の前段階において、例えば、技術内容・事業計画概要(アブストラクト)を添付する等、発表内容をできる限り詳細に公表することが望ましい。情報発信の場についても、知的財産に関係するセミナー・シンポジウムや、各種 WEB サイト、雑誌等、興味を持つ者がアクセスする機会が多い媒体に広く展開する。

### 6-2-3 同じ参加者が興味を持つ案件の増加

- 特定の特許ビジネス市での発表案件を特定テーマに絞り込むことにより、複数の発表案件に興味を持つ一般参加者が増え、より真剣にライセンスを検討する参加者の割合が高まると考えられる(ただし一方で絶対的な参加者数が減少する可能性があり、イベント性が低くなる懸念は残る)。なお、一般参加者(特に新規事業への資金的な支援を考えているベンチャーキャピタル、エンジェル、地方銀行等)は、特定の技術領域よりも社会問題等に対応した事業領域(例:地球温暖化対策、高齢化対応等)に興味を持っていることが多いと考えられる。
- また、発表案件のテーマではなく、発表者のカテゴリー(大企業、中小企業、ベンチャー企業、TLO 等)をできるだけ同じにするという分類の仕方もあり得る。

### 6-2-4 一般参加者のセグメントの明確化

- 現在の特許ビジネス市では、一般参加者は発表案件に興味を持つ者が自由に参加するスタイルになっている。特許とそれを活用したビジネスモデルの紹介に興味を持つという共通点はあるものの、実際に特許ライセンスを受けることを検討する者をはじめ、実施許諾、研究開発、資金提供、事業化支援等様々な支援を検討する者が参加している。また、特許そのものよりも、発表者(社)自身との何らかの形で事業上関わりを検討する者等、本来の特許ビジネス市で想定している一般参加者以外が参加している可能性もある。発表者としても、一般参加者がどのような関心の下で発表を見に来ているかわからないため、発表内容を絞り込みきれないという課題もある。

そこで、どのようなニーズを持つ一般参加者が参加しているかを把握する必要がある。それによって、特許ビジネス市で想定しているが、実際には不足している支援(アンケート調査によると、資金面での支援や事業化支援がこれまでほとんど得られていない)の関係者に向けて、特許ビジネス市の存在やこれまでの実績をアピールする等の方策がとれる。また特定の目的を持つ一般参加者のみを集めた発表の場を設定することも有用と考えられる。例えば、ベンチャーキャピタリストのみを集め、発表者に対しては、ビジネスプランに注力し、技術面での説明は最小限にとどめる等の発表内容を作成するための事前の支援を集中的に実施すること等が考えられる。

## 6-3 特許ビジネス市以外の事業等

---

### 6-3-1 特許流通アドバイザーの支援体制化

#### (1) 特許ビジネス市における特許流通アドバイザーの広範な活躍

- 特許ビジネス市の状況と、その後の活動結果をみると、応募時の案件選考、発表内容の作成支援ないし発表、発表後の潜在的ライセンシーの紹介、ライセンス交渉等、多くのフェーズで特許流通アドバイザーが活躍している。しかし、特許ビジネス市に対する特許流通アドバイザーの関与は体制立てられたものではなく、特許流通アドバイザーが特許ライセンス契約成立の支援という業務達成の一手段として、個別に取り組んでいるに過ぎない。

#### (2) 特許流通アドバイザーに発表内容を事前に通知

- 全国の特許流通アドバイザーに対して、特許ビジネス市発表の前に、発表内容についてできるだけ詳細の情報を提供する。それにより、特許流通アドバイザーの参加者数を増やすと共に、特許流通アドバイザーが有している各企業等のニーズと照らし合わせ、興味を持つ者に一般参加を促して、ライセンサーと潜在的ライセンシーが特許ビジネス市の場で直接コミュニケーションを図る機会を増加させる。

#### (3) 参加者情報を特許流通アドバイザー経由で共有

- 可能な範囲で出席予定の企業についての情報(企業規模、事業分野、興味を持っている事業内容)を共有し、発表者に伝えることにより、プレゼンテーションの相手を具体的にイメージした発表内容とすることができる。

#### (4) 特許流通アドバイザーによるノウハウ伝授

- 多くの特許ビジネス市の発表案件をライセンス契約成約に導いている優秀な特許流通アドバイザーを選び、そのノウハウを他の特許流通アドバイザーに対して伝授する機会を提供する。これによって、特許ビジネス市で成功しやすい案件の選び方、発表資料作成支



援、興味を持ちそうな者に対する一般参加の呼びかけ等、特許流通アドバイザーの通常業務では得難いノウハウを広めていくことができる。

### 6-3-2 特許ビジネス市と他事業との連携

- 特許流通促進事業等既存の知的財産取引関連事業と連携を強めることにより、特許ビジネス市事業との相互作用を最大限高める。  
例えば、特許流通データベースのライセンス情報を対象として事業展開のヒントを付加した「アイデアデータベース」から注目される特許・ビジネスプランを抽出し、特許ビジネス市での発表案件とする、等が考えられる。

### 6-3-3 各地域で展開されている特許ビジネス市類似の事業

- 地方の技術を発信する場にするのか、特定の地域に全国からの技術を売り込む場にするのか等、各地方公共団体で展開されている特許ビジネス市類似の事業の位置づけを明確にする。  
方法を統一し、名称も「特許ビジネス市」に統一する。情報・研修館主催の本特許ビジネス市の今後の発展により、特許ビジネス市で発表するというのが一つのブランド的な価値を持つことと、地域版特許ビジネス市が活発に開催されることとの相乗効果が期待できる。



## 7 おわりに

---

一般に知的財産取引は、企業間におけるライセンス等純粹に民間ベースの経済活動として行われているが、中小企業支援、大学・研究所支援等の一環として主に公的機関の支援の下等でシーズ情報の発信型(シーズオリエンテッド)と分類できる、いわゆる技術展示会やシーズ説明会といった事業を通じて知的財産取引を活性化しようとする試みがなされている。

こうした公的機関主導による知的財産取引手法が展開されるにつれ、民間企業主体の事業も徐々に展開され、その事業内容も、シーズ情報の発信、知的財産オークション、相対取引支援(ブローカーサービス)、知的財産運用・戦略コンサルティングサービスのパッケージの一つとしての知的財産取引支援など、多岐にわたるようになってきた。

しかし、概して知的財産取引市場は未だ民間企業が中心となって活発な取引がなされているという状況にまでは成熟しておらず、引き続き公的機関によって知的財産取引市場の形成が必要とされる場所である。

情報・研修館が実施する特許ビジネス市は、ニーズ側とシーズ側のマッチングのための場の提供であるが、シーズとしての特許に関する情報のみならず、その特許・技術を活用したビジネスプランも同時に提示するという新しい試みである。そして本事業を通じて、特許を通じたライセンス等の知的財産取引を増加させると共に、特許ビジネス市というイベントを開催することによって、知的財産取引に関する普及・啓発を図るという目的がある。

これまでの分析結果が示すように、平成 15 年度から 17 年度に開催された特許ビジネス市は、知的財産取引の実績および普及・啓蒙のイベントとしての成果を一定程度評価されるべき状況にあると言える。

しかし、有識者委員会による議論や発表者アンケート・インタビューといった本調査の結果からは、さらなる改善のための課題も明らかになった。

これらの課題を基に「6 知的財産取引手法のベストモデルの検討」で示したように、特許ビジネス市事業自体の運営方法の改善や、周辺事業(特に特許流通アドバイザー事業や特許流通データベース事業)との連携を深めることにより、特許ビジネス市を契機とするライセンス契約等の成約案件の増加および知的財産取引に関する普及・啓発の促進という本事業の目的がより高いレベルで達成することが可能になるとと思われる。

また、昨年度からは、地方公共団体が本特許ビジネス市の手法と同様の手法を取り入れた特許ビジネス市を企画・開催し、情報・研修館がこれに支援・協力する動きも出てきており、地域の産業振興に向けた支援策の一つとして期待されている。

これらを踏まえると、このように特許ビジネス市事業を継続的に改善しつつ開催していくことで、広く知的財産取引に関する普及・啓発を図ること等により、知的財産取引市場への民間事業者の参入活性化にもつながるものと考えられる。

## 資料編

## 1 平成 18 年度特許ビジネス市のシーズ募集要領

---

独立行政法人工業所有権情報・研修館（以下、情報・研修館）では、特許流通促進事業の一環として、「特許ビジネス市」を平成 15 年度より開催しております。「特許ビジネス市」は、特許技術等のシーズを保有する方々に、それを活用する機会を提供する新しい特許流通の場であり、本年度は平成 18 年 9 月から平成 19 年 1 月の間に 3 回の開催を予定しています。

この「特許ビジネス市」で発表する特許技術などのシーズを下記要領により募集します。  
なお、本事業は情報・研修館から社団法人発明協会へ委託し実施します。

記

### 1. 募集シーズ

ライセンス可能な特許のうち、以下のいずれかに該当するもの。

- (1) 平成 18 年 6 月 15 日現在で有効な特許のうち、権利の残存期間が 7 年以上あるもの。
- (2) 平成 18 年 6 月 15 日現在で公開済みの特許出願のうち、特許庁に係属しているもの。  
ただし、拒絶査定不服審判中のもの、無効審判を受けているものは対象外。

※募集するシーズは全技術分野を対象としますが、3 回の開催予定の内、2 回は機械・加工及び土木・建築を中心とした技術分野と化学・薬品及び食品・バイオを中心とした技術分野を予定しています。（発表シーズは、各会場で 5～7 件程度を予定しております）

### 2. 応募資格

上記募集シーズの権利者又は出願人、もしくはその同意を得た者（共有特許の場合はその全員）。

### 3. 特許ビジネス市の内容について

[別紙 1 『特許ビジネス市について』](#)を参照して下さい。

### 4. 開催日時・開催会場(予定)

- (1) 東京会場 平成 18 年 9 月 20 日 (水) 10:30～16:00  
家の光会館 7 階コンベンションホール
- (2) 大阪会場 平成 18 年 12 月 6 日 (水) 10:30～16:00  
大阪国際交流センター 大会議室
- (3) 東京会場 平成 19 年 1 月 23 日 (火) 10:30～16:00  
ホテル日航東京 シリウス

上記日時・会場は現時点での予定です。変更になる場合がありますのでご了承下さい。

### 5. 応募方法

以下の資料①～③を電子メールにより、[pat615@adp.jiii.or.jp](mailto:pat615@adp.jiii.or.jp)宛てに送付して下さい。

（郵便又は F A X も可能です）

- ① 特許ビジネス市シーズ情報（抄録） (様式 1)
- ② ビジネスプラン (様式 2)
- ③ シーズの特許公報および代表的な従来技術の特許公報

なお、①特許ビジネス市シーズ情報（抄録）（様式 1）と②ビジネスプラン（様式 2）は選考委員

会の審査資料となります。また応募いただいた書類は返却致しません。

## 6. 応募締切り

平成18年6月15日（木）（必着）

## 7. シーズの選考および結果通知

応募のあったシーズの中から、発表シーズを以下の要領で決定します。

### 1) 応募資格の確認等

応募シーズについて、「特許ビジネス市」事務局で応募資格の確認を行います。

### 2) 発表シーズの決定

- ・外部有識者の選考委員会で発表シーズ案件と発表会場を決定します。
- ・シーズの応募者には、採否について全員に通知します。
- ・発表シーズに決定したシーズ応募者には、別途発表要領を送り、「特許ビジネス市」で発表するプレゼンテーション用資料の作成を依頼します。

### 3) その他

- ・各会場で発表されたプレゼンテーション用資料は後日、情報・研修館のホームページに掲載します。
- ・成約の有無・その内容について、約6ヶ月毎に延べで4回程、発表者から進展状況を聴取させていただき、公開が可能な成功事例については、ニューズレター等で公表する予定です。

## 8. 応募書類の提出先及びお問い合わせ先

社団法人発明協会 特許流通促進事業センター

特許流通市場開発グループ(担当:長谷山, 板橋)

TEL: 03-5402-8434 (平日 9:00~17:00)

FAX: 03-5402-8438

〒105-0001 東京都港区虎ノ門 4-1-40 江戸見坂森ビル 4階

E-mail : pat615@adp.jii.or.jp

以上

## 「特許ビジネス市」について

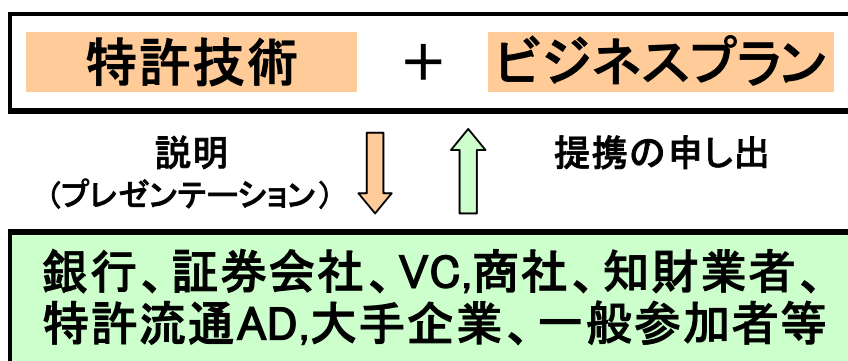
### 1. 開催目的

独立行政法人工業所有権情報・研修館では、特許流通市場の創出を目的に、平成15年度より「特許ビジネス市」を開催しています。

「特許ビジネス市」とは、特許技術等のシーズ保有者が、技術の内容・効果に加え、商品開発のポイントとなるビジネスプラン、ライセンス条件等を説明し、会場の参加者から、これらシーズ技術のライセンス、商品開発のための共同研究、商品の販売協力、事業資金の支援等、各種アライアンスの申し出を募る場です。



会場風景



「特許ビジネス市」では、特許等の知的財産の事業化への客観的評価、市場価値という社会的尺度が示されるため、発表案件が成約に至る確率は非常に高くなっています(平成15、16年度発表シーズ(24件)の中から11件のライセンス契約が成立(2006.3 現在))。

今後の特許流通市場活性化のための有力な手法の1つとして、「特許ビジネス市」への期待はますます高まっています。



## 2. 実施手順

### 1. シーズ募集 (H18.6.15 締切り)

独立法人工業所有権情報・研修館のホームページから申込書を入力

URL <http://www.ryutu.ncipi.go.jp/business/index.html>

提出書類 1	<特許ビジネス市シーズ情報 (抄録)	様式 1	>
提出書類 2	<ビジネスプラン	様式 2	>
提出書類 3	<シーズの特許公報および代表的な従来技術の特許公報		>

### 2. 応募資格の確認 (特許ビジネス市事務局で応募資格の確認を行う)

- (1) 平成18年6月15日現在で有効な特許のうち、権利の残存期間が7年以上あるもの
- (2) 平成18年6月15日現在で公開済みの特許出願のうち、特許庁に係属しているもの

### 3. 発表シーズの決定 (H18.8月上旬)

- (1) 選考委員会で発表シーズと発表場所を決定。
- (2) 応募者全員に応募シーズの採否を通知。

### 4. 発表者への依頼

発表要領の送付

(プレゼン資料の作成依頼ほか、展示用サンプル、説明用パネルの製作などを依頼)

### 5. 開催当日

- ① 発表者は発表日に、20分程度のプレゼンテーションをする。
- ② 招聘者 (ベンチャーキャピタル、銀行、証券会社、商社、弁護士、弁理士等) 及び一般参加者が各発表シーズに対して、質疑応答を行う。
- ③ 招聘者及び一般参加者の方々に各発表シーズに対しての支援・協力等の有無を問い、その場で集計し発表する。

### 6. 終了後及びその後の調査と活動支援

- ① 「特許ビジネス市」後に客先からの支援・協力等の申し出には、当事者間で直接協議とする。  
要望に応じて特許流通アドバイザーが支援・協力を致します。
- ② 成約案件の有無・その内容について約6ヶ月毎に延べ4回、発表者から進展状況を聴取させていただき、公開が可能な成功事例については、ニューズレター等で公表予定。

特許ビジネス市 シーズ情報 (抄録)

(様式1)

整理番号

事務局使用

①タイトル					
②技術分野 (選択1)		③機能 (選択2)		④適用 分野・製品	
⑤効果・特徴(250字以内)					
⑥従来技術の問題点：          代表的な従来技術の特許番号：			⑦本技術：( 新規性・進歩性・実用性など )          ⑧完成度：下記から1つ選択し、 <input type="checkbox"/> で囲む アイデア段階、試作段階、事業化段階		
⑨発明の名称： 出願人： 公開番号：特開 権利の残存期間： その他(海外特許番号，関連特許件数)：					
⑩特記事項・その他・図など(市場規模・主要顧客・競合先・競合品等含む)					
⑪提供者(個人の場合は氏名) 社名・担当者名：			⑫支援者： (アドバイザー名)：		

**<特許ビジネス市 シーズ情報 (抄録) 記入要領>**

- ① タイトル : 商品、サービス内容が具体的にイメージできるような簡潔な名称を記載する
  
- ② 技術分野 : <下記 13 項目から選択>  
電機・電子、機械・加工、情報・通信、化学・薬品、有機材料、無機材料  
金属材料、輸送、食品・バイオ、生活・文化、土木・建築、繊維・紙、その他
  
- ③ 機能 : <下記 15 項目から選択>  
機械・部品の製造、免振・制御、材料・素材の製造、加熱・冷却、  
食品・飲料の製造、加圧・減圧、制御・ソフトウェア、接着・剥離、表面処理、  
洗浄・除去、検査・検出、環境・リサイクル対策、鑄造・鍛造、安全・福祉対策、その他
  
- ④ 適応分野・製品 : <例示> 適応分野:化粧品、製品;美顔クリーム と表記する
  
- ⑤ 効果・特徴 : 250字以内で記載する
  
- ⑥ 従来技術の問題点: 1) 本技術との相違点を印象づける内容を記載する  
2) 従来技術の中傷・欠点のみを羅列しないように記載する  
3) 代表的な従来技術の特許番号を記載する
  
- ⑦ 本技術 : 従来技術に対する新規性、進歩性、実用性について明確に記載する
  
- ⑧ 完成度 : 本技術の完成度をアイデア段階、試作段階、事業化段階の中から1つ選択する
  
- ⑨ 発明の名称等 : 公報内容を転記する
  
- ⑩ 特記事項・その他 : 自由記載、特許記載の添付図、製品概観図等も記載可能とする  
記載内容が多い場合は、A4 一枚相当分を追記可能とする (動画不可)
  
- ⑪ 提供者 : シーズ情報の提供者、窓口担当者を記載する
  
- ⑫ 支援者 : 特許流通アドバイザーおよび共同開発者がいる場合に記載する  
なお、連絡先については、様式2の連絡先欄に記載する

以上

①タイトル	ハイドロキノンを用いた新規美白製品				
②技術分野 (選択1)	化学・薬品	③機能 (選択2)	その他(化粧品)	④適用 分野・製品	化粧品 美白クリーム

⑤効果・特徴(250字以内)

ハイドロキノンの非常に不安定な性質(酸素、光、温度の影響を受け易い)により起こる製剤劣化を避けることができなかったため、ハイドロキノン入り商品は限られた分野に普及するに止まっていた。

これまでその高い美白効果が認められながらも性質上の欠点を回避出来なかったため広く一般的な使用を諦めかけられさえた「ハイドロキノン」の不安定性を改善し、美白に強く興味を持つ消費者ニーズに答えるだけでなく、疾患として多種多様な色素沈着に悩む人々に希望を与える安全性の高い美白製品である。

⑥従来技術の問題点:

欧米諸国で見られるハイドロキノン製品は、その使用方法は制限付きで、例えばハイドロキノン含有クリームは夜間に使用するよう指示されていたり、昼間の使用には日焼け止めクリームの併用があったりする。すなわち、これはハイドロキノンの有する酸素や光の影響を受けやすいという性質について何ら対策が採られていないことを示す。ハイドロキノンの酸化等を避けるために出荷時に窒素を封入し、密閉遮光容器内に保存する方法では開封と同時に酸素や光の暴露が避けられないし、酸化防止剤等の添加によりこれを回避する方法では肌荒れを起こすケースも報告されている。

代表的な従来技術の特許番号: 特開 2001-302576

⑦本技術:(新規性・進歩性・実用性など)

本発明は、界面活性剤と芳香族化合物を混合して形成される分子錯体結晶は、芳香族化合物の蒸気圧を下げるため、気化速度が下がる。また同時に、酸素・光・温度等に対する化学安定性も高まる。混合する界面活性剤としてはイオン性のものが好ましく、アニオン性、カチオン性、両性イオンを問わないが、界面活性剤のアルキル鎖の炭素数が大きくなるほど結晶内での結合が強固となり芳香族化合物の気化速度が減少することから界面活性剤の種類や分子量を調整することによって所望の気化速度・除放性を得るとともに製剤劣化を抑えるものである。

⑧完成度: 下記から1つ選択し、□で囲む

アイデア段階、試作段階、**事業化段階**

⑨発明の名称 : ハイドロキノンと界面活性剤の結晶性の分子錯体を含む美白剤

出願人 : 財団法人理工学振興会

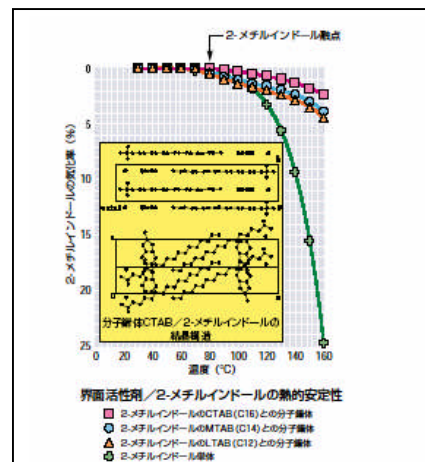
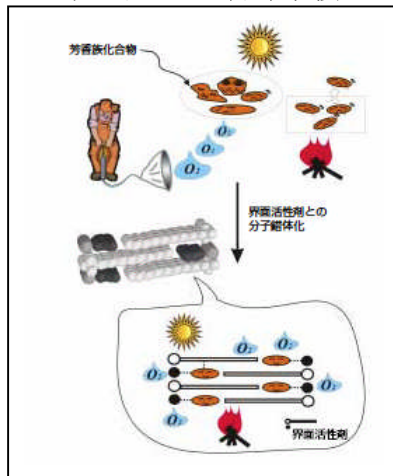
公開番号 : 特開 2004-99542

登録番号 : 特許第 3712066 号

権利失効時期 : 西暦 2022 年 9 月 9 日

その他(海外特許番号、関連特許件数、)

⑩ 特記事項・その他・図など(市場規模・主要顧客・競合先・競合品等含む)



⑪提供者(個人の場合は氏名)

社名・担当者名: 財団法人 理工学振興会

⑫支援者: △△△△

(アドバイザー名): ○○○○

## ビジネスプラン

(様式2)

下記欄に記入できない場合、記載範囲を拡張し、A4サイズで3枚以内にまとめて下さい

### (1) 事業の名称

--

### (2) 事業の内容

①事業を行う目的（下記の中であてはまるものにすべてに○をつけて下さい）

- (1) 資金調達      (2) 販路拡大・業務提携先獲得      (3) 経営パートナーの獲得  
(4) その他(具体的に： )

②製品・サービスの内容

1. 製品・サービスの概要

2. 製品・サービスの主な特徴

(従来品、競合品と比較した優位性等を記載、写真・概要図等で分かりやすく説明)

3. 製品・サービスの課題と対策

### (3) 対象市場

①対象とする市場、分野、顧客等（主な顧客は誰で、どのようなメリットを提供するのか記載）

② 売上・利益計画（市場規模、推定シェア、成長性等について記載）

事業計画：	第1期(初年度)	第2期(2年度)	第3期(3年度)
市場規模（千円/年）			
本発明の製品シェア（%）			
本発明の製品売上高（千円/年）			

③競合商品、競合相手の状況等

### (4) 連絡先

(ふりがな) 社名、機関名		URL	
所在地	〒		
担当部署		(ふりがな) 担当者	
TEL (FAX)	( )	email	

応募いただいた書類は返却致しませんのでご了承下さい

また、ご記入いただいた個人情報は、平成18年度特許ビジネス市への申込に係る確認以外には使用致しません

以上

ビジネスプラン **記入例** (様式2)

下記欄に記入できない場合、記載範囲を拡張し、A4サイズで3枚以内にまとめて下さい。

(1) 事業の名称

ハイドロキノンをを用いた新規美白製品

(2) 事業の内容

①事業を行う目的 (下記の中であてはまるものすべてに○をつけて下さい)

- (1) 資金調達 (2) **販路拡大・業務提携先獲得** (3) 経営パートナーの獲得  
 (4) その他(具体的に: )

②製品・サービスの内容

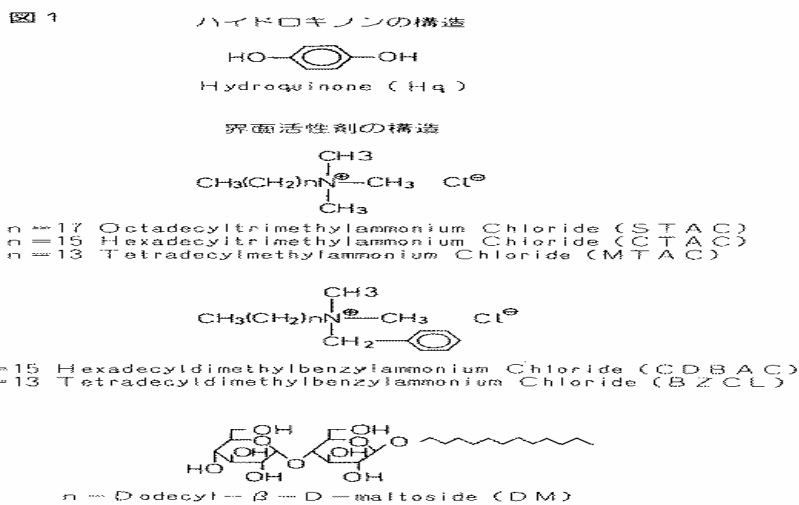
1. 製品・サービスの概要

- 1) 既存美白化粧品分野：洗顔・クレンジング・マッサージ料・クリーム・乳剤・化粧水・パック料でのハイドロキノン既使用分野でのハイドロキノン活性剤錯体への転換を模索し、自社生産と試し販売を行う。
- 2) 上記分野での化粧品メーカー等へのハイドロキノン活性剤錯体の原料供給。
- 3) 新美白分野へのハイドロキノン活性剤錯体の新市場を模索する。
- 4) ハイドロキノン活性剤錯体の特許ライセンスの可否を模索する。ハイドロキノン活性剤錯体の自社生産の検討。ハブレス生産の可否も考える。
- 5) 常時、ユーザー動向、市場動向を調査し自社の進路を常に調整する。

2. 製品・サービスの主な特徴

(従来品、競合品と比較した優位性等を記載、写真・概要図等で分りやすく説明)

商品は 従来のもの：ハイドロキノン 図1中の単体  
 本特許技術：ハイドロキノン活性剤錯体 図1中の界面活性剤と縮合させた高分子体  
 界面活性剤の例は同じく図1内に示す。



ハイドロキノンは、過酸化水素と同類の化学物質であり、脱色等の美肌効果に有効である。しかし、それ自身の不安定性などで美肌剤としてはやや不向きな性質が見られる。

ハイドロキノン活性剤錯体は、この欠点を補う為、ハイドロキノンを食品添加剤である界面活性剤を付加させたもので、美白効果を持ちながら、安定性や安全性を増した美白剤である。

図2は、ハイドロキノン活性剤錯体の1例

図2

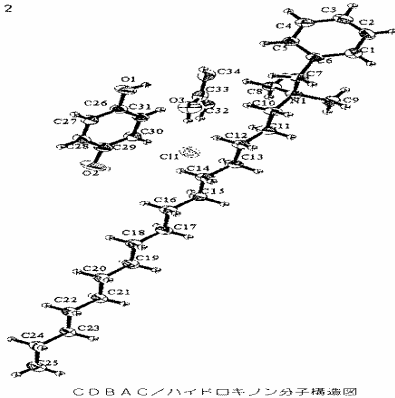
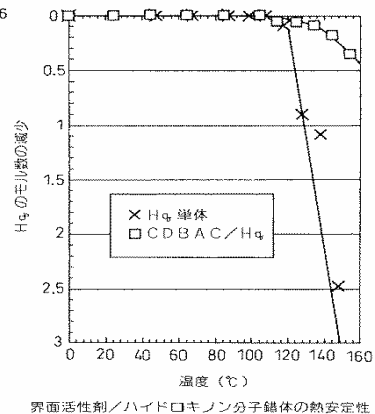


図6



×：ハイドロキノン単体  
□：ハイドロキノン活性剤錯体

ハイドロキノン活性剤錯体が、ハイドロキノン単体よりも改良されている例として図6に熱安定性を示す。

### 3. 製品・サービスの課題と対策

化粧品業界は寡占であり、上位3社が30%の市場シェアを持つ。

化粧品分野は多くの商品を持ち、多様である。

美白の属するスキンケア分野はシェア 43.6%であり、市況は上向きである。

メイクアップ	22.8	横ばい
ヘアケア	20.9	下向き
フレグランス	1.4	横ばい
男性化粧品	4.1	横ばい
その他	7.2	横ばい

以上のことから、ハイドロキノン活性剤錯体による美白剤への参入については慎重に対応することが望ましい。

自社製品の生産にも、例えば自社工場を持たないハブレス方式をとるのも考えられる。

ハイドロキノン活性剤錯体を原料として化粧品メーカーに提供するのも良い方法と考えられる。

特許権の活用として、ライセンスを与えたり、売買も視野に入れた経営戦略が必要となる。

### (3) 対象市場

#### ①対象とする市場、分野、顧客等 (主な顧客は誰で、どのようなメリットを提供するのか記載)

対象とする市場：直接美白化粧品を製造するケース

エンドユーザー：一般市民、主として女性、主として50代以上。

販売者：仲買、直売

原料供給の場合：ユーザーは化粧品製造者

直接美白化粧品を製造・販売する場合

新規参入の場合：美白市場の増加分のみ獲得可能と考えれば

定常後初年度製品シェア	1.0%	市場規模	2800億円×1.0%	28億円
2年目製品シェア	1.5%	市場規模	2820億円×1.5%	42億円



これは市場伸び率分を全部確保したとして計算した。

競合商品、競合相手の状況等

美白剤としてキノンそのものの製造者、及びアルブチン、アルファアルブチン等ハイドロキノ誘導体を使った製造者は、ハイドロキノ活性剤錯体に置き換えられる見込  
 その他、天然資材等のオウゴンエキス・油溶性甘草エキス、ほかビタミンC誘導体・エラク酸・チロシナーゼ・ルシノールを原料としていた製造者については原料転換については予測できない。

②売上・利益計画（市場規模、推定シェア、成長性等について記載）

単位：千円

事業計画：	第1期(初年度)	第2期(2年度)	第3期(3年度)
美白化粧品市場規模（億円/年）	2,800	2,820	2,840
本発明の製品シェア（%）	1.0	1.5	2.0
本発明の製品売上高（億円/年）	28	42	57

③競合商品、競合相手の状況等

美白剤原料	効果	安定性	市場性
ハイドロキノ	メラニン色素の還元/ チロシナーゼ活性抑制	不安定	
ハイドロキノ・界面活性剤の分子錯体・安定体	大	安定	大
アルブチン	ハイドロキノ誘導体		上記安定品に転換見込
アルファアルブチン	ハイドロキノ誘導体		上記安定体品に転換見込

(4) 連絡先

(ふりがな) 社名、機関名	(りこうがくしんこうかい) 財団法人理工学振興会	URL	<a href="http://www.titech-tlo.or.jp">http://www.titech-tlo.or.jp</a>
所在地	〒226-8503 横浜市緑区長津田町 4259-S2-10 東京工業大学内		
担当部署	東工大 TLO	(ふりがな) 担当者	( ) 〇〇〇〇
TEL (FAX)	××-×××-×××× ( )	email	@

応募いただいた書類は返却致しませんのでご了承下さい

また、ご記入いただいた個人情報は、平成18年度特許ビジネス市への申込に係る確認以外には使用致しません

以上

## 2 地域版特許ビジネス市の概要

### 2-1「特許市場」(大阪産業創造館 主催)

ジャンル	知的財産活用
イベントタイトル	【知的財産活用プロジェクト】 エコロジー・環境に関する開放特許～特許流通アドバイザーが導入をサポート！！
開催日時	2006年9月1日(金)13:30～16:00 プレゼンテーション 16:00～17:00 個別相談
開催場所	大阪産業創造館 3F マーケットプラザ
料金	無料
定員	80名(満席になり次第、締め切ります)
対象	中小企業経営者・技術部門および研究開発部門担当者
問い合わせ先	大阪産業創造館イベント・セミナー事務局 〒541-0053 大阪市中央区本町1-4-5 大阪産業創造館13階 TEL:06-6264-9911 FAX:06-6264-9899 E-MAIL:ope@sansokan.jp 受付時間:月～金 10:00～18:00(祝日除く)
協力	独立行政法人 工業所有権情報・研修館
	<b>「エコロジー・環境」に関する開放特許～特許流通アドバイザーが導入をサポートする「特許市場」</b>  「開放特許」とは、他者に開放する意志のあるもので、提供者と導入者の合意の下、一定の対価により、誰でも使用できるものです。これを活用することにより、コストの削減、開発スピードの向上など効率的に新事業・新製品開発に取り組めるだけでなく、自社だけでは解決できない技術課題を解決することも可能になります。 昨今、「エコロジー・環境」をテーマに、地球環境問題への製造業の役割が問われる中、持続可能な開発のための新たな技術や素材を今後のモノづくりに取り入れていくことが求められています。 この特許市場では、全国の特許流通アドバイザー※が選定した、廃棄物・リサイクル・水・土壌など環境問題解決に関する技術・製品の開放特許の中でも、中小企業に技術移転しやすい優れたものをご紹介します。個別の相談会も実施し、導入希望企業には無料で円滑に仲介を行います。 * 特許流通アドバイザーとは・・・ 円滑な特許流通の拡大と普及を図るため、特許導入を希望する企業に対するアドバイスや研究機関・大学が有する特許の地域産業界への移転の支援、仲介等を行うアドバイザー。(相談無料) <a href="http://www.ryutu.ncipi.go.jp/advisor/">http://www.ryutu.ncipi.go.jp/advisor/</a>

スケジュール・技術分野  
（〔 〕は関連環境分野）

13:30～ 開催挨拶

13:35～13:50

**技術 1-A『有機物抽出方法および有機物抽出用溶剤』〔水〕**

大阪府立特許情報センター 梶原淳治 氏

**【概要】**

有機物を抽出する際、ハロゲン化合物(フロン)を必要としない方法と溶剤

**【利用分野・適用製品】**

半導体製造工程、工場排水浄化 洗浄装置、浄化装置

**技術 1-B『超音波によるボウフラの駆除技術』〔水〕**

大阪府立特許情報センター 梶原淳治 氏

**【概要】**

薬剤を用いず、水質を悪化させない、環境に優しい可搬タイプの駆除装置

**【利用分野・適用製品】**

住宅地域や工場の排水施設における環境対策用製品

13:50～14:05

**技術 2『中性電解水とその用途について』〔水〕**

京都府知的所有権センター 衣川清彦 氏

**【概要】**

洗浄効果があり、オゾン濃度の高い電解水を生成する電解水生成装置を用いた方法

**【利用分野・適用製品】**

医療、食品関連などの殺菌を要する分野全般、トイレの尿石除去等

14:05～14:20

**技術 3『界面活性粒子、ポリマー粒子およびその製造方法』〔水〕**

(財)新産業創造研究機構 TLOひょうご 山本泰 氏

**【概要】**

回収可能な界面活性剤を用いて製造されたポリマー粒子およびその製造方法

**【利用分野・適用製品】**

排水処理・油汚染水処理用不溶性無機界面活性剤

14:20～14:35

**技術 4『水活性器とこれを用いた循環水冷却システム』〔水・エネルギー〕**

宮崎県知的所有権センター 片岡博信 氏

**【概要】**

化学薬品を使用せず、麦飯石を用いて水質を活性化する水活性器と循環水冷却システム

**【利用分野・適用製品】**

冷却塔等の循環水冷却関連施設

14:35～14:45 休憩

14:45～15:00

**技術 5『カルシウム質塩化水素吸収剤』[廃棄物]**

(財)岡山県産業振興財団 岡山TLO 上田文明 氏

**【概要】**

都市ごみの焼却時に発生する塩化水素を効率的に除去する塩化水素吸収剤

**【利用分野・適用製品】**

都市ごみの焼却、塩化水素吸収剤、ダイオキシン発生抑制剤

15:00～15:15

**技術 6『土壌改良資材とそれを使った土壌改良方法』[土]**

大阪府立特許情報センター 小林正男 氏

**【概要】**

木質チップを培養基材とした土壌改良資材で、建設汚泥の高アルカリ土壌のpHを低下

**【利用分野・適用製品】**

植物栽培用土壌

15:15～15:30

**技術 7『河川・山野を守る環境保全ブロック』[リサイクル]**

大分県知的所有権センター 加藤賢二 氏

**【概要】**

自然石をポーラスコンクリートで強結した環境保全型多機能擁壁ブロック

**【利用分野・適用製品】**

河川、護岸、道路の舗面保護、法面、池や沼の土留に設置

15:30～15:45

**技術 8『廃瓦を利用した窯業製品及びその製造方法』[リサイクル]**

宮城県知的所有権センター 菅原英州 氏

**【概要】**

屋根瓦をそれぞれ所定比率の瓦屑と、石粉とセメント系固化材なる混合物をプレスにて加圧成形後、所定時間乾燥し、1150℃で焼結

**【利用分野・適用製品】**

高保水性の歩道坂、ヒートアイランド対策、Pb 等有害金属の安定化処理、廃瓦の再処理

15:45～16:00

**技術 9『加工大豆の製造方法(大豆廃棄物を創出しない丸ごと加工する製造方法の提案)』[エコ材料]**

大阪府立特許情報センター 板倉 正 氏

**【概要】**

大豆の表皮・杯軸を含めた丸ごと大豆加工で大豆の組織細胞を破壊することなく、ペースト化

**【利用分野・適用製品】**

	<p>原料素材として食品・食材のあらゆる分野への利用価値</p> <p>16:00～17:00 個別相談</p>
<p>※お申込について※</p>	<p>お申込はお一人様につき一件のみ承っています。 お連れ様がいらっしゃる場合は別途ユーザー登録の上、お申込をお願いいたします。 下記アンケート回答欄に、お連れ様の出席希望をお書きになれらましても、申込受付はいたしかねます。 ご了承ください。</p>
<p>このイベントセミナーを 何でお知りになりましたか ※必須 ※複数選択可  ご覧になられた媒体にす べてチェックをつけてくだ さい。</p>	<p>メールマガジン「b-platz weekly(ビープラッツウィークリー)」 大阪産業創造館のホームページ 当館以外のホームページ 館内に設置してあるパンフレット・チラシ 館外に設置してあるパンフレット・チラシ 大阪産業創造館からのeメールでのご案内 知人の紹介 その他 広報紙「b-platz press」 メールマガジン経営マガジン～社長のネタ帖～ メールマガジン「研究開発ニュース」 メールマガジン「HealthcareMarketReview(ヘルスケア・マーケット・レビュー)」 メールマガジン「ロボマガ！」</p>
<p>関心のある項目があれば チェックを付けてください</p>	<p>新規事業開発 融資・助成金 連携・パートナー企業探し 株式公開(IPO) 事業承継 営業力強化 販路・売上拡大 PR・宣伝 知的財産・発明 財務・会計・税務 人事管理・労務 研究開発 デザイン・商品企画 製品開発・技術力向上 ロボット</p>

# 特許ビジネス市 in 燕・三条

～ ビジネスチャンスのヒントがここにある ～

「特許ビジネス市」は、特許技術などのシーズを保有する方々から、特許技術の内容・効果、ビジネスプラン等を発表して頂き、参加者から当該技術のライセンス、商品開発のための共同研究、商品の販売協力の申し出を募る場(市)です。「特許を使って新商品を開発したい。共同研究を進めて行きたい。」とお考えの皆様のご参加をお待ちしております。

また、当日は会場内に下記の発表案件以外の特許情報も公開しております、これからのビジネスチャンスが見つかるかもしれません。ぜひご参加下さい。

【日 時】平成18年10月24日(火) 13:30～16:40

【会 場】三条・燕地域リサーチコア 7階 マルチメディアホール  
新潟県県央地域地場産業振興センター(別館)(新潟県三条市須頃1丁目17番地)

【進 行】

時 間	主 な 内 容
13:30～13:40	主催者挨拶
13:40～14:10	・固形バイオマスの下方ガス化燃焼構造からなる燃焼装置及び炭化炉・ガス化炉 (なま木等、固形バイオマスの水分量が多くても安定した高温燃焼を継続し、その水分をも水性ガス化反応によりガス化し効率よく燃焼させる、構造が簡単な燃焼装置) (有)暖談森社
14:10～14:40	・発泡スチロールと同等な保冷性を有するダンボール製保冷箱 (ダンボール箱の側面と底面に空気層を作り断熱し、箱の上面はティッシュペーパーを重ねた厚く柔らかい紙で覆い蓋をする。使用後は、一般ごみとして廃棄が容易な、保冷性収容箱) 三愛パック(株)
14:40～15:10	・生鮮食品の低温貯蔵方法と冷蔵装置 (生鮮食品を急速冷却工程した後、凝固点降下冷却工程において冷蔵庫の設定温度を特定することにより、生鮮食品を凍結させることなく、新鮮な状態で低温保存する) (有)フジテクノ
15:10～15:30	休 憩
15:30～16:00	・可視光応答型光触媒材料の作製方法 (可視光応答型光触媒として機能する硫黄添加二酸化チタンの作製方法。紫外光が利用できない室内での、有害有機物の除去、雑菌やカビの繁殖防止剤など、幅広い用途が期待される) 日本原子力研究開発機構
16:00～16:30	・大豆粉砕物の製造方法及び大豆含有食品 (大豆特有の青臭さが生じることを可及的に防止し、且つ、幅広い用途への大豆の使用を可能にする) 新潟県
16:30～16:40	総 評

※発表案件の技術内容、ビジネスプラン等のプレゼンテーションを約15分間行い、その後質疑応答を行います。

【申込方法】

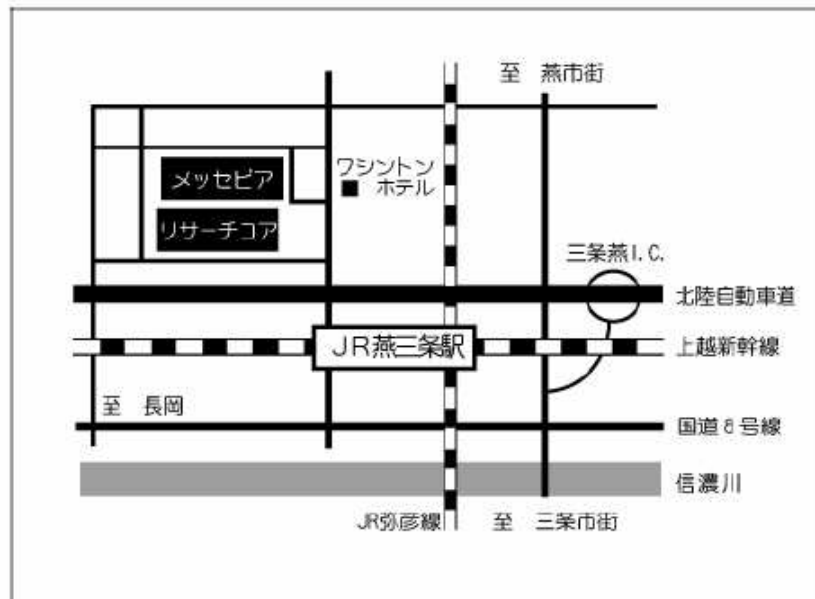
下記の参加申込書に必要事項をご記入の上、FAXにてお申込み下さい。

【お問合せ】

(財)新潟県県央地域地場産業振興センター 産業支援部企業支援課  
TEL 0256-35-7811 FAX 0256-32-5701

主催：(財)新潟県県央地域地場産業振興センター  
共催：(独)工業所有権情報・研修館、新潟県  
後援：(財)にいがた産業創造機構

## アクセス図



※会場は、リサーチコア7階：マルチメディアホール

(切り取らずにFAXにてお申し込みください)

## 「特許ビジネス市」参加申込書

新潟県県央地域地場産業振興センター 企業支援課行き

FAX : 0256-32-5701

企業名			
住所	〒		
電話番号		FAX	
参加者	所属	氏名	フリガナ

## 2-3 みやぎ特許ビジネス市

「みやぎ特許ビジネス市」は、特許技術等を保有する方々から、特許技術の内容・効果、商品開発のポイントとなるビジネスプラン、ライセンス条件等について説明いただき、当日ご参加の皆様から、当該技術のライセンス、商品開発のための共同研究、商品の販売協力、事業資金の支援等、各種アライアンスを申し出ていただく場(市)です。

宮城県では、「特許ビジネス市」を開催している独立行政法人工業所有権情報・研修館の協力を得て、その宮城県版として「みやぎ特許ビジネス市」を開催することとなりました。

**特許流通に関心のある方でしたら、どなたでもご参加いただけます(参加無料)。**

◇日 時：平成19年**2月15日**(木) 13:00～17:00

◇会 場：仙台商工会議所 7階 大会議室

<http://www.sendaicci.or.jp/ccijyouhou/contents/05.html>

◇発表案件：エネルギー・環境・生活関連技術から7案件


 [ご案内リーフレット\(PDF 828KB\)](#)


No	発表案件名	提供者	活用キーワード
1	「エマルジョン燃料製造装置」	(株)エヌ・エフ・ジー	ボイラー, エンジン
2	「遠赤外線発生装置」	(株)ティーアールティー	融雪・住宅・アグリ関連
3	「生鮮食品の低温貯蔵方法と冷蔵装置」	(有)フジテクノ	長期保存冷蔵庫
4	「気孔任意制御を可能とした高機能多孔質体」	宮城県産業技術総合センター	排ガスフィルター, 真空チャック
5	「簡易回路で構築可能な高感度磁気センサ」	宮城県産業技術総合センター	地磁気センサ, 磁気スイッチ
6	「新規高機能非イオン型界面活性剤製造技術」	ライオン(株)	界面活性剤, 洗浄剤
7	「現場での重金属等汚染土壌修復工法」	(株)アムスエンジニアリング	汚染土壌修復剤

### ◇【参加申込方法】

下記より参加申込用紙をダウンロードし、必要事項を御記入の上、

**メール**又は**FAX**にてお申し込みください。

 [申込用紙\(PDF 828KB\)](#)

 [申込用紙\(word 77KB\)](#)



◇応募締切：平成19年2月8日（木）

◇定 員：100名

◇主催・共催

主催：宮城県

共催：独立行政法人工業所有権情報・研修館  
財団法人みやぎ産業振興機構

◇お申込・お問い合わせ先

宮城県知的所有権センター（担当：特許流通アドバイザー 菅原）

TEL: 022-377-8725（平日9:00～17:00） FAX: 022-377-8712

〒981-3206 宮城県仙台市泉区明通2丁目2番地 宮城県産業技術総合センター内

E-mail：[sugawara-ad@adp.jiii.or.jp](mailto:sugawara-ad@adp.jiii.or.jp)

## 2-4 特許ビジネスフェア in わかやま

---

### 「特許ビジネスフェア in わかやま」

「特許ビジネスフェア in わかやま」は、特許等を保有する企業により、地域の課題解決につながる特許・技術シーズを地域の企業に対して紹介して頂き、新たなビジネス展開を支援するものです。

「事業推進で困っている」、「こんな技術を使いたい」

→「特許ビジネスフェア in わかやま」では、このような要望にお答えします。

「特許ビジネスフェア in わかやま」は終了しました。

多数の皆様のご参加ありがとうございました。

1. 開催日時 平成19年2月23日(金) 13:00~16:30

2. 会場 和歌山ビッグ愛(和歌山市) 5階504会議室

※パネル展示は503会議室

わかやまテクノビジネスフェア2007と同時開催

3. 主催・共催等

主催：和歌山県

共催：財団法人わかやま産業振興財団、社団法人発明協会和歌山県支部

協力：独立行政法人工業所有権情報・研修館

4. 発表テーマ

①酵素を利用した食品等加工

「植物性農水産物加工食材の製造方法」 澤産業(株)

「乳酸菌を利用した米麴の製造方法及び米味噌の製造方法」 愛知県産業技術研究所・サンエイ糖化(株)

②新たな排水・廃液処理方法

「有機廃棄物の酵素による分解消滅」 (株)寺本電気

「排水中からの窒素除去技術」 和歌山県工業技術センター

「梅調味液を利用した飼料添加物」 (株)東農園

③新たな殺菌・防腐方法

「生鮮食品の低温貯蔵方法と冷蔵装置」 (有)フジテクノ

「高効率「自然触媒 PIP」(Powder Impact Plating)」 (株)不二機販

「電解水生成装置による殺菌・洗浄」 (株)富永製作所

「天然ヒノキチオール食品等への殺菌・殺虫剤としての利用」 (有)キセイテック

### 3 特許ビジネス市発表案件フォローアップ調査・アンケート調査票

---

<機関>  
<部署>  
<役職>  
<氏名> 様

#### 特許ビジネス市ご発表案件に関する調査のお願い

2006年12月 (株)三菱総合研究所

○本質問票は、独立行政法人 工業所有権情報・研修館が実施し、貴殿がご発表（ないし関係）された「特許ビジネス市」の現在の状況を調査すること目的に作成したものです。調査の趣旨につきましては、同封の独立行政法人 工業所有権情報・研修館の文書をご覧ください。

○本質問票の対象は、平成<年度>年特許ビジネス市（独立行政法人 工業所有権情報・研修館主催）で発表された以下の案件です。

案件名：<案件名>

なお、平成15年～17年度に複数案件の発表をされた方には、別の案件につき、同じアンケート票を別途お送りいたしますので、このアンケート票には、上記案件についてのみお答えください。

○ご記入いただいた調査票は、お手数ですが**2007年1月10日(水)**までに同封の返信用封筒（切手不要）に入れご投函いただきますようお願い申し上げます。

○一部の内容については発明協会からも定期的にお聞きしていますが、重複はお許してください。

○本調査の担当は以下の通りです。本調査についてのご質問は下記まで問い合わせください。

(株)三菱総合研究所 〒100-8141 千代田区大手町2-3-6  
科学技術研究本部： 電話：  
e-mail：

## 問1 発表案件の現状について

発表された案件の現状について以下の選択肢の中からあてはまる番号をいくつでも選び、○印をつけてください。

### 1. 発表後に当該特許を活用した製品の製造・販売を開始した

販売開始時期	具体的な製品名	製造・販売者
年 月		製造：自社・他社 ( ) 販売：自社・他社 ( )
年 月		製造：自社・他社 ( ) 販売：自社・他社 ( )
年 月		製造：自社・他社 ( ) 販売：自社・他社 ( )
年 月		製造：自社・他社 ( ) 販売：自社・他社 ( )
年 月		製造：自社・他社 ( ) 販売：自社・他社 ( )

2. 発表後に当該特許を活用した製品の製品化が進んだ (主に 自社・他社 で)
3. 発表後に当該特許を活用した技術開発が進んだ (主に 自社・他社 で)
4. 共同研究・開発している又は検討中 (コンタクトがあった時期： 年 月)
5. オプション契約\*をして相手先で検討中 (コンタクトがあった時期： 年 月)
6. 秘密保持契約をして相手先で検討中 (コンタクトがあった時期： 年 月)
7. サンプルを渡し相手先で検討中 (コンタクトがあった時期： 年 月)
8. 発表前と特に変わりがない

\*オプション契約：事業化に必要な情報等を提供し、当該特許を使用させるとともに、契約期間内に実施許諾を受けるか否かの選択権を与える契約

## 問2 特許ビジネス市での発表を契機として受けた支援について

特許ビジネス市での発表を契機として、直接的・間接的に支援を受けましたか？受けられた支援としてあてはまるものすべてに○印を付けて下さい。

- ・ 選択肢1. ～4. に当てはまる場合は、それぞれ後に続く設問（問2-10～問2-4）にお答えのうえ、問3にお進みください。
- ・ 申し出・紹介は何も受けていない方（選択肢5.）は、問3にお進みください。

1. ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた ……問2-1（4ページ）をお答え下さい
2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた ……問2-2（8ページ）をお答え下さい
3. 資金協力先（融資、出資等）の申し出・紹介を受けた ……問2-3（10ページ）をお答え下さい
4. 事業化支援の申し出・紹介を受けた ……問2-4（11ページ）をお答え下さい
5. 上記のような申し出・紹介は何も受けていない ……問3（12ページ）にお進み下さい

問 2-1 ライセンス・譲渡の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

問 2-1-1 何件の申し出・紹介を受けましたか？

申し出	件
紹介	件

問 2-1-2 ライセンス契約を何件締結しましたか？また、譲渡契約を締結しましたか？

ライセンス	件	計 0 件の場合……………問 2-1-3 にお進み下さい
譲渡	有・無	計 1 件以上の場合……………下記 1 にお進み下さい

1. ライセンス契約または譲渡契約締結先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

1. はい 2. いいえ
-----------------

2. ライセンス契約・譲渡契約の内容について、可能な範囲でお答えください。

**記入要領**

**契約の種類**

下記選択肢から一つ選んで番号をご記入下さい。

1. 実施契約（専用実施権）
2. 実施契約（通常実施権）
3. 譲渡契約
4. 共同研究
5. その他（具体的にご記入下さい）

**【記入例】**

	項目	回答欄
<b>【例】</b>	契約の種類	2
	対象特許*	特許番号・公開番号： 特許第 1234567 号 出願日： 2000 年 1 月 23 日
	ライセンス料・譲渡金額	(ライセンスの場合の例) 一時金：100 万円 料率：売上の 3% ----- (譲渡の場合の例) 譲渡金額：500 万円
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	当該技術の研究開発にかかった費用
	技術指導の有無とその内容	本件特許を利用した製品の加工技術のノウハウを開示した。
	その他特殊条件	相手方が当方より特殊原料の購入をすることを条件としている。

\*1 つの契約で複数の特許が対象となる場合、最も早く出願されたものをご記入下さい

【回答欄】

	項目	回答欄
案件 1	契約の種類	
	対象特許	特許番号・公開番号：
		出願日：                    年            月            日
	ライセンス料・譲渡金額	
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	
その他特殊条件		
案件 2	契約の種類	
	対象特許	特許番号・公開番号：
		出願日：                    年            月            日
	ライセンス料・譲渡金額	
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	
その他特殊条件		
案件 3	契約の種類	
	対象特許	特許番号・公開番号：
		出願日：                    年            月            日
	ライセンス料・譲渡金額	
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	
その他特殊条件		

	項目	回答欄
案件 4	契約の種類	
	対象特許	特許番号・公開番号：
		出願日：                   年       月       日
	ライセンス料・譲渡金額	
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	
その他特殊条件		
案件 5	契約の種類	
	対象特許	特許番号・公開番号：
		出願日：                   年       月       日
	ライセンス料・譲渡金額	
	ライセンス料・譲渡金額の算出方法	
	技術指導の有無とその内容	
その他特殊条件		

問 2-1-3 ライセンスまたは譲渡の交渉中のものは何件ですか？

	0 件の場合 …………… 問 2-1-4 にお進み下さい
件	1 件以上の場合 …………… 下記 1 にお進み下さい

1. 秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

	件
--	---

2. 秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報は提供していないものは何件ですか？

	件
--	---

3. 秘密保持契約を締結していないが、サンプル品や技術情報を提供しているものは何件ですか？

	件
--	---

問 2-1-4 ライセンスまたは譲渡の交渉をしたが、契約締結に至らなかったものは何件ですか？

	0 件の場合 ……………	問 2-1-5 にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 交渉の経緯をなるべく具体的にお答え下さい。(時期・期間、合意できた／できなかった内容等)

2. 秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

	件
--	---

3. 秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報は提供しなかったものは何件ですか？

	件
--	---

4. 秘密保持契約は締結しなかったが、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

	件
--	---

問 2-1-5 ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介は受けたが、交渉していないものは何件ですか？

	0 件の場合 ……………	問 2-2 以降にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 交渉していない理由は何ですか？



問 2-2 共同開発・用途開発の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

---

問 2-2-1 何件の申し出・紹介を受けましたか？

申し出	件
紹介	件

問 2-2-2 共同開発・用途開発を何件実施しましたか？（実施中も含む）

件	0 件の場合 ……………	問 2-2-3 にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 共同開発・用途開発先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

1. はい
2. いいえ

問 2-2-3 共同開発・用途開発の交渉中のものは何件ですか？

件	0 件の場合 ……………	問 2-2-4 にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 秘密保持契約を締結した上で、サンプル品や技術情報を提供したものは何件ですか？

件
---

2. 秘密保持契約を締結したが、サンプル品や技術情報は提供していないものは何件ですか？

件
---

3. 秘密保持契約を締結していないが、サンプル品や技術情報を提供しているものは何件ですか？

件
---

問 2-2-4 共同開発・用途開発先と交渉を行ったが、共同開発・用途開発の実施には至らなかったものは何件ですか？

件	0 件の場合 ……………	問 2-2-5 にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 交渉の経緯をなるべく具体的にお答え下さい。（時期・期間、合意できた／できなかった内容等）

--

2. 契約に至らなかった理由は何ですか？

問 2-2-5 共同開発・用途開発の申し出・紹介は受けたが、交渉していないものは何件ですか？

	0 件の場合 ……………	問 2-3 以降にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 交渉していない理由は何ですか？

問 2-3 資金協力先（融資、出資等）の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

問 2-3-1 何件の資金協力の申し出・紹介を受けましたか？

申し出	件
紹介	件

問 2-3-2 そのうち、何件の資金協力を実際に受けましたか？

	0 件の場合 ……………	問 2-4 以降にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記 1 にお進み下さい

1. 資金協力先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

1. はい
2. いいえ

2. どのような資金協力を受けましたか？あてはまるものをすべてお答えください。

①融資	件	金額	円
②出資	件	金額	円
③国・地方自治体等からの補助	件	金額	円
④その他（具体的に）			

3. 資金協力の申し出・紹介はあったが、実際には資金協力を受けなかったものは何件ですか？

	0 件の場合 ……………	問 2-4 以降にお進み下さい
	1 件以上の場合 ……………	下記アにお進み下さい

ア. なぜ資金協力を受けなかったか、代表的な理由をお答えください。

問 2-4 事業化支援の申し出・紹介を受けた方にお聞きします。

---

問 2-4-1 何件の事業化支援の申し出・紹介を受けましたか？

申し出	件
紹介	件

問 2-4-2 そのうち何件の事業化支援を実際に受けましたか？

件	0 件の場合 ……………	問 2-4-3 にお進み下さい
	1 件以上の場合 ………	下記 1 にお進み下さい

1. 事業化支援先をご紹介いただくことは可能でしょうか？

1. はい
2. いいえ

2. どのような事業化支援を受けましたか？具体的にお答えください（例：商品販売協力、市場調査 等）。

--

問 2-4-2 事業化支援の申し出・紹介はあったが、実際には事業化支援を受けなかったものは何件ですか？

件	0 件の場合 ……………	問 3 にお進み下さい
	1 件以上の場合 ………	下記 1 にお進み下さい

1. なぜ事業化支援を受けなかったか、代表的な理由をお答えください。

--

**問3 特許ビジネス市に関する評価点・改善点**

特許ビジネス市を契機として支援を受けた方・受けていない方の双方にお聞きします。

特許ビジネス市について、どのように評価されますか？

特許ビジネス市を契機として受けられた支援に応じて、評価すべき点と、改善すべき点をそれぞれなるべく具体的にお答え下さい。

**問3-1 評価すべき点**

支援の種類	誰が (自分自身、支援提供者、支援先紹介者、特許ビジネス市開催者、その他)	何を(したことを評価する)
【例】 1	【例】ライセンス契約先を紹介してくれた、特許ビジネス市出席者	【例】紹介先と長年の取引実績があり、相手先のニーズを熟知していた。

受けた支援の種類	
0. 支援は受けていない	3. 資金協力先の申し出・紹介
1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介	4. 事業化支援の申し出・紹介
2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介	5. その他(具体的に)

### 問 3-2 改善すべき点

支援の種類	誰が (自分自身、支援提供者、支援先紹介者、特許ビジネス市開催者、その他)	何を (すべきだったか)
【例】 3	【例】 自分自身	【例】 資金協力先に当社ビジネスの有望性を十分に説明仕切れなかった。

#### 受けた支援の種類

0. 支援は受けていない
1. ライセンス先・譲渡先の申し出・紹介
2. 共同開発・用途開発の申し出・紹介
3. 資金協力先の申し出・紹介
4. 事業化支援の申し出・紹介
5. その他 (具体的に)

問 4 特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた支援

発表された当該技術に関して、特許ビジネス市での発表と関わりなく受けた全ての支援について、可能な範囲でなるべく具体的にお答えください。

問 4-1 ライセンス先の申し出・紹介を受けましたか？

1. はい →具体的にご記入下さい


2. いいえ

問 4-2 譲渡の申し出・紹介を受けましたか？

1. はい →具体的にご記入下さい


2. いいえ

問 4-3 共同開発・用途開発先の申し出・紹介を受けましたか？

---

1. はい →具体的にご記入下さい


2. いいえ

問 4-4 資金協力（融資、出資等）の申し出・紹介を受けましたか？

---

1. はい →具体的にご記入下さい


2. いいえ



問 4-5 事業化支援の申し出・紹介を受けましたか？

1. はい →具体的にご記入下さい


2. いいえ

問 5 その他

その他、特許ビジネス市に関するご意見がございましたらお答えください。

--

問 6 確認・追加質問（インタビュー、電話・電子メール等による調査）について

今後、本調査ご回答結果について、当方より確認・追加質問等（インタビュー、電話・電子メール等による調査）に協力いただくことは可能ですか。

なお、確認・追加質問結果について企業名、お名前を公開することはありません。また、インタビュー調査の場合は調査担当者が訪問して1時間～1時間半程度お話を伺うものです。また、ご協力が可能と回答いただいた場合でも、すべての方に必ず確認・追加質問を行うことをお約束するものではありませんので、ご了承ください。

- 1. 協力可能
- 2. 協力不可能

## ご連絡先ご確認のお願い

本アンケート調査は、本調査票表紙に記載させていただいた方にお送りしております。

この方のご異動等の事情により、前ページ問 6 でお伺いした確認・追加質問のため、当方からの連絡先を修正する必要がある場合には以下にご記入をお願いいたします。

ご記入は任意でございます。また、ご記入いただける場合も、事前に別紙「個人情報の取扱いについて」をお読みいただき、ご同意の上でお願いいたします。

<新たにご連絡先（本調査票表紙から変更がある場合のみ、ご記入ください）>

会社名	
部署名	
お名前	
電話番号	
電子メールアドレス	
所在地	〒

---

ご協力誠にありがとうございました。

---

#### 4 アンケート・インタビューからの課題詳細

アンケート調査およびインタビュー調査から抽出された課題の詳細を以下に整理する。

段階	主体	課題・意見
1	開催時期・場所等の決定	
	1-A INPIT	
	1-A-1 開催の時期、他のイベントとの併催	
	a. 他のイベントと調整を行い、重複を避けて開催すべき	<p>地方の経済産業局で、関連イベントの日程調整を行ってほしい。</p> <p>国際特許流通セミナーとの併催はせっかく特許流通アドバイザーが全国から集まる良い機会であるにもかかわらず、セミナー発表と時間帯が重なっており、ビジネス市への参加が少なかった。セミナーの空き時間を使って(あるいは作って)アドバイザーの多くが参加できるようにすることが重要と考える。</p>
	b. 単体での開催ではなく、他のイベントとのタイアップを進めるべき	<p>特許ビジネス市単体で開催するのはいかがなものか。イベントと割り切れれば、他のイベントとのタイアップを進めるべき(特に、東京以外での開催の場合)。</p>
	c. 補助金の紹介等を同時に行うことによる参加者の増加	<p>特許ビジネス市の正解はわからないが、現状のままでは、ライセンスの増加は多く望めない。例えば、農水省関連の月1回位の講演だと、補助金の話も同時に行うので、参加者が集まる。何か、アメがないと参加者集めは苦しい。特許ビジネス市の最初の30分位で、補助金の紹介のプレゼンをした後、技術の紹介をするべき。</p>
	1-A-2 テーマの絞り込み	
	a. 特定の技術分野、カテゴリー等ごとに分けて興味のある参加者集客	<p>特許ビジネス市での発表を分野ごとに集めてみるのも一案だが、実際に同じ分野でどこまで集まるかが課題だろう。</p> <p>技術分野を絞ることが動員数等との関係で難しいのならば、例えば午前中は一般的な技術セッションとして、午後に特定分野に特化した技術とするなどの工夫も考えられるのではないかな。</p> <p>発表に当たっては技術分野での絞り込みは必要だろう。ほとんどの案件に興味がないことがわかっている発表会への参加インセンティブは低くなってしまふ。</p> <p>技術分野を絞ることも興味のある参加者を集めるという意味で検討すべきだろう。福祉や健康など、話題性のある技術の絞り込みは容易と考えるが、一般参加者をどれだけ集められるかは疑問である。</p>
	b. コンセプトの明確化	<p>特許ビジネス市事業ではよい技術を発掘し、それをできるだけ興味のある人に紹介するという最も重要な中身の部分をより追求すべきだろう。また、多くの成果が出てくるのはまだ時間がかかるだろうが、ある程度の長期にわたって事業を継続できることが公的セクターが事業実施をする場合の長所であるから、参加者等の数にあまりこだわる必要はないと思う。</p> <p>JSTの新技術説明会は、コンセプトも明確で、大学との共同研究・ライセンス契約という明確な目的がある。参加者にとって、わかりやすいメリットがある。</p>
	c. 特許だけでなく、技術全体の流通としての開催	<p>単なる特許の流通というイベントの開催ではなく、「技術全体の流通」という形で、イベントを開催すべき。特許というと、明細書が読めない人も多し、抵抗感をもつ人は多い。</p>
	1-A-3 他事業との連携	
	a. 他のイベントとのタイアップ	<p>特許ビジネス市単体で開催するのはいかがなものか。イベントと割り切れれば、他のイベントとのタイアップを進めるべき(特に、東京以外での開催の場合)。</p> <p>成功事例が少なそうなので、やり方を変えるべき。多分、考え直す時期に来ている。机上で考えている。現場に出るべき。アドバイス支援の方法も変わってくるのではないかな。情報館の特許流通データベースへの登録も約1000件あるが、年間1~2件の問い合わせしかない。</p>

段階	主体	課題・意見
	2-C 発表者	<p data-bbox="343 241 673 271">2-C-1 ビジネス市にふさわしい案件</p> <p data-bbox="406 271 887 300">a. 参加者の興味に一致する内容(中小企業向け等)</p> <p data-bbox="454 309 1318 412">大企業のビジネスに合うような案件を期待している参加者が多かったと感じた。市場規模として大きなものを想定していなかったが、そうした市場でもビジネスをやっている中小規模企業の参加者が少なかった。そのため発表内容が大企業の事業としての現実味が少ないと感じた参加者が多かったのではないかと感じた。</p> <p data-bbox="406 421 775 450">b. 一般に受け入れられやすい技術を紹介</p> <p data-bbox="454 450 1046 479">もう少し、一般受けする技術を紹介すべきであった。【アンケート】</p> <p data-bbox="406 479 612 508">c. 未利用技術の活用</p> <p data-bbox="454 517 1294 568">毎年自社で実施している特許の棚卸しをいただき、ライセンスアウトするのにふさわしい技術(特許群)が見つかったので、発表を決定した。</p> <p data-bbox="454 577 1318 680">そもそも発表した技術は現在の自社の中心的事業内容からは外れる技術であり、今回発表することによりこれまでつきあいのなかった事業者とのつながりができることが、今後のビジネスに活かせるかもしれないと思った。そうした事業者への技術的アピールが主に期待した効果である。</p> <p data-bbox="454 689 1318 741">特許だけを紹介していても事業につながらないと感じていたところ、ビジネスプランを合わせて発表するという特許ビジネス市の考え方に共感し、発表しようと思った。</p> <p data-bbox="454 763 1031 792">・発表案件は、次の3つの条件に合致するものから選んでいる。</p> <p data-bbox="454 792 788 822">(1) 比較的技術が完成しているもの</p> <p data-bbox="454 822 820 851">(2) 自社がビジネス展開していないもの</p> <p data-bbox="454 851 1318 891">・1つの案件は事業化し、販売していた。しかし市場が小さすぎ、自社でやっては限度があると感じていた。また過去の製品のうちの一つをもう少し別に展開できると考えていた。</p> <p data-bbox="454 891 1318 943">・もう一つの案件は事業化を途中であきらめた。用途の広がりはあるが、多展開しても市場規模が小さすぎるため、この技術を利用して他で事業化できるのではないかと考えた。</p> <p data-bbox="454 943 1318 994">(3) ライセンシー側で追加的な初期投資の負担の必要がないもの(特に中企業がライセンシーの場合に重要)</p> <p data-bbox="454 1016 1318 1068">事業内容はあらかじめ知っていたところ、本件特許が登録されたので自信を持って勧められる案件だと思った。</p>
	2-Z 特許流通アドバイザー	<p data-bbox="343 1093 517 1122">2-Z-1 個別ADの判断</p> <p data-bbox="406 1122 588 1151">a. 活用技術の発掘</p> <p data-bbox="454 1160 1318 1240">最初の研究開発および特許権取得は別の会社であったが事業範囲外であったところ、別の会社に特許を譲渡したものであるが、譲受会社でも事業化が難しく、特許の放棄を検討していたが、ビジネス市で発表したらどうかと持ちかけた。</p> <p data-bbox="454 1263 1318 1344">特許権者はすでに事業化を試みたが撤退していた状態にあったものを、別の会社がその技術内容に興味をいだいた時期と、特許ビジネス市の案件募集時期が重なったため、発表を考えた。</p> <p data-bbox="454 1366 1318 1417">発表特許に関する素材を使った製品がブームになりかかった時期であったため、発表案件は特許流通アドバイザーが選択した。</p> <p data-bbox="454 1440 1318 1491">事業内容はあらかじめ知っていたところ、本件特許が登録されたので自信を持って勧められる案件だと思った。</p> <p data-bbox="454 1514 1318 1594">当社では、更新の近い特許を対象に毎月特許の棚卸しをしている。各事業部にはその特許を継続するかどうか検討してもらい、維持する場合はその事業部がコストを負担するようにした(それにより使う可能性のない特許を無駄に保有しないようになった)。</p> <p data-bbox="454 1594 1318 1675">また、それとは別に全社知財担当部門で全ての特許を見ており、将来的にライセンスすべき特許、コア技術として残しておくべき特許の判断をしている。</p>

段階	主体	課題・意見
3	シーズ選考	
	3-C 発表者	
	3-C-1 参加者の明確化	
		一般参加者がだれだったのかをできれば知りたかった。
		中小規模の企業を実際に紹介できるような招聘者(銀行等)が参加しているとよいと感じた。
	3-C-2 魅力的な発表内容・タイトル	
	a. わかりやすい技術の選択	
		発表案件の選定に当たっては、以下の条件を考えた。 ・関係分野のビジネス市で発表すること ・わかりやすい技術であること
		参加者についての印象:興味をもって聞いてもらえたと思っているが、技術開発の度合いではまだ未成熟であり、すぐにビジネスに結びつくものではないという印象を受けたかもしれない。
		前回のビジネス市での発表内容は総じて特許流通アドバイザーには理解しやすい内容だったと思われるが、一般参加者にはややわかりづらい内容だったかもしれない。
	b. 主催者側からも発表名を検討	
		発表原稿を提出したときに主催者側からも発表名も一緒に考えてみたらどうか。
4	一般参加者募集・申し込み受付	
	4-A INPIT	
	4-A-1 事業認知度の向上(案件発表に興味を持つ参加者の集客)	
		参加者が非常に少なかったのもっと興味がある人が集まるようPRして欲しかった。【アンケート】
		現在では大半の案件は特許流通アドバイザーのプロとしてのフィルターを通った、技術的にある程度優秀な案件が集まっていると思う。そうした中で、特許ビジネス市をさらなる成功に導くためには、本当に興味のある参加者をどれだけ集められるかがポイントだろうと思っている。
	4-A-2 より早い段階での案件情報の発表	
		実際の製品や具体的なビジネスプラン等、事前の情報はあればあるほど一般参加者には役立つのではないかと。
		特許流通フェア等、特許ビジネス市に関心を示しそうな方が集まる他の事業においても、なるべく早めに発表内容を開示すると良いのではないかと。その段階で発表内容がきちんと固まっていなくても良い。
		もう少し事前に情報を提供したらよいのではないかと。
		事前にどのような方が参加されるかのリストをもらっていたので、ある程度想定していた質問が多かった。

段階	主体	課題・意見
		4-A-3 発表案件の詳細情報
		a. 発表者への情報提供が望まれる
		一般参加者がだれだったのかをできれば知りたかった。
		INPITからニーズサイドの情報も欲しい。発表者側としては情報を出すばかりだが、どういう情報が求められているのか知ることができればより良い情報を提供できる可能性もある。
		b. 一般参加者に対して、詳しい発表内容の事前開示
		一般参加者向けに事前に公開されるのはタイトルのみである。タイトルだけから中身を判断することは難しいだろう。
		発表前については、JSTの新技術説明会と同様、500～600字のアブストラクトを掲載してほしい。
		無論、情報は出した方が良いが、本当に情報を欲している人に見てもらうことが大切。誰に発信するかが重要。
		特許番号を載せれば、特許流通アドバイザーにはある程度参考になるだろう。しかし中小企業の方など、特許情報だけわかって、そこからどのようなビジネスが展開できるかは不明なため、あまり役に立たない。商品やビジネスの情報が必要だろう。
		一般参加者に発表内容についてのより詳しい情報を開示すべき。現在でも招聘者には開示しているのだから問題はないはずである。そうすることにより、例えば地方からもその発表だけを聞きに来るといったケースが増えるはずである。
		プレゼン資料程度の内容であれば事前に開示は可能と考える。ただしその提出締め切りが早まるようだと難しくなる可能性もある
		締め切りの関係で早めに出せないかも。内容面では発表資料程度は出してもよい。現状に近い形で、例えばどういう分野での適用を考えているのか等を、もうすこし情報提供しても良いのでは。
5 発表者支援		
	5-C 発表者	
	5-C-1 参加者の明確化	
		一般参加者がだれだったのかをできれば知りたかった。
		潜在的なライセンサーが参加されていたため、技術的な質問があった。
		主に他の案件を聞きに来た参加者も多かったと思う。
	5-E 委員(招聘者)	
	5-E-1 事業の検討	
		招聘者は一般参加者と異なり、事前に発表内容を知っているはず。もし自分が招聘されたら、その発表内容を事前に見て、具体的にどのような企業に紹介できるか等を考えてから発表当日に臨み、当日の投票も、十分具体性を吟味の上で投票するだろう。招聘者にはより慎重な投票を希望する。
		流通関係、銀行関係の参加者が多かった。ただし、潜在的なライセンサーが来ていなかったのは残念である。技術的なことにはあまり興味が示されず、専らビジネスプランに興味を集中していたと思う。
	5-Z 特許流通アドバイザー	
	5-Z-1 AD間の情報共有	
		新しい形態の発表内容として、流通アドバイザーが持っている技術情報をいくつか集めて一つのビジネスを提案できるとおもしろいのではないか。

段階	主体	課題・意見
6	発表	
	6-A INPIT	
	6-A-1 発表資料のHP上の掲載	<p>特許ビジネス市類似の事業を地方自治体で展開しているが、全国版と比べてさらに遠方からの参加が難しい。全国版も含めてすべての発表の様子を動画で見られると良いのではないか。たとえば全国の発明協会の支部に行けばいつでもそれを見ることができれば十分に意味がある。発表の様子は、単に発表資料(レジュメ)を見られるよりもずっと価値がある。</p>
	6-C 発表者	
	6-C-1 プレゼンテーションの仕方	
	a. 技術内容、市場に関して、一般参加者にもわかりやすく説明	<p>限定された分野であり、そのままではわかりにくい点もあると考え、技術の効果と、市場について明確にすることを心がけた。</p> <p>都市部での開催であり、農業関係の技術については理解が難しいことも考えて、技術内容・市場のわかりやすい説明をこころがけた。その結果として参加者はある程度の理解をしたものと考えている</p> <p>元国立研究所の技術であり、技術的にしっかりしていることをアピールするように気をつけた。</p> <p>技術情報だけ発表しても思いは伝わらないのではないか。その意味で実際に発表の場に居合わせる事が重要である。真剣にビジネスを考えて熱心に紹介すればそれは一般参加者に伝わるだろう。</p> <p>ビジネスプランについては技術者等社内の関係者にヒアリングしながら知財部主導で作成した。もちろん、技術については開発した技術者が一番わかっているが、ビジネスプランの作成には向かないし、すでに他の開発案件に携わっているため、本件で技術者に負担をかけるわけにもいかなかった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスプラン(特に、当該技術の用途の範囲)をどこまで言うかに気をつけた。</li> <li>・基本的に、事業化に至っている技術をわかりやすく説明することに注力した。</li> </ul> <p>前回のビジネス市での発表内容は総じて特許流通アドバイザーには理解しやすい内容だったと思われるが、一般参加者にはややわかりづらい内容だったかもしれない。</p>
	b. 参加者に合わせて発表内容を工夫	<p>金融機関、ベンチャーキャピタルの人が参加すると聞いていたので、売り上げ計画など、特に資金面での内容を盛り込んだ。</p> <p>技術内容により精通している技術者自身が発表を行ったが、一方であまり大胆な商品企画はできなかった。</p> <p>すぐに実用化できる技術ではないため、あまり過度の期待を持たれないように表現には気を使った。お互いに誤解があるとそれを解消するためのやりとりが無駄になると考えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスプラン(特に、当該技術の用途の範囲)をどこまで言うかに気をつけた。</li> <li>・基本的に、事業化に至っている技術をわかりやすく説明することに注力した。</li> </ul> <p>対象市場の市場規模の大きさ・精度の高さに気をつけた。シェアについても、算出根拠を相当検討した。魅力的かつ現実的な数字の提示が、コーディネータとしての役割として考える。</p> <p>具体的な効果を数値で明確に説明できれば良かった。【アンケート】</p>

段階	主体	課題・意見
	6-E 委員(招聘者)	
	6-E-1 コメントの妥当性	
	a. 印象に残るコメントがなかった	<p>招聘者からは特に印象に残るコメントはもらえなかった。後日、招聘者から何らか連絡をもらうといったこともなかった。</p> <p>招聘者については特に印象に残るような応答はなかった。</p> <p>招聘社について、専門外の人から無理にコメントをもらわなくともよいと感じた。</p>
	b. 現状、技術等への理解の不足	<p>VC・大手銀行が来ても、技術がわかっている人が来ていない。</p> <p>参加者による投票結果についての印象:農業系の技術ということもあり、首都圏の企業や特許流通アドバイザーには評価されにくい案件とも感じた。</p> <p>招聘者の方は、特に通常大企業のビジネスを相手にされることが多いと思われるため、本件のような小規模事業者が適用できるような技術には専門的知見をもらいにくかったということもあろう。</p> <p>招聘者、特に金融系の参加者はある程度の地位にいる方が多く、例えば中小企業の現場の状況はわかっていないのではないかと感じた。</p>
	c. 厳しい意見が役立つ	<p>中には厳しい評価もあった。厳しい意見について詳しく聞きたかったが聞く機会がなかった。</p> <p>いい試みである。個別意見が参考になった。特に批判的な意見が参考になる。</p>
	6-E-2 投票結果の妥当性	
	a. 事前資料を利用した準備、当日の吟味の上、慎重な評価を望む	<p>招聘者は一般参加者と異なり、事前に発表内容を知っているはず。もし自分が招聘されたら、その発表内容を事前に見て、具体的にどのような企業に紹介できるかを考えてから発表当日に臨み、当日の投票も、十分具体性を吟味の上で投票するだろう。招聘者にはより慎重な投票を希望する。</p>
	b. 実際の成約と関係するような現実的な評価を希望	<p>投票してもらってもビジネスに結びつかないと発表者としてはあまり意義を見いだせない。</p> <p>市場規模に関する専門家の予測は良いスコアが出たが、現実には成約と関係ない。</p>
	c. 投票結果の信頼性に疑問	<p>投票した方の中には専門外の方も多く、その結果についてはあまり重く受け止めすぎないようにしている。</p> <p>参加者による投票結果についての印象:投票結果については必ずしも当該分野の専門家が判断したものではないので、あまり重くはとらえていない。</p> <p>投資してみたいという投票結果もあったが、だれが入れてくれたのかわからなかった(おそらくその後に関わりをくれた方の一人とは思うが)。</p>



段階	主体	課題・意見
6-Z	特許流通アドバイザー	
	6-Z-1	より多くのADの参加
	a.	現実的な支援をもっとも期待できるのは特許流通アドバイザー 特許流通アドバイザーが一般参加していたのがよかった。実際に(事業を展開していなかった地域)のアドバイザーが発表を聞いて、最終的にライセンスにつながった(ライセンスシーにインタビュー当日ご同席いただいた)。 特許流通アドバイザーは20名程度参加していたと思う。そのうち、5人程度は実際に本件について興味のある人に紹介してくれたようだ。そこから2件のライセンス契約が成立するに至った。 3件受けたライセンス先紹介は全て特許流通アドバイザー経由で問い合わせを受けた。 現実的に支援をもっとも期待できるのは特許流通アドバイザーである。なるべく多くの特許流通アドバイザーに発表内容を是非発表の場で知ってもらい、その後のライセンス活動の可能性を模索して欲しい。これまでの発表では流通アドバイザーは多くても10人程度の参加しかない。
	b.	他のイベントと重複すると特許流通アドバイザーが集まらなくなるため、回避すべき 国際特許流通セミナーとの併催はせっかく特許流通アドバイザーが全国から集まる良い機会であるにもかかわらず、セミナー発表と時間帯が重なっており、ビジネス市への参加が少なかった。セミナーの空き時間を使って(あるいは作って)アドバイザーの多くが参加できるようにすることが重要と考える。
	7	個別相談(発表当日)
	7-E	招聘者
	7-E-1	具体的支援の増加 具体的にライセンス先や共同開発先を紹介したいとの評価をして頂いたが、実際に紹介をして欲しかった。【アンケート】 評価してもらった招聘者に、実際にマッチングを行って欲しかった【アンケート】 招聘者が特許流通アドバイザーよりも専門性の高い支援をしてくれるものと期待していた。現在でも発表後の支援については招聘者からほとんど何も支援を受けていない。 支援先紹介者は、ビジネス市開催時は色々考えるが、終了すると後のフォローをしてくれない。発表した技術を本当に必要な人に紹介していない。【アンケート】 ビジネス市の参加者(紹介者)の投票者は、ライセンス先紹介、事業化支援などに投票があったが、何ら支援がなかった。投票はリップサービスだったのか?【アンケート】 専門であれば、実際に提携可能性のある企業を紹介するなどの具体的なフォローが欲しいと感じる。

段階	主体	課題・意見
8	交渉	
	8-C 発表者	
	8-C-1 積極的な対応	
	a. 自ら各所とのコンタクトを試みる	
		自ら、招聘者とのコンタクトを試みた方がよかった【アンケート】
		(特許流通アドバイザーの話) 発表者のように、ビジネス市に限らずいろいろな機会を利用して自社技術を積極的にアピールしている会社の技術は、特許流通アドバイザーの目にとまる機会も多く、内容の把握もできるので結果としてライセンス成立に結びつきやすい。
		本当に来てほしい人が参加しなかったという反省を踏まえ、大学のコーディネータとして、来てほしい人に自らDMを出して、例えば、「参加者には先生と技術的な話ができる」というメリットがあることをアピールしていきたい。改めて、プレマーケティングの重要性を認識した。主催者に全て任せるのではなかなか成約に結びつかないことを実感した。
		発表者自身が、興味を示しそうな企業を一般参加として呼ぶこともあるようだ。
		特許ビジネス市での発表とほぼ同時期に自社からも情報発信を行った。
	b. ブースで実際に商品を展示・試供し、好印象を得た	
		カタログやWEBページは用意してあるが、触ってもらわないとその魅力がわからない商品である。ブースでの展示は非常ににぎわっていた。
		ブームもあってかなり興味を示してくれた参加者がいた。ブースで当該特許を利用した製品を出していたことも好印象だったようである。
	c. 迅速な対応	
		サンプル提供にすぐに対応可能な状況であればまた違った結果になっていたと思われる。【アンケート】
		特許ビジネス市での発表から1~2ヶ月後に紹介を受け、すぐに交渉した。
		問い合わせ後、すぐに地元の現場を見に来ていただいた例も複数ある。
		発表前からコンタクトはあった企業だが、ビジネス市で発表するという情報が出てすぐに連絡があり、ライセンス契約に至った。
		相手先が遠方のため、十分な話し合いができない【アンケート】
	8-D 一般参加者	
	8-D-1 発表後の内容把握	
		発表後にホームページに情報が残っているのはありがたい。興味を持ってくれた企業に対して、公的機関に自社の技術情報が載っているのは、信用を得るのに役立っている。
		特許ビジネス市には参加できなかった(あるいは知らなかった)方からも、INPITホームページを見て問い合わせをもらった。その意味で、発表後も情報が残っていることは重要である。
		自社から説明する際にも公的機関のホームページに発表内容が載っているということを説明すると相手側の納得が得られやすい面はある。
		発表後については、現状のプレゼン資料の掲載のままでよい。他のイベントでは、プレゼン資料の掲載がないのも多いため、非常に有難い。
		交渉開始から最終の実施許諾契約締結まで約4ヶ月。実施許諾をするという基本的な方針はすぐに決まったが、条件面での折り合いに時間を要した。ビジネス市での発表内容が相手方の技術的理解を早めた面はある。

段階	主体	課題・意見
	8-Z 特許流通アドバイザー	<p data-bbox="343 241 1029 271">8-Z-1 多くのADへの認知(特許流通アドバイザーの支援への期待に対応)</p> <p data-bbox="454 293 1318 371">現実的に支援をもっとも期待できるのは特許流通アドバイザーである。なるべく多くの特許流通アドバイザーに発表内容を是非発表の場で知ってもらい、その後のライセンス活動の可能性を模索して欲しい。これまでの発表では流通アドバイザーは多くても10人程度の参加しかない。</p> <p data-bbox="454 409 1284 461">発表を聞きに来た九州の特許流通アドバイザーから連絡があり、地元の特許流通アドバイザー経由で話し合いが始まった。</p> <p data-bbox="454 499 1318 551">ライセンス契約先を紹介して頂いた方々(流通AD)が、本技術を全国的にPRして頂いたこと。流通促進事業のHPに掲載して頂いたことを評価する。【アンケート】</p> <p data-bbox="454 573 1318 624">ライセンス契約先との仲介を同地区特許流通ADが、仲介、後日のフォローアップ、他をしてくれたことを評価する。【アンケート】</p> <p data-bbox="454 647 1318 698">特許流通アドバイザーが、全国の特許流通アドバイザーと情報交換可能なことを評価する。【アンケート】</p> <p data-bbox="454 721 1318 772">特許流通アドバイザーが一般参加していたのがよかった。実際にあるアドバイザーが発表を聞いて、最終的にライセンスにつながった(ライセンシーにインタビュー当日ご同席いただいた)。</p>
	9 ライセンス成立	<p data-bbox="256 819 359 848">9-A INPIT</p> <p data-bbox="256 848 395 878">9-B 発明協会</p> <p data-bbox="343 878 774 907">9-A-1 事業改善のための恒常的フィードバック</p> <p data-bbox="343 907 402 936">9-B-1</p> <p data-bbox="454 936 1220 965">特許ビジネス市の手法は、同一案件に対する支援の持続性に欠ける。【アンケート】</p> <p data-bbox="454 976 758 1005">次のアクションとのリンクがない。</p>